



ՍՈՑԻԱԼԱԿԱՆ ՆՅՈՒԹԵՐԻ
ԿԻՐԱՌՄԱՆ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ
ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՕՆԼԱՅՆ ԶԼՄ-ՆԵՐՈՒՄ – 2022

(ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ 12 ՕՆԼԱՅՆ ԶԼՄ-ՆԵՐԻ ՄՈՆԻՏՈՐԻՆԳԻ ԱՐԴՅՈՒՆՔՆԵՐ)

Երևան – 2022

Ձեկույցը «Հայաստանի մեդիան եւ սոցցանցերը – 2022թ.» հետազոտության երկրորդ մասն է, որն իրականացրել ենք «Նոր մեդիա միջավայր-նոր խնդիրներ, նոր կարգավորումներ. հանուն Հայաստանում բազմակարծիք, որակյալ եւ թափանցիկ մեդիայի» ծրագրի շրջանակներում:

Ծրագիրն իրականացվում է Եվրոպական հիմնադրամ հանուն ժողովրդավարության (EED) կազմակերպության ֆինանսական աջակցությամբ: Ձեկույցի բովանդակությունը կարող է չհամընկնել EED-ի տեսակետների հետ: Տեղեկատվության եւ կարծիքների համար պատասխանատու է «Ռեգիոն» հետազոտական կենտրոնը:

Մեթոդաբանությունը եւ արդյունքների վերլուծությունը՝ **Լաուրա Բաղդասարյան**
Մոնիտորինգի թիմ՝ **Մարինե Սարգսյան, Մարիամ Սիրունյան, Տիգրան Բաղդասարյան, Հրանտ Գալստյան, Գագիկ Խաչատրյան**
Տվյալների մշակումը, գրաֆիկները՝ **Շողիկ Ստեփանյան**

Ծրագրի նյութերն այստեղ՝ **Mediametrics-** <https://www.regioncenter.info/hy/media-metrics>



«Ռեգիոն» հետազոտական կենտրոն



European Endowment for Democracy (EED)

ՅԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ՄԱՍԻՆ

- Ինչի՞ եւ ո՞ւմ մասին են Հայաստանի օնլայն ՉԼՄ-ներում արտատպվող/կիրառվող սոցցանցային գրառումները:
- Որո՞նք են մեդիա հարթակներում սոցցանցային նյութերը հրապարակելու առանձնահատկությունները:
- Արդյո՞ք արտատպված սոցցանցային նյութերը նպաստում են լրատվամիջոցներում թեմաների, տեղակատվական աղբյուրների բազմազանեցմանը:
- Ո՞ր սոցցանցերն են աղբյուր ծառայում Հայաստանի, Արցախի եւ այլ երկրների իրադարձությունները/զարգացումները սոցցանցային գրառումների միջոցով ներկայացնելու ընթացքում:

Այս հարցերին հստակ պատասխանելու համար ձեռնարկեցինք 12 տարբեր օնլայն ՉԼՄ-ների (1in.am, Tert.am, Armlur.am, Hraparak.am, Yerevan.Today, Freenews.am, Armtimes.com, Lragir.am, Aravot.am, Civilnet.am, Aliqmedia.am, Ilur.am) սոցցանցային նյութերի օգտագործման առանձնահատկությունների ուսումնասիրությունը:

ՉԼՄ-ների այս խումբն ընտրեցինք՝ ելնելով ոչ միայն քաղաքական տարբեր նախապատվություններով լրատվամիջոցներ ուսումնասիրելու հետազոտական անհրաժեշտությունից, այլեւ այն հանգամանքից, որ այս ՉԼՄ-ների խմբի ղեկավարները, բացի Freenews.am-ից, մասնակցել էին մեր նախորդ հետազոտությանը¹, պատասխանել էին նաեւ սոցցանցային բովանդակությունների կիրառման մասին մեր հարցերին:

Տես՝ Հավելված, Հատվածներ մեդիա ղեկավարների հարցման արդյունքներից:

Այս ուսումնասիրությունը հետաքրքիր էր մեզ համար նաեւ այն տեսանկյունից, որ 2014 թ. մոտավորապես նույն թեմայով հետազոտության շնորհիվ մենք արձանագրել էինք, որ այն ժամանակ հայաստանյան ՉԼՄ-ներում սոցցանցային բովանդակություններն իրենց ընդհանրության մեջ մեդիա արտադրանքի փոքրիկ մաս էին (օրինակ, օնլայն ՉԼՄ-ների դեպքում դրանք միասնաբար հրապարակված նյութերի մոտ 5%-ն էին կազմում): Արձանագրել էինք նաեւ, որ դրանք էական տարբերությամբ

¹ Տես՝ [«Հայաստանյան մեդիան սոցցանցերի դարաշրջանում – 2022. 100 մեդիա ղեկավարների հարցման արդյունքներ»](#), էջ 11-12:

ավելի շատ Հայաստանի, Ղարաբաղյան հակամարտության² մասին էին, քան թե այլ երկրներում, միջազգային ասպարեզում տեղի ունեցող հրատապ իրադարձությունների մասին:

8 տարի առաջ Հայաստանի մեդիայի եւ մասնավորապես ֆեյսբուքի փոխներթափանցումը նոր էր սկսում ծավալվել:

Ստորել ներկայացվող հետազոտությունը սկսեցինք 2022 թ. տարեսկզբին, եւ 1.5 ամսվա ընթացքում (հունվարի 5 - փետրվարի 20), բացի Ղազախստանում ոչ երկարատեւ ներքին բախումներից, սուր

զարգացումներ չկային: Փետրվարի 24-ին սկսված ռուս-ուկրաինական պատերազմը, իսկ մարտի 24-ին Արցախում ադրբեջանական ստորաբաժանումների շփման գծի խախտումը, հայկական ուժերի հետ ռազմական բախումն ու հետպատերազմյան խոշոր սրացումը դրդեցին եւս երկու շաբաթով շարունակելու մեր ուսումնասիրությունը (մարտի 24-ապրիլի 7):

Այդպես հետազոտությունն անցկացրեցինք երկու փուլերով. Արցախում ռազմական սրացումից/Ուկրաինայի դեմ պատերազմից «հինգ պակաս» իրավիճակի փուլ եւ Արցախում ռազմական սրացման/Ուկրաինայի դեմ պատերազմի երկու շաբաթվա փուլ:

ՄԵԹՈՂԱԲԱՆԱԿԱՆ ՈՒՂԵՑՈՒՅՑ

- Լրատվամիջոցներում սոցցանցային նյութ ենք համարել բոլոր այն հրապարակումները, որոնք ամբողջովին կամ մասնակիորեն վերարտադրում են տարբեր սոցցանցային օգտատերերի գրառումները:
- Սոցցանցային նյութ ենք համարել նաեւ ՉԼՄ-ներում այն հրապարակումները, որտեղ այս կամ այն սոցցանցին հղումները կոնկրետ չեն, այլ միայն վկայում են նյութի սոցցանցային լինելու մասին (օրինակ, երբ օգտագործվել են հետեւյալ հղումները՝ «գրել է», «սոցցանցում նշել է», «սոցցանցային իր միկրոբլոգում հայտնել է» եւ այլն):

² [«Սոցիալական մեդիան տեղեկատվության աղբյուր հայաստանյան լրատվամիջոցների համար. ձեւավորվող ստանդարտներ եւ կիրառվող պրակտիկա»](#), էջ 33 եւ 38:

- Լրատվամիջոցներում հրապարակված սոցցանցային նյութերում արձարձված թեմաները հաշվարկել ենք «մեկ նյութ – մեկ եւ ավելի թեմա» սկզբունքով:
- Լրատվամիջոցներում հրապարակված սոցցանցային նյութերի հեղինակների քանակը (Ով է խոսում) հաշվարկել ենք «մեկ նյութ - մեկ հեղինակ» սկզբունքով:
- Լրատվամիջոցներում հրապարակված սոցցանցային նյութերում ուրիշների հիշատակումները (Ում մասին է խոսվում) հաշվարկել ենք «մեկ նյութ - ուրիշի մեկ եւ ավելի հիշատակում» սկզբունքով:

ՈՐՔԱՆ ԻՆՏԵՆՍԻՎ

Այս հարցի գլխավոր առանձնահատկությունն այն է, որ ՉԼՄ-ներում սոցցանցային գրառումների հրապարակման ծավալները բացարձակ կապ չունեն ընթացիկ իրավիճակների բնույթի հետ: Թե հարաբերականորեն հանդարտ փուլում, թե սուր իրավիճակների ժամանակ սոցցանցային նյութեր ինտենսիվ հրապարակող ՉԼՄ-ների ցանկերը նույնն են մնում: Իսկ սովորաբար սոցցանցային նյութեր հազվադեպ հրապարակող լրատվամիջոցներն իրենց հերթին սուր իրավիճակներում չեն ավելացնում դրանց քանակն իրենց հարթակներում:

Այսպես, կան ՉԼՄ-ներ, որոնց հունվարի 5 - փետրվարի 20 ժամանակահատվածի բոլոր նյութերի շոշափելի մաս են կազմել սոցցանցերից արտատպված գրառումները: Ինչպես, օրինակ, Yerevan.Today-ի դեպքում է: Այս ՉԼՄ-ի հրապարակած բոլոր նյութերի 1/5 մասը (21%) նշված փուլում սոցցանցերից փոխառնված նյութերն են եղել: Սոցցանցային բովանդակություններ մյուսների համեմատ դարձյալ ավելի մեծ ծավալով օգտագործել են նաեւ Armtimes.com-ը (այդ ընթացքում հրապարակած բոլոր նյութերի 12%), Hraparak.am-ը (10%), Aravot.am-ը (8%), 1in.am-ը (7%):

Մեկ օրվա ընթացքում այս մեդիա հարթակներում արտատպված/օգտագործված սոցցանցային գրառումների առավելագույն քանակը եղել է 16-22 նյութ:

Միջին ինտենսիվության է եղել Lragir.am-ի եւ Tert.am-ի³ սոցանցային գրառումների հրապարակումը (համապատասխանաբար՝ բոլոր նյութերի 6% եւ 5%):

Այս տեսակ նյութերի նկատմամբ մյուսների համեմատ ավելի քիչ ուշադրություն ենք արձանագրել մեր ցանկի ուրիշ 5 ՉԼՄ-ներում: Armlur.am, AliqMedia.am, Civilnet.am, Freenews.am, Ilur.am հարթակներում դրանց ծավալը հրապարակված բոլոր նյութերի 3%-ը չեն գերազանցել:

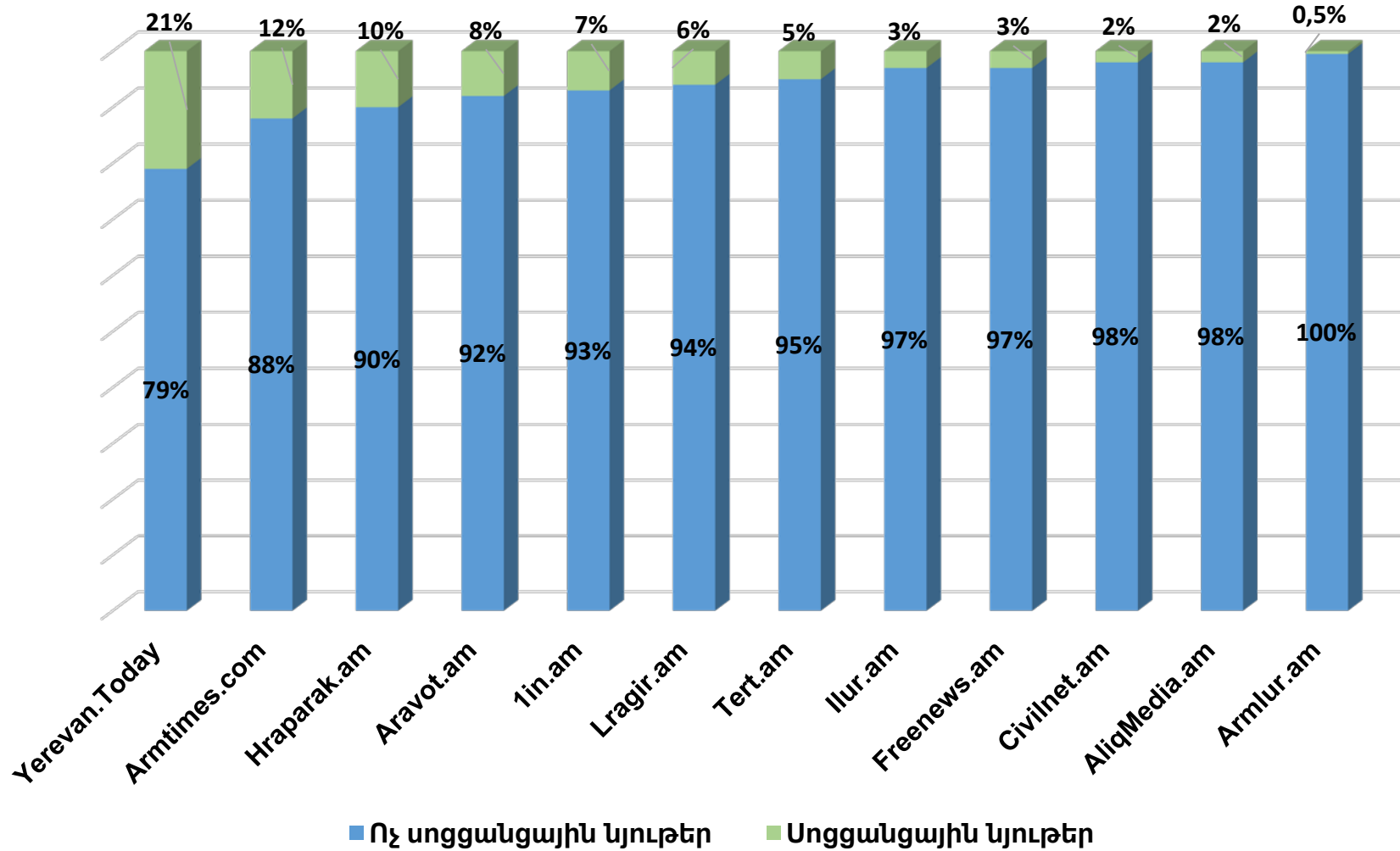
Սոցանցային նյութերը մյուսներից ավելի շատ եւ մյուսներից ակնհայտորեն քիչ անգամ արտատպած/կիրառած ՉԼՄ-ների այս խմբերը չեն փոխվել նաեւ հետազոտության երկրորդ փուլում՝ Ղարաբաղյան հակամարտության սրացման եւ ռուս-ուկրաինական պատերազմի օրերին (24.03-7.04, 2022):

Սա վկայում է, որ լրատվամիջոցները սկզբունքորեն տարբեր մոտեցումներ ունեն սոցանցային բովանդակություններն իրենց հարթակներ բերելու հարցում: Կան լրատվամիջոցներ, որոնք դա ինտենսիվ են անում, կան, որոնք եւ հարաբերականորեն հանդարտ, եւ սուր իրավիճակներում հազվադեպ են օգտագործում սոցանցային բովանդակությունները:

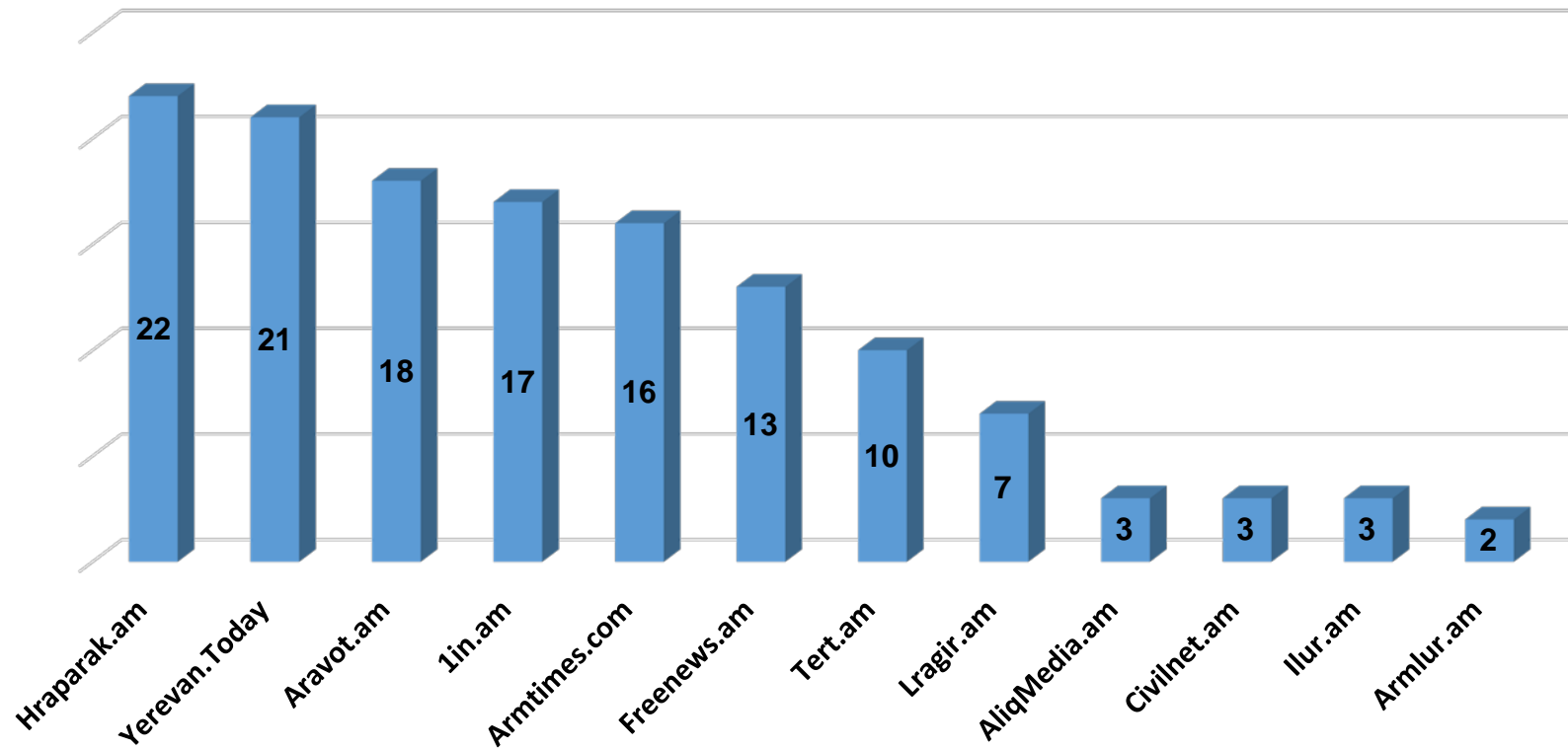
Տես ստորեւ բերված գրաֆիկները, ինչպես նաեւ՝ Յավելված, Աղյուսակներ 1 եւ 2:

³ Tert.am-ի դեպքում պետք է հաշվի առնել, որ հետազոտության ընթացքում այս լրատվամիջոցը դադարեցրեց երկշաբաթյա դադար ունեցավ հիմնադիր «Քառյակ մեդիա» ընկերության՝ իր լուծարման մասին որոշման պատճառով, եւ փետրվարի վերջում շարունակեց գործունեությունն արդեն որպես առանձին ՉԼՄ:

Սոցցանցային կյուրթերի քանակը ՉԼՄ-ներում
(5.01-20.02, 2022)



1 օրում հրապարակված սոցցանցային նյութերի առավելագույն քանակը
(5.01-20.02, 2022)



ՈՒՄ ԳՐԱՌՈՒՄՆԵՐԸ

Ովքե՞ր են եղել արտատպված սոցցանցային գրառումների հեղինակները: Տարբեր առիթներով սոցցանցերում հրապարակված ո՞ւմ խոսքն է եւ ի՞նչ թեմաներով, որ շրջանառվել է նաեւ լրատվամիջոցների հարթակների միջոցով, այդպիսով ինստիտուցիոնալ բովանդակության բնույթ հաղորդելով նաեւ ոչ պաշտոնական օգտատերերի գրառումներին:

- Առաջին ակնբախ առանձնահատկությունն այն է, որ կարելոր իրադարձությունների ու գործընթացների մասին ՉԼՄ-ներում հրապարակված սոցցանցային գրառումների հեղինակների մեծ մասը հայաստանյան օգտատերերն են եղել: Հայաստանի լրատվամիջոցների ուշադրությունը կենտրոնացած է հայաստանյան կարծիքները նաեւ սոցցանցային նյութերի միջոցով շրջանառելու վրա: Հայաստանի համար կարելոր գործընթացների ու իրադարձությունների մասին սոցցանցային գրառումների հրապարակումը չի նպաստում կարծիքների ու դրանք արտահայտող հեղինակների բազմազանեցմանը մեդիա հարթակներում:

Այսպես, **առաջին փուլի (հունվարի 5-փետրվարի 20) արձանագրումներով** Yerevan.Today-ում եւ Hraparak.am-ում արտատպված/օգտագործված բոլոր սոցցանցային նյութերի 95% -ի, Civilnet.am- ում՝ 93%-ի, Armtimes.com-ում եւ Armlur.am-ում՝ 84%-ի, Aravot.am -ում՝ 77%-ի, Freenews.am-ում՝ 74%-ի, Lragir.am -ում՝ 70%-ի, Ilur.am -ում՝ 68%-ի, Tert.am-ում՝ 63%-ի հեղինակները հայաստանյան օգտատերեր են եղել:

Կառավարության անդամների, խորհրդարանական ու արտախորհրդարանական քաղաքական ուժերի, առանձին հասարակական/քաղաքական գործիչների, առանձին մասնագետների կարծիքները, որոնք սովորաբար ներկայացնում են ՉԼՄ-ները նրանց հետ հարցազրույցներում, ասուլիսներից ռեպորտաժներում ու այլ ձեւաչափի նյութերում, հավելյալ մուլտիպլիկացվում են նաեւ մեդիայում նրանց սոցցանցային գրառումներն արտատպելու/կիրառելու միջոցով:

Օրինակ, փաստ է, որ հատկապես կարեւոր խնդիրների կամ արտառոց սուր զարգացումների համատեքստում հայաստանյան մեդիայում ավանդաբար ամենից շատ անգամ արտացոլվում է տարբեր մասնագետների, առանձին հասարակական-քաղաքական գործիչների խոսքը: Սակայն մեր հետազոտության տվյալներով էլ հենց այս խմբի (այն պայմանական անվանել ենք փորձագետների խումբ) ներկայացուցիչների սոցցանցային գրառումներն են բոլորից շատ անգամ հրապարակվել լրատվամիջոցներում:

Այս փուլում ռուս-ուկրաինական նախապատերազմյան հակամարտության թեմայով արտատպված սոցցանցային նյութերի մոտ կեսի հեղինակները (44%) դարձյալ հայաստանյան (բացառապես Ֆեյսբուքյան) օգտագործող են եղել: Մյուս կեսի հեղինակներն (56%) այլ երկրների ու միջազգային կազմակերպությունների ներկայացուցիչներ են եղել Twitter-ում, Telegram-ում, էապես ավելի քիչ անգամ՝ Ֆեյսբուքում իրենց գրառումներով:

Ռուս-ուկրաինական նախապատերազմյան հակամարտության մասին սոցցանցային բովանդակությունները հետազոտված ՉԼՄ-ներում երկու խմբի են եղել: Մի խմբում նյութեր են, որտեղ ներկայացվել են ռուս-ուկրաինական համակարմության համատեքստում Չայաստանի, տարածաշրջանի այլ երկրների առջև ստեղծված մարտահրավերներն ու հնարավորությունները, դարաբաղյան հակամարտության վրա ազդեցության տարբերակները: Եվ բոլոր այդ նյութերը վերցվել են հայաստանյան ու արցախյան օգտատերերի սոցցանցային հարթակներից: Այսպես են վարվել Aravot.am, Yerevan.today, Hraparak.am-ը:

Իսկ մյուս խմբում սոցցանցային նյութեր են, որտեղ մեծ մասամբ ներկայացվել է ռուս-ուկրաինական հակամարտության մասին օրվա լրահոսը: Այդ նյութերի հեղինակներն այլ երկրների/միջազգային կազմակերպությունների ներկայացուցիչներ, արտասահմանյան տարբեր սոցցանցային տեղեկատվական հարթակներ են եղել: Այս տեսակ նյութեր հրապարակել են 1in.am-ը, Armtimes.com-ը, Freenews.am-ը, Lragir.am-ը, Tert.am-ը:

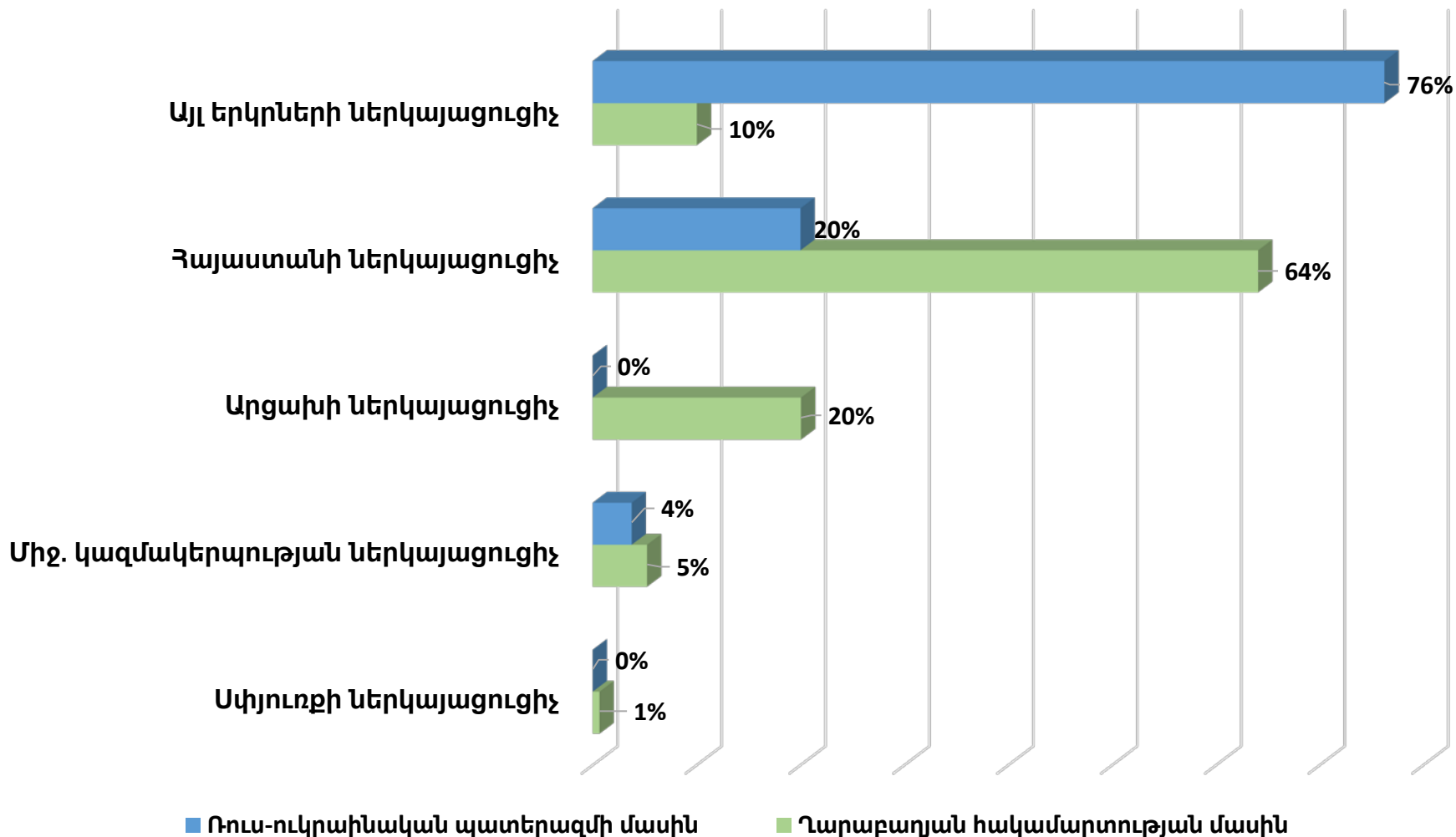
Մնացած ՉԼՄ-ներն էապես ավելի քիչ անգամ են հրապարակել այս թեմայի սոցցանցային նյութեր:

Մարտի 24-ից դարաբաղյան սրացման օրերի եւ ռուս-ուկրաինական պատերազմի երկու շաբաթվա (**հետազոտության երկրորդ փուլ**) տվյալները ցույց են տալիս, որ,

- Ղարաբաղյան հակամարտության համատեքստի սոցցանցային գրառումների մեծ մասի հեղինակները դարձյալ Հայաստանի ու Արցախի ներկայացուցիչներ են եղել, այն դեպքում, երբ այս համատեքստի ոչ սոցցանցային նյութերը նույնպես պատրաստվել են հիմնականում հայկական կարծիքների հիման վրա:
- Իսկ ռուս-ուկրաինական պատերազմի մասին սոցցանցային գրառումներում գերակշռել են արտասահմանյան օգտատերերի գրառումները:

Տես ստորել բերված գրաֆիկը, նաեւ՝ Յավելված, Աղյուսակներ 4 եւ 5:

**Սուր իրավիճակներում ում գրառումներն են հրապարակվել ՉԼՄ-ներում
(24.03-7.04, 2022)**



- Երկրորդ առանձնահատկությունն այն է, որ մեծ ծավալի սոցցանցային նյութեր հրապարակող լրատվամիջոցների դեպքում այս կամ այն օգտատիրոջ գրառման ընտրությունը հիմնականում պայմանավորված է քաղաքական նախապատվություններով, այս կամ այն ուժին սատարելու/հարելու հանգամանքով:

Այսպես, օրինակ, խորհրդարանական ընդդիմադիր ուժերի սոցցանցային գրառումներն ամենից շատ անգամ արտատպվել են ընդդիմադիր դաշտում գործող ՉԼՄ-ներում. «Հայաստան» խմբակցության ներկայացուցիչների գրառումները բոլորից շատ անգամ հրապարակել են Yerevan.Today-ը (21%), Hraparak.am -ը (16%): «Պատիվ ունեմ» խմբակցության ներկայացուցիչների գրառումները բոլորից շատ անգամ հրապարակել են Armlur.am-ը (38%), Hraparak.am-ը (21%), Yerevan.Today-ը (18%), Tert.am-ը (14%):

Չնայած, ՉԼՄ-ների մեծ մասն արտատպում է հիմնականում նաեւ \$եյսբուքում շրջանառվող պաշտոնական տեղեկատվությունը, սակայն իրենց հերթին էլ իշխանությունների հետ կապված ՉԼՄ-ները մյուսներից ավելի շատ հրապարակել են իշխանության ներկայացուցիչների, պետական ապարատի աշխատողների սոցցանցային գրառումները: Դրանց շարքում քիչ չեն ընդդիմադիր ուժերի հետ վերբալ դիմակայության համատեքստի սոցցանցային ելույթները: Այսպես, իշխանական տարբեր օղակների ներկայացուցիչների սոցցանցային գրառումներն ավելի շատ անգամ հրապարակել են Armtimes.com-ը (35%) եւ Freenews.am-ը (18%):

Իսկ, օրինակ, հատկապես դարաբաղյան հակամարտության, մարդու իրավունքների համատեքստերով իշխանության գործունեությունը քննադատած ՀՀ այդ ժամանակ ՄԻՊ-ի սոցցանցային գրառումների արտատպությունների քանակը նույն Armtimes.com-ում եղել է այնքան (բոլոր հրապարակված սոցցանցային նյութերի 0,6%), որքան որ ընդհանրապես սոցցանցային որեւէ նյութ իրենց էջերում մյուսներից ավելի քիչ արտատպող Aliqmedia.am-ում ենք գրանցել (0,6%):

Ընդգծենք նաեւ, որ փորձագետների սոցանցային նյութերի հրապարակումը նույնպես շատ դեպքերում ուղիղ կապ ունի քաղաքական նպատակահարմարության հետ. ընդդիմադիր հայացքներով հասարակական ու մասնագիտական խմբերի ներկայացուցիչների գնահատականները տեղ են գտել ընդդիմադիր ճամբարի ՉԼՄ-ներում, եւ հակառակը, իշխանական քաղաքականությանը լոյալ, կամ իշխանություններին հարաբերականորեն քիչ քննադատող մասնագետների գրառումները՝ Armtimes.com-ում եւ Freenews.am-ում:

Տես Չավելված, Աղյուսակ 6:

ՈՒՄ ՄԱՍԻՆ ԻՆՉ ԹԵՄԱՆԵՐՈՎ

- Այս հարցի պատասխանի առանձնահատկությունն այն է, որ անկախ իրավիճակի բնույթից (հարաբերականորեն հանդարտ, թե սուր ներքաղաքական, արտաքին քաղաքական իրադրություն է), հայկական կարեւորագույն թեմաներով դիսկուրսում գերակշռել են ավելի շատ արտաքին դերակատարների հիշատակումները, քան թե հայաստանյան դերակատարներինը: Սա հատկապես ցայտուն դրսեւորվում է Ղարաբաղյան հակամարտության սրացումների ժամանակ:

Մեր արձանագրած տվյալներով հետազոտության **առաջին փուլում** 12 ՉԼՄ-ներից ընդամենը 2-ի դեպքում արտատպված սոցանցային նյութերի ակնհայտ մեծամասնությունը եղել է Չայաստանի ու Արցախի թեմաներով (Ilur.am – 83%, Civilnet.am – 67%):

Ուրիշ խումբ են կազմել 4 ՉԼՄ-ներ, որոնցում գերակշռել են այլ երկրների ու միջազգային կազմակերպությունների մասին պատմող սոցանցային նյութերը (Aliqmedia.am – 84%, Tert.am – 75%, Lragir.am – 71%, 1in.am – 60%): Չնայած, այլ երկրների

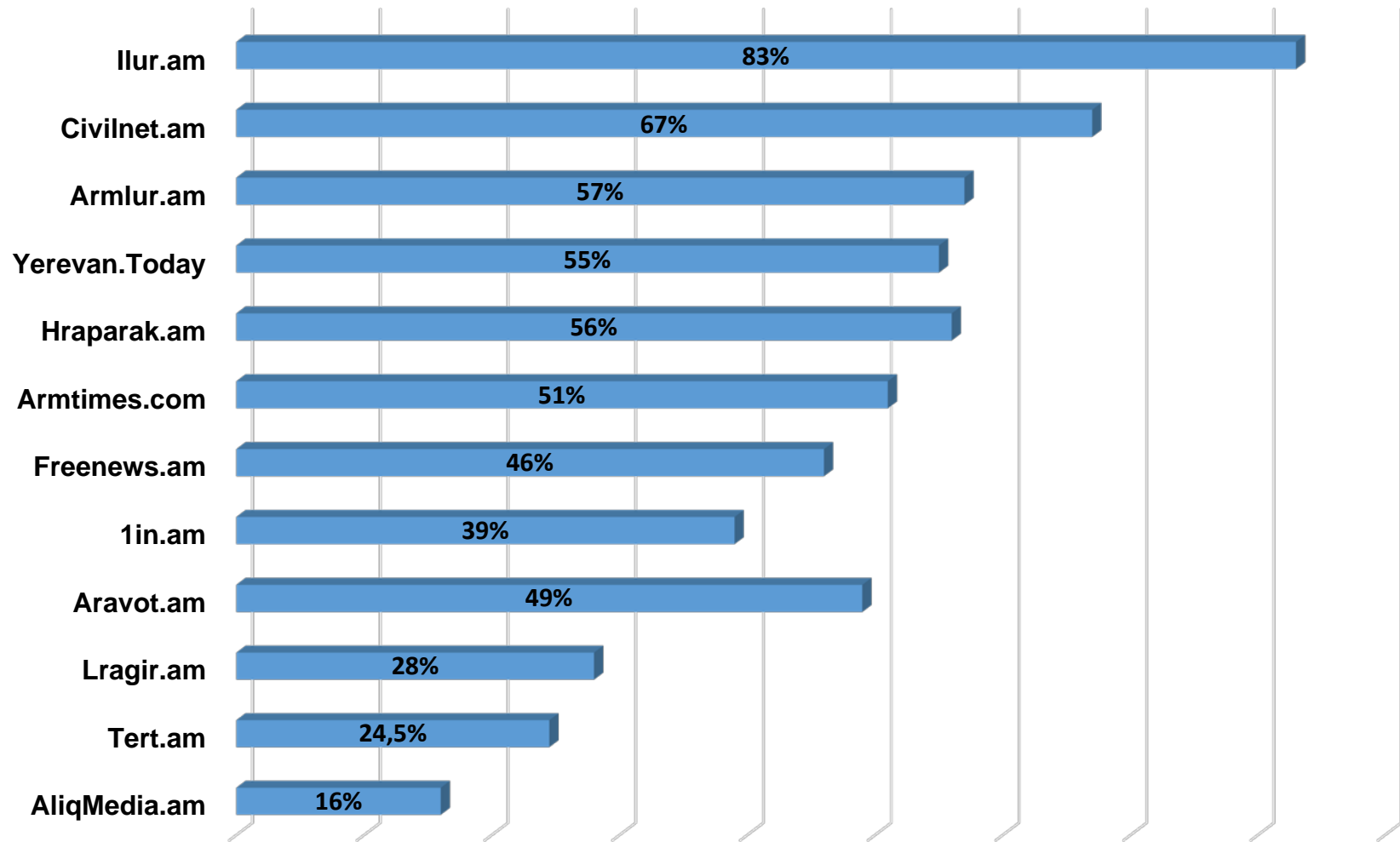
ու միջազգային կազմակերպությունների մասին այդ նյութերը, ի տարբերություն հայաստանյան ու արցախյան թեմաներով նյութերի, հիմնականում իրադարձային բնույթի են եղել: Ինչպես օրինակ, հունվարի սկզբում Ղազախստանում բռնկված ներքաղաքական բախումների, գործընթացում ՀԱՊԿ-ի ներգրավման, ռուս-ուկրաինական լարվածության մասին ՉԼՄ-ներում հրապարակված սոցցանցային նյութերն են եղել:

Երրորդ խմբում այն ՉԼՄ-ներն են, որոնք գրեթե համաչափ, ոչ մեծ տարբերությամբ են փոխառել հայաստանյան/արցախյան եւ միջազգային անցուդարձերի մասին սոցցանցային նյութերը: Այդ խումբը կազմել են Yerevan.Today-ը, Hraparak.am-ը, Aravot.am-ը, Armtimes.com-ը, Freenews.am-ը, Armlur.am-ը:

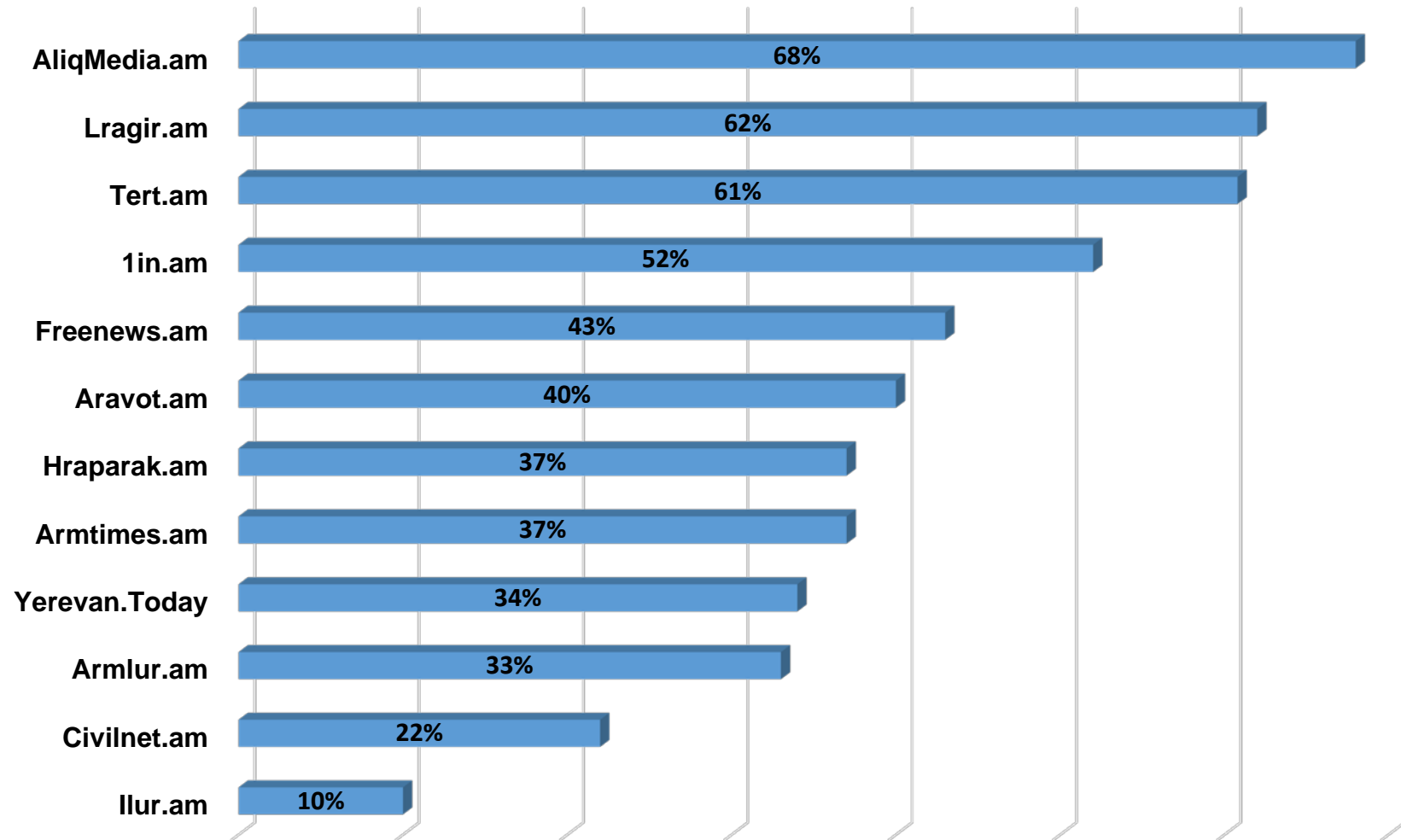
Բոլոր ՉԼՄ-ներում եականորեն քիչ է եղել այն սոցցանցային գրառումների արտատպությունների քանակը, որոնցում ներկայացվում են հայկական Սփյուռքի հետ կապված իրադարձությունները, խնդիրները, զարգացումները: Դրանք հետազոտության ժամանակահատվածում սոցցանցային փոխառված նյութերի 1%-ը չեն գերազանցել:

Տես ստորեւ բերված գրաֆիկները:

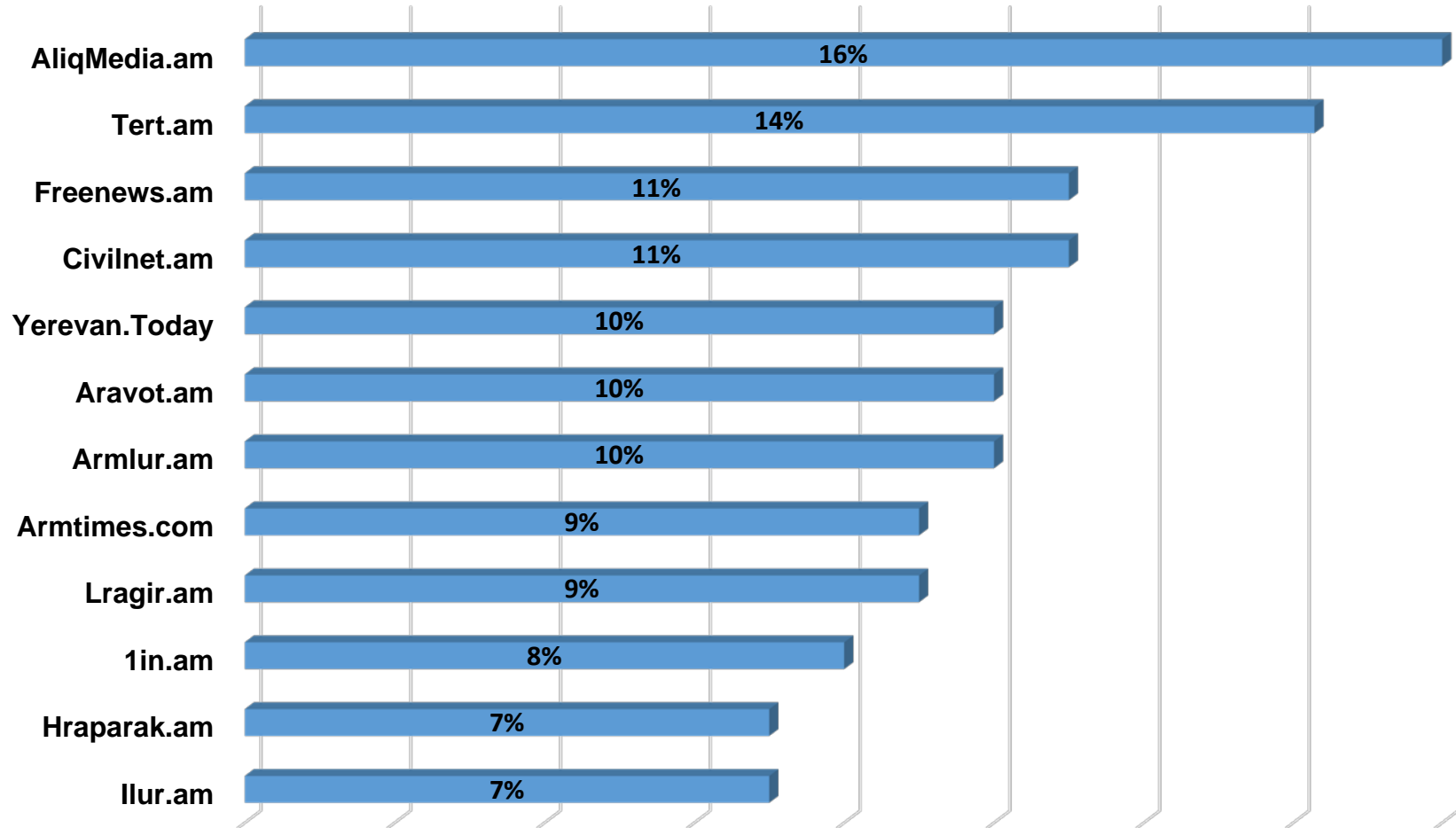
Հայաստանի/Արցախի մասին

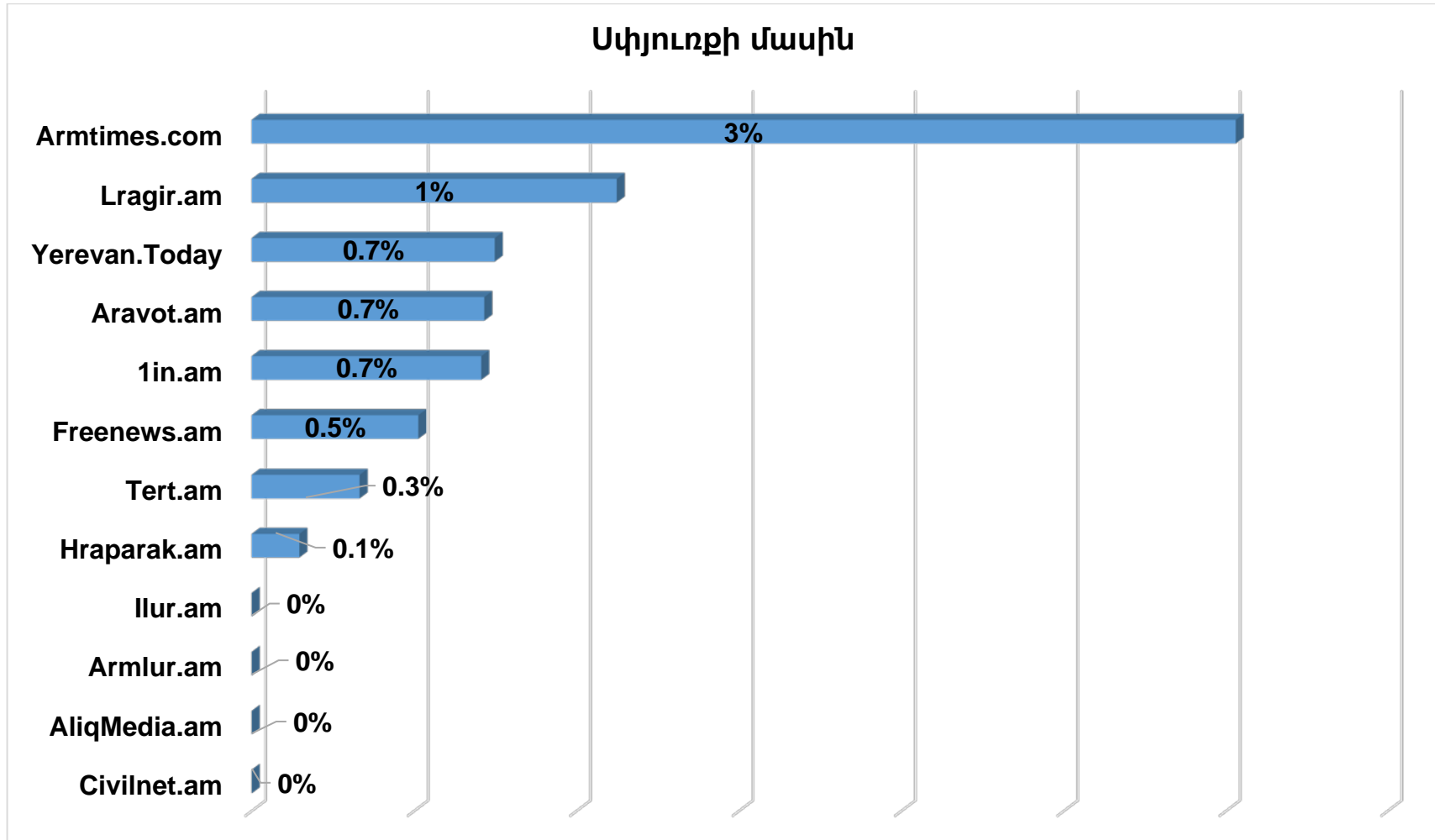


Այլ երկրների մասին



Միջազգային կազմակերպությունների մասին

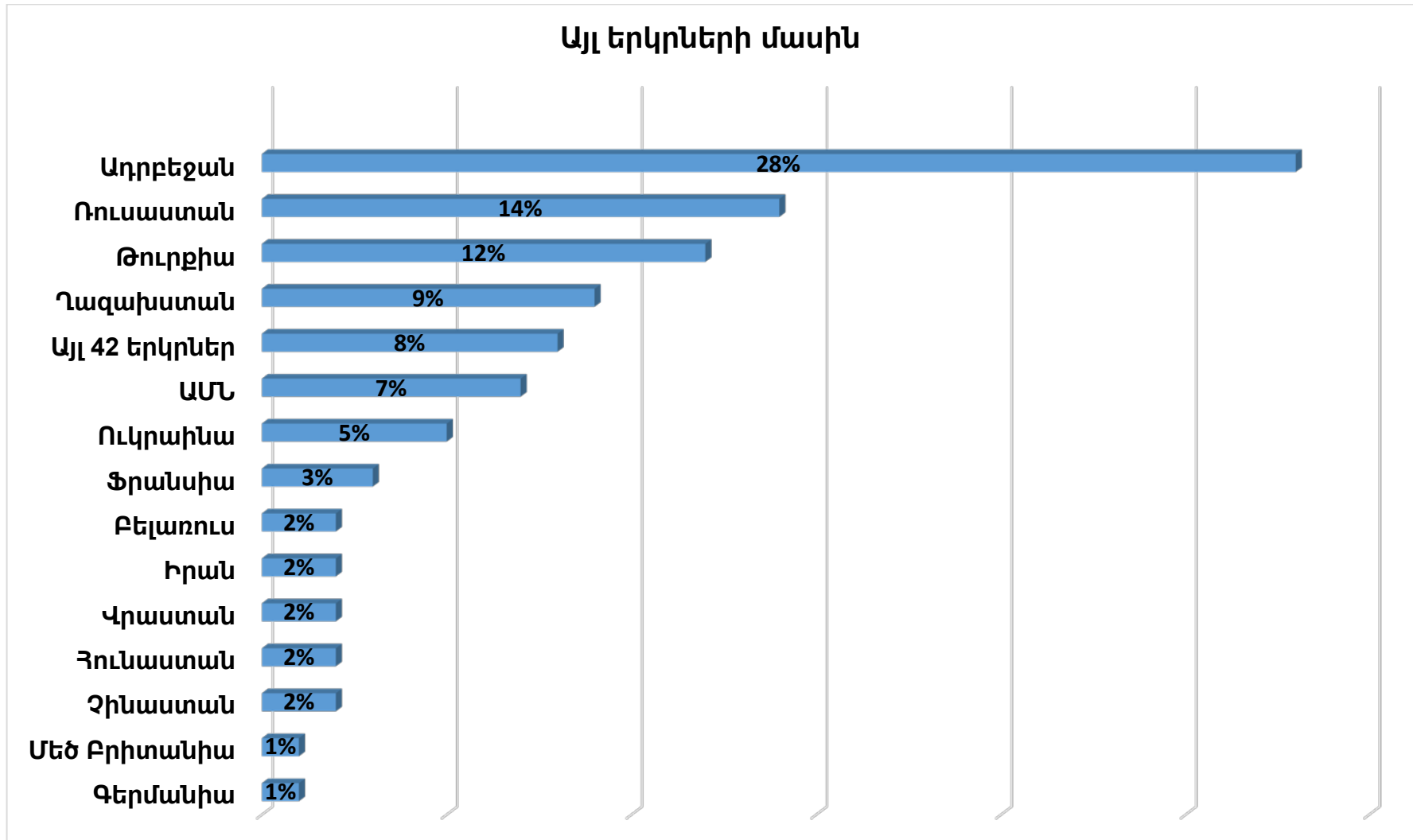




Այլ երկրների ցանկը, որոնց մասին խոսվում է արտատպված սոցցանցային նյութերում, տպավորիչ է իր մեծությամբ (խոսքը սոցցանցային արտատպություններում 56 երկրներում տեղի ունեցած իրադարձությունների, միջադեպերի, քաղաքական ու հանրային զարգացումների, հայտնի անձանց մասնավոր կյանքի ու այլ նկարագրությունների մասին է):

Սակայն հանրային նշանակության տեղեկատվության տեսանկյունից լրատվամիջոցները արտատպել են գլխավորապես Ադրբեջանին, Ռուսաստանին ու Թուրքիային առնչվող սոցցանցային բովանդակություններ:

Տես ստորեւ բերված գրաֆիկը:



Ղարաբաղյան հակամարտության համատեքստի սոցցանցային գրառումներում պահպանվել է հայաստանյան քաղաքական դիսկուրսի 2020-ի պատերազմից հետո մեր արձանագրած առանձնահատկությունը: Այն, որ այս թեմայով հանրային ելույթներում մեծ տեղ են գրավում արտաքին դերակատարների, այլ երկրների դիրքորոշումների մասին կարծիքները⁴:

Օրինակ, Ղարաբաղյան հակամարտության սրացման փուլում (մարտի 24-ապրիլի 7) ՉԼՄ-ներում այս թեմայով հրապարակված սոցցանցային նյութերում արտաքին դերակատարների հիշատակումները կազմել են բոլոր այլ դերակատարների հիշատակումների կեսը՝ 50.5%, իսկ Չայաստանի եւ Արցախի, որպես դերակատարների մասին հիշատակումները միասնաբար կազմել են 41%: Էապես ավելի քիչ են եղել միջազգային կազմակերպությունների հիշատակումները՝ 7%:

Տես՝ Չավելված, Աղյուսակներ 7 եւ 8:

ԻՆՉ ԹԵՄԱՆԵՐՈՎ

Առաջին փուլում օգտագործված սոցցանցային նյութերում 23 տարբեր թեմաների շարքում ամենից շատ անգամ արձարծված հինգ թեմաները համապատասխանաբար եղել են՝

- Ներքաղաքական խնդիրները (14%),
- իրավական/դատական համակարգի խնդիրները (12%),
- անվտանգության/բանակի խնդիրները (11%),
- Ղարաբաղյան հակամարտության խնդիրները (10%),
- արտաքին/քաղաքական խնդիրները (7%):

Ընդ որում՝

⁴ Տես՝ [«Հակամարտության եւ գաղազգման հեռանկարների համատեքստի 2021թ. ղնտրություններում»](#), Էջ 31:

- ներքաղաքական խնդիրների թեման բոլորից շատ անգամ արձարծել են փորձագետները/ՅԿ ներկայացուցիչները/առանձին հասարակական-քաղաքական գործիչները, ապա՝ խորհրդարանական ուժերի ներկայացուցիչներն իրենց սոցցանցային գրառումներում:
- իրավական/դատական համակարգի խնդիրների թեմային բոլորից շատ անգամ դարձյալ անդրադարձ է եղել փորձագետների/ՅԿ ներկայացուցիչների/առանձին հասարակական-քաղաքական գործիչների սոցցանցային գրառումներում: Սակայն այս անգամ դրանք գլխավորապես վերաբերել են տարբեր քրեական ու դատական գործերին, իսկ ՉԼՄ-ներն արտատպել են այդ գործերով տարբեր մասնագետների (փաստաբանների, այլ իրավաբանների) սոցցանցային գրառումները: Այս թեմայով քաղաքական ուժերի շարքից բոլորից շատ անգամ արտատպվել են Հայաստան խմբակցության ներկայացուցիչների սոցցանցային գրառումները:
- անվտանգության/բանակի եւ դարաբաղյան հակամարտության թեմաներն այն երկուսն են, որոնց մասին քաղաքական ուժերի ներկայացուցիչներից բոլորից շատ անգամ արտատպվել/օգտագործվել են Պատիվ ունեմ, ապա Հայաստան խմբակցության ներկայացուցիչների եւ Արցախի պաշտոնական ու ոչ պաշտոնական ներկայացուցիչների սոցցանցային գրառումները:

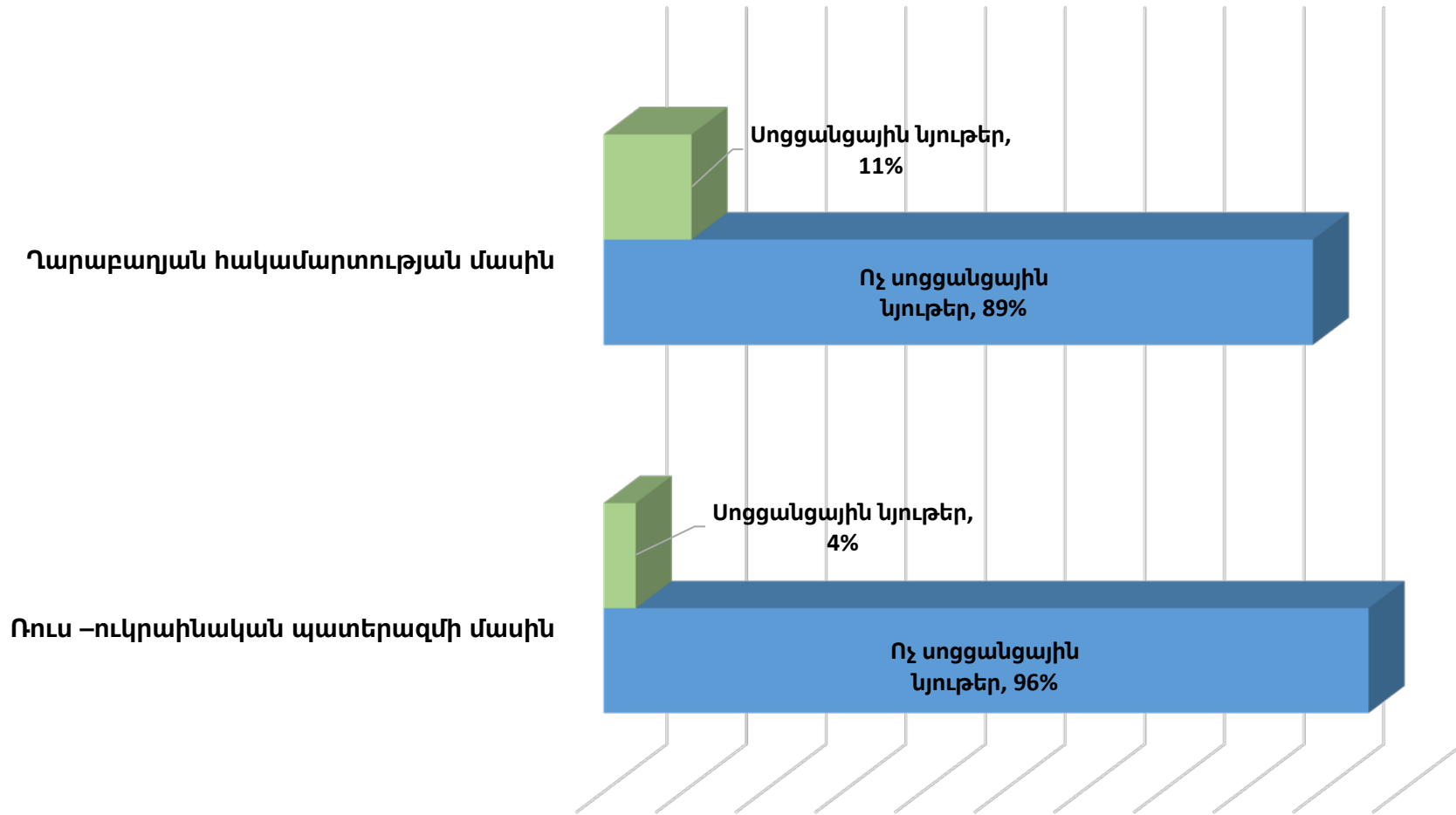
Տես Հավելված, Աղյուսակ 9:

Ռուս –ուկրաինական պատերազմի եւ դարաբաղյան հակամարտության սրացման օրերին

Մենք առանձին շեշտադրումով ուսումնասիրեցինք այս երկու սուր իրավիճակների մասին սոցցանցային նյութերի կիրառումը նշված լրատվամիջոցներում, երբ գետնի վրա ռուս-ուկրաինական պատերազմն արդեն մեկ ամսվա իրողություն էր, իսկ Արցախում ռազմական բախումը նոր էր սկսվել (24.03-7.04, 2022): Իհարկե, առաջին հայացքից կարելի է ենթադրություն անել, որ դարաբաղյան հակամարտության թեմայի՝ մյուսներից էականորեն ավելի շատ անգամ արձարծումը նաեւ սոցցանցային գրառումների տեսքով պայմանավորված է եղել հենց այս իրողությամբ: Սովորաբար նոր սրացումներն ավելի ինտենսիվ են լուսաբանվում, եթե անգամ դրանք ընթանում են ուրիշ, դեռ շարունակվող սուր գործընթացների համատեքստում:

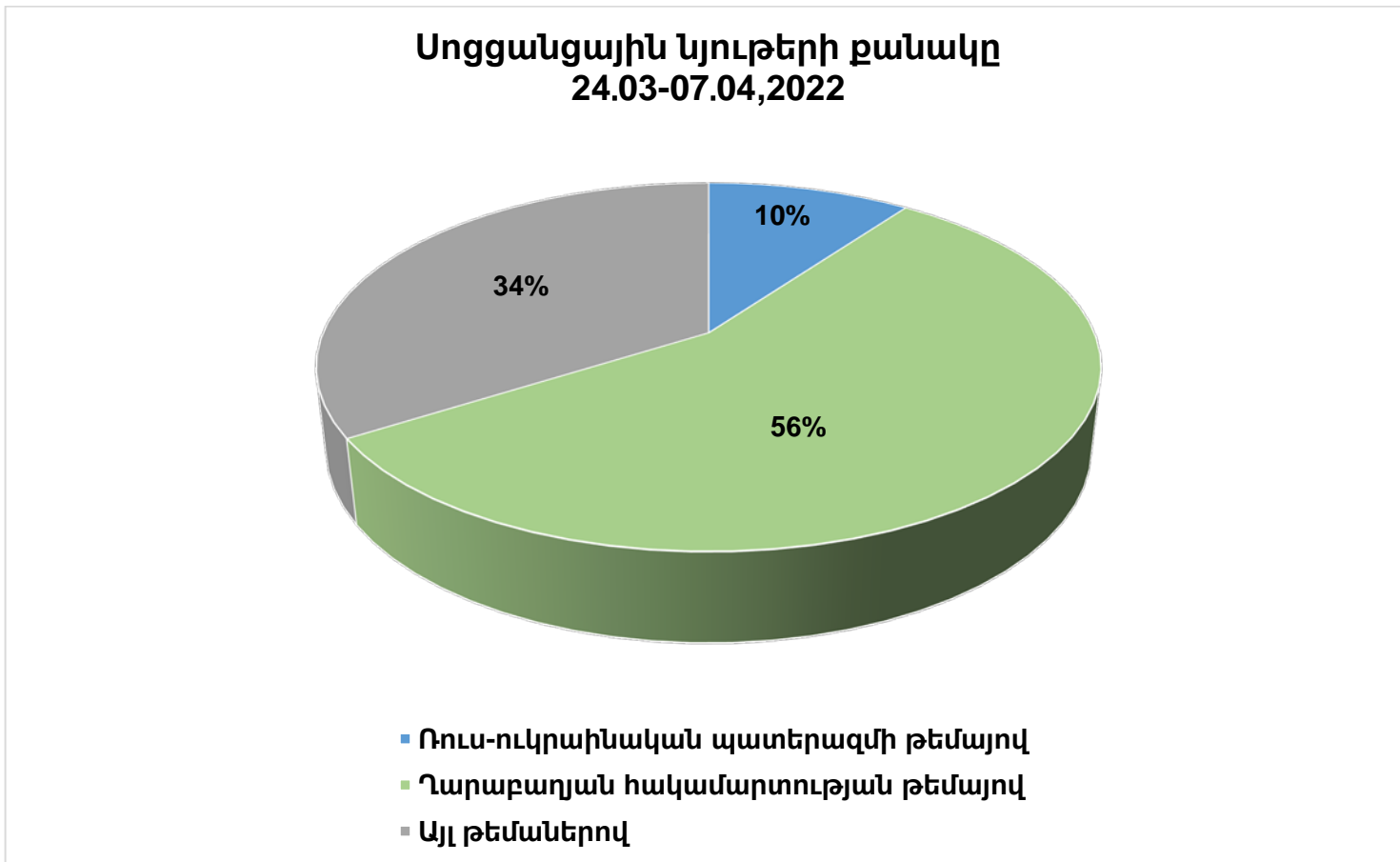
Տես՝ ստորեւ բերված գրաֆիկը:

Սուր իրավիճակների մասին սոցցանցային բովանդակությունների
ծավալը ՉԼՄ-ներում
(24.03-7.04, 2022)



Սակայն, մյուս կողմից, այս երկու սուր իրավիճակներին զուգահեռ ՉԼՄ-ներն արտատպել/կիրառել են մի շարք այլ թեմաների սոցցանցային նյութեր: Միասնաբար իրենց քանակով դրանք գերազանցել են այնպիսի կարեւորագույն խնդիրների լուսաբանմանը, ինչպիսին ռուս-ուկրաինական պատերազմն է եւ դրա հնարավոր հետեւանքները Ղարաբաղյան հակամարտության հարցում եղած իրողությունների վրա:

Տես՝ ստորեւ բերված գրաֆիկը:



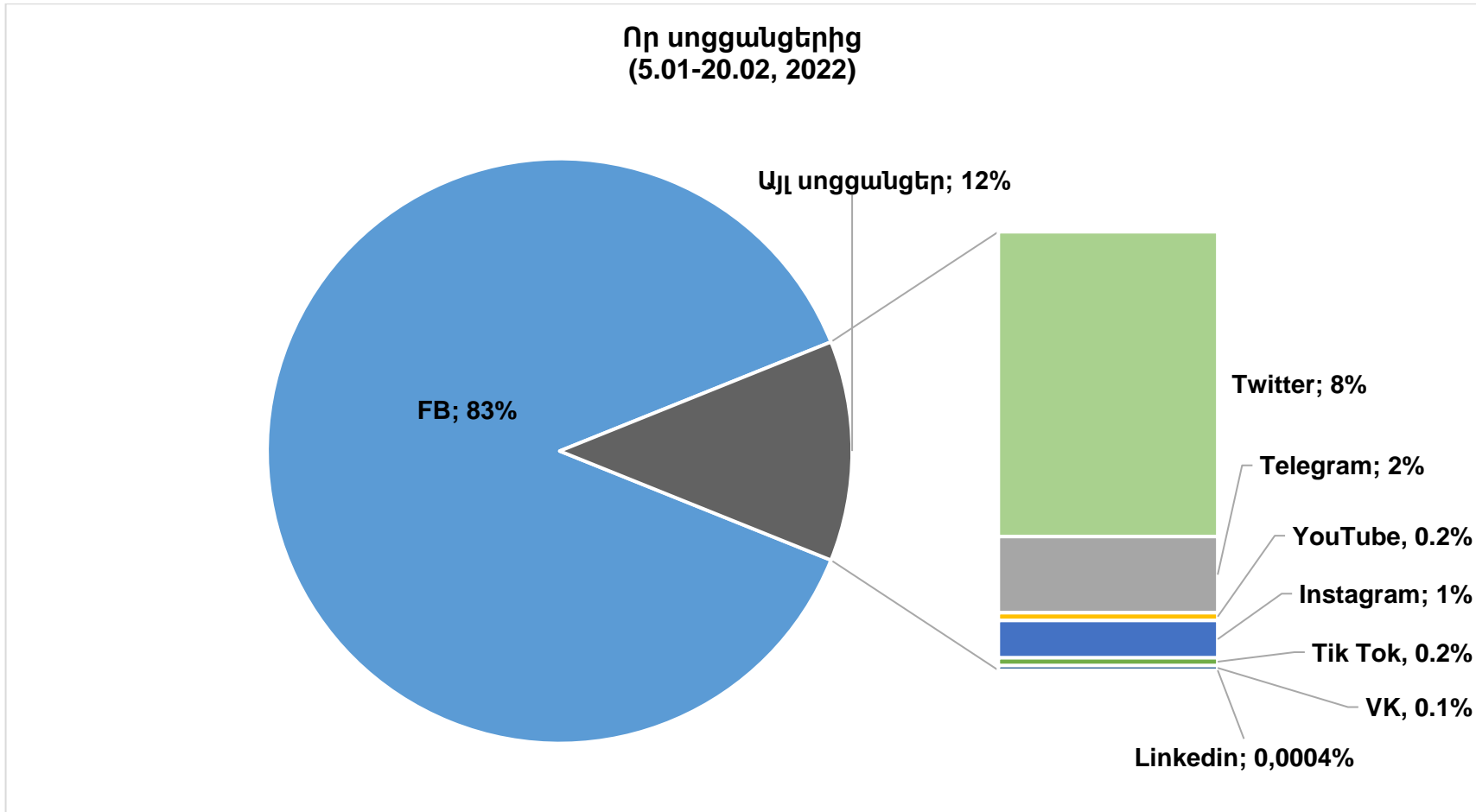
ՈՐ ՍՈՑԱԼՑԵՐԻՑ ԵՒ ԻՆՉՊԵՍ

- Այս հարցերի առաջին միանշանակ պատասխանն այն է, որ Հայաստանի օնլայն ՉԼՄ-ների սոց-ցանցային տեղեկատվության հիմնական աղբյուրը Ֆեյսբուքն է: Այսպես է ինչպես հայաստանյան իրադարձությունները հարաբերականորեն հանդարտ իրավիճակում, այնպես էլ հայ-ադրբեջանական սրացումների փուլերում: Ուրիշ սոցցանցերի նյութերը (գլխավորապես Twitter եւ Telegram) օգտագործվում են հիմնականում այլ երկրներում տեղի ունեցող իրադարձությունները ներկայացնելիս:

Այսպես, չնայած, որ հետազոտության առաջին փուլում (հունվարի 5-փետրվարի 20) մենք արձանագրել ենք 8 տարբեր սոցցանցերի օգտատերերի նյութեր հրապարակելու փաստը, սակայն Ֆեյսբուքյան գրառումները կազմել են օգտագործված բոլոր սոցցանցային նյութերի 83%-ը: Ֆեյսբուքը տեղեկատվության առաջնային աղբյուր է եղել հետազոտված բոլոր ՉԼՄ-ների համար:

Մնացած սոցցանցերից արտատպված/օգտագործված նյութերի քանակն էականորեն ավելի քիչ է եղել:

Տես՝ ստորել բերված գրաֆիկը, նաև՝ Հավելված, Աղյուսակ 10:



Ղարաբաղյան հակամարտության սրացման փուլում էլ, այս թեմայով սոցցանցային նյութերի ակնհայտ մեծամասնության աղբյուրը դարձյալ Ֆեյսբուքյան գրառումներն են եղել: Երկրորդ եւ երրորդ տեղերը, ինչպես հարաբերականորեն հանդարտ փուլում, Twitter-յան եւ Telegram-յան օգտատերերի գրառումներն են զբաղեցրել:

Տես՝ Հավելված, Աղյուսակ 11:

Ռուս-ուկրաինական պատերազմի մեր հետազոտած երկու շաբաթների ընթացքում ֆեյսբուքի այս միանշանակ առաջնահերթությունը սասանվել է նաև Twitter-ի ու Telegram-ի գրեթե համաչափ քանակի նյութեր օգտագործելու հետեւանքով:

Տես՝ Չավելված, Աղյուսակ 12:

- **Երկրորդ առանձնահատկությունն այն է, որ սոցցանցային նյութերը միեւնույն վերնագրերով օգտագործվում են միաժամանակ մի քանի լրատվամիջոցներում, այդպիսով ստվերելով բովանդակության բացառիկությունը: Իսկ այլ երկրներում տեղի ունեցող իրադարձությունների մասին ոչ ֆեյսբուքյան գրառումները ներկայացվում են երբեմն կրկնակի, եռակի հղումներով:**

Օրինակ, Ուկրաինայի մասին նախապատերազմյան 25 սոցցանցային նյութեր երկու եւ ավելի ՉԼՄ-ներում հրապարակվել են միեւնույն վերնագրերով կամ ամբողջովին կրկնվող տեքստերով⁵:

Տարբեր երկրներում տեղի ունեցող իրադարձությունների, միջադեպերի մասին սոցցանցային բովանդակությունները արձանագրված տվյալներով մեծ տեղ են գտնում հայաստանյան ՉԼՄ-ներում կրկնակի, երբեմն եռակի մեդիա հղումների տեսքով: Ինչպես օրինակ, «Արմենպրես»-ի փոխանցմամբ, այս մասին հայտնել է «Տելեգրամ»-ի «Власть о главном» ակիբը՝

⁵ Տես՝ «Ավակովը զգուշացրել է Չելենսկուն» (այս վերնագրով նյութը հրապարակվել է Lragir.am-ում, 1in.am-ում, 22.01.22, նաև մի շարք այլ լրատվամիջոցներում, որոնք մեր մոնիտորինգի օբյեկտ չեն եղել), «Ուկրաինայի վարչապետը հանձնարարել է վերանայել կանանց գինվորական հաշվառման վերցնելու հետ կապված նորմերը» (այս վերնագրով նյութը հրապարակվել է Tert.am-ում, 1in.am-ում, 21.01.22, նաև մի շարք այլ լրատվամիջոցներում, որոնք մեր մոնիտորինգի օբյեկտ չեն եղել), «Ուկրաինայի շուրջ ստեղծված իրավիճակը գնալով ավելի մտահոգիչ է դառնում. Ջոնսոն» (այս վերնագրով նյութը միաժամանակ հրապարակվել է Armtimes.com, Freenews.am, 30.01.22, նաև մի շարք այլ լրատվամիջոցներում, որոնք մեր մոնիտորինգի օբյեկտ չեն եղել) եւ այլն:

հղում անելով երկրի (Ղազախստանի) ներքին գործերի նախարարությանը»⁶, «Այս մասին հայտնում է SUUU-ը՝ հղում անելով «Globalcheck» տելեգրամյան ալիքին»⁷, « ինչպես հայտնում է «ՌԻԱ- Նովոստի»-ն, այս մասին գրել է Եվրամիությունում Ուկրաինայի ներկայացուցիչ Վսևոլոդ Չենցովը Twitter-ի իր միկրոբլոգում»⁸ եւ այլն:

- **Երրորդ առանձնահատկությունը սոցցանցային ոչ կոնկրետ հղումներով նյութեր հրապարակելն է: Երբ նյութում մատնանշվում է/ակնակրվում է դրա սոցցանցային ծագումնաբանությունը, սակայն կոնկրետ չի տեղեկացվում, թե սոցցանցերից հատկապես որի մասին է խոսքը:**

Այսպես, ՉԼԲ-ներում հրապարակված սոցցանցային բովանդակությունների 5% են կազմել այն նյութերը, որոնցում չեն նշվել սոցցանցերի հստակ հղումներ: Սրանք այն դեպքերն են, երբ անգամ հայտնի օգտատերերի գրառումներն արտատպելիս չի հիշատակվել սոցցանցի կոնկրետ անունը, այլ մատնացույց է արվել միայն, որ մեջբերումը կամ նյութն ամբողջությամբ վերցվել է սոցիալական ցանցից, կիրառելով՝ «գրել է», «իր սոցցանցային միկրոբլոգում նշել է» եւ նման այլ ձեւակերպումներ: Սոցցանցային ոչ հստակ հղումներով նյութեր հրապարակելու կայուն սովորություն արձանագրել ենք Armlur.am-ում (հրապարակված բոլոր սոցցանցային նյութերի 62%-ը կազմել են այն սոցցանցային նյութերը, որտեղ նշված չեն եղել դրանց անունները), Lragir.am-ում (42%) եւ 1in.am-ում (14%): Իսկ Hraparak.am-ը, Aravot.am-ը, AliqMedia.am-ը, Ilur.am-ը, Civilnet.am-ը իրենց օգտագործած բոլոր սոցցանցային նյութերը հրապարակել են կոնկրետ սոցցանցին հղում անելով:

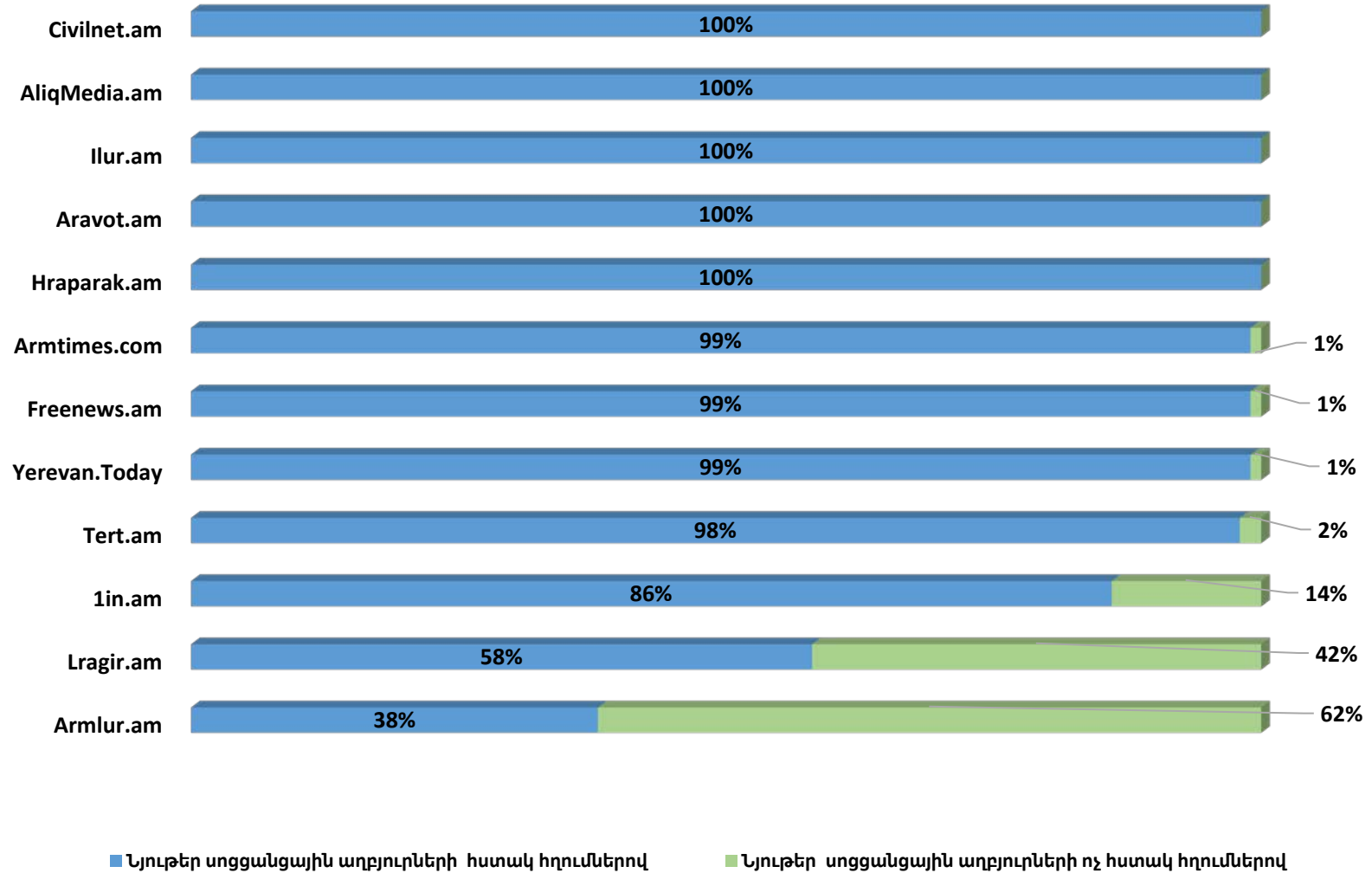
Տես ստորեւ բերված գրաֆիկը:

⁶ «Ղազախստանում մոտ 4 000 մարդու են ձերբակալել», Tert.am, 08.01.22

⁷ «Ղազախստանում համացանցը կրկին անհասանելի է», 1in.am, 08.01.22

⁸ «Ուկրաինան, ԵՄ-ն և ՆԱՏՕ-ն գործարկել են նոր ձևաչափ անվտանգության հարցերը քննարկելու համար», Lragir.am, 03.02.22

Նյութեր սոցցանցային աղբյուրների հստակ/ոչ հստակ հղումներով (5.01-20.02, 2022)



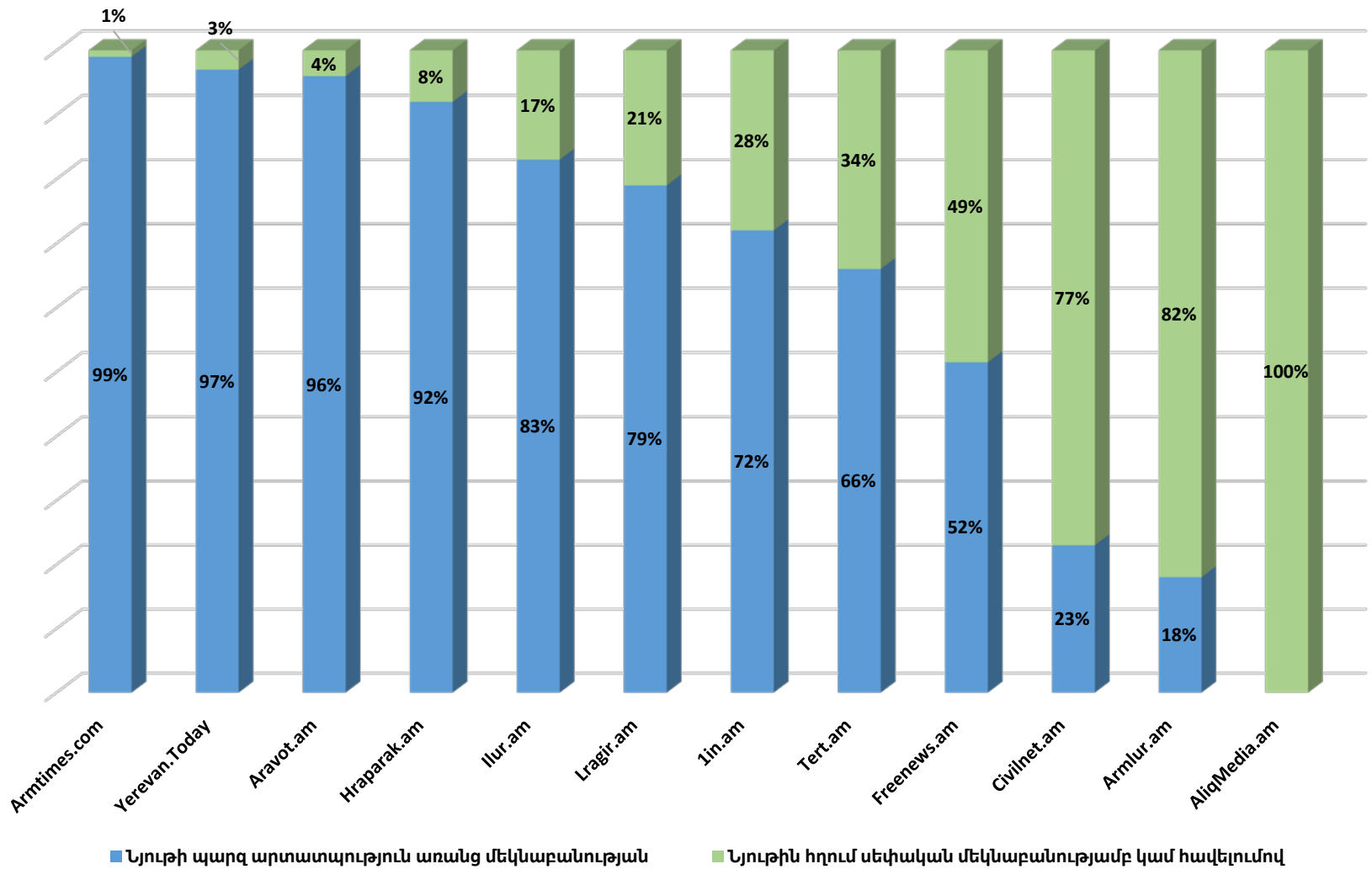
- **Չորրորդ առանձնահատկությունն այն է, որ սոցցանցային նյութերը հրապարակվում են ինչպես պարզ արտատպությունների, այնպես էլ դրանց հիմքով պատրաստված սեփական նյութերի, մեկնաբանությունների եղանակներով: Ընդ որում՝ մյուսների համեմատ ավելի շատ քանակի սոցցանցային նյութեր սովորաբար հրապարակող ՉԼՄ-ներն ավելի շատ անգամ էլ դիմում են պարզ արտատպությունների եղանակին: Եվ հակառակը, այն ՉԼՄ-ները, որոնք հազվադեպ են կիրառում սոցցանցային նյութեր կիրառում, զգալիորեն ավելի շատ անգամ են դրանք հրապարակում սեփական մեկնաբանությունների միջոցով:**

Այսպես, բոլոր ՉԼՄ-ներում, բացի AliqMedia.am-ից (որը սոցցանցային նյութերը հազվադեպ օգտագործող լրատվամիջոցների շարքից է), սոցցանցային նյութերն օգտագործվել են եւ պարզ արտատպությունների, եւ դրանք սեփական մեկնաբանություններով/հավելումներով հրապարակելու եղանակները:

- AliqMedia.am-ում տեղ գտած սոցցանցային տեղակատվությունը/նյութը հրապարակվել է բացառապես որպես սեփական նյութի մաս:
- Armtimes.com, Yerevan.Today, Aravot.am, Hraparak.am, Ilur.am, Lragir.am, 1in.am, Tert.am հարթակներում էապես գերակշռել է սոցցանցային նյութերի պարզ արտատպությունների քանակը:
- Freenews.am-ում արտատպությունների եւ սեփական մեկնաբանություններով սոցցանցային նյութերի քանակը մոտավորապես համաչափ է եղել:
- Civilnet.am-ի եւ Armlur.am-ի թողարկումներում արձանագրել ենք հակառակ պատկերը: Սոցցանցային նյութերի միայն 1/5 մասն է ներկայացվել լսարաններին պարզ արտատպությունների տեսքով:

Տես ստորեւ բերված գրաֆիկը:

Ինչպես են արտատպվել սոցցանցային նյութերը (5.01-20.02, 2022)



ՀԱՎԵԼՎԱԾ

Հատվածներ մեդիա ղեկավարների հարցման արդյունքներից (2022թ. հունվար)

ՉԼՄ	Ինչպե՞ս եք վերաբերվում սոցցանցային բովանդակությունները ավանդական ՉԼՄ-ներում արտատպելու/կիրառելու պրակտիկային	Նկարագրեք ձեր ՉԼՄ-ում սոցցանցային նյութերի կիրառման պրակտիկան
1in.am	Լավ, խնդիր չեմ տեսնում:	Արտատպում ենք հիմնականում փորձագիտական, քաղաքական ու քաղաքացիական շրջանակների գրառումները, բնապահպանական ահազանգերը...
Aravot.am	Չիմա գործ ունենք մի բանի հետ, որ այսպես է աշխատում իշխանությունը, մեր ուժերը բավարար չեղավ փոխելու դա: Ստիպված ենք աշխատել այս պայմաններում... Այսինքն նորմալ չեմ վերաբերվում, բայց համարում եմ, որ սա է իրականությունը:	...Որոշակի սահմանափակումներ ունենք: Վերցնում ենք բացառապես հանրային դեմքերի, խոսնակների գրառումները: Հանրային գործիչների գրառումների դեպքում, ոնց ուզում է լինի, օրը մեկ տասնյակի չափ գրառում լինում է: Կուսակցության ղեկավարների, հայտնի փորձագետների տեսակետները բերում ենք (մեր հարթակ): Շարքային օգտատերերին չենք բերում: Եթե սահմանամերձ գոտիներից լուրեր են հաղորդում, (հրապարակում ենք) վրան աշխատելով:

Armlur.am	Չիմնականում խուսափում ենք (սոցանցային նյութերի) վերարտադրությունից:	Մեր լրատվամիջոցը սոցանցերի հրապարակումները վերարտադրում է միայն այն դեպքում, երբ դա արել են պետական պաշտոնյաները, եւ չկա այլ աղբյուր այդ կարեւոր տեղեկությունը ճշտելու:
Armtimes.com	Արդի ժամանակում ՉԼՄ-ները չեն կարող զերծ մնալ սոցիալական ցանցերում արված հրապարակումները արտատպելու պրակտիկայից, քանի որ սոցանցերում արված հրապարակումները շատ դեպքերում ՉԼՄ-ի համար դառնում են տեղեկատվության ձեռքբերման աղբյուր: Սա կարևորվում է այն առումով, որ ՉԼՄ-ն այս կերպ կարողանում է ավելի արագ տեղեկատվություն մատուցել իր ընթերցողին:	Առանձնահատուկ կարևորություն է տրվում հրապարակված ինֆորմացիայի հավաստիությանը, բովանդակությանը, հրատապությանը: Դրանց հրապարակումը կապված է թեմայի արդիականության, ընթերցողին անհրաժեշտ տեղեկատվություն փոխանցելու հետ: Armtimes.com կայքի որդեգրած սկզբունքներին հակասող գրառումները, որոնք պարունակում են անպարկեշտ խոսք, վիրավորանք, հայհոյանք, անհրաժեշտության դեպքում, հրապարակվում են վերաշարադրմամբ:
Civilnet.am	Կյանքի անբաժան մասն է: Սակայն չեմ ընդունում, երբ որևէ գրառում առանց որևէ կոնտեքստի ՉԼՄ-ները վերածում են «հոդվածի»:	Չայաստանում կա մի մեծ խնդիր՝ շատ հաճախ պետական գերատեսչությունները, պաշտոնյաները որպես առաջնային աղբյուր դիտարկում են Ֆեյսբուքը: Մենք չենք կարող անտեսել դա:
Hraparak.am	... Ընդհանուր առմամբ նորմալ ենք վերաբերվում, բայց կարևոր է, թե ով է հեղինակը:	...Մենք առանց ճշտելու, լրացուցիչ լրագրողական աշխատանքի գրեթե չենք վերցնում օգտատերերի գրառումները: Ունենք արտատպելու պրակտիկա, բայց գրառումների վրա աշխատում ենք, եթե դա չի վերաբերվում հանրային անձանց:

Lragir.am	Մենք չենք կարող մեզ թույլ տալ սոցցանցերից տեղեկատվություն արտատպել:	Արտապրությունների պրակտիկա չունենք, բացառություն են կազմում մեր կողմից հարգված փորձագետների գրառումները, որոնք արտատպում ենք նրանց էջերին հղումներով:
Yerevan.today	Վերաբերվում եմ շատ լավ, եթե վստահելի աղբյուրից է... Չանրային գործիչները վերջին շրջանում իրենց տեսակետները հիմնականում արտահայտում են սոցցանցում՝ դա գերադասելով հարցազրույցից կամ ասուլիսից: Դրանից կարող են օգտվել տարբեր ՉԼՄ-ներ՝ ի տարբերություն հարցազրույցի, որը ոչ բոլոր ՉԼՄ-ները կարտատպեն:	Մեր լրատվամիջոցում կիրառում ենք համարյա ամեն օր: Մեր լրատվամիջոցը հակաիշխանական տիրույթում է գործում և կարծում եմ՝ դժվար չէ կռահելը, թե ինչ տեսակի սոցցանցային նյութեր կարող ենք տեղադրել: Շեշտը դնում ենք ողջամիտ և ճշտված ինֆորմացիայի վրա: Երբեք կեղծ լուրեր, ֆեյքային գրառումներ չենք տեղադրում:
Ilur.am	Դրանք կարող են տեղ գտնել ՉԼՄ-ներում, ըստ իս, միայն կոնկրետ դեպքերում, եթե խոսքը շատ հայտնի անձի գործունեության բացառիկ տեղեկատվության մասին է:	Մեր ՉԼՄ-ում մշտապես կիրառվել է իմ նշած մոտեցումը, նաեւ այն մոտեցումը, որ անհայտ մարդկանց ստատուսները չենք արտատպում, հատկապես, եթե դրա բովանդակությունը կասկածելի է, կամ՝ հեշտ հերքելի: Մենք ընդհանրապես, խուսափում ենք ֆեյք անձանց գրածները զետեղելուց:
Aliqmedia.am	Վատ:	Մեր պրակտիկայում բացառում ենք դա, միայն պաշտոնական էջերից:
Tert.am	Դրական, եթե խոսքը հեղինակավոր վերլուծաբանների, գիտնականների, կուսակցությունների, քաղաքական գործիչների կամ պետական մարմինների պաշտոնական էջերի գրառումների մասին է:	Միջին հաճախականությամբ այդ պրակտիկան կիրառվում է մեր ՉԼՄ-ում: Չենք արտատպում ակնհայտ ադրբեջանական քարոզչություն, չստուգված տեղեկություն, անձնական վիրավորանք, սպառնալիք, հայիոյանք, անհայտ (չնույնականացվող աղբյուրի) տելեգրամյան ալիքի տարածած ինֆորմացիա:

**Աղյուսակ 1. Հրապարակված սոցցանցային նյութերի մասնաբաժինը օնլայն ՉԼՄ-ներում
(5.01-20.02, 2022թ.)**

ՉԼՄ	Բոլոր նյութերի քանակը (5.01- 20.02)	Սոցցանցային նյութերի քանակը (5.01- 20.02)	Սոցցանցային նյութերի մասնաբաժինը % (5.01- 20.02)
Yerevan.Today	2678	554	21%
Armtimes.com	2796	337	12%
Hraparak.am	3717	387	10%
Aravot.am	3767	317	8%
1in.am	5889	438	7%
Lragir.am	2401	139	6%
Tert.am	3238	155	5%
Ilur.am	591	19	3%
Freenews.am	5716	166	3%
Civilnet.am	611	13	2%
AliqMedia.am	898	15	2%
Armlur.am	2536	13	0.5%
Ընդամենը	34838	2553	7%

Աղյուսակ 2. Հրապարակված սոցցանցային նյութերի քանակը օնլայն ՉԼՄ-ներում (24.03-7.04, 2022թ.)

ՉԼՄ	Սոցցանցային նյութերի քանակ	Այդ թվում՝ ռուս-ոկրահնական պատերազմի թեմայով/%	Այդ թվում՝ Ղարաբաղյան հակամարտության թեմայով/%	Այդ թվում՝ այլ թեմաներով/%
Yerevan.Today	169	2%	67%	31%
Armtimes.com	140	4%	34%	62%
1in.am	117	22%	40%	38%
Aravot.am	105	7%	74%	19%
Hraparak.am	104	4%	64%	32%
Tert.am	69	29%	57%	14%
Lragir.am	52	21%	53%	26%
Freenews.am	52	4%	52%	44%
Armlur.am	8	0%	100%	0%
Civilnet.am	5	0%	80%	20%
Ilur.am	2	0%	0%	100%
AliqMedia.am	0	0%	0%	0%
Ընդամենը	823	10%	56%	34%

**Աղյուսակ 3. Արտատպված/օգտագործված սոցցանցային նյութերի հեղինակները
(5.01-20.02, 2022թ.)**

ՉԼՄ	Օգտատեր/ սոցցանց	Նյութեր առանց սոցցանցին կոնկրետ հղման	Facebook	Twitter	Telegram	YouTube	Instagram	TikTok	VK	Linkedin	Ընդամենը
1in.am	Ջայաստա- նյան օգտա- տեր	56	244	4	1	1	2	0	3	0	311 71%
	Արցախյան օգտատեր	2	16	0	1	0	0	0	0	0	19 4%
	Արտասահ- մանյան օգ- տատեր	2	22	71	12	1	3	0	0	1	112 25%
	Ընդամենը	60	282	75	14	2	5	0	3	1	442 100%
Tert.am	Ջայաստա- նյան օգտա- տեր	1	90	5	2	0	0	1	0	0	99 63%
	Արցախյան օգտատեր	2	3	0	0	0	0	0	0	0	5 3%
	Արտասահ- մանյան օգ- տատեր	0	6	35	4	0	8	0	0	0	53 34%

	Ընդամենը	3	99	40	6	0	8	1	0	0	157 100%
Lragir.am	Չայաստանյան օգտատեր	55	39	1	1	1	0	1	0	0	98 70%
	Արցախյան օգտատեր	4	1	0	1	0	0	0	0	0	6 4%
	Արտասահմանյան օգտատեր	0	8	27	2	0	0	0	0	0	37 26%
	Ընդամենը	59	48	28	4	1	0	1	0	0	141 100%
Freenews.am	Չայաստանյան օգտատեր	1	120	2	0	0	3	0	0	0	126 74%
	Արցախյան օգտատեր	0	7	0	0	0	0	0	0	0	7 4%
	Արտասահմանյան օգտատեր	0	10	20	5	0	2	0	0	0	37 22%
	Ընդամենը	1	137	22	5	0	5	0	0	0	170 100%
Armtimes.com	Չայաստանյան օգտատեր	1	281	2	0	0	3	0	0	0	287 84%

	Արցախյան օգտատեր	0	20	0	0	0	0	0	0	0	20 6%
	Արտասահ- մանյան օգ- տատեր	0	11	14	8	0	2	0	0	0	35 10%
	Ընդամենը	1	312	16	8	0	5	0	0	0	342 100%
Yerevan. Today	Հայաստա- նյան օգտա- տեր	4	520	0	2	2	1	1	0	0	530 95%
	Արցախյան օգտատեր	0	16	0	0	0	0	0	0	0	16 3%
	Արտասահ- մանյան օգ- տատեր	0	4	5	3	0	0	0	0	0	12 2%
	Ընդամենը	4	540	5	5	2	1	1	0	0	558 100%
Aravot.am	Հայաստա- նյան օգտա- տեր	0	243	0	4	0	0	0	0	0	247 77%
	Արցախյան օգտատեր	0	59	0	0	0	0	0	0	0	59 18%
	Արտասահ- մանյան օգ- տատեր	0	7	6	0	0	0	0	0	0	13 4%

	Ընդամենը	0	309	6	4	0	0	0	0	0	319 100%
AliqMedia.am	Հայաստանյան օգտատեր	0	7	0	0	0	0	0	0	0	7 47%
	Արցախյան օգտատեր	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0 0%
	Արտասահմանյան օգտատեր	0	1	7	0	0	0	0	0	0	8 53%
	Ընդամենը	0	8	7	0	0	0	0	0	0	15 100%
Ilur.am	Հայաստանյան օգտատեր	0	13	0	0	0	0	0	0	0	13 68%
	Արցախյան օգտատեր	0	2	0	0	0	0	0	0	0	2 11%
	Արտասահմանյան օգտատեր	0	1	3	0	0	0	0	0	0	4 21%
	Ընդամենը	0	16	3	0	0	0	0	0	0	19 100%
Armlur.am	Հայաստանյան օգտատեր	8	1	0	0	0	0	2	0	0	11 84%

	Արցախյան օգտատեր	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1 8%
	Արտասահ- մանյան օգ- տատեր	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1 8%
	ԸՆդամենը	8	2	1	0	0	0	2	0	0	0	13 100%
Hraparak. am	Հայաստա- նյան օգտա- տեր	0	377	0	2	0	0	0	0	0	0	379 95%
	Արցախյան օգտատեր	0	16	0	0	0	0	0	0	0	0	16 4%
	Արտասահ- մանյան օգ- տատեր	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2 1%
	ԸՆդամենը	0	395	0	2	0	0	0	0	0	0	397 100%
Civilnet. am	Հայաստա- նյան օգտա- տեր	0	13	0	0	0	0	0	0	0	0	13 93%
	Արցախյան օգտատեր	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1 7%
	Արտասահ- մանյան օգ- տատեր	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0 0%

	Ընդամենը	0	13	0	1	0	0	0	0	0	14 100%
Ընդամենը	Հայաստանյան օգտատեր	126	1948	14	12	4	9	5	3	0	2121 82%
	Արցախյան օգտատեր	8	141	0	3	0	0	0	0	0	152 6%
	Արտասահմանյան օգտատեր	2	72	189	34	1	15	0	0	1	314 12%
		136	2161	203	49	5	24	5	3	1	2587 100%

Աղյուսակ 4. Ռուս-ուկրաինական պատերազմի մասին ում սոցցանցային գրառումներն են հրապարակվել ՉԼՄ-ներում (24.03 –7.04, 2022)

ՉԼՄ	Հայաստանի ներկայացուցիչներ		Այլ երկրների ներկայացուցիչներ		Միջ. կազմակերպութ. ներկայացուցիչներ		Ընդամենը	
	Ձևեր	Տոկոս	Ձևեր	Տոկոս	Ձևեր	Տոկոս	Ձևեր	Տոկոս
1in.am	2	12,5%	22	36%	2	67%	26	32%
Hraparak.am	2	12,5%	2	3%	0	0%	4	5%
Tert.am	2	12,5%	18	30%	0	0%	20	25%
Aravot.am	5	31,3%	2	3%	0	0%	7	9%
Yerevan.Today	2	12,5%	2	3%	0	0%	4	5%
Lragir.am	1	6,3%	9	15%	1	33%	11	14%
Freenews.am	1	6,3%	1	2%	0	0%	2	3%
Armlur.am	0	0,0%	0	0%	0	0%	0	0%
Armtimes.com	1	6,3%	5	8%	0	0%	6	7%
AliqMedia.am	0	0,0%	0	0%	0	0%	0	0%
Civilnet.am	0	0,0%	0	0%	0	0%	0	0%
Ilur.am	0	0,0%	0	0%	0	0%	0	0%
Ընդամենը	16	100%	61	100%	3	100%	80	100%

Աղյուսակ 5. Ղարաբաղյան հակամարտության մասին ում սոցցանցային գրառումներն են հրապարակվել 2LU-ներում (24.03 –7.04, 2022)

2LU	Ջայաստանի ներկայացուցիչներ		Արցախի ներկայացուցիչներ		Այլ երկրի ներկայացուցիչներ		Միջ. կազմակերպութ. ներկայացուցիչներ		Սփյուռքի ներկայացուցիչներ		Ընդամենը	
	Ձև	Պորն	Ձև	Պորն	Ձև	Պորն	Ձև	Պորն	Ձև	Պորն	Ձև	Պորն
1in.am	21	7%	8	9%	10	21%	6	25%	2	67%	47	10%
Hraparak.am	54	18%	13	14%	0	0%	0	0%	0	0%	67	15%
Tert.am	20	7%	10	11%	6	13%	3	12,5%	0	0%	39	8%
Aravot.am	47	16%	23	25%	5	11%	3	12,5%	0	0%	78	17%
Yerevan.Today	91	31%	17	18%	3	6%	3	12,5%	0	0%	114	25%
Lragir.am	11	4%	4	4%	8	19%	4	17%	0	0%	27	6%
Freenews.am	14	5%	5	5%	7	15%	1	4%	0	0%	27	6%
Armlur.am	4	1%	4	4%	0	0%	0	0%	0	0%	8	2%
Armtimes.com	30	10%	7	8%	7	15%	3	12,5%	1	33%	48	10%
AliqMedia.am	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Civilnet.am	2	1%	1	1%	0	0%	1	4%	0	0%	4	1%
Ilur.am	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Ընդամենը	294	100%	92	100%	46	100%	24	100%	3	100%	459	100%

Աղյուսակ 6. ՉԼՍ-ներում ուն սոցցանցային գրառումներն են բոլորից շատ օգտագործվել/արտատպվել (5.01-20.02, 2022թ.)

Ուն գրառումները	1in.am	Lragir.am	Armtimes.com	Yerevan.Today	Aravot.am	Tert.am	AliqMedia.am	Civilnet.am	Freenews.am	llur.am	Armlur.am	Hraparak.am	Ընդամենը
Փորձագետ	65	14	16	151	62	13	1	1	7	4	0	125	459
	15%	10%	5%	27%	19%	8%	7%	7%	4%	21%	0%	32%	18%
Կառավարություն	73	20	121	16	47	13	1	4	31	0	0	6	332
	17%	14%	35%	3%	15%	8%	7%	29%	18%	0%	0%	2%	13%
«Հայաստան» խմբակցութ.	2	1	0	116	19	8	0	1	1	0	0	62	210
	0.5%	1%	0%	21%	6%	5%	0%	7%	0.6%	0%	0%	16%	8%
Արցախի ներկայացուցիչ	19	6	20	16	59	5	0	1	7	2	1	16	152
	4%	4%	6%	3%	18%	3%	0%	7%	4%	10%	8%	4%	6%
«Պատիվ ունեմ» խմբակցութ.	1	4	1	101	22	22	0	0	1	0	5	82	239
	0.2%	3%	0.3%	18%	7%	14%	0%	0%	0.6%	0%	38%	21%	9%
ՀՀ ՄԻՊ	26	28	2	29	16	20	2	0	1	0	2	1	127
	6%	20%	1%	5%	5%	13%	13%	0%	0.6%	0%	15%	0.3%	5%
ՔՊ	35	4	32	5	13	2	0	0	13	0	0	5	109
	8%	3%	9%	1%	4%	1%	0%	0%	8%	0%	0%	1%	4%
Գերատեսչություն	23	9	36	9	7	5	1	0	11	0	0	3	104
	5%	6%	10%	2%	2%	3%	7%	0%	6%	0%	0%	1%	4%
ՏԻՄ	19	4	45	7	10	2	0	0	11	0	0	3	101
	4%	3%	13%	1%	3%	1%	0%	0%	6%	0%	0%	1%	4%
Սովորական օգտատեր	19	1	3	28	3	9	2	0	3	6	0	17	91
	4%	1%	1%	5%	1%	6%	13%	0%	2%	32%	0%	4%	3%
Առանձին հասարակական-	5	0	1	17	9	1	0	0	1	0	1	15	50
	1%	0%	0.3%	3%	3%	0.6%	0%	0%	0.6%	0%	8%	4%	2%

քաղաքական գործիչ													
ՀՀ վարչապետ	5	3	4	3	1	2	0	6	13	0	2	2	41
	1%	2%	1%	0.5%	0.3%	1%	0%	43%	8%	0%	15%	0.5%	2%
Դերասան/հաղորդավար/երգիչ/սպորտսմեն	6	1	6	4	1	1	0	0	16	0	0	6	41
	1%	1%	2%	1%	0.3%	0.6%	0%	0%	9%	0%	0%	2%	2%
Լրագրող	3	0	2	19	1	0	0	0	3	3	1	7	39
	0.7%	0%	1%	3%	0.3%	0%	0%	0%	2%	16%	8%	2%	1%
ԲՀԿ	3	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	23	32
	0.7%	1%	0.3%	0.4%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	6%	1%
ԼՀԿ	0	1	11	1	5	0	0	0	9	0	0	3	30
	0%	1%	3%	0.2%	2%	0%	0%	0%	5%	0%	0%	1%	1%
Սփյուռք	8	2	5	1	2	1	0	0	3	0	0	2	24
	2%	1%	2%	0.2%	1%	0.6%	0%	0%	2%	0%	0%	0.5%	1%
Եկեղեցի	4	2	1	3	5	0	0	0	1	0	0	2	18
	1%	1%	0.3%	0.5%	2%	0%	0%	0%	0.6%	0%	0%	0.5%	1%
Հայտնի անձանց ընտանիքի անդամ	1	0	1	3	1	0	0	0	1	0	0	6	13
	0.2%	0%	0.3%	0.5%	0.3%	0%	0%	0%	0.6%	0%	0%	2%	0.5%
«Հանուն Հանրապետության» կուսակցուհի.	6	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	10
	1%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0.4%
«Ազգային օրակարգ» կուսակցուհի.	0	0	0	3	3	0	0	0	0	0	0	1	7
	0%	0%	0%	0.5%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0.3%	0.3%
«Հայրենիք» կուսակցուհի.	0	1	0	0	3	1	0	0	0	0	0	2	7
	0%	1%	0%	0%	1%	0.6%	0%	0%	0%	0%	0%	0.5%	0.3%
Արմեն Սարգսյան/	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
	0.2%	0%	0.3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0.1%

ՀՀ նախկին նախագահ													
Այլ երկրի ներ- կայացուցիչ	86	27	26	7	5	38	4	0	30	3	1	0	227
	19%	19%	8%	1%	2%	24%	27%	0%	18%	16%	7.70%	0%	9%
Միջազգային կազմակեր- պության ներ- կայացուցիչ	18	8	4	4	6	14	4	0	4	1	0	0	63
	4%	4%	1%	1%	2%	9%	27%	0%	2%	5%	0%	0%	2%
Այլ 18 քաղա- քական կու- սակցություն- ներ	14	4	3	13	13	0	0	1	3	0	0	8	59
	3%	3%	1%	2%	4%	0%	0%	7%	2%	0%	0%	2%	2%
Ընդամենը	442	141	342	558	319	157	15	14	170	19	13	397	2587
	100 %	100%	100%	100%	100%	100 %	100%	100%	100%	100 %	100%	100%	100%

Աղյուսակ 7. Ում մասին է խոսվել Ղարաբաղյան հակամարտության թեմայով սոցցանցերից փոխառված նյութերում (24.03 –7.04, 2022)

ՁԼՄ	Ում մասին` Ղարաբաղյան հակամարտության թեմայով սոցցանցային նյութերում						
	Այլ երկրների մասին	Հայաստանի մասին	Արցախի մասին	Միջ. կազմակերպութ. մասին	Սփյուռքի մասին	Միջազգային հանրության մասին	Ընդամենը
Yerevan.Today	87	71	59	15	2	4	238
	37%	30%	25%	6%	1%	2%	100%
Hraparak.am	70	44	31	4	0	0	149
	47%	30%	21%	3%	0%	0%	100%
Aravot.am	85	4	5	12	0	0	106
	80%	4%	5%	11%	0%	0%	100%
Armtimes.com	44	19	30	4	0	3	100
	44%	19%	30%	4%	0%	3%	100%
Tert.am	38	8	1	7	0	0	54
	70%	15%	2%	13%	0%	0%	100%
Freenews.am	22	7	19	6	0	0	54
	41%	13%	35%	11%	0%	0%	100%
1in.am	29	8	6	4	0	0	47

	62%	17%	13%	9%	0%	0%	100%
Lragir.am	18	5	2	4	0	0	29
	62%	17%	7%	14%	0%	0%	100%
Armlur.am	6	1	4	1	0	0	12
	50%	8%	33%	8%	0%	0%	100%
Civilnet.am	4	1	1	2	0	0	8
	50%	13%	13%	25%	0%	0%	100%
Ilur.am	0	0	0	0	0	0	0
	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
AliqMedia.am	0	0	0	0	0	0	0
	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Ընդամենը	403	168	158	59	2	7	797
	51%	21%	20%	7%	0%	1%	100%

Աղյուսակ 8. Ում մասին է խոսվել ռուս-ուկրաինական պատերազմի թեմայով սոցցանցերից փոխառված նյութերում (24.03 –7.04, 2022)

ՁԼՄ	Ում մասին՝ ռուս-ուկրաինական պատերազմի թեմայով սոցցանցային նյութերում					
	Այլ երկրների մասին	Հայաստանի մասին	Արցախի մասին	Միջ. կազմակերպութ. մասին	Սփյուռքի մասին	Ընդամենը
1in.am	25	1	0	0	0	26
	96%	4%	0%	0%	0%	100%
Tert.am	25	0	0	0	0	25
	100%	0%	0%	0%	0%	100%
Armtimes.com	10	1	1	0	0	12
	83%	8%	8%	0%	0%	100%
Yerevan.Today	9	2	0	0	1	12
	75%	17%	0%	0%	8%	100%
Lragir.am	11	0	0	0	0	11
	100%	0%	0%	0%	0%	100%
Aravot.am	5	2	0	2	0	9
	56%	22%	0%	22%	0%	100%
Freenews.am	2	1	0	0	0	3
	67%	33%	0%	0%	0%	100%
Hraparak.am	7	0	0	1	0	8
	88%	0%	0%	13%	0%	100%
Armlur.am	0	0	0	0	0	0
	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Civilnet.am	0	0	0	0	0	0
	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Ilur.am	0	0	0	0	0	0
	0%	0%	0%	0%	0%	0%
AliqMedia.am	0	0	0	0	0	0
	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Ընդամենը	94	7	1	3	1	106
	89%	7%	1%	3%	1%	100%

Աղյուսակ 9. Ում/ի՞նչ թեմաներով սոցանցային գրառումներն են արտատպվել ՁԼՄ-ներում (5.01-20.02, 2022թ.)

Ովքեր/ի՞նչ թեմաներով	Ներքաղաքական խնդիրներ	Արտաթին քաղաքական	Ներհասարակական խնդիրներ	Ղարաբաղյան հակամարտու-	Գերիներ/ժառանգության պահ-	Անվտանգություն/Բանակ	Հայ-թուրքական հաշտեցում	Միջազգային կազմակերպու-	Տնտեսություն	Սոցիալական խնդիրներ	Իրավական/դատական համա-	Իրավունքներ/ ազատություն	Միգրացիա	Բնապահպանություն	Մշակույթ	Կրթություն/գիտություն	Կովիտ/Առողջապահություն	Եկեղեցի	Այլ թեմաներ	Ինֆորմացիոն պատերազմ	Կյանքի հետապատերազմյան	սիւլուք	Իրադարձություններ այլ երկր-	Ընդամենը %
Փորձագետ	75	32	28	53	28	53	24	5	11	8	13 4	31	4	2	4	19	25	1	11	2	2	2	27	581 21%
«Պատիվ ու- նեմ» խմ- բակցու- թյուն	68	17	2	72	13	87	24	7	8	1	20	7	3	0	0	0	2	1	0	0	0	0	23	355 13%
Կառավա- րողություն	23	76	3	10	13	5	22	1	29	6	13	5	2	8	6	43	44	1	9	1	0	14	6	340 12%

«Հայաստան» խմբակցություն	46	15	5	30	3	40	16	6	5	6	60	17	0	1	2	1	7	0	3	0	1	0	1	265 10%
Արցախի ներկայացուցիչ	6	0	11	35	11	35	0	1	0	7	8	1	0	1	3	2	21	2	4	4	17	0	3	172 6%
ՀՀ ՄԻՊ	4	0	2	35	10	33	0	0	2	7	25	43	0	0	0	0	2	0	0	1	1	0	0	165 6%
ՔՊ	34	7	3	9	2	9	2	2	5	6	4	3	4	0	4	1	12	0	6	0	0	1	0	114 4%
Գերատեսչություն	2	2	3	0	2	2	1	0	11	8	19	0	0	8	18	4	13	0	15	0	2	0	0	110 4%
ՏԻՄ	21	1	5	2	3	8	0	2	6	15	4	0	0	4	4	6	6	2	14	0	0	0	0	103 4%
Սովորական օգտատեր	16	6	11	4	1	9	4	2	1	0	15	0	0	0	3	4	3	0	11	0	0	0	6	96 3%
Առանձին հասարակական-քաղաքական գործիչ	13	1	2	8	1	3	4	1	7	5	8	5	1	0	1	1	2	0	0	0	0	0	5	68 2%
ԲՀԿ	5	6	6	9	1	6	7	3	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2	6	54

																									2%
Լրագրող	14	1	3	5	0	2	2	1	0	1	6	2	0	0	2	0	0	0	4	0	0	0	1	44 1.6%	
Դերասան/ հաղորդա- վար/ երգիչ/ սպորտսմեն	6	1	2	1	0	0	0	2	0	0	1	1	0	0	17	1	5	0	7	0	0	0	0	44 1.6%	
ՀՀ վարչա- պետ	7	2	1	3	0	1	5	18	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	43 1.6%	
ԼՀԿ	8	4	1	5	1	4	5	2	1	1	6	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	42 1.5%	
Սփյուռք	1	2	0	1	0	3	0	0	0	0	0	4	0	0	0	1	0	1	1	0	0	9	2	25 1%	
Եկեղեցի	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	10	0	0	0	4	0	20 0.7%	
Հայտնի ան- ձանց ընտա- նիքի անդամ	0	0	0	0	0	3	0	1	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	6	0	0	0	0	13 0.5%	
«Հանուն Հանրապե- տության» կուսակցու- թյուն	4	5	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12 0.4%	

«Ազգային օրակարգ» կուսակցուհի.	2	0	0	2	0	1	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10 0.4%
«Հայրենիք» կուսակցուհի.	6	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	10 0.4%
Այլ 18 քաղաքական կուսակցություններ	23	10	3	3	0	8	0	1	7	0	12	1	0	0	1	0	6	0	1	0	0	1	0	77 3%
Ընդամենը	38 4	18 8	96	28 7	89	31 4	11 6	56	94	74	34 4	12 2	14	24	65	83	15 1	21	93	10	23	33	82	2763 100%

Աղյուսակ 10. Օնլայն ՉԼՄ-ներում հրապարակված սոցցանցային նյութերի աղբյուրները (5.01-20.02, 2022թ.)

ՉԼՄ-ներ	Արտատված/օգտագործված սոցցանցային նյութերի աղբյուրը									Ընդամենը
	Նյութ առանց կոնկրետ սոցցանցի հիշատակման	Facebook	Twitter	Telegram	YouTube	Instagram	TikTok	VK	Linkedin	
Yerevan.Today	4	536	5	5	2	1	1	0	0	554
	1%	97%	1%	1%	0,4%	0,2%	0,2%	0%	0%	100%
1in.am	60	282	71	14	2	5	0	3	1	438
	14%	64%	16%	3%	0,5%	1%	0%	1%	0,2%	100%
Hraparak.am	0	385	0	2	0	0	0	0	0	387
	0%	99%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
Armtimes.com	1	307	16	8	0	5	0	0	0	337
	0.3%	91%	5%	2%	0%	1,5%	0%	0%	0%	100%
Aravot.am	0	307	6	4	0	0	0	0	0	317
	0%	97%	2%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
Freenews.am	1	133	22	5	0	5	0	0	0	166
	1%	80%	13%	3%	0%	3%	0%	0%	0%	100%
Lragir.am	58	48	27	4	1	0	1	0	0	139
	42%	34%	19%	3%	1%	0%	1%	0%	0%	100%
Tert.am	3	98	39	6	0	8	1	0	0	155

	2%	63%	25%	4%	0%	5%	1%	0%	0%	100%
Ilur.am	0	16	3	0	0	0	0	0	0	19
	0%	84.2%	15.8%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
AliqMedia.am	0	8	7	0	0	0	0	0	0	15
	0%	53%	47%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
Civilnet.am	0	12	0	1	0	0	0	0	0	13
	0%	92%	0%	8%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
Armlur.am	8	2	1	0	0	0	2	0	0	13
	62%	15%	8%	0%	0%	0%	15%	0%	0%	100%
Ընդամենը	135	2134	197	49	5	24	5	3	1	2553
	5%	83%	8%	2%	0.2%	1%	0.2%	0.1%	0.0004%	100%

Աղյուսակ 11. Օնլայն ՉԼՄ-ներում դարաբաղյան հակամարտության մասին սոցցանցային նյութերի աղբյուրները (24.03-7.04, 2022թ.)

ՉԼՄ	Արտատպված/օգտագործված սոցցանցային նյութերի աղբյուրը									
	Facebook		Twitter		Նյութ առանց կոնկրետ սոցցանցի հիշատակման		Telegram		Ընդամենը	
Yerevan.Today	101	89%	4	4%	5	4%	4	4%	114	100%
Aravot.am	74	95%	2	3%	1	1%	1	1%	78	100%
Hraparak.am	64	96%	1	1%	2	3%	0	0%	67	100%
Armtimes.com	39	81%	6	13%	2	4%	1	2%	48	100%
1in.am	32	68%	11	23%	0	0%	4	9%	47	100%
Tert.am	27	69%	7	18%	3	8%	2	5%	39	100%
Lragir.am	13	48%	7	26%	4	15%	3	11%	27	100%
Freenews.am	22	81%	3	11%	0	0%	2	7%	27	100%
Armlur.am	7	88%	0	0%	1	13%	0	0%	8	100%
Civilnet.am	2	50%	2	50%	0	0%	0	0%	4	100%
Ilur.am	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	100%
AliqMedia.am	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	100%
Ընդամենը	381	83%	43	9%	18	4%	17	4%	459	100%

Աղյուսակ 12.Օնլայն ՉԼՄ-ներում ռուս-ուկրաինական պատերազմի մասին սոցցանցային նյութերի աղբյուրները (24.03-7.03, 2022թ.)

ՉԼՄ	Արտատպված/օգտագործված սոցցանցային նյութերի աղբյուրը									
	Telegram		Twitter		Facebook		YouTube		Ընդամենը	
1in.am	8	31%	14	54%	4	15%	0	0%	26	100%
Tert.am	10	50%	4	20%	6	30%	0	0%	20	100%
Lragir.am	5	45%	6	55%	0	0%	0	0%	11	100%
Aravot.am	1	14%	0	0%	6	86%	0	0%	7	100%
Armtimes.com	2	33%	0	0%	3	50%	1	17%	6	100%
Yerevan.Today	2	50%	0	0%	2	50%	0	0%	4	100%
Hraparak.am	1	25%	1	25%	2	50%	0	0%	4	100%
Freenesws.am	0	0%	1	50%	1	50%	0	0%	2	100%
Ilur.am	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	100%
Armlur.am	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	100%
Civilnet.am	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	100%
AliqMedia.am	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	100%
Ընդամենը	29	36%	26	33%	24	30%	1	1%	80	100%