



Երևան, Հունվարի 29, 2013

**ՄԱՍՈՒԼԻ ՀԱՂՈՐԴԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ
ՆԱԽԱԳԱՀԱԿԱՆ ԸՆՏՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ
ՀԱՆՐԱՅԻՆ ԿԱՐԾԻՔԻ ԵՐՐՈՐԴ ՀԱՐՑՈՒՄ**

Արմնյուզ առաջատար հայկական լրատվական հեռուստաալիքի նախաձեռնությամբ և ֆինանսավորմամբ իրականացվել է հանրային կարծիքի ուսումնասիրման ընդգրկուն ծրագիր, որի նպատակն է բացահայտել և վերլուծել Հայաստանի բնակչության քաղաքական-հասարակական տրամադրությունները և կարծիքները, հետևել 2013-ի Նախագահի ընտրությունների ընտրական նախասիրությունների դինամիկան: Ծրագիրը իրականացնում են Հայաստանի սոցիոլոգիական ասոցիացիան և Baltic Surveys /The Gallup Organization-ը, 2012-ի դեկտեմբերից մինչև 2013-ի փետրվար:

Այս ծրագրի երրորդ համապետական ներկայացուցչական հանրային կարծիքի հարցումն անցկացվել է 2013-ի հունվարի 25-ից փետրվարի 2-ը և ներկայացվեց հանրությանը փետրվարի 9-ին:

Այս հարցմանը մասնակցել է համապետական ընտրություններում ընտրելու իրավունք ունեցող Հայաստանի 1,017 չափահաս բնակիչ: Հարցազրույցներն անցկացվել են ընտրողի տանը՝ դեմ առ դեմ

Արձագանքների մակարդակը կազմել է 65%, սխալման լուսանցքը չի գերազանցում +/- 3,1%, վստահության մակարդակը՝ 95%:

Երրորդ հարցումը նախատեսված էր սկսել ախագահական ընտրությունների պաշտոնական քարոզարշավի մեկնարկի պահից: Հարցման նպատակն էր չափել գրանցված մասնակիցների ունեցած աջակցության մակարդակը և գնահատել նախընտրական քարոզարշավի մեկնարկի ազդեցությունը: Կարևոր է նշել, որ այս հարցման դաշտային աշխատանքը ավարտվել է փետրվարի 2-ին, հետեվաբար հունվարի 31-ի գիշերը թեկնածուներից մեկի վրա կատարված մահափորձը նշանակալի ազդեցություն չի ունեցել հարցման արդյունքների վրա:

Gallup-ի ներկայացուցիչ դոկտոր Ռասա Ալիշաուսկիենեն նշում է, որ հայ ընտրողները բավական մեծ հետաքրքրություն են ցուցաբերում գալիք նախագահական ընտրությունների հանդեպ. նրանց 49%-ն ասել է, որ հաստատ ընտրելու է (հունվարի կեսին ունեցած 39%-ի դիմաց), 35%-ը նշել է, որ «հավանաբար կընտրի» (հունվարի կեսին ունեցած 43%-ի դիմաց): Այնուամենայնիվ պետք է հիշել, որ համապետական հարցման ժամանակ հարցումներն անցկացրել են Հայաստանի միայն այն քաղաքացիների հետ, ովքեր փաստացի գտնվում էին երկրում: Մինչ դեռ ընտրական ցուցակը ներառում է նաև նրանց, ովքեր գտնվում են արտասահմանում: Այսպիսով, բարձր արտագաղթի ցուցանիշ

ունեցող երկրներում ինչպիսին է Հայաստանը, ընտրությունների մասնակցությունը սովորաբար ցածր է լինում, քան այն թվերը, որ ցույց են տալիս համապետական հարցումները (արտագաղթածների պարագայում): Այսպիսով, ընտրությունների օրը մասնակցության սպասվող մակարդակի գնահատման մոդելը կառուցելիս, հաշվի առնելով տարբեր գործոններ, քարոզարշավի այս փուլում սպասվող մասնակիցների թիվը կազմում է մոտ 66% .

Պաշտոնական քարոզարշավի առաջին շաբաթվա վերջին հարցված ընտրողների մեծամասնությունը աջակցում էին գործող նախագահի վերընտրվելուն. ընտրողների 69%-ը ասել են, որ քվեարկելու են Սերժ Սարգսյանի օգտին (3%-ով ավելի, քան հունվար ամսին էր): Հարցված ընտրողների 11%-ը ասել են, որ քվեարկելու են Րաֆֆի Հովհաննիսյանի օգտին, 5%-ը՝ Պարույր Հայրիկյանի օգտին, 5%-ը՝ Հրանտ Բագրատյանի, 1 %-ը՝ Անդրեաս Ղուկասյանին: Ա. Հարությունյանին, Ա. Մելիկյանին և Վ. Մեղրակյանին աջակցում էին ավելի քիչ, քան 1% յուրաքանչյուրի օգտին: Միննույն ժամանակ, հարցվածների 9%-ը դեռ չեն որոշել, որ թեկնածուին աջակցել (հունվարի կեսին ունեցած 16%-ի դիմաց):

Երրորդ հարցումը նաև հաստատեց նախորդ՝ հունվարի կեսի հարցման արդյունքները՝ ընտրություններին մասնակցելու համար սեփական թեկնածու առաջադրելով, թե ՀՀԿ-ն և թե “Ժառանգությունը” ավելացրել են սեփական աջակիցների քազան, իսկ “Բարգավաճ Հայաստանը” կորցրել է ընտրազանգվածի որոշակի աջակցությունը՝ այս ընտրություններում սեփական թեկնածու չունենալու պատճառով: Փետրվարի սկզբին մեծ կուսակցությունների աջակցությունը մնացել էր նույնը, ինչ հունվարի կեսին:

ՀՄԱ նախագահ, դոկտոր Գևորգ Պողոսյանը նշեց, որ ընտրողների մեծամասնությունը, որոնք աջակցում են Ս. Սարգսյանին և Ռ. Հովհաննիսյանին, հաստատուն են իրենց որոշման մեջ, մինչդեռ այլ թեկնածուներից երեքից մեկը կամ երկուսից մեկը դեռ որոշում են, թե որ թեկնածուին ընտրել:

Երրորդ հարցումը հաստատեց, որ Հայաստանի քաղաքացիների համար հեռուստատեսությունը մնացել է քաղաքական տեղեկատվության ամենակարևոր աղբյուրը, որին հաջորդում է “բանավոր խոսքը” և ինտերնետը: Ինտերնետը հատկապես կարևոր է քաղաքի երիտասարդ ընտրողների համար: Քարոզարշավի մեկնարկի պահից գովազդային վահանակների և հուշաթերթիկների ազդեցությունը մեծացել էր նախընտրական ժամանակաշրջանի հետ համեմատ:

Արմյուզ հեռուստաընկերությունը իրականացնում է այս ծրագիրը Baltic Surveys /The Gallup Organization-ի և ՀՄԱ-ի հետ համատեղ, քանի որ Gallup-ը համաշխարհային հեղինակավոր և ճանաչված ընկերություն է, և Հայաստանում աշխատելու հարցում Baltic Surveys/The Gallup Organization-ն ամենափորձառուն է, որը Հայաստանում 2005-ից մինչև այսօր ՀՄԱ-ի հետ իրականացրել է 1 ծրագիր:

Հետազոտության արդյունքները հասանելի են
www.asa.sci.am և www.armnwstv.am կայքերում

Ծրագրի ղեկավարներ.

Արտակ Ալեքսանյան, Արմնյուզ հեռուստաընկերություն (www.armnewstv.am)

Արմնյուզը հիմնադրվել է 2001 թվականին և հեռարձակման լիցենզիա ստացել 2003 թվականին: Մինչև 2011 թվականը Արմնյուզ հեռուստաընկերությունը հիմնականում վերահեռարձակել է Եվրանյուզ եվրոպական հեռուստաալիքը՝ ներառելով սեփական արտադրության հաղորդումներ: 2011 թվականի սեպտեմբերից Արմնյուզը սկսեց իր նոր եթերաշրջանը՝ հայտ ներկայացնելով դառնալու Հայաստանի առաջին ու առայժմ միակ 24-ժամյա լրատվական հեռուստաալիք:

Դոկտոր Ռասա Ալիշաուսկիենե, Baltic Surveys/The Gallup Organization (www.gallup.com)

Gallup-ը (The Gallup Organization) հանրային կարծիքի հարցումների և խորհրդակցության համաշխարհային առաջատար կազմակերպություններից է, ժամանակակից հանրային հարցման ծառայության ոլորտի «հիմնադիր հայրերից» մեկը: Դոկտոր Ջորջ Գեյլսին այն հիմնել է ԱՄՆ-ում, 1935-ին: Այն վերաճել է միջազգային առաջատար ընկերության (www.gallup.com):

“Baltic Surveys”-ը Gallup-ի մաս է, առաջին մասնավոր, անկախ, հանրային կարծիքի ուսումնասիրման ընկերությունն է Լիտվայում, որը հիմնադրվել է 1992-ի ապրիլին, որպես Gallup-ի Լիտվայի գրասենյակ: Այն ESOMAR-ի, ԱՄՆ-ի առևտրային պալատի, Բրիտանական առևտրային պալատի, IAPC-ի և այլ միջազգային կազմակերպությունների անդամ է:

Baltic Surveys / The Gallup Organization-ը 20 տարի իրականացրել է հանրային կարծիքի հարցումներ և շուկայի վերլուծության ծրագրեր Կենտրոնական և Արևելյան Եվրոպայում և ԱՊՀ երկրներում (Հայաստան, Բելառուս, Սոլովյա, Ղազախստան, Ղրղզստան, Վրաստան, Ադրբեջան, Ուկրաինա, Ռուսաստան): Ընկերությունը ներկայացված է ESOMAR-ում (Ռ. Ալիշաուսկիենեն անդամ է 1992-ից): Դոկտոր Ռ.Ալիշաուսկիենեն հանդիսանում է Gallup Europe-ի և IAPC-ի խորհրդի անդամ:

Դոկտոր Գևորգ Պողոսյան, Հայաստանի սոցիոլոգիական ասոցիացիա (www.asa.sci.am)

Հիմնադրվելով 1992-ին, ՀՄԱ-ն՝ Հայկական սոցիոլոգիական ասոցիացիան Հայաստանի հետազոտական առաջին և առաջատար կազմակերպություններից է: ՀՄԱ-ն Միջազգային սոցիոլոգիական ասոցիացիայի (ISA), ESOMAR-ի և Եվրոպական սոցիոլոգիական ասոցիացիայի (ESA) անդամ է:

ՀՄԱ-ն ունի Հայաստանում լավագույն փորձը, քանի որ արդեն 20 տարի զբաղվում է հանրային կարծիքի ուսումնասիրությամբ և իրականացնում է սոցիոլոգիական հարցումներ տարբեր բնագավառներում՝ սոցիոլոգիական հետազոտություն, հանրային կարծիքի հարցում, քվեարկության օրվա ելքի հարցում (“Exit Poll”), շուկայի ուսումնասիրություն, ԶԼՄ հարցումներ, քանակական ու որակական հետազոտություններ: