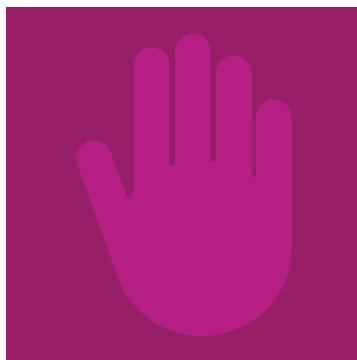


ՀՀ ՄՊՈՐՏԻ ԵՎ ԵՐԻՏԱՍԱՐԳՈՒԹՅԱՆ
ՀԱՐՑԵՐԻ ՆԱԽԱՐԱՐՈՒԹՅՈՒՆ

Նայասանի Երիտասարդության ազգային զեկույց



ՄԱՍ I
(Նեղազոսական մաս)



ՀՀ ՄՊՈՐՏԻ ԵՎ ԵՐԻՏԱՍԱՐԴՈՒԹՅԱՆ
ՀԱՐՅԵՐԻ ՆԱԽԱՐԱՐՈՒԹՅՈՒՆ

Նայասանի Երիտասարդության ազգային զեկույց

ՄԱՍ I
(Նեսագոսական մաս)

National Youth Report
of Armenia

Part 1
Research

Национальный доклад
молодежи Армении

Часть 1
Исследовательская часть

ԵՐԵՎԱՆ 2011



ՀՏԴ 31 (042.3)

ԳՄԴ 60.5

Հ 247

Խմբագրական խորհուրդ՝

Ա. Պապյան,

Դ. Հայրապետյան, հոգ. գ.թ.,

Ա. Պետրոսյան,

Ս. Մանուկյան, սոց. գ.թ.

Տեխնիկական խմբագիր՝

Գ. Մելիքբեկյան

Ձևավորող և էջադրող՝

Ա. Պատվականյան

Հ 247 Հայաստանի երիտասարդության ազգային զեկույց/ Կազմ.՝ Ա. Պապյան, Դ. Հայրապետյան, Ա. Պետրոսյան, Ս. Մանուկյան - Եր.: ՀՀ սպորտի և երիտասարդության հարցերի նախարարություն, Մաս I - հետազոտական մաս, 2011թ. - 104 էջ:

Չափսը՝ 17x23, տպագրությունը՝ օֆսեթ, տպաքանակը՝ 1000 օրինակ:

ՀՀ սպորտի և երիտասարդության հարցերի նախարարության «Սպորտի և երիտասարդական ծրագրերի իրականացման գրասենյակ» պետական հիմնարկի պատվերով հարցումներն անցկացրել է «Այ Փի Էս Սի» քաղաքական և սոցիոլոգիական խորհրդատվությունների ինստիտուտը (տնօրեն՝ Զ. Գրիգորյան): Խմբագրման, ձևավորման և տպագրման աշխատանքները կատարվել են «Սիմփլի պրինտ» ՍՊԸ-ի կողմից:

Սույն ձեռնարկն ընդգրկում է Հայաստանի երիտասարդության ազգային զեկույցի շրջանակներում իրականացված սոցիոլոգիական հետազոտության հիմնական արդյունքները: Ներկայացված են հարցումների տվյալները և դրանց առաջնային վերլուծությունները:

Աշխատանքը նախատեսված է երիտասարդական կազմակերպությունների, երիտասարդության խնդիրներով հետաքրքրված փորձագետների, ինչպես նաև երիտասարդության լայն շրջանակի համար:

Հետազոտությունը հիմնված է հանրային կարծիքի ուսումնասիրության վրա:

Ձեկույցում տրված գնահատականները կարող են չհամընկնել ՀՀ սպորտի և երիտասարդության հարցերի նախարարության պաշտոնական դիրքորոշման հետ:

ISBN 978-99941-2-656-9

ՀՏԴ 31 (042.3)

ԳՄԴ 60.5

© ՀՀ սպորտի և երիտասարդության հարցերի նախարարություն

© Կազմողների համար

© «Այ Փի Էս Սի» քաղաքական և սոցիոլոգիական խորհրդատվությունների ինստիտուտ



Տարգելի՛ ընթերցողներ,

Ձեր դատին է ներկայացվում Հայաստանի երիտասարդության ազգային երկրորդ զեկույցը, որի հիմնական դերակատարությունն աջակցելն է երիտասարդական քաղաքականության բնագավառում նոր գիտելիքի վրա հիմնված ծրագրերի մշակմանն ու իրականացմանը: Այս խնդիրները լուծելու համար անհրաժեշտ է իրականացնել խորքային վերլուծություններ, բացահայտել երիտասարդների հիմնախնդիրները ծնող պատճառները, գնահատել իրականացված աշխատանքների արդյունավետությունն ու սահմանել համապատասխան ծրագրերի առաջնությունները:

Այս տեսանկյունից Հայաստանի երիտասարդության ազգային երկրորդ զեկույցի հրապարակումը կարևոր քայլ է փաստարկված երիտասարդական քաղաքականություն իրականացնելու համար: Ձեկույցն անդրադարձել է երիտասարդների համար կենսական նշանակություն ունեցող մի շարք ոլորտների՝ մշակույթ, կրթություն, ընտանիք, հոգևոր կյանք, զբաղվածություն, բանակ, քաղաքական մասնակցություն և այլն:

Ձեկույցում մատնանշվում են երիտասարդ մարդկանց առավել հրատապ հիմնախնդիրները՝ կրթություն և զբաղվածություն: Հատկապես շեշտադրվել է այն իրողությունը, որ որակյալ և արդի աշխատաշուկայի պահանջներին համահունչ կրթությունն այլընտրանք չունի: Երիտասարդների զբաղվածության խնդիրների լուծումը քննարկվում է մի շարք հետաքրքիր և նորարար տեսանկյուններից՝ մի կողմից՝ որպես խնդիրների կարճ և արդյունավետ լուծման ճանապարհ կարևորվելով համապատասխան գործարար միջավայրի ձևավորումն ու բարելավումը, իսկ մյուս կողմից՝ երիտասարդների տնտեսական մասնակցության խթանումը:

Ձեկույցն ի հայտ բերեց մի շարք կարևորագույն խնդիրներ՝ իրերը բացահայտորեն իրենց անուններով կոչելու, իսկ որոշ դեպքերում (լրացուցիչ և բազմակողմանի ճշգրտումներից ու հստակեցումներից հետո) նաև դրանց լուծման ուղիները գտնելու հնարավորություն տալով: Միևնույն ժամանակ դիտարկված խնդիրների շարքում կան այնպիսիք, որոնք վերջին տարիների ընթացքում արդեն իսկ եղել են Կառավարության ուշադրության կենտրոնում, և Կառավարությունը որոշակի քայլեր ձեռնարկել է դրանց հաղթահարման ուղղությամբ: Խոսքը մասնավորապես վերաբերում է երիտասարդների համար բարենպաստ գործարար միջավայրի ստեղծմանը, Հայաստան-Սփյուռք գործարար համաժողովի նախապատրաստմանը և այլն:

Անհրաժեշտ են համարում նաև ընդգծել, որ Հայաստանի երիտասարդության ազգային զեկույցի վերլուծությունը և հանրային լայն քննարկումները ներկայումս մշակման ավարտական փուլում գտնվող «Երիտասարդական պետական քաղաքականության 2013-2017 թվականների ռազմավարությունն» առավել հասցեական և փաստագրված դարձնելու հնարավորություն կտան:

Ամփոփելով խոսքս՝ նշեմ, որ Հայաստանի երիտասարդության ազգային զեկույցը երիտասարդական ուսումնասիրությունների հիմնասյուներից մեկն է, որի շուրջ պետք է ծավալվեն առանձին առավել մասնագիտացված և նեղուլորտային ուսումնասիրություններ ու հետազոտություններ: Երիտասարդական ուսումնասիրությունների ինստիտուտի կայացումը ՀՀ Կառավարության կողմից ճանաչվել է 2012թ. երիտասարդական քաղաքականության ոլորտի գերակայություններից մեկը: Վստահ եմ, որ այս զեկույցի հրապարակումը և դրան հաջորդող աշխատանքները նոր ընթացք կհաղորդեն այդ խնդրի լուծմանը՝ որակական առաջընթաց ապահովելով:

Շնորհակալություն ենք հայտնում նաև Հայաստանի երիտասարդության ազգային երկրորդ զեկույցի մշակմանը մասնակցություն ցուցաբերած բոլոր անձանց, որոնց ջանքերի շնորհիվ մենք ունենք ապագայի կերտմանը միտված ուսումնասիրության արդյունքներ:

Տիգրան Սարգսյան
Վարչապետ

Բովանդակություն

Նախաբան	6
Մեթոդաբանություն	8
Տեսագոյությունն նդասակր և բովանդակությունը	8
Ընտանր.....	8
1. Ազգային ինքնություն	11
Ո՞վ է հայը	12
Անձի՝ որդես հայի նույնականացման դարսադիր դայմանները	12
Պաստանվա՞ծ է արդյոք հայոց լեզուն	14
Ներհայկական միասնություն	14
Սոցիալական սարծությունները հայերի էքնոմակությախն խմբերի միջև	14
Կրոն և եկեղեցի	19
2. Ընտանիք և կենսառն	23
Վերարսարողական վարք	24
Երեխաների ցանկալի քանակն ընտանիքում	24
Ամուսնություններ և ամուսնության վերաբերյալ դիրքորոշումներ	26
Չամուսնանալու դասճառները	28
Ամուսնացած երիտարդների Երջանում երեխաներ չդլանավորելու դասճառները	30
Ընտանեկան հարաբերություններ	31
Ո՞վ դեք է լինի ընտանիքի գլխավորը	31
Կնոջ դերն ընտանիքում և հասարակական գործունեության մեջ	33
Կնոջ հասարակական վարքը	36
3. Տնտեսական վարք	39
Տնտեսական ակտիվություն	40
Չբաղվածություն և գործագրկություն	40
Աշխատանքային կարգավիճակները և չաշխատելու դասճառները	45
Աշխատավարձեր և հասարակայնորեն ընդունելի կենսամակարդակ	46

Բիզնես միջավայր	51
Տակվածությունը բիզնեսին	51
Բիզնես նախաձեռնելու ռազմավարությունները	52
Պերակա աշխատավայրերը.....	52
Դիրֆորումները Տայասանի ճյուղի, բիզնեսի և բիզնես միջավայրի վերաբերյալ	53
4. Քաղաքական մշակույթ	57
Քաղաքական մշակույթի հիմնական բնութագրերը.....	58
Քաղաքացիական մասնակցություն	64
Ներհանրապետական սոցիալ-ճյուղի զարգացումների գնահատականներ	67
Պետական երիտասարդական ծրագրեր	69
Բանակի հետ կապված խնդիրներ	70
5. Արագադրի դիրֆորումներ	73
Արագադրում լինելու փորձը.....	74
Ժամանակավոր արագադրի դիրֆորումները.....	75
Մշակույթի բնութագրի մեկնելու վերաբերյալ դիրֆորումները:	76
6. Կրթություն	79
Միջնակարգ կրթություն.....	80
Բարձրագույն կրթություն.....	81
7. Մշակութային ենթակառուցվածք	83
Տարածքային ունակություններ	84
Լեզվամշակութային կողմնորոշումներ.....	84
Տեղեկատվական ռեսուրսներ	86
Տարածքային ունակություններ	86
Ժամանակ	91
Аннотация.....	96
Executive Summary	101



Նախաբան

Ժամանակակից հասարակությունների առջև ծառայած կարևորագույն խնդիրներից մեկը՝ որպես առաջընթացի գրավական, երիտասարդ սերնդի մասնագիտական, հոգևոր-բարոյական և մշակութային դաստիարակությունն է: Հասարակության տարբեր շերտերի մեջ երիտասարդությունը տարբերվում է իր յուրահատուկ սոցիալական կարգավիճակով, իսկ տարիքային առումով՝ պատանեկությունից դեպի սոցիալական պատասխանատվության փուլի անցմամբ: Արդի հասարակության մեջ երիտասարդության ընկալումը երկակի բնույթ ունի. մի կողմից՝ խրախուսվում է սոցիալական այս խմբի կայացման գործընթացը, մյուս կողմից՝ հասարակական կյանքի տարբեր ոլորտներում երիտասարդության ակտիվ մասնակցության հետ կապված առաջանում են որոշակի օբյեկտիվ և սուբյեկտիվ սահմանափակումներ: Հակասական է, սակայն՝ փաստ, որ երիտասարդության խնդիրները՝ որպես ժամանակակից հասարակական կյանքի սոցիալապես առավել ակտիվ խմբի խնդիրներ, մնում են տակավին չհետազոտված կամ ուսումնասիրվում են առավելապես ընդհանրական, մակերեսային մակարդակով, ինչն իր հերթին խոչընդոտում է հիմնախնդիրների ճշգրտմանը, կանխատեսմանը և ավտորոշմանը, հետևաբար՝ նաև առկա խնդիրների լուծմանն ուղղված համակարգային որոշումների կայացմանը: Այս համատեքստում փաստարկված երիտասարդական քաղաքականության մշակման և իրականացման համար արդիական են դառնում երիտասարդական հետազոտությունների իրականացումը, երիտասարդական հիմնախնդիրների պարբերական դիտարկումը:

Հայաստանի երիտասարդության ազգային նախորդ զեկույցը մշակվել է 2006 թվականին: 2007 թվականին այն տպագրվել և ներկայացվել է լայն հասարակությանը: Երիտասարդության ազգային առաջին զեկույցը հիմք հանդիսացավ «Հայաստանի Հանրապետության երիտասարդական պետական քաղաքակա-

նության 2008-2012 թվականների ռազմավարության» մշակման և իրագործման համար:

2011 թ-ին ՀՀ Կառավարության կողմից երիտասարդության ազգային նոր զեկույցի նախապատրաստումը սահմանվեց որպես պետական երիտասարդական քաղաքականության գերակա խնդիր, և նույն թվականին ՀՀ սպորտի և երիտասարդության նախարարությունը ձեռնամուխ եղավ Հայաստանի երիտասարդական զեկույցի նախապատրաստման աշխատանքներին:

Ազգային երիտասարդական երկրորդ զեկույցը միտված է Հայաստանի երիտասարդության շրջանում առկա խնդիրների համապարփակ ամփոփմանը, դրանց հիմնական պայմանների և պատճառների բացահայտմանը, մշակակալի ազդեցության վերլուծմանը, ինչպես նաև այդ խնդիրների լուծման գործնական ուղիների առաջարկմանը: Ակնհայտ է, որ նոր զեկույցը, նախորդի համեմատ, առավել ամբողջական դարձնելու համար պետք է ստանար ինստիտուցիոնալ զարգացում և ներկայացներ երիտասարդական հետազոտությունների որակապես նոր մակարդակ: Աշխատանքների կազմակերպման ընթացքում նաև ակնհայտ դարձավ, որ Ազգային զեկույցի՝ մեկ առանձին փորձագիտական խմբի կողմից 5 տարվա պարբերականությամբ նախապատրաստումը առկա խնդիրներն իրենց ամբողջականության մեջ վեր հանելու և համապատասխան լուծումների առաջարկներ մշակելու հնարավորություն չի տալիս: Մենք առավել նպատակային համարեցինք այն, որ փորձենք երիտասարդական ուսումնասիրություններն առհասարակ դնել ինստիտուցիոնալ զարգացման ճանապարհի վրա, այն է՝ ազգային յուրաքանչյուր զեկույցի նախապատրաստման ժամանակ արդեն իսկ ունենալ պարբերական հետազոտությունների արդյունքներ՝ որոշակի թվային և որակական տվյալներ, որոնց հանրագումարային վերլուծություններն էլ կդառնան

ազգային զեկույցի հենքը: Նամանավանդ որ ՀՀ Կառավարության կողմից երիտասարդական հետազոտությունների ինստիտուտի կայացումն ու զարգացումը սահմանվել են որպես 2012 թ-ի երիտասարդական քաղաքականության գերակա ուղղություն: Այդպիսի ինստիտուտի կողմից երիտասարդության հարցերի ուսումնասիրությունն ու վերլուծությունը հնարավորություն կընձեռեն իրականացնելու խնդիրների պարբերական մոնիթորինգ և գիտական ու կիրառական ընթացիկ վերլուծություններ՝ ներգրավելով ոլորտի փորձագետների առավել լայն շրջանակ:

Մյուս կողմից էլ 2011 թ-ին ՀՀ վարչապետին առընթեր ազգային երիտասարդական քաղաքականության խորհրդի և ՄԱԿ-ի Ջարգացման ծրագրերի հայաստանյան գրասենյակի միջև կնքվեց համագործակցության հուշագիր, որի հիմնական նպատակն էր երիտասարդական հետազոտությունների համատեքստում կատարել երիտասարդների ձգտումների և ակնկալիքների համապարփակ ուսումնասիրություն: Այժմ նախապատրաստվում են նաև ՄԱԶԾ-ի հայաստանյան գրասենյակի կողմից անցկացված «Երիտասարդների ձգտումները և ակնկալիքները» հարցման արդյունքները, որոնք, ըստ էության, կօգնեն առավել անաչառ գնահատելու իրավիճակը և օգտակար ռեսուրս կհանդիսանան ազգային զեկույցի ամբողջականացման համար, հատկապես՝ արդյունավետ վերլուծությունների առումով:

Դրանով պայմանավորված՝ զեկույցը կիրառական վի երեք հիմնական մասերով.

1. Հետազոտական մաս, որում ներկայացվում են երիտասարդության շրջանում կատարված սոցիոլոգիական հետազոտության հիմնական արդյունքները, և վեր են հանվում հիմնական խնդիրները,
2. Վերլուծական մաս, որում կներկայացվեն այդ խնդիրների փորձագիտական վերլուծությունները, և կուսումնասիրվեն հիմնական օրինաչափությունները,

3. Կիրառական մաս, որը, հիմնական հետազոտական և վերլուծական արդյունքներով պայմանավորված, միտված կլինի երիտասարդության խնդիրների լուծմանն ուղղված ռազմավարական առանցքային ուղենիշների առանձնացմանը:

Այս աշխատանքը Հայաստանի երիտասարդության ազգային զեկույցի առաջին մասն է, որն ընդգրկում է երիտասարդության խնդիրների՝ 13 առանցքային ոլորտներում իրականացված համապարփակ սոցիոլոգիական հետազոտության հիմնական արդյունքները: Հետազոտական մասը հասարակական լայն քննարկումների առարկա է դառնալու, ինչն առավել արդյունավետ վերլուծություններ իրականացնելու հնարավորություն կտա՝ դրանով իսկ Հայաստանի Հանրապետությունում երիտասարդական ուսումնասիրությունների ինստիտուտի կայացման և զարգացման համար անհրաժեշտ հիմքեր ստեղծելով: Երիտասարդական ուսումնասիրությունների ինստիտուտի միջոցով իրականացվելիք անկախ փորձագիտական վերլուծությունների և ՄԱԶԾ-ի հայաստանյան գրասենյակի հարցումների արդյունքների հիման վրա մենք կկարողանանք ձևավորել Հայաստանի երիտասարդության ազգային զեկույցի երկրորդ՝ վերլուծական մասը:

Միևնույն ժամանակ ուսումնասիրությունների արդյունքների և ազգային վիճակագրական տվյալների համադրումը հիմք կհանդիսանա Հայաստանի Հանրապետության երիտասարդական պետական քաղաքականության 2013-2017 թվականների ռազմավարության մշակման համար:

Արսեն Զարամյան
«Տղամարտի և երիտասարդության հարցերի նախարարի տեղակալ»

Մեթոդաբանություն

Տեսագոտության նդասակը և բովանդակությունը

Երիտասարդական ազգային զեկույցի շրջանակներում կատարված հետազոտության նպատակն է եղել կյանքի տարբեր ոլորտների նկատմամբ Հայաստանի երիտասարդության դիրքորոշումների, ինչպես նաև Հայաստանում ընթացող գործընթացների վերաբերյալ գնահատականների բացահայտումը:

Հետազոտությունն անդրադառնում է հետևյալ ոլորտներին.

1. Ազգային ինքնություն,
2. Լեզվա-նշակության կողմնորոշում և հաղորդակցական ունակություններ,
3. Հանրակրթական դպրոց և բուհ,
4. Կրոն և եկեղեցի,
5. Ընտանիք՝ վերարտադրողական վարք,
6. Ընտանիք՝ էմանսիպացում,
7. Վարքագիծ և ենթանշակության տիպեր,
8. Ջբաղվածություն,
9. Քաղաքական մասնակցություն,
10. Քաղաքական դիրքորոշումներ,
11. Քաղաքացիական մասնակցություն,
12. Միգրացիա,
13. Բանակ:

Ընտրանք

Հետազոտության ընդհանուր համակցությունը ՀՀ 18-ից 30 տարեկան երիտասարդներն են: Հետազոտության ընտրանքի ծավալը, ռեսուրսային սահմանափակումներով պայմանավորված, սահմանվել է 1.200 անձ: Իրականացված երիտասարդական հետազոտությունում որպես հատուկ հետաքրքրություն ներկայացնող խումբ է սահմանվել ուսանողությունը (18-ից 30 տարեկանների կազմում):

Հետազոտության ընտրանքի կազմավորման համար հինք է հանդիսացել ՀՀ ԱՎԾ կողմից 2010 թ-ին հրատարակված ՀՀ ժողովրդագրական ժողովածուն: Ըստ ՀՀ Ազգային վիճակագրական ծառայության տվյալների՝ 2010 թ-ին Հայաստանի Հանրապետությունում 18-ից 30 տարեկան բնակչությունը կազմում էր ամբողջ բնակչության 31.27%-ը: ՀՀ երիտասարդության սեռատարիքային կազմը, ըստ բնակավայրի տիպի, տրված է Աղյուսակ (1) 1.-ում:

1. ՀՀ 18-ից 30 տարեկան բնակչության սեռատարիքային կազմը՝ ըստ բնակավայրի տիպերի:

Տարիք	Գյուղ			Քաղաք			Երևան			ՀՀ
	Տղամ.	Կին	Ընդ.	Տղամ.	Կին	Ընդ.	Տղամ.	Կին	Ընդ.	
18-19	18.8%	18.7%	18.8%	16.6%	16.3%	16.5%	14.5%	15.7%	15.0%	16.8%
20-24	42.1%	42.9%	42.5%	42.3%	41.9%	42.1%	39.5%	40.2%	39.8%	41.5%
25-30	39.1%	38.4%	38.7%	41.0%	41.8%	41.4%	46.0%	44.2%	45.1%	41.7%
Ընդ.	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

ՀՀ Ազգային վիճակագրական ծառայության տվյալներով՝ Հայաստանի Հանրապետությունում ուսանողների քանակը 2010 թ-ին կազմել է 111.003 անձ¹ (որից 58.659-ը կամ 52.8%-ը՝ կանայք):² Օտարերկրյա ուսանողների քանակը կազմել է 2.788 անձ, որոնցից 1.377-ը կամ 49.4%-ը՝ կանայք: Այսպիսով՝ ՀՀ քաղաքացի հանդիսացող ուսանողների ընդհանուր քանակը կազմում է 108.215 անձ, որոնցից 57.288-ը կամ 52.9%-ը կանայք են:

ՀՀ ԱԿԾ տվյալներով՝ ՀՀ-ում 18-ից 30 տարեկան բնակչության քանակը կազմել է 748.587 անձ: Հետևաբար **ՀՀ 18-ից 30 տարեկան բնակչության կազմում ուսանողների մասնաբաժինը 14.5% է** ($108.215 / 748.587 = 0.145$):

Հիմնվելով ԱԿԾ տվյալների վրա՝ կառուցվել է երկու ընտրանք: Առաջինը 18-ից 30 տարեկան 993 անձից կազմված քվոտային ընտրանքն է՝ հիմնված բնակչության այդ հատվածի սեռատարիքային և մարզային բաշխման վրա (Աղյուսակ 2. և Աղյուսակ 3.):

2. ՀՀ մարզերում 18-ից 30 տարեկան բնակչության սեռային կազմը:

Սեռ	Արգ.	Ար.	Արմ.	Եր.	Գեղ.	Կոտ.	Լոռ.	Շիր.	Սյն.	Տավ.	ՎՁ	Ընդ.
Իգ.	51.58%	50.66%	50.22%	48.20%	52.17%	51.01%	50.87%	49.83%	51.47%	51.92%	52.72%	50.05%
Ար.	48.42%	49.34%	49.78%	51.80%	47.83%	48.99%	49.13%	50.17%	48.53%	48.08%	47.28%	49.95%
Ընդ.	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

3. ՀՀ մարզերում 18-ից 30 տարեկան բնակչության սարիքային կազմը:

Տարիք	Արգ.	Ար.	Արմ.	Եր.	Գեղ.	Կոտ.	Լոռ.	Շիր.	Սյն.	Տավ.	ՎՁ	Ընդ.
18-19	19.1%	17.6%	17.2%	15.0%	18.1%	16.6%	17.4%	18.1%	18.5%	17.3%	19.8%	16.8%
20-24	41.3%	43.2%	42.3%	39.8%	42.3%	43.5%	42.0%	42.4%	40.6%	41.0%	43.0%	41.5%
25-30	39.7%	39.2%	40.5%	45.1%	39.6%	40.0%	40.5%	39.5%	40.9%	41.7%	37.2%	41.7%
Ընդ.	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Երկրորդ ընտրանքը կազմավորվել է 203 ուսանողներից՝ հաշվի առնելով ուսանողության բաշխումը Երևանում և մարզերում: Այդ ուսանողների սեռատարիքային բաշխումը պատահականության սկզբունքով կազմավորվել է այն տնային տնտեսություններում, որտեղ եղել են ուսանողներ: Այս ընտրանքում սեռային բաշխումը ստացել է հետևյալ պատկերը. տղաներ՝ 50.8%, աղջիկներ՝ 49.2%, ինչը լավ է մոտարկում տղաների և աղջիկների հարաբերակցությունը ըստ ՀՀ ԱԿԾ տվյալների՝ 1.12:³

Իրականացված ընտրանքը կազմված է 1.196 անձից, որոնցից 336-ը ուսանողներ են:

4. Հեռագոտության հիմնական և հավելյալ ընտրանքները:

	Քանակ	Տոկոս
Հիմնական ընտրանք	993	83.0%
Հավելյալ ընտրանք (ուսանողներ)	203	17.0%
Ընդամենը	1.196	100.0%

1 Տրված է ինչպես պետական, այնպես էլ ոչ պետական, ինչպես առկա, այնպես էլ հեռակա ուսանողների ընդհանուր թվաքանակը:
 2 Հայաստանի Հանրապետության սոցիալական վիճակը 2010 թվականին և դիմամիկ շարքեր (2005-2010), ՀՀ ԱԿԾ, Երևան, 2011, էջ 125:
 3 Հայաստանի Հանրապետության սոցիալական վիճակը 2010 թվականին և դիմամիկ շարքեր (2005-2010), ՀՀ ԱԿԾ, Երևան, 2011, էջ 162:

Չեզոքացնելու համար այն շեղումները, որոնք ամբողջ ընտրանքի սեռատարիքային և մարզային բաշխումներում ի հայտ են գալիս ուսանողների հավելյալ ընտրանքից, ինչպես նաև ուսանողների իրական հարաբերակցությունը միաժամանակ պահպանելու նպատակով իրականացվել է ամբողջ ընտրանքի իտեռատիվ համակշռում ըստ հետազոտության համար էական ժողովրդագրական տվյալների՝ սեռ, տարիք, բնակավայրի տիպ և ուսանող-ոչ ուսանող հարաբերակցություն: Ընտրանքի կշիռները 2 իտեռացիաների ընթացքում համեմատվել են 33 պաշտոնական տվյալների հետ: 33 18-ից 30 տարեկան բնակչության՝ ըստ սեռի, տարիքի, բնակավայրի տիպի և ուսանող-ոչ ուսանող հարաբերակցությամբ բաշխումները 33 ԱՎԾ և հետազոտության համակշռված ընտրանքի տվյալներով ներկայացված են Աղյուսակ 5.-ում:

5. Տարցվածների հիմնական բնութագրերի բաշխումներն ընդհանուր համակցությունում (ըստ ՀՀ ԱՎԾ սխալների) և հետազոտության համակշռված ընտրանքում:

Բնութագիր	Կատեգորիա	Հարաբերակցությունն ընդհանուր համակցությունում	Հարաբերակցությունը համակշռված ընտրանքում
Ուսանող-ոչ ուսանող	Ուսանող	14.50%	14.72%
	Ոչ ուսանող	85.50%	85.28%
	Ընդամենը	100.00%	100.00%
Տարիքային խումբ	18-19	16.81%	16.80%
	20-24	41.48%	41.49%
	25-30	41.71%	41.71%
	Ընդամենը	100.00%	100.00%
Սեռ	Արական	50.05%	50.23%
	Իգական	49.95%	49.77%
	Ընդամենը	100.00%	100.00%
Բնակավայրի տիպ	Երևան	33.57%	33.32%
	Քաղաք	31.02%	31.05%
	Գյուղ	35.41%	35.62%
	Ընդամենը	100.00%	100.00%

1. Ազգային ինքնություն

Տայ երիտասարդության ազգային ինքնությունն ուսումնասիրվել է հետևյալ դիսանկյուններից.

1. Ի՞նչ հասկանի՞ներով է Տայասանի երիտասարդությունը հային սահմանազատում ոչ հայից: Այլ կերոյ ասած՝ որո՞նք են հայի նույնականացման բաղադրիչները Տայասանի երիտասարդության դասկերացումներում, և ի՞նչ գերակայություններ դրանք ունեն:
2. Ինչոյիսի՞ն է ներազգային (ներհայկական) միասնությունը: Այլ կերոյ ասած՝ Տայասանում բնակվող հայ երիտասարդն ինչոյիսի՞ սոցիալական սարածություններ է ընկալում հայերի էթնոմեակոյթային սարբեր հանրոյթների միջև:



Ո՞վ է հայր

Ազգային նույնականացման հարցերը բարդ են և բազմաշերտ: Դրանց ուսումնասիրությունները երկփեղկվում են՝ սկսած «ազգ» հասկացության սահմանումներից: Ներկայումս մրցակցում են ազգի և ազգային նույնականացման երկու հիմնական մոտեցումներ: Առաջին մոտեցման շրջանակներում, որն ընդունված է և զարգացվում է «մեյնսթրիմ» քաղաքագիտական տեսությունում, նույնացվում են քաղաքացիությունը և ազգային պատկանելիությունը: Օրինակ՝ ամերիկացի են ԱՄՆ բոլոր քաղաքացիները, ֆրանսիացի են Ֆրանսիայի բոլոր քաղաքացիները, թուրք են Թուրքիայի բոլոր քաղաքացիները: Դրանից հետո է միայն, որ մասնավորեցվում է՝ «արաբական ծագմամբ» (ֆրանսիացիներ), «իտալական արմատներով» (ամերիկացիներ), «լեռնային» (թուրքեր): Երկրորդ մոտեցմամբ նույնացվում է ազգային և էթնիկ պատկանելիությունը, այն է՝ հայ կամ հույն ազգին է պատկանում էթնիկ հայր կամ հույնը՝ իրենց մի շարք ատրիբուտներով:

Ազգ հասկացության սահմանման ընտրությունն ամենախորքային մակարդակում կանխորոշում է ոչ միայն պետությունների ներքին և արտաքին քաղաքականության էությունը, այլև այդ պետությունների, նրանց վերնախավերի և հասարակությունների միջև փոխհարաբերությունների դրդապատճառները և բուն փոխհարաբերությունները:

Հայերը, ինչպես հին պատմություն և զարգացած մշակույթ ունեցող այլ էթնիկ հանրույթները, որոնք պարբերաբար ստեղծել և կորցրել են իրենց պետականությունը, հակված են ազգ և էթնոս հասկացությունների նույնացմանը: Ավելին՝ հայ հասարակությունում, բացառությամբ հասարակագիտական շրջանակների, ըստ էության, բացակայում է էթնոս հասկացությունը (ժամանակակից բովանդակությամբ):

Հարցերի հաջորդ շերտը, որը կապված է ազգային նույնականացման հետ, ներկայացնում է տվյալ ազգին պատկանող անձի նույնականացման համար անհրաժեշտ բնութագրերը: Ո՞ր բնութագրերն են առկա և գերակա՝ **ինքնանույնականացումը**՝ որպես տվյալ հանրույթի միասնականության սոցիալ-հոգեբանական նախահիմք, **«արյունը»**՝ որպես կենսաբանական (գենետիկական) շղթա, որը տվյալ պահին միավորում է տվյալ ազգին պատկանող անձանց և նրանց նախնիներին (առանձին հարցեր են՝ մինչև ո՞ր սերունդը և ի՞նչ «մաքրությամբ»), **մշակույթը**՝ որպես անձի մտածողության և աշխարհայացքի ձևավորման հիմնական միջավայր, **լեզուն**՝ որպես մշակույթի կերտման, զարգացման ու անձի՝ իր և հասարակության հետ փոխհարաբերությունների հիմնական գործիք, **կրոնը**՝ որպես բնականի և գերբնականի միջև տվյալ հանրույթի փոխհարաբերությունների համակարգ, թե **հայրենիքը**՝ որպես տվյալ ազգի կողմից մշակութայնացված տարածք:

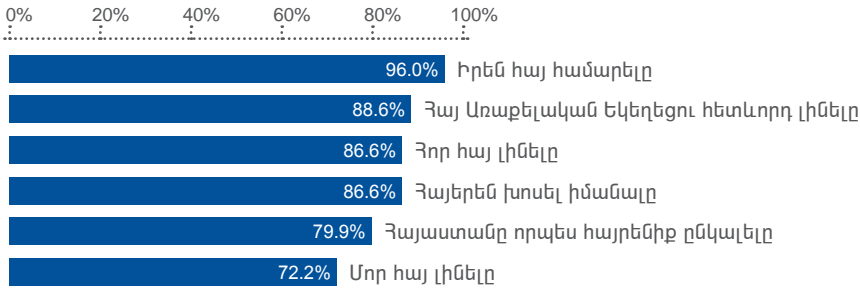
Անձի՝ ուրիշ հայի նույնականացման դասադիր դասանուններ

Վերոնշյալ հարցերին պատասխանելու համար հարցվողներին տրվել է «Հետևյալ հատկանիշներից որո՞նք են պարտադիր հայ համարվելու համար» հարցը, իսկ որպես հատկանիշներ առաջադրվել են՝

1. Իրեն հայ համարելը,
2. Հայ Առաքելական Եկեղեցու հետևորդ լինելը,
3. Հոր հայ լինելը,
4. Մոր հայ լինելը,
5. Հայերեն խոսել իմանալը,
6. Հայաստանը որպես հայրենիք ընկալելը:

Պատասխանների բաշխումները տրված են Գծապատկեր (☺) 1.-ում:

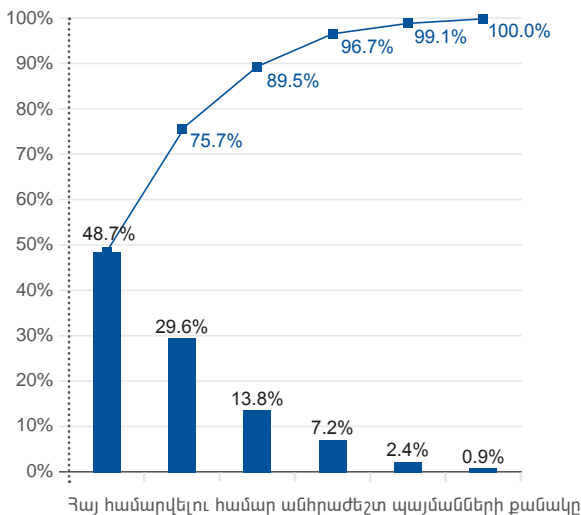
1. «Նեկյալ հասկանիւններից որո՞նք են դարձադիր հայ համարվելու համար»:



Չայաստանի երիտասարդության շրջանում անձին հայ համարելու համար առավել տարածված պարտադիր պայմանն **անձի ինքնանույնականացումն է որպես հայ** (96%): Տարածվածության առումով միաժամանակ երկրորդ շերտն են կազմում «արյունը» (հոր հայ լինելը՝ 86.6%) և «մշակույթը» (իր երկու բաղադրիչներով՝ «լեզուն»՝ 86.6% և «կրոն»՝ 88.6%): Երրորդ շերտում են «հայրենիքի գերակայությունը» (79.9%) և «զտարյունությունը» (մոր հայ լինելը՝ 72.2%): Ակնհայտ է, որ դիտարկված բաղադրիչների այսպիսի բարձր տարածվածությունը ենթադրում է, որ հայ համարվելու համար անհրաժեշտ է, որպեսզի անձը միաժամանակ բավարարի պայմանների որոշակի ենթախմբերի: Պարզվել է, որ երիտասարդների մոտ կեսը (48.7%) անձին որպես հայ ընկալելու համար անհրաժեշտ է համարում դիտարկված բոլոր 6, երեք քառորդը (75.7%) 5 կամ ավելի, մոտ 89.5%-ը 4 կամ ավելի և մոտ 96.7%-ը 3 կամ ավելի պայմանների միաժամանակյա բավարարումը (Գծապատկեր 2.):

Ստացվում է, որ **Չայաստանի երիտասարդության դիրքորոշումներում հայ հանրությունը բավականին «փակ» հանրույթ է:** Նրանք խստապահանջ են անձին հայ համարելու հարցում:

2. Չայ համարվելու համար անհրաժեշտ պայմանների քանակը:



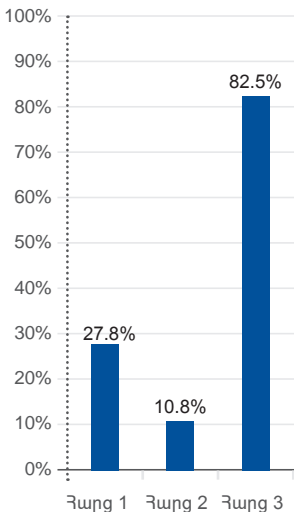
Պատժանվա՞ծ է արդյո՞ք հայոց լեզուն

Եթե հայերեն խոսել իմանալը հայ համարվելու համար ամենատարածված պարտադիր պայմաններից է, ապա մաքուր և գեղեցիկ հայերենի գործածությունը և դրա պահպանումը հասարակության ընդհանուր մշակույթի զարգացածության ինդիկատորն են (Գծապատկեր 3.):

Հայոց լեզվի պաշտպանվածության վերաբերյալ երիտասարդների դիրքորոշումները գնահատվել են հետևյալ երեք հարցերի տրմամբ.

1. «Ընդհանրապես մենք՝ հայերս, պահպանո՞ւմ ենք մաքուր և ճիշտ հայերենը»:
2. «Ի՞նչ եք կարծում, հեռուստատեսությամբ ցուցադրվող հայերեն սերիալները և երիտասարդական շոուները մաքուր և ճիշտ հայերենո՞վ են ներկայացվում»:
3. «Համաձայն եք արդյոք, որ հեռուստատեսությունն աղավաղվում է հայոց լեզուն»:

3. Հայոց լեզվի պատժանվածության բնութագրերը:



Հարց 1. «Ընդհանրապես մենք՝ հայերս, պահպանո՞ւմ ենք մաքուր և ճիշտ հայերենը»:

Հարց 2. «Ի՞նչ եք կարծում, հեռուստատեսությամբ ցուցադրվող հայերեն սերիալները և երիտասարդական շոուները մաքուր և ճիշտ հայերենո՞վ են ներկայացվում»:

Հարց 3. «Համաձայն եք արդյոք, որ հեռուստատեսությունն աղավաղվում է հայոց լեզուն»:

Տրված են «Միանշանակ այո» և «Այո» պատասխանների հանրագումարները:

Հարցերին տրված պատասխաններից բխում է, որ հեռուստատեսությունը հայոց լեզվի աղավաղման հզոր սպառնալիք է: Ավելին՝ առավել մեծ սպառնալիք են մասնավորապես եթեր հեռարձակվող երիտասարդական շոուներն ու սերիալները: Հայոց լեզվի աղավաղման վտանգի լրջության մասին է վկայում նաև այն, որ ըստ երիտասարդների պատասխանների՝ հենց ինքը՝ հայ հասարակությունն է դարձել մաքուր և զրական հայերենի սպառնալիք:

Ներհայկական միասնություն

Սոցիալական արածությունները հայերի էթնոմշակութային խմբերի միջև

Հայաստանի աշխարհագրական պայմանների և պատմական ճակատագրի հետևանքով հայ ազգի կազմում ձևավորվել են էթնոմշակութային տարբեր խմբեր, այդ թվում՝ նաև սփյուռք: Ընդ որում՝ բազմազան են ոչ միայն Հայաստանում առկա էթնոմշակութային խմբերը, այլև Սփյուռքը:

Ներկայումս տեղի ունեցող զլոբալ, տարածաշրջանային և ներհայկական զարգացումներն արդիական են դարձնում համահայկական միասնականության խնդիրները, որոնք վերաբերում են և՛ Հայաստանի Հանրապետության տարածքում բնակվող հայերի էթնոմշակութային տարբեր խմբերին, և՛ հայկական երկու պետությունների հայ հանրույթներին, և՛ այդ պետությունների ու սփյուռքի հայ համայնքներին:

Միասնականության այդ բարդ հարցերի պարզաբանման տեսակետից կարևոր է ունենալ համապատասխան գործիք՝ ինչպես առկա, այնպես էլ զարգացումների արդյունքում փոփոխվող ներազգային համախմբվածության մակարդակը գնահատելու համար:

Այդպիսի գործիք է Բոգարդուսի սանդղակը⁴, որի միջոցով չափվում են տարբեր հանրույթների միջև առկա սոցիալական տարածությունները: Այդ սանդղակը, մշակվելով շուրջ մեկ դար առաջ, իր արդյունավետությամբ մինչ օրս հաջողությամբ օգտագործվում է տարբեր երկրների հասարակագետների կողմից՝ կիրառական հասարակագիտական խնդիրներ լուծելու նպատակով:

Բոգարդուսի սանդղակը կառուցվում է հետևյալ կերպ. որոշակի խմբի (որի համար չափվում է նրա ընկալումներում մեկ այլ խմբի նկատմամբ առկա սոցիալական տարածությունը) պատկանող անձանց ներկայացվում է սոցիալական շփման տեսակների ցանկ, և տրվում է հարց, այն է՝ թե նրանց համար սոցիալական ո՞ր շփումներն են ընդունելի մեկ այլ խմբի (այն խմբի, որի նկատմամբ չափվում է սոցիալական տարածությունը) պատկանող անձանց հետ:⁵ Առաջին խմբի ներկայացուցչի ընկալումներում որպես սոցիալական տարածություն է սահմանվում երկրորդ խմբի ներկայացուցիչների հետ ընդունելի սոցիալական շփումների քանակը: Առաջին խմբի ընկալումներում արտացոլված սոցիալական այդ տարածությունների միջին արժեքը սահմանվում է որպես երկրորդ խմբի նկատմամբ առկա սոցիալական տարածություն:

Տվյալ դեպքում առաջին խումբը Հայաստանի երիտասարդությունն է, և չափվում են նրա ընկալումներում հայերի տարբեր էթնոմշակութային խմբերի նկատմամբ առկա սոցիալական տարածությունները: Հետազոտական ռեսուրսներով պայմանավորված՝ դիտարկվել են հայերի հետևյալ էթնոմշակութային խմբերը՝ 1. սփյուռքահայեր, 2. իրանահայեր, 3. արցախահայեր, 4. Ադրբեջանից ներգաղթած հայեր, 5. կաթոլիկ հայեր, 6. աղանդավոր հայեր, 7. Թուրքիայում բնակվող և իրենց հայ համարող իսլամադավան հայեր:

Որպեսզի հնարավոր լինի տարբեր (արտաքին) կոնտեքստներում մեկնաբանել ներազգային սոցիալական տարածությունները, կառուցվել են նաև Հայաստանի երիտասարդության կողմից ընկալվող սոցիալական տարածությունները մի քանի այլ ազգերի, ռասայական տիպի կամ կրոնի ներկայացուցիչների՝ մասնավորապես ռուսների, գերմանացիների, թուրքերի, սևամորթների և մահմեդականների նկատմամբ:

Հարցվողներին ներկայացվել են սոցիալական շփումների չորս տեսակներ՝ հետևյալ հարցերի տեսքով.

1. «Կընդունեի՞ք, եթե Ձեր եղբայրը/քույրը, աղջիկը/տղան ամուսնանար ազգի կամ խմբի անդամի հետ»:
2. «Մոտ ընկերություն կանեի՞ք ազգի կամ խմբի անդամի հետ»:
3. «Կաշխատեի՞ք նույն խմբում ազգի կամ խմբի անդամի հետ»:
4. «Հայաստանի քաղաքացիություն կտայի՞ք ազգի կամ խմբի անդամին»:

Ակնհայտ է, որ հարազատի՝ տվյալ հանրույթի ներկայացուցչի հետ ամուսնությունը հնարավոր ամենամոտ սոցիալական շփումն է: Չորս հարցերի հիման վրա կառուցված Բոգարդուսի սանդղակի փոփոխության միջակայքն է [0; 4], որտեղ 0-ն հնարավոր ամենափոքր սոցիալական

4 Emory S. Bogardus. "Measuring Social Distances." Journal of Applied Sociology 9 (1925), p. 299-308.

5 Բոգարդուսի դասական սանդղակի կառուցման համար կիրառվում է 7 հարց, սակայն տարբեր հետազոտություններում, կախված հետազոտական նպատակներից և ռեսուրսներից, կարող են կիրառվել այլ քանակով հարցեր:

տարածությունն է, ինչը նշանակում է, որ տվյալ հանրությանի հետ ընդունելի են դիտարկված բոլոր չորս շփումները, իսկ 4-ն առավելագույն տարածությունն է, ինչը նշանակում է, որ տվյալ հանրությանի հետ անընդունելի են դիտարկված բոլոր չորս շփումները:

Ստացված դրական («Այո») պատասխանները տրված են Աղյուսակ 6.-ում: Աղյուսակի տողերում ազգերը և խմբերը դասավորված են ըստ «ամուսնություն» սոցիալական շփման ընդունելիության աստիճանի նվազման: Չնայած ներկայացվող հարցերի պատասխանների հիմնական նպատակներն էին սոցիալական տարածության չափման սանդղակի կառուցումը և սոցիալական տարածությունների չափումը, սակայն այդ տվյալներն ինքնին հետաքրքիր են դիտարկվող ազգերի և խմբերի նկատմամբ Հայաստանի երիտասարդության դիրքորոշումների բովանդակության ու բնույթի մասին պատկերացում կազմելու առումով:

6. Տայերի էթնոմշակութային խմբերի, այլ ազգերի, ռասայական և կրոնական խմբերի հետ սոցիալական շփումների ընդունելիության աստիճանը Հայաստանի երիտասարդության կողմից (մուգ կադույս դաշտում նշված են համեմատաբար բարձր արժեքները, իսկ բաց կադույս դաշտում՝ ցածր արժեքները):

Հայ էթնոմշակութային խումբ/ազգ	Ամուսնություն	Մոտ ընկերություն	Աշխատանք նույն խմբում	Քաղաքացիություն
Սփյուռքահայ	75.3%	88.1%	89.0%	88.3%
Ռուս	61.8%	90.4%	92.7%	79.2%
Կաթոլիկ հայ	60.7%	77.3%	79.3%	78.9%
Արցախահայ	58.8%	77.7%	78.8%	74.9%
Գերմանացի	51.0%	73.2%	79.1%	59.5%
Իրանահայ	40.5%	65.7%	73.1%	66.7%
Ադրբեջանից ներգաղթած հայ	32.5%	51.9%	59.1%	55.8%
Սևամորթ	24.8%	64.6%	70.2%	53.5%
Աղանդավոր հայ	13.8%	26.4%	42.9%	40.9%
Թուրքիայում ապրող իսլամադավան հայ	7.3%	24.9%	36.2%	22.4%
Թուրք	6.2%	23.4%	35.7%	10.9%
Մահմեդական	5.0%	25.7%	38.5%	18.3%

Աղյուսակում մուգ կապույտ դաշտում նշված են սոցիալական շփումների թույլատրելիության առավել բարձր արժեքները, իսկ բաց կապույտ դաշտում՝ ցածր արժեքները: Ըստ տողերի և սյուների՝ իրականացված է միասնական «զուգահեռաբանում», որի արդյունքում տվյալ սոցիալական շփման տեսակետից հայերի էթնոմշակութային խմբերի և ազգերի դասակարգումն արտացոլված է սյուների «զուգահեռաբանմամբ», իսկ սոցիալական շփումների տեսակների դասակարգումը՝ տողերում առկա «զուգահեռաբանմամբ»: Ընդ որում՝ համադրելի են նաև միաժամանակ տարբեր տողերում և սյուներում տրված տվյալների գույները:

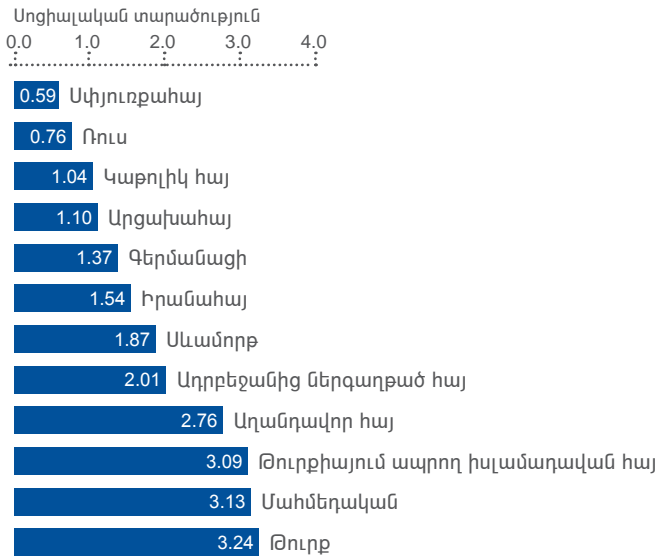
Այսպիսով՝ տվյալներից բխող առավել ընդհանուր և հավանաբար առավել կարևոր եզրակացությունն այն է, որ Հայաստանի երիտասարդության համար այլ ազգերի ներկայացուցիչների հետ սոցիալական շփումները կարող են ավելի ընդունելի լինել, քան հայերի էթնոմշակութային խմբերի ներկայացուցիչների հետ:⁶ Այս արդյունքը, կախված վերլուծության տեսանկյունից, կարող է տարբեր կերպ մեկնաբանվել:

6 Այդ իրողությունները, ի թիվս այլ գործոնների, բացատրվում են Հայաստանի հասարակությունում սոցիալական կապիտալի ցածր մակարդակով, որի մասին՝ հաջորդիվ:

Հայերի ազգային միասնականության տեսանկյունից մեկնաբանելու դեպքում ակնհայտ է, որ այն խաթարված է, և բացի դրանից՝ զոյություն ունի խնդիրների համակարգ, որը խոչընդոտում է հայերի ազգային միասնականության վերակայացմանը:

Հայերի էթնոմշակութային խմբերի և այլ ազգերի ու կրոնական խմբերի նկատմամբ Հայաստանի երիտասարդության ընկալումներում հաշվարկված սոցիալական տարածությունները, որոնք տրված են Գծապատկեր 4.-ում, ընդհանրացնում են Աղյուսակ 6.-ում ներկայացված տվյալները և հիմնավորում վերոնշյալ եզրակացությունը:

☑ **4. Երիտասարդների կողմից ընկալվող սոցիալական տարածությունները:**



Գծապատկերից երևում է, որ հայերի էթնոմշակութային խմբերի նկատմամբ Հայաստանի երիտասարդության ընկալումներում առկա սոցիալական տարածություններն ընդմիջվում են այլ ազգերի նկատմամբ ունեցած տարածություններով: Օրինակ՝ ռուսների նկատմամբ առկա սոցիալական տարածությունն ավելի փոքր է, քան կաթոլիկ հայերի, արցախահայերի, իրանահայերի, Ադրբեջանից ներգաղթած հայերի, աղանդավոր հայերի և Թուրքիայում բնակվող ու իրենց հայ համարող իսլամադավան հայերի պարագայում: Այդ տարածությունը շատ քիչ է զիջում սփյուռքահայերի նկատմամբ ընկալվող սոցիալական տարածությանը:

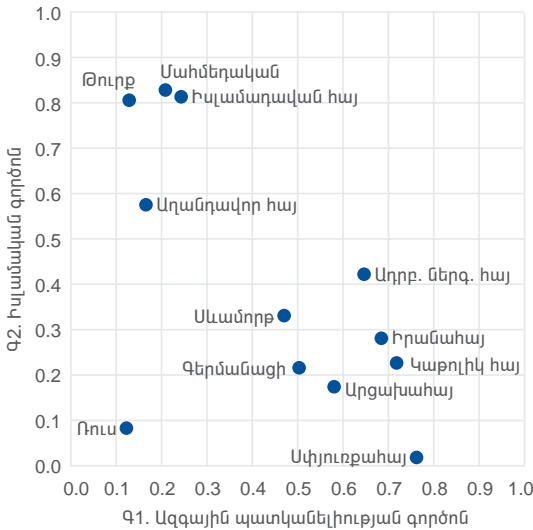
Շատ մեծ սոցիալական տարածությունների վրա են ընկալվում Ադրբեջանից ներգաղթած հայերը և հատկապես Թուրքիայում բնակվող ու իրենց հայ համարող իսլամադավան հայերը: Եթե առաջինը փաստացի լուրջ խնդիր է, ապա **հաշվի առնելով տարածաշրջանային հնարավոր զարգացումների սցենարային բազմազանությունը՝ երկրորդը կարող է դառնալ էլ ավելի լուրջ խնդիր՝ համադրվելով Բալկաններում քրիստոնյա և իսլամադավան սլավոնների միջև արդեն 150 տարի առկա անլուծելի խնդիրների հետ:**

Ստացված արդյունքի համատեքստում հարց է ծագում՝ հայերի էթնոմշակութային խմբերի և այլ ազգերի, ռասաների ու կրոնների ներկայացուցիչների նկատմամբ Հայաստանի երիտասարդության շրջանում առկա սոցիալական տարածությունների ընկալումները ձևավորվում և գտնվում են միևնույն, թե՞ տարբեր աշխարհայացքային համակարգերում: Հարցը կարևոր է հայերի

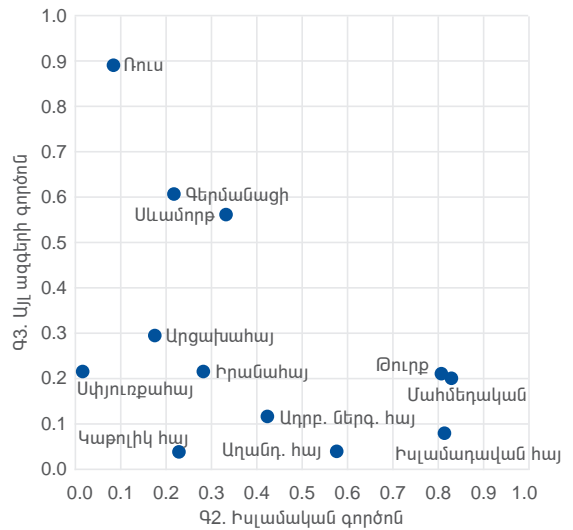
էթնոմշակութային խմբերի նկատմամբ սոցիալական տարածությունների նվազեցման (կառավարման) ռազմավարությունների մշակման և կիրառման առումով: Այդ հարցի պատասխանը ստանալու համար իրականացվել է հաշվարկված սոցիալական տարածությունների գործոնային վերլուծություն:⁷ Գործոնային մոդելը ներկայացված է Գծապատկեր 5.-ում:

5. Տայերի էթնոմշակութային խմբերի և այլ ազգերի, ռասաների և կրոնների ներկայացուցիչների նկատմամբ Հայաստանի երիտասարդության կողմից ընկալվող սոցիալական տարածությունների գործոնային մոդելը:

«Ազգային պատկանելիություն» x «Իսլամական գործոն» ենթատարածությունը



«Ազգային պատկանելիություն» x «Այլ ազգերի գործոն» ենթատարածությունը



Պարզվում է, որ դիտարկված ազգերի, ռասաների, կրոնների ներկայացուցիչների և հայերի էթնոմշակութային խմբերի նկատմամբ Հայաստանի երիտասարդության դիրքորոշումները կազմավորվում են երեք գործոնների ազդեցությամբ.

Գործոն 1. «Էթնիկ դիֆերենցման գործոն»: Այս գործոնի ազդեցությամբ աճում են հայերի էթնոմշակութային խմբերի նկատմամբ առկա սոցիալական տարածությունները:

Գործոն 2. «Իսլամական գործոն»: Այս գործոնի ազդեցությամբ աճում են մահմեդական ազգերի նկատմամբ առկա սոցիալական տարածությունները:

Գործոն 3. «Այլ ազգերի գործոն»: Այս գործոնի ազդեցությամբ աճում են մյուս ազգերի և ռասաների նկատմամբ առկա սոցիալական տարածությունները:⁸

Ստացված արդյունքը ցույց է տալիս, որ հայերի էթնոմշակութային խմբերի և այլ ազգերի նկատմամբ սոցիալական տարածությունների կազմավորումը տեղի է ունենում Հայաստանի երիտասարդության աշխարհայացքային տարբեր համակարգերում, որոնք բավականին թույլ են շարկապված միմյանց հետ: Դրանից էլ բխում է, որ **գոյություն ունեն ռազմավարություններ, որոնք**

7 Գործոնային վերլուծությունը թույլ է տալիս խմբավորել միմյանց հետ շղկապված (փոխկապակցված) պատկերացումները, ինչի արդյունքում հնարավոր է դառնում հիմնավորված դատողություններ կատարել ինչպես առանձին պատկերացումների, այնպես էլ դրանց փոխկապակցված խմբերի վերաբերյալ:

8 Համանման այլ հետազոտությունները ցույց են տվել, որ դիտարկվող ազգերի ավելի մեծ քանակի դեպքում այս գործոնը բաղադրվում է մի քանի գործոնների հետ, որոնց շարքում առանձնանում են. ա) ռուսների նկատմամբ և բ) եվրոպական ազգերի նկատմամբ առկա սոցիալական տարածության գործոնները:

ուճակ են նվազեցնելու հայերի էքոնոմիկային խմբերի նկատմամբ առկա սոցիալական տարածությունները՝ առանց էական ազդեցություն գործելու այլ ազգերի նկատմամբ գոյություն ունեցող սոցիալական տարածությունների վրա:

Սոցիալական տարածությունների գործոնային այլ մոդելների ուսումնասիրությունը, սակայն, ցույց է տալիս, որ գոյություն ունի նաև **հայերի էքոնոմիկային խմբերի նկատմամբ առկա սոցիալական տարածությունների նվազեցման մեկ այլ՝ ավելի համընդհանուր ռազմավարություն: Դա հասարակությունում ընդհանուր հանդուրժողականության բարձրացման ռազմավարությունն է**, որը միաժամանակ նվազեցնում է և՛ հասարակության ենթամշակութային խմբերի, և՛ հասարակության մարգինալ խմբերի, և՛ այլ ազգերի, և՛ հայերի էքոնոմիկային խմբերի նկատմամբ առկա սոցիալական տարածությունների ընկալումները:

Գծապատկեր 5.-ում ներկայացված գործոնների, մասնավորապես Գ2. «Իսլամական գործոնի» ուսումնասիրությունը վեր է հանում հայերի էքոնոմիկային խմբերի նկատմամբ առկա սոցիալական տարածությունների մի քանի առանձնահատկություններ:

Գ2. «Իսլամական գործոնի» կառուցվածքի ուսումնասիրությունից բխում է, որ **հայերի էքոնոմիկային խմբերի նկատմամբ առկա սոցիալական տարածությունների կազմավորման գործում կարևոր նշանակություն ունի կրոնական պատկանելիության նկատմամբ դիրքորոշումը**, որի մասնավոր դեպքն է իսլամի հանդեպ դիրքորոշումը:

Հայաստանի երիտասարդության ընկալումներում Թուրքիայում բնակվող ու իրենց հայ համարող իսլամադավան հայերը, ըստ էության, դիտարկվում են «իսլամադավան ազգերի հարթության վրա»: Գործոնում այդ հանրույթի նկատմամբ գործոնային բեռնվածքը գտնվում է «թուրքերի» և «մահմեդական ազգերի» խմբում: Նույն գործոնի առանցքի վրա շատ բարձր բեռնվածք ունեն նաև «աղանդավոր հայերը», ինչը նշանակում է, որ Գ2-ն իրականում բաղադրյալ գործոն է, որը գործոնային մոդելի կառուցման համար դիտարկված ազգերի և էքոնոմիկային խմբերի սահմանափակության հետևանքով իրեն է միավորել «աղանդավոր հայերին»: Նույն «իսլամական առանցքի վրա» իրենց բեռնվածքներով հաջորդում են «Ադրբեջանից ներգաղթած հայերը», ովքեր կենցաղային պատկերացումներում երբեմն շաղկապվում են «թուրք-իսլամական» հանրույթների հետ: «Ադրբեջանից ներգաղթած հայերին» հաջորդում են «իրանահայերը», ովքեր ապրում են «իսլամական տարածքում»:

Վերլուծության արդյունքն ամփոփակաճորեն առնչվում է «Ո՞վ է հայը» բաժնի այն արդյունքի հետ, ըստ որի՝ հայ համարվելու համար Հայ Առաքելական Եկեղեցու հետևորդ լինելու պարտադիր պայմանն ունի շատ մեծ տարածվածություն՝ 90%: Հետևաբար Թուրքիայի իսլամադավան հայերին հայերի կազմում է տեսնում Հայաստանի երիտասարդների առավելագույնը 10%-ը (այսինքն՝ նրանք, որոնց համար Հայ Առաքելական Եկեղեցու հետևորդ լինելը հայ համարվելու պարտադիր պայման չէ):

Կրոն և Եկեղեցի

Եթե ազգային միասնականության խնդիրների շարքում կարևոր դեր ունի հայերի կրոնական և դավանաբանական պատկանելիությունը, ապա այդ և նմանաբնույթ հարցերում իր դիրքորոշումներով ու ռազմավարություններով կարևոր դեր ունի նաև Հայ Առաքելական Եկեղեցին: Ըստ այսմ՝ կարելի է ամել հետևյալ հարցադրումները՝ Հայաստանի երիտասարդության շրջանում հեղինակության ի՞նչ ռեսուրս ունի Հայ Առաքելական Եկեղեցին, իսկ մյուս կողմից՝ հայերի ներազգային միասնականության համատեքստում, այն է՝ տվյալ պարագայում դավանաբանական տարբերությունների գործոնի կառավարման տեսանկյունից ինչպիսի՞ն է երիտասարդության գիտակցության բնույթը:

Ազգային և պետական ինստիտուտների շարքում Հայ Առաքելական Եկեղեցին Հայաստանի երի-

տասարդների դիրքորոշումներում ունի ամենաբարձր վստահությունը. նրան վստահում է երիտասարդների 90.9%-ը (Գծապատկեր 6.): Վերջին առնվազն 15 տարիների ընթացքում այդպիսի բարձր վստահության մակարդակ չի դիտվել Հայաստանի պետական ու քաղաքական և ոչ մի ինստիտուտի նկատմամբ:

Բացի դրանից՝ իրեն Հայ Առաքելական Եկեղեցու հետևորդ է համարում Հայաստանի երիտասարդության 93.2%-ը (Գծապատկեր 8.), աթեիստ է ընդամենը 0.9%-ը, Աստծուն հավատում, սակայն ոչ մի կրոնի հետևորդ կամ եկեղեցու անդամ չէ 4.1%-ը:

Երիտասարդները շատ ինտենսիվ են եկեղեցի հաճախում: Ամեն օր կամ շաբաթը մի քանի անգամ եկեղեցի է հաճախում Հայաստանի երիտասարդների (և՛ տղաների, և՛ աղջիկների) մոտավորապես 18%-ը (Գծապատկեր 9.), մոտ 55%-ը եկեղեցի է հաճախում ամիսը մի քանի անգամ, իսկ ամիսը կամ տարին մի քանի անգամ՝ մոտ 75%-ը (Գծապատկեր 9.):

Հետևաբար համահայկական միասնականության հարցերի կառավարման ոլորտում Հայ Առաքելական Եկեղեցին օժտված է մեծ ներուժով:

Երկրորդ հարցի պատասխանը ստանալու համար պետք է քննել Հայաստանի երիտասարդության կրոնական գիտակցության բնույթը և կառուցվածքը: Ձանգվածային հետազոտության շրջանակներում այդ գործընթացն իրականացվել է հետևյալ հարցախմբի միջոցով.

«Հավատո՞ւմ եք արդյոք...

1. թուղթ ու գրի ազդեցությանը,
2. աստղագուշակությանը,
3. երագներիին,
4. չար աչքի ազդեցությանը,
5. աղոթքով բուժմանը,
6. հոգեկանչությանը (հոգիներ կանչելուն),
7. դժոխքի գոյությանը,
8. Քրիստոսի երկրորդ գալստյանը,
9. քրիստոնյաների ու մահմեդականների՝ նույն Աստծուն հավատալուն»:

Տրվել է նաև «Երբևէ եղե՞լ եք բախտագուշակի մոտ» հարցը:

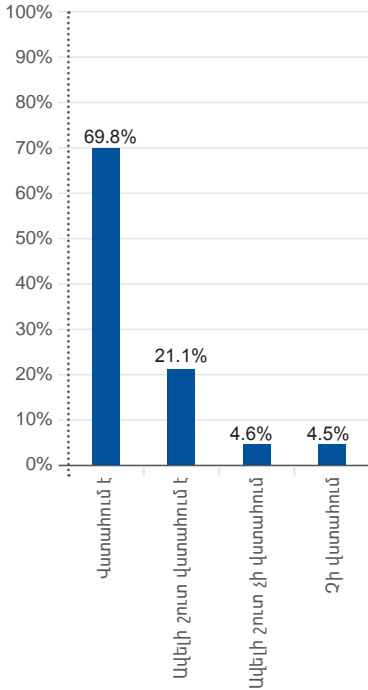
Նշված հարցերին տրված պատասխաններից (Գծապատկեր 9.) բխում է, որ Հայաստանի երիտասարդության կրոնական գիտակցությունը բավականին էկլեկտիկ է, այսինքն՝ նրանք հավատում են և՛ քրիստոնեական դավանանքի դրույթներին, և՛ այնպիսի դրույթների, որոնք ակնհայտորեն քրիստոնեական չեն: Մասնավորապես յուրաքանչյուր երրորդ երիտասարդը հավատում է աստղագուշակությանը, իսկ 85%-ը համոզված է, որ քրիստոնյաներն ու մահմեդականները նույն Աստծուն չեն հավատում, յուրաքանչյուր երրորդն էլ եղել է բախտագուշակի մոտ:

Այսպիսով՝ չնայած Հայաստանի երիտասարդությունը եկեղեցի շատ ինտենսիվ է հաճախում, այդուհանդերձ նրա կրոնական գիտակցությունը թույլ է շաղկապված Հայ Առաքելական Եկեղեցու դավանաբանությանը և առավելապես դրսևորվում է որպես ազգային նույնականացման դոզմատիկացված բաղադրիչ: Այսինքն՝ Հայաստանի երիտասարդության՝ հայերի այլակրոն և այլադավան էթնոմշակութային խմբերի նկատմամբ ձևավորված դիրքորոշումները չունեն դավանաբանական բնույթ:

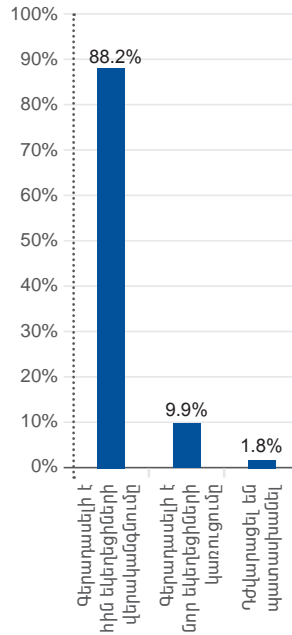
Հետևաբար **հայ հանրության միասնականության (ընդլայնման) տեսակետից կարևոր նշանակություն ունի Հայ Առաքելական Եկեղեցու դիրքորոշումը. այդ հարցում Հայ Առաքելական Եկեղեցին ունի հեղինակության նշանակալի ռեսուրս:** Այլակրոն և այլադավան հայերի նկատմամբ հանդուրժողականության աճն էլ չի սպառնում Հայաստանի երիտասարդության կրոնական գիտակցության կառուցվածքում Հայ Առաքելական Եկեղեցու դավանաբանության դիրքավորմանը:

Համահայկական միասնականության հարցը կարևոր է նաև Հայաստանում (և Հայաստանից դուրս) ժողովրդագրական ծանր վիճակը շտկելու առումով: Հայության կազմից տարբեր էթնոմշակութային խմբերի «արտաքսումը» հավելյալ դժվարություններ է ստեղծում հայ հասարակության ժողովրդագրական վերարտադրման և գենետիկական բազմազանության ապահովման գործընթացներում:

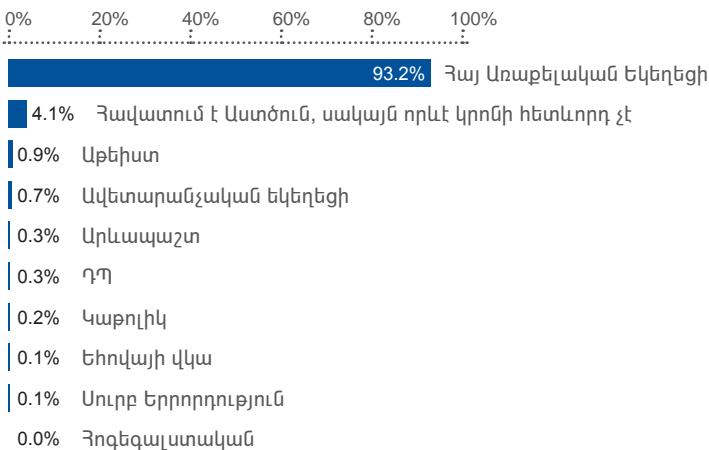
6. «Ուրբանով ե՞ս վստահում եմ Հայ Առաքելական Եկեղեցուն»:



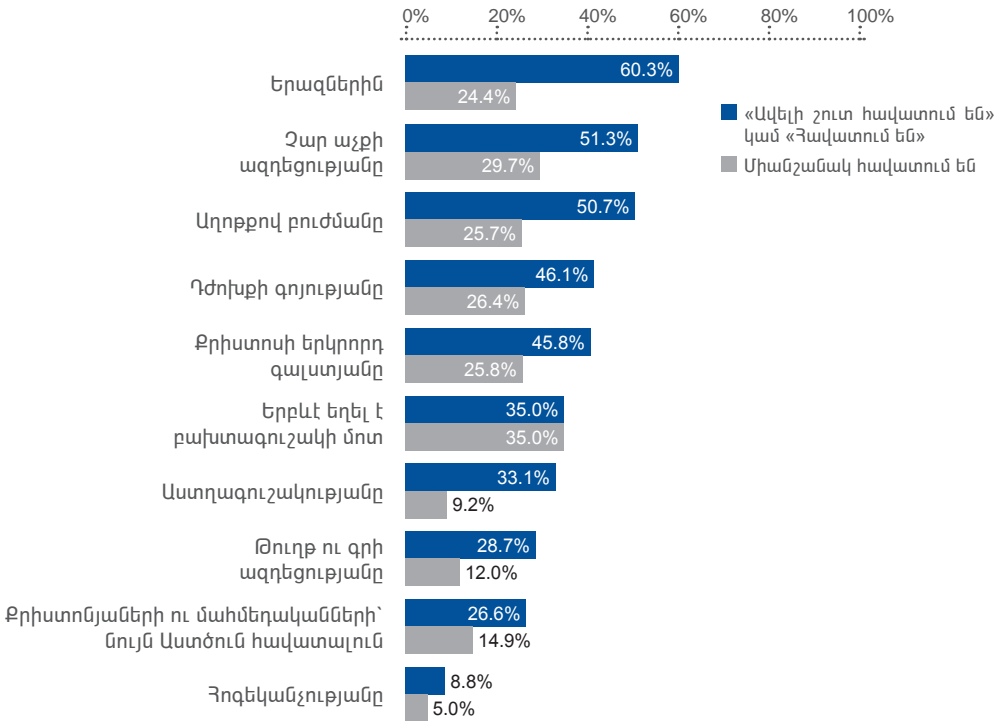
7. «Ըստ Ձեզ՝ ֆինանսական սուղ միջոցների դայանսներում գերադասելի է Նայասահի հին եկեղեցիների վերակառուցումը, թե՞ նորերի կառուցումը»:



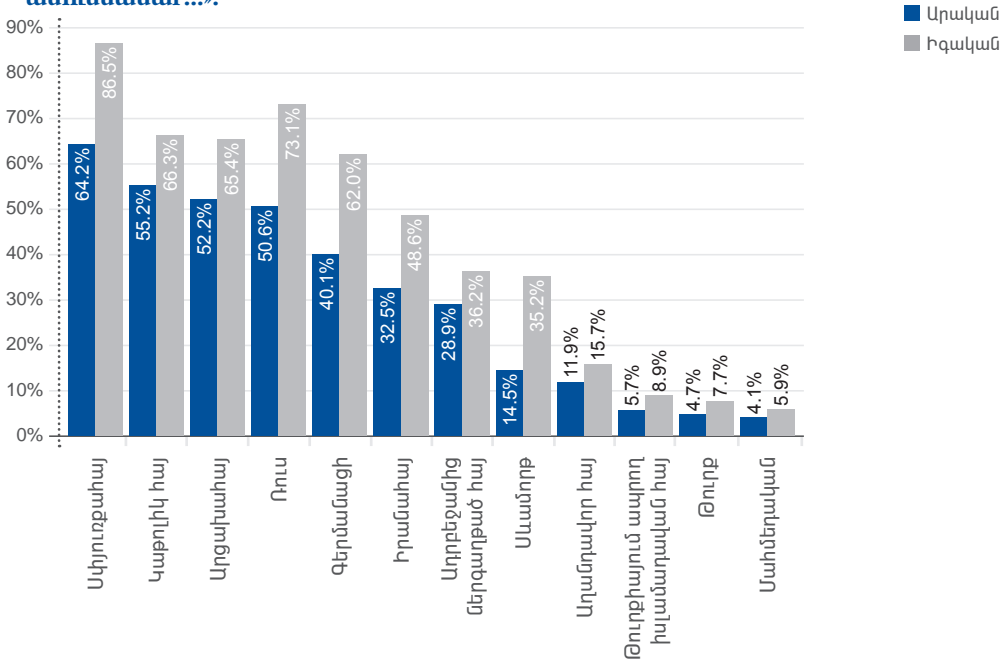
8. «Գու՞մ ո՞ր կրոնի կամ եկեղեցու անդամ կամ հետևորդ եմ Ձեզ համարում»:



9. «Նավաստում եմ արդյո՞ւմ...»:



10. «Կրնո՞ւնե՞իք, եթե Չե՞ր եղբայր/ույրը, հղան/աղջիկը ամուսնանա...»:



2. Ընթացիկ և կենսառոճ

Այս բաժնում դիտարկվում են հետևյալ հարցերը.

1. Ինչդիսի՞ն են Տայասանի երիտասարդության դիրքորոշումները ամուսնության և երեխաներ ունենալու հարցում: Արդյո՞ք դրանք կարո՞ղ են բավարար ազդեցություն ունենալ Տայասանում ժողովրդագրական իրավիճակը փոփոխելու գործում:
2. Ինչդիսի՞ն են Տայասանի երիտասարդության դիրքորոշումները ընտանեկան և ավելի լայն համայնքում՝ սեռերի միջև հարաբերությունների դրսևում:



Վերարտադրողական վարք

Երեխաների ցանկալի ֆանակն ընտանիքում

Հայաստանի 18-ից 30 տարեկան երիտասարդների վերարտադրողական վարքի հենքային դիրքորոշումը գնահատվել է հետևյալ հարցով. «Քանի՞ երեխա կունենայիք, եթե բնակարանով և նյութապես բավարարված լինեիք»: Այս հարցին տրված պատասխանների բաշխումը համադրվել է նույն երիտասարդների ընտանիքներում առկա երեխաների թվաքանակի հետ, որը հաշվարկվել է հետևյալ հարցին տրված պատասխաններով. «Քանի՞ հարազատ քույր և եղբայր ունեք» (ընտանիքում առկա երեխաների քանակը հավասար է՝ հարցին տրված պատասխանին գումարած 1) (Գծապատկեր 11.): Գծապատկերից երևում է, որ ընտանիքում երեխաների ցանկալի քանակի վերաբերյալ երիտասարդների արտահայտած դիրքորոշումները մոտավորապես կրկնում են իրենց ծնողների ընտանիքներում առկա երեխաների փաստացի քանակի բաշխումը: Եթե ընտանիքում երկու կամ երեք երեխա են ունեցել հարցված երիտասարդների ծնողների համապատասխանաբար 38.5% և 39.9%-ը, ապա այդ նույն քանակի երեխաներ են ցանկանում ունենալ երիտասարդների 33.6% և 39.4%-ը: 4 կամ 5 երեխա ունենալ ցանկացող երիտասարդների քանակը, սակայն, ավելին է, քան նրանց ծնողների՝ փաստացի նույնքան երեխա ունեցած ընտանիքների քանակը:

Առկա արդյունքները ժողովրդագրական վերարտադրության ներուժը նկարագրող ցուցանիշի փոխակերպելու համար ստացված բաշխումների հիման վրա երիտասարդների ծնողների ընտանիքներում⁹ հաշվարկվել են ընտանիքի մոր պտղաբերության գործակիցը¹⁰ և կնոջ պտղաբերության գործակիցը երիտասարդների դիրքորոշումներում:

Արդյունքում ստացվել է, որ եթե երիտասարդներն ունենան ճիշտ նույնքան երեխա, որքան նշել են իրենց պատասխաններում, ապա նրանց ընտանիքներում մոր պտղաբերության գործակիցը կլինի 2.92:¹¹ Երիտասարդների ծնողների ընտանիքներում կնոջ պտղաբերության գործակիցը կազմել է 2.78: Այս թիվը շատ մոտ է ՀՀ Ազգային վիճակագրության տվյալներով արտացոլված կնոջ պտղաբերության գործակցին, որը 1970-1975թթ. ընթացքում գտնվել է [2.79; 3.16] միջակայքում (Գծապատկեր 12.):

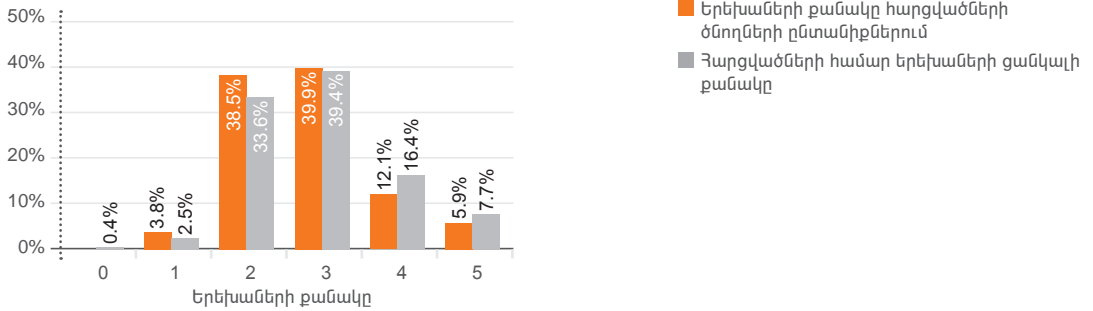
Հայտնի է, որ ժողովրդագրական ընդլայնված վերարտադրության համար կնոջ պտղաբերության գործակցի արժեքը պետք է մեծ լինի 2.15-ից: 1995 թվականից ի վեր Հայաստանում այն գտնվել է նշված մակարդակից ավելի ցածր, իսկ 2010 թ-ին պտղաբերության գործակիցը եղել է 1.56:

Այսպիսով՝ ըստ Հայաստանի երիտասարդների դիրքորոշումների՝ ընտանիքում երեխաների ցանկալի քանակը (կամ կնոջ պտղաբերության գործակիցը) բավարար է բնակչության քանակի բնական ընդլայնված վերարտադրության համար:

Հետևաբար ժողովրդագրական բացասական միտումների պատճառները գտնվում են տնտեսական հարաբերությունների և դրանցով պայմանավորված մշակութային փոփոխությունների ոլորտներում:

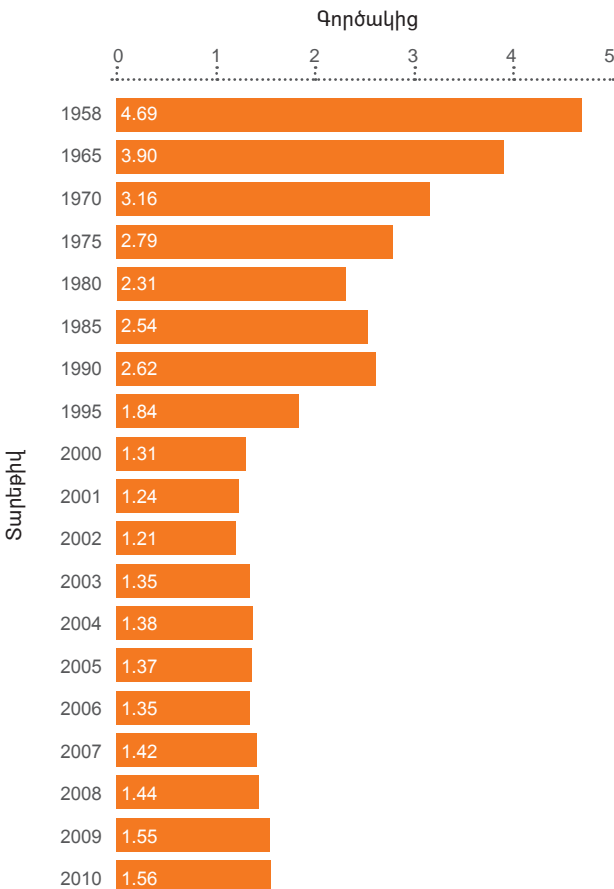
9 Կիրառված մոտեցումն աղեկվատ է, քանի որ 18-ից 30 տարեկան երիտասարդների մայրերը շատ մեծ հավանականությամբ արդեն դուրս են եկել իրենց ծնունակ տարիքից:
 10 **Պտղաբերության գործակիցը** կամ ծնելիության գումարային գործակիցը բնութագրում է երեխաների միջին թվաքանակը, որ կծնի մեկ կինն իր ծնունակ տարիքում (15-45 տարեկան)՝ իր ողջ կյանքի ընթացքում ծնելիության տվյալ տարվա մակարդակի պահպանման դեպքում:
 11 Եթե հարցվողը կին է, ապա ընտանիքի մայրը հենց նա է, իսկ եթե տղամարդ է, ապա՝ նրա կինը: Հետևաբար հաշվարկը ներառում է 18-ից 30 տարեկանների բոլոր հնարավոր ընտանիքները և բոլոր ընտանիքների մայրերին:

11. Տարցվածների և նրանց ծնողների վերահաղորդական դիֆուզիոններն ու վարքը:



12. ՊՏՀաբերության գործակիցը Նայասանում 1958-2010թթ.:

ՀՀ Ազգային վիճակագրական ծառայության տվյալներ



Ամուսնություններ և ամուսնության վերաբերյալ դիրքորոշումներ

Հայաստանի 18-ից 30 տարեկան երիտասարդների բաշխումը, ըստ տարիքային խմբերի և տարիքի, տրված է համապատասխանաբար Գծապատկեր 13.-ում և Գծապատկեր 14.-ում: Առաջիկա երկու տարիներին ամուսնանալու ցանկություն ունեցողների քանակն էլ՝ հաշվարկված չամուսնացած երիտասարդների թվից, ըստ սեռատարիքային խմբերի և տարիքի¹², տրված է համապատասխանաբար Գծապատկեր 15.-ում և Գծապատկեր 16.-ում:

Այդ գծապատկերների միասնական դիտարկումը վեր է հանում Հայաստանում ժողովրդագրական իրավիճակի մի շարք կարևոր առանձնահատկություններ.

- **Հայաստանի երիտասարդների շրջանում ամուսնացած չեն 27-29 տարեկանների ավելի քան մեկ երրորդը, իսկ 30 տարեկան երիտասարդներից՝ յուրաքանչյուր 4-րդը (Գծապատկեր 14.):**
- **Եթե 18-19 տարեկանների խմբում առաջիկա երկու տարիների ընթացքում հարաբերականորեն ավելի շատ են ամուսնանալ պատրաստվող աղջիկները, ապա 20-24 տարեկանների խմբում այդպիսի տղաների և աղջիկների քանակները հավասարվում են, իսկ 25-30 տարեկանների խմբում արդեն չամուսնացած և առաջիկա երկու տարիներին ամուսնանալ պատրաստվող տղաների հարաբերական քանակն արդեն ավելին է, քան ամուսնանալ պատրաստվող աղջիկների քանակը (Գծապատկեր 15.):¹³**
- **Չամուսնացած երիտասարդների շրջանում, սկսած 29 տարեկանից, առաջիկա երկու տարիներին ամուսնանալու ձգտումը սկսում է նվազել (Գծապատկեր 16.):**

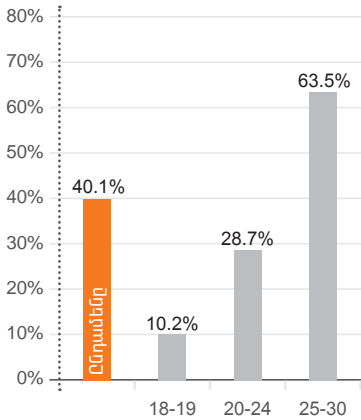
Այսպիսով՝ Հայաստանի ժողովրդագրական վիճակի շտկման առումով նշանակալի ռեզերվ է մինչ 30 տարեկանը չամուսնացած երիտասարդների շոշափելի քանակը՝ յուրաքանչյուր տարիքային կոհորտայի 25%-ը:¹⁴

12 Վերլուծությունը միայն տարիքային կատեգորիաներով տալիս է առարկայի վերաբերյալ ընդհանրացված պատկերացում, սակայն իրավիճակի բովանդակային ընկալման տեսակետից երբեմն «թաքցնում է» կարևոր մանրամասները:

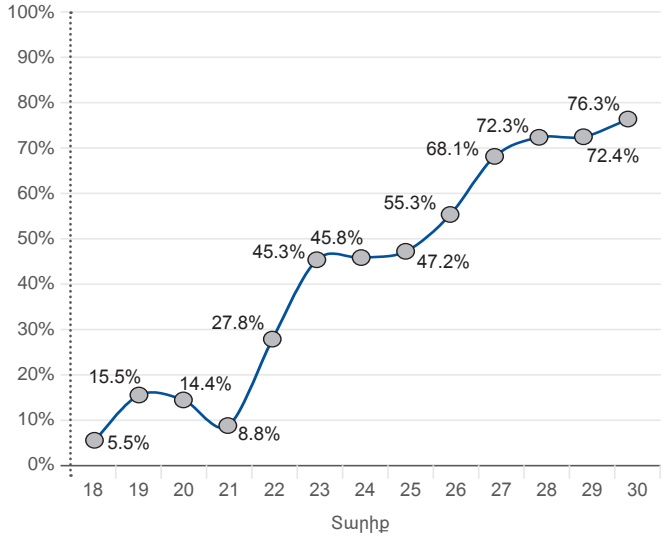
13 Քանի որ տվյալները ներկայացված են չամուսնացած անձանց թվից, հետևաբար ժամանակային միտումները չեն կարող բացատրվել ժամանակի ընթացքում չամուսնացածների քանակի նվազմամբ: Դրանք արտահայտում են երիտասարդության շրջանում առկա վերարտադրողական ընդհանուր վարքից շեղվող դիրքորոշումներով ենթաշերտերի առկայության մասին:

14 Տարիքային կոհորտան որոշակի տարվա ընթացքում ծնված անձանց քանակն է:

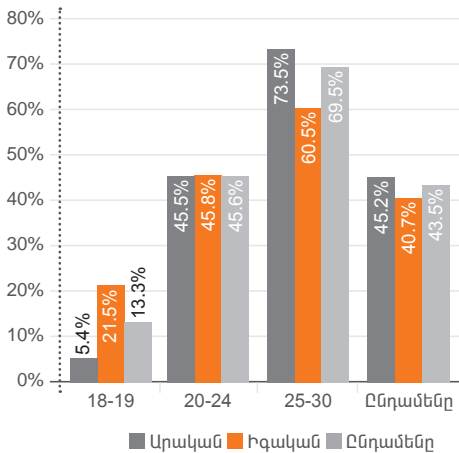
✓ 13. Ամուսնացած երիտասարդներն ըստ սարիքային խմբերի:



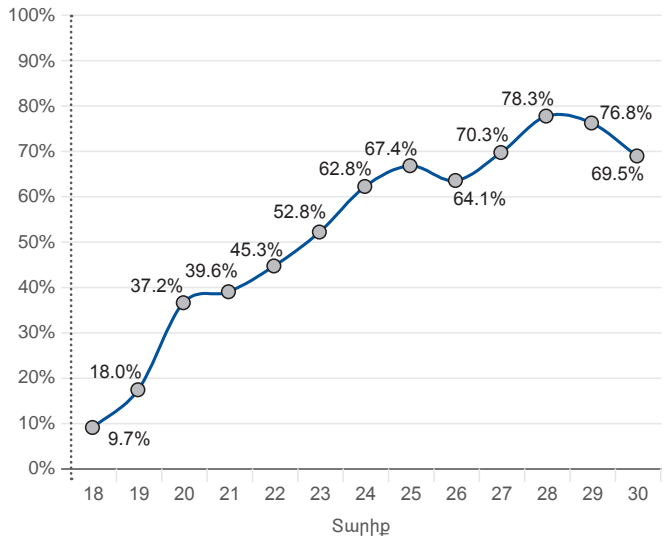
✓ 14. Ամուսնացածների բախումն ըստ սարիքի:



✓ 15. Չամուսնացած երիտասարդները, ովքեր դասրասվում են ամուսնանալ առաջիկա 2 սարիների ընթացքում:



✓ 16. Չամուսնացած երիտասարդները, ովքեր դասրասվում են ամուսնանալ առաջիկա 2 սարիների ընթացքում:



Չամուսնանալու դասճառները

Չամուսնացած երիտասարդների՝ առաջիկա երկու տարիների ընթացքում ամուսնություն չպլանավորելու պատճառները, ըստ տիպի, սեռի և տարիքի, տրված են Աղյուսակ 7.-ում:

7. Հայաստանի երիտասարդների չամուսնանալու դասճառները:

Չամուսնանալու պատճառները	18-19	20-24	25-30	Արական	Իգական
Մշակութային պատճառներ					
1. Տարիքի պատճառով, դեռ չուտ է	24.9%	15.7%	16.4%	17.8%	23.0%
2. Սովորում է/նտածում է ուսման մասին	22.3%	10.0%	2.7%	7.8%	25.4%
3. Ծառայում է/բանակ է գնալու	14.9%	1.0%	-	11.4%	-
4. Ընտրյալ չունի/հարմար թեկնածու չկա	6.7%	14.9%	18.6%	6.8%	19.5%
5. Ուզում է ազատ ապրել/չի ցանկանում	5.8%	13.5%	22.5%	11.2%	10.9%
6. Պատրաստ չէ/դեռ մտադրություն չունի	2.3%	4.0%	4.7%	2.8%	4.1%
7. Ժամանակ չունի	1.3%	0.9%	4.7%	1.6%	1.3%
8. Ինքնահաստատված չէ/կայացած չէ	0.9%	4.2%	-	3.3%	1.8%
9. Ստածում է կարիերայի/գործի մասին	0.7%	1.2%	0.9%	0.4%	1.9%
10. Պատրաստվում է Հայաստանից մեկնել	0.3%	1.0%	2.3%	0.2%	1.9%
11. Իրենից առաջ ամուսնացող կա	-	1.3%	-	1.0%	-
Ընդամենը՝ մշակութային պատճառներ	80.1%	67.7%	72.8%	64.3%	89.8%
Տնտեսական պատճառներ					
1. Աշխատանք չունի/նորմալ աշխատանք չունի	12.0%	14.8%	5.5%	16.3%	-
2. Ֆինանսական/սոցիալական խնդիրներ	5.7%	10.8%	13.8%	14.3%	1.0%
3. Առանձին/սեփական տուն չունի/տունը փոքր է	1.5%	2.1%	1.9%	3.0%	6.6%
Ընդամենը՝ տնտեսական պատճառներ	19.2%	27.7%	21.2%	33.6%	7.6%
Ընդամենը	99.3%	95.4%	94.0%	97.9%	97.4%

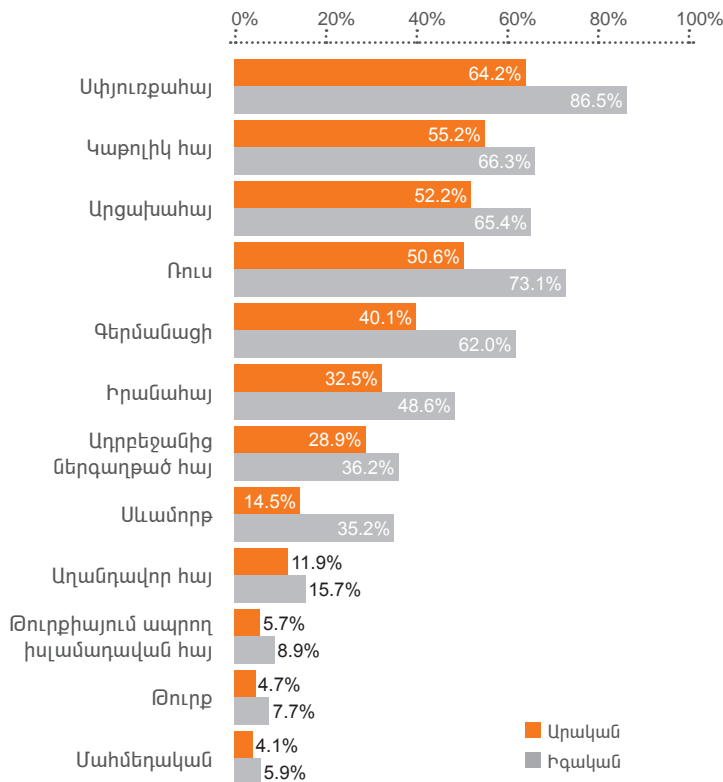
Ընդամենը տողում տվյալները հավասար չեն 100%-ի, քանի որ բաց են թողնված անմշան տոկոսներ՝ ստացած իրավիճակային չխմբավորված պատճառները:

Աղյուսակի տվյալներից բխում է՝

- Երիտասարդության շրջանում ավելի տարածված են չամուսնանալու մշակութային, այլ ոչ թե տնտեսական պատճառները:
- Չամուսնանալու տնտեսական պատճառներն առավելապես բնորոշ են տղամարդկանց, իսկ մշակութային պատճառները՝ կանանց: Տղամարդկանց շրջանում մշակութային և տնտեսական պատճառների տարածվածության հարաբերակցությունը 2 : 1 է, իսկ կանանց շրջանում՝ 11 : 1:
- Տարիքին զուգահեռ՝ որպես չամուսնանալու պատճառ տղամարդկանց շրջանում մի կողմից նվազում է «աշխատանք չունենալ» պատճառը, մյուս կողմից աստիճանաբար աճում է «ֆինանսական և սոցիալական չլուծված խնդիրների» տարածվածությունը: Այս իրողությամբ արտահայտվում է Հայաստանի տնտեսության ցածր արտադրողականության ազդեցությունը, երբ անձն ունի աշխատանք, սակայն դրա դիմաց վարձատրությունն անբավարար է՝ ընտանիքին հասարակայնորեն ընդունելի կենսամակարդակ ապահովելու համար:

- Տարիքին զուգահեռ՝ նվազում է «սովորելու» որպես ամուսնությունը հետաձգելու պատճառը, սակայն միաժամանակ աճում է դրա «սովերային» ասպեկտը՝ «հարմար թեկնածու չկա» պատճառը: Ընդ որում՝ վերջինս առավելապես «կանանցի» պատճառ է: Դա իր հերթին երիտասարդ կանանց շրջանում վերածվում է այլ ազգերի և հայերի էթնոմշակութային խմբերի ներկայացուցիչների հետ ամուսնության նկատմամբ հանդուրժողականության աճի գործոնի (Գծապատկեր 17.):
- «Ազատ ապրելու» դիրքորոշումը հավասարապես բնորոշ է և՛ տղամարդկանց, և՛ կանանց: Այդ մշակութային գործոնի ազդեցությունը զգացվում է համեմատաբար ավելի ավագ տարիքում:

17. «Կրնդունեի՞ք, եթե Ձեր եղբայրը/ քույրը, զղան/աղջիկը ամուսնանա...»:



Ամուսնացած երիտասարդների ԵՐՉԱՆՈՒՄ ԵՐԵՒՄԱՆԵՐ չղյանավորելու դասճառներ

Ժողովրդագրական խնդիրների լուծման մյուս «տիրույթն» ընտանիքներում երեխաների փոքր քանակն է: Այդ հարցի ուսումնասիրության համար դիտարկվել են ամուսնացած երիտասարդների շրջանում առաջիկա երկու տարիների ընթացքում երեխա չպլանավորելու պատճառները: Դրանք և դրանց դասակարգումը, ըստ սեռի և տարիքի, տրված են Աղյուսակ 8-ում:

8. Երեխա չղյանավորելու դասճառներ:

Երեխա չպլանավորելու պատճառները	20-24	25-30	Արական	Իգական
Տնտեսական պատճառներ				
Ֆինանսական խնդիրներ, սոցիալական խնդիրներ	30.8%	24.3%	37.8%	21.9%
Առանձին/սեփական տուն չունի, փոքր է	3.1%	2.7%	-	3.5%
Աշխատանք չունի/նորմալ աշխատանք չկա	1.6%	1.7%	2.0%	1.5%
Ընդամենը՝ տնտեսական պատճառներ	35.5%	28.7%	39.8%	26.9%
Սոցիալական պատճառներ				
Երեխաները դեռ փոքր են	15.1%	16.3%	15.8%	18.6%
Առողջական խնդիրների պատճառով	8.6%	1.7%	2.0%	4.2%
Ընդամենը՝ սոցիալական պատճառներ	23.7%	18.0%	17.8%	22.8%
Մշակութային պատճառներ				
Արդեն երկու երեխա ունի	18.0%	30.9%	22.5%	28.0%
Արդեն մեկ երեխա ունի	13.7%	14.8%	12.7%	14.4%
Կենտրոնացած է աշխատանքի/կարիերայի վրա	1.8%	2.3%	0.7%	2.5%
4 երեխա ունի	-	1.2%	-	1.1%
Ընդամենը՝ մշակութային պատճառներ	33.5%	49.2%	35.9%	46.0%
Ընդամենը	92.7%	95.9%	93.5%	95.7%

Աղյուսակի տվյալները հանգեցնում են հետևյալ եզրակացություններին.

- Ամուսնացած երիտասարդների կողմից երեխաներ չպլանավորելու դեպքում նորից առավել տարածված են մշակութային պատճառները (ընտանիքն «արդեն ունի երկու երեխա», «արդեն ունի մեկ երեխա»):
- Ամուսնացածների ընտանիքներում երեխաների քանակի ավելացման **չարունակական** խոչընդոտ է ընտանիքների սոցիալական և տնտեսական անբարեկեցիկ վիճակը: Ընդ որում՝ այդ պատճառը թույլ է շաղկապված տարիքի հետ. ամուսնացած լինելու փաստը «հավասարեցնում» է տարիքային տարբեր խմբերի երիտասարդներին:
- Ընտանիքի սոցիալական և ֆինանսական վիճակը՝ որպես երեխաներ չպլանավորելու պատճառ, ինչպես և ամուսնության հետաձգման դեպքում, առավելապես «տղամարդկային» պատճառ է:
- Ընտանիքում արդեն առկա (մեկ կամ երկու) երեխաները՝ որպես երեխաներ այլևս չպլանավորելու պատճառ, թույլ է շաղկապված հարցվողի սեռի հետ: Այս փաստը կարելի է մեկնաբանել հետևյալ կերպ. որպես կանոն, ամուսնական զույգ են կազմում միևնույն մշակութային տիպին պատկանող անձինք, ինչի հետևանքով երեխաներ ունենալու կամ չունենալու հետ կապված դիրքորոշումները նույնպես, որպես կանոն, համընկնում են:

- Բավականին անհանգստացնող փաստ պետք է համարել երիտասարդ հասակում ամուսնության հետաձգումը «առողջական խնդիրների պատճառով»:¹⁵

Այսպիսով՝ **Չայաստանի ժողովրդագրական վիճակի շտկման համար անհրաժեշտ են ոչ միայն ամուսնությանը նպաստող տնտեսական պայմանների բարելավում, այլև այնպիսի ռազմավարությունների մշակում, որոնք համահունչ կլինեն ներկայումս ընթացող մշակութային փոփոխություններին:**

Ընտանեկան հարաբերություններ

Ամուսնության և երեխաներ ունենալու վերաբերյալ դիրքորոշումներում մշակութային գործոնների ազդեցության գերակայությունից բխում է, որ երիտասարդության շրջանում տեղի են ունենում ընտանիքում և հասարակությունում կնոջ դերի և ազատության աստիճանի փոփոխություններ, որոնք արտահայտվում են և՛ ընտանիքում, և՛ ընտանիքից դուրս: Հետևաբար անհրաժեշտ է ուսումնասիրել այդ փոփոխությունների բնույթը և դիմամիկան:

Այս ենթաբաժնում դիտարկվում են ընտանեկան հարաբերությունների և կնոջ հասարակական վարքի հետ կապված հետևյալ հարցերը.

1. Ո՞վ պետք է լինի ընտանիքի գլխավորը,
2. Դիրքորոշումներն ընտանեկան հարցերում,
3. Դիրքորոշումներն ամուսնալուծության վերաբերյալ,
4. Ինչպիսի՞ն են երիտասարդների դիրքորոշումները կնոջ հասարակական վարքի ազատության, մասնավորապես նաև արտամուսնական ուլորտի վերաբերյալ:

Ո՞վ լից է լինի ընտանիքի գլխավորը

«Ո՞վ պետք է լինի ընտանիքի գլխավորը» այն հիմնական դիրքորոշումն է, որն իր մեջ խտացնում է ավանդականությունն ընտանեկան հարցերում: Այդ ընդհանուր դիրքորոշումն ունի իրենից բխող և միաժամանակ իրեն բովանդակություն հաղորդող բաղադրիչներ:

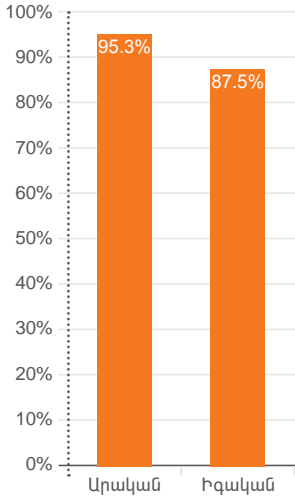
Չայաստանի երիտասարդության շրջանում ներկայումս ընդհանուր առմամբ գերիշխում են ավանդական դիրքորոշումները: Այդուհանդերձ, այդ հարցում տղամարդկանց և կանանց դիրքորոշումներն արդեն էականորեն տարբերվում են (Գծապատկեր 18.). եթե տղամարդկանց 95.3%-ն է համարում, որ ընտանիքի գլխավորը պետք է լինի տղամարդը, ապա կանանց շրջանում այդ տոկոսը կազմում է 87.5: Բնականաբար, տղամարդու դերն ավելի բարձր է գնահատվում գյուղերում (Գծապատկեր 19.), իսկ այդ հարցում երիտասարդության առավել ազատական շերտն ուսանողությունն է:

Ընտանիքի գլխավորի վերաբերյալ ավանդական դիրքորոշումն ունի երկու հիմնական բաղադրիչ: Առաջինը՝ ընտանիքում գլխավոր պետք է լինի ամուսինը, և երկրորդը՝ ընտանիքում գլխավոր պետք է լինի «տարիքով ավագը»՝ առավելապես ավագ տղամարդը, սակայն չի բացառվում նաև, որ տարիքով ավագ կինը լինի: Երկրորդ դիրքորոշումն ավելի տարածված է տղամարդկանց շրջանում (Գծապատկեր 20.): Երիտասարդության շրջանում, սակայն, արդեն առկա է 7.5% կազմող մի շերտ, որը համարում է, որ ընտանիքում ամուսինները պետք է հավասար լինեն: Ընդ որում՝ այդպիսի դիրքորոշում ունեն առավելապես երիտասարդ կանայք (11.1%) (Գծապատկեր 20.):

¹⁵ Այդ խնդիրները սույն զեկույցի մեջ չեն ընդգրկվել, քանի որ Չայաստանում 33 Ազգային վիճակագրական ծառայության կողմից 2010 թ-ին իրականացվել է Չայաստանի ժողովրդագրական առողջապահական երրորդ ընդգրկում մասնագիտացված հետազոտությունը (առաջինն իրականացվել է 2000 թ-ին, իսկ երկրորդը՝ 2005 թ-ին), որում պարունակվում են երիտասարդների (ինչպես կանանց, այնպես էլ տղամարդկանց) վերարտադրողական առողջության հետ կապված քազմաթիվ հարցեր, այդ թվում՝ նաև առաջնային և երկրորդային անպտղության տարածվածությունը և պատճառները:

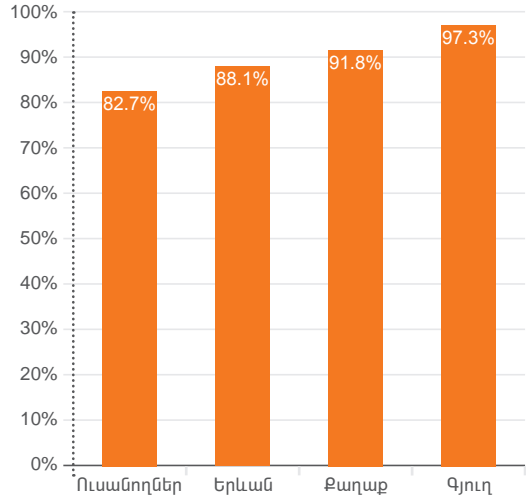
18. «Ո՞վ ՊԵՆՏ Է լինի ընտանիքի գլխավորը» (ըստ սեռի):

Տրված է «Ամուսինը», «Տարիքով մեծերը», «Տղամարդը» պատասխանների գումարը:

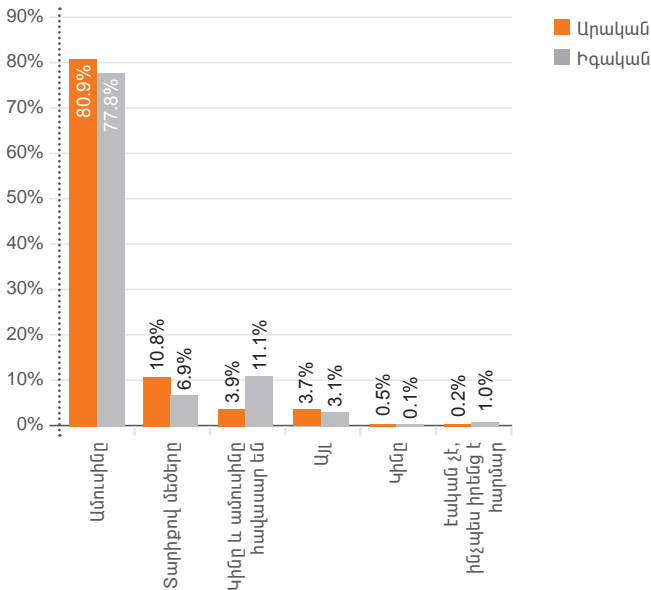


19. «Ո՞վ ՊԵՆՏ Է լինի ընտանիքի գլխավորը» (ըստ բնակավայրի տիպի և ուսանողների):

Տրված է «Ամուսինը», «Տարիքով մեծերը», «Տղամարդը» պատասխանների գումարը:



20. «Ո՞վ ՊԵՆՏ Է լինի ընտանիքի գլխավորը»:



Կնոջ դերն ընտանիքում և հասարակական գործունեության մեջ

Այն իրողության վերաբերյալ, թե երիտասարդներն ինչպես են տեսնում կնոջ դերն ընտանեկան և հասարակական տարբեր իրավիճակներում, մոտավոր պատկերացում կազմելու համար ներկայացվել են մի շարք դրույթներ, որպեսզի երիտասարդները դրանց նկատմամբ արտահայտեն իրենց համաձայնությունը կամ անհամաձայնությունը:

Դրույթների միջոցով ուսումնասիրվող կոնցեպտները և դրանք արտապատկերող իրավիճակները տրված են Աղյուսակ 9.-ում:

9. Դրույթները և դրանք արտապատկերող իրավիճակները:

Ուսումնասիրվող կոնցեպտները	Կոնցեպտներն արտապատկերող իրավիճակը
Գերակա է ավանդական, թե՞ նուկլեար ընտանիքը:	Որտե՞ղ պետք է ապրի երիտասարդ ընտանիքը՝ ծնողների հե՞տ, թե՞ առանձին:
Արդյոք գերակա է մնո՞ւմ պատրիլոկալ ընտանիքը:	Ընդունելի՞ է արդյոք, որ երիտասարդ ընտանիքն ապրի կնոջ ծնողների տանը:
Արդյո՞ք շարունակում է ավանդական մնալ արու ժառանգի գերակայությունը: ¹⁶	Հավասար են արդյոք տղա և աղջիկ ժառանգները:
Կնոջ աշխատելու դիրքորոշման մեջ գերակա է տնտեսակա՞ն, թե՞ մշակութային հիմքը:	Ընդունելի՞ է արդյոք կնոջ աշխատանքը:
Ո՞ր դերն է կնոջ համար գերակա՞ հասարակակա՞ն, թե՞ ընտանեկան:	Արդյո՞ք կնոջ կարիերան/հասարակական դիրքը գերակա են նրա ընտանեկան դերի նկատմամբ:
Ընդունելի՞ է արդյոք կնոջ առաջնորդությունը հասարակական/աշխատանքային հարաբերություններում:	Ընդունելի՞ է արդյոք կնոջ ղեկավար դերը հասարակական/աշխատանքային հարաբերություններում:
Ընդհանուր դիրքորոշումը տղամարդու և կնոջ հավասարության վերաբերյալ:	Արդյո՞ք տղամարդը կնոջից ավելի խելացի է:
Ինչպիսի՞ն է կյանքի գերակայության նկատմամբ դիրքորոշումը:	Թույլատրելի՞ է արդյոք արտամուսնական արբորտը: Արբորտն արդյոք թույլատրելի՞ է ընտանիքի պլանավորման ոլորտում:

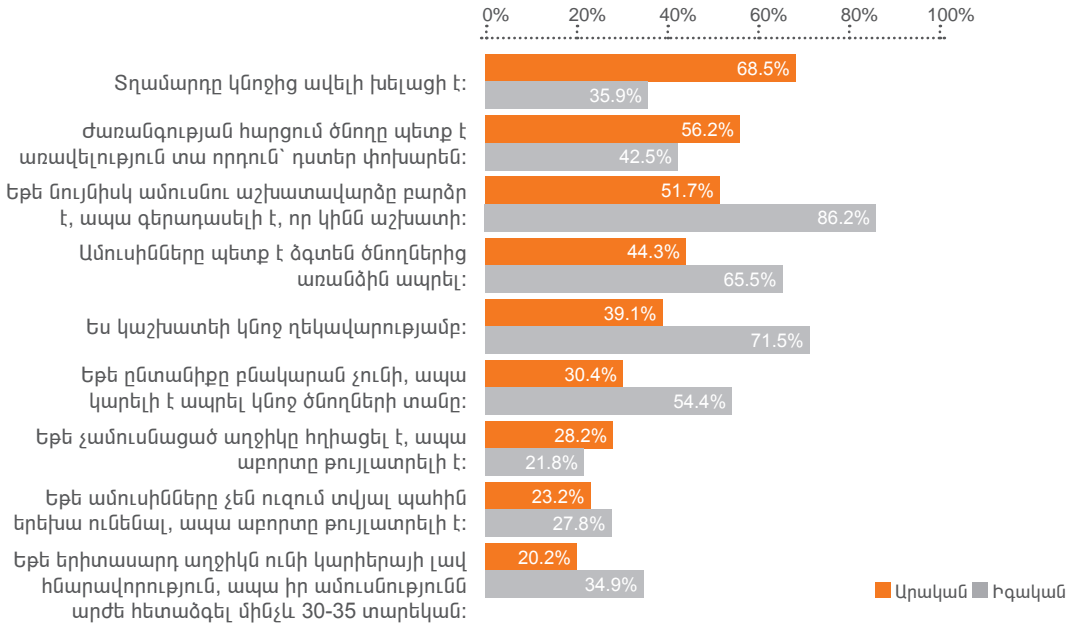
Դրույթների հարցաթերթային ձևակերպումներն ու ստացված պատասխանների բաշխումները, ըստ սեռի, տրված են Գծապատկեր 21.-ում:

Պատասխանների բաշխումից բխում է, որ Հայաստանի երիտասարդության շրջանում ընտանեկան և հասարակական հարցերում, սեռերի միջև հարաբերությունների ոլորտում մոտավորապես նույն չափով առկա են ինչպես ավանդական, այնպես էլ ժամանակակից դիրքորոշումներ: Սակայն, ինչպես և այլ ազգերի ու հայերի էթնոմշակութային խմբերի ներկայացուցիչների հետ ամուսնության նկատմամբ առկա դիրքորոշումներում, այնպես էլ այս պարագայում կանանց էմանսիպացիոն դիրքորոշումները գերազանցում են տղամարդկանց դիրքորոշումներին:

Դա հատկապես արտահայտիչ է կնոջ աշխատելու հետ կապված հարցում: «Եթե նույնիսկ ամուսնու աշխատավարձը բարձր է, ապա գերադասելի է, որ կինն աշխատի» հարցին դրական են պատասխանել տղամարդկանց 51.7%-ը, իսկ կանանց՝ 86.2%-ը:

¹⁶ Պատրիլոկալ է կոչվում այն ընտանիքը, որն ապրում է ամուսնու ծնողների հետ: Մատրիլոկալ է կոչվում այն ընտանիքը, որն ապրում է կնոջ ծնողների հետ:

21. Գրույթների հարցաթերթային ձևակերտումներն ու ստացված դասասխանների բախումներն ըստ սեռի:



Շատ մեծ է նաև կանանց շրջանում ծնողներից առանձին ապրելու դիրքորոշումը. երեք երիտասարդ կանանցից երկուսը գերադասում են, որպեսզի ընտանիքը ծնողներից առանձին ապրի:

Հայաստանի երիտասարդության շրջանում բավականին թուլացել է հայկական ընտանիքին ավանդաբար բնորոշ «պատրիլոկալության» դիրքորոշումը: «Եթե ընտանիքը բնակարան չունի, ապա կարելի է ապրել նաև ծնողների տանը» դրույթի հետ համաձայն են կանանց 54.4%-ը, իսկ տղամարդկանց դեպքում՝ 30.4%-ը:

Յուրաքանչյուր երրորդ երիտասարդ աղջկա համար երիտասարդ հասակում կարիերան ավելի գերակա է, քան ընտանիքը: Տղամարդկանց շրջանում այդպիսի դիրքորոշում ունի յուրաքանչյուր հինգերորդը:

Երիտասարդների շրջանում դեռևս բավականին բարձր է մնում իրենց մտավոր ունակությունների գերազանցության դիրքորոշումը կանանց նկատմամբ (այդպես են մտածում երիտասարդ տղամարդկանց 68.5%-ը), ինչը, սակայն, վիճարկվում է կանանց կողմից (այդպես են մտածում կանանց 35.9%-ը):

Գծապատկերի տվյալներից երևում է, որ սեռերի հավասարության հետ կապված բոլոր հարցերում երիտասարդ կանայք ավելի են հակված հավասարությանը, քան տղամարդիկ:

Այնուամենայնիվ, հարկ է նշել, որ չանունացած կանանց համար արդուրտը հարաբերականորեն թույլատրելի են համարում տղամարդիկ, իսկ ամուսնացած կանանց համար՝ կանայք:

Այսինքն՝ Հայաստանի երիտասարդության շրջանում **ավանդական հարաբերությունների շրջանակից ձեռքազատման գործընթացն առաջնորդում են երիտասարդ կանայք:**

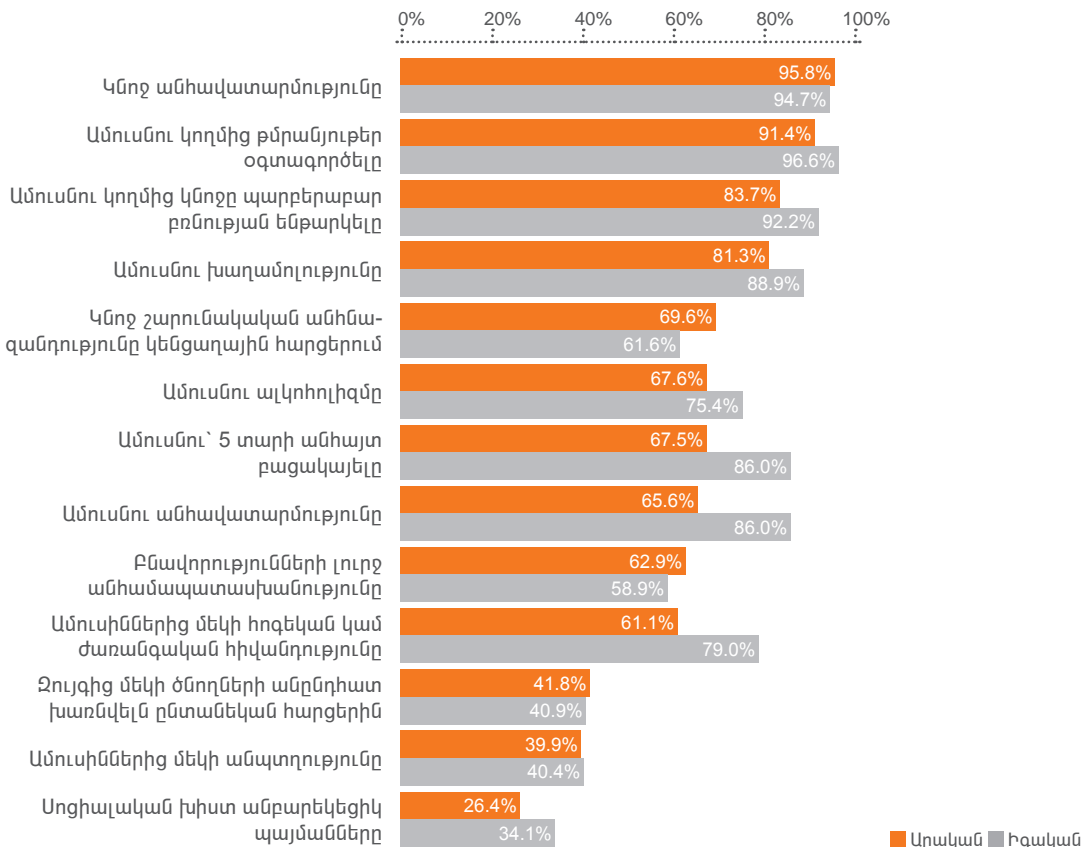
Ընտանեկան հարցերի հաջորդ կարևոր շրջանակն ամուսնալուծությունն է: Ուսումնասիրվել է այն հարցը, թե ամուսնալուծության համար ո՞ր իրավիճակները կարող են լուրջ կամ շատ լուրջ հիմք համարվել: Այդ իրավիճակները և դրանց գնահատականները տրված են Գծապատկեր 22.-ում:

Ամուսնալուծության լուրջ հիմքի վերաբերյալ ամենատարածված դիրքորոշումը կնոջ անհավատարմությունն է: Դրան հետևում են այն իրավիճակները, որոնք իր ֆունկցիաների կատարման գործում իրապես խանգարում են ընտանիքին: Դրանք են՝ ամուսնու թմրամոլությունը, ամուսնու խաղամոլությունը, կնոջը պարբերաբար բռնության ենթարկելը:

Չարև է նշել, որ չնայած սոցիալական խիստ անբարեկեցիկ իրավիճակը՝ որպես ամուսնալուծության լուրջ հիմք, դիտարկվածների շարքում ամենից քիչն է տարածված, սակայն դրա առանձին դիտարկման դեպքում մեկնաբանության երանգը փոխվում է: Ըստ էության, տղամարդկանց 26.4%-ի, իսկ կանանց 34.1%-ի համար սոցիալական խիստ անբարեկեցիկ պայմաններն ամուսնալուծության լուրջ հիմք են:

Կանանց և տղամարդկանց շրջանում ամուսնալուծության հիմքերի դիտարկումը նորից ի հայտ է բերում այն իրողությունը, որ կանանց մոտ ավելի ուժեղ են արտահայտված այն դիրքորոշումները, որոնք հասարակությանը դուրս են բերում ավանդականության շրջանակներից:

22. «Որքան լուրջ հիմք կարելի է համարել հետևյալ դեղիները ամուսնալուծության համար»:



Կնոջ հասարակական վարքը

Հասարակության ավանդականության ասպեկտներից է հասարակական վարքի տարբեր բաղադրիչների թույլատրելիության աստիճանը տղամարդու և կնոջ համար: Առավել բնութագրական են սեռերի միջև հարաբերությունների հետ կապված հարցերը: Այդ տեսակետից ավանդական հասարակություններում շատ ավելի խիստ սահմանափակումներ են նախատեսված կանանց, քան տղամարդկանց համար: Հաճախ այդ սահմանափակումները վերածվում են տաբուների:

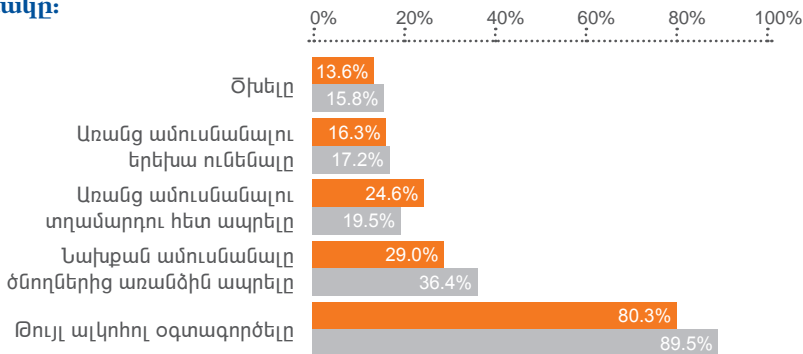
Հետազոտությամբ ուսումնասիրվել են, թե ինչպիսին են Հայաստանի երիտասարդության դիրքորոշումները կնոջ հասարակական վարքի ազատության աստիճանի վերաբերյալ: Դրա համար կիրառվել է հետևյալ հարցախումբը.

«Ձեր կարծիքով՝ ո՞ր տարիքից է աղջկա/կնոջ համար ընդունելի...

1. Ծխելը,
2. Թույլ ալկոհոլ (գարեջուր, գինի, շամպայն) օգտագործելը,
3. Նախքան ամուսնանալը ծնողներից առանձին ապրելը,
4. Առանց ամուսնանալու տղամարդու հետ ապրելը,
5. Առանց ամուսնանալու երեխա ունենալը»:

Որպես պատասխանի տարբերակ կարելի էր նշել նաև «Թույլատրելի չէ ոչ մի տարիքից» պատասխանը: «Թույլատրելի չէ ոչ մի տարիքից» պատասխաններ տված անձանց քանակը, ըստ սեռի, տրված է Գծապատկեր 23.-ում:

23. Որոշակի սահմանից կնոջ համար սխալ վարքային բաղադրիչը թույլատրելի համարող երիտասարդների քանակը:



«Նախքան ամուսնանալը ծնողներից առանձին ապրելը» թույլատրելի են համարում երիտասարդների մոտ մեկ երրորդը: «Նախքան ամուսնանալը տղամարդու հետ ապրելը» թույլատրելի է համարում կանանց մեկ հինգերորդը, իսկ տղամարդկանց դեպքում՝ մեկ քառորդը: Ընդ որում՝ կանայք «Նախքան ամուսնանալը ծնողներից առանձին ապրելը» համեմատաբար ավելի են գերադասում, իսկ տղամարդիկ՝ կնոջ՝ «Առանց ամուսնանալու տղամարդու հետ ապրելը»:

Մյուս կողմից Հայաստանի երիտասարդները (և՛ տղամարդիկ, և՛ կանայք) կնոջ համար առավել անընդունելի են համարում «Ծխելը», ինչը նախորդ դրույթների համատեքստում պետք է մեկնաբանել որպես ավանդական հասարակությունից ձեռքազատվել ձգտողների կողմից հասարակական «բարքերի մաքրության» նկատմամբ իրենց նվիրվածությունն ընդգծող մշակութային քողածածկույթ:

Գծապատկեր 24.-ում ներկայացված է այն միջին տարիքը, որ կանանց համար դիտարկված վարքագծային բաղադրիչները թույլատրելի են համարում այն անձինք, ովքեր դրանց սկզբունքորեն դեմ չեն:

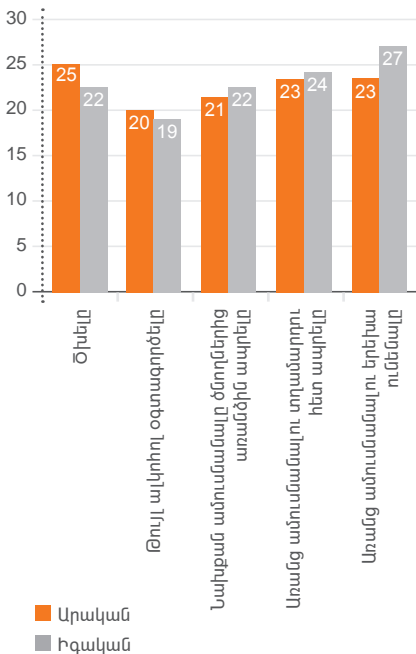
Կնոջ հասարակական վարքի տեսակետից Չայաստանի երիտասարդության դիրքորոշումներն ընդհանրացնելու համար կառուցվել է «ավանդականության ինդեքս»: Չարցվողի ավանդականության ինդեքսը հավասար է նրա կողմից կնոջ համար որոշակի տարիքից թույլատրելի վարքային բաղադրիչների քանակին: Ինդեքսի արժեքները փոխվում են [0; 5] միջակայքում: Ինդեքսի 0 արժեքը նշանակում է, որ անձը որոշակի տարիքից կնոջ համար թույլատրելի է համարում դիտարկված վարքագծային բոլոր բաղադրիչները (առավել ազատական դիրքորոշում), իսկ ինդեքսի 5 արժեքը նշանակում է, որ անձը կնոջ համար անթույլատրելի է համարում դիտարկված վարքագծային բոլոր բաղադրիչները՝ անկախ տարիքից (առավել ավանդական դիրքորոշում):

Չայաստանի երիտասարդության շրջանում ինդեքսի արժեքների բաշխումը տրված է Գծապատկեր 25.-ում, իսկ տղամարդկանց և կանանց համար առանձին՝ Գծապատկեր 26.-ում:

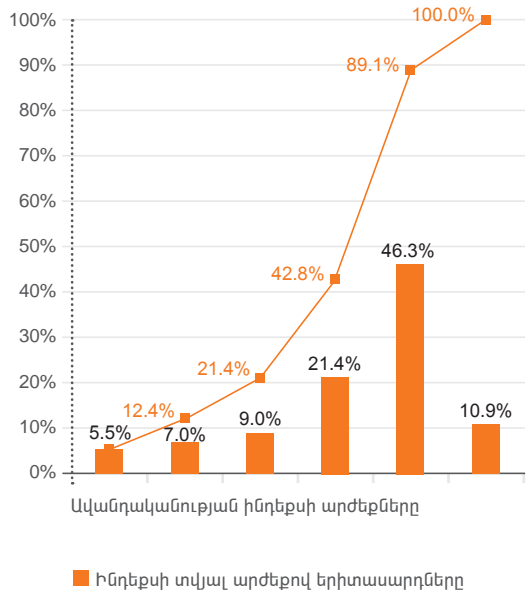
Ինդեքսի արժեքների վերլուծությունից բխում են հետևյալ եզրակացությունները.

1. Կնոջ վարքագծի սահմանափակումների տեսակետից Չայաստանի երիտասարդության դիրքորոշումներն ունեն ավանդականության բավականին բարձր աստիճան: Երիտասարդների 80%-ի դիրքորոշումները գտնվում են ավանդականության բարձր արժեքների տիրույթում, իսկ 20%-ը՝ ցածր արժեքների (կամ կնոջ «լիբերալ» վարքի) տիրույթում:

24. «Ձեր կարծիքով՝ ո՞ր սարխիգ է աղջկա/կնոջ համար ընդունելի...»:

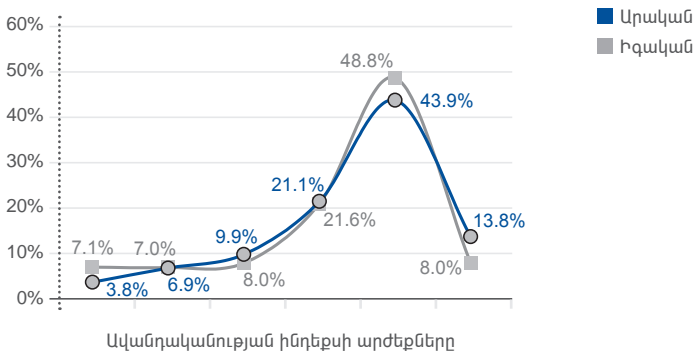


25. Ավանդականության ինդեքսի բաշխումը երիտասարդների շրջանում:



2. Ամենաազատական երիտասարդական շերտը կազմում է երիտասարդների ընդհանուր քանակի մոտ 5%-ը, առավել ավանդականը՝ մոտ 11%-ը:
3. Կնոջ վարքի ազատականացումը նույնպես, ինչպես և ընտանեկան արժեքների և հայերի էթնոմշակութային խմբերի նկատմամբ հանդուրժողականության տեսանկյուններից, ընթանում է կանանց «նախաձեռնությամբ»: Ազատականության ամենաբարձր արժեքներն ունի տղամարդկանց 3.8%-ը, իսկ կանանց դեպքում՝ 7.1%-ը, ավանդականության ամենաբարձր արժեքներն էլ ունի տղամարդկանց 13.8%-ը, իսկ կանանց պարագայում՝ 8%-ը:

26. Ավանդականության ինդեքսի բախումը կանանց և տղամարդկանց շրջանում:



3. ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ վարք

Նախորդ բաժնում երիտասարդության վերահսկողական վարքի բաղադրիչների ուսումնասիրությունը ցույց սվեց, որ նրանց ամուսնության և երեխաներ ունենալու դիրքորոշումներում առկա են նաև սոցիալ-տնտեսական գործոններ: Այս բաժնում դիտարկվում են երիտասարդության զբաղվածության և տնտեսական վարքի հետ կապված հարցերը, որոնց թվում`

1. Տնտեսական ակտիվությունը` զբաղվածությունը, գործազրկությունը,
2. Երիտասարդության դիրքորոշումներում վարձու աշխատանքի և բիզնեսով զբաղվելու գերակայությունները,
3. Երիտասարդության ընդհանուր գնահատականները Տայասանում բիզնես միջավայրի և դրա առանձնահատկությունների վերաբերյալ:



Տնտեսական ակտիվություն

Զբաղվածության նկարագրության հիմնական հասկացություններն են.

- Աշխատանքային ռեսուրսները՝ Աշխատանքի միջազգային կազմակերպության սահմանմամբ՝ հասարակության 15-ից 75 տարեկան աշխատունակ բնակչությունը,
- Տնտեսապես ակտիվ բնակչությունը, որը ստորաբաժանվում է զբաղվածների և գործազուրկների,¹⁷
- Տնտեսապես ոչ ակտիվ բնակչությունը:

Զբաղվածություն և գործազրկություն

Հետազոտության տվյալներով՝ Հայաստանի 18-ից 30 տարեկան երիտասարդների շրջանում զբաղվածները կազմում են 48.7%, գործազուրկները՝ 18.7%¹⁸, իսկ տնտեսապես ոչ ակտիվ¹⁹ հատվածը՝ 32.6% (Գծապատկեր 27.): Երիտասարդության շրջանում գործազուրկների քանակն ավելի մեծ է, քան Հայաստանի Հանրապետությունում ընդհանրապես գործազուրկների քանակը:²⁰ Գործազրկության մակարդակը երիտասարդության շրջանում կազմել է 27.8%, և դա այն դեպքում, երբ հանրապետության մասշտաբով 2011 թ-ի սեպտեմբերին այն հավասար էր 20.7%-ի:²¹

Ստորև ներկայացված են Հայաստանի 18-ից 30 տարեկան աշխատանքային ռեսուրսների շրջանակում զբաղվածների, գործազուրկների և տնտեսապես ոչ ակտիվ բնակչության բաշխումներն ըստ տարիքի (Գծապատկեր 27.), սեռի (Գծապատկեր 28.), բնակավայրի տիպի (Գծապատկեր 29.), երիտասարդի ընտանիքի բարեկեցության (Գծապատկեր 30.), կրթության (Գծապատկեր 31.) և բուհերում կամ միջին մասնագիտական հաստատություններում ստացած մասնագիտության (Գծապատկեր 32.): Տվյալների դիտարկման ընթացքում հարկ է դրանք համեմատել երիտասարդության շրջանում գործազուրկների միջին մակարդակի հետ՝ 18.7%:

17 Աշխատանքի միջազգային կազմակերպության սահմանմամբ՝ գործազուրկ են համարվում 15-ից 75 տարեկան աշխատունակ այն անձինք, ովքեր հետազոտվող ժամանակաշրջանում չեն ունեցել աշխատանք կամ եկամտաբեր զբաղմունք, հետազոտությանը նախորդող չորս շաբաթվա ընթացքում աշխատանք են փնտրել ցանկացած եղանակով և երկու շաբաթվա ընթացքում պատրաստ են եղել աշխատանքի անցնելուն: Տե՛ս՝ «Հայաստանի վիճակագրական տարեգիրք 2011», էջ 51:

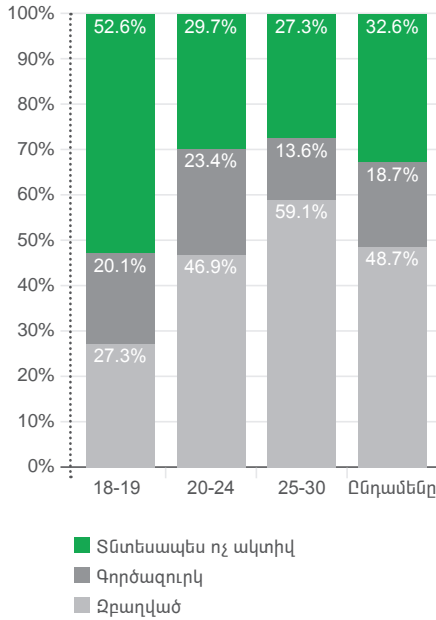
18 Հարկ է տարբերակել **գործազուրկների քանակ** և **գործազրկության մակարդակ** հասկացությունները: Առաջինը գործազուրկների տոկոսն է բնակչության դիտարկվող խմբում, իսկ երկրորդը՝ բնակչության տվյալ խմբում գործազուրկների քանակի հարաբերակցությունը նույն խմբում հաշվառված գործազուրկների և զբաղվածների քանակին: Ակնհայտ է, որ երկրորդը միշտ ավելի մեծ է առաջինից կամ հավասար է:

19 Տնտեսապես ոչ ակտիվ են այն անձինք, ովքեր ինչ-ինչ պատճառներով չեն աշխատում, սակայն աշխատանք չեն փնտրում կամ երկու շաբաթվա ընթացքում չեն անցնի աշխատանքի (այսինքն՝ չեն դասակարգվում որպես գործազուրկ):

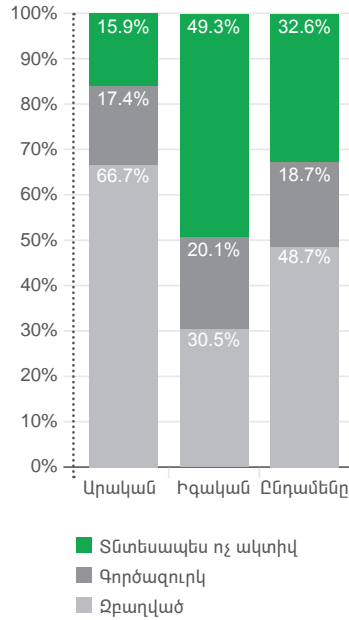
20 Ըստ «Այ Փի էս Սի» սոցիոլոգիական և քաղաքական խորհրդատվությունների ինստիտուտի՝ 2011 թ-ի սեպտեմբերին իրականացրած հետազոտության տվյալների՝ Հայաստանի Հանրապետությունում 18 և ավելի տարիքի բնակչության 15.1%-ը գործազուրկ է:

21 Ըստ «Այ Փի էս Սի»-ի նույն հետազոտության:

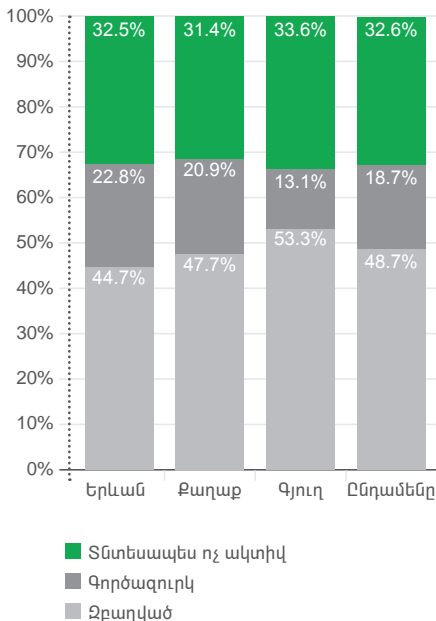
27. Չբաղվածության կարգավիճակների բաշխումն ըստ սարիֆի:



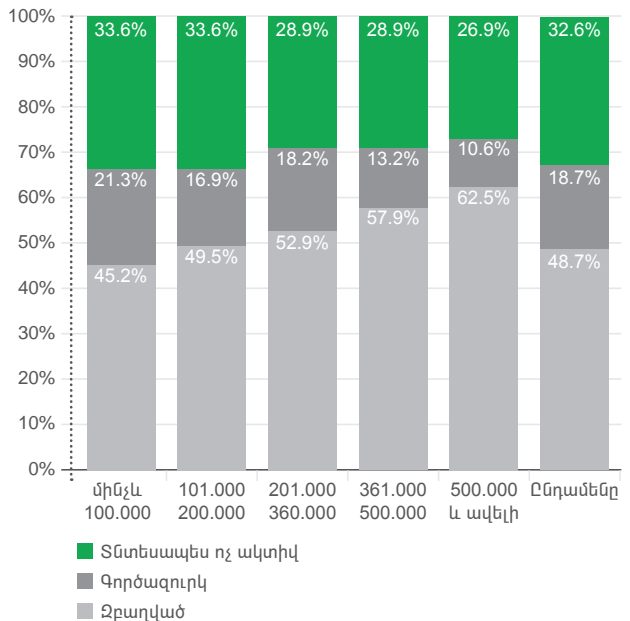
28. Չբաղվածության կարգավիճակների բաշխումն ըստ սեռի:



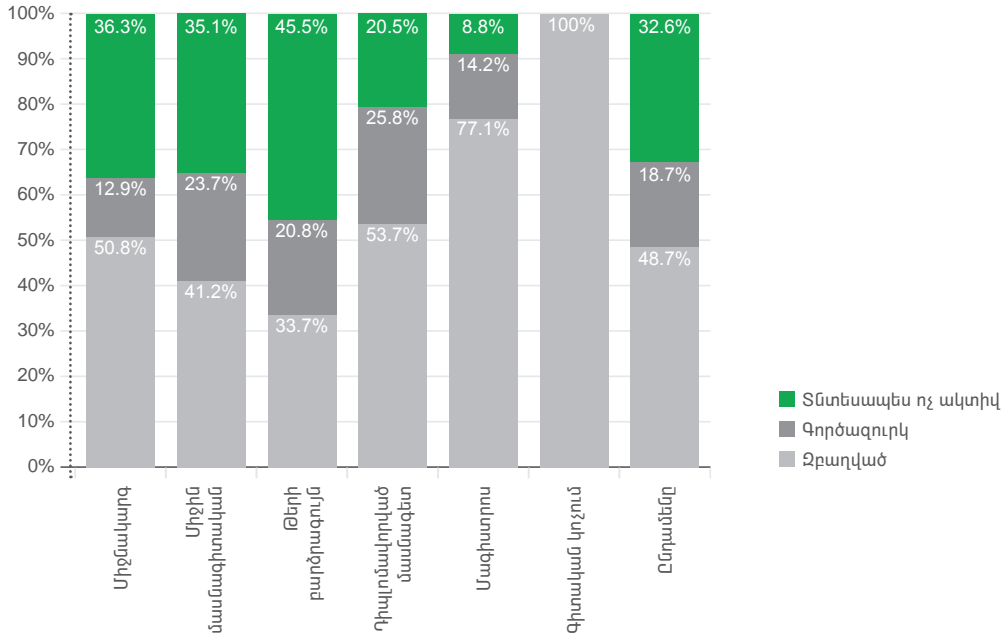
29. Չբաղվածության կարգավիճակների բաշխումն ըստ բնակավայրի տիպի:



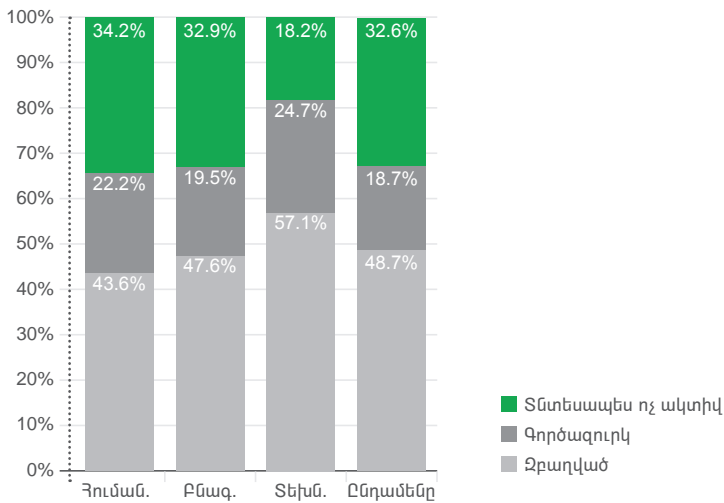
30. Չբաղվածության կարգավիճակների բաշխումն ըստ բարեկեցության:



31. Չբաղվածության կարգավիճակների բախումն ըստ կրթության:



32. Չբաղվածության կարգավիճակների բախումն ըստ մասնագիտության:

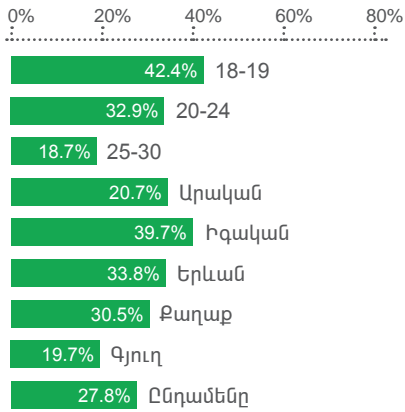


- 18-ից 30 տարեկան երիտասարդների տարիքային ենթախմբերում գործազրկությունն ամենաբարձրն է 20-24 տարեկանների շրջանում: Նրանց կազմում գործազուրկ է 23.4%-ը: Տնտեսապես ոչ ակտիվ հատվածն էլ (52.6%) առավել բարձր է 18-19 տարեկանների շրջանում:
- Կանանց շրջանում գործազրկությունը (20.1%) փոքր-ինչ գերազանցում է տղամարդկանց գործազրկությանը (17.4%), սակայն կանանց շրջանում անհամեմատ ավելի բարձր է տնտեսապես ոչ ակտիվ հատվածը (49.3%):
- Ըստ բնակավայրի տիպի՝ գործազրկությունն ամենաբարձրն է Երևան քաղաքում (22.8%): Գյուղերում այն համեմատաբար ավելի ցածր է (13.1%), քանի որ գյուղական բնակչությունն ունի սեփական հող և հետևաբար առավելապես պատկանում է ինքնազբաղվածների կատեգորիային:
- Ընտանիքի բարեկեցության մակարդակի տեսանկյունից գործազրկությունն առավել բարձր է ամենամեծ բարեկեցիկ խմբում, որտեղ ընտանիքի եկամուտը ցածր է ամսական 100.000 դրամից (21.3%), և ամենացածրն է ամենաբարեկեցիկ խմբում, որտեղ ամսական եկամուտը բարձր է 500.000 դրամից (10.6%):
- Կրթամակարդակի տեսակետից գործազրկությունն ամենաբարձրն է բարձրագույն կրթությամբ (բակալավրի աստիճանով) երիտասարդների շրջանում (25.8%), ինչն արտացոլում է այն իրողությունը, որ հասարակությունում առկա է այդ կրթամակարդակով, սակայն տնտեսության կողմից չպահանջված մասնագետների գերարտադրություն:
- Ըստ բարձրագույն կրթությամբ մասնագիտական ստորաբաժանման՝ գործազրկության մակարդակն ավելի բարձր է տեխնիկական գիտությունների գծով բարձրագույն կրթությամբ անձանց շրջանում (24.7%):
- Գործազրկության մակարդակն ամենաբարձրն է 18-19 տարեկանների շրջանում՝ 42.4% (Գծապատկեր 33.), զբաղվածների ամենամեծ խումբն են կազմում «երկարատև պայմանագրով վարձու աշխատողները» (այդ կատեգորիայի անձանց՝ 32%-ը):

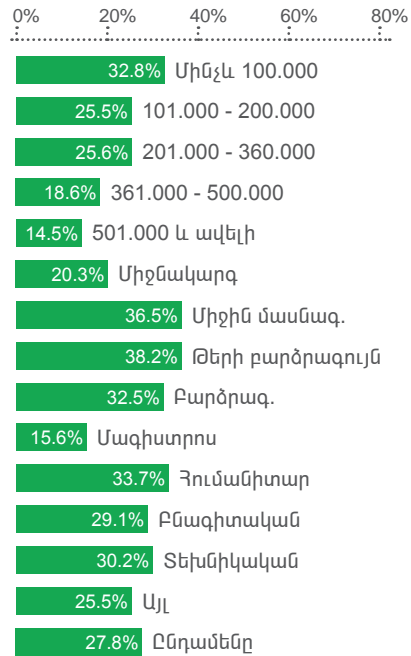
Գործազրկության մակարդակի տվյալները պատկերացում են տալիս պոտենցիալ սոցիալական լարվածության վերաբերյալ: Տնտեսապես ոչ ակտիվ երիտասարդներն աշխատանք չեն փնտրում, հետևաբար ավելի մեծ հավանականությամբ ունեն ապրուստի միջոցներ, քան նրանք, ովքեր չեն աշխատում, սակայն աշխատանք են փնտրում, այսինքն՝ գործազուրկները:

- Գործազրկության մակարդակը, ըստ տարիքային խմբերի, ամենաբարձրն է 18-19 տարեկանների խմբում՝ 42.4% (հիշենք, որ հանրապետության մասշտաբով 18-ից 30 տարեկանների շրջանում գործազրկության միջին մակարդակը 27.8% է):
- Գործազրկության մակարդակը շատ բարձր է կանանց շրջանում՝ 39.7%: Չի բացառվում, որ դա այն կարևոր գործոններից մեկն է, որն ամուսնությունների հարցում նպաստում է կանանց հանդուրժողականության մակարդակի աճին:
- Երևանում երիտասարդական գործազրկության մակարդակը 33.8% է:
- Հարկ է ուշադրություն դարձնել այն հանգամանքին, որ եթե գործազրկությունն ավելի բարձր է տեխնիկական մասնագիտությունների գծով բարձրագույն կրթությամբ անձանց շրջանում, ապա գործազրկության մակարդակն ավելի բարձր է հումանիտար մասնագիտություններով բարձրագույն կրթությամբ անձանց շրջանում, ինչը նշանակում է, որ հումանիտար մասնագիտությունների գծով բարձրագույն կրթությամբ մասնագետների գերարտադրությունը հարաբերականորեն (տնտեսության պահանջների տեսակետից) ավելի բարձր է:

33. Գործազրկության մակարդակն ըստ սարիքի, սեռի և բնակավայրի շիտի:



34. Գործազրկության մակարդակն ըստ բարեկեցության, կրթության, մասնագիտության:



Աշխատանքային կարգավիճակները և չափասելու դասճառները

Ձբաղված երիտասարդների աշխատանքային կարգավիճակները տրված են Աղյուսակ 10.-ում:

10. Ձբաղված երիտասարդների աշխատանքային կարգավիճակները:

Կարգավիճակ	18-19		20-24		25-30		Ընդ.
	Ար.	Իգ.	Ար.	Իգ.	Ար.	Իգ.	
Վարձու աշխատող՝ երկարատև պայմանագրով	14.6%	15.6%	25.3%	20.6%	42.7%	42.6%	32.6%
Վարձու աշխատող՝ բանավոր համաձայնությամբ	46.4%	15.6%	26.8%	28.6%	19.8%	7.4%	22.4%
Ինքնազբաղված գյուղատնտեսությունում	19.3%	12.4%	18.2%	15.9%	11.0%	24.3%	16.4%
Ինքնազբաղված այլ գործունեությամբ	10.7%	40.3%	12.5%	10.7%	11.7%	9.4%	12.1%
Վարձու աշխատող՝ կարճատև պայմանագրով	7.0%	11.2%	11.5%	16.1%	5.8%	12.6%	9.9%
Գործատու	-	-	1.7%	0.6%	5.1%	-	2.3%
Առանց վարձատրության աշխատող ընտանիքի անդամ	2.0%	-	2.7%	3.5%	1.2%	2.5%	2.1%
Արտադրական կամ սպառողական կոոպերատիվի անդամ	-	-	0.3%	1.9%	1.2%	-	0.7%
Պատահական բնույթի աշխատանք	-	-	-	1.5%	0.6%	-	0.4%
Սեփական բիզնես	-	-	0.3%	-	0.2%	1.2%	0.3%
Արտագնա աշխատող	-	-	-	-	0.6%	-	0.2%
Կամավոր	-	4.9%	-	0.6%	-	-	0.2%
Ընդամենը	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Ձբաղված երիտասարդների ամենամեծ հատվածը (32.6%) երկարատև (մեկ տարի և ավելի) պայմանագրերով վարձու աշխատողներ են:

Երկրորդ խոշոր խումբը, սակայն, (յուրաքանչյուր 5-րդ աշխատող երիտասարդը), արդեն գտնվում է ստվերային զբաղվածության ոլորտում (22.4%)։ Նրանք բանավոր համաձայնությամբ (առանց պայմանագրի) վարձու աշխատողներ են: Հետևաբար նրանք կուտակային թոշակային համակարգում չունեն և չեն ունենա որևէ ներդրում, ինչպես նաև աշխատում են առանց սոցիալական երաշխիքների, որոնք նախատեսված են աշխատանքային օրենսդրությամբ:

Գործատու է երիտասարդների 2.3%-ը:

Երիտասարդների ընդամենը 16.4%-ն է զբաղված գյուղատնտեսության ոլորտում, և դա այն դեպքում, երբ հանրապետական մասշտաբով գյուղատնտեսությունում զբաղվածները 2011 թ-ի սեպտեմբերին կազմել են 32.0%:²²

Աղյուսակ 10.-ի տվյալները ցույց են տալիս, որ երիտասարդների աշխատանքային կարգավիճակները նշանակալի չափով պայմանավորված են նրանց սեռատարիքային բնութագրերից: Մասնավորապես՝

22 Տե՛ս՝ «Այ Փի Էս Սի»-ի նշված հետազոտությունը:

- Երկարատև պայմանագրերով աշխատող վարձու աշխատողները մեծ թիվ են կազմում 25-30 տարեկան զբաղվածների ենթախմբում:
- 18-19 տարեկան տղաների խմբում բանավոր պայմանավորվածությամբ վարձու աշխատողները կազմում են այդ ենթախմբի բոլոր զբաղվածների 46.4%-ը:
- 18-19 տարեկան աղջիկների ենթախմբում 40% են կազմում այլ գործունեությամբ ինքնազբաղվածները (մեծ հավանականությամբ՝ տոնավաճառների և փոքր խանութների վաճառողուհիները):
- 20-24 տարեկանների խմբում, չնայած 18-19 տարեկան տղաների խմբի համեմատ ավելի քիչ են բանավոր պայմանավորվածությամբ վարձու աշխատողները, սակայն իրենց խմբում նրանք մոտավորապես նույնքան են, որքան երկարատև պայմանագրով վարձու աշխատողները (25-28%):

Չաշխատող երիտասարդների չաշխատելու պատճառները տրված են Աղյուսակ 11.-ում: Աղյուսակի տվյալներից երևում է, որ տնտեսապես ոչ ակտիվ երիտասարդների առավել «խնդրահարույց» ենթախումբը կազմում է այդ խմբի մոտ մեկ քառորդը՝ նրանք, ովքեր «պարզապես» չեն աշխատում, այսինքն՝ նրանք ոչ միայն «աշխատանք չունեն», այլև աշխատանք չեն փնտրում:

11. Չաշխատելու (սնտեսապես ոչ ակտիվության) առավել սարածված դասճանրերը:

Պատճառ	18-19		20-24		25-30		Ընդ.
	Ար.	Իգ.	Ար.	Իգ.	Ար.	Իգ.	
Աշխատանք չունեն	11.2%	14.2%	46.4%	28.5%	57.1%	22.4%	26.2%
Տնային տնտեսուհի/տնտեսություն վարող	-	11.6%	-	34.9%	-	47.7%	25.5%
Սովորող	54.6%	58.5%	32.7%	14.3%	2.2%	1.5%	23.8%
Երեխային են խնամում	-	5.1%	-	12.8%	5.5%	12.9%	8.5%
Ֆիզարձակուրդում են	-	2.6%	-	1.0%	-	5.0%	2.2%

Աշխատավարձեր և հասարակայնորեն ընդունելի կենսամակարդակ

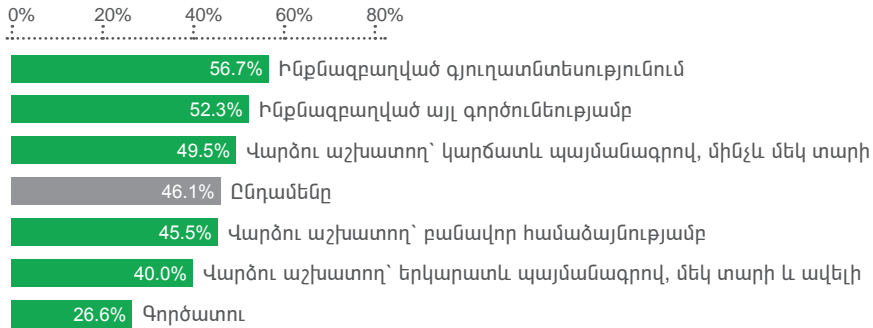
Երիտասարդության շրջանում սոցիալական լարվածության աղբյուր է ոչ միայն գործազրկությունը, այլև աշխատողների աշխատավարձի ցածր մակարդակը, աշխատանքից հոգեպես/բարոյապես անբավարարվածությունը, ինչպես նաև հասարակայնորեն ընդունելի կենսամակարդակից ավելի ցածր կենսամակարդակը: Ստորև տրված են երիտասարդության շրջանում նշված պարամետրերի գնահատականները, որոնց թվում՝ բավարարվածությունը աշխատավարձի չափից (Գծապատկեր 35., Աղյուսակ 12.), բարոյական բավարարվածությունը կատարած աշխատանքից (Աղյուսակ 13.), 8-ժամյա աշխատանքային օրվա դիմաց ակնկալվող աշխատավարձի չափը (Գծապատկեր 36., Գծապատկեր 37.), երկու չափահասից և երկու անչափահասից կազմված ընտանիքի համար կենսամակարդակային գնահատականները (Գծապատկեր 38. և Գծապատկեր 39.):

Գծապատկերների տվյալների հիմնական արդյունքները հետևյալն են.

- Իրենց աշխատավարձից կամ եկամուտներից «հիմնականում» կամ «լիովին» բավարարված են զբաղված երիտասարդների 53.9%-ը, իսկ դժգոհները կազմում են 46.1%:
- Իրենց եկամուտներից առավել դժգոհ են գյուղատնտեսության ոլորտում զբաղվածները, որոնցից «ընդհանրապես գոհ չեն» 29.9%-ը, «ընդհանրապես» կամ «հիմնականում գոհ չեն» 56.7%-ը:

35. «Որքանով ե՞ք բավարարված Ձեր զբաղմունքից ստացվող աշխատավարձի/եկամսի չափից»:

Ընդհանրապես կամ հիմնականում անբավարարվածների քանակը



12. Բավարարվածությունն աշխատավարձի չափից:

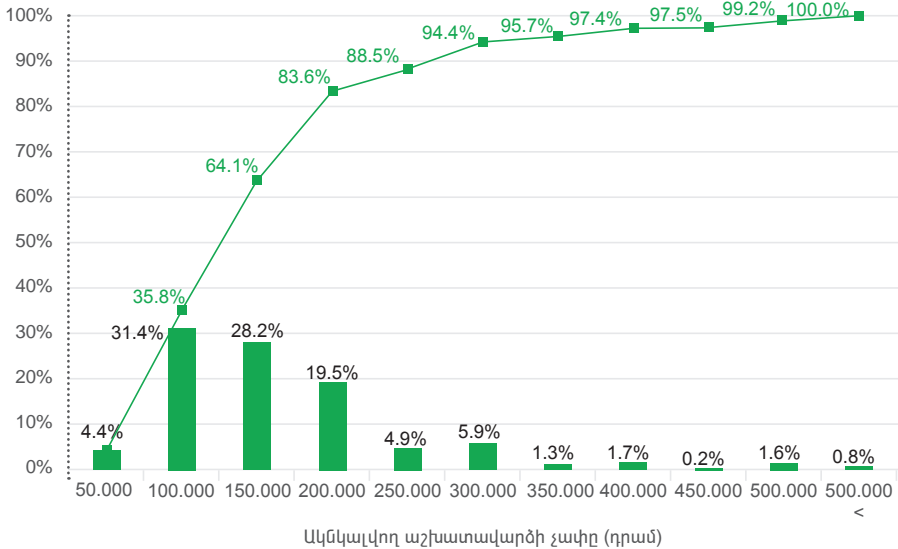
Աշխատանքային կարգավիճակ	Ընդհանրապես բավարարված չեն	Հիմնականում բավարարված չեն	Հիմնականում բավարարված են	Լիովին բավարարված են
Վարձու աշխատող՝ կարճատև պայմանագրով, մինչև մեկ տարի	17.5%	32.0%	41.3%	9.2%
Վարձու աշխատող՝ երկարատև պայմանագրով, մեկ տարի և ավելի	10.3%	29.7%	51.5%	8.5%
Վարձու աշխատող՝ բանավոր համաձայնությամբ	16.6%	28.9%	49.1%	5.5%
Գործատու	8.0%	18.6%	57.0%	16.4%
Ինքնազբաղված գյուղատնտեսությունում	29.9%	26.8%	34.6%	8.6%
Ինքնազբաղված այլ գործունեությամբ	21.8%	30.5%	42.5%	5.2%
Ընդամենը	17.3%	28.8%	46.4%	7.5%

13. Տոգեղես բավարարվածությունը կասարած աշխատանքից:

Աշխատանքային կարգավիճակ	Ընդհանրապես բավարարված չեն	Հիմնականում բավարարված չեն	Հիմնականում բավարարված են	Լիովին բավարարված են
Վարձու աշխատող՝ կարճատև պայմանագրով, մինչև մեկ տարի	6.8%	19.6%	46.8%	26.8%
Վարձու աշխատող՝ երկարատև պայմանագրով, մեկ տարի և ավելի	8.3%	13.0%	45.9%	32.7%
Վարձու աշխատող՝ բանավոր համաձայնությամբ	19.2%	16.4%	40.5%	23.9%
Գործատու	8.0%	18.6%	47.5%	25.8%
Ինքնազբաղված գյուղատնտեսությունում	20.2%	21.0%	50.6%	8.3%
Ինքնազբաղված այլ գործունեությամբ	21.3%	19.0%	37.0%	22.7%
Ընդամենը	14.9%	16.8%	44.2%	24.1%

- Երիտասարդների 64.2%-ը 8-ժամյա աշխատանքի դիմաց ակնկալում է 100.000 դրամ կամ ավելի բարձր աշխատավարձ, իսկ 16.4%-ը՝ 200.000 դրամ կամ ավելի բարձր: Ընդ որում՝ միջին աշխատավարձը (դրամով), կախված երիտասարդի ժողովրդագրական բնութագրերից, տատանվում է բավականին մեծ միջակայքում: Մասնավորապես՝
 - Եթե տղամարդկանց համար այն 183.000 դրամ է, ապա կանանց համար՝ 135.000,
 - Բարձրագույն կրթությամբ անձանց համար՝ 172.000, իսկ մագիստրոսական կրթությամբ անձանց համար՝ 232.000 դրամ²³,
 - Երևանի բնակիչների համար՝ 179.000, իսկ գյուղաբնակների համար՝ 154.000 դրամ:

36. 8-ժամյա աշխատանքային օրվա դիմաց ակնկալվող աշխատավարձի չափը:



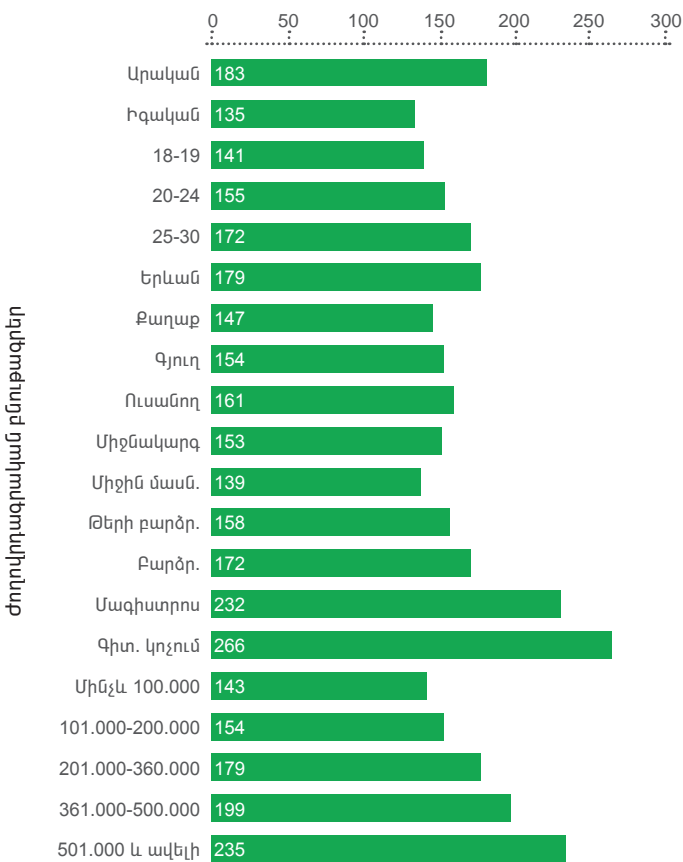
²³ Այս և հետագա բոլոր վերլուծություններում թերի բարձրագույն կրթությամբ անձինք են համարվում նրանք, ովքեր սովորում են բակալավրիատում կամ ավարտել են բակալավրիատը, սակայն դիպվում չեն ստացել, իսկ բարձրագույն կրթությամբ անձինք են համարվում բակալավրիատն ավարտած կամ 5-ամյա ուսուցում անցած ու դիպլոմավորված մասնագետները:

Կենսամակարդակային զնահատականները նույնպես տատանվում են մեծ միջակայքում: Ընդ որում՝ այդ ցուցանիշի վրա առավելապես ազդում են բնակավայրի տիպը և կրթամակարդակը: Մասնավորապես երկու չափահասից և երկու անչափահասից կազմված ընտանիքի համար ակնկալվող ընտանեկան միջին եկամուտները (դրամով) բաշխվել են հետևյալ կերպ.

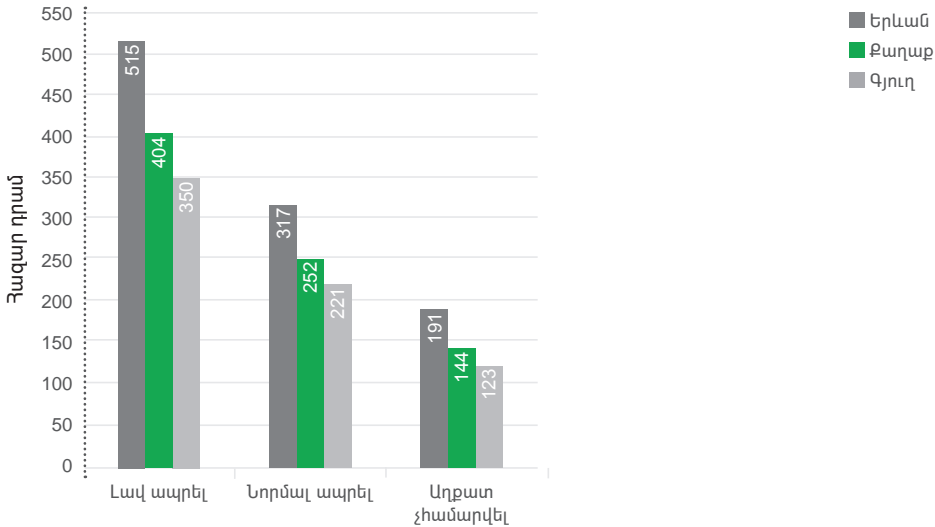
- Երևանում «լավ ապրելու» համար անհրաժեշտ է միջինը 515.000 դրամ, քաղաքներում՝ 404.000 դրամ, գյուղերում՝ 350.000 դրամ,
- Երևանում «նորմալ ապրելու» համար՝ 317.000 դրամ, քաղաքներում՝ 252.000 դրամ, գյուղերում՝ 221.000 դրամ,
- Երևանում «աղքատ չհամարվելու» համար անհրաժեշտ է միջինը 191.000 դրամ, քաղաքներում՝ 144.000 դրամ, գյուղերում՝ 123.000 դրամ:

37. 8-ժամյա աշխատանքային օրվա դիմաց ակնկալվող աշխատավարձի չափն ըստ ժողովրդագրական բնութագրերի:

Ակնկալվող միջին աշխատավարձը (հազար դրամ)

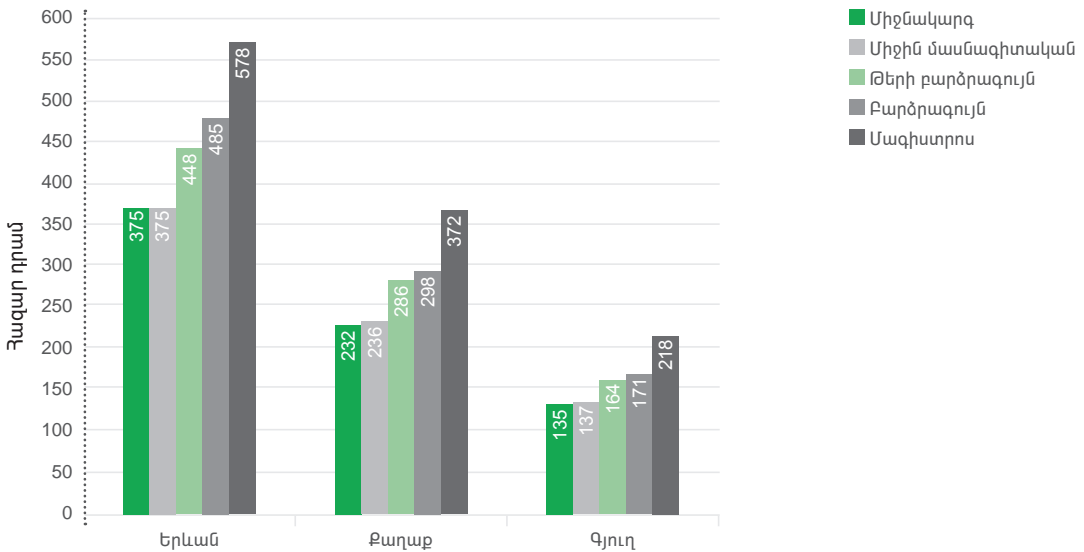


38. Երկու չափահասներից և երկու անչափահասներից կազմված ընտանիքի «լավ աղբեր», «նորմալ աղբեր» և «աղբառ չհամարվելու» համար անհրաժեշտ ամսական միջին եկամուտը:



Տրված են 5% հատված միջինները:

39. Երկու չափահասներից և երկու անչափահասներից կազմված ընտանիքի «լավ աղբեր», «նորմալ աղբեր» և «աղբառ չհամարվելու» համար անհրաժեշտ ամսական միջին եկամուտը:



Տրված են 5% հատված միջինները:

Բիզնես միջավայր

ՀՀ Կառավարության՝ տնտեսությանը վերաբերող կարևոր ռազմավարությունների շարքում է փոքր բիզնեսի զարգացումը: Այդ առումով հատկապես կարևոր են երիտասարդության դիրքորոշումները Հայաստանում բիզնես վարելու հետ կապված հարցերի վերաբերյալ:

Այս ենթաբաժնում դիտարկվում են հետևյալ հարցերը.

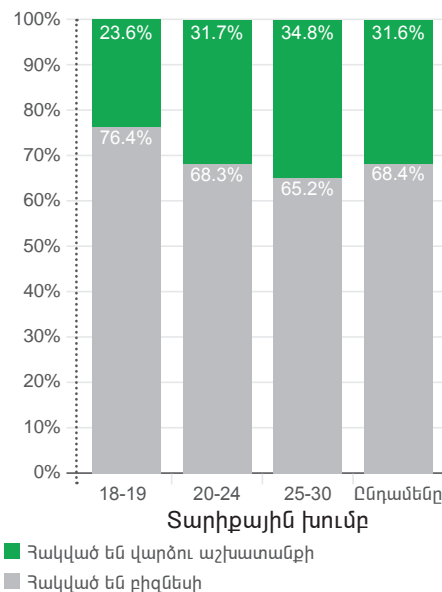
1. Որքանո՞վ են Հայաստանի երիտասարդները իրենց տնտեսական վարքի դիրքորոշումներում հակված (ցանկանում) բիզնեսով զբաղվելուն՝ համեմատած վարձու աշխատանքի հետ:
2. Ինչպիսի՞ն են երիտասարդների դիրքորոշումները բիզնես գործընկերության վերաբերյալ:
3. Վարձու աշխատանքի դեպքում ի՞նչ տիպի ձեռնարկություններում կցանկանային աշխատել երիտասարդները:
4. Ինչպիսի՞ն են Հայաստանի երիտասարդների ընդհանուր դիրքորոշումները Հայաստանում առկա բիզնես միջավայրի վերաբերյալ:

Տակվածությունը բիզնեսին

Հնարավորություն ունենալու դեպքում Հայաստանի երիտասարդների 68.4%-ն ավելի շուտ կգերադասեր զբաղվել բիզնեսով, քան վարձու աշխատանքով (Գծապատկեր 40.): Ընդ որում՝ ինչպես երևում է Գծապատկեր 41.-ից, այդ դիրքորոշումը շատ բարձր է ինչպես տղամարդկանց (74.9%), այնպես էլ կանանց շրջանում (61.9%): Սակայն, երիտասարդների միայն 29.4%-ն է համարում, որ «Հայաստանում ստեղծված են բարենպաստ պայմաններ բիզնեսով զբաղվելու համար» (Գծապատկեր 44.): Ի դեպ, հատկանշական է, որ բիզնեսով զբաղվելու վերաբերյալ դիրքորոշումը, երիտասարդների տարիքային աճին զուգընթաց, նվազում է: Այդ երևույթը թերևս բացատրվում է նրանց՝ տարիքի հետ առավել իրատես դառնալու հանգամանքով:

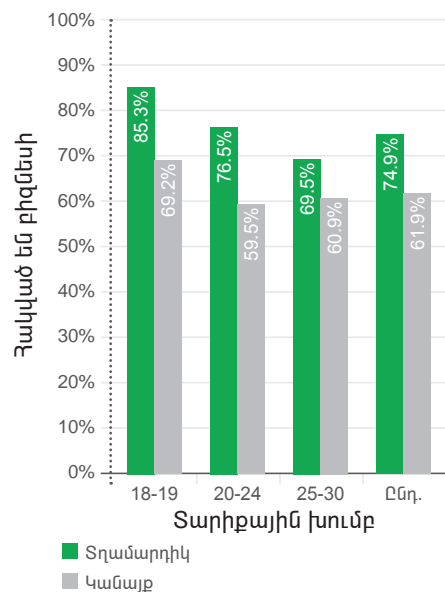
40. Բիզնեսի նկատմամբ հակվածություններ:

«Եթե ունենայիք ընտրելու հնարավորություն, ապա ավելի շուտ կգերադասեիք հիմնել սեփական բիզնես՝, քե՞՞ գտնել լավ վարձատրվող աշխատանք»:



41. Ըստ սարիքի՝ բիզնեսի նկատմամբ հակվածություններ:

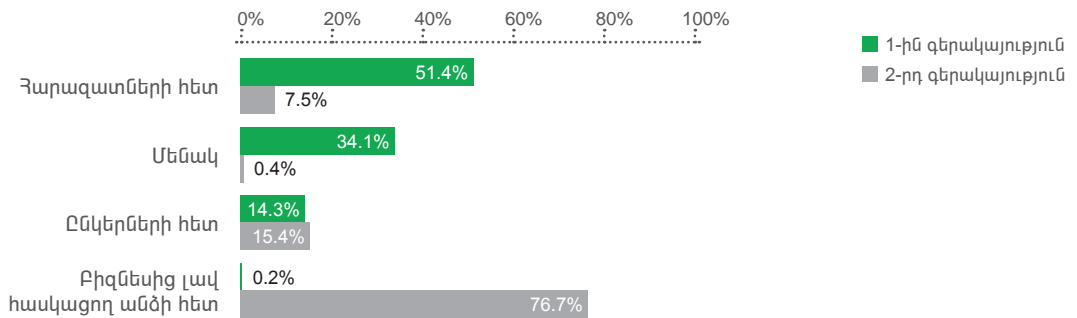
«Եթե ունենայիք ընտրելու հնարավորություն, ապա ավելի շուտ կգերադասեիք հիմնել սեփական բիզնես՝, քե՞՞ գտնել լավ վարձատրվող աշխատանք»:



Բիզնես նախաձեռնելու ռազմավարություններ

Բիզնես նախաձեռնելու վերաբերյալ երիտասարդների դիրքորոշումները գնահատելու համար նրանց տրվել է հետևյալ հարցը. «Եթե մասնավոր բիզնես ձեռնարկեիք, ապա ավելի շուտ կգերադասեիք այն հիմնել՝ 1. մենակ, 2. հարազատների հետ, 3. ընկերների հետ, 4. բիզնեսից լավ հասկացող անձի հետ»: Ընդ որում՝ թույլատրվում էր նշել ոչ ավելի, քան երկու պատասխան: Որպես առաջին գերակայություն՝ երիտասարդների 51.4%-ը նախընտրել է բիզնեսը նախաձեռնել հարազատների հետ, իսկ 34.1%-ը՝ մենակ (Գծապատկեր 42.): Ընդ որում՝ 4-րդ տարբերակը՝ որպես առաջին գերակայություն, նշվել է միայն 0.2%-ի կողմից: Երիտասարդների 76.7%-ն էլ, սակայն, որպես երկրորդ գերակայություն ընտրել է «բիզնեսից լավ հասկացող անձին»: Ստացված արդյունքը վերահաստատում է այն իրողությունը, որ Հայաստանում շատ ցածր մակարդակի վրա է սոցիալական կապիտալը՝ մարդկանց միջև փոխվստահության առկայությունը և միմյանց հետ համագործակցելու պատրաստակամությունը, որոնք, տարբեր հետազոտությունների համաձայն, հանդիսանում են բիզնեսը նախաձեռնելու համար այլ կապիտալների (ֆինանսական, տեխնոլոգիական և այլն) դեֆիցիտի կոմպենսացման արդյունավետ այլընտրանք:^{24,25}

42. «Եթե մասնավոր բիզնես ձեռնարկեիք, ապա ո՞ւմ հետ կգերադասեիք այն հիմնել»:



Գերակա աշխատավայրեր

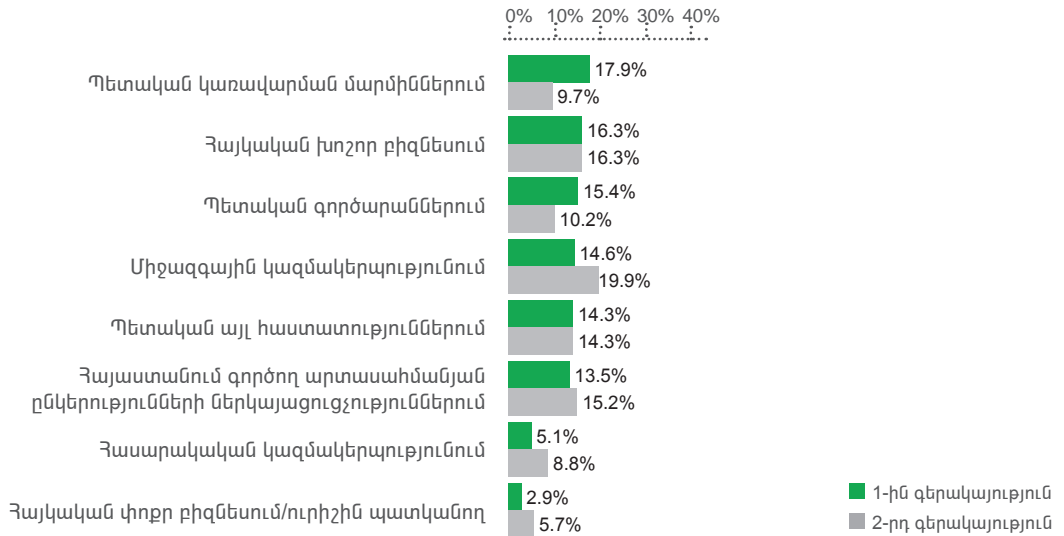
Հայաստանի տնտեսության իրավիճակի անուղղակի նկարագրություն է պարունակում այն, թե ինչպիսի կազմակերպություններում կգերադասեին աշխատել Հայաստանի երիտասարդները, եթե ունենային ընտրելու հնարավորություն (Գծապատկեր 43.):

Երիտասարդների առաջին գերակայությունը մոտավորապես հավասար կերպով բաշխվել է հետևյալ տիպի ձեռնարկությունների միջև՝ պետական կառավարման մարմիններ, հայկական խոշոր բիզնես, պետական գործարաններ, միջազգային կազմակերպություններ, պետական այլ մարմիններ, Հայաստանում գործող արտասահմանյան ընկերությունների ներկայացուցչություններ: Որպես երկրորդ գերակայություն՝ առավելապես նշվել են միջազգային կազմակերպությունները, հայկական խոշոր բիզնեսը և Հայաստանում գործող արտասահմանյան ընկերությունների ներկայացուցչությունները:

24 Патнем Р., Чтобы демократия сработала. Гражданские традиции в современной Италии, М. Ad Marginem, 1996, 207 ст.

25 Մանուկյան Ս. Ա., Սյունիքի մարզի գործարար կամայք. սոցիոլոգիական համայնապատկեր, Եր., Գորիսի կամանց զարգացման «Ռեսուրս կենտրոն» հիմնադրամ, 2011, 142 էջ:

43. «Եթե ունենայիք ընտրելու հնարավորություն, առաջ Ձեզ բավարարող աշխատավայրով որտե՞ղ կգերադասեիք աշխատել»:



Դատկանշական է, որ հայկական փոքր բիզնեսը (հարցվողի համար հստակեցվել է՝ «որը պատկանում է ոչ թե իրեն, այլ ուրիշ անձի»)՝ որպես առաջին գերակայություն, նշել է ընդամենը 2.9%-ը, իսկ որպես երկրորդ գերակայություն՝ ընդամենը 5.7%-ը:

Այստեղից բխում է, որ...

Հայաստանի երիտասարդների համար որպես աշխատավայր նախ և առաջ գերադասելի են կայուն, իսկ հետո՝ բարձր աշխատավարձով աշխատատեղերը:

Հայկական փոքր բիզնեսն այդպիսին չէ և բացի դրանից՝ ունի մի շարք այլ նշանակալի բացասական կողմեր:

Դիրփորձումները Նայասանի ճանաչողության, բիզնեսի և բիզնես միջավայրի վերաբերյալ

Սոցիալական կապիտալի ցածր մակարդակի մասին են վկայում նաև Հայաստանի երիտասարդության մի շարք այլ դիրքորոշումներ (տես՝ Գծապատկեր 44., Գծապատկեր 45.): Մասնավորապես այն դրույթի հետ, որ «Հայաստանում պակասում է վստահությունը մարդկանց միջև», համաձայն է երիտասարդների 85.4%-ը, որ «Հայաստանում մարդիկ չկան (չուզող) են միմյանց նկատմամբ», համաձայն է 75.6%-ը, որ «Բիզնեսում հայ գործընկերներն անազնիվ են», համաձայն է 61.2%-ը, որ «Եթե աչքը աշխատողի վրա չպահես, ապա նա ինչ-որ բան կթըցնի», համաձայն է 71%-ը: «Հայաստանում մարդիկ ճշմարտախոս են» դրույթի հետ էլ համաձայն է երիտասարդների միայն 31.6%-ը:

44. **Գիրֆորժումները Հայաստանի ստեղծության, բիզնեսի և բիզնես միջավայրի վերաբերյալ:**

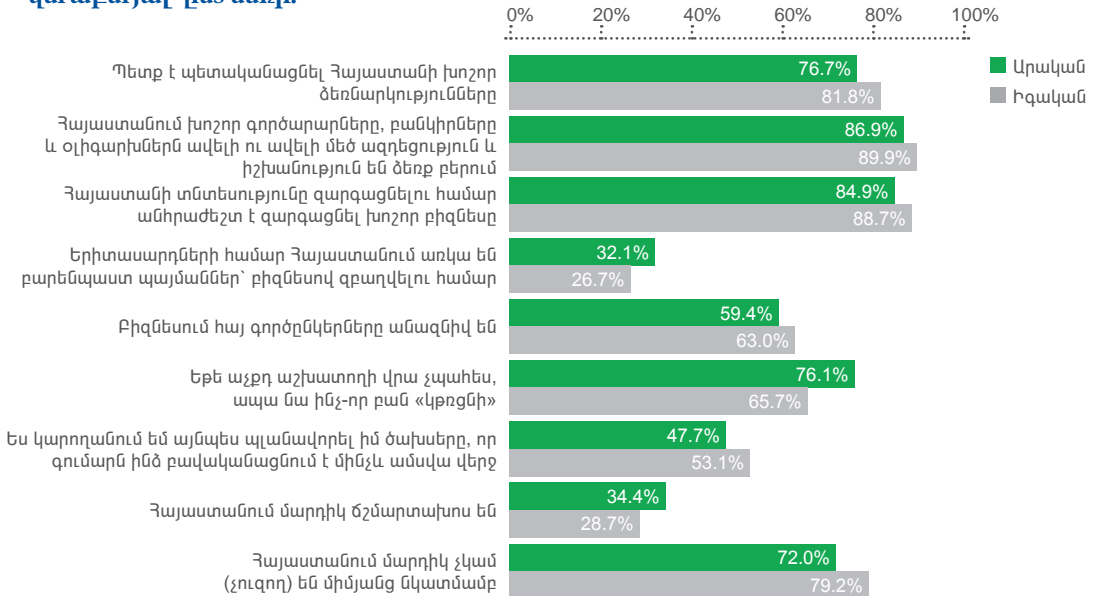


Հայաստանի երիտասարդության այլ դիրքորոշումները Հայաստանի տնտեսության վերաբերյալ ընդհանրապես և դրա առավել ընդունելի տեսլականն արտահայտված են նրանց՝ հետևյալ դրույթներին տված համաձայնության աստիճանով:

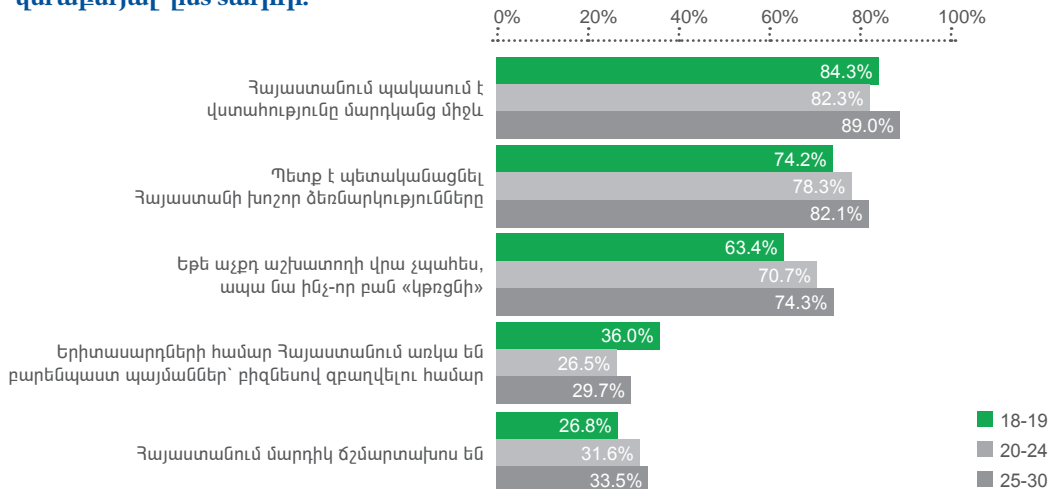
- «Հայաստանում խոշոր գործարարները, բանկիրներն ու օլիգարխներն ավելի ու ավելի մեծ ազդեցություն են ձեռք բերում» դրույթի հետ համաձայնել է Հայաստանի երիտասարդների 88.4%-ը:
- «Հայաստանի տնտեսությունը զարգացնելու համար անհրաժեշտ է զարգացնել խոշոր բիզնեսը» դրույթի հետ համաձայնել է 86.8%-ը:
- «Պետք է պետականացնել Հայաստանի խոշոր ձեռնարկությունները» դրույթի հետ համաձայնել է 79.2%-ը:

Այդ դրույթների հետ համաձայնության աստիճանի կախվածությունը սեռից, տարիքից և բնակավայրի տիպից տրված է Գծապատկեր 45.-ում, Գծապատկեր 46.-ում և Գծապատկեր 47.-ում:

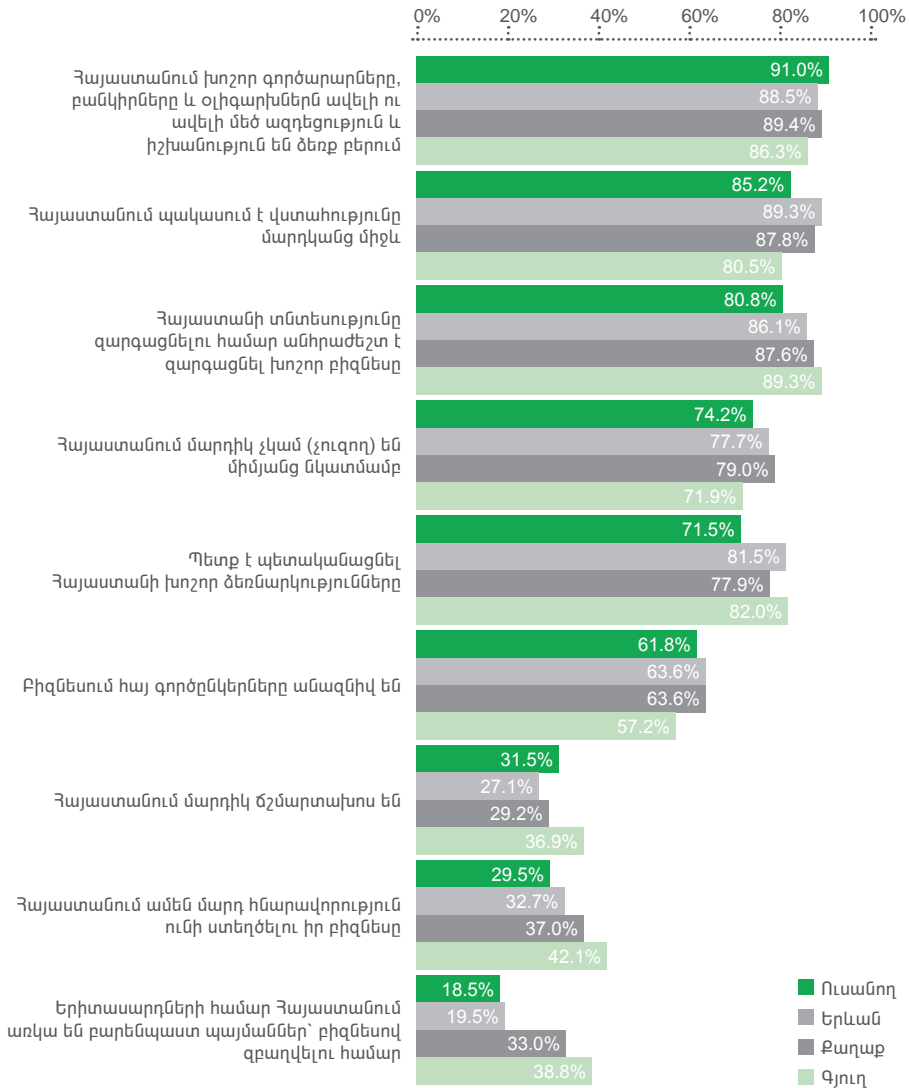
45. Գիրքորոշումները Նայասանի սისტեության, բիզնեսի և բիզնես միջավայրի վերաբերյալ՝ ըստ սեռի:



46. Գիրքորոշումները Նայասանի սისტեության, բիզնեսի և բիզնես միջավայրի վերաբերյալ՝ ըստ սահմանի:



47. Գիրքորոշումները Հայաստանի սնտեսության, բիզնեսի և բիզնես միջավայրի վերաբերյալ՝ ըստ բնակավայրի տիպի:



4. Քաղաքական մշակույթ

Քաղաքական մշակույթը հասարակության անդամների գիտակցությունում քաղաքականության ոլորտի, քաղաքական գործընթացների ու սուբյեկտների (այդ թվում՝ նաև իր և հասարակության սարքեր շեղերի դերի ու նշանակության) մասին տղակերացումների ու դիրքորոշումների, ինչպես նաև սարքեր անձանց ու հասարակության շեղերի և քաղաքականության սուբյեկտների քաղաքական մասնակցության աստիճանի, ձևերի ու մեխանիզմների համակարգն է:

Այս բաժնում ներկայացված են Տայասանի երիտասարդության քաղաքական մշակույթի մի շարք բնութագրիչներ և դիրքորոշումներ, որոնց թվում.

1. Քաղաքական մասնակցության հիմնական բնութագրերը, որոնք թույլ են տալիս հասարակական այդ շեղերը դասակարգել քաղաքական մշակույթի դասական շեղության հարացույցում:
2. Քաղաքացիական մասնակցության մի քանի բնութագրերը:
3. Տայասանի Տանրադեությունում շեղի ունեցող սոցիալ-սնհեսական գործընթացների գնահատականները:
4. Գնահատականները դեղական երիտասարդական մի քանի ծրագրերի վերաբերյալ:
5. Գիրքորոշումները ՏՏ ՉՈՒ-ում առկա այն խնդիրների վերաբերյալ, որոնք ներկայումս գնավում են հասարակության ուժադրության կենտրնում:





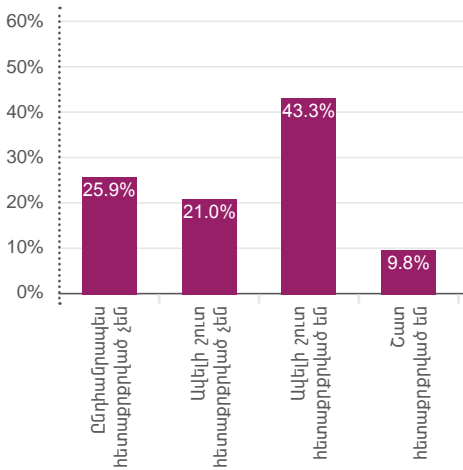
Քաղաքական մշակույթի հիմնական բնութագրերը

Հայաստանի երիտասարդության քաղաքական մշակույթի հիմնական բնութագրերը՝ քաղաքականությամբ հետաքրքրվածությունը, քաղաքական կոմպետենտությունը, քաղաքական սուբյեկտությունը և քաղաքական մասնակցությունը նկարագրող տվյալները ներկայացված են Գծապատկերներ 48.-ում, 49.-ում, 50.-ում և 51.-ում:

Հայաստանի երիտասարդների 53.1%-ը հետաքրքրված է Հայաստանի ներքաղաքական կյանքով: Նրանց 60.1%-ը համարում է, որ բավարար չափով լավ է կողմնորոշվում Հայաստանի ներքին քաղաքական հարցերում, 57.9% երիտասարդներն էլ համարում են, որ իրենց ձայնը կարևոր է ընտրությունների ժամանակ: Ազգային ժողովի ընտրությունների մասնակցության դիրքորոշումը բավականին բարձր է՝ 78.8%: Այնուամենայնիվ, երիտասարդների՝ Ազգային ժողովի ընտրություններին իրական մասնակցությունը մեծ հավանականությամբ կլինի նշանակալի չափով ավելի ցածր: Որպես կողմնորոշիչ կարելի է ընդունել 2007 թ-ի ԱԺ ընտրությունները, որոնց մասնակցել է այդ ժամանակ ընտրելու իրավունք ունեցող երիտասարդների 60.6%-ը:

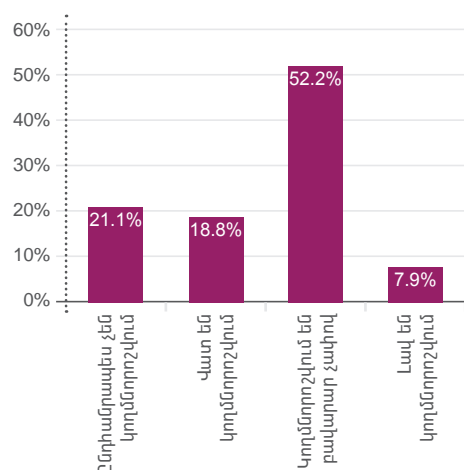
Հարցված երիտասարդների 11.6%-ը եղել է որևէ կուսակցության կամ դրա երիտասարդական թևի անդամ:

48. «Որքանով եք հետաքրքրված Հայաստանի ներքաղաքական անցուղաճով»:



Քաղաքական հետաքրքրվածություն

49. «Որքանով եք կողմնորոշվում Հայաստանի ներքաղաքական հարցերում»:

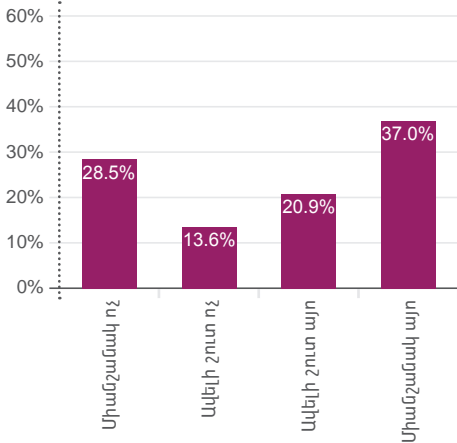


Քաղաքական կոմպետենտություն

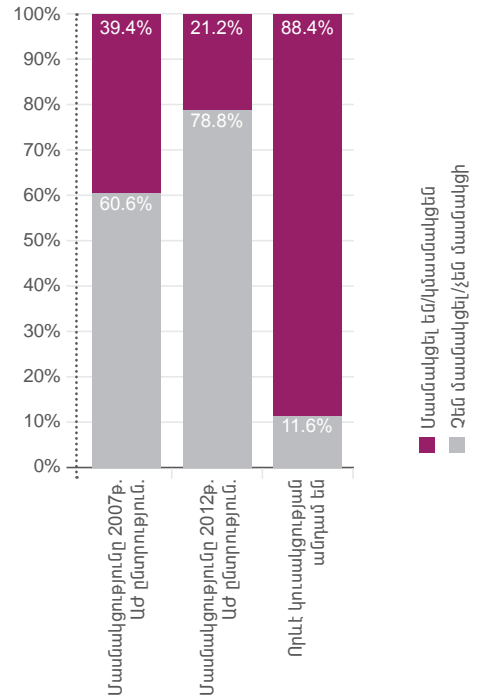
Հայաստանի երիտասարդները բավականին ինտենսիվ կերպով ընդգրկված են քաղաքական տեղեկատվության դաշտում. նրանց 74.9%-ը լրագրերով, հեռուստատեսությամբ կամ ինտերնետով ամեն օր կամ շաբաթը մի քանի անգամ քաղաքական լուրեր է կարդում կամ դիտում (Գծապատկեր 52.): Ընդ որում՝ ինտերնետում զետեղված քաղաքական լուրերին վստահում է երիտասարդների 75.5%-ը, իսկ Հայաստանի Հանրապետության առաջատար հեռուստաալիքներից մեկին՝ Հ1-ին՝ 56.5%-ը (Գծապատկեր 53.):

50. «Տամաձաֆն եք աղոյոք, որ Ձեր ձայնը կարևոր է ընտրությունների ժամանակ»:

Քաղաքական սուբյեկտություն

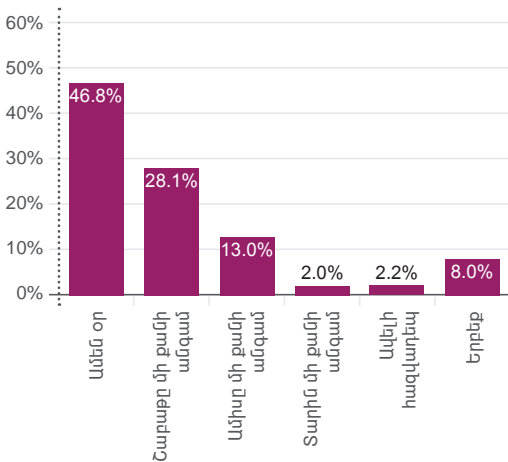


51. Քաղաքական մասնակցություն:

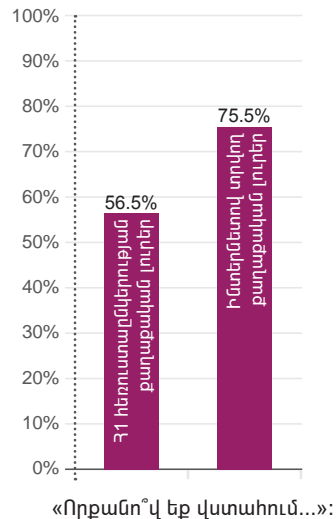


52. Քաղաքական լուրերի ստացման ինտենսիվությունը (բոլոր աղբյուրներից):

«Որքա՞ն հաճախ եք քաղաքական լուրեր կարդում լրագրերում, ամսագրերում, ինտերնետով, լսում ռադիոյով, դիտում հեռուստատեսությամբ»:



53. Վստահությունը սեղեկաչափության աղբյուրների նկատմամբ:



«Որքանո՞վ եք վստահում...»:



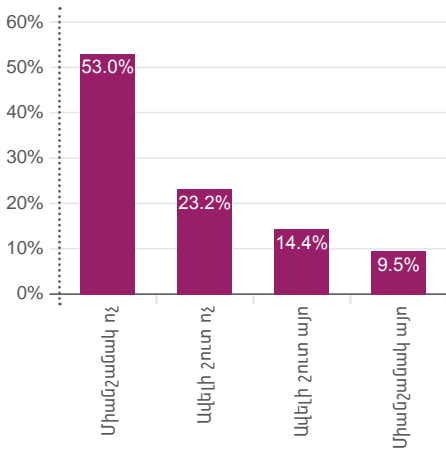
Չնայած Հայաստանի երիտասարդությունը ինտենսիվ կերպով ընդգրկված է քաղաքական գործընթացում, սակայն նրա գերիշխող մասը ներքուստ օտարված է քաղաքական համակարգից: Երիտասարդների 76.1%-ը համարում է, որ Հայաստանում չկա այնպիսի կուսակցություն, որն արտահայտում է իր շահերը (Գծապատկեր 54.): Ընդ որում՝ այդպիսի դիրքորոշումներն ամենից շատ տարածված են Երևանում (83.4%): Գյուղերում այդպիսի դիրքորոշումներ ունի երիտասարդների 70.6%-ը (Գծապատկեր 55.):

Հատկանշական է, որ իրենց շահերը պաշտպանող կուսակցության գոյության մասին համեմատաբար ավելի հաճախ են փաստել ուսանողները, ովքեր գտնվում են կուսակցությունների ուշադրության կենտրոնում: Ուսանողների 30%-ը պատասխանել է, որ Հայաստանում կա այնպիսի կուսակցություն, որը պաշտպանում է իր շահերը:

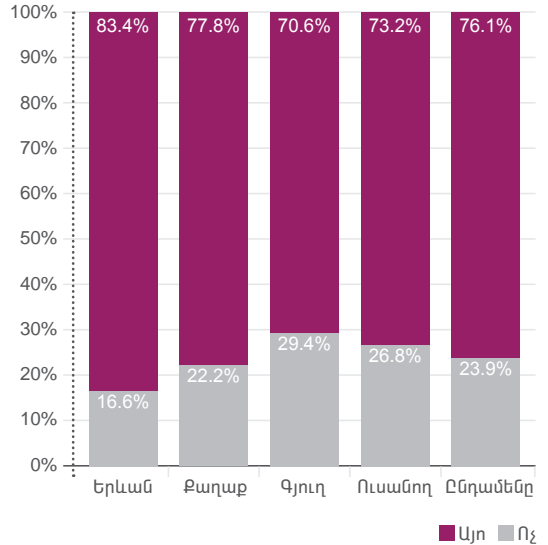
Այնուամենայնիվ, իրենց շահերն արտահայտող կուսակցության գոյության փաստն արձանագրող ուսանողների քաղաքական գիտակցությունը թերզարգացած է: Բանն այն է, որ այն հարցին, թե ո՞րն է իրենց շահերը պաշտպանող կուսակցության գաղափարախոսությունը, կարողացել է պատասխանել այդ ուսանողների ընդամենը 3%-ը:

Իրենց շահերն արտահայտող կուսակցության գոյության փաստն արձանագրող ուսանողների 41%-ը որպես այդ կուսակցության գաղափարախոսություն նշել է քաղաքական քարոզչության իդեոլոգեմաները (օրինակ՝ «նտածում է ժողովրդի մասին», «նրանց խոսքը գործ է», «կանգնած են ուսանողների կողքին» և այլն):

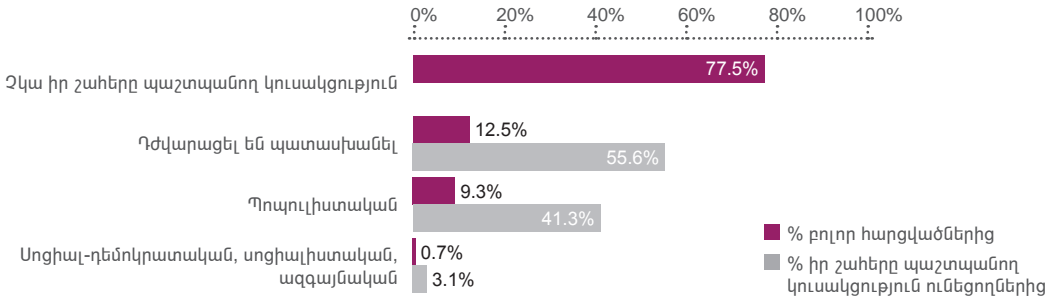
54. «Կա՞րդյոք որևէ կուսակցություն, որն արտահայտում է Ձեր շահերը»:



55. «Կա՞րդյոք որևէ կուսակցություն, որն արտահայտում է Ձեր շահերը» (ըստ բնակավայրի սիդի):



56. «Ի՞նչ գաղափարախոսություն ունի Ձեր Զեբ Երեւոյնը տարբերակող կուսակցությունը: Կուսակցականների քանակի տոկոսային աճը:



Կուսակցականների վերաբերյալ ուսանողության դիրքորոշումներն ուսումնասիրելու համար տրվել է հետևյալ հարցը. «Ինչո՞ւ են մարդիկ դառնում կուսակցության անդամ»: Որպես պատասխանների տարբերակներ ներկայացվել են այլասիրական (ալտրոիստական) և անձնապաշտական (էգոիստական) հետևյալ դիրքորոշումները.

1. Լավ պաշտոն ձեռք բերելու համար (անձնապաշտական),
2. Լավ աշխատանք գտնելու համար (անձնապաշտական),
3. Սեփական գաղափարներն իրականացնելու համար (այլասիրական),
4. Ազգին/պետությանը օգտակար լինելու համար (այլասիրական),
5. Կյանքում վստահ զգալու համար (անձնապաշտական):

Թույլատրվել էր նշել երկու պատասխան: Երիտասարդների մոտ 75%-ը որպես առաջին պատասխան է ընտրել անձնապաշտական տարբերակները (Աղյուսակ 14.):

14. «Ինչո՞ւ են մարդիկ դառնում կուսակցության անդամ»:

Դրդապատճառ և դրդապատճառի տիպ	1-ին պատճառ	2-րդ պատճառ
Լավ պաշտոն ձեռք բերելու համար (անձնապաշտական)	34.5%	25.6%
Լավ աշխատանք գտնելու համար (անձնապաշտական)	32.4%	34.1%
Սեփական գաղափարներն իրականացնելու համար (այլասիրական)	13.5%	16.3%
Ազգին/պետությանը օգտակար լինելու համար (այլասիրական)	12.1%	10.8%
Կյանքում վստահ զգալու համար (անձնապաշտական)	6.2%	11.6%
Այլ	1.2%	1.6%

Ըստ կուսակցականների վերաբերյալ արտահայտած դիրքորոշումների՝ Հայաստանի երիտասարդությանը դասակարգելու համար կառուցվել է եռարժեք ինդեքս.

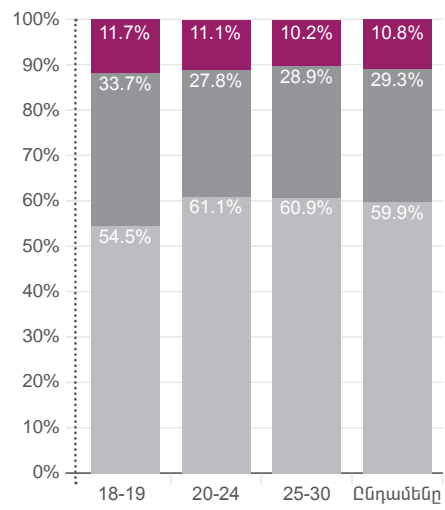
1. Երիտասարդներ, ովքեր որպես կուսակցության անդամ դառնալու դրդապատճառ ընտրել են երկու այլասիրական տարբերակներ: Այս երիտասարդները դասակարգվել են որպես կուսակցականներին «Այլասիրական» տիպ համարողներ:
2. Երիտասարդներ, ովքեր որպես կուսակցության անդամ դառնալու դրդապատճառ ընտրել են մեկ այլասիրական և մեկ անձնապաշտական տարբերակներ: Այս երիտասարդները դասակարգվել են որպես կուսակցականներին «խառը» դիրքորոշումներով տիպ համարողներ:
3. Երիտասարդներ, ովքեր որպես կուսակցության անդամ դառնալու դրդապատճառ ընտրել են երկու անձնապաշտական տարբերակներ: Այս երիտասարդները դասակարգվել են որպես կուսակցականներին «Անձնապաշտական» տիպ համարողներ:

Պարզվել է, որ Հայաստանի երիտասարդների 59.9%-ը կուսակցականներին համարում է զուտ «Անձնապաշտական» տիպեր (Գծապատկեր 57.), 29.3%-ը՝ «խառը» տիպեր, իսկ 10.8%-ը՝ «Այլասիրական» տիպեր:

Երիտասարդության քաղաքական մասնակցության տիպերը դասակարգելու համար 2012 թ-ի ԱԺ ընտրություններին մասնակցելու պատրաստակամություն հայտնածներին հարց է տրվել, թե ինչո՞ւ են նրանք պատրաստվում մասնակցել այդ ընտրություններին (Աղյուսակ 15.): Ընտրություններին մասնակցելու դիրքորոշում ունեցողների 60%-ը տվել է այնպիսի պատասխաններ, որոնք համապատասխանում են հպատակային քաղաքական մշակույթ կրող անձանց, իսկ 40%-ը՝ մասնակցային քաղաքական մշակույթ կրողներին:

Ընտրություններին մասնակցել չցանկացողների ամենամեծ հատվածը (33.2%) որպես չմասնակցելու պատճառ տվել է խուսափողական պատասխան («Չեմ ցանկանում մասնակցել»): Երկրորդ խոշոր հատվածը պատասխանել է, որ «Իր ծայրը ոչինչ չի որոշում» (25.6%): Երրորդ խոշոր հատվածը որպես չմասնակցելու պատճառ նշել է, որ «Ընտրություններն արդար չեն» (9.6%):

57. Կուսակցական դառնալու դրդապատճառները:



«Ինչո՞ւ են մարդիկ դառնում կուսակցության անդամ»: Տրված է «Անձնապաշտական», «խառը» և «Այլասիրական» դրդապատճառների բաշխումը:

- «Այլասիրական»
- «խառը»
- «Անձնապաշտական»

15. Ընտրություններին մասնակցությունն ըստ ֆաղափական մշակույթի Տիտաբանության:

Քաղաքական մշակույթ	«Ինչո՞ւ կմասնակցեիք 2012 թ. Ազգային ժողովի ընտրություններին»	%՝ ամբողջ ընտրանքից	%՝ ընտրություններին մասնակցել չցանկացողներից
Հպատակային	Քաղաքացիական պարտք է	21.9	29.0
Հպատակային	Դուր է գալիս ընտրելու պահը	6.6	8.7
Հպատակային	Դժվարացել է պատասխանել	6.4	8.5
Հպատակային	Ուղղակի, հենց այնպես	4.9	6.5
Հպատակային	Հետաքրքրության համար	4.8	6.4
Հպատակային	Ընդգրկված է ընտրական հանձնաժողովում	0.5	0.7
Հպատակային	Հայրը կուսակցական է	0.3	0.3
Հպատակային	Փող ստանալու ակնկալիքով	0.1	0.1
Ընդամենը հպատակային		45.5	60.2
Մասնակցային	Չայնը տեղ հասցնելու համար	9.2	12.2
Մասնակցային	Պաշտպանելու համար իր ընտրած կուսակցությանը/թեկնածուին	8.4	11.1
Մասնակցային	Որպեսզի իր տեղն այլ անձ չբվեարկի	6.1	8.1
Մասնակցային	Նպաստելու համար երկրում փոփոխություններին	3.4	4.6
Մասնակցային	Երկրին օգտակար լինելու համար	2.4	3.1
Մասնակցային	Արդարության հասնելու համար	0.3	0.4
Մասնակցային	Իշխանությանը մասնակից լինելու համար	0.2	0.2
Ընդամենը մասնակցային		30.0	39.7
Ընդամենը՝ ընտրություններին մասնակցողներ		75.6	100.0
Չեն մասնակցելու ընտրություններին		24.4	
Ընդամենը		100.0	

16. Ընտրություններին չմասնակցելու դասճառները:

2012 թ. Ազգային ժողովի ընտրություններին մասնակցել չցանկացողների դրդապատճառները	%՝ ամբողջ ընտրանքից	%՝ ընտրություններին մասնակցել չցանկացողներից
Չեն ցանկանում մասնակցել	6.6	33.2
Չայնս ոչինչ չի որոշում	5.1	25.6
Ընտրություններն արդար չեն	1.9	9.6
Բացակայելու են հանրապետությունից	1.5	7.4
Դժվարացել է պատասխանել	1.5	7.3
Տեղեկացված չեն կուսակցություններից, քաղաքականությունից հեռու են	1.2	6.0
Բանակում են լինելու	0.7	3.6
Գոհ են ներկա Կառավարությունից	0.7	3.4
Գրանցում չունեն	0.5	2.7
Ժամանակ չունեն	0.2	1.0
Իմ ուզած թեկնածուն չկա	0.0	0.2
Ընդամենը	20.0	100.0

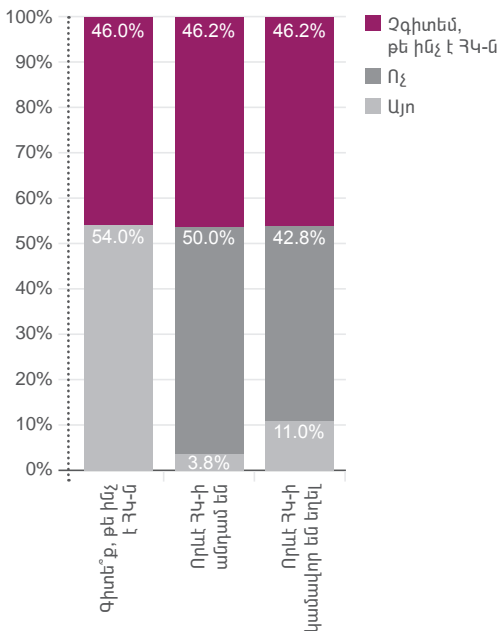
Քաղաքացիական մասնակցություն

Հետազոտությունը ցույց է տվել, որ Հայաստանում հասարակական կազմակերպությունների վերաբերյալ տեղեկացվածությունը բավականին բարձր է: Երիտասարդների 54%-ը գիտի, թե ինչ է հասարակական կազմակերպությունը (Գծապատկեր 58.): Չնայած հասարակական կազմակերպությունների անդամների քանակը չի աճել (իրենց որևէ ՀԿ անդամ են համարել երիտասարդների 3.8%-ը), սակայն էականորեն աճել է որևէ հասարակական կազմակերպության գործունեության շրջանակում կամավորական աշխատանքներ իրականացրած երիտասարդների քանակը (11%):

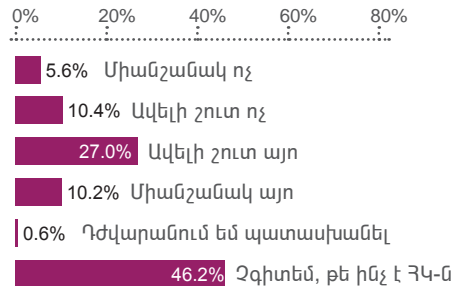
Հասարակական կազմակերպությունների անդամների վերաբերյալ երիտասարդների դիրքորոշումներն ավելի դրական են, քան կուսակցությունների առումով: Եթե երիտասարդների 60%-ն է համարում, որ կուսակցականների 60%-ը հետապնդում է զուտ անձնական շահեր, ապա հասարակական կազմակերպությունների անդամների մասին այդպիսի դիրքորոշումներ ունի երիտասարդների 22.8%-ը (Աղյուսակ 17.): Հատկանշական է, որ հասարակական կազմակերպությունների վերաբերյալ դրական դիրքորոշումը նշանակալիորեն աճում է նրանց մասին տեղյակ անձանց շրջանում: Այդպիսի անձանց 53.4%-ը համարում է, որ հասարակական կազմակերպությունների անդամները հետապնդում են զուտ հասարակական նպատակներ:

Երիտասարդների՝ հասարակական կազմակերպությունների հասարակական սուբյեկտության վերաբերյալ արտահայտած դիրքորոշումը բավականին բարձր է: Երիտասարդների 37.2%-ը համարում է, որ հասարակական կազմակերպություններն ունակ են լուծելու հասարակական որևէ խնդիր (Գծապատկեր 59.): Ընդ որում՝ երիտասարդների 18.6%-ը տեղյակ է որևէ կոնկրետ հասարակական նշանակության խնդրի մասին, որը լուծվել է հասարակական կազմակերպության միջոցով (Աղյուսակ 18.):

58. Տեղեկացվածությունը հասարակական կազմակերպությունների մասին և մասնակցությունը հասարակական կազմակերպությունների գործունեությանը:



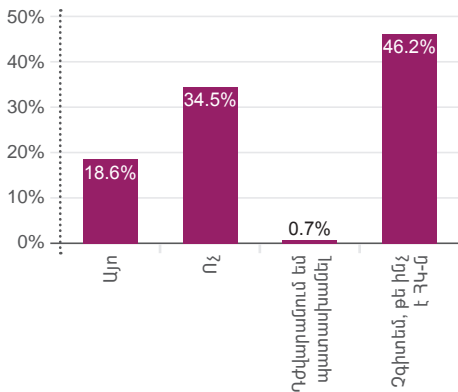
59. «Կարո՞ղ է արդյո՞ք Հայաստանում ՀԿ-ն որևէ կարևոր հասարակական խնդիր լուծել»:



17. «Ինչո՞ւ են մարդիկ ստեղծում հասարակական կազմակերպություններ»:

«Ինչո՞ւ են մարդիկ ստեղծում հասարակական կազմակերպություններ»	%՝ ամբողջ ընտրանքից	%՝ ԳԿ-ների մասին տեղյակ անձանցից
1. Ցանկանում են հասարակությանն օգտակար լինել	27.6%	53.4%
2. Իրենց անձնական նպատակներն են հետապնդում	22.8%	44.2%
3. Երկունս էլ	0.8%	1.5%
4. Դրամաշնորհներ շահել	0.1%	0.2%
5. ԳԿ-ները ինֆորմացիա և ֆինանսավորում են ստանում դրսից	0.1%	0.2%
6. Անգործ են մնացել	0.1%	0.1%
7. Ուզում են թիմ ունենալ	0.1%	0.1%
8. «Փող են լվանում»	0.1%	0.2%
Ընդամենը	51.6%	100%

60. «Պիտե՞ք արդյոք որևէ հասարակական խնդիր, որը լուծվել է ՏԿ-ի միջոցով»:





18. «Նշե՛ք այն ամենակարևոր խնդիրը, որը լուծվել է որևէ «Կ-ի կողմից»:

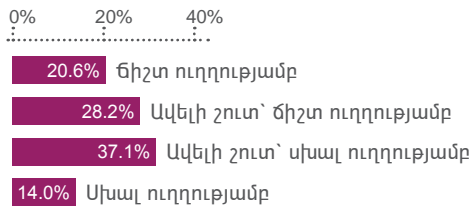
«Նշե՛ք այն ամենակարևոր խնդիրը, որը լուծվել է որևէ ԿԿ-ի կողմից»	%՝ ամբողջ ընտրանքից	%՝ նշածների ընտրանքից
1. Թեչկանի ջրվեժի պահպանումը	4.9%	34.6%
2. Փողոցների մաքրում	2.9%	20.3%
3. Կանաչապատում/ծառատունկ/աջակցություն բնապահպանությանը	0.7%	4.8%
4. Բնակարանաշինություն	0.5%	3.2%
5. Գյուղերի ջրի/գազի հարցի լուծում	0.4%	2.7%
6. Դրամական օգնություն	0.3%	2.4%
7. Օգնություն ծնողազուրկ/անապահով երեխաներին	0.3%	2.3%
8. Մանկատների սոցիալական հարցերի կարգավորում	0.3%	2.2%
9. Հաշմանդաններին աջակցություն/աշխատանքի տեղավորում, օգնություն	0.3%	2.2%
10. Ֆինանսական հաշտարար	0.3%	1.9%
11. Շիրակի մարզում եկեղեցիների բարեկարգում	0.3%	1.8%
12. Հուշարձանների վերակառուցում/նորոգում	0.3%	1.8%
13. Վարորդների խնդիրների լուծում	0.3%	1.8%
14. Պայքար բռնության դեմ	0.2%	1.3%
15. «Օգնիր» հիմնադրամի գործունեությունը	0.2%	1.2%
16. Պայքար մանկապղծության դեմ	0.2%	1.2%
17. Գյուղերում դպրոցների կահավորում/բարեկարգում/նորոգում	0.2%	1.1%
18. Թրաֆիքինգի դեմ պայքար	0.2%	1.1%
19. Հիվանդներին տեղեկատվությամբ ապահովում	0.2%	1.1%
20. Աղբահանություն	0.1%	0.9%
21. Սահմանային շրջաններում աղքատության կրճատում	0.1%	0.8%
22. Թեղուտի անտառի խնդիր	0.1%	0.7%
23. Կրթության ոլորտում երիտասարդներին աջակցություն	0.1%	0.6%
24. Ներառական կրթություն	0.1%	0.5%
25. Աշակերտներին իրազեկում են իրենց իրավունքների մասին	0.1%	0.5%
26. Սեռական դաստիարակության խնդիրը	0.0%	0.3%
27. Անապահով երեխաներին դասընթացների մեջ ընդգրկելը	0.0%	0.3%
28. «Ջինիշյան» հիմնադրամի գործունեությունը	0.0%	0.3%
29. Հակակոռուպցիոն ծրագիր	0.0%	0.2%
30. Թմրամոլների բուժում	0.0%	0.2%
31. Օգնություն փախստականներին	0.0%	0.2%
ԸՆԴՀԱՆԵՆՆ	14.3%	100.0%

Ներհանրադասական սոցիալ-սնտեսական զարգացումների գնահատականներ

Հետազոտությամբ ուսումնասիրվել են Հայաստանի երիտասարդության դիրքորոշումները Հայաստանում ընթացող սոցիալ-տնտեսական զարգացումների վերաբերյալ:

Հայաստանյան ընդհանուր զարգացումների առումով դիրքորոշումների բնույթն ուսումնասիրվել է «Ձեր կարծիքով՝ Հայաստանն ընթանում է՝ սխալ ուղղությամբ, ավելի շուտ՝ սխալ ուղղությամբ, ավելի շուտ՝ ճիշտ ուղղությամբ, թե՞ ճիշտ ուղղությամբ» հարցի միջոցով: Երիտասարդների՝ Հայաստանի զարգացման ուղղության վերաբերյալ արտահայտած դիրքորոշումները կիսված են. նրանց 48.8%-ը համարում է, որ Հայաստանն «ընթանում է ճիշտ ուղղությամբ» (Գծապատկեր 61.): Պատասխանների բաշխումն ունի ծախ շեղում. ավելի շատ երիտասարդներ հակված են համարելու, որ Հայաստանը միանշանակորեն «ընթանում է ճիշտ ուղղությամբ»՝ 20.6%, քան այն ուսանողները, ովքեր հակված են համարելու, որ Հայաստանը միանշանակորեն «ընթանում է սխալ ուղղությամբ»՝ 14.0%:

61. «Արդյո՞ք Հայաստանն ընթանում է ճիշտ, թե՞ սխալ ուղղությամբ»:



Ուսումնասիրվել են երիտասարդների գնահատականները Հայաստանում՝ առանձին ոլորտներում, տեղի ունեցող փոփոխությունների միտումների վերաբերյալ: Տրվել է հետևյալ հարցը. «Ձեր կարծիքով՝ Հայաստանի հետևյալ ոլորտներում ինչպե՞ս է փոխվում իրավիճակը»: Պատասխանների տարբերակներն էին. 1. վատանում է, 2. ավելի շուտ վատանում է, 3. չի բարելավվում, 4. ավելի շուտ բարելավվում է, 5. բարելավվում է:

Դիտարկվել են հետևյալ ոլորտներում տեղի ունեցող փոփոխությունների ընկալումները.

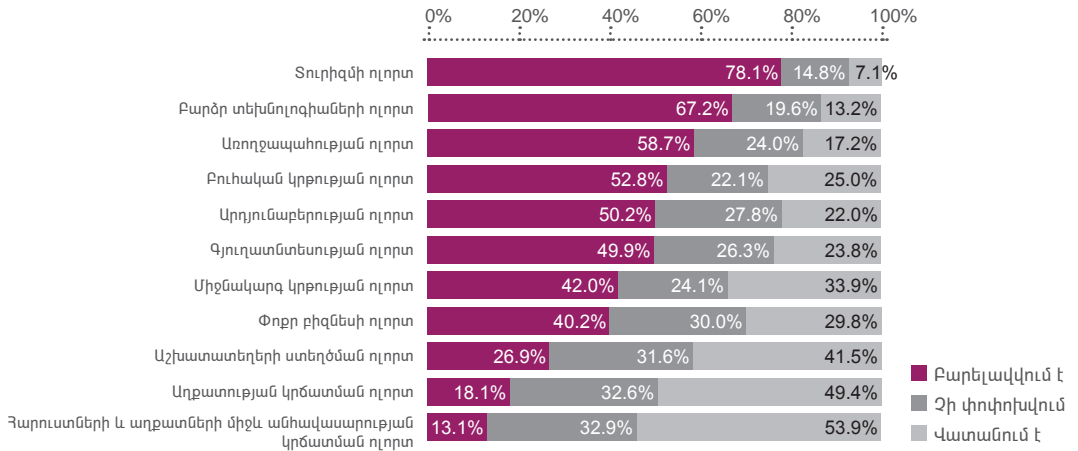
1. Միջնակարգ կրթության ոլորտ,
2. Բուհական կրթության ոլորտ,
3. Առողջապահության ոլորտ,
4. Տուրիզմի ոլորտ,
5. Գյուղատնտեսության ոլորտ,
6. Արդյունաբերության ոլորտ,
7. Հարուստների և աղքատների միջև անհավասարության կրճատման ոլորտ,
8. Փոքր բիզնեսի ոլորտ,
9. Բարձր տեխնոլոգիաների ոլորտ,
10. Աշխատատեղերի ստեղծման ոլորտ,
11. Աղքատության կրճատման ոլորտ:

Պատասխանների բաշխումը ներկայացված է Գծապատկեր 62.-ում:

- Երիտասարդների շատ մեծ հատվածը համարում է, որ իրավիճակը բարելավվում է տուրիզմի (78.1%) և բարձր տեխնոլոգիաների (67.2%) ոլորտներում:

- Առավել բացասական են դիրքորոշումները սոցիալական անհավասարության, աղքատության և զբաղվածության ոլորտներում տեղի ունեցող փոփոխությունների վերաբերյալ: Երիտասարդները համարում են, որ այդ ոլորտներում իրավիճակը բարելավվում է համապատասխանաբար 13.1%-ով, 18.1%-ով և 26.9%-ով: Նրանց մոտ կեսը գտնում է, որ այդ ոլորտներում իրավիճակը վատթարանում է, իսկ 1/3-ը համարում է, որ մնում է անփոփոխ (ինչն ավելի մեծ հավանականությամբ նշանակում է իրավիճակի բացասական գնահատական):

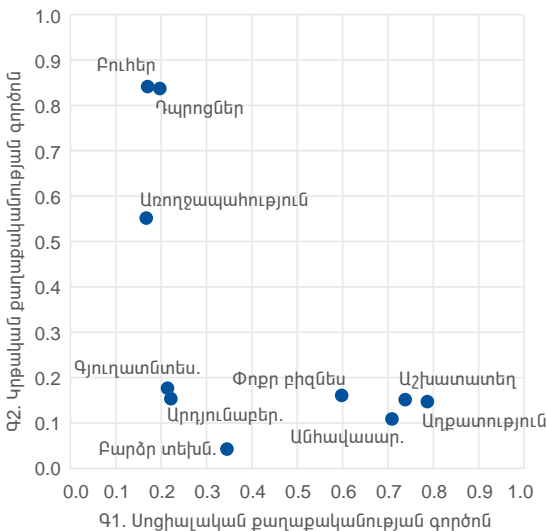
62. «Տպասանի հետևյալ ոլորտներում ինչդե՞ս է փոխվում իրավիճակը»:



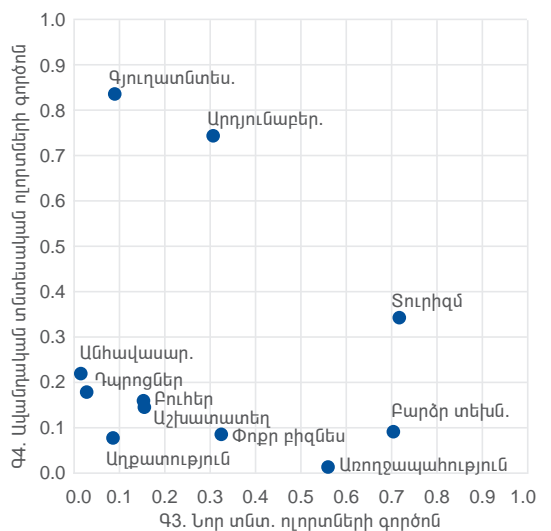
Սոցիալ-տնտեսական ոլորտներում տեղի ունեցող փոփոխությունների գործոնային վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ այդ դիրքորոշումները ձևավորվում են չորս գործոնների ազդեցությամբ (Գծապատկեր 63.):

63. Իրավիճակի փոփոխության գնահատականները դայմանավորող գործոնները:

«Գ1. Սոցիալական քաղաքականություն» x «Գ2. Կրթական քաղաքականություն»



«Գ3. Նոր տնտեսական ոլորտների գործոն» x «Գ4. Ավանդական տնտեսական ոլորտների գործոն»



Գ1. «Սոցիալական քաղաքականության գործոն»: Այս գործոնի ազդեցությամբ միաժամանակ աճում են սոցիալական այն ոլորտներում տեղի ունեցող գործընթացների գնահատականները, որոնց թվում են աղքատության կրճատման, անհավասարության կրճատման, աշխատատեղերի ստեղծման և փոքր բիզնեսի ոլորտները: Գծապատկեր 62.-ից երևում է, որ դրանք այն ոլորտներն են, որտեղ երիտասարդների գնահատականներն ամենացածրն են եղել:

Գ2. «Կրթական քաղաքականության գործոն»: Այս գործոնի ազդեցությամբ բարելավվում են դպրոցներում և բուհերում կրթության որակի գնահատականները: Գծապատկեր 62.-ից երևում է, որ դիտարկված ոլորտների շարքում այս գործոնի ընդհանուր դրական տեղաշարժը միջին չափի է:

Գ3. «Նոր տնտեսական ոլորտների գործոն»: Այս գործոնի ազդեցությամբ բարելավվում են տուրիզմի և բարձր տեխնոլոգիաների ոլորտներում տեղի ունեցող փոփոխությունների գնահատականները: Դրանք այն ոլորտներն են, որոնցում կատարվող փոփոխությունների գնահատականներն ամենադրականներն են:

Գ4. «Ավանդական տնտեսական ոլորտների գործոն»: Այս գործոնի ազդեցությամբ բարելավվում են արդյունաբերության և գյուղատնտեսության ոլորտներում տեղի ունեցող փոփոխությունների գնահատականները: Այս ոլորտներում տեղի ունեցած փոփոխությունների գնահատականները զիջում են միայն տուրիզմի և բարձր տեխնոլոգիաների ոլորտներում կատարված դրական փոփոխություններին:

Պեսական երիտասարդական ծրագրեր

Ուսումնասիրվել են երիտասարդների դիրքորոշումները Հայաստանում իրականացվող երեք պետական երիտասարդական ծրագրերի վերաբերյալ: Դրանք են.

1. «Լույս» հիմնադրամի միջոցով աջակցություն երիտասարդների կրթությանը:
2. Երիտասարդ մասնագետների համար սոցիալական բնակարանաշինություն:
3. Երիտասարդ ընտանիքների վարկավորում՝ բնակարան ձեռք բերելու համար:

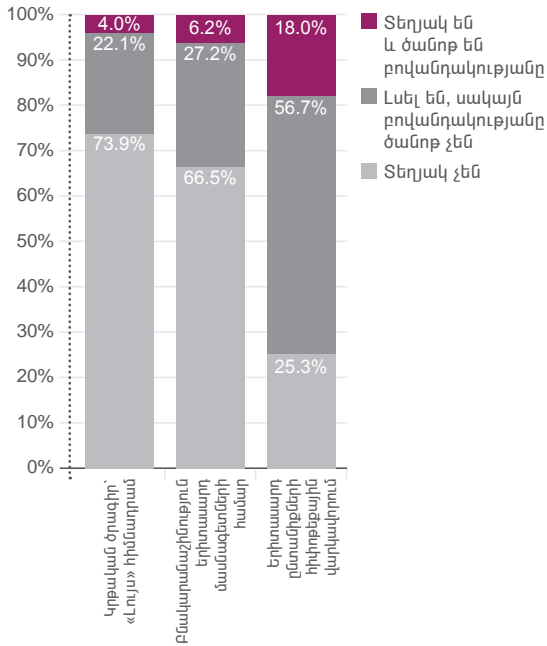
Այդ ծրագրերից տեղեկացվածության մակարդակը տրված է Գծապատկեր 64.-ում:

Երիտասարդությունն առավել լավատեղյակ է երիտասարդ ընտանիքների հիփոթեքային վարկավորման գործընթացից (ծրագրի մասին լսել է 56.7%-ը, բովանդակությանը ծանոթ է 18%-ը): Երիտասարդների փոքր հատվածն է տեղյակ երիտասարդ մասնագետների համար բնակարանաշինության ծրագրից (լսել է 27.2%-ը, բովանդակությանը ծանոթ է 6.2%-ը) և «Լույս» հիմնադրամի կրթական ծրագրից (լսել է 22.1%-ը, բովանդակությանը տեղյակ է 4%-ը):

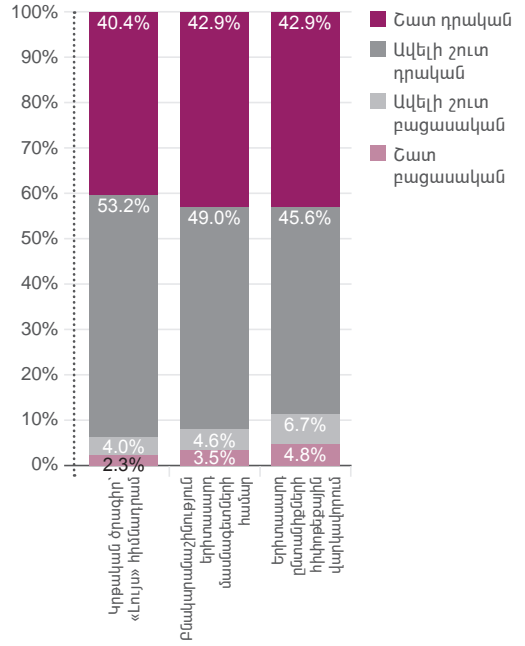


Հարկ է նշել, որ պետական երիտասարդական ծրագրերին տեղյակ լինելու դեպքում՝ երիտասարդների՝ դրանց վերաբերյալ արտահայտած դիրքորոշումները բացարձակ գերակշիռ մասով դրական են. երիտասարդների 91-95%-ն այդ ծրագրերը դրական է գնահատել (Գծապատկեր 65.):

64. «Ուրբանո՞վ եք սեղեկագված հեկյալ դեղսական ծրագրերի վերաբերյալ...»:



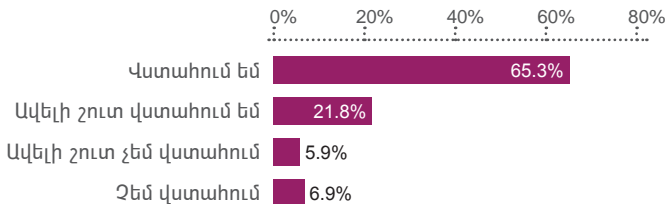
65. Վերաբերմունքը դեղսական երիտասարդական ծրագրերի նկատմամբ:



Բանակի հետ կապված խնդիրներ

Հայկական բանակը, ինչպես և Հայ Առաքելական Եկեղեցին, երիտասարդության շրջանում ամենաբարձր վստահության աստիճանն ունեցող ինստիտուտն է: Բանակին վստահում է Հայաստանի երիտասարդների 87.1%-ը (Գծապատկեր 66.):

66. «Ուրբանո՞վ եք վստահում Հայկական բանակին»:



Չնայած Հայկական բանակի նկատմամբ երիտասարդների շատ բարձր վստահությանը՝ այնուամենայնիվ, նրանց մեծ մասի կարծիքով, բանակում առկա են որոշակի խնդիրներ:

Հետազոտությամբ ուսումնասիրվել են բանակում առկա այն խնդիրները, որոնք վերջին ժամանակաշրջանում գտնվում են Հայաստանի հասարակության ուշադրության կենտրոնում:

Խնդիրների լրջությունը գնահատվել է հետևյալ սանդղակով. 1. այդպիսի խնդիր բանակում չկա, 2. լուրջ խնդիր չէ, 3. լուրջ խնդիր է, 4. շատ լուրջ խնդիր է:

Երիտասարդները հատկապես լուրջ խնդիրներ են համարում.

1. Անպաշտպան ընտանիքներից և ֆիզիկապես թույլ զինվորներին ճնշելը/ստորացնելը/բռնության ենթարկելը (խնդիրը լուրջ կամ շատ լուրջ է համարում երիտասարդների 81.9%-ը),
2. Ձորամասերի հրամանատարների կողմից զորամասում կատարվող անկարգությունների թաքցնելը (79.9%-ը):

Իսկ ոչ շատ լուրջ են գնահատվել.

1. Տարբեր շրջաններից զորակոչված զինվորների միջև հակասությունները (55.1%),
2. Բուև ավարտած զորակոչիկների և սերժանտական անձնակազմի միջև հակասությունները (49.5%):

Հարկ է նշել, որ զորացրվածների շրջանում այդ խնդիրների լրջության ընկալումները վերջին 10 տարիների ընթացքում էապես չեն տարբերվում միմյանցից: Դրա մասին է վկայում վեր հանված խնդիրների արժեքների բաշխումը վերջին 10 տարիների ընթացքում զորացրված կամ դեռևս ժամկետային ծառայության մեջ գտնվող երիտասարդների²⁶ գնահատականներում:

Հետազոտության ընթացքում դիտարկվել են նաև, թե երիտասարդների կողմից որքանով են ընդունելի բանակային խնդիրների լուծման մի քանի մեթոդներ: Այդ նպատակով հարց է տրվել. «Ձեր կարծիքով՝ հետևյալ մեթոդները կնպաստե՞ն բանակում առկա խնդիրների լուծմանը»:

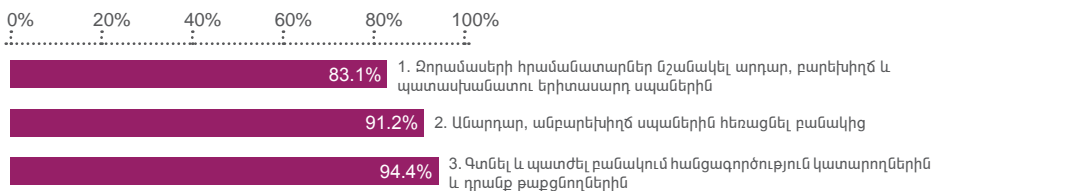
Դիտարկվել են հետևյալ մեթոդները.

1. Ձորամասերի հրամանատարներ նշանակել արդար, բարեխիղճ և պատասխանատու երիտասարդ սպաներին,
2. Անարդար, անբարեխիղճ սպաներին հեռացնել բանակից,
3. Գտնել և պատժել բանակում հանցագործություն կատարողներին և դրանք թաքցնողներին:

Պատասխանների տարբերակներն էին՝ 1. Միանշանակ ոչ, 2. Ավելի շուտ ոչ, 3. Ավելի շուտ այո, 4. Միանշանակ այո:

Երիտասարդների պատասխանների բաշխումները տրված են Գծապատկեր 67.-ում: Բոլոր նշված մեթոդներն ունեցել են համաձայնության շատ բարձր մակարդակ՝ 83-94%: Սակայն, հատկապես բարձր է պատիժների կիրառման հետ համաձայնության աստիճանը:

67. Երիտասարդների՝ բանակային խնդիրների լուծման մեթոդների վերաբերյալ արձանագրված դիրքորոշումները:



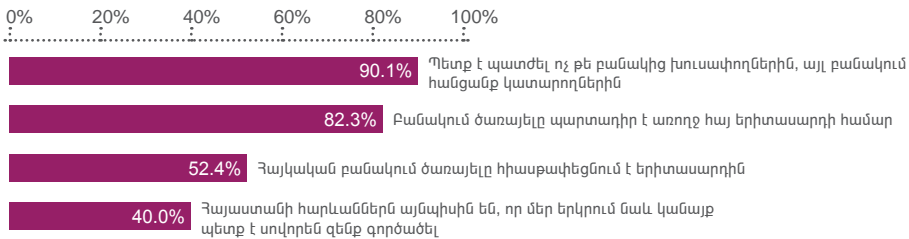
Այսպիսով՝ Հայկական բանակի նկատմամբ Հայաստանի երիտասարդության գիտակցությունում առկա են հակասական դիրքորոշումներ: Մի կողմից՝ Հայկական բանակի նկատմամբ նրանք ունեն վստահության շատ բարձր մակարդակ, իսկ մյուս կողմից՝ լայնորեն տարածված են այն դիրքորոշումները, ըստ որոնց՝ բանակում առկա են որոշակի խնդիրներ:

²⁶ Հետազոտության ընթացքում հանդիպել են արձակուրդ ստացած մի քանի ժամկետային զինծառայողներ:

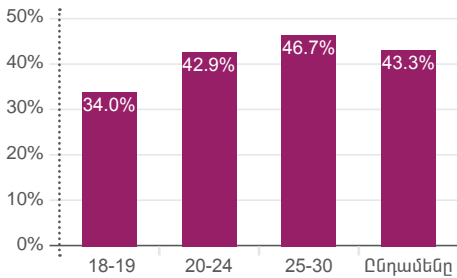


Այդ հակասականությունն արտահայտվում է նաև բանակի հետ կապված այլ դիրքորոշումներում: Մասնավորապես երիտասարդների 82.3%-ը համաձայն է այն դրույթի հետ, որ «բանակում ծառայելը պետք է պարտադիր լինի առողջ հայ երիտասարդի համար» (Գծապատկեր 68.): «Եթե բանակում ծառայելը պարտադիր չլիներ, կծառայեի՞ք արդյոք Հայկական բանակում» հարցին էլ, սակայն, դրական է պատասխանել երիտասարդ տղամարդկանց միայն 43%-ը (Գծապատկեր 69. և Գծապատկեր 70.): Ընդ որում՝ գինվորական ծառայության պարտադիր չլինելու դեպքում բանակում կծառայեր ուսանող տղամարդկանց միայն 35%-ը, երևանաբնակ տղամարդկանց՝ 37%-ը, իսկ գյուղաբնակ և այլ քաղաքաբնակ տղամարդկանց՝ 47%-ը:

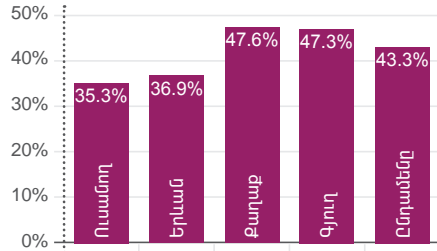
68. «Նամաձա՞յն եմ, թե՞ համաձայն չեմ հետևյալ դրույթների հետ...»:



69. «Եթե բանակում ծառայելը դարձադիր չլիներ, ադա Գոմ կծառայեի՞՞ Հայկական բանակում» (ըստ սարխի):



70. «Եթե բանակում ծառայելը դարձադիր չլիներ, ադա Գոմ կծառայեի՞՞ Հայկական բանակում» (ըստ ուսանողների և ըստ բնակավայրի տիպի):



Հասարակական գիտակցությունում կարևոր հարցերի վերաբերյալ հակասական դիրքորոշումների առկայությունը (այլ կերպ ասած՝ կոգնիտիվ դիսոնանսը) ժամանակի ընթացքում առաջացնում է դրա հանգուցալուծման հասարակական պահանջ: Եթե հակասական դիրքորոշումներ առաջացնող արտաքին պատճառները հարատևում են, ապա մարդու և հասարակական գիտակցությունում առաջանում են դրանց հանգուցալուծման ձևեր, որոնք հաճախ կարող են թվալ, թե կապված չեն դրանք ծնող իրական պատճառների հետ: Օրինակ՝ տվյալ դեպքում կարող են ուժեղանալ արտագաղթի միտումները, կարող է առաջանալ կոռուպցիոն դիրքորոշումների աճ, կարող է ուժեղանալ հասարակության մեջ արդեն իսկ տարածված բազմակի ստանդարտների գիտակցված կիրառումը և այլ բացասական սոցիալ-հոգեբանական երևույթներ, որոնք, ի վերջո, կարող են արմատապես փոխել սոցիալական ինստիտուտի (տվյալ դեպքում՝ բանակի) ֆունկցիոնալությունը կամ հասարակական գիտակցությունում առաջացնել վստահության մակարդակի «անսպասելի» կտրուկ նվազում:

5. Արագադրի դիրֆորոշումներ

Արագադրը բարձրացնում է մնալ Տայասանի կարևորագույն հիմնախնդիրների բարձր: Այս բաժնում դիտարկվում են հետևյալ հարցերը.

1. Տայասանի երիտասարդության` այլ երկրներում լինելու փորձը,
2. Ժամանակավորապես Տայասանից դուրս մեկնելու վերաբերյալ դիրֆորոշումները,
3. Մեզական քնակության մեկնելու վերաբերյալ դիրֆորոշումները:



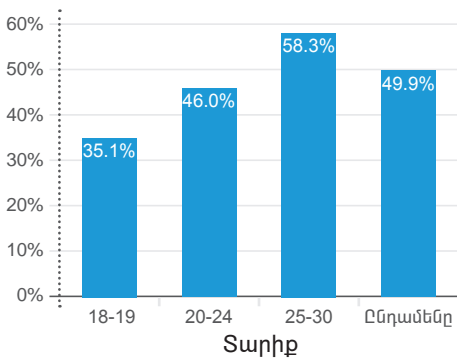
Արտասահմանում լինելու փորձը

Հայաստանի երիտասարդների մոտ 50%-ը երբևէ եղել է արտասահմանում (Գծապատկեր 71.): Ընդ որում՝ արտասահմանում եղել է 18-19 տարեկան երիտասարդներից յուրաքանչյուր երրորդը: Արտասահմանում լինելու համեմատաբար ավելի մեծ փորձ ունեն տղամարդիկ. արտասահմանում է եղել նրանց 55.8%-ը (Գծապատկեր 72.), երևանի բնակիչներից՝ 58.8%-ը (Գծապատկեր 73.), ուսանողներից՝ 55.2%-ը:

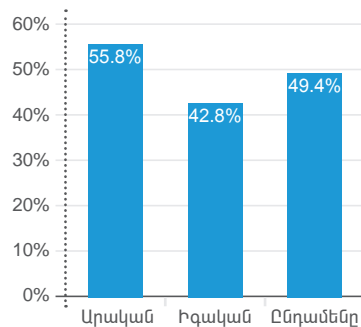
Հայաստանի երիտասարդներն առավելապես լինում են Ռուսաստանի Դաշնությունում և Վրաստանում: Կարելի է ենթադրել, որ վերջին տարիներին ավելացել է ՌԴ և Վրաստան մեկնողների քանակը (ՌԴ այցելել են երբևէ արտասահման մեկնած երիտասարդների 33.2%-ը և վերջին երեք տարիների ընթացքում արտասահման մեկնածների 46.2%-ը: Վրաստան են այցելել երբևէ արտասահման մեկնած երիտասարդների 21.3%-ը և վերջին երեք տարիների ընթացքում արտասահման մեկնածների մոտ 30%-ը): Վերջին երեք տարիների ընթացքում Եվրոպական Միության երկրներում եղել է երիտասարդների 8.8%-ը, իսկ Թուրքիայում՝ 2.4%-ը (Գծապատկեր 74.):

Արտասահման մեկնելու ամենատարածված նպատակը եղել է հանգստանալը: Այդ նպատակով արտասահման է այցելել արտերկիր մեկնածների 45.3%-ը: Արտասահմանյան այցելությունների երկրորդ ամենատարածված նպատակը (34.5%) եղել է աշխատելը (գործարարություն, առևտուր): Երիտասարդների՝ արտասահմանում լինելու երրորդ ամենատարածված նպատակը հետևյալն է՝ «այցելություններ հարազատներին» (9.3%) (Գծապատկեր 75.):

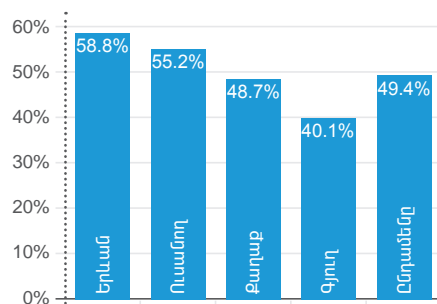
71. Երբևէ արտասահմանում եղած երիտասարդների բաժնումն ըստ սահմանի:



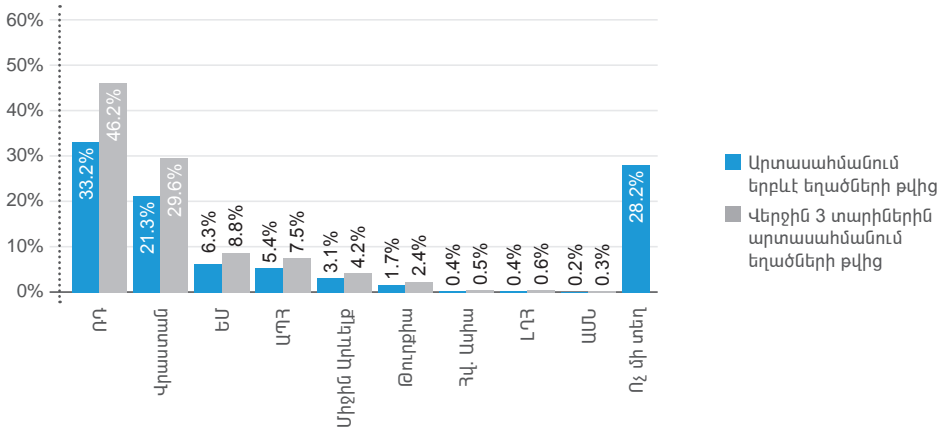
72. Երբևէ արտասահմանում եղած երիտասարդների բաժնումն ըստ սեռի:



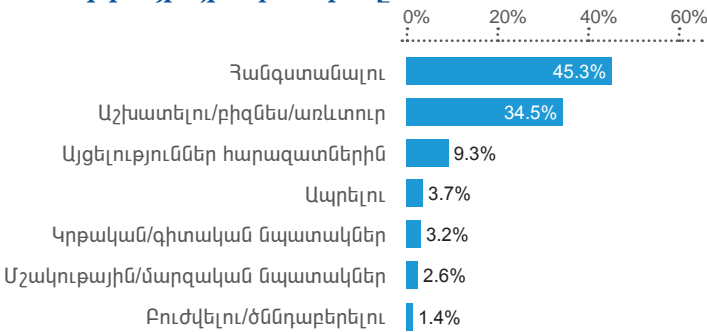
73. Երբևէ արտասահմանում եղած երիտասարդների բաժնումն ըստ բնակավայրի տիպի և ըստ ուսանողների:



74. Միգրացիայի սարածաքանակները:



75. Միգրացիայի նպատակները:



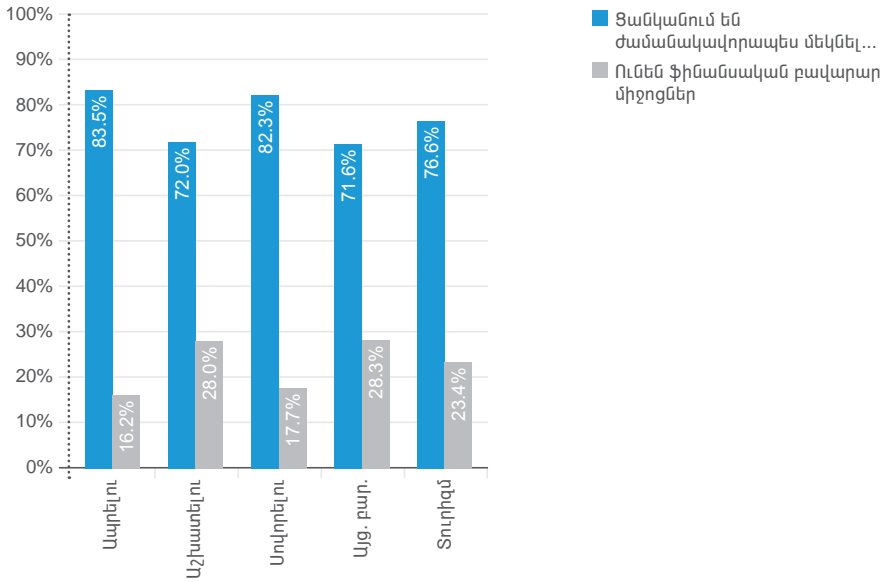
Ժամանակավոր արժազանքի դիրքորոշումները

Հետազոտության ընթացքում դիտարկվել են տարբեր նպատակներով արտասահման ժամանակավորապես մեկնելու վերաբերյալ դիրքորոշումները, որոնց թվում՝ ժամանակավորապես ապրելու, աշխատելու, սովորելու, բարեկամներին և հարազատներին այցելելու, ինչպես նաև տուրիզմի նպատակներով:

Երիտասարդների՝ ժամանակավորապես արտասահման մեկնելու վերաբերյալ դիրքորոշումները շատ բարձր են (Գծապատկեր 76.) և կախված նպատակից (աշխատելու և բարեկամներին այցելելու նպատակներից)՝ փոփոխվում են 72%-ից մինչև 83.5% (ժամանակավորապես ապրելու նպատակ): Այնուամենայնիվ, արտասահման մեկնելու համար երիտասարդների ֆինանսական միջոցները շատ սուղ են: Արտասահման մեկնելու համար անհրաժեշտ ֆինանսական միջոցներ համեմատաբար ավելի շատ ունեն աշխատելու և բարեկամներին այցելելու նպատակներ ունեցող երիտասարդները: Մասնավորապես հարազատներին այցելելու նպատակով ժամանակավորապես արտասահման մեկնել ցանկացող երիտասարդների 28.3%-ն ունի դրա համար անհրաժեշտ ֆինանսական միջոցներ, աշխատելու նպատակով մեկնելու ցանկություն ունեցող երիտասարդների՝ 28%-ը, իսկ սովորելու նպատակով մեկնել ցանկացողների՝ 17.7%-ը:

76. Տարբեր նպատակներով արտասահման մեկնելու վերաբերյալ դիրքորոշումները և դրա համար բավարար ֆինանսական միջոցների առկայությունը:

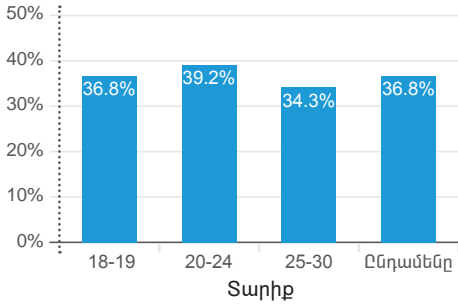
«Հնարավորության դեպքում կմեկնեի՞ք արտասահման հետևյալ նպատակներով»:
 «Ունե՞ք արդյոք հետևյալ նպատակով ժամանակավորապես արտասահման մեկնելու համար բավարար ֆինանսական միջոցներ»:



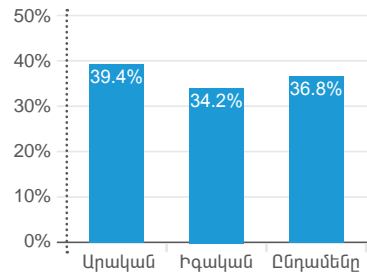
Մշական բնակության մեկնելու վերաբերյալ դիրքորոշումները

Երիտասարդության շրջանում ընդմիշտ արտասահման մեկնելու վերաբերյալ դիրքորոշում ունի 36.8%-ը (Գծապատկեր 77.): Ընդ որում՝ երիտասարդների սոցիալ-ժողովրդագրական տարբեր խմբերում դրանք բաշխումները քիչ են տարբերվում միմյանցից (Գծապատկեր 77., Գծապատկեր 78., Գծապատկեր 80., Գծապատկեր 81.): Դիտարկված բնութագրերի շարքում բացառություն է կազմում միայն ամուսնացած լինելու հանգամանքը, որն էականորեն նվազեցնում է երիտասարդների ընդմիշտ մեկնելու հակումը. եթե չամուսնացած երիտասարդների 40.7%-ն է ցանկանում ընդմիշտ մեկնել արտասահման, ապա՝ ամուսնացածների միայն 30.8%-ը (Գծապատկեր 79.):

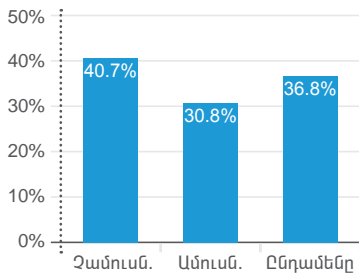
77. Նարավորության դեղճում Նայասանից ընդմիշ մեկնել ցանկացողների բաշխումն ըստ սարիի:



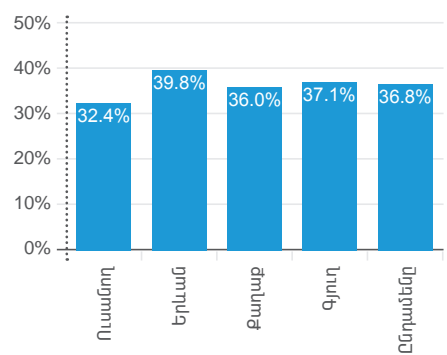
78. Նարավորության դեղճում Նայասանից ընդմիշ մեկնել ցանկացողների բաշխումն ըստ սեռի:



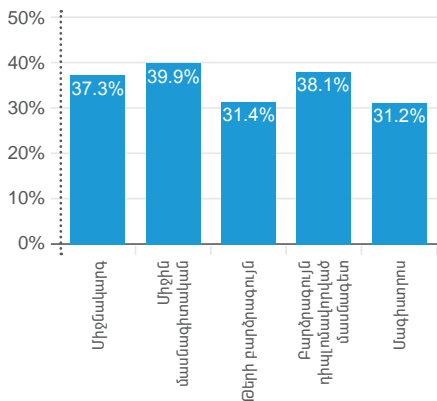
79. Նարավորության դեղճում Նայասանից ընդմիշ մեկնել ցանկացողների բաշխումն ըստ ամուսնական կարգավիճակի:



80. Նարավորության դեղճում Նայասանից ընդմիշ մեկնել ցանկացողների բաշխումն ըստ բնակավայրի տիի և ըստ ուսանողների:



81. Նարավորության դեղճում Նայասանից ընդմիշ մեկնել ցանկացողների բաշխումն ըստ կրթական մակարդակի:



6. Կրթություն

Առավել հեռախոսային և երիտասարդների վերաբերմունքն ու դիրքորոշումները կրթության, հասկալի քարտեզագրության կրթության նկատմամբ: Մեր ընտանիքում առանձնացրել էինք նաև ուսանողությանը՝ որդես ուսումնասիրման հասուկ ենթախումբ: Կրթությունը՝ իբրև երիտասարդների գործունեության գերակա սարսենակ, անմիջականորեն փոխկապակցված է կենսագործունեության այլ ոլորտների (զբաղվածություն, միգրացիա, հաղորդակցություն և այլն) հետ՝ փոխդայմանավորելով նաև այդ ոլորտների հանդեպ վերաբերմունքը:



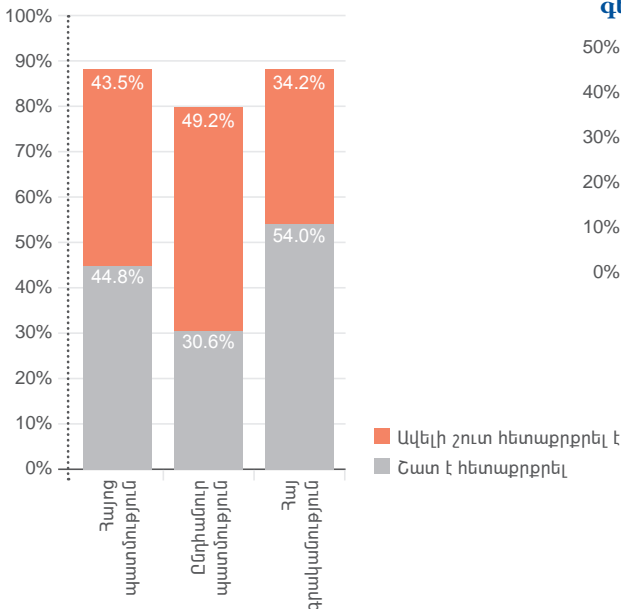
Միջնակարգ կրթություն

Նախ անդրադառնանք միջնակարգ կրթությանը և դիտարկենք, թե դպրոցական շրջանում երիտասարդներին առավելապես ո՞ր առարկաներն են հետաքրքրել: Հատկանշական է, որ ավելի մեծ հետաքրքրություն են առաջացնում հայագիտական ուղղվածության առարկաները (Հայ գրականություն՝ 54%, Հայոց պատմություն՝ 44.8%), քան հասարակագիտական այլ առարկաները (Գծապատկեր 82.):

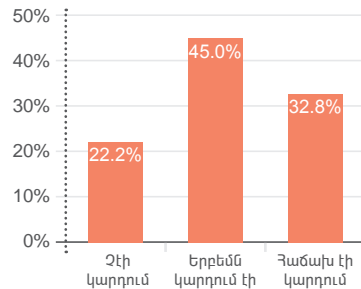
Հատուկ ուշադրության է արժանի այն փաստը, որ հայ երիտասարդների 22.2%-ը նշում է, որ դպրոցական տարիներին գեղարվեստական գրականություն ընդհանրապես չի կարդացել: Եվ ընդամենը 32.8%-ն է, որ հաճախ է կարդացել գեղարվեստական գրականություն (Գծապատկեր 83.):

Երիտասարդների՝ դպրոցական կրթությունից բավարարվածության վերաբերյալ արտահայտած դիրքորոշումներն ամբողջապես ամփոփված են Աղյուսակ 19.-ում: Ինչպես նկատելի է, միայն 15.8%-ն է կարծում, որ դպրոցը լիովին կատարում է իր հիմնական գործառույթները, իսկ 41.2%-ի կարծիքով՝ դպրոցում ստացած գիտելիքները չեն բավարարում թե՛ բուհ ընդունվելու, թե՛ կյանքում կողմնորոշվելու համար:

82. «Որքանո՞վ էին դուրսում Ձեզ հետաքրքրում հետևյալ առարկաները»:



83. «Գործոցում սովորելիս, բացի հանձնարարվածից, հաճախ էի՞ կարդում գեղարվեստական գրականություն»:



19. Նանրակրթական դպրոցի ֆունկցիոնալությունը:

«Դպրոցում ստացած գիտելիքները բավարար են, որպեսզի մարդը կողմնորոշվի կյանքում»:

«Դպրոցում ստացած գիտելիքները բավարար են բուհ ընդունվելու համար՝ առանց կրկնուսույցի մոտ պարապելու կամ առանց ծանոթի»:

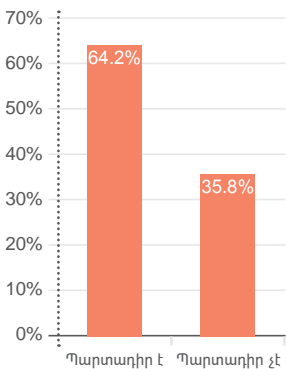
	Ոչ	Այո	Ընդամենը
Ոչ	41.2%	9.4%	50.6%
Այո	33.6%	15.8%	49.4%
Ընդամենը	74.8%	25.2%	100.0%

Տվյալները վկայում են, որ երիտասարդների համար հանրակրթական դպրոցը լիարժեք չի կատարում իր գործառույթները, ինչը որոշակի անբավարարվածության տեղիք է տալիս:

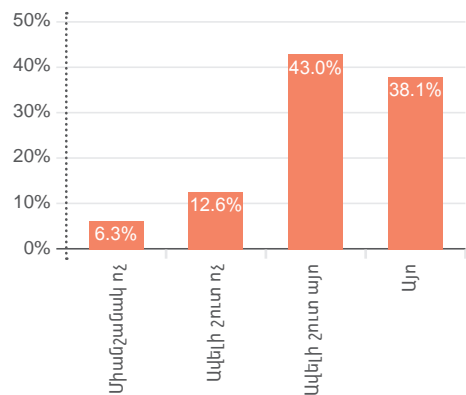
Բարձրագույն կրթություն

Ինչ վերաբերում է բարձրագույն կրթությանը, ապա երիտասարդների 64.2%-ը գտնում է, որ առանց բարձրագույն կրթության կամ համապատասխան դիպլոմի հնարավոր չէ «կյանքում իր տեղը գտնել», և միայն 35.8%-ն է կարծում, որ դա պարտադիր չէ (Գծապատկեր 84.): Առավել հետաքրքրական է, որ երիտասարդների 81.1%-ը բավարարված է բուհում ստացած իր գիտելիքներով (Գծապատկեր 85.), սակայն 86.7%-ը կցանկանար սովորել արտասահմանում. ընդ որում՝ 0.5%-ը սովորում կամ սովորել է արտասահմանում (Գծապատկեր 86.): Սա վկայում է այն մասին, որ ստացած գիտելիքներից թեկուզ և առկա է որոշակի բավարարվածություն, սակայն երիտասարդների մեծամասնությունը ձգտում է սովորել արտերկրում, ինչն էլ ժամանակավոր կամ հիմնական միգրացիայի նախապայմաններից մեկն է հանդիսանում:

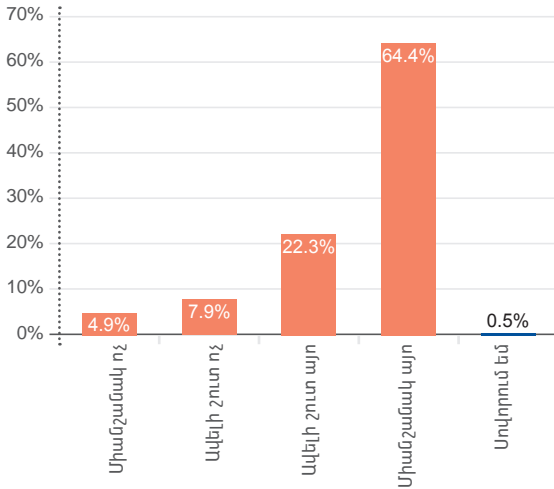
84. «Կյանքում ի՞ր տեղը գտնելու համար բարձրագույն կրթության կամ թեկուզ դրա դիպլոմ ունենալը դարձադիր՞ է, թե՞ դարձադիր չէ»:



85. «Բավարարվա՞ծ եմ արդյո՞ւմ Ձեր՝ բուհում ստացած գիտելիքներից»:



86. «Նախալուրջության դեղձում կզերադասե՞ի՞՞ արդյո՞ սովորել արսասահմանայան բռնում»:



Այսպիսով՝

- Հայաստանի կրթական համակարգի գործունեությունը չի համապատասխանում Հայաստանի տնտեսության զարգացման պահանջներին և միաժամանակ շարունակում է վերարտադրել սոցիալական լարվածությունը: Այն դրսևորվում է հանրակրթության մակարդակում իր գործառույթների ոչ լիարժեք իրագործմամբ և բարձրագույն կրթության մակարդակում միգրացիոն ցանկությունների խթանմամբ:
- Բարձրագույն կրթությամբ մասնագետների «զերարտադրությունը» տեղի է ունենում որակյալ բանվորական աշխատուժի թերարտադրության հաշվին:
- Մյուս կողմից պատրաստվում են ցածր գիտելիքներով և բարձր ամբիցիաներով դիպլոմավորված մասնագետներ, ովքեր, պահանջված չլինելով տնտեսության կողմից, իրենց մեջ որոշակի դժգոհություն են կուտակում:

7. Մշակութային ենթասեփսեր

Տեսագոյության ընթացքում ուսումնասիրվել են Տայասանի երիտասարդության մշակութային դիրքորոշումների մի քանի ասպեկտներ, որոնց թվում են`

1. Տաղորդակցական ունակությունները, այդ թվում`
 - 1.1. Լեզվական կողմնորոշումները,
 - 1.2. Տեղեկատվական տեխնիկայի առկայությունը,
 - 1.3. Տեղեկատվական տեխնիկայից օգտվելու ունակությունները,
2. Ժամանցի առանձնահատկությունները,
3. Ենթամշակութային ժողերը:





Տաղորդակցական ունակություններ

Հայաստանի երիտասարդության հաղորդակցական ունակությունների հետազոտության շրջանակներում ուսումնասիրվել են օտար լեզուների գերակայությունները, դրանց իմացության մակարդակը, ժամանակակից հաղորդակցական տեխնիկայի (համակարգիչ և բջջային հեռախոս) ամպլայությունը, հաղորդակցական տեխնիկայից օգտվելու հմտությունները: Այս բնութագրերի միասնական դիտարկումը պատկերացում է տալիս այն մասին, թե ինչպիսին կարող են լինել Հայաստանի հասարակության մշակութային կողմնորոշումների փոփոխության միտումները:

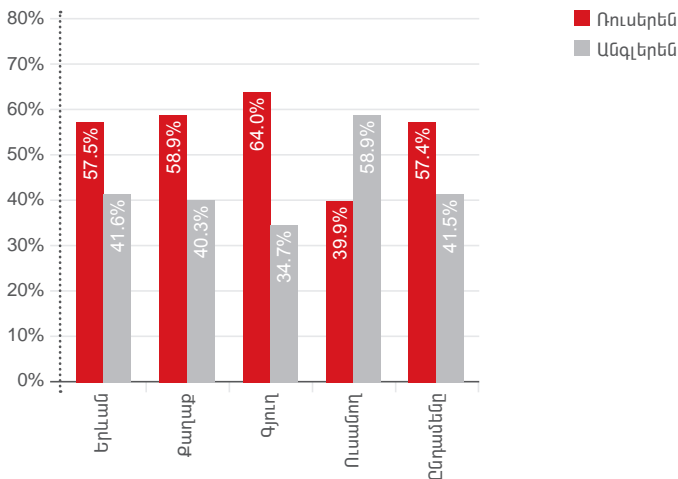
Լեզվամշակութային կողմնորոշումներ

Հայաստանի երիտասարդների լեզվական կողմնորոշումների ուսումնասիրության համար կիրառվել է հետևյալ հարցը. «Հայերենից բացի՝ ո՞ր երկու լեզուներին պետք է տիրապետի հայ երիտասարդը: Նշե՞ք առաջին և երկրորդ լեզուներն ըստ առաջնահերթության»: Երիտասարդների 57.4%-ը որպես կարևորությամբ առաջին լեզու նշել է ռուսերենը, իսկ 41.5%-ը՝ անգլերենը: Այլ լեզուների նշումները կազմել են ընդամենը 1.1% (Գծապատկեր 87. և Գծապատկեր 88.): Երկրորդ լեզվի նշումներում ռուսերենը և անգլերենը «փոխում են» իրենց տեղերը. անգլերենը՝ որպես երկրորդ կարևոր լեզու, նշել է երիտասարդների 53.8%-ը, իսկ ռուսերենը՝ 35.0%-ը: Եվ նորից որևէ այլ լեզու էապես «չի մրցակցել» ռուսերենի և անգլերենի հետ:

Հարկ է նշել, որ ռուսերենի և անգլերենի գերակայությունները տարբերվում են միայն ուսանողության շրջանում: Ուսանողների 58.9%-ը որպես իր կարևորությամբ առաջին լեզու նշել է անգլերենը, իսկ 39.9%-ը՝ ռուսերենը:

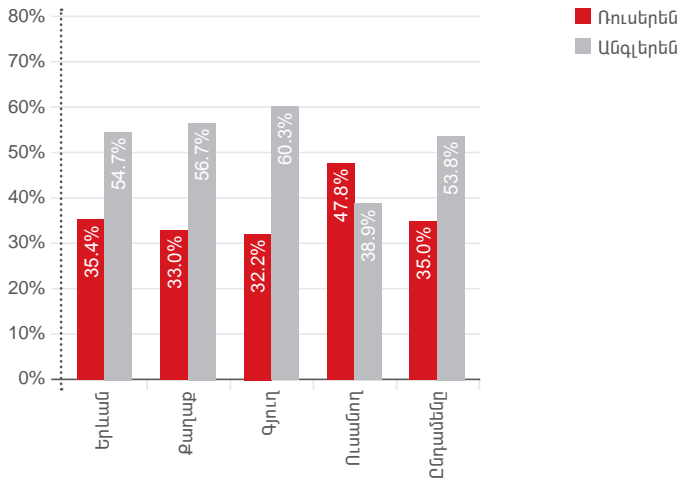
Այսպիսով՝ **Հայաստանի ապագա հասարակության մշակութային դիրքորոշումներն ուղղված են դեպի անգլախոս տարածքները** (առանձին հարց է, թե այդ դիրքորոշումները կյանքի կոչելու համար ինչպիսին են նրանց փաստացի ունակությունները):

87. «Հայերենից բացի՝ ո՞ր լեզուներին դեմք է սիրալենի հայ երիտասարդը», 1-ին ընտրություն:

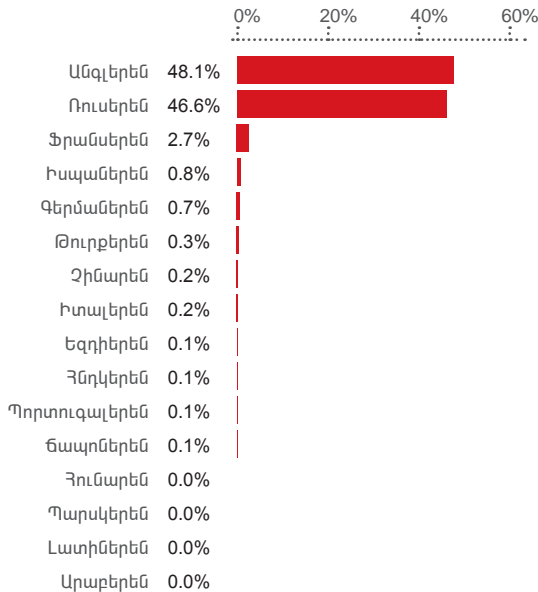


Ռուսերենի՝ որպես իր գերակայությամբ առաջին օտար լեզվի տարածվածությունն ամենամեծն է գյուղական երիտասարդության շրջանում՝ 64%:

88. «Նայերենից բացի՝ ո՞ր լեզուներին դեմք է սիրալեզի հայ երիտասարդը», 2-րդ ընտրություն:



89. «Նայերենից բացի՝ ո՞ր լեզուներին դեմք է սիրալեզի հայ երիտասարդը»:



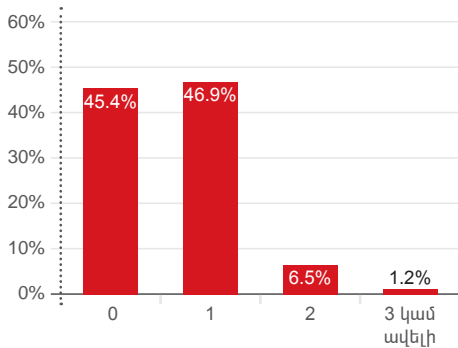
Այնուամենայնիվ, որպես իր նշանակությամբ կարևոր օտար լեզու առաջին և երկրորդ նշումների ընդհանուր քանակով անգլերենը մի փոքր գերազանցում է ռուսերենին (Գծապատկեր 89.): Այդ տեսակետից երրորդ տեղում է ֆրանսերենը՝ 2.7%:



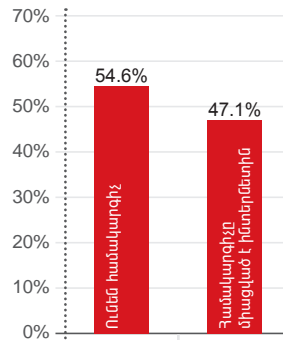
Տեղեկատվական ռեսուրսներ

Հայաստանի երիտասարդությունն ունի տեղեկատվական ռեսուրսներով բարձր ապահովվածություն: Իրենց տանը համակարգիչ ունի նրա 54.6%-ը, իսկ ինտերնետին միացված համակարգիչներ՝ 47.1%-ը: Երիտասարդների 7.7%-ի ընտանիքներում առկա է 2 կամ ավելի համակարգիչ (Գծապատկեր 90. և Գծապատկեր 91.):

90. Համակարգիչների ֆանալը սանք:



91. Ինտերնետին միացված համակարգիչ ունեցողների ֆանալը:



Բջջային հեռախոս ունի երիտասարդների 99.6%-ը, տեխնիկապես ինտերնետին միանալու հնարավորություն ունեցող բջջային հեռախոս՝ 95.9%-ը (Գծապատկեր 92.):

Տանը մալուխային հեռուստատեսություն ունի երիտասարդների 26.6%-ը, իսկ արբանյակային ալեհավաք՝ 36.9%-ը (Գծապատկեր 93.):

Տաղադրակցական ունակություններ

Ուսերենի իմացության մակարդակը նշանակալի չափով գերազանցում է անգլերենին: Հայաստանի երիտասարդների 37.7%-ն անգլերեն չգիտի (Գծապատկեր 94.):²⁷

Ուսերեն «գերազանց» գիտի (որպես ինքնագնահատական) երիտասարդների 13%-ը, իսկ անգլերեն՝ 5%-ը:²⁸ Ուսերեն «լավ» գիտի երիտասարդների 34%-ը, իսկ անգլերեն՝ 12.9%-ը:

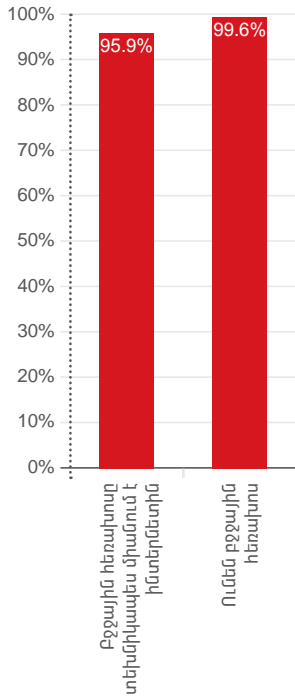
Համակարգիչների օգտագործման սեփական հմտությունները «գերազանց» է գնահատել երիտասարդների 9.4%-ը, իսկ ինտերնետի օգտագործումը՝ 15.6%-ը: Համակարգիչ և ինտերնետ գործածել չգիտի երիտասարդների միայն 15.1%-ը (Գծապատկեր 95.):

Շատ բարձր է ինտենսիվ կերպով ինտերնետ օգտագործող երիտասարդների քանակը: Ամեն օր կամ շաբաթական մի քանի անգամ համակարգչային ինտերնետից օգտվում է երիտասարդների 65.4%-ը (Գծապատկեր 96.):

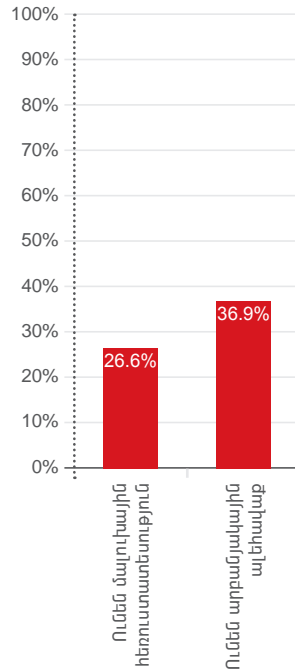
27 Այս ցուցանիշն արտացոլում է նաև հանրակրթական դպրոցներում անգլերենի դասավանդման որակը, քանի որ դպրոցների բացարձակ մեծամասնությունում անգլերենը դասավանդվում է որպես օտար լեզու:

28 Հայերենի սեփական իմացությունը «գերազանց» է գնահատել երիտասարդների 40%-ը:

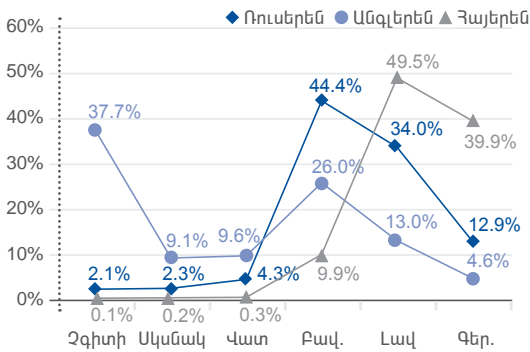
92. Բջջային հեռախոսով ինտերնետի հասանելիությունը:



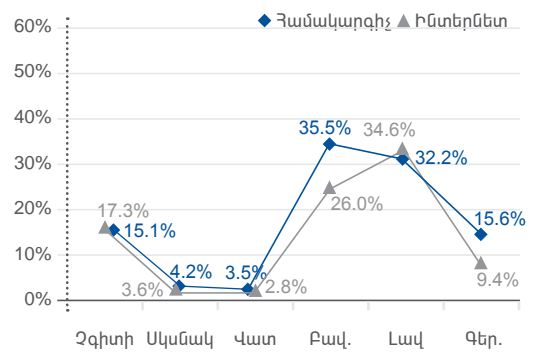
93. Մալուխային և արքանյակային հեռուստատեսության առկայությունը:



94. Հայերեն, ռուսերեն և անգլերեն լեզուների իմացության մակարդակը:



95. Համակարգչին և ինտերնետին սիրադեբելու մակարդակը:



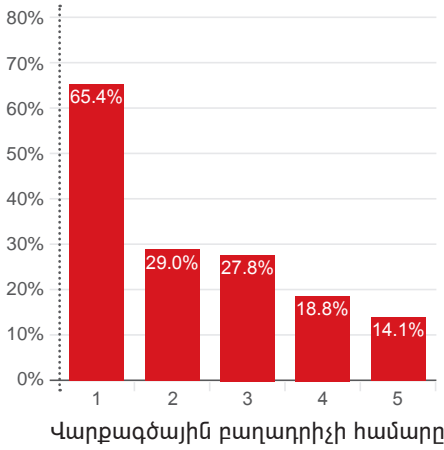
Գծապատկերների հորիզոնական առանցքի վրա նշված թվերի վերծանումը.

1. Երիտասարդների քանակը, ովքեր օգտվում են համակարգչային ինտերնետից,
2. ...կարդում են մասնագիտական գիրք կամ ամսագիր, այդ թվում՝ էլեկտրոնային տարբերակով (ինտերնետով),
3. ...կարդում են ժամանցային լրագիր կամ ամսագիր, այդ թվում՝ էլեկտրոնային տարբերակով (ինտերնետով),
4. ...կարդում են քաղաքական-հասարակական լրագիր կամ ամսագիր, այդ թվում՝ էլեկտրոնային տարբերակով (ինտերնետով),
5. ...կարդում են գեղարվեստական գիրք, այդ թվում՝ էլեկտրոնային տարբերակով (ինտերնետով):



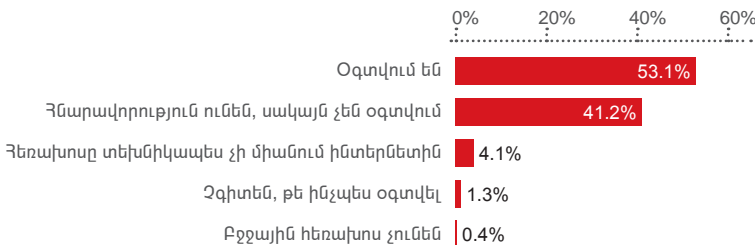
96. Իստերնետից օգտվելու նպատակները:

...ամեն օր կամ շաբաթը մի քանի անգամ



Շատ բարձր է նաև բջջային հեռախոսով ինտերնետից օգտվող երիտասարդների թիվը՝ 53.1% (Գծապատկեր 97.):

97. Բջջային ինտերնետից օգտվելու ունակությունները:

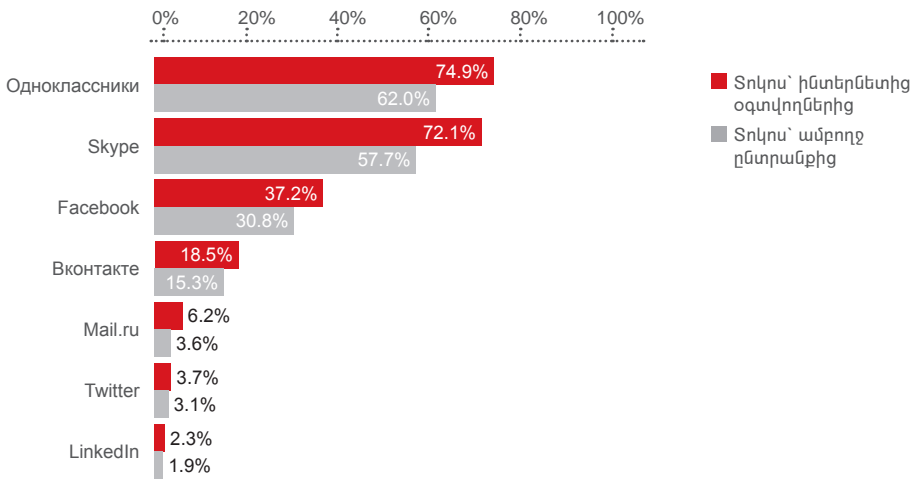


Երիտասարդների 78.4%-ն ընդգրկված է որևէ սոցիալական ցանցում: Առավել մեծ քանակ են կազմում Հայաստանի՝ «Одноклассники» ցանցում ընդգրկված երիտասարդները՝ 62%, տարածվածությամբ երկրորդն է «Skype»-ը՝²⁹ 59.7%, երրորդը՝ «Facebook»-ը՝ 30.8% (Գծապատկեր 98., Գծապատկեր 99.):

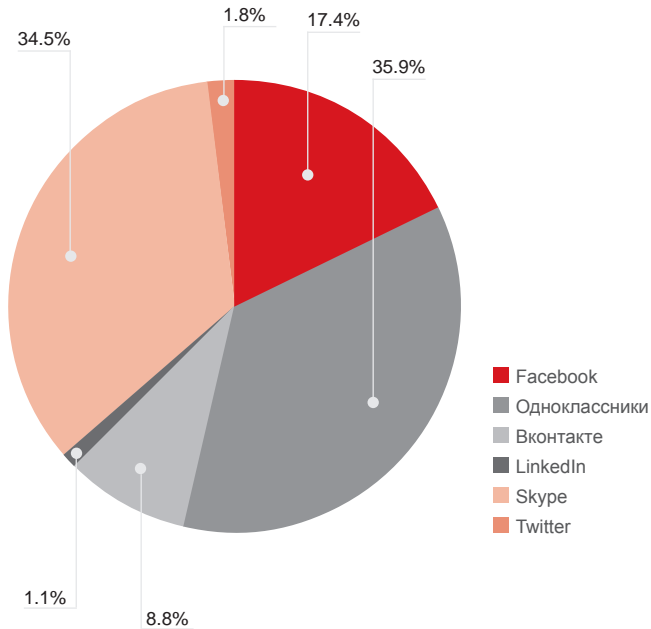
Երիտասարդների համար ինտերնետը հիմնականում սոցիալական շփումների միջավայր է: Նրանց 26.4%-ը ինտերնետն օգտագործում է ընկերների, իսկ 24%-ը՝ հարազատների հետ շփումների համար, 17.5%-ն էլ՝ ժամանցի նպատակով (Գծապատկեր 100.): Շատ ավելի քիչ են ինտերնետը ինտելեկտուալ նպատակներով օգտագործողները: Մասնավորապես երիտասարդների 14.6%-ն է ինտերնետն օգտագործում լուրեր և վերլուծական նյութեր ընթերցելու համար, 9.2%-ը՝ ուսումնական նյութեր կարդալու համար, իսկ ինտերնետով գեղարվեստական գրքեր է կարդում երիտասարդների ընդամենը 1.4%-ը: Իրենց աշխատանքում ինտերնետն օգտագործում է երիտասարդների 7%-ը:

29 Ինֆորմացիոն տեխնոլոգիաների փորձագետների կարծիքով՝ «Skype»-ն արդեն ձեռք է բերել սոցիալական ցանցերին բնորոշ հատկանիշներ:

☑ 98. Ընդգրկվածությունը սոցիալական ցանցերում:



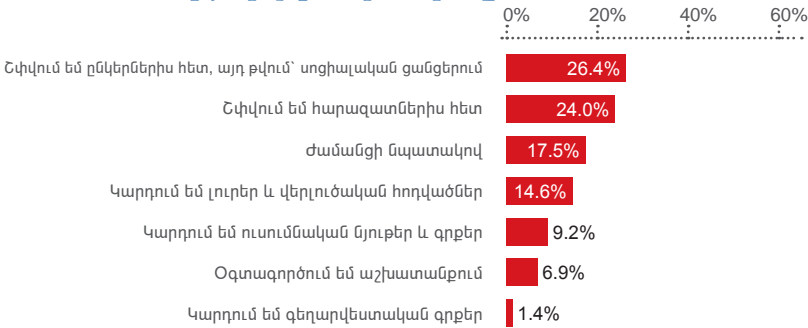
☑ 99. Երիտասարդական լսարանի բաժնունը սոցիալական ցանցերում և «Skype»-ում:



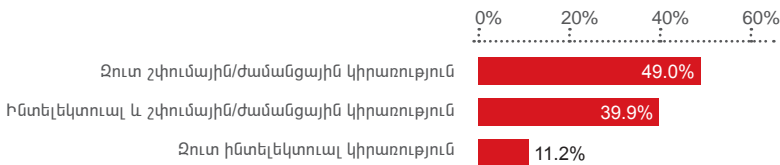


Ինտերնետից օգտվելու բնույթի ընդհանրացված գնահատական ստանալու համար կազմավորվել է ինտերնետի կիրառության երեք տիպերից կազմված տիպաբանություն՝ «զուտ շփումային/ժամանցային կիրառություն», «զուտ ինտելեկտուալ կիրառություն» և «ինտելեկտուալ-ժամանցային/շփումային կիրառություն»: Ըստ այդմ` Հայաստանի երիտասարդության 49%-ն ինտերնետը կիրառում է «զուտ ժամանցային/շփումային» նպատակներով, իսկ «զուտ ինտելեկտուալ» նպատակներով ինտերնետը կիրառում է երիտասարդների 11.2%-ը (Գծապատկեր 101.):

100. Ինտերնետից օգտվելու նպատակները:



101. Ինտերնետի կիրառության սիդերն ըստ գերակայությունների:



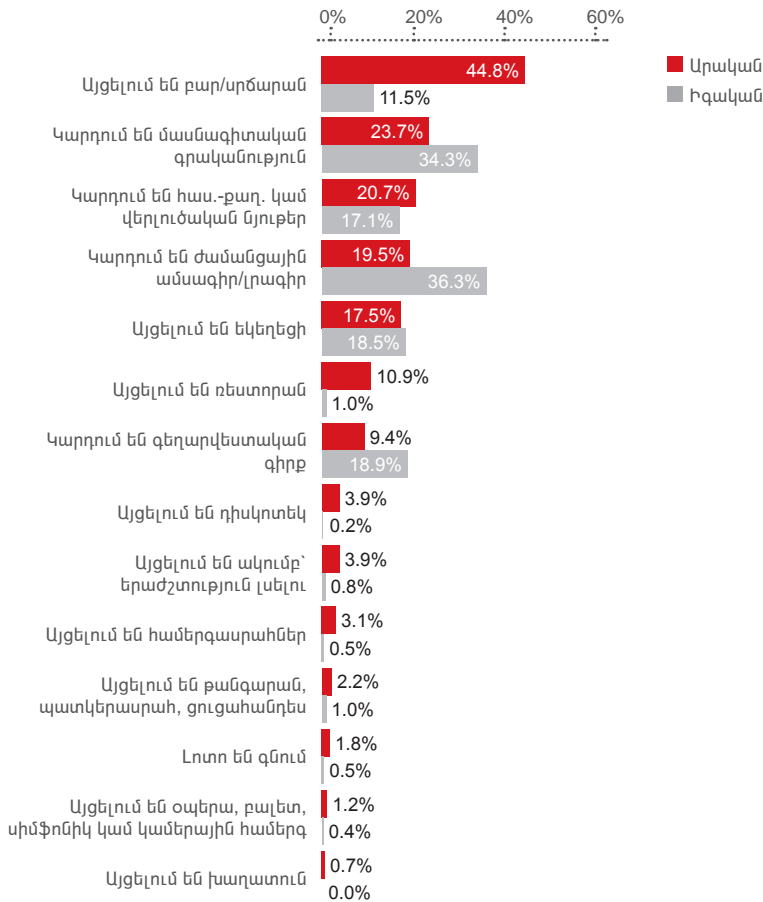
Ըստ ներկայացված տվյալների` հիմնական եզրակացությունն այն է, որ Հայաստանի երիտասարդության շրջանում առկա համակարգիչների, ինտերնետի և ինտերնետին միացված բջջային հեռախոսների քանակից, ինչպես նաև ինտերնետային սոցիալական ցանցերում երիտասարդության ընդգրկվածության մակարդակից և այդ ցանցերում նրանց տեղեկատվական վարքի բնույթից բխում է, որ ինտերնետային/տեղեկատվական հաղորդակցությունն անհրաժեշտ է դիտել որպես սոցիալական վարքի կառավարման բարձր ներուժ ունեցող գործոն:

Ժամանց

Երիտասարդական ժամանցի տեսակները և դրանց գործածման հաճախականությունը տրված են Գծապատկեր 102.-ում (ամեն օր կամ շաբաթական մի քանի անգամ ժամանցի տվյալ տեսակը հաճախակի գործածողներ) և Գծապատկեր 103.-ում (ժամանցի տվյալ տեսակը միջին հաճախականությամբ գործածողներ):³⁰

102. Երիտասարդական ժամանցի տեսակները և գործածման հաճախականությունը:

...ամեն օր կամ շաբաթական մի քանի անգամ



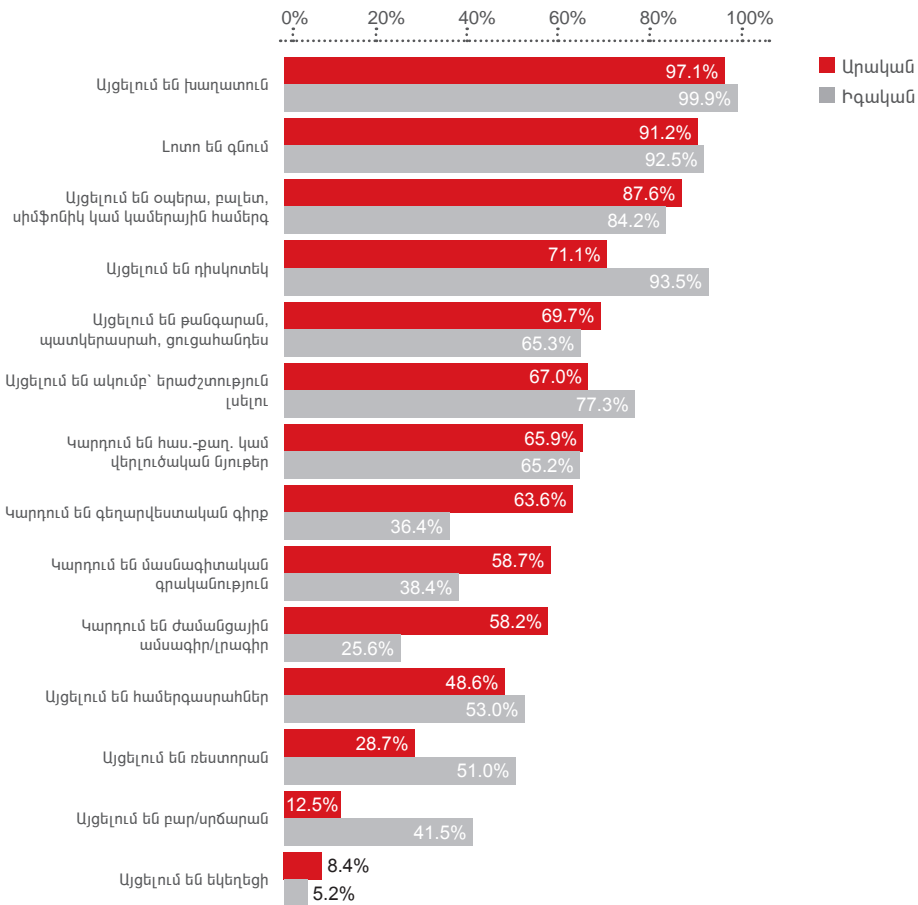
Տվյալներից բխում է, որ երիտասարդ տղամարդիկ առավել հաճախ են այցելում բար կամ սրճարան, իսկ կանայք համեմատաբար ավելի շատ են կարդում մասնագիտական, ժամանցային կամ գեղարվեստական գրականություն:

30 Դիտարկված ժամանցի տեսակների ցանկում ընդգրկված չեն հեռուստատիտումները, քանի որ կիրառվող սանդղակի շրջանակներում դրանք ակնհայտորեն մոտ կլինեին 100%-ին:



103. Երիտասարդական ժամանցի սեռակները և գործածման հաճախականությունը:

...ավելի հազվադեպ, քան տարին մի քանի անգամ կամ երբեք



Երիտասարդության ժամանցային վարքագծի վերաբերյալ ընդհանրացված պատկերացում կազմելու համար կառուցվել են երկու ինդեքսներ՝ «մտավորական ժամանց» և «սպառողական ժամանց»: Ինդեքսների կառուցման համար կիրառվել է վարքագծային բաղադրիչների ստորաբաժանում «մտավորական» և «սպառողական» տիպերի՝ ըստ Աղյուսակ 20.-ի դասակարգման:

«Մտավորական ժամանցի» ինդեքսը հավասար է 1-6 տիպի ժամանցների քանակին՝ այն պայմանով, որ ամձը դրանք գործածում է կամ «ամեն օր», կամ «շաբաթական մի քանի անգամ», կամ «ամսական մի քանի անգամ»:

«Սպառողական ժամանցի» ինդեքսը հավասար է 7-12 տիպի ժամանցների քանակին՝ այն պայմանով, որ ամձը դրանք գործածում է կամ «ամեն օր», կամ «շաբաթական մի քանի անգամ», կամ «ամսական մի քանի անգամ»:

20. Ժամանցի բովանդակությունը և ժամանցի սիդը:

Ժամանցի բովանդակությունը

1. Մասնագիտական գրականության ընթերցանություն
2. Հասարակական-քաղաքական և վերլուծական նյութերի ընթերցանություն
3. Գեղարվեստական գրքի ընթերցանություն
4. Այցելում են ակումբ՝ երաժշտություն լսելու
5. Այցելում են թանգարան, պատկերասրահ, ցուցահանդես
6. Այցելում են օպերա, բալետ, սիմֆոնիկ կամ կամերային համերգ
7. Այցելում են բար/սրճարան
8. Ժամանցային անսագրի/լրագրի ընթերցանություն
9. Այցելում են եկեղեցի
10. Այցելում են դիսկոտեկ
11. Այցելում են համերգասրահներ
12. Այցելում են ռեստորան

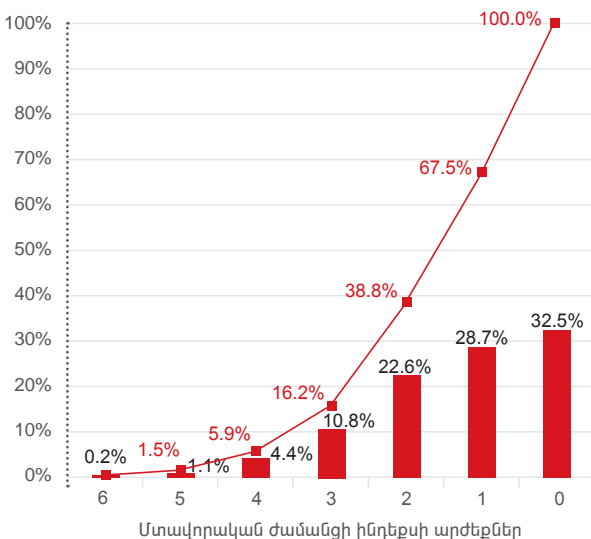
Ժամանցի տիպը

- մտավորական
- մտավորական
- մտավորական
- մտավորական
- մտավորական
- մտավորական
- սպառողական
- սպառողական
- սպառողական
- սպառողական
- սպառողական
- սպառողական

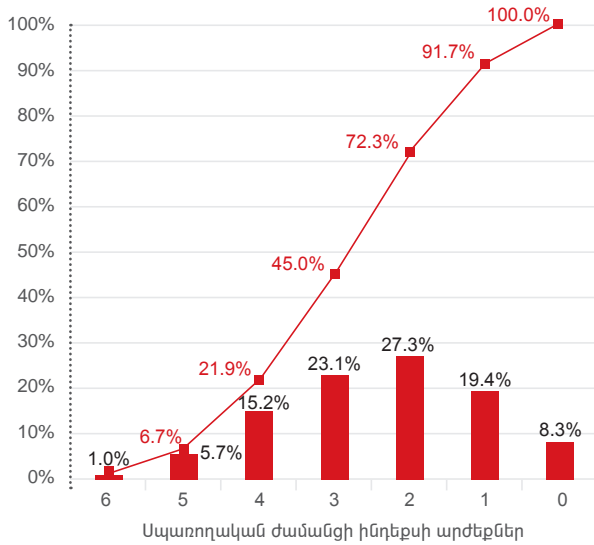
Ինդեքսների արժեքները փոխվում են [0; 6] միջակայքում, որտեղ 0-ն նշանակում է, որ տվյալ ժամանցի տիպերից ոչ մեկն ինտենսիվ արտահայտված չէ, իսկ 6-ը նշանակում է, որ տվյալ ժամանցի բոլոր 6 տիպերն ինտենսիվ արտահայտված են:

Ինդեքսների ընդհանուր բաշխումները տրված են Գծապատկեր 104.-ում և Գծապատկեր 105.-ում, իսկ դրանց բաշխումները տղամարդկանց և կանանց համար՝ Գծապատկեր 106.-ում և Գծապատկեր 107.-ում:

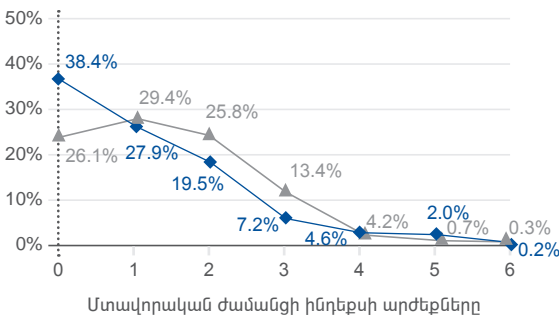
104. Մտավորական ժամանցի ինդեքսի բաշխումը:



105. Մպառողական ժամանցի ինդեքսի բաշխումը:

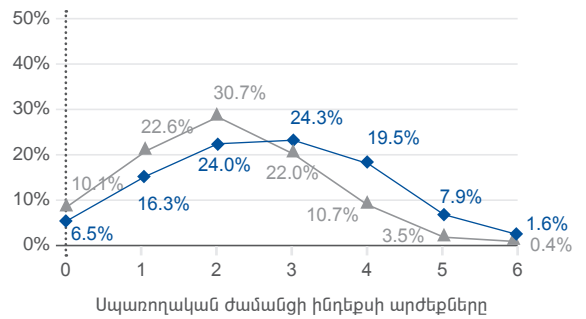


106. Մսավորական ժամանցի ինդեքսի բաշխումներն ըստ սեռի:



◆ Արական
▲ Իգական

107. Մպառողական ժամանցի ինդեքսի բաշխումներն ըստ սեռի:



◆ Արական
▲ Իգական

Գծապատկերներից երևում է, որ ինտենսիվ «մտավորական ժամանցի» է հակված (ունեն «մտավորական ժամանցի» ինդեքսի 3 կամ ավելի բարձր արժեքներ, կունուլյատիվ գրաֆիկը տես Գծապատկեր 104.-ում), ինդեքսի) երիտասարդների 16.2%-ը, իսկ ինտենսիվ «սպառողական ժամանցի»՝ 45%-ը (ունեն «սպառողական ժամանցի» ինդեքսի 3 կամ ավելի բարձր արժեքներ, կունուլյատիվ գրաֆիկը տես Գծապատկեր 105.-ում):

Երիտասարդների 32.5%-ի «մտավորական ժամանցի» ինդեքսի արժեքը հավասար է 0-ի (այսինքն՝ նրանք չունեն «մտավորական ժամանցի» որևէ տեսակ), իսկ 61.2%-ի ինդեքսի արժեքը հավասար է կամ փոքր է 1-ից:

«Սպառողական ժամանցի» ոչ մի ինտենսիվ տեսակ չի օգտագործում երիտասարդների 8.3%-ը: Այնուամենայնիվ, նրանց 70%-ի ինդեքսը գտնվում է [1; 3] միջակայքում:

Այսպիսով՝ երիտասարդների ժամանցն առավելապես սպառողական է:

Մյուս կողմից երիտասարդ կանանց 40%-ը, իսկ տղամարդկանց 25%-ը չունեն «սպառողական ժամանցի» ինտենսիվ արտահայտված տեսակներ (Գծապատկեր 107.), իսկ «մտավորական ժամանցի» ինտենսիվ տեսակներ չունեն տղամարդկանց 6.5%-ը և կանանց 10.1%-ը (Գծապատկեր 106.):

Национальный доклад молодежи Армении

Часть 1

Исследовательская часть

Аннотация

Одним из приоритетных направлений деятельности Правительства Республики Армения в 2011 году в области молодежной политики была подготовка второго “Национального доклада молодежи Армении”, разработка которого была поручена Министерству спорта и по делам молодежи Республики Армения. Основной целью доклада является комплексное обобщение проблем, волнующих молодежь страны, и предложение практических путей их преодоления.

В процессе работы стало очевидным, что Национальный доклад, основанный на исследованиях, проводимых одной экспертной группой с периодичностью в 5 лет, не дает возможности наиболее всесторонне выявить весь спектр проблем, волнующих молодежь и разработать предложения по их преодолению. В связи с этим более целесообразно поставить проведение молодежных исследований на путь институционального развития. Это означает, что каждый последующий Национальный доклад должен учитывать уже имеющиеся итоги периодически проводимых исследований, а их комплексный анализ послужит основой для него.

Исходя из вышеизложенного, данный доклад будет опубликован в трех основных частях:

- 1. Исследовательская часть, в которой будут представлены основные итоги социологических опросов, проведенных экспертной группой, а также выявленные проблемы.**
- 2. Аналитическая часть, в которой будут представлены экспертные анализы вышеуказанных проблем и изучены основные закономерности.**
- 3. Прикладная часть, в которой на основе исследовательской и аналитической час-**

тей будут представлены ключевые стратегические ориентиры, направленные на решение проблем молодежи.

Данная работа является первой - исследовательской частью Национального доклада и представляет основные итоги комплексных социологических исследований в 13-ти ключевых сферах.

Целью исследований было выявить позицию молодежи по отношению к различным сферам жизни, а также процессам, происходящим в Армении.

В исследованиях в качестве респондентов охвачено 1200 молодых людей в возрасте от 18 до 30 лет, причем студенчество было выделено в отдельную группу как объект, представляющий особый интерес.

Ниже приведены основные результаты исследований по указанным сферам, некоторые из них оказались достаточно неожиданными.

Национальная идентичность

Проблема национальной идентичности армянской молодежи исследовалась со следующих позиций:

1. по каким признакам молодежь различает лиц армянской национальности от представителей других наций, иначе говоря, каковы признаки идентификации армянина в представлении молодежи и что в этом отношении является приоритетным,
2. что такое национальное (внутриармянское) единство, иначе говоря, какие социальные дистанции, по представлению проживающего в Армении молодого человека, существуют между различными этнокультурными общностями армян?

В итоге исследований выяснилось, что для молодежи Армении армянское общество является довольно “закрытым” явлением. Молодые люди выдвигают строгие критерии в вопросе соответствия индивида армянской идентичности. Одним из важнейших итогов исследования было то, что для армянской молодежи социальные контакты с представителями других наций могут быть более приемлемыми, чем с представителями различных этнокультурных групп внутри собственной нации.

Полученные результаты показывают, что формирование социальных дистанций по отношению к отдельным этнокультурным группам армян и другим нациям происходит в разных, довольно слабо связанных между собой системах мировоззрения молодежи. Отсюда следует, что необходимо разработать стратегии, которые сократят существующие в настоящее время социальные дистанции по отношению к различным этнокультурным группам армян без существенного воздействия на социальные дистанции по отношению к другим нациям.

Исследование других факторных моделей межсоциальных пространств показывает, что существует более общая стратегия сокращения социальных дистанций по отношению к отдельным этнокультурным группам армян. Имеется в виду стратегия повышения толерантности общества в целом, которая одновременно сокращает социальные дистанции по отношению как к субкультурным, этнокультурным и маргинальным группам внутри общества, так и к другим нациям.

Из всех национальных и государственных институтов, действующих на территории Армении, наибольшим доверием молодежи пользуется Армянская апостольская церковь. За последние как минимум 15 лет ни один государственный и политический институт не пользовался в Армении такой высокой степенью доверия - более 90 процентов.

Из этого следует вполне однозначный вывод: в вопросе единства армянской нации позиция Армянской апостольской церкви имеет важнейшее значение. Также необходимо отметить, что в этом плане церковь обладает значительными ресурсами.

Семья и репродуктивное поведение

В результате проведенных опросов выяснилось, что если бы у молодых людей была возможность иметь столько детей, сколько они желали бы, то коэффициент рождаемости в их семьях составил бы 2,92. В то время как в семьях, в которых они выросли, этот коэффициент равнялся 2,78. Указанный показатель мало отличается от официальных данных, опубликованных Национальной статистической службой. Сравним: в 1970-1975г.г. этот коэффициент находился в пределах 2,79 - 3,16.

Результаты исследований показывают, что желаемое, иначе говоря, потенциальное количество детей вполне достаточно для расширенного естественного воспроизводства населения. Следовательно, причины отрицательных на сегодняшний день демографических тенденций обусловлены не нежеланием молодых людей иметь детей, а экономическими и связанными с ними культурно-бытовыми факторами.

Согласно опросам, треть армянской молодежи в возрасте от 27 до 29 лет и каждый четвертый молодой человек в возрасте 30 лет не состоит в браке. Причем, начиная с 29 лет желание молодых людей вступить в брак в ближайшие 2 года уменьшается. Таким образом, значительным резервом для улучшения демографической ситуации является контингент молодых людей, не вступивших в брак до 30 лет - по 25% от каждой группы участников исследования.

Достаточно неожиданно и тем самым примечательно то, что основным фактором невступления в брак для молодых людей являются не экономические, а культурно-бытовые причины, причем на экономические причины в основном указывают мужчины, а на культурно-бытовые - женщины. Так, среди мужчин соотношение культурно-бытовых и экономических причин невступления в брак составляет 2:1, а среди женщин уже 11:1. Так же обстоит дело и в вопросе планирования детей, среди ответов превалирует следующий: “В семье уже есть один (два) ребенка”.

Препятствием на пути увеличения рождаемости в семьях является также недостаточно прочное социальное и экономическое поло-

жение молодых людей. При этом, данная причина слабо связана с возрастным фактором. Необходимо подчеркнуть, что социальное и финансовое положение семьи в вопросе планирования детей, как и в вопросе вступления в брак, является в большей степени “мужской” причиной. Вызывают беспокойство также случаи отказа от вступления в брак по причине здоровья.

Таким образом, для улучшения демографической ситуации в Армении необходимо не только улучшить социально-экономические условия, но и разработать такую стратегию, которая будет созвучна переменам, происходящим в культурной жизни нации.

Семья и эмансипация

В среде молодежи Армении сегодня в основном преобладают традиционные взгляды. Однако, несмотря на это велико стремление молодых людей жить отдельно от родителей, особенно это касается молодых женщин, две трети которых придерживаются такого мнения. Это является следствием того, что в молодежной среде непопулярна патрилокальная модель семьи, некогда характерная для армянского общества. Об этом свидетельствуют ответы на вопрос, можно ли жить у родителей, если семья не имеет собственного жилья. Положительно на этот вопрос ответила только половина опрошенных молодых женщин и треть мужчин.

Еще один примечательный факт: для каждой третьей молодой женщины карьера важнее, чем семья. Среди мужчин так считает каждый пятый.

Данные опросов показывают, что в вопросах гендерного равенства молодые женщины настроены более решительно. Этим объясняется их авангардная роль в процессе отступления от традиционных патриархальных ценностей.

Экономическое поведение

Данные об уровне безработицы дают представление о степени социальной напряженности. Неактивные в экономическом отношении молодые люди не ищут работы, из чего с большой долей вероятности можно предположить, что они имеют средства для прожи-

вания. В отличие от них другие безработные молодые люди заняты поисками работы.

Более половины молодых людей в основном или полностью довольны своей зарплатой или доходами. Сравнительно хуже обстоит дело среди молодых людей, занятых в сельскохозяйственной сфере.

В вопросах, связанных с работой, молодые люди дают предпочтение государственным управленческим структурам, иным государственным органам, крупному национальному бизнесу, государственным заводам, международным организациям и местным представительствам международных организаций. На втором месте по приоритетности находятся международные организации, местные представительства зарубежных организаций и крупный национальный бизнес.

Еще один важный вывод: молодежь предпочитает иметь в первую очередь стабильную, и лишь затем - высокооплачиваемую работу.

Политическое участие и политические ориентации

Более половины молодых людей в Армении интересуются внутриполитической жизнью. Среди них около 60 процентов считают, что удовлетворительно ориентируются в вопросах внутренней политики, примерно столько же молодых людей уверены, что их голос важен в процессе выборов.

Молодежь достаточно интенсивно вовлечена в информационную сферу: две трети молодых людей ежедневно или несколько раз в неделю читают газеты, смотрят новостные программы по телевидению или используют для этих целей интернет. При этом больше доверия внушает респондентам информация, получаемая из интернета, чем, к примеру, информация одного из основных телеканалов Армении - А1.

Несмотря на то, что молодежь Армении интенсивно вовлечена в политические процессы, большая ее часть внутренне словно отчуждена от политической системы. Примечательно, что более двух третей молодых людей считают, что в Армении нет такой политической партии, которая полностью отражала бы ее интересы.

Гражданское участие

Опросы показали, что в Армении достаточно высока степень информированности о деятельности общественных организаций: половина респондентов имеет достаточное ясное представление о том, что такое общественная организация. Несмотря на то, что количество членов общественных организаций за последнее время не повысилось (членами какой-либо общественной организации считают себя всего лишь 3,8 процента молодых людей), существенно увеличилось количество волонтеров, которые когда-либо участвовали в работах общественных организаций. Такие молодые люди, согласно данным опросов, в настоящее время составляют 11 процентов.

Молодые люди более расположены к общественным организациям, чем к политическим партиям. Примечательно, что подобное отношение наблюдается у тех респондентов, которые больше информированы о деятельности общественных организаций. Каждый третий молодой человек считает, что общественные организации в состоянии решать вопросы, имеющие общественную значимость. При этом каждый пятый молодой человек в курсе о какой-либо важной проблеме, которая была решена при непосредственном участии общественной организации.

Из государственных молодежных программ респонденты наиболее осведомлены о программе ипотечного кредитования молодых семей, градостроительной программе для молодых специалистов, осуществляемой под патронажем президента страны, а также об образовательной программе, осуществляемой фондом «Луйс». Необходимо отметить, что отношение молодых людей к указанным программам в подавляющем большинстве положительное.

Армия

Армянская армия наряду с Армянской апостольской церковью имеет самую высокую степень доверия. Ей доверяет около 87 процентов молодежи. Однако в армии, по мнению большинства респондентов, существуют определенные проблемы. Эта противоречивость выражается в позиции молодых людей.

В частности, несмотря на то, что среди респондентов преобладает мнение, что служба в армии должна быть обязательной для каждого здорового молодого человека, на вопрос, если бы служба в армии не была обязательной, пошли бы они служить, положительно ответила лишь половина молодых мужчин.

Миграция

По итогам исследований выяснилось, что достаточно велико число молодых людей, желающих временно выехать за пределы страны. Однако серьезным препятствием на этом пути являются недостаточные финансовые возможности. При этом оказалось, что больше финансовых возможностей для выезда имеют молодые люди, которые намерены уехать с целью работать или навестить родственников.

Желание выехать за рубеж на постоянное пребывание выразила треть армянской молодежи. Примечательно, что результаты исследования в различных социально-демографических группах мало отличаются друг от друга. Исключением являются состоящие в браке молодые люди, среди которых резко уменьшается число желающих уехать навсегда.

Образование

Результаты исследований свидетельствуют о том, что общеобразовательная школа не до конца отвечает требованиям молодых людей, и это вызывает определенное недовольство. Что касается высшего образования, то 65 процентов респондентов считает, что без высшего образования или соответствующего диплома «невозможно найти свое место в жизни».

Интересно, что несмотря на в целом удовлетворенность знаниями, полученными в вузах, большинство молодых людей стремится продолжить образование за границей, что создает определенные предпосылки для временной или постоянной эмиграции.

Лингво-культурная ориентация и коммуникативные возможности

В армянском обществе культурные предпочтения молодежи ориентированы, в первую очередь, на англоязычные пространства. Другое дело, что эти предпочтения не всегда

соответствуют фактическим возможностям молодежи, что обусловлено недостаточным уровнем знания английского языка. Однако в сельской местности наиболее популярным в качестве первого иностранного языка является русский.

Молодежь Армении имеет высокую степень обеспеченности современными информационными ресурсами. Половина молодых людей имеет собственный компьютер. Выявлено, что большой процент молодых людей пользуется интернетом посредством мобильного телефона - примерно 53 процента.

78,4 процента молодых людей заняты в социальных сетях. Наиболее популярна социальная сеть "Одноклассники". Следующими по степени популярности являются "Skype" и "Facebook".

Интернет для молодых людей в основном является средством социальных контактов. Гораздо меньше тех, кто использует его в интеллектуальных целях. В частности, 14,6 процента молодых людей пользуется интернетом в целях получения новостной информации, 9,2 процента - в учебно-методических целях, и только 1,4 процента - для чтения художественной литературы.

Основной вывод, сделанный на основе исследования, заключается в том, что судя по количеству имеющихся у молодежи компьютеров и мобильных телефонов, подключенных к интернету, а также по степени ее вовлеченности в различные социальные сети, информационную насыщенность молодых людей в Армении можно рассматривать как серьезный фактор, несущий в себе высокий потенциал управляемости социальным поведением.

Молодые мужчины больше посещают бары и рестораны, а женщины по сравнению с мужчинами больше читают, как профессиональную, так и развлекательную и художественную литературу.

National Youth Report of Armenia

Part 1

Research

Executive Summary

In 2011, when the Government of the Republic of Armenia decided that drafting the Second National Youth Report is a priority of the youth policy, the Ministry of Sports and Youth undertook to draft the National Youth Report of Armenia. The Second National Youth Report is aimed at providing a comprehensive overview of the issues faced by young people in Armenia and recommending practical solutions. It transpired in the course of the work that preparing a National Report once every five years by a standalone team of experts does not allow identifying all of the existing issues and developing recommended solutions to them. It is thus considered more appropriate to institutionalize youth research by having regular surveys conducted so that the totality of their findings can be analyzed for purposes of developing the next national report.

Hence, the present Report is published with three essential components:

1. Research component, used to present the main findings of sociological surveys carried out among young people and to identify the key issues;
2. Analytical component, which will present the expert analysis of the issues and review the main patterns; and
3. Practical component, which, based on the research and analysis results, will focus on developing strategic guidelines for solving youth problems.

This paper is the first part of the National Youth Report of Armenia and provides the main findings of the comprehensive sociological surveys carried out in 13 key problem areas affecting young people.

The survey carried out in the framework of the National Youth Report focused on revealing the

positions of Armenia's young people on various walks of life and their assessment of processes occurring in Armenia.

The survey universe included young people of the Republic of Armenia between ages 18 and 30. The survey sample included 1,200 individuals. The youth survey had a particular interest in students (among the young people between ages 18 and 30).

National Identity

The national identity of Armenian young people was studied from the following perspectives:

1. What features do Armenian young people use to differentiate Armenians from non-Armenians? In other words, what are the components for identifying an Armenian in the perceptions of Armenia's young people, and what priorities do they have?
2. What is the level of cohesion within the [Armenian] nation? In other words, what social distance do Armenian young people living in Armenia see between different ethno-cultural communities of Armenians?

It has transpired that Armenian young people consider the Armenian community a rather "closed" one. They are rather demanding in terms of who can be considered Armenian. The most general and perhaps most important conclusion based on the data is that social contacts with representatives of other nations can be more acceptable for Armenia's young people than such contacts with representatives of ethno-cultural groups of Armenians. Depending on the analytical perspective, this finding can be interpreted in different ways. When interpreted from the standpoint of national unity of Armenians, it is obviously distorted, and there is a set of problems hindering the reconstruction of the national unity

of Armenians. The results show that social distance to ethno-cultural groups of Armenians and other nations emerges in the different mindsets of the Armenian young people, which are rather loosely connected to one another. Hence, there are strategies that can reduce the social distance to ethno-cultural groups of Armenians without exerting much influence on the social distance to other nations.

The analysis of other factor models influencing social distance, however, shows that there is another, less universal, strategy of reducing social distance to the ethno-cultural groups of Armenians: it is the strategy of increasing overall tolerance in society, which minimizes the existing perceptions of social distance to subcultural groups of society, marginal groups, other nations, and ethno-cultural groups of Armenians.

Among institutions of the nation and the state, the Armenian Apostolic Church enjoys the highest credibility in the perceptions of Armenia's young people. No other state or political institution of Armenia has enjoyed this level of credibility in at least the last 15 years. Therefore, the position of the Armenian Apostolic Church is crucial to the [perceived] unity of the Armenian community, as the Armenian Apostolic Church has an enormous reputation resource in this matter.

Family: Reproductive Behavior

The surveys have shown that, if young people end up having as many children as they specified in their responses to the question about how many children they would like to have, then the mother's fertility ratio would be 2.92 in their families. The mother's fertility ratio in the families of the young people's parents was 2.78. This figure is quite close to the female fertility ratio reported by the National Statistical Service of the Republic of Armenia as being between 2.79 and 3.16 during 1970-1975.

Thus, according to the positions of the young people of Armenia, the desired potential number of children in the family (i.e. the wife's fertility ratio) would be sufficient for extended natural reproduction of the population. Therefore, the negative demographic trends are due to economic factors and the culture changes driven by them.

Over one third of Armenia's young people between 27 and 29 and one quarter of young

people that are 30 are not married. Among the unmarried young people, the desire to get married declines for two years starting from age 29. Thus, the significant number of unmarried young people under 30 years of age (25% of each age cohort) has significant potential for rectifying the demographic situation in Armenia.

Cultural factors for not marrying are more widespread among young people than economic reasons. The economic reasons for not marrying are more typical of men, while the cultural factors are more characteristic of women. The ratio of the prevalence of cultural and economic factors among men is 2 to 1, while that among women is 11 to 1. The most prevalent reasons for married young people not planning children are cultural reasons (the family "already has two children" or "already has one child"). Social and economic hardships of families remain obstacles to increasing the number of children in families. This reason is loosely related to age: the married status "equates" young people of different age groups. The social and financial situation of the family as a reason for not planning children or for delaying marriage is predominantly a "male" factor. Delaying marriage "due to health problems" at a young age is a rather worrisome fact.

Thus, the demographic situation in Armenia can be rectified by not only improving the economic conditions conducive of marriage, but also developing strategies that will be consistent with the cultural change that is occurring.

Family: Emancipation

Currently, traditional views generally prevail among young people in Armenia. However, many of the women wish to live separately from the parents: two of three women would prefer the family to live separately from the parents. The "patrilocal" position that has traditionally been typical of Armenian families has weakened considerably among young people in Armenia. Half of the women and one third of the men agree that "it is possible to live in the parents' home if the family does not have a house." For one out of three young women, career is more important than family at a young age; the ratio among men is one out of five.

The data shows that women are more predisposed towards equality than men in all matters

related to gender equality. In other words, young women lead the process of overcoming traditional relations among young people in Armenia.

Economic Behavior

Data on the level of unemployment help understanding potential social tension. Economically inactive young people do not seek employment and are more likely to have a living than the unemployed young people seeking employment, i.e. the unemployed. Over half of the employed young people are “largely” or “fully” satisfied with their salary or earnings. Those employed in agriculture are less satisfied with their earnings.

As to business, the top preference of young people is about equally split between the following types of entities: government bodies, Armenian large businesses, state-owned factories, international organizations, other state bodies, and representations of foreign companies in Armenia. Indications of the second preference mostly include international organizations, Armenian large businesses, and representations of foreign companies in Armenia. Young people in Armenia prefer stable employment; the second preference is for well-paying jobs. Thus, Armenian small business is not appreciated by young people, in addition to having a number of other significant disadvantages.

Political Engagement and Positions

More than half of the young people in Armenia are interested in the domestic politics of Armenia. About 60 percent of them believe that they are sufficiently well versed in Armenian domestic politics. About the same percentage believe that their vote is important in elections. Young people in Armenia are rather intensively dealing with political information: about two thirds read or watch political news several times a week in newspapers or on television or in the Internet. More young people trust the political news accessed in the Internet than the news delivered by H1, one of the main television stations of Armenia. Although young people in Armenia are intensively engaged in the political process, most of them feel alienated from the political system: over two thirds of Armenia’s young people believe that there is no party in Armenia, which would express their interests. These positions are most prevalent in Yerevan.

Civic Engagement

The survey has shown that awareness of non-governmental organizations is rather high in Armenia. Half of the young people know what a non-governmental organization is. Although the membership of non-governmental organizations has not grown (3.8 percent of the young people claimed to be a member of a non-governmental organization), the number of young people that have performed volunteer work within a non-governmental organization has grown considerably (to 11 percent).

The positions of young people regarding members of non-governmental organizations are more positive than those on the parties. It is noteworthy that positive predisposition towards non-governmental organizations is considerably higher among those that are aware of non-governmental organizations. Young people have rather favorable views of the public role of non-governmental organizations: one of three young people believes that non-governmental organizations are capable of solving a real issue affecting society. One of five young people is aware of a specific issue affecting society, which has been solved through a non-governmental organization.

As to state youth programs, young people are best informed about the young families’ mortgage lending process. Few of the young people are aware of the Luys Foundation’s educational program and the housing construction project for young professionals. The young people that were informed about state youth programs predominantly expressed positive opinions about them.

The Army

Similar to the Armenian Apostolic Church, the Armenian Army is the most credible institution among the young people. About 87 percent of Armenia’s young people trust the army. Despite the very high level of Armenian young people’s trust in the Armenian Army, most of them believe that there are certain problems in the army. This contradiction is also manifested in the positions of young people regarding the army: the vast majority of the young people agree that “serving in the army must be mandatory for health young Armenians,” but only half of the young men re-

sponded affirmatively when asked if they would “serve in the army if army service were not mandatory.”

Migration

The survey looked into positions regarding temporary visits abroad for various purposes, including temporary residence, temporary employment, education, visits to relatives and friends, and tourism.

Young people showed a high propensity towards temporary visits abroad. However, young people are very short of financial means to travel abroad. Young people intending to travel abroad for employment and visiting relatives have relatively more financial means for traveling abroad. One of three young people in Armenia wishes to emigrate permanently. The situation does not differ much between the various social-demographic groups. Marital status is the only observed exception to this characteristic: married young people have a much lower propensity to emigrate permanently.

Education

The data shows that, for young people, general public schools do not fully perform their functions, causing some degree of dissatisfaction. As to higher education, about 65 percent of the young people believe that they “cannot find their place in life” without higher education or an appropriate diploma. Most interestingly, despite a certain degree of satisfaction with the knowledge obtained, most young people wish to study abroad, which is one of the driving forces behind temporary or permanent migration.

Linguistic and Cultural Orientation and Communication Skills

The cultural positions of the future elite of Armenian society are mostly focused on English-speaking regions (this may differ from their actual ability to accomplish this goal in real life). The prevalence of Russian as the dominant foreign language is the highest among the rural young people.

Young people in Armenia have a high degree of access to information resources. Half of them have computers at home. The percentage of young people accessing the Internet via mobile

phone is very high, too (53 percent). 78.4 percent of young people in Armenia are on social networks. Most young people are on Odnoklassniki, followed by Skype and Facebook.

For young people, the Internet is mainly an environment for social contacts. Very few use the Internet for intellectual purposes: only 14.6 percent of the young people use the Internet for reading the news and analytical materials, 9.2 percent for reading educational materials, and only 1.4 percent for reading fiction literature. The main conclusion supported by the data presented above is that, given the prevalence among Armenia’s young people of computers, the Internet, and mobile telephones with Internet access, as well as the engagement of young people in social networks in the Internet and their information behavior on such networks, Internet and information communications are to be considered factors that have strong potential to manage the social behavior.

Young men visit bars or cafes more frequently, while young women do more reading of professional, pastime, and fiction literature. Most entertainment options of young people are focused on consumption.

