

«Քովիդ-19»-ի վերաբերյալ հաղորդակցման ռազմավարության գնահատում Արմավիրի, Լոռու և Շիրակի մարզերում

*Արդյունավետ հաղորդակցումը կարող է կյանքեր փրկել: Եւ՝ հակառակը ոչ արդյունավետ
իրազեկումն ու հաղորդակցումը ստեղծում է նոր մարտահրավերներ:*

Սեդա Մուրադյան

Հետազոտությանն աջակցել են Հարություն Ծատրյանը, Ալեքսանդր Մարտիրոսյանը,
Սոֆի Թովմասյանը, Աննա Մեխակյանը

Հետազոտական թիմի խորհրդատու՝ Հայկ Գյուլգալյան

Հետազոտությունը հնարավոր է դարձել «Բաց հասարակության հիմնադրամներ – Հայաստանի»
ֆինանսական օժանդակությամբ՝ «Քաղաքականության կրթաթոշակներ» նախաձեռնության ծրագրի
շրջանակում:

Բովանդակություն

Սեղմագիր	3
Մեթոդաբանություն	6
Արմավիրի, Լոռու և Շիրակի մարզերում հաղորդակցման քաղաքականության ռազմավարությունը և դրա փաստաթղթավորումը	8
Արմավիրի, Լոռու և Շիրակի մարզերում ապատեղեկատվության դեմ պայքարը որպես ռազմավարական հաղորդակցման առանցքային մաս	13
Արմավիրի, Լոռու և Շիրակի մարզպետարանների թվային հարթակներում հաղորդակցության մշտադիտարկման արդյունքներ	18
Միջազգային փորձի հակիրճ ներկայացում	26
Արմավիրի, Լոռու և Շիրակի մարզերի ճգնաժամային հաղորդակցության ռազմավարության արդյունավետության գնահատում, եզրակացություններ	29
Արմավիրի, Լոռու և Շիրակի մարզերի ճգնաժամային հաղորդակցության ռազմավարության արդյունավետության բարձրացմանն ուղղված առաջարկություններ և խորհրդատվականներ	32

ՀԱՊԱՎՈՒՄՆԵՐ

ՀՀ	Հայաստանի Հանրապետություն
ՊՈԱԿ	Պետական ոչ առևտրային կազմակերպություն
ՏԻՄ	Տեղական ինքնակառավարման մարմին
ԱՀԿ	Առողջապահության համաշխարհային կազմակերպություն
ԱՆ	Առողջապահության նախարարություն
ՉԼՄ	Չանգվածային լրատվական միջոց
ԱԴ	Արտակարգ դրություն

Սեղմագիր

Ճգնաժամերի ժամանակ հանգամանքների բերումով արագ արձագանքումը պահանջում է շատ ավելի վաղ մտածված, մշակված հաղորդակցման ռազմավարություն: Այն երկրներում, որտեղ կա համաճարակային իրավիճակում հաղորդակցման ռազմավարություն և ճգնաժամերի ժամանակ հաղորդակցման հմտությունները ինստիտուցիոնալ հիմքեր ունեն, կառավարություններն ավելի բաց, թափանցիկ ու համակարգված են աշխատել համավարակի պայմաններում, ներգրավել հաղորդակցում մշակելու և իրականացնելու համար կարևոր կառույցների և մասնագետների, ընտրել հաղորդակցում իրականացնելու ավելի արդյունավետ, օգտակար ու ազդեցիկ միջոցներ :

Սույն փաստաթուղթը համապարփակ ուսումնասիրություն է ՀՀ Արմավիրի, Լոռու և Շիրակի մարզերում համայնքային պետական կառույցների կողմից իրականացված հաղորդակցության (հաղորդակցման ռազմավարության)՝ պայմանավորված կորուսավորուսային վարակի տարածման հետևանքով ստեղծված ճգնաժամային իրավիճակով:

Ուսումնասիրությունն առաջնահերթ նպատակ ունի աջակցելու ՀՀ համայնքային կառույցներին՝ մարզպետարաններին ու համայնքապետարաններին, պետական կառավարման այլ գերատեսչությունների, այդ թվում տեղական ինքնակառավարման մարմիններին: Կիրառական առաջարկությունների և խորհրդատվականների (recommendations) շնորհիվ այն կարող է նպաստել պետական կառույցների ճգնաժամային հաղորդակցության բարելավմանը: Սույն վերլուծությունն իրականացվել է Նախնառաջ Հայաստանի մարզպետարանների և համայնքապետարանների հանրային հաղորդակցությունը որակապես բարելավելու, առկա խնդիրները վերհանելու և լուծումներ առաջարկելու նպատակով:

Առաջնահերթ կարևոր է ռազմավարական փաստաթղթ(եր)ի կազմումը: ՀՀ Կառավարությունը, Արմավիրի, Լոռու և Շիրակի մարզպետարանները, համայնքապետարաններն իրենց ենթակա կառույցներով օր առաջ կարիք ունեն ռազմավարական հաղորդակցման ռազմավարությունների մշակման, որոնք պետք է լինեն ոչ միայն համընդհանուր՝ համավարակների, այլև ֆորս-մաժորային ու արտակարգ իրավիճակների համար:

Ճգնաժամային հաղորդակցությունն իրականացնող ինստիտուտները պետք է ունենան տեղեկատվական հոսքի մատուցման հստակ մշակված սխեմա, որը թույլ կտա հետագայում խուսափել պաշտոնյաների, մարզային իշխանությունների կողմից միմյանց հակասող հայտարարությունների տարածումից և/կամ կստեղծի հաղորդակցության շրջանակները հստակեցնող ու համակարգող մեխանիզմներ և կարգավորումներ:

Առանձնահատուկ կարևոր է **մասնագիտական ռեսուրսների ներգրավումը, դա սահուն իրականացնելու մեխանիզմների ստեղծումը:** Ճգնաժամային

իրավիճակում աշխատողների ծանրաբեռնվածության չափը տարբեր է, և պետք է մշակել հստակ գործող մեխանիզմ մասնագիտական առկա ռեսուրսները ճիշտ վերաբաշխելու, տարբեր կառույցներում հավելյալ մարդկային ռեսուրսներ, այդ թվում կամավորներ ներգրավելու համար:

Արտակարգ իրավիճակներում, ճգնաժամերի ժամանակ նախընտրելի է նաև դիմել քաղաքացիական հասարակությանն ու մասնագիտական հանրությանը՝ համախմբելու համար հաղորդակցման ուղղությամբ իրականացվող ջանքերը:

Մասնագիտական վերապատրաստումը հաջորդ կարևոր քայլերից է: Այս ուղղությամբ աշխատանքը կնպաստի ավելի համապարփակ ընկալումների ձևավորմանը, ինչպես նաև կօգնի ռազմավարական փաստաթղթերի մշակման գործում. ռազմավարական մտածողության ու փոփոխությունների տեսության ուղղությամբ հմտությունների մշակման ու զարգացման կարիքը ներկա փուլում շատ մեծ է: Մասնագիտական կարողությունների զարգացումը կնպաստի նաև միջգերատեսչական, միմարզային հարաբերություններում վստահության աճին, ճգնաժամերի ժամանակ ՏԻՄ-երի ավելի ակտիվ ներգրավվմանը ռազմավարական հաղորդակցությունն իրականացնելու գործընթացներին: Ժամանակի մարտահրավերներին համահունչ մասնագիտական կարողությունները կխթանեն ավելի ինքնուրույն հաղորդակցման գործողություններ, բարելավելով մարզային պետական կառույցների հաղորդակցման ոճը, փոխակերպելով պարզապես տեղեկություններ փոխանցելու գործառույթը ավելի նախաձեռնողական, ստեղծագործ ու համարձակ գործելաոճի:

Մասնագիտական կարողությունների զարգացման, ներքին հաղորդակցությունը բարելավելու, հաղորդակցման ոլորտում պետական կառույցների մասնագետների փորձի փոխանակումը խթանելու, միջգերատեսչական, միջմարզային շփումները զարգացնելու նպատակով անհրաժեշտություն ենք տեսնում միասնական հարթակի ստեղծման Այդ հարթակը կարող է օգնել զարգացնել կարողությունները ռազմավարական հաղորդակցության մշակման, դրա հիման վրա գործողությունների պլանավորման ու հաղորդակցության իրականացման հարցում:

Առողջապահական թեմաների վերաբերյալ իրազեկման գործընթացում առաջնահերթ կարևորություն ունի մասնագետների, գիտնականների, բժիշկների ներգրավումը: Իսկ ճգնաժամ վերապրող ոլորտը համակարգող գերատեսչության ներկայացուցիչներն ու նախարարը պետք է ավելի վիճակագրական, մասնագիտական ու ֆունկցիոնալ տեղեկությունների փոխանցման դերակատարություն ունենան:

Հանրային իրազեկման շղթայում տարբեր ձևաչափերի իրազեկման արշավները կարող են նպաստել հաղորդակցության նպատակների արդյունավետության բարձրացմանը: Մեդիա և իրազեկման արշավները, կարող են կազմակերպվել այնպես, որ հանրության ներգրավվածության շնորհիվ դուրս գան առցանց կամ ավանդական մեդիա շրջանակներից, տեղի ունենան նաև ոչ առցանց տիրույթներում:

Արշավների արդյունավետությունը կարող է բարձրացնել ճանաչված ու հեղինակություն վայելող մարդկանց, փորձագետների, մասնագետների, հաջողության հասած անհատների ներգրավումը: Ընդ որում, արշավի թիրախ լսարանով պայմանավորված, կարող են դիտարկվել ամենատարբեր ոլորտների ազդեցիկ դեմքերը՝ գիտության, սթարթափ և SS ոլորտներից, մինչև արվեստ:

Մեծ է նաև այնպիսի ցանցերի ազդեցությունը, ինչպիսիք են ՏիկՏոկն ու Ինստագրամը, որտեղ նույնպես կան տասնյակ հազարավոր հետևորդներ ունեցող ակտիվ անհատներ, որոնց, իրազեկման արշավներում ներգրավելով, կարելի է մեծացնել սոցիալական կարևորություն ունեցող բովանդակության ծավալը սոցիալական մեդիայում: Օրինակ, կորոնավիրուսային համավարակի օրերին շատ կարևոր էր դիմակների օգտագործումը, դրանց ճիշտ կրումը, ֆիզիկական հեռավորություն պահպանելը, ավելի ուշ՝ նաև զանգվածային պատվաստումները, դրանց վերաբերյալ ապատեղեկատվության հոսքերին հակակշիռ փաստահեն բովանդակության տարածումը:

Այս ամենը կարող էր արդյունավետ հաղորդակցվել հանրության հետ, եթե հաղորդակցության ռազմավարությունից բխող պլանավորումը ներառեր ընդգրկուն և ներառական արշավներ, եթե ազդեցություն ունեցող անհատների ներգրավումը հաղորդակցման պրոցեսներում ֆիքսված լիներ հաղորդակցության պլանավորման մակարդակում, եթե բացի իրազեկման դասական մեթոդներից, որոնք են վահանակները, սոցիալական հոլովակները, հաղորդումները, օգտագործվեին նաև սոցիալական մեդիայի ընձեռած լայն հնարավորությունները, ինչպես նաև պատրաստվեին վավերագրական ազդեցիկ տեսաֆիլմեր՝ մարդու առողջության ու ճակատագրի վրա համավարակի ունեցած ազդեցության մասին և ապատեղեկատվությունները հերքող, փաստահեն տեսանյութեր: Ընդ որում, այդ տեսանյութերը պետք է պատրաստվեն տարբեր սոցիալական մեդիաների առանձնահատկությունները հաշվի առնելով: Տեսանյութերի վրա շեշտադրումը պատահական չէ արված. այսօր ամենամեծ սպառումը սոցիալական մեդիայում տեսանյութերին է բաժին ընկնում:

Կայացած ժողովրդավարություն ունեցող հասարակություններում, կառավարությունները ապահովում են իրենց կողմից ստեղծված բովանդակության ներառականությունը. ԱՅԿ-ի ստեղծած իրազեկման նյութերը հաճախ կարող էին լինել կա՛մ լավ օրինակ՝ դրանք տեղայնացնելու, կա՛մ դրանց օրինակով տեղական արտադրանք ստեղծելու համար: Չարկ է նշել, որ ժեստերի լեզվով որոշ տեսանյութեր ստեղծվել են պաշտոնական կառույցների կողմից, որոնք հեռարձակվել են Չանրային մեդիայով, հրապարակվել սոցիալական մեդիայում:

Անհրաժեշտ է տեղական ինքնակառավարման մարմիններում և պետական կառավարման օղակներում կարողություններ զարգացնել հաղորդակցման մասնագետների շրջանում ներառական և թիրախավորված հաղորդակցման ռազմավարության մշակման ու հաղորդակցման իրականացման ուղղությամբ: Մշակվող նյութերը հասանելի պետք է լինեն հանրության լայն շերտերին՝ խոցելի,

տարբեր կրթական ու մասնագիտական ցենզ ունեցող, գյուղաբնակներին ու քաղաքաբնակներին, սոցիալ-տնտեսական, տարիքային տարբեր խմբերին, վարքային դրսևորման տեսանկյունից թե՛ ընդդիմախոսներին, թե՛ աջակիցներին: Հաղորդակցման բովանդակությունը պետք է հարմարեցվի այդ խմբերի համար հասանելի ձևաչափով:

Հասարակության տարբեր շերտերի համար հասկանալի ու մատչելի իրազեկում պետք է արվի. առավել մեծ ուշադրություն է դարձնելով ազգային փոքրամասնությունների և նրանց համայնքների տեղեկատվական սպառման կարիքներին: Հանրությանը պետք է իրազեկել վիրուսային հիվանդությունների դեմ իրականացվող պատվաստումների կարևորության մասին՝ տրամադրելով գիտահեն, փաստահեն տեղեկություններ, որի միջոցով հնարավոր կլինի ստեղծել ապատեղեկատվության հոսքերին հակակշիռ որակյալ ու փաստահեն բովանդակություն: Ընդ որում, այդ Անհրաժեշտ է նաև հատուկ թիրախավորել ապատեղեկատվության հոսքերը, ապատեղեկատվություն կամ մանիպուլատիվ բովանդակություն պարունակող նարատիվներին արձագանքել գիտական, փաստահեն բովանդակությամբ, սակայն պարզ ու մատչելի լեզվով, ձևաչափով: Մարզային համայնքներում այսպիսի թիրախավորումը կօգնի համաչափ իրազեկվածություն ապահովելու հանրապետության ամբողջ տարածքում, ո՛չ միայն մայրաքաղաքում կամ խոշոր համայնքներում ու քաղաքներում:

Հաղորդակցության մասշտաբն ու տարածվածությունը մեծացնելու նպատակով անհրաժեշտություն ենք տեսնում ակտիվ համագործակցություն ծավալել քաղհասարակության այն կառույցների հետ, որոնք կարող են օգտակար լինել իրենց ընթացիկ կամ նոր ծրագրերով, մասնագիտական ներուժով, ռեսուրսներով: Մասնավորապես, ճգնաժամային իրավիճակներում կարելի է քարտեզագրել հաղորդակցում իրականացնող ՀԿ-ներին ու քաղհասարակական նախաձեռնություններին, կոնսուլիդացնել ու համակարգել աշխատանքները, փոխօգնության ու փոխգործակցության նպատակներից ելնելով: Հնարավոր է, որ ճգնաժամային պայմաններում քաղհասարակության կառույցները թիրախավորված հաղորդակցման, համապատասխան իրազեկման նյութերի պատրաստման, նոր մեդիա գործիքների կիրառմամբ հաղորդակցման նախագծերի կամ այլ նախաձեռնությունների միջոցով օգտակար լինեն պետական գերատեսչություններին, ՏԻՄ-երին՝ հաղորդակցման ռազմավարության նպատակներն իրագործելու հարցում: Չի բացառվում, որ կամավորության սկզբունքով, կամ ընթացիկ ծրագրերի շրջանակներում աջակցեն իրենց փորձագիտական ու մասնագիտական ներուժով:

Առանձնահատուկ ուշադրություն կարելի է դարձնել քաղհասարակության նախաձեռնությամբ ստեղծված ռեսուրսներին, որոնք հնարավոր է և կիրառելի լինեն ավելի մասշտաբային իրազեկման նպատակներով, եթե դրվեն համագործակցության առողջ ու վստահելի հիմքեր:

Ճգնաժամերը ստեղծում են համազգային համագործակցության բարենպաստ
հնարավորություններ: Այդ հնարավորությունները չպետք է անտեսվեն
կառավարությունների կողմից: Համազգային փոխօգնության, համագործակցության
արժեքների տարածումը հատկապես ճգնաժամերի ժամանակ սովորաբար ունենում
է բարձր արդյունավետություն:

Մեթոդաբանություն

Մարզպետարանների և խոշորացված համայնքների հաղորդակցային քաղաքականությունը հասկանալու, կորոնավիրուսային վարակի պատճառով ճգնաժամային կառավարման հաղորդակցությունը գնահատելու համար անցկացվել են մասնագիտական, խորքային հարցազրույցներ: Նախապես մշակված հարցաշարին պատասխանել են մարզպետներ, մարզպետարանների հաղորդակցման պատասխանատուներ, ՏԻՄ-երի ներկայացուցիչներ, մամուլի խոսնակներ և ղեկավար պաշտոններում նշանակված հաղորդակցության ոլորտի մասնագետներ: Տեղեկություն ստանալու հարցումներ են ուղարկվել ոլորտային գերատեսչություններ՝ առողջապահության նախարարություն, ՀՀ վարչապետի աշխատակազմ, վերջինիս կից գործող «Հանրային կապերի և տեղեկատվության կենտրոն» ՊՈԱԿ:

Ուսումնասիրության համակողմանիությունը և անաչառությունն ապահովելու համար մասնագիտական հարցազրույցներ են անցկացվել նաև վերոնշյալ մարզերում գործունեություն իրականացնող լրատվամիջոցների ներկայացուցիչների հետ:

Մանրամասնորեն քննության են ենթարկվել հետազոտական թիմին հանրային բաց աղբյուրներով հասանելի դարձած կամ պետական գերատեսչությունների կողմից տրամադրված պաշտոնական բոլոր փաստաթղթերը, այդ թվում՝ հաղորդակցության ոլորտում ՀՀ Կառավարության իրականացրած քաղաքականության ու գործողությունների հաշվետվողական միակ փաստաթուղթը¹:

Ի հավելումն մասնագիտական հարցազրույցների՝ ուսումնասիրվել են Արմավիրի, Լոռու և Ճիրակի մարզպետարանների պաշտոնական հաղորդակցման հարթակները (վեբկայքեր, ֆեյսբուքյան էջեր), Կանադայի², Լիտվայի³, Լատվիայի⁴, Էստոնիայի⁵,

¹ Փաստաթուղթը հետազոտական թիմին տրամադրելիս պետական մարմնի ներկայացուցիչները **պահանջել են** այն որևէ կերպ չհանրայնացնել:

² Կանադայի փորձի ուսումնասիրությունը հիմնված է մի շարք բաց աղբյուրների (հասանելի են նաև անգլերեն)՝ Օնտարիո նահանգի քաղաքային իշխանությունների պաշտոնական վեբ-կայքերի (<https://www.regionofwaterloo.ca/en/living-here/covid-19-information-centre.aspx>; <https://www.brantford.ca/en/living-here/covid-19-response.aspx#>; <https://ottawa.ca/en/health-and-public-safety/covid-19-ottawa>) ու Ֆեդերալ և նահանգային իշխանությունների պաշտոնական վեբ-կայքերի (<https://www.canada.ca/en/public-health/services/diseases/2019-novel-coronavirus-infection/prevention-risks/measure-reduce-community.html>; <https://www.ontario.ca/page/covid-19-response-framework-keeping-ontario-safe-and-open>; <https://www2.gov.bc.ca/gov/content/safety/emergency-preparedness-response-recovery/covid-19-provincial-support>) բովանդակության քննությամբ, ինչպես նաև 2020-ի ապրիլի 20-ից կիրառության մեջ դրված՝ ինֆեկցիոն հիվանդությունների ճգնաժամային արձագանքման «Communication Module» պլանով:

³ Լիտվայի փորձի ուսումնասիրությունը հիմնված է բաց աղբյուրների (հասանելի են նաև անգլերեն)՝ Վիլնյուսի քաղաքային իշխանությունների պաշտոնական վեբ-կայքի (<https://www.govilnius.lt/media-news/important-information-regarding-the-coronavirus>) և կորոնավիրուսային վարակի վերաբերյալ Լիտվայի կառավարության ստեղծած տեղեկատվական հարթակի (<https://koronastop.lrv.lt/en/>) բովանդակության քննությամբ:

⁴ Լատվիայի փորձի ուսումնասիրությունը հիմնված է կառավարության պաշտոնական վեբ-կայքի առանձնացված բաժնի՝ անգլերեն հասանելի տարբերակի (<https://covid19.gov.lv/en>) և երկրի

Վրաստանի⁶ և այլ երկրների միջազգային փորձը: Սույն հետազոտության վերջում հետազոտական թիմը հանդես է եկել եզրահանգումներով, մի շարք առաջարկություններ և խորհրդատվականներ ներկայացրել՝ ստեղծելով պետական մարմինների ռազմավարական հաղորդակցման բարելավման նպատակով գործողությունների և արագ արձագանքման պլան:

Մարզպետարանների հանրային հաղորդակցությունն էլեկտրոնային հարթակներում ուսումնասիրելու համար իրականացվել է ստորև ներկայացված ուղղություններով մանրակրկիտ մշտադիտարկում⁷

- մարզպետարանի պաշտոնական կայքում առկա պաշտոնական հաղորդագրությունների բովանդակությունը⁸ (ներառյալ ՀՀ Կառավարության պաշտոնական կայքի նմանությամբ ստեղծված «Քովիդ-19» բաժինը),

- մարզպետարանի՝ սոցիալական ցանցերում առկա ակտիվ օգտահաշիվները (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube),

- համապետական և մարզային տարածում ունեցող ՉԼՄ-ներում մարզպետի, մարզպետարանի մամուլի պատասխանատուի պաշտոնական հաղորդակցությունը՝ ներառյալ անձնական օգտահաշիվները սոցիալական ցանցերում:

- մարզում գործող և կորոնավիրուսով վարակակիրներին բուժօգնություն տրամադրող պետական բժշկական հաստատությունների հանրային հաղորդակցությունը՝ էլեկտրոնային հաղորդակցման հիմնական հարթակի (\$եյսբուքյան էջեր կամ պաշտոնական վեբկայքեր) հրապարակումների միջոցով:

առողջապահության նախարարության աջակցությամբ ստեղծված հեռախոսային հավելվածի վեբ-հարթակի (<https://www.apuricovid.lv/#en>) բովանդակության քննությամբ:

⁵ Էստոնիայի փորձի ուսումնասիրությունը հիմնված է կառավարությանը կից հաղորդակցության գրասենյակի կողմից ստեղծված և նաև անգլերեն ու ռուսերեն տարբերակներով հասանելի հարթակի (<https://www.kriis.ee/en/coronavirus-and-healthcare>) և առողջապահության խորհրդի պաշտոնական վեբ-կայքի (<https://www.terviseamet.ee/en/covid19>) բովանդակության քննությամբ:

⁶ Վրաստանի փորձի ուսումնասիրությունը հիմնված է կառավարության կողմից ստեղծված բազմալեզու, այդ թվում հայերեն, ադրբեջաներեն, աբխազերեն, օսերեն առցանց հարթակի (<https://stopcov.ge/en/>) բովանդակության քննությամբ:

⁷ Սոցիալական ցանցերում դիտարկվել են բոլոր գրառումները, որոնք կատարվել են Հայաստանում արտակարգ դրություն հայտարարելուց մեկ ամիս առաջ՝ մինչև հետազոտության իրականացման փուլը:

⁸ Բացի բովանդակությունից՝ ուսումնասիրվել է նաև կառուցվածքը, որովհետև որոշ մարզպետարանների վեբ-կայքերում կային ավելի շատ բաժիններ, ավելի մանրակրկիտ կամ ֆիլտրված էր ներկայացվում տեղեկությունը համավարակի մասին՝ ի համեմատություն մյուս մարզպետարանների վեբ-կայքերի, որոնք չունեին դրանք, ըստ այդմ՝ կա՛մ դժվար էր գտնել անհրաժեշտ տեղեկությունը, կա՛մ այն պարզապես բացակայում էր:

Արմավիրի, Լոռու և Շիրակի մարզերում հաղորդակցման քաղաքականության ռազմավարությունը և դրա փաստաթղթավորումը

Միջազգային փորձի ուսումնասիրությունը (առցանց հասանելի պաշտոնական ռեսուրսներ, բաց տվյալներ, ճգնաժամային հաղորդակցության իրականացման պլան, հետազոտություններ) ցույց է տվել, որ այնպիսի երկրներում, ինչպիսիք են Կանադան, Լիտվան, Լատվիան, Էստոնիան, հաղորդակցման քաղաքականությունը մշակվում է նախ և առաջ կառավարման քաղաքականության հիման վրա, ինչպես նաև ճգնաժամային հաղորդակցման ռազմավարական հարցերը մշակվում են նախքան ճգնաժամերի ի հայտ գալը, կամ՝ նախկինում վերապրած ճգնաժամերի փորձից ելնելով: Հաշվի առնելով Հայաստանում կորոնավիրուսային հիվանդության տարածման առաջնային փուլում վիրուսի վերաբերյալ տեղեկության անորոշության ահռելի չափաբաժինը՝ տեղին է նկատել, որ ՀՀ Կառավարության և տեղական ինքնակառավարման մարմինների հաղորդակցման քաղաքականությունը (և ռազմավարությունը) պետք է մշակվեր միասնական ջանքերի համադրմամբ: Այն պետք է փաստաթղթավորվեր և լիներ այնպիսին, որը ոչ միայն կլուծեր տվյալ պահին առաջնահերթ համարվող խնդիրները, այլև բավարար ճկուն կլիներ՝ արագորեն արձագանքելու գրեթե ամեն օր փոփոխվող մարտահրավերներին:

Կունենար նաև այլընտրանքային մեխանիզմներ՝ հաշվի առնելով հնարավոր զարգացումները: Ենթադրելի է, որ այն պետք է համախմբեր հաղորդակցման իրականացման փուլերում հանրության տարբեր շերտերից հեղինակավոր մասնագետներին: Միաժամանակ, հաղորդակցման ռազմավարական փաստաթուղթը որոշակի տարբերություն պետք է ունենար վարակի տարածման սկզբնական շրջանում և հետագա ընդլայնման պայմաններում իրականացվող տեղեկատվական գործընթացների նկատմամբ, յուրաքանչյուր մարզի, խոշորացված համայնքի համար այն պետք է ունենար նաև որոշակի մոտեցումների տարբերակում, տեղայնացում:

«Մարզպետարանը տեղական մակարդակում, արտակարգ դրության պայմաններում չի ունեցել հաղորդակցության մշակված ռազմավարություն: Դրա անհրաժեշտությունը տեղական մակարդակում չի եղել, քանի որ արտակարգ դրության պայմաններում իրականացվող բոլոր գործողությունները, կանոնակարգումները, այդ թվում՝ հաղորդակցությունը թե՛ հանրության, թե՛ լրատվամիջոցների հետ իրականացվել են Պարետատան ենթակայությամբ և կառավարության համապատասխան որոշումների շրջանակներում: Այս պարագայում մարզային ներկայացուցչությունները կառավարվել են մեկ աղբյուրից, որը գեներացրել է ամբողջ տեղեկատվությունը՝ կապված համավարակով պայմանավորված արտակարգ դրության հետ»:

Մարզային իշխանության ներկայացուցչի հետ հարցազրույցից

ՀՀ Կառավարության հաղորդակցման քաղաքականությունը պաշտոնապես նկարագրող միակ փաստաթուղթն ունի **«Քովիդ-19. հաղորդակցության ոլորտում ՀՀ Կառավարության իրականացրած քաղաքականությունը»** անվանումը: Այն բովանդակային, համակարգված գործողությունների պլանի

հետազոտության նպատակով տրամադրվել է ՀՀ վարչապետի աշխատակազմին կից «Հանրային կապերի և տեղեկատվության կենտրոն» ՊՈԱԿ-ի կողմից:

Փաստաթղթի կառուցվածքից, բովանդակությունից հնարավոր չէ հասկանալ, թե համավարակի տարածման որ փուլում է մշակվել այն. չկան փաստաթղթի մշակման, հրապարակման, գործարկման կամ փոփոխման (այդ թվում՝ թարմացման) ամսաթվեր: Առավելապես որպես իրականացված գործողությունների հաշվետվություն բնորոշվող փաստաթուղթ՝ վերնագրից կարելի է ենթադրել, որ ներկայացված բովանդակությունը վերագրվում է միայն Քովիդ-19-ին առնչվող ժամանակաշրջանին. բովանդակության մեջ չկա տեղեկություն այն մասին, թե դրույթներից որոնք են վերաբերում սկզբնական փուլին՝ արտակարգ դրությանը, իսկ որոնք են փոփոխվել արտակարգ դրությունն ավարտվելուն պես, ինչ շտկումներ են իրականացվել ավելի ուշ՝ պայմանավորված Արցախյան պատերազմով: Փաստաթուղթը ոչ այնքան ռազմավարության, որքան հանրային հաղորդակցման ոլորտում պետական մարմինների, մասնավորապես կառավարության կողմից արված աշխատանքների ամփոփ հաշվետվության օրինակ է: Միաժամանակ, հետազոտական թիմին տրամադրված այս փաստաթուղթը զուրկ է նաև հաշվետվությանը հատուկ որոշակի մեթոդական առանձնահատկություններից. հստակեցված չեն իրականացված աշխատանքների ժամանակագրությունը, իրականացվող և իրականացված գործողությունների կատարողներն ու թիրախները: Այդ առումով փաստաթուղթը հնարավորություն չի տալիս որակական վերլուծություն իրականացնելու: Որպես արդյունք՝ դժվարություններ են ստեղծվում այն միջազգային փորձի ուսումնասիրման ընթացքում հետազոտական թիմի հայտնաբերած օրինակների հետ որևէ կերպ համեմատելու և համադրելու հետ:

Հետազոտական թիմի կողմից ուսումնասիրված մի քանի երկրների՝ Կանադայի, Լիտվայի, Լատվիայի և Էստոնիայի դեպքում այսօրինակ հաշվետվողական բնույթի, իրականացված գործողությունների մասին պատմող փաստաթղթերի փոխարեն կարճ ժամանակում մշակվել, որոշ դեպքերում էլ արդեն առկա փաստաթղթերը թարմացվել են՝ թույլ տալով կառավարություններին, տարածքային պետական ինքնակառավարման կառույցներին իրականացնել ճգնաժամային հաղորդակցման միասնական ռազմավարություն⁹: Թեև ռազմավարական փաստաթղթերը Հայաստանում չունեն հանրային հասանելիություն, սակայն տրամադրվում են հանրային հաղորդակցություն իրականացնող պետական կառույցների ներկայացուցիչներին, պետական հաղորդակցման պատասխանատու պաշտոնյաներին, կառավարության ոլորտային գործակալություններին և տեղական իշխանություններին:

Հաշվի առնելով ուսումնասիրված միջազգային փորձը, ռազմավարական հաղորդակցության փաստաթղթավորման միջև տարբերությունը՝ կառավարության և Արմավիրի, Լոռու ու Շիրակի մարզերի հաղորդակցման ռազմավարական

⁹ Այս հարցում օրինակելի է հատկապես Կանադայի մոտեցումը: Թեև փաստաթղթերը հանրայնորեն հասանելի չեն, սակայն հետազոտական թիմին տրամադրված «Communication Module» փաստաթղթում հստակորեն ժամկետներ են նշված, կա անդրադարձ, թե ինչ վերանայումներ, թարմացումներ պետք է կատարվեն մոտակա ժամանակահատվածում:

մոտեցումների և սկզբունքների մասին հիմնական մասնագիտական դիտարկումները հնարավոր է եղել իրականացնել բացառապես հաղորդակցային գործընթացի պատասխանատու պաշտոնյաների ու մասնագետների հետ փորձագիտական հարցազրույցների ժամանակ ներկայացված տեղեկությունների և հետազոտական թիմի իրականացրած մշտադիտարկումների հիման վրա:

2020 թ. դեկտեմբեր – 2021 թ. մարտ ժամանակահատվածում անցկացված մասնագիտական հարցազրույցները թույլ են տալիս պնդել, որ անկախ փաստաթղթավորման, բովանդակության մշակմանն առնչվող խնդիրներից՝ միջգերատեսչական մարմինների կողմից որոշակիորեն քննարկված, մշակված հաղորդակցման քաղաքականություն (և ռազմավարություն), ամեն դեպքում, եղել է և այսօր էլ առկա է: Տեղին է նշել նաև, որ ճգնաժամային, մասնավորապես համաճարակային իրավիճակում հաղորդակցությունը սկսել է իրականացվել հենց 2020-ի մարտին՝ Հայաստանում կառավարության կողմից արտակարգ դրություն հայտարարելուց հետո, իսկ մինչ այդ չի եղել մշակված, թեկուզ մոդելային, բայց համաճարակների դեպքում հաղորդակցման ռազմավարություն, տարբեր իրավիճակներից բխող հանրային հաղորդակցման գործողությունների հաջորդական իրականացման պլան: Փաստորեն, ճգնաժամային իրավիճակներում գործողությունների պլանավորումն ու իրականացումը եղել են առավելապես արձագանքող և իրավիճակային: Ինչպես տեղական, այնպես էլ համաշխարհային մակարդակով այսպիսի ընդգրկունության և մասշտաբի առողջապահական ճգնաժամ երբեք կանխատեսված չի եղել, ինչը, բնականաբար, ազդեցություն է ունեցել ճգնաժամային հաղորդակցման ռազմավարությունների վրա՝ իրավիճակից բխող գործողություններին մեծ տեղ հատկացնելով: Այս հանգամանքը, սակայն, չի մեղմում մարզային գերատեսչությունների /պատրաստվածության պակասը հակաճգնաժամային հաղորդակցություն իրականացնելու առումով:

Հանրային հաղորդակցությունը կազմակերպվել է մարզային իշխանությունների անմիջական ներգրավման, ինչպես նաև մամուլի պատասխանատուների և հանրային կապերի պատասխանատուների միջոցով: Մարզպետարանների հաղորդակցությունը տեղական ՉԼՄ-ների, կառավարության, գերատեսչությունների, բուժհաստատությունների միջև իրականացվել է հիմնականում վերոնշյալ շրջանակի միջոցով: Այս սկզբունքը կիրառվել էր նաև մինչև արտակարգ դրությունը:

*«Արտակարգ դրության սկզբնական օրերին մարզպետարանը փորձել է արագ արձագանքում ապահովել՝ առաջնահերթ դիտարկելով քաղաքացիների իրազեկումը: Պարետատան տրամադրած պաստառները (իրազեկում ապահովող) **Էլեկտրոնային տարբերակով** տրվել են դպրոցներին, բակերին, բուժհաստատություններին: Դրանք հրապարակվել են նաև մարզպետարանի կայքում և սոցիալական ցանցերի էջերում: Բացի այդ՝ մարզպետարանը տպագրել է երեք տրցակ պաստառներ (շուրջ 3000 օրինակ), որոնք տրամադրել է մարզի քաղաքային և գյուղական համայնքներին՝ ըստ համայնքների բնակչության քանակի: Համայնքներում պաստառները փակցվել են հանրային տեսանելի վայրերում և զովագղային վահանակներին»:*

Մարզային իշխանության ներկայացուցչի հետ հարցազրույցից

Ըստ տեղական ինքնակառավարման մարմինների ներկայացուցիչների՝ սկզբնական փուլում հիմնական սկզբունքն իրազեկելն էր՝ հետևելով, որ հանրության շրջանում խուճապ, ապատեղեկատվություն չտարածվի: Հաղորդակցման (ռազմավարության) հաջորդ փուլերը նույնպես ոչ այնքան նախաձեռնող, որքան արձագանքող են եղել՝ կախված հանրության վարքագծից ու առկա իրավիճակից (վարակակիրների թվի ավելացումը ստիպել է առավել խիստ հետևել, թե ինչպես է հաղորդագրությունը հասնում հանրությանը):

Օրինակ՝ ուսումնասիրության թիրախ մարզում հանրության շրջանում պատշաճ իրազեկում ապահովելու նպատակով մարզպետարանը տեղական դերակատարներին՝ մասնագետներին, որոնց մարզում ճանաչում են, ուղղորդել է տեղական լրատվամիջոցներ՝ մասնակցելու նկարահանումների՝ քննարկումների և հարցազրույցների:

«Տեղական դերակատարների միջոցով խնդրի մասին հանրությանն իրազեկելը արդյունավետ մեթոդ էր, քանի որ մարդիկ հակված են հավատալու նրանց, ում ճանաչում են, և ովքեր հեղինակություն են իրենց համայնքներում: Մարզպետարանի ներկայացուցիչները պարբերաբար մասնակցել են հարցազրույցների, հյուրընկալվել են տեղական լրատվամիջոցներում, որոնց նյութերը տարածվել են նաև մարզպետարանի ցանցերով: Ժամանակ առ ժամանակ մարզպետարանն իրականացրել է ուղիղ հեռարձակումներ ֆեյսբուքյան էջում՝ հանրությանն օպերատիվ կերպով իրազեկելու և կարևոր հարցերը ներկայացնելու նպատակով»:

Մարզային իշխանության ներկայացուցչի հետ հարցազրույցից

Հետազոտական թիմը պարզել էր, որ արտակարգ դրության օրերին առողջապահության նախարարությունից մարզային իշխանություններին երբեք չեն հաղորդվել վարակի ցուցանիշների վերաբերյալ առանձին տվյալներ. ներկայացվել է միասնական պատկեր՝ առանց մարզերն առանձնացնելու: Ավելի ուշ ստեղծվել է մեկուսացված և ինքնամեկուսացված քաղաքացիների էլեկտրոնային քարտեզ (ԱՐՄԵԴ համակարգ)¹⁰: Օրինակ՝ մարզպետարաններից մեկում հավաստել են, որ երբ սկսել են հաշվարկել վարակակիրների թիվն ըստ մարզի և պարբերաբար դրանք հրապարակել մարզպետարանի պաշտոնական կայքում և ֆեյսբուքյան էջում, դա եղել է առավել առանցքային, որոշ առումով արդյունավետ՝ հանրային հաղորդակցության իրականացման համատեքստում: Այս տվյալների վերաբերյալ, սակայն, հարկ է նշել, որ մարզային մակարդակում վարակակիրների թվի հրապարակումը պաշտոնական թվերի նկատմամբ ունեցել է որոշակի շեղումներ: Սա տեղի է ունեցել մի քանի պատճառներով՝

- ՀՀ մարզերում բնակվող շատ քաղաքացիներ թեստավորումն անցնում էին երևանում,

- գրանցման վայրի և մշտական բնակության վայրի տարբերությունները ևս թույլ չէին տալիս ստանալ ու տեսնել իրական պատկերը,

¹⁰ Էլեկտրոնային առողջապահության ազգային օպերատոր, հասանելի է 10.08.2021 դրությամբ՝ [<https://www.armed.am/>]

- որոշ քաղաքացիներ աշխատանքային, ուսումնական և անձնական նպատակներով մեկնել են մարզեր և մայրաքաղաք, թեստավորում են անցել այն մարզում, որտեղ հնարավոր է եղել, կամ մեկուսացվել-ինքնամեկուսացվել են այլ վայրում:

Հաղորդակցության հաջորդ փուլում կառավարության որդեգրած հիմնական սկզբունքը, ըստ պետական կառավարման մարմինների հաղորդակցման ոլորտի պատասխանատուների և ՏԻՄ-ի ներկայացուցիչների, եղել է տարատեսակ դավադրությունների տեսությունների և ապատեղեկատվության, ինֆոդեմիայի դեմ տարվող հետևողական գործընթացը: Ընդհանրապես, ապատեղեկատվության, կեղծ լուրերի դեմ պայքարը ռազմավարության շրջանակում, ըստ մասնագիտական հարցազրույցների, առանցքային դեր է ունեցել:

Արմավիրի, Լոռու և Շիրակի մարզերում ապատեղեկատվության դեմ պայքարը որպես ռազմավարական հաղորդակցման առանցքային մաս

Ըստ մասնագիտական հարցազրույցների՝ ապատեղեկատվության դեմ պայքարի հատուկ ռազմավարությունն ինչպես մարզային իշխանությունները, այնպես էլ կառավարությունը չեն ունեցել՝ չնայած այն հանգամանքին, որ ապատեղեկատվության դեմ պայքարը կարևորվել է համավարակի տարածման հենց սկզբնական փուլում: Հաշվի առնելով վարակի տարածման շրջանակն ու առանձնահատկությունները և ապատեղեկատվության հետևանքով ստեղծված վտանգները՝ համավարակի շրջանում հանրության իրազեկմանն առնչվող գործընթացների պլանավորումն ու կառավարումը աշխարհի տարբեր կառավարությունների համար ևս դարձել էին ոչ թե զուտ կարևոր, այլ կենսական նշանակության ու մարդկային կյանքեր փրկելուն ուղղված բաղադրիչ, որն այս դեպքում դարձել էր պետության՝ տարբեր ոլորտներում իրականացվող գործընթացների կապող օղակը, դրանց ներկայացման, հիմնավորման հիմնական գործիքն ու հայելին:

Այս պայմաններում հակաճգնաժամային հաղորդակցության ռազմավարությունը անհրաժեշտ էր մշակել՝ հաշվի առնելով ոչ միայն երկրի ներսում իրականացվող ներքին և արտաքին տեղեկատվական հոսքերը և ապատեղեկատվության վտանգները, այլև այս ընթացքում ձևավորված համաշխարհային միտումներն ու միջազգային փորձը:

Մարզպետարանների հաղորդակցման պատասխանատուներն այս գործում որպես հիմնական դերակատար նշել են ՀՀ վարչապետի աշխատակազմին կից «Հանրային կապերի և տեղեկատվության կենտրոն» ՊՈԱԿ-ը:

«...պարտադիր էր, որ հնչած մտահոգություններին տրվի կա՛մ պարզաբանում, կա՛մ հերքում, եթե հնչածը կեղծ է, ապատեղեկատվություն է, կա՛մ եթե բարձրացված է խնդիր, ապա համապատասխան գերատեսչությունը այդ խնդիրը պետք է լուծի: Այս երեք ֆունկցիաները ՊՈԱԿ-ինն են՝ բարձրացված խնդիրները տեղ հասցնել պատկան մարմիններին»:

Պետական մարմնի ղեկավարի հետ հարցազրույցից

Հաղորդակցման պատասխանատուներն առանձնացրել են ապատեղեկատվության դեմ պայքարի մի քանի գործիք ևս: Դրանցից առաջինը, օրինակ, վիճակագրական տվյալների տրամադրման մեկ միասնական հարթակի ստեղծումն էր:

«Սա լրատվամիջոցներին իրազեկելու և մեկ կենտրոնից թվերը տրամադրելու, ինչպես նաև ապատեղեկատվությունից խուսափելու խնդիր էր լուծում»:

Պետական մարմնի ղեկավարի հետ հարցազրույցից

Նույն խնդրի լուծմանն էր ծառայում նաև Տեղեկատվական միասնական կենտրոնում ԱԴ-ի ժամանակ օրական մի քանի ասուլիսներ կազմակերպելու

որոշումը: Մարզպետարանների հաղորդակցման (քաղաքականության) պատասխանատուները հենց ապատեղեկատվության դեմ պայքարի շրջանակում են դիտարկում Հայաստանի լրատվամիջոցներում կորոնավիրուսի վերաբերյալ հրապարակումների արգելքի մասին սկզբնական շրջանում Պարետատան կողմից ընդունված որոշումը:

«2LU-ների վերահսկման նպատակը եղել է ապատեղեկատվության դեմ պայքարը, որովհետև կորոնավիրուսի դեպքում ռիսկերը բավականին մեծ էին խուճապային տրամադրությունների մարդկանց մոտ, ինչը կարող էր անկանխատեսելի սցենարների բերել, և մարդկանց չէր կարելի խուճապի մատնել, իսկ տարբեր լրատվամիջոցներ կարող էին, միգուցե նաև քաղաքական շահերից ելնելով, տարբեր կերպ մեկնաբանել կամ իրենց աղբյուրներին հղում տալով տարբեր ինֆորմացիաներ հրապարակել»:

Պետական մարմնի ղեկավարի հետ հարցազրույցից

Հարցազրույցները մարզային լրատվամիջոցների ներկայացուցիչների հետ, սակայն, փաստում են, որ մեդիայի բովանդակությանն առնչվող սահմանափակումների արդյունավետությունը մեծ չի եղել: Խոսելով սահմանափակումները վերացնելու հիմնական պատճառների մասին՝ լրատվամիջոցների ներկայացուցիչները նշում են ինչպես տեղական և միջազգային մասնագիտական կառույցների արձագանքը, այնպես էլ այդ գործիքների ոչ արդյունավետ լինելը:

«...ոչ միայն մարզային լրատվամիջոցներն ավելի պատասխանատու սկսեցին մոտենալ իրենց տարածած հաղորդագրություններին, ու արձանագրվեց հետաքրքիր փաստը, որ երբ արգելքը հանվեց, ապատեղեկատվությունների քանակը նույնիսկ նվազեց, քան երբ արգելքը գործում էր»:

«... անփորձությունն էր երևի, որ շատ հապճեպ և չմտածված ընդունվեցին առաջին սահմանափակումները առանց որևէ պրոֆեսիոնալ անձի կամ խմբի հետ հաղորդակցվելու, և պարզ էր, որ նաև արձագանքը շատ բացասական էր և՛ երկրում, և՛ միջազգային կառույցներում, և հիմա Հայաստանը համարվում է այն երկիրը, որը կիրառել է, գոնե ինչ-որ շրջանում, անհամաչափ սահմանափակումներ տեղեկատվական ոլորտում»:

Մարզային լրատվամիջոցի հետ հարցազրույցից

Մարզային լրատվամիջոցների ներկայացուցիչները նկատում են, որ «Բովիդ-19» համավարակի սկզբնական շրջանում մարզային իշխանությունները հատկապես ակտիվ էին և պատրաստակամ էին տեղեկություն տրամադրելու, իրազեկելու:

«Ապատեղեկատվության դեմ պայքարը լիարժեքորեն համակարգված չէ: Երբ սուտ կամ կեղծ լուրեր էին տարածվում, անմիջապես նպատակ կար հանդես գալու հերքմամբ, իսկ ընդհանուր առմամբ փորձում ենք կորոնավիրուսային վարակի վերաբերյալ դաշտը լցնել պաշտոնական տեղեկատվությամբ և խուսափել կեղծ լուրերից: Ամառվանից սկսած՝ ամեն բան փոխվեց, վատ էր. իրենց (խմբ.՝ մարզային իշխանությունների) պասիվ վիճակը խորացնում էր տեղեկատվության սղությանը պայմանավորված ճգնաժամը»:

Մարզային լրատվամիջոցի հետ հարցազրույցից

Մարզպետարանների, քաղաքապետարանների և համայնքապետարանների հաղորդակցման պատասխանատուներն ապատեղեկատվության դեմ

համակարգված պայքարի գործում որպես հիմնական դերակատար նշում են ՀՀ Կառավարությունը, առողջապահության նախարարությունը, վարչապետի աշխատակազմին կից «Հանրային կապերի և տեղեկատվության կենտրոն» ՊՈԱԿ-ը:

«Ապատեղեկատվության դեմ պայքարում հիմնական աշխատանքն արել է առողջապահության նախարարությունը՝ ամենօրյա թարմացումներով և այլ անհրաժեշտ տեղեկությունների տարածմամբ, մենք հիմնականում ինչ-որ բան առանձնահատուկ չենք արել այս ուղղությամբ»:

Մարզային իշխանության ներկայացուցչի հետ հարցազրույցից

Հաղորդակցման պատասխանատուներն առանձնացնում են՝ ապատեղեկատվության դեմ պայքարի համար արդյունավետ կիրառված գլխավոր գործիքը՝ մեկ միասնական հարթակը՝ Տեղեկատվական միասնական կենտրոնն է եղել:

«Սա համապետական ու մարզային լրատվամիջոցներին իրազեկելու և մեկ կենտրոնից վարակակիրների վերաբերյալ պաշտոնական թվերը տրամադրելու, ինչպես նաև ապատեղեկատվությունից հնարավորինս խուսափելու խնդիր էր լուծում»: Նույն խնդրի լուծմանն էր ծառայում նաև «Հանրային կապերի և տեղեկատվության կենտրոն» ՊՈԱԿ-ի գործարկած՝ Տեղեկատվական միասնական կենտրոնում հատկապես արտակարգ դրության ժամանակ օրական մի քանի ասուլիսներ կազմակերպելու որոշումը. «Եկավ մի պահ, որ լրատվամիջոցներին այլևս իրազեկելու կարիք չկար. նրանք անհամբեր սպասում էին ուրորտի ներկայացուցիչների մամուլի ասուլիսներին, որոնք բավականին ներառական էին, քանի որ հեռարձակվում էին առցանց՝ հասանելի լինելով նաև մարզային ՉԼՄ-ներին»:

Մարզային իշխանության ներկայացուցչի հետ հարցազրույցից

Հաղորդակցման քաղաքականության մարզային պատասխանատուները, ի հակադրություն լրատվամիջոցների ներկայացուցիչների, դրականորեն են դիտարկում կորոնավիրուսի վերաբերյալ ապատեղեկատվության դեմ պայքարի շրջանակում Հայաստանի լրատվամիջոցներում հրապարակումների արգելքի որոշումը:

«Մենք բնականոն կերպով կատարել ենք մեր աշխատանքը: Եթե եղել է կեղծ լուր, ապատեղեկատվություն, ապա հենց մենք ենք ուսումնասիրել, փորձել հասկանալ լուրի ճշմարտացիությունը և պատրաստել ենք նյութ, որը լսարանին կփոխանցի իրականությունը: Հատուկ որևէ գործելաոճ չենք ունեցել: Սահմանափակումներ մեր հանդեպ երբեք չեն եղել»:

Մարզային լրատվամիջոցի ներկայացուցչի հետ հարցազրույցից

Մարզային լրատվամիջոցների ներկայացուցիչներն արձանագրել են, որ հանրության հետ հաղորդակցության առումով մարզային բուժհաստատությունները շատ պասիվ են եղել: Սա, թերևս, բացատրել կարելի այն հանգամանքով, որ դրանք եղել են գերծանրաբեռնված և զբաղված են եղել վերապրոֆիլավորման աշխատանքներով: Մարզային ՉԼՄ-ների աշխատանքի նկատմամբ սահմանափակումները շատ խիստ են եղել, ինչի պատճառով հնարավոր չէր այցել

կատարել բ/կ-ներ, որպես արդյունք՝ դրանք չէին կարող ստանձնել իրազեկման առաքելություն:

«Մարզային իշխանությունների հաղորդակցային քաղաքականությունը բխել է կառավարության վարած քաղաքականությունից. ինչ որոշել են գործադիրում, կատարել են տարածքային և տեղական կառույցներում: Միջոցառումները (խմբ.՝ գործնականում կիրառված), մասնավորապես տուգանքներով, սահմանափակումներով հիզիենայի կանոններ պարտադրելը, հիմնականում հակազդեցություն են ունեցել: Կանոնները պահել են սուկ ստուգողների «աչքերին թոզ փչելու» համար: Եթե վարակի տարածման առաջին ամիսներին բնակչության զգոնությունը շատ բարձր էր, ապա սեպտեմբեր-հոկտեմբերից նվազեց: Որքան էլ իշխանությունները փորձում էին ուժեղացնել կանխարգելիչ միջոցառումները, հասարակությունը դրան քաղաքական ենթատեքստ էր տալիս»:

Մարզային լրատվամիջոցի ներկայացուցչի հետ հարցազրույցից

Համավարակի մասին տեղեկությունները մեկ ընդհանուր, միասնական հարթակի միջոցով հանրությանը փոխանցելու մեխանիզմը, որը կառավարությունը փորձարկել էր դեռևս 2018 թվականի «Շանթ» զորավարժությունների շրջանակում¹¹, կորոնավիրուսի համավարակով պայմանավորված, արտակարգ դրության ժամանակ դարձել էր հանրության և ՉԼՍ համայնքի հետ շփման Պարետատան, գերատեսչությունների և պետական մարմինների կողմից կիրառվող հիմնական գործիքներից մեկը:

Տեղեկատվական միասնական կենտրոնի աշխատանքը դրական են գնահատել նաև ոլորտի մյուս դերակատարները՝ մեդիայի ներկայացուցիչները: Հատկանշական է, որ բուն կենտրոնի գործընթացից գոհ մարզային լրագրողները հաճախ բարձրաձայնել են սեփական նախաձեռնությամբ առանձին գերատեսչությունների ներկայացուցիչներից տեղեկություն ստանալու խնդիրների մասին՝ որպես առանձին հանգամանք նշելով **պետական կառավարման մարմիններում աշխատող մասնագիտական համայնքի ոչ բավարար պատրաստվածությունը, պրոֆեսիոնալիզմը ինչպես հաղորդակցման, այնպես էլ ապատեղեկատվության մարտահրավերներին արձագանքելու հարցում:**

Հանրության հետ հաղորդակցման առումով հետագա գործընթացները, հատկապես սեպտեմբեր-նոյեմբերին, ցույց տվեցին, որ ճգնաժամային իրավիճակում ծանրաբեռնվածության չափը տարբեր է, և **պետք է մշակել հստակ գործող մեխանիզմ՝ առկա մասնագիտական ռեսուրսները ճիշտ վերաբաշխելու, տարբեր կառույցներում հավելյալ մարդկային ռեսուրսներ ներգրավելու համար**, ինչն այս դեպքում չի հաջողվել կանխատեսել և իրականացնել: Սրա հետևանքով որոշ մարզային կառույցների համապատասխան մասնագետներ՝ բուժհաստատությունների ներկայացուցիչներ, հաղորդակցման ոլորտի պատասխանատուներ, տեսչական մարմինների աշխատակիցներ, աշխատել են գերձանրաբեռնված ռեժիմով:

¹¹ «Շանթ 2018 զորավարժություն», Հայկական միասնական տեղեկատվական կենտրոն, հասանելի է 10.08.2021 դրությամբ [<https://www.facebook.com/ArmenianUnifiedInfoCenter/posts/286206612215273>]

Մարզային լրատվամիջոցների ներկայացուցիչները տեղական ինքնակառավարման մարմինների և մարզպետարանների ներկայացուցիչների կողմից ճգնաժամային հաղորդակցություն իրականացնելիս¹² որպես առանցքային խնդիր նշում են պաշտոնյաների կողմից ոչ տեղին կամ ոչ ժամանակին հայտարարություններ անելը, բացառապես սոցիալական հարթակների միջոցով հանրության հետ հաղորդակցվելը: Սա, թերևս, թույլ է տալիս եզրակացնել, որ **կառավարության կողմից հաղորդակցության ռազմավարության իրականացման ծրագրերը և/կամ դրանց ընթացակարգերը պաշտոնապես փաստաթղթավորված ձևով բոլոր դերակատարներին չեն տրամադրվել, կամ դրանցով ուղղորդվելու պարտադիր պահանջը կա՛մ չի դրվել, կա՛մ դրա վերաբերյալ բացակայել է պատասխանատու մոտեցումը:**

Այսպիսով՝ չի եղել միասնական ռազմավարություն և մոտեցում հաղորդակցությանը, այդ թվում՝ ապատեղեկատվության դեմ պայքարին, այն առավելապես ռեակտիվ բնույթ է կրել, անկանոն, անհետևողական մոտեցում է ցուցաբերվել ներկայացվող տեղեկություններին: Մարզպետարաններից մեկի ներկայացուցիչը նշում է, թե իրականությունը ցույց տվեց, որ մարզային իշխանությունների կողմից իրականացված հաղորդակցությունը **միանշանակ չի ընդունվել մարզի բնակիչների, հատկապես գյուղական համայնքների բնակիչների կողմից.** գյուղական համայնքների բնակիչները դրսևորել են ամենից անկարգապահ վարքագիծը՝ կասկածի տակ դնելով վարակի դեմ կիրառվող պաշտպանիչ, կանխարգելիչ միջոցների օգտագործման անհրաժեշտությունն ու կարևորությունը: Բնակչության կողմից նման ոչ պատշաճ արձագանքը հաղորդակցման պատասխանատուները կապում են ոչ թե իրազեկման բացակայության կամ որակի, այլ բնակիչների անձնական մոտեցումների և գիտակցության մակարդակի հետ:

«Համավարակով պայմանավորված արտակարգ դրության պայմաններում ապրելու վերաբերյալ նյութերը մատչելի չեն եղել ազգային փոքրամասնությունների և հատուկ կարիքներ ունեցող անձանց, սոցիալական խմբերի համար, դրանք չեն թարգմանվել, և չեն օգտագործվել կոնկրետ խմբերի հասցնելու մեթոդներ: Ուղիղ ցուցումներով մարզպետարանը ստացել է այդ նյութերը Պարետատնից և, համաձայն կառավարության որոշումների, հանրայնացրել է դրանք՝ զուգահեռ տրամադրելով նաև լրատվամիջոցներին: Մեզ համար մեծագույն մարտահրավերներ էին դավադրությունների տեսություններն ու կեղծ լուրերը: Ստացված բովանդակության ուղերձը կտրվում էր հակաուղերձով, ինչը թերի տեղեկատվության և ոչ արդյունավետ մշակված հաղորդագրություններով էր պայմանավորված: Այդուհանդերձ, տեղական մակարդակում իրականացվել են հնարավոր գործողությունները՝ կեղծ լուրերը ճնշելու նպատակով: Լավագույն տարբերակներից մեկը սեփական օրինակը ցույց տալն ու հակահամաճարակային միջոցները պահպանելն էր և պաշտոնական տեղեկատվության տարածումն ու լրատվամիջոցներում մասնագետների միջոցով փաստարկված տեղեկատվության շրջանառումը»:

Մարզային իշխանության ներկայացուցիչի հետ հարցազրույցից

¹² «Ռազմավարություն» բառը կիրառելը տեղին չէ, որովհետև փաստացի չի եղել ռազմավարություն, անգամ չի եղել հստակեցված կոնցեպտ, որի շուրջ ձևավորված կլիներ հաղորդակցությունը, հետևաբար ավելի տեղին ենք համարել կիրառել միայն «հաղորդակցություն» արտահայտությունը:

Արմավիրի, Լոռու և Շիրակի մարզպետարանների թվային հարթակներում հաղորդակցության մշտադիտարկման արդյունքներ

Արմավիրի մարզպետարանի կայքում ստեղծված «Քովիդ-19» բաժինը տեղեկատվություն տրամադրող և հաղորդակցություն իրականացնող առանցքային նշանակություն չունի¹³: Այն գործում է մինչև այսօր, սակայն թարմացված տվյալներ առկա չեն: Այս բաժնում չկա նաև առանձին՝ Արմավիրի մարզին վերաբերող կարևոր բովանդակություն, հիմնական հասանելի բովանդակությունն էլ թերի է, հաճախ անգամ «ժամկետանց» ու անվավեր:

Բացի այդ՝ ամբողջ բովանդակությունը տեղադրված է ՀՀ Կառավարության կայքից հայելային արտատպման միջոցով: Չեն կիրառվել հաղորդակցային նորագույն տեխնոլոգիաներ, տեղեկատվության մատուցման ժամանակակից մեթոդներ և գործիքներ:

Իրավիճակը նույնն է Լոռու¹⁴ և Շիրակի¹⁵ մարզպետարանների պաշտոնական կայքերում: Այս պաշտոնական հաղորդակցման էլեկտրոնային հարթակներում առավել հաճախ հանդիպում են կառավարության որոշումները՝ կորոնավիրուսային վարակի, համավարակի սոցիալական և տնտեսական հետևանքների չեզոքացման ծրագրերի, ինչպես նաև միջազգային կառույցների կողմից մարզային բուժիաստատությունների աջակցման և հակահամաճարակային պարագաների ձեռքբերման վերաբերյալ: Որոշ դեպքերում առկա է տեղեկատվություն կրթական գործընթացի կազմակերպման վերաբերյալ, որտեղ արտացոլված են նաև ԱՆ և ԿԳՄՍ որոշումները և ձեռնարկները:

Արմավիրի մարզպետարանի հանրային հաղորդակցության ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ այս դեպքում նկատելի է \$եյսբուք սոցիալական հարթակի ակտիվ օգտագործում: Արմավիրի մարզպետարանի \$եյսբուքային պաշտոնական էջն ունի շուրջ 12 հազար հավանում և հետևորդ¹⁶: Էջում հրապարակումներ են կատարվում միջինում 1-2 օր հաճախականությամբ, սակայն իրադարձային կամ կարևոր դեպքերի պարագայում հրապարակումների հաճախականությունը փոխվում է: Ընդհանուր առմամբ, էջն ավելի ակտիվ է մյուս մարզպետարանների էջերի համեմատ: Մարզպետարանն ունի նաև YouTube-ի ալիք, որը ստեղծվել է 2015 թվականին, առկա է «սեփական արտադրության» 75 հրապարակված տեսանյութ: Վերջին անգամ, սակայն, նոր տեսահոլովակ հրապարակվել է շուրջ 5 տարի առաջ,

¹³ Արմավիրի մարզպետարան, հասանելի է 10.08.2021 դրությամբ [<http://armavir.mtad.am/>], «COVID-19» բաժինը առանձին ենթադոմեյն չէ, գտնվում է հիմնական էջի ձախ անկյունում՝ առաջինը:

¹⁴ Լոռու մարզպետարան, հասանելի է 10.08.2021 դրությամբ [<http://lori.mtad.am/>], «COVID-19» բաժինը առանձին ենթադոմեյն չէ, գտնվում է հիմնական էջի ձախ անկյունում՝ առաջինը:

¹⁵ Շիրակի մարզպետարան, հասանելի է 10.08.2021 դրությամբ [<http://shirak.mtad.am/>], «COVID-19» բաժինը առանձին ենթադոմեյն չէ, գտնվում է հիմնական էջի ձախ անկյունում՝ ոչ տեսանելի վայրում:

¹⁶ Արմավիրի մարզպետարանի \$եյսբուքային էջ, հասանելի է 10.08.2021 դրությամբ [<https://www.facebook.com/marz.armavir/>]

հետևաբար համավարակի համատեքստում հարթակը չի ներառվել հանրային իրազեկում և հաղորդակցություն իրականացնելու պաշտոնական գործիքակազմում:

Լոռու մարզպետարանն ունի յուրօրեյան ալիք և ֆեյսբուքյան էջ¹⁷: YouTube-ի ալիքում ամենաթարմ տեսանյութը հրապարակվել է մեր ուսումնասիրության ժամանակահատվածից շաբաթներ առաջ: Մարզպետարանի յուրօրեյան ալիքն ունի 500-ից ավելի բաժանորդ: Առաջին տեսանյութն այստեղ հայտնվել է 2016 թվականի դեկտեմբերին: Դիտումների քանակը տարբեր է՝ կախված բովանդակությունից. որոշ տեսանյութեր ընդհանրապես դիտում չունեն: Ուսումնասիրության ընթացքում արձանագրել ենք՝ ամենաքիչը 1, ամենաշատը 4000-ից մի փոքր ավելի դիտում: Հիմնականում դիտումների քանակը տատանվում է 15-40-ի միջակայքում: Տեսանյութերը քննարկումներ չեն առաջացրել, մեկնաբանություններ չկան, ինչից ակնհայտ է դառնում, որ թիրախ համայնքը համայնքային տեղեկատվական այս առցանց ռեսուրսի միջոցով ներգրավված չէ և արդյունավետ թիրախավորված չէ:

YouTube-ի ալիքում տեսանյութերն առկա են ինչպես Լոռու մարզպետարանի լոգոտիպով, այնպես էլ տարբեր լրատվականներից: Մասնավորապես գերակշռում են մարզային «Fortuna» հեռուստաընկերության «Մոլորակ» լրատվականի տեսանյութերը: Պետք է նկատել, որ մարզպետարանի YouTube-ի էջը՝ որպես հաղորդակցական ակտիվ հարթակ, մեծ արդյունավետություն և պահանջարկ չունի, թեև ուսումնասիրված երեք մարզերից ամենից ակտիվն է սեփական արտադրանք ստեղծելու կամ այլոց ստեղծածն այս հարթակում տարածելու առումով:

Լոռու մարզպետարանի ֆեյսբուքյան էջը գործում է 2018 թվականի հունիսից: Այն ունի 14150-ից ավելի հետևորդ և 7500-ից ավելի հավանում¹⁸: Ֆեյսբուքյան էջում՝ հետադարձ կապի համար նախատեսված հատվածում, նշված են մարզպետարանի հասցեն, էլեկտրոնային փոստը, հասանելի հեռախոսահամարներ՝ կապ հաստատելու համար, մարզպետարանի կայքի հիպերհղումը:

Ուսումնասիրության ընթացքում նկատելի էր, որ օրական նվազագույնը 2, առավելագույնը 5 հրապարակում է արվում: Ոչ աշխատանքային, շաբաթ և կիրակի օրերին կա՛մ պասիվ է, կա՛մ առհասարակ չկա որևէ հրապարակում: Հրապարակումների հավանումների թիվը տատանվում է. կախված տարածած բովանդակությունից՝ այն հասնում է 20-ից 200-ի: Հատկանշական է, որ հրապարակումների ներքո հանրության կողմից մեկնաբանություններն անպատասխան են. այս առումով հետադարձ կապ առկա չէ:

Կորոնավիրուսային հիվանդությանն առնչվող գրառումներ մարզպետարանի ֆեյսբուքյան էջում կատարվել են 2020-ի մարտի 16-ից: Սկզբնական շրջանում բացառապես «Զովիդ-19»-ի մասին էին գրառումները, հետագայում և ներկայում էջը

¹⁷ Լոռու մարզպետարանի ֆեյսբուքյան էջ, հասանելի է 10.08.2021 դրությամբ [https://www.facebook.com/Լոռու-մարզպետարան-244085213030197/]

¹⁸ Հատկանշական է, որ հավանումները (like) կրկնակի պակաս են հետևորդներից (follower), ինչը թույլ է տալիս նկատել՝ էջը առավել հասանելի է ֆեյսբուքում գրանցված հանրությանը:

ծառայում է որպես Լոռու մարզպետարանի կողմից հանրությանն այլ իրադարձությունների մասին իրազեկելու հարթակ:

Շիրակի մարզպետարանը սոցիալական ցանցերում վարում է Ֆեյսբուքի էջ¹⁹: YouTube-ի ալիքում սեփական արտադրության տեսանյութերը քիչ են, գրեթե չկան, հիմնականում վերահրապարակվում են մարզային տարբեր լրատվականների, հեռուստաընկերությունների պատրաստած ռեպորտաժները: Մարզպետարանի YouTube-ի ալիքն ունի 27 հետևորդ: Կախված տեսանյութի թեմատիկայից՝ դիտումները տատանվում են: YouTube-ը՝ որպես հանրության հետ հաղորդակցության տեսալսողական (աուդիովիզուալ) միջոց, գրեթե չի կիրառվում:

Շիրակի մարզպետարանի ֆեյսբուքյան էջն ունի 10500-ից ավելի հավանում (և շուրջ 11000 հետևորդ): Ֆեյսբուքյան էջում հրապարակված տեղեկությունները գլխավորապես արտացոլում են մարզպետարանի պաշտոնական կայքում հրապարակված նորությունները, որոնք ուղիղ հղմամբ տեղադրված են նորությունների ժապավենում: Առավել մանրամասնորեն (բովանդակային կողմը) ուսումնասիրելով մարզպետարանի գրառումները՝ նկատելի է, որ հրապարակումներին արձագանքում են ոչ մեծաթիվ, միջինում՝ շուրջ 50 օգտատերեր:

Նոր կորոնավիրուսային համավարակի և արտակարգ դրության ընթացքում Շիրակի մարզպետարանի ֆեյսբուքյան էջում հրապարակվել են կառավարության և պարետի որոշումները, կառավարության աջակցության ծրագրերը, կառավարության (ևսև Պարետատան) կողմից մշակված ձևաթղթերը (օրինակ՝ ԱԴ ժամանակահատվածում տեղաշարժման թերթիկ և այլն), սոցիալական և տնտեսական հետևանքների չեզոքացման ծրագրերը, առողջապահության նախարարի որոշումները, նախարարության՝ վարակի տարածման վերաբերյալ կանխարգելիչ գործունեությունն ու կոչերը, կորոնավիրուսի դեմ պայքարի և հակահամաճարակային կանոնների պահպանման վերաբերյալ իրազեկման նյութեր, այդ թվում՝ անիմացիոն տեսահոլովակներ և պաստառներ, հրապարակումներ տեղական և միջազգային աջակցությունների, բարեգործական և մարդասիրական նախաձեռնությունների մասին, հրապարակումներ քաղաքացիների ընդունելության և քաղաքացիներին անհանգստացնող հարցերի քննարկման վերաբերյալ:

Ֆեյսբուքում մարզպետարանի էջի հրապարակումների ինտենսիվությունն ուղիղ համեմատական է պաշտոնական կայքի նորությունների և կորոնավիրուսի համար նախատեսված բաժիններում իրականացված հրապարակումների ինտենսիվությանը: Օրական հրապարակումների քանակը միջինում կազմում է 2-5 գրառում: Սակայն որոշ օրերի առհասարակ գրառումներ չեն արվել: Առավել ակնառու է ուրբաթ, շաբաթ, կիրակի և երկուշաբթի օրերին ցուցաբերված պասիվությունը գրառումների ինտենսիվության պակասի առումով:

¹⁹ Շիրակի մարզպետարանի ֆեյսբուքյան էջ, հասանելի է 10.08.2021 դրությամբ [https://www.facebook.com/SHIRAKREGIONALADMINISTRATIONRA/]

Շիրակի մարզպետարանի էջը չի արձագանքում իր գրառումների ներքո քաղաքացիների մեկնաբանություններին, ինչը **ենթադրում է միակողմանի՝ գծային հաղորդակցություն հանրության հետ և չի ապահովում խրախուսելի, թափանցիկ հետադարձ կապ**: Ուսումնասիրությունից պարզվել է, որ առկա են նաև մեկնաբանություններ, որոնցում քաղաքացիները խնդրում են արձագանքել էջին գրված իրենց անձնական նամակներին²⁰:

Կորոնավիրուսային համավարակի վերաբերյալ Շիրակի մարզպետարանի էջում գրառումները սկսվում են 2020-ի մարտի 12-ից: Կորոնավիրուսի մարզային վիճակագրության պատկերը \$եյսբուքյան էջում ներկայացվում է մինչև 2020-ի օգոստոսի 31-ը ներառյալ:

Մարզպետարանի \$եյսբուքյան էջի հետադարձ կապի համար նախատեսված բաժնում զետեղված են մարզպետարանի պաշտոնական կայքի հղումը, էլեկտրոնային փոստի հասցեն և քաղաքային հեռախոսահամար:

Մեղիայում Արմավիրի մարզպետի, մարզպետարանի մամուլի պատասխանատուի պաշտոնական հաղորդակցությունն ուսումնասիրելիս արձանագրել ենք, որ մարզպետարանի հաղորդակցության մյուս պատասխանատուներն առանձնապես ակտիվ չեն սոցիալական ցանցերում: Թեև տեղին է նկատել, որ Արմավիրի մարզպետ Ջամբարձում Մաթևոսյանի \$եյսբուքյան էջն ունի 5000-ից ավելի հետևորդ: Էջում հրապարակումներ արվում են միջինում շաբաթական 3-4 անգամ: Կորոնավիրուսի վերաբերյալ վերջին անգամ հրապարակում արվել է շատ վաղուց: Մարզպետը 2020-ի հուլիսի 12-ին տարածել էր ՀՀ Կառավարության կողմից հրապարակված տեսանյութը, իսկ ավելի վաղ՝ հունիսի 23-ին, \$եյսբուքյան ուղիղ միացմամբ դիմակներ են բաժանել քաղաքացիներին, տեսանյութն էլ հրապարակվել է «Կրի՛ր դիմակ, փրկի՛ր կյանքեր» հեշթեգով: 2020-ի հունիսի 5-ին մարզպետը տարածել էր «Պահպանի՛ր հակահամաճարակային կանոնները, փրկի՛ր կյանքեր» գրությամբ հրապարակումը: Համավարակի տարածման սկզբում՝ 2020-ի մարտ-մայիսին, մի քանի հրապարակումներ են արվել բացառապես կորոնավիրուսի վերաբերյալ:

Մինչև 2020 թվականի դեկտեմբերի 17-ը Լոռու մարզպետի պաշտոնում պաշտոնավարել է Անդրեյ Ղուկասյանը, այնուհետև այդ պաշտոնում է նշանակվել Արամ Խաչատրյանը: Ուսումնասիրվել և դիտարկվել են նրանց \$եյսբուքյան էջերը:

Անդրեյ Ղուկասյանը \$եյսբուք սոցիալական ցանցում ունի անձնական և պաշտոնական էջ: Անձնական էջի ուսումնասիրությունից պարզ է դառնում, որ այն օգտագործվում է ոչ միայն անձնական, այլև աշխատանքից բխող նորությունների և հայտարարությունների տարածման համար: Հատկանշական է, որ անձնական էջն ունի 1500-ից ավելի հետևորդ: Գրառումներ է կատարել կամ հրապարակումներ տարածել Լոռու մարզպետարանի, ՀՀ վարչապետի, պատգամավորների էջերից:

²⁰ Հաղորդակցության ոլորտի մասնագետները մշտապես խրախուսում են արագ ու ամբողջական արձագանքել քաղաքացիների հուզող հարցերին սոցիալական ցանցերում կամ ուղղորդել նրանց այլ հարթակ, որտեղ քաղաքացին կարող է ստանալ իրեն հուզող հարցի պատասխանը:

Հրապարակումներ կան Լոռու մարզի բնակիչներին հուզող, հանրային հնչեղություն ստացած հարցերի, մարզում իրականացվող սուբվենցիոն ծրագրերի, մարզում ընթացող ճանապարհաշինարարական աշխատանքների մասին: Երբեմն հեզնանքով պատասխանում է նաև պատգամավորների գրառումներին²¹: Մեկնաբանություններին արձագանքում է հազվադեպ՝ պատասխանելով դրանց կամ հավանելով:

Համավարակի մասին գրառումներով Անդրեյ Ղուկասյանն ակտիվ է եղել հատկապես 2020-ի **հոկտեմբեր** ընթացքում: Մարզի բնակիչներին հորդորել է²² նկարել մարդկանց կուտակումներն ու իրեն ուղարկել, որպեսզի վերահսկումն առավել հետևողական լինի՝ քաղաքացիների օգնությամբ ու նրանց կողմից: Անդրադարձել է նաև «Գլորիա» կարի ֆարիկայում վարակվածության մեծ թվին: Մեկ այլ հրապարակմամբ խրախուսել է²³, այսպես կոչված, հակահամաճարակային հարսանիքի անցկացումը: Պարբերաբար հանդես է եկել դիմակ կրելու կոչով, անդրադարձել է մարզում արձանագրված վարակվածության ընդհանուր դեպքերին: Շրջել է քաղաքով՝ բաժանելով դիմակներ և խրախուսելով պահպանել հակահամաճարակային կանոնները:

Հուլիսի 2-ին լուսանկարներ²⁴ է հրապարակել՝ գրելով, որ Սպիտակի բժշկական կենտրոնը ևս միացել է համավարակի դեմ պայքարին: Հաջորդող ամիսներին, հատկապես սեպտեմբեր-նոյեմբեր ժամանակահատվածում, կորոնավիրուսային համավարակի վերաբերյալ քիչ գրառումներ կան, իսկ պաշտոնավարման վերջին շաբաթներին դրանք ամբողջությամբ բացակայում են:

Անդրեյ Ղուկասյանի պաշտոնական էջն ունի 5400-ից ավելի հավանում և 6800-ից ավելի հետևորդ: Էջի հետադարձ կապի բաժնում կոնտակտային որևէ տվյալ չկա, թեև մարզպետի հետ կարելի է կապ հաստատել՝ նրան անձնական նամակ գրելով: Անձնական էջի համեմատ՝ պաշտոնական էջում արված գրառումներն առավել թարմ են, թեև բազմաթիվ հրապարակումներ համընկնում են:

Տեսանելի են մի շարք գրառումներ, հրապարակումներ մարզում իրականացվող սուբվենցիոն ծրագրերի²⁵, ընթացող ճանապարհաշինարարական աշխատանքների մասին: Հրապարակված են նաև կառավարության որոշումները՝ կորոնավիրուսով պայմանավորված նոր սահմանափակումների կամ դրանց մեղմացման վերաբերյալ: Կորոնավիրուսային համավարակի համատեքստում անդրադարձ կա նաև դպրոցականների արձակուրդների երկարացմանը, «սպիտակ բանակի»

²¹ Լոռու մարզպետ Անդրեյ Ղուկասյանի գրառումը, հասանելի է 10.08.2021 դրությամբ [https://www.facebook.com/andrey.ghukasyan/posts/3742514349152583]

²² Լոռու մարզպետ Անդրեյ Ղուկասյանի գրառումը, հասանելի է 10.08.2021 դրությամբ [https://www.facebook.com/andrey.ghukasyan/posts/3773235649413786]

²³ Լոռու մարզպետ Անդրեյ Ղուկասյանի գրառումը, հասանելի է 10.08.2021 դրությամբ [https://www.facebook.com/andrey.ghukasyan/posts/3798685250202159]

²⁴ Լոռու մարզպետ Անդրեյ Ղուկասյանի գրառումը, հասանելի է 10.08.2021 դրությամբ [https://www.facebook.com/244085213030197/photos/a.244751019630283/783479885757391/]

²⁵ Լոռու մարզպետ Անդրեյ Ղուկասյանի գրառումը, հասանելի է 10.08.2021 դրությամբ [https://www.facebook.com/Ghukasyan.Andrey/posts/2767709513496733]

մարտիկներին՝ բժիշկներին: Մարզպետը մարզի բնակիչների հարցերին պատասխանելու նպատակով նաև ուղիղ եթերում է եղել: Հրապարակումներից մեկում Անդրեյ Ղուկասյանը գրել է մարզում գործող մի հյուրատան մասին՝ նշելով, որ կորոնավիրուսը ոչ թե խանգարել, այլ նպաստել է դրա արդյունավետ գործունեությանը: Արցախում ընթացող պատերազմի ժամանակ՝ հոկտեմբերին, մարզպետի պաշտոնական էջում կա գրառում կորոնավիրուսով վարակվածության ընդհանուր դեպքերի և այն մասին, որ մարզում հայտնաբերվող դեպքերի թիվն անհանգստացնող է, «պետք է օգնել բուժաշխատողներին՝ հետևելով հակահամաճարակային կանոններին»:

Լոռու մարզի ներկայիս մարզպետ Արամ Խաչատրյանը Ֆեյսբուք սոցիալական ցանցում ունի անձնական և պաշտոնական էջ: Արամ Խաչատրյանը պաշտոնը ստանձնել է 2020 թվականի դեկտեմբերի 17-ին: Երկու էջերում էլ ամբողջությամբ նույն հրապարակումներն են, դրանք մի քանիսն են, և դրանցից որևէ մեկը չի վերաբերում կորոնավիրուսային վարակին: Արամ Խաչատրյանի պաշտոնական էջն ունի 2000-ից ավելի հետևորդ, իսկ անձնական օգտահաշվում կա 4700-ից ավելի ընկեր:

Լոռու մարզպետարանի հանրային կապերի և լրատվության պատասխանատուներն ունեն ֆեյսբուքյան օգտահաշիվներ, սակայն դրանք հիմնականում ծառայեցնում են անձնական նպատակներին, թեև ժամանակ առ ժամանակ տարածում են նաև Լոռու մարզպետարանի էջի հրապարակումները: 2020-ի մարտի 22-ին Լոռու մարզպետարանի հանրային հաղորդակցման պատասխանատուներից մեկը, օրինակ, տարածել էր տեսանյութ՝ «Երկրագունդը հոգնել է մեզնից» վերտառությամբ: Կորոնավիրուսային վարակվածության մարզային ընդհանուր դեպքերին Լոռու մարզպետարանի հանրային հաղորդակցման պատասխանատուները հիմնականում անդրադարձ չեն կատարել, նրանց էջերում չկան նաև գրառումներ կառավարության, պարետի որոշումների և գործող սահմանափակումների վերաբերյալ: Փոխարենը նկատելի է, որ հաղորդակցման պատասխանատուները կարիք ունեն մասնագիտական վերապատրաստման դասընթացների՝ հասկանալու, թե ինչպես կարելի է օգտագործել անձնական հաշիվները սոցիալական ցանցերում՝ առավել տեսանելի դարձնելով կորոնավիրուսային հիվանդության ժամանակ հանրային իրազեկմանն ուղղված տեղեկությունները:

Կորոնավիրուսով պայմանավորված արտակարգ դրության օրերին Շիրակի մարզպետի պաշտոնավարումն իրականացրել է Տիգրան Պետրոսյանը: ՀՀ Կառավարության 2021 թվականի հունվարի 21-ի N51 որոշմամբ Տիգրան Պետրոսյանն ազատվել է Շիրակի մարզպետի պաշտոնից²⁶: Կառավարության 2021

²⁶ ՀՀ Կառավարության 21.01.2021-ի N51 որոշումը, հասանելի է 10.08.2021 դրությամբ [<http://shirak.mtad.am/files/docs/52217.pdf>]

թվականի հունվարի 21-ի N54 որոշմամբ մարզպետի պաշտոնում նշանակվել է Յուրայի Զարուբայանը²⁷:

Պաշտոնավարման ժամանակ Տիգրան Պետրոսյանը ֆեյսբուք սոցիալական ցանցում ունեցել է անձնական հաշիվ և պաշտոնից բխող պաշտոնական էջ²⁸: Անձնական էջի ուսումնասիրությունից պարզ դարձավ, որ այն ակտիվ օգտագործվում է ինչպես անձնական, այնպես էլ աշխատանքից բխող հանրային իրազեկման, նորությունների և հայտարարությունների տարածման համար: Պարբերաբար հրապարակել է տեղեկություններ մարզպետարանի կողմից իրականացվող գործունեության մասին: Հրապարակված գրառումների մի մասը վերաբերում է արտակարգ դրությանն ու կորոնավիրուսային համավարակին (Ներառյալ Պարետատան ճեպագրույցները²⁹, Պարետատան թեժ գիծը³⁰), թեստավորմանը, ինքնամեկուսացմանը և այլն:

Զբաղեցրած քաղաքական պաշտոնի հետ առնչվող ֆեյսբուքյան էջն ունի շուրջ 8000 հավանում և մոտ 6000 հետևորդ: Ֆեյսբուքյան էջի հետադարձ կապի համար նախատեսված բաժնում առկա է անձնական էլեկտրոնային փոստի հասցեն, մարզպետարանի քաղաքային հեռախոսահամարը և Ինստագրամի էջի հղումը³¹, որտեղ չկան կորոնավիրուսային վարակին առնչվող տեղեկություններ:

Ճիրակի մարզպետի պաշտոնում Տիգրան Պետրոսյանի կողմից կորոնավիրուսի վերաբերյալ ամենավերջին (թարմ) գրառումը եղել է հոկտեմբերի 14-ին, որտեղ նա տարածել է ԿԳՄՍ նախարարության գրառումն այն մասին³², որ կորոնավիրուսով պայմանավորված՝ դպրոցական արձակուրդը շուտ է սկսվելու: Ռազմական դրության օրերին պաշտոնական էջում չի հրապարակվել որևէ գրառում՝ կապված կորոնավիրուսային համավարակի հետ, բացառությամբ վերոնշյալ գրառումից: Մինչ ռազմական դրությունն էլ ամենավերջին (թարմ) գրառումը համավարակի համատեքստում եղել է հունիսի 21-ին՝ բուժաշխատողների օրվա առթիվ, թեև 2020-ի մարտից մինչև հունիսն ընկած ժամանակահատվածում Ճիրակի մարզպետը պարբերաբար հրապարակել է տեղեկություններ համավարակի վերաբերյալ, այդ թվում նաև հանրային իրազեկման նյութեր, որոնք պատրաստված են եղել ինչպես կառավարության, այնպես էլ ԱՀԿ-ի և տեղական առողջապահական այլ կառույցների կողմից:

²⁷ ՀՀ Կառավարության 21.01.2021-ի N54 որոշումը, հասանելի է 10.08.2021 դրությամբ [http://shirak.mtad.am/files/docs/52218.pdf]

²⁸ Ճիրակի մարզպետ Տիգրան Պետրոսյանի էջը, հասանելի է 10.08.2021 դրությամբ [https://www.facebook.com/tigranpetrosyanN10]

²⁹ Ճիրակի մարզպետ Տիգրան Պետրոսյանի գրառումը, հասանելի է 10.08.2021 դրությամբ [https://www.facebook.com/TigranGP/posts/10220373930191240]

³⁰ Ճիրակի մարզպետ Տիգրան Պետրոսյանի գրառումը, հասանելի է 10.08.2021 դրությամբ [https://www.facebook.com/TigranGP/posts/10219557760147499]

³¹ Ճիրակի մարզպետ Տիգրան Պետրոսյանի էջը, հասանելի է 10.08.2021 դրությամբ [https://www.instagram.com/tigran.petrosyan10/]

³² Ճիրակի մարզպետ Տիգրան Պետրոսյանի գրառումը, հասանելի է 10.08.2021 դրությամբ [https://www.facebook.com/tigranpetrosyanN10/posts/795518937953180]

2020 թվականի մարտի 13-ից սկսած՝ դեռևս մինչև Հայաստանում արտակարգ դրություն հաստատվելը, մարզպետի ֆեյսբուքյան էջում ակտիվորեն (երբեմն ամենօրյա պարբերականությամբ) հրապարակվել են տեղեկություններ համավարակի, դրա դեմ պայքարի և հակահամաճարակային կանոնների պահպանման վերաբերյալ:

Որպես արդյունք՝ հետազոտական թիմի համար նկատելի է, որ Արմավիրի, Լոռու և Շիրակի մարզպետարանների պաշտոնական կայքերի, սոցիալական ցանցերում պաշտոնական էջերի, մարզպետների, մարզպետարանների հաղորդակցության պատասխանատուների հաղորդակցային գործունեությունը նույնպես եղել է չկանոնակարգված, առավելապես սեփական նախաձեռնողականությամբ պայմանավորված:

Մասնագիտական հարցազրույցներից պարզվել է, որ մարզային լրատվամիջոցների ներկայացուցիչները հիմնականում ուշադրության կենտրոնում են պահել թե՛ մարզպետարանների, թե՛ մարզպետների, թե՛ հանրային հաղորդակցության պատասխանատու անձանց՝ սոցիալական ցանցերի էջերը, հիմնականում չեն օգտվել պաշտոնական կայքերից:

Մարզային լրատվամիջոցներից մեկի ներկայացուցիչը տեղին է նկատել, որ այս համատեքստում շատ կարևոր է, որ մարզային իշխանությունների կայքերը մատչելի լինեն հասարակության համար. **ապահովվեին կայքերում տեղադրվող նյութերի թարգմանություն և հատուկ կարիքներ ունեցող անձանց համար մատչելիություն:**

«Կայքի կառուցվածքը լրագրողների համար պարզ է, սակայն քաղաքացիների համար այն բարդ է, և տեղեկատվություն գտնելը հեշտ չէ: Պաշտոնական կայքերում որոնման գործիքների արդիականացումը ամենակարևորն է: Բացի այդ՝ կառուցվածքային առումով դրանք խրթին են սովորական օգտատիրոջ համար: Ճատ կարևոր է նաև այդ կայքերի արդարացիացումը բջջային հեռախոսների համար, որովհետև քաղաքացիների մեծ մասը կայք են մուտք գործում սոցիալական ցանցերից և դրանցում տարածվող նյութերից:

Տեխնոլոգիաների զարգացումը հարկավոր է հաշվի առնել, սա ժամանակի թելադրանքն է: Մարզային իշխանությունները առավել ակտիվ պետք է լինեն սոցիալական ցանցերում և օպերատիվ տեղեկատվություն ներկայացնեն հանրությանը այդ հարթակներում: Քաղաքացիներից շատ քչերն են մտնում պաշտոնական կայքեր, սակայն շատերն են հետևում այդ կառույցներին սոցիալական ցանցերում: Եթե սոցիալական ցանցերում ավելի ակտիվ լինեն, ապա հետևորդների քանակը բազմակի կմեծանա»:

Մարզային լրատվամիջոցների ներկայացուցիչի հետ հարցազրույցից

Հավելենք՝ առողջապահության նախարարության կողմից հանրային իրազեկումն իրականացվում է ՀՀ ԱՆ Հիվանդությունների վերահսկման ու կանխարգելման ազգային կենտրոնի ֆեյսբուքյան էջով ու պաշտոնական կայքով³³:

³³ Անչափ կարևոր այս հարթակը (ncdc.am) որոշակի ժամանակ անհասանելի է եղել, քանի որ պետական գերատեսչության հաղորդակցման ոլորտի պատասխանատուները մոռացել էին վճարել կայքի դոմեյնի համար, իսկ ժամկետը սպառվել էր 08.08.2021-ի դրությամբ:

Միջազգային փորձի հակիրճ ներկայացում

Էստոնիա. Համավարակի պայմաններում տարբեր երկրներ տարբեր գերակայություններ ունենին: Մասնավորապես Էստոնիայի կառավարությանն ամենից շատ մտահոգում էին համավարակի հնարավոր տնտեսական հետևանքները, ի տարբերություն, Լատվիայի և Լիտվայի, որտեղ քաղաքականության համար գերակայության առարկա էր առաջին հերթին հանրային առողջությունը:

Էստոնիայի ազգային ինքնության մի մասն է թվայնացված պետական համակարգ ունենալը, նոր տեխնոլոգիաների ինտեգրվածության տպավորիչ մակարդակը թույլ է տալիս կառավարման ճկունության դրսևորումներ մասնավորապես ճգնաժամերի ժամանակ: Էստոնիայում պետական ծառայությունների 99% -ը հասանելի է առցանց: Սա թույլ տվեց պետությանը շարունակել ծառայություններ մատուցել ու անխափան աշխատել անգամ լոքդաունի պայմաններում:

Բացի այդ, արտակարգ դրություն հայտարարելուց ընդամենը քառասունութ ժամ անց Էստոնիայի SS համայնքն ու քաղաքացիական հասարակությունը կազմակերպեցին միջազգային հեքըթոն՝ Hack The Crisis, քսան երկրների համար լուծումներ գտնելու նպատակով: Այս նախաձեռնությունը Էստոնիայի համար հերթական հնարավորությունն էր, հայտնվելու միջազգային մեդիայի դիտակետում:

Էստոնիայում նույնպես համավարակի սկզբնական փուլում երկրի ղեկավարների մակարդակով թերահավատորեն էին արտահայտվում վիրուսի վերաբերյալ: Սակայն այդ անորոշ ու մեղմ արձագանքները մի քանիսն եղան ընդամենը: Ճատ արագ կառավարությունը կողմնորոշվեց, ԱՀԿ-ի կողմից վիրուսային վիճակը համավարակի կարգավիճակ ստանալուց մեկ շաբաթ անց Էստոնիայի կառավարությունը հայտարարեց արտակարգ դրություն: Մի շարք կարևոր գործողությունները՝ գիտական կենտրոնների հետ համատեղ նախաձեռնությունները, սոցիոլոգիական հարցումները, ուսումնասիրությունները, մարտ ամսին Գիտական խորհրդի ստեղծումն իր արդյունավետ ազդեցությունն ունեցավ կառավարության որոշումների ու հաղորդակցման ռազմավարության մշակման գործում: Ռազմավարական հաղորդակցման հիմքում դրվեցին հետևյալ սկզբունքները.

- Գիտնականները, փորձագետներն ու ոլորտի մասնագետները իրազեկման պրոցեսների առաջնագծում էին: Սա հանրության մոտ վստահություն էր առաջացնում, որ նոր կանոնները, սահմանափակումները գիտական հիմք ունեն:
- Քաղաքական գործիչներին իրազեկման առաջնագծից հանելով, հանրության շրջանում նպաստեցին պաշտոնական տեղեկությունների նկատմամբ վստահության ձևավորմանը, քանի որ հասարակության հետ զրուցողները զուրկ էին քաղաքական կամ կուսակցական շահերից:

- Պաշտոնյաները շարունակում էին ինտենսիվ հաղորդակցվել հանրության հետ, սակայն նրանք միակ աղբյուրը չէին հանրության համար:

Եստոնիայում հաղորդակցման ռազմավարության համար ընտրվել էր միասնական և համերաշխ լինելու գաղափարախոսությունը: Սոցիալական պատասխանատվության քարոզարշավներից մեկն ուներ «Եթե դու դուրս գաս, կտարածես վարակը» ուղերձը: Արտակարգ դրությունը դրդեց հարկադրանքի միջոցներ կիրառել, բայց Եստոնիայում ընտրեցին հաղորդակցման համար ավելի համոզող, համերաշխության կոչ անող ուղերձներ ու ոճ: Իրազեկման պրոցեսում կարևոր դեր ունեին մենտորյա ասուլիսները, որոնց նաև ավելանում էին լրատվամիջոցներով քաղաքական գործիչների բանավեճերը:

Երկրի կառավարության պաշտոնական կայքին կից «Քովիդ-19»-ին վերաբերող նոր կայք էր գործարկվել: <https://www.kriis.ee/> հարթակը («kriis» բառը Եստոներենից թարգմանաբար նշանակում է «ճգնաժամ», հետևաբար կառավարությունը կարևոր իմաստ է դրել անգամ հարթակի անվանման ընտրության հարցում՝ փորձելով երկրի բնակչությանը միավորել ճգնաժամի հաղթահարման գործում) Եստոներեն, ռուսերեն և անգլերեն տարբերակներով ներկայացրել է համավարակի ընթացքում կյանքի տարբեր ոլորտներին առնչվող անհրաժեշտ բոլոր տեղեկությունները:

Կայքը համակարգվում է Եստոնիայի կառավարությանը կից հաղորդակցության գրասենյակի (Government Communication Office) կողմից: Ու թեպետ Եստոնիայի կառավարության կայքում կան նաև պաշտոնական նյութեր, հրապարակումներ³⁴, որոնք ներկայացնում են համավարակի հաղթահարման ռազմավարական փաստաթղթի մշակման և գործարկման մասին տեղեկություններ, սակայն համավարակի շրջանում բուն ճգնաժամային հաղորդակցման ռազմավարության մասին ամբողջությամբ հասանելի ու փաստաթղթավորված տեղեկություններ չկան: Փաստաթղթեր կամ նկարագրողական տեքստեր հանրային հասանելիությամբ ներկայացված չեն նաև Եստոնիայի կառավարության պաշտոնական կայքում³⁵:

Չարկ է նշել, որ Եստոնիայի կառավարությունը նաև ակտիվորեն կիրառեց նոր տեխնոլոգիաների հնարավորությունները: Մի քանի պետական գործակալությունների կայքերն արդեն 2020-ի մարտի 23-ից ունեին ավտոմատ չաթ -բոթ, որի միջոցով արագ ու համակարգված սպառողը ստանում է արտակարգ իրավիճակի և կորոնավիրուսի վերաբերյալ հաճախ տրվող հարցերի պատասխանները: Չաթ -բոտը տալիս է հարցերի պատասխաններ Եստոներեն և անգլերեն լեզուներով և օգտագործում է տեղեկատվություն պետական գերատեսչությունների պաշտոնական աղբյուրներից:

³⁴ The COVID-19 crisis exit strategy plan was published by the Government Committee, հասանելի է 10.08.2021 դրությամբ [<https://www.valitsus.ee/en/news/covid-19-crisis-exit-strategy-plan-was-published-government-committee>]

³⁵ Եստոնիայի կառավարության պաշտոնական կայքը, հասանելի է 10.08.2021 դրությամբ [<https://www.valitsus.ee/en/>]

Նմանատիպ ծառայությունն Չայաստանում իրականացվել է Չանրային լրագրության ակումբի նախաձեռնությամբ: Ստեղծվել է Չայաստանի արտակարգ ալիք չաթբոտ ծառայությունը, Բաց հասարակություններ-Չայաստան հիմնադրամի աջակցությամբ: Այդ ծառայության մասին ծավալուն իրազեկում է իրականացվել, տեղեկություններ են տրամադրվել Չայաստանի կառավարության տարբեր օղակներին: Այնուամենայնիվ, որևէ արձագանք այդ կառույցներից չի եղել:

Լատվիա. Լատվիայում հաղորդակցության ռազմավարությունը կառուցված էր անհատի պատասխանատվության տեսության վրա: Վարչապետ թե նախարար, փորձագետ թե պատգամավոր, իրենց հանրային ելույթներում թիրախավորում էին անհատական պատասխանատվության կարևորությունը:

Չամոզիչ և ստեղծագործական մեթոդներ էին օգտագործվում հանրության ուշադրությունը գրավելու համար: Ստեղծվում էին բժիշկների մասնակցությամբ կարճ տեսանյութեր որոնց միջոցով հորդորում էին մարդկանց պահպանել հակահամաճարակային նորմերը: Մարդկանց շրջանում վարքագծային փոփոխությունների հասնելու համար ներգրավվում էին հայտնի ու ճանաչված մարդիկ:

Լատվիայում ստեղծված հատուկ կայքը <https://covidpass.lv/en/> մատչելի ու կարևոր տեղեկություններ է պարունակում ճամփորդությունների ու այլ պաշտոնական փաստաթղթերի ու որոշումների մասին: Այն թարմացվում է անընդհատ, ըստ նոր տեղեկությունների հոսքի, եռալեզու է, անգլերեն, ռուսերեն և լատվիերեն: Կան նաև այլ աղբյուրներ ու պաշտոնական կայքեր, որոնք առանձնանում են օգտագործողի համար ինֆորմացիայի պարզ, հասկանալի ու մատչելի մատուցմամբ: Մասնավորապես Լատվիայի Առողջապահության նախարարությանը ենթակա Չիվանդությունների կանխարգելման և վերահսկման կենտրոնի կայքը <https://www.spkc.gov.lv/lv> հանրամատչելի կերպով ներկայացնում է և՛ վիրուսի, և՛ համավարակի և՛ պատվաստումների վերաբերյալ առկա պաշտոնական, գիտական նյութերը, ունի նաև հարց ու պատասխանի բաժիններ, թե՛ գիծ: Ի դեպ, հենց այս կառույցի պաշտոնյաներն էին ակտիվորեն հաղորդակցվում հանրության հետ համավարակի ու դրա կանխարգելման, կամ դրա շուրջ զարգացումների վերաբերյալ, հարցազրույցների ու ասուլիսների միջոցով:

Չարկ է նշել, որ Բալթյան երկրներում բոլոր թե՛ գծերը, կայքերը և այլ ռեսուրսները պարտադիր կերպով պահպանում են նվազագույնը երեք լեզվով նյութերի առկայությունը:

Լատվիան, ինչպես իր հարևան մյուս երկրները, արտակարգ դրության հենց առաջին օրերին Լատվիական «Hackforce» առցանց միջոցառումը նախաձեռնեց՝ նորարարական լուծումներ տալու համար ճգնաժամի արդյունքում առաջացած մարտահրավերներին: Այս հեքլթոնը դիմավահանների և արհեստական շնչառության սարքերի թեմատիկ ուղղվածությունն ուներ: Մասնակցեցին ավելի քան 800 մասնագետ 25 երկրներից:

Այս նախաձեռնությունը մեծ աջակցություն ստացավ կառավարության կողմից: Սա կառավարություն - քաղաքացիական հասարակություն, SS ոլորտ համագործակցության հաջողված օրինակ է: Այսպիսի միջոցառումները միջազգային ուշադրության են արժանանում, դրանով Լատվիան մեկ անգամ էլ հնարավորություն է ստանում ընդգծելու իր՝ ժամանակակից թվային պետություն լինելու փաստը:

Լիտվա. Լիտվայում համավարակի ալիքի ընթացքում հաստատվեցին հաղորդակցության հստակ հարթակներ ու միջոցներ՝ թե՛ գծեր, կայքեր և տեղեկատվություն և աջակցություն առաջարկող ավտոմատացված չաթ բոտեր: Այս թե՛ գծերը կենտրոնացած էին առողջության, Covid-19- ի և բիզնեսի վրա: Մի շարք պիլոտային նախագծեր, ինչպես ինչպես օրինակ Կարանտինասը, Vilte՛-ն թվային ու ավտոմատացված տեղեկություններ էին հաղորդում բնակչությանը, ինչպես ազգային լեզվով, այնպես էլ լեհերեն ու ռուսերեն լեզուներով:

Պետական գերատեսչությունները որդեգրել էին համոզելու ոճով, համագործակցային մոտեցում ունեցող արշավներ: «Շնորհակալություն Լիտվա» համագային արշավը շնորհակալություն էր բոլոր լիտվացիներին, ովքեր իրենց մասնակցությամբ օգնել են հաղթահարել համաճարակի առաջին ալիքը: Այս նախաձեռնությունը միավորեց Լիտվայի բոլոր մարզերը, որտեղ տասնըհինգ րոպե տևողությամբ համերգներ էին կազմակերպվել՝ ի շնորհակալություն համախմբված դիմակայության: Կորոնավիրուսի դեմ պատվաստվելու փուլում, Լիտվայի համապատասխան կայքեր մուտք գործելիս առաջին հերթին բացվում է մի պատուհան, որն առաջարկում է հերթագրվել պատվաստման համար:

Կանադա. Համավարակի ընթացքում ռազմավարական հաղորդակցության փաստաթղթավորման մասով առանձնանում է հատկապես Կանադայի կառավարությունը: Կառավարության պաշտոնական կայքի Coronavirus disease (COVID-19) խորագրով ենթաէջում³⁶ կարելի է գտնել վարակին առնչվող պաշտոնական տեղեկատվության հսկայական պաշար, սակայն հաղորդակցության ռազմավարությունը ներկայացնող փաստաթուղթ տեղադրված չէ: Չնայած այդ հանգամանքին՝ կառավարության պաշտոնական կայքում Կանադայի կառավարությունը պաշտոնապես մշակել և հրապարակել է «Համավարակի ընթացքում հաղորդակցության ռազմավարություն» փաստաթուղթը³⁷: Ռազմավարությունը վերջին անգամ թարմացվել է 2018-ին: Ռազմավարության թարմացման համար օգտագործվել է նաև H1N1 վիրուսի տարածման ընթացքում կուտակված փորձը: Կայքում ներկայացված ամփոփ փաստաթուղթը հաղորդակցության մասնագիտական առումով օգտակար կաղապար է համավարակի ժամանակ հաղորդակցման ռազմավարություն մշակելու համար: Միաժամանակ, փաստաթղթի հրապարակումը ևս այդ ռազմավարության

³⁶ Կանադայի կառավարության պաշտոնական կայքը, հասանելի է 10.08.2021 դրությամբ [https://www.canada.ca/en/public-health/services/diseases/coronavirus-disease-covid-19.html]

³⁷ Pandemic communication strategy, հասանելի է 10.08.2021 դրությամբ [https://www.canada.ca/en/public-health/services/reports-publications/canada-communicable-disease-report-ccdr/monthly-issue/2018-44/issue-5-may-3-2018/article-3-pandemic-communications-strategy.html]

իրականացման կարևոր քայլերից մեկն է, քանի որ այն պարզ և մատչելի ներկայացնում է հաղորդակցման ռազմավարական մոտեցման կարևորությունը, հիմնական թիրախային խմբերն ու այդ գործընթացում վերջիններիս դերակատարությունը և/կամ պատասխանատվությունը:

Փաստաթուղթը ի մի է բերում բոլոր անհրաժեշտ գործոնները, որ կարող են ձևավորել հաղորդակցման բազմավեկտոր մոտեցումը՝ ապահովելու գործընթացն այնպես, որ ճիշտ հաղորդագրությունը ճիշտ ժամանակին և ճիշտ ձևաչափով հասնի համապատասխան մարդկանց: Այստեղ ներկայացված են նաև հնարավոր սցենարները՝ կախված վարակի տարածվածության աստիճանից, և դրանցից յուրաքանչյուրի դեպքում հաղորդակցման հիմնական առանձնահատկությունները: Փաստաթղթի հեղինակները արձանագրել են, որ *հաղորդակցումը տարբեր թիրախային խմբերի հետ պետք է իրականացնել տարբեր ձևերով և տարբեր բովանդակությամբ՝ հաշվի առնելով տիրող իրավիճակը, թիրախային խմբի ազգային, էթնիկ ու մշակութային առանձնահատկությունները, կրթական մակարդակն ու նույնիսկ արմատավորված վարքագիծը*: Փաստաթուղթը տեսակով ճկուն է ու կարող է հարմարեցվել առողջապահական ճգնաժամային տարբեր տեսակի ռազմավարություններ մշակելու համար. այստեղ առանձնացված են 6 հիմնական սկզբունքներ, որոնք վերաբերում են տեղեկատվության տրամադրման ժամանակագրական, որակական և բովանդակային բաղադրիչներին և ընկած են առողջապահական ճգնաժամի դեպքում հաղորդակցության ռազմավարության մշակման հիմքում:

Վրաստան. ճգնաժամային հաղորդակցության տեսանկյունից հետաքրքիր տեղեկատվական հարթակ է գործարկվել Վրաստանի կառավարության կողմից՝ <https://stopcov.ge/>: Տեղեկատվությունը հասանելի է ոչ միայն վրացերեն ու անգլերեն, այլև արբիսազերեն, օսերեն, ադրբեջաներեն և հայերեն: Անգամ կայքի անվանումը՝ «Կանխել կամ կանգնեցնել Քովիդ-ը» կրում է հստակ իրազեկման տարր և վարքի փոփոխության վրա ազդեցություն ունենալուն է միտված:

Չատկանշական է, որ այնտեղ առկա են խորհրդատվական մի շարք կարևոր փաստաթղթեր, տեսանյութեր և մշտապես թարմացվող նորություններ: Այս ինտերակտիվ հարթակում հնարավոր է փնտրել ցանկացած տեղեկություն, այդ թվում՝ վարչապետի և կառավարության պաշտոնական էջերը սոցիալական ցանցերում: Սակայն Վրաստանի կառավարության, պետական մյուս մարմինների ճգնաժամային հաղորդակցության ռազմավարության վերաբերյալ հասանելի տվյալներ և փաստաթղթեր չկան ո՛չ այս հարթակում, ո՛չ էլ երկրի կառավարության պաշտոնական կայքում³⁸: <https://stopcov.ge/> հարթակում բազմաթիվ են ԱՅԿ-ի կողմից «Քովիդ-19»-ի մասին հանրային իրազեկման նպատակով հրապարակված տեղեկատվության թարգմանությունները:

³⁸ Վրաստանի կառավարության պաշտոնական կայքը, հասանելի է 10.08.2021 դրությամբ [<http://gov.ge/>]

ԱՅԿ. ԱՅԿ-ի հիմնական ցուցումներն ընկած են տարբեր երկրների՝ համավարակով պայմանավորված ճգնաժամային հաղորդակցության ռազմավարության ստեղծման, իրազեկման առողջապահական բաղադրիչի հիմքում: ԱՅԿ-ի կայքում կարելի է գտնել «Քովիդ-19»-ին առնչվող ու դրա իրազեկող-ճանաչողական բաղադրիչն ապահովող տեղեկատվական տարբեր նյութեր³⁹: Ռազմավարական մոտեցման տեսանկյունից կարևոր է «Ռազմավարական պատրաստվածություն և արձագանքման ծրագիր» (Strategic preparedness and response plan) խորագրով փաստաթուղթը⁴⁰, որը թարմացվել է մի քանի անգամ, վերջինը՝ 2021 թվականի փետրվարի 24-ին: Դրա բաղադրիչներից մեկը վերաբերում է ճգնաժամային հաղորդակցմանը, ներկայացվում են որոշակի քայլեր, որոնք կարող են օգտակար լինել հանրային իրազեկումն ապահովելիս: Կազմակերպության կայքում առանձնացված է հատուկ Coronavirus disease (COVID-19) technical guidance: Risk communication and community engagement ենթաէջ, որտեղ ներկայացված են «Քովիդ-19»-ին առնչվող ճգնաժամային հաղորդակցության պլանավորման և իրականացման համար օգտակար տասնյակ ուղեցույցներ: ԱՅԿ հիմնական տեղեկատվական նյութերի հիման վրա մշակված առցանց համառոտ ուղեցույցը⁴¹ կարող է օգնել մասնագետներին՝ մշակելու սեփական հաղորդակցման ռազմավարությունը՝ համավարակի ընթացքում այն կիրառելու համար:

³⁹ ԱՅԿ-ի պաշտոնական կայք, ճգնաժամային հաղորդակցության բաժին, հասանելի է 10.08.2021 դրությամբ [<https://www.who.int/teams/risk-communication>]

⁴⁰ 2019 Novel Coronavirus (2019-nCoV): Strategic preparedness and response plan, հասանելի է 10.08.2021 դրությամբ [<https://www.who.int/publications-detail/strategic-preparedness-and-response-plan-for-the-new-coronavirus>]

⁴¹ Tool 13: Communications Plan Implementation for a Severe Pandemic, հասանելի է 10.08.2021 դրությամբ

[https://www.paho.org/disasters/dmdocuments/RespToolkit_21_Tool%2013_CommunicationsPlanImplementationforaSeverePandemic.pdf]

**Արմավիրի, Լոռու և Շիրակի մարզերի ճգնաժամային հաղորդակցության
ռազմավարության արդյունավետության գնահատում,
եզրակացություններ**

Մասնագիտական դիտարկումներն ու հարցազրույցների վերլուծությունը ցույց են տալիս, որ երկրներից շատերը կորոնավիրուսային վարակի տարածման սկզբնական փուլում նախընտրում էին հաղորդակցումն իրականացնել մեկ հիմնական օղակից՝ ստեղծելով հատուկ տեղեկատվական և/կամ հանրային իրազեկման հանձնաժողովներ կամ խմբեր, որոնք ստանձնում էին թիրախային տարբեր խմբերի ու հանրության լայն շրջանակի հետ հաղորդակցման գործընթացի համակարգումը:

Սովորաբար կարևոր թեմաներ բարձրաձայնելիս պետությունները հանրության հետ շփվում են կառավարության ղեկավարի միջոցով՝ առողջապահության ոլորտը համակարգող նախարարին թողնելով ավելի վիճակագրական, մասնագիտական ու ֆունկցիոնալ տեղեկությունների փոխանցման դերակատարությունը:

Շուրջ երկու տասնյակ մասնագիտական հարցազրույցները պետական, տեղական ինքնակառավարման մարմինների հաղորդակցման պատասխանատուների, հաղորդակցության ոլորտի մասնագետների, ինչպես նաև մարզային ՉԼՄ-ների ներկայացուցիչների հետ թույլ են տալիս ոչ միայն ընդհանրական, այլև համապարփակ պատկերացում կազմել մարզային պետական կառույցների վարած ճգնաժամային հաղորդակցման քաղաքականության և ռազմավարության մասին: Ինչպես տեղին է նշել պետական գերատեսչություններից մեկի ներկայացուցիչը, փաստաթղթային ռազմավարության փոխարեն առավելապես կիրառվել և կիրառվում է բանավոր, ամենօրյա տարբեր քննարկումներից «ծնված» ռազմավարությունը:

Մարզային իշխանությունների ներկայացուցիչների հաղորդագրությունների տարածման առաջնային հարթակ է հաճախ Ֆեյսբուքը:

Ֆեյսբուքի միջոցով հանրային իրազեկումն ապահովելը մարզային իշխանությունների ներկայացուցիչները համարում են մյուս բոլոր խողովակների ոչ արդյունավետ օգտագործման համար բացատրություն, հիմնավորում: Նկատենք, սակայն, որ հաղորդակցման հարթակի ընտրության շնորհիվ, որը ենթադրում է առավել ներգրավվածություն, կառավարության տարբեր մարմիններ ստիպված էին իրենց շատ հայտարարությունների մասին անընդհատ լրացուցիչ բացատրություններ տալ:

Խոսուն օրինակ է «Արտակարգ դրության ժամանակահատվածում տեղաշարժման թերթիկների» լրացման կարգը ներկայացնելը: Սկզբնական շրջանում հայտարարվել էր, որ մարդիկ խիստ անհրաժեշտության դեպքում տեղաշարժման համար պարտավոր են հատուկ թերթիկ լրացնել: Սահմանվել էր հստակ տեղեկություններ պարունակող թղթային կամ հեռախոսային հավելվածի միջոցով լրացված թերթիկի

և անձը հաստատող փաստաթղթի առկայության պահանջ: Տրվել էր նաև տեղաշարժման թերթիկի օրինակելի ձևանմուշը, սակայն լրացման կարգը հստակ բացատրված չէր, քանի որ չէր բացառվում, որ մարդիկ կարող են «ցանկացած մաքուր թղթի վրա դուրս բերել տեղաշարժման թերթիկ»: Ի վերջո պարետ Տիգրան Ավինյանն անձամբ իր իսկ որոշման համար լրացուցիչ բացատրություն էր ներկայացրել: Սրան հետևել էր մարզային իշխանությունների կողմից նույնպիսի վարք: Այսպիսի դեպք մեկ անգամ չէ, որ պատահել է:

Սկզբնական շրջանում, օրինակ, լրագրողների համար տեղաշարժման թերթիկի անհրաժեշտություն սահմանված չէր, փոխարենը լրագրողն իր հետ պետք է ունենար մասնագիտական հավաստագիր՝ «բեյջ»: Սրա մասին հայտարարել էր ՀՀ փոխոստիկանապետը: Ավելի ուշ, սակայն, Պարետատնից հստակեցվեց, որ միայն մասնագիտական հավաստագիրը բավարար չէ, անհրաժեշտ է նաև գործատուի կողմից տրամադրված տեղեկանքի (թղթային կամ էլեկտրոնային եղանակով՝ էլեկտրոնային ստորագրված կամ սքանավորված) և անձը հաստատող փաստաթղթի առկայություն:

Լրատվամիջոցների կողմից տարածվող ապատեղեկատվության դեմ որպես պայքարի միջոց ՀՀ Կառավարությունը կիրառում է վարչապետի աշխատակազմին կից «Հանրային կապերի և տեղեկատվության կենտրոն» ՊՈԱԿ-ի ենթակայության տակ գործող ՉԼՄ-ների մշտադիտարկում իրականացնող թիմի և Տեղեկատվության ստուգման կենտրոնի աշխատանքը: Մշտադիտարկում իրականացնող թիմը հետևում է հայաստանյան ՉԼՄ-ների գործունեությանը, արդյունքները փոխանցվում են տվյալ գերատեսչությանը, մարզային իշխանություններին, որպեսզի կառավարությունն ունենա ամբողջական պատկերացում, թե ինչպիսի հարցեր են բարձրացվում: Հետագայում ՊՈԱԿ-ում հետևում էին, թե արդյոք տարբեր գերատեսչությունների խոսնակներ ինչ-որ պարզաբանումներ են տալիս ՉԼՄ-ներին: Պետական կառավարման մարմիններից մեկի ներկայացուցիչը պնդել է, որ պարտադիր է եղել ՉԼՄ-ներում առկա մտահոգություններին կա՛մ տալ պարզաբանում, կա՛մ հերքում պահանջել, եթե հնչածը լիարժեք կեղծ է, ապատեղեկատվություն է պարունակում: Իսկ եթե բարձրացված է իրական խնդիր, ապա համապատասխան գերատեսչությունը և մարզային իշխանությունները պարտավորվում են խնդիրը լուծել սեղմ ժամկետում՝ ապահովելով նաև հանրային իրազեկում:

Մարզային լրատվամիջոցների ներկայացուցիչները նշել են, որ մարզպետարաններին, պետական գերատեսչություններին հանրության հետ հաղորդակցվելիս նախևառաջ բնորոշ է ինքնաբուխությունը, որը սկսվել է 2018 թվականի հեղափոխության շրջանից, այն շարունակվում է նաև այսօր, երբ հանրությունն արդեն այլ իրավիճակում է ապրում: Նկատելի է սակայն, որ այդ ինքնաբուխությունը ներկայում այլևս չի գործում:

Ռազմավարությունների, տարատեսակ պետական կարևոր փաստաթղթերի ստեղծումը ենթադրում է մասնագիտական ռեսուրսների առկայություն և

մոբիլիզացում, ինչը, սակայն, ենթակառուցվածքային խնդիր է ՀՀ պետական կառավարման մարմինների, մարզային իշխանությունների համար, քանի որ համապատասխան որակավորում և գիտելիք ունեցող մասնագետների պակաս կա, իսկ գերծանրաբեռնված աշխատանքային գրաֆիկ ունեցող մամուլի խոսնակները ժամանակ չեն կարողանում տրամադրել համապատասխան փաստաթղթերի ստեղծմանը:

Առանձին համայնքապետարանների, մարզային պետական գերատեսչությունների ներկայացուցիչներից տեղեկություն ստանալու խնդիրների մասին հաճախակի բարձրաձայնվող հարցը թույլ է տալիս ենթադրել, որ նշյալ օբյեկտիվ կամ սուբյեկտիվ պատճառներով տարբեր գերատեսչություններում հաղորդակցությունը ՉԼՄ-ների ներկայացուցիչների հետ իրականացվում է տարբեր կերպ՝ չապահովելով սահմանված բաց և թափանցիկ գործելու ՀՀ Կառավարության կողմից ավելի վաղ բարձրացված նշածողը:

«Պետական մարմինները, մարզպետարանները հակված են գրավոր հարցումներին. ասում են՝ մենք կպատասխանենք 5 օրվա ընթացքում՝ անկախ նրանից՝ լրացուցիչ հետազոտություն պահանջում է, թե ոչ, հետո երկարաձգում էին ժամկետը օրենքով սահմանված առավելագույն չափով՝ 30 օր: Շատ դեպքերում լինում էին հարցումներ, որոնք ակտուալ չէին հրապարակման համար»:

Մարզային լրատվամիջոցի ներկայացուցչի հետ հարցազրույցից

Արմավիրի, Լոռու և Շիրակի մարզերի ճգնաժամային հաղորդակցության ռազմավարության արդյունավետության բարձրացմանն ուղղված առաջարկություններ և խորհրդատվականներ

• Ռազմավարական փաստաթղթ(եր)ի կազմում

ՀՀ Կառավարությունը, Արմավիրի, Լոռու և Շիրակի մարզպետարանները, համայնքապետարաններն իրենց ենթակա կառույցներով օր առաջ կարիք ունեն ռազմավարական հաղորդակցման ռազմավարության/ների մշակման, որն ուղղված պետք է լինի և՛ համընդհանուր՝ համավարակների, և՛ ֆորս-մաժորային իրադրության ժամանակ հստակ ռազմավարություն իրականացնելուն, ունենա «Քովիդ-19»-ին կամ համաճարակային, համավարակային այլ իրավիճակներին վերաբերող, իր բնույթով ճկուն և տվյալ ժամանակահատվածի մարտահրավերներին արագ արձագանքող ռազմավարություն: ՀՀ վարչապետի աշխատակազմում, մարզպետարաններում գործում են «Տեղեկատվության և հասարակայնության հետ կապերի վարչություն» ստորաբաժանումները, որոնք կարող են անհրաժեշտ կապ ստեղծել կառավարության, համայնքային կառավարման այլ մարմինների, պետական մյուս գերատեսչությունների նույնատեսակ և նույն գործառույթներն իրականացնող ստորաբաժանումների հետ՝ մշակելով անչափ կարևոր նշյալ փաստաթուղթ: Թե հիմնական, կարևոր ինչ դրույթներ պետք է տեղ գտնեն ռազմավարության հիմքում, կարելի է իմանալ ԱՀԿ-ի ուղեցույցներից:

Առաջարկում ենք այդ ռազմավարությունների մշակման համար ստեղծել մասնագիտական խումբ/եր, որոնք կաջակցեն պետական, համայնքային կառույցներին՝ մշակելու համապարփակ փաստաթուղթ/եր:

Առաջարկում ենք զարգացնել համայնքային և մարզային կառույցների՝ հաղորդակցման գործընթացներում ներգրավված աշխատակիցների հաղորդակցման, ապատեղեկատվության հոսքերի կառավարման, դրանց արձագանքման ու ռազմավարական հաղորդակցման ուղղությամբ կարողություններն, ընդ որում՝ վերապատրաստումները պետք է կրեն պարբերական բնույթ, քանի որ մարտահրավերներն ու ռազմավարական փաստաթղթերից բխող գործողությունների պլանները կարող են փոփոխվել:

Ճգնաժամային հաղորդակցություն իրականացնող ինստիտուտները պետք է ունենան տեղեկատվական հոսքի մատուցման հստակ մշակված սխեմա, որը թույլ կտա հետագայում խուսափել պաշտոնյաների, մարզային իշխանությունների կողմից միմյանց հակասող հայտարարությունների տարածումից և/կամ կստեղծի հաղորդակցության շրջանակները հստակեցնող ու համակարգող մեխանիզմներ և կարգավորումներ:

Ճգնաժամային իրավիճակում տարբեր պաշտոնյաների կողմից ոչ տեղին կամ ոչ ժամանակին հայտարարությունների բացառումը կարելի է ապահովել

հաղորդակցման ռազմավարության իրականացման ծրագրերը և/կամ դրանց
ամնչվող ընթացակարգերը պաշտոնապես փաստաթղթավորված ձևով բոլոր
դերակատարներին տրամադրելու, քննարկումներ ու վերապատրաստումներ
իրականացնելու միջոցով:

Ճգնաժամային հաղորդակցման ռազմավարությունն ունենալու համար առաջնահերթ
կարևորում ենք ԱՅԿ-ի կողմից առաջարկվող ռիսկերի կառավարման
հաղորդակցման մոդելի ընտրությունը, դրա հարմարեցումը, որը թույլ է տալիս
հավանական տարբեր սցենարներ մշակել: Կարելի է զարգացնել, հարմարեցնել ըստ
քնակավայրի և/կամ թիրախային խմբի: Օրինակելի է նաև կանադական փորձը,
ինչը նույնպես կարելի է դիտարկել:

Նկատելի է, որ հաղորդակցման ռազմավարության ծրագրերը պետք է լինեն ոչ
այնքան արձագանքող, որքան նախաձեռնող՝ կախված հանրության ակնկալվող
վարքագծից ու առկա իրավիճակից: Տեղական ինքնակառավարման մարմինների և
պաշտոնյաների մամուլի խոսակների համար անհրաժեշտ է հրահանգավորել և
մշակել հաղորդակցման հստակ կանոնակարգեր, սահմանել չափորոշիչներ և
հետադարձ կապն ապահովելու նորմեր՝ խուսափելով չկանոնակարգված
գործողություններից:

• **Մասնագիտական ռեսուրսների ներգրավում**

Ճգնաժամային իրավիճակում աշխատողների ծանրաբեռնվածության չափը տարբեր
է, և պետք է մշակել հստակ գործող մեխանիզմ առկա մասնագիտական
ռեսուրսները ճիշտ վերաբաշխելու, տարբեր կառույցներում հավելյալ մարդկային
ռեսուրսներ, այդ թվում՝ կամավորներ ներգրավելու համար:

Առաջարկում ենք «Հանրային կապերի և տեղեկատվության կենտրոնը» ՊՈԱԿ-ին ՀՀ
վարչապետի աշխատակազմի, ՏԻՄ համապատասխան ստորաբաժանման հետ
համատեղ կազմակերպել կառավարության, համայնքային կառույցների
համապատասխան գերատեսչությունների համար վերապատրաստման
հնարավորություններ, ինչպես հաղորդակցման, այնպես էլ ապատեղեկատվության
հոսքերի կառավարման, արձագանքման, ինչպես նաև հանրությանն արդյունավետ
միջոցների ու տակտիկայի կիրառմամբ ապատեղեկատվության ազդեցությունից
շեղելու, դրանց նկատմամբ քննադատական մտածողություն ձևավորելու համար:

Արտակարգ իրավիճակներում, ճգնաժամերի ժամանակ նախընտրելի է նաև դիմել
քաղաքացիական հասարակությանն ու մասնագիտական հանրությանը՝
համախմբելու համար հաղորդակցման նպատակով իրականացվող ջանքերը:
Քաղհասարակության կառույցների շրջանում գործում են այնպիսի խմբեր կամ
ձևավորված կազմակերպություններ, որոնց մասնագիտական
պատրաստվածությունն ու փորձագիտական ներուժը կարելի է համախմբել ու
ուղղորդել արտակարգ իրավիճակներում՝ այդ կառույցներին ու մասնագետներին
ներգրավելով հաղորդակցման ու իրազեկման աշխատանքներում:

Շատ կարևոր է նաև SS ոլորտի խմբերի կամ փորձագետների ներգրավումը: Հաղորդակցման ու իրազեկման գործողությունների համար նորագույն տեխնոլոգիաների ու ծրագրավորման միջոցով հավելյալ հնարավորությունների ստեղծումը նոր և ժամանակակից միջոցներ ստեղծելու հնարավորություններ կտա:

Այս գործում նշանակալի դեր կարող է ունենալ Սփյուռքը, որի ներգրավվածությունը տարբեր երկրների ՏԻՄ-երում, հաղորդակցման կառույցներում և SS ոլորտում կարող է դառնալ արդյունավետ ռեսուրս: Կարելի է օգտագործել ֆեյսբուքյան մասնագիտական ակտիվ խմբերը, ինչպես նաև Սփյուռքի գլխավոր հանձնակատարի գրասենյակի միջոցով ստեղծել աշխատանքային խորհրդատվական խումբ:

- **Մասնագիտական վերապատրաստում**

Առաջարկում ենք առաջիկա հնարավորության դեպքում կազմակերպել ռազմավարական պլանավորման վերաբերյալ կարողությունների զարգացման դասընթացներ ՏԻՄ-երի հաղորդակցման մասնագետների ու պատասխանատուների համար: Նկատելի է, որ այս ուղղությամբ աշխատանքը կնպաստի ավելի համապարփակ ընկալումների ձևավորմանը, ինչպես նաև կօգնի ռազմավարական փաստաթղթերի մշակելիս: Նկատելի է, որ ռազմավարական մտածողության ու փոփոխությունների տեսության ուղղությամբ հմտությունների մշակման ու զարգացման կարիքը ներկա փուլում շատ մեծ է:

Մշտապես պետք է կազմակերպել մասնագիտական վերապատրաստման դասընթացներ պետական ու տեղական ինքնակառավարման մարմինների հաղորդակցման ոլորտի մասնագետների համար՝ հնարավորություն տալով վերջիններիս թարմացնելու սեփական գիտելիքները և հմտությունները. հատկապես հաղորդակցության ոլորտում փոփոխությունները շատ արագ են տեղի ունենում:

Հարկավոր է խթանել ու զարգացնել միջգերատեսչական, միջմարզային շփումները, հաղորդակցման ոլորտում փորձի փոխանակումը:

Անհրաժեշտ է ստեղծել ներքին հաղորդակցության բարելավման նպատակով տեղեկատվական մեկ միասնական, ընդհանուր հարթակ, որը թույլ կտա պետական գերատեսչությունների ներկայացուցիչներին ծանոթանալ միմյանց՝ տարբեր հաղորդակցության ալիքներով ներկայացված տեսակետներին՝ հետագայում ոչ տեղին և իրար հակասող մեկնաբանություններից խուսափելու համար:

Կարիք կա առանձնահատուկ ուշադրություն դարձնելու մարզային իշխանությունների, պետական ծառայողների հմտությունների ու կարողությունների զարգացմանը՝ ապատեղեկատվության հոսքերի կառավարման, դրանց դիմագրավման, ինչպես նաև հանրությանը դեպի փաստագրված ու ստուգված տեղեկություններ գրավելու, հանրությանը վարքային հստակ փոփոխությունների շուրջ համախմբելու համար:

- **Ազդեցիկ անհատների ներգրավում**

Այս առումով Հայաստանում, մարզերում անհրաժեշտ է հաշվի առնել միջազգային փորձը, ըստ որի՝ սովորաբար երկրի համար կարևոր թեմաներ բարձրաձայնելիս հանրության հետ շփումը գրեթե մշտապես իրականացվում է կառավարության ղեկավարի՝ վարչապետի կամ նախագահի միջոցով՝ սա տեղայնացնելով. մարզերի դեպքում՝ մարզպետի, համայնքների դեպքում՝ համայնքի ղեկավարի:

Առողջապահական թեմաների վերաբերյալ առաջնահերթ կարևորություն ունի մասնագետների, գիտնականների, բժիշկների ներգրավումը հաղորդակցության իրականացման գործընթացում: Ընդ որում՝ մարզային մակարդակում անհրաժեշտ է նաև թիրախավորել տեղական համայնքում հեղինակություն վայելող անհատների:

Հնարավոր արդյունավետ միջոց կարող է լինել նաև տարբեր ոլորտներում հաջողության հասած հայտնի մարդկանց ու Սփյուռքի ճանաչված ու ազդեցիկ մարդկանց, որոնք սեփական վարքով կարող են ազդեցություն ունենալ համայնքային վարքի փոփոխության վրա: Օրինակ՝ կորոնավիրուսային համավարակի օրերին շատ կարևոր է դիմակների ճիշտ օգտագործումը, ավելի ուշ՝ նաև զանգվածային պատվաստումները: Այս ամենը կարող է արդյունավետորեն հանրայնացվել, եթե հաղորդակցության գործընթացին ներգրավվեն նաև վաստակ ունեցող անհատներ՝ ազդեցիկ մարդիկ:

Անհրաժեշտ է նաև ներգրավել ամենատարբեր ոլորտների և տարիքի ազդեցիկ անհատների (ինֆլուենսերներ), որոնց հաղորդակցման բովանդակությունը պետք է բացառի ապատեղեկատվության կամ ապակողմնորոշման տարածումը: Հայտնիների մասնակցությամբ իրազեկման ու հաղորդակցման գործողությունները պետք է բխեն ընդհանուր ու մասնավոր հաղորդակցման ռազմավարության սկզբունքներից, համապատասխանեն տարածվող իրազեկման և տեղեկությունների բովանդակությանը:

• **Հարթակների ընտրություն/իրազեկման բովանդակություն**

- Հստակեցնել ֆեյսբուքյան տիրույթից դուրս գտնվող հանրությանը հաղորդագրությունները ժամանակին և ճիշտ հասցնելու մեխանիզմները: Հատկապես ՀՀ մարզերում սա առաջնահերթ իրագործելի խնդիր պետք է լինի:

- Ուշադրություն հատկացնել հատկապես պետական պաշտոնական կայքերի կամ նորաստեղծ հարթակների, բջջային հավելվածների պարբերաբար թարմացումներին, դրանք համարել իրազեկելու նպատակով առաջնային, հիմնական հարթակ:

- Հանրային իրազեկման առումով անչափ կարևոր հարթակների մշտական հասանելիության ապահովում: Դոմեյնների հասանելիության պարբերաբար ստուգումների իրականացում, անհրաժեշտության դեպքում վճարումների կատարում ժամանակին, որպեսզի հարթակը տեխնիկական խնդիրների պատճառով անհասանելի չդառնա թեկուզ կարճ ժամանակով:

- Սոցիալական ցանցերում առկա հաշիվներն օգտագործել առավելապես տեղեկատվության առաջնորդման նպատակով, ոչ թե որպես հանրային իրազեկման առաջնային հարթակ⁴²:

- Իրազեկման համար անհրաժեշտ է նաև դիտարկել այնպիսի հարթակներ, որից օգտվում են սոցիալ-տնտեսական, կրթական, մասնագիտական, ինչպես նաև տարիքային տարբեր խմբեր՝ TikTok, Instagram, Twitter, Telegram, և ոչ բացառապես միայն Ֆեյսբուք:

- Հաղորդակցման ռազմավարություն իրականացնելիս ներդնել ստեղծագործական մոտեցումներ, կիրառել նոր տեխնոլոգիաների, սոցիալական ցանցերի հնարավորությունները:

- Անչափ կարևորում ենք նաև իրազեկման նյութերի բազմազանությունն ու մատչելիությունը, այդ թվում՝ հատուկ կարիքներ ունեցող խմբերի համար: ԱՅԿ-ի ստեղծած իրազեկման նյութերը հաճախ կարող էին լինել կա՛մ լավ օրինակներ՝ դրանք տեղայնացնելու, կա՛մ դրանց օրինակով տեղական արտադրանք ստեղծելու համար: Հատկանշական են հատկապես այն օրինակները, որոնք բացի կադրից դուրս տեքստից ու անիմացիաներից ներառում են նաև մասնագետների, բժիշկների, վարակաբանների խոսքերից մեջբերումներ, ինչն ավելի մեծ վստահություն է ստեղծում բովանդակության նկատմամբ:

• **Թիրախավորված իրազեկում**

Անհրաժեշտ է տեղական ինքնակառավարման մարմիններում և պետական կառավարման օղակներում կարողություններ զարգացնել հաղորդակցման մասնագետների շրջանում ներառական և թիրախավորված հաղորդակցման ռազմավարության մշակման ու հաղորդակցման իրականացման նպատակով: Մշակվող նյութերը հասանելի պետք է լինեն հանրության լայն շերտերին՝ խոցելի, տարբեր կրթական ու մասնագիտական ցենզ ունեցող, գյուղաբնակներին ու քաղաքաբնակներին, սոցիալ-տնտեսական, տարիքային տարբեր խմբերին, վարքային դրսևորման տեսանկյունից թե՛ ընդդիմախոսներին, թե՛ աջակիցներին, հաղորդակցման բովանդակությունը պետք է հարմարեցվի այդ խմբերի համար հասանելի ձևաչափով:

Հասարակության տարբեր շերտերի համար հասկանալի իրազեկում պետք է արվի. առավել մեծ ուշադրություն պետք է դարձնել ազգային փոքրամասնություններին և նրանց համայնքներին: Համապարփակ ռազմավարության դեպքում կառավարության գերատեսչությունների, ՏԻՄ-երի կողմից թիրախային խմբերի համար պետք է մշակվեն համապատասխան նյութեր: Օրինակ՝ պետք է հանրությանն իրազեկել վիրուսային հիվանդությունների դեմ իրականացվող

⁴² Սա կարևոր է, քանի որ եթե տեսականորեն ենթադրենք, որ հնարավոր է սոցիալական ցանցերը տեխնիկական խնդիրներ ունենան, տեղեկատվությունը ջնջվի, կամ սոցիալական ցանցերի էջերը ենթարկվեն հարձակման, ապա տեղեկատվական բովանդակությունն ու իրազեկման նյութերն այլևս հասանելի չեն լինի հանրությանը:

պատվաստումների կարևորության մասին՝ տրամադրելով ամբողջական տեղեկություններ: Հատկապես մարզային համայնքներում այսպիսի թիրախավորումը կօգնի համաչափ իրազեկվածություն ապահովելու հանրապետության ամբողջ տարածքում, ոչ միայն մայրաքաղաքում կամ խոշոր համայնքներում ու քաղաքներում:

Մի շարք երկրներում պետության ղեկավարի մակարդակով հատուկ ասուլիսներ ու առցանց հանդիպումներ անցկացվեցին մասնավորապես երեխաների համար, որպեսզի նրանք իրենց երկրի պետական համակարգի պատասխանատուներից ու առաջնորդներից լսեին իրենց համար հասկանալի ու պարզ, մտերմիկ ու մատչելի լեզվով բովանդակություն, ինչի նպատակն էր օգնել երեխաներին ուղիղ հարցեր տալու իրենց անհանգստացնող թեմաներով⁴³: Այս ամենը հնարավոր է, որ օգնեի երեխաներին՝ վերապրելու անորոշությունն ու սթրեսը, որն առաջանում էր արտակարգ դրության սկզբնական փուլում ու սահմանափակումների ֆոնին, երբ այդ ամենը նոր էր, ու հիվանդության մասին տեղեկությունն էլ՝ ավելի սահմանափակ ու փոփոխվող⁴⁴: Մի շարք երկրներ այդպիսի միջոցառումներ անցկացրին մեկից ավելի անգամներ:

Թիրախավորված հաղորդակցության համար կարելի է ակտիվ համագործակցություն ծավալել քաղհասարակության հետ, բանակցել հավելյալ աջակցության շուրջ: **Առաջարկում ենք, առաջին փուլով կատարել քաղհասարակության՝ հաղորդակցմամբ ու բովանդակություն ստեղծելու, իրազեկման արշավներում մասնագիտացած կառույցների քարտեզագրում, որի արդյունքում կարող է ստեղծվել աշխատանքային խումբ: Այդ խումբը հնարավոր ճգնաժամերի պայմաններում կարող է մոբիլիզացվել ու համախմբելով ռեսուրսներն ու մասնագիտական կապիտալը՝ արդյունավետորեն նպաստել հանրության իրազեկմանը:** Հնարավոր է, որ ճգնաժամային պայմաններում քաղհասարակության կառույցները կարողանան իրենց ընթացիկ ծրագրերը փոփոխել, հարմարեցնել այն կարիքներին, որոնք այդ պահին առկա են, մասնավորապես թիրախավորված հաղորդակցման, համապատասխան իրազեկման նյութերի պատրաստման, և օգտակար լինեն պետական գերատեսչություններին, ՏԻՄ-երին ու ընթացիկ ծրագրերի շրջանակներում աջակցեն իրենց փորձագիտական ու մասնագիտական ներուժով:

⁴³ Մանկապարտեզների պատասխանատուները դիմում էին ՀԿ-ներին՝ խնդրելով տրամադրել երեխաների համար համապատասխան նյութեր, որոնք ներկայացնում են համավարակն ու չեն առաջացնում լրացուցիչ սթրես երեխաների համար, քանի որ հանձնարարություն էին ստացել անցկացնել երեխաների հետ համապատասխան զրույցներ: Այսինքն՝ գերատեսչությունը տվել էր հանձնարարություն՝ առանց տրամադրելու համապատասխան նյութեր: Հաշվի առնելով պետական մանկապարտեզներում մասնագիտական ներուժի հետ կապված խնդիրները, մեդիագրագիտության պակասը՝ այսպիսի մոտեցումները կարող էին հանգեցնել ոչ ցանկալի տեղեկատվության տիրաժավորման, տարածման, երեխաների համար հավելյալ սթրեսների առաջացման:

⁴⁴ Նման նախաձեռնությամբ Հանրային լրագրության ակումբը հանդես եկավ, նամակով դիմեց ԱՆ, սակայն մերժում ստացավ անգամ այն դեպքում, երբ կազմակերպությունը պատրաստ էր նաև կազմակերպելու նման առցանց հանդիպում դպրոցահասակ երեխաների համար վարակաբանի կամ որևէ այլ համապատասխան մասնագետի հետ, որը կնշանակվեր նախարարության կողմից:

Առանձնահատուկ ուշադրություն պետք է դարձնել առկա՝ քաղիասարակության կողմից ստեղծված ռեսուրսներին՝ կանոնակարգելով և կիրառելով դրանք սեփական կարիքների համար: Կարիքի ի հայտ գալու դեպքում հարմարեցնել, փոփոխել և օգտագործել ըստ անհրաժեշտության և նպատակների: