



ՖԵՅՍԲՈՒԿԸ

ՆԱԽԸՆՏՐԱԿԱՆ
ՀԱՐԹԱԿ
ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ

Էլեկտրոնային տեղեկագիր N 2, 2013

Ֆեյսբուք սոցիալական ցանցում 2013 թ.
ՀՀ նախագահական ընտրությունների լուսաբանման
այս ուսումնասիրությունն իրականացվում է
«Ռեզիոն» հետազոտական կենտրոնի
ծրագրով եւ Բաց հասարակության
հիմնադրամներ-Հայաստան կազմակերպության
ֆինանսական աջակցությամբ:

Դիտարկման գաղափարը,
մեթոդաբանությունը եւ արդյունքների վերլուծությունը՝
Ռեզիոն կենտրոնի տնօրեն՝ **Լատրա Բաղդասարյանի**

Դիտարկման խումբը՝ **Սոնա Քյուրքյան, Անժելա Չոբանյան,
Սոսի Խանիկյան, Լենա Նազարյան, Վահե Սարուխանյան**

Դիտարկման արդյունքների տեխնիկական մշակումը,
հաշվարկը, աղյուսակներն ու գրաֆիկները՝ **Շողիկ Ստեփանյանի**

Սույն էլեկտրոնային տեղեկագրում տեղ գտած տեսակետների և վերլուծությունների հեղինակը Ռեգիոն հետազոտական կենտրոնն է, բովանդակության համար միայն այդ կազմակերպությունն է պատասխանատու: Դրանք արտահայտում են հեղինակների կարծիքը և հաստատված չեն Բաց հասարակության հիմնադրամներ - Հայաստանի կամ նրա խորհրդի կողմից, հետևաբար չեն ներկայացնում Բաց հասարակության հիմնադրամներ - Հայաստանի դիրքորոշումներն ու տեսակետները:

Սույն էլեկտրոնային տեղեկագրի բովանդակությունը կարող է չհամընկնել Բաց հասարակության հիմնադրամներ - Հայաստանի տեսակետներին:

Սույն էլեկտրոնային տեղեկագրի թողարկումը հնարավոր է դարձել Բաց հասարակության հիմնադրամներ - Հայաստանի ամբողջական ֆինանսական օժանդակության շնորհիվ՝ ՋԼՄ-ների աջակցման ծրագրի շրջանակներում, դրամաշնորհ N18166:

Ռեգիոն հետազոտական
կենտրոնն ինտերնետում
www.regioncenter.info
www.publicdialogues.info
<http://facebook.com/RegionCenter>



 Բաց Հասարակության Հիմնադրամներ - Հայաստան



Ֆեյսբուքը ՀՀ նախագահական ընտրություններում. պաշտոնական քարոզարշավ, լրության եւ քվեարկության օրեր

Հունվարի 21-փետրվարի 18-ը նախագահական ընտրությունները Ֆեյսբուքում մեր ուսումնասիրության երկրորդ փուլն էր, որը ներառում էր պաշտոնական քարոզչությունը (հունվարի 21 –փետրվարի 16), լրության (փետրվարի 17) եւ քվեարկության (փետրվարի 18) օրերը:

Այս ընթացքում մենք նպատակ ունեինք պարզելու ֆեյսբուքում ընտրական գործընթացի պատկերը՝ ձեւավորող երեք ֆիգուրանտների՝ նախագահի թեկնածուների, լրատվամիջոցների եւ այսպես կոչված հայաստանյան ֆեյսբուքյան հանրության վարքը, ակտիվությունները, ձեւավորվող ընդհանուր դիսկուրսը:

- Ինտերնետի՝ նշ գործիքներ են օգտագործել նախագահի թեկնածուները պաշտոնական քարոզչության ընթացքում,
- Ինչպե՞ս եւ որքա՞ն ակտիվ են նրանք կիրառել Ֆեյսբուք սոցիալական ցանցը քարոզչության փուլում եւ քվեարկության օրը,
- Ինչպե՞ս են լուսաբանել Ֆեյսբուքում քարոզարշակական փուլը եւ քվեարկության օրը՝ ռեյտինգային հայաստանյան լրատվամիջոցները,
- Ի՞նչ է լրության օրը ֆեյսբուքի հայաստանյան սեզմենտի համար,
- Ինչպե՞ս լուսաբանվեց քվեարկության օրը թեկնածուների, դիտարկվող լրատվամիջոցների եւ հայաստանցի օգտատերերի էջերում:

Այս հարցերը պարզելու համար նշված ժամանակահատվածում մեր ուսումնասիրությունը ծավալեցինք հետեւյալ ուղղություններով:

Թեկնածուների ֆեյսբուքյան էջերը.

Դիտարկվել են՝

Բաֆֆի Հովհաննիսյանի, Հրանտ Բագրատյանի, Պարույր Հայրիկյանի, Արման Մելիքյանի, Անդրիաս Ղուկասյանի եւ Արամ Հարությունյանի, ինչպես նաեւ ՀՀԿ անդամներ Ա.Աշոտյանի եւ Կ. Ավագյանի (որպես Ս.Սարգսյանի գիծը տանող օգտատերերի) էջերը:

Լրատվամիջոցների էջերը.

Դիտարկվել են՝

Ֆեյսբուքում բարձր ռեյտինգներ ունեցող 5 լրատվամիջոցների՝ (1in.am, News.am, Tert.am, Lragir, am, Zham.am) էջերը:

Ֆեյսբուքյան հանրության էջերը.

Ֆեյսբուքում մի շարք ակտիվ, տարբեր քաղաքական ուժերին համակրող օգտատերերի էջերը, նաեւ՝ «Ֆեյսբուքյան ակտիվիստներ» էջը:

Քարոզարշավի ինտերնետ գործիքավորումը

Նախագահի 8 թեկնածուներն իրենց պաշտոնական քարոզարշավն սկսեցին ինտերնետ գործիքների տարբեր տեսականիով:

Նրանցից 4-ը՝ Ս.Սարգսյանը, Բ.Հովհաննիսյանը, Հ. Բագրատյանը եւ Պ. Հայրիկյանը փետրվարի 21-ից սկսեցին գործարկել հատուկ ընտրությունների համար ստեղծված իրենց կայքերը (<http://www.serzhsargsyan.am/>, www.raffi4president.am, <http://bagratyanpresident.am>, www.Hayrikyan.com):

Բոլոր թեկնածուները, բացի Ս.Սարգսյանից, ներկայացված էին Ֆեյսբուքում: Ինչպես հաղորդել էին թեկնածուի շտաբի ներկայացուցիչները ՋԼՄ-ներին, եւ հաստատեցին մեզ հետ հեռախոսազրույցում, Ս. Սարգսյանին Ֆեյսբուքում ներկայացնելու խնդիրը լուծելու են կուսակցության երիտասարդ անդամները:

Պ.Հայրիկյանն ու Բ. Հովհաննիսյանը, չնայած, որ նախքան քարոզարշավն արդեն Ֆեյսբուքի օգտատերեր էին, հատուկ դրա համար բացեցին նոր էջեր (<http://www.facebook.com/hayrikyanparuyr>, <http://www.facebook.com/Raffi.K.Hovannisian>):

Մյուս 5 թեկնածուները շարունակեցին քարոզարշավի ժամանակ էլ օգտագործել մինչ այդ գործող իրենց էջերը.

Դրանք են՝

Հրանտ Բագրատյանը (<http://www.facebook.com/hrant.bagratyan?ref=ts&fref=ts>), Վարդան Սեդրակյանը, որն ուներ երկու էջ (<http://www.facebook.com/SedrakyanVardan?fref=ts>, եւ [Vardan Sedrakyan](http://www.facebook.com/VardanSedrakyan) խումբ <http://www.facebook.com/groups/308742132551382/?ref=ts&fref=ts>,

Անդրիաս Ղուկասյանը («Ընտրություններ 2013. Ծրագիր ՀՀ Նախագահի համար» <http://www.facebook.com/andrias.2013?ref=ts&fref=ts>),

Արամ Հարությունյանը

(<http://www.facebook.com/profile.php?id=100005022541378>):

Թեկնածու Արման Մելիքյանը քարոզարշավն սկսեց ֆեյսբուքյան երեք էջերով: Դրանք են նախքան քարոզարշավը գործող նրա էջը

(<http://www.facebook.com/arman.melikyan.33?ref=ts&fref=ts>), ինչպես նաեւ հատուկ քարոզարշավի համար բացված խմբի

<https://www.facebook.com/groups/395336770548625/?fref=ts> եւ [արտասահմանում բնակվող ՀՀ քաղաքացիների համար բացված էջերը](https://www.facebook.com/pages/Presidentialelection2013) (<https://www.facebook.com/pages/Presidentialelection2013>):

Հրանտ Բագրատյանն օգտվում էր նաեւ Google+ -ի էջից, եւ այստեղ նա տեղադրում էր իր ֆեյսբուքյան էջի որոշ կոնտենտներ:

Youtube-ի ծառայություններից ակտիվորեն օգտվում էին Ս.Սարգսյանի, Հ. Բագրատյանի, Բ. Հովհաննիսյանի, Ա.Ղուկասյանի թիմերը, որոնք թեկնածուների ինտերնետային կայքերում եւ Ֆեյսբուքյան էջերում տեղադրում էին սեփական արտադրության տեսանյութեր:

Բ.Հովհաննիսյանի շտաբի ներկայացուցիչների հաղորդմամբ հանրապետության տարբեր վայրերում թեկնածուի գովազդային պաստառները համալրված է եղել այսպես կոչված QR կոդով (անգլ. *quick response* - *արագ արձագանք, մատրիցային շտրիխ կոդ*), որոնց շնորհիվ հնարավոր է բջջային հեռախոսներով ցանկացած վայրից մուտք գործել թեկնածուի կայք եւ ծանոթանալ վերջին տեղեկությունների հետ:

Բացի այս ամենից Ժառանգություն կուսակցությունը տարածում էր քարոզարշավի հետ կապված տեղեկատվությունը նաեւ mailing-list-երով:

Քարոզարշավը նախագահի թեկնածուների, ԶԼՄ-ների եւ ֆեյսբուքյան ակտիվ օգտատերերի էջերում

Անհետաքրքիր քարոզարշավի սցենարը, ինչի մասին շատերն էին խոսում մինչ այդ, ըստ էության տապալվեց: Քարոզչության 26 օրերի ընթացքում մեկը մյուսին հաջորդեցին աննախադեպ իրադարձություններ. Անդրիաս Ղուկասյանը քարոզչության առաջին օրվանից սկսեց հացադուլ, որը շարունակեց մինչեւ քվեարկության նախնական արդյունքների հայտարարումը (փետրվարի 19):

Որպես նրա այդ քայլի, այլ ոչ թե նրա ծրագրի նկատմամբ համերաշխության նշան, եռօրյա հացադուլ իր տանը իրականացրեց թեկնածու Պարույր Հայրիկյանը:

Արման Մելիքյանը քարոզարշավի առաջին իսկ օրը հայտարարեց այն մասին, որ կասեցնում է իր քարոզարշավը դրա դասական իմաստով եւ զբաղվելու է միայն ընտրությունների իրավական հարցերով, այն է՝ թե որքան օրինական կարող է լինել նախագահի ընտրությունը, եթե ճիշտ չի ներկայացվում ՀՀ ընտրողների իրական քանակը: Ըստ Ա. Մելիքյանի, արտասահմանում բնակվում են մեծ թվով ՀՀ քաղաքացիներ, որոնք չեն

մասնակցում ընտրություններին, սակայն նրանց ազգանունները կան ցուցակներում եւ օգտագործվում են իշխանությունների կողմից ընտրակեղծիքների համար: Ֆեյսբուքում նա ստեղծեց հատուկ էջ (<https://www.facebook.com/pages/Presidentialelection2013>) հենց այդ քաղաքացիների համար, եւ կոչ արեց փետրվարի 18-ին Հայաստանից բացակայող ՀՀ քաղաքացի ընտրողներին այցելել այդ էջը եւ նշել ընտրություններին չմասնակցելու մասին: «Այդպիսով օժանդակելով՝ արդար եւ իրավաչափ ընտրությունների կայացմանը, կանխելով սեփական ձայների հնարավոր կեղծումը»: Հետագայում, քվեարկության օրվա ընթացքում Ա. Մելիքյանը հայտարարեց, որ այդ քաղաքացիների քանակը մեկ միլիոնից ավելի է: Սակայն Ա. Մելիքյանի՝ նրանց համար բացած էջը համախմբեց ընդամենը 24 հավանողների:

Բոլոր թեկնածուներին ուղղված Արամ Հարությունյանի կոչը ընտրություններից 10 օր առաջ միասնաբար ինքնաբացարկ հայտարարել եւ միայնակ թողնել գործող նախագահին քվեաթերթիկում եւ խանգարել նրա վերընտրման լեգիտիմացմանը, այդպես էլ մյուսների կողմից արձագանք չստացավ: Նա փետրվարի 7-ին մեկ օր ԿԸՀ-ի շենքի մոտ հացադուլ արեց, իսկ հաջորդ օրը ներկայացրեց դիմում իր ինքնաբացարկի մասին:

Քարոզարշավի վերջին օրը (փետրվարի 16) Ա.Հարությունյանն իր ֆեյսբուքյան էջում դիմեց բոլոր ոչ իշխանական թեկնածուներին. «Տղաներ դուք ուշացել եք, դուք կմնաք քվեաթերթիկների վրա» (<http://www.facebook.com/profile.php?id=100005022541378>):

Հունվարի 31-ի կեսգիշերին մոտ կրակեցին թեկնածու Պարույր Հայրիկյանի վրա: Այս մահափորձը որոշ ժամանակով լրջացրեց քարոզարշավի մթնոլորտը: Հնարավոր էր Հայաստանի ընտրական գործընթացների պատմության մեջ առաջին անգամ Սահմանադրության 52-րդ հոդվածի կիրառումը, որի համաձայն թեկնածուներից մեկի համար ստեղծված անհաղթահարելի խոչընդոտների դեպքում նա կարող է դիմել ՍԴ ընտրությունները երկու շաբաթով հետաձգելու խնդրանքով:

Ի նշան Հայրիկյանի հետ համերաշխության թեկնածուներից մի քանիսը, այդ թվում նաեւ՝ Ս.Սարգսյանը, մեկ օրով դադարեցրին իրենց քարոզարշավները: Հայրիկյանի որպիսության մասին առաջինը Ֆեյսբուքում գրեց Հ. Բագրատյանը (սկզբում՝ այդ մասին տեղեկատվություն, հաջորդ օրը՝ որ գնացել է հիվանդանոց, անձամբ տեսել է Հայրիկյանին, եւ որ նրա վիճակը բավարար է, կյանքին ոչինչ չի սպառնում):

Փետրվարի 10-ին, հակառակ իր նախկին պնդումների, ընտրությունները երկու շաբաթով հետաձգելու դիմում ՍԴ ներկայացրեց Պ. Հայրիկյանը, հաջորդ օրը նա ետ վերցրեց դիմումը: Մնացած 7 օրերի ընթացքում քարոզարշավը շարունակեց ընթանալ իր նախկին հունով ու աննախադեպ ակտիվ ֆեյսբուքյան արձագանքներով:

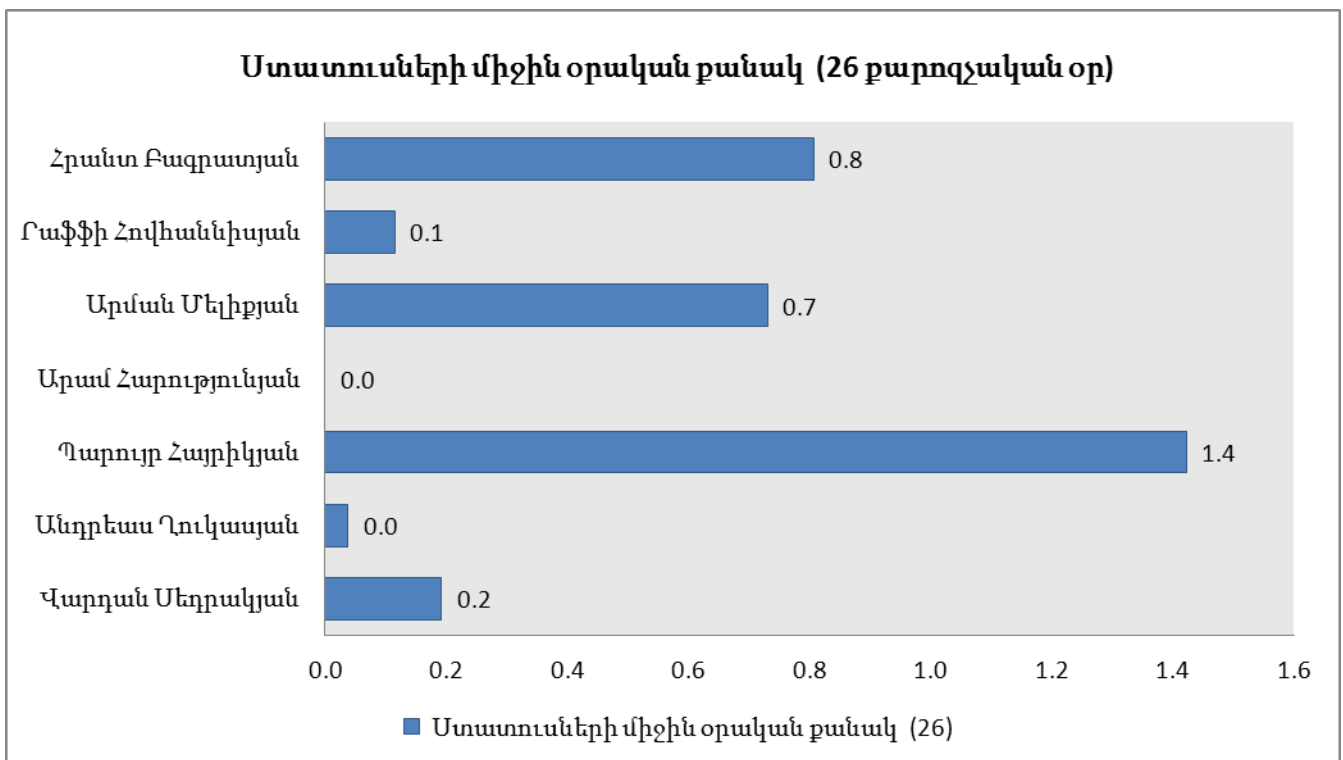
Թեկնածուների քարոզարշավը Ֆեյսբուքում. ակտիվություններ ու ինտերակտիվություն

Փետրվարի 21-ին պաշտոնապես մեկնարկեց թեկնածուների քարոզարշավը:

26 օրերի ընթացքում Ֆեյսբուքում նրանց լսարաններն աճեցին տարբեր տեմպերով՝ (տես Հավելված 1, Աղյուսակ 1), նրանք ծավալեցին տարբեր բնույթի ակտիվություններ:

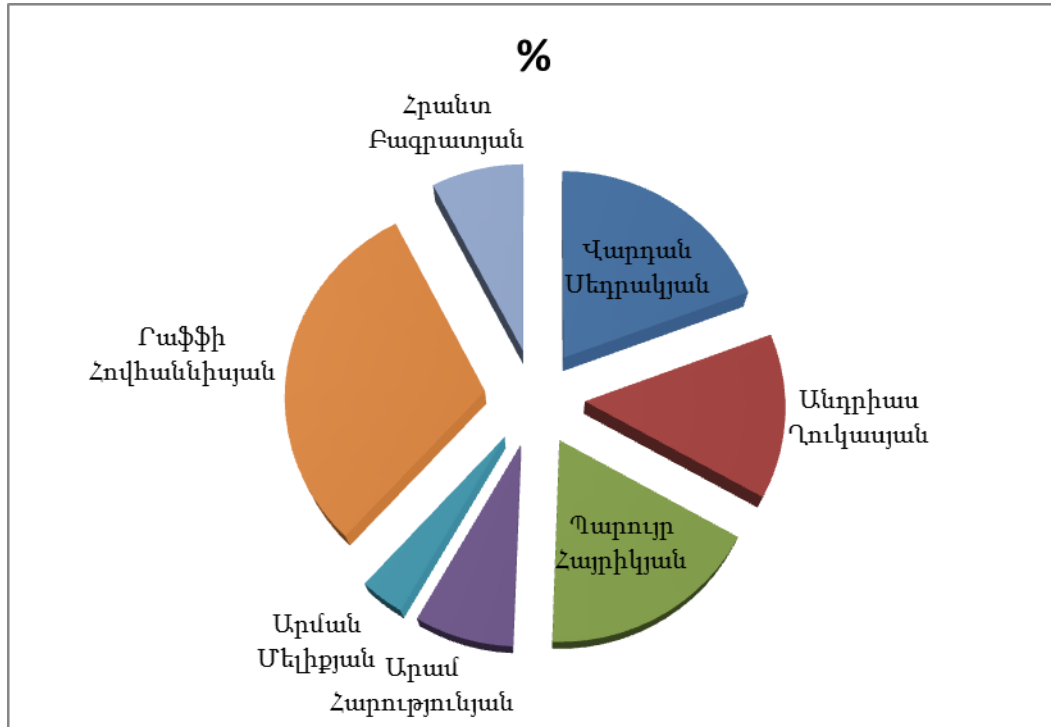
Եթե Արամ Հարությունյանը եւ Վարդան Սեդրակյանն իրենց էջերում տեղադրում էին հիմնականում իրենց մասին ՁԼՄ-ների պատրաստած նյութերը, ապա Պարույր Հայրիկյանը, Հրանտ Բագրատյանն ու Արման Մելիքյանն առանձնացան ինքնուրույն բովանդակություն ունեցող սեփական ստատուսներ գրելով:

Իրենց ֆեյսբուքյան էջերում տեղադրված կոնտենտների քանակով մյուսներից ավելի քիչ ցուցանիշներ ունեցան Վարդան Սեդրակյանն ու Արամ Հարությունյանը (տես՝ նաև Հավելված 1, Աղյուսակ 2):



Թեկնածուների էջերում տեղադրված կոնտենտների շուրջ ծավալված քննարկումների ինտենսիվության, այդ քննարկումներին թեկնածուների մասնակցության տեսանկյունից ձեւավորվեց մեկ այլ հերթականություն:

Թեկնածուների էջերում օգտատերերի կողմից քննարկված նյութերի քանակ (%) (հունվարի 21- փետրվարի 16)



Բազմաբնակչայինի էջը գլխավորապես բաղկացած էր նրա քարոզարշավի մասին պատմող նյութերից: Նրա էջը վարում էին ընտրական շտաբի ներկայացուցիչները: Բ.Հովհաննիսյանը ոչ մի անգամ անձամբ չի մասնակցել իր էջում ընթացող քննարկումներին: Սակայն մյուս թեկնածուների էջերի համեմատ, նրա էջում ամենից շատ թվով նյութեր են եղել, որոնց անդրադարձել են օգտատերերը քոմենտների տեսքով՝ քննարկվել են (տես նաև՝ Հավելված 1, Աղյուսակ 2) :

Շոշափելիորեն պակաս էր ինտերակտիվությունը թեկնածուների բացառ խմբերում: Վարդան Մեղրակյանի խմբում առհասարակ չենք գրանցել որեւէ ընտրական նյութի առիթով ծավալված քննարկման դեպք: Բավական քիչ է եղել Արման Մելիքյանի խմբում ծավալված քննարկումների քանակը (տես՝ Հավելված 1, Աղյուսակ 3):

Նշենք սակայն, որ այս հանգամանքը վերջին մեկ տարվա ընթացքում բնորոշ է ֆեյսբուքյան գրեթե բոլոր խմբերին: Դրանք իրենց քննարկումներով զգալիորեն զիջում են անգամ առանձին ակտիվ օգտատերերի էջերում ծավալվող քննարկումների ինտենսիվությանը: Խմբերը գլխավորապես գործում են որպես տեղեկատվության շրջանառման, այլ ոչ թե քննարկումների հարթակ:

Ընտրողների հետ հանդիպումների գնացող թեկնածուները՝ Բ.Հովհաննիսյան, Պ.Հայրիկյան, Հ.Բագրատյան իրենց էջերում հաղորդում էին նաև առաջիկա հանդիպումների գրաֆիկը՝ վայրը, ժամը:

Պ.Հայրիկյանի ֆեյսբուքյան ռեյտինգները մահափորձից առաջ եւ հետո

Քարոզարշավի ընթացքում շատ էր խոսվում այն մասին, որ մահափորձը բարձրացրեց Պ. Հայրիկյանի ռեյտինգը, քանի որ նրա մասին գրում ու խոսում էին անընդհատ փետրվարի առաջին 11 օրերի ընթացքում: Ֆեյսբուքում իսկապես Պ.Հայրիկյանի մասին տեղեկատվությունը ինտենսիվ էր շրջանառվում, սակայն այդ տեղեկատվությունն ու քննարկումները ծավալվում էին նրա՝ ընտրությունները չհետաձգելու, հետո՝ հետաձգելու, հետո իր առաջին որոշմանը վերադառնալու առիթով եւ այլն: Ընդ որում՝ գլխավորապես ոչ թե նրա, այլ օգտատերերի էջերում:

Մեր դիտարկումները ցույց են տալիս, որ Հայրիկյանի դեմ մահափորձը շեշտակի չավելացրեց նրա էջը հավանողների քանակը, թեկուզ ի նշան նրան՝ որպես մահափորձից տուժողին, համերաշխության:

Ինքը՝ Պ. Հայրիկյանն իր էջում այս մասին գրեց. «Ասում են ամենաշատը Հայրիկյանն է երեւացել հեռուստատեսությամբ, բայց մոռանում են, որ ես իմ մտքերը չեմ տարածել, այլ երեւացել եմ որպես ահաբեկչության ենթարկված մարդ» (11.02):

Հայրիկեան Նախագահ - Hayrikyan for President
(<http://www.facebook.com/hayrikyanparuyr?fref=ts>) ցուցանիշները մահափորձից առաջ (հունվարի 21-31) եւ հետո (փետրվարի 1-16)

Թեկնածու	Ամիս/ Ամսաթիվ	Նյութերի քանակ	Այդ թվում՝ օգտատերերի կողմից քննարկված նյութերի քանակ	%	Սեփական ստատուսնե րի քանակ	Նյութերի միջին օրական քանակ
Պարույր Հայրիկյան	21-31.01.13	48	25	52 %	21	4.4
	01 -16.02.13	62	32	52 %	16	3.6

Թեկնածու	Էջը հավանողների (Fans) քանակ	
Պարույր Հայրիկյան	21.01.13 1903	31.01.13 2358
	01.02.13 2803	16.02.13 4035

Ինչի՞ մասին են եղել թեկնածուների նյութերը

Քարոզարշավի ընթացքում թեկնածուների էջերում բարձրացված 86 տարբեր խնդիրները վերաբերել են 8 թեմաների՝ ընտրական գործընթաց, ներքաղաքական իրավիճակ եւ ազատություններ, արտաքին քաղաքական հարաբերություններ, անվտանգություն/բանակ/Ղարաբաղ, տնտեսական վիճակ, սոցիալական պաշտպանվածություն/առողջապահություն, բնապահպանություն, կրթություն/մշակույթ: Ակներեւ էր, որ բոլոր թեկնածուներն անխտիր գլխավորապես անդրադարձել են ընտրական գործընթացների ծավալման առանձնահատկություններին (ձեւին), քան այն խնդիրներին, որ նրանք առաջ են քաշել իրենց ծրագրերում եւ որոնցով նրանք հանդես էին գալիս ընտրողների հետ հանդիպումների ժամանակ (տես՝ Հավելված 1, Գրաֆիկ. Թեկնածուների էջերում բարձրացված թեմաներ, ինչպես նաեւ՝ Աղյուսակներ 4,5,6,7,8,9,10,11) :

Մա, իհարկե, պայմանավորված էր քարոզարշավի՝ բոլորի համար անսպասելի մի շարք աննախադեպ ու սկանդալային իրադարձություններով:

Ընդհանուր առմամբ, Հրանտ Բագրատյանը եւ Պարույր Հայրիկյանն իրենց էջերում ներկայացրել են իրենց ծրագրերը: Հ.Բագրատյանը եւ Պ. Հայրիկյանը հավելյալ նաեւ սեփական ստատուսներով են անդրադարձել իրենց ծրագրերի հիմնադրույթներին:

Խաչաձեւ մեսիջներ Ֆեյսբուքի միջոցով

Քարոզարշավի ընթացքում թեկնածուները Ֆեյսբուքում ավելի շատ շփվում էին ոչ թե օգտատերերի հետ, այլ իրենց էջերում արած հայտարարություններով, տեղադրած նյութերով ու գրած ստատուսներով մեսիջներ էին հղում միմյանց, գնահատում ոչ միայն սեփական, այլեւ մյուս թեկնածուների քարոզչական քայլերը:

Այսպես՝ տեղի ունեցավ Հայրիկյան-Բագրատյան- Հովհաննիսյան ընտրացուցակների մասին համատեղ հայտարարության առիթով մյուս թեկնածու Արման Մելիքյանի արձագանքը՝ թե սա գրագողություն է: Ինչին ի պատասխան հունվարի 31-ին Հայրիկյանն իր ստատուսով

յուրօրինակ բացատրագիր ուղղեց Մելիքյանին, որի գլխավոր միտքն այն էր, որ նախքան հայտարարությունը տարածելը պարզապես մոռացել են դրան միանալու առաջարկություն անել Ա. Մելիքյանին:

Ի պատասխան Վ.Սեդրակյանի այն հայտարարությանը, թե որտեղից Հ. Բագրատյանին այդպիսի հոնորարներ, Հ. Բագրատյանի շտաբի հանրային կապերի պատասխանատու Կ. Հարությունյանը տեղադրեց Վ. Սեդրակյանի էջում հայտարարություն, որտեղ նա ներկայացրեց Բագրատյանի եկամուտների աղբյուրները եւ հատուկ նշեց, թե որքան հարկ է այդ գումարներից վճարել իրենց թեկնածուն:

Անդրիաս Ղուկասյանի հացադուլը, որ առաջին մեկ շաբաթվա ընթացքում գրեթե շրջանցվում էր Ֆեյսբուքում, հետագայում առաջ բերեց միաժամանակ եւ համերաշխության ակցիաներ՝ նրան մյուս թեկնածուների այցելության տեսքով, բայց նաեւ՝ կասկածներ, որ հացադուլը կեղծ է եւ հնարավոր չէ, որ մարդը կարողանա այդքան օր (գրեթե մեկ ամիս) դիմանալ քաղցին ու ցրտին: ՀՀ առողջապահության նախարարի հորդորները՝ բուժզննում անցնել հիվանդանոցում, նրան՝ հացադուլը դադարեցնելու տարբեր օգտատերերի կոչերն ու խնդրանքները անարդյունք էին:

Նա շփվում էր հասարակության հետ ՁԼՄ-ներին տված հարցազրույցների, իր էջում տեղադրած տարբեր հայտարարությունների միջոցով:

Ա.Ղուկասյանի երկարատեւ հացադուլը առաջ բերեց Ս.Սարգսյանի կողմնակիցների սարկաստիկ գնահատականներ: Օգտատեր Տիգրան Քոչարյանը (Փիդ) գրեց, որ Հայրիկյանը չի դիմելու ՄԴ եւ չի հետաձգելու ընտրությունները, ուստի կոչ արեց Անդրիաս Ղուկասյանին՝ հացադուլդ արագացրու (5.02):

Հետո նա էլի անդրադարձավ հացադուլին. «Առաջարկում եմ մեր հեռուստաընկերություններին Անդրիասին ցույց տալուց տակը կարմիր ֆոնտով գրել.«He повторять!», թե չէ մեկը կարա էշ-էշ մտածի ու իրոք առանց հաց ուտելու հացադուլ անի (14.02):

Նույն օրը ՀՀԿ անդամ Կարեն Ավագյանը անդրադարձավ Ա. Ղուկասյանի համառությանը. «Քանի որ Ղուկասյանի մոտ հացադուլը շատ լավ է ստացվում, սովն ու զրկանքները նույնիսկ նրա անալիզներում չեն արտացոլվում, նախագահի թեկնածուն որոշել է երկարաձգել իր տառապանքները մասնակցելով Երեւանի ավագանու ընտրություններին» (14.02):

Բաֆֆի Հովհաննիսյանի ու Հրանտ Բագրատյանի միջեւ տնտեսական խնդիրներով բանավեճն այդպես էլ չկայացավ, ու այդպես էլ պարզ չդարձավ՝ նրանց դրա համար հրավիրած Ազատություն ռադիոկայան⁶ը չէր ճիշտ հասկացել թեկնածուներին, թե⁶ թեկնածուները չէին ճիշտ հասկացել մեկը մյուսին: Ինչ որ է, ի վերջո այս հեռակա մեսիջներին վերջակետ դրեց Հրանտ Բագրատյանն իր ֆեյսբուքյան էջում՝ հայտարարելով, որ պատրաստ է բանավիճել Բաֆֆի Հովհաննիսյանի հետ փետրվարի 15-ին կամ 16-ին:

Մեսիջներ էին ֆեյսբուքով շրջանառվում Պ. Հայրիկյանի, Շ. Բագրատյանի եւ Բ.Հովհաննիսյանի միջեւ միասնական թեկնածուով հանդես գալու առիթով: Բագրատյանն իր էջում միասնական թեկնածուի խնդրին իր վերաբերմունքը արտահայտեց հետեւյալ կերպ. «Մի անգամ Բաֆֆի Հովհաննիսյանն ասաց, որ իր ընտրվելու դեպքում մի կողքին լինելու է Հայրիկյանը, մյուս կողքին՝ Բագրատյանը: Չգիտեմ, թե ինչ նպատակով է արվել այս հայտարարությունը, բայց արդյունքը կարող է լինել այն, որ հայտարարվում է միասնական թեկնածուի մասին, եւ նշված երկու թեկնածուների ընտրողների մի մասը ինչ-ինչ հաշվարկներից էլնելով որոշի ձայնը տալ Հովհաննիսյանին: Ստացվում է (կամա թե ակամա, չգիտեմ) ձայնագողություն» (4.02):

Պ.Հայրիկյանը՝ Բագրատյանի մասին. «Ստում են այն մարդիկ, ես անուններ չեմ տա, որ ասում են, որ իբրեւ թե մենք այդ հարցը (միասնական թեկնածուի հարցը – Լ.Բ.) քննարկել ենք... Հարգելի գիտնական կոչված եղբայր, երբ դու նյութ ես ստանում, պետք է ոչ թե թղթի որակին նայես, այլ բովանդակությանը: Դու բովանդակային պատասխան տալու մակարդակ չունեցար» (11.02):

Ի պատասխան Բագրատյանը նույն օրը հակադարձեց. «Ընտրությունները հետաձգելը Հայրիկյանի գործն է, բայց ես մի տեսակ տխուր եմ, քանի որ գիտակցում եմ, որ մեր սկսած համագործակցությունը չի կայանա: Այնպիսի հակասական բաներ ասվեցին, հակասական Պարույրի դեպքի հետ կապված, որ ես հասկացա՝ սա իմ տեղը չէ» (11.02):

Պ. Հայրիկյանն այսպես ավարտեց Բագրատյանի հետ այս հեռակա, ամեն մեկն իր ֆեյսբուքյան էջում շարունակող բանավեճը՝ «Ես նոր Հրանտ Բագրատյան բացահայտեցի եւ տխրեցի, ես նրան ցանկանում էի օգտակար լինել: Նա դավաճան է, քանի որ նույնիսկ Լեւոն Տեր-Պետրոսյանի կարծիքը չհարցրեց թեկնածությունն առաջադրելիս» (13.02):

ԶԼՄ-ները քարոզարշավի ընթացքում

Դիտարկված 5 լրատվամիջոցներից երկուսը քարոզարշավի ընթացքում ունեցան տեխնիկական խնդիրներ: Քարոզարշավի առաջին շաբաթվա ընթացքում՝ (հունվարի 21-27) հաքերային հարձակման պատճառով խափանված էին Zham.am-ի կայքի աշխատանքները:

Քարոզարշավի վերջին երկու օրերին՝ (փետրվարի 15-16) արգելափակվել էր 1in.am-ի ֆեյսբուքյան էջը: Ինչպես մեզ տեղեկացրեցին 1in.am-ի խմբագրությունից, դա կապված էր տեխնիկական, այլ ոչ թե քաղաքական պատճառների հետ:

Քարոզարշավն այս լրատվամիջոցներն սկսեցին լսարանների (էջը հավանողների՝ Likes) տարբեր մեծությամբ եւ դրանց ինտերակտիվության (էջի կոնտենտներին անդրադարձածների՝ Talking about) տարբեր մակարդակներով (տես Հավելված 2, Աղյուսակ 16):

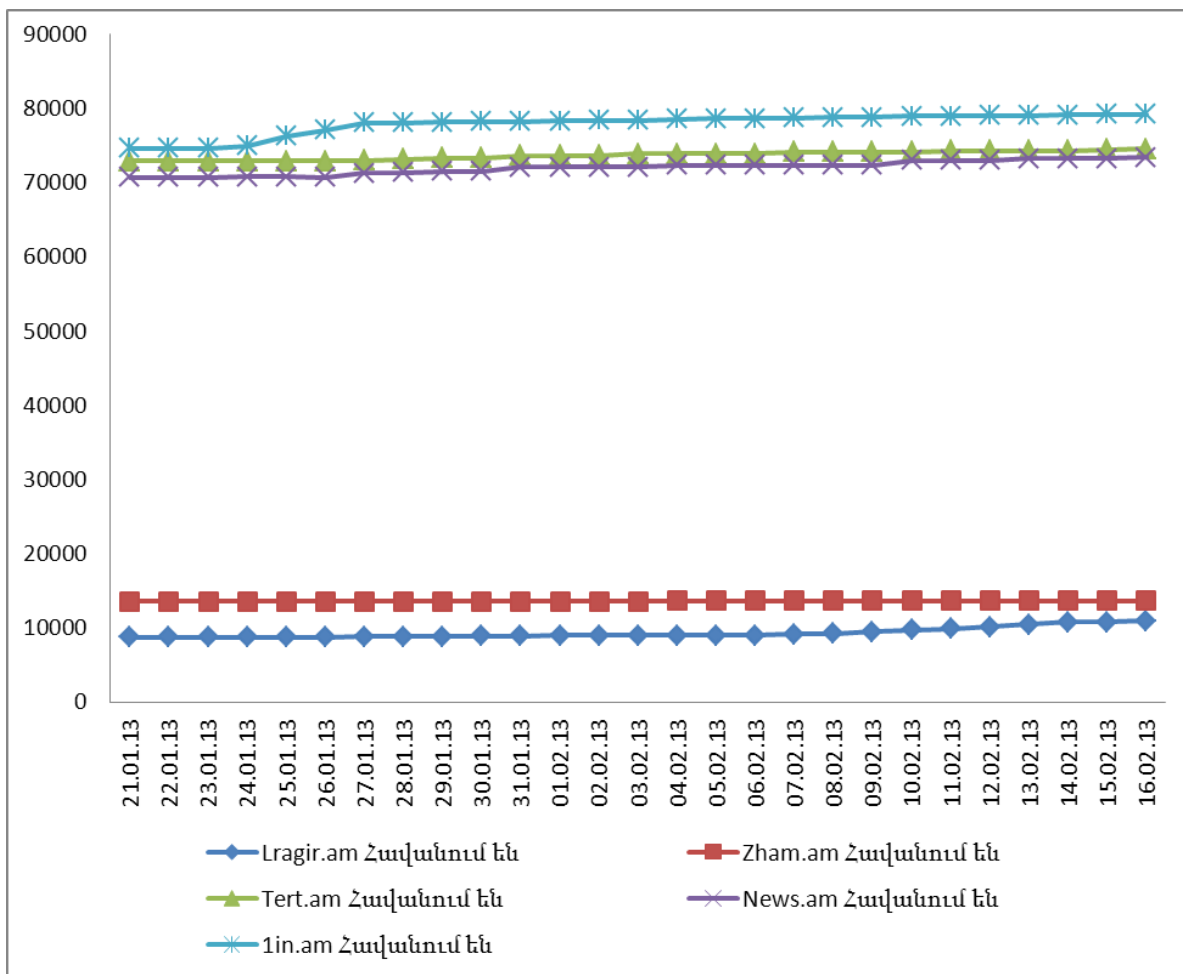
Այդ լսարաններն անընդհատ աճել են: Ուրիշ է պատկերը էջերի կոնտենտներին այս կամ այլ կերպ (like, share, comment) անդրադարձած օգտատերերի քանակի հարցում: Քարոզարշավի ընթացքում գրեթե 6 անգամ, թռիչքաձեւ աճել է Lragir.am-ի էջի կոնտենտներին անդրադարձած օգտատերերի քանակը:

Քարոզարշավի առաջին եւ վերջին օրերի ցուցանիշներով նվազումներ են գրանցվել Tert.am-ի եւ News.am-ի կոնտենտներին անդրադարձածների շարքում: Ի դեպ, քարոզարշավի ընթացքում Tert.am-ը մյուսներից զգալիորեն ավելի քիչ քանակի նյութեր էր տեղադրում իր ֆեյսբուքյան էջում:

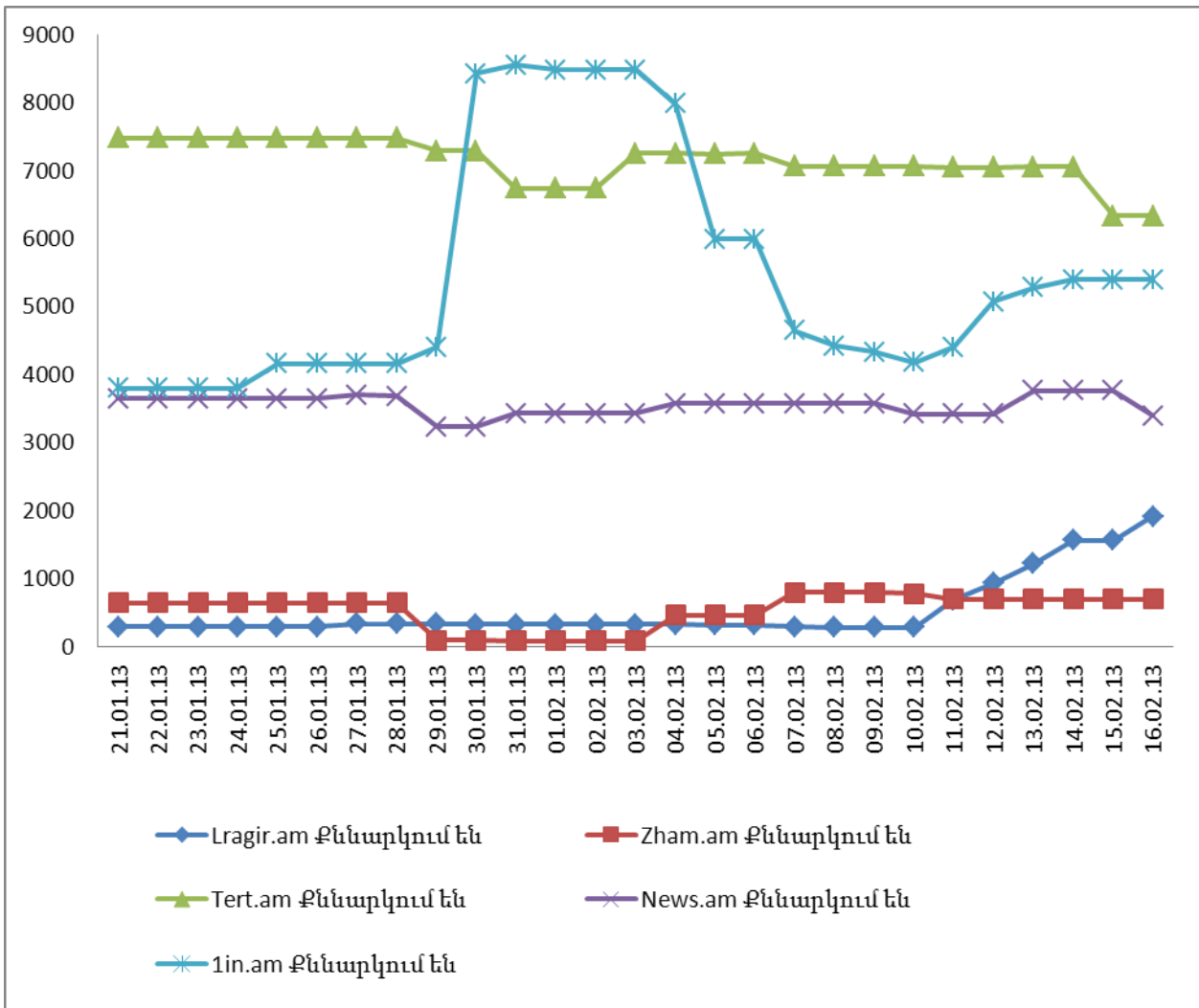
Մեզ հետ զրույցում խմբագիրը դա բացատրեց նրանով, որ ի տարբերություն այլ լրատվամիջոցների, նրանք դեռ ընտրություններից առաջ են անցել այլ քաղաքականության: Ֆեյսբուքում տեղադրում են ոչ թե մայր կայքի բոլոր, կամ առավելագույն քանակի կոնտենտները, այլ այն նյութերը, որոնք իրենց կարծիքով կարող են հետաքրքրել իրենց ֆեյսբուքյան լսարանին:

Քվեարկության օրը սակայն, Tert.am-ը ֆեյսբուքում ներկայացրեց մյուս լրատվամիջոցների նյութերի քանակին չզիջող կոնտենտներ:

Դիտարկված լրատվամիջոցների ընդհանուր լսարանները (հունվարի 21-փետրվարի 1-16)



Դիտարկված լրատվամիջոցների կոնտենտներին արձագանքած օգտատերերի քանակը (հունվարի 21-փետրվարի 16)



Քարոզարշավի ընթացքում այս լրատվամիջոցների ֆեյսբուքյան կոնտենտների ակնհայտ մեծամասնությունը եղել է ընտրությունների մասին: Բոլոր լրատվամիջոցներում գրանցվել են հենց ընտրություններին վերաբերող նյութերի նկատմամբ հետաքրքրության բարձր աստիճան: Այլ խոսքերով, ընտրությունների մասին նյութերի ճնշող մեծամասնությունն այս կամ այլ կերպ արձագանքնվել է լսարանների կողմից (տես Հավելված 2, Աղյուսակ 17):

Քարոզարշավի ընթացքում լրատվամիջոցներն անդրադարձել են հիմնականում ընտրական գործընթաց թեմային՝ ներկայացնելով թեկնածուների քարոզարշավի առանձնահատկությունները, գնահատականները սեփական եւ մյուս թեկնածուների քարոզարշավների ընթացքի, հաղթելու հնարավորությունների մասին: Ընտրողների հետ նրանց հանդիպումների մասին նյութերում էլ գերակշռել է ոչ թե այն, թե հատկապես ի՞նչ թեմաներով են խոսել թեկնածուները, այլ՝ թե ինչպես են առհասարակ ընթացել այդ հանդիպումները (տես Հավելված 2, Գրաֆիկ 2):

Լրատվամիջոցներում շարունակում էին տեղ գտնել նաև թեկնածուների կամ նրանց կողմնակիցների ֆեյսբուքյան էջերում գրած նաև էքսկլյուզիվ կոնտենտները:

Քարոզարշավի ընթացքում ընտրական գործընթացների մեկնաբանությունները, գնահատականները վերաբերել են հիմնականում ընտրություններին մասնակցող թեկնածուներին, սակայն քիչ չեն եղել նաև խորհրդարանական այն քաղաքական ուժերի մասին գնահատականները (ԲՀԿ, ՀԱԿ, ՀՅԴ, ավելի պակաս՝ «Ազատ դեմոկրատներ»), որոնք անցել էին ընտրական գործընթացներին կողքից նայելու քաղաքականությամբ:

Նկատելի էր այս կամ այն թեկնածուի հասցեին հնչեցված բացասական, նրա իմիջը վարկաբեկող գնահատականները (Մե ԲՐ) հենց թեկնածուների միջոցով էլ ներկայացնելու ձգտումը: Լրատվամիջոցների հետ հանդիպումների ընթացքում նրանց իսկ խնդրանքով թեկնածուները անդրադառնում էին իրենց հասցեին մյուս թեկնածուի ավելի վաղ հնչեցրած գնահատականներին: Ահա տիպիկ օրինակ.

Վարդան Սեդրակյանի պատասխանը Հրանտ Բագրատյանի մամուլի ասուլիսներից մեկի ժամանակ Վ.Սեդրակյանի մասին հարցին. «Հասկանալի չէ, թե ո՞ւմ խաղերն է նա (Վ. Սեդրակյանը- Լ.Բ.) խաղում, իշխանությունների՞»: Մեկ այլ ասուլիսում Վ.Սեդրակյանի պատասխանը. «Ես բոլոր ասուլիսներում չեմ անդրադարձել նրա (Հ. Բագրատյանի - Լ.Բ.) թշվառ, ողերմելի կերպարին» (News.am, 23.01):

Մե ԲՐ, քաղաքական հումոր է քաղաքական սարկազմ քարոզարշավի ընթացքում

Քարոզարշավի ընթացքում էլ ավելի աճեցին ֆեյսբուքյան օգտատերերի ակտիվությունները, որոնք լրատվամիջոցներում հայտնված տարբեր կոնտենտները շրջանառելով կամ դրանց մասին իրենց գնատահատականներով վեր էին անվել քարոզարշավի մասնակիցների:

Քարոզարշավի ընթացքում տեղի ունեցած մի շարք աննախադեպ իրադարձություններն իրենց արձագանքը գտան նաև ֆեյսբուքյան օգտատերերի շրջանում՝ քաղաքական հումորի, սարկազմի տեսքով:

Ֆորմալ առումով ՀՀԿ թեկնածու Ս.Սարգսյանը բացակայում էր Ֆեյսբուքից, քանի որ նա չունի էջ: Սակայն ողջ քարոզարշավի ընթացքում նա էր դարձել ցանցում բավական մեծ արագությամբ շրջանառվող դեմոտիվատորների, քաղաքական սարկազմի գլխավոր հերոսը:

Դրանց երբեմն հակադարձում էին Ս.Սարգսյանի համակիրները կամ ուղիղ անդրադարձների, կամ էլ հակընդդեմ Մե ԲՐ-ների տեսքով: Ընտրողների հետ Ս.Սարգսյանի տարբեր հանդիպումների ժամանակ նրա կամ նրա հետ հանդիպման եկած ընտրողների

առանձին արտահայտություններ դարձան այս փուլի գլխավոր քաղաքական մեմբերը («Եկել ես, որ ինչ անես», «Խիյարը թարս է աճում», «Չեքուռաշկա», «Խփենք»):

Այդ մեմբերն ունեն տարբեր ծագումնաբանական քարոզարշավային պատմություններ: Ահա ամենատարածվածի ծագման պատմությունը. ՀՀ բանակի կազմավորման 21-րդ տարեդարձի առթիվ (հունվարի 28-ին) ՀՀ բարձրաստիճան պաշտոնյաները Ս.Սարգսյանի գլխավորությամբ այցելել էին Եռաբլուր, որտեղ մի կին էր մոտեցել Սերժ Սարգսյանին և լացելով պատմել, որ ապրում է ծայրահեղ ծանր պայմաններում: Ի պատասխան՝ Սերժ Սարգսյանն արձագանքել էր. «Եկել ես ստեղ, լաց ես լինում, մեր տոնը խանգարում ես, որ ինչ անես»:

Ի նշան թեկնածուի այս արձագանքի դեմ բողոքի Ֆեյսբուքում նույնիսկ հայտնվեց նույն անունը կրող նախաձեռնություն «Եկել ես ստեղ որ ինչ անես» (<https://www.facebook.com/pages/%D4%B5%D5%AF%D5%A5%D5%AC-%D5%A5%D5%BD-%D5%BD%D5%BF%D5%A5%D5%B2-%D5%B8%D6%80-%D5%AB%D5%B6%D5%B9-%D5%A1%D5%B6%D5%A5%D5%BD/542152982476178?fref=ts>), որն իր հերթին ավելացնում էր մյուս օգտատերերի կողմից այս արտահայտության տարբեր առիթներով կրկնելու օրինակները:

Ս.Սարգսյանի այս արտահայտության շրջանառման ծավալների մասին են վկայում էջի քանակական ցուցանիշները, որոնց համաձայն՝ էջի տարբեր դեմոստրատորներն ու ծաղրանկարները տարածողների ու քումենթ անողների քանակը (12,502) գերազանցեց էջը հավանողների քանակին (7,810):

Ի դեպ, հավանաբար Ֆեյսբուքում այս արտահայտության ազդեցությունից ելնելով, քվեարկության օրը լրագրողներից մեկի՝ իրեն ուղղված հարցին ի պատասխան Ս. Սարգսյանը տեսախցիկների ներկայությամբ ժպտալով ասաց. «Այդ հարցն ինձ տալիս ես, որ ինչ անես»:

Գյումրիում իր շանսերի մասին հարցին ի պատասխան Ս.Սարգսյանի՝ ինչքան ուզենք, այնքան տոկոս կխփենք արտահայտության ազդեցությունը փորձեց մեղմել նրա շտաբի անդամ, Ֆեյսբուքում ակտիվ ՀՀԿ-ական օգտատեր, Կրթության եւ գիտության նախարար Ա. Աշոտյանը, որն իր էջում գրեց. «Լինելով ՀՀ նախագահի՝ ընտրություններում ակնհայտ ֆավորիտ, Սերժ Սարգսյանը և իր թիմը չունի լրացուցիչ ջանքերի, պրպտումների, նոր քաղտեխնոլոգիաների լայնամասշտաբ կիրառման կարիք: Հենց այս համատեքստում է դիտարկելի Սերժ Սարգսյանի երեկվա հայտարարությունը Շիրակում և այն ակնարկը, որ ինքը և իր թիմը, ունենալով վարկանիշի, ակնկալող ձայների աճի ռեզերվ և, իհարկե, շատ ավելի մեծ կազմակերպական և նորարական պաշար, գիտակցված ընտրել է նախընտրական արշավի նման տարբերակ ու ՉԻ ԿԻՐԱՌՈՒՄ տեխնոլոգիական և ստեղծարարական զինանոցի ՈՂՋ ներուժը» (տես՝ Հավելված 1, Աղյուսակ 15):

Քաղաքական հումորի ու սարկազմի օրինակներ կարելի է բերել նաև Անդրիաս Ղուկասյանի, Բ.Հովհաննիսյանի եւ Պ. Հայրիկյանի քարոզարշավների առիթներով: Առաջին երկու դեպքում՝ գլխավորապես՝ քաղաքական հումորի տեսքով: Օրինակ, երբ Ազատություն ռադիոկայանը «Մեկ օր Անդրիասի հետ» իր ռեպորտաժում ներկայացրել էր, թե ինչպես է նա

կարճ ժամանակով գնացել տուն լողանալու համար: Օգտատերերը արձագանքեցին այս ռեպորտաժին «Բաղնիքը անուշ, Անդրիաս» թեմայով հումորներով:

Կամ, Բաֆֆի Հովհաննիսյանի՝ քարոզարշավի ժամանակ բոլոր հանդիպած մարդկանց հետ ողջագուրվելու եւ ձեռքով բարեւելու սովորությունը առիթ տվեց Ֆեյսբուքում «բոլորին համբուրե՞լ ես, Բաֆֆի» թեմայով մի շարք հումորների ծագման:

Պ. Հայրիկյանի դեպքում եղավ հիմնականում քաղաքական սարկազմ, քանի որ նա մի քանի անգամ փոխեց ՄԴ ընտրությունները հետաձգելու համար դիմել-չդիմելու իր որոշումը: Ու Պ.Հայրիկյանի այս հարցով իր ֆեյսբուքյան էջում մի քանի օր ինտենսիվ բացատրական բնույթի գրառումները ոչ մի կերպ չմեղմեցին սարկազմի ալիքը:

Ֆեյսբուքում Մեւ PR -ի զանգվածի մեջ իրենց տեղն ունեն նաեւ թեկնածուների էջերում այդ ուղղվածության օրինակները: Հատկանշական է, որ քանակական ցուցանիշներով երբեմն Մեւ PR -ի օրինակներն ավելի շատ էին, քանի ինքնագովազդի դեպքերը (տես՝ Հավելված 1, Աղյուսակ 12, 13, 14):

Լռության օրը (փետրվարի 17)

Փետրվարի 17-ի նախաշեմին՝ պաշտոնական քարոզչության վերջին օրվա վերջին ժամվա ֆեյսբուքյան թեման Լռության օրվա մասին գրույցներն էին: Ընտրական գործընթացներին մինչ այդ ակտիվորեն անդրադարձող հայաստանցի օգտատերերն սկսեցին մեկը մյուսին հիշեցնել Լռության օրվա սկսվելու եւ այլեւս ոչինչ ընտրությունների մասին չասելու «պարտավորության» մասին:

«Գիտեք ֆեյսբուքը հիմա ինչի է նման. էն որ դասարանում բոլորը բոլորին ասում են «լռեցեք», իրականում բոլորն են ասում ու լուռ չեն մնում», - գրեց օգտատերերից մեկը՝ բնութագրելով իրավիճակը (<http://www.facebook.com/ani.smbatyan?ref=ts&fref=ts>):

Օգտատերերի մի մասն սկսեց տեղադրել երաժշտական հոլովակներ եւ ոչ քաղաքական բնույթի այլ կոնտենտներ: Մյուսները, հայտարարեցին իրենց «քաղաքացիական անհնազանդության մասին» եւ շարունակեցին ընտրական թեմաների արձարձումը:

Լռության օրվա առաջին ժամվա ընթացքում եղան նաեւ ՋԼՄ խմբագիրներ, որոնք իրենց անձնական էջերում տեղադրում էին իրենց իսկ ՋԼՄ-ներում քարոզչության ընթացքում ընտրական թեմաներով տպագրված նյութերը:

Լռության օրը Ֆեյսբուքի գովազդային բաժնում շարունակում էին գովազդվել նախագահի թեկնածուներ Վարդան Սեդրակյանի եւ Պարույր Հայրիկյանի էջերը:

Պարույր Հայրիկյանի էջում Լռության օրը վերատեղադրվեց մի քանի օր առաջ արդեն այդ էջում տեղ գտած նրա աջակիցների հայտարարությունը:

Մեկ այլ թեկնածուի՝ Անդրիաս Ղուկասյանի էջում տեղադրվեցին երկու նյութեր՝ այդ օրը նրան հացադուլի վայրում այցի եկած Հրանտ Բագրատյանի հետ լուսանկարը, ինչպես եւ նախորդ օրը կայքերից մեկին (<http://iravaban.net/2013/02/16> Պատասխան. Ինչպե՞ս է ՀՀ նախագահի թեկնածուն պատկերացնում Հայաստանն ընդդեմ կոռուպցիայի) նրա տված հարցազրույցը:

Լռության օրը ՀՀԿ-ն տարածեց, իսկ Tert.am –ն իր կայքում եւ ֆեյսբուքյան էջում տեղադրեց հայտարարություն այն մասին, որ ընտրությունների օրը Ս.Սարգսյանն իր վստահված անձանց՝ հանձնաժողովի երկու անդամների միջև գտնվելու իրավունքը զիջում է Հ.Բագրատյանին և Բ.Հովհաննիսյանին (<http://tert.am/am/news/2013/02/17/serzh-sargsyan/>, <http://www.facebook.com/TERTam.arm?fref=ts>):

Սրանք Լռության օրը Ֆեյսբուքում մեր արձանագրած խախտումներն են:

Քվեարկության օրը (փետրվարի 18)

Քվեարկության օրը Ֆեյսբուքում ակտիվորեն լուսաբանում էին ընտրական գործընթացի երեք ֆիգուրանտներն էլ՝ թեկնածուները, ՁԼՄ-ները, նաեւ ֆեյսբուքյան օգտատերերը:

Վերջիններս ներկայացնում էին տեղեկատվությունը « քվեարկեցի, ինչ տեսա ընտրատեղամասում, գրեցի Ֆեյսբուքում» սկզբունքով: Մեծաքանակ քաղաքացիական թղթակցության արդյունքում Ֆեյսբուքի հայաստանյան սեզմենտը վեր էր անվել մի բազմաբովանդակ հարթակի, որտեղից կարելի էր տեղեկություններ ստանալ ինչպես մայրաքաղաքի, այնպես էլ տարբեր բնակավայրերի այդ օրը տեղի ունեցող իրադարձությունների մասին:

Առանձին ուշադրություն էին գրավում այսպես կոչված «անվավերների բանակի » (քվեաթերթիկները միտումնավոր անվավեր դարձրած ընտրողների) կողմից Ֆեյսբուքում տեղադրված տարբեր քվեաթերթիկների ֆոտոները, որ նրանք արել էին քվեախցիկներում (ենթադրում ենք՝ բջջային հեռախոսների միջոցով): Ֆեյսբուքում տեղադրված այդ ֆոտոներից կարելի էր տեղեկանալ ընտրությունների այս տեսակ բոյկոտի տարբեր ուղերձներ՝ «Չկեղծեք լկտիաբար», «Չեմ վաճառվում», արդեն մեմ դարձած «Չեբուռաշկա» գրառումով քվեաթերթիկ եւ այլն: Տեղի ունեցավ նաեւ քվեաթերթիկը ընտրողի կողմից ընտրատեղամասում հանձնաժողովի անդամների ներկայությամբ ուտելու միջադեպ:

Օրվա վերջում ՁԼՄ-ներին ու թեկնածուներից մի քանիսին զուգընթաց օգտատերերը տարածում էին քվեարկության տարբեր շրջաններից եկող առաջին նախնական արդյունքներն՝ ամբողջացնելով օրվա ողջ պատկերի արտացոլումը Ֆեյսբուքում:

Քվեարկության օրվա առաջին իսկ ըոպեներին (փետրվարի 17-ի կեսգիշերը լրանալուն պես) Բաֆֆի Հովհաննիսյանի էջում հայտնվեց թեկնածուի այդ օրվա առաջին նյութը, որով

Հովհաննիսյանի վստահված անձանց կոչ էր արվում զգոն լինել ընտրությունների ժամանակ, քանի որ տեղեկություններ կան, որ ընտրությունները կեղծելու նպատակով իշխանությունները մտադիր են մարզերից մայրաքաղաք բերել քաղաքացիների խմբերի ու նրանց կեղծ քվեարկությունն իրականացնել ընտրողների այսպես կոչված լրացուցիչ ցուցակների միջոցով: Սա նախագահի 7 թեկնածուների էջերում քվեարկության օրվա հետ կապված առաջին գրառումն էր:

Քվեարկության օրը լուսաբանում էին նաև նախագահի թեկնածուներից մի քանիսն իրենց ֆեյսբուքյան էջերում: Սա տեղեկությունները օպերատիվ էլ լայնորեն տարածելու փորձ էր: Մյուսներից ավելի ակտիվ ակնհայտորեն գործել է Ր.Հովհաննիսյանի էջը, որտեղ արձանագրվեցին թվով ամենաշատ նյութերը քվեարկության օրվա մասին: Այդ օրվան անդրադարձներ եղել են նաև՝ Անդրիաս Ղուկասյանի, Արման Մելիքյանի, Հրանտ Բագրատյանի եւ Պարույր Հայրիկյանի էջերում (տես Հավելված 3, Աղյուսակ 18):

Քվեարկության օրվա մասին բացարձակ նյութ չի եղել Վարդան Սեդրակյանի եւ մրցավազքից ինքնակամ դուրս եկած թեկնածու Արամ Հարությունյանի էջերում: Վերջինս, ինչպես հայտնի դարձավ նրա էջից, քվեարկության օրը տոնում էր իր ծննդյան օրը եւ նախօրեին «Գնալու էք, արդյոք, ընտրություններին» հարցին ի պատասխան գրել էր՝ Ոչ:

Արման Մելիքյանը երկրորդ թեկնածուն էր, որը շարունակեց իր բոյկոտի գիծը՝ նաև քվեարկության օրը ընտրություններին չգնալով:

Երկարատեւ հացադուլի հետեւանքով թույլ զգալու եւ ընտրելու չգնալու մասին հայտարարել էր նաև Անդրիաս Ղուկասյանը: Քվեարկության օրն էլ նրա էջում հայտնված նյութերը շարունակում էին գրել ու տեղադրել նրա ներկայացուցիչները:

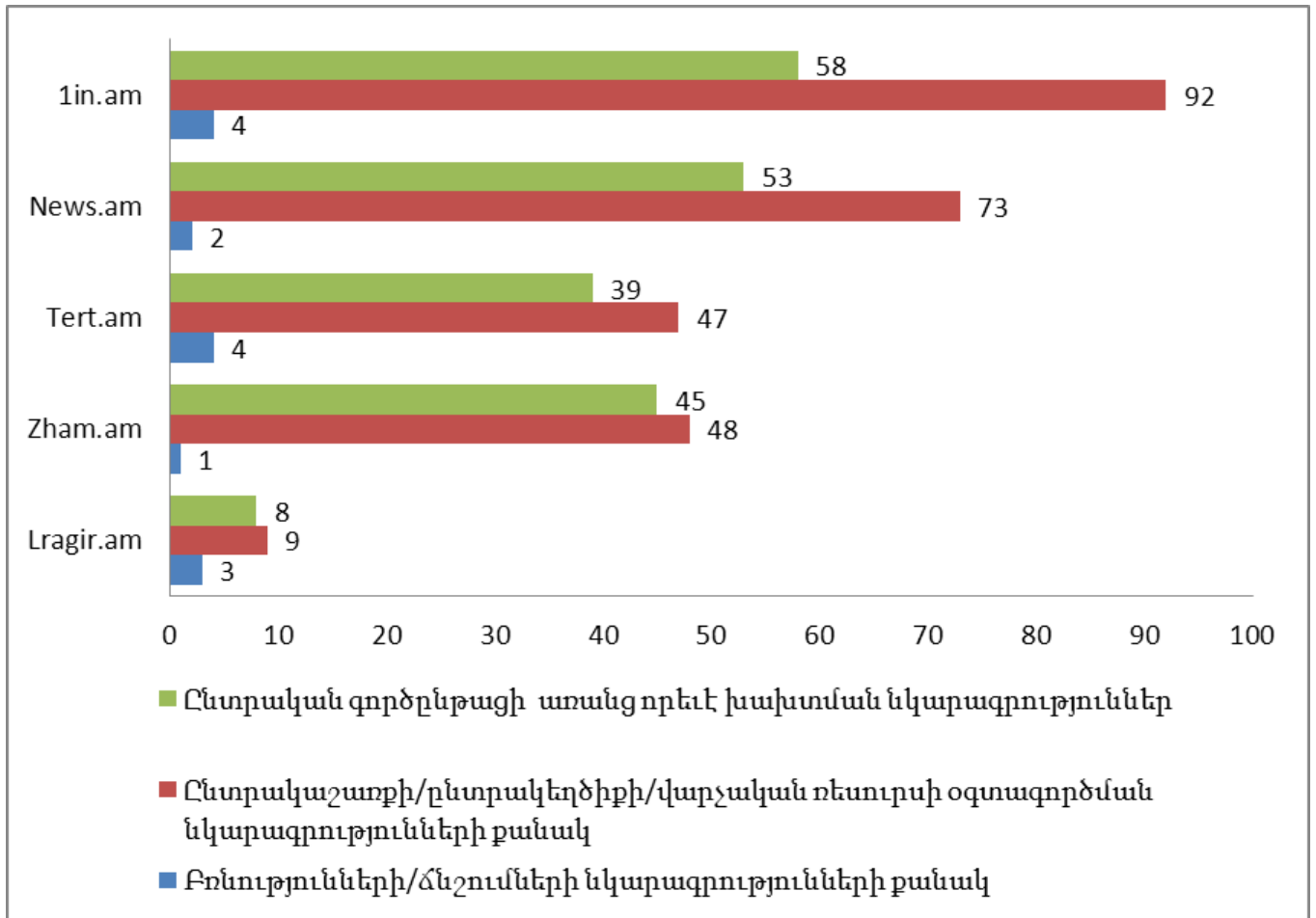
Դեռ քարոզարշավի ընթացքում Ֆեյսբուքում օգտատերերը հիմնականում վիդեոնյութերի տեսքով տեղեկություններ էին տարածում իշխանական թեկնածուի կողմնակիցների կողմից վարչական ռեսուրսի օգտագործման փաստերի մասին: Օրինակ, շրջանառվում էին տեսանյութեր դպրոցների երկու տնօրենների՝ իրենց ծնողներին Ս.Սարգսյանի օգտին քվեարկելու քարոզով, ինչպես են դասերի ժամին Ս.Սարգսյանի հետ հանդիպմանը տարվել բարձր դասարանցիներ: Կրթության եւ գիտության նախարար, ՀՀԿ-ական Ա.Աշոտյանի արձագանքը իրեն սպասել չտվեց: Տնօրեններին հայտարարվեց կարգապահական տույժ, իսկ Ս.Սարգսյանի համար կրթական համակարգի քաղաքականացման այս ճիգերը նա որակեց՝ արջի ծառայություն իրենց թեկնածուին:

Ոչ միայն այսպես կոչված ավանդական ՋԼՄ-ները, այլև Ֆեյսբուքյան գրառումներն էին դարձել ընտրակաշառքների եւ այլ ընտրախախտումների մասին իրավապահ մարմինների փաստահավաքման աղբյուրները: Այսպես, փետրվարի 17-ին հայտարարություն տարածեց Լրագրողների «Ասպարեզ» ակումբի ղեկավար Լ. Բարսեղյանը, որտեղ նա տեղեկացնում էր, որ Գյումրիում ընտրակաշառքների մասին նրա ֆեյսբուքյան գրառումների առիթով ոստիկանությունը փորձել է հավելյալ տեղեկություններ ստանալ իրենց ակումբի ներկայացուցիչներից (<https://www.facebook.com/levon.barseghyan/posts/10200568311919662>):

Սակայն ընտրակաշառքի, ընտրակեղծիքների, վարչական ռեսուրսի օգտագործման թեման ակնհայտ տարածում ստացավ Ֆեյսբուքում հենց քվեարկության օրը: Այս անգամ ոչ միայն

ՁԼՄ-ների, այլև նախագահի թեկնածուների էջերում տեղ գտած նյութերի շնորհիվ (տես Հավելված 3, Աղյուսակ 19):

Թե ՁԼՄ-ների, եւ թե թեկնածուների էջերում քվեարկության օրը տեղ գտած նյութերի ճնշող մեծամասնությունը ընտրական տարբեր խախտումների ու դրանց վայրերի (ընտրատեղամասերի անվանումների) նշումներով էին: Համեմատության համար, օրինակ, ընդգծենք, որ դիտարկված ՁԼՄ-ներում միայն Zham.am-ում է եղել ընտրատեղամասի անցուղարձի մասին նյութ առանց ընտրախախտման որեւէ նկարագրության (տես՝ Հավելված 3, Աղյուսակներ 20, 21, 22, 23):



Ընտրախախտումների տարբեր դրսեւորումների նկարագրությունների քանակով առանձնանում է Բ. Հովհաննիսյանի էջը:

Հենց նրա էջում է գրանցվել առհասարակ բոլոր թեկնածուների էջերում արձանագրված խախտած ընտրատեղամասերի քանակի մեծ մասը:

Թեկնածուների էջերում միասնաբար մենք արձանագրել ենք 65 տարբեր այդպիսի տեղամասերի անուններ:

ՁԼՄ-ներում մենք արձանագրել ենք՝ 139 նման ընտրատեղամասերի անուններ (տես՝ Հավելված 3, Աղյուսակներ 20 եւ 23):

ԱՅՍՊԻՍՈՎ՝

- Մենք արձանագրեցինք նախագահի թեկնածուների կողմից ֆեյսբուքի տարբեր հնարավորությունների տարբեր աստիճանի օգտագործման, թեկնածուների տարբեր վարքի, հանրությանն ու միմյանց հղված ուղերձների բոլորովին տարբեր օրինակներ:
- Սկսած՝ Ֆեյսբուքով իրենց մասին տարբեր տեղեկատվության պարզ տարածումից (ՁԼՄ-ներում տեղ գտած նյութերի տեղադրումից) մինչև անձնապես սեփական կարծիքները գրելու, ընտրողների հետ շփվելու, եւ իրար ֆեյսբուքի միջոցով բանավեճերի հրավիրելու օրինակներ:
- Նախագահի թեկնածուների այսպես կոչված ֆեյսբուքյան լսարանների քանակից հնարավոր չէր ունենալ պատկերացում նրանց իրական կողմնակիցների, կամ ընտրության օրը նրանց օգտին քվեարկած ընտրողների իրական քանակի մասին: Բայց մյուս կողմից, Բ. Հովհաննիսյանի քարոզչության վերջին մի քանի օրերից սկսած ֆաների շեշտակի աճը (15 090 հավանող քարոզչության վերջին օրը եւ շուրջ 20 000 հավանող քվեարկությանը հաջորդած երկու օրերի ընթացքում) հավաստում է նաեւ էջը հավանելու միջոցով նրան սատարելու փաստը:
- Մենք արձանագրեցինք, որ Ֆեյսբուք սոցիալական ցանցում ընտրական գործընթացի բոլոր փուլերում էլ Ֆեյսբուքում ակտիվ գործում էին ընտրական գործընթացի երեք ֆիզուրանտները: Նրանք, ովքեր պետք է ընտրվեին՝ թեկնածուները, նրանք, ովքեր իրենց կարգավիճակով լուսաբանում էին ընտրական գործընթացները՝ ՁԼՄ-ները, եւ նրանք, ովքեր պետք է կատարեին իրենց ընտրությունը՝ ընտրողները:
- Վերջիններս իրենց գրառումներով մասնակցում էին նաեւ ֆեյսբուքյան քարոզարշավների ձեւավորմանը, տարածելով տարբեր կարծիքներ ու գնահատականներ Հայաստանի նախագահական ընտրական գործընթացների պատմության մեջ մի շարք առումներով աննախադեպ քարոզարշավի ընթացքում:
- Այդ իմաստով աննախադեպ ակտիվ էր նաեւ Ֆեյսբուք սոցիալական ցանցի հայաստանյան սեզմենտը, որտեղ արտացոլվեց անհամեմատ ավելի լայն բազմազանություն, քան ավանդական ՁԼՄ-ներում:
- Ի՞նչ է Լռության օրը Ֆեյսբուքում եւ ովքե՞ր են պարտավոր հետեւելու այդ օրվա պահանջներին: Օրենսդրորեն այս հարցի պատասխանը չկա: Ինչպես եւ հասկանալի չէ, թե արդյո՞ք խախտում պետք է համարել, եթե, օրինակ, որեւէ ՁԼՄ-ի ղեկավարը, կամ լրագրողը իր անձնական էջերում շարունակում է քարոզչական նյութերի տեղադրումը: Կամ պե՞տք է, արդյոք, ընտրական օրենսդրական պարտավորությունների խախտում համարել, եթե այդպես վարվում են նաեւ այսպես կոչված պարզ օգտատերերը: Չե՞ որ Ֆեյսբուքյան անձնական էջերը ֆորմալ առումով անձնական տարածք են, բայց ըստ էության՝ հանրային քարոզչության գործիք:

ՀԱՎԵԼՎԱԾ 1

ՔԱՐՈԶԱՐՇԱՎ. ԹԵԿՆԱԾՈՒՆԵՐ

Աղյուսակ 1. Նախագահի թեկնածուների ֆեյսբուքյան լսարանները եւ նրանց էջերում
ինտերակտիվ անդրադարձների հնարավորությունները
(հունվարի 21–փետրվարի 16, 2013թ.)

Թեկնածուներ	Հավանողների քանակ (Fans)		Բարեկամների քանակ (Friends)		Բաժանորդների քանակ (Followers)		Այլ տեղեկություններ էջի մասին
	21.01.13	16.02.13	21.01.13	16.02.13	21.01.13	16.02.13	
Վարդան Սեդրակյան	4702	5324					
Անդրիաս Ղուկասյան	2055	2101					
Պարույր Հայրիկյան	1903	4035					
Արամ Հարությունյան			506	1311			
Արման Մելիքյան			520	681			
Բաֆֆի Հովհաննիսյան	8134	15090					
Հրանտ Բագրատյան	1613	3228					

Էջը փակ է այլ օգտ. նյութերի համար

Էջը բաց է այլ օգտ. նյութերի համար



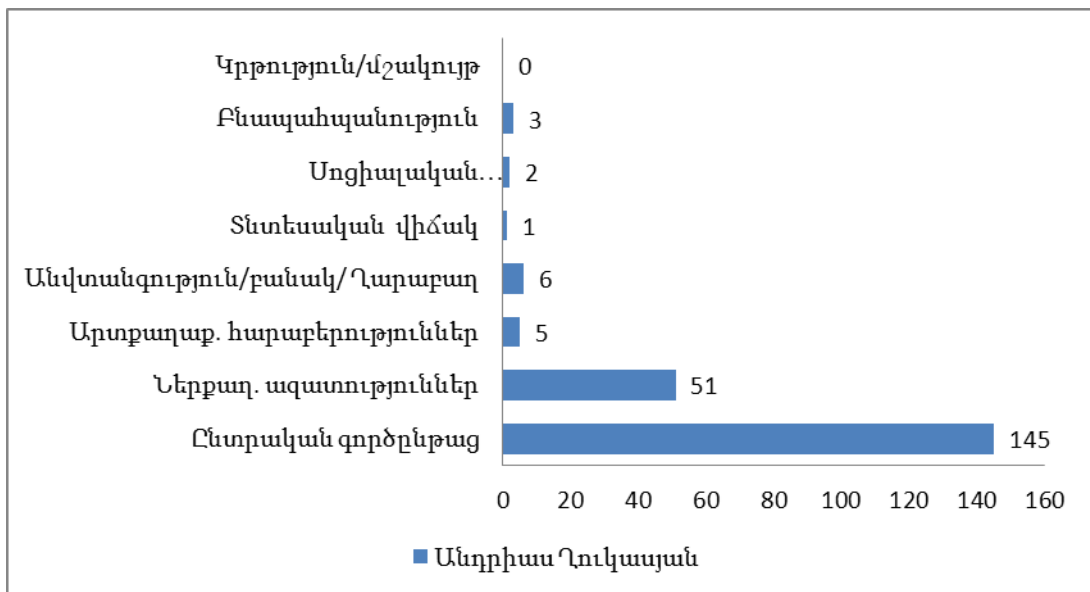
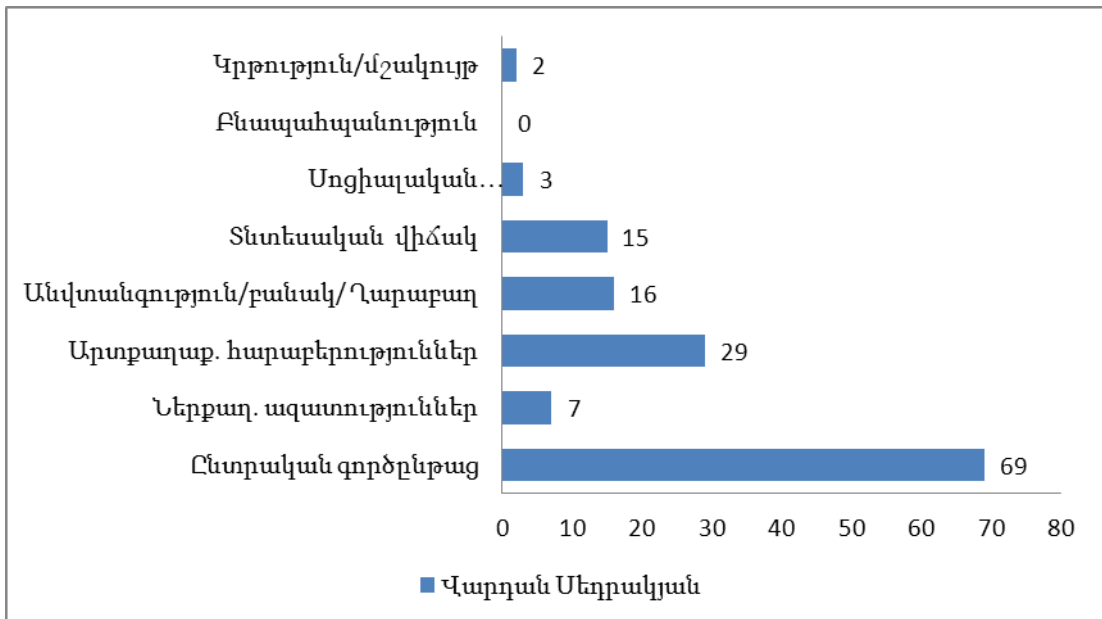
Աղյուսակ 2. Թեկնածուների ֆեյսբուքյան էջերի ինտերակտիվության ցուցանիշներ
(21 հունվարի – 16 փետրվարի, 2013թ.)

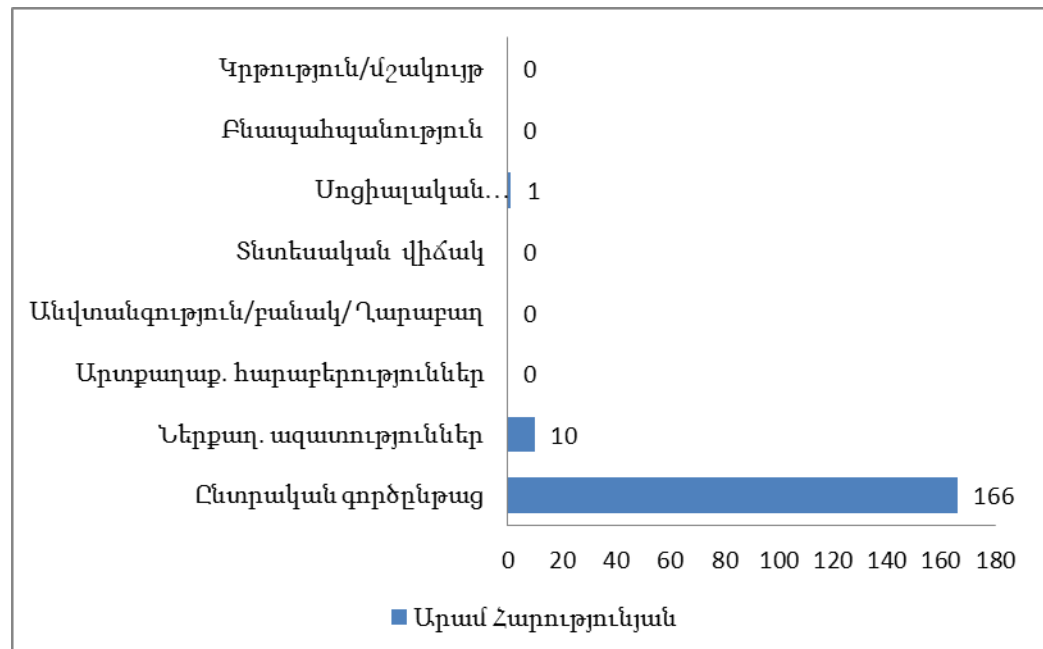
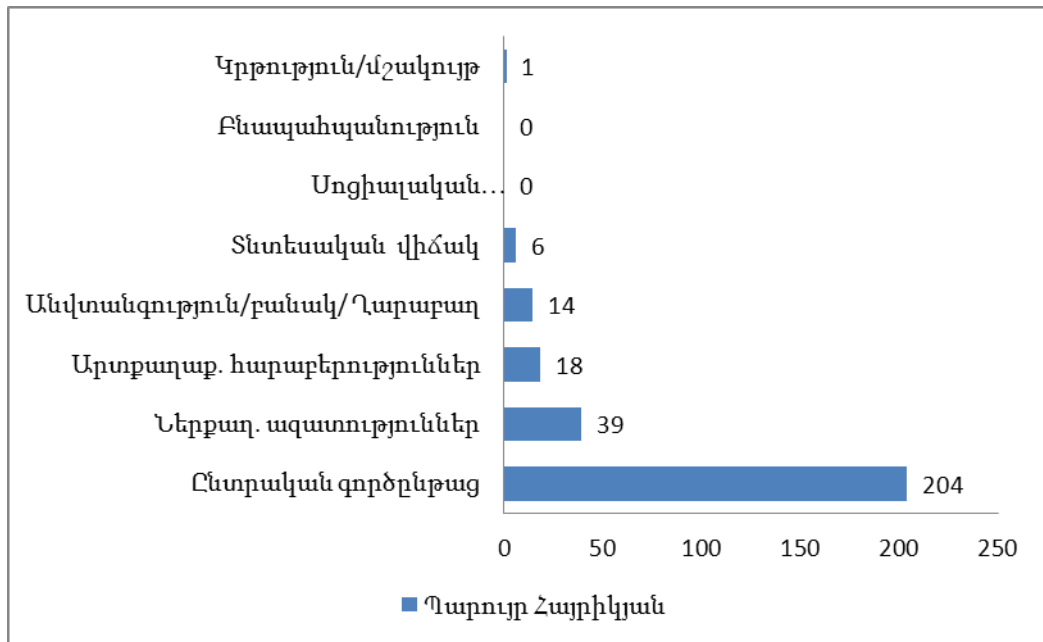
Թեկնածուներ	Նյութերի քանակ	Նյութերի քանակ, որոնց շուրջ ծավալվել է քննարկում առանց թեկնածուի մասնակցության	Նյութերի քանակ, որոնց շուրջ ծավալվել է քննարկում թեկնածուի մասնակցությամբ	Քննարկված նյութերի ընդհանուր քանակ	%
Վարդան Սեդրակյան	68	38	1	39	57%
Անդրիաս Ղուկասյան	113	45	1	46	41%
Պարույր Հայրիկյան	110	54	3	57	52%
Արամ Հարությունյան	74	17	0	17	23%
Արման Մելիքյան	201	9	12	21	10%
Բաֆֆի Հովհաննիսյան	265	239	0	239	90%
Հրանտ Բագրատյան	198	44	1	45	23%

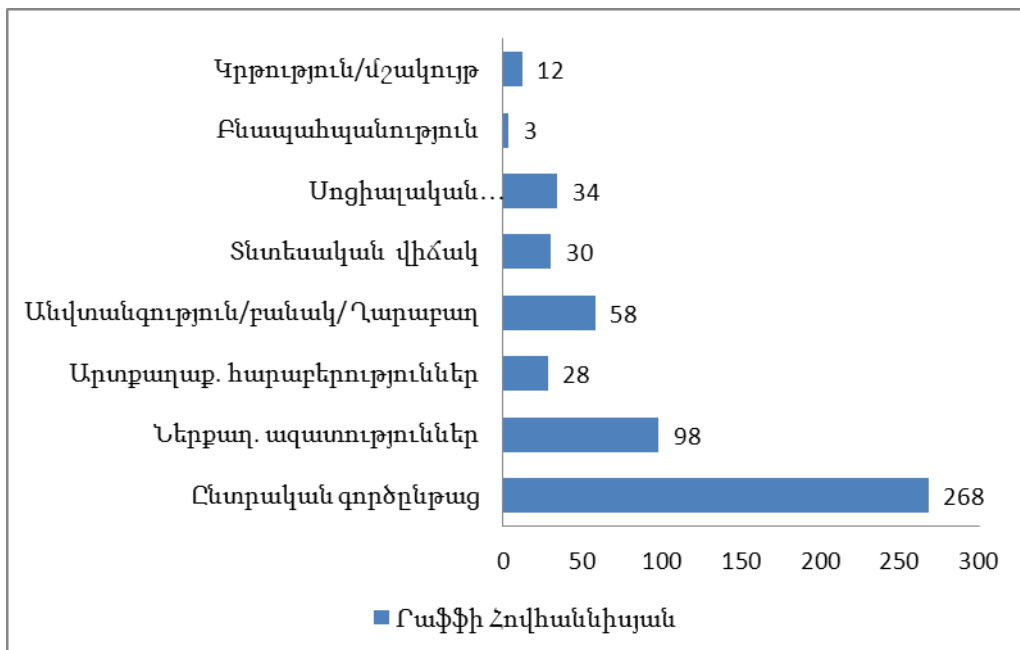
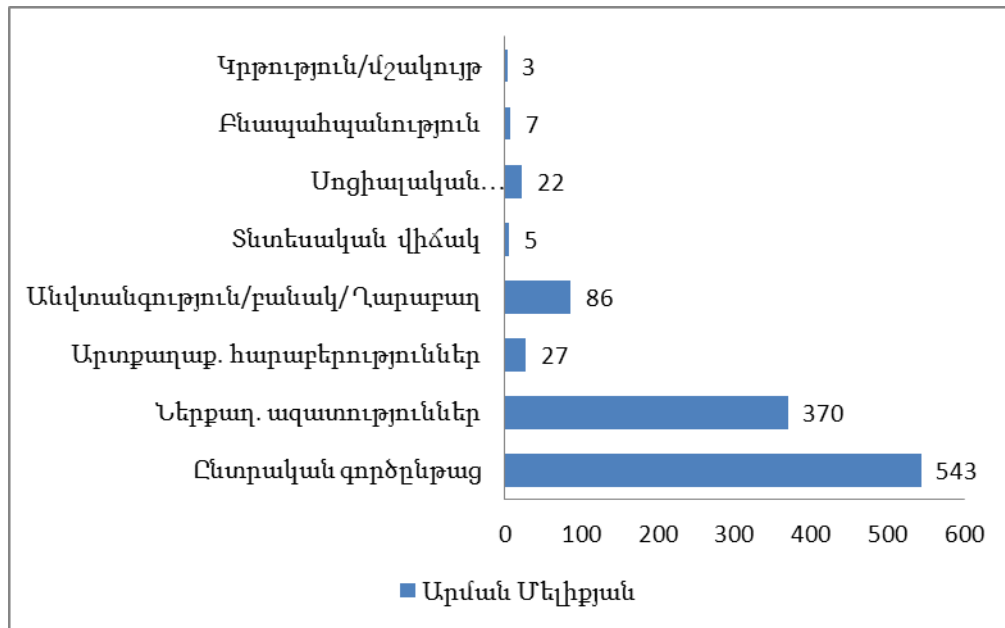
Աղյուսակ 3. Ակտիվությունները թեկնածուների ֆեյսբուքյան խմբերում

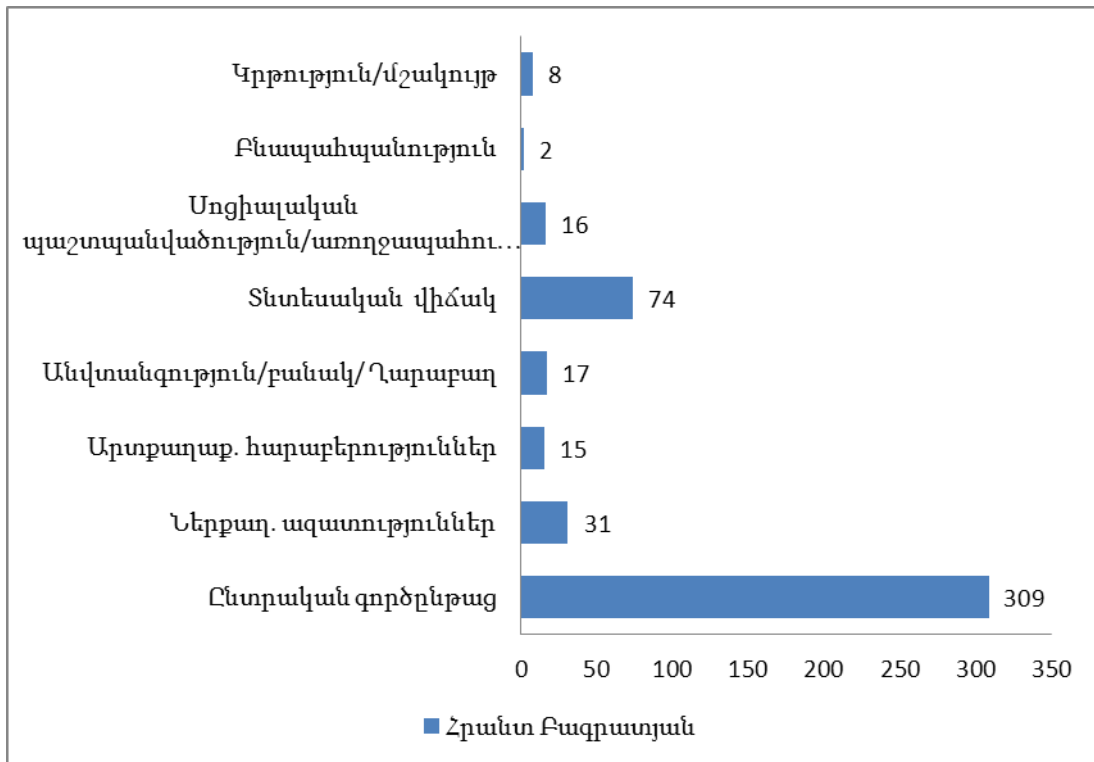
Ֆեյսբուքյան խմբի անվանումը	Անդամների քանակ		Նյութերի քանակ	Նյութեր, որոնց շուրջ ծավալվել է քննարկում
	21.01.13	16.02.13		
Արման Մելիքյան	495	478	413	16
Վարդան Սեդրակյան	1697	1737	128	0

**Գրաֆիկ 1. Թեկնածուների էջերում բարձրացված թեմաներ
(հունվարի 21-փետրվարի 16, 2013թ.)**









Աղյուսակ 4. Ընտրական գործընթաց թեմայով նյութերում արծարծված խնդիրներ եւ դրանց անդրադարձների քանակ

Խնդիր	Անդրադարձների քանակ
1. Թեկնածուների առաջադրում	39
2. Մասնակցության ձևաչափ	21
3. Քարոզարշավի ընթացք	421
4. Քարոզարշավի ձևեր	13
5. Ընտրացուցակներ	120
6. Խորհրդարանական կառավարում	2
7. Համամասնական եւ մեծամասնական ընտրակարգ	2
8. Այլ երկրների եւ միջազգային կազմակերպությունների գնահատականներ (դիտորդական առաքելություններ)	22
9. Այս կամ այն թեկնածուին արտաքին ուժերի կողմից սատարում	9
10. Սոցիոլոգիական հարցումներ	30
11. Թեկնածուների ու ուժերի ռեյտինգներ	6
12. Ընտրախախտումներ	75
13. Կեղծված ընտրություններ	85

14. ԿԸՀ	68
15. Ընտրակաշառք	33
16. Վարչական ռեսուրսի օգտագործում	41
17. Ընտրական արդյունքների վիճարկում	11
18. Ընտրությունների բոյկոտում	128
19. Քարոզչական պայքար	1
20. Նախընտրական ծրագիր	79
21. Ընտրակեղծիքներ	22
22. Բռնություններ և ճնշումներ ընտրական գործընթացում	107

Աղյուսակ 5. Ներքադաքական ազատությունը թեմայով նյութերում արծարծված խնդիրներ և դրանց անդրադարձների քանակ

Խնդիր	Անդրադարձների քանակ
23. Պետություն	8
24. Սահմանադրություն	39
25. Օրինականություն	97
26. Ժողովրդավարական զարգացում	13
27. Իրավունքներ	47
28. Քաղաքացիական հասարակություն	19
29. Դատական համակարգի անկախություն	21
30. Կոռուպցիա	28
31. Խոսքի ազատություն	19
32. Մեղիա	33
33. Իշխանափոխություն ընտրությունների միջոցով	16
34. Արդարություն	44
35. Անպատժելիություն	13
36. Կրիմինալ	11
37. Իշխանության եւ բիզնեսի սերտաճում	21
38. Իշխանություն	85
39. Ընդդիմություն	20
40. Հասարակություն	38
41. Քաղաքական դաշտի նկարագիր/գնահատում	34

Աղյուսակ 6. Արտաքաղաքական հարաբերություններ թեմայով նյութերում արձարծված խնդիրներ եւ դրանց անդրադարձների քանակ

Խնդիր	Անդրադարձների քանակ
42. Արտաքին քաղաքական կողմնորոշումներ,	27
43. Հարաբերություններ տարբեր երկրների եւ միջազգային կազմակերպությունների հետ	85
44. Սփյուռք	10

Աղյուսակ 7. Անվտանգություն/Բանակ/Ղարաբաղ թեմայով նյութերում արձարծված խնդիրներ եւ դրանց անդրադարձների քանակ

Խնդիր	Անդրադարձների քանակ
45. Անվտանգությունն ապահովող ուժ, գործիչ	27
46. Անվտանգության տարբեր խնդիրներ	10
47. Ժողովրդագրական իրավիճակ,	2
48. Միգրացիա	61
49. Մարտահրավերներ	3
50. Բանակ	30
51. Զորակոչ	1
52. Բանակում տիրող իրավիճակ	12
53. Ղարաբաղյան հակամարտություն	51

Աղյուսակ 8. Տնտեսական վիճակ թեմայով նյութերում արձարձված խնդիրներ և դրանց անդրադարձների քանակ

Խնդիր	Անդրադարձների քանակ
54. Տնտեսական զարգացման կեղծ ցուցանիշներ	2
55. Հարկեր	28
56. Հարկային օրենսդրություն	5
57. Բյուջե	35
58. Տնտեսական ճյուղեր	32
59. Մենաշնորհներ	7
60. Մանր և միջին բիզնես	22

Աղյուսակ 9. Սոցիալական պաշտպանվածություն/առողջապահություն թեմայով նյութերում արձարձված խնդիրներ և դրանց անդրադարձների քանակ

Խնդիր	Անդրադարձների քանակ
61. Սպառողական զամբյուղ և	9
62. Հասարակության շերտավորում	3
63. Նվազագույն աշխատավարձ	6
64. Նպաստներ	1
65. Թոշակներ	12
66. Առողջապահական խնդիրներ	7
67. Առողջապահական համակարգի կոռուպցիա	2
68. Թանկացումներ	2
69. Աղքատություն	28
70. Գործազրկություն	8

Աղյուսակ 10. Բնապահպան թեմայով նյութերում արձարծված խնդիրներ եւ դրանց անդրադարձների քանակ

Խնդիր	Անդրադարձների քանակ
71. Բնապահպանների գործունեություն	3
72. Հանքեր	3
73. Ընդերքի օգտագործում	1
74. Սեւան	2
75. Ջրավազանների պահպանություն	2
76. Բնապահպանական վիճակ	4

Աղյուսակ 11. Կրթություն/Մշակույթ թեմայով նյութերում արձարծված խնդիրներ եւ դրանց անդրադարձների քանակ

Խնդիր	Անդրադարձների քանակ
77. Մշակույթի նախարարություն եւ նախարար	1
78. Մշակութային տարբեր արժեքների պահպանություն	2
79. Կրթության նախարարություն	1
80. Բուհեր	2
81. Դպրոցներ	2
82. Կրթաթոշակներ	2
83. Կրթության մակարդակ	6
84. Կրթական մրցունակություն	1
85. Գիտություն	7
86. Կրթության քաղաքականացում	2

Աղյուսակ 12. Թեկնածուների էջերում ինքնագովազդ և PR ուրիշի կողմից

Թեկնածուներ	Ինքնագովազդ	PR ուրիշի կողմից	Ընդամենը
Վարդան Սեդրակյան	11	2	13
Անդրիաս Ղուկասյան	3	9	12
Պարույր Հայրիկյան	12	7	19
Արամ Հարությունյան	9	1	10
Արման Մելիքյան	4	1	5
Բաֆֆի Հովհաննիսյան	6	0	6
Հրանտ Բագրատյան	15	25	40

Աղյուսակ 13. Սեւ PR թեկնածուների էջերում

Թեկնածուների էջեր	Թեկնածուի կողմից սեւ PR	Այլ օգտատիրոջ կողմից սեւ PR	Ընդամենը
Վարդան Սեդրակյան	21	0	21
Անդրիաս Ղուկասյան	22	0	22
Պարույր Հայրիկյան	3	3	6
Արամ Հարությունյան	83	0	83
Արման Մելիքյան	62	0	62
Բաֆֆի Հովհաննիսյան	5	1	6
Հրանտ Բագրատյան	29	14	43

Աղյուսակ 14. Ինքնագովազդ և Մե. PR թեկնածուների էջերում

Թեկնածուներ	Մե. PR	Ինքնագովազդ
Րաֆֆի Հովհաննիսյան	6	6
Հրանտ Բագրատյան	43	15
Պարույր Հայրիկյան	6	12
Անդրիաս Ղուկասյան	22	3
Արման Մելիքյան	62	4
Վարդան Սեդրակյան	21	11
Արամ Հարությունյան	83	9

Աղյուսակ 15. Ս.Սարգսյանի համակիր/ կուսակից ֆեյսբուքյան ակտիվ օգտատերերի ցուցանիշները քարոզարշավի ընթացքում

Նյութերի քանակ եւ ստատուսների միջին օրական քանակ (26 օր)

(Որպես ստատուս են ընկալվել միայն էջի համապատասխան սյունակում տեղադրված եւ ինքնուրույն բովանդակություն ունեցող նյութերը)

Օգտատեր/ քաղաքործիչ	Ընտր. թեմայով նյութերի քանակ	Այդ թվում՝ սեփական ստատուս	Ստատուսների միջին օրական քանակ (26)	%
Կարեն Ավագյան	90	39	1.5	43%
Արմեն Աշոտյան	86	47	1.8	55%

ՀԱՎԵԼՎԱԾ 2

ՔԱՐՈԶԱՐՇԱՎ. ՁԼՄ-ներ

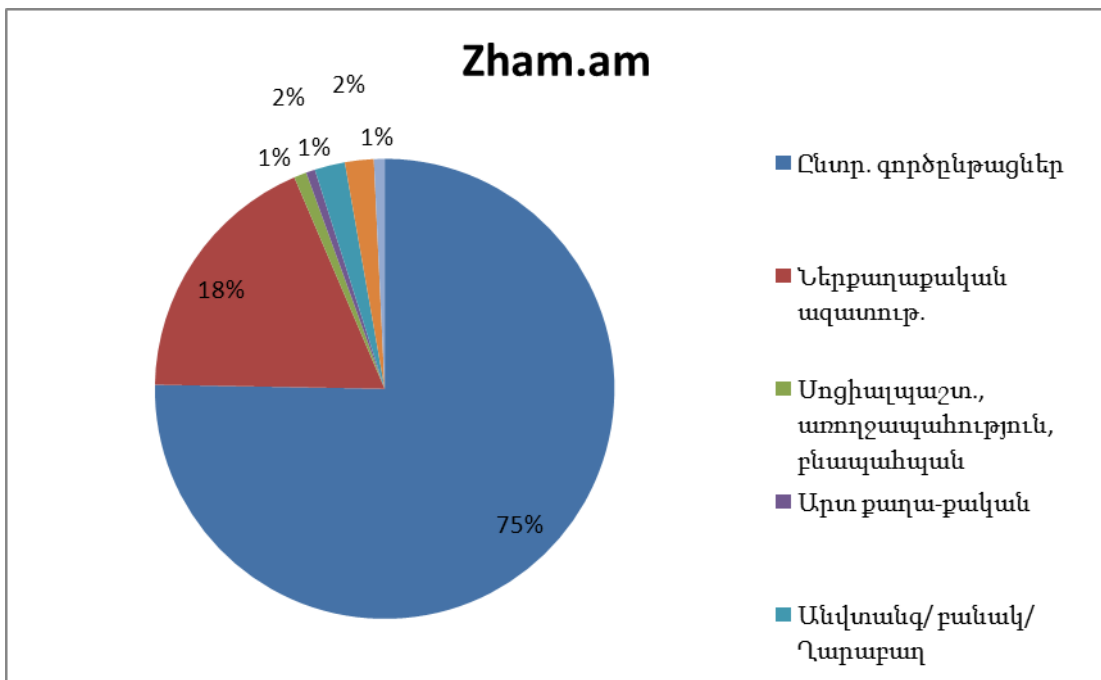
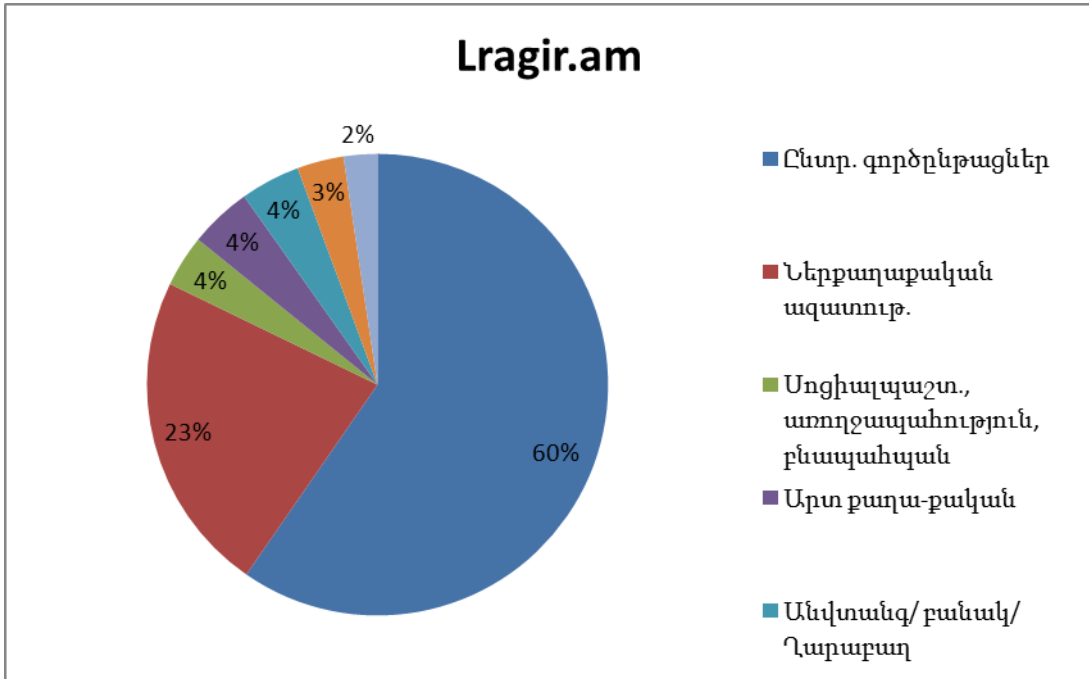
Աղյուսակ 16. ՁԼՄ-ների ֆեյսբուքյան լսարանները քարոզարշավի ընթացքում

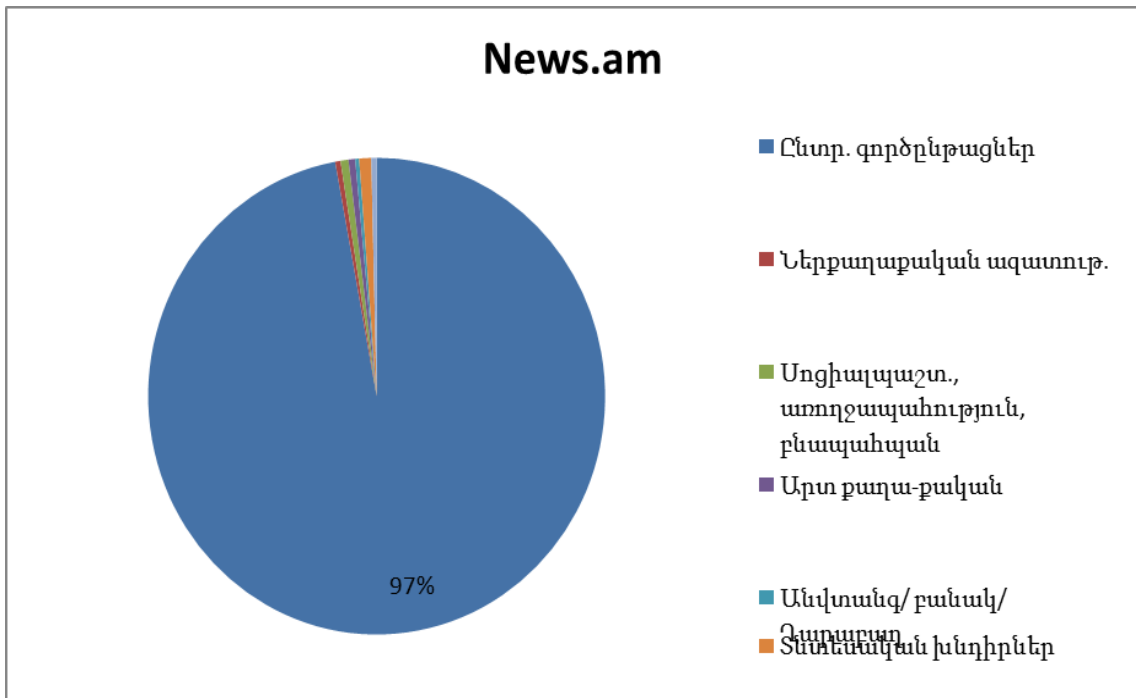
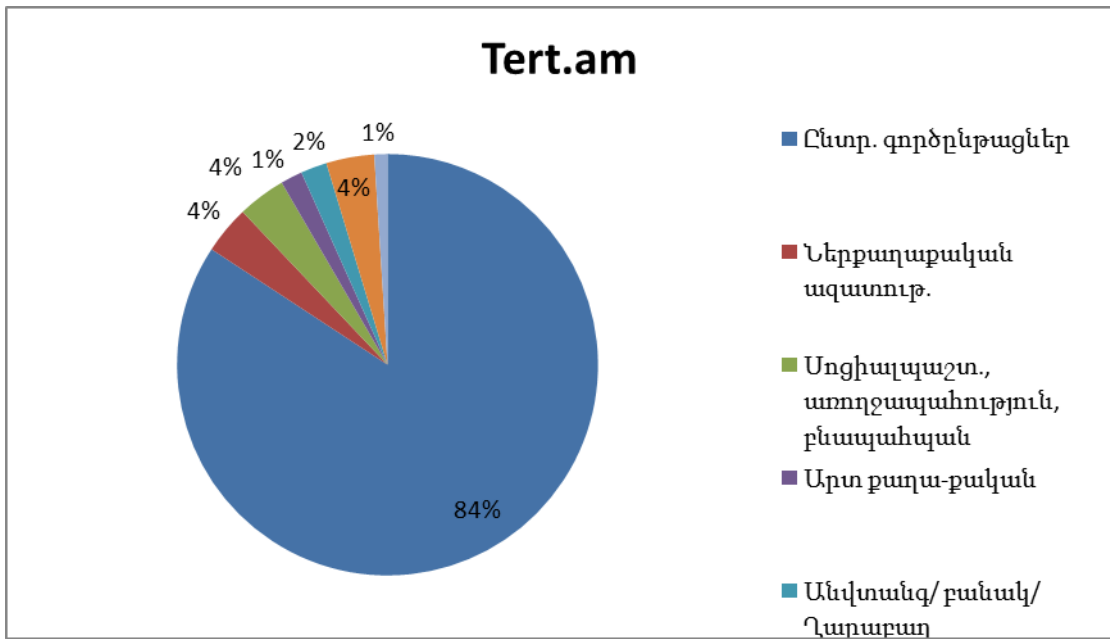
ՁԼՄ	Lragir.am		Zham.am		Tert.am		News.am		1in.am	
	Հավանում են	Քննարկում են	Հավանում են	Քննարկում են	Հավանում են	Քննարկում են	Հավանում են	Քննարկում են	Հավանում են	Քննարկում են
21.01.13	8721	293	13509	641	72925	7482	70693	3648	74659	3798
16.02.13	10951	1917	13612	701	74576	6334	73405	3398	79212	5394

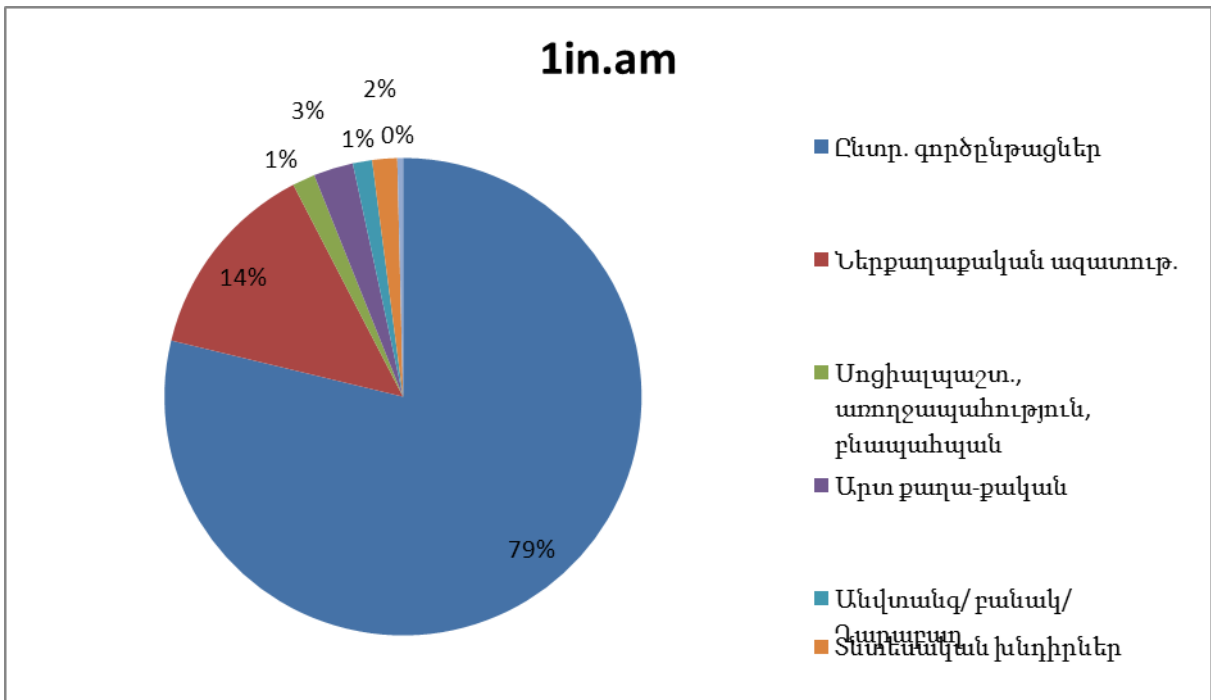
Աղյուսակ 17. Ընտրությունների թեմայով նյութերի նկատմամբ լսարանների հետաքրքրությունը

ՁԼՄ	Ընտրության թեմայով նյութերի քանակ	Արձագանքներ (Like, Share, Comment) ստացած ընտրությունների թեմայով նյութերի քանակ	%
Lragir.am	155	117	75%
Zham.am	398	258	65%
Tert.am	167	139	83%
News.am	425	367	86%
1in.am	645	624	97%

Գրաֆիկ 2. Քարոզարշավի ընթացքում ՉԼՄ-ների ֆեյսբուքյան էջերում բարձրացված թեմաները







ՀԱՎԵԼՎԱԾ 3

ՔՎԵԱՐԿՈՒԹՅԱՆ ՕՐ

Աղյուսակ 18. Քվեարկության օրը թեկնածուների էջերում տեղադրված նյութերի քանակ

Թեկնածու	Նյութերի քանակ
Անդրիաս Ղուկասյան	12
Արման Մելիքյան	4
Բաֆֆի Հովհաննիսյան	45
Հրանտ Բագրատյան	5
Պարույր Հայրիկյան	1
Վարդան Սեդրակյան	0
Արամ Հարությունյան	0

Աղյուսակ 19. Քվեարկության օրվա մասին (փետրվարի 18) թեկնածուների էջերի կոնտենտների թեմաներ

Թեկնածու	Ճնշումներ , բնութային ընտրությունների ընթացքում	Ընտրակաշառք /ընտրակեղծիք/ /վարչական ռեսուրսի օգտագործում	Նյութեր առանց խախտումների նկարագրության
Անդրիաս Ղուկասյան	1	12	0
Արման Մելիքյան	3	3	0
Բաֆֆի Հովհաննիսյան	6	93	15
Հրանտ Բազրատյան	0	3	2
Պարույր Հայրիկյան	0	0	1

Աղյուսակ 20. Քվեարկության օրը թեկնածուների էջերում մատնանշված խախտումների քանակ եւ տեսակ

Թեկնածու	Ընտրակաշառքի/ընտրակեղծիքի/վարչական ռեսուրսի օգտագործման նկարագրությունների քանակ	Բռնությունների/ճնշումների նկարագրությունների քանակ
Անդրիաս Ղուկասյան	2	0
Պարույր Հայրիկյան	0	0
Արման Մելիքյան	0	0
Բաֆֆի Հովհաննիսյան	75	2
Հրանտ Բազրատյան	3	0
Ընդամենը	80	2

**Ընտրատեղամասեր, որտեղ ըստ թեկնածուների էջերի նյութերի տեղի են ունեցել
ընտրակաշառքի/ընտրակեղծիքի/վարչական ռեսուրսի օգտագործման դեպքեր
(63 ընտրատեղամաս)**

03/03	03/19	03/33	04/07	04/13
04/22	05/10	06/21	07/13	07/27
08/09	08/11	08/16	08/22	08/23
09/01	09/03	09/18	09/20	09/27
09/28	10/08	11/03	12/23	12/35
13/04	13/37	13/4	16/41	17/05
17/15	19/08	19/10	19/18	19/41
20/35	24/07	24/7	29/04	29/24
29/4	29/45	3/19	3/33	32/39
32/5	32/50	34/27	34/36	38/12
4/13	4/22	4/7	42/46	5/10
6/21	7/13	8/11	8/16	8/9
9/1	9/18	9/20		

Ընտրատեղամասեր, որտեղ ըստ թեկնածուների էջերի նյութերի տեղի են ունեցել
բռնություններ/ճնշումներ ընտրությունների ընթացքում (2 ընտրատեղամաս - 04/15, 17/05)

Քվեարկության օրը ՉԼՄ-ների էջերում

Աղյուսակ 21. Քվեարկության օրը թեկնածուների էջերում տեղադրված նյութերի քանակ

ՉԼՄ	Նյութերի քանակ
Lragir.am	17
Zham.am	79
Tert.am	88
News.am	88
1in.am	90

Աղյուսակ 22. Քվեարկության օրվա մասին (փետրվարի 18) ՉԼՄ ֆեյսբուքյան էջերում տպագրված նյութերի թեմաներ

ՉԼՄ	Ճնշումներ , բռնություններ ընտրությունների ընթացքում	Ընտրակաշառք/ընտրակեղծի ք/վարչական ռեսուրսի օգտագործում	Նյութեր առանց խախտումների նկարագրության
Lragir.am	3	9	8
Zham.am	1	48	45
Tert.am	4	47	39
News.am	2	73	53
1in.am	4	92	58

Աղյուսակ 23. Քվեարկության օրը ՉԼՄ-ների ֆեյսբուքյան էջերում մատնաշված խախտումների քանակ եւ տեսակ

ՉԼՄ	Ընտրակաշառք/ընտրակեղծիք/վարչական ռեսուրսի օգտագործում	Բռնություններ/ճնշումներ ընտրությունների ընթացքում	Ընտրական գործընթացի նկարագրություն առանց որեւէ խախտման մատնանշման
Lragir.am	4	0	0
Zham.am	37	1	2
Tert.am	21	0	0
News.am	55	0	0
1in.am	89	2	0

Ընտրատեղամասեր, որտեղ ըստ դիտարկված ՁԼՄ-ների նյութերի՝ տեղի են ունեցել ընտրակաշառքի/ընտրակեղծիքի/վարչական ռեսուրսի օգտագործման դեպքեր (ընտրատեղամասերի անվանումները բերված են ըստ նյութում դրանց անվանման)

Գեղարքունիքի մարզի Ճամբարակ քաղաքում թիվ 1 դպրոցում տեղակայված ընտրատեղամաս	Գեղարքունիքի մարզի Ճամբարակ քաղաքում թիվ 2 դպրոցում տեղակայված ընտրատեղամաս	Գեղարքունիքի մարզի Ճամբարակ քաղաքում թիվ 3 դպրոցում տեղակայված ընտրատեղամաս	Արարատյան մասիվ վարչական շրջանի ընտրատեղամասերից մեկը	Քանաքեռ-Զեյթուն վարչական շրջան
01/06	01/16	01/35	02/08	03/02
03/03	03/30	03/33	04/10	04/11
04/17	04/23	05/01	05/02	05/03
05/08	05/21	05/23	05/24	06/16
06/17	06/23	06/34	06/35	07/14
07/21	07/27	07/28	08/08	08/16
08/22	08/23	09/02	09/03	09/04
09/09	09/15	09/27	09/28	10/08
10/22	11/06	11/29	12/01	12/04
13/03	13/05	13/06	13/12	13/13
14/21	14/23	16/41	17/01	17/02
17/03	17/05	17/07	17/10	18/08
20/02	22/15	22/23	25/26	28/12
28/23	29/07	29/08	29/17	29/18
29/21	29/25	29/27	29/29	30/01
30/02	30/06	30/11	30/12	30/26
30/31	30/34	31/02	31/05	31/25
32/05	32/14	32/34	32/56	33/63
33/74	34/04	34/06	34/08	34/09
34/10	34/15	34/16	34/19	34/21
34/22	34/30	34/36	34/39	35/05
35/10	35/19	35/22	35/23	35/33
35/34	35/35	35/36	35/38	35/39
35/40	36/45	37/07	38/12	38/19
40/33	40/43	40/46	41/09	41/11
41/13	41/21	41/23	41/26	87/07

Ընտրատեղամասեր, որտեղ ըստ դիտարկված ՁԼՄ-ների նյութերի տեղի են ունեցել բռնություններ/ճնշումներ քվեարկության օրվա ընթացքում (ընտրատեղամասերի անվանումները բերված են ըստ նյութում դրանց անվանման)

Մետաքսի
շտաբ 17/05 34/36

Ընտրատեղամասեր, որտեղ ըստ դիտարկված ՁԼՄ-ների նյութերի տեղի չեն ունեցել ընտրախախտումներ քվեարկության օրը

02/08 04/31