

Երևանի ավագանու ընտրությունների մեդիա մոնիթորինգ. ամփոփիչ զեկուլյո

Նախաբան

«Անկախ դիտորդ» դաշինքը սեպտեմբերի 23-ին կայացած Երևանի ավագանու ընտրությունների դիտորդական առաքելության շրջանակում իրականացրել է քարոզարշավի լուսաբանման մոնիթորինգ վերգետնյա հեռուստաալիքներում և առցանց հարթակում: Ծրագիրն իրականացվել է Ժողովրդավարության եվրոպական հիմնադրամի (EED – European Endowment for Democracy) ֆինանսավորմամբ՝ նպատակ ունենալով պարզել՝ ինչպես են անդրադարձել լրատվամիջոցները և հեռուստաալիքները քարոզարշավի թեմային, որքանով են կարողացել ապահովել անկաշառ լուսաբանում:

Սեպտեմբերի 23-ին կայանալիք Երևանի ավագանու արտահերթ ընտրություններին մասնակցել է 12 քաղաքական ուժ՝ 4 դաշինք և 8 կուսակցություն. «Իմ քայլը» դաշինքը, «Լույս» դաշինքը, «Երևանի հանրություն» կուսակցությունների դաշինքը (ԵՀԿԴ), «Երևանցիներ» կուսակցությունների դաշինքը (ԵԿԴ), «Ժառանգություն» կուսակցությունը (ԺԿ), «Բարգավաճ Հայաստան» կուսակցությունը (ԲՀԿ), «Հայք (Հայկազուններ)» կուսակցությունը, «Երկիր ծիրանի» կուսակցությունը, «Ժողովրդավարական ուղի» կուսակցությունը (ԺՈՒԿ), «Օրինաց երկիր» կուսակցությունը (ՕԵԿ), Ռեֆորմիստների կուսակցությունը և Հայ հեղափոխական դաշնակցությունը (ՀՅԴ): Ընդհանուր առմամբ, Երևանի ավագանու 65 տեղի համար պայքարել է 979 թեկնածու: Թեկնածուների առավել մեծ ցուցակ ներկայացրել է «Բարգավաճ Հայաստան» կուսակցությունը՝ 193 թեկնածու, նրան հաջորդում է «Իմ քայլը»՝ 169 թեկնածու:

Թեկնածուների գրանցումն ավարտվել է օգոստոսի 29-ին: Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովը (ԿԸՀ) գրանցման համար փաստաթղթեր է ստացել 9 կուսակցությունից և 4 դաշինքից, սակայն մի քանի օր անց ինքնաբացարկ է հայտարարել մեկ կուսակցություն (Հայաստանի ժողովրդավարական ազատական միություն) և 3 քաղաքական ուժերի մեկական թեկնածու:

Ավագանու ընտրությունների պաշտոնական քարոզարշավը մեկնարկել է սեպտեմբերի 10-ից և շարունակվել մինչև սեպտեմբերի 21-ը: Ընտրության նախօրեն որպես կանոն համարվում է լռության օր. այդ օրը արգելվում է քարոզարշավը:

Մեթոդաբանություն

Հետազոտության ընթացքում սեպտեմբերի 10-23-ն ընկած ժամանակահատվածում (14 օր) հայկական 5 հեռուստաալիքներ՝ Հանրային («Առաջին ալիք») «Արարատ»,

«Արմենիա TV», «Երկիր Մեդիա», «Կենտրոն» և 5 առցանց լրատվամիջոցներ՝ «Առավոտ», tert.am, news.am, 1in.am, «Հայկական ժամանակ», ենթարկվել են մոնիթորինգի:

Հեռուստաալիքների և առցանց լրատվամիջոցների մոնիթորինգի արդյունքում հաշվարկվել է ընտրություններին մասնակցող քաղաքական ուժերին, դաշինքներին և կուսակցություններին, առաջադրված թեկնածուներին և կուսակցությունների անդամներին հատկացված ժամանակը վայրկյաններով և տոկոսներով: Հեռուստաալիքների դեպքում մոնիթորինգն իրականացվել է ժամը 18:00-24:00 ընկած ժամանակահատվածում (փրայմ թայմ՝ ամենաշատ դիտումներ ունեցող ժամանակահատվածում), իսկ առցանց տիրույթում ուսումնասիրվել է ամբողջ օրվա լրահոսը՝ բացառապես միայն տեքստային կոնտենտը: Ընդ որում, քանակական վերլուծության մեջ դիտարկվել են քաղաքական ուժերի մասին այն դրվագները, որտեղ հասցեավորված նշվել է քաղաքական ուժի կամ դրան պատկանող, դրա հետ ասոցացվող քաղաքական գործչի անունը: Անհասցե հայտարարությունները հետազոտության քանակական վերլուծության մեջ չեն դիտարկվել: Բացի հատկացված ժամանակից՝ հաշվի է առնվել նաև լուսաբանման տոնայնությունը՝ դրական, բացասական և չեզոք, և այն՝ արդյոք քաղաքական ուժը/գործիչը լուսաբանվում է իր ինստիտուցիոնալ (ի պաշտոնե, օրինակ, որպես վարչապետ) գործառույթների շրջանակում թե՞ քարոզարշավի:

Թեև «Հանրապետական» կուսակցությունը չի մասնակցել ընտրություններին, այնուամենայնիվ, հետազոտության մեջ այն դիտարկվել է՝ հաշվի առնելով նրա ակտիվ ներգրավվածությունը քաղաքական կյանքում:

Քաղաքական գովազդ. կարգավորումներ

Երևանի ավագանու արտահերթ ընտրություններին մասնակցող քաղաքական ուժերին Հանրային հեռուստաընկերությամբ սահմանվել է հավասար պայմաններով եթերաժամանակ՝ ժամը 19:30-ից:

Ուսումնասիրված ժամանակահատվածում Հանրայինի եթերում յուրաքանչյուր քաղաքական ուժի համար սահմանվել է հավասար պայմաններով անվճար և վճարովի եթերաժամանակ: Ընդ որում, վճարովի եթերաժամանակի մեկ րոպեն սահմանվել է 48 հազար դրամ (ներառյալ ԱԱՀ):

Մյուս՝ մասնավոր հեռուստաալիքների համար անվճար եթեր տրամադրելու օրենսդրական պահանջ չկա, հետևաբար նրանք իրենց եթերաժամանակը բաշխել են սեփական հայեցողությամբ՝ հավասար պայմաններով:

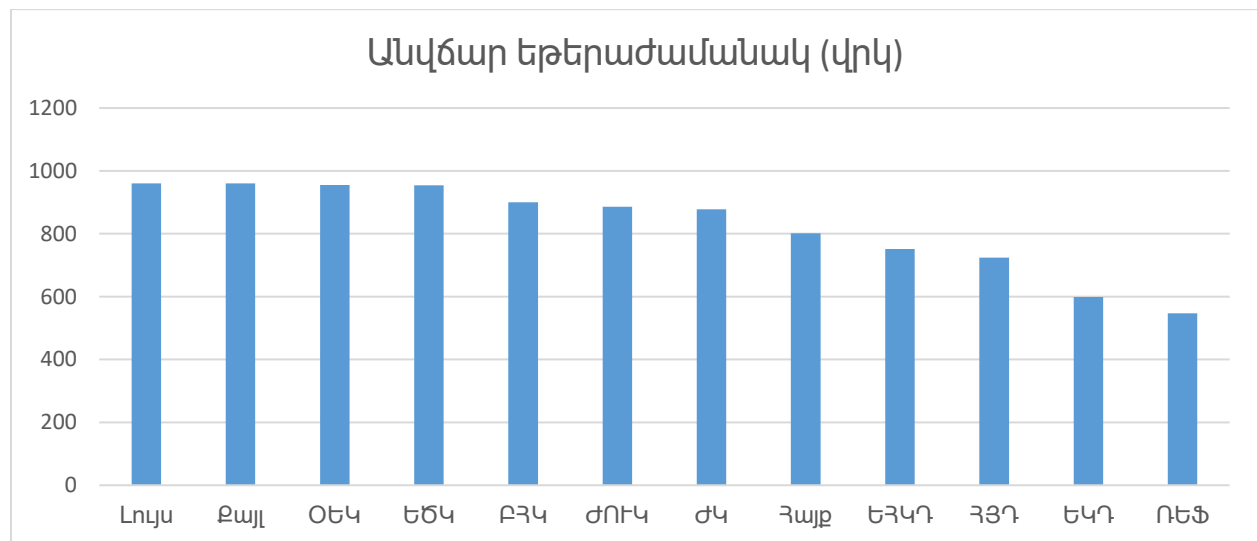
Ընդհանուր առմամբ, վճարովի քաղաքական գովազդի հնարավորություն ընձեռել են 18 հեռուստաալիք և ռադիոկայան: Ուսումնասիրության առարկա հանդիսացող հեռուստաալիքներից ամենաերկար եթերաժամանակը նախատեսել է «Երկիր Մեդիան» (օրական 20 րոպե), նրան հաջորդում է «Կենտրոնը» (15 րոպե),

առավելագույնը 6-ական թույլ տրամադրել են «Արմենիա» և «Արարատ» հեռուստաալիքները: Ամենաթանկ եթերաժամանակը տրամադրել է «Արմենիա» հեռուստաալիքը (մեկ թույլն՝ 100 հազար դրամ), ամենաեժանը՝ «Արարատը» (8 400 դրամ): «Երկիր Մեդիայում» մեկ թույլի քաղաքական գովազդն արժեցել է 25 000 հազար դրամ, իսկ «Կենտրոնի» եթերում՝ 18 000 դրամ:

Անվճար եթերաժամանակ

Ուսումնասիրվող ժամանակահատվածում Հանրային եթերում քաղաքական գովազդները, ինչպես և սահմանվում էր, սկսվել են 19:30-ից, իսկ սեպտեմբերի 16-ին՝ 19:20-ից: Այնուամենայնիվ, ոչ բոլոր քաղաքական ուժերն են, որ ամեն օր օգտվել են իրենց հատկացված անվճար եթերաժամանակից:

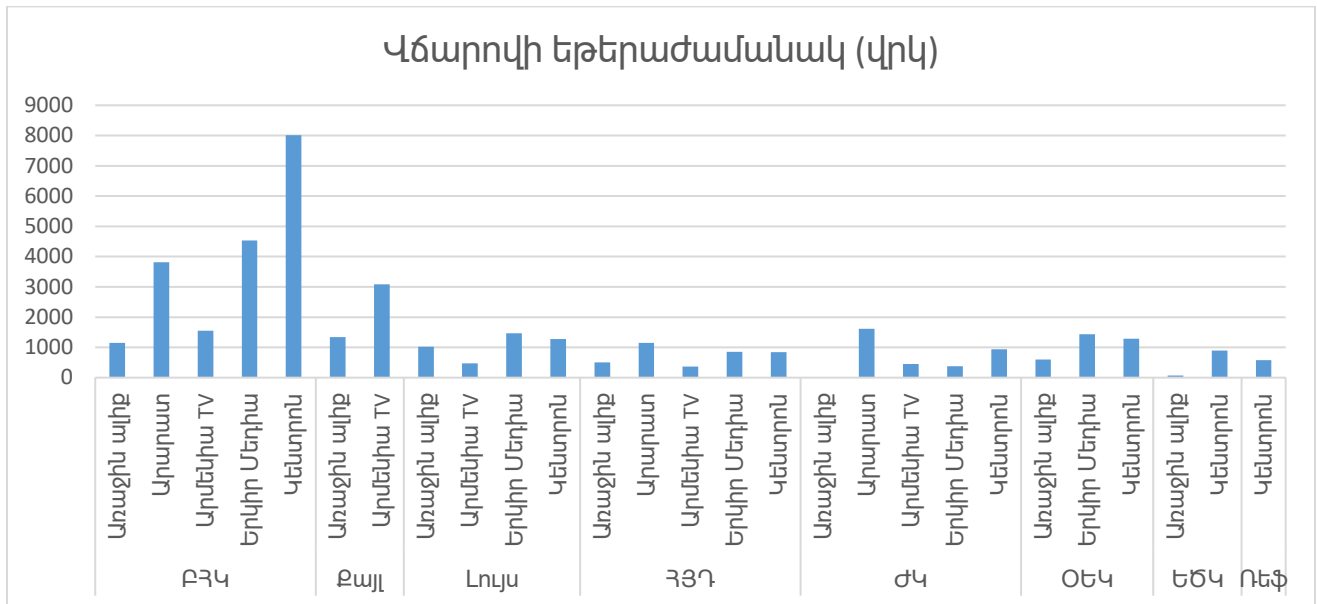
Ընդհանուր առմամբ, Հանրային հեռուստաընկերության տրամադրած անվճար եթերաժամանակից առավելագույն կերպով օգտվել են «Լույս» և «Իմ քայլը» դաշինքները, ամենաքիչը՝ Ռեֆորմիստների կուսակցությունը:



Վճարովի եթերաժամանակ

Ինչ վերաբերում է վճարովի եթերաժամանակին, ապա դրանից ամենաշատը օգտվել է «Բարգավաճ Հայաստան» կուսակցությունը՝ ավելի քան 19000 վայրկյան, նրան հաջորդում է «Իմ քայլը» (4421 վայրկյան), հետո «Լույս» դաշինքը (4243 վայրկյան): Ընդ որում, ԲՀԿ-ն առավելապես օգտվել է «Կենտրոն» հեռուստաալիքի վճարովի եթերաժամանակից, «Իմ քայլը»՝ «Արմենիա TV»-ի, իսկ «Լույսը»՝ «Երկիր Մեդիայի»:

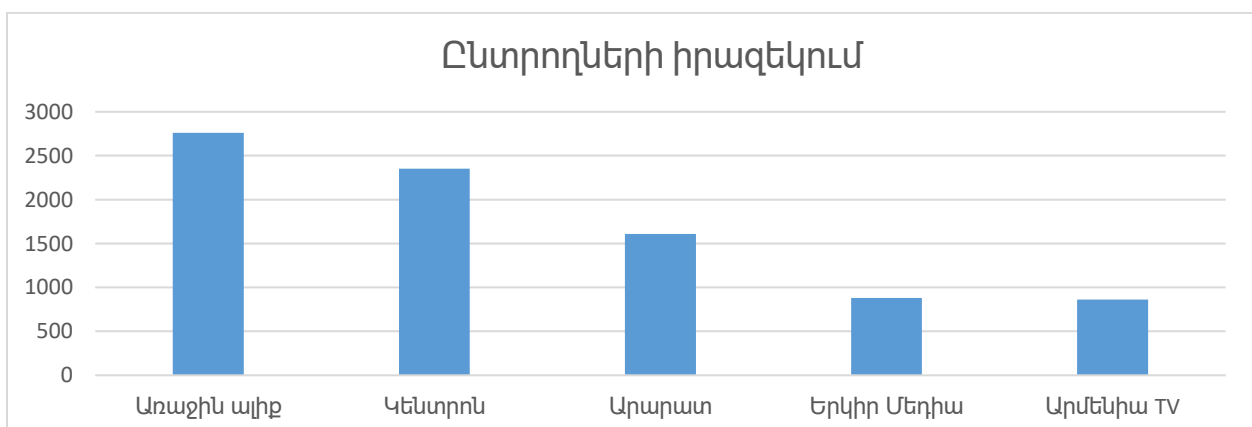
Գովազդի վրա ընդհանրապես գումար չեն ծախսել «Հայք (Հայկազուններ)», «Ժողովրդական ուղի» կուսակցությունները, «Երևանցիներ» և «Երևանի հանրություն» կուսակցությունների դաշինքները:



Իրազեկման տեսանյութեր

Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովը ներկայացրել է մի քանի տեղեկատվական հոլովակ, որում բացատրվում են ընտրողների իրավունքները, ընտրություններին մասնակցելու կարգը: Բացի ԿԸՀ տեսանյութից՝ հեռուստաալիքներին ընտրողների իրավունքների վերաբերյալ տեսանյութեր է տրամադրել նաև «Իրազեկ քաղաքացիների միավորում» ՀԿ-ն:

Իրազեկման տեսահոլովակները ցուցադրվել են քարոզարշավի բոլոր օրերին, ընդ որում՝ դրանց ամենաշատ եթերաժամանակը հատկացրել է «Առաջին ալիքը» (հավաքական՝ 2759 վրկ), ամենաքիչը՝ «Արմենիա TV»-ն (հավաքական՝ 864 վրկ):



Քաղաքական ուժերի լուսաբանումը հեռուստաալիքներով

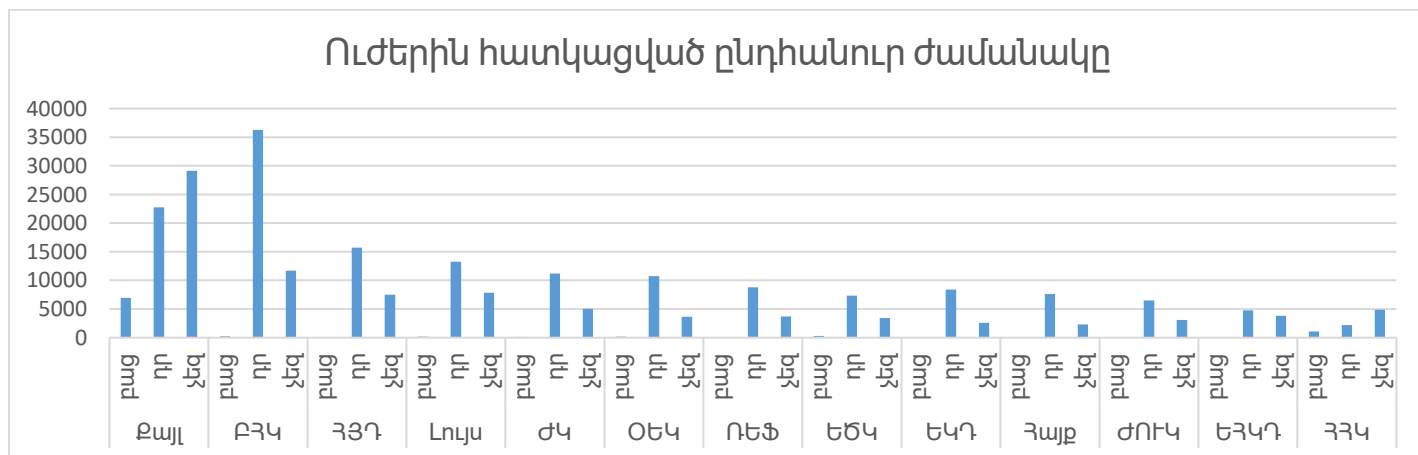
Մոնիթորինգի ենթարկված 5 հեռուստաալիքներով քարոզարշավը ներկայացվել է հիմնականում լրատվական հաղորդումներում և հարցազրույցներում:

«Արարատ» հեռուստաալիքի եթերում նախապես հայտարարվել էր, որ «Հարցազրույց» հաղորդման շրջանակում կգրուցեն քաղաքապետի բոլոր 12 թեկնածուների հետ: Այնուամենայնիվ, ԵՀԿԴ դաշինքից հաղորդմանը ներկայացել է երկրորդ համար Արամ Գրիգորյանը, «Իմ քայլը» դաշինքից՝ դարձյալ երկրորդ համար Սրբուհի Ղազարյանը: «Օրինաց երկիր» կուսակցության ներկայացուցչի հետ հարցազրույց չի եղել: Հեռուստաալիքից տեղեկացրել են, որ ՕԵԿ առաջին համար Միեր Ծահգելոյանը հրաժարվել է մասնակցել, կուսակցությունը նաև նրան փոխարինող չի ներկայացրել:

Մյուս հեռուստաալիքները, բացի քարոզչական հավաքները լուսաբանելուց, փրայմ թայմի ընթացքում պարբերաբար հարցազրույցներ են անցկացրել տարբեր քաղաքական ուժերի թեկնածուների հետ:

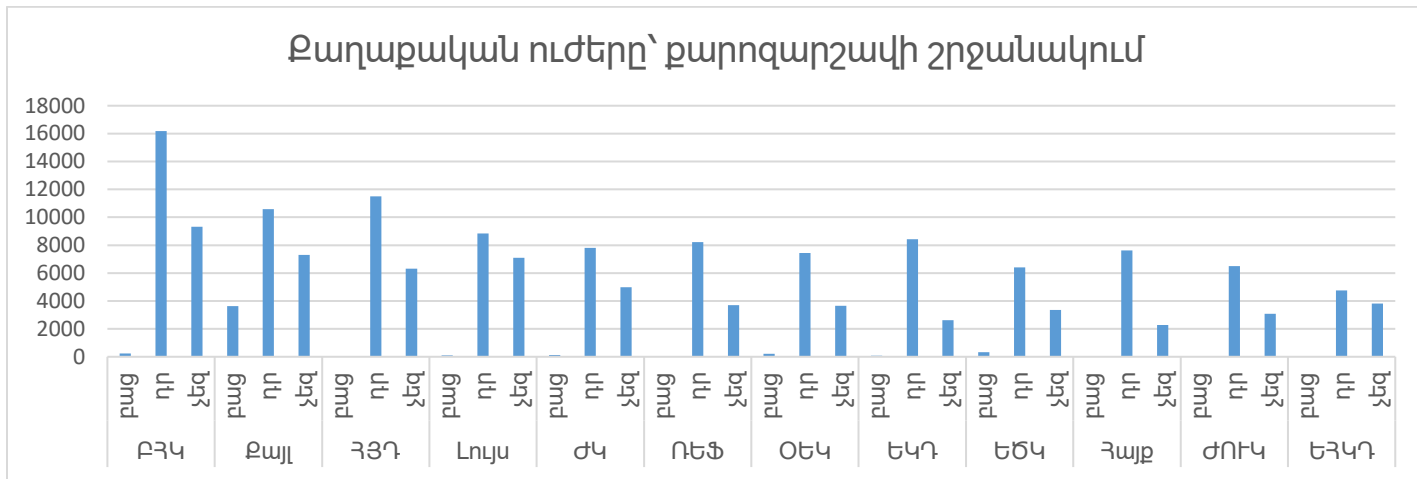
Քարոզարշավին մասնակցող քաղաքական ուժերի քաղաքապետի թեկնածուների միջև կազմակերպվել է մեկ բանավեճ Հանրային հեռուստաալիքի եթերում, որին հրաժարվել են մասնակցել 4 թեկնածու՝ Չարուհի Փոստանջյանը («Երկիր ծիրանի»), Նաիրա Չոհրաբյանը («Բարգավաճ Հայաստան»), Արտակ Ավետյանը (Ռեֆորմիստներ) և Մանուել Գասպարյանը (ԺՈՒԿ):

Ընդհանուր առմամբ, մոնիթորինգի ենթարկված 5 հեռուստաալիքներում ամենաշատ հիշատակված քաղաքական ուժը «Իմ քայլը» դաշինքն է և նրա ներկայացուցիչները, դրան հաջորդում է ԲՀԿ-ն, հետո՝ չնչին տարբերությամբ, ՀՀԴ-ն և «Լույսը»: Ընդ որում, «Իմ քայլը» առավելապես հիշատակվել է չեզոք տոնայնությամբ, ԲՀԿ-ն, ՀՀԴ-ն և «Լույսը»՝ առավելապես դրական: Ուշագրավ է, որ հեռուստաալիքներն ամենաքիչ ժամանակը հատկացրել են նախկին իշխող ուժին՝ ՀՀԿ-ին (առավելապես չեզոք):



Հարկ է նշել, որ այս ցուցանիշում ներառված են նաև քաղաքական գործիչների ինստիտուցիոնալ գործառույթների լուսաբանումը և վճարովի քաղաքական գովազդը: Այս կատեգորիաները բացառելով՝ ստանում ենք հետևյալ պատկերը. բուն քարոզարշավի շրջանակում ամենաշատ լուսաբանված ուժերն են՝ ԲՀԿ, «Իմ քայլը», ՀՀԴ, իսկ ամենաքիչը հիշատակվել է ԵՀԿԴ-ն: Ընդհանուր առմամբ, բոլոր քաղաքական ուժերից դրական տոնով ամենաշատը լուսաբանվել է ԲՀԿ-ն, բացասական տոնով՝ «Իմ քայլը»:

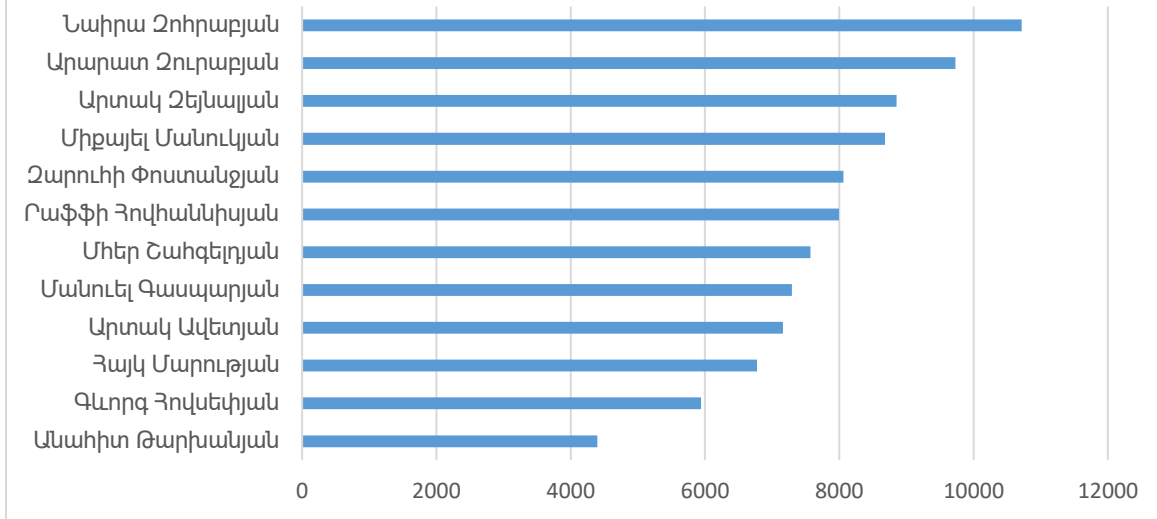
Քարոզարշավը լուսաբանելիս, ընդհանուր առմամբ, հեռուստաալիքներում գերակշռել է դրական տոնայնությունը:



Քաղաքապետի թեկնածուներ

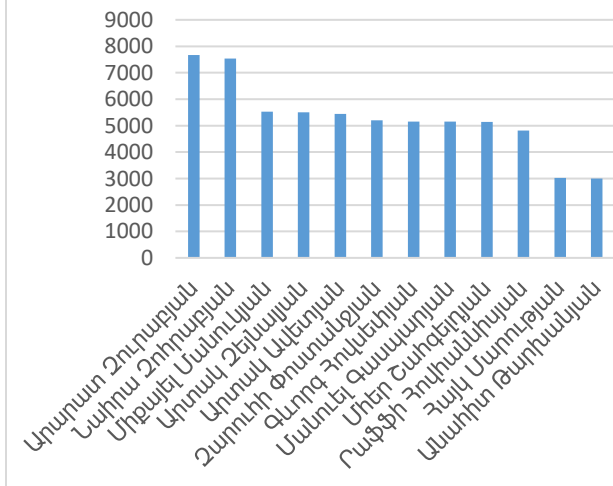
Ինչ վերաբերում է քաղաքական ուժերի առաջին համարներին, ապա քարոզարշավի շրջանակում ամենաշատը ժամանակ է տրամադրվել ԲՀԿ թեկնածու Նաիրա Չոհրաբյանին, որը լուսաբանվել է առավելապես դրական տոնայնությամբ (7537 վրկ), ամենաքիչը՝ ԵՀԿԴ թեկնածու Անահիտ Թարխանյանին (4397 վրկ): Ուշագրավ է, որ «Իմ քայլը» դաշինքի թեկնածու Հայկ Մարությանը այս աղյուսակում վերջից երրորդ տեղում է:

Քաղաքապետի թեկնածուներին հատկացված ժամանակը (վրկ)

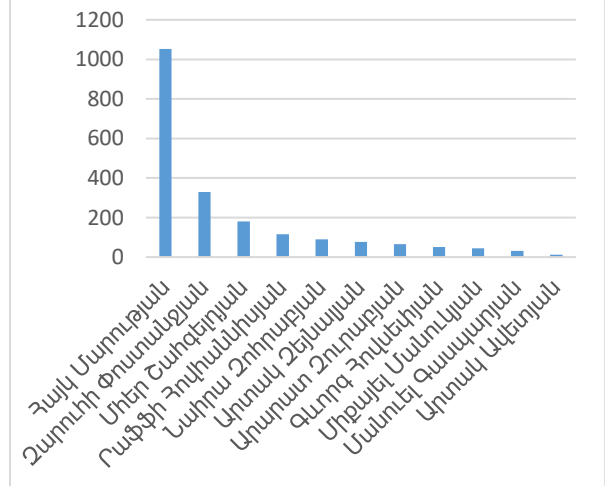


Քաղաքապետի թեկնածուներից, ընդհանուր առմամբ, ամենաշատը դրական լուսաբանվել են Արարատ Չուրաբյանը (5672 վրկ) և Նաիրա Չոիրաբյանը (7537 վրկ), բացասական՝ Հայկ Մարությանը (1053 վրկ):

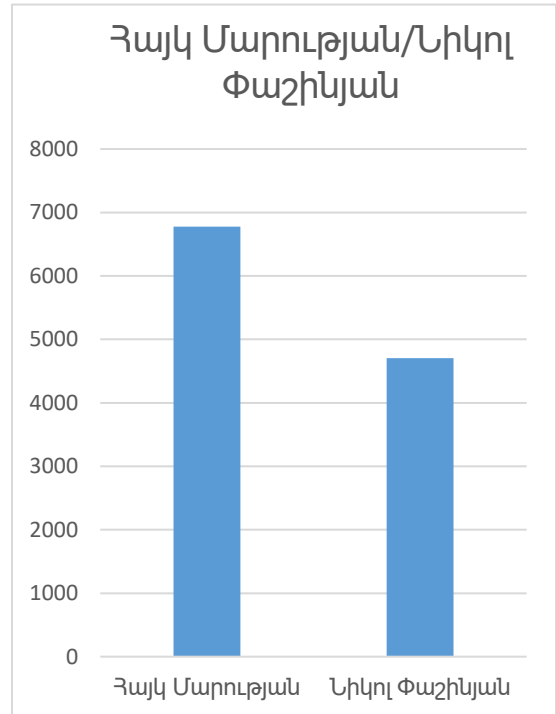
Քաղաքապետի թեկնածուներ ԴՐԱԿԱՆ



Քաղաքապետի թեկնածուներ ԲԱՑԱՍԱԿԱՆ



Չնայած այն պնդումներին, որ «Իմ քայլը» դաշինքի քարոզարշավի մեծ մասն իրականացնում է վարչապետ Նիկոլ Փաշինյանը, հեռուստաալիքների մոնիթորինգի արդյունքները ցույց են տալիս, որ, թեև Նիկոլ Փաշինյանին քարոզարշավի շրջանակում (ոչ ինստիտուցիոնալ) զգալի ժամանակ է հատկացվել, այնուամենայնիվ դաշինքի առաջին համարն ավելի շատ է լուսաբանվել բուն քարոզարշավի շրջանակում, քան վարչապետը:



Քաղաքական ուժերը՝ ըստ հեռուստաալիքների

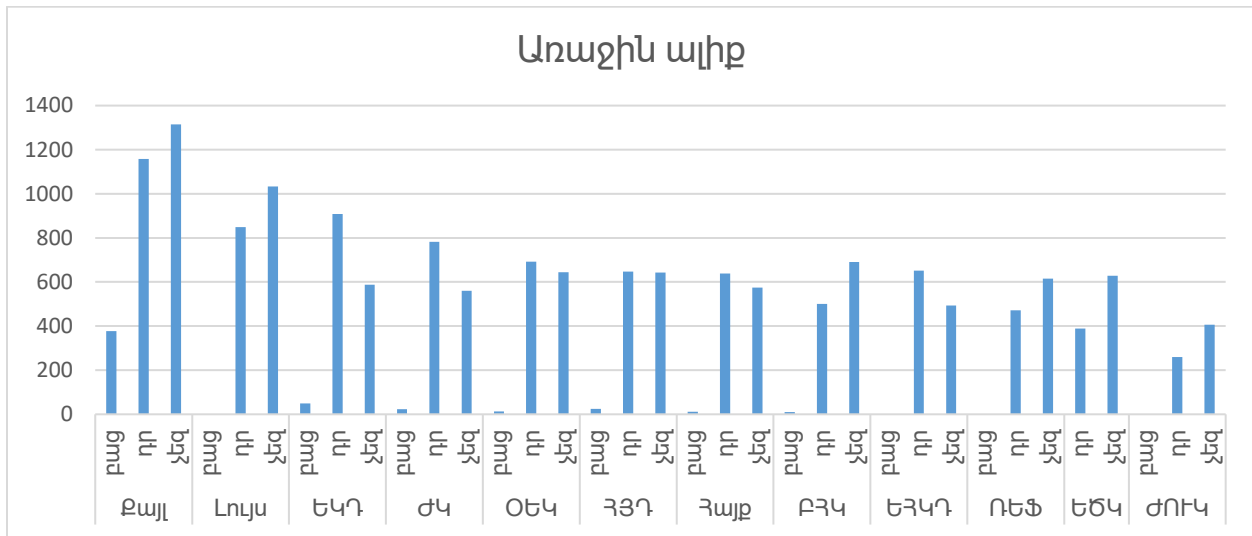
Առաջին ալիք

Հանրային հեռուստաալիքը բուն քարոզարշավի շրջանակում լուսաբանել է բոլոր քաղաքական ուժերին՝ ամենաշատ ժամանակը հատկացնելով «Իմ քայլը» դաշինքին, ամենաքիչը՝ ԺՌԿ-ին: Ընդ որում՝ «Առաջին ալիքի» եթերում «Իմ քայլը» լուսաբանվել է առավելապես չեզոք տոնայնությամբ:

Մոնիթորինգի 12 օրվա արդյունքները (սեպտեմբերի 22-23-ին քարոզարշավ չի տարվել) ցույց են տվել, որ այս հեռուստաալիքի եթերում քարոզարշավի շրջանակում վարչապետ Նիկոլ Փաշինյանին ավելի շատ ժամանակ է հատկացվել (1455 վրկ), քան դաշինքի առաջին համար Հայկ Մարությանին (1096 վրկ):

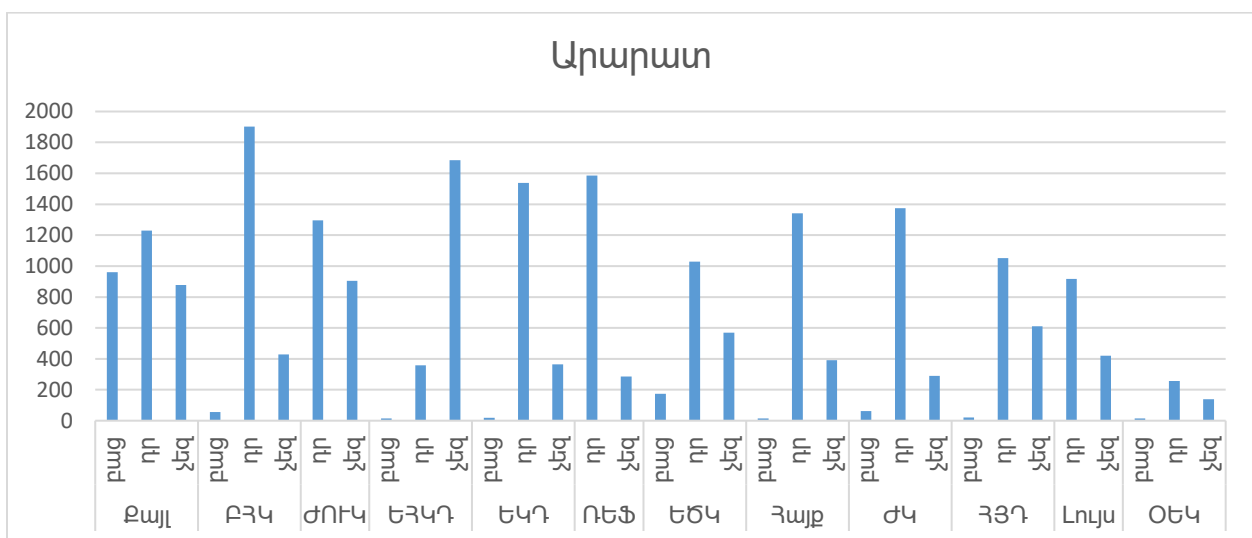
Ընդհանուր առմամբ, Հանրային հեռուստաալիքի եթերում ամենաշատը լուսաբանվել են հենց Նիկոլ Փաշինյանը և Արարատ Չուրաբյանը (գրեթե հավասարապես), նրանց հաջորդում են Հայկ Մարությանը, Արտակ Չեյնալյանը և Ռաֆֆի Յովհաննիսյանը: Հեռուստաալիքի եթերում բացասական տոնայնությամբ

մյուսներից ավելի շատ հիշատակվել է Հայկ Մարությանը (232 վրկ), դրական տոնայնությամբ՝ Արարատ Չուրաբյանը (897 վրկ):



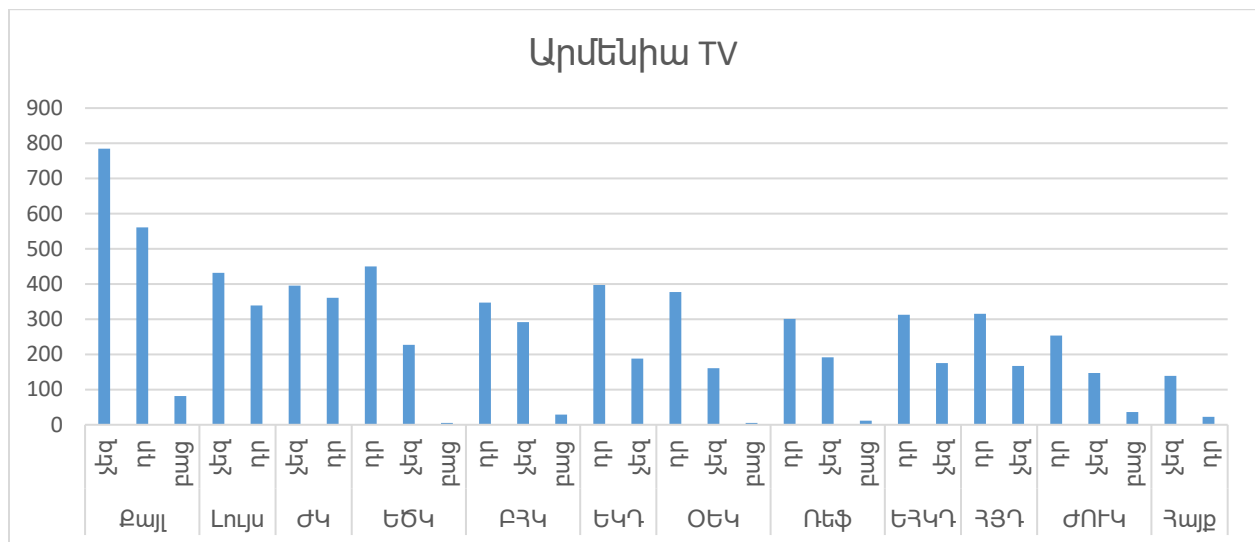
Արարատ

«Արարատ» հեռուստաալիքի եթերում ամենաշատ լուսաբանված քաղաքական ուժը քարոզարշավի շրջանակում «Իմ քայլն» է, նրան հաջորդում է ԲՀԿ-ն և ԺՈՒԿ-ը: Ընդ որում, քարոզարշավին մասնակցող բոլոր 12 ուժերից բացասական տոնայնությամբ ամենաշատը լուսաբանվել է «Իմ քայլը» դաշինքը (960 վրկ), իսկ դրական տոնայնությամբ՝ ԲՀԿ-ն (1903 վրկ): Քաղաքական գործիչներից բացասական տոնայնությամբ ամենաշատը լուսաբանվել են Նիկոլ Փաշինյանը (657 վրկ), Հայկ Մարությանը (228 վրկ) և Չարուհի Փոստանջյանը (174 վրկ), իսկ դրական՝ Նահրա Չոհրաբյանը (1835 վրկ), Արտակ Ավետյանը (1454 վրկ) և Արարատ Չուրաբյանը (1433 վրկ):



Արմենիա TV

«Արմենիա TV» հեռուստաալիքի եթերում ամենաշատ լուսաբանված ուժը դարձյալ «Իմ քայլն» է, նրան հաջորդում են «Լույսը» և «Ժառանգությունը», ընդ որում՝ երեք ուժերն էլ լուսաբանվել են առավելապես չեզոք տոնայնությամբ: Ընդհանուր առմամբ, բոլոր 12 ուժերից և՛ դրական, և՛ բացասական տոնայնությամբ ամենաշատը հիշատակվել է հենց «Իմ քայլն»: Հեռուստաալիքի եթերում ամենաշատ լուսաբանված քաղաքական գործիչներն են Չարուհի Փոստանջյանը, Ռաֆֆի Հովհաննիսյանը և Արարատ Չուրաբյանը, երեքն էլ գերազանցապես լուսաբանվել են դրական տոնայնությամբ: Բացասական տոնայնությամբ մյուսներից ավելի շատ հնչել է Նահրա Չոհրաբյանի անունը (21 վրկ), դրական տոնայնությամբ՝ Չարուհի Փոստանջյանի (450 վրկ):

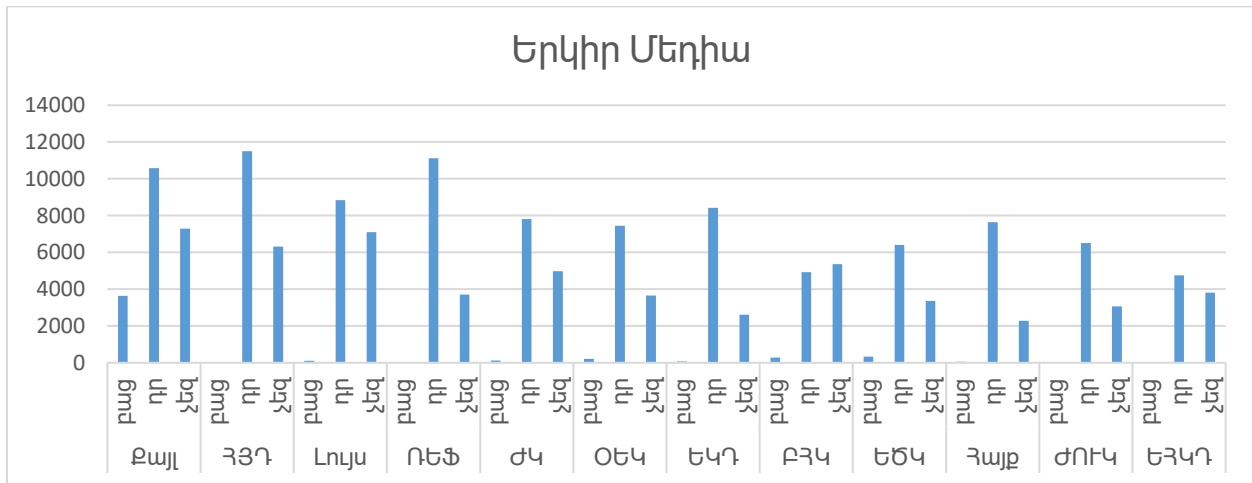


Երկիր Մեդիա

«Երկիր Մեդիա» հեռուստաալիքի եթերում ամենաշատ լուսաբանված ուժը «Իմ քայլն» է, նրան հաջորդում են ՀՀԴ-ն և «Լույսը», ընդ որում՝ բոլոր երեքն էլ լուսաբանվել են ավելի շատ դրական տոնայնությամբ: Հեռուստաալիքի եթերում ընդհանուր առմամբ բացասական տոնայնությամբ ամենաշատը հիշատակվել է «Իմ քայլն» դաշինքը, դրական տոնայնությամբ՝ ՀՀԴ-ն:

Քաղաքական գործիչներից ամենաշատը եթեր տրամադրվել է Գևորգ Հովսեփյանին («Հայք (Հայկազուններ)»), Արտակ Չեյնալյանին («Լույս») և Արտակ Ավետյանին (Ռեֆորմիստներ), ընդ որում՝ երեքն էլ հիշատակվել են առավելապես դրական տոնայնությամբ: Բացասական տոնայնությամբ ամենաշատը հիշատակվել են Նիկոլ Փաշինյանը (1570 վրկ), Հայկ Մարությանը (1053 վրկ) և Սերգեյ Սարգսյանը

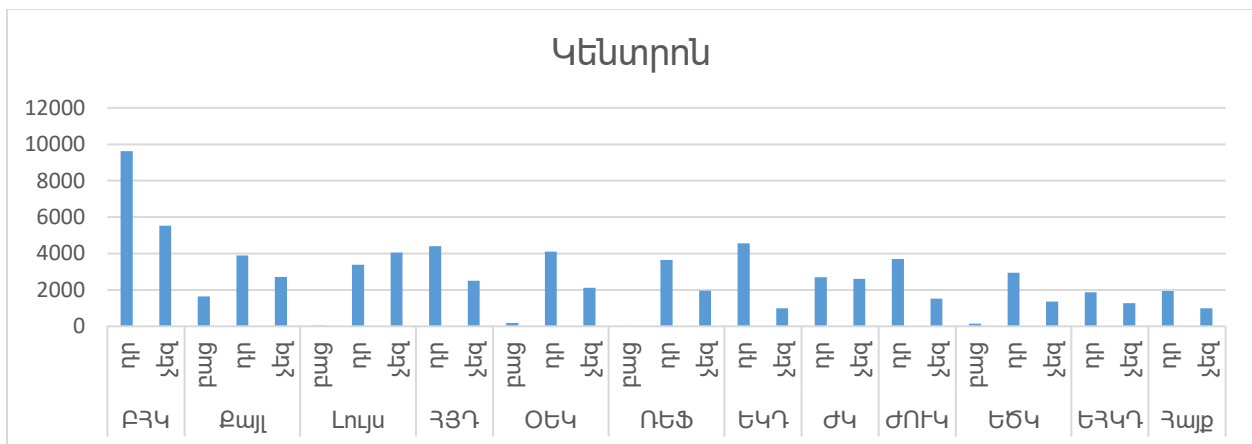
(331 վրկ): Դրական տոնայնությամբ առավելապես ժամանակ է հատկացվել Արարատ Չուրաբյանին (7672 վրկ), Միքայել Մանուկյանին (5525 վրկ) և Արտակ Չեյնալյանին (5502 վրկ):



Կենտրոն

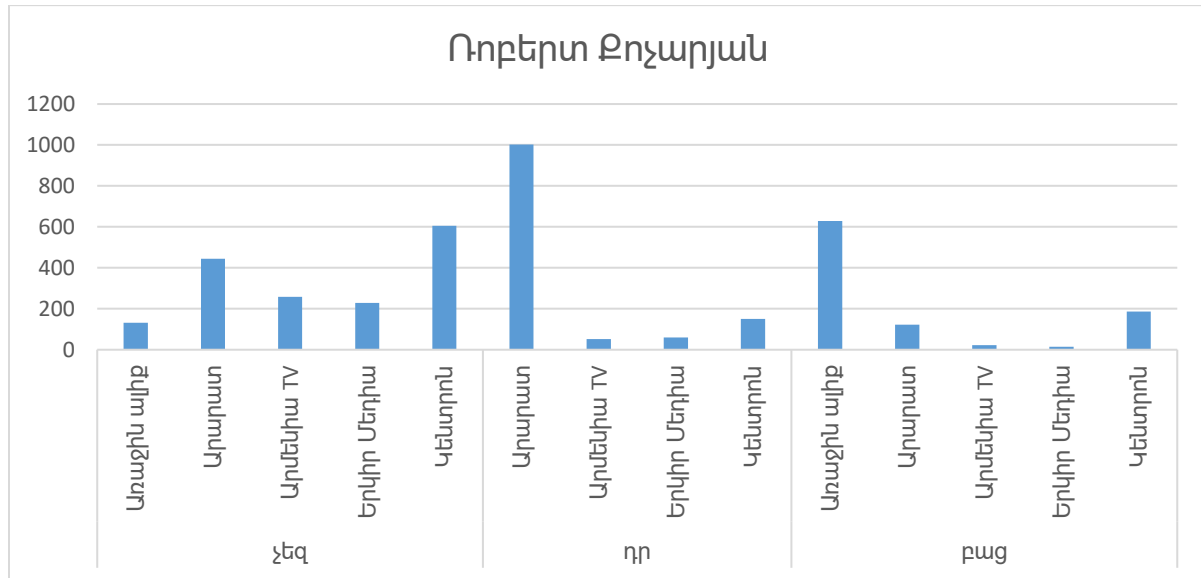
«Կենտրոն» հեռուստաալիքի եթերում ամենաշատը եթեր տրամադրվել է ԲՀԿ-ին, նրան հաջորդում են «Իմ քայլը» և «Լույս» դաշինքները, առաջին երկուսը լուսաբանվել են առավելապես դրական, «Լույսը»՝ առավելապես չեզոք տոնայնությամբ: Բոլոր 12 ուժերից բացասական տոնայնությամբ ամենաշատը հիշատակվել են «Իմ քայլը» (1645 վրկ), նրան, արդեն մեծ տարբերությամբ, հաջորդում է ՕԵԿ-ը (176 վրկ):

Քաղաքական գործիչներից ամենաշատը լուսաբանվել են Նահրա Չոհրաբյանը (5852 վրկ), Արարատ Չուրաբյանը (5463 վրկ) և Միքայել Մանուկյանը (4683 վրկ), երեքն էլ՝ առավելապես դրական տոնայնությամբ: Հեռուստաալիքի եթերում բացասական տոնայնությամբ առավելապես հիշատակվել են Նիկոլ Փաշինյանը (504 վրկ), Հայկ Մարությանը (429 վրկ) և Սերգեյ Սարգսյանը (331 վրկ):



Ռոբերտ Քոչարյան

Հաշվի առնելով Հայաստանի երկրորդ նախագահ Ռոբերտ Քոչարյանի՝ քաղաքականություն վերադառնալու մասին հայտարարությունը՝ հարկ ենք համարում հիշատակել, թե որքան ժամանակ են հեռուստաալիքները հատկացրել նրան և ինչ տոնայնությամբ: Ըստ այդմ, մոնիթորինգի ենթարկված 5 հեռուստաալիքներում Ռոբերտ Քոչարյանն առավելապես լուսաբանվել է չեզոք տոնայնությամբ, դրական տոնայնությամբ նրա անունը առավելապես հնչել է «Առաջին ալիքի», իսկ բացասական տոնայնությամբ՝ «Առաջին ալիքի» եթերում:



Առցանց լրատվամիջոցներ

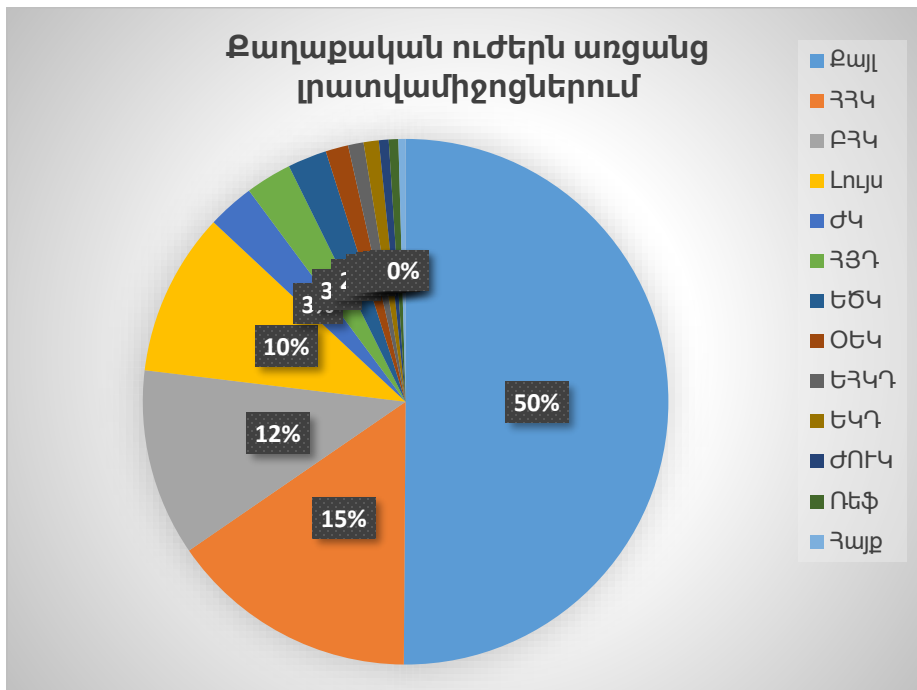
Առցանց լրատվամիջոցները, ինչպես և հեռուստաալիքները, նույնպես ակտիվ լուսաբանել են Երևանի ավագանու նախընտրական քարոզարշավը: Այստեղ ևս, հատկապես վերլուծություններում, հիմնականում օգտագործվում են անհասցե «նոր իշխանություններ», «նախկին իշխանություններ», «հեղափոխական ուժեր», «սևեր ու սպիտակներ» և նմանատիպ այլ արտահայտություններ, որոնք քանակական վերլուծության մեջ տեղ չեն գտել: Հարկ է նշել, որ վերջին շրջանում առցանց լրատվականներում ավելացել են տեսանյութերը և քարոզարշավների ուղիղ եթերները: Հետազոտության ընթացքում մոնիթորինգի ենթարկվել է լրատվամիջոցների միայն տեքստային կոնտենտը:

Ինչպես և հեռուստաալիքներում, մոնիթորինգի ենթարկված 5 առցանց լրատվամիջոցներում նույնպես ամենաշատ լուսաբանված քաղաքական ուժը «Իմ քայլն է», որին բաժին է ընկնում ընդհանուր լուսաբանման ուղիղ՝ գերազանցապես

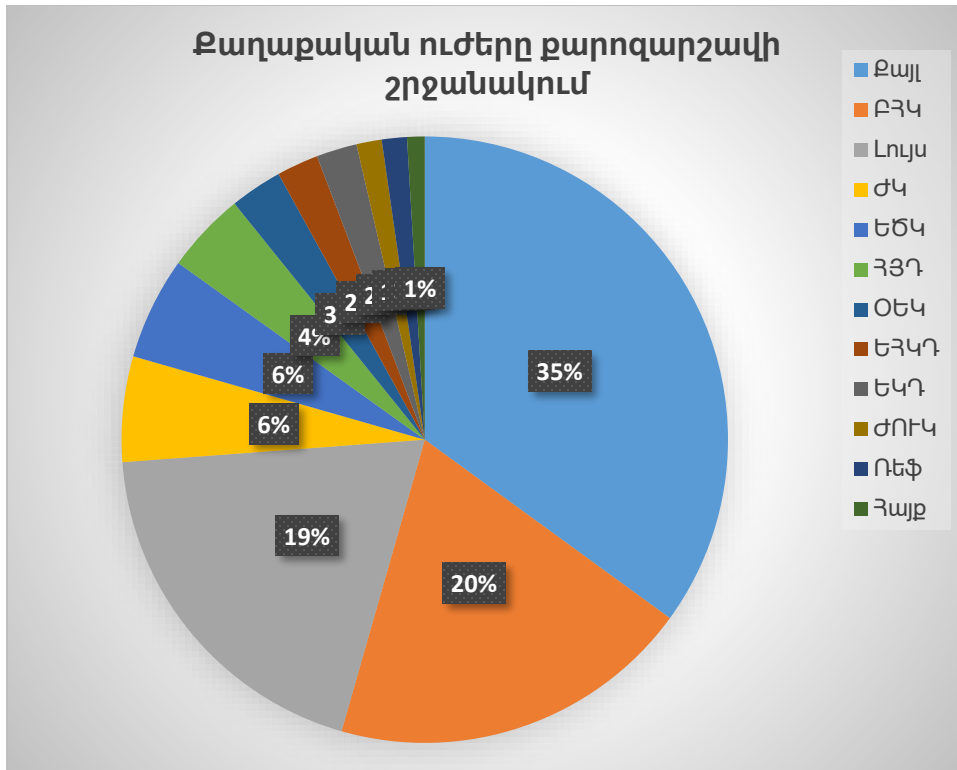
չեզոք տոնայնությամբ: Նրան հաջորդող ՀՀԿ-ն, ԲՀԿ-ն և «Լույս» դաշինքը նույնպես լուսաբանվել են առավելապես չեզոք:

Հատկանշական է, որ, ի տարբերություն հեռուստաալիքների, առցանց լրատվամիջոցներն ավելի շատ տեղ են հատկացրել նախկին իշխող ուժին՝ ՀՀԿ-ին, որը գերազանցապես լուսաբանվել է չեզոք տոնայնությամբ:

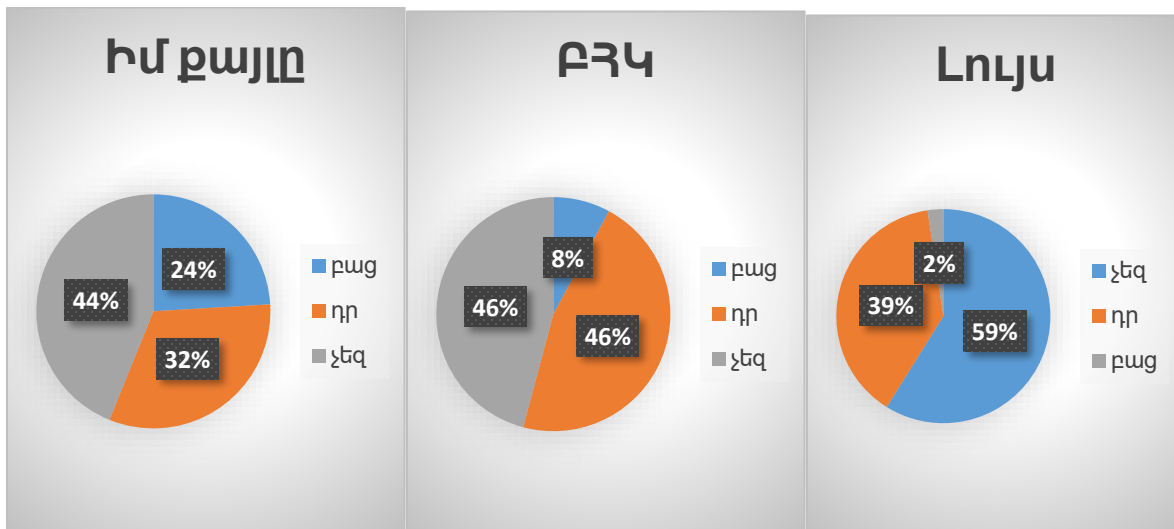
Ի դեպ, ընդհանուր առմամբ առցանց լրատվամիջոցներում գերակշռում է հենց չեզոք տոնայնությունը: Բացասական տոնայնությամբ բոլոր քաղաքական ուժերից ամենաշատը հիշատակվել է «Իմ քայլը»:



Բացառելով քաղաքական գործիչների և ուժերի ինստիտուցիոնալ գործառույթները՝ բուն քարոզարշավի շրջանակում պատկերը ստանում է հետևյալ տեսքը. «Իմ քայլը» դաշինքին բաժին է ընկնում ընդհանուրի 35%-ը, ԲՀԿ-ին 20%-ը, իսկ «Լույս» դաշինքին՝ 19%-ը:

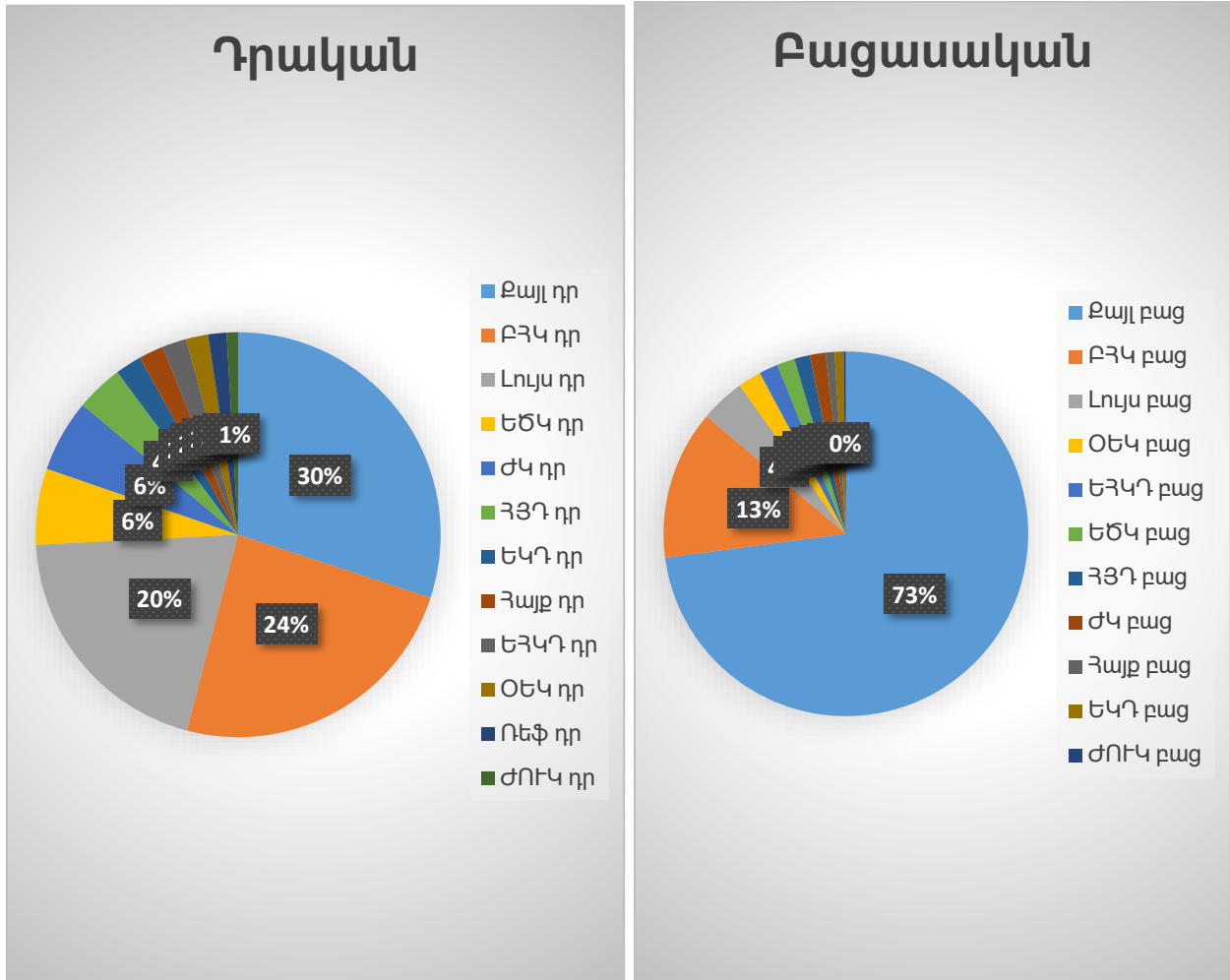


Ընդ որում, «Իմ քայլի» հիշատակումների 44%-ը չեզոք է, 32%-ը՝ դրական և 24%-ը՝ բացասական: ԲՀԿ-ն հիշատակվել է հավասարապես դրական և չեզոք տոնայնությամբ և միայն 8%-ով՝ բացասական: «Լույս» դաշինքը լուսաբանվել է առավելապես դրական և միայն 2%-ով՝ բացասական:



Բուն քարոզարշավի շրջանակում մոնիթորինգի ենթարկված 5 լրատվամիջոցներում բոլոր քաղաքական ուժերից ամենաշատը և՛ դրական, և՛ բացասական տոնայնությամբ հիշատակվել է Նիկոլ Փաշինյանի ղեկավարած

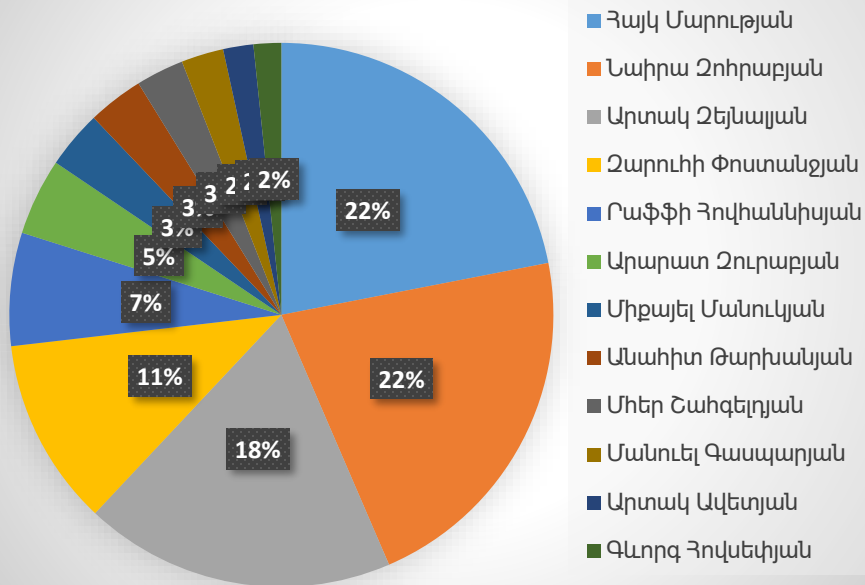
«Քաղաքացիական պայմանագիր» կուսակցության հետ կապված «Իմ քայլը» դաշինքը:



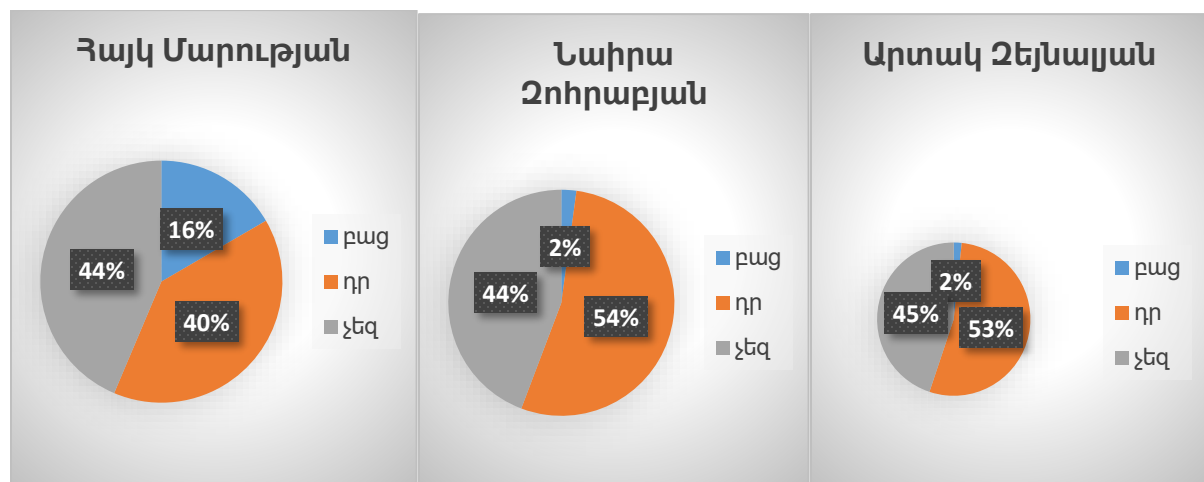
Քաղաքապետի թեկնածուներն առցանց լրատվամիջոցներում

Ընտրություններում ներկայացված քաղաքական ուժերի առաջին համարներից բուն քարոզարշավի շրջանակում ամենաշատը հիշատակվել են հավասարապես Հայկ Մարությանը և Նահրա Չոիրաբյանը (յուրաքանչյուրը՝ 22%), նրանց հաջորդում է Արտակ Չեյնալյանը (18%), հետո՝ Չարուհի Փոստանջյանը (11%), իսկ ամենաքիչ լուսաբանված քաղաքապետի թեկնածուն «Հայք (Հայկազուններ)» կուսակցության առաջին համար Գևորգ Յովսեփյանն է:

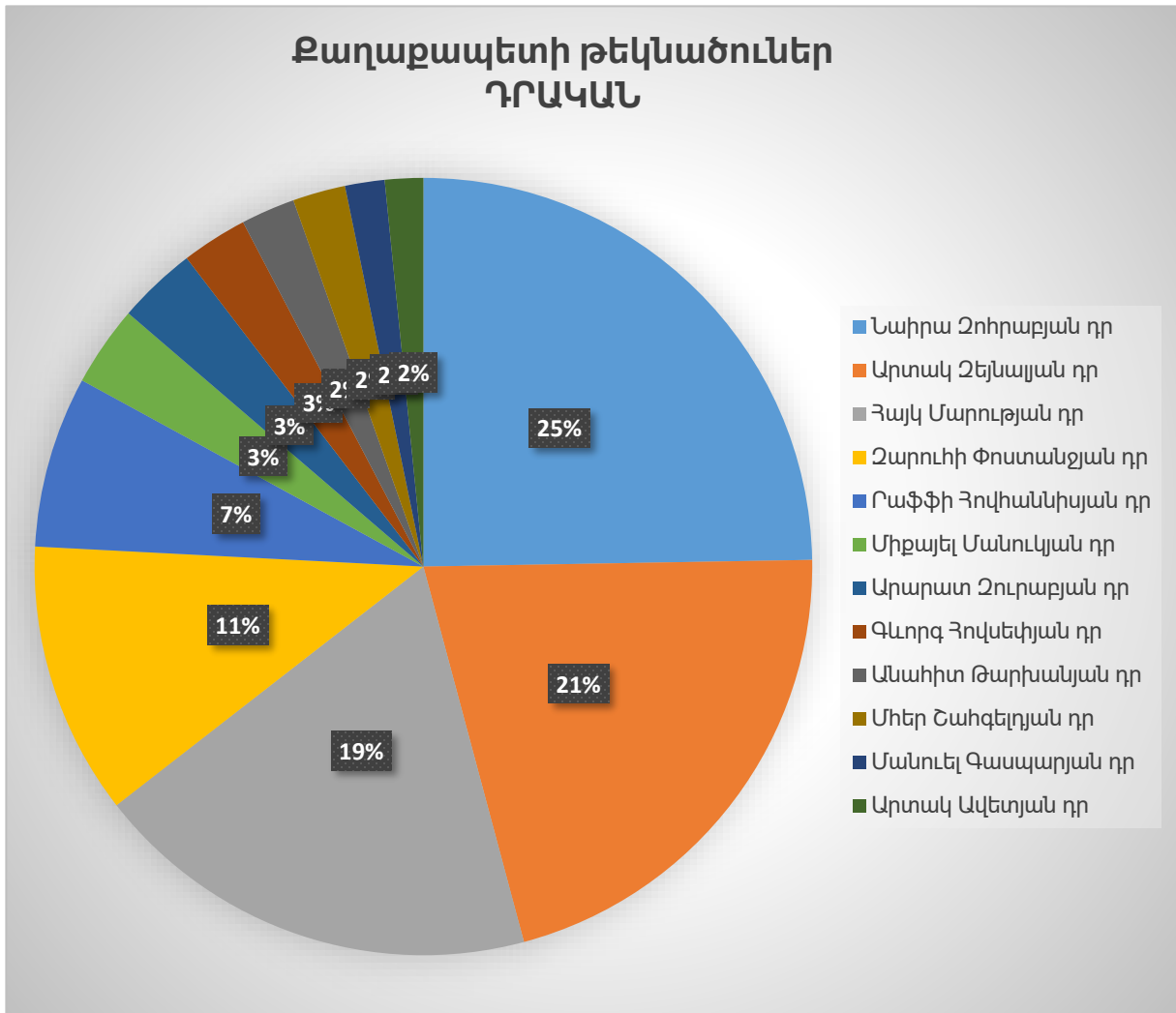
Քաղաքապետի թեկնածուներն առցանց մամուլում



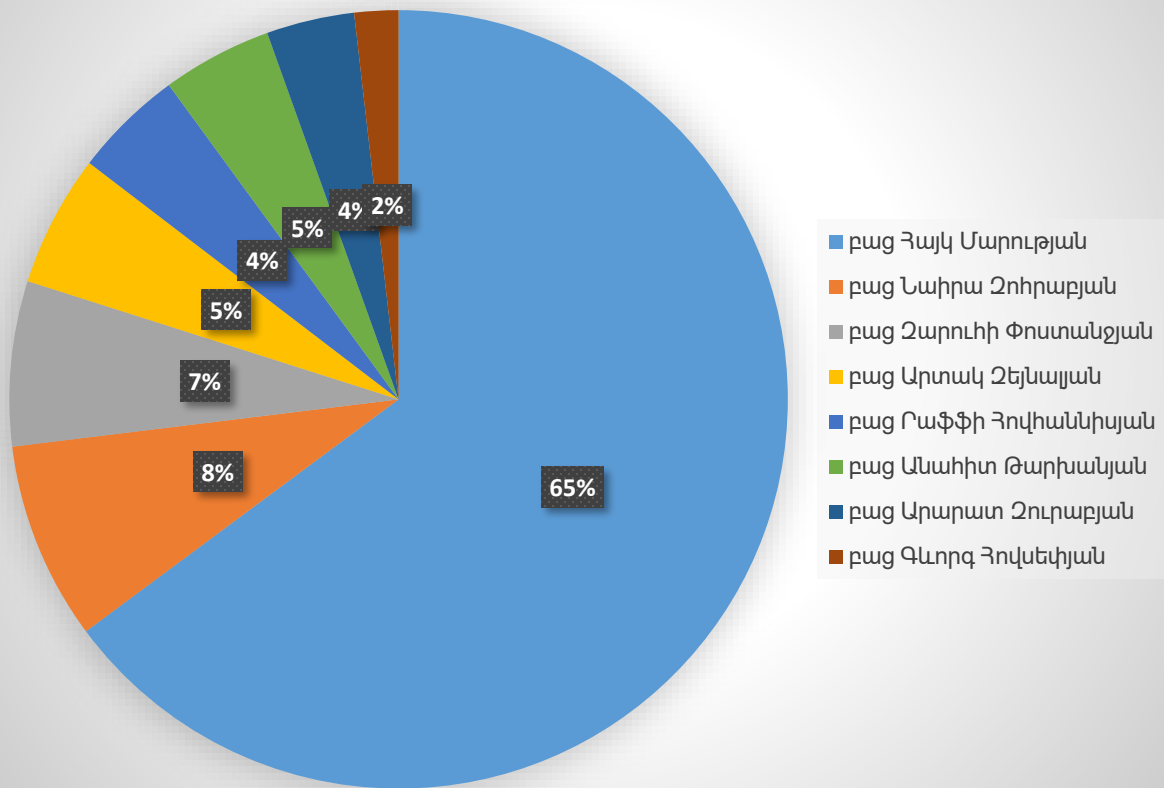
Ընդ որում՝ Հայկ Մարտությանը հիշատակվել է առավելապես չեզոք, մյուս երկուսը՝ առավելապես դրական տոնայնությամբ:



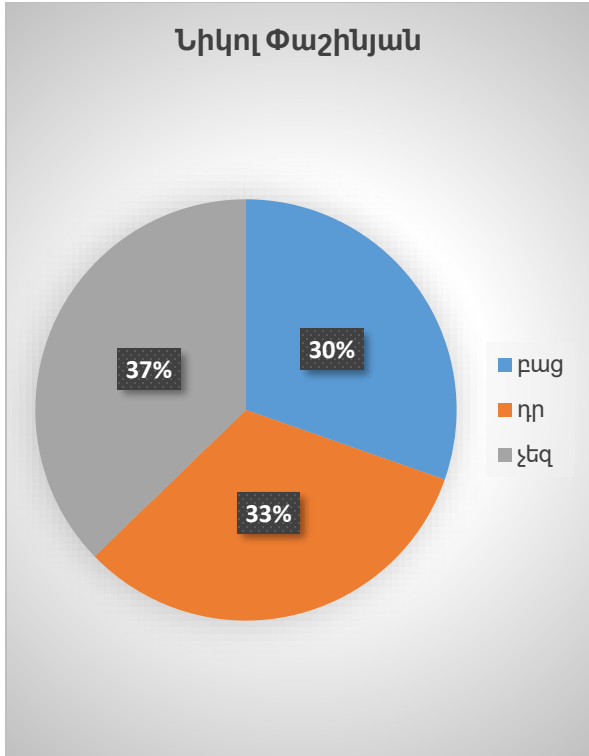
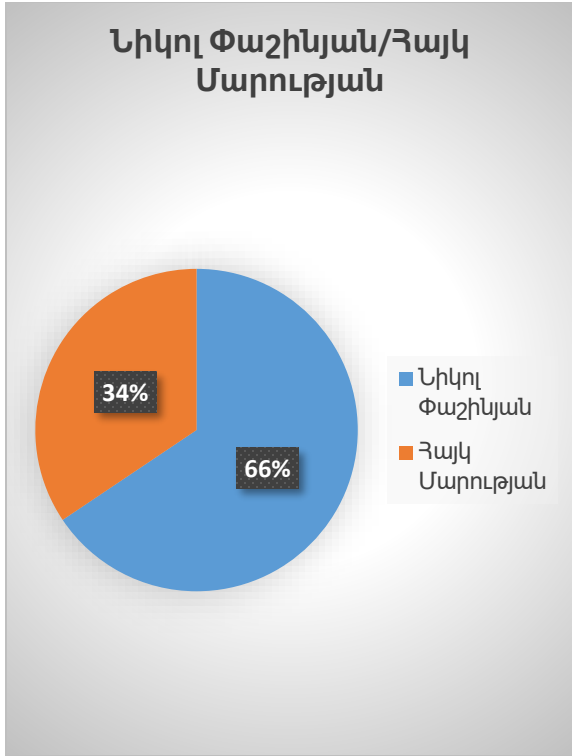
Ընդհանուր առմամբ, բոլոր թեկնածուներից դրական տոնայնությամբ ամենաշատը լուսաբանվել է Նաիրա Չոհրաբյանը, բացասական տոնայնությամբ՝ Յայկ Մարությանը:



Քաղաքապետի թեկնածուներ ԲԱՑԱՍԱԿԱՆ

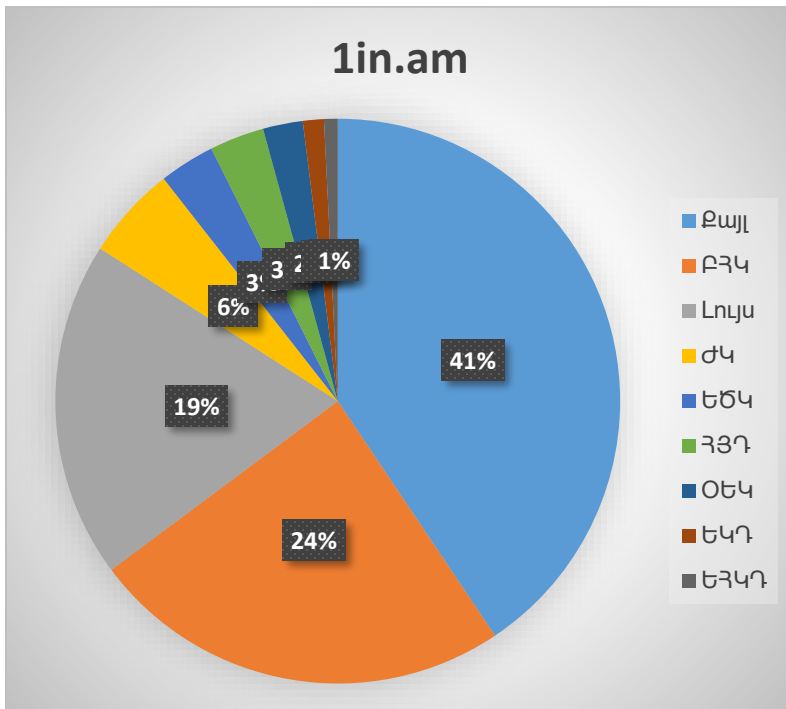


Այնուամենայնիվ, պետք է նկատել, որ «Իմ քայլը» դաշինքից առավել հիշատակված քաղաքական գործիչը ոչ թե դրա առաջին համարն է, այլ վարչապետ Նիկոլ Փաշինյանը (66%-ը՝ 34%-ի դիմաց): Ընդ որում՝ Փաշինյանը գրեթե հավասարապես լուսաբանվել է և՛ դրական, և՛ բացասական, և՛ չեզոք տոնայնությամբ:



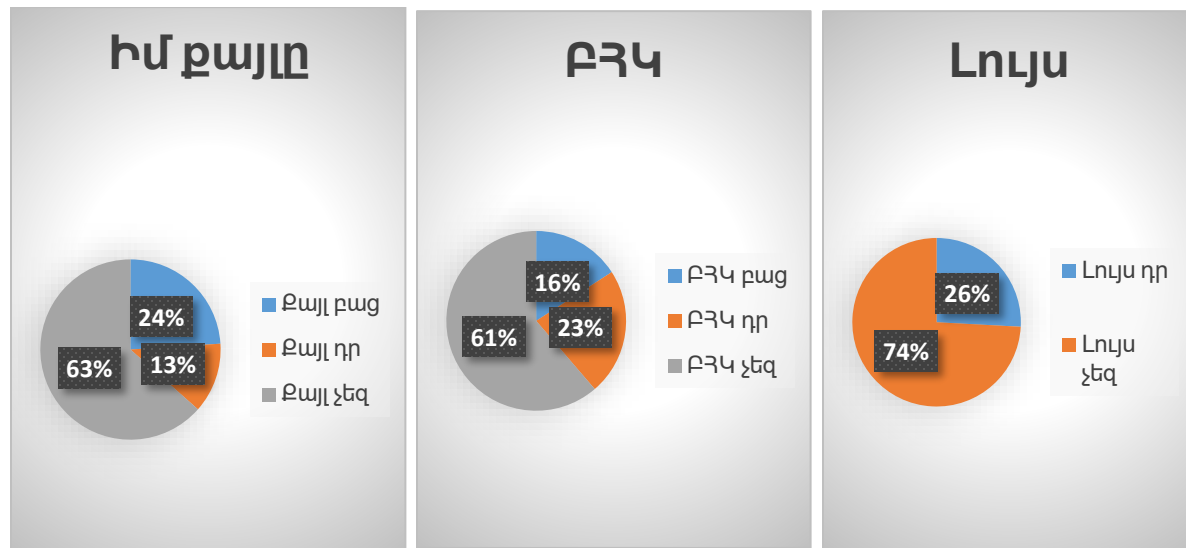
1in.am

1in.am լրատվական կայքի էջերում քարոզարշավի շրջանակում ամենաշատ լուսաբանված քաղաքական ուժը «Իմ քայլը» դաշինքն է, որին հատկացվել է ընդհանուրի 41%-ը: Նրան հաջորդում են ԲՀԿ-ն՝ 24% և «Լույս» դաշինքը՝ 19%:

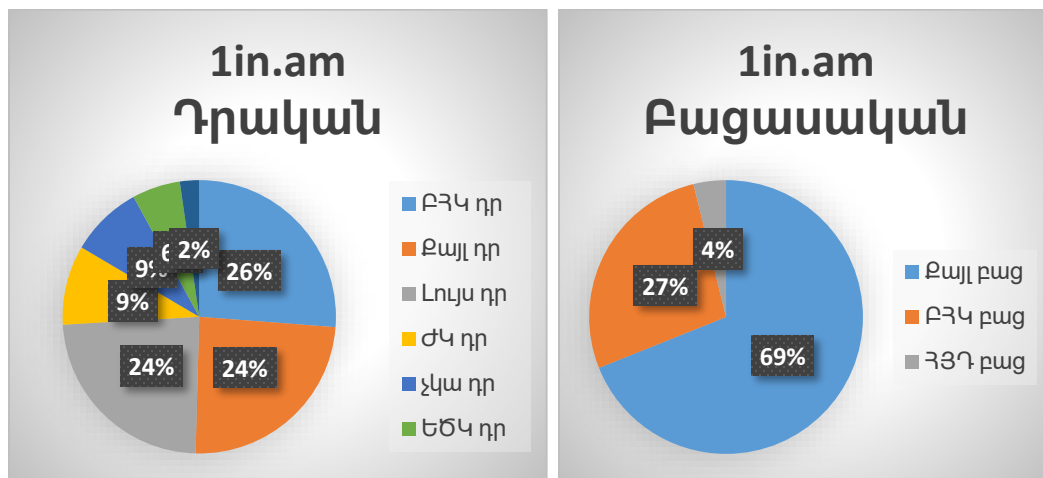


Ընդ որում, «Իմ քայլը» և ԲՀԿ-ն լուսաբանվել են առավելապես չեզոք տոնայնությամբ, բայց նաև բացասականի որոշ չափաբաժնով, իսկ «Լույս» դաշինքը՝ միայն չեզոք և դրական:

Հատկանշական է, որ մոնիթորինգի ենթարկված բոլոր լրատվամիջոցներից քաղաքական վճարովի գովազդ տեղադրել է միայն «Լույս» դաշինքը և միայն 1in.am կայքում: Մասնավորապես, կայքի տեսանյութերի զգալի մասը (անգամ այնպիսիք, որոնցում լուսաբանվում է այլ քաղաքական ուժ) սկսվել է «Լույս» դաշինքի՝ 5 վայրկյան տևողությամբ գովազդով:

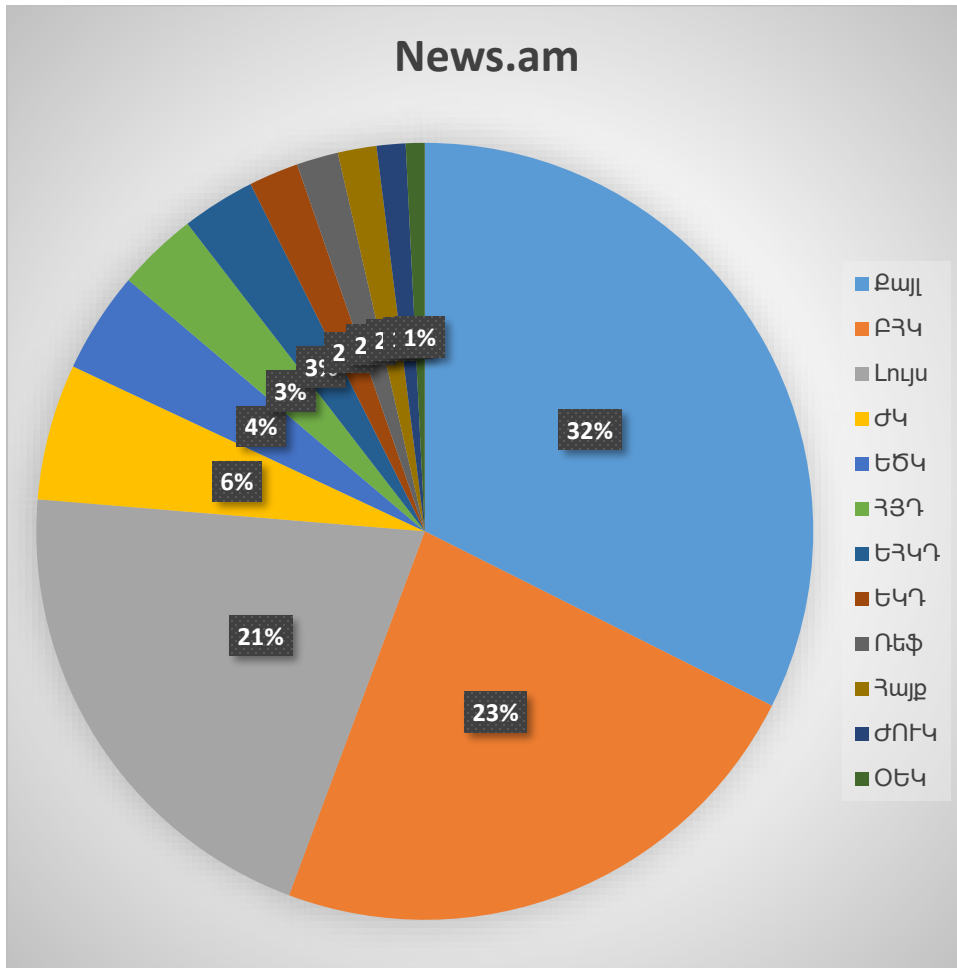


Քարոզարշավին մասնակցող բոլոր քաղաքական ուժերից 1in.am-ը դրական տոնայնությամբ ամենաշատը լուսաբանել է ԲՀԿ կուսակցությանը, «Իմ քայլը» և «Լույս» դաշինքներին (գրեթե հավասար), բացասական տոնայնությամբ լուսաբանվել է միայն երեք քաղաքական ուժ՝ «Իմ քայլը», ԲՀԿ և ՀՀԴ:

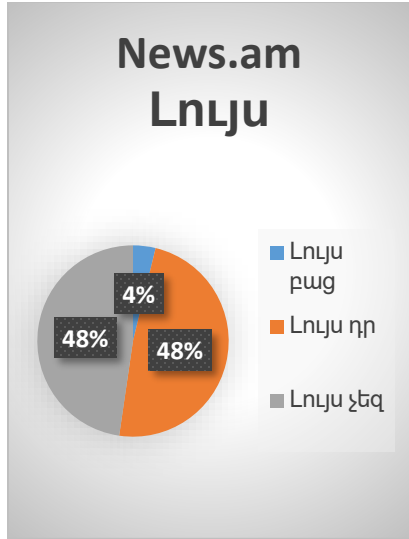
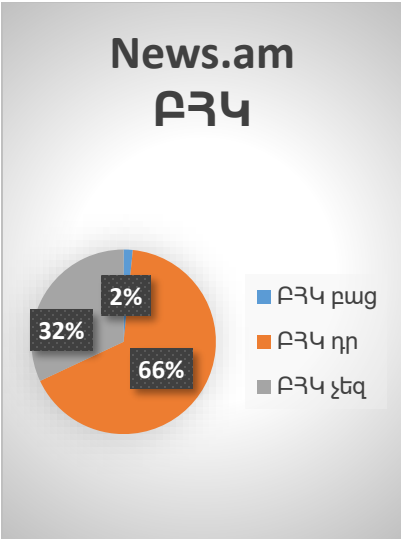
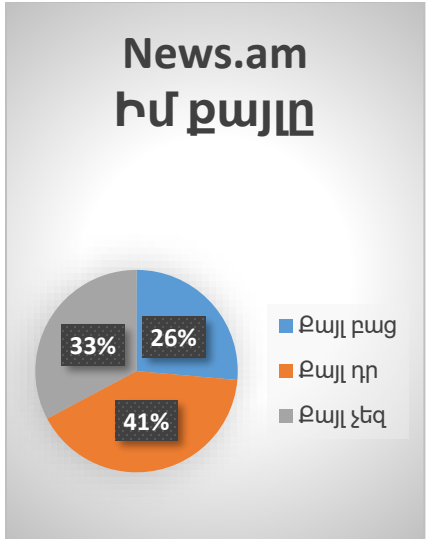


News.am

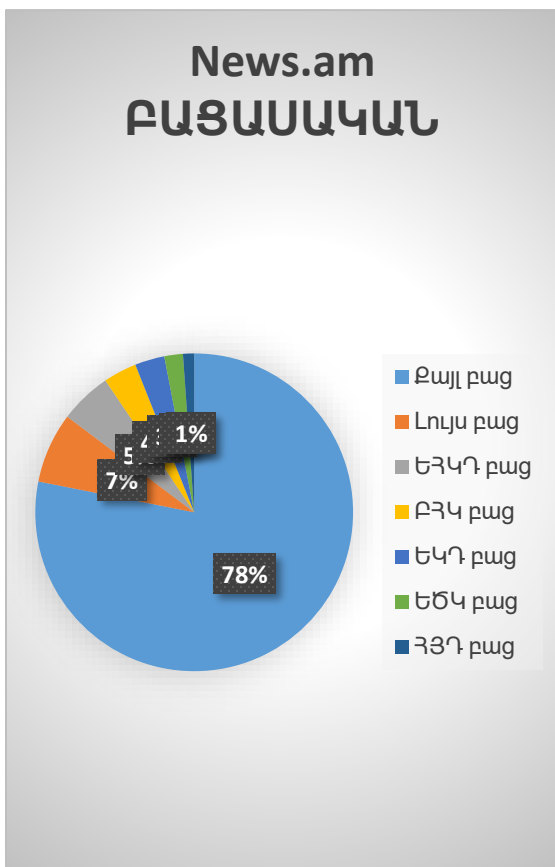
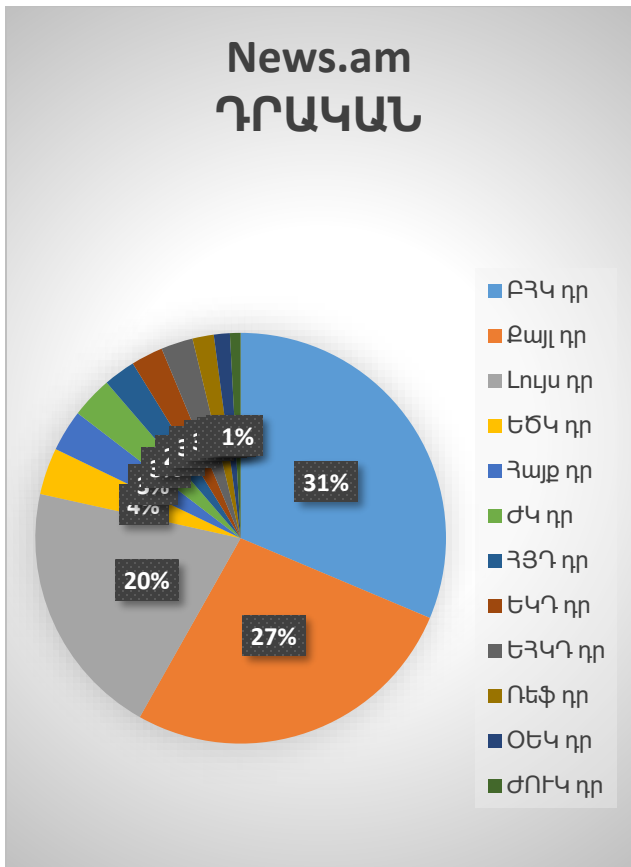
News.am լրատվական կայքն իր էջերում անդրադարձել է քարոզարշավին մասնակցող բոլոր քաղաքական ուժերին՝ ամենամեծ ծավալը հատկացնելով «Իմ քայլը» դաշինքին (32%), նրան հաջորդում են ԲՀԿ-ն (23%) և «Լույսը» (21%):



Ընդ որում, «Իմ քայլը» հիշատակվել է գրեթե հավասարապես դրական, բացասական և չեզոք տոնայնությամբ, իսկ ԲՀԿ-ն և «Լույսը»՝ հիմնականում չեզոք և դրական:

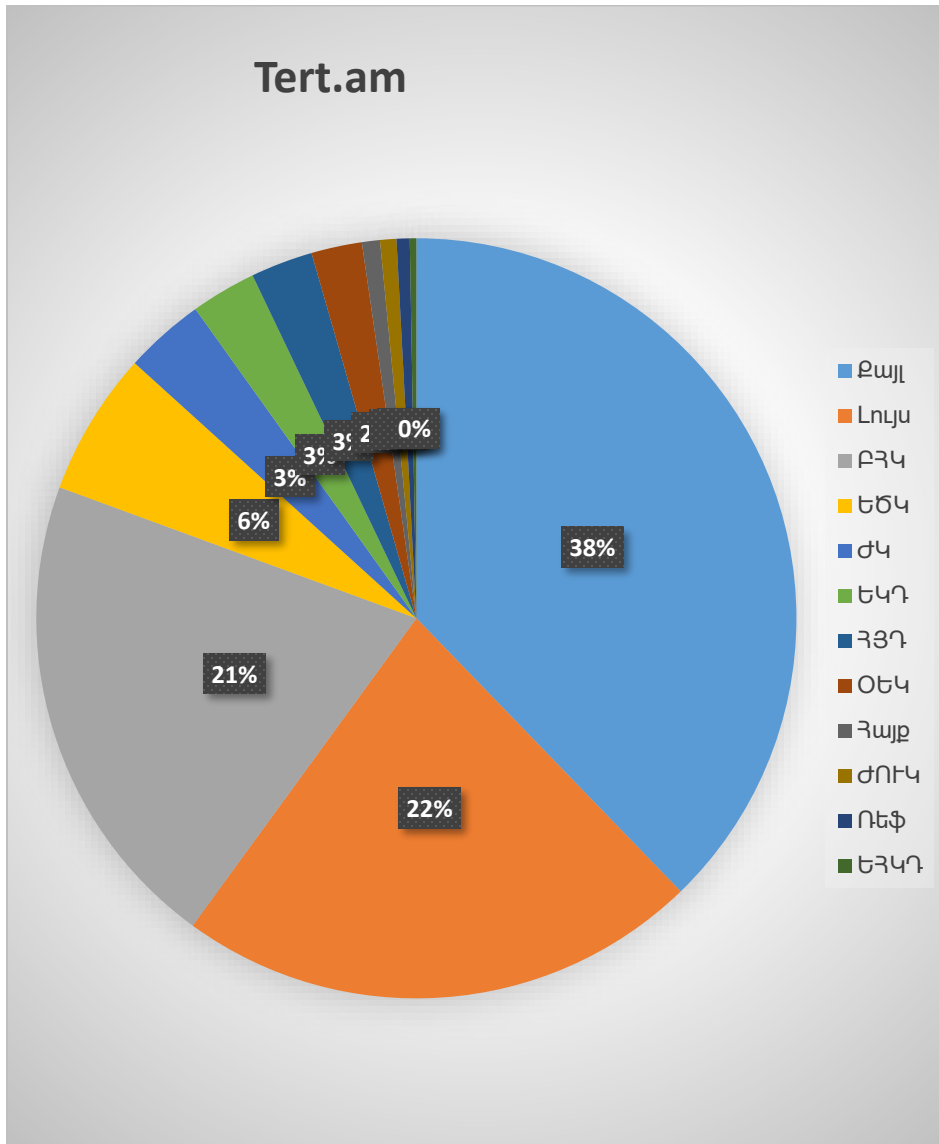


Բոլոր քաղաքական ուժերից դրական տոնայնությամբ ամենաշատը լուսաբանվել է ԲՀԿ-ն, բացասական տոնայնությամբ՝ «Իմ քայլը»:

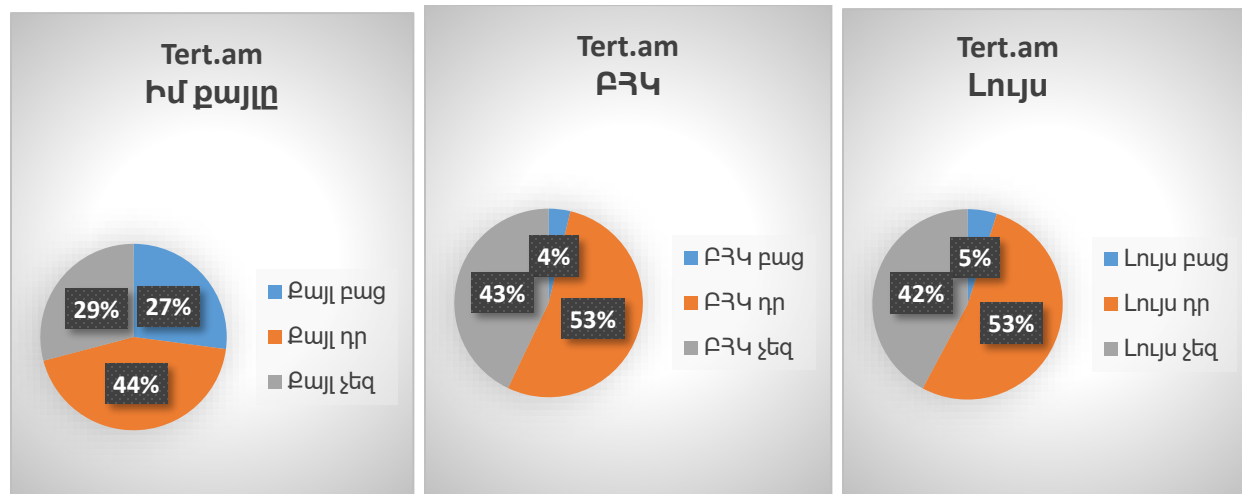


Tert.am

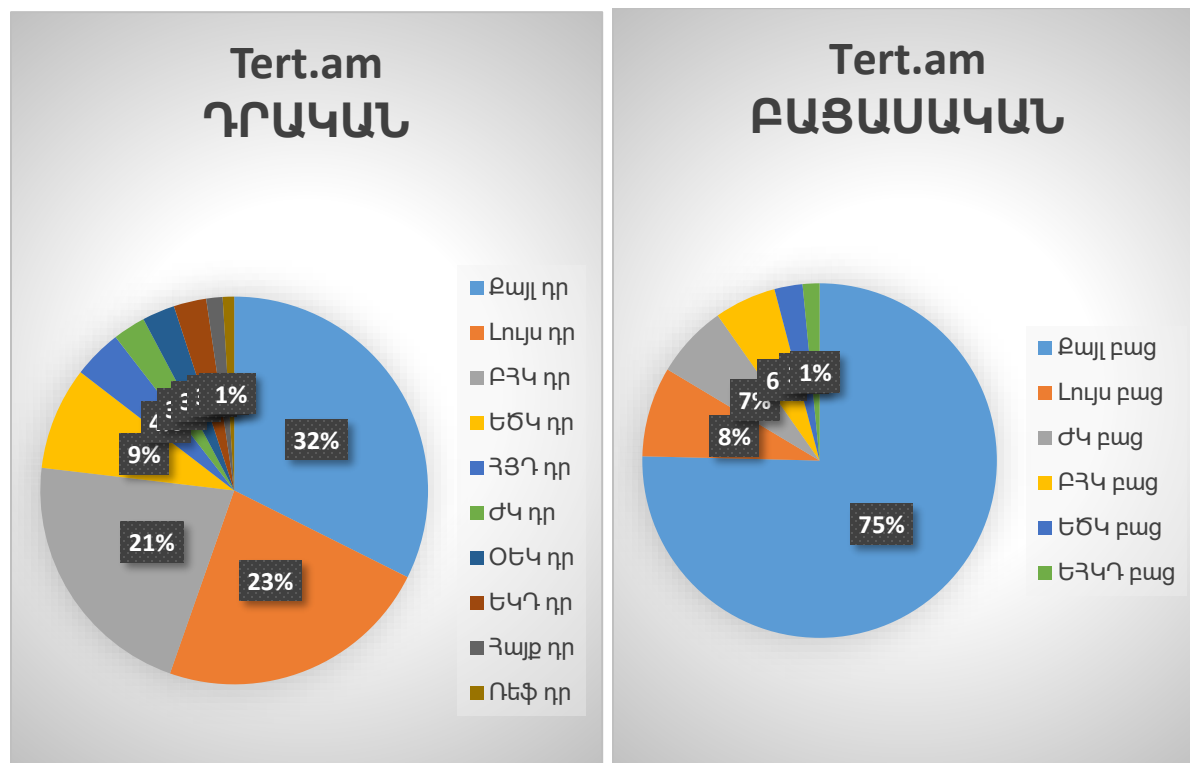
Tert.am-ում նույնպես քարոզարշավի շրջանակում ամենաշատ լուսաբանված քաղաքական ուժը «Իմ քայլն» է, որը զբաղեցնում է ընդհանուրի 38%-ը: Նրան հաջորդում են «Լույսը» և ԲՀԿ-ն՝ համապատասխանաբար 22% և 21%:



Ընդ որում, «Իմ քայլը» հիշատակվել է առավելապես դրական տոնայնությամբ, բայց և բացասականի մեծ չափաբաժնով: ԲՀԿ-ն և «Լույսը» ներկայացվել են առավելապես դրական, իսկ բացասական տոնայնությունը նրանց մասին հիշատակումներում կազմել է համապատասխանաբար 4% և 5%:

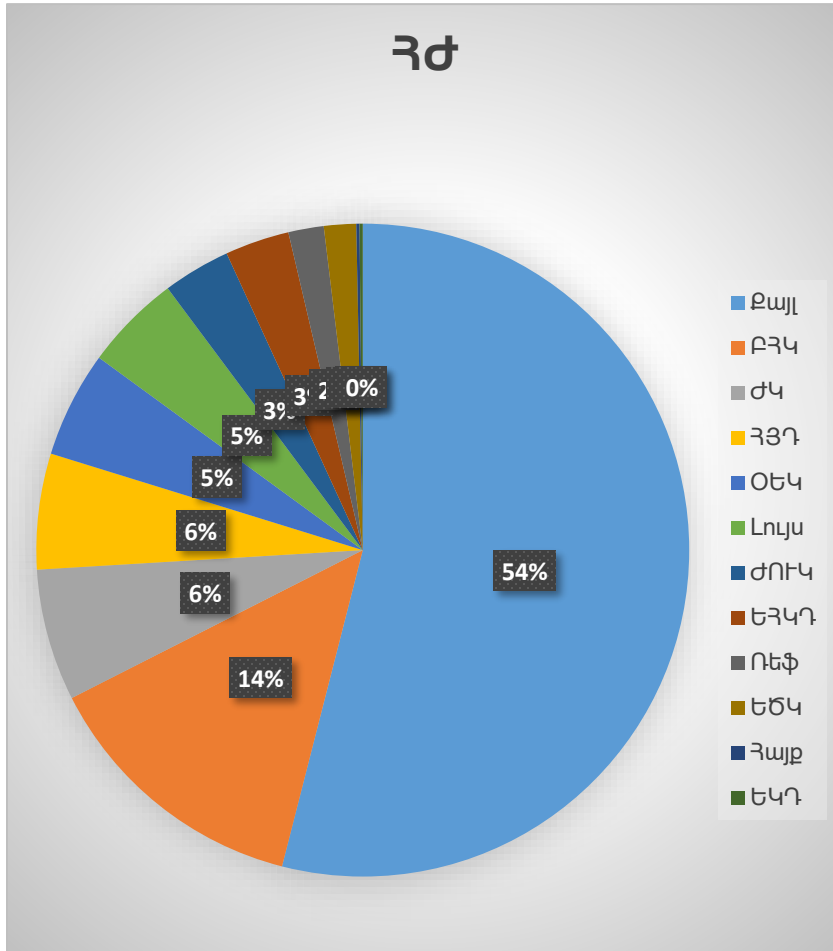


Ընդհանուր առմամբ բոլոր քաղաքական ուժերից ամենաշատը և՛ դրական (32%), և՛ բացասական (75%) տոնայնությամբ լուսաբանվել է «Իմ քայլը»:

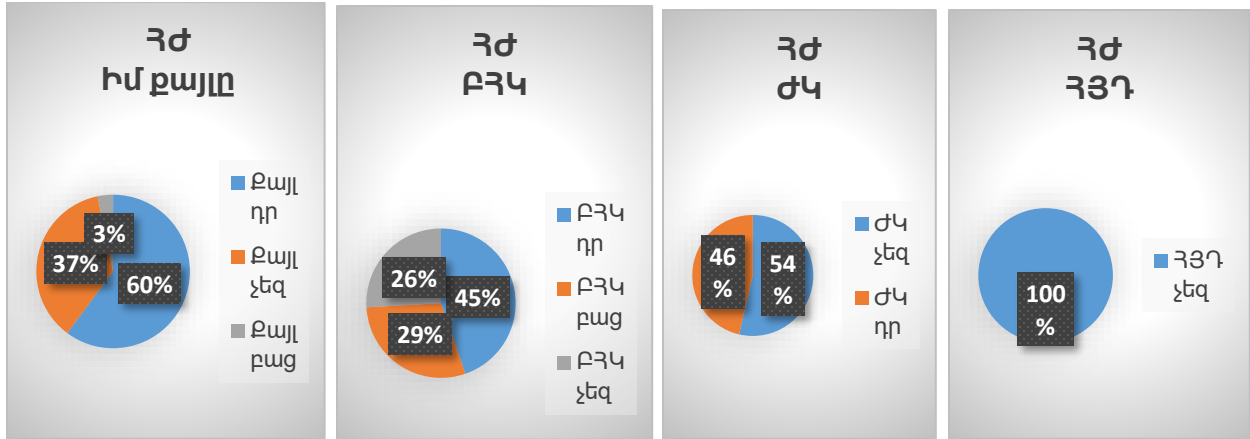


Հայկական ժամանակ (ՀԺ)

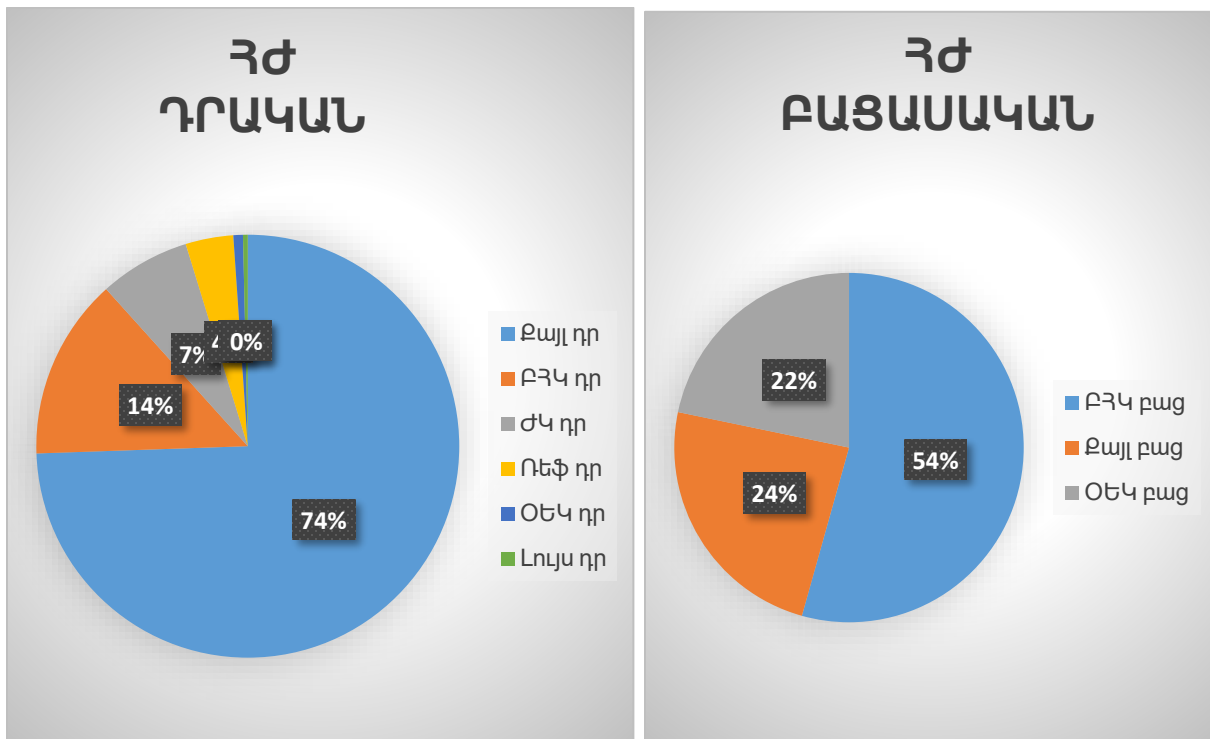
«Հայկական ժամանակ» օրաթերթի կայքն իր էջերում քարոզարշավին մասնակցող ուժերը լուսաբանելիս ամենամեծ ծավալը՝ կեսից ավելին, հատկացրել է «Իմ քայլը» դաշինքին՝ 54%: Նրան հաջորդում են ԲՀԿ-ն (14%), իսկ «Ժառանգություն» կուսակցությանը և ՀՅԴ-ին հատկացվել է յուրաքանչյուրին 6%:



Ընդ որում, հիշատակումների 60%-ի դեպքում «Իմ քայլը» լուսաբանվել է դրական տոնայնությամբ, 37%-ում՝ չեզոք և միայն 3%-ում՝ բացասական: ԲՀԿ-ն առավելապես լուսաբանվել է դրական, բայց և բացասականի որոշակի չափաբաժնով (29%): «Ժառանգությունը» լուսաբանվել է միայն դրական և չեզոք տոնայնությամբ, իսկ ՀՅԴ-ն՝ բացառապես չեզոք:

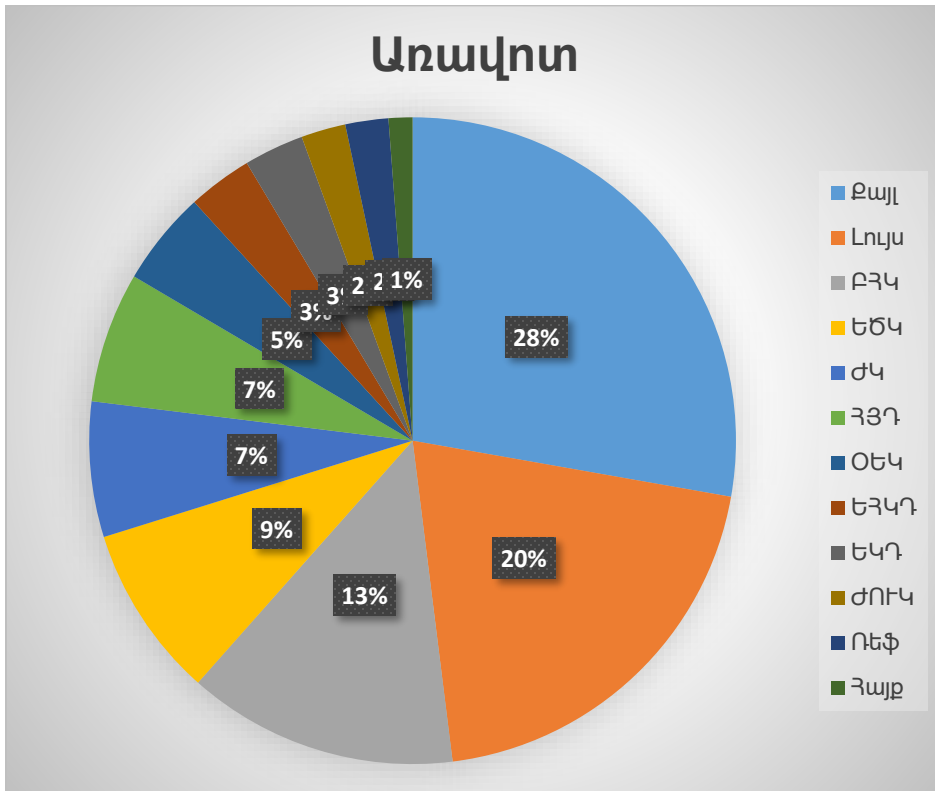


«Հայկական ժամանակի» էջերում դրական տոնայնությամբ ամենաշատը լուսաբանված ուժը «Իմ քայլն» է, իսկ բացասական տոնայնությամբ հիշատակվել է ընդամենը երեք ուժ՝ ԲՀԿ (54%), «Իմ քայլը» (24%) և ՕԵԿ (22%):

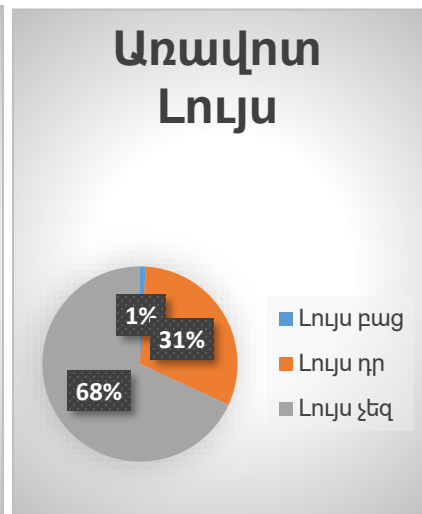
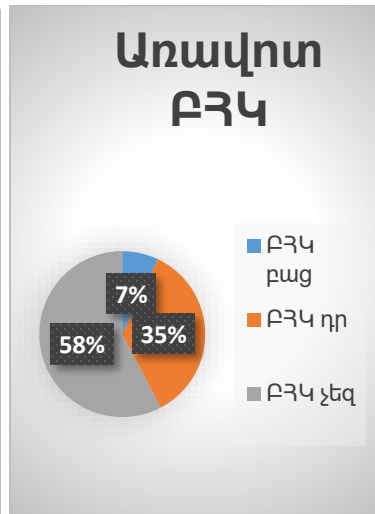
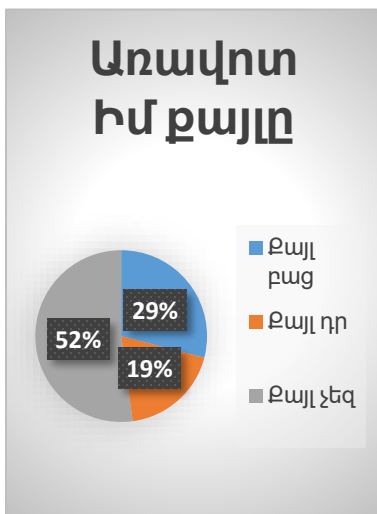


Առավոտ

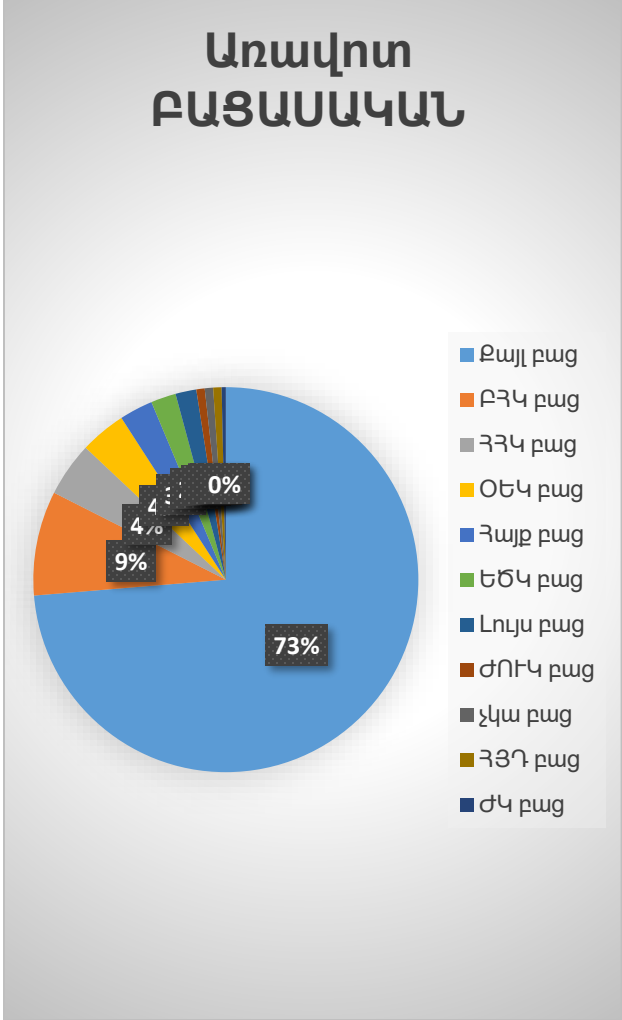
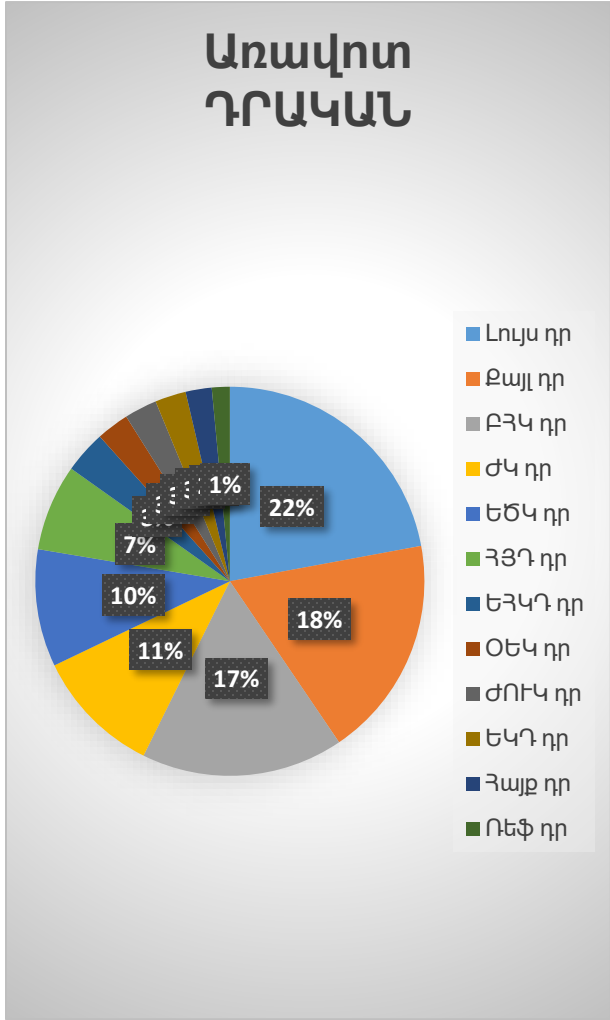
«Առավոտ» օրաթերթի կայքն անդրադարձել է քարոզարշավին մասնակցող բոլոր քաղաքական ուժերին՝ ընդհանուր լուսաբանումից 28%-ը հատկացնելով «Իմ քայլը» դաշինքին, 20%-ը՝ «Լույսին» և 13%-ը՝ ԲՀԿ-ին:



Ընդ որում՝ նշված երեք ուժերն էլ գերազանցապես լուսաբանվել են չեզոք տոնայնությամբ:

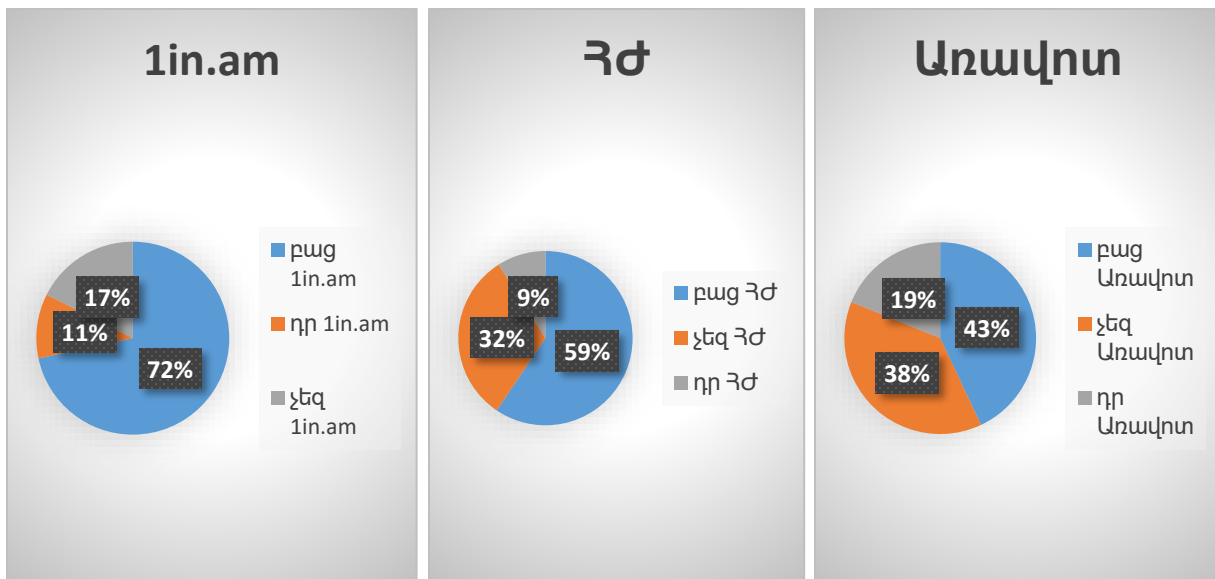
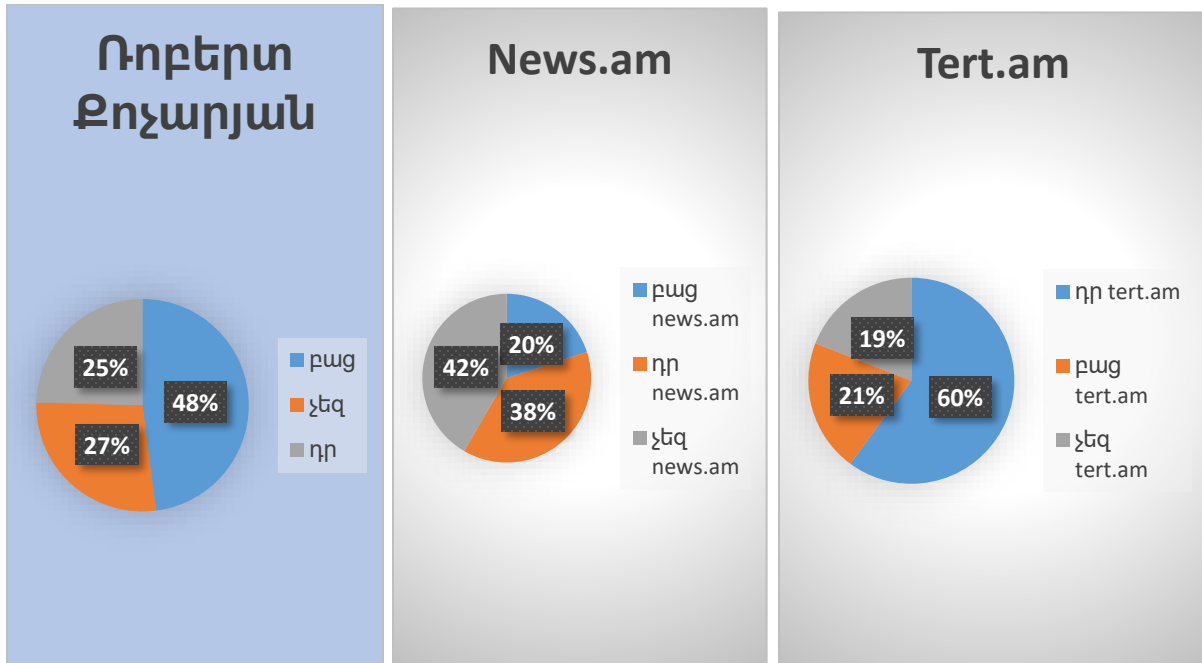


Ընդհանուր առմամբ, քարոզարշավին մասնակցող բոլոր քաղաքական ուժերից «Առավոտի» էջերում դրական տոնայնությամբ ամենամեծ ծավալը հատկացվել է «Լույս» դաշինքին, իսկ բացասական տոնայնությամբ՝ գերազանցապես «Իմ քայլը» դաշինքին:



Ռոբերտ Քոչարյան

Առցանց լրատվամիջոցներում նույնպես, ինչպես հեռուստաալիքներում, լայնորեն լուսաբանվել է երկրորդ նախագահ Ռոբերտ Քոչարյանը, ընդ որում՝ հատկացված ծավալի գրեթե կեսը՝ 48%, եղել է բացասական տոնայնությամբ: Մասնավորապես, 1in.am-ը, «Հայկական ժամանակը» և «Առավոտը» նախկին նախագահին հիշատակել են գերազանցապես բացասական տոնայնությամբ, tert.am-ը՝ առավելապես դրական, իսկ news.am-ը՝ առավելապես չեզոք:



Քաղաքական ուժերը Facebook-ում

Երևանի ավագանու ընտրություններում քարոզարշավի համար քաղաքական ուժերն օգտվել են ոչ միայն ավանդական լրատվամիջոցներից, այլև սոցցանցերից: Հայաստանում, հատկապես իշխանափոխությունից հետո, զգալիորեն ավելացել է այս հարթակում օգտատերերի թիվը, աճել է դրա ազդեցությունը ներքաղաքական գործընթացների վրա, հետևաբար նաև այն քաղաքական ուժերի թիվը, որոնք սոցցանցն օգտագործում են որպես իրենց խոսքը ընտրազանգվածին հասցնելու հարթակ:

Մոնիթորինգի ընթացքում ուսումնասիրվել են ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների, դաշինքների և նրանց քաղաքապետի թեկնածուների էջերը և օգտահաշիվները:

«Իմ քայլը» դաշինքը սոցցանցում քարոզարշավն իրականացրել է հիմնականում «Իմ քայլը» պաշտոնական էջի միջոցով:

Էջում հրապարակումների մեծ մասը զբաղեցրել են սպասվող հավաքների մասին իրազեկումները, դրանց տեսանյութերը կամ ուղիղ եթերները՝ ընտրողների հետ հանդիպումներից: Հատկանշական է, որ «Իմ քայլը» միակ քաղաքական ուժն է, որն իր ֆեյսբուքյան տեսանյութերը ներկայացրել է սեփական տարբերանշանով: Էջում պարբերաբար ներկայացվել են նաև առաջադրված թեկնածուների կենսագրությունները և սպասվող հավաքների մասին տեղեկատվություն: Էջը տարածել է նաև Արթուր Մեսչյանի և Սերժ Թանկյանի՝ դաշինքին աջակցություն հայտնող հոլովակներ, որոնք օգտագործվել են նաև «Իմ քայլի»՝ հեռուստատեսությամբ տարածվող քաղաքական գովազդներում:

Սեպտեմբերի 14-ին դաշինքի պաշտոնական էջը կոչ է արել համակիրներին՝ «Իմ քայլը» դաշինքի պաստառները չփակցնել օրենքով չնախատեսված վայրերում: «Մինևույն ժամանակ, պարտավորվում ենք ընտրություններից հետո կամավորականների ներգրավմամբ մաքրել քաղաքը ոչ միայն մեր, այլ նաև մյուս քաղաքական ուժերի քարոզչանյութերից», - ասվում է գրառման մեջ:

Սեպտեմբերի 18-ին էջը հրապարակել է տեսանյութ, որում ներկայացված է քաղաքապետի թեկնածու Հայկ Մարությանի քաղաքական և քաղաքացիական պայքարը՝ սկսած Մաշտոցի պուրակի ակցիաներից մինչև հեղափոխության օրեր:

Իսկ սեպտեմբերի 21-ին հրապարակված տեսանյութում դաշինքի թեկնածուները կոչ են անում քաղաքացիներին՝ ակտիվ մասնակցություն ունենալ ընտրություններին:

Դաշինքի մեջ մտնող «Քաղաքացիական պայմանագիր» կուսակցության պաշտոնական էջը քարոզարշավի մեջ լիարժեք չի ներգրավվել: Քարոզարշավին ակտիվ մասնակցություն չի ցուցաբերել նաև դաշինքի մասն կազմող «Առաքելություն» կուսակցության ֆեյսբուքյան էջը, իսկ քաղաքապետի թեկնածու

Հայկ Մարությանի պաշտոնական էջը բովանդակությամբ գրեթե չի տարբերվում «Իմ քայլը» դաշինքի էջից: Փոխարենը, իր անձնական օգտահաշվում բավականին ակտիվ է եղել Հայկ Մարությանը, ով պարբերաբար հրապարակվող տեսանյութերին կից կատարել է նաև սեփական գրառումներ:

«**Լույս**» դաշինքն իր ֆեյսբուքյան էջում, բացի ֆորմալ գրառումներից, քարոզարշավի հուլովակներ, իրագեկման պաստառներ, դաշինքի թեկնածուների ասուլիսներ և այլն, ներկայացրել է դաշինքի առաջին համար Արտակ Չեյնալյանի մասին պատմող 5 մասից բաղկացած ֆիլմ՝ «Կամավոր Չեյնալյանը», «Բժիշկ Չեյնալյանը», «Քաղաքական գործիչ Չեյնալյանը», «Իրավապաշտպան Չեյնալյանը» և «Քաղաքապետ Չեյնալյանը»: Առաջին 4 ֆիլմերում դաշինքի թեկնածուն ներկայացնում է մինչ օրս անցած իր ճանապարհը, իսկ վերջին մասում՝ Չեյնալյանը խոսում է Երևանի խնդիրներից և համայնքային զարգացման իր տեսլականից:

Ընդհանուր առմամբ, «Լույս» դաշինքի քարոզարշավում շեշտվում է նրա քաղաքապետի թեկնածուի՝ Արցախյան պատերազմում ունեցած մասնակցությունը: Բացի վերը նշված ֆիլմերից՝ նմանատիպ մեկ այլ տեսանյութ էջը հրապարակել է «Արև TV» առցանց հեռուստաալիքից՝ ամբողջ հարցազրույցից առանձնացնելով 44 վայրկյանանոց մի հատված, որում Չեյնալյանը դարձյալ պատմում է պատերազմական դրվագ՝ իր կյանքից:

Եվս մեկ ոչ քաղաքական բնույթի հարցազրույց «Լույս» դաշինքի ֆեյսբուքյան էջը վերահրապարակել է «Վիվարոնյուզ» պորտալից, որում Արտակ Չեյնալյանը պատմում է իր երիտասարդության տարիների, երևանյան կյանքի և առօրյաի մասին:

Դաշինքի էջում տեղ է գտել նաև Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովի սոցիալական գովազդը՝ ընտրություններին մասնակցելու կարևորության մասին: Ավելի ուշ՝ արդեն քվեարկության օրը էջը գրառում է կատարել՝ կոչ անելով պահպանել լռության օրվա կանոնները. «Հարգելի օգտատերեր, համացացանցում շարունակվում են տարածվել հակաքարոզչական և քարոզչական նյութեր, ինչը արգելված է լռության և քվեարկության օրերին: Կրկին անգամ կոչ ենք անում մեր համախոհներին չպատասխանել հակաքարոզչությանը և չտարածել քարոզչական նյութեր», - ասվում է գրառման մեջ:

Նմանատիպ գրառում իր անձնական էջում կատարել է նաև դաշինքի քաղաքապետի թեկնածու Արտակ Չեյնալյանը՝ կոչ անելով «քվեարկության օրը քարոզչություն և հակաքարոզչություն չիրականացնել, քվեարկած քվեաթերթիկները չլուսանկարել ո՛չ թե այն պատճառով, որ դրա համար պատիժ է սահմանված, այլ որովհետև դա իրավունքի՝ ընտրական իրավունքի խախտում է»:

Ինքը՝ Չեյնալյանը իր անձնական էջն օգտագործել է նաև քարոզչական այլ նյութեր հրապարակելու համար, այնուամենայնիվ դրանք հիմնականում եղել են այլ էջերից

լուսանկարների կամ տեսանյութերի վերահրապարակումների տեսքով, դրանց կից Ձեյնալյանը գրառումներ չի կատարել:

Քարոզարշավին մասնակցել են նաև «Լույս» դաշինքի մաս կազմող «Լուսավոր Հայաստան», ավելի քիչ՝ «Հանրապետություն» կուսակցությունների էջերը, բայց հիմնականում կրկնել են դաշինքի էջի գրառումները, դրանց գումարվել են Էդմոն Մարուքյանի և Արամ Սարգսյանի ելույթները կամ հարցազրույցները:

Ընդհանուր առմամբ, էջի արտաքին հղումներում մեծ տեղ են զբաղեցրել են 1in.am լրատվական կայքը, ֆեյսբուքյան «Երևան Երևանցիներ» էջը, իսկ ուղիղ միացումները հիմնականում վերահրապարակվել են Էդմոն Մարուքյանի օգտահաշվից:

«Ժառանգություն» կուսակցության էջը Facebook-ում կիսվել է հիմնականում Րաֆֆի Հովհաննիսյանի քարոզչական տեսանյութերով, ելույթներով և տարբեր միջոցառումների մասին պատմող տեսանյութերով: Կուսակցությունն իր ֆեյսբուքյան քարոզչության մեջ շեշտադրել է նախկին իշխանությունների դեմ իր պայքարը:

Մասնավորապես, սեպտեմբերի 11-ին կուսակցության էջում վերահրապարակվել է լուսանկար՝ 2016թ. Սարի թաղի բախումներից, որտեղ կանգնած են «Ժառանգություն» կուսակցության անդամները:

Մեկ այլ հիշողություն էջը հրապարակել է թավշյա հեղափոխության օրերից, երբ Րաֆֆի Հովհաննիսյանը հենց առաջին օրերին ժամանում է Ֆրանսիայի հրապարակ և իր աջակցությունը հայտնում Նիկոլ Փաշինյանին:

Թավշա հեղափոխությանն անդրադարձ է կատարվել նաև սեպտեմբերի 21-ին հրապարակված տեսանյութով (տեսանյութն ավելի վաղ հրապարակել էր Արմեն Մարտիրոսյանը՝ «Հեղափոխությանը մասնակցած սպիտակ ուժը» կից գրառմամբ), ըստ որի՝ թավշա հեղափոխության ժամանակ առաջին բերման ենթարկվողը եղել է «Ժառանգություն» կուսակցության անդամ: Դարձյալ շեշտադրվում է այն գաղափարը, որ կուսակցության անդամները հեղափոխության հենց սկզբից եղել են Նիկոլ Փաշինյանի և ժողովրդի կողքին, տեսանյութում հնչում են նաև հեղափոխության կարգախոսներ:

Կուսակցության էջում նաև վերահրապարակվել է Դավիթ Սանասարյանի կոչը՝ քվեարկել «ոչ թե հեղափոխությունից 5 րոպե առաջ կամ հեղափոխությունից 5 րոպե հետո միացած ուժերին, այլ նաև նրանց, ովքեր առաջին իսկ օրվանից եղել են ժողովրդի մեջ»:

Սեպտեմբերի 21-ին էջը հրապարակել է կուսակցության առաջին համար Րաֆֆի Հովհաննիսյանի հարցազրույցը «Վիվարոնյուզին», որում նա պատմում է իր առօրյայի և Երևանի հետ կապվածության մասին:

«Բարգավաճ Հայաստան» կուսակցության ֆեյսբուքյան էջը, քաղաքապետի թեկնածու Նաիրա Չոհրաբյանի և կուսակցության քարոզարշավի մասին հրապարակումներից բացի, ներկայացրել է «Կենտրոն» հեռուստաալիքի մանիպուլյատիվ ռեպորտաժը, որում աղավաղված են «Գելլափ Ինթերնեյշնլ» կազմակերպության հարցման արդյունքները: Նույն հարցման մասին մանիպուլյատիվ մեկ այլ գրառում տեղադրված է այլ կայքից: Կուսակցության էջում նաև հրապարակվել է Գագիկ Ծառուկյանի հարցազրույցը 1in.am կայքին:

Կուսակցության քաղաքապետի թեկնածու Նաիրա Չոհրաբյանը, որը սկզբում քարոզարշավի համար օգտագործում էր նաև իր անձնական օգտահաշիվը, սեպտեմբերի 16-ին փակել է փետրվարից սկսած բոլոր հանրային գրառումները և այլևս հանրային գրառում չի կատարել:

«Երկիր ծիրանի» կուսակցության քարոզարշավի հիմնական բեռը դրվել է դրա առաջին համար Չարուհի Փոստանջյանի վրա: Կուսակցության էջը և քաղաքապետի թեկնածու Չարուհի Փոստանջյանը հիմնականում կիսվել են քարոզարշավից դրվագներով, այլ լրատվամիջոցներին տված հարցազրույցներով հերթական հավաքի մասին իրազեկման պաստառներով: Ի դեպ, ԵԾԿ-ն միակ ուժն է, որն իր ֆեյսբուքյան գրառումների մի մասը կատարել է ռուսերենով:

Իր ֆեյսբուքյան կոնտենտով մյուս քաղաքական ուժերից տարբերվում է **«Հայք (Հայկազուններ)»** կուսակցության էջը, որը, քարոզչական տեսանյութերի հրապարակումից բացի, կատարել է նաև վերահրապարակումներ՝ տեքստային տարբերակով, ինչպես նաև քարոզարշավի հետ կապ չունեցող տեսանյութեր, որոնցով, սակայն, շեշտադրվում է ավանդական հայկական արժեքներին հավատարիմ լինելու գաղափարը, թիրախավորվել են «սորոսականները», L9FS համայնքի ներկայացուցիչները, «աղանդավորները»:

Բացի այդ, կուսակցությունն իր քարոզչական պաստառներից մեկը ներկայացրել է Հենրիխ Մխիթարյանի լուսանկարի հետ կոլաժված տարբերակով, տպավորություն է, թե ֆուտբոլիստը կոչ է անում ընտրել այդ կուսակցությանը:

Մյուս քաղաքական ուժերի ֆեյսբուքյան էջերն ունեն նույն բովանդակությունը՝ քաղաքապետի թեկնածուների հարցազրույցներ ու ելույթներ, ընտրողների հետ հերթական հանդիպման մասին պաստառներ: Facebook-ում քարոզարշավ չիրականացնող միակ ուժը Ռեֆորմիստներ կուսակցությունն է, որի ֆեյսբուքյան էջը ողջ քարոզարշավի ընթացքում կատարել է ընդամենը մեկ հրապարակում:

Ընդհանուր առմամբ, Facebook սոցիալական ցանցում քաղաքական ուժերը պաշտոնական հրապարակումներում շատ զգույշ են եղել և հարցազրույցներին ու ելույթներին կից գրառումներ չեն կատարել: Էջերը հիմնականում գերծ են մնացել

այլ ուժերի վրա ուղղակի հարձակումներից՝ բավարարվելով միայն իրենց առաջնորդների պաշտոնական հայտարարությունների վերահրապարակմամբ:

Տպավորություն է, որ սոցցանցում բուն քարոզարշավն իրականացվել է ոչ թե պաշտոնական էջերով, այլ քաղաքական ուժերի շարքային անդամների, համակիրների, ավելի հաճախ՝ կեղծ օգտահաշիվների միջոցով: Ընդ որում՝ այդ քարոզարշավն ավելի շուտ կրել է հակաքարոզչական բնույթ: Մասնավորապես, նմանօրինակ հակաքարոզչություն իրականացվել է ընտրություններին մասնակցող երեք քաղաքական ուժերի նկատմամբ՝ «Իմ քայլը», «Բարգավաճ Հայաստան» և «Լույս»:

Ընտրություններին մասնակցող ուժերի մեծ մասն օգտվել է Facebook-ում գովազդ տեղադրելու հնարավորությունից, ընդ որում՝ դրանք երևացել են անգամ լռության օրը: Ի տարբերություն հեռուստաալիքների և առցանց լրատվամիջոցների՝ ֆեյսբուքյան հարթակում լռության օրն ընդհանուր առմամբ չի պահպանվել. քաղաքական ուժերի մեծ մասն իրենց պաշտոնական էջերում վերահրապարակել են այլ օրերի իրենց քարոզչական նյութերը:

Եզրակացություն

Այսպիսով, Երևանի ավագանու ընտրությունների քարոզարշավը հավասարապես ինտենսիվ լուսաբանվել է երեք ուղղություններով՝ վերգետնյա հեռուստաալիքներ, առցանց լրատվամիջոցներ և Facebook սոցիալական ցանց: Ի տարբերություն հեռուստաալիքների՝ առցանց մեդիան օրենսդրական կարգավորումների չի ենթարկվում, հետևաբար սեփական դիրքորոշումն արտահայտելու առավել լայն հնարավորություններ է ունեցել: Facebook-ում իրավիճակն ավելի անկառավարելի է, քանի որ, թեև պաշտոնական էջերը մնացել են էթիկայի սահմաններում և որպես կանոն զբաղվել են սեփական քարոզարշավով, սև քարոզարշավով զբաղվել են անհատ օգտատերերը, առավել հաճախ՝ կեղծ օգտահաշիվներով: Հենց այդ օգտահաշիվներով էլ իրականացվել է բուն քարոզչությունը, որն ավելի շուտ կրել է հակաքարոզչության բնույթ:

Հեռուստաալիքները ֆորմալ առումով հետևել են բոլոր կարգավորումներին՝ քաղաքական ուժերին ներկայացնելով առավելապես դրական և չեզոք տոնայնությամբ: Այնուամենայնիվ, իրական հակաքարոզչությունն իրականացվել է անհասցե հայտարարությունների, մեկնաբանությունների և հաղորդումների ժամանակ, որոնցում հստակ անուններ չեն նշվել, բայց այս կամ այն կերպ ակնարկվել է՝ որ շրջանակին է ուղղված քննադատությունը:

Մոնիթորինգի ենթարկված 5 հեռուստաալիքների 12 օրվա արդյունքները (լռության և քվեարկության օրերին քարոզչություն չի տարվել) ցույց են տալիս, որ

ամենաշատ լուսաբանված քաղաքական ուժը «Իմ քայլն» է, որը, այնուամենայնիվ, առավելապես լուսաբանվել է իր ինստիտուցիոնալ գործառույթներով: Հատկանշական է, որ հեռուստաալիքները ամենաքիչ ժամանակը հատկացրել են նախկին իշխող ուժին՝ «Հանրապետական կուսակցությանը»:

Բուն քարոզարշավի շրջանակում ամենաշատ լուսաբանված ուժը «Բարգավաճ Հայաստան» կուսակցությունն է, ամենաքիչը՝ «Երևանի հանրություն» կուսակցությունների դաշինքը, ընդ որում՝ երկուսն էլ լուսաբանվել են առավելապես դրական տոնայնությամբ: Ընտրություններին մասնակցող բոլոր ուժերից բացասական տոնայնությամբ ամենաշատը հիշատակվել է «Իմ քայլը» դաշինքը:

Քաղաքապետի թեկնածուներից ամենաշատը խոսվել է ԲՀԿ թեկնածու Նաիրա Չոհրաբյանի մասին, ընդ որում՝ գերազանցապես դրական տոնայնությամբ, ամենաքիչը՝ ԵՀԿԴ թեկնածու Անահիտ Թարխանյանի: Բոլոր թեկնածուներից դրական տոնայնությամբ ամենաշատը հնչել է «Երևանցիներ» կուսակցությունների դաշինքի թեկնածու Արարատ Չուրաբյանի անունը, բացասական տոնայնությամբ՝ «Իմ քայլի» թեկնածու Հայկ Մարությանի անունը:

Ինչ վերաբերում է առցանց լրատվամիջոցներին, այստեղ նույնպես ամենաշատ լուսաբանված քաղաքական ուժը «Իմ քայլը» դաշինքն է, նրան հաջորդում է նախկին իշխող ուժը՝ «Հանրապետական» կուսակցությունը:

Բացառելով ինստիտուցիոնալ գործառույթների լուսաբանումը՝ բուն քարոզարշավի ընթացքում դարձյալ ամենաշատ քննարկված ուժը «Իմ քայլն» է, նրան հաջորդում են ԲՀԿ-ն և «Լույսը», ընդ որում, վերջին երկուսին ավելի քիչ բացասական տոնայնությամբ ծավալ է հատկացվել, քան «Իմ քայլին»:

Ի տարբերություն հեռուստաալիքների, որտեղ «Իմ քայլը» դաշինքի թեկնածու Հայկ Մարությանին չափազանց քիչ ժամանակ է հատկացված, առցանց լրատվամիջոցներում նա ամենաշատ լուսաբանված քաղաքապետի թեկնածուն է: Նրան հաջորդում են Նաիրա Չոհրաբյանը և Արտակ Չեյնալյանը: Ընդ որում, Հայկ Մարությանը լուսաբանվել է առավելապես չեզոք, մյուս երկուսը՝ առավելապես դրական տոնայնությամբ: Ընդհանուր առմամբ, թեկնածուներից դրական տոնայնությամբ ամենաշատը լուսաբանվել է Նաիրա Չոհրաբյանը, իսկ բացասական տոնայնությամբ՝ Հայկ Մարությանը:

Ի տարբերություն հեռուստաալիքների՝ առցանց լրատվամիջոցներում բուն քարոզարշավի շրջանակում Հայկ Մարությանն ավելի քիչ է հիշատակվել, քան վարչապետ Նիկոլ Փաշինյանը:

Ե՛վ հեռուստաալիքներում, և՛ առցանց լրատվամիջոցներում տեղ է գտել նաև երկրի երկրորդ նախագահ Ռոբերտ Քոչարյանը, ընդ որում՝ հեռուստաալիքներում նա

հիշատակվել է գերազանցապես չեզոք, իսկ առցանց մամուլում՝ հիմնականում բացասական տոնայնությամբ:

Լռության օրը հեռուստաալիքները և օնլայն լրատվամիջոցները հիմնականում պահպանել են՝ զերծ մնալով այս կամ այն թեկնածուի օգտին քարոզչությունից: Մինչդեռ ֆեյսբուքյան տիրույթում լռության օրը խախտվել է ոչ միայն անհատների, այլև հենց քաղաքական ուժերի կողմից:

Հապավումների և կրճատումների ցանկ

ԲՀԿ - «Բարգավաճ Հայաստան» կուսակցություն

ԵՀԿԴ - «Երևանի հանրություն» կուսակցությունների դաշինք

ԵԿԴ - «Երևանցիների դաշինք» կուսակցություն

ԵԾԿ - «Երկիր ծիրանի» կուսակցություն

ԺԿ - «Ժամանագություն» կուսակցություն

ԺՈՒԿ - «Ժողովրդական ուղի» կուսակցություն

Քայլ - «Իմ քայլը» դաշինք

ՀՅԴ - «Հայ հեղափոխական դաշնակցություն»

Հայք - «Հայք (Հայկազուններ)» կուսակցություն

Ռեֆ - Ռեֆորմիստների կուսակցություն

ՕԵԿ - «Օրինաց երկիր» կուսակցություն

դր - դրական

բաց - բացասական

չեզ - չեզոք

«Անկախ դիտորդ» դաշինք

«Իրազեկ քաղաքացիների միավորում» ՀԿ

«Հելսինկյան քաղաքացիական ասամբլեայի Վանաձորի գրասենյակ»