

**ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԵՌԱՐՁԱԿՎՈՂ ՉԼՍ-ՆԵՐՈՄ**  
**ՀՀ 2008 ԹՎԱԿԱՆԻ ՆԱԽԱԳԱՅԱԿԱՆ ԸՆՏՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ**  
**ԼՈՒՍԱՔԱՆՄԱՆ ԴԻՏԱՐԿՄԱՆ**  
**ՄԻՋԱՆԿՅԱԼ ՀԱՇՎԵՏՎՈՒԹՅՈՒՆ**  
**(31 ՀՈՒՆՎԱՐԻ - 9 ՓԵՏՐՎԱՐԻ, 2008)**

*Հայաստանի ութ հեռարձակվող ՉԼՍ-ներում ՀՀ նախագահի 2008 թվականի նախագահական ընտրությունների լուսաբանման դիտարկումն իրականացնում է Երեւանի մամուլի ակումբը՝ «ԹԻՄ» հետազոտությունների կենտրոնի մասնակցությամբ եւ Բաց հասարակության ինստիտուտի ֆինանսական աջակցությամբ: Հետազոտությունն իրականացվում է նախընտրական քարոզչության ժամանակաշրջանում 2008 թվականի հունվարի 21-ից մինչեւ փետրվարի 17-ը:*

ՍՈՒՅՆ ՄԻՋԱՆԿՅԱԼ ՀԱՇՎԵՏՎՈՒԹՅՈՒՆ ԸՆդգրկում է 2008 թվականի հունվարի 31-ից մինչեւ փետրվարի 9-ն ընկած ժամանակաշրջանը: Նախորդ տասնօրյակի (21-30 հունվարի, 2008) համեմատ, հետազոտության այս ժամանակաշրջանում մի փոքր ավելացել է ընտրարշավի խմբագրական լուսաբանման ծավալը: Սակայն դա տեղի է ունեցել ի հաշիվ ՀՀ նախագահի այն թեկնածուների, որոնք առանձնանում են իբրեւ ՉԼՍ-ների ուշադրությունն առավել գրավող: Նրանք են՝ ՀՀ առաջին նախագահ Լեւոն Տեր-Պետրոսյանը, ՀՀ վարչապետ, Հայաստանի հանրապետական կուսակցությունից նախագահի թեկնածու Սերժ Սարգսյանը, «Օրինաց երկիր» կուսակցությունից (ՕԵԿ) թեկնածու Արթուր Բաղդասարյանը, Ժողովրդական կուսակցությունից թեկնածու Տիգրան Կարապետյանը, Հայ յեղափոխական դաշնակցությունից (ՀՅԴ) թեկնածու Վահան Հովհաննեսյանը, «Ազգային միաբանություն» կուսակցությունից թեկնածու Արտաշես Գեղամյանը եւ Ազգային ժողովրդավարական միությունից (ԱԺՄ) թեկնածու Վազգեն Մանուկյանը: Ինքնառաջադրված Արման Մելիքյանը եւ «Ազգային համաձայնություն» կուսակցությունից թեկնածու Արամ Հարությունյանը որոշակիորեն հետ են մնում առաջատար յոթնյակից: Ծիշտ է՝ Տիգրան Կարապետյանը հիմնական լուսաբանումն ավանդաբար ստացել է իր սեփականությունը հանդիսացող «ԱԼՄ» հեռուստաալիքում, եւ եթե «սեփական» եթերում թեկնածուն արժանանար նույնպիսի ուշադրության, ինչպիսին միջին հաշվով հետազոտվող մյուս յոթ ալիքներում է, ապա նա կլիներ ութերորդը՝ Արման Մելիքյանի եւ Արամ Հարությունյանի միջեւ:

Մի քիչ մեծացել է նաեւ ամենաշատ եւ ամենաքիչ համախառն (բոլոր 8 հետազոտվող ՉԼՍ-ներում միասին) լուսաբանում ստացած թեկնածուների միջեւ տարբերությունը: Լեւոն Տեր-Պետրոսյան՝ 37 016 վայրկյան եւ Արամ Հարությունյան՝ 8 725 (հարաբերակցությունն ավելի քան 4 : 1 է, այն դեպքում, երբ նախորդ տասնօրյակում ամենաշատ եւ ամենաքիչ լուսաբանումներ ստացած թեկնածուների հարաբերակցությունը մոտ երկուսուկեսը մեկի էր):

ՀՀ առաջին նախագահը սույն հաշվետվության մեջ ներկայացվող տասնօրյակում ամենաշատ ուշադրությանն է արժանացել 8 հետազոտվող հեռարձակվող ալիքներում: Նրան հետեւում է Սերժ Սարգսյանը՝ 32 786 վրկ. (դրանից 9 451 վայրկյանը բաժին է ընկնում նրա՝ իբրեւ վարչապետի գործունեության լուսաբանմանը): Ընդամենը, եթե թեկնածուներին հատկացված ընդհանուր եթերաժամանակից հանենք նրանց պաշտոնական գործունեության լուսաբանումը, ապա Սերժ Սարգսյանը համախառն եթերաժամանակով հետ կմնա եւս 3 թեկնածուներից՝ Արթուր Բաղդասարյանից (29 963 վրկ.), Տիգրան Կարապետյանից (25 706 վրկ.) եւ Վահան Հովհաննեսյանից (25 601 վրկ.):

ՄԻԵՎՆՈՒՅՆ ԺԱՄԱՆԱԿ, Լեւոն Տեր-Պետրոսյանն անվիճելի առաջատարն է մնում նշանային բնութագրիչ հիշատակումների թվով (146), ավելի ճիշտ՝ բացասական հիշատակումներով (143 բացասական՝ 3 դրականի դիմաց): Հաճախակի են նաեւ Սերժ Սարգսյանի նշանային բնութագրիչ հիշատակումները (83 դրական եւ 24 բացասական): Այս երկու թեկնածուները, ինչպես եւ դիտարկման բոլոր նախորդ փուլերում (8 հեռարձակվող ՉԼՍ-ների դիտարկումն իրականացվել է նաեւ ընտրարշավի նախաշեմին՝ 2007 թվականի հոկտեմբեր-դեկտեմբերին), հակադիր լուսաբանումներ են ստացել: Մյուս թեկնածուներից նշանային հիշատակումների դրական հաշվեկշիռ ունեն Տիգրան Կարապետյանը (8-0) եւ Վահան Հովհաննեսյանը (14-0), բացասական հաշվեկշիռ ունեն՝ Արթուր Բաղդասարյանը (11 դրական եւ 16 բացասական) եւ Վազգեն Մանուկյանը (4-8), չեզոք կամ համարյա չեզոք՝ Արտաշես Գեղամյանը (3-4), Արման Մելիքյանը (0-1) եւ Արամ Հարությունյանը (0-0): Ընդ որում՝ Տիգրան Կարապետյանի բոլոր դրական հիշատակումները դիտարկման խումբն արձանագրել է «ԱԼՄ» հեռուստաալիքում, իսկ Վահան Հովհաննեսյանի 14 դրական հիշատակումներից 11-ը՝ «Երկիր մեդիայում»: Այլ խոսքով, դրական հաշվեկշիռ ունեն միայն «իշխանության կուսակցությունից» եւ/կամ առաջատար հեռուստաընկերություններից մեկի սեփականատեր (կամ դրա աջակցությունը վայելող) թեկնածուները: Այս հանգամանքը վկայում է, որ

ընտրարշավների խմբագրական լուսաբանման անհավասար պայմանների խնդիրը Հայաստանում բավականին հրատապ է մնում:

ԵՐԿՈՒ ԹԵԿՆԱԾՈՒՆԵՐԻ (Սերժ Սարգսյանի և Լեւոն Տեր-Պետրոսյանի) լուսաբանումների պահպանվող բեռնացվածությունը առավել արտահայտվել է «Կենտրոն» հեռուստաալիքում: Սարգսյանն այստեղ 19 անգամ հիշատակվել է դրական և ոչ մի անգամ չի հիշատակվել բացասական համատեքստում, իսկ Տեր-Պետրոսյանը՝ համապատասխանաբար, 0 և 44: Ընդ որում, վարչապետի դրական հիշատակումներից 9-ը և առաջին նախագահի բացասական հիշատակումներից 30-ը բաժին են ընկնում «ԻՆՆԷՆ ԳՐՈՒՄ» թերթերը հաղորդմանը: Համարյա նույն պատկերն էր ստացվել թերթերի այս տեսության մեջ նաև նախորդ տասնօրյակում: Ինչպես նշվել է հայրենական լրատվական շուկայի բազմաթիվ ուսումնասիրություններում, Հայաստանի տպագիր հրատարակությունների մեծամասնությունն ունի վառ արտահայտված և բազմազան (հաճախ՝ արմատական) քաղաքական ուղղվածություն: Մասնավորապես, ներկա ընտրարշավում թերթերի դիրքորոշումները, առաջին հերթին՝ վարչապետի և առաջին նախագահի անձերի վերաբերյալ, տրամագծորեն հակադիր են: Սարգսյանի և Տեր-Պետրոսյանի հիշատակումների՝ վերը բերված ցուցանիշները վկայում են, որ անդրադառնալով մամուլում այս երկու քաղաքական գործիչների լուսաբանումներին, «ԻՆՆԷՆ ԳՐՈՒՄ ԹԵՐԹԵՐԸ» հաղորդման հեղինակները բավականին միտումնավորություն են ցուցաբերում:

Հայաստանի հանրային հեռուստատեսության առաջին ալիքը (Հ1), ինչպես և նախորդ տասնօրյակում, օրենքով վերապահված հավասարակշռություն է ցուցաբերել միայն էթերաժամանակի բաշխման հարցում, սակայն՝ ոչ թեկնածուների լուսաբանման բնույթի (նկատի է առնվում դարձյալ Սերժ Սարգսյանին և Լեւոն Տեր-Պետրոսյանին): Նախընտրական քարոզչության հետազոտված 20 օրերին վարչապետը 32 անգամ հիշատակվել է դրական և 3 անգամ բացասական համատեքստում: Առաջին նախագահն ունի 27 բացասական և ոչ մի դրական հիշատակում: Հակադիր լուսաբանումը որոշակիորեն պակաս կտրուկ է Հայաստանի հանրային ռադիոյում. այստեղ Սարգսյանի նշանային հիշատակումների հաշվեկշիռը 20 օրերին 14 - 0 է, իսկ Տեր-Պետրոսյանինը՝ 0-16: 2007 թվականի հոկտեմբեր-դեկտեմբերին Հանրային ռադիոն, ընդհակառակը, աչքի էր ընկնում ավելի անհավասարակշռությամբ: Հանրային ռադիոյում այս երկու թեկնածուների լուսաբանումների նկատմամբ վերաբերմունքը ընդգծվում է նաև նրանով, որ նախընտրական քարոզչության նույն 20 օրերի ընթացքում մնացած թեկնածուները հիշատակվել են բացառապես չեզոք համատեքստում: Հ1-ում մյուս յոթ թեկնածուները նույնպես հազվադեպ են արժանացել նշանային հիշատակումների. 10 օրվա ընթացքում (2008 թ հունվարի 31-ից, փետրվարի 9) նրանց ընդհանուր հիշատակումների միայն 3%-ն է եղել բնութագրիչ: Տեր-Պետրոսյանի դեպքում այդ ցուցանիշը հավասար է 28%-ի, Սարգսյանի դեպքում՝ 18,8%-ի: Բերված թվերը վկայում են, որ Հանրային հեռուստառադիոընկերության լրագրողները տիրապետում են անկողմնակալ լուսաբանման հմտություններին, սակայն միշտ չեն դրանք կիրառում:

Ինչպես և դիտարկման նախորդ փուլերում, Սերժ Սարգսյանի և Լեւոն Տեր-Պետրոսյանի լուսաբանումների նշված միտումը, որ հավանաբար դարձել է ներկա ընտրարշավի գլխավոր առանձնահատկությունը, այս տասնօրյակում նույնպես դրսևորվեց բոլոր հետազոտված հեռարձակվող լրատվամիջոցներում, բացի «Երկիր մեդիայից»: Այս հեռուստաալիքում և վարչապետը, և առաջին նախագահը 10 օրերին ունեն նշանային հիշատակումների բացասական հաշվեկշիռ:

Նախընտրական քարոզչության ընթացքում արձանագրվել է հետազոտված յոթ հեռուստաալիքների ինֆորմացիոն քաղաքականության եւս մեկ նմանություն. նրանք բոլորը Սերժ Սարգսյանի նախընտրական միջոցառումների մասին ռեպորտաժները հեռարձակում են դրանց անցկացման հաջորդ օրը, այն դեպքում, երբ մյուս թեկնածուների հանրահավաքները, որպես կանոն, լուսաբանվում են նույն օրը: Այս դեպքում էլ «Երկիր մեդիայում» ընտրարշավի լուսաբանումն ընդհանուր կանոնից որոշ չափով շեղվում է. այստեղ Սերժ Սարգսյանի միջոցառումներն անկանոն են հայտնվում էթերում, թեպետ նույնպես հեռարձակվում են հաջորդ օրը: Այսպիսով, դիտարկման խումբը ստիպված է դարձյալ կրկնել առաջատար հեռարձակվող ՉԼՄ-ների մեծամասնության կողմից ՀՀ-ում ընտրարշավի լուսաբանման համաձայնեցված (կամ ուղղորդված) քաղաքականության մասին իր ենթադրությունը:

Հայաստանի հանրային ռադիոն (35 178 վրկ.) և «Կենտրոնը» (30 981 վրկ.), ինչպես և նախորդ տասնօրյակում, ամենից շատն են ուշադրություն դարձրել նախընտրական թեմատիկային: Նրանց հետեւում են «ԱԼՄ»-ն (30 276 վրկ.), «Երկիր մեդիան» (26 802 վրկ.) և Հայկական երկրորդ հեռուստաալիքը (Հ2, 26 581 վրկ.): Մյուսներից քիչ են ընտրությունների թեմային անդրադարձել «Շանթը» (21 310 վրկ.) և «Արմենիան» (20 113 վրկ.):

ԻՆՉՊԵՍ ԵՎ ՆԱԽՈՐԴ ՏԱՍԸ ՕՐԵՐԻ ԸՆԹԱՑՔՈՒՄ, բարձր չէր հետազոտվող ՉԼՍ-ների բանավիճային հաղորդումներին նախագահի թեկնածուների (եւ նրանց ընտրական շտաբների ներկայացուցիչների) մասնակցության ցուցանիշը: Չնայած նախընտրական քարոզչության բուն ժամանակաշրջանին, 8 ալիքներում 10 օրերի ընթացքում թեկնածուները կամ նրանց ներկայացուցիչները միայն 28 անգամ են մասնակցել նման հաղորդումների. դա ավելի քիչ է, քան 2008 թվականի հունվարի 21-30-ին էր (36 անգամ): Այստեղ պետք է նշել, որ դիտարկման խումբը չի հաշվառել Հանրային ռադիոյով թեկնածուների հարցազրույցները, քանի որ դրանք հեռարձակվել են մինչև 17.00-ն, այսինքն՝ այն ժամերին, երբ խմբագրական լուսաբանումը չի հետազոտվել: Ինչպես հետեւում է ՉԼՍ-ների ներկայացուցիչների հետ այս խնդրի քննարկումից, պատճառը, հավանաբար, ոչ այնքան հեռուստառադիոընկերությունների կողմից թեկնածուներին հրավիրել չցանկանալն է, որքան որոշ քաղաքական գործիչների՝ հրապարակային երկխոսության պատրաստ չլինելը:

Ամենից քիչ «հյուր ստուդիայում» ձեւաչափի հաղորդումներին մասնակցել են Սերժ Սարգսյանը (նախընտրական քարոզչության 20 օրերի ընթացքում 2 անգամ) եւ Լեւոն Տեր-Պետրոսյանը (3 անգամ). ավելի ճիշտ՝ բոլոր դեպքերում մասնակցել են ոչ թե իրենք, այլ նրանց ներկայացուցիչները: Իսկ առավել մատչելիություն այդ նույն ժամանակաշրջանում ցուցաբերել են Տիգրան Կարապետյանը (11 հաղորդում, թեպետ դրանցից 5-ը «ԱԼՄ»-ում), Վահան Հովհաննեսյանը եւ Վազգեն Մանուկյանը (9-ական), Արման Մելիքյանը, Արթուր Բաղդասարյանը եւ Արտաշես Գեղամյանը (8-ական), Արամ Հարությունյանը (6): Ինչպես եւ դիտարկման նախորդ փուլերում, հեռարձակվող ՉԼՍ-ները քիչ են հետաքրքրվել այն հասարակական կազմակերպությունների կարծիքներով, որոնք դիտարկում են ընտրական գործընթացների զանազան կողմերը:

ԻՆՉ ՎԵՐԱԲԵՐՈՒՄ Է բուն նախընտրական քարոզչական նյութերին (քաղաքական գովազդին), դիտարկումը հիմք չի տալիս խոսելու հետազոտվող ալիքներում դրանց որեւէ կերպ խոչընդոտելու մասին: Բոլոր թեկնածուներն օգտվում են Հ1-ում իրենց հատկացված անվճար եթերաժամանակից: Հետազոտված 20 օրերի արդյունքներով քարոզչական նյութերի համախառն ծավալով (բոլոր 8 ալիքներում) առաջատարը մնում է Վահան Հովհաննեսյանը (30 052 վրկ. վճարովի եւ անվճար եթերաժամանակ), նրան հետեւում են Արթուր Բաղդասարյանը (18 129 վրկ.) եւ Լեւոն Տեր-Պետրոսյանը (18 075 վրկ.): Այս ցուցանիշով Սերժ Սարգսյանը միայն չորրորդն է (16 011 վրկ.): Թվարկված թեկնածուներից երեքը (բացառությամբ Արթուր Բաղդասարյանի) հունվարի 31-ից փետրվարի 9-ի ժամանակաշրջանում, նախորդ տասնօրյակի համեմատ (21-30 հունվարի) քարոզչական նյութերի ծավալը կրճատել են:

Երկրորդ տասնօրյակում թեկնածուների համար հետազոտվող ՉԼՍ-ներից ամենագրավիչը Հ1-ի վճարովի եթերն է եղել: Նրան հետեւում են «Արմենիան», «ԱԼՄ»-ն, «Շանթը», Հ2-ը, «Երկիր մեդիան», «Կենտրոնը»: Ամենաքիչ գրավիչը Հանրային ռադիոյի եթերն է:

*(Դիտարկման քանակական արդյունքների վերաբերյալ աղյուսակները կցվում են):*

## ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ՏԵՂԵԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ԴԻՏԱՐԿՄԱՆ ՄԱՍԻՆ

Դիտարկումն ընդգրկում է **8 հեռարձակվող ՉԼՍ-ներ. 4 համերկրային հեռուստաընկերություններ՝** Հայաստանի հանրային հեռուստաընկերության առաջին ալիք, «ԱԼՄ», «Արմենիա», Հայկական երկրորդ հեռուստաալիք, **3 մայրաքաղաքային հեռուստաընկերություններ՝** «Երկիր մեդիա», «Կենտրոն», «Շանթ», **1 համերկրային ռադիոընկերություն՝** Հայաստանի հանրային ռադիո:

**Դիտարկման առարկա են** 8 հեռարձակվող ՉԼՍ-ների՝ ժամը **17.00-ից մինչև 24.00-ի** բոլոր հաղորդումները: Սա թելադրված է հեռուստաալիքներում ՀՀ նախագահի թեկնածուների նախընտրական քարոզչական նյութերի ցուցադրման ժամանակով: Մասնավորապես, Հ1-ում ՀՀ ԿԸՀ 2008 թվականի հունվարի 21-ի որոշմամբ թեկնածուների նախընտրական քարոզչությունն իրականացվում է ժամը 17.15-ից: Հայաստանի հանրային ռադիոյի դեպքում թեկնածուներին հատկացված քարոզչության եթերաժամանակը հետազոտվում է ժամը 13.30-ից, քանի որ ԿԸՀ-ի արդեն հիշատակված որոշմամբ հենց այդ ժամից է Հանրային ռադիոյով հեռարձակվում թեկնածուների նախընտրական քարոզչությունը: Ինչ վերաբերում է Հանրային ռադիոյի խմբագրական լուսաբանմանը, ապա այն հետազոտվել է, ինչպես մյուս ալիքներում, ժամը 17.00-ից մինչև 24.00: Ընդ որում, մինչև ժամը 17.00-ն սկսված, սակայն այդ ժամին չավարտված հաղորդումները չեն հետազոտվում: Իսկ մինչև ժամը 24.00-ն սկսված, սակայն այդ ժամին չավարտված հաղորդումները հետազոտվում են ամբողջ ծավալով՝ մինչև դրանց ավարտվելը:

**Դիտարկման օբյեկտ** են ՀՀ նախագահի ինը թեկնածուները: Ընդամին, եթե նյութում հանդես է գալիս թեկնածուի նախընտրական շտաբի ներկայացուցիչը/վստահված անձը, եւ այդ

կարգավիճակը նյութում հատուկ նշվում է, ապա հիշատակումը/նշանային բնութագրումը, եթերաժամանակը նույնպես վերագրվում են այդ թեկնածուին:

**Դիտարկման խնդիրներն են** քանակական տվյալների վերլուծության միջոցով պարզել՝

- նախագահական ընտրությունների նկատմամբ Հայաստանի հեռարձակվող ՉԼՄ-ների ուշադրության աստիճանը,

- Հայաստանի հեռարձակվող ՉԼՄ-ները նախընտրական քարոզչության ժամանակաշրջանում որքան համարժեք են ընտրագանգվածին տեղեկություններ տրամադրում ՀՀ նախագահի թեկնածուների մասին, նրանց համար ապահովում եթերի մատչելիություն՝ իրենց հայացքներն ու կարծիքներն արտահայտելու նպատակով:

Այս խնդիրների իրականացման համար կիրառվում են քանակական եւ որակական դիտարկման մեթոդները: Որակական դիտարկումը ներառում է ընտրություններին եւ ՉԼՄ-ներին վերաբերող ՀՀ գործող օրենսդրության եւ ընտրությունների լուսաբանումը կարգավորող նորմատիվ փաստաթղթերի վերլուծությունը, ՉԼՄ-ների գործունեության մասին թեկնածուների եւ նրանց շտաբների արձագանքների, ԿԸՀ, դատարաններ եւ համապատասխան այլ մարմիններ այն դիմումների ուսումնասիրությունը, որոնք վերաբերում են ընտրությունների ժամանակ ՉԼՄ-ների գործունեությանը: Ուշադրություն է դարձվում ընտրությունների լուսաբանման մասին լրագրողների եւ քաղաքական գործիչների հրապարակային արտահայտություններին, անց են կացվում հարցազրույցներ այդ թեմայով: Որակական հետազոտության նման տարրերը հնարավորություն են տալիս խորանալու գործընթացների մեջ, հասկանալու միտումները եւ համարժեք գնահատելու դիտարկման քանակական ցուցանիշները: Քանակական դիտարկումը ներառում է անմիջականորեն ՉԼՄ-ների հաղորդումների հաշվարկն ու չափումները:

### **Դիտարկման մեթոդաբանություն**

Հետազոտվող եթերի բոլոր նյութերը բաժանվում են երկու տեսակի.

- 1. Խմբագրական լուսաբանում,**
- 2. Նախագահի թեկնածուներին հատկացվող նախընտրական քարոզչություն (քաղաքական գովազդ):**

1. Հետազոտության հիմնական միավորը հեռուստառադիոնյութն է:

2. Դիտարկողները արձանագրում են հաշվառում են նախագահի թեկնածուների **հիշատակումները՝** հետազոտվող ՉԼՄ-ների խմբագրական լուսաբանումներում: Հաշվառվում են նաեւ թեկնածուների **դրական (+), բացասական (-) եւ չեզոք (0)** հիշատակումները: Նշանային բնութագրիչ (դրական, բացասական) են համարվում նյութում թեկնածուի մասին լսարանի մոտ միանշանակ դրական կամ բացասական ընդհանուր տպավորություն ստեղծած հիշատակումները: Երբ չկա նման միանշանակ տպավորություն՝ հիշատակումն արձանագրվում է որպես չեզոք: Դիտարկողի բոլոր կասկածները նույնպես մեկնաբանվում են հոգուտ հիշատակումը չեզոք համարելու: Բացի այդ, եթե նյութում տեղեկացվում է այն մասին, թե ինչ-որ մի անձ/կազմակերպություն հրապարակավ հայտարարել է նախագահական ընտրություններում առաջադրված այս կամ այն գործչին աջակցելու կամ չաջակցելու մասին ապա տվյալ գործչի հիշատակումը արձանագրվում է, համապատասխանաբար, իբրեւ դրական կամ բացասական:

Եթե նյութում հանդես է գալիս թեկնածուի նախընտրական շտաբի ներկայացուցիչը/վստահված անձը, եւ այդ կարգավիճակը հատուկ նշվում է, ապա հիշատակումը/նշանային բնութագրումը նույնպես վերագրվում է այդ թեկնածուին:

Յուրաքանչյուր մեկ հեռուստառադիոնյութում յուրաքանչյուր թեկնածուի հաշվին արձանագրվում է միայն մեկ հիշատակում եւ միայն մեկ նշանային վերաբերմունք:

Հիշատակում է համարվում նաեւ հեռուստակադրում թեկնածուի ցանկացած հայտնվելը, եթե այդ կադրը նրան վերաբերող կամ հիշատակող նյութի մաս է: Եթե կադրում հայտնվելը այնպիսի նյութի մաս է, որում տվյալ թեկնածուն հիշատակվում է, ապա իբրեւ լրացուցիչ հիշատակում այն չի արձանագրվում:

Այս կատեգորիայում հաշվարկը կատարվում է **միավորներով:**

3. Դիտարկողները արձանագրում են չափում են նաեւ **կյուլթերի ծավալը**, այսինքն՝ հետազոտվող հեռարձակվող ՉԼՄ-ների խմբագրական լուսաբանումների այն **եթերաժամանակը (վայրկյաններով)**, որը հատկացվում է թեկնածուներին՝ իրենց հայացքները, կարծիքները արտահայտելու, ինչպես նաեւ՝ այլոց կողմից նրանց մասին դատողությունների եւ պատմությունների համար: Եթե կյուլթում հանդես է գալիս թեկնածուի նախընտրական շտաբի ներկայացուցիչը/վստահված անձը, եւ այդ կարգավիճակը հատուկ նշվում է, ապա եթերաժամանակը նույնպես վերագրվում է այդ թեկնածուին: Թեկնածուին հատկացված ընդհանուր եթերաժամանակը գրանցելուց բացի, հետազոտվում է, թե ինչ կարգավիճակով է տվյալ գործիչը հանդես գալիս: Այդպիսով, խմբավորվում եւ համապատասխան գլխում ներառվում է այն եթերաժամանակը (**վայրկյաններով**), որը հատկացվում է քաղաքական գործչին՝ լուսաբանելով նրա:

**1. Պաշտոնական եւ մասնագիտական գործունեությունը,**

**2. Մասնագիտական կամ պաշտոնական պարտականությունները կատարելուն անմիջականորեն չառնչվող գործունեությունը:**

4. Դիտարկողները արձանագրում են չափում են **կյուլթերի ծավալը**, այսինքն՝ հետազոտվող հեռարձակվող ՉԼՄ-ների այն **եթերաժամանակը (վայրկյաններով)**, որը հատկացվում է նախագահի թեկնածուին նախընտրական քարոզչության համար (**ժամը 17.00-ից մինչեւ 24.00**, հանրային ռադիոյի համար՝ **13.30-ից մինչեւ 24.00**) եւ որը հեռուստառադիոալիքներում նշվում է իբրեւ «նախընտրական քարոզչություն»: Ընդամին առանձին չափվում է վճարովի եւ անվճար քաղաքական գովազդի ծավալը: Մինչեւ ժամը 17.00 սկսված սակայն այդ ժամին չավարտված քաղաքական գովազդի բլոկը չի դիտարկվում: Մինչեւ ժամը 24.00 սկսված սակայն այդ ժամին չավարտված քաղաքական գովազդի բլոկը դիտարկվում է ամբողջությամբ՝ մինչեւ դրա ավարտը: Բացառություն են միայն 31-ը եւ 31-րդ հունիսի ռադիոն, որոնցում, համաձայն 33 ԿԸՅ 2008 թվականի հունվարի 21-ի որոշման, տեխնիկական անհրաժեշտությունից ելնելով, քաղաքական գովազդի սկիզբը կարող է տեղաշարժվել մինչեւ 30 րոպե: Յետեւաբար, նման դեպքերում 31-ում եւ 31-րդ հունիսի ռադիոյում քաղաքական գովազդի բլոկը ենթակա է դիտարկման համապատասխանաբար ժամը 16.45-ից եւ 13.00-ից:

5. Դիտարկողներն առանձին ցուցակով արձանագրում են հետազոտվող հեռուստառադիոալիքների **բանավիճային ծրագրերի** («հարցազրույց», «հյուր ստուգիայում», «թոք շոու» ժանրի) **մասնակիցներին**՝ նշելով ալիքը, ծրագրի անվանումը, հրավիրված մասնակիցների անունները եւ պաշտոնները: Եթե բանավիճային ծրագրի մասնակիցը ոչ թե թեկնածու է, այլ նրա նախընտրական շտաբի ներկայացուցիչը/վստահված անձը, եւ հաղորդման մեջ այդ կարգավիճակը հատուկ նշվում է, ապա բանավիճային ծրագրերի մասնակիցների ցուցակում այդ հաղորդումը վերագրվում է տվյալ թեկնածուին:

Երեւանի մամուլի ակումբը շնորհակալություն է հայտնում 3այաստանի «Ինտերնյուսին»՝ դիտարկմանն աջակցելու համար: