

**ԻՆՏԵՐՆԵՏԸ
ԵՎ ՍՈՑԻԱԼԱԿԱՆ ՑԱՆՑԵՐԸ
ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ (2012-2016ԹԹ.)**

Մամուլի Մանուկյան*

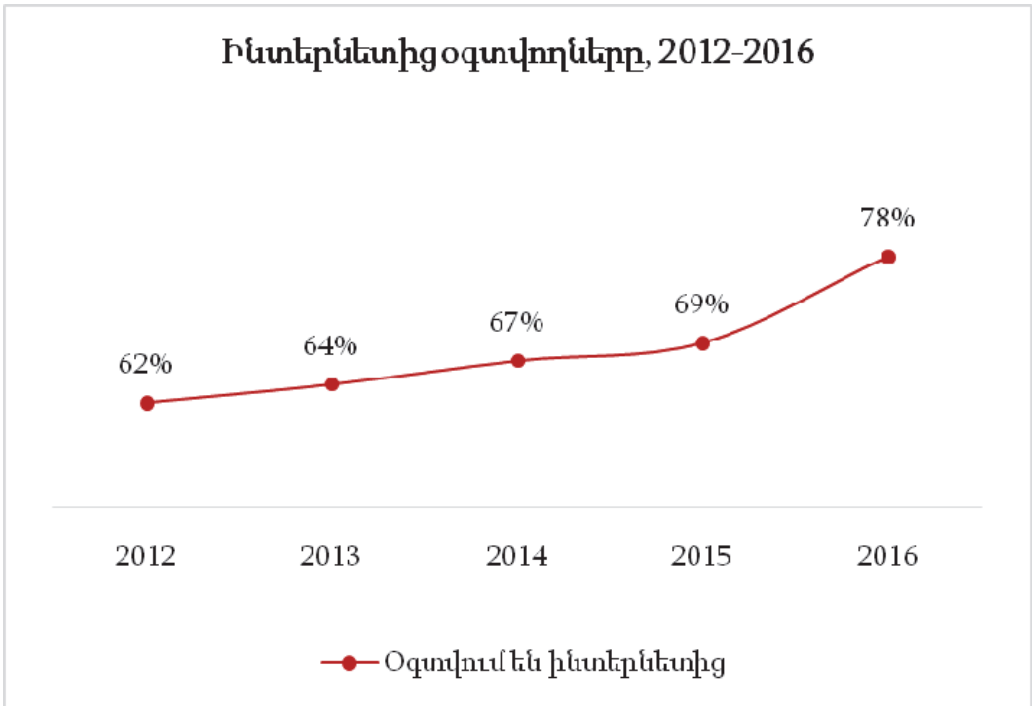
Խնդիրը. Ինտերնետն աստիճանաբար վերածվում է հասարակության լայն շերտերի աշխարհայացքի ձևավորման և վարքագիծը պայմանավորող նշանակալի գործոնի: Վերջին տասնամյակում վերլուծական հանրությունը հակված է ինտերնետը դիտել որպես գործիք, որն ունակ է երկրներում առաջացնել հասարակական-քաղաքական ցնցումներ, ինչպես նաև վճռական դերակատարում ունենալ քաղաքական ընտրություններում: Այդ տեսակետից կարևոր է ընդհանուր պատկերացում ունենալ վերջին տարիներին Հայաստանում ինտերնետի նշանակության աճի միտումների և արդի վիճակի մասին: Մասնավորապես, կարևոր է գնահատել ինտերնետի մոբիլիզացիոն պոտենցիալը: Հոդվածում ներկայացված են այդ հարցերը լուսաբանող վերլուծական տվյալներ:

Տվյալների աղբյուրները. Ներկայացված արդյունքները ստացվել են «Կյանքի որակը Հայաստանում 2012-2016թթ.» ՀՀ կառավարության պատվերով իրականացված զանգվածային սոցիոլոգիական հետազոտությունների շարքի տվյալների շտեմարանների վերլուծությամբ: Բոլոր տվյալները վերաբերում են Հայաստանի 18 և ավելի տարեկան ամբողջ բնակչությանը:

Արդյունքները. 2012-2016թթ. ընթացքում ինտերնետից օգտվողների քանակը Հայաստանում աճել է 62%-ից մինչև 78% (*Գծապատկեր 1*): Նշենք, որ անձն ինտերնետից կարող է օգտվել ինչպես տանը, այնպես էլ այլ տեղերում, օրինակ՝ աշխատավայրում:

* «Նորավանք» ԳԿՀ Քաղաքական հետազոտությունների կենտրոնի ավագ փորձագետ, սոց.գ.թ.:

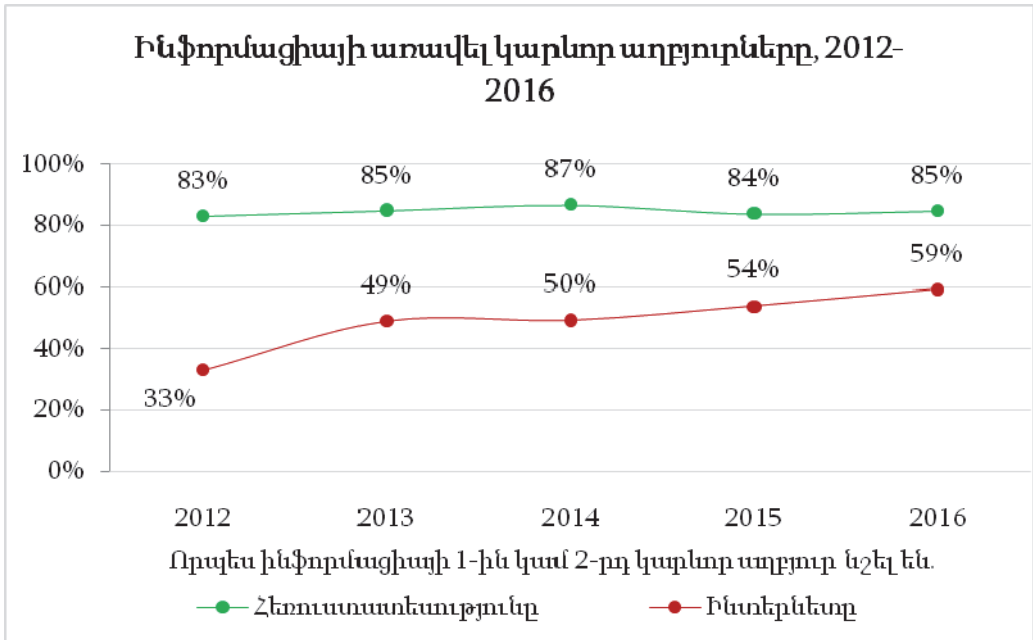
Գծապատկեր 1



2016թ. ինտերնետ ունեւ Հայաստանի բնակչության 76%-ը, այսինքն՝ տանն ինտերնետ չունեցող, սակայն ինտերնետից օգտվողները կազմում են ընդամենը 2%: Տանն ինտերնետի առկայությունը նշանակալիորեն կախված է բնակավայրի տիպից (Երևանում 2016թ. տանն ինտերնետ ունեւ բնակչության 83%-ը, իսկ գյուղերում՝ 69%-ը), բարեկեցությունից (եթե անձը պատկանում է Հայաստանի բնակչության առավել բարեկեցիկ մեկ երրորդ հատվածը կազմող շերտին, ապա տանն ինտերնետ ունենալու հավանականությունը 0.95 է, իսկ բարեկեցության ամենացածր մեկ երրորդ հատվածում գտնվելու դեպքում՝ 0.63), կրթամակարդակից (տանն ինտերնետ ունենալու հավանականությունը բարձրագույն կրթությամբ անձանց շրջանում 0.89 է, իսկ միջնակարգ կամ ավելի ցածր կրթության դեպքում՝ 0.70) և տարիքից (եթե ընտանիքում կա 18-29 տարեկան անձ, ապա տանն ինտերնետ ունենալու հավանականությունը 0.87 է, իսկ 60+ տարիքի անդամի առկայության դեպքում՝ 0.60):

2012-2016թթ. ընթացքում նշանակալիորեն աճել է ինտերնետը որպես ինֆորմացիայի 1-ին կամ 2-րդ կարևոր աղբյուր համարող անձանց քանակը՝ 33%-ից մինչև 59%: Ընդ որում, 18-24 տարեկանների խմբում այդ ցուցանիշը 90%-է, իսկ 25-29 տարեկանների խմբում՝ 76%: Համեմատության համար նշենք, որ հեռուստատեսությունը որպես ինֆորմացիայի 1-ին կամ 2-րդ աղբյուր նշած անձանց քանակը դիտարկվող ժամանակահատվածում ըստ էության չի փոխվել և 2016թ. կազմել է 18 և ավելի տարեկանների 85%-ը:

Գծապատկեր 2



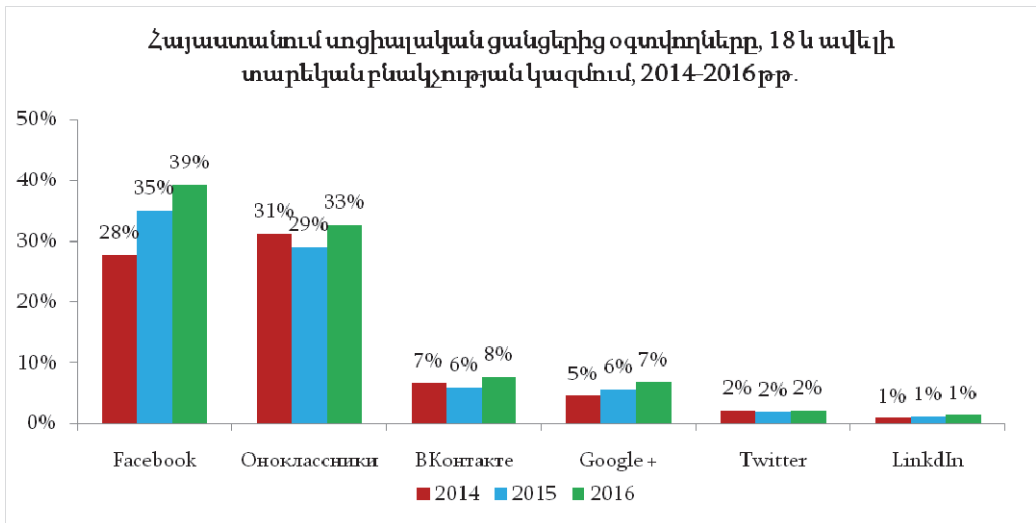
Հայաստանում 2015թ. *ինտերնետին միանալու առավել տարածված սարքերն* էին կաբելային միացումը, որն առկա էր հարցվածներից 47%-ի տանը, և *WiFi*-ը՝ 43%: Հեռախոսով միանում էր ինտերնետին բնակչության 30%-ը, ընդ որում՝ 18-29 տարեկանների 54%-ը, իսկ 30-45 տարեկանների՝ 32%-ը:

2016թ. *ինտերնետի օգտագործման առավել տարածված նպատակներն* էին՝ հետաքրքիր նյութերի և նորությունների ստացումը (66%), երաժշտություն լսելը (61%), շփումն արտասահմանում բնակվող հարազատների հետ (61%), շփումն ընկերների հետ (54%): Առցանց գնումներ էր կատարում բնակչության 9%-ը, իսկ խաղադրույք էր կատարում 2%-ը:

2014-2016թթ. *որևէ սոցիալական ցանցից օգտվողների քանակը* աճել է 11%-ով՝ 42%-ից հասնելով 53%-ի: Այդ ցուցանիշը հատկապես բարձր է 18-29 տարեկանների շրջանում՝ 85%, իսկ 30-45 տարեկանների շրջանում՝ 62%:

2014-2016թթ. առավել ինտենսիվ աճ է գրանցվել *Facebook*-ից օգտվողների քանակի մեջ՝ հասնելով 39%-ի (*Գծապատկեր 3*): Այն Հայաստանում ամենատարածված սոցիալական ցանցն է: Իր տարածվածությամբ երկրորդն է *Одноклассники* ցանցը, որից օգտվում է բնակչության 33%-ը:

Գծապատկեր 3



2016թ. *ամեն օր որևէ սոցիալական ցանցից օգտվում էր* Հայաստանի բնակչության 41%-ը, ընդ որում՝ 18-29 տարեկանների խմբում նրանք կազմել են 72%, *Երևանում*՝ 50%, *բարձրագույն կրթություն* ունեցողների շրջանում՝ 55%, *բարեկեցության ամենաբարձր մեկ երրորդը հատվածում*՝ 62%: Ցուցանիշի արժեքները տղամարդկանց և կանանց շրջանում վիճակագրորեն չեն տարբերվում:

Առկա տվյալները թույլ են տալիս գնահատել *սոցիալական ցանցերի ընդհանուր և մասնակի մոբիլիզացիոն պոտենցիալները*: Սոցիալական ցանցի մոբիլիզացիոն պոտենցիալը, տվյալ դեպքում, նշանակում է այն անձանց քանակը, որոնց հետ կարող են հաղորդակցություն հաստատել տվյալ ցանցում մեկ օրվա ընթացքում:

Աղյուսակ 1-ում ներկայացված են բոլոր և առավել տարածված (Facebook, Одноклассники, Вконтакте) ցանցերի 1 օրվա ընթացքում մոբիլիզացիոն պոտենցիալի բացարձակ արժեքների գնահատականները Երևանում՝ 18-29 և 30-45 տարեկանների շրջանում: Հայտնի է, որ *դրանք հասարակական առավել ակտիվ շերտերն են:*

Երևանում 18-45 տարեկանների շրջանում սոցիալական ցանցերի 1 օրվա առավելագույն մոբիլիզացիոն պոտենցիալի գնահատականը բացարձակ թվերով կազմում է 250,708 մարդ: Ընդ որում, Facebook-ի նույն ցուցանիշը 200,444 է, որոնցից՝ 118,649-ը՝ 18-29 տարեկաններն են, իսկ 81,795-ը՝ 30-45 տարեկանները: *Одноклассники* ցանցի նույն ցուցանիշները մոտ երկու անգամ զիջում են Facebook-ին և համապատասխանաբար կազմում են՝ 105,443, 52,517 և 52,926 մարդ:

Սոցիալական ցանցերի մոբիլիզացիոն պոտենցիալների գնահատականները հնարավոր է ճշգրտել՝ կիրառելով մարդկանց քաղաքական հայացքների, քաղաքական վարքի և մոբիլիզացիոն թեմաների վերաբերյալ տվյալները, ինչպես նաև էլ ավելի մասնավորեցնելով սոցիալ-ժողովրդագրական խմբերը:

Աղյուսակ 1

Սոցիալական ցանցերի մեկ օրվա մոբիլիզացիոն առավելագույն պոտենցիալի բացարձակ արժեքների գնահատականները (անձանց քանակ) Երևանում՝ 18-29 և 35-45 տարեկան բնակչության շրջանում: Բոլոր ցանցերը ներառում են՝ Facebook, Одноклассники, Вконтакте, LinkedIn, Twitter և Google+

Տարիքային խմբեր	Սոցիալական ցանցեր			Բոլոր ցանցերը
	Facebook	Одноклассники	Вконтакте	
18-29	118,649	52,517	23,341	140,045
30-45	81,795	52,926	4,811	110,664
Ընդամենը	200,444	105,443	28,152	250,708

Եզրակացություններ. Ստացված արդյունքները ցույց են տալիս, որ Հայաստանում ինտերնետը և սոցիալական ցանցերն արդեն ունեն հասարակական ազդեցության շատ բարձր ներուժ: Այդ ներուժը կարող է օգտագործվել ինչպես կոնստրուկտիվ, այնպես էլ դեստրուկտիվ նպատակներով:

Երևանում *ակտիվ սոցիալական խմբերում սոցիալական ցանցերի մոբիլիզացիոն պոտենցիալների գնահատականները վկայում են, որ Հաստատանում ինտերնետի և սոցիալական ցանցերի բովանդակությունը և գործունեությունը կրիտիկական ոլորտներ¹ են, որոնց ապակառուցողական կիրառությունները լուրջ վտանգներ են պարունակում հասարակական կայունության պահպանման տեսակետից:*

Հետևաբար, խիստ արդիական է այդ կրիտիկական ոլորտների պաշտպանությանն ուղղված գիտականորեն հիմնավորված ռազմավարությունների մշակումը:

¹ *Կրիտիկական* են կոչվում այն ռեսուրսները, կառույցները և ոլորտները, որոնք որոշիչ նշանակություն ունեն ազգային անվտանգության համար և որոնց գործունեության խաթարումը կարող է հանգեցնել համակարգային բնույթի ծանր հետևանքների: