

## Մեդիա տուրեր դեպի հասարակական կազմակերպությաններ



Երբեմն հակասական իրավիճակ է ստեղծվում, երբ հասարակական կազմակերպությունների մասին խոսելիս, հնչում են իրարամեծ կարծիքներ: Մի կողմից տարատեսակ հետազոտություններ և հարցումներ եզրակացնում են, որ հասարակական կազմակերպությանը մարդիկ և պետական կառույցները չեն վստահում: Մյուս կողմից, հենց այդ նույն մարդիկ և կառույցները, իրենց շուրջը դրական փոփոխություններ նկարագրելիս, պատմում են այն, ինչ արվում է հասարակական կազմակերպությունների միջոցներով և ուժերով:

Պարզ է, որ հակասության հիմքում անհիմացությունն է այն առումով, թե ինչ նպատակ է հետապնդում, ինչ միջոցներով և ինչով է զբաղվում ՀԿ-ն, և, ինչու՞ են ամբողջ աշխարհում ժողովրդավարության հիմքերն ամուր համարվում ամուր և գործուն քաղաքացիական հասարակություն ունենալու դեպքում միայն: Մյուս կողմից էլ, ինչպես մարդկանց մեծ մասը, այնպես էլ, մեդիան և պետությունը չեն գիտակցում, թե ինչու՞ են կարևորագույն դոնորները, ինչպես ԱՄՆ ՄԶԳ-ն, ԵՄ-ն կամ Եվրոպական երկրների կառավարությունները միջոցներ տրամադրում ՀԿ-ների զարգացման նպատակով:

Պարզ է, որ կամ ՀԿ-ները չեն կարողանում ներկայացնել իրենց կատարած գործերի արդյունքները, կամ դրանց նկատմամբ չկա հետաքրքրություն: Հարց է ծագում. որտե՞ղ է հակասության հիմքը, ինչպե՞ս կարելի է այն հարթել, պարզեցնել իմացությունը և հստակեցնել պատկերացումները ՀԿ-ների դերի և նրանց գործերի մասին:

Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոն ՀԿ-ն՝ ԱՄՆ ՄԶԳ-ի կողմից ֆինանսավորվող «ՀԿ Դեպո» – Հասարակական կազմակերպությունների զարգացման ծրագրի շրջանակներում, մի նորարարական մոտեցում առաջարկեց՝ ՀԿ-ների գործունեության տեսանկյունից միջոցները բարձրացնելու և հետևաբար վստահություն դրա նկատմամբ մեծացնելու գործում:

Գիտակցելով որ մեդիան է հանդիսանում վստահության վրա ազդեցության ամենահզոր միջոցը, առաջարկվեց ուժեղացնել «մեդիա-ՀԿ» հարաբերությունները, հետևյալ նպատակներով. (1) մեդիա ներկայացուցիչների շրջանում հետաքրքրություն առաջացնել ՀԿ-ների, որպես երկրի զարգացման գործում կարևոր դերակատարների, և նրանց գործունեության նկատմամբ՝ մի կողմից, և (2) մյուս կողմից՝ ՀԿ-ներին սովորեցնել «խոսել», իրենց հաջողության պատմությունները, ազդեցությունը կոնկրետ փոփոխությունների վրա, ներկայացնել պարզ և մատչելի լեզվով:

Այս նպատակով կազմակերպվեցին ՀԿ-ների ներկայացուցիչների ուսուցում մեդիա տարբեր հարթակներում պատմություններ ներկայացնելու ուղղությամբ և «Մեդիատուրեր» Հայաստանի տարբեր մարզերում: 2016-2017թթ ընթացքում 24 լրագրողներ այցելեցին 15 ՀԿ-ներ Հայաստանի տարբեր մարզերում: Արդյունքում ստեղծվեցին ավելի քան 50 նյութեր լրատվական տարբեր հարթակներում([մանրամասները կգված](#)):

Ժաննա Պողոսյանը «Սիվիլներ» առցանց հեռուստաընկերությունում աշխատում է մոտ երկու տարի: Այլ լրատվամիջոցների գործընկերների հետ մեդիատուրի առաջին անգամ

մասնակցեց այս տարվա մայիսի 29-31-ին: Լրագրողները ծանոթացան համայնքների յուրահատուկ խնդիրներին ու հոգսերին, դրանց լուծման ուղիներին:

«Չէի պատկերացնում ընթացքն ու արդյունքը, մտածում էի՝ շատ լրագրող, քիչ թեմա, իրար խանգարելու ենք: Բայց մեդիատուրի հենց սկզբում կարծիքս փոխվեց. շատ գրագետ էր կազմակերպված, նախապես ձեռք բերված պայմանավորվածությունների արդյունքում նաև ազատ ժամանակ ունեցանք: Երեք օրվա ճանապարհն ու միասին նյութեր պատրաստելն



օգնեց նաև ավելի լավ ճանաչել գործընկերներին, ինչի հնարավորությունը չեմ ունենում, օրինակ, ասուլիսներին նրանց հանդիպելով», -տպավորությունների մասին պատմում է ժամնան:

Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոնը մեդիատուրեր կազմակերպելու մեծ փորձ ունի: Կազմակերպության ուսումնական բաժնի ղեկավար Նարինե Սաֆարյանի խոսքով՝ յուրաքանչյուր մեդիատուր առանձնանում է նախևառաջ աշխարհագրությամբ, թեմատիկայով, մեդիայի օրակարգից դուրս հարցերի լուսաբանման տարափով, բայց նաև

լրատվամիջոցների բազմազանությամբ. «Այս անգամ հիմնականում փորձառու լրագրողների թիմ էր ձևավորվել: Նախապես հետազոտել էին թեմաներն ու գիտեին՝ ինչ նյութեր են ուզում պատրաստել: Սա շատ արդյունավետ դարձրեց աշխատանքը: Այս անգամ լրագրողներին հնարավորություն տվեցինք, որ իրենք որոշեն որ հանդիպմանը մասնակցել, որին՝ ոչ, և ունենալ ժամանակ՝ իրենց նյութերի համար անհրաժեշտ լրացումներ անելու համար»:

Նարինեն ասում է, որ մարզերից անհնար է առանց նյութի վերադառնալ, քանի որ «մայրաքաղաքից հեռու ու քիչ ուսումնասիրված թեմաներ են»:

Այս մեդիատուրի արդյունքում ստեղծված մոտ 30 լրագրողական պատմություններն անդրադարձան տարբեր թեմաների՝ համայնքների խոշորացում, մանկատներ և այնտեղ մեծացող երեխաներ, հանքարդյունաբերություն և բնապահպանական խնդիրներ, էկոտուրիզմ, գինձառայողների իրավունքներ, արվեստն ու մշակույթը գյուղական համայնքներում, սոցիալական ձեռնարկությունների տարբեր մոդելները:

«Սյունիքով հարուստ վերադարձա Երևան», -ասում է ժամնան ու ավելացնում, որ առաջին իսկ հնարավորության դեպքում նորից կմասնակցի մեդիատուրի:

Առջանց «Առավոտ»-ի անգլերեն տարբերակի խմբագիր Ամի Չիչակյանը մեդիատուրի մասնակցելու փորձ արդեն ուներ, ինչից ոգևորված էլ որոշեց մասնակցել նաև հաջորդ այցին. «Մեդիատուրի ժամանակ լինում ենք հեռավոր համայնքներում, ուր հասնելը հեշտ չէ: Նաև նոր կապեր ենք հաստատում, ինչը Երևանում նստած չենք կարող անել: Դա օգնում է նաև հետագա աշխատանքում՝ մարզային թեմաները լուսաբանելիս»:

Մեդիա տուրի արդյունքում ստեղծված նյութերը այնպիսի թեմաների մասին են, որոնց լրատվամիջոցները հաճախ չեն անդրադառնում. արդյունքում օրինակ էկոտուրիզմի զարգացումը Կապանում հայտնվեց լրատվամիջոցների ուշադրության կենտրոնում: «ԱրկԿապան» էկոտուրիզմի նախաձեռնության մասին լրագրողները հոդվածներ հրապարակեցին տարբեր լրատվամիջոցներում, հանրային կենտրոնական հեռուստակայաններից մեկն օրինակ ներկայացրեց էկոտուրիզմի նախաձեռնությունը իր առավոտյան հաղորդաշարի ժամանակ, էկոճամբարի մասին տեղեկություն հրապարակեց Հետք էլեկտրոնային հարթակը, իսկ հետո նաև «Ճամփորդ» տեղեկատվական պարբերականը

[www.hetq.am/eng/news/80118/armen-ecocamp-founder-armenias-kapan-could-b](http://www.hetq.am/eng/news/80118/armen-ecocamp-founder-armenias-kapan-could-b)

[e-the-capital-of-the-silk-road.html](http://e-the-capital-of-the-silk-road.html),  
[www.champord.am/tiezerakan-eco-jambar-kapanum/](http://www.champord.am/tiezerakan-eco-jambar-kapanum/)):

«ՊանԱրմենիան» հոլդինգի անդամ ATV հեռուստաընկերության լրագրողն օրինակ տեսանյութ պատրաստեց Մարտունու կանանց համայնքային խորհրդի սոցիալական ձեռնարկության մասին՝ որպես տեղական արտադրանքը խթանող գործունեություն:

Նարինե Սաֆարյանը, երկար տարիներ աշխատելով հայաստանյան լրատվամիջոցների հետ, նկատել է, որ ՀԿ-ների ու լրագրողների միջև փոխադարձ զգուշավորություն կա: Նման այցերը մեծապես նպաստում են քաղիասարակություն-մեդիա երկխոսության ձևավորմանն ու ամրապնդմանը»:

Մեդիայում ԲՀԿ-ների բարձրացրած հարցերի և համայնքի գրեթե բոլոր խնդիրներով զբաղվելու նրանց պատրաստակամությունը, նորություն էր մեդիայի ներկայացուցիչների համար: Նորություն, սակայն, որն իր մեջ հնարավորությունների մեծ պոտենցիալ է կրում, քանի որ խոսում է այն մասին, թե ինչպես կարող են տեղական խնդիրներին լավատեղյակ կազմակերպությունները օգնել համայնքապետարաններին և նաև գործարարներին միջոցներն ուղղել ամենախոցելի հարցերի լուծմանը:

Մեդիատորի ակնհայտ արդյունքներից մեկն էլ այն էր, որ լրագրողները այլևս ՀԿ-ներին տեսնում են որպես գործընկերներ: «Աստղացուլք» ԲՀԿ-ի նախագահ Իրինա Հովհաննիսյանը մեդիատորից հետո գրեց, որ լրագրողների մեկ այցելությունն իրենց ՀԿ և սոցիալական ձեռնարկություն ավելի մեծ ազդեցություն ունեցավ, քան նրանց տարիների ջանքերը. մեկ օրվա արդյունքում լրագրողական նյութերի հետքերով կտրուկ ավելացան կազմակերպությունների և անձանց թիվը, որոնք սկսեցին դիմել նրանց համագործակցելու խնդրանքով. 2017թ.-ին կազմակերպությունը ընդլայնեց իր գործունեությունը և երկու մեծ ներդրումներ ստացավ՝ Տնտեսական զարգացման նախարարությունից և բարերարներից: Էլ չասած, որ կազմակերպության աշխատակիցների ինքնազնահատականը մեծացավ, իրենց գործերի մասին մեդիայի անդրադարձի հետևանքով: Իսկ Հայաստանի մարզերում, սուղ միջոցներով աշխատող ԲՀԿ-ների համար, հասարակության և գործընկերների վստահությունը կարող է լուրջ դրական խթան հանդիսանալ համայնքների և մարդկանց ամենաազդվար և հաճախ անլուծելի խնդիրները լուծելու համար:

*ՀԿ Դեպո-Հասարակական կազմակերպությունների զարգացման ծրագիրը* հնարավոր է դարձել Ամերիկայի ժողովրդի աջակցությամբ՝ ԱՄՆ Միջազգային զարգացման գործակալության շնորհիվ: Ծրագրի շրջանակներում ստեղծված նյութերի բովանդակությունը կամ արտահայտված տեսակետները ՀԿ Դեպո կոնսորցիումին են և պարտադիր չէ, որ արտահայտեն ԱՄՆ ՄԶԳ կամ ԱՄՆ կառավարության տեսակետները:

*ՀԿ Դեպո-Հասարակական կազմակերպությունների զարգացման ծրագիրը* խթանում է քաղաքացիական հասարակության կայուն զարգացումը և բարձրացնում ԲՀԿ-ների՝ որպես բարեփոխումներն առաջ մղող և վերահսկող դերակատարների կարողությունները, բարելավում է ծառայությունները և նպաստում առավել արդյունավետ կառավարմանը տնտեսական, ժողովրդավարական և սոցիալական ոլորտներում:

Հավելյալ տեղեկությունների համար խնդրում ենք գրել Գայանե Սկրտչյանին [gmkrtchyan@epfound.am](mailto:gmkrtchyan@epfound.am) հասցեով կամ գանգահարել [+374-95-25-15-68](tel:+37495251568) հեռախոսահամարին: