

ՀԱՅԵՑԱԿԱՐԳ ԵՊՀ ՀԱՆՐԱՅԻՆ ԿԱՊԵՐԻ

Ներածություն

1. ԵՊՀ հանրային կապերի ոլորտը ԵՊՀ զարգացման ռազմավարական ուղղություններից մեկն է և արտացոլված է ԵՊՀ խորհրդի կողմից 2009թ. դեկտեմբերի 25-ին ընդունված ԵՊՀ զարգացման ռազմավարական ծրագրի (2010-2014թթ.) համապատասխան դրույթներում: Մասնավորապես, որպես ռազմավարական խնդիր սահմանված է հասարակայնության հետ կապերի հետագա զարգացումը և հանրային ծրագրերում համալսարանի առավելագույնս ներգրավումը: Միաժամանակ, մի շարք ռազմավարական հարակից խնդիրներում (տեղեկատվական ռեսուրսների զարգացում, համագործակցություն տարբեր կառույցների հետ, միջազգային համագործակցություն և այլն) առկա են հանրային կապերին վերաբերող հարցեր:

2. Երևանի պետական համալսարանի հանրային կապերի հայեցակարգի (այսուհետ՝ հայեցակարգ) նպատատակն է հստակեցնել ԵՊՀ հանրային կապերին վերաբերող սկզբունքային մոտեցումները, սահմանել աշխատանքային գերակա ուղղությունները, հանրային կապերի աշխատանքներին մասնակից ստորաբաժանումների շրջանակը, հանրային կապերի ոլորտում իրականացվող աշխատանքների տեսլականը:

3. Հայեցակարգում օգտագործվող հասկացություններ.

ա) Հանրային կապերը (կամ «Փի Ար») կառավարման որոշակի գործառույթ է, որը հնարավորություն է տալիս կազմակերպության և հանրության միջև հաստատել և պահպանել հաղորդակցման գործընթացը, փոխըմբռնումը և համագործակցությունը: Այն ներառում է խնդիրների կառավարումը, օգնում է ղեկավարությանը տեղեկանալ գործերի ընթացքին և արձագանքել հասարակական կարծիքին, որոշում և ընդգծում է կազմակերպության ղեկավարության՝

հասարակության շահերին ծառայելու պարտականությունը, օգնում է արձագանքել փոփոխություններին և արդյունավետ օգտագործել դրանք: Կրթական ոլորտում հանրային կապերը սահմանվում է որպես կրթական հաստատության աշխատանքի հաջողվածության և նրա հեղինակության բարձրացման նպատակով հասարակական կարծիքի կարգավորում:

- բ) Ներքին «Փի Ար»-ը միջոցառումների համակարգ է, որն ուղղված է կազմակերպության ներքին հաղորդակցության ապահովմանն ու բարելավմանը, ինչպես նաև նրա մասին դրական հանրային կարծիքի ստեղծմանն ու պահպանմանը:
- գ) Արտաքին «Փի Ար»-ը որոշակի գործողությունների համակարգ է, որը ուղղված է կազմակերպության և արտաքին աշխարհի փոխհարաբերությունների բարելավմանը, և նպաստում են կազմակերպության վերաբերյալ դրական կարծիքի ձևավորմանն ու պահպանմանը:
- դ) Իմիջը կազմակերպության արտաքին հավաքական կերպարն է, որը ստեղծվել է հանրության շրջանում որոշակի կարծիք, տպավորություն, վերաբերմունք ձևավորելու նպատակով:

Նպատակներ և խնդիրներ

- 4. ԵՊՀ հանրային կապերի հայեցակարգի նպատակներն են.
 - ա) Երևանի պետական համալսարանի՝ որպես երկրի ու հայ հասարակության համար կարևոր գիտակրթական հաստատության, դրական ներկայացումը,
 - բ) համալսարանի վերաբերյալ հավաստի տեղեկատվության մատչելիության ապահովումը,
 - գ) հանրության պահանջներին համապատասխանելու համար հանրային կարծիքի ուսումնասիրությունը,
 - դ) համալսարանականների պատշաճ ներկայացումը լայն հանրությանը,
 - ե) ներքին «Փի Ար»-ի արդյունավետ իրականացումը:
- 5. Հանրային կապերի գործողությունները ուղղված են համալսարանի առջև ծառայած մի շարք խնդիրների լուծմանը.
 - ա) համալսարանի հեղինակության (դրական իմիջի) ձևավորում և պահպանում,

- բ) համալսարանի գործունեության հրապարակայնության ու թափանցիկության ապահովում,
- գ) ներհամալսարանական տեղեկատվական հաղորդակցության ապահովում,
- դ) ներհամալսարանական (կորպորատիվ) մշակույթի և ավանդույթների կայացում ու զարգացում,
- ե) համալսարանի՝ որպես համազգային կարևորագույն կրթական, գիտական, մշակութային և հասարակական առաջատար կառույցի, առաքելության արդյունավետ և տեսանելի իրականացում,
- զ) համալսարանի գործունեության վերաբերյալ հանրային կարծիքի մասին տեղեկատվության ապահովում և աջակցություն պատասխան գործողությունների մշակմանը:

Աշխատանքների կազմակերպում ու համակարգում

6. Համալսարանում հանրային կապերի ոլորտի աշխատանքները վերաբերում են.

- ա) ՁԼՄ-ների (հեռուստատեսություն, ռադիո, թերթեր, ամսագրեր, լրատվական գործակալություններ, առցանց ՁԼՄ-ներ) հետ համագործակցությանը, հարցազրույցների, մամուլի ասուլիսների կազմակերպմանն ու միջոցառումների լուսաբանմանը,
- բ) կայքերի, սոցիալական ցանցերի և ինտերնետային այլ գործիքների օգնությամբ տեղեկատվության տարածմանը,
- գ) հանրային հետաքրքրություն ունեցող միջոցառումների (գիտաժողովներ, ցուցահանդեսներ, շնորհանդեսներ, հանդիպումներ և այլն) կազմակերպմանը,
- դ) տեսանյութերի, ֆիլմերի, հոլովակների պատրաստմանն ու տարածմանը,
- ե) «Երևանի համալսարան» թերթի, պարբերական և ոչ պարբերական այլ հրատարակությունների, տարբեր ներկայացուցչական այլումների, բուկլետների և տպագրական այլ նյութերի հրատարակմանն ու տարածմանը,
- զ) հասարակական կազմակերպությունների և քաղաքացիական հասարակության այլ ինստիտուտների հետ համագործակցությանը,

սոցիալական և բարեգործական ծրագրերի իրականացմանը,

- ե) տարբեր պետական և ոչ պետական, տեղական, միջազգային կազմակերպությունների ու կառույցների հետ տարվող աշխատանքներին,
- ը) ներքին և արտաքին շփումների և հաղորդակցության, հաշվետվողականության խնդիրներին,
- թ) ներկայացուցչական տարբեր խնդիրների լուծման աշխատանքներին:

7. Համալսարանի հանրային կապերի արդյունավետ իրականացումը ենթադրում է համալսարանական բոլոր ստորաբաժանումների ակտիվ մասնակցություն, ներդաշնակ և համակարգված աշխատանք: Հանրային կապերի խնդիրները, առնչվելով համալսարանի աշխատակիցների և ուսանողների իրավունքներին և ազատություններին (մամուլում կարծիք հայտնելու իրավունք, արտաքին շփումների ազատություն և այլն), միաժամանակ նրանցից պահանջում են նաև դրսևորել համալսարանական (կորպորատիվ) համերաշխություն և փոխադարձ հարգանք, համալսարանի հանրային կապերի խնդիրների ըմբռնում և համագործակցություն համապատասխան օղակների հետ:

8. ԵՊՀ հանրային կապերի հետ առնչվող խնդիրների ուղղությամբ տարվող և համալսարանում տեղի ունեցող տարբեր միջոցառումների կազմակերպման աշխատանքները, որոնք իրականացվում են համալսարանի ստորաբաժանումների կողմից, պետք է կանոնակարգվեն տարբեր ներքին իրավական ակտերով, մեթոդական ուղեցույցներով և ընդունված աշխատանքային պրակտիկայով (պարբերաբար կազմակերպվող խորհրդակցություններ և այլն):

9. Համալսարանի հանրային կապերի աշխատանքները ղեկավարում է ԵՊՀ ռեկտորը, իսկ ընթացիկ աշխատանքների համակարգումն իրականացնում է ուսանողների, շրջանավարտների և հասարակայնության հետ կապերի գծով պրոռեկտորը: ԵՊՀ հասարակայնության հետ կապերի և լրատվության վարչությունը հանրային կապերի ոլորտի աշխատանքների պատասխանատու ստորաբաժանումն է:

10. Համալսարանի բոլոր կառուցվածքային ստորաբաժանումները, իրենց գործունեության բնույթից և խնդիրներից, արտաքին շփումների և իրականացվող աշխատանքների հանրային հետաքրքրության աստիճանից կախված, առնչվում են ԵՊՀ հանրային կապերի աշխատանքներին: Կառուցվածքային ստորաբաժանումների ղեկավարները պատասխանատվություն են կրում իրենց կողմից ղեկավարած ստորաբաժանման հանրային կապերին առնչվող

աշխատանքների կազմակերպման համար, միաժամանակ անհրաժեշտությունից ելնելով՝ ընթացիկ հարցերի և խնդիրների լուծման համար իրենց ստորաբաժանման աշխատակիցներից մեկին կարող են լիազորել (հանձնարարել) անմիջականորեն զբաղվել և համակարգել հանրային կապերին առնչվող խնդիրների լուծումը:

11. ԵՊՀ արհեստակցական կազմակերպության, ուսանողական կազմակերպությունների (ուսանողական խորհուրդ և ուսանողական գիտական ընկերություն), շրջանավարտների և մասնագիտական միավորումների գործունեության մի շարք խնդիրներ ուղղակիորեն վերաբերում են ԵՊՀ հանրային կապերի աշխատանքներին: Այս կառույցների գործունեությունն ունի կարևոր նշանակություն համալսարանի հանրային կապերի համար և նրանց արդյունավետ կազմակերպման շրջանակներն են՝ համալսարանի կառավարման մարմինները, ներքին իրավական ակտերը, մեթոդական ուղեցույցները, մշտապես կազակերպվող խորհրդակցություններն ու քննարկումները:

12. Համալսարանի հանրային կապերի աշխատանքների իրականացման գործընթացում էապես կարևորվում է ուսանողների ներգրավվածությունը համապատասխան աշխատանքներին, որը կարող է կազմակերպվել ինչպես սահմանված կրթական գործընթացների, այնպես էլ կամավոր աշխատանքների և պրակտիկաների շրջանակներում:

13. ԵՊՀ «Փի Ար» աշխատանքների վերաբերյալ հասարակայնության հետ կապերի և լրատվության վարչությունը յուրաքանչյուր ուսումնական տարի ԵՊՀ ռեկտորին և գիտական խորհրդին ներկայացնում է հաշվետվություն:

14. Հաշվի առնելով հանրային կապերի ոլորտում առկա միջազգային փորձն ու նվաճումները, կարևորելով «Փի Ար» աշխատանքների զարգացումը Հայաստանի կրթական համակարգում, ինչպես նաև ԵՊՀ հանրային կապերը հնարավորինս կազմակերպված և կանոնակազմված իրականացնելու համար, առաջնորդվելով սույն հայեցակարգով և ԵՊՀ զարգացման ռազմավարական ծրագրով՝ առաջիկա երկու տարիների ընթացքում կմշակվի ԵՊՀ հանրային կապերի ռազմավարությունը:

15. Հանրային կապերի գործունեության ֆինանսական ապահովումն իրականացվում է ԵՊՀ եկամուտների և ծախսերի տարեկան նախահաշվով սահմանված միջոցների հաշվին: Ֆինանսավորման ծավալներն ավելացնելու նպատակով անհրաժեշտ է առավել հետետողական աշխատանք տանել գովազդային, հովանավորչական, դրամաշնորհային և օրենքով չարգելված ֆինանսական այլ աղբյուրների ներգրավման համար:

Հանրային կապերի աշխատանքային ուղղությունները

16. Համալսարանի հանրային կապերի հիմնական ուղղություններով իրականացվող աշխատանքները ներառում են հետևյալ գերակա թեմատիկ ուղղությունները.

- ա) համալսարանում իրականացվող կրթական բարեփոխումները,
- բ) ԵՊՀ գիտահետազոտական ներուժի համապատասխան նվաճումների և ձեռքբերումների մասին հանրամատչելի տեղեկատվության տարածումը,
- գ) ԵՊՀ-ում իրականացվող հայագիտական աշխատանքները. համալսարանը՝ որպես հայագիտության կարևորագույն հաստատություն,
- դ) ուսանողական արտալսարանային և մշակութային կյանքը,
- ե) ԵՊՀ միջազգային համագործակցությունն ու աշխատանքը սփյուռքի հետ,
- զ) ԵՊՀ-ում իրականացվող հակակոռուպցիոն միջոցառումները:

17. ԵՊՀ հանրային կապերը ներառում են հետևյալ աշխատանքային ուղղությունները.

17.1 Մարքեթինգային միջոցառումներ.

- ա) ուղղակի և անուղղակի ձևերով ԵՊՀ մասին դրական հանրային կարծիքը պահպանելու և ուղղորդելու նպատակով տարբեր գովազդային միջոցառումների իրականացում,
- բ) ավագ դպրոցների աշակերտների և բոլոր այլ պոտենցիալ դիմորդների համար հնարավորինս մատչելի և լիարժեք դարձնել անմիջական ծանոթացումը համալսարանի ֆակուլտետների և մասնագիտությունների հետ, ներկայացնել հետագա կարիերայի առաջընթացի հնարավորությունները,
- գ) հանրության լայն շրջանակներին ծանոթացնել և տեղեկացնել համալսարանական կառույցների և համալսարանական կրթության առավելություններին,
- դ) հստակեցնել և կանոնակարգել համալսարանի և այլ (պետական, մասնավոր, առևտրային և ոչ առևտրային) կազմակերպությունների հետ համագործակցությունը:

17.2 Համալսարանի ներքին «Փի Ար».

- ա) կատարելագործել տեղեկատվության տարածման մեխանիզմները

համալսարանի ներսում,

- բ) բարձրացնել համալսարանի աշխատակիցների և ուսանողների իրազեկվածության մակարդակը համալսարանի կառուցվածքի, գործող ֆակուլտետների, կենտրոնների այլ ստորաբաժանումների, առկա առցանց տեղեկատվական միջոցների, ինչպես նաև տեղի ունեցող միջոցառումների և իրադարձությունների վերաբերյալ,
- գ) կատարելագործել ԵՊՀ ներքին հաշվետվությունների մշակման և ներկայացման համակարգը,
- դ) բարելավել ներքին «Փի Մր» հաղորդակցությունները՝ ձևավորելով համաձայնեցված մոտեցում Համալսարանին վերաբերող առանցքային հիմնախնդիրների վերաբերյալ,
- ե) միջոցառումներ իրականացնել «համալսարանական» լինելու զգացողության ամրապնդման ուղղությամբ՝ ձևավորելով նոր ավանդույթներ աշխատակիցների, ուսանողների և շրջանավարտների շրջանում,
- զ) մշակել «Ֆորս-մաժորային» իրավիճակներում համաձայնեցված գործողություններ՝ արագորեն նախապատրաստել ողջամիտ արձագանք լրատվամիջոցների և այլ հետաքրքրված խմբերի համար:
17.3 Ներկայացվածություն համացանցում.
- ա) ԵՊՀ պաշտոնական կայքը փոխակերպել համալսարանական պորտալի,
- բ) ավելացնել համալսարանի ներկայությունը սոցիալական ցանցերում, իրթանել բլոգների և համալսարանականների (ղեկավարների) անձնական էջերի ստեղծման աշխատանքները,
- գ) զարգացնել առցանց տրամադրվող ծառայությունները:
- դ) ներհամալսարանական գործընթացների (ուսումնական, գիտական, ուսանողական եւ այլն), իրադարձությունների վերաբերյալ տեղեկատվության ավելացում համացանցում:
17.4 Համագործակցություն ՁԼՄ-ների հետ.
- ա) պարբերաբար կազմակերպել ՁԼՄ-ների ղեկավարների, գլխավոր խմբագրերի ու կրթության ոլորտը լուսաբանող լրագրողների մասնակցությամբ հանդիպումներ, սեմինար-քննարկումներ,
- բ) ԵՊՀ տարբեր ստորաբաժանումների համար կազմակերպել միջոցառումներ լրատվամիջոցներին պատշաճ մակարդակով տեղեկատվություն տրամադրելու նպատակով:
17.5 Մասնակցություն երկրի հասարակական-քաղաքական, հոգևոր և

մշակութային կյանքին.

- ա) բարձրացնել համալսարանի դերակատարությունն ու ներգրավվածության մակարդակը երկրի հասարակական-քաղաքական, հոգևոր և մշակութային կյանքին,
- բ) համալսարանականների ներուժը ներդնել կրթության և գիտության հանրայնացման աշխատանքներին:

17.6 Հանրային կարծիքի ուսումնասիրություններ.

- ա) ընդլայնել իրականացվող հետազոտությունների դաշտը՝ որպես ուսումնասիրության թիրախ ընտրելով տարբեր տարիքի, սոցիալական դիրք ունեցող անձանց, շրջանավարտներին, գործընկերներին, երկրի տնտեսական դաշտը ներկայացնող անձանց,
 - բ) ուսումնասիրությունների միջոցով պարզել հանրային կապերի ոլորտում տարվող աշխատանքների արդյունավետությունը, ինչպես նաև՝ ներհամալսարանական հատվածի (ուսանողներ, դասախոսներ և աշխատակիցներ) սպասումներն ու կարծիքները:
18. Համալսարանում տեղի ունեցող հանրային նշանակություն ունեցող միջոցառումների պատշաճ կազմակերպման համար պետք է սահմանվեն հստակ ընթացակարգեր (ճշգրիտ պլանավորում, պատասխանատուների գործառույթների հստակ տարրանջատում, արարողակարգ, կազմակերպված միջոցառման գնահատում, հետադարձ կապ և այլն):