
ՀՀ-ՈՒՄ ԹՎԱՅԻՆ ՏԵԽՆՈԼՈԳԻԱՆԵՐԻ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ ՀԱՆՐԱՅԻՆ ԿԱՊԵՐԻ ՓՈԽԱԿԵՐՊՄԱՆ ՎՐԱ

ԱՍՏՂԻԿ ԱՎԵՏԻՍՑԱՆ, ԱՐՄԱՆ ԳՐԻԳՈՐՅԱՆ

Հանրային կապերի (այսուհետ նաև՝ PR) դերը յուրաքանչյուր անհատի, կառույցի, կազմակերպության, պետության համար կարևոր է. մեր կյանքի յուրաքանչյուր քայլ հաղորդակցություն է, որի արդյունավետ կառավարումը նպաստում է առաջընթացին և զարգացմանը: Հանրային կապերը հարաբերություններ ստեղծելու, վստահություն ձեռք բերելու երկարաժամկետ գործընթաց է: PR-ը դինամիկ զարգանում է, օրեցօր ավելանում են նոր գործիքներ, ձևափոխվում է հաղորդակցության ակտիվները: Վերջին տարիներին, թվային տեխնոլոգիաների զարգացմանը զուգընթաց, սոցիալական ցանցերը դարձել են հանրային կապերի և հաղորդակցության մասնագետների աշխատանքի անբաժան մասը: Այն ազդում է ինչպես հաղորդակցության բովանդակության, այնպես էլ ձևի վրա:

«Հայկական Փի Ար ասոցիացիայի» մեկ տարի առաջ իրականացրած ուսումնասիրությունն արձանագրել էր, որ սոցիալական մեդիան, իր ծավալների ընդլայնմանը զուգահեռ, շատերի համար գուտ ընկերական միջավայր լինելուց բացի, վերածվել է մասնագիտական հարթակի¹: Այսօր հանրային կապերի պատասխանատուներն այս հարթակը օգտագործում են իրենց յուրաքանչյուր արշավի ժամանակ: Առաջին հերթին այն անմիջական է. որքան էլ որ ուղերձը հանրային է և նախատեսված է մեծ լսարանի համար, այնուամենայնիվ անմիջական շփումը և հետադարձ կապը հաճախ կայանում են մեկնաբանությունների շնորհիվ: Այստեղ աշխատում է նաև դռնից դուռ տեխնոլոգիան՝ օֆլայնից փոխակերպվելով օնլայն հարթակի²: Հաշվի առնելով բոլոր հանգամանքները՝ պետք է արձանագրել, որ հանրության հետ հաղորդակցությունը պետք է իրականացվի գրագետ, մասնագիտորեն, քանի որ այն յուրաքանչյուր անհատի, կառույցի և պետության հաջողության ու հեղինակության ձեռք բերման գրավականն է:

Վերջին տարիներին համացանցն ամբողջությամբ փոխել է հանրային կապերի և հաղորդակցության ձևն ու բովանդակությունը. սո-

¹ Տե՛ս «Հայկական Փի Ար ասոցիացիայի» պաշտոնական կայքը՝ www.armpr.org/prawards

² Տե՛ս **Ա. Շ. Ավետիսյան**, Ավանդական հաղորդակցության փոխակերպման դրսևորումները ՀՀ-ում հանրային կապերի համատեքստում, «Հանրային կառավարում» գիտական հանդես, № 1, Եր., 2020, էջ 240-258:

ցիալական մեդիան հետադարձ կապի անմիջական և անձնական շփման հնարավորություն է տալիս, կառույցի և հանրության միջև հաղորդակցության ինտերակտիվ նոր գործիքներ առաջարկում: Ընդամենը մի քանի տարի առաջ քաղաքական գործիչները, առևտրային, հասարակական և այլ կազմակերպություններն ուղղակիորեն կախված էին զանգվածային լրատվամիջոցներից, և լրագրողների հետ աշխատանքը հանրային կապերի և հաղորդակցության մասնագետի աշխատանքի մեծ մասն էր կազմում: Թվային տեխնոլոգիաների զարգացումը նոր հնարավորություններ բերեց ստիպելով մասնագետներին քայլել տեխնոլոգիական առաջընթացին զուգահեռ և օգտվել հանրության հետ կապի առավել ինտերակտիվ և անմիջական գործիքներից:

Հայաստանում սոցիալական ցանցերից ամենաակտիվն օգտագործվում է «Ֆեյսբուք» սոցիալական մեդիան: Ի սկզբանե Հարվարդի համալսարանի մի քանի ուսանողների ստեղծած հարթակը այդ համալսարանականներին միավորող գործիք էր, հետագայում այն ընդլայնվեց և դարձավ ողջ աշխարհը միավորող սոցիալական հարթակ: Զարգացմանը զուգահեռ՝ «ընկերներին և ընտանիքի անդամներին միավորելու» Ֆեյսբուքի առաքելությանը ավելացան նաև «բացահայտել, թե ինչ է կատարվում աշխարհում» և «սեփական կարծիքն ու մտորումները արտահայտել» նպատակները: Համաձայն «Statista» հեղինակավոր ընկերության տվյալների՝ ֆեյսբուքյան ակտիվ օգտատերերի քանակն ավելանում է տարեցտարի. 2020 թվականին այն հասնել է 1.69 միլիարդի³:

Մեր ուսումնասիրություններից⁴ պարզ է դառնում, որ սոցիալական կայքերն իրենց անմիջականությամբ առաջացրել են նաև հուզականության և զգացմունքայնության նոր միջավայր. նրանք հեշտությամբ արթնացնում են զայրույթ, ըմբռնում, գոհունակություն, բավարարվածություն, բողոք և այլն: Հանրային կարծիքի ձևավորման և դրանց վրա ազդելու մի շարք հնարքներ այսօր օգտագործվում են նաև թվային հարթակներում. ամբոխի մանիպուլյացիոն (crowd manipulation) դասական հնարքներն իրենց տեղն են գտել նաև սոցիալական ցանցերում: Գերմանացի հայտնի քաղաքագետ Էլիզաբեթ Նոյել-Նոյմանի զանգվածային հաղորդակցության և քաղաքագիտության «լռության պարույր» տեսությունն արդյունավետ աշխատում է նաև թվային հարթակներում, ավելին՝ կեղծ օգտատերերի կարծիքների և մեկնաբանությունների միջոցով հնարավոր է դարձել հեշտությամբ մեծացնել տեխ-

³ St' u Number of Facebook users worldwide from 2015 to 2020, Published by J. Clement, Nov. 15, 2019, <https://www.statista.com/statistics/490424/number-of-worldwide-facebook-users/>

⁴ Հայկական PR ասոցիացիայի գիտահետազոտական կենտրոնի սահմանափակ PR մրցանակաբաշխություն, 2018 թ. նոյեմբերից 2019, նոյեմբերն իրականացված փորձագիտական հարցումներ, ավտոմատացված մշտադիտարկումներ, որակական և քանակական հետազոտություններ: Հնդվածի հեղինակները հետազոտական խմբի անդամներ են:

նուրգիայի արդյունավետությունը: Նոյել-Նոյմանի տեսությունը ենթադրում է, որ անհատը, գտնվելով փոքրամասնության մեջ, ամենայն հավանականությամբ չի հայտնի իր կարծիքը, որովհետև նա վախենում է մեկուսացումից: Այդ վախը, որպես կանոն, պարույրի սկիզբն է, այնուհետև այն ավելի ու ավելի է մեծանում: Այս գործընթացում մեծ է նաև ավանդական, այլընտրանքային և հատկապես սոցիալական մեդիայի դերը: Հայաստանում հարցման ենթարկված շատ փորձագետներ փաստում են, որ իրենց մասնագիտական վերլուծությունները հասարակության լայն շրջանակի կողմից քննադատության են արժանանում, հայեցողական արտահայտությունների տեղիք են տալիս, ինչը ստիպում է, որ իրենք «մասնագիտական լուրջություն» պահպանեն: Առավել հաճախ զանգվածային լրատվության միջոցներն են թելադրում, թե որ կարծիքն է գերիշխող և կարող է լրջորեն ազդել անհատի գիտակցության վրա, իսկ սոցիալական ցանցերում հանդիպող գոեհիկ բառապաշարը հավելյալ առիթ է փոքրամասնության մեջ կամ կողքին չլինելու համար: Նոյել-Նոյմանը «լուրջության պարույրը» բնութագրում է որպես մի գործընթաց, որտեղ հանրային կարծիքի վերաբերյալ կանխատեսումները վերածվում են փաստերի, քանի որ զանգվածային լրատվության միջոցներում մեծամասնության կարծիքի լուսաբանումը դառնում է ստատուս քվո⁵: «Oxford Internet Institute»-ի կատարած վերջին հետազոտությունները ցույց են տալիս, որ մանիպուլյացիան սոցիալական ցանցերում տարեցտարի ավելանում է՝ ընդգրկելով տարբեր երկրներ (մանիպուլյացիան 2019 թվականին 2017 թվականի համեմատությամբ կրկնապատկվել է): Շնորհիվ սոցիալական մեդիայի գլոբալ հասանելիության՝ ամբողջ աշխարհում կեղծ լուրերի և «թունավոր» տեղեկատվության տարածումը քաղաքական առաջնորդների համար դարձել է «նորմալ»: Թեև քարոզչությունը միշտ եղել է քաղաքական խոսույթի (դիսկուրսի) մի մասը, ներկայումս քարոզարշավների և մանիպուլյացիոն հնարքների խորությունն ու ծավալը մտահոգում են մասնագետներին⁶: Մի շարք երկրներում, այդ թվում նաև Հայաստանում, քաղաքական գործիչներն ու կուսակցություններն օգտագործում են նաև ավտոմատացված բոտային հաշիվներ (Automated bot accounts): Որևէ քաղաքական ուժին սատարող ուղերձները հաճախ տարածվում և մեկնաբանվում են տարբեր կեղծ օգտատերերի կողմից, օգտագործվում են բանալի բառեր (key words)՝ ֆեյսբուքյան ալգորիթմների միջոցով այդ ուղերձները զանգվածայնացնելու համար:

Մեծ Բրիտանիայի հեղինակավոր Լիդսի համալսարանի հանրա-

⁵ Տե՛ս **Нозль-Нойман Э.**, Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М.: Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996, էջ 3-16:

⁶ Տե՛ս 'The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation' Report, co-authored by Professor Philip Howard, Director of the Oxford Internet Institute (OII), and Samantha Bradshaw, Researcher at the OII, <https://www.oii.ox.ac.uk/news/releases/use-of-social-media-to-manipulate-public-opinion-now-a-global-problem-says-new-report/>

յին հաղորդակցության պրոֆեսոր Ջեյ Բլումլերն առաջարկում է վերոնշյալ գործընթացները կոչել **4-րդ սերնդի հաղորդակցություն**, քանի որ այն ավելի բարդ է և հազեցած⁷:

Հայաստանում ՁԼՄ-ների, հատկապես հեռուստատեսության նկատմամբ վստահությունն օրեցօր նվազում է. քաղաքական գործիչները և կազմակերպություններն առանց լրագրողների միջնորդության իրենց թիրախային լսարանի հետ ավելի հեշտ են հաղորդակցվում: Սոցիալական ցանցերի ստեղծած հնարավորությունները հայտնի և անհայտ, հրապարակային և քաղաքական գործիչների համար արտահայտվելու լայն դաշտ են ստեղծել: Հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ հայաստանյան հեռուստաընկերությունները սահմանափակ թվով քաղաքական, հասարակական գործիչների են եթեր տրամադրում, սոցիալական մեդիան բացախոսության հնարավորություն է ընձեռնում շատերին:

Հայաստանի բնակչության կեսից ավելին՝ 54.7 %-ը, ֆեյսբուքյան փաստացի օգտատեր է⁸: Հենց դա է պատճառը, որ գրեթե բոլոր առևտրային, սոցիալ-մշակութային, հասարակական, ինչպես նաև քաղաքական կառույցներն իրենց պաշտոնական և ոչ պաշտոնական էջերն ունեն այդ սոցիալական ցանցում: Եթե 2017 թ. «Հայկական Փի Ար սոցիալացիայի» իրականացրած հետազոտությունը⁹ մատնանշում էր թվային հարթակներից օգտվելու դրական դինամիկա ՀՀ գերատեսչությունների և առաջնորդների շրջանում, այսօր մեր ուսումնասիրությունները վկայում են, որ սոցիալական ցանցերը, մասնավորապես ֆեյսբուքն օգտագործվում է որպես պաշտոնական տեղեկատվության առաջնային գործիք: Ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ ՀՀ վարչապետ Նիկոլ Փաշինյանն ու կառավարությունը հիմնականում նախընտրում են տեղեկատվությունը հանրությանը փոխանցել ֆեյսբուքյան «live» (կենդանի եթեր) գործիքի օգնությամբ: Պաշտոնական ուղերձներ հազվադեպ են հնչում, գրեթե ողջ տեղեկատվությունը վարչապետը տրամադրում է անձամբ, այլ ոչ թե լրատվամիջոցների կամ մամուլի քարտուղարի միջոցով: Հասարակության մեծ մասը դա ընկալում է որպես անմիջական շփում, սակայն երկրի ղեկավարի պաշտոնական հաղորդակցության ռազմավարությունն այս պարագայում բացակայում է, իսկ լրատվամիջոցների համար տեղեկատվության աղբյուր են դառնում վարչապետի ֆեյսբուքյան հեռարձակումն ու ուղերձը: Դա է պատճառը, որ հեռուստաընկերություններն սկսեցին հեռարձակել վատ որակի ելութներ, տեսանյութեր, ինչը նաև բացասաբար ազդեց

⁷ St' u Rethinking Political Communication in a Time of Disrupted Public Spheres W. Lance Bennett & Barbara Pfetsch, Journal of Communication ISSN 0021-9916, Oxford Academic.

⁸ St' u <https://www.breavis.com/2019/04/25/am-facebook-and-armenia/>

⁹ St' u **Ա. Շ. Ավետիսյան**, Հայաստանի Հանրապետությունում հանրային կապերի (PR) ոլորտի ձեռքբերումներն ու մարտահրավերները, «Բանբեր Երևանի համալսարանի. Միջազգային հարաբերություններ, Քաղաքագիտություն», 2018, № 2 (26), էջ 43-53:

երթերային բովանդակության և լրագրողական աշխատանքի մատուցման վրա:

Արձանագրենք, որ գրեթե բոլոր գերատեսչությունները «Ֆեյսբուք» սոցիալական հարթակում ունեն իրենց պաշտոնական էջերը և շարունակում են օգտագործել ֆեյսբուքյան էջերն ուղղահայաց հաղորդակցության համար՝ տեղեկացնելով միայն իրենց գործունեության մասին, սակայն հանրային հետ հետադարձ կապը դեռևս լիարժեք չէ, այսինքն՝ պետական գերատեսչությունները լիովին չեն օգտագործում սոցիալական ցանցերի փոխադարձ կապի (Feedback) հնարավորությունները: Փորձագետները մանրակրկիտ հարցազրույցում հավաստել են, որ չնայած պետական գերատեսչությունների և քաղաքական ուժերի կողմից սոցիալական ցանցերի օգտագործումը դրական միտում է, ինչը գնահատելի է, սակայն հավելել են՝ դա պետք է անել ավանդական և պաշտոնական հաղորդակցությանը զուգահեռ և չպետք է ամբողջությամբ փոխարինել մեկը մյուսով: Ի տարբերություն այլ երկրների, որտեղ պետական առաջնորդներն ակտիվորեն օգտագործում են սոցիալական ցանցերը, բայց միննույն ժամանակ ինստիտուցիոնալ առումով կայացած է ճեպագրույցների, մամուլի ասուլիսների, գերատեսչություն-լրատվամիջոց, լրատվամիջոց-հանրություն կապը, Հայաստանի Հանրապետությունում չկա հաղորդակցության կայացած ավանդույթ, և առաջնորդներն իրենք են ընտրում իրենց հաղորդակցման ռազմավարությունը:

Ավանդական և այլընտրանքային ՁԼՄ-ների հետ աշխատանքի համատեքստում պետք է նշել, որ ուսումնասիրությունները դրական դիմամիկա են արձանագրել ՀՀ արտաքին գործերի նախարարության քաղաքականությունում: Եթե մի քանի տարի առաջ ԱԳՆ-ն օգտագործում էր սոցիալական ցանցերն արտաքին լսարանին ուղղված ուղերձներ հրապարակելու համար, իսկ ներքին լսարանին ուղղվածները սակավ էին, ներկայումս բավականին հաջողությամբ են օգտագործվում ճեպագրույցները, որտեղ նախարարության մամուլի քարտուղարը պատասխանում է հայաստանյան զանգվածային լրատվամիջոցների ներկայացուցիչների հարցերին, տեղեկատվություն փոխանցում ներքին լսարանին, ամրապնդում գերատեսչություն-ՁԼՄ հարաբերությունները՝ այդպիսով առավել նպաստավոր պայմաններ ստեղծում գերատեսչության գործունեության գրագետ լուսաբանման համար: Այս հանգամանքը բարելավել է հանրության վստահությունը տվյալ նախարարության հանդեպ: ԱԳՆ-ն հաջողությամբ օգտագործում է նաև սոցիալական ցանցերը և թվային տեխնոլոգիաները՝ զանազան արշավներ կազմակերպելով, որոնք բարձրացնում են Հայաստանի նկատմամբ հետաքրքրությունը օտարերկրացիների շրջանում: Այդպիսի արշավներից էր #minecraft նախագիծը, որին արձագանքեցին օտարագրի տարբեր բլոգերներ՝ ստեղծելով Հայաստանի տեսարժան վայրերի

թվային պատկերներ¹⁰:

Թեև սոցիալական ցանցերը հանրության հետ շփումը դարձնում են անմիջական, չմիջնորդավորված, սակայն մասնագիտական վերլուծություններն ու ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ ամբողջ աշխարհում մեդիա հարաբերությունները շարունակում են կենսական կարևորություն ունենալ յուրաքանչյուր կազմակերպության համար: Ժամանակին «The Rolling Stones» հայտնի ռոք խումբը համաշխարհային համբավ ձեռք բերեց նաև մամուլում հրապարակված դրական հոդվածների շնորհիվ, մինչ օրս «Wall Street Journal» օրաթերթում մեկ հրապարակումը որևէ ընկերության կարող է դարձնել տվյալ ոլորտի կարևոր դերակատարներից մեկը¹¹: Հայաստանում իրականացված հետազոտությունները նույնպես փաստում են զանգվածային լրատվության միջոցների հետ աշխատանքի կարևորությունը: Հեռուստատեսությունը շարունակում է մնալ տեղեկատվության փոխանցման հիմնական աղբյուրը. հարցվածների 72 տոկոսն ամենօրյա տեղեկատվություն է ստանում հենց հեռուստատեսությունից¹²: Այս համատեքստում լավ օրինակ է 2018 թվականի դեկտեմբերին ԱԺ արտահերթ ընտրություններին մասնակցող ուժերի առաջին համարների նախընտրական բանավեճը Հանրային հեռուստաընկերության եթերում, գործիք, որը վաղուց ավանդույթ է զարգացած և ժողովրդավարական մի շարք պետություններում: Այդ առումով Հայաստանում միակ նախադեպը 2003 թվականին՝ ընտրությունների երկրորդ փուլից առաջ, նախագահի թեկնածուներ Ռոբերտ Քոչարյանի և Ստեփան Դեմիրճյանի միջև բանավեճն էր: Հանրային և հրապարակային բանավեճը հնարավորություն է տալիս քաղաքական կուսակցություններին ընտրությունից օրեր առաջ հայտնելու իրենց կարծիքը, պատասխանելու միմյանց հասցեին հնչող մեղադրանքներին դեմադրել՝ ձևավորելով քաղաքական առողջ մրցակցության և խոսույթի (դիսկուրսի) մշակույթ:

Սոցիալական ցանցերում հաղորդակցության հուզականության պահանջի պատճառով է նաև, որ մեր օրերում ավելի և ավելի են տարածվում պոպուլիստական ելույթները: Մտերմիկ խոսքը, որն առաջացնում է տարաբնույթ զգացողություններ, առաջարկում է երկրի կարևոր, առանցքային խնդիրների հեշտ և արագ լուծումներ: Այն գրավում է մարդկանց ուշադրությունը և լիովին համապատասխանում սոցիալական ցանցերում տարվող հաղորդակցության տրամաբանությամբ, քանի որ մարդկանց արձագանքը (հավանումներ, տարածումներ և

¹⁰ Տե՛ս <https://twitter.com/armenia/status/1150316014149746688>

¹¹ Տե՛ս Scott David Meerman, *The new rules of marketing & PR: how to use social media, online video, mobile applications, blogs, news releases, and viral marketing to reach buyers directly* / David Meerman Scott. —Fifth edition.

¹² Media consumption and media coverage of reforms in Armenia, Analytical Report. This report was submitted to Media Initiative Center. It was prepared by the Caucasus Research Resource Center-Armenia Foundation, Yerevan, 2019, https://mediainitiatives.am/wp-content/uploads/2019/11/MICE-Report-2019_.pdf

այլն) օգնում է ավելի զանգվածայնացնելու տվյալ ուղերձը¹³: Հաշվի առնելով վերոնշյալ առանձնահատկությունները՝ պոպուլիստական ուժերը նախընտրում են իրենց հաղորդակցությունն իրականացնել հենց սոցիալական ցանցերում, մասնավորապես՝ ֆեյսբուքում: Ժողովրդավարության պոպուլիստական տեսլականը բաժանում է մարդկանց երկու խմբի՝ «լավ մարդիկ» ընդդեմ «վատ էլիտայի», նաև ենթադրում է մարդկանց անսահմանափակ ինքնիշխանություն: Հետևելով այս կանխադրույթին՝ Մենին և Սուրելը (Mény and Surel) առանձնացրել են պոպուլիզմի երեք հիմնական հասկացություններ՝ մարդկանց փառաբանումը (մարդ - ցենտրիզմ), կոռումպացված էլիտաների դատապարտումը և ժողովրդի ինքնիշխանության (սուվերենություն) վերականգնման պահանջը¹⁴: Հետազոտությունները ցույց են տալիս, որ պոպուլիզմի դրսևորումները Հայաստանում ունեն մի շարք հաղորդակցական նմանություններ: Դրանք են.

- **Նեգատիվություն** - պոպուլիստ գործիչներն իրականությունը հաճախ ներկայացնում են գորշ գույներով, «քաղաքական էլիտայի» ներկայացուցիչներին՝ բացասական կերպարներով:

- **Ճգնաժամաբեր** - տարբեր երևույթներ ներկայացվում են որպես ճգնաժամային իրավիճակներ, արտակարգ դրություն, որը կարող է հանգեցնել մի շարք աղետների:

- **Հուզականություն** - ապահովելով դրական կամ բացասական հուզական միջավայր հանրության շրջանում՝ նրանց դրդում են որոշակի գործողություններին:

- **Բացարձականություն** (absolutism) - հասարակությանը բաժանում են սևերի և սպիտակների՝ հերքելով որևէ այլ երանգների առկայության հնարավորությունը:

- **Խոսակցականություն** - խոսքը կառուցվում է խոսակցական, երբեմն գոեհիկ բառապաշարի վրա: Երբ բառամթերքը մատչելի է, ընկալելի բոլորի համար, այն ավելի տպավորիչ է դառնում:

Հայաստանյան քաղաքական օրակարգում, քաղաքական հաղորդակցություններում վերոնշյալ բոլոր բաղադրիչներն ակտիվորեն օգտագործվում են: Ակներև է նաև այն հանգամանքը, որ երկար տարիներ քաղաքական ընդդիմության առաջնորդ Նիկոլ Փաշինյանն արդեն վարչապետի պաշտոնում պահպանեց իր էլույթների տրամաբանությունն ու հոետորաբանությունը: Բարձրաստիճան պաշտոնյաներից

¹³ St' u Populism Fuels Love and Anger: The Impact of Message Features on Users' Reactions on Facebook PABLO JOST MARCUS MAURER Johannes Gutenberg-University Mainz, Germany JÖRG HASSLER LMU Munich, Germany. International Journal of Communication 14(2020), 2081–2102 1932–8036/20200005.

¹⁴ St' u Populists Prefer Social Media Over Talk Shows: An Analysis of Populist Messages and Stylistic Elements Across Six Countries Nicole Ernst, Sina Blassnig, Sven Engesser, Florin Büchel, and Frank Esser. Social Media + Society January-March 2019: 1–14 © The Author(s) 2019 Article reuse guidelines: sagepub.com/journals-permissions DOI: 10.1177/2056305118823358 journals.sagepub.com/home/sms

շատերն այսօր ընդօրինակում են վարչապետին՝ չունենալով քաղաքական կենսափորձ, բայց օգտագործելով նույն բառամթերքն ու հոնտորաբանությունը՝ հայտնվում են ակտիվ քննարկումների, քննադատությունների առանցքում:

Հարցվածների 72%-ը հանրային կապերի մասնագետների աշխատանքում դրական է գնահատում թվային տեխնոլոգիաների զարգացումը, սակայն, բազմաթիվ առավելություններին և հնարավորություններին զուգահեռ, նոր հաղորդակցության գործիքները երևան բերեցին նաև մի շարք մարտահրավերներ: Սոցիալական ցանցերի լայնորեն կիրառումը որպես պաշտոնական տեղեկատվություն տրամադրելու գործիք ակտիվացրեց նաև կեղծ լուրերի (fake news) շրջանառությունը: Փորձագետները հարցումներում նշել են, որ բազմաթիվ կեղծ լուրերի և կեղծ օգտատերերի կողքին հեշտությամբ կորչում է իրական տեղեկատվությունը, ինչը դժվարացնում է հանրային կապերի մասնագետների աշխատանքը: Այսօր արդեն հանրային կապերի և հաղորդակցության մասնագետները ստիպված են հետևել և ուսումնասիրել լրահոսը 24/7 ձևաչափով և նույն ձևաչափով էլ իրականացնել հաղորդակցությունը:

Թվային նոր տեխնոլոգիաների կիրառումը խորությամբ ներթափանցել է մեր առօրյա, հետևապես այն յուրաքանչյուր ռազմավարական հաղորդակցության անբաժան մաս է դարձել: Մի շարք դեպքերում այն բազմապատկում է հանրության հետաքրքրությունը և նպաստում տարաբնույթ նախաձեռնությունների իրականացմանը, երկրի ճանաչելիության բարձրացմանը: Այս համատեքստում հարկ է նշել Հայաստանում կայացած «Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների համաշխարհային համաժողովը» (WCIT), որտեղ ներգրավված էին մի շարք «կարծիքի առաջնորդներ», իսկ նրանց ելույթները հեռարձակվեցին տարբեր ՁԼՄ-ներում և սոցիալական ցանցերում: Համաժողովի շրջանակում ձևավորվեց համաշխարհային նվազախումբ՝ դիրիժոր Սերգեյ Սմբատյանի ղեկավարությամբ, որը պատմության մեջ առաջին անգամ իրական ժամանակում կատարեց արհեստական բանականության ստեղծած երաժշտություն:

Ամփոփելով նշենք, որ այսօր Հայաստանում հանրային կապերի և հաղորդակցության ոլորտում նոր իրավիճակ է, հանրության հետ շփման նոր մեխանիզմների ձևավորման փուլ, նոր գործիքների և կրեատիվ հնարքների կիրառման հնարավորություն՝ հանրային ուշադրությունը հրավիրելու համար: Նման մարտահրավերները հաղթահարելու համար կարևորվում է նոր գիտելիքների և հմտությունների յուրացումը՝ ժամանակի պահանջներին համապատասխան: Նորագույն տեխնոլոգիաների զարգացմանը զուգընթաց՝ հաղորդակցության կառավարման գործիքակազմում անհրաժեշտ է ներառել տարաբնույթ հարթակներ, ամբողջությամբ օգտագործել սոցիալական ցանցերի ըն-

ձեռած հնարավորությունները, սակայն պետք է նաև կարևորել պաշտոնական հաղորդակցությունը, ավանդական և առցանց ՁԼՄ-ների հետ աշխատանքը, գերատեսչությունների ամբողջական թափանցիկությունը, հանրության ծառայություններ մատուցելու վարքագծային էթիկան և կորպորատիվ պատասխանատվությունը:

Բանալի բառեր - հանրային կապեր, հաղորդակցություն, PR տեխնոլոգիաներ, PR գործիքներ, սոցիալական մեդիա, պաշտոնական հաղորդակցություն, ՁԼՄ հարաբերություններ, ավանդական և այլընտրանքային մեդիա, մանիպուլյացիա, թվային տեխնոլոգիաներ, պոպուլիզմ, հաղորդակցության բովանդակություն, քաղաքական հաղորդակցություն, հանրային կարծիք

АСТХИК АВЕТИСЯН, АРМАН ГРИГОРЯН – Влияние цифровых технологий на трансформацию связей с общественностью в РА. – В последние годы интернет полностью изменил форму и содержание коммуникаций и связей с общественностью. Поскольку социальные медиа подразумевают прямое и личное общение и обратную связь и предлагают для этого новые интерактивные инструменты, они стали неотъемлемой частью любой коммуникационной стратегии. Всего несколько лет назад политики, коммерческие, общественные и другие организации напрямую зависели от средств массовой информации, а работа с журналистами составляла большую часть рутинной работы специалиста по связям с общественностью и коммуникациям. Развитие цифровых технологий принесло новые возможности, заставляя профессионалов идти в ногу с технологическим прогрессом и использовать интерактивные и неформальные инструменты связей с общественностью.

Ключевые слова: связи с общественностью, коммуникации, PR-технологии, PR-инструменты, социальные медиа, официальные коммуникации, медиа-отношения, манипуляции, цифровые технологии, популизм, коммуникационный контент, общественное мнение

ASTGHİK AVETISYAN, ARMAN GRIGORYAN – The Influence of Digital Technologies on the Transformation of Public Relations in RA. – In recent years, the Internet has completely changed the form and content of communications and public relations. Since social media provide the opportunity for direct and personal communication and feedback, offer new interactive tools for communication with the public, they have become an integral part of any communication strategy. Just a few years ago, politicians, commercial, public, and other organizations were directly dependent on the media, and working with journalists made up most of the routine of PR and communications specialists. The development of digital technologies has brought new opportunities, forcing professionals to keep up with technological progress and use the most interactive and informal tools of public relations.

Key words: Public Relations, communications, PR techniques, PR tools, social media, official communications, media relations, traditional and alternative media, manipulations, digital technologies, populism, communication content, political communication, public opinion

Ներկայացվել է՝ 16.10.2020, Գրախոսվել է՝ 04.11.2020, Ընդունվել է տպագրության՝ 18.12.2020