

ՀՏԴ 323.2

ԱՎԱՆԴԱԿԱՆ ՀԱՂՈՐԴԱԳՑՈՒԹՅԱՆ ՓՈԽԱԿԵՐՊՄԱՆ ԴՐՍԵՎՈՐՈՒՄՆԵՐԸ ՀՀ-ՈՒՄ ՀԱՆՐԱՅԻՆ ԿԱԿԵՐԻ ՀԱՄԱՏԵՔՍՏՈՒՄ

ԱՍՏԴԻԿ ԱՎԵՏԻՍՅԱՆ

Երևանի պետական համալսարան

Հանրային կապերի մասնագետներն իրենց արդյունավետ աշխատանքի համար օգտագործում են բազմաթիվ գործիքներ և հնարքներ՝ համապատասխան ուղերձները մեծ լսարանին հասցնելու համար: Ավանդական հաղորդակցությունը 24/7 սոցիալական մեդիայի ձևաչափի ազդեցությամբ փոխակերպման է ենթարկվում, ինչը հաղորդակցության մասնագետների համար նոր մարտահրավերներ է առաջ բերում:

Բանալի բառեր. հաղորդակցություն, սոցիալական մեդիա, հանրային կապեր, քաղաքական հաղորդակցություն, հրապարակայնացում, հանրայնացում, ՋԼՄ-ներ, PR գործիքներ և տեխնոլոգիաներ, իշխանափոխություն, կարծիքի առաջնորդ, հնարք:

Հանրային կապերը (PR) շարունակում է մնալ այն գիտական ոլորտներից մեկը, որ չունի մասնագետների կողմից համաձայնությամբ (կոնսենսուսով) ընդունված մեկ միասնական սահմանում և ընկալում: Սակայն գրեթե բոլոր մասնագետները փաստում են, որ հաղորդակցության միջոցով հանրոյթի հետ հարաբերություններ ձևավորելն ու պահպանելը «հանրային կապեր» մասնագիտության բուն նպատակն ու էությունն է. միևնույն ժամանակ հանրային կապերը շարունակում է մնալ արագ փոփոխվող, դինամիկ գիտություն: Մեր կողմից իրականացված հետազոտության արդյունքում պարզեցինք, որ Հայաստանում PR-ն ամենապահանջված մասնագիտությունների շարքում է, սակայն այն համարվում է ամենասթրեսայինը: Ուսումնասիրելով համաշխարհային փորձը ևս՝ արձանագրեցինք, որ CareerCast կայքէջը պարբերաբար նշում է «PR պատասխանատուի» հաստիքը 10 սթրեսային մասնագիտությունների շարքում [1]:

Վերջին 10 տարիների ընթացքում թռիչքաձև զարգացում է ապրել նաև սոցիալական մեդիան. անվերահսկելի, 24/7 բնույթ ունեցող մեդիան հաղորդակցության մասնագետները բնութագրել են «աղոթք» և «անեծք» միևնույն ժամանակ [2]:

Սոցիալական մեդիան իր ծավալների ընդլայնմանը զուգահեռ շատերի համար զուտ ընկերական միջավայր լինելուց բացի՝ վերածվեց մասնագիտական հարթակի: Այսօր հանրային կապերի պատասխանատուներն այս հարթակը մասնագիտորեն օգտագործում են իրենց յուրաքանչյուր արշավի ժամանակ: Առաջին հերթին, այն անմիջական է, որքան էլ որ

ուղերձը հանրային է և նախատեսված է մեծ լսարանի համար, այնուամենայնիվ, անմիջական շփումը և հետադարձ կապը հաճախ մեկնաբանությունների շնորհիվ է կայանում: Այստեղ աշխատում է նաև դոնից դուռ տեխնոլոգիան՝ փոխակերպվելով օֆլայնից օնլայն (առցանց) հարթակ:

Ավանդական մեդիան օգտագործելով սոցիալական մեդիայի ազդեցությունը փորձում է դիրքավորվել տեղեկատվական շուկայում: Տեղեկատվական տեխնոլոգիաներն այսօր քանդում են անջրպետները, կոնվերգենցիայի ենթարկելով մեդիա դաշտը, ինչպես նաև փոխելով ողջ կյանքի ռիթմը:

Ուսումնասիրության մեթոդները

Հետազոտության նպատակն է պարզել Հայաստանում հանրային կապերի դերը որպես երկրի զարգացման ուղենիշ, առկա մարտահրավերները և զարգացման միտումները: **2017 թվականի մայիսից 2018 թվականի հոկտեմբեր** ընկած ժամանակահատվածում դիտարկվել են ՀՀ պետական գերատեսչությունների, ֆինանսական կառույցների, տեղական և միջազգային, քաղաքական-մշակութային-սոցիալական կազմակերպությունների, քաղաքացիական նախաձեռնությունների իրականացրած ծրագրերն ու միջոցառումները: Ուսումնասիրության և վերլուծության ընթացքում [3] աշխատանքային գործիքներն ընտրվել են ըստ թիրախային լսարանի՝ կիրառվել են հետազոտման քանակական և որակական մեթոդներ: Հետազոտության ընթացքում իրականացվել են մանրակրկիտ հարցազրույցներ հաղորդակցության և սույն ուսումնասիրության առարկա հանդիսացող այլ ոլորտների մասնագետների (քաղաքագետներ, արվեստագետներ, հոգեբաններ, լրագրողներ և այլն) հետ և հարցաթերթիկային հարցումներ (հարցաթերթիկները բաղկացած էին բաց, փակ և կիսափակ հարցերից): Իրենց կողմից իրականացված աշխատանքները ներկայացնելու հնարավորություն է տրվել ՀՀ պետական գերատեսչությունների, Հայաստանում գործող բանկերի և քաղաքական-մշակութային-սոցիալական կազմակերպությունների հանրային կապերի մասնագետներին (PR խորհրդականներ, համապատասխան ստորաբաժանման ղեկավարներ, գերատեսչության ղեկավարների մամուլի քարտուղարներ): Հարցման է ենթարկվել 1162 ռեսպոնդենտ (հանրային կապերի մասնագետներ, քաղաքագետներ, արվեստագետներ, հոգեբաններ, ՋԼՄ ներկայացուցիչներ՝ լրագրողներ, խմբագիրներ): Հետազոտությանը մասնակցել է 4 ֆոկուս խումբ՝ տարիքային 2 խմբով (23-35 և 35-65 տարեկան 120 մարդ, որոնցից 43 %-ը՝ տղամարդ, 57 %-ը՝ կին): Մեկ տարվա կտրվածքով մշտադիտարկման են ենթարկվել զանգվածային լրատվամիջոցներում և սոցիալական ցանցերում տեղ գտած հրապարակումներն և տեսանյութերը:

Հայաստանում տեղի ունեցած իշխանափոխությունն ու կիրառված տեխնոլոգիաները

2017 թվականին Հայկական Փի Ար ասոցիացիայի կողմից իրականացված հետազոտությունները փաստում էին, որ հասարակություն-կառավարություն երկխոսություն գոյություն չունի [4, էջ 43-52]: Ուղերձները հնչում էին ուղղահայաց՝ վերևից ներքև, ինչի արդյունքում հասարակության և իշխանության միջև առաջացել էր անդունդ: Տվյալ ժամանակահատվածում Հայաստանը նախագահական համակարգից անցում էր կատարում խորհրդարանականի: Իշխող՝ Հայաստանի հանրապետական կուսակցությունը, 2017 թվականի ԱԺ ընտրություններին ամրապնդելով իր տեղն ու դիրքը [5, էջ 50-51], շարունակեց նույն քաղաքականությամբ առաջնորդվել՝ հետադարձ կապ չապահովելով հանրույթի հետ, սակայն հաշվի առնելով երկրում ստեղծված ճգնաժամային իրավիճակը՝ իշխող կուսակցությունը հայտնեց դժգոհությունների պատճառների վերացման մտադրության մասին: ՀՀ երրորդ նախագահ Սերժ Սարգսյանին ՀՀԿ-ն առաջադրեց նոր Սահմանադրությամբ մեծ լիազորություններ ունեցող վարչապետի պաշտոնում: Նիկոլ Փաշինյանը, ով «Ելք» դաշինքի իր գործընկերների հետ տարիներ շարունակ վարում էր կոշտ քննադատական քաղաքականություն և Հայկական Փի Ար ասոցիացիայի կողմից 2016-2017 թթ. -ին իրականացված հետազոտության արդյունքում ճանաչվել էր «Տարվա քաղաքական գործիչ» [6], մի խումբ գաղափարակիցների հետ միասին սկսեց «Իմ քայլը» նախաձեռնությունը, որի մեկնարկը տրվեց Գյումրիից: Անցնելով նախապես գծված ճանապարհով՝ «Իմ քայլը» նախաձեռնությանը միացած «Մերժի՛ր Սերժին» նախաձեռնության անդամները, արդեն Երևան հասնելով, սկսեցին **ապակենտրոնացված բողոքի ակցիաներ**: Որպես կարգախոս Երևանում բողոքի ցույցերը կրեցին «Քայլ արա, մերժի՛ր Սերժին» կարգախոսը, ինչն արագորեն միավորեց դժգոհ հասարակությանը: Առաջին անգամ, ցույցերն իրականացվեցին ոչ թե կենտրոնացված մեկ վայրում, այլ քաղաքի տարբեր վայրերում՝ կաթվածահար անելով քաղաքի բնականոն ռիթմը: Նիկոլ Փաշինյանը հանրույթի հետ շփման յուրօրինակ միջոց որդեգրեց՝ յուրաքանչյուր քայլի մասին ֆեյսբուքյան իր էջով կենդանի հեռարձակում ապահովելով, ինչի շնորհիվ հանրույթը և՛ վստահեց քաղաքական գործչին, և՛ իրական ժամանակում տեսավ ինչ է տեղի ունենում, և՛ լսեց կարգադրություն-խնդրանքը, թե ինչ պետք է անել, և՛ գնաց նրա հետևից: Այս ընթացքում ընդդիմության կողմից հմտորեն կիրառվեցին մի շարք տեխնոլոգիաներ: Գիտակցելով Հայաստանի աշխարհաքաղաքական դիրքը, նաև արտաքին քաղաքականությունում հասարակության ոչ միանշանակ մոտեցումները՝ Նիկոլ Փաշինյանն ի սկզբանե, բոլոր ամբիոններից շեշտադրեց ցույցերի զուտ ներքաղաքական բնույթը: Մի շարք կարծիքի առաջնորդներ ներգրավվեցին քաղաքական գործընթացների մեջ, օրինակ՝ Արսինե Խանջյանը մասնակցեց հավաքներին, Սերժ Թանկյանը մի շարք կենդանի հեռարձակումներով ոգևորեց հանրությանն ու կոչ արեց պայքարել հանուն փոփոխության, ինչպես նաև հայտնեց իր աջակցությունը պայքարի դուրս եկած

երիտասարդներին: Շարլ Ազնավուրը, ով տարբեր հետազոտությունունների արդյունքում [7] մշտապես ճանաչվել է կարծիքի բացարձակ լիդեր, ում խոսքը ընկալվել և ընդունվել է բացարձակ մեծամասնության կողմից, կոչ արեց երկու կողմերին երկխոսության և բռնության անթույլատրության: Իրավիճակին արձագանքեց նաև աշխարհահռչակ Քիմ Քարդաշյանը: Այսպիսի ճանաչված և ազդեցիկ լիդերների ներգրավվումը ոչ միայն համախմբեց աշխարհասփյուռ հայությանը, այլև միջազգային հանրության ուշադրությունը կենտրոնացրեց Հայաստանում տեղի ունեցող իրադարձությունների վրա: Այդ օրերին իրականացվող յուրաքանչյուր գործողություն հեռարձակվեց սոցիալական ցանցերով և մի շարք լրատվամիջոցներով: Հայկական Փի Ար ասոցիացիայի կողմից իրականացված հարցումների ընթացքում, հանրային կապերի մասնագետներն ընդգծել էին «Ազատություն» ռադիոկայանի արհեստավարժ աշխատանքի մասին, ըստ էության, լրատվամիջոցն այդ օրերին դարձել էր առաջին տեղեկատվություն ստանալու աղբյուրներից մեկը: Հայաստանում տեղի ունեցած իշխանափոխության նպաստող հանգամանքներից մեկը ՋԼՄ-ների և հանրային քաղաքական դեմքերի սոցիալական ցանցերի գրագետ օգտագործումն էր: Բողոքի ցույցերը կրեցին խաղաղ բնույթ, ինչը բացառեց նաև ուժի կիրառումը իշխանության և ուժային կառույցների կողմից: **Թիրախավորված կարգախոսներն ու ապակենտրոնացված բողոքի մարտավարությունը**, հասարակության մեկ բռունցք դառնալը ստիպեցին, որ ՀՀ վարչապետ Սերժ Սարգսյանը հրաժարական տա: Ճիշտ ժամանակին, ճիշտ վայրում «Նիկո՛ւ, վարչապե՛տ» վանկարկումները ձնագնդիի էֆեկտի օգտագործմամբ վերածվեց մեկ ընդհանրական պահանջի՝ միայն Սերժ Սարգսյանի հրաժարականը բավական չէ, ժողովրդի պահանջն է, որ հրաժարական տա ՀՀ-ի ողջ կառավարությունը, իսկ վարչապետ ընտրվի ժողովրդի թեկնածու Նիկոլ Փաշինյանը: Այս փուլում ևս ընդդիմությունը կարողացավ պահպանել հասարակության ակտիվությունը, շարունակվեցին ապակենտրոնացված բողոքի ցույցերը: Պարբերաբար կիրառվեցին ուշադրություն հրավիրող հնարքներ՝ PR տեխնոլոգիաներ, որոնք ժամանակ առ ժամանակ համալրվում էին նորերով: Ստեղծվեցին տարբեր ժանրերի և ոճի երգեր, օգտագործվեցին տարբեր կարգախոսներ, որոնցից մեկն ավելի տարածական բնույթ ստացավ՝ «Դուխով» կարգախոսը, ինչը հաղորդակցության որոշ մասնագետներ գնահատեցին որպես հաջողված. այն կարճ է, հիշվող, առօրյայում կիրառելի, ոգևորում է Հայաստանի հասարակությանը, ներառում է նաև «Դու կարող ես» իմաստը: Ստեղծվեցին համացանցային տարբեր մեմեր (Internet memes), որոնք լայնորեն տարածվեցին սոցիալական ցանցերով («Մեմ» եզրը 1976 թվականին առաջարկել է Ռիչարդ Դաուկինսը (Richard Dawkins)՝ բնութագրելու մշակութային վարակիչ մասնիկները, որոնք տարածվում են մեկից մյուսին: Այսօր համացանցի օգտատերերի շրջանում, «համացանցային մեմ» եզ-

րույթը բնութագրում է հումորի, ասեկոսների, տեսանյութերի կամ կայքերի լայնորեն տարածումը՝ նորագույն տեխնոլոգիաների ընձեռած հնարավորությամբ: Այն կարող է տարածվել իր բնօրինակ տեսքով, սակայն հաճախ փոփոխվում է օգտատերերի կողմից՝ ստանալով նոր երանգներ: Մեմերը տարածվում են միկրոհարթությունում, սակայն ձևավորում են հասարակության մակրոպատկերը, վերարտադրվում իմիտացիոն (նմանակման) տարբեր միջոցներով, հետևում մրցակցության կանոններին [8]: Մեմերի հոգեբանական ազդեցությունը հանրության վրա դեռ պետք է պարզվի մասնագետների կողմից, սակայն միանշանակ կարող ենք փաստել, որ հաղորդակցության մասնագետների կողմից մեմերի կիրառությունը համացանցային տարատեսակ արշավների ժամանակ օրեցօր աճում է, ինչը խոսում է մեմերի ազդեցության գիտական ուսումնասիրության անհրաժեշտության մասին:

Լայնորեն կիրառվեց շերեփներով արշավը, որ միջազգային գիտական հարթակում հայտնի է «Cacerolazo» անվամբ: Այս տեխնոլոգիան լայնորեն ճանաչված է լատինա-ամերիկյան մի շարք երկրներում 2000-ականների սկզբում տեղի ունեցած արշավներից, որոնք ֆինանսական դժվարությունների դեմ էին ուղղված և կրում էին քաղաքական բնույթ: 2001 թվականին Արգենտինայում տեղի ունեցած բողոքի ակցիաների ժամանակ լայնորեն կիրառվեց «Cacerolazo» տեխնոլոգիան, որը կրում էր «Մենք պետք է ազատվենք բոլորից: Ոչ ոք չպետք է մնա» կարգախոսները՝ մատնանշելով հասարակության և քաղաքական գործիչների անհամաձայնությունը [9]: Այս տեխնոլոգիան վարակիչների շարքին կարող ենք դասել՝ նախ և առաջ շերեփների և տարաների ձայները գրավում են բոլորի ուշադրությունը, այն հեշտ է օգտագործել և ունակ է մոբիլիզացնել հասարակությանը, մարդիկ կարողանում են մասնակցել գործընթացներին հենց իրենց տներից, մի կողմից ներգրավվելով գործընթացներին, մյուս կողմից մնալով իրենց հարազատ միջավայրում: «Cacerolazo»-ն, ըստ էության, քաղաքացիական հասարակության դժգոհության նոր ձև է, որը քաղաքականացնում է հասարակությանը և հեռու է ամբոխահաճությունից (պոպուլիզմից), իր առջև դնելով մեկ ընդհանրական պահանջ՝ հաշվետու դարձնել իշխանությանը [10]: «Cacerolazo»-ն տարբեր տարիներին կիրառվել է աշխարհի մի շարք երկրներում, այդ թվում նաև վերջին տարիներին եվրոպական երկրներում տեղի ունեցած «գունավոր հեղափոխությունների» ժամանակ:

Հնտորեն կիրառվեցին նաև ավտոմեքենաների ազդանշանները. միանման ազդանշանները միաժամանակ միտված էին ինչպես հասարակությանը համախմբելու, այնպես էլ արշավի վրա ուշադրություն հրավիրելու համար: Նոր տեխնոլոգիաներին զուգահեռ, կիրառվեցին նաև դասական տեխնոլոգիաները: Հնտորեն կիրառվեց «լռության պարույր» տեխնոլոգիան՝ գերիշխող դիրք ստացավ մեկ կարծիք, իսկ հոչակված «փոքրամասնությունն» այլևս չարտահայտեց իր կարծիքը: Արդյունքում,

բողոքի ելած հանրության բոլոր պահանջներն իրականացվեցին՝ հրաժարական ներկայացրեց ոչ միայն վարչապետ Ս. Սարգսյանն, այլև ողջ կառավարությունը: Նիկոլ Փաշինյանն ԱԺ-ում ընտրվեց ՀՀ վարչապետ և հայտարարեց, որ Հայաստանում սպասվում են նոր արտահերթ խորհրդարանական ընտրություններ:

Կլինե՛ր, արդյոք, իշխանափոխություն, եթե չլիներ սոցիալական ցանցերի կենդանի հեռարձակումներն ու ՋԼՄ-ների անդրադարձը: Հաղորդակցության մասնագետների ու քաղաքագետների հետ իրականացված մեր հարցումների արդյունքները փաստում են՝ հավանաբար՝ ոչ: Չնայած տարբեր միջազգային հետազոտություններ ցույց են տալիս, որ սոցիալական ցանցերի զարգացումն ու 24/7 բնույթը սթրեսի են ենթարկել հաղորդակցության մասնագետներին և խախտել աշխատանք-մասնավոր կյանք հարաբերությունների հավասարակշռումը (բալանսը) [11], այնուամենայնիվ, որպես մասնագիտական գործիք դյուրացրել են հանրության հետ հարաբերությունների ձևավորումը և նպատակային ծրագրերի իրականացումը:

Հետհեղափոխական իրադարձություններն ու հանրային կապերը

ՀՀ արդեն նախկին վարչապետ Սերժ Սարգսյանի և ողջ կառավարության հրաժարականից հետո, պայմանականորեն կարող ենք անվանել հետհեղափոխական շրջան: Այս կարծիքը կիսում են հաղորդակցության մի շարք մասնագետներ և քաղաքագետներ [12]: Սակայն ՀՀ վարչապետ Նիկոլ Փաշինյանի թիմը դեռ շարունակում է հեղափոխական հայտարարությունները, գործընթացները որակելով որպես հեղափոխության շարունակությունը, այդպիսով փորձելով պահել հասարակության ուշադրությունն ու աջակցությունը:

2017-2018 թվականներին Հայաստանում կազմակերպվեցին մի շարք մշակութային, սոցիալական և հասարակական նախագծեր, սակայն առավել քան երբեք, հասարակությունը քաղաքականացվեց և գրեթե բոլոր իրադարձությունները կրեցին քաղաքական բնույթ: Հեղափոխության ողջ ընթացքում (և հետո) կարմիր գծով անցնում էր «հանդուրժողականության, սիրո» և թափանցիկության գաղափարախոսությունը: Հենց այս համատեքստում են մասնագետները տեսնում Ազգային ժողովի և նախագահական նստավայրի դարպասների բացումը: Քայլ, որը խորհրդանշում է պետական բարձրագույն ինստիտուտների՝ հասարակությանը մոտ գտնվելն ու հրապարակային լինելը: Հրապարակայնության տեսանկյունից, մեր ուսումնասիրության ժամանակաշրջանում, բացարձակ մեծամասնության կարծիքով առանձնանում է ՀՀ նախագահ Արմեն Սարգսյանը: Վերջինիս արձագանքը նախագահական նստավայրի մոտ բողոքող հանրությանը [13], վերջիններիս առերես հանդիպելը, թե՛ քննարկումների ժամանակ հաշտարարի դեր ստանձնելը [14], տարբեր միջոցառումների մասնակցելը, մանուկներին պաղպաղակ հյուրասիրելն ու պատանիների համար համբուրգեր պատրաստելը նոր երևույթ էր Հայաստանի հասարակության համար, որը գնահատվեց և՛ հաղորդակցության մասնագետների

կողմից, և՛ հասարակության: Արմեն Սարգսյանը, չնայած խորհրդարանական երկրին հատուկ նախագահի սահմանափակ լիազորություններին, դիրքավորվել է, որպես պետական գործիչ, ում խոսքն ու կարծիքը ցանկանում են լսել, ում ցանկանում են տեսնել միջազգային տարբեր միջոցառումներին Հայաստանը ներկայացնողի դերում:

Հաջողության հասնելով հանրապետական մակարդակում՝ ամռանը ցույցերն ու բողոքներն ուղղվեցին Երևանի քաղաքապետարան: Քաղաքապետ Տարոն Մարգարյանի հրաժարականից հետո նշանակվեց Երևանի ավագանու արտահերթ ընտրություններ, որին մասնակցեց 12 քաղաքական սուբյեկտ: Մասնագետների գնահատմամբ, այս ընտրությունները նորընտիր իշխանության կողմից օգտագործվեց որպես «ստուգատես»՝ խորհրդարանական ընտրություններին ընդառաջ: Նիկոլ Փաշինյանի թիմը ընտրություններին մասնակցեց նորաստեղծ «Իմ քայլը» դաշինքով: Գրեթե ողջ քարոզարշավն իրականացրեց Նիկոլ Փաշինյանը: Ընտրությունների բնույթը էականորեն տարբերվեց նախորդ ընտրություններից, տարբերվեցին նաև կիրառված գործիքներն ու տեխնոլոգիաները: Նիկոլ Փաշինյանը որակեց Երևանի ավագանու արտահերթ ընտրությունները հեղափոխության շարունակություն և մենամարտ «հեղափոխականների» և «հակահեղափոխականների» միջև: Ծրագրային քաղաքականությունը մղվեց երկրորդ պլան՝ առջևում թողնելով քաղաքական կարգախոսները: Հետհեղափոխական շրջանում, դեռևս ունենալով Ազգային ժողով՝ ՀՀԿ մեծամասնությամբ, «Իմ քայլը» դաշինքն օգտագործեց «հանուն հեղափոխության» ուղերձը՝ կոչ անելով մարդկանց քվեարկել իրենց օգտին, քանի որ քվեարկում են հեղափոխության օգտին, այդպիսով ռեալիզացնում հեղափոխությունը: «Իմ քայլը» դաշինքի կողմից իրականացված գրեթե ողջ քարոզարշավի ընթացքն ուղղված էր ՀՀԿ դեմ, չնայած ՀՀԿ-ն չէր մասնակցում Երևանի ավագանու արտահերթ ընտրություններին: Այս մարտավարությունը նպաստեց հասարակությանը կենտրոնացնել մեկ գաղափարի շուրջ՝ հեղափոխությունը դեռ ավարտված չէ: Վարչապետի և նրա թիմի կողմից, ուժերը բաժանվեցին «սևերի» և «սպիտակների», իսկ ընտրությունները հենց այդ «սևերի» և «սպիտակների» միջև պայքարի: Ուսումնասիրության ընթացքում հստակ ընդգծվում էր այն, որ չնայած հանրային կապերի նկատմամբ վերաբերմունքը փոխված էր և կարևորված, բայցևայնպես արժեզրկված էր «մամուլի քարտուղարի» ինստիտուտը: Հայեցողական պաշտոն զբաղեցնողները ժամանակ առ ժամանակ ազատվում էին աշխատանքից՝ չհասցնելով ծանոթանալ նույնիսկ ոլորտի խնդիրներին: Հայկական PR մրցանակաբաշխության ժամանակ առաջին անգամ «Տարվա լավագույն մամուլի քարտուղար» չհայտարարվեց, որովհետև քառսային իրավիճակում մամուլի քարտուղարները չհասցրեցին դիրքավորվել: Վերը նշված ժամանակահատվածում փոփոխության ենթարկվեց նաև «Քաղաքացիական ծառայության մասին» ՀՀ օրենքը, որտեղ համապատասխան վարչության պետի և մամուլի քարտուղարի գործառույթները

նույնականացվեցին, ինչի արդյունքում ոլորտում մեծ դժգոհության ալիք բարձրացավ: Վերադասավորումներն ու վերակազմավորումները բերեցին նրան, որ պետական գերատեսչական կառույցների աշխատանքային բնականոն ընթացքը խաթարվել էր, շատ գերատեսչությունների աշխատակիցներ մատնվել էին անգործության՝ ներքին հաղորդակցության բացակայության պատճառով: **Մարդու իրավունքների պաշտպանի գրասենյակը** ուսումնասիրությունների արդյունքները վերլուծելու ժամանակ առանձնացել էր չեզոք, անկողմնակալ աշխատանքային օրակարգով, ինչն էլ մեծացրել է հասարակության վստահությունը վերոնշյալ կառույցի նկատմամբ:

Այսօր Հայաստանում նոր քաղաքական իրավիճակ է՝ պայքար կոռուպցիայի դեմ, քաղաքական թիմերի վերադասավորումներ, ինչպես նաև հասարակության հետ շփման նոր կառուցակարգերի ձևավորում, որոնք լուրջ մարտահրավերներ են: Հանրային կապերի ոլորտում դեռ քառասյին իրավիճակ է, կառավարության նորանշանակ անդամներից ոչ բոլորն ունեն փորձառություն, հետևաբար հանրային կապերի տեսանկյունից դեռևս չեն պատկերացնում ինչպես ապահովել հաղորդակցումն իրենց գերատեսչության և հանրության միջև: Ոմանք հետևում են վարչապետ Նիկոլ Փաշինյանի օրինակին՝ իրենց ասելիքը սոցիալական ցանցերով կենդանի հեռարձակելով, բայց նաև հարկ է կարևորել ՁԼՄ-ների հետ աշխատանքը, գերատեսչությունների ամբողջական թափանցիկությունը, հանրույթին ծառայություններ մատուցելու վարքագծային էթիկան:

ՕԳՏԱԳՈՐԾՎԱԾ ԱՂԲՅՈՒՐՆԵՐ

1. <https://www.prnewswire.com/news-releases/careercast-rates-least-and-most-stressful-jobs-for-2018-300580811.html>, Dangerous jobs appear on most stressful list
2. Public Relations Journal, Issue 2 (November 2018), 2018 Institute for Public Relations, Work-Life Balance 2.0? An Examination of Social Media Management Practice and Agency Employee Coping Strategies in a 24/7 Social World, Nathan Gilkerson, Ph.D. Assistant Professor at Marquette University, Betsy Anderson, Ph.D. Assistant Professor at University of Minnesota, Rebecca Swenson, Ph.D. Assistant Professor at University of Minnesota
3. www.armpr.org/prawards, սույն ուսումնասիրությունն իրականացվել է «Հայկական Փի Ար ասոցիացիա» գիտատեղեկատվական ՀԿ կողմից «Հայկական PR մրցանակաբաշխության» շրջանակում:
4. **Ավերիսյան Ա. Շ.**, Հայաստանի Հանրապետությունում հանրային կապերի (PR) ոլորտի ձեռքբերումներն ու մարտահրավերները, «Բանբեր Երևանի համալսարանի. Միջազգային հարաբերություններ, Քաղաքագիտություն», 2018 № 2 (26), էջ 43-52:
5. www.armpr.org/prawards, «Հայկական Փի Ար ասոցիացիա» գիտատեղեկատվական ՀԿ պաշտոնական կայքէջ, «Հայկական PR» մրցանակաբաշխություն:

6. 2016-ից «Հայկական Փի Ար ասոցիացիա» գիտատեղեկատվական ՀԿ իրականացնում է հետազոտություններ, որոնց արդյունքներն ամփոփվում են «Հայկական PR մրցանակաբաշխության» տարեկան արարողությանը:

7. Limor Shifman, Department of Communication and Journalism, the Hebrew University of Jerusalem, Israel; Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker, Journal of Computer-Mediated Communication, 18, (2013) 362–377, International Communication Association

8. Civic Engagement in Argentina. From the Human Rights Movement to the “Cacerolazos”, ENRIQUE PERUZZOTTI, Department of Political Science and Government Universidad Torcuato Di Tella, Visiting Fulbright Scholar, Department of Political Science and Institute of Latin American Studies Columbia University, 2002

9. <https://www.youtube.com/watch?v=GROAw5QN3U0> , ¿Dónde y cómo surgió el cacerolazo como forma de protesta en el mundo?

10. Public Relations Journal, Issue 2 (November 2018), 2018 Institute for Public Relations, Work-Life Balance 2.0? An Examination of Social Media Management Practice and Agency Employee Coping Strategies in a 24/7 Social World, Nathan Gilkerson, Ph.D. Assistant Professor at Marquette University, Betsy Anderson, Ph.D. Assistant Professor at University of Minnesota, Rebecca Swenson, Ph.D. Assistant Professor at University of Minnesota, [https://prjournal.instituteforpr.org/wp-content/uploads/Gilkerson Anderson Swenson WorkLifeBalance-1.pdf](https://prjournal.instituteforpr.org/wp-content/uploads/Gilkerson_Anderson_Swenson_WorkLifeBalance-1.pdf)

11. Ուսումնասիրությունն իրականացվել է «Հայկական Փի Ար ասոցիացիա» գիտատեղեկատվական ՀԿ կողմից «Հայկական PR մրցանակաբաշխության» շրջանակում, www.armpr.org/prawards:

12. ՀՀ նախագահ Արմեն Սարգսյանը պարում է Ամուլսարի հանքի դեմ բողոքող երիտասարդների հետ, <https://www.youtube.com/watch?reload=9&v=ENH0fSgNy30>

13. Նախագահ Արմեն Սարգսյանը եկել է Նիկոլ Փաշինյանի հետ հանդիպելու. նա Հանրապետության հրապարակում է, <https://www.youtube.com/watch?v=jXx9tb4WjBQ>

ТРАНСФОРМАЦИЯ ТРАДИЦИОННОЙ КОММУНИКАЦИИ В АРМЕНИИ

АСТГИК АВЕТИСЯН

Ереванский государственный университет

Специалисты по связям с общественностью используют различные инструменты и технологии для эффективности своей работы, чтобы донести соответствующие сообщения до широкой аудитории. Традиционная коммуникация трансформируется под влиянием круглосуточного формата социальных сетей подвергается трансформации, что ставит новые задачи перед профессионалами в области коммуникации.

Ключевые слова: коммуникация, социальные сети, связи с общественностью, политическая коммуникация, паблисити, СМИ, PR инструменты и технологии, смена власти, лидер мнения.

TRANSFORMATION OF TRADITIONAL COMMUNICATION IN ARMENIA

ASTGHİK AVETISYAN

Yerevan State University

Public relations specialists use a variety of tools and techniques for the effectiveness of their work to deliver relevant messages to a large audience. Traditional communication is being transformed by the impact of the 24/7 social media format, which brings new challenges for communication professionals.

Keywords: communication, social media, public relations, political communication, publicity, mass media, PR tools and techniques, regime change, opinion leader.

*Ներկայացվել է խմբագրություն 20.01.2020
Երաշխավորվել է տպագրության 15.03.2020*