

ՀԱՍԱՐԱԿԱՅՆՈՒԹՅԱՆ ՀԵՏ ԿԱՊԵՐԸ ԵՎ ՀՀ ՊԵՏԱԿԱՆ ԿԱՌԱՎԱՐՄԱՆ ՀԱՄԱԿԱՐԳԸ

Սոնա Պողոսյան՝

Հասարակության ինքնակազմակերպման մեխանիզմների զարգացման, կոնֆլիկտային իրավիճակների լուծման նոր տեխնոլոգիաների ներդրման, տեղեկատվական միասնական դաշտի ձևավորման և քաղաքացիական հասարակության ինստիտուտների (կուսակցություններ, արհմիություններ, ՋԼՄ, ՀԿ-ներ և այլն) ակտիվացման ներկա պայմաններում ձևավորվել է պետության և քաղաքացիների ու նրանց միավորումների հարաբերությունների նոր իրավիճակ, որտեղ ոչ միայն քաղաքացիներն ու նրանց միավորումներն են կախված պետական կառույցներից, այլև հենց իրենք՝ պետական կառավարման համակարգի ինստիտուտներն են կախվածության մեջ հայտնվել քաղաքացիներից ու նրանց միավորումներից: Ստեղծված իրավիճակում պետությունն այլևս չի կարող իր գործառույթներն իրականացնել՝ չհամագործակցելով քաղաքացիական հասարակության և շարքային քաղաքացիների հետ, չստանալով և չնվաճելով նրանց աջակցությունը և համաձայնությունն այս կամ այն կարևոր հարցերի շուրջ որոշումների կայացման ընթացքում:

Ամերիկացի քաղաքագետ Ջ.Գորդոնն իր «Պետական կառավարումը Ամերիկայում» աշխատությունում գրում է. «Եթե մասնավոր ոլորտում հաջողության արդյունավետությունը չափվում է շահույթի

¹ ԵՊՀ սոցիոլոգիայի ֆակուլտետի հայցորդ:

առկայությամբ կամ բացակայությամբ, ապա պետական համակարգում՝ քաղաքացիների աջակցությամբ կամ դրա բացակայությամբ»: Իսկ հետագոտող Գ. Պոչեպցովը նշում է, որ քաղաքակրթական փոփոխությունները XX դարում հանգեցրին ժամանակակից քաղաքակրթության տեղեկատվական բաղադրիչի այնպիսի կարգավիճակի, երբ այլևս դժվար է թաքցնել տեղի ունեցող իրադարձություններն ինչպես ամբողջ աշխարհից, այնպես էլ սեփական ժողովրդից, մինչև նույն ժամանակ դրսևորվում է կառավարությունների հարաճուն կախվածությունը բնակչությունից՝ զգալի չափով հենվելով որոշակի տեղեկատվական-հաղորդակցական տեխնոլոգիաների վրա [1]: Այդպիսի տեղեկատվական-հաղորդակցական տեխնոլոգիաների շարքում հատկապես պետք է առանձնացնել պետական կառավարման համակարգում կիրառվող *PR (public relations-հասարակայնության հետ կապեր)* տեխնոլոգիաները՝ որպես պետության և քաղաքացիների միջև ամուր տեղեկատվական կամրջի կառուցման առավել արդյունավետ համարվող տեխնոլոգիաների ամբողջություն:

Ինչպես նկատում են պետական կառավարման համակարգում *PR* տեխնոլոգիաների առավել արդյունավետ կիրառման առաջամարտիկներ հանդիսացող բրիտանացի մասնագետները, «Կառավարությունը ոչ միայն պետք է արդյունավետ աշխատի, այլև բոլոր քաղաքացիները պետք է համոզված լինեն, որ այն արդյունավետ է աշխատում»:

Պետությունը, հանձինս տարբեր մարմինների ու կառույցների, իրականացնում է կարճաժամկետ և երկարաժամկետ ծրագրեր, որոնք անմիջականորեն կապված են ամբողջ հասարակության կամ հասարակության այս կամ այն խմբի շահերի, կարիքների, պահանջ-մունքների հետ: Նման իրավիճակում հասարակական կոշտ ընկալումներից, արձագանքներից խուսափելու և փոխըմբռնման մթնոլորտի ձևավորման ու պահպանման նպատակով պետական կառավար-

ման համակարգում անհրաժեշտություն առաջացավ ստեղծելու հատուկ բաժիններ, որոնք անընդհատ երկխոսության մեջ կլինեն բնակչության և քաղաքացիական միավորումների հետ:

Հասարակության կողմից ըմբռնումն ու վստահությունը կարող են նվաճվել միայն այն դեպքում, երբ պետական մարմիններն իրենք են ձգտում առավելագույն թույլատրելի սահմաններում հասարակությանը տրամադրել օբյեկտիվ տեղեկատվություն իրենց որոշումների և գործողությունների, երկրում տիրող իրավիճակի մասին՝ հետևելով տեղեկատվության բաց լինելու և թափանցիկ գործունեության սկզբունքներին, միաժամանակ ապահովելով բնակչության և կազմակերպությունների տարբեր խմբերի ջանքերի կոորդինացումն ու շահերի համաձայնեցումն այս կամ այն հարցերի որոշման, գործողությունների ընդհանուր եզրի և ռազմավարության մշակման գործում: Այս ամենն առաջացնում է քաղաքացիական հասարակության և պետության միջև փոխազդեցությունների նոր ձևերի և մեխանիզմների անհրաժեշտություն և նոր խնդիրներ է առաջ քաշում պետական մարմիններում գործող *PR* ծառայությունների համար:

Ժամանակակից գրականության մեջ ձևավորվել է երկու մոտեցում, որոնք սահմանում են *PR*-ը. սոցիալական և տեխնոլոգիական: Առաջինը ենթադրում է սոցիալական համաձայնության նվաճումն ու սոցիալական փոխազդեցության պահպանումը: Երկրորդ մոտեցումը վերաբերում է կառավարման տեխնոլոգիաներին, հասարակայնության հետ փոխազդեցության գործիքակազմին:

Այսպիսով ստացվում է, որ *PR*-ը միաժամանակ և՛ գաղափարախոսություն է, և՛ կառավարման մեխանիզմ:

Դիտարկենք վերոնշյալ երկու մոտեցումների դրսևորումներն առանձին-առանձին: Անդրադառնալով *PR*՝ որպես *սոցիալական-գաղափարախոսական սահմանմանը*, կարելի է առանձնացնել պետական համակարգում *PR* գործունեության հետևյալ հիմնական սկզբունքները.

1. *Հասարակայնության առջև պետության բաց լինելը*: Այս սկզբունքը ենթադրում է կառավարական որոշումների մշակման ու կայացման գործում տեղեկատվության մատչելիության ապահովում:
2. *Տեղեկատվություն ստանալու իրավունքը*: Այս սկզբունքը ենթադրում է հասարակայնության համար (այդ թվում նաև՝ ՋԼՄ-ով) տեղեկատվության ստացման հավասար հնարավորությունների ապահովում: Պետք է նշել, որ ՀՀ Սահմանադրությունը, որը հռչակում է ժողովրդավարական սկզբունքներ, երաշխավորում է իր քաղաքացիների իրավունքը՝ ստանալու, պահպանելու, տարածելու լիարժեք, օբյեկտիվ տեղեկատվություն պետական մարմինների, հասարակական միավորումների գործունեության, քաղաքական, տնտեսական, մշակութային և այլ ոլորտների մասին: Պետական մարմինները, հասարակական միավորումները, պաշտոնատար անձինք պարտավոր են տրամադրել ՀՀ քաղաքացուն այն բոլոր նյութերը, որոնք կապված են նրա իրավունքների ու օրինական շահերի հետ:
3. *Սոցիալական կողմնորոշում*: Այս սկզբունքը ենթադրում է պետական տեղեկատվական աջակցության ապահովում սոցիալական ուղղվածության ծրագրերին: Տվյալ սկզբունքն առավել արդիական է այն պետական մամլո ծառայությունների համար, որոնք հատուկ ուշադրությամբ պետք է ապահովեն կառավարության կողմից իրականացվող սոցիալական ուղղվածության ծրագրերի լուսաբանումը ՋԼՄ-ով, օրինակ՝ աղետի գոտու կամ հատուկ սոցիալական խմբերի ներկայացուցիչների համար բնակարանների կառուցման ծրագիր և այլն:
4. *Օրինականություն*: Այս սկզբունքը ենթադրում է այնպիսի համակարգի ստեղծում, որն ապահովում է մտքի և խոսքի քաղաքական ու գաղափարախոսական ազատություն, ՋԼՄ անկախություն:

5. *Համակարգայնություն*: Տեղեկատվական քաղաքականությունը հիմնվում է պետական վարչական օղակների և լրատվամիջոցների միջև հարաբերությունների համակարգայնության վրա: Այն ենթադրում է պարբերական հանդիպում ՋԼՄ ղեկավարների հետ, որտեղ քննարկվում են համակարգում առկա հիմնախնդիրները [2]:

Հիմնվելով վերոնշյալ սկզբունքների վրա էլ՝ գործում են պետական կառավարման համակարգի հասարակայնության հետ կապերի ծառայությունները:

Անկախ նրանից, թե պետական որ մակարդակի *PR* բաժինների հետ գործ ունենք, ընդհանուր առմամբ դրանք հետապնդում են հետևյալ նպատակներն ու խնդիրները.

1. պետական և ՏԻՄ կառուցվածքների *PR* միջոցների կառավարման տեղեկատվական մշակույթի մակարդակի բարձրացում,
2. կառավարության որոշումների և դրանց իրականացման քաղաքականության մասին օբյեկտիվ, ամբողջական և օպերատիվ տեղեկատվության տրամադրում լայն հասարակայնությանը,
3. սերտ կապերի հաստատում ընտրագանգվածի և քաղաքացիների նպատակային լսարանների հետ,
4. այդ կապերի ընդարձակում և քաղաքացիների հետ հետադարձ կապի հաստատում՝ իրականացվող պլանների, միջոցառումների և *PR* ծրագրերի վերաբերյալ առաջարկների, քննադատական մեկնաբանությունների և բողոքների փոխանակման տեսքով,
5. ստացվող հետադարձ տեղեկատվության մշտական վերլուծություն, ինչպես նաև պետական պաշտոնյաների նկատմամբ հասարակայնության արձագանքների համարժեքության աստիճանի որոշում,
6. սոցիալ-տնտեսական իրավիճակի և քաղաքական գործընթացների կանխատեսում,

7. ճգնաժամային իրավիճակների կանխարգելում՝ PR հակաճգնաժամային տեխնոլոգիաների և մեխանիզմների կիրառման միջոցով,
8. մշտական աշխատանք՝ ուղղված պետական մարմինների դրական իմիջի ձևավորմանն ու պահպանմանը,
9. մեթոդական աշխատանքների իրականացում՝ ուղղված պետական մարմինների ներկայացուցիչների ու ղեկավարների դրական իմիջի ձևավորմանն ու պահպանմանը:

Ընդհանրացնելով՝ կարելի է ասել, որ պետական համակարգում հասարակայնության հետ կապերի ծառայությունների հիմնական գործառույթը պետական քաղաքականության իրականացման գործում հաղորդակցական ռեսուրսի օպտիմալ կիրառումն է, երբ ապահովվում է համասոցիալական, կորպորատիվ և մասնավոր շահերի փոխհամաձայնեցումը:

Անդրադառնալով PR ընկալման *տեխնոլոգիական-կառավարչական սահմանմանը*՝ PR տեխնոլոգիաների կիրառման առանձնահատկությունները հարկ է դիտարկել պետության ու հասարակայնության միջև հարաբերությունների կառուցման մոդելների համատեքստում:

Կախված տվյալ պետությունում առկա իշխանական հարաբերությունների տիպից՝ առանձնացնում են հասարակայնության հետ կապերի 3՝ իշխման և ենթակայության, անցումային, կառավարչական մոդելները [3]:

1. Իշխման և ենթակայության մոդել.՝ Տոտալիտար կառավարման համակարգ ունեցող պետություններում պետության և հասարակության հարաբերությունները կառուցվում են իշխման և ենթակայության սկզբունքով: Որպես հասարակություն տվյալ դեպքում ծառայում են ենթակաները, որոնք ունեն ընդամենը մեկ իրավունք՝ լոյալ լինել իշխող ռեժիմին: Անձը և նրանց միջոցով կազմված հասարա-

կական միավորումները դիտվում են որպես հասարակության մեջ պոտենցիալ ազդեցություն ունեցող կառույցներ, որոնք մրցակցում են պետության հետ: Հասարակության անդամների կողմից նախաձեռնված գործողությունները դիտվում են որպես ոստնձգություն պետության շահերին: Հասարակայնության հետ կապերի վերոհիշյալ մոդելը, որտեղ քաղաքական հարաբերությունները կառուցվում են «իշխման» և «ենթակայության» հիմքի վրա, գործնականում չի կարող զերծ մնալ քաղաքական քարոզչությունից: Այսպիսի մոդելի դրսևորման վառ օրինակ էր ԽՍՀՄ-ը:

2. Անցումային մոդել. - Հետխորհրդային շրջանում ժողովրդավարացման գործընթացն արդիականացրեց պետության և ձևավորվող քաղաքացիական հասարակության միջև երկխոսության հաստատումը: Դրան նպաստեցին 3 հիմնական գործոններ: Առաջին՝ անկախ պետությունները՝ որպես քաղաքացիական հասարակության քաղաքական ինստիտուտներ, ձգտում էին գտնել ղեկավարման այնպիսի միջոց, որի դեպքում կառավարման օբյեկտն ու սուբյեկտը չէին լինի անտագոնիստական հակադրության մեջ, այլ կհանդիսանային հասարակական հարաբերությունների փոխկախված սուբյեկտներ: Երկրորդ՝ ձևավորվող քաղաքացիական հասարակությունն, իր հերթին, նույնպես փորձում էր ավելացնել իր իրավասությունները կառավարման տարբեր ինստիտուտների հաշվին: Երրորդ՝ մեծ էր հասարակության մեջ կոնֆլիկտայնության, ագրեսիվության աստիճանը, ինչից հետևում է, որ մեծ էր պետության և հասարակության փոխազդեցության կոալիցիոն այնպիսի մեխանիզմների ստեղծման անհրաժեշտությունը, ինչպիսիք են փոխզիջումը, բանակցությունները, կոնֆլիկտի հանդուրժողական լուծման միջոցները և այլն:

Ներկա իրականության մեջ պետության և հասարակության հարաբերությունները ձևավորվում են որպես կառավարողների և

կառավարվողների հարաբերություններ: Այսպիսի պայմաններում *PR*-ը կրում է որակապես այլ բնույթ. դա առաջին հերթին պայմանավորված է նրանով, որ պետությունը հանդես է գալիս որպես կառույց, որի գլխավոր նպատակը ոչ թե իշխելն է, այլ կառավարելը՝ սոցիալական, տնտեսական և այլ հարաբերությունների կարգավորումն ու վերահսկումը: Այդ պատճառով էլ պետության և հասարակության միջև հաղորդակցության ռազմավարությունը հիմնվում է սկզբունքորեն նոր հասկացության՝ փոխազդեցության վրա:

Պետության և հասարակական կառույցների փոխազդեցությունն արտացոլված է այնպիսի ձևերի մեջ, ինչպիսիք են աջակցությունը, տեղեկատվություն ստանալու իրավունքը, կարծիքների և առաջարկների քննարկումը, որոշումների կայացման գործում մասնակցության ապահովումը, պետական մարմիններում աշխատանքի խթանումը և այլն: Բացի այդ, գործում են նաև բաց ժողովրդավարության ինստիտուտներ, ինչպիսիք են հանձնաժողովները, հասարակական խորհուրդներն ու պալատները, տարբեր խնդիրների շուրջ հասարակական լուսմները և այլն:

Անցումային փուլում պետության և հասարակության հարաբերություններն արտահայտում է հասուն *PR*-ը՝ նպատակային հասարակայնության հետազոտման գիտահետազոտական մեթոդների կիրառմամբ և հետադարձ կապի ապահովմամբ:

3. Կառավարչական մոդել. - Այս մոդելի դեպքում հասարակայնությունը փոխազդում է պետությանը որպես ծառայություն ստացող հաճախորդ կամ հաճախորդների խումբ, որտեղ հասարակայնության հետ կապերը կառուցվում են փոխհամաձայնության, երկարաժամկետ համաձայնագրերի, տեղեկատվական փոխազդեցության, օրինաստեղծ գործընթացում հասարակայնության մասնակցության խթանմամբ, սոցիալական ծրագրերի համատեղ իրականացմամբ: Այս մոդելի էությունը պետության և քաղաքացիական հասարակու-

թյան միջև համագործակցային երկխոսության ստեղծումն է, որտեղ դոմինանտ են դառնում վերջինիս շահերը: Այս դեպքում մենք գործ ունենք պետության և հասարակության իրավահավասար համագործակցային փոխհարաբերությունների հետ: Այս փոխազդեցության արդյունքում տեղի է ունենում ոչ միայն փոխազդեցության օբյեկտի, այսինքն՝ քաղաքացիական հասարակական կարծիքի փոփոխություն, այլև՝ սուբյեկտի: Այս մոդելը ամենաօպտիմալն է իրավական ժողովրդավարական պետության և զարգացող քաղաքացիական հասարակության փոխազդեցության պայմաններում:

Ակնհայտ է, որ կախված պետության ու հասարակայնության միջև հարաբերությունների կառուցման գործող մոդելից՝ պետությունը կիրառում է հասարակայնության հետ կապերի և հաղորդակցության լայն զինանոցի այս կամ այն գործիքը: Միաժամանակ, գոյություն ունի նաև ուղիղ կախվածություն պետական կառավարման մակարդակի և PR ծառայության առանձնահատկությունների միջև. մարզային և համայնքային պետական մարմիններում քաղաքացիների հետ անմիջական շփումն ավելի լայնորեն է իրականացվում: Ավելի գլոբալ մակարդակում շեշտն ավելի շատ դրվում է ՋԼՄ վերլուծական և կանխատեսողական գործունեության վրա:

Պետական կառավարման համակարգում PR կիրառման փորձն ու առանձնահատկությունները Հայաստանում

Դիտարկենք ՀՀ պետական կառավարման համակարգում PR տեխնոլոգիաների կիրառման փորձն ու առանձնահատկությունները: Նշենք, որ Հայաստանում մինչև վերջին ժամանակները հասարակայնության հետ կապերը, որպես առանձին կառույց, որն իրականացնում է վերը նշված գործառույթներն ու նպատակները, գոյություն չուներ: Սակայն դա չի նշանակում, թե պետական կառույցների գործունեությունը փակ է եղել հանրության համար, և նրանք չեն տեղեկացել պետական

կառույցների գործունեության արդյունքների մասին: Մովորաբար այդ գործառույթներն իրականացնում էր կառույցի որևէ աշխատակից կամ պաշտոնյա (խորհրդական կամ այլ պաշտոնյա), որը պատասխանատու էր ՋԼՄ-ի հետ հարաբերությունների համար, բացի այդ, իրականացնում էր նաև մի շարք այլ գործառույթներ, ընդ որում՝ ՋԼՄ-ի հետ կապի ապահովումը սովորաբար մղվում էր երկրորդ պլան, չնայած որոշ կառույցներում առկա էին նաև պետական տեղեկատվական գործակալություններ կամ հասարակայնության հետ կապերի բաժիններ:

Ըստ էության, կիրառելով հաղորդակցության տարբեր մեթոդներ ու մոդելներ՝ յուրաքանչյուր բաժին կամ պաշտոնատար անձ հետապնդում էր միևնույն նպատակը. հասարակայնության հետ կապերի հաստատում և տեղեկատվության տրամադրում բնակչությանը պետական մարմնի գործունեության ու որոշումների մասին:

Սակայն հասարակայնության հետ կապերի պատասխանատվության կամ դերի վերաբաշխումը պետական կառույցում տարբեր պաշտոնատար անձանց, բաժինների կամ վարչությունների միջև չէր նպաստում պետական մարմնի ու հասարակայնության միջև արդյունավետ երկխոսության հաստատմանը, քանզի հիմնականում հասարակայնության հետ կապերի հաստատման ու զարգացման գործառույթն ուղղակի դառնում էր ևս մեկը մնացած ֆորմալ գործառույթների շարքում՝ չձառայելով բուն նպատակին: Բացի այդ, գործունեության նման պայմաններում պետական կառույցները բավարար չափով բաց չէին, ինչը չէր կարող նպաստել ՀՀ ժողովրդավարացման ու քաղաքացիական հասարակության ձևավորման գործընթացներին, բացակայում էր պետական մարմինների գործունեության նկատմամբ հետադարձ կապը բնակչության կողմից: Այս ամենը հանգեցնում էր նրան, որ հասարակայնության ու պետության միջև համագործակցային կապը սկսեց կրել ավելի շատ դեկլարատիվ, քան փաստացի բնույթ: Սա էլ իր հերթին ազդում էր պաշտոնատար անձանց և,

ընդհանրապես, պետական ապարատի հանդեպ հասարակության վստահության աստիճանի վրա:

Վերը նշված գործոնները, ինչպես նաև մի շարք այլ հանգամանքներ, ծնված ժամանակի հրամայականով, ստիպեցին առավել խոր ու լուրջ գիտակցել պրոֆեսիոնալ պետական PR, այսինքն՝ այնպիսի համակարգի ստեղծման անհրաժեշտությունը, որի դեպքում այն մարդիկ, որոնք իրականում հետաքրքրվում են այս կամ այն պետական մարմնի գործունեությամբ, կարողանային ստանալ անհրաժեշտ տեղեկատվությունն առանց ավելորդ էներգիա ու ժամանակ ծախսելու:

Այսպիսի PR համակարգի ստեղծման անհրաժեշտության գիտակցումը հասարակայնության հետ կապերը ՀՀ պետական համակարգում դրեց որակապես այլ մակարդակի վրա:

Հայաստանում պետական կառավարման մարմինների տեղեկատվական աշխատանքի համար պատասխանատու կառույցների գործունեությունը կանոնակարգող առաջին և, թերևս, միակ նորմատիվ փաստաթուղթը 2004թ. մայիսի 6-ին ընդունված «Գործադիր իշխանության՝ հասարակության հետ կապերի բաժանմունքների տիպային կանոնադրության, գործադիր իշխանության մարմնի ղեկավարի մամուլի քարտուղարի գործառնությունների մասին» կառավարության որոշումն է [4]: Ընդհանուր դրույթներին զուգահեռ՝ այս որոշմամբ սահմանվում են իշխանության գործադիր մարմինների հասարակության հետ կապերի գերատեսչությունների հիմնական խնդիրներն ու գործառույթները, ինչպես նաև գործադիր իշխանության մարմնի ղեկավարի մամուլի քարտուղարի պարտականություններն ու լիազորությունները:

Չնայած պետական կառույցներում PR որակապես նոր մակարդակին անցնելը դեռ չի նշանակում, թե ՀՀ-ում պետական կառույցների հասարակայնության հետ կապերը վերջնականապես ձևավորվել են.

դրանք ընդամենը գտնվում են ձևավորման ու զարգացման փուլում: Պետական տարբեր մակարդակի PR բաժինների ներկայացուցիչների հետ անցկացված հարցազրույցները, ինչպես նաև դիտարկված և ուսումնասիրված այլ աղբյուրները թույլ են տալիս խոսել ներկայիս ՀՀ պետական կառույցների հասարակայնության հետ կապերի բաժինների կամ վարչությունների գործունեության առանձնահատկությունների, օրինաչափությունների, ինչպես նաև այդ գործունեության վրա ազդող օբյեկտիվ ու սուբյեկտիվ մի շարք գործոնների մասին:

Հատկանշական է, որ նոր ձևավորված PR բաժինների գործունեության մեջ տեսանելի է հին բաժինների և նոր կառուցվածքային միավորումների գործառույթային սինթեզ: Խոսքն այն մասին է, որ մի շարք PR բաժիններ, ձևավորվելով հնում այլ գործառույթներ իրականացնող բաժինների հիմքի վրա, երբեմն շարունակում են իրականացնել այդ գործառույթները, օրինակ՝ հնում քաղաքացիների մասնավոր խնդիրների լուծման պրակտիկան կարող է տեղափոխվել PR բաժին՝ միաժամանակ մոռանալով, որ այն կոչված է որակապես այլ նպատակների իրականացման համար: Նման իրավիճակը մեծապես պայմանավորված է պետական կառույցում PR *իրական գործառույթների թերի կամ աղավաղված գիտակցմամբ*, ընդ որում՝ ոչ միայն շարքային քաղաքացիների, այլև պետական կառույցի համապատասխան բաժինների ղեկավարների ու նույնիսկ մասնագետների կողմից: Պետական կառույցներում PR դերն ու նշանակությունը հիմնականում համարժեք չեն գիտակցվում ՏԻՄ-երում, թեև այս երևույթը երբեմն տեսանելի է նաև պետական կենտրոնական ապարատում: Չնայած հանրապետության մակարդակով հասարակայնության հետ կապերում տեսականորեն շեշտադրվում է ՋԼՄ-ի հետ հարաբերությունների հաստատումը, վերլուծական և կանխատեսողական գործունեությունը, սակայն հետազոտության արդյունքները ցույց են տալիս, որ գործնականում ամեն ինչ հանգում է հիմնական-

նում դեպի *ՁԼՄ-ի հետ կապերի հաստատմանը*: Հազվադեպ է իրականացվում *տեղեկատվության վերլուծություն*, իսկ ավելի հազվադեպ՝ *կանխատեսում*: Այն դեպքում, երբ պետական մարմինները տիրապետում են հսկայական տեղեկատվական ռեսուրսների, քանզի համակարգի ներսում կարող է իրականացվել տեղեկատվության փոխանակում առանց որևէ խոչընդոտի, և այդ տեղեկատվությունը պետք է պարբերական մշակման ենթարկվի:

Տեղեկատվական-վերլուծական գործունեությունը շատ կարևոր է, այն անմիջականորեն կապված է ղեկավարման հետ, ինչը զիտակցում ու ընդունում են շատ ղեկավարներ: Կարևոր է տեղեկատվական-վերլուծական կառուցվածքների նպատակների ու խնդիրների հավասարակշռումը պետական մարմնի այլ կառույցների հետ: Գործնական աշխատանքում կարևոր է նաև, որ այդ ենթաբաժիններն իրականացնեն անընդհատ աշխատանք՝ սկսած տվյալների հավաքագրումից, դրանց դասակարգումից, մշակումից ու վերլուծությունից մինչև կանխատեսումների իրականացումն ու պրակտիկ խորհրդատվության տրամադրումը:

Ներկայիս պետական կառույցներում գրեթե չկան նման բաժիններ, սովորաբար վերը նշված գործառույթներից մի քանիսն իրենց վրա են վերցնում *PR* բաժինները, մի մասն էլ նյութատեխնիկական ու մարդկային ռեսուրսների բացակայության պատճառով չի իրականացվում: Բացի այդ, դեռևս անորոշ են նաև վերջինիս գործունեության նորմատիվ հիմքը, մեթոդներն ու ձևերը, տեղն ու դերը որոշումների կայացման գործում: Ինչպես արդեն նշվեց, ներկայումս պետական կառույցների *PR* բաժինների գործունեությունը հիմնականում հանգեցվում է *ՁԼՄ-ի հետ կապերի հաստատմանը*: Կարիք չկա ևս մեկ անգամ նշել, թե ինչու են *PR* գործունեության անկյունաքարը հանդիսանում հենց *ՁԼՄ-ի հետ հարաբերությունները*: Վերջինս *PR* բաժինների համար միջավայրի, հասարակական տրամադրություն-

ների ու կարծիքների մասին կարևորագույն աղբյուր է. կապված տվյալ պետական մարմնի գործունեության ու որոշումների հետ՝ լրատվամիջոցներն ապահովում են կազմակերպության (պետական մարմնի) ու հասարակայնության միջև հաղորդակցությունների անընդհատ «թարմացումը»:

Այստեղ կարևոր ենք համարում անդրադառնալ այն հանգամանքին, որ հայրենի *PR* բաժինները ՁԼՄ-ի հետ արդյունավետ հարաբերությունների հաստատման գործընթացում շեշտը դնում են կարծիքի լիդերների ներգրավման վրա: Գաղտնիք չէ, որ գոյություն ունի նախապաշարմունքային վերաբերմունք այն պաշտոնյայի նկատմամբ, որը պաշտպանում կամ ուղղակի ներկայացնում է կառավարության կամ այլ պետական կառույցի տեսակետը: Այդ պատճառով էլ պետական *PR* բաժինները պաշտոնական տեսակետը ներկայացնելու համար պարբերաբար ներգրավում են ոչ պաշտոնատար, բայց հեղինակավոր անձանց (գիտնական, քաղաքագետ, գրող և այլն): Բացի կարծիքի լիդերների ներգրավումից, իրենց գործունեության ընթացքում կամ քաղաքականության մասին տեղեկատվության տրամադրման համար կիրառվում է ըստ աղբյուրների տեղեկատվության ապակենտրոնացման մեթոդը, այսինքն՝ բացի տվյալ կառույցի ղեկավարից (օրինակ՝ նախարարից կամ նրա տեղակալներից), կառույցի գործունեության կամ որոշումների կայացման ընթացքը մեկնաբանելու համար ներգրավվում են խորհրդականները, համապատասխան վարչության ղեկավարները կամ մասնագետները: Այս գործելակերպը լայնորեն կիրառվում է հայրենի նախարարությունների կամ կառավարությանն առընթեր մարմինների կողմից:

Ուսումնասիրելով հայրենի պետական *PR* բաժինների և ՁԼՄ-ի միջև հարաբերությունների առանձնահատկությունները՝ կարելի է ասել, որ դրանք հիմնվում են առաջին հերթին սոցիալական ու անձնական կապերի վրա և ունեն փոխադարձ վստահության մթնոլորտի վրա հիմնված բնույթ:

Չնայած մեր երկրում պետական PR ծառայությունները գտնվում են կայացման փուլում, սակայն հետաքրքրական է այն փաստը, որ տարբեր կառույցների PR բաժիններում հանդիպում ենք պետական PR իմացության, նախաձեռնողականության տարբեր աստիճանների և մոտեցումների: Կարելի է ասել, որ ոչ միայն տվյալ պետական կառույցի ներսում, այլև ընդհանրապես ՀՀ պետական կառավարման համակարգում գոյություն չունի միանշանակ ընկալում պետական PR ելույթի, նպատակների ու նշանակության մասին:

Պետական PR կարևորագույն ուղղություններից է ներքին PR աշխատանքը, իսկ ավելի կոնկրետ՝ կառույցի ներքին կոլեկտիվ հոգեբանական մթնոլորտի վերլուծությունն ու դրա հիման վրա խորհրդատվության տրամադրումը ղեկավարությանը: Դժբախտաբար, հայրենի PR ծառայությունները PR այս ասպեկտին բավարար ուշադրություն չեն դարձնում:

Անդրադառնալով պետական կառույցներում PR բաժինների գործունեության արդյունավետության վրա ազդող գործոններին՝ կարելի է առանձնացնել դրանք՝ ըստ փորձագետների կարծիքների վերլուծության.

- հասարակայնության հետ կապերի մասնագետի միանշանակ անվանման բացակայությունը,
- բավարար նորմատիվ հիմքի բացակայությունը, որը գործնականում կկարգավորեր PR մասնագետների գործունեությունը,
- պետական համակարգում PR-ի մասին մասնագիտացված գրականության բացակայությունն ընդհանրապես, հայերեն գրականությանը՝ մասնավորապես,
- նախարարությունների և գործադիր այլ մարմինների PR բաժինների միջև գործողությունների համակարգված կոորդինացման անլիարժեքությունը,

- պետական կառույցների *PR* մասնագետների վերապատրաստման դասընթացների բացակայությունը կամ անբավարար լինելը,
- *PR* գործունեության արդյունավետության չափման չափանիշների բացակայությունը,
- տեղեկատվական-վերլուծական բաժնի (անհրաժեշտության դեպքում) բացակայությունը,
- հասարակայնության հետ հետադարձ կապի ապահովման այնպիսի կարևոր մեխանիզմի կիրառման բացակայությունը կամ պակասը, ինչպիսին է հասարակական կարծիքի ուսումնասիրումը (սոցիոլոգիական հետազոտությունների անցկացում և այլն):

Ամփոփում

ՀՀ-ում գրեթե յուրաքանչյուր պետական մարմին ունի հասարակայնության հետ կապերի սեփական ծառայությունը, որը հանդես է գալիս տարբեր ձևերով. *PR* բաժին, *PR* վարչություն, մամուլի քարտուղար, տեղեկատվական հոսքերի կառավարման կենտրոն, մամուլի ու լրատվության ծառայություն և այլն: Ընդհանուր առմամբ, դրանք բոլորն էլ գործում են մեկ նպատակի շուրջ. պետական մարմնի գործունեության վերաբերյալ հասարակայնությանն իրազեկում, հետադարձ կապի ապահովում և փոխըմբռնման մթնոլորտի ստեղծում պետության ու հասարակայնության միջև:

Պետական *PR* ծառայությունների գործունեությունը մեծապես կախված է նյութական ու մարդկային, ինչպես նաև իրավական ռեսուրսների առկայությունից: Ռեսուրսների առկայության տեսակետից *PR* ծառայությունների գործունեությունը սահմանափակվում է առկա բյուջեի սահմանափակության պատճառով, սակայն պետական կառույցները տիրապետում են հսկայական վարչական ռեսուրսների և ինֆորմացիոն աղբյուրների: Միաժամանակ, պետական *PR*

բաժինների գործունեությունը մեծապես կապված է պետության անվտանգության հետ: Այս առումով, շատ կարևոր է տեղեկատվական հոսքերի կառավարման, PR գործունեության իրավական հիմքի ապահովումը: Գործնականում դա կարող է իրականացվել գործառույթների ու պատասխանատվությունների հստակեցմամբ ու դրանց իրավական ամրագրմամբ:

Ընդհանրացնելով վերոնշյալ առաջարկները՝ պետք է մատնանշել պետական *երկարատև PR ռազմավարության* մշակման կարևորությունը, քանզի ներկայումս հայրենի PR ծառայությունները գործում են հիմնականում իրավիճակային ու կարճատև պլանավորման միջոցով:

Չպետք է մոռանալ, որ պետական մարմինների կայուն դրական իմիջի ստեղծումն ու պահպանումը հնարավորություն կտան խուսափել պետություն-հասարակություն լարվածության առաջացումից, կնպաստեն պետության նկատմամբ հասարակության լոյալ վերաբերմունքի առաջացմանն ու պահպանմանը, ինչը ժողովրդավարական պետության զարգացման կարևորագույն նախադրյալն ու գրավականն է:

Հոկտեմբեր, 2012թ.

Աղբյուրներ և գրականություն

1. *Почепцов Г.*, Психологические войны, «Ваклер», 2000.
2. PR против кризисов. Под общей редакцией А.Ю. Борисова. РАСО, 1999г., Лазутин В.В., Роль PR в государственной системе.
3. *Толстых П.А.*, Лоббинг, Связи с общественностью, GR: определение основных понятий, Lobbings.ru
4. ՀՀ կառավարության նիստի արձանագրությունից քաղված՝ «Հանրապետության գործադիր մարմնի հասարակայնության հետ կապերի ստորաբաժանման օրինակելի կանոնադրության, հանրապետության գործադիր մարմնի ղեկավարի մամուլի քարտուղարի գործառույթների մասին», N17, 6 մայիսի 2004թ.:

5. Մելքոնյան Նվարդ, Հասարակայնության հետ կապերի հիմունքներ, Երևան, 2008:
6. *Моисеев В.А.*, Паблик Рилейшнз. Теория и практика, К., 1999.
7. *Плетнев Е.А.*, Роль связей с общественностью в государственной системе России // сборник статей «Интернет и современное общество», 2006.
8. *Щебуняев А.*, ПР-подразделение в органах государственного управления, М., 2007г.
9. *Fraser P. Seitel*, The practice of PR, 1998. Chapter 17, Government.

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И СИСТЕМА ГОСУПРАВЛЕНИЯ РА

Сона Погосян

Резюме

Статья представляет собой попытку анализа и обобщения учебной, научной литературы армянских и зарубежных авторов, нормативных документов, регламентирующих деятельность соответствующих структур PR, и рассматривает особенности организации и функционирования PR-подразделений в государственных организациях, историю и идеологию формирования и развития связей с общественностью, специфику института «паблик рилейшенз». На основе анализа литературы и экспертных мнений выявляются особенности и ограничения PR-технологий в системе армянского государственного управления. Обосновывается необходимость выдвижения соответствующих задач в данной области.