

ԱՐԱՍ ԳՅՈՒՐՁՅԱՆ

ԸՆԿԱՍՄԱՆ ՀՈԳԵԲԱՆԱԿԱՆ ՅՈՒՐԱՏԻՊՈՒԹՅՈՒՆԸ  
ՀԵՌՈՒՍԱՆՍԱՐԱՆԻ ՏԱՐԲԵՐ ԽՄԲԵՐԻ ԿՈՂՄԻՑ

Հետազոտելով հեռուստաալիքների ու հեռուստահաղորդումների ընկալման հոգեբանական առանձնահատկությունները, բարենպաստ ու անբարենպաստ ներգործությունն անձի հոգեկանի, նրա վարքի և կողմնորոշումների վրա մեզ հաջողվել է բացահայտել, որ հեռուստաալիքները տարբեր սոցիալական խմբերի կողմից ընկալվում են տարբեր ձևով: Այդպիսի ընկալումն ունի իր հոգեբանական յուրատեսակությունները երկակի պայմանավորվածությամբ. մի կողմից հեռուստահաղորդումների ու հեռուստաալիքի վարկանիշը, գործունեության ոճը, հեղինակությունը, մյուս կողմից հեռուստալսարանի հետաքրքրությունները, պահանջմունքները, նախապատվությունները, ինչպես նաև տարիքասեռային և գործունեության առանձնահատկությունները:

Մեր իրականացրած հեռուստատեսային ալիքների («Հայաստանի հանրային հեռուստատեսություն» (ՀՀՀ), «Արմենիա», «ԱրմենԱկոր», «Ռուսաստանյան հանրային հեռուստատեսություն» (ՌՀՀ ՕՐԻ))<sup>1</sup> ընկալման հետազոտությունը թույլ է տալիս կատարել հետևյալ եզրակացությունները.

1. Հեռուստատեսային ալիքը կարող է դիտարկվել որպես հեռուստալսարանի սպառողական նախապատվությունների վրա ազդող գործոն: Հեռուստաալիքի դերը մեծանում է հեռուստաարտադրանքի սպառման մակարդակի աճի հետ: Մասնավորապես՝ այն սպառողները, ովքեր մյուսներից ավելի հաճախ ու երկարատև են հեռուստացույց դիտում, ավելի քաջատեղյակ են տարբեր հաղորդումների որոշակի հեռուստաալիքներին պատկանելության մասին:

2. Յուրաքանչյուր հեռուստատեսային ալիք օժտված է հեռուստալսարանի պահանջմունքների բավարարման համար որոշակի որակների սեփական, մյուս հեռուստաալիքներից տարբերվող հավաքածուով, ինչն ամբողջապես հաստատում է մեր հետազոտության աշխատանքային վարկածը:

<sup>1</sup> Մեր ընտրությունը պայմանավորված է մի շարք հանգամանքներով, և մասնավորապես նրանով, որ մնացյալ հեռուստաալիքներից շատերն ընդունվում են կամ Հայաստանի տարածքի միայն մի մասում, կամ դեղիմետրային ընդգրկույթում, ուստիև հեռուստալսարանի նշանակալից մասին լավ չեն ծանոթ:

3. Յուրաքանչյուր հեռուստատեսային ալիքի ընդհանուր պատկերը ներառում է.

- սկզբնական արձագանքների մակարդակ.
- հուզական-ներըմբռնողական բնութագրերի մակարդակ:

*Սկզբնական արձագանքների* մակարդակը բացահայտում է հեռուստաալիքի առանձին տարրերի՝ հաղորդման ժամրային կառուցվածքի, հեռուստաալիքի առավել ճանաչված հաղորդումների ու հաղորդավարների, միջօրագրային տարածության (գլխագրողեր, գովազդային դադարներ և այլն), ֆինանսավորման աղբյուրների ու հիմնադիրների և այլն ընկալումը:

*Հուզական-ներըմբռնողական բնութագրերի* մակարդակը թույլ է տալիս բացահայտել հեռուստալսարանի համար հեռուստաալիքի սուբյեկտիվ արժեքն ու արտահայտում է հեռուստաալիքի ընկալման ամբողջականությունը:

4. *Սկզբնական արձագանքների* մակարդակում հեռուստաալիքի որոշակի պատկեր ձևավորելիս առավել կշիռ ունեն.

- հաղորդման *ժանրային կառուցվածքը*.
- հեռուստաալիքի առավել ճանաչված *հաղորդումները*.
- հեռուստաալիքի առավել ճանաչված *հաղորդավարները*:

5. *Հուզական-ներըմբռնողական բնութագրերի* մակարդակում հեռուստատեսային ալիքն ընկալելիս առավել նշանակալիություն ունեն.

- բազմազանությունը, նորությունը (*թարմությունը*).
- հուզականությունը, ցայտունությունը.
- ազդեցության ուժը, հիմնավորությունը.
- տեղեկատվությունը.
- արժանահավատությունը.
- անհատականության առկայությունը:

Հեռուստաալիքի այս որակների առկայությունը դրական է գնահատվում լսարանի կողմից, ապահովում է հեռուստաալիքի գրավչությունը և թույլ է տալիս բացատրել որոշ հեռուստաալիքների ճանաչվածության ավելի բարձր վարկանիշը մյուսների համեմատ:

6. Հեռուստալսարանի՝ ըստ սոցիալ-հոգեբանական հատկանիշների տարբերվող խմբերը տարբեր կերպ են ընկալում հեռուստատեսային ալիքները: Տարբեր խմբերի կողմից ընկալման տարբերություններն ի հայտ են գալիս ինչպես *սկզբնական արձագանքների* մակարդակում, այնպես էլ՝ *հուզական-ներըմբռնողական բնութագրերի* մակարդակում.

- *սկզբնական արձագանքների* մակարդակում ընկալումն արտահայտվում է այս կամ այն հեռուստաալիքի ժանրային կառուցվածքի, դրա հուզական զնահատման և հաղորդավարի մասին սեփական պատկերացումների ձևով:
- *հուզական-ներըմբռնողական բնութագրերի* մակարդակում ընկալման տարբերություններն արտահայտվում են ինչպես որոշակի հեռուստաալիքին տրվող յուրատեսակ բնութագրերի, այնպես էլ ընդհանրապես հեռուստալսարանի կողմից առանձնացվող ընդհանուր որակների նշանակության զնահատմամբ:

7. Հեռուստաալիքների ընկալման միջխմբային տարբերությունները պայմանավորված են տարբեր խմբերի համար առանձնացրած՝ կոնկրետ հաղորդումների, հաղորդավարների ու որոշակի ժանրերի նախապատվություններով, որոնց վրա, իրենց հերթին, ազդեցություն են գործում հեռուստադիտողների սոցիալ-հոգեբանական բնութագրերը, մասնավորապես նրանց սեռատարիքային առանձնահատկություններն ու կենսակերպը:

8. Որոշակի պայմաններում որոշակի ալիքին պատկանելությունն ազդում է հեռուստաալիքի ընտրության վրա: Մասնավորապես նման ազդեցություն է հայտնաբերվել հեռուստատեսային ծրագրի միջոցով ազդագրի հիման վրա մինչ այդ անժամոթ հաղորդումն ընտրելիս:

Կարևոր է ընդգծել, որ հեռուստաալիքների ընկալման մեջ տարբերությունները դրսևորվում են արդեն իսկ *սկզբնական արձագանքների* մակարդակում: Դա նախ և առաջ արտահայտվում է հեռուստաալիքների ժանրային կառուցվածքի վերաբերյալ պատկերացումների տարբերություններում:

Այսպես «Արմենիայի» ժանրային կառուցվածքի վերաբերյալ *ուսանող երիտասարդության* պատկերացումները, ընդհանուր առմամբ, համապատասխանում են հեռուստալսարանի ընդհանուր պատկերացումներին (*զվարճացնող հաղորդումներ, սպորտ, հեռուստասերիալներ*), սակայն այդ խմբի հարցվողներից շատերը մատնանշում են տվյալ հեռուստաալիքով *ճանաչողական հաղորդումների* պակասը: *Աշխատող չափահասները* և *չաշխատող թոշակառուները* համալրում են հեռուստաալիքի հիմնական ժանրերի ցանկը *նորությունների ծրագրերով* («Ժամը»), ինչպես նաև *հասարակական-քաղաքական հաղորդումներով*, քանի որ, ի տարբերություն երիտասարդության, նման հաղորդումների հանդեպ կայուն հետաքրքրություն ունեն:

OPT-ի ժանրային կառուցվածքի վերաբերյալ տարբեր խմբերն էապես տարբերվող պատկերացումներ ունեն: «*Իսկական*» զվարճացնող հաղորդումների ու զեղարվեստական լավ կինոնկարների պակասի պատճառով այս

հեռուստաալիքը, ընդհանուր առմամբ, որպես բավականին միապաղաղ գնահատելով՝ *ուսանող երիտասարդությունը, նորություններից (տեղեկատվական հաղորդումներից) և խաղերից* բացի, որպես OPT-ի հիմնական ժանրերից մեկն առանձնացնում է *ճանաչողական հաղորդումները*, քանի որ, իրենց կարծիքով, այդ հեռուստաալիքով նման ծրագրեր հաճախ են հաղորդվում: Մինչդեռ մյուս խմբերում այդպիսի հաղորդումներ գործնականորեն չեն հիշատակվում: *Աշխատող չափահասները և չաշխատող թոշակառուները* հեռուստաալիքի կարևոր առանձնահատկությունն են համարում «*Նախկին խորհրդային լավ կինոնկարներ*» ցուցադրումը, այնինչ, երիտասարդության կարծիքով, OPT-ն գեղարվեստական կինոնկարներ քիչ է ցուցադրում:

ԳԳԳ-ի ժանրային կառուցվածքի վերաբերյալ հեռուստալսարանի ընդհանուր պատկերացումների նկատելի անորոշությունը բավական տիպական է նաև առանձին վերցված յուրաքանչյուր խմբին: Գրկ է նշել միայն, որ հարցվողներից ոմանք համարում են, թե այս հեռուստաալիքին նաև ճանաչողական հաղորդումներ են բնորոշ: Սակայն նման կարծիք հանդիպում է բոլոր խմբերում և, ըստ մեր տվյալների, պայմանավորված չէ հարցվողների տարիքով, սոցիալական վիճակով (ուսում, աշխատանք, կենսաթոշակ) և սեռական պատկանելությամբ:

«ԱրմենԱկորի» ժանրային կառուցվածքի վերաբերյալ տարբեր խմբերին բնորոշ պատկերացումները նույնպես նման են հեռուստալսարանի ընդհանուր պատկերացումներին: Խմբային տարբերություններն այս դեպքում արտահայտվում են այդ կառուցվածքի նկատմամբ վերաբերմունքում:

Այսպես՝ *ուսանող երիտասարդությանը* տիպական է «ԱրմենԱկորի» ժանրային կառուցվածքի նկատմամբ խիստ դրական վերաբերմունք: Դրա գլխավոր պատճառը, մեր կարծիքով, այն է, որ հեռուստաալիքի հիմնական ժանրերը՝ *հեղինակային-ճանաչողական հաղորդումներ, մանկապատանեկան հաղորդումներ, գեղարվեստական կինոնկարներ*, այդ խմբում հատկապես առաջնային են: Մինչդեռ *աշխատող չափահասներին*, առավել և՛ *չաշխատող թոշակառուներին* հեռուստաալիքի ժանրային կառուցվածքն այնքան էլ չի հրապուրում: «ԱրմենԱկորի» հիմնական թերությունները նրանք համարում են *տեղեկատվական ու հասարակական-քաղաքական* լուրջ ծրագրերի բացակայությունը և հեռուստաալիքի՝ չափից ավելի արտահայտված երիտասարդական ուղղվածությունը:

Ընդհանուր առմամբ՝ ուշադրության է արժանի այն, որ հետազոտվող հեռուստաալիքների ժանրային կառուցվածքի վերաբերյալ պատկերացումներում առկա տարբերությունները շատ առումներով պայմանավորված են

հեռուստալսարանի այս կամ այն խմբի ժանրային նախապատվություններով: Ի լրումն ընդհանրապես հեռուստալսարանի առանձնացրած հիմնական ժանրերի խմբերից յուրաքանչյուրում հեռուստաալիքներին նաև այն ժանրերն են վերագրվում, որոնք տվյալ խմբում ավելի հաճախ են դիտվում: Ժանրային կառուցվածքի վերաբերյալ պատկերացումներում խմբային տարբերություններն առավել ցայտուն են արտահայտվել ԳԳԳ-ի և OPT-ի (մասամբ նաև «Արմենիայի») նկատմամբ վերաբերմունքում: Տվյալ իրավիճակը մենք հիմնավորում ենք հեռուստալսարանում այդ հեռուստաալիքների ավելի մեծ ճանաչվածությամբ:

*Ֆուզական-ներընդունողական որակների* մակարդակում տարբեր խմբերում ձևավորված հեռուստաալիքների պատկերներն ունեն ինչպես նմանություններ, այնպես էլ տարբերություններ, ինչպես և *սկզբնական արծազանքների* մակարդակում:

Օրինակ բոլոր հարցվողներն ընդունում են «Արմենիայի» հիմնավորությունը, ծանրակշռությունը, հուսալիությունն ու բազմազանությունը: Սակայն միջխմբային տարբերություններն սկսում են ի հայտ գալ արդեն այդ որակների արտահայտվածության աստիճանում: Այսպես հեռուստաալիքի *բազմազանությունն* ավելի արտահայտված են համարում *չաշխատող թռչակառուներն* ու *աշխատող չափահասները*, իսկ *ուսանող երիտասարդությունն* այդ բնութագիրն առանձնացնելիս այդքան համերաշխ չէ:

Նման իրավիճակի հիմնական պատճառը մենք համարում ենք այդ հարցվողների կողմից նշվող «Արմենիա» հեռուստաալիքով զվարճացնող և երաժշտական հաղորդումների որոշ պակասը: *Հիմնավորությունը, ծանրակշռությունն* ու *հուսալիությունն* ավելի արտահայտված են *աշխատող չափահասների* և հատկապես *չաշխատող թռչակառուների* մեջ ձևավորված կերպարներում: Մեր կարծիքով դա կապված է այն հանգամանքի հետ, որ դիտարկվող որակների առկայությամբ տվյալ հեռուստաալիքը պարտական է իր *տեղեկատվական* հաղորդումներին (և մասնավորապես նորությունների «ժամը» ծրագրին), իսկ այս խմբերը դրանք ավելի հաճախ են դիտում ու ավելի դրական գնահատում, քան *ուսանող երիտասարդության* խումբը:

Բոլոր խմբերում OPT հեռուստաալիքի կերպարի ընդհանուր գծերն են *ուժը, պաշտոնականությունն* ու *պահպանողականությունը*: Սակայն, ինչպես արդեն նշել ենք, *ուսանող երիտասարդությունը, աշխատող չափահասները* և *չաշխատող թռչակառուներն* այս որակները տարբեր կերպ են գնահատում:

Թվարկված առանձնահատկությունների նկատմամբ դրական վերաբերմունքը բնորոշ է առավելապես վերջին խմբին, քանի որ այս հեռուստա-



դիտողները դրանք կապակցում են *փորձառության* հետ, ինչն ամբողջությամբ այդ ալիքին *հուսալիություն* է հաղորդում: Իսկ վերջինս հաղորդակցվողի խիստ կարևոր որակ է՝ արդյունավետ փոխներգործության համար: Հարկ է նշել նաև, որ հեռուստաալիքի հանդեպ ցայտուն արտահայտված վստահությունը, որն առանձնացնում է OPT-ի նկատմամբ թռչակառուների վերաբերմունքը մյուս հեռուստաալիքների նկատմամբ իրենց վերաբերմունքից, այս խմբում ձևավորված՝ հեռուստաալիքի կերպարում պայմանավորում է այնպիսի բնութագրերի առկայություն, ինչպիսին են *ազատությունը, թեթևությունն ու ցայտունությունը*:

*Աշխատող չափահասները և հատկապես՝ ուսանող երիտասարդությունն* OPT-ի *պահպանողականությունն* ու *պաշտոնականությունն* ավելի բացասական են գնահատում և այդ երկու բնութագիրը միավորում *միապաղաղության* հետ: Թվարկված որակների սուբյեկտիվ նշանակությունը կապակցում է պաշտոնականությունն ու պահպանողականությունը համապատասխանաբար կայունության և հարմարվածության պահանջմունքների բավարարման, իսկ միապաղաղությունը՝ նորության, թարմության պահանջմունքի անբավարարվածության հետ: Այդ համատեքստում տվյալ որակների բացասական գնահատականը, մեր կարծիքով, թույլ է տալիս եզրակացնել, որ *աշխատող չափահասների և հատկապես՝ ուսանող երիտասարդության* համար ավելի հրատապ է նորության, թարմության պահանջմունքը:

*Հաշխատող թռչակառուները* խիստ դրական են գնահատում նաև ՀՀՀ-ն: Նրանց գրավում է հեռուստաալիքի հաղորդումներից շատերի պարզությունը: Ի տարբերություն մյուս խմբերի ներկայացուցիչների՝ թռչակառուներն այս հեռուստաալիքին այնպիսի որակներ են վերագրում, ինչպիսին են *հանգստությունը, հարմարակեցությունը, ուրախությունը*: Մեր տվյալներով հեռուստաալիքի այդպիսի կերպի ձևավորման հիմնական պատճառներից է ՀՀՀ-ի տեղեկատվական ծրագրերի մեղմ և հանդարտ ոճը, որը, թռչակառուների կարծիքով, մյուս հեռուստաալիքներին բնորոշ չէ:

*Աշխատող չափահասների* խմբում հեռուստաալիքի տեսակը միանշանակ չէ: Նրանցից ոմանք ՀՀՀ-ն կապակցում են *միապաղաղության*, մինչդեռ մյուսները՝ *հանգստության* ու *մեղմության* հետ, ինչպես և թռչակառուները: Առաջին բնութագիրը, մեր կարծիքով, պայմանավորված է այն հանգամանքով, որ այդ դիտողների տեսանկյունից՝ ՀՀՀ-ով հետաքրքիր հաղորդումները սակավաթիվ են, իսկ մյուս երկու բնութագիրը՝ այն հանգամանքով, որ. «*Մյուս հեռուստաալիքների համեմատ՝ այստեղ շատ ավելի հազվադեպ կարելի է դիտել արյունալի տեսարաններ*»:

ՀՀԴ-ի նկատմամբ *ուսանող երիտասարդության* վերաբերմունքն ավելի բացասական է մյուս խմբերի համեմատ: Այս հարցվողները հեռուստաալիքի կերպարում այնքան էլ հաճախ չեն դրական գծեր առանձնացնում, և իրենց վերաբերմունքի հիմնական տոնայնությունը որոշակի անտարբերությունն է ու հանդուրժողականությունը: Դա պայմանավորված է այն հանգամանքով, որ հեռուստաալիքի հաղորդումների մեծամասնությունը նրանք զնահատում են որպես սովորական և ոչ այնքան հետաքրքիր: Այս առումով երիտասարդների ներկայացված փաստարկներն ընդունելի են որոշ չափով: Իրոք, ՀՀԴ հեռուստաալիքը շատ հետաքրքիր, այսպես կոչված *սենսացիոն (զգայացուց)* հաղորդումներ, նրանց պահանջմունքներին համարժեք կինոնկարներ և այլ հաղորդումներ մեծ քանակով հեռարձակել չի կարող, քանի որ իր գործունեությունն առավելապես բովանդակում է պաշտոնական, երկրի ներքին և արտաքին քաղաքականությանը վերաբերող տեղեկատվություններ:

«ԱրմենԱկորի» մասին կարծիքը, ինչպես արդեն նշվել է, շատ առումներով կանխորոշվում է հեռուստադիտողների կենսակերպով ու տարիքով: Այդ հեռուստաալիքին առավել դրական է վերաբերվում *ուսանող երիտասարդությունը*: «ԱրմենԱկորի» հիմնական գծերը *բազմերանգությունն* ու «*անհոգությունը*», առավել չափով համապատասխանում են առանցքային պահանջմունքներին, որոնք զգում են տվյալ խմբի հեռուստադիտողները, այսինքն՝ նորության, թարմության և հուզական լիցքաթափման պահանջմունքներին: Բացի այդ երիտասարդության շրջանում «ԱրմենԱկորի» ծանաչվածության մեջ որոշակի դեր ունի այն փաստը, որ հեռուստաալիքում առավելապես երիտասարդ հեռուստավարներ են, ուստի նրանք «*ոգով նույնախիսի են*», ինչպես և «ԱրմենԱկորի» դիտողները:

Հեռուստաալիքի կերպարում այն, ինչը երիտասարդությունը որպես *պայծառություն* ու *բազմերանգություն* է բնութագրում և խիստ դրական գնահատում, *աշխատող չափահասների* զգալի մասն ընկալում է որպես *անհոգություն, կտրուկություն*: Նման որակների առկայությամբ «ԱրմենԱկորը» պարտական է մանկապատանեկան հաղորդումների ու գեղարվեստական կինոնկարների առատությանը և տեղեկատվական ու հասարակական-քաղաքական լուրջ ծրագրերի բացակայությանը, ինչն անքան էլ չի համապատասխանում հեռուստալսարանի այս խմբի սպառողական պահանջմունքներին: Հեռուստաալիքի նկատմամբ բացասական վերաբերմունքի համանման պատճառներ բացահայտվել են նաև *չաշխատող թոշակառուների* խմբում: Սակայն հեռուստաալիքի կերպարի նշված գծերի բացասական ընկալումը տվյալ խմբում ավելի կտրուկ է արտահայտվում, և դրանց ավելանում են *անհանգստությունը*:

Ըստ էության՝ յուրաքանչյուր հեռուստաալիք՝ իր բովանդակությունը կազմող հաղորդումներով, շարունակական ու կոշտ պայքարի մեջ է մնացյալ ալիքների դեմ՝ հեռուստալսարան գրավելու առումով՝ սեփական արտադրանքը որպես սպառողական ապրանք ներկայացնելու համար: Մեր հեռուստաալիքների գործունեության ոճերից ելնելով կարելի է փաստել, որ երբեմն որոշ հեռուստաալիքներ հեռուստալսարան գրավելու համար մեթոդների ու միջոցների ընտրության հարցում խտրականություն չեն դնում, հեղինակություն ձեռք բերելու նպատակով խախտում են հեռուստալսարան գրավելու ընդունված ու գիտականորեն հիմնավորված կանոնները՝ մոռանալով այն մասին, թե լսարանի, սոցիալական տարբեր խմբերի կողմից ինչպես կընկալվեն հաղորդագրությունները: Որպես արդյունք՝ լսարանի կամ, ինչպես այժմ շրջանառվում է, *հեռուստաարտադրանքը* սպառողի կողմից որակավորում է ստանում: Սպառողն է որոշում հեռուստաալիքի ընդհանուր դրական կամ բացասական վիճակը՝ ըստ ներգործության:

Մեր ուսումնասիրությունների արդյունքները բացահայտել են հոգեբանական այն օրինաչափությունը, որ հեռուստահաղորդումների նկատմամբ անտարբեր, բացասական դիրքորոշումը ժամանակի ընթացքում տրանսֆորմացվում՝ փոխանցվում է հեռուստաալիքին ու իջեցնում վերջինիս վարկանիշը: Գեռուստալսարանի *աշխատող չափահասների* և *չաշխատող թոշակառուների* սոցիալական խմբերը բացասական են վերաբերվում հատկապես այն հաղորդումներին, երբ.

1) հեռուստահաղորդումները, հեռուստաալիքն օգտագործվում են այս կամ այն անձին չհիմնավորված, մտացածին արժանիքները զովաբանելու նպատակով՝ այն անձին, ում իրական «արժանիքներին» հասարակությունը քաջատեղյակ է,

2) հեռուստաալիքն օգտագործելով՝ հաշվեհարդար են տեսնում արժանավոր մարդկանց նկատմամբ,

3) կեղծ, սուտ, մտացածին «կոմպրոմատներ» (վարկաբեկիչ տեղեկություններ) են տարածում այս կամ այն քաղաքական գործչի նկատմամբ,

4) մոռանալով վարվեցողության, համակեցության և, ընդհանրապես, շփման բարոյական նորմերը և հեռուստալսարանը՝ հաղորդման մասնակիցները հայիդում են միմյանց, օգտագործում անվայել, փողոցային բառեր ու արտահայտություններ,

5) փնտրվում են պետությունը, իշխանությունները, ազգային ու հասարակականը կոնկրետ մտայնությամբ, այլ ոչ թե՛ դրանք կատարյալ տեսնելու ցանկությամբ, մտահոգությամբ:



Ընդհանուր առմամբ ընդլայնված ստեղծագործական խմբերի, խորքային հարցազրույցների, պրոյեկտիվ մեթոդիկաների, ինչպես նաև *իմաստաբանական դիֆերենցիալի* արդյունքները ցույց են տալիս, որ *հեռուստալսարանի տարբեր խմբերը տարբեր կերպ են ընկալում հեռուստալիքների կերպարները*, ինչն ամբողջությամբ հաստատում է մեր առաջադրած աշխատանքային վարկածի այն դրույթը, ըստ որի հեռուստալիքներն ու դրանք բովանդակող հեռուստահաղորդումները տարբեր նպատակներ, ուղղվածություն և առաքելություն ունեն, հետևաբար տարբեր կերպ են ընկալվում հեռուստալսարանի տարբեր սոցիալական խմբերի կողմից: Եվ սոցիալական, և տարիքային խմբերի ընկալման անհատական տարբերությունները պայմանավորում են հեռուստալսարանի վրա հաղորդումների տարաբնույթ ներգործությունները, որոնց թվում և՛ ոչ համարժեք դիրքորոշումների ու համոզմունքների ձևավորման հնարավորությունը:

Այս տարբերությունները պայմանավորված են նախ և առաջ առանձին հաղորդումների, հաղորդավարների ու որոշակի ժանրերի նախապատվություններում առկա տարբերություններով, որոնց վրա իր հերթին ազդեցություն է գործում հեռուստադիտողների կենսակերպը:

#### ՕԳՏԱԳՈՐԾՎԱԾ ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. Андреева М.К., Матвеева Л.В., Шкопоров Н.Б. *Психологический анализ профессионально важных качеств творческих работников телевидения*. Москва, 1991

2. Богомолова Н.Н. *Специфика межличностного восприятия в массовой коммуникации*. Межличностное восприятие в группе (под ред. Г.М. Андреевой, А.И. Донцова), Москва, 1981

3. *Массовая коммуникация и развитие социалистического образа жизни*. Материалы конференции, Тарту, 1986

4. Пронина Е.Е. *Категориальная структура восприятия телевизионных передач*. Автореферат дисс. на соиск. уч. ст. канд. психол. наук, Москва, 1987

5. Сусская О.А. *Телевизионный комментатор: специфика и проблемы речевого общения*. Кандид. диссерт., Москва, 1990