



ՀԱՆՐԱՅԻՆ ՀԵՌՈՒՍՏԱՌԱԴԻՈԸՆԿԵՐՈՒԹՅԱՆ ԽՈՐՀՐԴԻ  
«ՀԱՍԱՐԱԿԱԿԱՆ ԿԱՐԾԻՔԻ ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՄԱՆ ԿԵՆՏՐՈՆ» ՓԲԸ

---

Հայաստան, 0025, Երևան, Ալեք Մանուկյան փող., 5 շենք,  
Հեռ. (+374)10570830, (+374)10554057 էլ.հասցե [hasarakakan.kartsiq@gmail.com](mailto:hasarakakan.kartsiq@gmail.com)

Հասարակության կողմից Հանրային  
հեռուստաընկերության ընկալման փոփոխությունների  
ուսումնասիրություն

Երևան 2018

## Բովանդակություն

Ներածություն .....	3
Արդյունքների վերլուծություն .....	5
Հանրային հեռուստաընկերության գործառույթների վերաբերյալ ընկալումներ .....	5
Հանրային հեռուստաընկերության նկատմամբ վստահությունը ձևավորող գործոնները.....	10
Հանրային հեռուստաընկերությունն իբրև ժամանցային, կրթող և հանրային օգտակարություն ունեցող հեռուստաալիք .....	11
Հանրային հեռուստաընկերության հաղորդավարների վերաբերյալ ընկալումներ.....	16
Եզրակացություններ և առաջարկներ .....	18

## Ներածություն

Վերջին շրջանում հայ իրականության մեջ տեղի ունեցած իրադարձությունները (համաժողովրդական շարժումը, որն իր հետևից բերեց մի շարք փոփոխություններ) և դրանց վերաբերյալ առկա մեկնաբանություններն ու վերլուծությունները տարբեր փորձագետների կողմից թույլ են տալիս նկատել հետևյալը՝

- հասարակության շրջանում տեղի ունեցող գործընթացներում տեղեկատվության ազդեցության ու, հետևաբար, ՁԼՄ-ների դերի կարևորության մեծացում,
- քաղաքացիական հասարակության ձևավորման բուռն գործընթաց, որը նպաստում է հասարակության պահանջատիրական մոտեցման ձևավորմանը:

Հաշվի առնելով վերոնշյալ դիտարկումները՝ հատկապես կարևոր է դառնում Հանրային հեռուստաընկերության վերաբերյալ մարդկանց ունեցած ընկալումներն ու ակնկալիքները՝ իբրև հանրային հեռուստաալիք: Կարևոր է հասկանալ Հանրային հեռուստատեսության վերաբերյալ հանրային ընկալումներն ու դիտարկել վերջիններիս փոփոխությունները վերջին տարիների ընթացքում: Այս նպատակով իրականացվել են զանգվածային հարցազրույցներ,<sup>1</sup> որի արդյունքում ստացված տվյալները համեմատվել և համադրվել են վերջին երեք տարիների ընթացքում «Հասարակական կարծիքի ուսումնասիրման կենտրոն»-ի կողմից իրականացված մի շարք այլ հետազոտությունների տվյալների հետ: Մա թույլ է տալիս տեսնել հասարակության կողմից Հանրային հեռուստատեսության ընկալումների

---

<sup>1</sup> Հարցումներն իրականացվել են ՀՀ ամբողջ տարածքում՝ 1556 ընտրանքով, ինչը նշանակում է, որ հարցումներին մասնակցել է 14-65 տարեկան 1556 բնակիչ: Ընտրանքի ծավալի հաշվարկի համար ընտրվել է 97% նշանակալիության միջակայք և 2,75% ընտրանքի սխալ: Ձևավորված ընտրանքային համախմբությունն ունի ներկայացուցչական բնույթ, ինչը նշանակում է, որ այն հանդիսանում է գլխավոր համախմբության (տվյալ պարագայում ՀՀ 14-65 տարեկան բնակչություն) փոքր մոդելը, որտեղ պահպանված են սեռատարիքային բաշխվածությունն ըստ մարզերի: Ընտրանքային համախմբության ծավալի որոշման և կառուցման համար հիմք են հանդիսացել ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայության կայքում առկա տվյալները (<http://www.armstat.am>):

փոփոխությունները վերջին երեք տարիների ընթացքում և դրանք առավել լավ հասկանալ փոփոխված իրավիճակում:

Վերլուծության ընթացքում հաշվի են առվել ոչ միայն 2018թ. մայիս-հունիս ամիսներին իրականացված զանգվածային հարցումների արդյունքները, այլև իրականացվել է «Հասարակական կարծիքի ուսումնասիրման կենտրոն»-ի կողմից կատարված հետևյալ հետազոտությունների երկրորդային վերլուծություն.

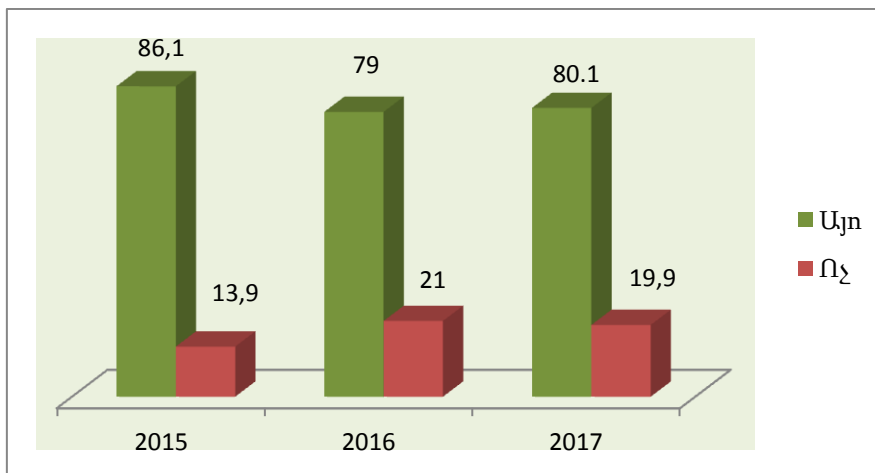
- 2015թ.-ին՝ «Հայկական հեռուստաալիքների վերաբերյալ հասարակական ընկալումների և պատկերացումների, լսարանի ուղերձների բացահայտում»,
- 2016թ.-ին՝ «Հեռուստատեսային նախընտրությունների բացահայտում՝ ըստ հեռուստադիտողների տիպականացման»,
- 2017թ.-ին՝ «Հայկական լրատվության վերաբերյալ հասարակական ընկալումների ուսումնասիրություն»,
- 2017թ.-ին՝ «Առաջին ալիքի հեռուստահաղորդավարների կերպարների դուրսբերումը երիտասարդների շրջանում» հետազոտությունները:

## Արդյունքների վերլուծություն

### Հանրային հեռուստաընկերության գործառույթների վերաբերյալ ընկալումներ

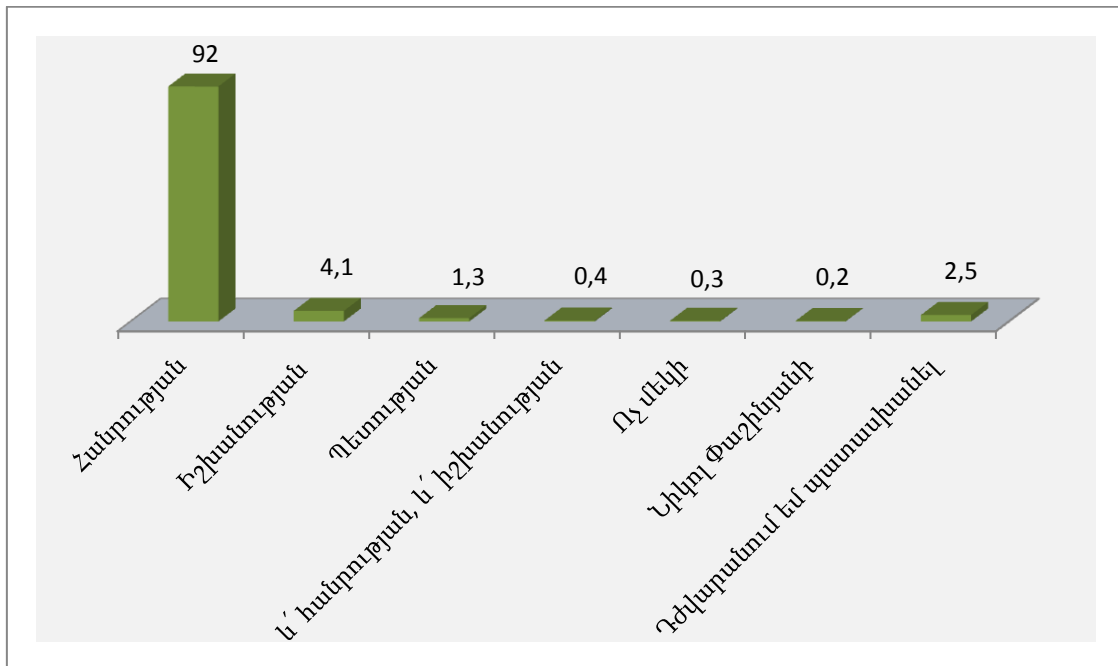
Հանրության ընդհանուր դիրքորոշումը Հանրային հեռուստատեսության վերաբերյալ հասկանալու համար կարևոր է նախ և առաջ դուրս բերել վերջինիս դիտելիության դինամիկան վերջին երեք տարիների ընթացքում (*Գծապատկեր 1-ում* կարող ենք տեսնել այդ դինամիկան՝ 2015 թ.-ից սկսած): Ստացված տվյալները ցույց են տալիս, որ Հանրային հեռուստատեսություն դիտողների թիվը, 2015 թվականի համեմատ, նվազել է, սակայն 2016 թվականի համեմատ՝ 2017 թվականին կարող ենք տեսնել հեռուստադիտողների 1.1% աճ:

**Գծապատկեր 1. Հանրային հեռուստատեսության դիտելիության դինամիկան (%)**



Հանրային հեռուստատեսության վերաբերյալ հասարակության ընկալումների ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ հասարակության կարծիքով Հանրային հեռուստաընկերությունը պետք է ծառայի հասարակության շահերին: *Գծապատկեր 2-ի* վրա կարող ենք տեսնել, որ նման պատասխան տվել է հարցման մասնակիցների մեծ մասը՝ 92%-ը: Հարցման մասնակիցների միայն 4.1%-ի ընկալմամբ է, որ Հանրային հեռուստատեսությունը պետք է ծառայի իշխանությանը:

Գծապատկեր 2. «Ո՞ւմ շահերին պետք է ծառայի Հանրային հեռուստատեսությունը»  
 հարցի պատասխանը (%) (2018 թ.)<sup>2</sup>



Միևնույն ժամանակ, չնայած նրան, որ հարցման մասնակիցները գտնում են, որ Հանրային հեռուստարձևերությունը պետք է ծառայի հանրությանը, նրանց մոտ կարելի է նկատել անվստահություն Հանրային հեռուստաալիքի և մասնավորապես վերջինիս տրամադրած տեղեկատվության նկատմամբ: «Ի՞նչ ակնկալիքներ ունեն Հանրային հեռուստարձևերությունից» հարցի ամենահաճախ հնչած պատասխանները վերաբերում են տեղեկատվության օբյեկտիվությանը (31.7%) և գործելառճի ու նպատակադրումների փոփոխությանը (18.8%) (Աղյուսակ 1):

<sup>2</sup> Պատասխանների ընդհանուր գումարը 100.8% է, քանի որ հարցվողներն ունեցել են մեկից ավելի տարբերակ ընտրելու հնարավորություն:

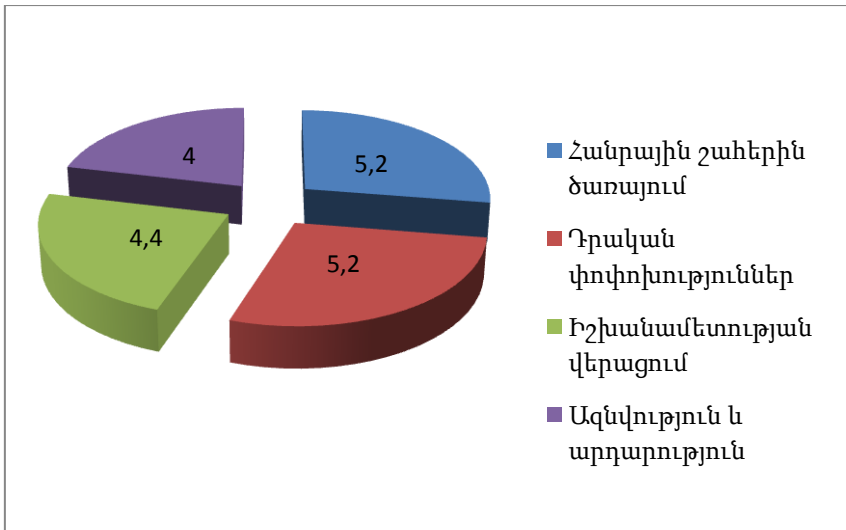
Աղյուսակ 1. Հասարակության սպասումները և առաջարկները Հանրային հեռուստարձնկերությանը (%) (2018թ.)<sup>3</sup>

Սպասումներ և առաջարկներ						
Բազմակողմանի և օբյեկտիվ տեղեկատվություն (31,7)	Գործելաոճի և նպատակադրումների փոփոխություն (18,8)	Ծրագրային փոփոխություններ (15,6)	Գովազդների կրճատում (2,3)	Ոչ մի առաջարկ և սպասում (21,8)	Դժվարացել է նշել (17,9)	Սյլ տարբերակներ (18,9)

Ելնելով *Աղյուսակ 1-ում* ներկայացված տվյալներից՝ կարող ենք նկատել, որ հասարակությունը Հանրային հեռուստարձնկերությունից նախ և առաջ ակնկալում է ստանալ օբյեկտիվ և վստահելի տեղեկատվություն: Մինևույն ժամանակ, հասարակությունն ունի սպասումներ Հանրային հեռուստարձնկերության գործելաոճի ու նպատակադրումների փոփոխության վերաբերյալ: «Գործելաոճի ու նպատակադրումների փոփոխություն» կատեգորիայի մեջ, որը կազմում է պատասխանների 18.8%-ը, ներառված են հարցվածների կողմից հնչած հետևյալ պատասխանները՝ «հանրային շահերին ծառայում» (5.2%), «դրական փոփոխություններ» (5.2%), «իշխանամետության վերացում» (4.4%) և «ազնվություն և արդարություն գործելաոճի մեջ» (4%) (*Գծապատկեր 3*): Ըստ էության, կարող ենք ասել, որ «գործելաոճի փոփոխություն» ասելով՝ հասարակությունը նկատի ունի իշխանամետության վերացում և ազնվության ապահովում:

<sup>3</sup> Պատասխանների ընդհանուր գումարը 127% է, քանի որ հարցվողներն ունեցել են մեկից ավելի տարբերակ ընտրելու հնարավորություն:

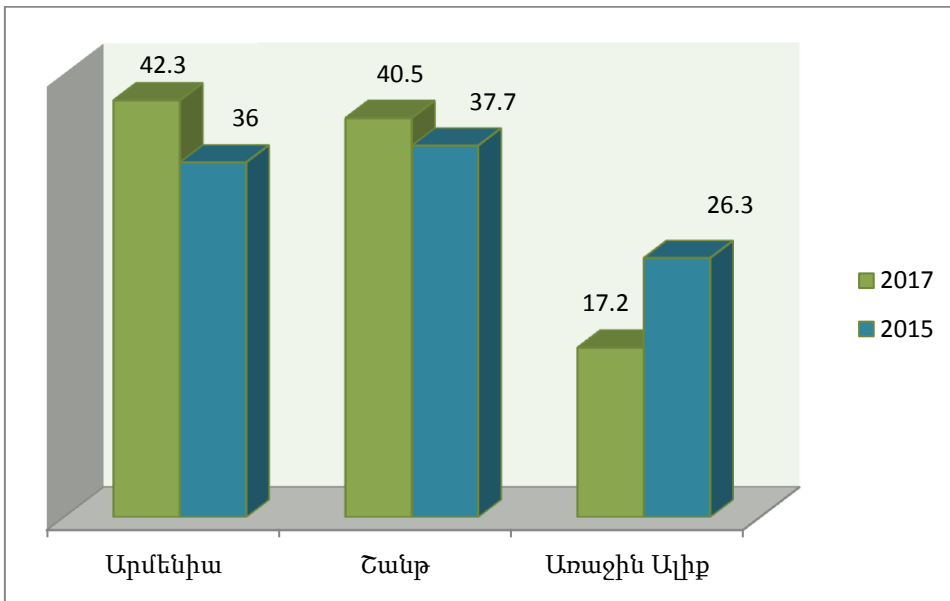
**Գծապատկեր 3. Գործելառճի և նպատակադրումների փոփոխություն (%)**



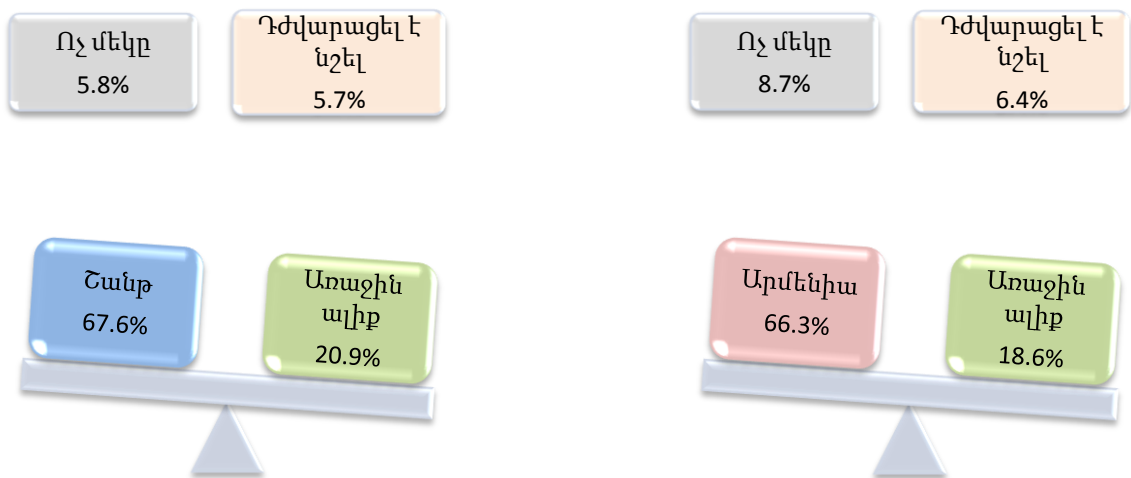
2015 թ.-ից մինչ օրս իրականացված հետազոտությունների արդյունքները ցույց են տալիս, որ հեռուստատեսությունների վերաբերյալ հասարակության ընկալումների ձևավորման վրա մեծ ազդեցություն են ունենում լրատվական հաղորդումները: Սա հատկապես արտահայտվում է Հանրային հեռուստատեսության դեպքում, ինչի մասին վկայում են *Աղյուսակ 1-ում* ներկայացված տվյալներ: Իրականացված հետազոտությունները ցույց են տալիս, որ հանրության մոտ կա անվստահություն Հանրային հեռուստատեսությամբ հաղորդած լուրերի նկատմամբ. դրանք համարվում են ուղղորդված և սուբյեկտիվ: *Գծապատկեր 4-ում* պատկերված տվյալների հիման վրա կարող ենք նկատել, որ ն՝ 2015թ.-ին, ն՝ 2017թ.-ին լրատվական հաղորդումներ դիտելու համար հասարակության կողմից ավելի նախընտրելի հեռուստաալիքներ են Շանթն ու Արմենիան, ընդ որում, կարող ենք նկատել, որ 2015թ.-ի համեմատ Հանրային հեռուստաալիքով լրատվական հաղորդումներ դիտել նախընտրողների թիվը կրճատվել է: Ավելին, 2017թ.-ին իրականացված հետազոտության արդյունքները ցույց են տալիս, որ իբրև վստահելի հեռուստաալիք «Առաջին ալիք-Շանթ» երկրնորանքից նախապատվությունը տրվում է Շանթ հեռուստաալիքին, իսկ «Առաջին ալիք-Արմենիա» երկրնորանքից՝ Արմենիա հեռուստաալիքին (*Նկար 1*):



Գծապատկեր 4. Լրատվական հաղորդումների դիտելիությունը՝ ըստ հեռուստաալիքների (%)



Նկար 1. Առավել վստահելի հեռուստաալիքները՝ ըստ հարցվողների (2017 թ.)

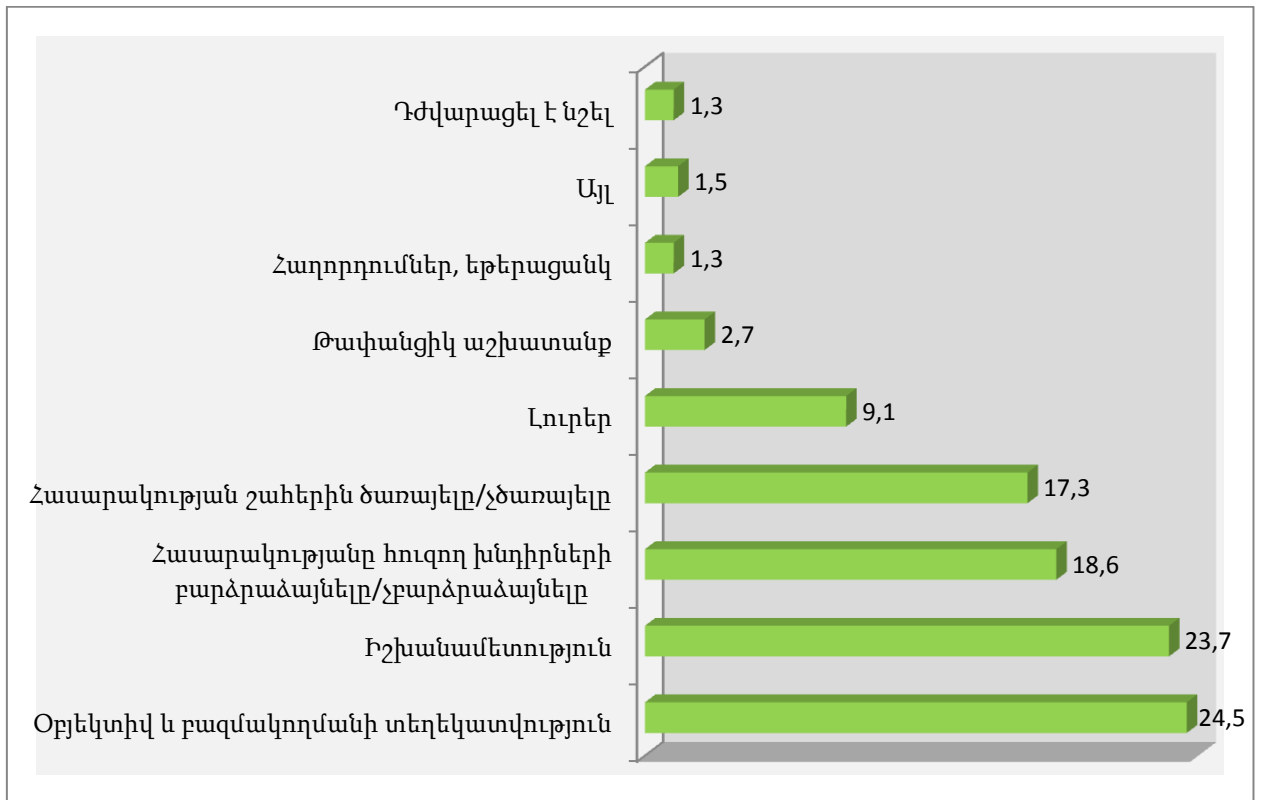


## Հանրային հեռուստաընկերության նկատմամբ վստահությունը ձևավորող գործոնները

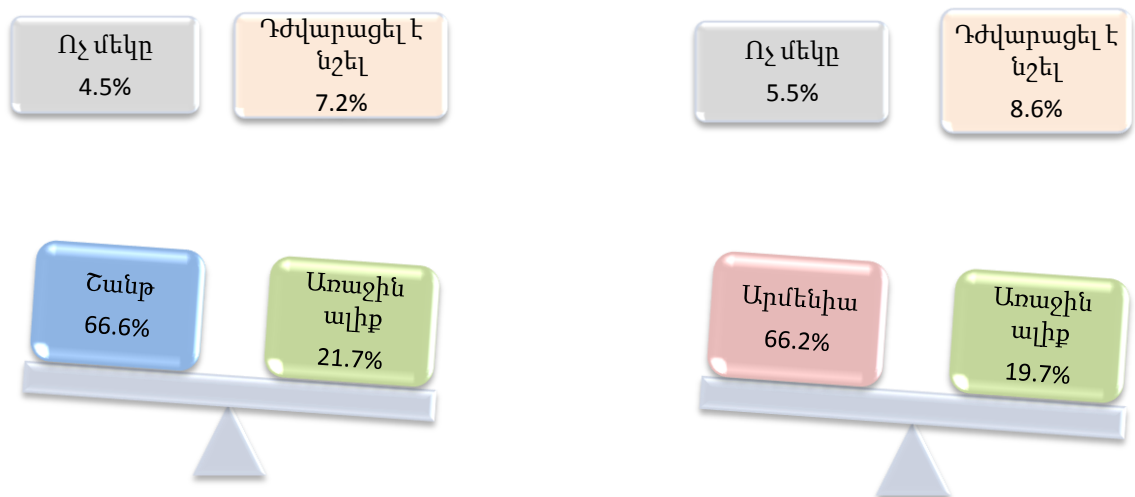
Հետազոտության ընթացքում դուրս են բերվել այն հիմնական գործոնները, որոնցով պայմանավորված է հասարակության վստահությունը Հանրային հեռուստաընկերության նկատմամբ: Ինչպես կարող ենք տեսնել *Գծապատկեր 5-ում*, Հանրային հեռուստաընկերության նկատմամբ վստահության ձևավորման վրա ազդում են մի շարք գործոններ, որոնցից են տրամադրած տեղեկատվության օբյեկտիվությունը (24.5%), իշխանամետության խնդիրը (23.7%), հասարակությանը հուզող խնդիրների բարձրաձայնելը/չբարձրաձայնելը (18.6%) և հասարակության շահերին ծառայելը/չծառայելը (17.3%):

Միևնույն ժամանակ հետազոտության արդյունքները ցույց են տալիս, որ Հանրային հեռուստաալիքը հանրային խնդիրների բարձրաձայնման տեսանկյունից օգտակար հեռուստաալիք չի ընկալվում. այն հարցին, թե որն է հանրային օգտակարություն ունեցող հեռուստաալիք, հարցվողների միայն 21.7%-ն է «Առաջին ալիք-Շանթ» երկրնորանքից ընտրել Առաջին ալիքը, իսկ «Առաջին ալիք-Արմենիա» երկրնորանքից՝ միայն 19.7%-ը (*Նկար 2*):

Գծապատկեր 5. Հանրային հեռուստաընկերության նկատմամբ վստահությունը պայմանավորող գործոններ (%) (2018թ.)



Նկար 2. Առավել շատ հանրային օգտակարություն ունեցող հեռուստաալիք՝ ըստ հարցվողների (2017 թ.)



Հանրային հեռուստաընկերությունն իբրև ժամանցային, կրթող և հանրային օգտակարություն ունեցող հեռուստաալիք

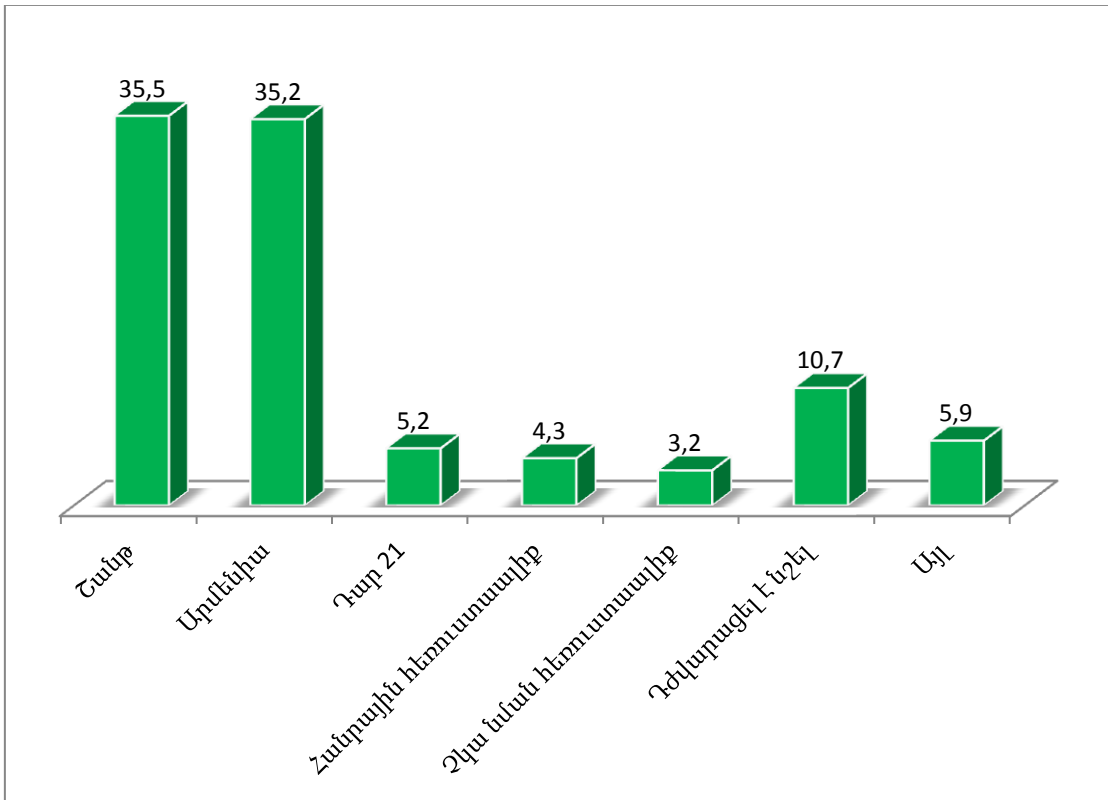
2015թ.-ից մինչ օրս իրականացված հետազոտությունները ցույց են տալիս, որ հասարակության շրջանում Հանրային հեռուստաալիքը չի ընկալվում իբրև ժամանցային հեռուստաալիք: Այսպես՝ *Գծապատկեր 6-ում* կարող ենք տեսնել 2015թ.-ին իրականացված հետազոտության արդյունքները, որտեղ Հանրայինն իբրև ժամանցային հեռուստաալիք ընկալում է հարցվողների 4.3%-ը: Այս պատկերացումները հստակ արտահայտված են նաև 2017թ.-ին իրականացված ֆոկուս խմբային քննարկումների ընթացքում, որտեղ Հանրային հեռուստաալիքն ընկալվում է իբրև ավելի շատ ազգային, հայրենասիրական, սակայն, երիտասարդների համար ձանձրալի ու «հին» հեռուստաալիք: *Նկար 3-ում* պատկերված տվյալների հիման վրա կարող ենք ասել, որ Հանրային հեռուստատեսությունը հասարակության միայն փոքր մասի համար է ընկալվում իբրև ժամանցային ու հետաքրքիր հեռուստաալիք. այս չափանիշով առաջատար են համարվում Արմենիա և Շանթ հեռուստաալիքները:

Հատկանշական է, որ Հանրային հեռուստատեսությունը ավելի քիչ գրավիչ ու հետաքրքիր է հատկապես երիտասարդների համար: Ավելին, հետազոտության արդյունքները ցույց են տալիս, որ Հանրային հեռուստաալիքն ընկալվում է իբրև մեծահասակների հեռուստաալիք, որը չունի գրավիչ ժամանցային հաղորդում երիտասարդների համար. այս դիրքորոշումը կիսել են նաև ֆոկուս խմբային քննարկումների մասնակիցները, որոնցից մեկը տվել է հետևյալ դիպուկ նկարագրությունը.

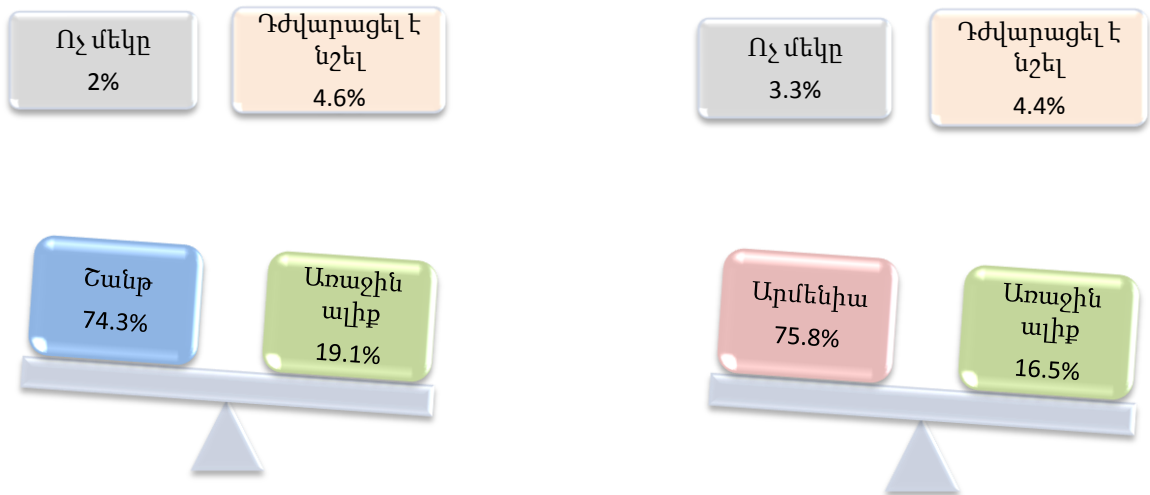
*«Ես միշտ Հ1-ը պատկերացնում եմ փողկապով, իսկ Արմենիան՝ ավելի գունավոր, ժամանակակից»:*

*(իգական սեռ, ուսանող)*

Գծապատկեր 6. ժամանցային հեռուստաալիք (%) (2015 թ.)



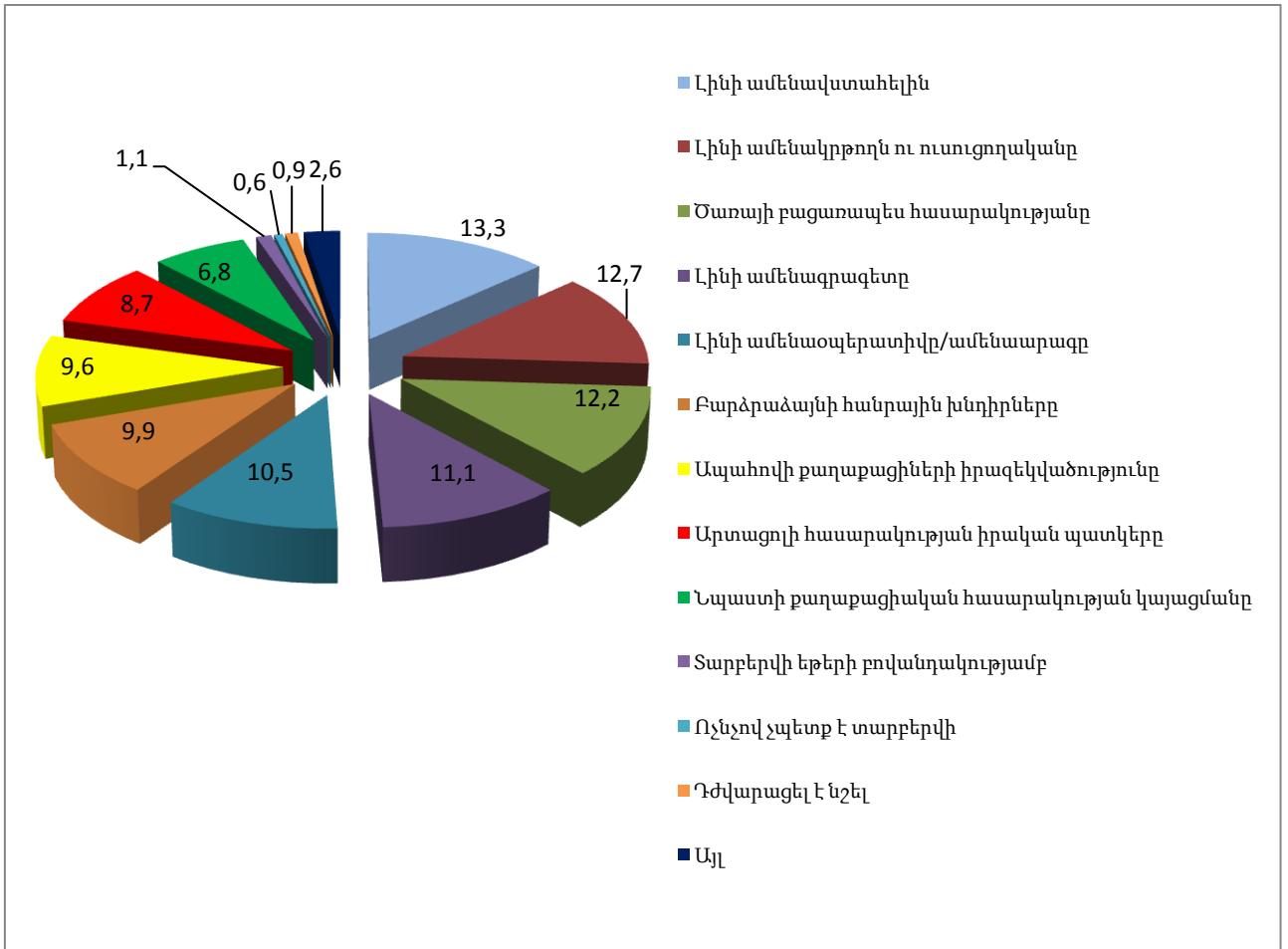
Նկար 3. Առավել հետաքրքիր հեռուստաալիք (2017թ.)



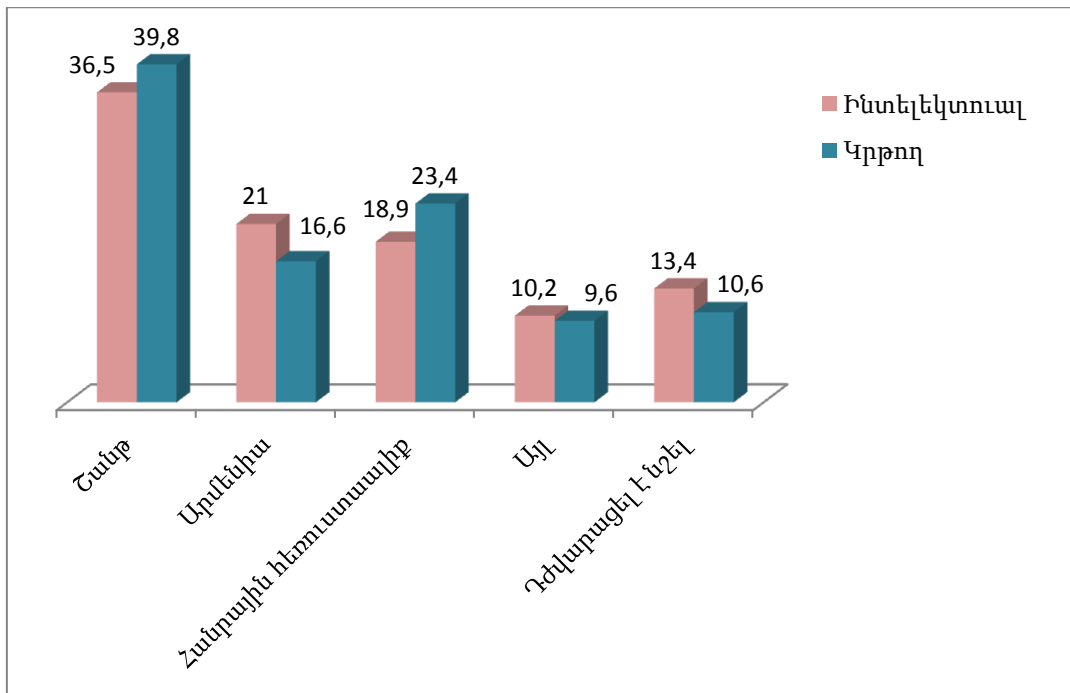
Հանրային հեռուստաընկերության ընկալման առանձնահատկությունների ուսումնասիրման համար կարևոր է հասկանալ հասարակության պատկերացումները Հանրային հեռուստաընկերության տարբերակիչ հատկանիշների վերաբերյալ: Գծապատկեր 7-ում կարող ենք տեսնել այն հիմնական և կարևոր տարբերակիչները, որոնք, հարցման մասնակիցների կարծիքով, Հանրային

հեռուստաընկերությունը պետք է առանձնացնեն այլ հեռուստաընկերություններից: Հարցին, թե ինչով պետք է Հանրային հեռուստատեսությունը տարբերվի այլ հեռուստաընկերություններից ամենահաճախ տրված պատասխանը «լինի ամենավստահելին» տարբերակն է, որը կազմում է պատասխանների 13.3%-ը: Այնուհետև, կարող ենք տեսնել, որ հասարակությունը Հանրային հեռուստաընկերությունն ընկալում է կրթող և ուսուցանող գործառույթ կատարող հեռուստաընկերություն. այսպես կարծում է հարցման մասնակիցների 12.7%-ը: Ըստ էության, տրամադրվող տեղեկատվության օբյեկտիվությունից հետո երկրորդ կարևոր տարբերակիչ հատկանիշ հանրության շրջանում ընկալվում է Հանրային հեռուստաալիքի կրթող գործառույթը. դիտարկելով 2015 թ.-ին իրականացված հետազոտության տվյալները, կարող ենք տեսնել, որ Հանրային հեռուստաալիքն այս առումով զիջում էր Արմենիա և Շանթ հեռուստաընկերություններին (*Գծապատկեր 9*), սակայն 2017թ.-ից սկսած նկատելի են Հանրային հեռուստաալիքի՝ որպես կրթող և ինտելեկտուալ հեռուստաալիքի ընկալման փոփոխություններ: Հասարակության կողմից Հանրային հեռուստատեսությունը սկսել է ընկալվել իբրև առավել ուսուցողական հեռուստաալիք, ավելին՝ այն դարձել է վերջինիս բնութագրող հիմնական չափանիշներից մեկը: Սրա մասին են վկայում ֆոկուս խմբային քննարկումների արդյունքները. այն հարցի շուրջ, թե որ հեռուստաալիքներն են համարում ավելի կրթող և ուսուցանող, քննարկումների մասնակիցները նշում են հիմնականում երեք հեռուստաալիք՝ Առաջին ալիք, Արմենիա և Շանթ: Եթե վերջին երկուսի դեպքում առանձնացվում են հստակ հաղորդումներ, ապա Հանրային հեռուստաալիքի պարագայում նշվում է հեռուստաալիքն ընդհանուր առմամբ: Մի կողմից սա խոսում է այն մասին, որ մարդկանց ընկալումներում Հանրային հեռուստատեսությունը համարվում է գրագետ ու կրթող, սակայն, մյուս կողմից մարդիկ դժվարանում են առանձնացնել որևէ հստակ հաղորդում, որի հիման վրա կառուցվել են նրանց պատկերացումները:

Գծապատկեր 7. Առանձնահատկություններ, որոնք Հանրային հեռուստարձնկերությունը պետք է ունենա՝ այլ հեռուստարձնկերությունների համեմատ (%) (2018թ.)



Գծապատկեր 8. Ինտելեկտուալ և կրթող հեռուստաալիքներ՝ ըստ հարցվողների (%) (2015 թ.)



### Հանրային հեռուստաընկերության հաղորդավարների վերաբերյալ ընկալումներ

Հանրային հեռուստաընկերության ընկալման առանձնահատկությունների ուսումնասիրման մի մաս է հանդիսանում Առաջին ալիքի հաղորդավարների կերպարների ընկալումները, որոնց դուրսբերման համար հարցման ընթացքում անդրադարձ է կատարվել Հանրային հեռուստատեսության հաղորդավարներին: «Ինչպիսի՞ն պետք է լինի Հանրային հեռուստատեսության հաղորդավարը» հարցին տրված պատասխանները հիմնականում ուղղված են՝

- ✓ հաղորդավարների խոսքին,
- ✓ հաղորդավարների արտաքին տեսքին,
- ✓ հաղորդավարների հաղորդման ոճին, մասնագիտական որակներին:

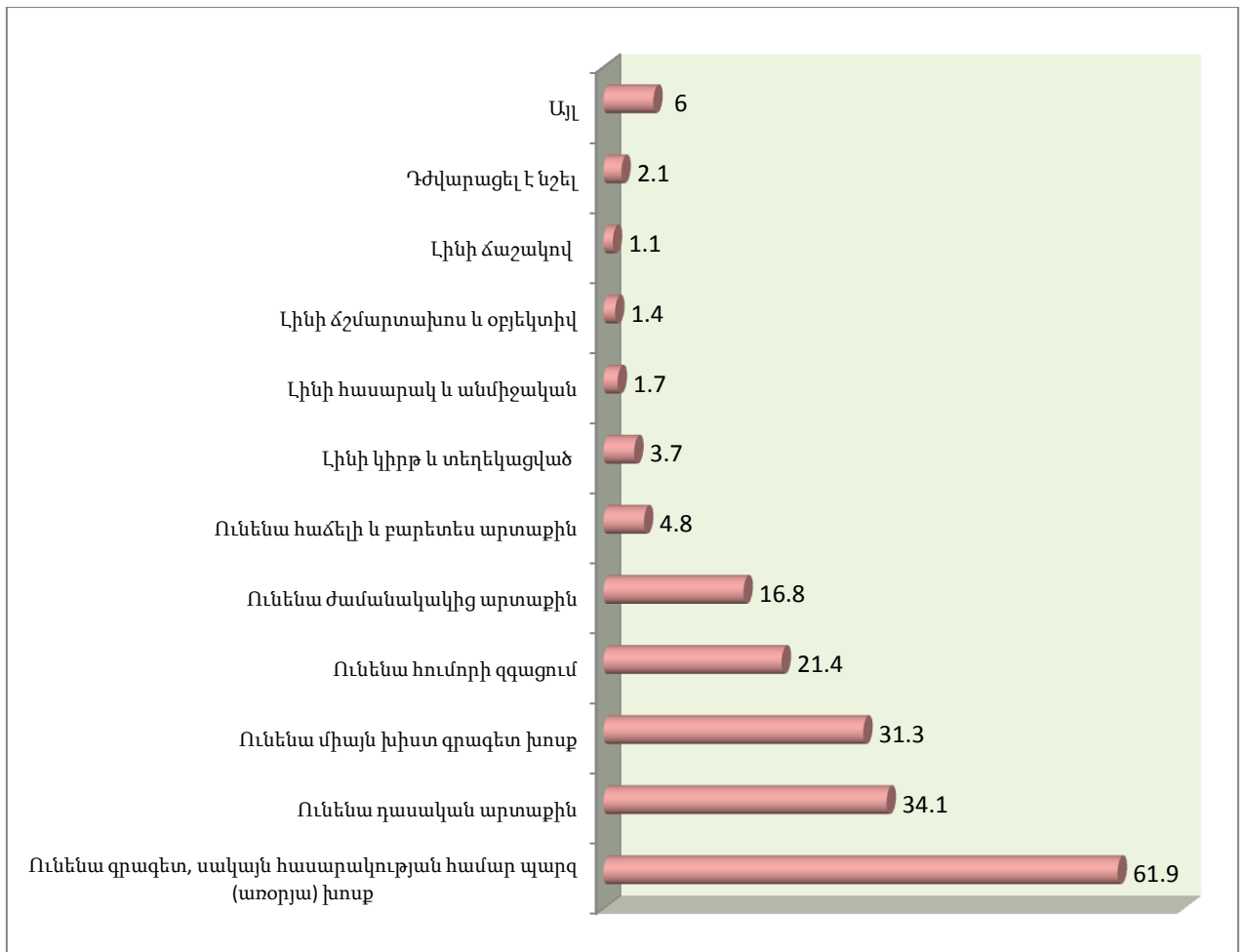
Հարցման արդյունքները ցույց են տալիս, որ հարցվողների 61.9%-ը կարծում է, որ Հանրային հեռուստատեսության հաղորդավարը պետք է խոսի գրագետ, սակայն հասարակության համար հասանելի և հասկանալի լեզվով, իսկ 31.3%-ը նշում է, որ Հանրային հեռուստատեսության հաղորդավարը պետք է ունենա խիստ գրագետ



խոսք: Արտաքինի վերաբերյալ հնչել են այնպիսի պատասխաններ, ինչպիսիք են «ունենա դասական արտաքին» (34.1%), «ունենա ժամանակակից արտաքին» (16.8%), «ունենա հաճելի ու բարետես արտաքին» (4.8%): Հարցվածների 21.4%-ը կարևորել են Հանրային հեռուստատեսության հաղորդավարի հումորի զգացումը, իսկ 3.7%-ը՝ կրթվածությունն ու տեղեկացվածությունը հաղորդման/թեմայի վերաբերյալ:

2017թ.-ին իրականացված ֆոկուս խմբային քննարկումների արդյունքները ցույց են տալիս, որ Հանրային հեռուստարձնկերության հաղորդավարները հասարակությունից «օտարված» են ընկալվում, ինչը հիմնականում պայմանավորված է հաղորդավարների՝ հաղորդումը վարելու ոճով և խիստ գրագետ խոսքով: Թերևս սա է պատճառը, որ Հանրային հեռուստարձնկերության հաղորդավարների մասին խոսելիս հարցվողների զգալի մասը շեշտադրում է խոսքը, որը պետք է լինի գրագետ, սակայն հասարակության համար հասկանալի:

**Գծապատկեր 9. Առանձնահատկություններ, որոնք պետք է ունենա Հանրային հեռուստարձնկերության հաղորդավարը (%) (2018թ.)**



## Եզրակացություններ և առաջարկներ

«Հասարակության կողմից Հանրային հեռուստաընկերության ընկալման փոփոխությունների ուսումնասիրություն» հետազոտության արդյունքների վերլուծությունը թույլ է տալիս կատարել հետևյալ եզրակացությունները՝

- Հանրային հեռուստաընկերությունը հասարակության կողմից ընկալվում է իբրև մի հեռուստաընկերություն, որը պետք է ծառայի հանրային շահերին՝ բարձրաձայնելով վերջինիս խնդիրներն և տրամադրելով օբյեկտիվ տեղեկատվություն: Մինևույն ժամանակ, վերջին երեք տարիների ընթացքում իրականացված հետազոտությունները ցույց են տալիս, որ Հանրային հեռուստաալիքի նկատմամբ վստահության մակարդակը ցածր է, ավելին՝ գնալով ավելի է նվազում:
- Վերջին տարիների ընթացքում իրականացված հետազոտությունների արդյունքները ցույց են տալիս, որ հասարակության շրջանում հեռուստաալիքների նկատմամբ վստահության ձևավորման հիմք են հանդիսանում լրատվական հաղորդումները: Սրանով է պայմանավորված Հանրային հեռուստաալիքի նկատմամբ վստահության ցածր մակարդակը. հասարակության շրջանում կա անվստահություն Հանրային հեռուստաալիքի լրատվական հաղորդումների նկատմամբ, որը պրոյեկտվում է ընդհանուր հեռուստաալիքի վրա և արդյունքում վերջինս ընկալվում է իբրև անվստահելի և սուբյեկտիվ հեռուստաընկերություն: Այս տեսանկյունից նպատակահարմար կլինի իրականացնել ռազմավարական քայլեր լրատվական հաղորդումների նկատմամբ վստահության ձևավորման համար, որն էլ իր հերթին կնպաստի ընդհանուր Հանրային հեռուստաալիքի նկատմամբ վստահության բարձրացմանը: Լրատվական հաղորդումներից զատ նպատակահարմար է առավել հաճախակի շեշտադրել հանրային խնդիրների բարձրաձայնումը, ինչը ոչ միայն հանրության համար կլինի օգտակար, այլև կարող է նպաստել

Հանրային հեռուստաընկերության նկատմամբ վստահության բարձրացմանը:

- Անդրադառնալով Հանրային հեռուստաընկերությանն՝ որպես ժամանցային հեռուստաալիք՝ կարող ենք նկատել, որ հասարակության շրջանում այն չի ընկալվում իբրև հետաքրքիր և ժամանցային հեռուստաալիք, ինչը հիմնականում պայմանավորված է այն ընկալմամբ, որ Հանրային հեռուստատեսությունը հին է և նախատեսված է մեծահասակների համար: Ընկալվելով որպես մշակութային և կրթող հեռուստաալիք՝ Հանրային հեռուստաընկերությունը, միևնույն ժամանակ, համարվում է ձանձրալի հատկապես երիտասարդների համար: Հանրային հեռուստաալիքն առավել կշահի, եթե իր եթերացանկում մեծացնի մանկապատանեկան և երիտասարդական հաղորդումների քանակը:
- Հասարակության պատկերացումներում Հանրային հեռուստատեսության հաղորդավարների կերպարի համար կարևոր են խոսքը, արտաքին տեսքը, հաղորդման ոճն ու մասնագիտական հմտությունները: Ընդ որում, շեշտադրումը մասնավորապես արվում է խոսքի վրա. հարցվածների մեծամասնության կարծիքով Հանրային հեռուստաալիքի հաղորդավարը պետք է ունենա գրագետ, սակայն հասարակության համար պարզ խոսք: Սա, թերևս, կապված է Հանրային հեռուստաալիքի հաղորդավարի՝ «օտարված» կերպարի ընկալման հետ. հասարակության շրջանում Հանրային հեռուստաալիքի հաղորդավարներն ընկալվում են իբրև կիրթ, սակայն հասարակությունից «օտարված» արդյունքում դառնալով ոչ գրավիչ հանրության համար: Հաշվի առնելով այս հանգամանքը, պետք է նշել, որ Հանրային հեռուստաընկերությունն առավել կշահի, եթե հաղորդավարներն իրենց խոսքը ձևակերպեն հանրության առօրյա խոսքին առավել մոտ լեզվով՝ պահպանելով խոսքի գրագիտությունը: Միևնույն ժամանակ, Հանրային հեռուստաընկերության հաղորդավարի կերպարը կշահի, եթե հաղորդման ոճի մեջ ևս կատարվեն

փոփոխություններ՝ այն դարձնելով առավել անմիջական և քիչ պաշտոնական: Սա հանրության մոտ կձևավորի վստահություն և համակրանք Հանրային հեռուստատեսության հաղորդավարների նկատմամբ:

- Իրականացված հետազոտությունների արդյունքները ցույց են տալիս, որ նախորդ տարիների հետ համեմատած՝ վերջին տարիներին Հանրային հեռուստաալիքն ավելի շատ է ընկալվում իբրև կրթող և ուսուցանող հեռուստաալիք, որը պայմանավորված չէ հստակ որևէ հաղորդմամբ/հաղորդումներով, այլ ընդհանուր հեռուստաալիքն ունի նման ընկալում հասարակության շրջանում: Հանրային հեռուստատեսությունն առավել կշահի, եթե եթերացանկում ավելացնի ուսուցողական և, միննույն ժամանակ հասարակության կողմից հիշվող ու հետաքրքիր հաղորդումների քանակը՝ հանրության մոտ ամրապնդելով Հանրայինի՝ իբրև կրթող և ինտելեկտուալ հեռուստաալիքի ընկալումը: