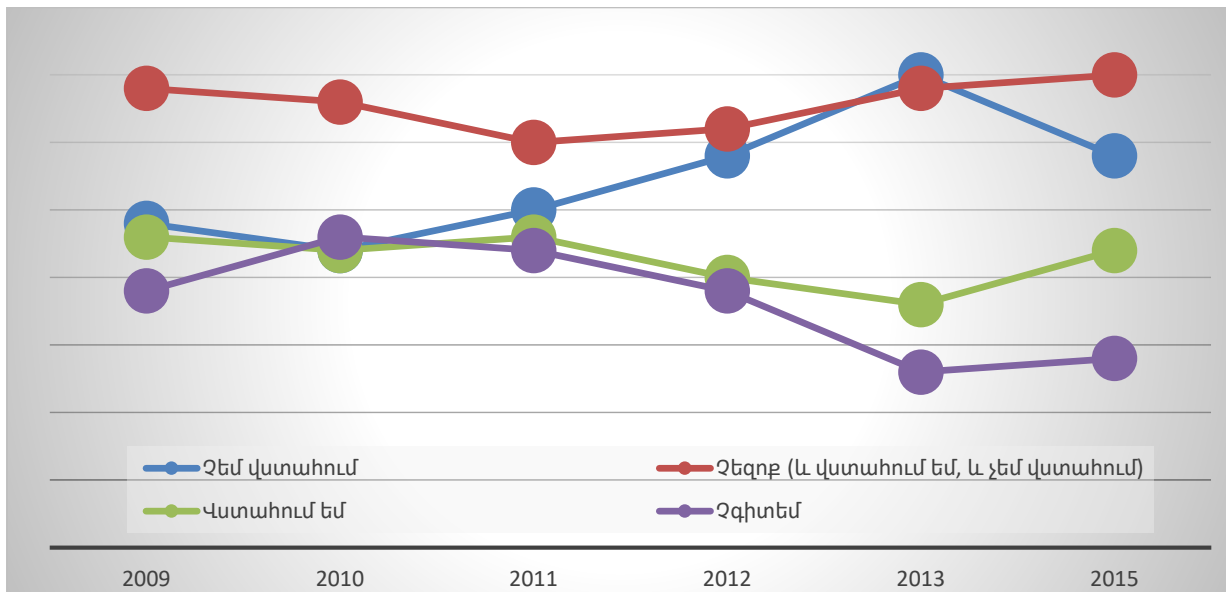


Փոքրիկ պատմությունների մեծ ներուժ. Ինչպես բարձրացնել ՀԿ-ների հանդեպ հանրային վստահությունը Հայաստանում



Հանրային վստահությունը հայաստանյան ՀԿ-ների հանդեպ (2009-2015 թթ., % ամբողջի մեջ)

ՀՌԿԿ-Հայաստան

24 մարտի 2017

Սույն զեկույցը ստեղծվել է Ամերիկայի ժողովրդի աջակցությամբ՝ ԱՄՆ Միջազգային զարգացման գործակալության միջոցով: Այստեղ արտահայտված տեսակետները /կամ նյութի բովանդակությունը/ միմիայն հեղինակներինն են և պարտադիր չէ, որ արտահայտեն ԱՄՆ ՄԶԳ կամ ԱՄՆ կառավարության տեսակետները:

Հեղինե Մանասյան

Զեկույցի գլխավոր խմբագիր

Սոնա Բալասանյան

Զեկույցի խմբագիր

Տիգրան Մաթոսյան

Զեկույցի հեղինակ

ՀՌԿԿ-Հայաստանն իր երախտիքի խոսքն է հայտնում Գևորգ Տեր-Գաբրիելյանին՝ զեկույցը գրախոսելու համար:

Բովանդակություն

Համառոտագիր	4
Հապավումների ցանկ	5
Նախաբան	6
ՀԿ-ների հանդեպ հանրային վստահության գործոնները. տեսություն	9
Տվյալադարան, մեթոդ, փոփոխականներ	11
Արդյունքներ	13
Քննարկում և առաջարկներ.....	14
Հավելված 1. Հաջողության պատմությունների ձևաչափ.....	21
Հավելված 2. Վերնագրերի ձևաչափ.....	27
Օգտագործված գրականություն	28

Համառոտագիր

Հայաստանում հասարակական կազմակերպությունների (ՀԿ) դաշտի հանդեպ հանրային վստահության մակարդակը ցածր է: Հիմնվելով վիճակագրական վերլուծության արդյունքերի վրա՝ զեկույցը ցույց է տալիս, որ Հայաստանում ՀԿ-ների հանդեպ հանրային վստահության կարևոր աղբյուրներից մեկը ՀԿ-ների աշխատանքի վերաբերյալ հանրային ընկալումներն են: Հայաստանցիներն ավելի շատ են վստահում այն ՀԿ-ներին, որոնք թափանցիկ են, հաշվետու են, լսում են շահառուի կարծիքը և դրականորեն են ազդում շահառուի կյանքի վրա: Զեկույցն առաջարկում է ՀԿ-ների ներկայացուցիչներին՝ իրենց ամենօրյա աշխատանքին զուգահեռ ուշադրություն դարձնել նաև այդ աշխատանքի հանրայնացմանը: Մասնավորապես, զեկույցը ՀԿ-ներին առաջարկում է օգտագործել **հաջողության պատմությունների** գործիքը:

Հապավումների ցանկ

ԱՄՆ ՄԶԳ

Ամերիկայի Միացյալ Նահանգների Միջազգային
Զարգացման Գրասենյակ

ՀաՄաՏեղ

Հանրային մասնակցություն տեղական
ինքնակառավարմանը, ԱՄՆ ՄԶԳ ծրագիր

ՀԿ

Հասարակական կազմակերպություն

ՀՌԿԿ

Հետազոտական ռեսուրսների կովկասյան կենտրոն

Նախաբան

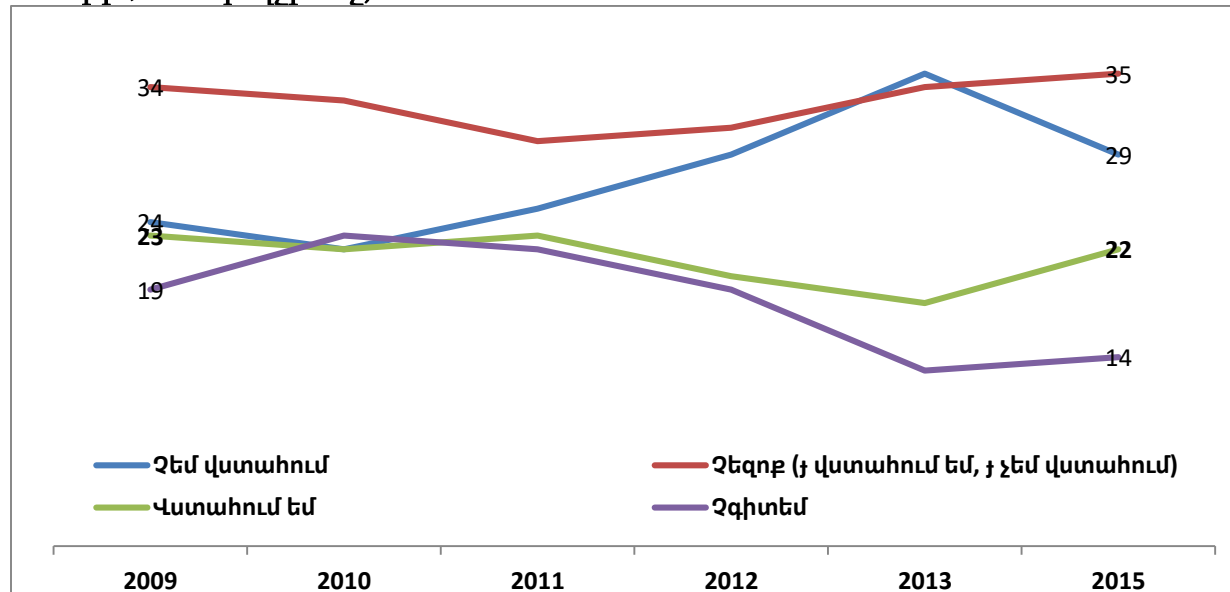
Վստահության հայտնի տեսաբաններից մեկը (Uslaner 2001: 1) վստահությունն անվանում է հասարակական կյանքի «հավապուր» (“chicken soup”)՝ նկատի ունենալով վերջինիս բազմաթիվ օգտակար հատկությունները: Մի շարք ուսումնասիրողներ, օրինակ, ցույց են տվել, որ վստահությունը նպաստում է տնտեսական աճին (Fukuyama 1995; Knack and Keefer 1997), խթանում է քաղաքացիական մասնակցությունը և տրամադրում համագործակցության՝ քաղաքացի-քաղաքացի և քաղաքացի-իշխանություններ ձևաչափերով (Putnam 1993): Ընդ որում, հասարակական հարաբերությունների համար հատկապես օգտակար է վստահությունն անձանոթների հանդեպ (Uslaner 2001: 1): Վստահությունը կարևոր նշանակություն ունի նաև ՀԿ-ների համար: Այս գեկույցում խոսքը, մասնավորապես, հանրային վստահության մասին է: Հանրության վստահության մակարդակից է կախված, թե մարդիկ (պոտենցիալ համախոհները) որքանով ընկալունակ կլինեն ՀԿ-ների ուղերձների հանդեպ, որքանով կցանկանան օգնության և համագործակցության ձեռք մեկնել նրանց՝ դառնալով ՀԿ-ների կամավորներ, նվիրատուներ, շահառուներ կամ անդամներ¹:

ՀԿ դաշտին քիչ թե շատ ծանոթ մարդիկ կհամաձայնեն, որ Հայաստանում զգալի թվով ՀԿ-ներ կան, որոնք ամեն օր իրենց բարեխիղճ աշխատանքով ինչ-որ բան են փոփոխում, վերականգնում, հիմնում, առաջարկում, ջատագովում, բարձրաձայնում, հսկում, ուսումնասիրում, քննադատում, պաշտպանում կամ սովորեցնում: Այլ կերպ ասած, նրանք ամեն օր դրական ազդեցություն են գործում մեր հանրային կյանքի տարբեր ոլորտներում: Մյուս կողմից, սակայն, հանրային կարծիքի ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ հայաստանցիների մեծ մասը թերահավատ է ՀԿ-ների հանդեպ: Ինչպես երևում է *Գծապատկեր 1*-ից, 2015 թ.-ին հարցված հայաստանցիների ընդամենը մեկ հինգերորդն է (22 տոկոսը) վստահել ՀԿ-

¹ ՀԿ-ների համար կարևոր է նաև ինստիտուցիոնալ վստահությունը: Վերջինիս մակարդակից է կախված, թե որքան հաջող կլինի ՀԿ-ների համագործակցությունը մյուս հաստատությունների, օրինակ՝ պետական մարմինների, դոնոր կազմակերպությունների և, վերջապես, քաղաքացիական հասարակության մյուս գործընկեր կազմակերպությունների հետ:

ներին: Համեմատության համար, նույն 2015թ.-ին ՀԿ-ների հանդեպ վստահություն հայտնած մարդկանց համաշխարհային միջինը (ըստ 27 երկրների տվյալների) կազմել է 63 տոկոս (Edelman Trustbarometer 2015):

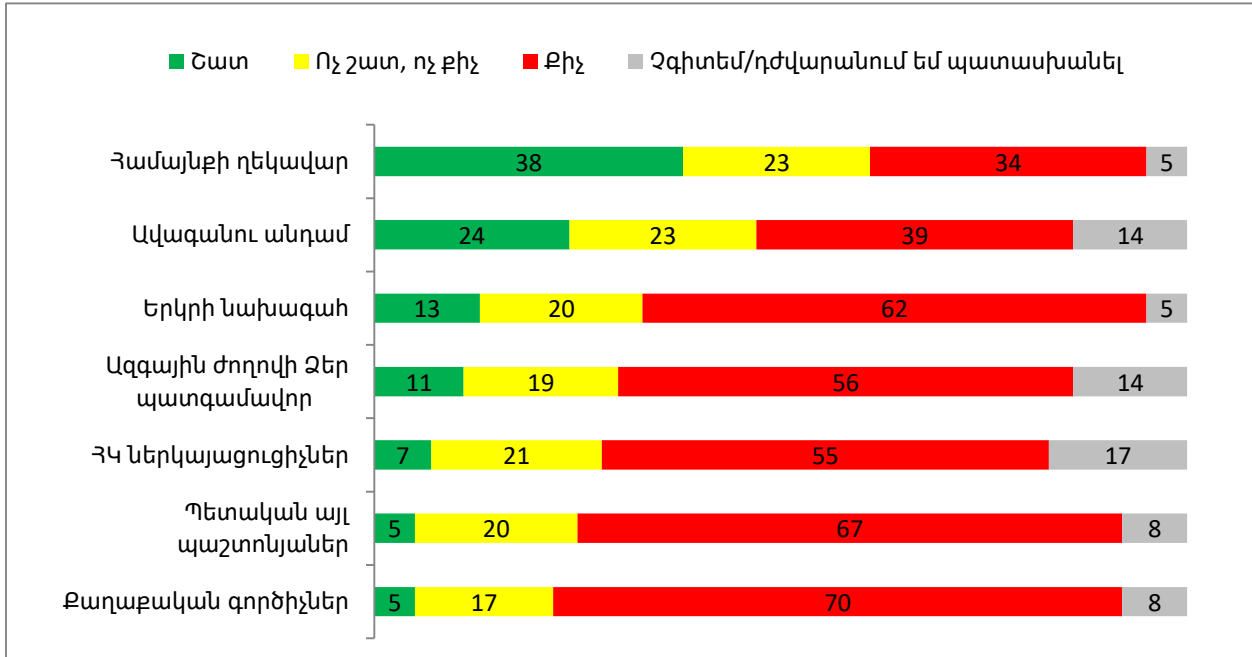
Գծապատկեր 1. Հանրային վստահությունը հայաստանյան ՀԿ-ների հանդեպ (2009-2015 թթ., % ամբողջի մեջ)



Տվյալների աղբյուրը՝ ՀՌԿԿ «Կովկասյան բարոմետր»

Ինչպես ցույց է տալիս նույն *Գծապատկեր 1*-ը, 2009 թ. համեմատ, 2015 թ.-ին ՀԿ-ներին վստահող հայաստանցիների մասնաբաժինը գրեթե անփոփոխ է մնացել, մինչդեռ չվստահողներինը՝ փոքր-ինչ աճել է՝ 24-ից հասնելով 29 տոկոսի: ՀՌԿԿ-Հայաստանի կողմից 2015 թ.-ին ՀաՄաՏեղ ծրագրի շրջանակներում անցկացված մեկ այլ համապետական հետազոտության արդյունքներով, ՀԿ-ներին թերահավատորեն վերաբերողների մասնաբաժինը նույնիսկ ավելի մեծ է՝ 55 տոկոս («քիչ եմ վստահում», «երբեմն եմ վստահում» և «ամենևին չեմ վստահում» պատասխանները միասին վերցրած) (*Գծապատկեր 2*):

Գծապատկեր 2. Որքա՞ն էք վստահում հետևյալ անձանց



Տվյալների աղբյուրը՝ ՀՌԿԿ ՀաՄաՏեղ հարցում

Իմիջիայլոց, *Գծապատկեր 2*-ը ցույց է տալիս, որ, ընդհանուր առմամբ, հաստատությունների հանդեպ հանրային վստահության մակարդակը Հայաստանում ցածր է: Թերևս բացառություն են բանակը և Հայ առաքելական եկեղեցին, որոնցից յուրաքանչյուրը, ըստ ՀՌԿԿ «Կովկասյան բարոմետրի» 2015 թ. ուսումնասիրության տվյալների, վայելում են հարցված հայաստանցիների երկու երրորդի վստահությունը²:

Հարկ է նշել, որ Քաունթերփարթ Ինթերնեյշնլ Հայաստան կազմակերպության կողմից Հայաստանի քաղաքացիական հասարակությանը նվիրված 2014 թ.-ի վերլուծական զեկույցում նշվում է, որ թեև Հայաստանում հանրային վստահությունը ՀԿ-ների հանդեպ հետզհետե նվազում է, սակայն առանձին (օրինակ՝ բնապահպանության) ոլորտներում գործող ՀԿ-ների հանդեպ հանրային վստահությունը բարձր է (Counterpart International Armenia 2014: 30): Մեկ այլ հետազոտության համաձայն, երիտասարդները Հայաստանում ավելի հակված են վստահելու ՀԿ-ներին (Paturyan and Gevorgyan 2014: 72): Այնուհանդերձ, Հայաստանում ՀԿ-ների հանդեպ ընդհանուր հանրային վստահության նշված դեֆիցիտը հետևյալ երկու հարցերին պատասխանելու բնական հրամայականն է առաջացնում: Նախ,

² «Կովկասյան բարոմետր» հարցման տվյալների առցանց վերլուծությունը հասանելի է հետևյալ հասցեով՝ <http://www.crrcenters.org/caucasusbarometer>:

Հայաստանում ի՞նչ գործոններ են ազդում ՀԿ-ների հանդեպ հանրային վստահության մակարդակի վրա, և, երկրորդ, արդյո՞ք հայաստանյան ՀԿ-ները կարող են շահել հանրային վստահությունն այդ գործոնների միջոցով:

ՀԿ-ների հանդեպ հանրային վստահության գործոնները. տեսություն

Ցավոք, ՀԿ-ների հանդեպ հանրային վստահության գործոնների վերաբերյալ գիտական գրականություն հրապարակի վրա գրեթե չկա³: Հետևաբար, տեսական ենթադրություններ (հիպոթեզներ) առաջ քաշելու համար մենք ստիպված ենք հենվել հարակից ոլորտների՝ մասնավորապես պետական հաստատությունների հանդեպ հանրային վստահության վերաբերյալ տեսական մոտեցումների վրա: Վերջիններս կարելի է բաժանել երկու խմբի: Դրանցից առաջինի հեղինակները (Almond and Verba 1965; Uslaner 2002) գտնում են, որ հաստատութենական (ինստիտուցիոնալ) վստահության աղբյուրներն արտաձին են, այն է՝ գտնվում են հաստատություններից դուրս: Վստահության այդպիսի աղբյուր կարող է լինել, օրինակ՝ տվյալ հասարակության մշակույթը (մարդկանց արժեքանական կողմնորոշումները): Եթե մշակույթը սովորեցնում է վստահել, ապա մարդը հակված կլինի վստահել և՛ անձանոթներին, և՛ երկրում գործող հաստատություններին՝ ինչպես պետական, այնպես էլ ոչ պետական: Ժամանակակից Հայաստանը կարելի է բնութագրել որպես ցածր միջանձնային վստահության (անձանոթների հանդեպ վստահությունը) մշակույթ ունեցող հասարակություն⁴: Հանրային վստահության վերոհիշյալ տեսական մոտեցման համաձայն, Հայաստանում միջանձնային ցածր վստահության մակարդակը պետք է որ իր բացասական ազդեցությունը թողնի նաև հայաստանյան ՀԿ-ների և այլ

³ Այս ենթադրության համար հիմք են ծառայում մեր կողմից Google Scholar որոնիչ համակարգի արդյունքների, JSTOR թվային շտեմարանի, ինչպես նաև SAGE և Taylor&Francis գիտական հրատարակչությունների էլեկտրոնային շտեմարանների ուսումնասիրության արդյունքները:

⁴ ՀՌԿԿ «Կովկասյան բարոմետր» ուսումնասիրության համաձայն, 2015 թ.-ին հարցված հայաստանցիների ընդամենը 15 տոկոսն է կարծիք հայտնել, որ Հայաստանում մարդկանց մեծամասնությանը կարելի է վստահել. վաթսուն տոկոսի կարծիքով ավելորդ զգուշությունը չէր խանգարի այլոց հետ հարաբերություններում («Կովկասյան բարոմետր» հարցման տվյալների առցանց վերլուծությունը հասանելի է հետևյալ հասցեով՝ <http://www.crrcenters.org/caucasusbarometer>):

հաստատությունների հանդեպ հանրային վստահության ցածր մակարդակի վրա (*Գծապատկեր 2-ի*): Սակայն, մյուս կողմից, նույն այդ տեսական մոտեցումը կարելի է մերժել՝ հաշվի առնելով բանակի և եկեղեցու հանդեպ հանրային վստահության բարձր մակարդակի առկայությունը:

Ուսումնասիրությունների երկրորդ՝ շատ ավելի մեծ խմբի հեղինակների (Kenneth and Norris 2000; Mishler and Rose 2001; Wong et al. 2011) կարծիքով, ինստիտուցիոնալ վստահության աղբյուրը հաստատությունների աշխատանքն է, ավելի շուտ՝ այդ աշխատանքի որակի վերաբերյալ մարդկանց ընկալումները: Այլ կերպ ասած, հանրությունը հաստատությունների հանդեպ իր վստահությունը ձևավորում է այդ հաստատությունների գործունեությունից ստացած տպավորությունների հիման վրա: Օրինակ՝ պետական հաստատությունների հանդեպ հանրային վստահության կարևոր գործոն են հանդիսանում այդ հաստատությունների աշխատանքի արդյունավետության, թափանցիկության, հաշվետվողականության, կառավարման ժողովրդավարական ընթացակարգերի կիրառման (օրինակ՝ քաղաքացիների կարծիքը լսելու պատրաստակամության) վերաբերյալ հանրային գնահատականները (Zhao and Hu 2015; Christensen and Lægreid 2005; McLaren 2012; Ariely 2013; Torres 2005; Kim, 2010; Tolbert and Mossberger 2006): Այս տեսական մոտեցման համաձայն, Հայաստանում բանակի և եկեղեցու հանդեպ համեմատաբար բարձր վստահությունը պետք է որ պայմանավորված լինի այս հաստատությունների աշխատանքի տարբեր դրսևորումների (բանակի դեպքում, օրինակ, պետության անվտանգությունը ապահովելու գործառույթը) վերաբերյալ մարդկանց դրական գնահատականներով:

Հետաքրքիր է, որ վերջին տարիներին ՀՌԿԿ-Հայաստան և Քաունթերփարթ Ինթերնեյշնլ կազմակերպությունների կողմից հայաստանյան ՀԿ-ների վերաբերյալ իրականացված հետազոտությունները կարծես թե ամրապնդում են հանրային վստահության առաջացման երկրորդ՝ ընկալումային մոտեցումը: Մասնավորապես, այս հետազոտությունների հեղինակները, մեծամասամբ հիմնվելով որակական տվյալների վրա, հայաստանյան ՀԿ-ներին առաջարկում են հանրային վստահություն

շահել ավելի տեսանելի, թափանցիկ, արհեստավարժ և հաշվետու գործելաճ որդեգրելու միջոցով (ՀՌԿԿ-Հայաստան 2015b: 62-70; ՀՌԿԿ-Հայաստան 2016: 9-10; Counterpart International Armenia 2014: 31): Ի տարբերություն առաջին մոտեցման, որը, փաստորեն, (ան)վստահության պատճառները կապում է ՀԿ-ներից դուրս գտնվող գործոնների հետ, երկրորդ մոտեցումը կոչ է առ այն, որ ՀԿ-ներն իրենք կարող են դրականորեն ազդել հանրային վստահության մակարդակի վրա: Այլ խոսքերով, հանրության վստահությունը շահելու համար ՀԿ-ները ոչ միայն պետք է լավ աշխատեն, այլև ցույց տան, որ լավ են աշխատում: Մակայն, կիրառելի⁶ են պետական մարմինների վստահության վերաբերյալ տեսական մոտեցումները ՀԿ դաշտի հանդեպ: Արդյո՞ք ՀԿ-ներն իրոք կարող են սեփական աշխատանքի վերաբերյալ հանրային ընկալումները փոխելով ազդել հանրային վստահության մակարդակի վրա, թե՞ այդ վստահության պատճառները ՀԿ-ների անմիջական ազդեցության ոլորտից դուրս են: Այս հարցին պատասխանելու համար մեր հետազոտությունը, ի տարբերություն նախորդների, օգտագործում է քանակական վերլուծության մեթոդներ: Մասնավորապես, մենք ստուգում ենք, թե հայաստանցիների ընկալումները հայաստանյան ՀԿ-ների աշխատանքի վերաբերյալ որքանո՞վ են պայմանավորում հայաստանյան ՀԿ-ների հանդեպ հանրային վստահության մակարդակը: Հարկ է նաև նշել, որ սույն հետազոտության շրջանակներում հնարավոր չէ միաժամանակ ստուգել մշակութային գործոնների հնարավոր ազդեցությունը հայաստանյան ՀԿ-ների հանդեպ հանրային վստահության մակարդակի վրա: Այս խնդիրը կարող է հետագա հետազոտությունների առարկա դառնալ:

Տվյալադարան, մեթոդ, փոփոխականներ

ՀԿ-ների հանդեպ հանրային վստահության մակարդակի վրա հանրային ընկալումների հնարավոր ազդեցությունը որոշելու համար մենք օգտագործում ենք ՀՌԿԿ-Հայաստանի կողմից 2015 թ. հուլիսին Հայաստանում անցկացված ներկայացուցչական հարցման (N=1443) տվյալները: Հարցումն իրականացվել է ԱՄՆ

ՄԶԳ-ի կողմից ֆինանսավորվող ՀասՄաՏեղ ծրագրի շրջանակներում և պարունակել է ՀԿ-ների վերաբերյալ հանրային ընկալումները բացահայտող հարցախումբ: Մասնավորապես, հարցման ընթացքում օգտագործվել են ՀԿ-ների հանդեպ հանրային վստահությունը, ինչպես նաև ՀԿ-ների աշխատանքի տարբեր ասպեկտների վերաբերյալ հանրային գնահատականները բացահայտող հարցեր⁵:

ՀԿ-ների հանդեպ հանրային վստահության վրա ազդող գործոնները որոշելու նպատակով իրականացվել է բազմաչափ գծային ռեգրեսիոն վերլուծություն՝ SPSS 22 վիճակագրական փաթեթի կիրառմամբ: Բազմաչափ ռեգրեսիոն վերլուծության ընթացքում օգտագործվել է մեկ անկախ և ութ կախյալ փոփոխական: Անկախ և կախյալ փոփոխականների ցանկը ներկայացված է *Աղյուսակ 1*-ում:

Աղյուսակ 1. Անկախ և կախյալ փոփոխականներ

Անկախ փոփոխականներ		
<i>Երիտասարդների շահերի ներկայացում</i>	Ձեր կարծիքով, որքանո՞վ են ՀԿ-ները ներկայացնում երիտասարդների շահերը:	0 = Ամեննին 1 = Շատ քիչ 2 = Որոշ չափով 3 = Շատ 4 = Լիովին
<i>Կանանց շահերի ներկայացում</i>	Ձեր կարծիքով, որքանո՞վ են ՀԿ-ները ներկայացնում կանանց շահերը:	
<i>Հաշմանդամների շահերի ներկայացում</i>	Ձեր կարծիքով, որքանո՞վ են ՀԿ-ները ներկայացնում հաշմանդամություն ունեցող մարդկանց շահերը:	
<i>Աղքատների շահերի ներկայացում</i>	Ձեր կարծիքով, որքանո՞վ են ՀԿ-ները ներկայացնում աղքատ, սոցիալապես խոցելի մարդկանց շահերը:	
<i>Փախստականների շահերի ներկայացում</i>	Ձեր կարծիքով, որքանո՞վ են ՀԿ-ները ներկայացնում փախստականների շահերը:	
<i>Լսելու պատրաստակամություն</i>	Ձեր կարծիքով, որքա՞ն հաճախ են նրանք լսում և հաշվի առնում մարդկանց կարծիքը:	

⁵ Հարցման մեթոդաբանության մանրամասների համար, տե՛ս ՀՌԿԿ-Հայաստան (2015a):

	...Հասարակական կազմակերպությունների ներկայացուցիչներ:	3 = Շատ հաճախ 4 = Միշտ
<i>Հաշվետվողականություն</i>	Իսկ ինչպե՞ս կգնահատեք ՀԿ-ների հաշվետվողականության մակարդակը:	1 = Շատ ցածր 2 = Ցածր 3 = Ո՛չ ցածր, ո՛չ բարձր 4 = Բարձր 5 = Շատ բարձր
<i>Թափանցիկություն</i>	Ինչպե՞ս կգնահատեք ՀԿ-ների գործունեության թափանցիկությունը:	
Կախյալ փոփոխական		
<i>Հանրային վստահություն ՀԿ-ների հանդեպ</i>	Որքա՞ն եք վստահում հետևյալ անձանց: ...Հասարակական կազմակերպությունների ներկայացուցիչներ:	0 = Ամենևին 1 = Շատ քիչ 2 = Քիչ 3 = Ո՛չ շատ, ո՛չ քիչ 4 = Շատ 5 = Լիովին

Արդյունքներ

Բազմագործոն ռեգրեսիոն մոդելը վիճակագրական նշանակալիությամբ կանխատեսում է ՀԿ-ների հանդեպ հանրային վստահությունը $F(8, 392) = 57.34, p < .001, \text{adj. } R^2 = .53$: Մասնավորապես, անկախ փոփոխականներից կառուցված մոդելը բացատրում է կախյալ փոփոխականի վարիացիան 53 տոկոսով: Հիշեցնենք, որ կախյալ փոփոխականը («Որքա՞ն եք վստահում ՀԿ ներկայացուցիչներին») չափվել է վեցաստիճան սանդղակով (0=Ամենևին, 5=Լիովին): Վերլուծության արդյունքները ցույց են տալիս, որ այդ սանդղակի վրա վստահության մակարդակի ցանկացած փոփոխություն 53 տոկոսով պայմանավորված է անկախ փոփոխականների ազդեցությունից: Արդյո՞ք բոլոր անկախ փոփոխականների ազդեցությունն է նշանակալի և հավասարաչափ: Ինչպես ցույց է տալիս *Աղյուսակ 2-ը*, ութ անկախ փոփոխականներից հինգն են («լսելու պատրաստակամություն», «հաշվետվողականություն», «թափանցիկություն», «երիտասարդների շահերի պաշտպանություն» և «հաշմանդամների շահերի պաշտպանություն») վիճակագրական նշանակալիությամբ նպաստում ՀԿ-ների հանդեպ հանրային

վստահության մակարդակի կանխատեսմանը: (Վիճակագրական նշանակալիությունը թույլ է տալիս եզրակացնել, որ ստացված արդյունքները պատահականության հետևանք չեն:): Միաժամանակ, նշված հինգ փոփոխականներից ամենաազդեցիկը՝ ամենամեծ գործակից ունեցողը, «Լսելու պատրաստակամություն» փոփոխականն է ($\beta = .638, p < .001$):

Աղյուսակ 2. ՀԿ-ների նկատմամբ հանրային վստահության գործոնները Հայաստանում

<i>Փոփոխականներ</i>	<i>B</i>	<i>SE</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
Constant		.158	-3.034	.003
Երիտասարդների շահերի ներկայացում	.224*	.101	2.217	.027
Կանանց շահերի ներկայացում	-.088	.110	-.797	.426
Հաշմանդամների շահերի ներկայացում	.192*	.088	2.174	.030
Աղքատների շահերի ներկայացում	-.085	.086	-.989	.323
Փախստականների շահերի ներկայացում	-.022	.095	-.231	.817
Լսելու պատրաստակամություն	.638***	.052	12.370	.000
Հաշվետվողականություն	.214**	.078	2.720	.007
Թափանցիկություն	.208**	.076	2.748	.006

*Ծանոթագրություն. *p<.05; **p<.01; ***p<.001*

Քննարկում և առաջարկներ

Վերլուծության արդյունքների համաձայն, Հայաստանում ՀԿ-ների աշխատանքի վերաբերյալ հանրային ընկալումներն, այո, պայմանավորում են ՀԿ-ների հանդեպ հանրային վստահության մակարդակը: Մասնավորապես, մեր կողմից դիտարկվող անկախ փոփոխականների մեծամասնությունը («Լսելու պատրաստակամություն», «հաշվետվողականություն», «թափանցիկություն», «երիտասարդների շահերի պաշտպանություն» և «հաշմանդամների շահերի պաշտպանություն») նշանակալիորեն ազդում են ՀԿ-ների հանդեպ հանրային վստահության մակարդակի վրա: Ընդ որում, ՀԿ-ների հանդեպ վստահություն առաջացնող ամենամեծ գործոնը

քաղաքացիների ընկալումներն են առ այն, թե ՀԿ-ները որքանով են լսում մարդկանց կարծիքը:

Մեր ուսումնասիրության արդյունքները կրկնակի օգտակար են: Նախ, դրանք նպաստում են հաստատությունների հանդեպ հանրային վստահության գործոնների տեսության զարգացմանը՝ ամրապնդելով ընկալումային մոտեցման դիրքերը: Մասնավորապես, մեր արդյունքներն առաջարկում են, որ ընկալումային մոտեցումը «աշխատում» է նաև ՀԿ-ների հանդեպ հանրային վստահության պարագայում:

Տեսական նպաստից գատ, մեր արդյունքները նաև կիրառական նշանակություն ունեն, քանի որ հետևյալ ուղերձն են պարունակում. հայաստանյան ՀԿ-ները *կարող են* դրականորեն ազդել ՀԿ-ների հանդեպ հանրային վստահության ձևավորման վրա: Այս նպատակին հասնելու համար ՀԿ-ները ոչ միայն պետք է լավ աշխատեն, այլև ցույց տան հանրությանը, որ լավ են աշխատում: Մեր վերլուծության արդյունքները ցույց են տալիս, որ Հայաստանում հանրային վստահություն ծնող «լավ աշխատանքի» չափանիշներն են թափանցիկ, հաշվետու և, թերևս ամենակարևորը՝ շահառուակենտրոն գործունեությունը: Վերջին չափանիշը ենթադրում է շահառուների կարիքներից բխող և շահառուների կյանքի վրա դրականորեն ազդող գործունեություն: Իսկ ինչպե՞ս կարող են ՀԿ-ները հանրայնացնել իրենց լավ աշխատանքը:

Հաջողության պատմությունները որպես վստահության աղբյուր

Ճշմարտությունը՝ սոված, հոգնած և մրսած, թափառում էր գյուղի փողոցներում: Նա թակում էր մարդկանց դռները, սակայն ոչ ոք նրան օգնել չէր ուզում: Բոլորը վախենում էին նրա մերկությունից: Առակը, տեսնելով անկյունում կուչ եկած Ճշմարտությանը, ներս հրավիրեց նրան, տաքացրեց և Պատմության հանդերձանք տալով ճանապարհեց: Այս անգամ Ճշմարտությանն անմիջապես ներս էին կանչում, ջերմացնում և սեղան նստեցնում:

Հրեական պատմություն (Brinkerhoff 2002: 1)

ՀԿ-ների լավ աշխատանքը հանրայնացնելու միջոցները կարող են բազմազան լինել: Սակայն սույն զեկույցը ՀԿ ներկայացուցիչների ուշադրությունը հրավիրում է **հաջողության պատմությունների** գործիքի վրա, քանի որ վերջինս մատչելի է և ազդեցիկ: Նախ, հաջողության պատմությունների հայտնաբերումը, շարադրանքը և հանրայնացումը լրացուցիչ ծախսեր և հավելյալ մասնագիտական որակավորումներ չեն պահանջում. այդ պատմությունները կարող են ստեղծվել կազմակերպության անդամների կամ համակիրների ջանքերով: Բացի այդ, պատմությունը տեղեկատվություն հաղորդելու ամենահին և թերևս ամենաարդյունավետ միջոցն է (Sherman 2006): Պատմությունները ազդեցիկ են, քանի որ գրավում են ընթերցողի ուշադրությունը, հուզում են և զբաղեցնում նրան. պատմությունները նաև մնում են ընթերցողի հիշողության մեջ (Brinkerhoff 2002: 4): Միջազգային հեղինակավոր հասարակական կազմակերպությունները, որպես կանոն, հմտորեն օգտագործում են իրեց հաջողության պատմությունները նոր համակիրներ և նվիրատուներ ձեռք բերելու համար: Հայաստանյան հայտնի (և ոչ այնքան հայտնի) ՀԿ-ների վեբկայքերի հարևանցի ուսումնասիրությունը միանգամից բացահայտում է այն փաստը, որ ՀԿ-ները, որպես կանոն, անտեսում են իրենց պատմությունների ներուժը:

Իսկ ինչպե՞ս գրել պատշաճ պատմություններ, որոնք կհանրայնացնեն ՀԿ-ների գործունեությունը և վստահարժան կդարձնեն նրանց: Նման պատմություններ գրելու կոնկրետ խորհուրդներ է տալիս ԱՄՆ ՄԶԳ (USAID) համառոտ ձեռնարկներից մեկը (Bryson and Eley 2007): Հրապարակված լինելով 2007թ.-ին ԱՄՆ ՄԶԳ աֆրիկյան նախագծերից մեկի համար՝ հաջողության պատմություններ կառուցելու այդ ձեռնարկը կարող է օգտակար ուղեցույց դառնալ նաև հայաստանյան ՀԿ-ների համար: Ի դեպ, հաջողության պատմությունները կարող են շարադրվել տարբեր ձևաչափերով՝ կախված այն բանից, թե ով է ընթերցողը և ինչ նպատակ է հետապնդում պատմության հեղինակը: Սույն զեկույցը կանգ է առել ԱՄՆ ՄԶԳ նշված ձեռնարկի վրա, քանի որ վերջինիս ձևաչափով գրված հաջողության պատմությունները ՀԿ-ների հանդեպ հանրային վստահություն առաջացնող տեղեկատվություն են հաղորդում: Այդ

պատմությունները ցույց են տալիս, որ ՀԿ-ները, օրինակ, թափանցիկ են, հաշվետու են և որ իրենց աշխատանքով բարելավում են շահառուների կյանքը:

Ինչպե՞ս կառուցել հաջողության պատմությունը

Նշված ձեռնարկի հեղինակները, մասնավորապես, կազմակերպություններին խորհուրդ են տալիս առանձնացնել իրենց ծրագրերից որևէ մեկը, որն ակնհայտ ազդեցություն է ունեցել մի խումբ մարդկանց վրա: Ծրագիրն առանձնացնելուց հետո, կազմակերպությունը պետք է տվյալներ հավաքի ծրագրի վերաբերյալ: Ովքե՞ր են եղել շահառուները, ի՞նչ փոփոխություն են զգացել վերջիններս կազմակերպության իրականացրած ծրագրի շնորհիվ, ինչպե՞ս և որքա՞ն ժամանակ է ընթացել ծրագիրը, ինչպե՞ս են շահառուներն օգտագործում ծրագրի շնորհիվ ձեռք բերված գիտելիքները/հմտությունները/միջոցները, ո՞վ է ֆինանսավորել ծրագիրը և որքա՞ն է ծախսվել ծրագրի իրականացման համար:

Որպես հաջորդ քայլ, ձեռնարկի հեղինակները խորհուրդ են տալիս առանձնացնել ծրագրի շահառուներից որևէ մեկին և նրա փորձառությունը շարադրել պատմության տեսքով՝ որպես բոլորի փորձառություն: Հեղինակներն առաջարկում են տվյալ հաջողության պատմությունը շարադրելու 5 կետից բաղկացած ձևաչափը: Ձեռնարկը կազմակերպություններին նաև խորհուրդ է տալիս համապատասխան լուսանկարներ գտնել իրենց պատմությունների համար: Լուսանկարները պիտի ընդգրկվեն պատմության տեքստում և ուղեկցվեն բացատրագրերով (ընդ որում, պատմությունը չպիտի գերազանցի երկու էջի սահմանը):

Եվրասիա համագործակցություն հիմնադրամի (2016)՝ ՀԿ-ների ներկայացուցիչների համար թողարկված ուսուցողական տեսահոլովակներից մեկը ևս առաջարկում է հետևել հաջողության պատմությունները գրելու վերը նշված սկզբունքներին: Մասնավորապես, ըստ տեսահոլովակի, հաջողության պատմությունները պետք է շարադրվեն շահառուի տեսանկյունից, ցույց տան ՀԿ-ի հետապնդած նպատակը և թողած ազդեցությունը, շահառուին ներկայացնեն որպես ակտիվ հերոս, գրված լինեն

ակտիվ (ոչ թե կրավորական) լեզվով, ինչպես նաև հնարավորինս ընկալելի լինեն և՛ շահառուների, և՛ դոնորների համար:

Սույն զեկույցը փորձել է տեղայնացնել ԱՄՆ ՄԶԳ նշված ձեռնարկի ձևաչափը: Վերջինս զետեղված է Ձեկույցի *Հավելված 1*-ում: Ձևաչափն ուղեկցվում է (երևակայական) ՀԿ-ների հաջողության պատմությունների օրինակներով և հեշտությամբ կարող է ծառայեցվել հայաստանյան ՀԿ-ների պատմությունները շարադրելու համար: Միաժամանակ, Ձեկույցի *Հավելված 2*-ը ՀԿ-ների հաջողության պատմությունների «գրավիչ-տեղեկացնող» վերնագրեր կառուցելու ձևաչափ է ներկայացնում:

ԱՄՆ ՄԶԳ նշված ձեռնարկի ձևաչափով գրված հաջողության պատմությունները միաժամանակ մի շարք խնդիրներ են լուծում: Նախ, դրանք տեսանելի և հասկանալի են դարձնում կազմակերպության աշխատանքը, ցույց են տալիս, թե ով և որքան է ֆինանսավորում կազմակերպության նախագծերը («թափանցիկության» չափանիշ): Պատմությունները տեղեկություններ են պարունակում արված գործի և ծախսված գումարի վերաբերյալ («հաշվետվողականության» չափանիշ): Պատմությունները թվերի և փաստերի միջոցով նկարագրում են շահառուների կյանքում տեղի ունեցած դրական փոփոխությունները: Վերջապես, պատմությունները ցույց են տալիս, որ ՀԿ-ներն աշխատել են հանուն ընդհանուր կամ այլոց շահի («շահառուակենտրոնության» սկզբունք):

Ավելին, այս ձևաչափով գրված պատմությունները վստահություն առաջացնող ևս մեկ (առաջին հայացքից անտեսանելի) գործոն են պարունակում: Խոսքը՝ «երրորդ կողմի հավաստիացման» գործոնի մասին է, որը վստահության հարցերով զբաղվող ուսումնասիրողները համարում են առևտրային կազմակերպությունների վստահարժանության կարևոր աղբյուրներից մեկը (Zucker 1986): Համաձայն «երրորդ կողմի հավաստիացման» գաղափարի, կազմակերպությունն ավելի վստահարժան է դառնում, եթե նրա դրական որակների մասին խոսում է ոչ թե ինքը՝ կազմակերպությունը, այլ վերջինիս հետ շփում ունեցած որևէ երրորդ անձ:

Հաջողության պատմությունների ձևաչափի 5-րդ կետը նախատեսված է պատմության հերոսի ուղիղ խոսքի համար, որով նա ներկայացնում է ՀԿ-ի տվյալ միջոցառման՝ իր վրա թողած ազդեցությունը: Այդ խոսքը կամ «խոստովանությունը», ըստ էության, ոչ այլ ինչ է, քան «երրորդ կողմի հավաստիացում» հասարակական կազմակերպության դրական որակների վերաբերյալ:

Խնդրո առարկա ձևաչափով գրված հաջողության պատմությունները, ներկայացվելով կազմակերպությունների կայքէջերում կամ/և ՁԼՄ-ներում, տարբեր շրջանակների վրա ազդեցության լայն հնարավորություն ունեն: Դրանք կարող են դրական ազդեցություն թողնել ՀԿ-ների հանդեպ լայն հանրության և (պոտենցիալ) դոնոր կազմակերպությունների դիրքորոշումների վրա: Դոնորները, ի թիվս այլ նպատակների, իրենց գործունեության արդյունքում ցանկանում են տեսնել երկու բան. ա) իրենց հատկացրած միջոցները բարելավել են շահառուի կյանքը և բ) իրենք հիշատակվել են որպես հաջողված նախաձեռնությունների աջակից: Հաջողության պատմություններ գրելու առաջարկվող ձևաչափը համապատասխանում է դոնորների վերոհիշյալ երկու սպասելիքին էլ:

Հաջողության պատմություններ նաև լուսանկարների միջոցով

Տեքստային պատմությունների հետ մեկտեղ, ՀԿ-ներն իրենց հաջողության գործերը կարող են ի ցույց դնել լուսանկարչական էսսենների միջոցով: Խոսքը, մասնավորապես, վերաբերում է լուսանկարչության մեջ հայտնի «կրկնալուսանկարչության» (“rephotographing”) տեխնիկայի միջոցով որևէ երևույթի (սոցիալական կամ ֆիզիկական) փոփոխությունն արձանագրելուն և ներկայացնելուն: Կրկնալուսանկարչության տեխնիկայի կիրառման հաջող օրինակ է *Armenia Tree Project* ՀԿ-ի առաջացրած դրական փոփոխությունների ցուցադրումը կազմակերպության վեբկայքի «Նախքան և Հետո» պատկերասրահում (https://www.armeniatree.org/en/transform_armenia.asp): Պատկերասրահը ցուցադրում է լուսանկարների զույգեր, որոնցից յուրաքանչյուրում լուսանկարներից մեկը

խորհրդանշում է «Նախքանը» (ծառագուրկ կամ կանաչագուրկ որևէ տարածք) իսկ մյուսը՝ «Հետո»-ն (նույն տարածքն արդեն կանաչապատ կամ ծառապատված):

Կրկնալուսանկարչության միջոցով էլ ՀԿ-ները կարող են վստահարժանության մի քանի խնդիր լուծել: Մասնավորապես, նրանք կարող են ի ցույց դնել սեփական կազմակերպությունների համապատասխանելիությունը փոփոխություն առաջացնելու (կոմպետենտության), հոգատարության և կանխատեսելիության սկզբունքներին: Նկարներին ուղեկցող բացատրագրերը կարող են նպաստել նաև ՀԿ-ների «թափանցիկ» և «հաշվետու» կազմակերպություն լինելու իմիջին (օրինակ՝ բացատրագրերը կարող են տեղեկություն պարունակել դոնորի, դրամաշնորհի չափի և ծախսված գումարների վերաբերյալ):

Այսպիսով, մեր ուսումնասիրության արդյունքները ցույց են տալիս, որ Հայաստանում ՀԿ-ների լավ աշխատանքը և այդ աշխատանքի վերաբերյալ մարդկանց ընկալումները ՀԿ-ների հանդեպ հանրային վստահության կարևոր աղբյուրներից են: Մա ՀԿ-ների համար լավատեսական եզրակացություն է. ՀԿ-ներն իրենք կարող են ակտիվ գործոն դառնալ հանրային վստահություն շահելու գործում: **Մասնավորապես, ՀԿ-ների ներկայացուցիչները չպետք է թերագնահատեն հանրության վրա դրական տպավորություն գործելու անհրաժեշտությունը:** Այդ միջոցներից մեկը, և թերևս ամենամատչելին, ՀԿ-ների հաջողության պատմությունների հավաքագրումն է, շարադրումը և հանրայնացումը:

Հավելված 1. Հաջողության պատմությունների ձևաչափ

ՁԵՎԱԶՍՓ

ՀԿ-ների հաջողության պատմություններ գրելու համար

(Ձևաչափում բոլոր կազմակերպությունների և մարդկանց անունները մտացածին են)

1. Ընդհանուր տեղեկություններ: Ի՞նչ միջոցառում է, ի՞նչ ծրագրի շրջանակներում է իրականացվում, ո՞վ է կազմակերպել, ե՞րբ, որտե՞ղ և ի՞նչ ժամանակով: Ո՞վ է ֆինանսավորում: Ովքե՞ր և քանի՞սն են մասնակիցները, և ո՞վ է պատմության հերոսը:

Ինգա Շահվերդյանը մեկն է այն տասներկու երիտասարդներից, որոնք 2015 թ. մայիսին մասնակցեցին «SPSS ծրագրային փաթեթի հիմունքները» կարճատև դասընթացին: ԴՀԿ-Հայաստանն այսպիսի դասընթացներ կազմակերպում է տարեկան մի քանի անգամ, «Հանթինգթոն Դիվելոպմենթ» հիմնադրամի աջակցությամբ:

2. Ի՞նչ արեցին պատմության հերոսը և մյուս մասնակիցները միջոցառման ընթացքում:

Դասընթացի ժամանակ Ինգան և մյուս մասնակիցները զարգացրեցին SPSS ծրագրի միջոցով վիճակագրական վերլուծություններ կատարելու իրենց բազային գիտելիքները: Նրանք ամրապնդեցին նկարագրական վիճակագրության իրենց հմտությունները և ծանոթացան կորելյացիոն և ռեգրեսիոն վերլուծության սկզբունքներին:

3. Ի՞նչ գիտելիքներ և/կամ հմտություններ ձեռք բերեց պատմության հերոսը միջոցառման ավարտին:

Դասընթացի ավարտին Ինգան կարողանում էր ինքնուրույն կատարել T-թեստ, Փիրսոնի կորելյացիա և գծային ռեգրեսիա: Նա ոչ միայն ստուգում էր տարբեր փոփոխականների միջև հնարավոր կապերը և ազդեցությունները, այլև գիտական լեզվով մեկնաբանում ստացված արդյունքները:

հմտությունները (արդյունքները նկարագրել կոնկրետ թվերով, կշիռներով կամ իրադարձություններով):

Դասընթացի ժամանակ ձեռք բերած գիտելիքները և հմտությունները Ինգան արդյունավետությամբ օգտագործեց Հայաստանի Ամերիկյան Համալսարանի իր մագիստրոսական թեզն ավարտին հասցնելու համար: Նա,

5. Պատմության հերոսի մեկնաբանությունը՝ («ուղիղ խոսք»-ը) միջոցառման և դրա արդյունքների հետ կապված իր տպավորությունների մասին:

Ինգան ասում է. «Ես երբեք այդքան բարձր գնահատական չէի ստանա իմ թեզի համար, եթե որակական հարցազրույցների արդյունքների կողքին վիճակագրական վերլուծություն չներկայացնեի: Իմ ղեկավարը և ընդդիմախոսները տպավորված էին և համոզում էին ինձ անսպասան հրապարակել թեզիս արդյունքները: Վստահ եմ, որ ակադեմիական առաջընթացիս համար վիճակագրական վերլուծություններ կատարելու հմտություններս լուրջ զենք են»:

ՁԵՎԱԶԱՓ

ՀԿ-ների հաջողության պատմությունները գրելու համար (լուսանկարներով)

Ինգա Շահվերդյանը մեկն է այն տասներկու երիտասարդներից, որոնք 2015 թ. մայիսին մասնակցեցին «SPSS ծրագրային փաթեթի հիմունքները» կարճատև դասընթացին: ԴՀԿԿ-Հայաստանն այսպիսի դասընթացներ կազմակերպում է յուրաքանչյուր տարի մի քանի անգամ, «Հանթինգթոն Դիվելփմենթ» հիմնադրամի աջակցությամբ:

Դասընթացի ժամանակ Ինգան և մյուս մասնակիցները զարգացրեցին SPSS ծրագրի միջոցով վիճակագրական վերլուծություններ կատարելու իրենց բազային գիտելիքները: Նրանք ամրապնդեցին նկարագրական վիճակագրության իրենց հմտությունները և ծանոթացան կորելյացիոն և ռեգրեսիոն վերլուծության սկզբունքներին:

Դասընթացի ավարտին Ինգան կարողանում էր ինքնուրույն կատարել T-թեստ, Փիրսոնի կորելյացիա և գծային ռեգրեսիա: Նա ոչ միայն ստուգում էր տարբեր փոփոխականների միջև հնարավոր կապերը և ազդեցությունները, այլև գիտական լեզվով մեկնաբանում ստացված արդյունքները:

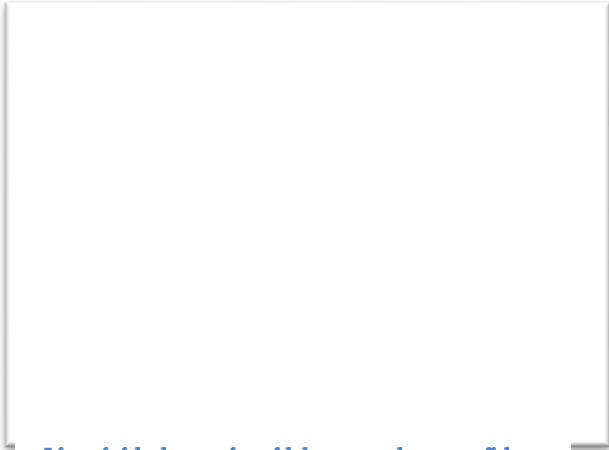
Դասընթացի ժամանակ ձեռք բերված գիտելիքները և հմտություններն Ինգան արդյունավետությամբ

օգտագործեց Հայաստանի Ամերիկյան Համալսարանի իր

մագիստրոսական թեզն ավարտին հասցնելու համար: Նա, մասնավորապես, տարբեր տվյալադարանների վերլուծության միջոցով իր աշխատանքում երկու հիպոթեզ հաստատեց: Առաջին, Հայաստանից Հյուսիսային Ամերիկա արտագաղթի և արտագաղթողների եկամուտների միջև գոյություն ունի դրական կորելյացիա: Երկրորդ, Հայաստանում ստացած կրթության յուրաքանչյուր հավելյալ տարին դրական ազդեցություն ունի Հյուսիսային Ամերիկա արտագաղթածների եկամուտների չափի վրա: Ինգայի մագիստրոսական աշխատանքը արժանացավ ամենաբարձր՝ A+ գնահատականի:



Դասընթացի մասնակիցները ծանոթանում են ռեգրեսիոն վերլուծության սկզբունքներին



Ինգան ներկայացնում է իր բացահայտումները
թեզի պաշտպանության ընթացքում

Ինգան ասում է. «Ես երբեք այդքան
բարձր գնահատական չէի ստանա իմ
թեզի համար, եթե որակական
հարցազրույցների արդյունքների կողքին
վիճակագրական վերլուծություն
չներկայացնեի: Իմ ղեկավարը և
ընդդիմախոսները տպավորված էին և
համոզում էին ինձ անպայման
հրապարակել թեզիս արդյունքները:
Վստահ եմ, որ ակադեմիական
առաջընթացիս համար վիճակագրական
վերլուծություններ կատարելու

հմտություններս լուրջ զենք են իմ ձեռքին»:

Հաջողության պատմության օրինակ

Ստեղծիր քո աշխատանքը. գյուղական տուրիզմը Գեղարքունիքի մարզում

(պատմության բոլոր կազմակերպությունների և մարդկանց անունները մտացածին են)

Միլիտոնյանները Գեղարքունիքի մարզի Փամբակ համայնքից են, և մեկն են այն
վեց ընտանիքներից, որոնք մասնակցել են «Հույս» հասարակական կազմակերպության
«Գյուղական տուրիզմի զարգացումը Հայաստանում» սեմինարին: Ութօրյա այս
սեմինարը «Հույս»-ն իրականացրել է 2014 թ. մարտ-ապրիլ ամիսներին Գեղարքունիքի
մարզի երեք համայնքներում, Հոլանդական «Շթայնհոֆ» բարեգործական հիմնադրամի
տրամադրած դրամաշնորհի շրջանակներում (դրամաշնորհի ընդհանուր արժեքը՝
30.000 եվրո):

Սեմինարի ընթացքում Միլիտոնյանների և մյուս ընտանիքների
ներկայացուցիչները ծանոթացան գյուղական տուրիզմի հիմունքներին, ինչպես նաև
տուրիստական բիզնեսի պլանավորման և մարքեթինգի սկզբունքներին: Նրանք
կիրառական գիտելիքներ ստացան գյուղական տուրիզմ կազմակերպելու
նրբությունների, այդ թվում՝ ազրո, գաստրո և պատմամշակութային տուրիզմի
վերաբերյալ:

Մեմինարի ավարտին Միլիտոնյանների ընտանիքը սեփական տնային տնտեսության հիման վրա զբոսաշրջիկներ ընդունելու բիզնես-ծրագիր մշակեց: «Հույս»-ի խորհրդատուների օգնությամբ Միլիտոնյանները սահմանեցին զբոսաշրջիկներին ընդունելու ֆիզիկական պայմանները (իրենց տան սահմաններում հատկացվելիք սենյակները և կահկարասին), խոհանոցը (տեղական ավանդական և «էկո» ճաշատեսակները), պատմամշակութային վայրերը (եկեղեցի, սրբավայրեր և այլն), տեղական տոները և ավանդույթային իրադարձությունները (Վարդավառ, հարսանիք, կնունք և այլն), ժամանցի լրացուցիչ միջոցառումները (ձիավարություն, զբոսանք նավով և հեծանիվով, մասնակցություն լավաշ ու գաթա թխելու և քյուֆթա ծեծելու արարողություններին և այլն), ինչպես նաև իրենց նորաստեղծ «գործը» շուկայում գովազդելու ուղիները:



Միլիտոնյանների հյուրատան վերանորոգված խոհանոցը

Մեմինարի ավարտից անմիջապես հետո, վերոհիշյալ բիզնես ծրագրի հիման վրա Միլիտոնյանները \$1500 ԱՄՆ դոլար երկարաժամկետ վարկ ստացան՝ զբոսաշրջիկների ընդունման համար անհրաժեշտ վերանորոգում և կացարանային տարբեր պիտույքներ ձեռք բերելու համար: Նրանք նաև ծանոթների, համացանցի (հիմնականում ֆեյսբուք) և որոշ զբոսաշրջային գործակալությունների միջոցով հայտարարություն տարածեցին իրենց նախաձեռնության մասին: Արդյունքում, 2015 թ. ամռանը Միլիտոնյանները 12 ընտանիք հյուրընկալեցին: Ընդհանուր առմամբ,



Հյուրերը ժամանում են Միլիտոնյանների հյուրատուն



Հյուրերը վերադառնում են լողափից

ընտանիքի հատկացրած կացարանը հուլիս-օգոստոս ամիսներին զբաղեցվեց 48 օր: Յուրաքանչյուր օրվա համար ընտանիքը ստացավ միջինը 14 հազար դրամ եկամուտ:

Միլիտոնյանների ընտանիքի մայրը՝ Անահիտը, ասում է. «Մենք մասնակցեցինք

«Հույս»-ի սեմինարին և հասկացանք, որ ինքներս կարող ենք աշխատանք ստեղծել մեզ համար: Գյուղական տուրիզմը հոյակապ գաղափար է ողջ Հայաստանի համար... Ավելի մեծ գնահատական չկա մեր արած գործին, քան մեր այցելուների պայծառ հայացքներն են և շնորհակալական ջերմ խոսքերը: Հիմա դեռևս մարտ ամիսն է, բայց այս ամառվա համար մենք արդեն երեք ամրագրում ունենք»:

Հավելված 2. Վերնագրերի ձևաչափ

Ձևաչափ

«Գրավոր-տեղեկացնող» վերնագիր կառուցելու համար

Հաջողության պատմության վերնագրի հատկանիշները

Գրականագետները վերնագիրը հաճախ անվանում են *պարատեքստ* (թարգմանաբար՝ «լրացուցիչ տեքստ», «զուգահեռ տեքստ», կամ «տեքստից անդին տեքստ»)։ Վերնագրից գատ, պարատեքստ են տեքստին ուղեկցող նկարագարողումները կամ տեքստի տառատեսակը և տառաչափը։ Պարատեքստ է նաև այն գրքակազմը, որում ամփոփված է տեքստը։

Հաջողության պատմության վերնագիրը, որպես պարատեքստ, պետք է գրավի և տեղեկացնի։ Նախ, այն պետք է գրավի ընթերցողի ուշադրությունը։ Այսօր ընթերցողը գտնվում է «մեղիա ոմբակոծության» տակ, և ցանկացած հեղինակ ստիպված է նաև ուշադրություն «գողանալու» խնդիր լուծել։ Երկրորդ, վերնագիրը պետք է տեղեկացնի, թե ինչ է սպասվում ընթերցողին բուն տեքստում։ Ընթերցողը միշտ շնորհակալ է լինում, երբ վերնագիրը հուշում է, արդյոք տվյալ պատմությունն իրեն պետք է, թե ոչ։ Այլ կերպ ասած, վերնագիրը պետք է կամուրջ հանդիսանա բուն տեքստի և ընթերցողի միջև, վերջինիս «իր վրայով» գրավի-ուղեկցի դեպի պատմության բուն ասելիքը։

Սակայն, ինչպե՞ս կարող է միևնույն վերնագիրը և՛ գրավել, և՛ տեղեկացնել ընթերցողին։ Այս հարցի պատասխանը կարելի է գտնել ակադեմիական շարադրանքի ոլորտում։ Փորձառու հեղինակների գիտական հոդվածները հաճախ բաղկացած են լինում երկու մասից։ Առաջին մասը որևէ արտահայտություն է, որը *գրավում* է ընթերցողի ուշադրությունը։ Երկրորդ մասն ընդհանուր տեղեկություն է տալիս տեքստի բովանդակության մասին։ Երկու մասերն իրարից բաժանվում են միջանկյալ կետադրական նշանով, օրինակ՝ միջակետով։

«Գրավոր-տեղեկացնող» վերնագրի ձևաչափ.

1. Գրավոր մաս

Մուտքից այն կողմ սպասելիս

2. Միջանկյալ կետադրական նշան

« . »

3. Տեղեկացնող մաս

Ինչու՞ տղաները չեն դիմում Բրյուսովի անվան լեզվաբանական
համալսարան

4. Վերջնական վերնագիրը

Մուտքից այն կողմ սպասելիս. ինչու՞ տղաները չեն դիմում
Բրյուսովի անվան լեզվաբանական համալսարան

Օգտագործված գրականություն

Եվրասիա համագործակցություն հիմնադրամ (2016) *Ինչպե՞ս կառուցել* պատմություն
ՀԿ-ի գործունեության մասին: Մաս 1, 2: Տեսադասախոսություն. ապրիլի 8, 12:

ՀՌԿԿ-Հայաստան (2015a) Բարեփոխումների երկար ճանապարհին. ՀՀ տեղական
ինքնակառավարման համակարգը քաղաքացիների աչքերով. Ջեկույց:

ՀՌԿԿ-Հայաստան (2015b) Հայաստանի ՔՀԿ ոլորտի շուկայի համապարփակ
հետազոտություն. Վերլուծական զեկույց:

ՀՌԿԿ-Հայաստան (2016) Լավագույն փորձի հետքերով. շահերի պաշտպանությամբ
գրադվող հայաստանյան ՀԿ-ների ուսումնասիրություն. Ջեկույց:

Almond, G. A., and S. Verba (1965) *The civic culture: Political attitudes and democracy in five nations*. Boston, MA: Little, Brown and Company.

Ariely, G. (2013) Public administration and citizen satisfaction with democracy: Cross-national evidence. *International Review of Administrative Sciences* 79(4): 747–766.

Brinkerhoff, R.O. (2002) *The Success Case Method: Find Out Quickly What's Working and What's Not*. Can Francisco: Berrett-Koehler Publishers Inc.

- Kim S. (2010) Public trust in government in Japan and South Korea: Does the rise of critical citizens matter. *Public Administration Review* 70(5): 801–810.
- Bryson, J.C., and Eley N. (2007) Guidance: How to compile a success story. USAID AFRICARE. *Food Security Review*. September.
- Counterpart International Armenia (2014) *CIVICUS Civil Society Index Rapid Assessment: Armenia Country Report*. Yerevan.
- Christensen T and Lægreid P (2005) Trust in government: The relative importance of service satisfaction, political factors and demography. *Public Performance and Management Review* 28(4): 487–511.
- Edelman Trustbarometer (2015) *Annual Global Study 2015*. Executive Summary.
<http://www.edelman.com/insights/intellectual-property/2015-edelman-trust-barometer/trust-and-innovation-edelman-trust-barometer/executive-summary/>
(Accessed 2.27.2017)
- Fukuyama F. (1995) *Trust: the social virtues and the creation of prosperity*. New York: The Free Press.
- Knack, S., and P. Keefer (1997) Does social capital have an economic payoff? A cross-country investigation. *Quarterly Journal of Economics*, 112(4):1251-1288.
- McLaren L. (2012) Immigration and Trust in Politics in Britain. *British Journal of Political Science* 42(1): 163–185.
- Mishler, W., and R. Rose (2001) What are the origins of political trust? Testing institutional and cultural theories in post-Communist societies. *Comparative Political Studies* 34(1): 30–62.

- Newton, K., and P. Norris (2000) Confidence in public institutions: Faith, culture, or performance? In S.J. Pharr and R.D. Putnam (eds) *Disaffected Democracies: What's Troubling the Trilateral Countries?* Princeton: Princeton University Press, 52–73.
- Paturyan, Ye. J. and V. Gevorgyan (2014) *Armenian Civil Society after Twenty Years of Transition: Still Post-Communist?* Yerevan: Turpanjian Center for Policy Analysis AUA.
- Putnam R. D. (1993) *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton: Princeton University Press, 1993.
- Sherman P. (2006) An introduction to usability and user-centred design. In P. Sherman (eds) *Usability success stories: How organizations improve by making easier-to-use software and web sites*. Burlington, VT: Ashgate Publishing Company, 1-14.
- Tolbert C.J., and K. Mossberger (2006) The effect of E-government on trust and confidence in government. *Public Administration Review* 66(3): 354–369.
- Torres, L. (2005) Service charters: Reshaping trust in government – The case of Spain. *Public Administration Review* 65(6): 687–699.
- Uslaner, E.M. (2001) Trust as a moral value. Paper prepared for the Conference, “Social Capital: Interdisciplinary Perspectives,” University of Exeter, United Kingdom, 15-20 September.
http://siteresources.worldbank.org/EXTECAREGTOPSOCDEV/Resources/Uslaner_Trust_moral_value.pdf (accessed 12.24.2016)
- Uslaner, E.M. (2002) *The moral foundations of trust*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wong, T.K., P. Wan and H.M. Hsiao (2011) The bases of political trust in six Asian societies: Institutional and cultural explanations. *International Political Science Review* 32(3): 263–281.

Zhao D. and D. Hu (2015) Determinants of public trust in government: Empirical evidence from urban China. *International Review of Administrative Science*.
<http://ras.sagepub.com/content/early/2015/08/04/0020852315582136> doi:
10.1177/0020852315582136

Zucker, L. (1986) Production of Trust: Institutional Sources of Economic Structure, 1840-1920.
Research in Organization Behavior 8(1): 53-111.