

« Հ Ա Ս Տ Ա Տ Վ Ա Ծ Է »
ՀՀ ոստիկանության կրթահամալիրի
գիտական խորհրդի 11.07.2018 թ.
թիվ 4 նիստում

ՀՀ ոստիկանության կրթահամալիրի
գիտական խորհրդի նախագահ,
ոստիկանության գեներալ-լեյտենանտ

ՀՈՎՀ. ՎԱՐՅԱՆ

« ____ » _____ 2018 թ.

ՀԱՅԵՑԱԿԱՐԳ
ՀՀ ՈՍՏԻԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ԿՐԹԱՀԱՄԱԼԻՐԻ ՀԱՆՐԱՅԻՆ ԿԱՊԵՐԻ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ

1. ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

1. ՀՀ ոստիկանության կրթահամալիրի (այսուհետև՝ կրթահամալիր) հանրային կապերի ոլորտը Կրթահամալիրի զարգացման ռազմավարական ուղղություններից է և արտացոլված է կրթահամալիրի խորհրդի կողմից 2017 թ. հունիսի 1-ին ընդունված Ակադեմիայի և քոլեջի զարգացման ռազմավարական ծրագրերի (2017-2021 թթ.) և ՀՀ ոստիկանության կրթահամալիրի 2017-2021 թվականների արտաքին կապերի զարգացման և միջազգայնացման ռազմավարական ծրագրի համապատասխան դրույթներում: Մասնավորապես, որպես ռազմավարական խնդիր սահմանված է հասարակայնության հետ կապերի զարգացումը և հանրային ծրագրերում կրթահամալիրի ներգրավվածության ապահովումը: Միաժամանակ, մի շարք ռազմավարական հարակից խնդիրներում (տեղեկատվական ռեսուրսների զարգացում, համագործակցություն պետական և ոչ պետական կառույցների հետ, միջազգային համագործակցություն և այլն) առկա են հանրային կապերին վերաբերող հարցեր:

2. Կրթահամալիրի հանրային կապերի հայեցակարգի (այսուհետև՝ հայեցակարգ) հիմնական նպատակն է հստակեցնել կրթահամալիրի հանրային կապերին վերաբերող սկզբունքային մոտեցումները, սահմանել աշխատանքային գերակա ուղղությունները, հանրային կապերի աշխատանքներին մասնակից ստորաբաժանումների շրջանակը, հանրային կապերի ոլորտում իրականացվող աշխատանքների տեսլականը:

Հայեցակարգում ներկայացված գործընթացները չեն կարող մեկնաբանվել Կրթահամալիրի՝ որպես ՀՀ ոստիկանության համակարգի հանրային ոլորտի իրավաբանական անձի՝ ոլորտի օրենսդրությամբ նախատեսված հասարակությանը մատչելիության սահմանափակումներից դուրս:

3. Հայեցակարգում օգտագործվող հասկացություններ.

ա) Հանրային կապերը («PR») կառավարման գործառույթ է, որը հնարավորություն է տալիս Կրթահամալիրի և հանրության միջև հաստատել և պահպանել հաղորդակցման գործընթացը, փոխըմբռնումը և համագործակցությունը: Այն ներառում է խնդիրների կառավարումը, օգնում է հետևել գործերի ընթացքին և արձագանքել հասարակական կարծիքին, օգնում է արձագանքել փոփոխություններին և արդյունավետ օգտագործել դրանք: Կրթական ոլորտում հանրային կապերը սահմանվում են որպես կրթական հաստատության աշխատանքի հաջողվածության և նրա հեղինակության բարձրացման նպատակով հասարակական կարծիքի կարգավորում:

բ) Ներքին «PR»-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 «PR»-ը որոշակի գործողությունների համակարգ է, որն ուղղված է կազմակերպության և արտաքին աշխարհի փոխհարաբերությունների բարելավմանը, և նպաստում են կազմակերպության վերաբերյալ դրական կարծիքի ձևավորմանն ու պահպանմանը:

դ) Իմիջը հաստատության արտաքին հավաքական կերպարն է, որը ստեղծվել է հանրության շրջանում որոշակի կարծիք, տպավորություն, վերաբերմունք ձևավորելու նպատակով:

2. ՄԱՍՆԱՎՈՐ ՆՊԱՏԱԿՆԵՐ ԵՎ ԽՆԴԻՐՆԵՐ

4. Կրթահամալիրի հանրային կապերի զարգացման հայեցակարգի նպատակներն են.

ա) ՀՀ ոստիկանության կրթահամալիրի դրական ներկայացումը,

բ) կրթահամալիրի ուսումնակրթական գործունեության վերաբերյալ տեղեկատվության մատչելիության ապահովումը,

գ) հանրային կարծիքի ուսումնասիրությունը,

դ) ներքին «PR»-ի արդյունավետ իրականացումը:

5. Կրթահամալիրի հանրային կապերի զարգացման հայեցակարգի խնդիրներն են.

ա) կրթահամալիրի հեղինակության (դրական իմիջի) ձևավորումը և պահպանումը,

- բ) կրթահամալիրի գործունեության հրապարակայնության ու թափանցիկության ապահովում,
- գ) համակրթահամալիրային տեղեկատվության ապահովում,
- դ) համակրթահամալիրային մշակույթի և ավանդույթների կայացումը ու զարգացումը,
- ե) կրթահամալիրի՝ որպես համազգային կարևորագույն կրթական, գիտական, մշակութային և հասարակական առաջատար կառույցի, առաքելության արդյունավետ իրականացումը,
- զ) կրթահամալիրի գործունեության վերաբերյալ հանրային կարծիքի մասին տեղեկատվության ապահովում և աջակցություն պատասխան գործողությունների մշակմանը:

3. ԱՇԽԱՏԱՆՔՆԵՐԻ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՈՒՄ ՈՒ ՀԱՄԱԿԱՐԳՈՒՄ

6. Կրթահամալիրում հանրային կապերի ոլորտի իրականացում է հետևյալ միջոցառումները.
 - ա) ԶԼՄ-ների (հեռուստատեսություն, ռադիո, թերթեր, ամսագրեր, լրատվական գործակալություններ, առցանց ԶԼՄ-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 ֆիլմի դիտումներ և այլն) կազմակերպմանը,
 - դ) տեսանյութերի, ֆիլմերի, հոլովակների պատրաստմանն ու տարածմանը,
 - ե) գիտամեթոդական հանդեսի և այլ հրատարակությունների, տարբեր ներկայացուցչական ալբոմների, բուկլետների և տպագրական այլ նյութերի հրատարակմանն ու տարածմանը,
 - զ) հասարակական կազմակերպությունների և քաղաքացիական հասարակության այլ ինստիտուտների հետ համագործակցությանը, սոցիալական և բարեգործական ծրագրերի իրականացմանը,
 - է) 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. Կրթահամալիրի հանրային կապերի արդյունավետ իրականացումը ենթադրում է բոլոր ստորաբաժանումների ակտիվ մասնակցություն, ներդաշնակ և համակարգված աշխատանք:
8. Կրթահամալիրի հանրային կապերի աշխատանքները ղեկավարում է կրթահամալիրի պետը: Կրթահամալիրի Կադրերի և ԱՀՏԱ բաժինը հանրային կապերի ոլորտի աշխատանքների պատասխանատու ստորաբաժանումն է:
9. Կառուցվածքային ստորաբաժանումների ղեկավարները պատասխանատվություն են կրում իրենց կողմից ղեկավարած ստորաբաժանման հանրային կապերին առնչվող աշխատանքների կազմակերպման համար ընթացիկ հարցերի և խնդիրների լուծման համար իրենց ստորաբաժանման աշխատակիցներից մեկին կարող են լիազորել (հանձնարարել) անմիջականորեն համակարգել հանրային կապերին առնչվող ոլորտը:
10. Կրթահամալիրի ուսանողական կազմակերպությունների (ուսանողական խորհուրդ և ուսանողական գիտական ընկերություն), շրջանավարտների և մասնագիտական միավորումների գործունեության մի շարք խնդիրներ ուղղակիորեն վերաբերում են կրթահամալիրի հանրային կապերի աշխատանքներին:
11. Կրթահամալիրի հանրային կապերի աշխատանքների իրականացման գործընթացում կարևորվում է սովորողների ներգրավվածությունը, որը կարող է կազմակերպվել ինչպես սահմանված կրթական գործընթացների, այնպես էլ կամավոր աշխատանքների և պրակտիկաների շրջանակներում:
12. Հաշվի առնելով հանրային կապերի ոլորտում առկա միջազգային փորձն ու նվաճումները, կարևորելով «PR» աշխատանքների զարգացումը ՀՀ կրթական համակարգում, ինչպես նաև կրթահամալիրի հանրային կապերը հնարավորինս կազմակերպված և կանոնակարգված

իրականացնելու համար, առաջնորդվելով սույն հայեցակարգով և կրթահամալիրի զարգացման ռազմավարական ծրագրերով՝ առաջիկա երկու-երեք տարիների ընթացքում կմշակվի ակադեմիայի հանրային կապերի ռազմավարությունը:

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

4. ՀԱՆՐԱՅԻՆ ԿԱՊԵՐԻ ԱՇԽԱՏԱՆՔԱՅԻՆ ՈՒՂՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ

14. Կրթահամալիրի հանրային կապերի հիմնական ուղղություններով իրականացվող աշխատանքները ներառում են հետևյալ գերակա ուղղությունները.

- ա) կրթահամալիրում իրականացվող կրթական բարեփոխումները,
- բ) կրթահամալիրի գիտահետազոտական ներուժի համապատասխան նվաճումների և ձեռքբերումների մասին հանրամատչելի տեղեկատվության տարածումը,
- գ) սովորողների արտալսարանային և մշակութային կյանքը,
- դ) կրթահամալիրի միջազգային համագործակցությունն ու աշխատանքը սփյուռքի հետ,
- ե) կրթահամալիրում իրականացվող հակակոռուպցիոն միջոցառումները:

15. Կրթահամալիրի հանրային կապերը ներառում են հետևյալ աշխատանքային ուղղությունները.

16.1 Մարքեթինգային միջոցառումներ.

ուղղակի և անուղղակի ձևերով կրթահամալիրի մասին դրական հանրային կարծիքը պահպանելու և ուղղորդելու նպատակով տարբեր գովազդային միջոցառումների իրականացում, ավագ դպրոցների աշակերտների և բոլոր այլ պոտենցիալ դիմորդների համար հնարավորինս մատչելի և լիարժեք դարձնել անմիջական ծանոթացումն կրթահամալիրի ֆակուլտետների և մասնագիտությունների հետ, ներկայացնել հետագա կարիերայի առաջնթացի փաստացի հնարավորությունները,

հանրության լայն շրջանակներին ծանոթացնել և տեղեկացնել կրթահամալիրի կառույցների և ակադեմիական կրթության առավելություններին,

հստակեցնել և կանոնակարգել կրթահամալիրի և այլ (պետական և ոչ պետական, մասնավոր, առևտրային և ոչ առևտրային) կազմակերպությունների հետ համագործակցությունը:

16.2 Կրթահամալիրի ներքին «PR».

կատարելագործել տեղեկատվության տարածման մեխանիզմները կրթահամալիրի ներսում, բարձրացնել կրթահամալիրի աշխատակիցների և սովորողների իրազեկվածության մակարդակը կրթահամալիրի կառուցվածքի, գործող ֆակուլտետների, բաժինների ու այլ տորաբաժանումների, առկա առցանց տեղեկատվական միջոցների, ինչպես նաև տեղի ունեցող միջոցառումների և իրադարձությունների վերաբերյալ,

բարելավել ներքին «PR» հաղորդակցությունները՝ ձևավորելով համաձայնեցված մոտեցում կրթահամալիրին վերաբերող առանցքային հիմնախնդիրների վերաբերյալ,

մշակել «ֆորս-մաժորային» իրավիճակներում համաձայնեցված գործողություններ՝ արագորեն նախապատրաստել ողջամիտ արձագանք լրատվամիջոցների և այլ հետաքրքրված խմբերի համար:

16.3 Ներկայացվածություն համացանցում.

կրթահամալիրի պաշտոնական կայքը պարբերաբար հարստացնել նյութերով, ավելացնել կրթահամալիրի ներկայությունը սոցիալական ցանցերում, խթանել բլոգների և ակադեմիականների (ղեկավարների) անձնական էջերի ստեղծման աշխատանքները, զարգացնել առցանց տրամադրվող ծառայությունները:

ներկրթահամալիրային գործընթացների (ուսումնական, գիտական, ուսանողական և այլն), իրադարձությունների վերաբերյալ տեղեկատվության ավելացում համացանցում:

16.4 Համագործակցություն ՁԼՄ-ների հետ.

պարբերաբար կազմակերպել ՁԼՄ-ների ղեկավարների, գլխավոր խմբագրերի ու կրթության ոլորտը լուսաբանող լրագրողների մասնակցությամբ հանդիպումներ, սեմինար-քննարկումներ, կրթահամալիրի տարբեր ստորաբաժանումների համար կազմակերպել միջոցառումներ լրատվա-միջոցներին պատշաճ մակարդակով տեղեկատվություն տրամադրելու նպատակով

16.5 Մասնակցություն երկրի հասարակական-քաղաքական, հոգևոր և մշակութային կյանքին.

բարձրացնել կրթահամալիրի դերակատարությունն ու ներգրավվածության մակարդակը երկրի հասարակական-քաղաքական, հոգևոր և մշակութային կյանքին,

կրթահամալիրի ներուժը ներդնել կրթության և գիտության հանրայնացման աշխատանքներին:

16.6 Հանրային կարծիքի ուսումնասիրություններ.

ընդլայնել իրականացվող հետազոտությունների դաշտը՝ որպես ուսումնասիրության թիրախ ընտրելով տարբեր տարիքի, սոցիալական դիրք ունեցող անձանց, շրջանավարտներին, գործընկերներին, երկրի տնտեսական դաշտը ներկայացնող անձանց,

ուսումնասիրությունների միջոցով պարզել հանրային կապերի ոլորտում տարվող աշխատանքների արդյունավետությունը, ինչպես նաև՝ ներակադեմիական հատվածի (ուսանողներ, դասախոսներ և աշխատակիցներ) սպասումներն ու կարծիքները: