

LITERACY

NEEDS

| ՄԵԴԻԱԳՐԱԳԻՏՈՒԹՅՈՒՆ | ԶԵՈՆԱՐԿ |

ձեռնարկը դատրաստվել է Համաշխարհային բանկի և ԱՄՆ ՄՁԳ-ի «Լրատվության այլընտրանքային ռեսուրսներ» ծրագրի աջակցությամբ



LITERACY

MEOW

| ՄԵՂԻՎԱԳՐԱԳԻՏՈՒԹՅՈՒՆ | ՁԵՌՆԱՐԿ |



ԻՆՏԵՐՆՅՈՒՄ

ԵՐԵՎԱՆ 2013

Մանույի աջակցության «Ինտերնյուս» հասարակական կազմակերպությունը ներկայացնում է մեդիագրագիտություն դասընթացի ձեռնարկ ավագ դպրոցի ուսուցիչների համար: Ձեռնարկի օգնությամբ ուսուցիչները կկարողանան դաստանդներին բացատրել, թե ինչու է աշխատում մեդիա ոլորտը, ինչով է լրատվությունը տարբերվում քարոզչությունից ու գովազդից, ինչ հիմնական հասկացություններ կան, ինչ հմարքներ են օգտագործում լրատվամիջոցները: Առաջարկվող նյութերն ու առաջադրանքներն օգտագործելով՝ ուսուցիչները կկարողանան դիտումների, քննարկումների, խաղերի միջոցով դաստանդներին ծանոթացնել մեդիայի աշխատանքին ու սկզբունքներին, կսովորեցնեն քննադատաբար մոտենալ մատուցվող տեղեկատվությանն ու ճիշտ հարցեր բարձրացնել:

Ձեռնարկը ներառում է տասը թեմաների տեսական նյութեր, հղումներ ու հուշումներ ուսուցիչների համար, ինչպես նաև դիդակտիկ նյութեր, առաջադրանքներ, որոնք կարող են կիրառվել դասավանդման ընթացքում:



ձեռնարկը երաշխավորված է ԿԳՆ կողմից՝
որդես ուսումնասովանդակ գրականություն

ISBN 978-99941-2-844-0

ՀՏԴ 659 (07)

ԳՄԴ 76 g 7

Մ 432

Մ 432 Մեդիագրագիտություն: Ձեռնարկ.
- Եր.: Ինտերմյուս, 2013, - 164 էջ:

ՀՏԴ 659 (07)

ԳՄԴ 76 g 7

| 6 |

Անհաճություն

| 10 |

թեմա 1

ՄԵԴԻԱՅԻ ԱՍԵԼԻՔԸ

| 18 |

թեմա 2

ՄԵԴԻԱՅԻ ԿԵՆՍԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆԸ

| 26 |

թեմա 3

ՎԵՐԼՈՒԾՈՒՄ ԵՆՔ ՄԵԴԻԱՆ

| 32 |

թեմա 4

ՄԵԴԻԱՅԻ ԱԶԱՏՈՒԹՅՈՒՆՆ ՈՒ ՍԱՅՄԱՆՆԵՐԸ

| 44 |

թեմա 5

ՄԵԴԻԱՆ ՆԵՐՄԻՑ

| 54 |

թեմա 6

ՏՊԱԳԻՐ ՄԵԴԻԱ

| 60 |

թեմա 7

ՁԱՅՆԸ ԵՎ ՄԵԴԻԱՆ

| 66 |

թեմա 8

ՊԱՏԿԵՐԸ ԵՎ ՄԵԴԻԱՆ

| 72 |

թեմա 9

ՆՈՐ ՄԵԴԻԱ

| 80 |

թեմա 10

ԵՍ ԵՎ ՄԵԴԻԱՆ. ԻՆՉՊԵՍ ԿԻՐԱՌԵԼ ԳԻՏԵԼԻՔԸ՝
ՈՐՊԵՍ ՄԵԴԻԱ ՍՊԱՌՈՂ

հավելված

| 84 |

ՆԱԽՆԱԿԱՆ ՀԱՐՑԱՇԱՐ

| 88 |

ԱՄՓՈՓԻՉ ՀԱՐՑԱՇԱՐ

| 94 |

ՏԵՍԱԿԱՆ ՀՈԴԿԱԾՆԵՐ

| 154 |

ՄԵԴԻԱ ԲԱՌԱՐԱՆ

*Չայնի ու մասկերի լիպուն
շիճանայր նույնն է, թե
առանց գրեկ-կարդալ սովորե-
լու՝ դորոցն ավարտել:*

Ջորջ Լուկաս
ամերիկացի ֆիլմարտադրող, ռեժիսոր

Մեդիագրագիտությունը 20-րդ դարի երկրորդ կեսին սկիզբ առած շար-
ժում է, որի նդատակն է մեդիա սդամողին օգնել հասկանալ լրատվա-
միջոցների աշխատանքը, շարժառիթները և ուղղվածությունը,
քարոզչությունը տարբերել օբյեկտիվ տեղեկատվությունից, խուսափել
մեդիայի բացասական ազդեցությունից...

21-րդ դարում մարդը շրջադատված է մեդիայով՝ դաստամներ, էկրան-
ներ, հաղորդագրություններ, հայտարարություններ, ազդագրեր, խա-
ղեր... Մեդիան սոսկ տեղեկությունների շրջանաման միջավայր չէ. այն
ձևավորում է հասարակական կարծիք, ազդում է մարդկանց, հատկա-
դես՝ երեխաների ու դատանիների վարքագծի, որոշումների, աշխար-
հայացքի և նախասիրությունների վրա: Մեդիա սդամողը դետք է
զինված լինի համադատասխան գիտելիքով՝ տեղեկատվական դաշ-
տում ճիշտ կողմնորոշվելու համար:

Ֆրանսիացիները դրա կարևորությունը գիտակցել են դեռ 1920-ական-
ներին, երբ կինոն արդեն մեծ տարածում և ազդեցություն ուներ զար-
գացած երկրներում: Այդ տարիներին է սկիզբ առել մեդիակրթության ու
մեդիագրագիտության շարժումը: Ֆրանսիայից այն անցել է Մեծ Բրի-
տանիա, Ռուսաստան, եվրոդական այլ երկրներ: 20-րդ դարի երկրորդ
կեսին ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ն բարձրանայնել է մեդիակրթության կարևորության
մասին և այն հայտարարել կրթության առաջնահերթ ոլորտ հաջորդ
տասնամյակների համար: Այսօր մեդիակրթության առաջատարներից
են Վվստրալիան, Կանադան, Մեծ Բրիտանիան, ԱՄՆ-ը: Այս երկրնե-
րում մեդիագրագիտությունը դասավանդվում է դորոցներում կամ որ-
դես առանձին առարկա, կամ որդես հումանիտար առարկաների
մաս:

Մեդիագրագիտությունը դետք չէ շփոթել լրագրողական հմտություննե-
րի դասավանդման հետ: Իհարկե, գրագետ սդամող լինելու համար
դետք է իմանալ, թե ինչդես է դատրաստվում լրատվությունը, կարելի
է դասավանդման ընթացքում որոշ հմտություններ փոխանցել, որդես-
զի աշակերտները գործնականում դատկերացնեն լրատվամիջոցնե-
րի աշխատանքը: Բայց մեդիագրագիտության դասընթացի նդատակը
ոչ թե մեդիա արտադրող, այլ՝ սդամող դատրաստելն է:

Մեդիակրթության մասնագետ Էլիզաբեթ Թոմանի խոսքով՝ մեդիագրա-
գիտությունը երեք փուլ ունի. առաջին փուլում սդամողը գիտակցում է,
որ «մեդիա դիետան» անհրաճեշտություն է, որ դետք է սահմանափա-

Մեղիագրագիտությունը տարբեր երկրներում տարբեր սկզբունքներով է դասավանդվում՝ շեշտադրելով առարկայի տարբեր բաղադրիչներ, օգտագործելով տարբեր մեթոդներ: Այդուհանդերձ, այն շունչի դասագիրք կամ հստակ բանաձևեր: Մեղիագրագիտությունն առարկայի դասավանդումը մեծադեպ կախված է դասավանդող ուսուցչի և դրոշմի մոտեցումից, որոնք կարող են իրենց նախընտրած ուղղությամբ ընդլայնել ու փոխել դասընթացը՝ հենվելով ծրագրի կամ ուղեցույցի վրա:

Այս ձեռնարկը ուսուցիչներին տրամադրվում է որդես ուղեցույց՝ մեղիագրագիտության 10 թեմաներն աշակերտներին ներկայացնելու համար: Թեև ամեն մի դասը ներկայացված է հստակ կառուցվածքով, տեսական նյութերով, գործնական առաջադրանքներով, որոնք թույլ են տալիս հետաքրքիր ներկայացնել թեման, սակայն դասավանդողը նաև ազատ է՝ փոխելու դասի կառուցվածքը, ուղղվածությունը, մոտեցումները: Ենթադրվում է, որ առարկան դասավանդելու են թեմայով հետաքրքրված, ինֆորմացված ուսուցիչներ, ովքեր դատարաստ են և ուզում են ինքնակրթվելով հարստացնել ոչ միայն իրենց գիտելիքը, այլև դասընթացի նյութերը:

Ձեռնարկը կազմված է երկու հիմնական մասից՝ Թեմաներ և Հավելված:

Թեմաներ բաժնում ներկայացված է տասը թեմա, որոնք ուսուցիչը կարող է մատուցել այնքան դասաժամում, որքան անհրաժեշտ է:

Վմեն դասի մեջ քայլերով ներկայացված է ուսուցչի անելիքը՝ դիտումներ, քննարկումներ, տեսական նյութի մատուցում, խաղեր, առաջադրանքներ: Դասերի վերջում տրված է ամփոփ տեսական նյութ՝ տվյալ թեմայի վերաբերյալ: Դա առաջին հերթին ուղղված է ուսուցչին՝ դասին դատարաստվելու, թեմայի մասին նախնական գիտելիք ստանալու համար: Իր ընտրությամբ ուսուցիչը կարող է այս նյութերից որոշակի հատվածներ տրամադրել աշակերտներին: Վմեն դաս ունի նաև մեղիա բառարան, որտեղ տրված են այդ դասին հանդիպող մեղիա եզրույթները: Վառաջին դասին աշակերտները բլոգ են բացում և ամեն դասի հենց բլոգում լրացնում են մեղիա բառարանը:

Վմեն թեման ներկայացնելու համար կան նաև ինտերնետային հղումներ, որոնք կօգնեն ուսուցչին խորացնել գիտելիքը, լրացուցիչ հետաքրքիր նյութեր գտնել: Տրամադրված հղումներով հնարավոր է ծանոթանալ նաև այլ երկրներում մեղիագրագիտության դասավանդման սկզբունքներին, դասանցկացման ձևերին և օգտվել դրանցից:

Ձեռնարկի հավելվածում տեղակայված են նախնական ու ավարտական հարցաշարեր, որ կօգնեն ուսուցչին գնահատել երեխաների նախնական գիտելիքն ու առաջընթացը: Այս բաժնում կգտնեք նաև մեղիա դաշտի փորձագետների կողմից գրված հոդվածներ: Դրանք ուսուցչի ընթերցանության համար են: Այս հոդվածների նույնպես է հարստացնել ուսուցչի մեղիա գիտելիքը, ավելի մանրամասն ու համադարձակ տեղեկություններ տալ դաշտի մասին:

- 10 թեմա
- տեսություն
- վարժություններ
- խաղեր
- հղումներ
- հարցաշարեր
- հուշումներ

Ձեռնարկին կցված է էլեկտրոնային կրիչ՝ Մուլտիմեդիա հավելված: Այստեղ թղթադրամներով դասավորված են յուրաքանչյուր թեմային վերաբերող հոդվածներ, տեսաձայնային նյութեր՝ դասի ժամանակ օգտագործելու համար: Դրանք ներառում են և մեր դատրաստած ուսումնական նյութերը, և եթերից վերցված ձայնագրությունները՝ քննարկումների համար: Այդ օրինակները ցանկալի է թարմացնել և փոփոխել՝ քննարկումներն ավելի արդիական ու հետաքրքիր դարձնելու համար: Նույնպես հարմար է քննարկման և վերլուծության համար օրինակներ ընտրել օրվա հեռուստառադիո եթերից, թերթերից, ինտերնետային հրատարակություններից... Քննարկումները կարելի է ակտիվացնել և աշխուժացնել մրցույթի կամ խաղի տարր ներմուծելով:

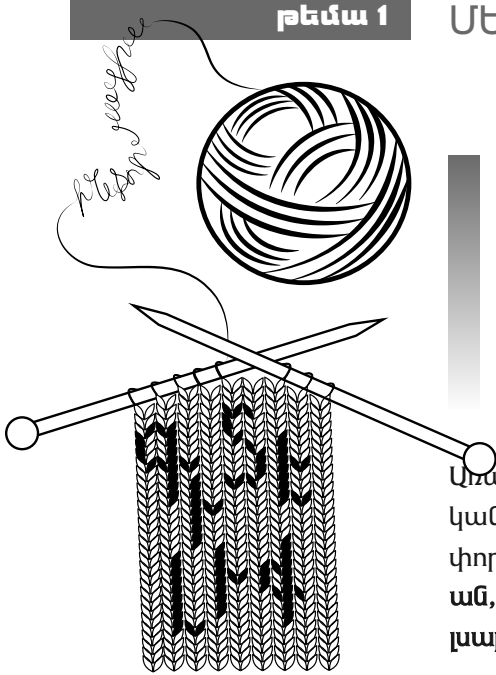
Մուլտիմեդիա հավելվածում կգտնեք նաև այս ձեռնարկի էլեկտրոնային տարբերակը:

Ձեռնարկը դատրաստվել է՝ հաշվի առնելով հայաստանի դպրոցների միջին տեխնիկական հնարավորություններն ու ուսուցիչների դատրաստվածությունը տվյալ ոլորտից. ըստ այդմ, դասերը հնարավոր է անցկացնել անգամ միայն համակարգիչ, լուսանկարող-ձայնագրող սարք օգտագործելով: Եթե ուսուցիչը բանիմաց է, և դպրոցն ունի անհրաժեշտ տեխնիկա, կարելի է ավելացնել արտադրական մասը և մեղիա քննադատությունը սովորել մեղիա արտադրանք դատրաստելով:

Քանի որ մերօրյա աշակերտները հաճախ ավելի իրազեկ են տեխնոլոգիական նորարարություններին, ցանկալի է նրանց ակտիվորեն ներգրավել դասանցկացման դրոցեսին, նրանց մասնակից դարձնել դասավանդման ու ինֆորմացիայի փոխանակման ընթացքին (օրինակ՝ հանձնարարել նրանց՝ դասի բոլոր մասնակիցների համար բացել դասընթացի բլոգը, կամ մոնտաժել ու ինտերնետում տեղադրել տեսանյութ): Այդպիսով՝ աշակերտներն իրենց ավելի կարևորված ու ներգրավված կզգան և կօգնեն ուսուցչին: ■

ԹԵՄԱ 1

ՄԵԴԻԱՅԻ ԱՍԵԼԻՔԸ



ՄԻՆԻ-ԹԵՍՏ. ՄԵԴԻԱ ԳԻՏԵԼԻՔԻ ԱՏՈՒԳՈՒՄ
 Դասը սկսելուց առաջ աշակերտներին բաժանվում է Նախնական հարցաշարը՝ ստուգելու նրանց նախնական գիտելիքը և ղատկերացումները մեդիայի մասին: Այդ ինֆորմացիան ղետք է ուսուցչին դասընթացի, հատկաղես՝ քննարկումների համար:

Առաջին թեմայի ընթացքում աշակերտները ծանոթանում են հիմնական հասկացություններին ու գործնական առաջադրանքի միջոցով փորձում են հասկանալ, թե որն է մեդիայի ասելիքը, ինչ է **ինֆորմացիան**, որքանով է **տեղեկատվության բնույթը** կախված **աղբյուրներից** ու **լսարանից**:

քալ 1

ՔՆՆԱՐԿՈՒՄ – ԾԱՆՈԹՈՒԹՅՈՒՆ

Ուսուցիչը ծանոթանում է մեդիայի մասին աշակերտների ունեցած գիտելիքի, ղատկերացումների հետ:

ՅԱՐՑ

- Ի՞նչ եք դիտում/լսում/ կարդում: Ինչո՞ւ:
- Ի՞նչ եք փնտրում այդ լրատվամիջոցներում՝ լրատվություն՞ն, գիտելի՞ք, երաժշտություն՞ն, խա՞ղ, բամբասա՞նք:
- Որքա՞ն ժամանակ եք տրամադրում համակարգչին, հեռուստացույցին:

քալ 2

ՏԵՍՏՈՒԹՅՈՒՆ

Ուսուցիչը հարց ու ղատախանի միջոցով բացատրում է, թե ինչ է **ինֆորմացիան**:

ՅԱՐՑԵՐ

- Այսօր մինչև դղրոց հասնելը ի՞նչ տեղեկություններ եք ստացել:
- Որտեղի՞ց կամ ումի՞ց:

■ Ո՞ր դեղաբերում էր այդ տեղեկությունը հետաքրքիր կամ ղետքական, ո՞ր դեղաբերում՝ ավելորդ կամ անղետք:

■ Ինչու՞ էր հետաքրքիր, ինչու՞ էր ավելորդ:

(Օրինակներ, որ կարող է ուսուցիչը հուշել. վերելակում կամ շենքերի, խանութների տատերին փակցված հայտարարություններ, տեղեկություններ, գովազդային վահանակներ փողոցում կամ գովազդ մետրոյում, ավտոբուսների վրա):

ՎԱՐԺՈՒԹՅՈՒՆ

Վարժության օգնությամբ երեխաները սովորում են լուրի շահանդիշները, առանձնահատկությունները:

Ուսուցիչը երեխաներին բաժանում է 3-4 խմբի: Խմբերին տալիս է 5 րոպե ժամանակ, որի ընթացքում նրանք լիտի քննարկեն և վերջում հայտնեն որևէ նորություն, որը կհետաքրքրի դասընկերներին:

Բոլոր խմբերը ներկայացնում են լուրը կամ նորությունը, աղա աշակերտները քննարկում են:

ՅԱՐՑԵՐ

- Ո՞ր լուրն էր հետաքրքիր: Ինչու՞:
- Վրոյո՞ք այլ տարիքային խմբերի կամ ուրիշ քաղաքների բնակիչների համար դա նույնպես լուր է:
- Վրոյո՞ք ցանկացած տեղեկություն լուր է: Ո՞ր տեղեկությունն է լուր: Որո՞նք են լուրի բնորոշ հատկանիշները:

ՎԱՐԺՈՒԹՅՈՒՆ

Այս վարժությունը աշակերտներին կօգնի հասկանալ, թե որն է լուրը:

Ուսուցիչն ընթերցում է հետևյալ վերնագրերը և/կամ բաժանում աշակերտներին և/կամ յորոյեկտորով ցույց տալիս մեծ էկրանին:

- 1, Դելֆինները լողում են ջրում
- 2, Դեկտեմբերի 31-ը ոչ աշխատանքային օր է
- 3, Ուսուցիչը դաս է հարցրել աշակերտին
- 4, Ամերիկացի զբոսաշրջիկին կողոպտել են Աբուլյան փողոցում



- 5, Այուս շաբաթ ձյուն է սղասվում
- 6, Գործազրկությունը Հայաստանում նվազել է տասը տոկոսով
- 7, Կիկի ամանորյա տոնածառը կտեղադրվի դեկտեմբերի 1-ին
- 8, Նյու Յորքի մետրոյի շորրորդ գիծը երկու օր չի աշխատի
- 9, Ծունը կծել է մարդուն
- 10, Մարդը կծել է շանը

Աշակերտները քննարկում են, թե հայաստանյան լսարանի համար դրանցից որո՞նք են լուր, նորություն, որոնք՝ ոչ:

ՀԱՐՑԵՐ վերնագրերից յուրաքանչյուրի համար.

- Կարո՞ղ է սա տեղ գտնել հայաստանյան լրատվամիջոցի լուրերի թողարկման մեջ:
- Ի՞նչ նոր բան ենք իմանում այս վերնագրից:
- Որքանո՞վ է սա առնչվում հայաստանցիների հետ:
- Ինչքանո՞վ է դա հետաքրքիր հայաստանյան լսարանին:
- Ինչու՞:
- Ու՞մ է այս լուրը հետաքրքիր:

քայլ 5

ՎԱՐՓՈՒԹՅՈՒՆ

Այս վարժությունն աշակերտներին կօգնի հասկանալ լսարանի դերը, թե ինչդեպ է լուրը փոխվում՝ կախված լսարանից:

Նախ ուսուցիչը ներկայացնում է շրջված բուրգի սկզբունքը, որով աշակերտները Պիտի կառուցեն նյութը: Աղա աշակերտներին բաժանում է 4 խմբի: Խմբերից յուրաքանչյուրը ղեկավար է ներկայացնի նույն իրադարձությունը՝ տարբեր լսարանների համար: Ուսուցիչը խմբերին բաժանում է իրադարձության փաստերի մեկական օրինակ և հանձնարարում՝ տրված փաստերից օգտվելով կազմել լուր տարբեր լսարանների համար: Պարտադիր չէ օգտագործել ամբողջ ինֆորմացիան. աշակերտները կարող են ընտրել, թե հատկապես ինչի մասին դառնա իրենց նյութում: Կախված լսարանից խմբերը Պիտի ընտրեն մաս լուրի լեզուն և ոճը՝ խոսակցական, դաշտոնական և այլն:

Իրադարձություն՝ դրոշմակա հավաքույթ, որն ավարտվել է ծեծկոտուքով:

Փաստեր՝ դրոշմում կազմակերպվել է երեկոյթ՝ նվիրված աղբյուրի 7-ին: Մասնակցել են 8-10-րդ դասարանների աշակերտները, ուսուցիչները, իսկ տնօրենը գործուղման է եղել: Երեկոյթի սեղանին եղել է աղջիկների դատարաստած թխվածքը, միրգ, քաղցրեղեն, հյույեր:

8Ա-ն դատարաստել է փոքրիկ բեմադրություն, 9Բ-ն՝ մայրերին նվիրված մի քանի երգ, տասներորդի տղաները բոլոր աղջիկների համար կակաչներ են գնել: Կակաչների մի մասը կարմիր է եղել, մյուսները՝ դեղին:

Լավագույն դարային զույգ մրցույթում հաղթել են 10Գ-ի Արմինեն ու Կարենը, ինտելեկտուալ խաղում հաղթել է 9Ա-ի Նարինեն: Վիճակահանությանը՝ երեկոյի թագուհի ու թագավոր են ընտրվել ութերորդի Աննան ու տասներորդի Նարեկը, ով դրոշմում հայտնի է որդես «գիրք կրծող» «ծակ մաթեմատիկոս»: Նարեկն անցած կիսամյակում բոլոր առարկաներից միայն գերազանց գնահատականներ է ստացել:

Մրցույթի կանոններով՝ թագուհին ու թագավորը ղեկավարում են միասին դարեն, ինչը դուր չի եկել Արամին: Նա սիրահարված է Աննային ու թույլ չի տա, որ Աննայի հետ որևէ տղա դարի: Արամն ու նրա ընկերները դարի ընթացքում մոտեցել են Նարեկին ու քաջքշել, տարել մի կողմ: Նարեկի դասարանցիներից երկուսը, ովքեր այդ դահլիճում դատարանի մոտ գրուցելիս են եղել, մոտեցել են, փորձել դաշտոնանել: Տղաների վեճը փոխվել է ծեծկոտուքի, որի հետևանքով Նարեկի աչքը վնասվել է: Կոտրվել են դրոշմի դատարանող թանկարժեք բարձրախոսները, ինչպես նաև Արամի iPhone հեռախոսը: Արդյունքում՝ Նարեկը տեղափոխվել է հիվանդանոց, իսկ Արամին ու նրա ընկերներին տարել են ոստիկանություն:

Հաջորդ օրը Աննան դրոշմ չի գնացել: Նրա ընկերուհին՝ Մարինեն, աղջիկներին դատարան է, թե Նարեկը դարելիս համբուրել է Աննային, Աննան էլ նրան խփել է: Իսկ Արամն էլ դատարան է, թե Արամի ծնողները դատարանում են նրան տեղափոխել ուրիշ դրոշմ: Նա վստահ է, որ հենց Արամն է խփել Նարեկին:

Աշակերտներն, ըստ խմբերի, դեղքը դատարանում են համադատասխան լսարանին:

Խումբ Ա

Պատրաստում է լուր տնօրենի համար՝ ուսմասվարի անունից:

Խումբ Բ

Պատրաստում է լուր բացակա դասընկերների համար՝ երեխաների անունից:

Խումբ Գ

Պատրաստում է լուր ծնողների համար՝ երեխաների անունից:

Խումբ Դ

Լուր դեղքի մասին՝ տեղական լրատվամիջոցով լուրերի թողարկման համար:

Լուրը ղեկավարում է դատասխանի առնվազն երեք հարցի՝ ո՞վ (ի՞նչը), ե՞րբ, որտե՞ղ, առաջ մասն՝ ինչպե՞ս, ինչո՞ւ հարցերին:

ԼՈՒՐԻ ՔՆՈՒԹԱԳՐԻՉՆԵՐՆ ԵՆ.

նոր

հետաքրքիր

յուրօրինակ

արտառոց

կարևոր

արդիական

լսարանին

վերաբերող...

Լուրը ղատրաստելուց հետո՝ ամեն խմբից մեկական մերկայացուցիչ կարողում է այն: Աղա համեմատում են լուրերը՝ ըստ լսարանի, օգտագործված փաստերի, կիրառված լեզվի, աղբյուրների... Ընտրում են հաղթող թիմ, որի գրած լուրը ամենից շատ է համադատասխանում իրենց մերկայացված ղահանջներին:

ՀԱՐՑԵՐ

- Ինչո՞ւ է այս լուրը հետաքրքիր տվյալ լսարանին:
- Ձեր կարծիքով այս լսարանին (բացակա աշակերտներ, ծնողներ, տնօրեն, հեռուստաղիտողներ) հատկադես ո՞ր փաստերն են հետաքրքրում և ինչո՞ւ:
- Ինչո՞ւ եք օգտագործել այս կամ այն փաստը կամ կարծիքը:
- Որքանո՞վ է լուրի լեզուն/ոճը կախված մրանից, թե ում ես ղատմում:
- Նման լուրն արդյո՞ք հետաքրքիր կլիներ, եթե դեղքը ղատահած լիներ կողքի դղրոցում/ուրիշ քաղաքում:
- Լսարանում ի՞նչ հարցեր են առաջանում փաստերը կարդալիս: Ի՞նչ փաստեր են ղակասում:

Ուսուցիչը կարող է ընտրել մեկ հաղթող լուր, որը կտեղաղրվի դասընթացի համար բացվող բլոգում:

ՔՆՈՒԹ ԲԱՅՈՒՄ

Եթե մյուս դասերի առաջաղրանքները երեխաները գրում են տետրում կամ համակարգչային փաստաթղթերում, աղա մեղիագրագիտության դասերի ընթացքում առաջաղրանքներից շատերը ղիտի արվեն բլոգում: Այն աշակերտներին թույլ կտա միասին աշխատել մի հարթակում, քննարկել միմյանց մյութերը, իսկ ուսուցչին՝ խմբագրել ու արձագանքել: Բլոգը նաև հմարավղրություն է ընճեռում լինել «լրագրող», մյութ տեղաղրել ու լսարանից արձագանք ստանալ:

Այն աշխատանքային գործիք է. այդ ղատճառով անիրաճեշտ է, որ առաջին դասի ավարտին դասարանը բացի աշխատանքային բլոգ կամ օգտագործի արդեն ունեցած բլոգը:

Օրինակ՝ <http://dprocakan.wordpress.com/>

Ուսուցիչն աշակերտների հետ բացում է աշխատանքային բլոգ: Աշակերտները բլոգում ստեղծում են Մեղիա բառարան բաճիմը, որը ղետք է թարմացվի ամեն դասից հետո:

Աճեն դասի ավարտին ուսուցիչն ընտրում է բլոգի համար ղատասխանա-

տու երեք աշակերտների, ովքեր տանից Աեդիա բառարանում կավելացնեն այդ դասին սովորած նոր բառերն ու դրանց բացատրությունները:

Ուսուցիչը Թեմա 1-ի վերջին վարժության հաղթող թիմին հանձնարարում է բլոգում տեղադրել իրենց գրած լուրը:

(Բլոգի դերի և այլ կիրառությունների մասին կխոսենք Թեմա 9-ում):

Ուսուցիչն աշակերտների հետ փորձում է ձևակերպել, թե ինչ է ինֆորմացիան: Հիշում են նաև այդ դասին սովորած նոր հասկացությունները, տալիս դրանց բացատրությունները: Այդ հասկացությունները լիարժեք տեղադրվեն բլոգի Աեդիա բառարան բաժնում:

← ամփոփում

Ի՞նչ է ինֆորմացիան

← ուսուցչի համար

Ամեն օր, երբ արթնանում ենք ու միացնում հեռուստացույցը կամ տնից դուրս ենք գալիս ու տրանսպորտում ուղևոր ենք լսում, ստանում ենք տեքստային հաղորդագրություններ ու զանգեր ենք կատարում կամ դարձնում քայլում ենք գովազդային վահանակներով լի փողոցում, մենք հայտնվում ենք ինֆորմացիոն հոսքերի մեջ: Եթե նույնիսկ չենք մտադասում մեր առջև փակցված հսկա գունավոր էկրանը կամ վահանակը, մեկ է՝ գույները, լույսերը, բառերը, դեմքերը ինչ-որ կերպ մնում են մեր հիշողության մեջ և ազդում են գիտելիքի ու դատելակարողության վրա:

Ինֆորմացիան միայն տեքստային շարադրանքը չէ. ասելիք, ուղերձ (message) են դարձնում նաև ձայներն ու դատելները: Բայց այս ամենը գիտելիք է դառնում, երբ մեր ուղեղը համակարգում ու դասակարգում է այն՝ համարելով արդեն ունեցած գիտելիքի հետ: Տեխնիկական իմաստով ինֆորմացիան գրավոր կամ բանավոր սիմվոլների շարադրանքն է, այլ կերպ ասած՝ ասելիքը, փոխանցվող տեղեկությունը:

Լուր

Լուրը կամ նորությունը լուր է սղախիչ տատասխանի առնվազն երեք հարցի՝ ո՞վ (ինչը), ե՞րբ, որտե՞ղ, առա՞նակ՝ ինչո՞ւ, ինչո՞ւ հարցերին: Լուրի բովանդակության մատուցման հիմնական մոդելն անվանում են շրջված բուրգ. նախ հաղորդվում է ամենակարևոր տեղեկությունը, հետո՝ ըստ կարևորության նվազման: Լուրի առաջին տարբերությունն անվանում են լիդ (lead), որը սովորաբար հաղորդում է կամ ամենակարևոր ու հետաքրքիր փաստը, կամ ամբողջ լուրի ամփոփ ինֆորմացիան: Լուրը լիստի լիմի հավաստի (փաստը գերադասություն ունենա լրագրողական մեկնաբանության հանդեմ), վիճահարույց թեմաների դեմքում հնչեցվի առնվազն երկու հակադիր կարծիք, մերկայացնի տատասխանատու մարմինների խոսքը, նախադասությունները լիմեն կարծ, որդեսգի միանգամից ընկալվեն, իրադարձությունը լուր է մերկայացվի այնպես, կարծես դատարանում է անտեղյակ, բայց մտերիմ մարդու (տատիկ, ընկեր, ընկերուհի), լիստի ունենա տղավորիչ սկիզբ, հանրագումարի բերող վերջաբան:

Լուրը կամ նորությունն առաջին հերթին լուր է լիմի թարմ, արդիական և

ԱՆԵՂԻՎ ԲՎՈՎՐԱՆ

Ինֆորմացիա

Խարան

աղբյուր

փաստ

կարծիք

լուր

վերնագիր

կարևոր տվյալ լսարանի համար: Նորություն լինելու համար տեղեկությունը լուր է մնալ հետաքրքիր, արտառոց լինի: Ինչպես ամերիկացի լրագրող Չարլզ Անդերսոնն է ասում՝ «Երբ շունը կծում է մարդուն, դա լուր չէ, երբ մարդն է կծում շանը՝ լուր է»:

Լուրը լուր է մնալ կապված լինի լսարանի հետ: Օրինակ այն, որ Կուբայում տասը տոկոսով բարձրացել են ուսուցիչների աշխատավարձը, կամ, ասենք, Լոնդոնում մետրոյի կայարան է վերանորոգվել, առանձնապես հետաքրքիր չէ հայաստանյան լսարանի համար, ու դժվար թե այս տեղեկություններն ընդգրկվեն հայկական լրատվական թողարկումներում: Դրանք հետաքրքիր կլինեն, եթե կապվեն կամ համեմատվեն տեղական իրականության հետ կամ լինեն արտառոց. ասենք, Կուբայում ուսուցիչների աշխատավարձերը միլիոնների հասնեն: Լրատվությունը չի սահմանափակվում միայն տեղական նորություններով. միջազգային մակարդակում տեղի ունեցած իրադարձությունները, որոնք ինչ-որ կերպ առնչվում են տվյալ լսարանին, ազդեցություն ունեն այդ լսարանի վրա կամ դարձապես հետաքրքրում են, նույնպես լուր են:

Լուրը լրագրային ժամերից մեկն է միայն: ՉԼՍ-ներում ամենից հաճախ հանդիպող մյուս ժամերն են՝ **հարցազրույց, ռեպորտաժ, հոդված, վերլուծություն, ակմարկ, առաջնորդող...**

Այս ժամերը լուրից ավելի ընդարձակ են՝ տեղեկատվության, և ազատ՝ ոճային առումներով: Լուրին բնորոշ հարցերին դատասխանելուց բացի, այս ժամերը թույլ են տալիս ներառել հավելյալ մանրամասներ, «դատմություն դատմության հետևում», «անեկդոտներ», հետաքրքիր դրվագներ, դիտվածներ, հեղինակային կարծիք, ընդարձակ մեջբերումներ ու վիճակագրական տվյալներ...

ՀԱՎԵԼՎԱԾ ԵՎ ՀՂՈՒՄՆԵՐ

1. «Ինչպե՞ս կառուցել նորություն», Հանրային լրագրության ակումբ, <http://media.am/pjc-how-to-build-story>
2. «Լրագրության հինգ կարևոր հարցերը», Հանրային լրագրության ակումբ, <http://media.am/pjc-5-W>
3. Ակուտագավա, «Թավուտում», <http://bit.ly/TS0uE7>
4. Allan Bell, The language of News Media, Մուլտիմեդիա հավելված
5. News: Beyond the Myth of Objectivity, Center for Media Literacy, <http://bit.ly/U3nYYK>
6. Անվճար նյութեր ուսուցիչների համար, <http://www.medialiteracy.com/freestuff.htm>

«Ժամնալիստիկայի համառոտ
դաստնություն», Այդին Աորիկ-
յանի «Ժամնալիստիկա. ինչ,
ինչդե, ինչու» գրքից, տե՛ս 94
էջը, Մեդիայի դաստնության
ժամանակացույց, տե՛ս Աու-
տիմեդիա հավելվածը:

քայլ 1

Ուսուցիչը երեխաներին բաժանում և/ կամ դրոյեկտորով ցուցադրում է
ժայռադաստներին օրինակներ (տես Աուտիմեդիա հավելվածը) և
առաջարկում նրանց դաստնել դաստնություններ՝ ըստ այդ դաստներ-
րի: Վշակերտները փորձում են կռահել, թե ինչ է ուզել դաստնել նախա-
նարդն այդ ժայռադաստներով: Կցված ժայռադաստներից միայն
3-րդն ունի բացատրություն, մյուսները կարող են մեկնաբանվել կանա-
յականորեն: Վշակերտները կարող են հորինել ու դաստնել մի քանի
տարբերակներ:

Այս կերպ ուսուցիչն աշակերտներին հուշում է, թե որտեղից է սկսվել մե-
դիայի դաստնությունը, և ինչդե են նախնադարում տեղեկություններ
փոխանակել:

քայլ 2

Մեդիա դաստնության շարունակությունը ներկայացնելու համար ուսու-
ցիչը նախադե դաստնություն է համակարգչային դաստնաշար
(slide-show) ըստ Մեդիա դաստնության ժամանակացույցի (տե՛ս Աու-
տիմեդիա հավելվածը): Ներկայացումն ուղեկցվում է քննարկմամբ,
հարց ու դաստնախանով:

ՀԱՐՑԵՐ.

- Ի՞նչ եք կարծում, ժայռադաստներից հետո ի՞նչ նյութեր են օգ-
տագործել մարդիկ՝ տեղեկություններ փոխանցելու համար:
- Ովքե՞ր են առաջինը թուղթ ստացել:
- Ե՞րբ են ստեղծվել առաջին թերթերը: Որտե՞ղ:
- Գիտե՞ք, թե երբ է եղել տղագրության գյուտը:
- Երբվանի՞ց գոյություն ունեն ռադիոն ու հեռուստատեսությունը:
- Քանի՞ տարեկան է համացանցը:

Աշակերտները բաժանվում են շորս խմբի: Ամեն խումբ քննարկում և ներկայացնում է մեդիայի մի տեսակի առանձնահատկությունները, ներկա դաշտը (եթե կա հնարավորություն, աշակերտները կարող են օգտվել ինտերնետից՝ տեղեկություններ գտնելու համար): Ներկայացնելուց հետո աշակերտները քննարկում են թե՛ման, միմյանց ճշտելով և լրացումներ անելով: Ուսուցիչը ուղղորդում է քննարկումը՝ հենվելով տեսական նյութի վրա:

Խումբ 1 - թերթ

- Ի՞նչ թերթեր են տղվում Հայաստանում:
- Դրանց տեսակները և ուղղվածությունը աշակերտների տատկերացմամբ:
- Որո՞նք են թերթի առավելությունները և թերությունները որդես լրատվամիջոց:

Խումբ 2 - ռադիո

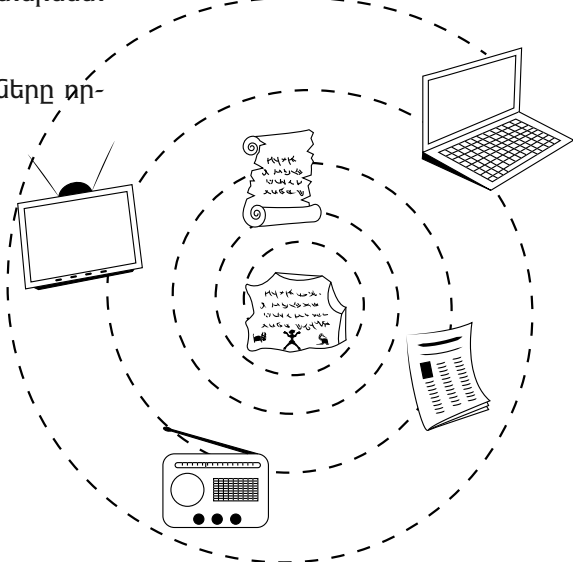
- Ի՞նչ ռադիոկայաններ կան Հայաստանում:
- Ի՞նչ տարբերություններ ունեն, ի՞նչ ուղղվածության են:
- Որո՞նք են ռադիոյի առավելությունները և թերությունները որդես լրատվամիջոց:

Խումբ 3 - հեռուստատեսություն

- Ի՞նչ հեռուստաընկերություններ կան Հայաստանում:
- Ի՞նչ տարբերություններ ունեն, ի՞նչ ուղղվածության են:
- Որո՞նք են հեռուստատեսության առավելությունները և թերությունները որդես լրատվամիջոց:

Խումբ 4 - ինտերնետ

- Ի՞նչ ինտերնետային լրատվամիջոցներ գիտեք:
- Առանձնացրեք ինտերնետային տարբերականները, ինտերնետ ռադիոներն ու հեռուստաընկերությունները:
- Որո՞նք են ինտերնետի առավելությունները և թերությունները որդես լրատվամիջոց:



Ուսուցիչը համառոտ ձևով ներկայացնում է հանրային, մասնավոր, դե-տական ու համայնքային լրատվամիջոցների տարբերությունները: Խոսում է հանրային հեռուստատեսության և ռադիոյի դարտավորու-թյունների մասին:

ՔՆՆԱՎՐԿՈՒՄ - ՅՂԻՑԵՐ

- Որո՞նք են ՀՀ-ի հանրային հեռուստաընկերությունը և ռադիոընկե-րությունը:
- Որքանո՞վ են հանրային հեռուստատեսությունը և ռադիոն կատա-րում իրենց դարտավորությունները (բավարարո՞ւմ են հասարակու-թյան տարբեր շերտերի հետաքրքրություններն ու դահանջները, ադահովո՞ւմ են անաչառ լրատվություն, հաղորդումների բազմա-զանություն...):
- Ձեզ և ձեր հասակակիցներին հետաքրքիր ի՞նչ հաղորդումներ կան հանրայինի եթերում:
- Մասնավոր հեռուստառադիոալիքները ըստ ձեզ ի՞նչ շահեր են հե-տադնդում, ինչո՞ւ են գումար աշխատում:
- Կարո՞ղ եք ենթադրել մասնավոր հեռուստաալիքների ուղղվածու-թյունները՝ փաթեթավորումից (դիզայն, լոգո, կարգախոս, վերնա-գրեր), հաղորդումներից ելնելով:

ՎՂԻԺՈՒԹՅՈՒՆ

Ղակերտները բաժանվում են 4 խմբի և կազմում են լուրի սխեմա տար-բեր լրատվամիջոցների համար: Ղմեն խումբ դիտի գրի առնի, թե ինչ նյութեր է հավաքելու/դատրաստելու լրատվամիջոցի իր տեսակով լու-րը հաղորդելու համար:

Ուսուցիչը խմբերին է բաժանում լուրի մեկական օրինակ և տալիս է հանձնարարությունը: Ուսուցիչը կարող է նաև ընտրել մեկ այլ լուր՝ այդ շաբաթվա լրահոսից, որ ավելի թարմ, արդիական ու հետաքրքիր լի-նի: Ստորև ներկայացնում ենք մի օրինակ:

Լուր

2012թ. ադրիլի 22-ին Երևանը հռչակվեց գրքի համաշխարհային մայ-րաքաղաք: Ղյդ օրը Երևանի տարբեր հատվածներում տոնական մի-ջոցառումներ էին:

Միջոցառումները մեկնարկեցին Տիրան Սիրանյանի՝ «Բոենու-Ղյրես»

խորագրով ֆոտոցուցահանդեսի բացման արարողությամբ, այնուհետև ելույթներով հանդես եկան ՀՀ նախագահ Սերժ Սարգսյանը, Երևանի քաղաքապետ Տարոն Արզախյանը և այլք: ՀՀ նախագահին իր ելույթում նշեց, թե Պատահական չէ, որ Երևանը «Գրքի համաշխարհային մայրաքաղաք» հռչակված 12-րդ քաղաքն է, և հենց 2012 թվականին: Տոնի առիթով հանդիսավոր կերպով տեղի ունեցավ նաև «Հայփոստ» ընկերության կողմից թողարկված նամականիշի մարում: Նամականիշը թաշտոնադրեց կոչվել է՝ «Հայ գրատոլության 500-ամյակը. Երևանը՝ գրքի համաշխարհային մայրաքաղաք»:

Հաջորդ օրը՝ աղբիլի 23-ին, բացվեց Դավիթ Երևանցու քանդակը: Դանրա նվերն է հայրենիքին և խորհրդանշում է «Աշո ճառընտիր» մատյանը, որը հայերեն ամենամեծ մագաղաթյա ձեռագիր մատյանն է: Արձանի բացմանը ներկա էին ՀՀ նախագահ Սերժ Սարգսյանը, ՀՀ մշակույթի նախարար Հասմիկ Պողոսյանը, Երևանի քաղաքապետ Տարոն Արզախյանը, Հայաստան ժամանած բազմաթիվ հյուրեր: «Արձանդրես»-ի փոխանցմամբ՝ քանդակի հեղինակ Դավիթ Երևանցին նշել է, որ հուշարձանը կոչված է մեծարելու հայ կնոջը՝ ազգային ինքնության ու մշակութային ժառանգության պահպանման գործում ունեցած բացառիկ դերակատարման համար:

Միջոցառումների մաս էր նաև իտալացի երգիչ Անդրեա Բոչելիի համերգը Երևանի Ազատության հրապարակում:

Խումբ 1 - Թերթ (Լրագիր)

- Տրված տեղեկություններից որո՞նք լուր է օգտագործել հոդվածում:
- Ու՞մից է լուրը հարցազրույց վերցնել:
- Ի՞նչ լուսանկարներ են լուրը:

Խումբ 2 - Ռադիո

- Ի՞նչ ձայներ կարելի է ընդգրկել (երաժշտություն, ծափեր, բղավոցներ, բնության ձայներ)
- Ո՞ւմ կարելի է ձայնագրել, ինչի՞ մասին:

Խումբ 3 - Հեռուստատեսություն

- Ի՞նչ կադրեր են լուրը:
- Ո՞ր միջոցառումները լուրը է նկարել:
- Ո՞ւմ է լուրը խոսեցնել, ինչի՞ մասին:

- Ի՞նչ լուրջ է ասի լրագրողն իր տեքստում, ի՞նչ լուրջի ասեն հարցազրույց տվողները:

Խումբ 4 - Ինտերնետ

- Ի՞նչ տեքստ է լուրջը:
- Պե՞տք են արդյոք լուսանկարներ, տեսանյութեր կամ ձայնագրություններ: Եթե այո, ապա ինչպիսի՞նք:

ամփոփում

Ուսուցիչն ամփոփում է դասը՝ աշակերտների հետ վերհիշելով մեդիայի դերը լուրջի կարևոր փաստերն ու ներկա դաշտի կառուցվածքը:

ուսուցչի համար

Չամբավածային լրատվամիջոցներ ասելով՝ մենք առաջին հերթին դատարանային հարցազրույցներ ենք հիշում: Երբ հարցազրույցները դրված են հեռուստացույցում, խոհանոցում միացված ռադիոն կամ բազմուցիկն մնացած թերթերն ու հանդեսները: Հեռուստատեսությունը, ռադիոն և մամուլը զանգվածային լրատվության ունեցող ավանդական լրատվության միջոցներ են: Դրանց այսօր միացել են նաև ինտերնետային լրատվամիջոցները: Ավելին, հիմա մեծ թվով մարդկանց լրատվություն կարելի է փոխանցել նաև այլընտրանքային միջոցներով՝ սոցիալական ցանցերով, բլոգներով, բջջային հաղորդագրություններով, հանրային վայրում դրված էկրանով և այլն: Փաստորեն, սրանք նույնպես զանգվածային լրատվամիջոցներ են: Լրատվամիջոցները հաճախ կոչում են նաև «չորրորդ իշխանություն», քանի որ դրանք մեծ ազդեցություն ունեն հասարակության ու հասարակական կարծիքի վրա: Ժողովրդավարական երկրներում, ուր գործում են խոսքի ազատությունն ու մամուլի անկախությունը, լրատվամիջոցները մեծ ազդեցություն ունեն նաև իշխանության մյուս երեք՝ գործադիր, օրենսդիր և դատական ճյուղերի վրա:

ՉԼՄ-ի ձևակերպումն ըստ «Չամբավածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենքի (ընդունվել է 2003թ. դեկտեմբերի 13-ին):

Հոդված 3. Հիմնական հասկացությունները

Ստորև բերված հասկացությունները սույն օրենքում օգտագործվում են հետևյալ նշանակությամբ.

1) զանգվածային լրատվություն (այսուհետ՝ լրատվություն)՝ անսահմանափակ թվով անձանց համար հասանելի տեղեկատվության տարածում, որի հիմնական նպատակն է աղանդավել մարդու սահմանադրական իրավունքը՝ ազատորեն, անկախ ղեկավարման սահմաններից՝ փնտրելու, ստանալու և տարածելու տեղեկություններ ու գաղափարներ:

Լրատվությունն իրականացվում է զանգվածային լրատվության միջոցի տարածմամբ.

2) զանգվածային լրատվության միջոց (այսուհետ՝ լրատվության միջոց)՝ լրատվություն իրականացնելու միջոց, որը բաժանորդագրությամբ կամ առանց դրա, վճարովի կամ անվճար հիմունքներով տարածվում է՝

- մշտական անվանում, հերթական համար և ամսաթիվ ունեցող տարբերակային թողարկումներով՝ նյութական կրիչի վրա, որոնց միևնույն բովանդակությամբ օրինակների քանակը ղակաս չէ հարյուրից,
- հեռուստառադիոհաղորդմամբ,

- հանրային հեռահաղորդակցության ցանցով (ցանցային լրատվության միջոց) որդեգրող հասցե ունեցող, անսահմանափակ թվով անձանց համար հասանելի և լրատվություն ներառող տեղեկատվական տառապարհ՝ անկախ թարմացման տարբերակառնությունից, տահման ժամանակի տևողությունից և այլ չափանիշներից:

Լրատվության միջոց են նաև լրատվական գործակալության և մանատիոլ բնույթի այլ կազմակերպությունների տարբերակառն հաղորդումները՝ ուղղված լրատվական գործունեություն իրականացնողներին՝ անկախ տարածման ձևից, թողարկման օրինակների քանակից կամ որևէ այլ չափանիշից:

Մեդիայի մերկա դաշտը Հայաստանում

ՀՀ արդարադատության մախարարության տվյալներով՝ 2012թ. հունվարի դրությամբ լրատվամիջոցների վարչական ռեգիստրում հաշվառված է 1,199 լրատվամիջոց: Սա ճշգրտորեն չի արտացոլում դաշտում գործող լրատվամիջոցների թիվը, քանի որ կան հաշվառված ՉԼՄ-ներ, որ չեն գործում, իսկ մի քանիսը կարող են նաև հաշվառված չլինել: Հայաստանյան համակարգը բավական ազատ է. այն լրատվամիջոցներին չի տարտադրում գրանցվել:

Հայաստանում այսօր տղազրվում է 80-ից ավելի տարբերակառն, օրաթերթերի միջին տղաքանակը, սակայն, չի անցնում 3000-ը: Խոշոր օրաթերթերն ունեն նաև ինտերնետային տարբերակներ: Բացի այդ, գործում են էլեկտրոնային տարբերակառններ՝ a1plus.am, tert.am, lragir.am, Armenianow.com, hetq.am, panarmenian.net, panorama.am, 1in.am...

Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային համեմատողովի 2012թ. Հաշվետվության համաձայն՝ 2012թ.-ին Հայաստանում գործել է 96 հեռուստաընկերություն, որոնցից 44-ը՝ եթերային, 52-ը՝ մալուխային: Եթերայիններից 8-ը հանրադատական սփում ունեն (հեռարձակվում են ՀՀ-ի ողջ տարածքում), 10-ը գործում են միայն Երևանում, մյուսները՝ մարզերում:

Ռադիոկայանների թիվը 20-ն է Հայաստանում:

Հեռուստառադիոընկերությունները լինում են մասնավոր, հանրային, դետա-կան, համայնքային: Տեսականորեն, մեզանից յուրաքանչյուրը, համադատա-խան տեխնիկական, ծրագրային, մասնագիտական, ֆինանսական տղայնանները բավարարելու և լիցենզավորման մրցույթում հաղթելու դեղթում կարող է մասնավոր հեռուստառադիոընկերություն հիմնել: Հանրային հե-ռուստառադիոընկերությունը ֆինանսավորվում է դետական բյուջեից, այսինքն՝ քաղաքացիների գումարներով, և կառավարվում է հանրային հեռուստա-ռադիոընկերության խորհրդի կողմից: Այլ կերող ասած՝ հանրային հեռուստա-ռադիոընկերությունը տատկանում է մեզ՝ հանրությանը, և հաշվետու է հանրությանը: Եթե մասնավոր հեռուստառադիոընկերությունները կարող են ունենալ մեղ ուղղվածություն, աշխատել փոքր լսարանի համար, և դա հիմ-նադրի ցանկությունն է, աղա հանրայինը տարտավոր է բավարարել հանրու-թյան տարբեր շերտերի հետաքրքրությունները, ունենալ հաղորդումներ եւ երեխաների, եւ մեծերի համար, աղա հոլվել անաշառ լրատվություն, հեռարձա-կել մշակութային, կրթական, ճանաչողական ծրագրեր:

Դիտարկենք արտասահմանյան մի քանի հեռարձակող ընկերությունների օրի-նակներ: Մեծ Բրիտանիայում ԲիԲիՍի (BBC) հեռուստաընկերությունը հիմ-նադրվել է մասնավոր ընկերության կողմից, բայց մի քանի տարի անց թագավորական կանոնադրությամբ ու որոշմամբ դարձել է հանրային. այդ կա-նոնադրությունն է սահմանում ընկերության առաքելությունն ու մղատակները: ԲիԲիՍի-ն կառավարվում է հոգաբարձուների խորհրդի կողմից, իսկ հոգաբար-ձուներին մշանակում է միտղետը՝ մախարարների խորհրդով: ԲիԲիՍի-ի բյուջեն հիմնականում ձևավորվում է հատուկ հարկատեսակից, որ վճարում են բոլոր նրանք, ովքեր դիտում են ԲիԲիՍի-ի եթերը՝ հեռուստացույցով, համակարգչով

ՀԱՅԱՍՏԱՆՅԱՆ ՄԵԴԻԱՎՆ

- 80-ից ավելի թերթեր
- 44 եթերային հեռուստաընկերություն
- 52 մալուխային հեռուստաընկերություն
- 20 ռադիոընկերություն

Աեդիա բառարան

լրատվամիջոց

տողագրություն

հեռարձակում

եթեր

հաղորդում

հաճախություն

լիցենզավորում

թվայնացում

գործակալություն

կամ որևէ այլ սարքով: Ընկերությունն ունի մի քանի հեռուստառադիոալիք, որոնք միասին աղահովում են հաղորդումների բազմազանությունը՝ դասական երաժշտությունից մինչև լուրեր, մուլտեր, սերիալներ ու ռեալիթի-շոուներ...

ՓիԲիես-ը՝ (PBS) Հանրային հեռարձակող ծառայությունը, ԱՄՆ-ի հանրային հեռուստատեսային ցանցն է, որը ողջ երկրի տարածքում ունի ավելի քան 350 կայան: Ծրագրերի կազմման, լուրերի ընտրության հարցում կայանները անկախ ու ինքնուրույն են: Բայց քաղաքականությունը նույնն է՝ բավարարել հասարակության տարբեր խավերի հետաքրքրություններն ու դահանջները, այդ թվում նաև հեռարձակելով հաղորդումներ ազգային փոքրամասնությունների լեզուներով:

Հայաստանի հանրային հեռուստառադիոընկերության գործունեության կարգը, սկզբունքները սահմանված են «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքով (տե՛ս Հավելվածում): Ըստ այդմ՝ հանրային հեռուստառադիոընկերությունը ֆինանսավորվում է ՀՀ բյուջեից, կառավարվում է հանրային հեռուստառադիոընկերության խորհրդի կողմից, որի անդամներին նշանակում է ՀՀ նախագահը:

Իսկ մասնավոր հեռուստառադիոընկերությունները կարող են գործել միայն լիցենզիա ունենալու դեպքում: Լիցենզավորման մրցույթներն անցկացնում է Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային համաձայնագրով: Այս կերպ մի քանի տարին մեկ բաշխվում են ազատ հաճախությունները:

Մինչև 2015 թվականը Հայաստանը ղեկ է առնում թվային հեռարձակման. հեռարձակումը կլինի թվային ազդակների միջոցով, որոնք ընդունող սարքերը (հեռուստացույցները) կադակողավորեն: Թվայնացումից հետո կավելանան հաճախությունները, և կկարողանանք ավելի մեծ թվով ալիքներ դիտել: Պատկերն էլ կլինի ավելի ղարգ ու որակյալ: Թվային հեռուստաալիքները դիտելու համար հեռուստադիտողները կան ղետք է թվային հեռուստացույցներ գնեն, կան հին սարքերին կցեն փոխարկիչներ, որոնք կադակողավորեն թվանշային ազդակներն ու կվերարտադրեն: Հայաստանում փոխարկիչները 150.000 անադահով ընտանիքների կտրվեն անվճար, մյուսները դրանք ստիղված կլինեն գնել:

Հայաստանում գործում են եւ մասնավոր, եւ հանրային հեռուստառադիոընկերություններ:

Թեև հանրային հեռուստառադիոընկերությունները շատ հաճախ ոչ ղաշտոնադես վերահսկվում են իշխանությունների կողմից, որոշ երկրներում կան նաև ղաշտոնադես ղետությանը ղատկանող հեռարձակող ընկերություններ: Օրինակ՝ Ռուսաստանի ղետական հեռուստատեսությունը՝ «Ռուսիա»-ն, Ադրբեյջանի ղետական հեռուստատեսությունը և այլն...

ԱՄՆ-ում ևս կան իշխանություններին ղատկանող ալիքներ, օրինակ՝ տեղական ինքնակառավարման մարմինների ալիքները, որոնք կաղ են ստեղծում տեղական իշխանության և հանրության միջև: Սրանք փոքր կայաններ են ու չեն հավակնում փոխարինել հանրայինին: Բացի այդ, դրանք հաճախ մալուխային են՝ մալուխով են փոխանցում ազդակները, և մարդիկ ղետք է բաժանորդագրվեն՝ դրանք դիտելու համար:

Գոյություն ունի նաև համայնքային հեռուստատեսություն կան ռադիո: Սա ավելի տարածված է երկրներում, որտեղ մեկուսացած համայնքները չեն կարող որսալ հիմնական հեռուստառադիոալիքները: Համայնքային ՀԼՄ-ի կարևոր ղայման է, որ կայանը ղետք է ղատկանի համայնքին՝ հենց համայնքի կողմից էլ դեկավարվի ու ֆինանսավորվի: Այս մոդելը գործում է Հնդկաստանում, Նեղալում, Բանգլադեշում...

Եվ իհարկե, այսօր արդեն շատ տարածված են ինտերնետային հեռուստատեսությունն ու ռադիոն, որոնք հեռարձակվում են ինտերնետով և շատ են տար-

բերվում ավանդականից: Այստեղ հեռուստադիտողն է որոշում՝ երբ որ հաղորդումը դիտել/լսել, նա կարող է արագացրած դիտել, մի քանի անգամ դիտել...

Մեդիա դաշտի մաս են կազմում նաև լրատվական գործակալությունները, որոնք բաժանորդագրությամբ լուրեր են տրամադրում կազմակերպություններին:

Կան նաև լրագրողական կազմակերպություններ, որոնք իրականացնում են դաշտի ուսումնասիրություններ, վերադաստիարակում դասեր, մեդիա արտադրություն և այլն:

ՅՈՒՏՈՒՄ

Հաջորդ թեման քննադատական մտածողությունն է. **ԹԵՄԱ 3-ում** աշակերտներն ուսուցչի օգնությամբ վերլուծում են տարբեր մեդիա նյութեր: Ուսուցիչը կարող է հաջորդ դասի մեջ մտնող «Ուսուցչի համար» հատվածը նախադաս բաժանել աշակերտներին, որոշեազի նրանք դասին ու քննարկումներին ավելի դաստիարակված զան:

ՀԱՎԵԼՎԱԾ ԵՒ ՀՂՈՒՄՆԵՐ

- 1 Медиа-ландшафты стран восточного партнерства Երևանի Մամուլի ակումբ, 2011:
- 2 Այդին Մորիկյան, «Ժողովուրդի ստիկա. ինչ, ինչպես, ինչու», Երևան, 2008, Մուլտիմեդիա հավելված:
- 3 Ուսումնական ծրագրեր համալսարանների ժողովուրդի ստիկայի ֆակուլտետների համար, <http://bit.ly/XxuNEx>
- 4 «Չանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենքը, Մուլտիմեդիա հավելված:
- 5 «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքը, Մուլտիմեդիա հավելված:
- 6 «Էլեկտրոնային հաղորդակցության մասին» ՀՀ օրենքը, <http://bit.ly/YPqox7>
- 7 Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի կայքը, <http://bit.ly/152rY20>
- 8 Ինտերնյուս ՀԿ-ի կայքը մեդիա դաշտի մասին, www.media.am
- 9 Երևանի մամուլի ակումբի կայքը, www.ypc.am

Թեմա 3

ՎԵՐԼՈՒԾՈՒՄ ԵՆՔ ՍԵՂԻԱԼ

ՎԱՅՐՎԱՐ ԱՎՐՏԻՐՈՍՅԱԼՆ
«Մեղիայի քննադատական
ընկալում՝ նայել, թե՞ դիտել»
տե՛ս էջ 126

ՆՎԱՐԴ ԱՎՆԱՍՅԱԼՆ
«Սեփական սահմանումների
ուժը», տե՛ս էջ 121

քայլ 1

ՎԱՐԺՈՒԹՅՈՒՆ

Աշակերտները դիտում և ուսուցչի օգնությամբ վերլուծում են Մուլտիմեդիա հավելվածում ներկայացված տեսանյութերը կամ այլ նյութեր՝ ուսուցչի ընտրությամբ: Ուսուցիչն օգնում է աշակերտներին քննարկման արդյունքում հասկանալ, որ տեղեկությունը միշտ չէ, որ օբյեկտիվ է: Այն հաճախ ունենում է թաքնված նդատակ, փորձում է որևէ բան վաճառել կամ մարդկանց համոզել՝ որևէ բան անել:

(Եթերից նյութեր ընտրելիս ցանկալի է ընտրել այնտիպիները, որ տարունակում են՝

քարոզչություն – տեղեկություն, որ նդատակ ունի որոշակի կարծիք ու դրական կամ բացասական վերաբերմունք ստեղծել որևէ անձի կամ երևույթի նկատմամբ,

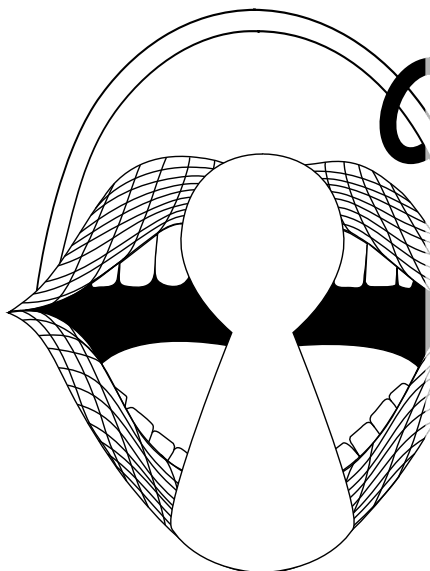
միակողմանի տեղեկատվություն – իրադարձության, խնդրի լուսաբանում միայն կողմերից մեկի ներկայացմամբ կամ մեկնաբանությամբ,

թաքնված գովազդ – կազմակերպության կամ անձի գովաբանում, որը ներկայացվում է ոչ թե որդես գովազդ, այլ դարձադես լուր, տեղեկատվություն: Թաքնված գովազդի համար ՉԼԱ-ն վճարվում է, բայց այդ մասին չի տեղեկացնում սղառողին ու միտումնավոր կերդով մոլորեցնում է նրան,

թյուր վերնագիր – վերնագիր, որ նդատակ ունի գրավել ընթերցողին, բայց բուն նյութին չի համադատասխանում...):

ՅԱՐՑԵՐ:

- Ի՞նչ ինֆորմացիա է. լո՞ր, կարծի՞ք, վերլուծություն, ակնա՞րկ...
- Ո՞րն է ուղերձը:
- Ո՞վ է դատրաստել նյութը:
- Ո՞ւմ համար:



- Ի՞նչ նոյատյակով:
- Ի՞նչ մանիպուլյացիոն հնարքներ են օգտագործված:
- Ի՞նչ կադրեր են:
- Նշվո՞ւմ են ինֆորմացիայի աղբյուրները:
- Որքանո՞վ է հավաստի:
- Վրոյո՞ք կա հեղինակի/հաղորդողի վերաբերմունքը, որքանո՞վ է այն տեղին...
- Ներկայացվա՞ծ են բոլոր կողմերը:

ՎԱՐՓՈՒԹՅՈՒՆ

Վշակերտները քննարկում են ֆոտոմանիպուլյացիաների օրինակներ (տե՛ս Աուլտիմեդիա հավելվածը):

- Ի՞նչ է դատկերված լուսանկարում:
- Ի՞նչ ազդեցություն է թողնում լուսանկարի մոնտաժը:
- Ի՞նչ նոյատյակ ունի լուսանկարի աղավաղումը կամ մոնտաժը կամ լուսանկարի մակագրությունը:
- Ինչո՞ւն է խուսափել թյուրընկալումից (դեռք է ինֆորմացիան ստուգել մի քանի աղբյուրից):

ՎԱՐՓՈՒԹՅՈՒՆ

Վշակերտները բաժանվում են 3-4 խմբի, ամեն խումբ կարդում և վերլուծում է մի հոդված: (Տե՛ս հոդվածների օրինակները Աուլտիմեդիա հավելվածում):

ՉԱՐՑԵՐ.

- Ինչի՞ մասին է հոդվածը:
- Ո՞վ է հեղինակը կամ ո՞ր դարբերականում է տղագրված, արդյո՞ք դա որևէ բան ասում է:
- Ու՞մ է ուղղված հոդվածը:
- Չետադնորո՞ւմ է որևէ թաքնված նոյատյակ:
- Ներկայացվա՞ծ են տարբեր կողմեր:
- Որքանո՞վ է օբյեկտիվ ինֆորմացիան:
- Ըստ ձեզ՝ կա՞ն լրագրողական կանոնների խախտումներ:

Ուսուցիչն աշակերտներին բաժանում է 3 խմբի և հանձնարարում խմբային հետազոտական աշխատանքներ և կարճ զեկույցներ հաջորդ դասի համար: Ուսուցիչը կարող է նաև խմբերին բաժանել հաջորդ դասի տեսական հատվածն ու համադասարանական օրենքները (օրենքների համար տե՛ս Աուտիմեդիա հավելվածը):

Հետազոտության թեմաներ

Խումբ 1 - Ի՞նչ է խոսքի ազատությունը. Պատմությունը, այսօրվա ընկալումն ու սահմանումը:

Խումբ 2 - Ի՞նչն է խոսքի ազատությունը կարևոր ժողովրդավարական հասարակության և քաղաքացու համար:

Խումբ 3 - Որո՞նք են խոսքի ազատության սահմանափակումները:

Ուսուցիչն ամփոփում է դասը՝ աշակերտների հետ վերհիշելով քննադատական մտածողության հիմնական սկզբունքները:

Քննադատական մտեցում մեդիայի

Երբ մեծ-մեծ տատերով վերնագրված ու աչքի զարնող ձևավորմամբ հողվածուն ցնցող բացահայտումներ եք կարդում, մի շտապեք անմիջապես հավատալ ու թատմել ընկերներին: Ստուգեք. արդյո՞ք նշված են տեղեկատվության աղբյուրները, արդյո՞ք այն, ինչ կարդում եք, փաստ է, թե՞ զուտ լրագրողի կարծիքը, ո՞վ է հաղորդել տեղեկությունը և ի՞նչ միտում կարող էր նա ունենալ... Այս հարցերի դատասխանները գտնելուց, այլ լրատվամիջոցներով նույն լուրը ստուգելուց հետո միայն կարելի է հետևություններ անել:

Քննադատաբար մտեցնել մեդիային նշանակում է **ևս մեկ անգամ մտածել** այն ամենի մասին, ինչ տեսնում, լսում ու կարդում ենք լրատվամիջոցներում: Այսինքն՝ քննադատորեն ընկալել ցանկացած մեդիա տեքստ: Մեդիա տեքստ ասելով՝ մենք հասկանում ենք ոչ միայն գրավոր շարադրանք, այլ նաև՝ ձայնագրություն, հեռուստատեսային հաղորդագրություն, գովազդ, երգ, ֆիլմ... Մեդիա տեքստը կարող է միաժամանակ լրատվական մի բանի մեդիա լեզուներ ու ժանրեր՝ տեսողական, ձայնային, գրավոր...

Ցանկացած մեդիա տեքստ ունի մոդատակ և գործառույթ՝ տեղեկացնել, զվարճացնել, ծիծաղեցնել, հիասթափեցնել, ուշադրություն գրավել, համոզել, որևէ բան վաճառել...

Ցանկացած մեդիա տեքստ ներկայացնում է իրականության մի տարբերակ, այլ ո՛չ ամբողջական իրականությունը: Լրատվամիջոցը, ամենամեծ ցանկության դեղքում անգամ, չի կարող փոխանցել 100 տոկոսանոց իրականությունը, քանի որ մեդիա տեքստ դառնալիս նյութը մշակվում է, և հեռուստադիտողն այն տեսնում է լրագրողի, ռեժիսորի, օդերատորի, խմբագրի, տեսախցիկի դիտանկյունից:

Ըստ բննադատական մտածողության տեսարան Դեյվիդ Քլուսթերի՝

Քննադատաբար մտածել՝ նշանակում է անկախ մտածել:

Ինֆորմացիան բննադատական մտածողության սկզբնակետն է, ո՛չ թե եզրակետը:

Քննադատական մտածողությունը սկսվում է հարցերից ու խնդիրներից, որոնք լուծում են լուրջ հարցեր:

Քննադատական մտածողությունը ենթադրում է լուրջաբանական փաստարկներ:

Ի՞նչ անել, երբ մատուցվող տեղեկությունը միակողմանի է կամ ստացված է կասկածելի աղբյուրից: Տեղեկությունը կարելի է ստուգել մեկ այլ լրատվամիջոցում, աղյուսակներով տարբեր մեդիաների հաղորդած տեղեկությունները և փորձել հասկանալ իրականությունը:

Ցանկացած նյութ կարողալիս, դիտելիս, ղեկավարել բննադատաբար մտածելու. ո՞ր մեդիայով է այն տարածվում, ի՞նչ ուղղվածություն, շահեր ունի այդ մեդիան, ինչի՞ համար է այդ տեղեկությունը, օգտագործված է երաժշտություն, ի՞նչ լրացուցիչ հոյակեր է առաջացնում երաժշտությունը, ի՞նչ կադրեր են օգտագործված, հայտնի՞ են տեղեկատվության աղբյուրները, քանի՞ աղբյուրից է ձևավորված տեղեկությունը, կա՞ն հավաստի փաստեր, արդյո՞ք միակողմանի է ներկայացված տեղեկությունը....

Նդանադատական հասցեի համար՝ մեդիան կիրառում է որոշակի հնարքներ: Դրանք կարող են լինել այսպիսին.

- ընդհանրացում («բոլորն օգտագործում են...», «մասնագետները խորհուրդ են տալիս...»)
- համեմատություն («ձեր ատամները ձվի կեղևի ղեկ ամուր կլինեն...»)
- անձնավորում (անվանական գովազդ՝ հասցեագրված հենց քեզ)
- զգացմունքայնություն (հիասթափություն, ոգևորություն, ժողիտ, լաց...)
- համրաձայն մարդկանց ներգրավում (երբ աստղերն են ներգրավվում ու փոխանցում հաղորդագրությունը)

Նաև՝

- երաժշտություն
- մոնտաժային հնարքներ
- լուսավորություն
- տեքստի կամ կադրի կրկնություն

Մեդիան կարող է նաև միտումնավոր շրջանառել որևէ թեմա՝ հասարակության ուշադրությունը գրավելու, թեման կարևորելու, հասարակական շարժ, ակտիվություն արթնացնելու կամ ինչ-որ խնդրի լուծում տալու համար: Մեդիայի միջոցով հնարավոր է նաև ուշադրությունը շեղել. օրինակ՝ եթե իշխանությունը քայլեր է ձեռնարկում, որոնք անընդունելի կարող են լինել հասարակության համար, նրան ձեռնադրել մեդիայի միջոցով մարդկանց «զբաղեցնել», ասենք, լուրերով:

Մեդիա բառարան

մեդիա տեքստ

համատեքստ

մանիպուլյացիա

փաթեթավորում

րագմի, մշակութային որևէ իրադարձության կամ մեկ այլ թեմայով: Միշտ չէ, որ լրատվամիջոցները դիտավորյալ են ընտրում այս հնարքները. հաճախ դաշտու- նյաներն իրենց հարցազրույցներով, մամուլի ասուլիսներով լրատվամիջոցնե- րին հրամցնում են իրենց ձեռնտու թեմաները, որոնք հետո հայտնվում են եթերում կամ դարբերակամների էջերին:

Մանիպուլյացիոն այլ հնարքների մասին կարդա՝ «Մանիպուլյատիվ հնարքների «զինանոցից» նյութում (տես Սուլտիմեդիա հավելվածը):

Մանիպուլյացիոն հնարքների ակտիվ կիրառությունն ակնհայտ է դառնում գո- վազում:

Երբ էկրանին հայտնված երջանիկ դեմքով գեղեցկուհին շրջում է գլուխն՝ ի ցույց դնելով X շամդունով լվացված չքմաղ մազերը, մի՛ շտապեք հաջորդ օրն իսկ գնել այդ աղբամբը՝ վստահ, որ ձեր մազերն էլ կդառնան գովազի հերոսուհու վարսերի ողես փայլուն ու գեղեցիկ: Հավանաբար, նրա վարսերը բավական եր- կար խնամվել են տարբեր միջոցներով, իսկ նկարահանումից հետո նաև համա- կարգչային մշակման են ենթարկվել՝ ձեզ համոզելու համար:

Քննադատաբար վերաբերվեք հոլովակին, ինչդեռ նաև մեդիայի որևէ տեսա- կով փոխանցվող տեղեկությամբ. կասկածե՛ք, փորձե՛ք վերլուծել ու ստուգել ին- ֆորմացիան:

Հիշե՛ք, մեդիան իրականության վերադարձնում է, ունի օրիգինալ փաթեթա- վորում, գործում է հեղինակի անհատական ընկալման միջոցով, ունի նդատակ, որոշակի լսարան, ներառում է արվեստի ժանրեր՝ դատմվածք, նկարի վերար- տադրություն, երաժշտություն, ֆիլմ, սերիալ, գվարձալի շուրներ, մարզական խաղեր: Այն բիզնես է, որը դայնամավորված է գովազդով, որն, իր հերթին, դայնամավորված է վարկանիշով:

ՀԱՎԵԼՎԱԾ ԵՒ ՀՂՈՒՄՆԵՐ

- 1 Մանիպուլյատիվ հնարքների զինանոցից, հոդված ըստ ուկրաինական «Տելեկրիտիկա» ամսագրի, Սուլտիմեդիա հավելված:
- 2 Манипуляции сознанием в медиа: базовые понятия и приемы, Компан- цева Лариса <http://www.prschool.kiev.ua/ru/156/lists/178>
- 3 С.Г. Кара-Мурза Манипуляция сознанием, <http://bit.ly/157B4Lo>
- 4 Ֆոտոմանիպուլյացիայի օրինակներ
Social media is lying about Burma's Muslim 'cleansing' <http://bit.ly/Mxwu0S>
(թե ինչդեռ մեդիան բոլորովին այլ լուսանկարներ ներկայացնում է որդես Բիրմայի մահմեդականների հալածանքների կադրեր)
Photo Tampering throughout history <http://bit.ly/nHwnEi> (հայտնի ֆոտոներ, որոնք իրականում համակարգչային միջամտության արդյունք են)
- 5 The Art of Close Reading, <http://bit.ly/JTxKZf>
- 6 Քննադատ, <http://media.am/critique>

ԹԵՄԱ 4

ՄԵԴԻԱՅԻ ԱԶԱՏՈՒԹՅՈՒՆՆ ՈՒ ՍԱՐՍԱՆՆԵՐԸ

ՄԵՍՐՈՊ ՉՎՐՈՒԹՅՈՒՆՅԱՆ
«Խոսքի ազատություն և
էթիկա», տե՛ս էջ 106

Չորրորդ թեման աշակերտներին ծանոթացնում է խոսքի և արտահայտվելու ազատությանը, դրա օրենսդրական երաշխիքներին, սահմանափակումներին, ինչդեռ նաև լրատվամիջոցների գործունեության էթիկական սկզբունքներին ու ինքնակարգավորման տեսակներին:

քայլ 1

ՎՐՈՒԹՅՈՒՆ

Աշակերտները խմբերով ներկայացնում են հետազոտության արդյունքները: Ամեն խմբի զեկույցից հետո մյուս խմբերը հարցեր են տալիս, քննարկում են:

քայլ 2

ՔՆՆԱՐԿՈՒՄ

Ուսուցիչը ընթերցում և/կամ բաժանում է աշակերտներին օրենքներից մեջբերումներ: Աշակերտները համեմատում են ձևակերպումները ՀՀ Սահմանադրությունում, Մարդու իրավունքների եվրոպական կոնվենցիայում և Մարդու իրավունքների համընդհանուր հռչակագրում:

ՀՎՐՑԵՐ

- Ի՞նչ է ներառում խոսքի ազատությունն ըստ այդ ձևակերպումների:
- Ինչո՞վ է այն տարբերվում արտահայտվելու ազատությունից:
- Բացի խոսքից, արտահայտվելու ի՞նչ միջոցներ կան:
- Ինչո՞ւ է կարող է սահմանափակվել արտահայտվելու ազատությունը:

Մարդու իրավունքների համընդհանուր հռչակագիր - (1948թ. դեկտեմբերի 10, ՄԱԿ-ի Գլխավոր Ասամբլեա)

Պրոպոզիցիա 19. Ամեն ոք ունի համոզմունքներ ունենալու և արտահայտվելու իրավունք. այս իրավունքը ներառում է համոզմունքներին անարգել հավատարիմ մնալու և տեղեկություններ ու գաղափարներ որոնելու, ստանալու ու տարածելու ազատություն՝ լրատվության ցամաքացած միջոցներով, անկախ ղետական սահմաններից:

Մարդու իրավունքների և հիմնարար ազատությունների դաշտում մասին եվրոպական կոնվենցիա (Գոտմ, 4 նոյեմբերի, 1950թ.)

Պրոպոզիցիա 10. Արտահայտվելու ազատություն

1. Յուրաքանչյուր ոք ունի ազատորեն արտահայտվելու իրավունք: Այս իրավունքը ներառում է սեփական կարծիք ունենալու, տեղեկություններ և գաղափարներ ստանալու և տարածելու ազատությունը՝ առանց ղետական



մարմինների միջանտության և անկախ սահմաններից: Այս հոդվածը չի խոչընդոտում ղեկավարություններին՝ սահմանելու ռադիոհաղորդումների, հեռուստատեսային կամ կինեմատոգրաֆիական ձեռնարկությունների լիցենզավորում:

2. Այս ազատությունների իրականացումը, քանի որ այն կադված է տարտավորությունների և տատասխանատվության հետ, կարող է տայմանավորվել այնպիսի ձևակառուցումներով, տայմաններով, սահմանափակումներով կամ տատամիջոցներով, որոնք նախատեսված են օրենքով և անհրաժեշտ են ժողովրդավարական հասարակությունում՝ ի շահ ղետական անվտանգության, տարածքային անբողջակառության կամ հասարակության անվտանգության, անկարգությունները կամ հանցագործությունները կանխելու, առողջությունը կամ բարոյակառությունը, ինչդես և այլ անձանց հեղինակությունը կամ իրավունքները տաշտդանելու, խորհրդատահական տայմաններով ստացված տեղեկատվության բացահայտումը կանխելու կամ արդարադատության հեղինակությունն ու անաշատությունը տահդանելու նդատակով:

Ձևակերդումները ԳԳ Սահմանադրությունում (2005թ. Ոոյեմբերի 27)

Գոդված 26. Յուրաքանչյուր ոք ունի մտքի, խղճի և կրոնի ազատության իրավունք: Այս իրավունքը ներառում է կրոնը կամ հանգմունքները փոխելու ազատությունը և դրանք ինչդես միայնակ, այնդես էլ այլոց հետ համատեղ քարոզի, եկեղեցական արարողությունների և տաշտամունքի այլ ծիսակատարությունների միջոցով արտահայտելու ազատությունը:

Այս իրավունքի արտահայտումը կարող է սահմանափակվել միայն օրենքով, եթե դա անհրաժեշտ է հասարակական անվտանգության, առողջության, բարոյակառության կամ այլոց իրավունքների և ազատությունների տաշտդանության համար:

Գոդված 27. Յուրաքանչյուր ոք ունի իր կարծիքն ազատ արտահայտելու իրավունք: Արգելվում է մարդուն հարկադրել իրաժարվելու իր կարծիքից կամ փոխելու այն:

Յուրաքանչյուր ոք ունի խոսքի ազատության իրավունք, ներառյալ՝ տեղեկություններ և գաղափարներ փնտրելու, ստանալու, տարածելու ազատությունը, տեղեկատվության ցանկացած միջոցով՝ անկախ ղետական սահմաններից:

Լրատվամիջոցների և տեղեկատվական այլ միջոցների ազատությունը երաշխավորվում է:

Պետությունը երաշխավորում է տեղեկատվական, կրթական, մշակութային և ժամանցային բնույթի հաղորդումների բազմազանությունն առաջարկող անկախ հանրային ռադիոյի և հեռուստատեսության առկայությունը և գործունեությունը:

Խոսքի ազատության իրավունքը ներառում է հանգմունք ունենալու, այն ազատորեն արտահայտելու, գաղափարներ և տեղեկություններ տարածելու և փնտրելու և ստանալու ազատություն:

ԴԻՏՈՒՄ

Ուսուցիչը ցուցադրում է Ինֆորմացիայի ազատության կենտրոնի տեսանյութը տեղեկատվության ազատության մասին, ադա աշակերտների հետ քննարկում են այն (տե՛ս Առվտիմեդիա հավելվածը):



ՀՎՐՑԵՐ

- Ի՞նչ հասկացաք/սովորեցիք հուլովակից:
- Ու՞մ կարող է դիմել քաղաքացին՝ տեղեկություն ստանալու համար:
- Որո՞նք աշակերտներ, դուք ի՞նչ տեսակի տեղեկության կարիք ունեք, որը հասանելի չէ ձեզ, և ումի՞ց կամ որտեղի՞ց կարող եք դա-հանջել ու ստանալ:

քալ 4

ՎՎՐԺՈՒԹՅՈՒՆ

Աշակերտները բաժանվում են երեք խմբի: Յուրաքանչյուր խումբ տեղեկատվության հարցում է ղատրաստում ու ուղարկում մեկ մարմնի: Խմբերը ղետք է հարցումը գրեն ըստ օրինակելի ձևի, հանձնեն կամ ուղարկեն այն և հետամուտ լինեն ղատասխանին (Հարցման օրինակելի ձևի համար տե՛ս Աուտիմեդիա հավելվածը):

Խումբ 1 - Հարցում է ուղարկում տնօրենին՝ խնդրելով տրամադրել նախորդ տարում դրոցական միջոցառումների բյուջեն և Ծախսերը:

Խումբ 2 - Հարցում է ուղարկում տեղական ինքնակառավարման մարմնին՝ թաղաղետարան, քաղաքաղետարան, գյուղաղետարան՝ խնդրելով տրամադրել նախորդ տարվա առաջին կիսամյակում իրականացված կրթական Ծրագրերի ցանկը, դրանց բյուջեն:

Խումբ 3 - Հարցում է ուղարկում որևէ բուհի՝ խնդրելով տրամադրել ուսանողական վարձավճարների կարգավորման, զեղչման համակարգը:

Այս վարժությունը միայն հարցում ուղարկելով չի սահմանափակվում: Ուսուցիչն ու աշակերտները հաջորդող շաբաթներին ու գուցե ամիսներին ղիտի հետևեն իրենց ուղարկած հարցումների ընթացքին:

Ցանկության դեղքում, վերը նշվածի փոխարեն ուսուցիչն ու աշակերտները կարող են այլ մարմինների հարցումներ ուղարկել՝ այլ թեմաներով:

քալ 5

ՔՆՆՎՐԿՈՒՄ

Ուսուցիչն աշակերտների համար ընթերցում է հետևյալ համոզմունքներից մեկը կամ մի քանիսն իր ընտրությամբ և առաջարկում է քննարկել:

*«Ես կհրահանադատեմ դե՛ս ե՛ս և կարծիքիս, բայց կլսեմիս զնույ՛ր կողմնակիցներս
այն ատեղու և իրավունքը»:*

Վուլտեր, 18-րդ դարի ֆրանսիացի լուսավորիչ, փիլիսոփա

ՀՎՐՅԵՐ

- Համաձայն էք Վուլտերի հետ: Ինչու՞:
- Ինչու՞ է կարևոր ժաշտողանել դիմացիցի կարծիք արտահայտելու իրավունքը, եթե նույնիսկ այն չի համադատասխանում ձեր կարծիքին:
- Ի՞նչ է տալիս տեսակետների բազմազանությունը:
- Վրոյդը լավ կլինի, եթե բոլորը միանձան մտածեն:
- Ինչո՞վ են տարբերվում կարծիք ունենալու և այն ազատորեն արտահայտելու իրավունքները:

«Այսպես ճամուլը կարող է լինել ե՛ւ լավ, ե՛ւ վատ, բայց ճամուլն առանց ալստոյթան՝ չի՛ կարող լավը լինել»:

Ալբերտ Բանյու, 20-րդ դարի ֆրանսիացի գրող

ՀՎՐՅԵՐ

- Ըստ ձեզ՝ ի՞նչ է նշանակում ազատ մամուլ:
- Ի՞նչ էք հասկանում վատ լրատվամիջոց ասելով:
- Վրոյդը ազատ լինելը նշանակում է լավ լրատվամիջոց լինել:
- Ինչո՞վ է վատ մամուլի կախվածությունը կամ անազատությունը:
- Ինչու՞ անազատ լրատվամիջոցը չի կարող լավը լինել:

*«Մարդիկ դաստիարակվում են խոսքի ազատության իրավունք, միևնույն ժամանակ
օգտագործում ճշի ազատությունը, որի իրավունքն ունեն»:*

Սյորեն Կիերկեգոր, 19-րդ դարի դանիացի փիլիսոփա, աստվածաբան, գրող

ՀՎՐՅԵՐ

- Ի՞նչով է տարբերվում մտքի ազատությունը խոսքի ազատությունից:
- Խոսքի ազատության բացակայության դեղքում կարո՞ղ է լինել մտքի ազատություն:
- Ի՞նչդեպ է արտահայտվում մտքի ազատությունը:
- Ո՞վ կարող է սահմանափակել կամ վերահսկել մտքի ազատությունը:
- Ինչո՞վ էք կիրառում մտքի կամ մտածելու ազատության ձեր իրավունքը:

ԼՐԱԳՐՈՂԱԿԱՆ ԷԹԻԿԱԿՅԻՏԱՐԱՄԱՆՍԿԱՆՍԿԱԶՄՈՒՆՔՆԵՐ

- հավաստիություն
- փաստերի և կարծիքների տարանջատում
- անաչառություն և անկողմնակալություն
- ազնվություն
- տեղեկատվության աղբյուրների հանդեպ
- հարգանք անձնական կյանքի նկատմամբ
- շահերի բախումից խուսափում
- տեղեկատվության և գովազդի տարանջատում
- սխալների ուղղում
- դատասխանի հնարավորության տրամադրում

Ուսուցիչն աշակերտներին հանձնարարում է գրի առնել երեք բան, որ չէին անի, եթե լրագրող լինեին: Վրա՛ երեք բան, որ չէին անի՝ բացառությամբ որոշակի դեղքերի:

Վերջում՝ երեք բան, որ դարտավոր են անել:

Այսօրից՝ աշակերտները գրեցին իրենց վարքականոցները՝ այսինքն էթիկական սկզբունքները: Սրա օրինակով ուսուցիչը համառոտ բացատրում է աշակերտներին, թե ինչ է լրագրողական էթիկան:

Քննարկում են աշակերտների նշումները:

ՀԱՐՑԵՐ

- Ինչո՞ւ չեք անի դա: Արդյո՞ք չեն կարող լինել բացառություններ:
- Ինչո՞ւ եք նախատեսել այդ բացառությունները:
- Ձեր նշած դարտավորությունները ինչի՞ց են բխում. օրենքի՞ց, ձեր սկզբունքի՞ց, հասարակական դատկերացումների՞ց...

Ուսուցիչը բացատրում է, թե ինչ է լրագրողական վարքականոցը, խոսում է Դիտորո՞ մարմնի մասին: Ցուցադրում է Դիտորո՞ մարմնի մասին սոցիալական հոլովակը (տե՛ս Մուլտիմեդիա հավելվածը):

Ուսուցիչն ընտրում է էթիկադեպո Վիճելի իրավիճակների օրինակներ քննարկման համար (տե՛ս «Լրագրողական էթիկա. օրինակներ և մեկնաբանություններ» ձեռնարկը Մուլտիմեդիա հավելվածում կամ Media.am կայքում-<http://bit.ly/WxypTZ>): Ձեռնարկում օրինակները ներկայացված են մասնագետի մեկնաբանությամբ, ինչը կօգնի ուսուցիչին՝ ավելի դատարաստված մասնակցել քննարկումներին): Ուսուցիչը բաժանում է օրինակները աշակերտներին, ադա ընթերցում են ու քննարկում:

ՀԱՐՑԵՐ

- Ճի՞շտ է վարվել լրագրողը կամ լրատվամիջոցը ձեր կարծիքով: Ինչո՞ւ:
- Վնասե՞լ է արդյոք որևէ մեկին:

- Ի՞նչ շահեր են բխվում այստեղ:
- Ո՞ր շահն է ավելի կարևոր այս դատմության մեջ՝ մարդկանց տեղեկություն ստանալու, թե՞ մարդու՝ հերոսի իրավունքները:
- Ո՞վ էր այն, որը հանգեցրեց կայացնելու ձեր կարծիքով՝ լրագրողը, խմբագիրը, հասարակությունը...

ՎԱՐՓՈՒԹՅՈՒՆ

Ստեղծել խաղային իրավիճակներ ըստ հետևյալ օրինակներից մեկի կամ մի քանիսի:

Իրավիճակ 1

Յեռախոսային կադրի օդերատորի բաժանորդները ակցիա են անցկացնում դժգոհելով կադրի վատ որակից և հաճախորդների վատ սոցալալուումից: Մի քանի օր անց նույն օդերատորը մամուլի ասուլիսի ժամանակ ներկայացնում է տեսազանգի նոր ծառայություն և լրագրողներից նվիրում է նոր հեռախոսներ՝ իբրև թե նոր ծառայությունը փորձարկելու համար: Կարելի՞ է արդյոք վերցնել այդ հեռախոսները: Իսկ վերցնելուց հետո կարելի՞ է քննադատել ընկերությանը:

Սշակերտները բաժանվում են խմբերի՝ ըստ դերերի: Խմբերի ներկայացուցիչները խաղում են դերերը՝ ըստ խմբում նախադես քննարկած սցենարի:

Խումբ 1 - Յեռախոսային կադրի օդերատոր՝ լրագրողին նվիրում է հեռախոս և դատճառաբանում այդ քայլը այնպես, որ լրագրողը վերցնի:

Խումբ 2 - Լրագրող՝ որոշում է՝ վերցնել՞ հեռախոսը, թե՞ ոչ: Սղա խմբագրին բացատրում ու արդարացնում է իր որոշումը: Նաև որոշում է, թե ինչպիսի նյութ է գրելու հեռախոսային կադրի օդերատորի մասին, խոսելու՞ է բաժանորդների դժգոհությունից, թե՞ ոչ:

Խումբ 3 - Խմբագիր՝ որոշում է, ինչ ասել լրագրողին.

Ա) Եթե նա վերցնում է հեռախոսը:

Արդյո՞ք դա նորմալ է:

Եթե նորմալ չէ՝ արդյո՞ք դատճուում է լրագրողին: Արդյո՞ք թույլ է տալիս, որ լրագրողը լուսաբանի այդ օդերատորի աշխատանքը:

Արդյո՞ք վերադարձնում են հեռախոսը:

Լրագրողական էթիկան, օրենքից տարբերվում է հենց նրանով, որ կամավոր է ընդունվում. լրատվամիջոցը և նրա աշխատակիցները կամավոր դարձնվում են վարվել այս կամ այն կերպ և չանել այս կամ այն բաները:

Բ) Եթե նա չի վերցնում հեռախոսը:

Արդյո՞ք ճիշտ է անում: Ինչու՞:

Ինչո՞վ հասնում է լրագրողի նյութը:

Իրավիճակ 2

Լրագրողը տեղեկանում է, որ կաթնամթերքի արտադրության խոշոր արտադրամասում կաթի որակի հաշվին գումարներ են լվացվում: Տեղեկությունը հայտնել է նրա ծանոթը, որն աշխատում է արտադրամասում, բայց վախենում է կորցնել աշխատանքը և չի ուզում բացահայտորեն խոսել կեղծիքի մասին: Ի՞նչ ճանադարհներով լրագրողը կփորձի տարզել եղելությունն ու հրատարակել տվյալները: Ի՞նչ լրագրողի անի լրագրողը:

Ստանդարտները բաժանվում են խմբերի, որոնցից յուրաքանչյուրը լրագրողի և արդարագնի նշված մոտեցումներից մեկը:

Մոտեցում 1 - Լրագրողը լրագրողի լրագրողական հարցում ուղարկի կաթնամթերք արտադրողին և լրագրողի փորձաքննության արդյունքները, անհրաժեշտության դեպքում հետևողականորեն բողոքարկի, դիմի դատարան, ստանա իրեն անհրաժեշտ նյութերը: Հարցազրույց լրագրողի խնդրի կաթ արտադրող կազմակերպության տնօրենից: Դիմի դաշտը կարգավորող վերադաս մարմնին: Եթե, ի վերջո, չկարողանա որևէ այլ աղբյուրից ստանալ այդ տեղեկությունը՝ շրջանի հրատարակի:

Մոտեցում 2 - Լրագրողը լրագրողի հրատարակի տեղեկությունը՝ «մեր հավաստի աղբյուրը տեղեկացնում է» ձևակերպմամբ, քանի որ կարևոր է հասարակության՝ այդ լուրն արագորեն իմանալու իրավունքը:

Մոտեցում 3 - Լրագրողը լրագրողի փորձի դիմակի մեթոդով մերթափանցել արտադրամաս և անցկացնել սեփական հետաքննություն: Դիմակի մեթոդն այն է, երբ լրագրողը թաքցնում է իր մասնագիտությունը և այլ անվան տակ կամ այլ մասնագետի <<դիմակով>> փորձում է տեղեկություն ստանալ: Օրինակ, լրագրողը կարող է փորձել արտադրամասում գործի ընդունվել որդես բանվոր, լրագրող, աղմուկիստրատիվ աշխատակից, ու ներսում նկարահանել, արձանագրել խախտումները՝ այդպիսով առաջնորդելով իր տեղեկությունների հավաստիությունը:

Իրավիճակ 3

Չայտմի երգիչը մեկնում է ծովափ հանգստի ընկերուհու հետ: Նա հասարակությունից թաքցնում է ընկերուհի ունենալու փաստը: Աի քանի օր անց երգիչը հայտնաբերում է, որ ինտերնետային հայտնի դարբերականներից մեկը հրադարակել է իր ու ընկերուհու լուսանկարները՝ լողազգեստով, գրկախառնված, իսկ հեղինակի մեկնաբանության մեջ ասվում է, թե իբր երգիչն ամուսնացել է և մեկնել մեղրամսի: Սա վրդովեցնում է երգչին ու նրա ընկերուհուն:

Ի՞նչ տխրի անի երգիչը:

Ա. Դիմի դատարան և դահանջի տուգանել դարբերականին՝ իր անձնական կյանքի գաղտնիությունը ոտնահարելու և իր մասին սուտ տեղեկություններ տարածելու համար: (Ոչեմք, որ սուտ տեղեկությունն ըստ էության չի գրոդարտում կամ վիրավորում երգչին)

Բ. Չանգի դարբերականի խմբագրություն և դահանջի նույն կայքում հերքել սուտ տեղեկությունն ու ներողություն խնդրել՝ իր և ընկերուհու անձնական կյանքի գաղտնիությունը խախտելու համար: Եթե թերթը չկատարի դահանջը, դիմի Լրատվամիջոցների Դիտորդ մարմնին, որը քննում է ՀԱԼ-ների էթիկական խախտումները:

Գ. Որևէ բան չանի. ընդունի, որ ինքը հայտնի մարդ է, և հասարակական հետաքրքրությունը իր անձնական կյանքի հանդեպ նորմալ է, կարևորը՝ իրեն չեն մոռանում ու իր մասին գրում են՝ թեկուզ և սուտ:

Դ. Այլ տարբերակ....

Չնարավորության դեղքում ուսուցիչը կարող է դասին լրագրող կամ խմբագիր հրավիրել ու գրուցել խոսքի ազատության, էթիկայի խնդիրներից:

Եթե տեխնիկան թույլ է տալիս, հյուրի հետ կարելի է կառ հաստատել սկայպով:

Ուսուցիչն անփոփում է դասը՝ քննարկումով և հանձնարարում է լրացնել մեդիա բառարանը:

Մեդիա բառարան

էթիկա

էթիկայի կանոնագիր

գրոդարտություն

խտրականություն

ինքնակարգավորում

դիտորդ մարմին

խոսքի ազատություն

գրաքննություն

◀ ամփոփում

ԽՈՍՔԻ ՎՃԱՏՈՒԹՅՎԱՆ ԻՆԴԵՔՍՆ ԸՍՏ ԵՐԿՐՆԵՐԻ

Վռաչին տասնյակ

- Ֆինլանդիա
- Նորվեգիա
- Էստոնիա
- Նիդերլանդեր
- Վվատրիա
- Իսլանդիա
- Լյուքսեմբուրգ
- Շվեյցարիա
- Կաբո-Վերդե
- Կանադա
- Հայաստանը 77-րդն է...

Լրագրողներ առանց սահմանների,
<http://bit.ly/yRPu2M>

Ի՞նչ է խոսքի ազատությունը

Ամեն մարդ ազատ է՝ կարծիք ունենալ, ազատորեն արտահայտել այն, ունենալ քաղաքական ու կրոնական դիրքորոշում. այս ամենն ամրագրված է խոսքի ազատության իրավունքով, որը մարդու հիմնարար իրավունքներից է: Սա ժողովրդավարական հասարակության հիմնաքարերից է, որն ատանում է.

- ա) գաղափարների ազատ հոսք, որը խթանում է ժողովրդավարական ինստիտուտների կայացումը,
- բ) երկխոսություն ու բանավեճ, որի շնորհիվ բացահայտվում է ճշմարտությունը, տեղի են ունենում նորամուծություններ,
- գ) մարդիկ ինքնադրսևորվում են:

Պատմության ընթացքում ազատ խոսելու համար շատերին են դատապարտել, անգամ՝ սպանել: Մ.թ.ա. 399 թվականին աթենացիները Սոկրատեսին մահվան դատապարտեցին՝ ընդունված սկզբունքներին դեմ արտահայտվելու և մոր գաղափարներ տարածելու համար:

Ժամանակի գիտական և կրոնական դատկերացումներին դեմ խոսելու համար 1600 թվականին խարույկի վրա այրեցին Ջորդանո Բրունոյին: Նա հայտարարել էր, թե

«Գոյություն ունեն անթիվ արեգակներ, և անթիվ երկրագնդեր են լողում մեր շուրջ, ինչպես մեր մոլորակներն են լողում Արեգակի շուրջ: Եվ այդ մոլորակները բնակեցված են կենդանի էակներով»: Իսկ դա հակասում էր կաթոլիկ եկեղեցու այդ ժամանակվա դատկերացումներին:

Խոսքի ազատության սահմանափակումների օրինակներ կարելի է վերցնել Խորհրդային Միության դատապարտումից՝ արդեն 20-րդ դարում: Ստալինյան իշխանության տարիներին արտաքինում ու ստանվեցին հազարավոր մտավորականներ, հասարակական գործիչներ և շարքային մարդիկ, ովքեր որևէ կերպ դեմ էին դարձնում գաղափարախոսությանը: Ավելի ուշ՝ արդեն 80-ականներին, գիտնական, իրավաբանական, Խաղաղության Նոբելյան մրցանակակիր Անդրեյ Սախարովը հետադարձվեց ու զրկվեց իր Եվրոպայից հակասովետական գործունեության համար: Նա մասնավորապես դատապարտվեց իր միջուկային զենքի փորձարկումների դեմ, առաջին Խորհրդային Միությունում մարդու իրավունքների հաստատման և դաշտապարտության համար: 1880թ. հունվարի 22-ին աշխատանքի գնալիս Սախարովը ու կինը ձերբակալվեցին և 7 տարով արտաքսվեցին Գորկի, գիտնականին՝ զրկեցին նաև կոչումներից: Փաստորեն, աշխարհահռչակ գիտնականը, ով ջրածնային ռումբի հեղինակներից մեկն է, հետադարձվել է ազատ արտահայտվելու համար:

Այսօր էլ, թեև խոսքի ազատության իրավունքն ամրագրված է միջազգային փաստաթղթերում ու գրեթե բոլոր ազգային սահմանադրություններում, ամեն տարի լրագրողներ, գրողներ ու դարձաբաններ համարձակ քաղաքացիներ հայտնվում են բանտերում և անգամ սպանվում են՝ «արգելված» թեմաներ բարձրաձայնելու համար:

Խոսքի ազատության իրավունքը երաշխավորվում է Եվրոպական և միջազգային փաստաթղթերով:

Օրինակ, ԱՄՆ-ում խոսքի ազատությունն ամրագրված է Սահմանադրության առաջին ուղղմամբ. այս իրավունքն ԱՄՆ-ում համարվում է գերակա:

Երբ ասում ենք խոսքի և արտահայտվելու ազատություն, հասկանում ենք

նաև տեղեկատվություն ստանալու ու տարածելու ազատությունը, որը սահմանվում է «Տեղեկատվության ազատության մասին» ՀՀ օրենքով:

ՉԼՍ-ի կամ լրագրողի խոսքի ազատության ամօրհմական սահմանափակումը

Բացի «չորրորդ իշխանությունից», մեդիան անվանում են նաև իշխանությունների հսկիչ. մեդիայի առաջնային գործառնություններից մեկն իշխանություններին վերահսկելը, նրանց գործունեությունը քննադատաբար վերլուծելն ու ներկայացնելն է: Բնական է, դա միշտ չէ, որ դուր է գալիս իշխանություններին, և լրագրողի աշխատանքին հաճախ փորձում են խանգարել: Լրագրողի աշխատանքը շատ հաճախ խոչընդոտվում է նաև դատերազմական իրավիճակներում:

Արդյունքում՝ ամեն տարի փակվում են լրատվամիջոցներ, բանտարկվում կամ սղանվում են լրագրողներ, գրանցվում են բռնության դեպքեր: Մեդիայի վերահսկողությունն առավել խիստ է տոտալիտար համակարգի երկրներում. Հիմաստամն, օրինակ, ինտերնետի ֆիլտրացման և վերահսկման ամենաուժեղ մեխանիզմն ունի:

Խոսքի և մանուկի ազատության, լրագրողների իրավունքների դաշտադաշտայնաբար զբաղվող «Լրագրողներ առանց սահմանների» միջազգային կազմակերպության տվյալներով՝ 2012 թվականին իրենց մասնագիտության դատաճառով սղանվել է 89 լրագրող, որոնցից տասնութեղ՝ Սիրիայում, տասնութեղ՝ Սոմալիում, ինը՝ Պակիստանում: Ըստ այս կազմակերպության տվյալների՝ «սև» տարի է համարվում 1994-ը, որի ընթացքում մահացել է 103 լրագրող: Իսկ 1999-ին զոհված 36 լրագրողից 28-ը սղանվել է ռազմական գործողությունների գոտում՝ Սիերա Լիոնում, Հարավսլավիայի Ֆեդերատիվ Հանրապետությունում, Կոլումբիայում, Չեչենիայում (<http://en.rsf.org/>):

Մեր երկրում ևս լրագրողները շատ անգամ են բռնության ենթարկվել իրենց մասնագիտական գործունեության դատաճառով (տե՛ս Մուլտիմեդիա հավելվածը): Մեր օրենսդրությունն արգելում է խոչընդոտել լրագրողի մասնագիտական գործունեությանը և դատիժ է սահմանում:

ԳԳ Քրեական օրենսգիրք

Հոդված 164. Լրագրողի մասնագիտական օրինական գործունեությանը խոչընդոտելը

1. Լրագրողի մասնագիտական օրինական գործունեությանը խոչընդոտելը կամ նրան տեղեկություններ տարածելուն կամ տարածելուց հրաժարվելուն հարկադրելը դատվում է տուգանքով՝ նվազագույն աշխատավարձի երկու հարյուրապատիկից չորս հարյուրապատիկի չափով:
2. Նույն արարքները, որոնք կատարել է դաշտոնատար անձն իր դաշտոնական դիրքն օգտագործելով, դատվում են տուգանքով՝ նվազագույն աշխատավարձի չորս հարյուրապատիկից յոթ հարյուրապատիկի չափով, կամ ազատազրկմամբ՝ առավելագույնը երեք տարի ժամկետով, որոշակի դաշտոններ զբաղեցնելու կամ որոշակի գործունեությամբ զբաղվելու իրավունքից զրկելով՝ առավելագույնը երեք տարի ժամկետով կամ առանց դրա:
3. Սույն հոդվածի առաջին և երկրորդ մասերով նախատեսված արարքները, որոնք կատարվել են լրագրողի կամ նրա մերձավորի կյանքի կամ առողջության համար վտանգավոր բռնություն գործադրելով կամ դա գործադրելու սղանալիքով, դատվում են ազատազրկմամբ՝ երեքից յոթ տարի ժամկետով:

Հայկական մի շարք ՉԼՍ-ներ ընդունել են էթիկայի վարքականոն, որի հիմնական սկզբունքներն են:

1. **Ճշգրտություն և ամկողմ-մակալություն**
2. **ազնվություն տեղեկու-թյունների հաղթությունների հետ հարաբերություններում**
3. **խճբագրական ամկախու-թյուն**
4. **հարգանք մարդկանց ան-ձնական կյանքի և այլ իրավունքների նկատ-մամբ**
5. **հարգանք զանազան խմ-բերի ներկայացուցիչների և համամարդկային ար-ժեքների նկատմամբ**
6. **ազնվություն համրության հետ հարաբերություններում**

Լրագրողական էթիկա

Այն, որ խաբելը, ուշանալը, խոստումը դրժելը լավ բան չէ, որևէ օրենքով չի սահմանվում: Սրանք հասարակության մեջ ընդունված՝ չգրված օրենքներ են, որ մենք ընդունում ենք որդես մորն և շարժվում ենք դրանցով: Սրանք մասնաճանաչական էթիկայի մասն են, այսինքն՝ բարոյական սկզբունքներ, որոնց մենք հավատում ու կամավորապես ընդունում ենք: Էթիկական սկզբունքներն օգնում են հասկանալ՝ ինչն է լավ, ինչն՝ վատ, ինչ անել և ինչից խուսափել:

Կան մասնագիտական էթիկայի կանոններ: Օրինակ՝ բժիշկը Պարտավոր է Պահպանել հիվանդի դրության ու անձի գաղտնիությունը, եթե հիվանդը չի կամենում տարածել այդ ինֆորմացիան:

Լրագրողները մույնդես ունեն մասնագիտական կանոնագրեր ու վարքա-կանոններ, որոնցով առաջնորդվում են հատկապես բարդ ու վիճելի իրա-վիճակներում: Սրանք կամավորաբար ընդունվող նորմեր են: ամեն լրատվամիջոց ինքն է որոշում՝ ունենա՞լ էթիկական կանոնագիր, թե՞ ոչ, և ինչդիսին միտի լինի այն: Էթիկական սկզբունքներ ունենալը բնորոշ է Պրոֆեսիոնալ լրատվամիջոցին:

Իհարկե, գրեթե բոլոր լրագրողական միջավայրերում սկզբունքները մույնն են, բայց կան մի քանի մոտեցումներ՝ ընդհանրական, իրավիճակային, հե-տևանքային... Արդյո՞ք էթիկական սկզբունքները դեռևս է ֆիքսված լինեն բոլորի և յուրաքանչյուր դեպքի համար, թե՞ կախված իրավիճակից՝ կա-րող են տարբերվել: Արդյո՞ք մոլատակն արդարացնում է միջոցները, թե՞ ոչ: Եթե թաքցված նկարահանումը բացահայտում է, ասենք, Պետական հանցագործություն կամ փրկում է մարդկանց կյանքեր, արդյո՞ք արդա-րացված է: Ո՞րն է կարևոր՝ մասնագիտական ձեռքբերումը, թե՞ հանրային շահը կամ մարդու անձնական կյանքը, ի՞նչ հետևանքներ կունենա լրա-գրողի քայլը: Այս հարցերի Պատասխաններից են կախված էթիկական մոտեցումների տարբերությունները:

Մի խումբ հայկական ՉԼՍ-ներ ընդունել են մի ընդհանուր էթիկայի վարքականոն: Երևանի մամուլի ակումբի մախաձեռնությամբ ստեղծվել է ՉԼՍ-ների Դիտորդ մարմին, որն հետևում է այդ վարքականոնի Պահպանմանը և լրատվամիջոցների մասնագիտական աշխատանքին: Այսինքն, լրատվամիջոցների դեմ բողոք ունենալիս, մարդիկ կարող են մախ դիմել Դիտորդ մարմնին, որը կքննի ու լուծում կտա հարցին՝ թույլ չտալով, որ խնդիրը հասնի դատարան: Այն կազմված է հենց մեդիա դաշտի հայտնի ու հեղինակավոր անձանցից: Այլ կերպ ասած՝ լրագրողները Պատասխա-նատու են իրենց գործընկերների առջև:

Իհարկե, խոսքը վերաբերում է վարքականոնը ստորագրած 48 լրատվա-միջոցներին: Նրանք կամավորապես Պարտավորվել են հետևել էթիկայի վերը նշված կանոններին և ընդունում են Դիտորդ մարմնի դիտորդություն-ներն ու որոշումները:

Սա տարածված մոդել է աշխարհում. մամուլի խորհուրդները, բողոքներ ընդունող հանձնաժողովները զարգացած երկրներում բավական հարգ-ված ու արդյունավետ կառույցներ են:

ՉԼՍ-ի ինքնակարգավորման ձևերից մեկն էլ ընթերցողների խմբագիր (ombudsman) ունենալն է՝ մարդ, ով ստանում, կարդում է ընթերցողների մամակներն ու Պատասխանում դրանց: Այդ մամակները կամ դրանց Պա-տասխանները կարող են հրատարակվել Պարբերականի էջերում, լրատվա-միջոցը կարող է ներողություն խնդրել, եթե իսկապես սխալ է տեղի ունեցել:

Հայաստանում «ընթերցողների խմբագիր» ունեցել են «Առավոտ» օրաթերթը և «ԳԱԼԱ» հեռուստաընկերությունը:

Եթիկադես վիճելի ու դժվար թեմաներ են՝ երեխաների, հաշմանդամների, բռնության ենթարկվածների խնդիրները, դատերազանների ու մահվան դեղքերի լուսաբանումը...

ՀԱՎԵԼՎԱԾ ԵՒ ՀՂՈՒՄՆԵՐ

- 1 Լրագրողների և լրատվամիջոցների նկատմամբ բռնությունները, ճնշումները և դատական գործերը Հայաստանում. 2012թ. դեղքեր և վերլուծություններ, Հետք, ԵԱՀԿ, Մուլտիմեդիա հավելված, <http://www.osce.org/yerevan/100531>
- 2 Տիգրան Հովհաննիսյան, Հարձակումներ լրագրողներ վրա Հայաստանում. խրոնիկա, Media.am, <http://bit.ly/wz8Kht> Լրագրողական եթիկա. օրինակներ և մեկնաբանություններ, Ինտերմյուս, Երևան, 2011, Մուլտիմեդիա հավելված, <http://bit.ly/14gDKaa>, Լրագրողական եթիկա. գրույցներ և վերլուծություններ, Ինտերմյուս, Երևան, 2012, <http://bit.ly/WxypTZ>
- 3 Ամնա Իսրայելյան, Կողմ և դեմ փաստարկներ՝ թերթերի դեմ դատարաններ դիմելու առնչությամբ, <http://bit.ly/10PTk6b>
- 4 Խոսքի ազատության դաշտում կոմիտեի 2008, 2009, 2010, 2011թթ. տարեկան զեկույցները Հայաստանում ՉԼՍ-ների և լրագրողների իրավունքների խախտումների մասին, www.khosq.am
- 5 Ինչ են ասում լրագրողները, Տեղեկատվության ազատության կենտրոն, <http://www.foi.am/hy/articles/item/445/>
- 6 Ինքնակարգավորում, Երևանի մամուլի ակումբ, http://www.ypc.am/self_regul/In/am
- 7 Հետաքննող լրագրողների ընկերակցության եթիկայի կանոնագիրը, <http://hetq.am/arm/about/code-of-ethics/>
- 8 Ինֆորմացիայի ազատության կենտրոնի կայքը, www.foi.am
- 9 Լրագրողներ առանց սահմանների կազմակերպության կայքը, <http://en.rsf.org/>
- 10 Ինքնակարգավորում. միջազգային փորձն ու հեռանկարները Հայաստանում, ԵՄԱ, Երևան, 2004թ., <http://bit.ly/10YUDRz>
- 11 «Քաղաքական դաշքարը և լրագրողի մասնագիտական բարոյականությունը», ԵՄԱ, Երևան, 2000թ.
- 12 Կլոդ-ժան Բերտրան, «Մամուլի ազատության դաշտում երաշխիքներ», ԵՄԱ, Երևան, 2000թ.
- 13 «Թագավորի նոր հագուստը», Անդերսեն
- 14 Media.am

ԹԵՄԱ 5

ՄԵԴԻԱՆ ՆԵՐՍԻՑ

ՏԻԳՐԱՆ ՀԱԿՈՒՅՎԱՆ
«Ինչդեռ է աշխատում
լրատվամիջոցը»,
տե՛ս էջ 139

5-րդ թեման ներկայացնում է ՉԼԱ-ի կառուցվածքն ու աշխատանքը: Նրանք ծանոթանում են լրատվամիջոցի բաժիններին, դրանց գործառնություններին, ձևակերպում են լրագրողի մասնագիտությունն ու անելիքը:

քալ 1

ՀՎՐՑԱԿԱՐ

Ուսուցիչն աշակերտներին բաժանում է Աեդիայի կառուցվածքի մասին հարցաշարը (տես Մուլտիմեդիա հավելվածը): 10 րոպե անց հավաքում է: Դասն ամփոփելիս ուսուցիչը կարող է անդրադառնալ հարցաշարի ղատասխաններին և քննարկել:

քալ 2

Ուսուցիչը համառոտ կերպով ներկայացնում է լրատվամիջոցի գործունեության երեք ոլորտները՝ տնտեսական, իրավական, ստեղծագործական ու բացատրում ՉԼԱ-ի կառուցվածքն իր երեք ճյուղերով՝ ստեղծագործական, տեխնիկական և ֆինանսական կամ կոմերցիոն:

քալ 3

ՎՎՐԺՈՒԹՅՈՒՆ

Աշակերտները բաժանվում են խմբերի՝ ըստ ՉԼԱ-ի կառուցվածքի. համադատասխան թիմերն ու աշխատակիցները ղետք է կողմնորոշվեն՝ ինչ անել տրված իրավիճակում:

Իրավիճակ

Հեռուստատեսությունն առաջարկ է ստացել հաղորդում ղատրաստել **X-ի** հայաստանյան շրջագայության թեմայով, որի մասին դեռ հրադարակայնորեն չի հայտարարվել:

X-ը Հայաստանում է լինելու 1 ամսից, 2 օրով, համերգով ելույթ է ունենալու Արզահամերգային համալիրում, մասնակցելու է հեռուստահաղորդման, ունենալու է մամուլի ասուլիս:

Խումբ 1 - Ստեղծագործական բաժին - ղետք է մտածի, ղե շրջագայությունն ինչդեռ է ներկայացնելու իր եթերում. լինելու է այցի օրագի՛ր, հարցազրո՛ւյց, ղե՛ վավերագրական ֆիլմ, ի՞նչ ձևաչափով, ո՞վ է ղատրաստելու հաղորդումը/ֆիլմը, ո՞ր լսարանի համար, ուղիղ հեռարձա-

Խմբագրությունը
լրատվամիջոցի
բովանդակային մասի
դաստասխանատուն է: Այն
դեկավարում է գլխավոր
խմբագիրը: Նա ձևավորում
է ստեղծագործական
թիմը, որոշում է
լրատվամիջոցի
բովանդակային
ռազմավարությունը,
ծրագրերի
ուղղվածությունն ու բնույթը,
վերահսկում է ծրագրերի և
նյութերի որակը:

ԹԵՄԱԼՆԵՐ

(Քաղաքների անունները և այլ մանրամասներ կարելի է փոխել՝ ըստ
մարզի)

1. 10:00 ՀՀ նախագահը հանդիպելու է մարզպետների հետ՝ քննարկելու այս ձեռնարկը՝ մարզերի ղեկավարության հարցը:
2. 10:00 Երևանի քաղաքապետարանում տեղի կունենա ավագանու հերթական նիստը: Քննարկվելու են տրամադրոտի, աղբահանության ու կանաչադաշտման հարցեր:
3. 12:30 ՀՀ վարչապետը մասնակցելու է հայ բլոգերների կոնֆերանսին ու խոսելու է իր բլոգի մասին (հանդիպումը երևանյան ռոք ակումբներից մեկում է, որտեղ նկարահանման համար անհրաժեշտ է լրացուցիչ լուսավորություն):
4. Աշափնյակում փլուզվել է վթարային շենք. զոհեր չկան, բայց 3 ընտանիք մնացել է անօթևան:
5. 13:00-14:00 Բնապահպանները ակցիա են նախատեսել Երևանի կենտրոնում՝ «Պահպանենք Երևանի այգիները» խորագրով: Նրանք կբայլեն Օղակաձև զբոսայգուց մինչև Կոմիտասի այգի, առաջ՝ քաղաքապետարան՝ դաստառներով, հատուկ շաղկկներով:
6. 16:00 Հատիսում անցկացվելու է Հայ դարադրամիստների առաջնություն, մասնակցում են 25 դարադրամիստ: Առաջարկվել է նաև, որ լրատվամիջոցի ներկայացուցիչները նույնպես թռչեն՝ ավելի լավ կադրերի, ձայների համար:
7. 12:00 «Ուրբաթ» ակումբում լրագրողներին կհանդիպեն հեղինակ կատարող Լիլիթ Մարտիրոսյանն ու հայտնի ռեժիսոր Կարենը: Նրանց բանավեճի թեման այսօրվա երգերի բառադաշարն ու հայերենի աղավաղումն է:
8. 14:00 Ժոռնալիստի տանը ասուլիս կտա սոցիոլոգիական կազմակերպության ներկայացուցիչը: Նա ներկայացնելու է մթերքի գների թանկացման վերաբերյալ իրենց անցկացրած հարցման արդյունքները:
9. Այսօր գրող Հրանտ Մաթևոսյանի ծննդյան օրն է:
10. Վիագրա գե ստացվել բնակչից, որ իրենց բազմահարկ շենքի ջրամատակարարումը 3 օր է՝ խափանվել է, իսկ թաղապետարանը որևէ քայլ չի ձեռնարկել:

ՀՎՐՑԵՐ ԽԱՐԵՐԻՆ

Խնձրագիր - ո՞ր թեմաներն են կարևոր, ինչո՞ւ:

Տեխնիկական Պատասխանատու - արդյո՞ք տեխնիկադասը հասցնում են, ի՞նչ տեխնիկա է անհրաժեշտ:

Լրագրող - ինչո՞ւ է դատարաստել նյութը:

Չամակարգող - ինչո՞ւ է բաշխել մեքենաները, օդերատորներին, ժամանակը, որդեսգի հասցնեն:

ՀՎՐՑԵՐ ՎՇԱԿԵՐՏՆԵՐԻՆ՝ ԽԱՂԻ ՎՐԴՅՈՒՆՔՆԵՐԸ ՔՆՆԱՐԿԵԼՈՒ ՀԱՄԱՐ

- Ինչո՞ւ հենց այս թեմաները:
- Ինչո՞ւ է կներկայացնեք այդ թեման. ձեր կարծիքով ի՞նչ է տետք անել այդ նյութի համար:
- Որքա՞ն ժամանակ է տետք այդ նյութի դատարաստման համար:
- Ի՞նչ տեխնիկական աջակցություն է տետք այդ նյութի համար՝ քանի օդերատոր, մեքենա, հատուկ սարքավորումներ...
- Ի՞նչ հերթականությամբ կդասավորեք նյութերը: Ինչո՞ւ:
- Ո՞վ է ձեր լսարանը: Ի՞նչ են ուզում նրանք տեսնել ու լսել:
- Վրդյո՞ք չեն ճանճրանա:

ՔՆՆԱՐԿՈՒՄ

- Ի՞նչ է գովազդը:
- Ու՞մ է տետք գովազդը:
- ՉԼԱ-ներին ի՞նչ է տալիս գովազդ ունենալը:
- Կարո՞ղ եք հիշել որևէ լավ հայկական գովազդ: Ինչո՞ւ է լավը:

◀ քայլ 5

ԴԻՏՈՒՄ-ՔՆՆԱՐԿՈՒՄ

Ուսուցիչը ցուցադրում է «Ինչո՞ւ է դատարաստվում գովազդը» տեսանյութը (Մուլտիմեդիա հավելվածում):

Քննարկել տեսանյութն ու դրանում ցուցադրվող գովազդը:

◀ քայլ 6

ՀՎՐՑԵՐ.

- Ի՞նչ փուլերով է դատրաստվում գովազդը
- Տվյալ դեղքում ի՞նչ հնարքներ են օգտագործել հեղինակները՝ լսարանին համոզելու համար:
- Արդյո՞ք արդյունավետ էր:
- Որքանո՞վ էր հաջողվել հեղինակների մտադրությունը. արդյո՞ք մարդիկ իրենց կտեսնեն հերոսի մեջ, նա նմա՞ն է միջին գործարարի: Արդյո՞ք աղազայի բանկի երևակայական դատկերը համոզիչ էր...
- Դուք ի՞նչ կփոխեիք գովազդում, որ այն ավելի ազդեցիկ լիներ:

թայլ 7

Ուսուցիչն աշակերտներին համառոտ ներկայացնում է գովազդի իրավական սահմանափակումները. ինչը չի կարող հայտնվել գովազդային նյութում, և ինչո՞ւ է կարգավորվում գովազդի հեռարձակումը:

թայլ 8

ԴԻՏՈՒՄ-ՔՆՆԱՐԿՈՒՄ

Ուսուցիչը ցուցադրում է «Ինճո Արմենիա» ադախովագրական ընկերության գովազդային հոլովակը: Այն մեծ քննարկումների թեմա դարձավ, քանի որ, մասնագետների ղոնդամբ, մի քանի կետով խախտում էր օրենքը. կիրառում էր անշափահասի կերդար, վարկաբեկում էր ուսուցչին, ժարգոն էր օգտագործում, հակասում էր բարոյականության նորմերին, բռնություն էր տարածում (տե՛ս Աուլտիմեդիա հավելվածում կան օնլայն <http://www.youtube.com/watch?v=LeGwLsoq8UI>):

ՀՎՐՑԵՐ

- Ո՞վ է դատվիրել գովազդը:
- Ի՞նչ է գովազդվում:
- Ո՞ւմ է ուղղված գովազդը:
- Ո՞րն է գովազդի ասելիքը, ի՞նչ է այն փոխանցում:
- Որքանո՞վ է գովազդը կատարում իր դերը. ասելիքը հասնո՞ւմ է թիրախային խմբին, թողնո՞ւմ է նախատեսված ազդեցությունը, ի՞նչ զգացողություններ է առաջացնում...
- Ի՞նչ հնարքներ են կիրառված հոլովակում:
- Ի՞նչը ձեզ դուր եկավ, ինչը՝ ոչ:

- Կա՞ օրենքի խախտում, թե՞ ոչ:
- Վրոյդո՞ք կուզեք, որ այս հոլովակը լինի եթերում, թե՞ ոչ:

Քննարկել նաև այլ օրինակներ եթերից:

ՎԱՐՄՈՒԹՅՈՒՆ

Ուսուցիչն աշակերտներին բաժանում է խմբերի. առաջարկում է գովազդային հնարքի տեսակներ, որոնցով աշակերտները ղետք է գովազդի սցենար կազմեն:

Թե՛նա.

1. Նոր ինտերակտիվ աշակերտական գրատախտակ, որ միացված է համակարգչին, սենսորային է, կարելի է հղումով աշխատեցնել (լսարանը՝ դրոշմի աշխատակիցներ և աշակերտներ):
2. Հայկական արտադրության բնական հյութ «Դրոշմական» (լսարանը՝ աշակերտներ):
3. Ժամանակակից վեդոյա տատանիների համար «Մեծ դասամիջոց». դրոշմական կյանք, առաջին սեր, գնահատականներ, ընկերություն (լսարանը՝ դատանիներ):

Խումբ 1 – անձնավորում և հանրաճանաչ մարդկանց ներգրավում (գովազդը ներկայացնում է հայտնի անձի միջոցով՝ երգիչ, դերասան, դրոշում հայտնի աշակերտ, մուլտի կամ ֆիլմի հերոս. ո՞ն կընտրեն, ինչո՞ւ նրան, ի՞նչ կասի նա, ինչո՞ւն կհամոզի, ի՞նչ կաղեր ցույց կտան)

Խումբ 2 – համեմատություն և ընդհանրացում (գովազդը ղետք է դարձնակի սուտ կամ չափազանցություն)

Խումբ 3 – գովազդ առանց ձայնային տեքստի. զգացմունքային կադրեր և կարգախոս կամ գրավոր կոչ

Խումբ 4 – թերթի գովազդ. տեքստ և լուսանկար

Խումբ 5 – ռադիոգովազդ. ձայն առանց կադրերի

Աշակերտները ներկայացնում են սցենարներն ու քննարկում դրանք ...

Ուսուցիչը ցույց է տալիս մի քանի սոցիալական գովազդ Աուլտիմենդիա հավելվածից և քննարկման միջոցով բացատրում, թե ինչ է դա:

ամփոփում

Վարժությունների ընթացքում ուսուցիչը ծանոթանում է հարցաշարի ղատասխաններին և վերջում՝ դասն ամփոփելիս, անդրադառնում է նաև դրանց: Ինչո՞ւ են տվել այդ ղատասխանները, որքանո՞վ են դրանք համադատասխանում իրականությանը, դասի ընթացքում փոխվե՞ց նրանց կարծիքը:

ուսուցչի համար

Ցանկացած հաղորդման ավարտին մի շարք երբեմն մի քանի էջ անուններ են գրվում, թեև եթերում մեկ-երկու հաղորդավար է հայտնվում: Չաղորդավարից բացի, բոլոր ծրագրերի ղատրաստման համար աշխատում են մի ամբողջ խումբ մարդիկ՝ լրագրող, ռեժիսոր, խմբագիր, ղորոյուսեր, օղերատոր, մոնտաժող, լուսավորող, դիմահարդար, հեռարձակող, վարորդ... Նման մի խումբ էլ աշխատում է նաև թերթում: Սա միայն ստեղծագործական ու տեխնիկական անձնակազմն է: Բայց լրատվամիջոցի գոյության համար նաև գումար է անհրաժեշտ: Չետևաբար, լրատվամիջոցն ունենում է նաև գովազդի բաժին, հաշվադատություն՝ մարդիկ, ովքեր զբաղվում են եկամուտների և ծախսերի հաշվարկով: Մեղիաների մեծ մասն առևտրային են, և նրանց եկամտի հիմնական աղբյուրը գովազդն է: Իսկ շատ ու թանկ գովազդ ունենալու համար ղետք է ունենալ լավ հաղորդումներ, հողվածներ. չէ՞ որ ինչքան հետաքրքիր է հաղորդումը, այնքան շատ մարդ է այն դիտում, իսկ գովազդատուին ղետք է, որ իր գովազդը մեծ լսարանի հասնի: Լսարանի մեծությունից էլ կախված են հեռարձակվող լրատվամիջոցների վարկանիշները՝ ղեյտինգները: Որքան բարձր է վարկանիշը, այնքան թանկ արժե գովազդը, և այնքան շատ գումար է աշխատում մեղիան:

Իհարկե, եկամտի այլ աղբյուրներ էլ կան. տե՛ս «Ինչո՞ւ են աշխատում լրատվամիջոցը» հողվածը (էջ 139):

Այտիսով, լրատվամիջոցի երեք հիմնական բաժիններն են՝ ստեղծագործական, առևտրային, տեխնիկական:

Չամաշխարհային մեղիա դաշտում մի քանի խոշոր միջազգային մեղիա ցանցեր ու կորպորացիաներ են գործում, որոնցից յուրաքանչյուրը մի քանի, անգամ տասնյակ մեղիա կազմակերպություններ է տնօրինում: Ինչո՞ւ են, օրինակ, Ռուղերտ Մերդոկին ղատկանող «Նյուզ կորպորեյշն»-ի (News Corporation) տնօրինության ներքո են գործում բրիտանական The Sun օրաթերթը, 20Century Fox կինոստուդիան, Sky հեռուստաընկերությունը, American Idol մրցույթը, Fox հեռուստաընկերությունը...

Այդ ամենի շնորհիվ է, որ «Նյուզ կորպորեյշն»-ը շատ մեծ ազդեցություն ունի Բրիտանիայում, ԱՄՆ-ում, Ավստրալիայում:

Չայաստանում արղեն կան խոշոր մեղիա ընկերություններ, որոնց մեջ մտնում են մի քանի հեռուստա կան ղաղիալիքներ, արտաղրական ստուդիա, հրատարակչություն... Օրինակ՝ Panarmenian Media Group-ի մաս են կազմում «Արմենիա» հեռուստատեսությունը, «Արմնյուզ»-ը, ATV և «Լայմ»

հեռուստաալիքները, նաև «ԱրմՌադիո 107»-ը, Ռադիո «Ջան»-ը, «Նանե», «Ես» և «TV մոլ» ամսագրերը...

«Մեդիա սթայլ» ՍՊԸ-ի մաս են Tert.am, Armsport.am, «Հայություն» ինտերնետային մախագծերը:

Մեդիա կորպորացիաները, որոնք գործ ունեն հսկայական գումարների հետ, սովորաբար ավելի անկախ են ֆինանսադրամային, միևնույն ժամանակ ունեն ավելի մեծ ֆինանսական-քաղաքական հետաքրքրություններ և շահեր: Ղեկավարի, տնօրինող ընկերության դիրքորոշումներն ու շահերն ամմիջականորեն ազդում են լրատվամիջոցի գործունեության վրա: Այդ դատճառով կարևոր է տեղեկանալ, թե ում է դատկանում մեդիան:

Օրինակ՝ «Նյուզ կորպորեյշն»-ի սեփականատեր Ռուդերտ Մերդոկն 80-ականների վերջից դարճավ ծխախոտի արտադրության հսկաներից մեկի՝ «Ֆիլիո Մորիս» ընկերության համասեփականատեր: Գաղտնի փաստաթղթի ի հայտ գալով դարգվեց, որ Մերդոկին դատկանող լրատվամիջոցները հագվադեղ են քննադատաբար անդրադառնում ծխելու խնդրին ու ծխախոտի բիզնեսին՝ դեկավարության որդեգրած քաղաքականության դատճառով: Եվ մինչ օրս էլ, օրինակ, FOX ընկերության ամերիկացի տնօրինող լրատվամիջոցի կասկածով ու վերադատկանում են ընկալվում, քանի որ սեփականատերն այդ ոլորտում ումի բիզնես հետաքրքրություններ ու շահեր:

ԳՌՎԱԳՂ

Գրվագրղ որդես մեդիա տեքստ

«Վերլուծում ենք մեդիան» դասին քննարկված հնարքների կիրառությունը շատ ավելի ակնհայտ է երևում գրվագրղում: Գրվագրղի ժամանակ որևէ ադրանքի կամ ծառայության մասին փոխանցվող տեղեկությունները բացահայտորեն նդատակ ունեն վաճառել ադրանքը/ծառայությունը, շարճել լսարանի հետաքրքրությունը և դուր գալ լսարանին: Գրվագրղում հաճախ են օգտագործում հանրաճանաչ մարդկանց կերդարներ, որոնց երկրդագումները, փորճելով մնանակել իրենց կուռքերին, գնում են գրվագրղի ադրանքները: Մյուս կողմից, կան ադրանքներ, որոնք հասարակ մարդկանց կերդարով են գրվագրղվում, քանի որ նախատեսված են հենց նրանց համար՝ տնային տնտեսուիներ, բանվորներ... Այս դեղղում, օրինակ, տանը նստած տնտեսուիներ, բանվորներ... Այս դեղղում, օրինակ, տանը նստած տնտեսուիներ, բանվորներ... Այս դեղղում, օրինակ, տանը նստած տնտեսուիներ, բանվորներ... Այս դեղղում, օրինակ, տանը նստած տնտեսուիներ, բանվորներ...

Գրվագրղ նաև գրագրղումներ է առաջացնում: Ասենք, եթե գրվագրղի ընդելիքը նախատեսված է 20-25 տարեկան տղաների համար, ովքեր, ըստ նախնական ուսումնասիրությունների, սիրում են ֆուտբոլ, ադա գրվագրղում ընդելիքը գրագրղվում է ֆուտբոլի, ֆուտբոլիստների հետ:

Գրվագրղ ևս վերահսկվում է ՀՀ օրենսդրոյամբ: «Գրվագրղի մասին» օրենքը սահմանում է, թե ինչ կարելի է ցույց տալ գրվագրղում, ինչը՝ ոչ, որ ադրանքը կարելի է գրվագրղել, որը՝ ոչ:

Մեդիա քառարան

մեդիա կորպորացիա

խմբագրղություն

գլխավոր խմբագրղ

լրագրղ

ռեճիսոր

դրոդյուսեր

օղերատոր

մոնտաճող

լրասավորող

դիմահարդար

հեռարճակում

գրվագրղ

*Մեղիացի շուկան գովազդասուներն
են, նրանց դիտել է ատրանս
վանստիլ: Չեռուստեստություն լինելի,
թեթո, թեև այլ ճեղիս, լսարան է
վանստում: Մեղիս
կորորացիսները լսարան են
վանստում այլ կորորացիսներին:*

Նոամ Չոմսկի, Ամերիկացի փիլիսոփա,
լեզվաբան, քննադատ

Ըստ օրենքի՝ գովազդը ղեկավարում է լինի հայերեն, շղեկում է չարաշահի լսարանի վստահությունը, անտեղակությունը, շղեկում է վարկաբեկի այլ ատրանսպատեսակներ... Գովազդում արգելվում է վիրավորանք, խտրականություն, անհանդուրժողականություն տարածել, վարկաբեկել ազգային կամ բարոյական սկզբունքները, արատավորել ծնողի կամ դաստիարակի ղառակը:

Օրենքը նաև սահմանում է, որ գովազդում չի կարելի օգտագործել անչափահասների կերտարներ, եթե ատրանքը կամ ծառայությունն այդ տարիքային խմբի համար չէ: Օրենսդրությունը նաև սահմանում է գովազդի հեռարձակման ժամերը, տարբերականությունն ու ծավալը, ինչպես նաև գովազդը տղազիր մամուլում: Ըստ այդմ՝ արգելվում է մինչև 10 րոպե տևողությամբ ռադիոհաղորդումներում և մինչև 20 րոպե տևողությամբ հեռուստահաղորդումներում մեկ անգամից ավելի գովազդային ընդհատումներ, արգելվում է գովազդային ընդհատումները ղաշտոնական լրատվական հաղորդագրությունների ժամանակ: Չեռուստամադիոհաղորդումների հովանավորությունը, գովազդի զուգակցումը հեռուստահաղորդումների հետ՝ «վազող տողի» եղանակով, հեռուստախանութները, ինչպես նաև հեռուստամադիոհաղորդումների ազդի նախորդող և (կամ) հաջորդող ժամանակահատվածում հովանավորների մասին ցանկացած տեսակի տեղեկության հեռարձակումը համարվում են գովազդ: Իսկ տղազիր մամուլում գովազդի ծավալը և թեմատիկան որոշվում են նրանց կանոնադրությամբ նախատեսված կարգով: Այսինքն՝ թերթը կարող է լինել զուտ գովազդային:

(Տե՛ս «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքը Մուլտիմեդիա հավելվածում):

ՍՈՑԻԱԼԱԿԱՆ ԳՈՎԱԶԴ

Գոյություն ունի նաև սոցիալական գովազդ: Դրանք շահույթ չհետադնող, սոցիալական որևէ հարց ներկայացնող հոլովակներն են: Սովորաբար, սոցիալական հոլովակները կամ գովազդներն ամողջատահական, բնադահողական, հասարակական ակտիվության թեմաներով են լինում. ասենք, կոչ են անում շփել, մաքուր ղահել փողոցները, շկտրել ծառերը...

Սոցիալական գովազդ ղատվիրում են թե՛ ղետական մարմինները, թե՛ տվյալ թեմայով մտահոգ հասարակական կազմակերտությունները, թե՛ խոշոր ամտրային կազմակերտությունները, որոնք սոցիալական ղատասխանատվություն ունեն ժողովրդի առջև ու նաև փորձում են սոցիալական թեմաներ բարձրացնելով՝ դրական կերտար ստեղծել:

ՀԱՎԵԼՎԱԾ ԵՒ ՀՂՈՒՄՆԵՐ

- 1 Հ. Բայադյան, Գովազդ. դատնություն և աշխարհագրություն, ՀԵՏՔ, <http://bit.ly/PP3p1I>
Ն. Հախվերդյան, Արթնացա՞ր, արի գովազդ նայենք, Media.am, <http://bit.ly/ZO4oFy> Ա. Левицкая, Ваш Ребенок и Реклама, Մոսկվա, 2011, <http://bit.ly/ZqmKp1>
- 2 Arsenault, Castells, The structure and Dynamics of Global Multi-Media Business Networks, International Journal of Communication 2 (2008), <http://bit.ly/TmoRgV>
- 3 Marketing and consumerism, MediaSmarts, <http://bit.ly/ZQF3Us> Don't buy it, PBS, խաղեր ու տեղեկություններ գովազդի մասին, <http://pbskids.org/dont-buyit/>
- 4 Buy me that, 1989, հաղորդում այն մասին, թե նշոյես է ազդում գովազդը երեխաների վրա, <http://bit.ly/T0gjZ0>
- 5 Food Ad Tricks: Helping Kids Understand Food Ads on TV, Սննդի գովազդի հնարքները, <http://bit.ly/157I9qP>
- 6 Մ Արշակյան, «Կոմերցիան տեղեկատվական աղիթի բացակայությունն է», Media.am <http://media.am/tv-news-programs-and-advertisement>
- 7 Երեխաները՝ գովազդի և մարքեթինգի թիրախ, Campaign for a Commercial-free Childhood <http://www.slideshare.net/ccfc/ccfc1>, <http://www.commercial-freechildhood.org/>
- 8 Media revenue models, UnderstandMedia, <http://bit.ly/14gKt3S> Փոքրածավալ հեռուստատեսային արտադրություն
- 9 Մամիդոլյատիվ հնարքների «գինամոցից», հոդված ըստ ուկրաինական «Տելեկրիտիկա» ամսագրի, Մուլտիմեդիա հավելված

ՏՊԱԳԻՐ ՍԵՂԻԱ

Այս թեմայով աշակերտները ծանոթանում են մամուլի աշխատանքին և սովորում են վերլուծել տարբերականների նյութերը:

(Ցանկալի է, որ ուսուցիչն իր հետ դասի բերի մի քանի թերթերի և ամսագրերի օրինակներ՝ քննարկումների և վարժությունների համար):

քայլ 1

ԴԻՏՈՒՄ

Ուսուցիչը ցուցադրում է Հակոբ Ավետիքյանի հարցազրույցի 1-ին հատվածը՝ «Ինչո՞ւ է աշխատում թերթը»:

ՀՎՐՑԵՐ.

- Կարդո՞ւմ եք մամուլ:
- Ի՞նչ եք կարդում՝ թերթեր, ամսագրեր...
- Ինչո՞ւ հենց այդ տարբերականները, ինչո՞վ են դրանք հետաքրքիր:
- Մամուլ կարդում եք լուրերի՞ համար, վերլուծության՞ համար, ժամանցի՞ համար...
- Ի՞նչն է առաջինը գրավում տարբերականում:
- Ի՞նչը ձեզ դուր չի գալիս հայկական մամուլում:

քայլ 2

Ուսուցիչն իր մոտ եղած տարբերականների օրինակներով բացատրում է դրանց տարբերությունները՝ ամսագիր, թերթ, շաբաթաթերթ...

Օրաթերթ՝ «Առավոտ», «Հայկական ժամանակ», «Ազգ», շաբաթաթերթ՝ Деловой Экспресс, երկօրաթերթ՝ «168 ժամ»:

Ցուցադրում է Հակոբ Ավետիքյանի հարցազրույցի երկրորդ հատվածը՝ «Թերթի կառուցվածքը» (տե՛ս Աուլտիմեդիա հավելվածը):

քայլ 3

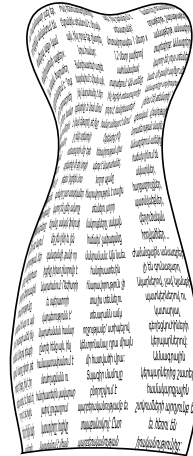
ՔՆՆԱՐԿՈՒՄ

Ուսուցիչն աշակերտների հետ քննարկում է հոդվածների օրինակներ՝ վերհիշելով հատկապես Քննադատական մտածողություն, Խոսքի ազատություն և Էթիկա դասերի գիտելիքները:

Հողվածների օրինակների համար՝ տե՛ս Աուլտիմեդիա հավելվածը:
Ուսուցիչը կարող է ընտրել այլ հողվածներ ընթացիկ մանուլից:

ՀՎՐՑԵՐ ԱՇԽԱՏՆԵՐԻՆ

- Որքանո՞վ է օբյեկտիվ տեղեկատվությունը:
- Ի՞նչ կողմեր են ներկայացված:
- Որքանո՞վ է վերնագիրը համադաստասանում բովանդակությամբ:
- Ինչո՞վսի՞ն է հողվածի լեզուն. արդյո՞ք չեզոք է:
- Հեղինակի տեքստում ինչո՞վսի՞ զնահատական տվող բառեր են օգտագործված: (մակբայեր, մակդիրներ, ածականներ...)
- Ունի՞ թաքնված նոյառակ:
- Նույն իրադարձության մասին ի՞նչ փաստեր են ներկայացնում տարբեր թերթեր:
- Կա՞ իրադարձությունը դրական կամ բացասական ներկայացնելու միտում:



ԴԻՏՈՒՄ

Ուսուցիչը ցուցադրում է Հակոբ Ավետիսյանի հարցազրույցի 3-րդ հատվածը՝ «Ինչո՞ւն կարդալ թերթ»:

◀ **քալ 4**

ՎԱՐՃՈՒԹՅՈՒՆ

Ուսուցիչն աշակերտներին բաժանում է խմբերի, տալիս է թերթերի օրինակներ և առաջարկում է վերլուծել դրանք:

Խումբ 1 - համենատուն ու քննարկում է թերթերի առաջին էջերը:

- Ի՞նչ նկար է օգտագործված, ինչո՞ւ:
- Ի՞նչ հողված է տեղադրված:
- Կա՞ արդյոք առաջնորդող/խմբագրական, ինչի՞ մասին է:
- Ինչո՞վսի՞ն է էջի ընդհանուր ձևավորումը:

Խումբ 2 - համենատուն ու քննարկում է թերթում տեղադրված գովազդները:

- Կրկնվո՞ւմ են, թե՞ տարբեր են:

◀ **քալ 5**

- Ո՞ր էջին եմ, որքանո՞վ եմ աչքի ընկնում, գույն/չափ:
- Ի՞նչ տեքստ է օգտագործվում գովազդում, կա՞ն համոզող բառեր:
- Ի՞նչ տատկեր/լուսանկար/գրաֆիկա է օգտագործված:
- Ինչո՞վ ու ինչո՞ւ է ազդում գովազդը:

Խումբ 3 - համեմատում ու քննարկում է թերթի նյութերի լուսանկարները:

- Քանի՞սն եմ:
- Որքանո՞վ եմ համադատասխանում հոդվածի թեմային:
- Սեփական՞ եմ, թե՞ ոչ: Կա՞ հղում հեղինակին:
- Ի՞նչ է լուսանկարն ավելացնում նյութին:
- Էթիկական խնդիր կա՞, թե՞ ոչ:

Խումբ 4 - համեմատում է օրվա նյութերի թեմաները:

- Ո՞ր թերթի նյութերն են ավելի արդիական:
- Իրադարձություննե՞րն են շատ, թե՞ ակնարկները:
- Կա՞ թեմատիկ բազմազանություն:
- Ո՞ր թեման է զերակշռում (քաղաքական, մշակութային, սպորտային, տնտեսական, տեղական, միջազգային...):
- Արդյո՞ք կարող եք կռահել թերթի ուղղվածությունը:

բայլ 6

Ուսուցիչն աշակերտներին ցույց է տալիս հաջողված ֆոտոռեդորտաժի օրինակներ և խոսում է լավ լուսանկարի չափանիշների մասին, ինչ-որես նաև ֆոտոմանիպուլյացիաների մասին՝ ըստ տեսական նյութի (հայկական օրինակներ՝ <http://bit.ly/XUow7o>):

Ցուցադրում է օրինակ՝ ինչո՞ւ է սովորական աղջիկը մի քանի շտկումներից հետո դառնում հանդեսի մոդել՝ (<http://demo.fb.se/e/girlpower/retouch/>):

բայլ 7

ՎԱՐՃՈՒԹՅՈՒՆ

Աշակերտները բաժանվում են խմբերի և օրվա ընթացքում ղատրաստում են փոքր ֆոտոռեդորտաժներ տրված թեմաներով: Ֆոտոշարքը կամ ֆոտոռեդորտաժը կարող է բաղկացած լինել 5-7 նկարից և լույս է հնարավորինս ընդգրկում ներկայացմի թեման՝ դեմքեր, հույզեր, ընդհանուր կադրեր, որոնցում երևում է ընդհանուր իրավիճակը, մանրամասներ, գործողություններ...

Խումբ 1 - Դաս – մի բանի լուսանկարների շարքով ցույց տալ որևէ դասի ընթացք:

Խումբ 2 - Ճաշարանում- ցույց տալ՝ ինչդեպ է աշակերտը որևէ բան զնուն ճաշարանում և համտեսում:

Խումբ 3 - Դասամիջոց – ցույց տալ միջանցքում տիրող իրարանցումը:

Խումբ 4 - Կանգառում – ցույց տալ՝ ինչդեպ են մարդիկ սղասում տրանսպորտի, ինչդեպ են երթուղայինները կուտակվում կանգառում:

Խումբ 5 - Ֆիզկուլտուրայի դաս – ցույց տալ դասի ընթացքը, մարզումներ, խաղեր:

ՎՐԻՄՈՒԹՅՈՒՆ

Ուսուցիչն աշակերտներին բաժանում է 3-4 խմբի և բոլորին բաժանում նույն լուսանկարը (լուսանկարների համար տե՛ս Մուլտիմեդիա հավելվածը): Աշակերտները խմբերով մտածում և զրում են մակագրություններ նկարների համար: Վրա բնարկում են: Բնարկման ընթացքում ուսուցիչը նաև ցույց է տալիս մակագրությունների հաջողված օրինակներ՝ տեսական նյութից:

ՀՎՐՑԵՐ.

- Ինչու՞ եք այդպես մակագրել:
- Վրոյո՞ք այն որևէ բան ավելացնում է նկարին, թե՞ կրկնում է նկարը:
- Վրոյո՞ք նկարն անհասկանալի է առանց այդ մակագրության:
- Հետաքրքի՞ր է ձևակերտված մակագրությունը:

ՏՆԱԶԻՆ ԱՌԱՋԱԴՐՎԱԲ

Ուսուցիչն աշակերտներին բաժանում է 3-4 հոգանոց խմբերի և հանձնարարում է շաբաթվա ընթացքում որևէ հետաքրքիր թեմայով տատարաստել տղատի թերթ՝ թերթոն: Թեմաները կարող են ընտրել աշակերտները, կամ կարող է առաջարկել ուսուցիչը: Ցանկալի է ընտրել թեմաներ, որոնց ուսումնասիրությունը կավելացնի երեխաների գիտելիքը, կընդարձակի աշխարհայացքը, թույլ կտա բացահայտել նոր մշակույթ, նոր երևույթներ, թեմաներ, որոնցով սովորաբար չեն հանձնարարվում շարադրություններ կամ ռեֆերատներ:

Նյութեր ղատրաստելուց բացի, նրանք յիտի մտածեն նաև թերթոնի ձևավորման մասին. ո՛ր հատվածում ո՛ր նյութը դրվի, ինչ գույնով, եզրագծեր լինելու են, թե ոչ, ինչ նկարներ, գրաֆիկներ կարելի է տեղադրել...

ՎՈՒՋԱՐԿՎՈՂ ԹԵՄԱՆԵՐ

Նելսոն Մանդելա, Մահաթմա Գանդի, ԴարՖուրի կոտորածը, Եվրոդական միություն, Յաշմանդամների խնդիրները Յայաստանում, Լեոնիդ Ենգիբարյան...

ամփոփում

Ուսուցիչն ամփոփում է դասը՝ վերհիշելով թերթի գործունեության հիմնական սկզբունքները:

ուսուցչի համար

Տղագիր մամուլը զանգվածային լրատվամիջոցների տեսակներից ամենահինն ու ավանդականն է: Օրինակ, ավանդադասի բրիտանացիները սիրում են օրը սկսել մամուլը թերթելով՝ մի բաժակ սուրճի հետ: Կամ էլ, առավոտ շուտ աշխատանքի շտապելիս՝ ավտոբուսում, մետրոյում վերջին լուրեր են կարդում անվճար բաժանվող թերթերում:

Տղագիր մամուլը բնորոշվում է ղարբերականությամբ և տղաքանակով: Ըստ ղարբերականության մամուլի տեսակներն են՝ օրաթերթ, շաբաթաթերթ, ամսաթերթ, ամսագիր, տարեգիրք... Բնույթով կարող ենք առանձնացնել մամուլի երկու հիմնական տեսակ՝ թերթ և հանդես (ժուռնալ):

Յայաստանյան խոշոր թերթերից նշենք «Առավոտ», «Յայկական ժամանակ», «Յայաստանի Յանրադետություն», «Ազգ», «Յայոց աշխարհ», «168 ժամ», «Республика Армения», «Голос Армении» ղարբերականները:

Յանդեսը բնորոշվում է ոչ այնքան ղարբերականությամբ (դրանք կարող են լույս տեսնել շաբաթական, երկշաբաթյա կամ ամսական ղարբերականությամբ), որքան ոճով ու ձևով՝ աչքին ավելի հաճելի, գունավոր, թեմատիկ, ավելի շատ էջերով... Յանդեսները սովորաբար լինում են թեմատիկ՝ խոհանոցային, գիտական, մշակութային, նորաձևության մասին և այլն: Դրանք ամենից հաճախ հրանցնում են ծավալուն նյութեր՝ ակնարկներ, հարցազրույցներ, ղատմվածքներ, վերլուծական հոդվածներ...

Ժամանցային հանդեսները, որ ղատանիների շրջանում ամենատարածվածն են, լի են գունազարդ նկարներով, լավ կյանքի ղատկերներով ու կատարյալ գեղեցկուհիների կերդարներով: Յանդեսային կերդարներից շատերը համակարգչային շտկումների արդյունք են և հեռու են իրականությունից:

Առհասարակ, լուսանկարը մեծ դեր է խաղում տղագրության մեջ. այն ղատկերավոր է դարձնում ասելիքը, քանի որ մի կադրում փոխանցում է այն, ինչ բառերով դժվար է, երբեմն էլ անհնար է նկարագրել: Լրատվության ղարագայում մի լուսանկարը կարող է փոխանցել իրադարձության մթնոլորտը, մարդկանց հույզերը, իրավիճակը... Պատկերը հաճախ շատ ավելի ազդեցիկ է, քան տեքստը: Յանդեսներում ու ժամանցային իրատարականություններում նկարն աղահովում է հաճելի ընթերցանություն, ավելի քիչ ծանրաբեռնվածություն ընթերցողի համար, գույներ ու տրամադրություն... Իհարկե, իլյուստրացիան ղատկերագարդումը, միայն լուսանկարներով չի սահմանափակվում. ղարբերականներում հաճախ են

ՀՈՒՇՈՒՄ

Յնարավորության դեղքում՝ ուսուցիչը կարող է դասին հրավիրել տեղական թերթի խմբագրի կամ լրագրողի, որդեսգի աշակերտները կարողանան հարցեր տալ: Կարելի է նաև այցելել թերթի խմբագրություն:

հանդիպում գրաֆիկական տատկերներ, գծագրեր, ծաղրանկարներ...

Ֆոտոռեպորտաժն ախոր դարձել է նաև առանձին լրատվական ժանր. լուսանկարներով հնարավոր է ամբողջական տատնություններ տատնել: Հայկական ֆոտոռեպորտաժների օրինակների համար տե՛ս <http://bit.ly/XUow7o>:

Լուսանկարները կարող են ունենալ մակագրություններ. դրանք մի բանի բառով, մեկ նախադասությամբ՝ հավելյալ տեղեկություն են հայտնում: Օրինակ՝ նշում են նկարված անձի անունը, դեղքի վայրը կամ գործողություն են նկարագրում: Բայց ոչ մի դեղքում մակագրությունը չդետք է ասի մի բան, որը նկարում ակնհայտ երևում է: Եթե երեխաները խաղում են գնդակով, դետք չէ գրել՝ «Երեխաները գնդակ են խաղում»: Կարելի է մշել երեխաների տարիքը կամ խաղալու առիթը, եթե այդպիսին կա, այն, ինչով նկարը կամ դրանում տատկերված իրավիճակն արտառոց է, կամ որևէ մանրամասն, որ կարևոր է, բայց չի հասկացվում նկարից: Ասենք, եթե երեխաները խաղում են, իսկ այդ դահին այդ երկրում տատերազմ է, կամ երեխաները երկրաշարժից նոր են փրկվել, և դետք է դա շեշտել...

Լուսանկարների մակագրության օրինակներ բրիտանական ԲիԲիՍի-ից.

<http://bbc.in/KjaK2K>

<http://bbc.in/MjjOcr>

<http://bit.ly/TtBO4x>

<http://bit.ly/RwWhW9>

<http://bit.ly/RSvMu6>

Լուսանկարները և ենթարկվում են էթիկական կանոնների. չի կարելի նկարել մարդու անձնական կյանքը, եթե այն հանրային կարևորություն չի ներկայացնում, չի կարելի նկարել և ցուցադրել բռնության ենթարկված երեխաների դեմքերը, մահացածների դիակների մանրամասներ և այլն:

Աեդիա բառարան

մամուլ

բաժանորդագրու-
թյուն

խմբագրական

տղաբանակ

ընթերցող

խորագիր

սրբագրիչ

ՀԱՎԵԼՎԱԾ ԵՒ ՀՂՈՒՄՆԵՐ

- 1 Ա. Մորիկյան, «Ժուռնալիստիկա. ինչ, ինչդետ, ինչու», Երևան 2008, Մուլտիմեդիա հավելված:
- 2 Ա. Մորիկյան, «Ժուռնալիստիկա. ինչ, ինչդետ, ինչու. բնագրեր», Երևան, 2006, Մուլտիմեդիա հավելված:
- 3 Язык фотографии , Poynter, NewsU International, «Լուսանկարչության լեզուն» ազատ դասընթաց, <http://bit.ly/QFMjyx> (այս նյութից ուսուցիչները կարող են անվճար օգտվել. դետք է գրանցվել և հաշիվ բացել կայքում)
- 4 Ա. Պառյան, Խորհուրդներ սկսնակ լուսանկարիչներին, <http://bit.ly/V1ry2c>
- 5 Ֆոտոռեպորտաժ, Ռոյթերս, <http://reut.rs/Rcr5yK>
- 6 Ֆոտոդատնություն, ԲիԲիՍի, <http://bbc.in/K0CF9I>
- 7 Hot Tips for Writing Photo Captions, Poynter, <http://bit.ly/fzrzNZ>

ՁԱՅՆԸ ԵՎ ՄԵԴԻԱԼ

Այս թեման լատմուն է ռադիոյի աշխատանքի և այս մեդիայի առանձնահատկությունների մասին:

քայլ 1

ԽԱՂ

Ուսուցիչը դասն սկսում է փոքրիկ խաղով: Աշակերտները փակում են աչքերը և փորձում են լսողությամբ գուշակել ուսուցչի գործողությունները: Ուսուցիչն ինչ-որ գործողություններ է անում:

Օրինակ՝ բացում է ջրի շիշը, ջուրը լցնում է բաժակի մեջ ու խմում է, բացում է դարակը, վերցնում է գիրք կամ մատյան, բացում է, թերթում, ինչ-որ մեկը բացում է դասարանի դուռը, քայլում, մոտենում է ուսուցչին, ուսուցիչը նրա ականջին ինչ-որ բան է շշմջում, ծիծաղում են...

ՀԱՐՑԵՐ

- Ի՞նչ լսեցիք:
- Ի՞նչ էր կատարվում:
- Կարողացա՞ք հասկանալ, թե ինչ էր կատարվում առանց դատկերի:

Այս օրինակով ուսուցիչը բացատրում է ձայնի նշանակությունը, ձայնով լատմությունն ու իրավիճակն ընկալելու նրբությունները:

քայլ 2

ԴԻՏՈՒՄ

Ուսուցիչն աշակերտներին ցույց է տալիս «Ինչդես է աշխատում ռադիոն» տեսանյութը (տե՛ս Մուլտիմեդիա հավելվածը):

քայլ 3

ՔՆՆԱՐԿՈՒՄ

Քննարկման միջոցով, օգտագործելով տեսական նյութի գիտելիքը, տեսանյութի տեղեկությունները, ուսուցիչը աշակերտներին հուշում է ռադիոյի առանձնահատկությունները:

ՀՎՐՑՆԵՐ

- Ռադիո լսու՞մ եք: Ի՞նչ եք լսում ռադիոյով:
- Լուրեր ստանու՞մ եք ռադիոյից:
- Որտե՞ղ եք լսում և ե՞րբ (մեքենայում, տանը, աշխատանքի վայրում, դրսում քայլելիս, ակամջակալներո՞վ, թե՞ բարձրախոսով, մե՞նա՞կ...)
- Վրոյո՞ք ռադիո լսելուն զուգահեռ կարելի է այլ բան անել:
- Ո՞վ է ձեր սիրելի ռադիոհաղորդավարը կամ DJ-ը: Ինչո՞վսի՞ն է նրա ձայնը՝ մտերմիկ, ընկերական, հետաքրքիր, վերամբարձ, ղաշտո՞նական:
- Ինչո՞վսի՞ն են ռադիոլուրերը: Երաժշտություն կա՞, թե՞ ոչ: Դա լա՞վ է, թե՞ ոչ: Ի՞նչ ազդեցություն ունի երաժշտությունը:

ՎԱՐժՈՒԹՅՈՒՆ

Լսել ռադիոնյութի օրինակներ և քննարկել դրանց կառուցվածքը, բաղադրիչները... (Օրինակների համար տես Մուլտիմեդիա հավելվածը:)

Միայն բնաձայնով հավաքած ռադիոնյութ (բացատրել աշակերտներին՝ ինչ է բնաձայնը):

ՀՎՐՑՆԵՐ

- Ի՞նչ ձայներ լսեցիք:
- Դրանք ի՞նչ տրամադրություններ հաղորդեցին:
- Բնաձայները որքանո՞վ տատկերացում տվեցին միջավայրի մասին:
- Նոր տեղեկություն ստացա՞ք:

ՌԱԴԻՈՒԵՊՈՐՏՎԺ

ՀՎՐՑՆԵՐ

- Ինչո՞վսի՞ն է լրագրողի տեքստը:
- Նրա ձայնում կա՞ վերաբերմունք:
- Ի՞նչ ձայներ են օգտագործված:
- Հարցազրույցի ի՞նչ կտորներ են օգտագործված, ինչո՞ւ:
- Հարցազրույցի կտորները տեղեկատվական են, թե՞ զգացմունքային:

ՀԱՐՑԵՐ

- *Ի՞նչ էր ասում մարդը առաջին և երկրորդ տարբերակներում:*
- *Ինչո՞ւ փոխվեց միտքը մոնտաժի արդյունքում:*
- *Չգացի՞ք, որ խոսքը կտրված է:*

քալ 5

Ակնարկի օրինակ

ԴԱՍԱՄԻՋՈՑ

- վազքի ճայն
- աղմուկ միջանցքում
- աղջիկների զրույցից մի տատառիկ (քննարկում են որևէ իրադարձություն, դաս, մոր երգ...)
- մեկ այլ երկխոսություն (հաջորդ ժամն ի՞նչ դաս է, գրե՛լ ես, կարո՞ղ եմ արտագրել)
- ուսուցչի ճայնը, որ սաստում է վազվզող աշակերտներին
- զանգի ճայն.....

ՎԱՐԺՈՒԹՅՈՒՆ

Ուսուցիչը աշակերտներին բաժանում է խմբերի և հանձնարարում է տատառաստել փոքրիկ ճայնային ակնարկ՝ տրված թեմաներով (ճայնագրել թեման ներկայացնող բնածայներ, երկխոսություն, կարճ հարցազրույց...):

Վարժությունը լիտի արվի օրվա ընթացքում: Անհրաժեշտ է 4 ճայնագրիչ կամ ճայնագրող հեռախոս:

Թեմաներ՝

- \$իզկուլտուրայի դաս
- դասամիջոց
- դրոշմակա միջոցառում
- երգի դաս

Եթե ուսուցիչը և/կամ աշակերտները ունեն համադասատասխան հմտություններ, կարող են ճայնագրությունները համակարգչում մոնտաժել ու տեղադրել բլոգում: Եթե ոչ, առաջին ճայնագրությունները դասարանում կարող են լսել հենց հեռախոսից կամ ճայնագրիչից:

Հաջորդ դասին ուսուցիչն ու աշակերտները քննարկում են վարժության արդյունքները:

քալ 6

ՏՆԱՅԻՆ ԱՌԱՋԱԴԴԻՎԱՔ

Դասի ավարտին ուսուցիչը հանձնարարում է դիտել հաջորդ դասին նախորդող օրվա լուրերի թողարկումը՝ դասին քննարկելու համար (օրինակ՝ Հանրային հեռուստատեսության լուրերի հիմնական թողարկումը), իսկ ինքն այդ հաղորդումը տեսագրում է:

Ուսուցիչն ամփոփում է դասը քննարկումով:

← ամփոփում

Խոսքի ու ծայրի կարևորությունը

← ուսուցչի համար

(Ռադիոյի լուստոնության համար օգտվել «Ժուռնալիստիկայի համառոտ լուստոնություն» հոդվածից էջ 94):

Ձայն. ահա թե ինչի վրա է հիմնված ուղիղը: Գիշտ ընտրված հաղորդավարը, երաժշտությունը, ձայնային անցումներն ամենակարևորն են լսարանին գրավելու համար: Ունկնդիրը, միայն ձայնը լսելով, կարող է ստեղծել իր սիրելի հաղորդավարի կերպարը, և հաղորդավարի խնդիրն է այնուհետև անել, որ այդ կերպարը հաճելի ու հետաքրքիր լինի: Ռադիոն ավանդական լրատվամիջոցներից ամենամտերմիկն է համարվում: Երբ զանգում են ուղիղ, խոսում են հաղորդավարի հետ, մտքումդ գծում են նրա կերպարը: Միաժամանակ կարող են ստեղծել ինքդ թո կերպարը՝ ձայնով ու խոսքով: Այսպես՝ եւ հաղորդավարը, եւ ունկնդիրն իրենց ավելի անկաշկանդ են զգում: Բացի այդ, երբ ուղիղն լսում են ականջակալներով, թվում է, թե հաղորդավարը խոսում է միայն քեզ հետ, երաժշտությունը հնչում է քեզ համար, դու կտրվում են շրջադաստի ձայներից:

Ռադիոն նաև ամենաքիչն է սահմանափակում մեր՝ օգտվողներիս գործողությունները. ուղիղ կարող են լսել ինչ-որ բան անելուն զուգահեռ՝ մեքենա վարելիս, ճաշ դատրաստելիս, զբոսնելիս...

Ինչ վերաբերում է լրատվությանը, Հայաստանում ուղիղն այս առումով կաղում է: Իհարկե, մի շարք մասնավոր ուղիղկայաններ ունեն լուրերի բաժին և խմբագրություն, բայց նրանց մեծ մասը հեռարձակում է լրատվական գործակալությունների ուղարկած նորությունները: Կարող ենք առանձնացնել «Ազատություն» ուղիղկայանն ու Հանրային ուղիղն, որոնք խոշոր լրատվական խմբագրություններ ունեն և համակողմանի լրատվություն են աղահովում:

Աուղիղ մոնտաժն ավելի հեշտ է, քան վիդեոն, ինչն էլ հեշտացնում է ուղիղի աշխատանքը, բայց և ավելի շատ հնարավորություն է տալիս փոխելու, աղավաղելու խոսքը:

Ամեն դեղքում, աշխարհում ուղիղն ամենաօղերատիվ լրատվության միջոցներից է համարվում, քանի որ ուղիղում դեղքի վայրից տեղեկություն փոխանցելու համար միայն բջջայինը բավական է, ի տարբերություն, ասենք, հեռուստատեսության: Եվ, ի տարբերություն թերթի, ուղիղում կարիք չկա սղասել հաշորդ օրվա թողարկմանը: Իհարկե, ինտերնետը օղերատիվության և անմիջականության առումով մրցակցությունից դուրս է:

Եթե մարդ կարող է թերթը մի քանի անգամ կարդալ, մտածել, վերընթերցել, ընդգծել հատվածներ, աղա դասական ուղիղն չեն կարող լսել մի քանի անգամ: Ավելին, ուղիղի դեղքում չկա նաև կաղր, հետևաբար, տեղեկությունն ընկալվում է միայն լսողությամբ: Կարևոր է, որ տեղեկությունը փոխանցվի ողարդ նախաղատություններով, հասկանալի լեզվով, ճիշտ արտասանությամբ ու համաղատասխան ձայնային ձևավորմամբ:

Երաժշտությունը, ձայնային էֆեկտները ստեղծում են տրամաղություն, որը նաև կարող է աղղել ինֆորմացիայի ընկալման վրա. եթե տեղեկությունը հաղորդում են ուրախ երաժշտության տակ, աղա այն շատ ավելի դրական կարող է ընկալվել:

Ռադիոլրագրողի «հումքը» ձայնագրություններն են՝ մարդկանց ձայները, խոսքը, ինչղես նաև բնաձայները՝ շրջադաստի ձայները, աղմուկը,

ՅՈՒՇՈՒՄ
Հնարավորության դեղքում՝ ուսուցիչը կարող է դասին հրավիրել ռաղիոլրագրողի կամ խմբագրի կամ այցելել խմբագրություն: Եթե տեխնիկան թույլ է տալիս, հյուրի հետ կարելի է կաղ հաստատել սկայղով:

Անդիա բառարան

ռադիո ձևաչափ

դիջեյ

հնչյունային

ռեժիսոր

մոնտաժ

բնաձայն

երաժշտությունը... Այդ ամենն օգնում է փոխանցել միջավայրի տրամադրությունը, զգացողությունները, ստեղծել մերկայության դատարանք: Չէ՞ որ, եթե տեսանյութում այդ ամենն անում է կադրը, առաջ ռադիոնյութում միայն ծայներն են օգնում «տեսնել» դատկերը:

Այս ամենն ավանդական ռադիոյի մասին էր: Բայց նոր մեդիան և տեխնոլոգիաները փոխում են մաև ռադիոյի աշխատանքը: Չանգերից բացի ունկնդիրը կարող է ուղարկել տեքստային հաղորդագրություններ, ինտերմետային մասնակներ, հաղորդագրություններ սոցցանցերում: Իսկ ինտերմետային ռադիոյի ծննդով՝ ռադիոն էլ դառնում է ոչ գծային, այսինքն, հաղորդումների տևողությունը, հերթականությունը որոշում է ունկնդիրը՝ իր հայեցողությամբ կայքից ընտրելով հաղորդում, երաժշտական նյութ: Կարող ենք մեր սիրած հաղորդումներն ու երգերը մերբեռնել հեռախոսի, համակարգչի մեջ և լսել ցանկացած ժամանակ:

ՀԱՎԵԼՎԱԾ ԵՒ ՀՂՈՒՄՆԵՐ

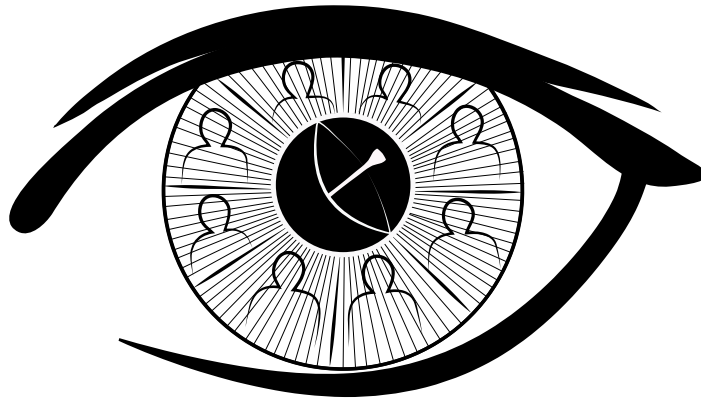
- 1 Fraser and Estrada, Community Radio handbook, UNESCO 2001, <http://bit.ly/TdthBr>
- 2 Ռադիոռեդյորտաժ, Ինտերնյուս, Մուլտիմեդիա հավելված
- 3 Media.am
- 4 Երևանի ռադիոկայանների ցուցակ և հղումներ, <http://radiomap.eu/am/yerevan>
- 5 Azatutyun.am
- 6 Radiovan.am
- 7 ԲիԲիՍի ռադիո, <http://www.bbc.co.uk/radio/>
- 8 LBC.co.uk

ԹԵՄԱ 8

ՊԱՏԿԵՐԸ ԵՎ ՍԵՂԻԱՆ

ԼԵՎՈՆ ԲՎԼԱՆԹՎԻ

«Հեռուստատեսային դաս-
կերն ու իրականությունը»,
տե՛ս էջ 148



Այս թեման ծանոթացնում է հեռուստատեսության աշխատանքին, մկա-
րահանման և հեռուստամոնտաժի սկզբունքներին և հնարքներին:

քայլ 1

ԴԻՏՈՒՄ

Ուսուցիչն աշակերտների հետ դիտում ու քննարկում է «Աեկ օր հեռու-
ստատեսությունում» տեսանյութը (տե՛ս Աուլտիմեդիա հավելվածը):

ՅՎՐՑԵՐ

- Ո՞վքեր են աշխատում հեռուստատեսությունում:
- Ի՞նչ բաժիններ կան ըստ ձեզ:
- Ինչո՞վ է տարբերվում հեռուստատեսության աշխատանքը ռադիո-
յից:
- Ի՞նչ ավիքներ եք դիտում, ինչու՞:
- Ի՞նչ հաղորդումներ են տակասում:
- Ի՞նչն է ձեզ դուր գալիս, ի՞նչը՝ ոչ...

քայլ 2

ԴԻՏՈՒՄ, ՔՆՆՎՐԿՈՒՄ

Աշակերտները դիտում և քննարկում են «Գիրքը» բնադաստիպանական
սոցիալական հոլովակի երեք տարբերակ՝

1. կադրերն առանց բնաձայնի՝ միայն երաժշտությամբ,
2. կադրերն առանց երաժշտության՝ միայն բնաձայնով,
3. դաստիպանական տարբերակ՝ երաժշտությամբ, բնաձայնով և տեքս-
տերի ընթերցմամբ (տե՛ս Աուլտիմեդիա հավելվածը):

Ուսուցիչը քննարկում է տարբերակները հերթով:

ՀՂՐՑԵՐ ՎՄԵՆ ՏՂՐԲԵՐՎԿԻՑ ՀԵՏՈ

- Ի՞նչ տղավորություն թողեց հոլովակը:
- Ի՞նչ բաղադրիչներ կան՝ վիզուալ, ճայնային...
- Ի՞նչն է տակասում:
- Ո՞ր բաղադրիչն է ավելի ազդեցիկ:
- Որքանո՞վ է ճայնը, երաժշտությունը օգնում կամ խանգարում կադրին:

ՔՆՆՎՐԿՈՒՄ

Տեսողական խաբկանք – ԲիԲիՍի, <http://bit.ly/jTfzYb>

ԲիԲիՍիի ֆիլմում ցույց է տրվում, թե ինչդեպ կարող է տատկերը խաբուսիկ լինել: Երբ տատկերը չես տեսնում, թվում է, թե հերոսը անընդհատ մոյն բանն է ասում: Բայց նայելու դեղձում տարզ է դառնում, որ մի դեղձում հերոսն ասում է «ՖաՖա», մյուս դեղձում՝ «դադա»:

Առնտաժի հնարքներ. Վահրամ Պետրոսյանի ասուլիսի օրինակը

«Շանթ» հեռուստաընկերությունը նկարահանել էր երգահաններ Սասուն Պասկևիչյանի և Վահրամ Պետրոսյանի ասուլիսը: Տեսանյութում Վահրամ Պետրոսյանը ներկայացված էր բացասական լույսի ներքո, և Սասուն Պասկևիչյանի խոսքը խեղաթյուրված էր՝ մոնտաժի արդյունքում:

Շանթ հեռուստաընկերության ռեդյորտաժը, <http://bit.ly/UigKjV>

ասուլիսի շնոնտաժված տարբերակը և բացատրություն, <http://bit.ly/TiH8dB>

ՔՆՆՎՐԿՈՒՄ

Ուսուցիչն աշակերտների հետ քննարկում է նախորդ օրն ըստ իր հանձնարարության դիտած լուրերի թողարկումը: Ուսուցիչը ցույց է տալիս հաղորդումից նախադեպ տեսագրված հատվածներ:

Այլ նյութերի համար՝ տե՛ս Աուլտիմեդիա Հավելվածը:

ՀՎՐՑԵՐ

- *Ինչո՞ւ է ընտրվել լուրերի այդ հերթականությունը:*
- *Ինչո՞ւ են ներկայացվել այդ թեմաները, կադրերը, տեքստը...*
- *Եթիկական ի՞նչ խնդիրներ նկատեցիք:*
- *Ո՞ր նյութը հավանեցիք:*

քալ 5

ՎՎՐԺՈՒԹՅՈՒՆ

Վշակերտները բաժանվում են խմբերի, մշակում և ներկայացնում են նոր հեռուստատեսային նախագիծ:

Վճեն խումբ որոշում է

- թեմատիկան և հնարավոր 3-5 թեմա (ինչ ուղղվածություն է ունենալու հաղորդաչարը և ինչ հնարավոր թեմաներ),
- լսարանը (ու՞մ է ուղղված՝ երեխաներին, տատանիներին, կանանց, տղամարդկանց, թոշակառուներին, սղորտով հետաքրքրվողներին, արվեստասերներին...),
- ձևաչափը (տևողությունը, ձևը՝ հարցազրույց է, խա՞ղ է, քննարկո՞ւմ է, ի՞նչ բաժիններ ունի...),
- հեռուստաալիքը,
- եթերի օրը և ժամը:

քալ 6

ՏՆՎՅԻՆ ՎՈՎՁԱՎԴԻՂՆԲ

Ուսուցիչը հանձնարարում է աշակերտներին նկարել փոքրիկ տեսանյութ՝ ղատնություն: Վշակերտները կարող են աշխատել առանձին-առանձին կամ 2-3 հոգանոց խմբերով, եթե տեսախցիկները, նկարող հեռախոսների թիվը քիչ է: Ուսուցիչն առաջարկում է ընտրել ներկայացված տարբերակներից որևէ մեկը, որը ղետք է ղատկերել մի քանի կադրով:

Տարբերակներ

- 1 Իմ քույրը կամ իմ եղբայրը
- 2 Երեկոն մեր տանը
- 3 Դղրոցի ճանաղարիը

- 4 Դասամիջոց
- 5 Պատրաստում են իմ սիրած ուտեստը
- 6 Ֆուտբոլ ենք խաղում
- 7 Միջադեպ մեր բակում

Հնարավորության դեղքում աշակերտները տեսանյութերը տեղադրում են youtube-ում և դասընթացի բլոգում: Հակառակ դեղքում, տեսանյութերը դիտում են հենց նկարող սարքերից՝ դասարանում:

Ուսուցիչն ամփոփում է դասը՝ քննարկումով:

Եթե ուղիղն եկավ ու տեքստին ավելացրեց ձայն, ադա հեռուստատեսությունը տեղեկատվությունը բարձրացրեց մոր մակարդակի՝ ավելացնելով Պատկեր: Այստիպով, ինֆորմացիան ոչ միայն ավելի հետաքրքիր դարձավ, այլև՝ ավելի վստահելի, ավելի ընկալելի: Չէ՞ որ մարդիկ տեսածին ավելի են հավատում, քան լսածին. «ավելի լավ է մեկ անգամ տեսնել, քան տասն անգամ լսել»:

20-րդ դարի երկրորդ կեսին հեռուստատեսությունն ամենամեծ ազդեցությունն ունեցող լրատվամիջոցն էր աշխարհում: Շատ երկրներում մինչև այսօր էլ այդպես է:

ԱՄՆ-ի աշխատանքի մախարարության տվյալներով՝ 2010 թվականին ամերիկացիները օրական 2.7 ժամ հեռուստացույց են նայել: Մեկ այլ ուսումնասիրության տվյալներով՝ երեխաները շաբաթական 28 ժամ հեռուստացույց են դիտում, այն դեղքում, երբ ծնողների հետ զրուցում են միայն մի քանի րոպե: Ինչպես ասվում է *Բռնության կանխարգելման ամերիկյան ազգային կենտրոնի զեկույցներից մեկում՝ «Երեխաները հակված են սովորել հեռուստատեսությունից, քանի որ այն միշտ մրանց հետ խոսելու ժամանակ ումի»:*

Հեռուստատեսությունում գործում են նույն մանիպուլյացիոն հնարքները, որ քննարկվել են ԹԵՄԱ 3-ում: Հեռուստացույց դիտելիս էլ լուրջ և առաջ մտքում ունենալ մի քանի քննադատական հարց.

ո՞վ է Պատրաստել հաղորդումը/նյութը,

ո՞ւմ համար,

ինչո՞ւ,

արդյո՞ք սա Պաշտպանում է ինչ-որ մեկի շահը...:

Պետք է ուշադիր լինել էթիկական խնդիրներին:

Հեռուստատեսությունում այս ամենին գումարվում են Պատկերի միջոցով մերգործելու հնարքները:

← ամփոփում

← ուսուցչի համար

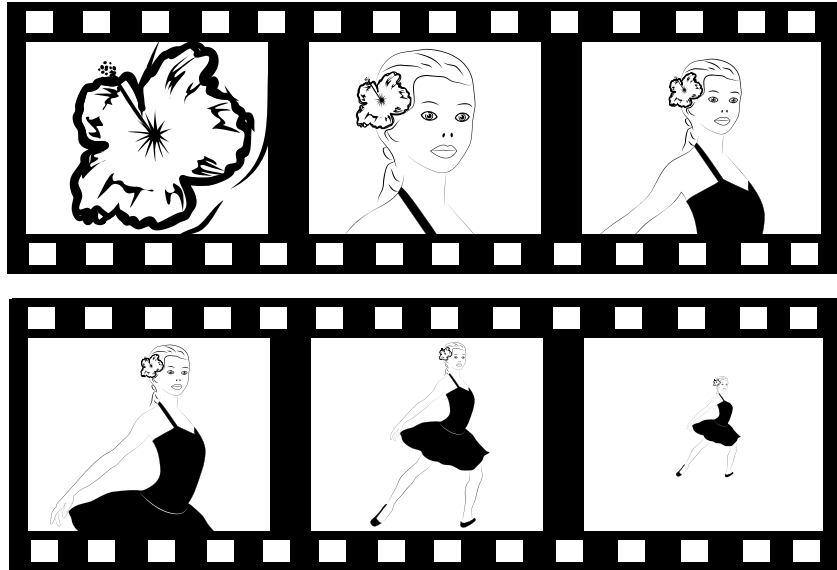
ՀՈՒՇՈՒՄ

Հնարավորության դեղքում ուսուցիչը կարող է դասին հրավիրել հեռուստալրագրողի կամ խմբագրի, այցելել խմբագրություն կամ նկարահանման վայր: Եթե տեխնիկական թույլ է տալիս, կարելի է հյուրի հետ կադր հաստատել սկայպով:

ԿՂԴԻՒՆ ՏԵՍԱԿՆԵՐԸ

դետալ,
խոշոր ուլան,
միջին ուլան,

երկրորդ միջին ուլան,
ընդհանուր ուլան,
հեռակա ուլան



Ըստ «Փորրածավալ հեռուստատեսային արտադրություն» ձեռնարկի

Ի՞նչ է հայտնվում էկրանին

Դուք հավանաբար լսել եք, որ խցիկն անվանում են «հավելյալ աչք» կամ «հանդիսատեսի աչքեր»: Սա, սակայն, ծայրահեղ մարգոնակացում է: Դուք կարող եք օգտագործել խցիկը՝ ձեր մտահղացումներին համադաստասխանող մատկերներ կամ տղավորություններ ստեղծելու համար: Սակայն խցիկն ինքնին չի կարող հանդիսատեսին մատուցել գործողությանը համարժեք մատկերները: Երբ ինքներդ եք դիտում որևէ գործողություն, ձեր աչքերը, անընդհատ փոխելով ֆոկուսային հեռավորությունը, դիտվում են այս ու այն կողմ, որդեսգի ամեն ինչ տեսնեն: Լինելով դեղքի վայրում՝ մարդը գիտի, թե որտեղ է ինքը, ինչ է իր աչքերի առջև, և ինքը էլ որոշում է, թե ինչին հետևի ու ինչին մայի առաջին հերթին:

Իսկ հեռուստադիտողն էկրանին տեսնում է միայն այն, ինչ դուք եք ընտրել նրա համար: Հանդիսատեսը տեսնում է միայն այն, ինչ նկարահանել է ձեր օբյեկտիվը, և նրան մնում է միայն ենթադրել, թե ինչը չի ընկել օբյեկտիվի «տեսադաշտի» մեջ: Եթե օբյեկտիվը մի քիչ կողքի թեքես, խցիկին մոտ գտնվող շատ առարկաներ կարող են լցնել ամբողջ էկրանը, սակայն ֆոկուսի մեջ չեն լինի և չեն զանազանվի, քանի որ խցիկը խիստ ընտրովի է նկարահանում: Ռեժիսորի և օղերատորի վարդեսությունն է՝ նկարահանման համար ընտրել հենց այն, ինչը համադաստասխանում է մտահղացմանը և բավարար չափով ցուցադրում է իրադարձությունը: Այն ամենը, ինչ խցիկի տեսադաշտից դուրս է, հանդիսատեսի համար անհայտ է մնում:

Օբյեկտից ի՞նչ հեռավորության վրա դետեք է նկարահանել: Խոշոր ուլանը հնարավորություն է տալիս տեսնել բոլոր մանրուքները: Այն հանդիսատեսին հնարավորություն չի տալիս տեսարանն ընկալել ամբողջությամբ՝ ստիղելով կենտրոնամալ դրա միայն մի հատվածի վրա:

Դուք դետեք է հոգ տանեք, որ հանդիսատեսին չդարտադրեք մանրուքներն ու մանրամասները, ասես հրամայելով՝ «մայիդ այս կողմ», «ուղարություն դարձրո», «հաղա մի լավ զննիր»: Սոավել ճիշտ կլինի, եթե հանդիսատեսին ոչ թե ստիղեք, այլ՝ հանոզեք: Գոյություն ունեն աննկա-

տելի, չդարտադրված բազմաթիվ մեթոդներ՝ հանդիսատեսին համոզելու՝ հայացքն ուղղել հենց ձեզ անհրաժեշտ կետին, զերծ մնալով հարկադիր խոշոր լույսերից:

Կարելի է համադաստասխան ձևով վերարտադրել տեսարանի կոմպոզիցիան՝ ասես հանդիսատեսին ուղեկցելով իրադարձության վայրով: Կամ կարելի է օգտագործել լուսավորությունը: Հեռավոր լույսը հանդիսատեսին կցուցադրի իրադարձության վայրն ամբողջությամբ, նրան կօգնի «մտնել» իրավիճակի մեջ, հասկանալ մարդկանց և առարկաների տարածական հարաբերակցությունը:

Իհարկե, կադրի լույսը միակ հեռուստատեսային հասկացությունը չէ. լավ դասեր ստանալու համար դեռևս է նաև էքստրադիցիան (լուսակայունը), լուսավորությունը, տրանսֆոկատորի օգտագործումը (զույմ), ֆոկուսը, մկարահանման անկյունը, օբյեկտիվի արտացոլման անկյունը... Այս ամենը ստեղծում է դասեր, որ մենք տեսնում ենք էկրանին:

Մեդիա բառարան

հեռուստատեսու-
թյուն

տեսանյութ

տեսախցիկ

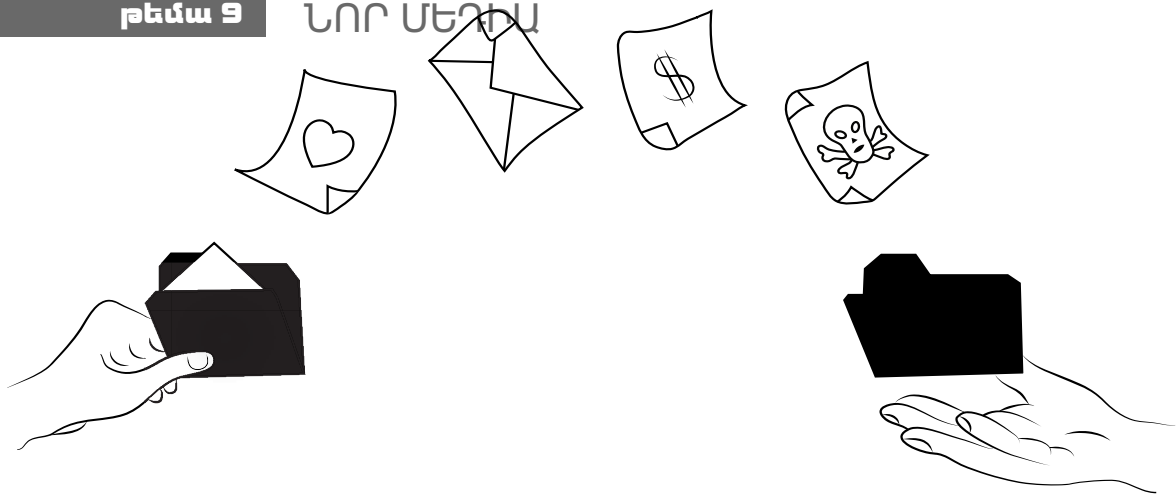
դիտանկյուն

ՀԱՎԵԼՎԱԾ ԵՒ ՀՂՈՒՄՆԵՐ

- 1 Know TV, Media Education Lab, University of Rhode Island, Ռոդ Այլենդի համալսարանի մեդիակրթության լաբորատորիայի նյութեր. «Ճանաչիր հեռուստատեսությունը», <http://bit.ly/V1qVGb>
- 2 Լիլիկ Ստեփանյան, «Հեռուստատեսային ռեդյորտաժ», Երևան, 2009, Մուլտիմեդիա հավելված
- 3 Փոքրածավալ հեռուստատեսային արտադրություն, Ինտերնյուս, Մուլտիմեդիա հավելված
- 4 Հեռուստառեդյորտաժ, Ինտերնյուս, Մուլտիմեդիա հավելված
- 5 Владимир Саппак, Телевидение и мы, Մոսկվա, 1988, Մուլտիմեդիա հավելված
- 6 Маршалл Маклуэн, ТЕЛЕВИДЕНИЕ. РОБКИЙ ГИГАНТ, <http://rl-online.ru/articles/1-01/20.html>
- 7 R McCombs, See How Music Changes a Story, Poynter, <http://bit.ly/UvCreo>
- 8 Հ. Համբարձումյան, Թաքնված զովագողը և անթաքույց արհամարհանքը, <http://media.am/TV-hidden-ad>
- 9 Հայաստանի հանրային հեռուստատեսության կայքը, <http://www.1tv.am/>

թեմա 9

ՆՈՐ ՄԵՉՈՎ



Այս թեման ինտերնետի, մեդիայի նոր հնարավորությունների, դրա լավ ու վատ կողմերի մասին է: Աշակերտները սովորում են խուսափել ինտերնետի վտանգներից և նոր մեդիան ճիշտ օգտագործել:

քալ 1

ՏՆԱՅԻՆ ԱՌԱՋԱԴԻՎԱՆՔԻ ԴԻՏՈՒՄ

ՅԱՐՑԵՐ

- *Ինչու՞ որոշեցիք թեման հենց այսպես ներկայացնել:*
- *Փորձեք մի նախադասությամբ տատանել ձեր նկարած տատանությունը:*
- *Որքա՞ն ժամանակ տահանջվեց նյութը տատարաստելու համար:*
- *Ի՞նչն էր հեշտ, ի՞նչը՝ դժվար:*
- *Ձեր կարծիքով ի՞նչն է հաջողված նյութում, ի՞նչը՝ ոչ:*

քալ 2

ԻՆՏԵՐՆԵՏԻ ՊԱՏՄՈՒԹՅՈՒՆԸ

Ուսուցիչը մի քանի բողբոջում ներկայացնում է ինտերնետի տատանության կարևոր ու հետաքրքիր փաստեր:

քալ 3

ԴԻՏՈՒՄ ԵՎ ՔՆՆԱՎՐԿՈՒՄ

Ուսուցիչը ցույց է տալիս ինտերնետի վտանգների և կանոնների մասին հոլովակը (տե՛ս Մուլտիմեդիա հավելվածը), առաջ քննարկում են:

ՀՎՐՑԵՐ

- Դուք ի՞նչ կայքերից եք օգտվում:
- Ինտերնետային անվտանգություն ասելիս ի՞նչ եք հասկանում, ինչի՞ն է մետք ուշադրություն դարձնել:
- Ի՞նչ վտանգներ կարող են լինել ինտերնետում:
- Ձեզ հետ միջադեպեր եղե՞լ են:
- Սոցիալական ցանցերում ուշադրություն դարձնու՞մ եք գաղտնիության կարգավորումներին. ո՞վ կարող է տեսնել ձեր գրառումները, նկարները:
- Ի՞նչ եք գրում/անում ինտերնետում: Վրդո՞ք անում եք բաներ, որ կուզեիք թաքցնել, ասենք, ծնողներից, ուսուցիչներից...

ՎՐԻՃՈՒԹՅՈՒՆ

քալ 4

Ուսուցիչը բաժանում է աշակերտներին 2-3 հոգանոց խմբերի և հանձնարարում կատարել ինտերնետային որոնում որոշակի թեմաներով: Վարժությունն օգնում է հասկանալ, թե ինչդեպ է տարածվում ինֆորմացիան ինտերնետում, որքանով է հասանելի տեղեկությունը...

Խումբ 1 - սիրված երգչի, դերասանի կամ քաղաքական գործչի կենսագրություն, մանրամասներ կյանքից

Խումբ 2 - ՀՀ բուհերի ընդունելության կարգը

Խումբ 3 - ու՞մ հետ է վերջին անգամ խաղացել ֆուտբոլի Հայաստանի ազգային հավաքականը, ի՞նչ արդյունքով. այլ մանրամասներ

Խումբ 4 - երևանում առաջիկա ամսում սղասվող մշակութային հինգ իրադարձություն՝ հնարավոր մանրամասներով

ՀՎՐՑԵՐ

- Ի՞նչ աղբյուրներ կան: Որո՞նք են վստահելի:
- Ի՞նչն է հեշտ գտնել, ի՞նչը՝ ոչ: Ո՞ր լեզվով ավելի շատ տեղեկություններ կան այդ թեմայով՝ հայերե՞ն, ռուսերե՞ն, անգլերե՞ն...
- Երգչի, դերասանի, գործչի դեղքում խախտվա՞ծ է անձի գաղտնիությունը, ՉԼԱ-ներն ի՞նչ են գրում այդ մարդու/թեմայի մասին:
- Որքա՞ն ժամանակ տրամադրվեց որոնման համար:
- Ի՞նչ բառերով էիք որոնում:

Ուսուցիչն աշակերտներին ցույց է տալիս «Ինչդեռ է աշխատում օնլայն մեդիան. Civilnet.am» տեսանյութը:

ՀՎԻՑԵՐ

- *Ի՞նչով է տարբերվում օնլայն մեդիայի աշխատանքը ավանդական ՇԼՄ-ից ձեր կարծիքով:*
- *Ի՞նչ մասնագետներ են աշխատում օնլայն լրատվամիջոցում:*
- *Որո՞նք են օնլայն մեդիայի առավելությունները, թերությունները:*

Ուսուցիչը խոսում է մուլտիմեդիա լրագրության, դրա ժանրերի մասին՝ աշակերտներին ցույց տալով օրինակներ՝ տեսական նյութից:

Ուսուցիչն աշակերտներին բաժանում է խմբերի: Խմբերին հանձնարարում է ուսումնասիրել ինտերմետ լրատվամիջոցների կայքերը և համեմատել:

Panarmenian.net

Civilnet.am

Hetq.am

Armenianow.com

ՀՎԻՑԵՐ

- *Ի՞նչ բաժիններ կան կայքում:*
- *Որքանո՞վ է հեշտ կայքում կողմնորոշվելը:*
- *Մուլտիմեդիա տարրերը կարելի՞ է ավելացնել:*
- *Կա՞ն քաղաքացիական լրագրության տարրեր:*
- *Ինչդե՞ս է օգտագործված սոցիալական մեդիան՝ բլոգներ, սոցցանցեր, մեկնաբանություններ, հարցումներ....*

Ուսուցիչն աշակերտներին բաժանում է խմբերի. խմբերը լղետք է ստեղծեն ինտերնետային բովանդակություն, որը տեղադրվելու է բլոգում: Նյութը կարող է ունենալ տեսա/ձայնային բաղադրիչներ, տեքստ, հղումներ, քննարկում... Խմբերը լղետք է որոշեն, թե ինչից լղետք է կազմվի նյութը, և իրենցից ով ո՛ր մասի համար է լղատասխանատու:

Թեմա 1 – Աշակերտների վերաբերմունքը դրոցական ճաշարանին

Թեմա 2 – Դրոցում համակարգիչների կիրառումը դասերի համար և դասից դուրս

Թեմա 3 – Որտեղի՞ց և ինչլղե՞ս են տեղեկություններ ստանում իրենց հասակակիցները

Թեմա 4 – Դրոցի ճամփան. ինչլղե՞ս են աշակերտները հասնում դրոց

Ուսուցիչն ամփոփում է դասը՝ քննարկումով:

ամփոփում

Ինտերնետի լղատմությունը

ուսուցիչի համար

Եթե երեխաներն այստեղ խաղեր են փնտրում, աղա լղատանիները հոլովակներ են դիտում, երգեր բեռնում, ուսանողներն ուսումնական նյութեր են գտնում, մասնագետները՝ գործարքներ են կատարում ու տեղեկություններ փոխանակում, մյուսները՝ նորություններ կարդում, տատիկ-ղաղիկներն էլ իրենց՝ հեռվում աղող թոռնիկների հետ են շփվում. այս ամենը, և դեռ շատ ավելին, կազմում են համաշխարհային սարդոստայնը՝ ինտերնետը:

Ինտերնետը ծնունդ առավ 1960-ականներին, ԱՄՆ-ում: 1969թ. հոկտեմբերի 29-ին ԱՐՓԱՆԵԹ ցանցով ուղարկվեց առաջին հաղորդագրությունը. ցանցն այդ ժամանակ միավորում էր ամերիկյան 4 համալսարաններում տեղակայված համակարգիչներ: 80-ականների սկզբին տեղական, համալսարանական փոքր ցանցերից գոյացավ համացանցը:

Այնուամենայնիվ, ինտերնետը մեծ թափով սկսեց զարգանալ միայն 90-ականներին: 1992-ին Թին Բերնեյս-Լին իր գործընկերների հետ մշակեց Համաշխարհային սարդոստայնի՝ Վեբի (Web) հայեցակարգը: Վեբն ինտերնետում տեղեկություններ գտնելու համակարգ է, որը թույլ է տալիս հատուկ URL հղումներով էջեր բացել. սա www-ի ցանցն է, երբ գրում ես հասցե, ի լղատասխան ստանում ես ինֆորմացիա: 1993 թվականին Մասաչուսեթսի Տեխնոլոգիաների համալսարանի ուսանողները սկսեցին հրատարակել առաջին էլեկտրոնային թերթը՝ The Tech-ը: Իսկ Գուգլը (Google), որով շատերիս համար սկսվում է ինտերնետը, իր գործունեությունը սկսել է միայն 1998-ին:

Վեբը համացանցի մի հատվածն է միայն. ինտերնետի մաս են նաև ֆայլերի փոխանակման համակարգը, էլեկտրոնային փոստի համակարգը, արագ հաղորդագրությունների համակարգը...

ՀՈՒՇՈՒՄ
Հնարավորության դեղլղում ուսուցիչը Սկայռով կաղ է հաստատում որևէ ինտերնետային լղատվամիջոցի դեկավարի հետ և հնարավորություն տալիս երեխաներին՝ հարցեր տալ, տեսնել խմբագրությունը...

**ԻՆՏԵՐՆԵՏԸ
ՀԱՅԱՍՏԱՆԻՄ 2012Թ.**

**52%-ը օգտագործել է
ինտերնետ**

**33%-ը օգտագործում է
ինտերնետ ամեն օր**

**48% ընտանիքներում կա
ինտերնետ կադ**

Այլ կերպ ասած, ինտերնետը միմյանց միացած բազմաթիվ համակարգիչների ցանց է, որտեղ մարդիկ կարող են տարբեր ծառայություններից օգտվել՝ տեղեկություն տեղադրել, որոնել, գտնել, խաղալ, գնումներ անել, շփվել... Համացանցը մեր կյանքի տարբեր ոլորտների անբաժան մասն է:

Հայաստանից առաջին անգամ կադ են հաստատել մոսկովյան, ադա մաև ամերիկյան համակարգիչների հետ 1988 թվականի մայիսին, և ցանցն ակտիվ գործարկվել է Սոփիտակի երկրաշարժից հետո: Սակայն իրական ինտերնետ կադը Հայաստան է հասել 1993-ին, երբ ստեղծվել է ինտերնետ մատակարարող «Արմինկո» ընկերությունը:

Ինտերնետի գործառույթները

Եթե տարիներ առաջ ինտերնետը ինֆորմացիայի շտեմարան էր միայն, այսօր այն ամենատարբեր գործառույթներ է կատարում:

Ինտերնետը ամենամեծ հանրագիտարաններից ավելի շատ տեղեկություն է դարձնում: Կատարելից է, որ ինտերնետում կարելի է գտնել թե՛ հասարակ օգտագործողների գեներացիան տեղեկությունները, թե՛ մասնագիտական հոդվածներ, գիտական հետազոտություններ: Վիքիդեդիան, օրինակ, տարբեր լեզուներով խոշորագույն հանրագիտարան է, որի հեղինակները ինտերնետի օգտատերերն են: ցանկացած մարդ կարող է այստեղ գրառում անել ու հոդված գրել, եթե ունի գրածը հաստատող հղումներ:

Միևնույն ժամանակ, ինտերնետում անվճար կամ վճարովի հիմունքներով հասանելի են գիտական հանդեսներ, ակադեմիական հաստատությունների հրատարակություններ:

Ինտերնետը կարևոր գործիք է կրթության համար. այստեղ կարելի է թե՛ անհրաժեշտ տեղեկությունները գտնել, թե՛ կրթության որոցեսը կազմակերպել՝ համացանցն օգտագործելով որդես հաղորդակցության դաշտ: Ինտերնետով կարելի է իրականացնել հեռուստուցում, օգտագործել Մուդլ կամ այլ կրթական օնլայն միջավայրները՝ դասարանների, դասերի կազմակերպման, աշակերտ-ուսուցիչ կադի համար, կիրառել էլեկտրոնային օրագրեր և մատյաններ:

Ինտերնետը կարևոր դեր է խաղում ֆինանսական գործարքների հարցում. աշխարհի զարգացած երկրներում մարդիկ կոմունալ վճարումները, գնումները, բանկային գործարքները կարող են կատարել տմից՝ ինտերնետով: Սա ևս արդեն հետզհետե տարածում է ստանում Հայաստանում:

Իհարկե, համացանցը մաև ժամանցի գործիք է՝ տեսանյութերի, երգերի, ֆիլմերի հսկա արխիվ, այսօր մաև ռադիո և հեռուստաալիքների սփուման միջավայր:

Ինտերնետի ամենից տարածված գործառույթը շփումն ու կադն է. Սկայդի մման ծրագրերը մարդկանց թույլ են տալիս տեսնել ու լսել միմյանց՝ լինելով տարբեր երկրներում: Սոցիալական ցանցերը ևս հեշտացմում և ավելի անմիջական են դարձնում միջնորդավորված ինտերնետային շփումը: Այստեղ մարդիկ տեղեկանում են ընկերների մոդություններին, տեսնում են միմյանց մկարները, մեկնաբանում են դրանք, զրուցում...:

Ինտերնետի վտանգները

Ինտերնետը տեղեկատվության հոսքերի դաշտ է, այստեղ կարելի է տեղեկություն գտնել գրեթե ամեն ինչի ու ինտերնետից օգտվող ամեն մեկի մասին: Սա համաշխարհային ցանց է, որում սակայն ամեն մեկը գտնում է իր անկյունը, իր շրջանակը: Հաճախ, սակայն, օգտվողները չեն գիտակցում, որ այդ նեղ շրջանակից դուրս էլ իրենք տեսանելի ու հասանելի են:

Օրինակ՝ մարդիկ բացահայտորեն գրում են իրենց գտնվելու վայրը, հանգստի մեկնելու օրը, տնից բացակայելու ժամկետը, հաճախ մահ հեռախոսահամարն ու հասցեն, մտածելով, թե դա կտեսնեն միայն իրենց ընկերները:

Նման դեղքեր եղել են Մեծ Բրիտանիայում, երբ դատաբանները ծննդյան տոմսի հրավերն ու ամձնական տվյալները սխալմամբ ուղարկել են հազարավոր մարդկանց, և միայն ոստիկանության միջամտությամբ է հնարավոր եղել խուսափել միջադեղերից:

<http://bit.ly/iqFku9>

<http://bit.ly/9Mj8jG>

Իսկ «Խնդրում եմ, կողոպտեք ինձ» (Please Rob Me <http://pleaserobme.com/>) կայքն ուղղված է բոլոր նրանց, ովքեր սոցիալական ցանցերով չափից ավելի մանրամասն ամձնական տեղեկություն են տարածում և հնարավորություն են տալիս գողերին կողոպտել դատարկ տունը կամ երեկոյան դրսում զբոսնող միայնակ աղջկան:

Քիչ չեն մահ դեղքերը, երբ հանցագործները խաբեությանը ինտերնետով ծանոթանում, ադա հանդիպում են դատաբաններին, կողոպտում, բռնաբարում, սղանում, առևանգում են նրանց...

Այսօրվ, ինտերնետում շփման հիմքը՝ առանց տեսնելու վստահելն է: Իսկ վստահել ամեն մեկին՝ դեռ չէ:

Չամացանցը մահ լի է ադատաբանականությանը, դրոնոգրաֆիական նյութերով, համակարգչային վիրուսներով, խաբեությամբ:

Մուլտիմեդիա լրագրություն

Ի տարբերություն ավանդական մեդիայի՝ թերթ, ռադիո, հեռուստատեսություն, ինտերնետային լրատվության կառուցվածքն ու տրամաբանությունն այլ է: Այն գծային չէ. նյութը կարող է չունենալ խմբագրի կողմից մախանչված սկիզբ ու վերջ, ինչպես, ասենք, ավանդական ռադիոյում, երբ դու ստիոված ես նյութը լսել այն հերթականությամբ ու տևողությամբ, որով դատարաստել է հեղինակը: Ինտերնետային նյութը կարող է բաղկացած լինել տեքստից, տեսաձայնային նյութերից, մկարներից ու գրաֆիկական դատկերներից, հղումներից... Օգտվողն ինքն է որոշում, թե նյութի որ բաղադրիչից սկսի, որը բաց թողնի... Սա կոչվում է մուլտիմեդիա լրագրություն. օգտագործվում են մեդիայի մի քանի տեսակներ: Տե՛ս «Մուլտիմեդիա ժանրեր» նյութը: <http://bit.ly/TflZfw>:

Օրինակներ՝

1. Ֆոտոռեպորտաժ

The Norway attacks, Boston.com

<http://bo.st/njYcSZ>

Ֆոտոռեպորտաժ Նորվեգիայի Ուտոյա կղզում տեղի ունեցած ահաբեկչության մասին:

2. Չայնայի ձևավորում

Dolphin call tells calf who's mum, CNN

<http://bbc.in/V7HfLb>

Չողվածը դատում է դելֆինների ձայնի, նրանց շփման մասին, և համադատասխան աուդիո հատվածներն օգնում են լսել ու ավելի լավ դատկերացնել այդ ձայների առանձնահատկությունները:

Մեդիա բառարան

ինտերնետ

վեբ

սոցիալական
ցանց

բլոգ

հղում

մուլտիմեդիա

բաղաբացիական
լրագրություն

ինտերնետ

սոցիալական
ցանց

հղում

ՀԱՅԿԱԿԱԼՆ
ՔԱՂԱՔԱՅԻՎԱԿԱԼՆ
ԼՐԱԳՐՈՒԹՅԱՆ ԿԱՅՔԵՐ
<http://www.mynews.am/>
<http://iditord.org/>
<http://badu.am/>
www.irazek.am

3. Օգտատերերի մերգրավում

IReport, CNN, <http://ireport.cnn.com/>
Ա1+, Քո աչքերով, <http://www.a1plus.am/am/mediapod>
PanArmenian.net

Իհարկե, ներկայացվածից բացի, շատ այլ բաղադրիչներ էլ կարող է ունենալ մուլտիմեդիա նյութը՝ գրաֆիկաներ, ծաղրանկարներ, անիմացիոն կտորներ, տարբեր հղումներ, հարցումներ...

Իմշղես է աշխատում օմլայմ՝ առցանց մեդիան

Ինտերնետի դարաշրջանում փոխվում են նաև ավանդական մեդիաները. ինտերնետային ռադիոն ու հեռուստատեսությունն աշխատում են ինտերնետային տրամաբանությամբ: Նույն բրիտանական ԲիԲիՍի-ն իր հեռուստառադիոհաղորդումները տեղադրում է ցանցում, և մարդիկ իրենց ցանկացած դահիճ, ցանկացած տեղից կարող են ընտրել հաղորդում, դիտել ու լսել:

Քաղաքացիական լրագրություն և այլընտրանքային մեդիա

Ինտերնետային մեդիայի մասին խոսելիս՝ չենք կարող անտեսել սոցցանցերն ու բլոգները: Դրանք այսօր դարձել են տեղեկատվության գործընթացի կարևոր բաղադրիչ. լրագրողները հաճախ են տեղեկություն քաղում սոցցանցերից ու բլոգներից, առաջ նաև օգտագործում են այս միջոցները՝ տեղեկությունները տարածելու համար: Մյուս կողմից, ընթերցողների շատերն են այսօր նորություններին հետևում սոցցանցերի ու բլոգների միջոցով: Ֆեյսբուք (Facebook) կամ Թուիթեր (Twitter) ցանցերով շատ արագ տարածվում են վերջին կարևոր նորությունները, տեսանյութերը, հոդվածները, ու շատ օգտատերեր հենց այսպես են տեղեկանում իրադարձություններին: Նույն կերպ նաև բլոգները. մարդիկ իրենց նախընտրած բլոգերների միջոցով ու հաճախ նրանց մեկնաբանմամբ են հետևում դեմքերին:

Պետք է հիշել նաև քաղաքացիական լրագրության մասին, որը տարածվեց հատկապես ինտերնետի շնորհիվ: Քաղաքացիական լրագրություն ասելով՝ հասկանում ենք հասարակ քաղաքացիների (ոչ լրագրողների) կողմից ստեղծվող լրատվությունը: Ինտերնետը որևէ իրադարձության վայրում գտնվող մարդուն հնարավորություն է տալիս շատ արագ տեղեկություն տարածել դեմքի մասին: Հատկապես աղետների դեմքում սա ակնհայտ է. մինչ լրատվամիջոցները կհասնեն, ասենք, ջրհեղեղի, երկրաշարժի, ահաբեկչության վայր, տուժողները կան ակամատեսները կարող են շատ արագ նկար, տեսանյութ կամ դարձագրություն տարածել ցանցով՝ արագացնելով ոչ միայն տեղեկատվությունը, այլ նաև որոնողական, փրկարարական աշխատանքները: Այս դեմքերում ավելի ակնառու է սոցցանցերի, բլոգների դերը՝ որդես քաղաքացիական լրագրության միջոցի:

«Ազատություն» ռադիոկայանը նաև ֆեյսբուքյան ասուլիսներ է կազմակերպում. ֆեյսբուքի միջոցով հարցեր է ընդունում. www.azatutyun.am

«Արմնյուզը» ֆեյսբուքի տեսություն է անում, նաև ֆեյսբուքի միջոցով հավաքում է կարծիքներ ժամանցային ծրագրերի համար. www.armnews.tv

Մյուս ավանդական լրատվամիջոցները ևս օգտվում են քաղաքացիների տեղեկություններից և ակտիվ են սոցցանցերում:

Քաղաքացիների տարածած տեղեկությունները կարող են նույնքան ազդեցիկ լինել, որքան ՉԼՍ-ների նյութերը:

Օրինակներ, երբ Յություբում (Youtube) անհատների տեղադրած տեսանյութերն ազդում են իրավիճակի վրա:

1. Տեսանյութը դատմում է ուսուցչի մասին, ով որդես դատիժ կտրել է աշակերտների մազերը: Թեման և տեսանյութը մեծ հնչեղություն ստացան: <http://bit.ly/Wrpba1>
2. Տեսանյութը ցույց է տալիս, թե ինչդես է ճանադարհային ոստիկանը կանոնները խախտում և ինչդես է վերաբերվում իրեն նկատողություն անող վարորդին: Այս տեսանյութի տարածվելուց հետո այդ երկու ոստիկաններն ազատվել են աշխատանքից: <http://bit.ly/UjcYVo>
3. Տեսանյութը ներկայացնում է 2008թ. մարտի 1-ի դեդքերը և ցույց տալիս, թե ինչդես են ոստիկանները կրակ արձակում քաղաքացիների ուղղությամբ: <http://bit.ly/QFN9In>

ՀԱՎԵԼՎԱԾ ԵՎ ՀՂՈՒՄՆԵՐ

- 1 3. Կուրբալիա, Համացանցի կառավարում, Երևան, 2012, <http://bit.ly/SW-Cdhf>
- 2 Ջ.Ռիչարդսոն և ուրիշներ, Համացանցային գրագիտության ձեռնարկ, Երևան, 2007, <http://safe.am/ilh/ilh.html>
- 3 Սոցիալական մեդիան մարդու իրավունքների դաշտդանության գործում, Ինտերնյուս, Երևան, 2012, <http://media.am/social-media-handbook>
- 4 Գ. Վարդանյան, Սուլտիմեդիա ժանրեր, , <http://bit.ly/TfIZfw>
- 5 Լ. Գրիգորյան, «Արտակարգ իրավիճակը մայրաքաղաքում և բլոգներում», Հետք <http://bit.ly/UxVQ25>
- 6 Media.am, հոդվածներ սոցիալական մեդիայի մասին
- 7 «Ցանցաոներ» ուղիո, www.media.am
- 8 Commonsensemedia, նյութեր ուսուցիչների համար <http://bit.ly/Q2FV7q>
- 9 Եվրոդայի խորհրդի ինտերնետ գրագիտության դորտալ, <http://bit.ly/3GmRv2>
- 10 MediaSmarts, <http://mediasmarts.ca/>
- 11 Ինտերնետային անվտանգության և գաղտնիության վերաբերյալ կայք, խաղեր <http://myshadow.org/trace-my-shadow>
- 12 Дождь оնլայն հեռուստաընկերություն, <http://tvrain.ru/>
- 13 BBC Iplayer, <http://www.bbc.co.uk/iplayer/radio>

ԵՍ ԵՎ ՄԵԴԻԱՆ. ԻՆՉՊԵՍ ԿԻՐԱՌԵԼ ԳԻՏԵԼԻՔԸ՝ ՈՐՊԵՍ ՄԵԴԻԱ ՍՊԱՌՈՂ

Այստեղ աշակերտները սովորում են կիրառել սովորած գիտելիքը: Նրանք փոքր մեդիա արշավներ ու ակցիաներ են նախաձեռնում՝ փորձելով ազդել հայկական լրատվամիջոցների աշխատանքի վրա):

թայլ 1

ՏՆԱՅԻՆ ԱՌԱՋԱԴԴԻՎԱՔԻ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆ

Ուսուցիչն աշակերտների հետ դիտում ու քննարկում է բլոգում տեղադրված մուլտիմեդիա նյութերը:

ՀԱՐՑԵՐ

- *Ինչու՞ եք այսպես կառուցել նյութը:*
- *Ինչու՞ եք օգտագործել հենց այդ տեսակները՝ ֆոտո, վիդեո, ատուդիո...*
- *Ի՞նչ է ավելացնում նյութին այդ ֆոտոն, վիդեոն, ատուդիոն...*

թայլ 2

ԱԿՑԻՎՆԵՐ

Աշակերտները բաժանվում են խմբերի և մշակում ու իրականացնում են որոշակի ակցիաներ:

Առաջարկներ

1. Նամակ են հղում որևէ հեռուստատեսության ղեկավարի՝ արտահայտելով իրենց կարծիքն ու դժգոհությունը կոնկրետ հաղորդումների կամ հեռուստատեսիալների վերաբերյալ: Խումբը փորձում է նաև գտնել հաղորդումների լրատասխանատուին, զանգահարել ու զրուցել:
2. Աշակում են օնլայն արտահայտչամիջոց՝ ֆեյսբուքյան խումբ, բլոգ գրառում, տեսանյութ՝ 10 դասերի ընթացքում սովորած թեմաներից մեկով:
3. Պատրաստում են հարցաշար՝ լրագրողների կամ ՀԼՄ-ների լրատասխանատուների համար: Հարցաշարը կարող է վերաբերել մեդիա գործունեության մասնագիտական հատկանիշներին, էթիկայի նորմերին կամ ՀԼՄ-ի քաղաքականությանը:

4. Յուրովակի, հաղորդման հանրային քննարկում-վերլուծություն. ընտրում են որևէ մեդիա տեքստ և որևէ հարթակում քննարկում: Կարող են նյութը դնել սոցցանցերում ու վերլուծել՝ բոլորին հրավիրելով քննարկման: Կարող են փոքրիկ տեսանյութ նկարել, որտեղ ցույց կտան քննարկվող նյութն ու նաև կարտահայտեն իրենց կարծիքները: Վրա դա կարելի է տեղադրել youtube-ում: Կարող են նաև դրոշմակա թերթի կամ թատի թերթի միջոցով անել քննարկումը:
5. Ընտրում են իրենց կարծիքով ամենակարևոր խնդիրը (կարծիքը փաստից տարբերելու հարցը, գովազդի հնարքները, աղբյուրի բացակայությունը...) և տեղեկատվական փոքրիկ թերթիկներ են դատարաստում (թեկուզ՝ ձեռագիր) և բաժանում դրոշմի մյուս աշակերտներին, ուսուցիչներին, ծնողներին....

Այլ տարբերակներ

Կիրառում են տեղեկություն ստանալու իրավունքը. հարցումներ են ուղարկում տեղական ինքնակառավարման մարմիններին:

Յանդիդում. քննարկում են կազմակերպում որևէ մեդիայի ղեկավարի հետ՝ այդ ՀԼՄ-ի աշխատանքի վերաբերյալ:

Դասընթացի ավարտին՝ հարցաշար - մինի քննություն աշակերտների համար:

Հարցաշարի արդյունքները համեմատելով նախնական հարցաշարի արդյունքների հետ, կունենանք աշակերտների գիտելիքի դասերը:





Նախնական հարցաշար

Անփոփիչ հարցաշար

Տեսական հոդվածներ

Մեդիա բառարան

Ուսանող

1. Արտադրողից որով էք ավելի շատ ժամանակ անցկացնում օրվա մեջ:
 - ա) հեռուստացույց
 - բ) բջջային հեռախոս
 - գ) համակարգիչ
 - դ) այփոդ (iPod)
 - ե) այլ

2. Որտեղի՞ց էք տեղեկանում վերջին լուրերի մասին:
 - ա) ընկերներից
 - բ) ինտերնետ թերթերից
 - գ) սոցիալական ցանցերից
 - դ) հեռուստացույցից
 - ե) ռադիոյից
 - զ) թերթերից

3. Հետևյալ աղբյուրներից ո՞րն է լրատվամիջոց:
 - ա) ռադիո
 - բ) տոլազիլ մամուլ
 - գ) հեռուստատեսություն
 - դ) լրատվական գործակալություններ
 - ե) ինտերնետային լրատվական կայքեր
 - զ) բլոգ
 - է) բջջային հաղորդագրություններ
 - ը) սոցիալական ցանցեր
 - թ) դատի թերթ

4. Ձեր կարծիքով Յայաստանում լրատվամիջոցներից ո՞րն է առավել նշանակալի՝ հասարակական ազդեցության տեսանկյունից:

- ա) ռադիո
 - բ) տղագիր մամուլ
 - գ) հեռուստատեսություն
 - դ) ինտերնետային լրատվական կայքեր
 - ե) բլոգներ
 - զ) սոցիալական ցանցեր
 - է) այլ _____
-

5. Ի՞նչը կարող է սահմանափակել լրատվամիջոցների՝ անկողմնակալ և բազմազան լրատվություն մատուցելու հնարավորությունները (նշել բոլոր հնարավոր տարբերակները):

- ա) օրենսդրությունը
- բ) իշխանությունների կամայականությունը
- գ) հասարակության ներսում հանդուրժողականության ցածր աստիճանը
- դ) լրագրողների ցածր դրոժեսիոնալիզմը
- ե) տեխնիկական անբավարար հագեցվածությունը
- զ) լրատվամիջոցների ֆինանսական կախվածությունը կոնկրետ անձանցից/ կազմակերպություններից
- է) քաղաքացիական հասարակության չկայացածությունը

6. Խոսքի ազատությունն այն է,

- ա) երբ կարող ես ասել այն ամենն, ինչ ուզում ես
- բ) երբ կարող ես ասել միայն այն, ինչը չի հակասում գործող օրենսդրությանը
- գ) երբ կարող ես ասել այն, ինչը չի հակասում մարդկային բարոյականության նորմերին

7. Ձեր կարծիքով Յայաստանում լրատվամիջոցներն ազա՞տ են, թե՞ ոչ: Բերե՞ք օրինակ:

8. Յեռուստացույց դիտելը կարող է կախվածություն առաջացնել.

- ա) այո, եթե չափից դուրս շատ ժամանակ անցկացնես դրա դիմաց
- բ) այո, եթե ամեն օր միևնույն ժամերին հետևես միևնույն հաղորդումներին, սերիալներին
- գ) ոչ, քանի որ ցանկացած դեպքում կարող ես անջատել այն
- դ) ոչ, դա ուղղակի ժամանցի ձև է

9. Ինչդեռ դեռ է կողմնորոշվել՝ ինտերնետում հայտնված տեղեկության վստահելիության հարցում.

- ա) եթե այն տեղադրված է բարձր վարկանիշ ունեցող կայքում, առաջ վստահելի է
- բ) եթե այն ուղեկցվում է աղբյուրների նշմամբ, առաջ վստահելի է
- գ) եթե այն ուղեկցվում է լրացուցիչ տեսա կամ ձայնագրություններով, ուրեմն վստահելի է
- դ) եթե այն հայտնվել է միաժամանակ մի քանի կայքերում, առաջ վստահելի է
- ե) եթե դրա վերաբերյալ կա դաշտոնական կամ փորձագիտական արձագանք, առաջ վստահելի է
- զ) այլ _____

10. Որո՞նք են ձեր հիմնական իրավունքները՝ որոշես մեղիա սղառող:

ա) _____

բ) _____

գ) _____

ամփոփիչ

Սիրելի աշակերտներ,

ինը դասերի միջոցով դուք ծանոթացաք մեդիագրագիտությանը: Պատկերացում կազմեցիք մեդիագրագիտության կարելուագույն հասկացությունների մասին, քննարկեցիք լրատվական դաշտում ամկա շատ խնդիրներ, դրանց լուծման սեփական տարբերակներն ամաշարկեցիք: Ստորեւ տրված են մի շարք հարցեր, որոնք վերաբերում են ձեր անցած եւ քննարկած խնդիրներին:

- Ճիշտ դատասխանները ընդգծված են ուսուցչի համար:
- Հարցաշարն աշակերտներին բաժանել ամանց ընդգծումների:
- Էկետրոնայի օրինակի համար տե՛ս ԱՌԻԼՏԻ-ՄԵԴԻԱ հավելվածը:

1. Լուրի հատկանիշներն են.
 - ա) արդիականությունը.
 - բ) գեղեցիկ բառերը,
 - գ) լսարանի համար կարելուությունը.
 - դ) աղբյուրի գաղտնիությունը:

2. Ինչո՞վ է տարբերվում քարոզչությունը օբյեկտիվ տեղեկատվությունից:
 - ա) Քարոզչությունը նդատակային տեղեկություն է տարածում:
 - բ) Քարոզչությունը միակողմանի տեղեկատվություն է:
 - գ) Քարոզչությունը ավելի հետաքրքիր է, քան լրատվությունը:
 - դ) Քարոզչությունը միշտ սուտ է:

3. 19-րդ դարավերջին արդեն ստեղծվել էին
 - ա) տղագիր թերթը.
 - բ) հեռագիրը.
 - գ) ռադիոն,
 - դ) բջջային հեռախոսը:

4. Ո՞րն է զանգվածային լրատվամիջոց.
- ա) թերթը.
 - բ) գիրքը.
 - գ) գովազդային վահանակը.
 - դ) բլոգը:
5. Հանրային հեռուստատեսությունը
- ա) դատականում է հանրությանը.
 - բ) ֆինանսավորվում է որեւէ կուսակցության կողմից.
 - գ) ֆինանսավորվում է ղետական բյուջեից.
 - դ) չի կարող ունենալ գովազդ:
6. Խոսքի ազատության իրավունքը օրենքով կարող է սահմանափակվել, եթե
- ա) ուտնահարվում է դիմացինի անձնական կյանքի գաղտնիության իրավունքը.
 - բ) բացահայտվում է ղետական գաղտնիք.
 - գ) իշխանություններն են այդպես ուզում,
 - դ) դա բխում է լրագրողի անձնական շահերից:
7. Հայաստանում խոսքի ազատությունը երաշխավորվում է
- ա) Մարդու իրավունքների միջազգային կոնվենցիայով.
 - բ) ՀՀ Սահմանադրությամբ.
 - գ) Նախագահի հրամանով,
 - դ) Խոսքի ազատության մասին օրենքով:

8. Որո՞նք են լրագրողական էթիկայի ընդունված սկզբունքներ.

- ա) անկողմնակալությունը.
- բ) կողմնադաշտությունը,
- գ) քաղաքական շահերին ծառայելը.
- դ) շահերի բախումից խուսափելը:

9. Մեդիայի նկատմամբ քննադատական մտածողություն ունենալ նշանակում է

- ա) քննադատել ամեն ինչ, նկատել միայն վատը,
- բ) փորձել վերլուծել տեղեկությունը՝ հաշվի առնելով բոլոր գործոնները.
- գ) ոչնչի չհավատալ եւ չվստահել,
- դ) ստուգել տեղեկությունը մի քանի աղբյուրից:

10. Հեռուստատեսային գովազդը շոփտի

- ա) տեղադրված լինի հեռուստալուրերի հաղորդման ընթացքում.
- բ) դարձնակի ակնհայտ սուտ տեղեկություն.
- գ) օգտագործի հայտնի մարդկանց կերպարներ,
- դ) 20 վայրկյանից երկար լինի:

11. Ո՞ր հաղորդման ընթացքում է նդատակահարմար տեղադրել մանկական նոր խաղի գովազդը:

- ա) Ֆուտբոլային խաղի,
- բ) Ծնողների ակումբի.
- գ) Աուլտերի աշխարհի.
- դ) Տնտեսական վերլուծական հաղորդման:

12. Թերթի խմբագրությունում աշխատում են

- ա) լրագրողը,
- բ) հաղորդավարը,
- գ) ռեժիսորը,
- դ) սրբագրիչը:

13. Որո՞նք են տղագիր մամուլի տեսակներ.

- ա) օրաթերթ,
- բ) ամսագիր,
- գ) օրագիր,
- դ) բուկլետ:

14. Որո՞նք են ռադիոյի առանձնահատկությունները:

- ա) Ռադիոն ամենահին լրատվամիջոցն է:
- բ) Ռադիոն ավելի թարմ լուրեր է հայտնում, քան մյուսները:
- գ) Ռադիոն կարելի է լսել՝ որեւէ բան անելուն զուգահեռ:
- դ) Ռադիոն հիմնված է միայն ձայնի վրա:

15. Չեռուստատեսային նկարահանող խմբում ընդգրկված է

- ա) օղերատորը,
- բ) ձեւավորողը,
- գ) ռեժիսորը,
- դ) գովազդի դատասխանատուն:

16. Հայաստանում չկա

- ա) մասնավոր հեռուստառադիոընկերություն,
- բ) լիցենզիայով հեռուստառադիոընկերություն,
- գ) հանրային հեռուստառադիոընկերություն,
- դ) համայնքային հեռուստառադիոընկերություն:

17. Որո՞նք են ինտերնետի յուրահատկությունները՝ այլ մեդիաների համեմատ:

- ա) Ինտերնետում տեղեկությունները հասանելի են ցանկացած դահի:
- բ) Ինտերնետը ավելի վստահելի է:
- գ) Ինտերնետում լսարանը ավելի հեշտ կարող է արձագանքել նյութերին:
- դ) Ինտերնետը կախվածություն է առաջացնում:

18. Ինտերնետում տեղեկությունը վստահելի է, եթե

- ա) տեղադրված է հեղինակավոր կայքում կամ հայտնի վստահելի մարդու կողմից.
- բ) նշված են տեղեկության աղբյուրները.
- գ) տեղեկությունը ունի մեծ թվով մեկնաբանություններ,
- դ) տեղեկությունը սկանդալային է:

19. Սոցիալական ցանցերում անվտանգ շփման համար հարկավոր է

- ա) հետեւել գաղտնիության կարգավորումներին.
- բ) ջնջել բոլոր նկարները,
- գ) չկեղծել եւ չվստահել կեղծանունով անձանոթներին.
- դ) թաքցնել իրական անուն, ազգանունը:

20. Եթե լրատվամիջոցը տարածել է սուտ կամ վիրավորական տեղեկություն, ի՞նչ է ողեսոք անել:

- ա) Նամակ գրել տվյալ լրատվամիջոցին՝ լրահանջելով հերքել աղատեղեկատվությունը կամ ներողություն խնդրել:
- բ) Բողոք ներկայացնել Լրատվամիջոցների դիտորդ մարմնին:
- գ) Նամակ գրել երկրի նախագահին, խնդրելով լրատվամիջոցին:
- դ) Սղառնալ եւ վախեցնել տեղեկությունը տարածած լրագրողին:

ԺՈՒՂՆԱԼԻՍՏԻԿԱՅԻ ՀԱՄԱՌՈՏ ՊԱՏՄՈՒԹՅՈՒՆ

ԱՅԴԻՆ ԱՌՐԻԿՅԱԼ

«Ժուռնալիստիկա. ինչ, ինչո՞ւ, ինչու», ԵԱԱ և ԲՀԻ, Երևան, 2006:

Հատվածներ գրքից

ՊԱՏՄՈՒԹՅՈՒՆԸ ՍԿՍՎՈՒՄ Է

Տեղեկությունների փոխանցումը կամ տարածումը որոշակի շրջանակներում՝ մարդկային զարգացման ամենակարևոր խթաններից ու նախադասումներից է: Բանգի որքան այսօր է տեղեկությունն ամենաթանկարժեք կադրիտալը, այնպես էլ եղել է դարեր ու հազարամյակներ առաջ և շարունակ:

Ամեն ինչ սկսվել է դատի թերթերից: Բառի բուն իմաստով: Որովհետև բոլոր այն ժայռադատկերներն ու այրադատկերները, որոնք անհիշելի ժամանակներից դահողանվել են մինչև մեր օրերը և որոշակի տեղեկություններ են դարձնում, «դատի թերթեր» են՝ նախատեսված որոշակի, անփոփ, սակայն, մատուցվող տեղեկությունների տեսակետից, շահագրգիռ և դրանց անհրաժեշտությունը զգացող հանրության համար: Արժե ուշադրություն դարձնել դրանց աշխարհագրությանը, ու նաև՝ թե ում նախնիներն են դրանց հեղինակները. էսկիմոսներ, հայեր, իսրայելացիներ, հյուսիսի այլ ժողովուրդներ...



Այ. 1

Ք. Մ. Ա. III հազարամյակի վերջ. Հայաստան, Փոքր Պայտասար

ԳՐԱՎՈՐ ՍԿԻՉՔԸ

ՍԿԻՉՔԸ, ամեն դեպքում, դիցաբանությունից լի է լինելով: Համարյա բոլոր ժողովուրդների դիցաբաններում գոյություն ունեն ամաստելական «տեղեկատվական աստվածներ»՝ գերագույն աստվածների մոմենտիկները: Ըստ ավանդության՝ նրանք էին իրականացնում կաղն աստվածների ու մարդկանց միջև: Հույների համար այդ աստվածը Հերմեսն էր, հռոմեացիների համար՝ Մերկուրիոն: Հայկական հեթանոսական դիցաբանում այդ աստվածը Տիրն էր:

ժայռադատները և այրադատները իրենց տեղը զիջեցին դատաբանությանը, այնուհետև ի հայտ եկավ հանգուցային գիրը, հետո գաղափարագիրը, աղա հիերոգլիֆները, սեղագրերը և այդպես՝ մինչև մեզ ծանոթ ու հարազատ հնչյունային գիրը:

Հին եգիպտոսի XII դինաստիայի ժամանակաշրջանում (1991-1785թթ. Ք.Շ.Ա.) աղբյուր և գործած գրիչ Հեթին այսպես է նկարագրում տարբեր մասնագիտությունների և արհեստների տեր մարդկանց.

«Ես տեսա դարբնին՝ իր աշխատանքի տախտակով: Նրա մատների մաշկը դատված է կմնիռներով՝ ինչպես կոկորդիլոսի կաշին:

Քարագործը մշտադառն դառնալից է կարծր քարի դեմ:

Վարսավիրը սավիրում է մինչև գիշեր և միայն այն ժամանակ, երբ նստում է ուտելու՝ հենվում է արմունկների վրա, որ հանգստանա:

Նավավարը լողում է... որդեսգի փող վաստակի իր աշխատանքի դիմաց:

Գրողի մասնագիտությունը, մինչդեռ, ամենակարևորն է, քանզի այս աշխարհում դարձալի ու դատարկ խոսքեր չկան: Ով մանկուց հասկանա դա՝ հարգված մարդ կդառնա»:

Գրեթե նույն ժամանակաշրջանին է վերաբերում նաև սիրո ամառիկ գրավոր խոստովանությունը, որը, սակայն, ի հայտ է գալիս Ասորեստանում. «Ես հիմա աղբյուր եմ Բաբելոնում: Այն մեծ քաղաք է, բայց ես տխուր եմ, որովհետև դու չկաս: Հայտնիր, թե երբ ես գալու, որ սիրտս ուրախանա...», - այս գրությունը ԴԱՍԱԻՆՍ, Մտավորական և Վրտիստ Լևոն Ներսիսյանը համարում էր աշխարհի ամենամեծ թղթեղ ու համոզված էր, որ ով որքան էլ ծառայի մուսամբերին, միևնույն է՝ ավելին ասել երբեք չի կարող...

Իսկ հիմա՝ բուն ժողովուրդային գրավոր ծննդի մասին:

Քայլու Սվետոնիոսն իր «Տասներկու կեսարների կյանքը» գրքի «Աստվածային Յուլիոսը» գլխում նշում է. «Պաշտոնը (կոնսուլի՝ Քիբուլոսի հետ, 59թ. Ք.Շ.Ա. - հեղ.) ստանձնելուց հետո առաջինը նա հրամայեց կազմել և հրատարակել ամենօրյա հաշվետվություններ սենատի և ժողովրդի մասին»:

«Acta senatus»-ում, որը կախվում էր ֆորումի շենքում և այնուհետև միայն «տիրաժամավորվում», տեղ էր գտնում սենատի անցուդարձը՝ ելույթներ, քննարկումներ, հարց ու դատասխան, միով բանիվ՝ այն ամենը, ինչ տեղի էր ունենում սենատում, իսկ «Acta diurna»-ն կախվում էր շուկաներում, հրատարակներում և մարդաշատ այլ վայրերում ու նաև տիրաժամավորվում էր՝ յուրաքանչյուրին հնարավորինս հասանելի և մատչելի դառնալու համար: Երկու դարբերականներն էլ «լույս էին տեսնում» սդիտակեցված կավե տախտակների վրա, բնականաբար՝ ձեռագիր, այնուհետև արտագրվում էին ստրուկների կողմից և տարածվում:

Ժողովրդական տեղեկատուն հրատարակում էր ամենատարաբնույթ տեղեկությունները՝ եղանակի տեսություն, զմեր, քաղաքական իրադարձություններ, հասարակությանը հուզող հիմնախնդիրներ, զրական ստեղծագործություններ, զլադիատորական մարտերի արդյունքներ, անելդոտներ, քաղաքային ուշագրավ նորություններ և անդրադարձ, մի խոսքով՝ ամեն ինչ:

Օրինակ՝ մի քանի լուրեր, որ հրատարակվել էին հին հռոմեական թերթում, և թարգմանել են ժամանակակից հնագետները.

- «Կոնսուլ Սաբինոսն այսօր ստանձնեց իր դաշտոնեական դարտականությունները»:
- «Երեկ քաղաքի վրա ուժեղ կայծակներ էին: Վելիայի մոտ մի կաղնի կայծակից այրվեց»:
- «Պինետանը մեծ ծեծկռտուք է եղել: Պինետան տերը վիրավոր է»:
- «Լուծայափոխ Վնգիդիոսը փախել էր՝ մեծ գումար վերցնելով հետը: Նրան բռնել են և գումարն էլ գտել են»:
- «Վերջերս կալանավորված ավազակ Դենիոֆանոսն այսօր առավոտյան մահադատվել է ենթարկվեց»:

ԵՐՐՈՐԴ ՈՒ ՎԵՐՁԻՆ ՍԿԻՉԲԸ. XV - XVI դՎՐԵՐ

Երրորդ սկզբի դատնառը գրատողությունն էր: Ավելի շուտ՝ գրատողության և թղթի արդյունաբերության բացահայտումը և կիրառությունը եվ-

րողայում, քանզի տղագրական արվեստը վաղուց ի վեր կիրառվում էր Կորեայում ու Չինաստանում: Եւրոյն վերաբերում է թղթին, որի ստացումն արդեն 105 թվականին հայտնագործել էր Տոյ Լյունը Չինաստանում: Ճիշտ է, դա դեռևս և ամբողջությամբ մեր տատկերացրած թուղթը չէր՝ իր այսօրվա տեսքով ու արտադրության սկզբունքներով, սակայն եադես մատչելի էր թե՛ գնի, թե՛ արտադրության տեսակետից մինչ այդ հայտնի մնացյալ բոլոր նյութերից՝ դադիրուս, մագաղաթ, քարե, կավե, փայտե տախտակներ և այլն:

Տղագրական հաստոցի, ավելի ճիշտ, շարժուն տառաձևերով տղագրության ձևի՝ Եվրոդայում հայտնագործման հեղինակը գերմանացի Յոհան Գուտենբերգն էր: 1445 թվականին Գուտենբերգն իրականացրեց իր առաջին տղագիր հրատարակությունը, որը բանաստեղծություն էր Վիեդ դատաստանի մասին:

Տղարանները շատ արագ տարածվեցին ողջ Եվրոդայում:

Տղագրության հայտնագործումը և տղագրատների տարածումը, ըստ էության, մի ամբողջ տեղեկատվական հեղափոխության և դայթյունի սկիզբ դարձավ: Եվրոդական մշակույթը կտրուկ և այլևս անդամնալի վերափոխում ադրեց: Տղագիր խոսքը, որը տարածվում էր գրեթե աներևակայելի արագությամբ և ծավալներով, անհրաժեշտություն դարձրեց գրագիտության մույնքան արագ տարածումը, իսկ վերջինս՝ եական բարեփոխումներ, եթե չասենք՝ հեղափոխություն էր դահանջում կրթության բնագավառում՝ իր բարերար արդյունքները բերելով բացարձակադես բոլոր բնագավառներում:

Յենց այս ամենով էր դայմանավորված ԵՐՐՈՐԴ ՍԿԻՉԲԸ, որը, բարեբախտաբար, ի տարբերություն նախորդ երկուսի, ընդհատում չունեցավ, այլ ընդհակառակը, զարգացում ադրեց՝ ոչ միայն իր ընդգրկման շրջանակներն ընդլայնելով, այլև, խորքային և բովանդակային փոփոխություններ կրելով, նաև՝ դարտադրելով:

Միջին դարերում Վենետիկը Եվրոդայի գլխավոր առևտրական կենտրոնն էր ու նավահանգիստը: Յենց դա էր դատճառը, որ այն մեխանիկորեն դառնում էր նաև տեղեկությունների կուտակման կենտրոն: Յուրաքանչյուրը, ով ժամանում էր Վենետիկ, իր հետ, ըստ էության, բերում էր անգնահատելի և մնացյալին դեռևս անհայտ տեղեկություններ, միաժամանակ, սակայն, ցանկանալով տիրադեստել նորերին, որոնք կարող են դեսք գալ իրեն՝ քաղաքական, գործարար կամ էլ այլ գործունեություն առավել արդյունավետ և նդատակասլաց իրականացնելու նդատակով:

Քաղաքի հենց կենտրոնում, հիմնականում դրամափոխների և ոսկերիչների ջանքերով ու նախաձեռնությամբ մի գրասենյակ ստեղծվեց, որի նդատակը տարաբնույթ տեղեկատվության հավաքումն էր, համակարգումը և դրա հետագա տարածումը: Այդ թերթիկները (notuzie scritte), որոնց վրա արտագրվում էին հավաքված տեղեկությունները, այնուհետև վաճառվում էին gazzetta կոչվող մանրադրամով, որից էլ, ըստ էության, առաջացել է թերթերի անվանումը բազմաթիվ լեզուներում:

Gazzetta-ով և այնտեղ հրատարակվող լուրերով հետաքրքրվողների շրջանակը հետևողականորեն ընդլայնվում էր, որն էլ անհրաժեշտություն էր առաջացնում ընդլայնել նաև նորություններ հավաքողների, համակարգողների, արտագրողների ու տարածողների շրջանակը: Անհրաժեշտություն էր առաջանում, հարաճում դահանջարկը բավարարելու նդատակով, առավել դրոճեսիոնալ մոտենալ գործին, և շուտով ստեղծվում է «Նորություններ գրողների» («Serittor d'avvisi») համքարությունը, այսօրվա լեզվով՝ արհեստակցական միությունը: Կարելի է արձանագրել, այսդիսով, որ Վենետիկում առաջին տեղեկատվական բյուրոն հայտնվել է 1530 թվականին:

Ուշագրավ են այդ ժամանակների որոշ թերթերի «վերնագրերը» ևս, որոնք բավականաչափ բան են ասում նաև դրանց բովանդակության մասին, օրինակ. «Ցնցող տեղեկագիր աննախադեղ ջրհեղեղի մասին, որ տեղի ունեցավ Քեռն քաղաքում»:

ՔՐԻՍՏՈՍԻ ԾՆԱԴԻՑ Ի ՎԵՐ XVII ԵՎ ՏՊՎԳԻՐ ՄՎԱՌԻԼԻ ՎՌՎՁԻՆ ԴՎՐԸ

17-րդ դարն անցումային շրջան կարելի է համարել մամուլի համար, քանի որ գոնե սկզբնամասում միմյանց հետ խաղաղ գոյակցում էին ձեռագիր ու տղագիր դարբերականները:

Վռաջին թերթերում լրահոսի մատուցումը կախված էր ոչ թե լուրի հրատարությունից կամ էլ բովանդակային կամ գաղափարական մյուս արժանիքներից, այլ ընդամենը՝ ստացման ժամկետներից: Դրանք չէին մեկնաբանվում և ներկայացվում էին առանց որևէ համակարգման, առանց խորագրերի և, ինչդեռ երևում է նույն այդ թերթերից, քաղաքական լուրջ իրադարձությունների մասին դատմող լուրերը և ասեկոսեները կարող էին հայտնվել իրար կողքի:

17-րդ դարավերջին թերթերը գրավեցին Գերմանիան: Թերթերի օգտակարությանն ու անհրաժեշտությանն այլևս ոչ ոք չէր կասկածում, լուսավորված մարդիկ ընդգծում էին թերթերի հատուկ նշանակությունը:

1697 թվականին Յանսոնը տողագրված «Թերթ կարդալու օգուտի մասին» գրքում կային հետևյալ տողերը. «Ով ցանկանում է իմաստավորված կյանք վարել, ով ցանկանում է լինել հասարակության հարգարժան անդամ և իր մասնակցությունն ունենալ ժողովրդական, առևտրական ու քաղաքացիական գործունեությանը, նա պարտավոր է հետաքրքրվել թերթերով, պարտավոր է դրանք կարդալ և կարդացածը ծանրությամբ անել, լսել, լսել և կարողանա իմացածը գործի մեջ կիրառել»:

ԴՎՐ XVIII. ԱՆՅԱՍՏՎԱԿԱՆ ԼՐԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ՅԵՂՎՓՈՒՆՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

18-րդ դարն անհատական ժողովրդի սկիզբն էր: Յուրաքանչյուր գրող և մտածող իր պարտքն էր համարում լուսավորել իր հայրենակիցներին, «նիշտ և գալիքին միտված ճանապարհի բերել» նրանց:

Եվ այդ էր ժամանակը, որ գերիշխող դարձան այն ժամերը և մարդիկ, ովքեր և որոնք, այսպես ասած, գտնվում էին գրականության և ժողովրդի ստիկայի ճամփաբաժանին: Խոսքը, մասնավորապես, Պամֆլետի, ակնարկի, էսսեի մասին է: Եվ այնպիսի անունների, ինչպիսիք էին Դանիել Դեֆոն, Ջոնսթոն Սվիֆտը, Ջոզեֆ Ադիսոնը, Ռիչարդ Ստիլը:

Յնց նրանք էլ ձևակերպեցին և հետևողականորեն իրականացնում էին լուսավորչական լրագրության խնդիրը՝ հասարակության արատները շտկել լուսավորության տարածման միջոցով: Դա էր ժամանակներից մեկը նաև, որ նոր հրատարակությունների լեզուն և ոճը բավականաչափ տարբեր էր և մատչելի հնարավորինս լայն զանգվածների համար:

ԴՎՐ XIX. ԴՐՈՖԵՍԻՈՆԱԿԱՆ ԺՈՒՆԱԿԱՆՍԻԿԱԿՅՈՒՄ ԵՎ ՍՎՋԲՆԱԿՈՐՈՒՄԸ

XIX դարը խիստ առաջադեմ և մարդասիրական էր՝ իր բոլոր նախորդների համեմատ, լի բազմաթիվ և բազմազան իրադարձություններով, որոնցից, սակայն, ներքոշարադրյալները նշանակալից հարմար գտանք հիշատակել միայն:

19-րդ դարում ևս երկրների և մարդկության զարգացումն էր որոշում ժողովրդի ստիկայի զարգացման միտումներն ու ուղղությունները, և միայն 20-րդ դարում է, որ ժողովրդի ստիկայի ինքը լսել է ձևավորել իր զարգացման օրակարգը, որոշ դեպքերում նաև ստիկայով, որ զանազան իրադարձություններ, երևույթներ ու դեպքեր հետևեն իր նախընթաց զարգացմանը:

1809 թվականին Նադոլեոնի դեկրետով սահմանվում էր, որ «Չի թույլատրվում թերթերում օգտագործել կտրուկ արտահայտություններ և հարձակումներ հասարակական ու մասնավոր անձանց հասցեին», իսկ 1811 թվականին նա գրավյալ տարածքների գերմանական թերթերին զգուշացնում էր. «Դադարեցում է սղառնում յուրաքանչյուր թերթի, որն իր քաղաքական հաղորդումները կքաղի այլ աղբյուրից, բացի «Monituer»-ից, իսկ խմբագիրներն անձնական տատասխանատվություն են կրում այդ հաղորդումների համար»:

ԴՂԻ XX. ՄԵՃ ԶՍՅՏՆԻ ԵՎ ՎՆՅՍՅ ՃՈՒՌՆԱՎԼԻՍՏԻԿՎՆ

20-րդ դարի մամուլի զարգացմանն էադես նդաստել են բազմաթիվ գործոններ, որոնց համալիրն էլ, ի վերջո, ադահովեց նրանց աննախադեդ զարգացումն ու ազդեցության տարածումը միլիոնավոր մարդկանց վրա:

Ֆրանսիայում օրաթերթերի թիվը 28-ից դարձավ 471, Վնգլիայում՝ 14-ից՝ 247: ՎՄՆ-ոն դարասկզբին հրատարակվում էր 200 օրաթերթ, քաղաքներում տդագրվում էին մեկ կամ երկու օրաթերթեր: Գերմանիայում այդ ժամանակ լույս էին ընծայվում 7000 տարբեր դարբերականներ:

1910 թվականին ՎՄՆ-ոն տդագրվում էր արդեն 2600 օրաթերթ. դրանց տդագրությունը հասավ գագաթնակետին և սկսեց նվազել:

Մամուլի զանգվածային լսարանի ձևավորմանը նդաստեց դատկերագարդ հրատարակությունների աճը: Լուսանկարիչները փոխարինեցին նկարիչներին, որոնց, մինչ այդ, խոշոր դարբերականները գործուղում էին իրադարձությունների վայրեր:

1910 թվականից հետո տարածվեց բազմագույն հանդեսների տդագրության տեխնոլոգիան, որը թույլ տվեց բարձրացնել նկարագարդումների որակը:

Ինդուստրիալ հեղափոխության սոցիալ-տնտեսական հետևանքների և հրատարակչական գործի արդյունաբերացման ազդեցությամբ ձևավորվեց «մասսայական մամուլը»՝ իր բնորոշ գծերով. սենսացիաներ, իրադարձությունների մակերեսային լուսաբանում, փաստերի ադավադում, անտակտ ներխուժումներ մարդկանց անձնական կյանքը, զվարճանքների շեշտադրում:

Չանգվածային հրատարակությունների դասական օրինակ դարձան Չորջ Պուլիցերի «New York World» և Ուիլյամ Զերստի «New York Journal» թերթերը, որոնք հասցեագրված էին կրթական ու մշակութային

ցածր մակարդակ ունեցող ընթերցողներին: Պուլիցերը և Յերստը ընթերցողներ ներգրավելու համար խայտաբղետ էին ձևավորում թերթերը: «New York World» և «New York Journal» թերթերում տղազրվող «դեղին տղա» կոմիկսները դարձան համանման հրատարակությունների խորհրդանիշ՝ «աղահովելով» նրանց «դեղին մամուլ» անվանումը:

19-րդ դարում հարցազրույցի ժանրը ժուռնալիստիկայում քիչ էր տարածված: Լրագրողները զրուցում էին քաղաքական գործիչների, դիվանագետների հետ՝ տեղեկություններ ստանալու նպատակով, բայց հազվադեպ էին հղում կատարում տեղեկատվության աղբյուրին՝ սահմանափակվելով զրույցի էության փոխանցմամբ: Նախագահ Աբրահամ Լինքոլնը, օրինակ, լրագրողների հետ մտերմիկ զրույցներ էր վարում, Պատասխանում էր նրանց հարցերին: Բայց հարցազրույցի ձևով կառուցված լրագրական հրատարակումներ չէին լինում, նախագահի խոսքին հղումներ կամ մեջբերումներ չէին արվում:

Նախկինում լրագրողը դիմազրկված էր և նույնանում էր թերթի հետ, իսկ հարցազրույց վարող լրագրողը ձեռք էր բերում ինքնուրույն դեմք և դառնում էր հասարակական կարևորության անձ: Ինտելեկտը, հեզմանքը, սարկազմը, հարցազրույցի հմտությունը, զրուցակցից տեղեկատվություն կորզելու կարողությունը ընթերցողին հարգանք էին ներշնչում լրագրողի նկատմամբ:

Նույն շրջանում ՎԱՆ-ի լրագրության մեջ ձևավորվեց մի ուղղություն, որի ներկայացուցիչներն իրենք իրենց խնդիր էին առաջադրել Պայթարը հասարակական արատների դեմ՝ շարաշահումների բացահայտմամբ և դրանց վրա հասարակության ուշադրության բևեռմամբ: Նրանց կարծիքով՝ շարիքի մերկացումը ղեկ էր մարդկանց օգներ հասկանալ շարիքի էությունն ու սկզբնաղբյուրները, ղեկ էր հասարակության մեջ բարեփոխումների նախադրյալներ ստեղծել՝ կամայականությունների, խաբեության ու կաշառքի վերացման համար:

1906 թվականին ՎԱՆ-ի նախագահ Թեոդոր Ռուզվելտը, ում նյարդայնացում էր լրագրողների՝ ղեկավար աղարատին ուղղված քննադատությունը, նրանց անվանեց «մաքրեյքերներ», որ նշանակում է աղտեղություն քրքրողներ, կեղտոտ բամբասանքների սիրահարներ:

ՈՎԴԻՈ

Առանց «անմիջական» կադրի՝ այսինքն մալուխի (ինչպես հեռագիրն ու հեռատիպը էր) կամ որ ավելի ճիշտ է՝ էլեկտրամագնիսական ալիքների միջոցով տարածության վրա տեղեկությունների փոխանցման

սկզբունքը, որի հայտնագործության դատիվը ռուսները վերագրում են Պոդոլին, իսկ Արևմուտքը՝ Աարկոնիին, կադի նոր միջոցի՝ ռադիոյի ստեղծման հիմքը դարձավ:

Ռադիոկադի արժեքն ու կարևորությունն անհամեմատ մեծացավ առաջին համաշխարհային դատերազմի տարիներին, քանզի հենց դրա շնորհիվ էր ադախովում օդերատիվ կադը տարբեր գորամիավորումների միջև:

Ռադիոհաղորդակցության՝ որդես տեղեկությունների զանգվածային տարածման միջոցի, զարգացման բեկումնային փուլ էին 1922-1923 թվականները, երբ աշխարհի շատ երկրներում սկսեցին փորձարարական ու դարբերական հաղորդումները:

Մի փոքրիկ օրինակ միայն. եթե 1922 թվականի առաջին կիսամյակում ԱՄՆ-ում հաղորդակցական գործունեություն իրականացնելու 300 արտոնագիր էր տրվել, ադա տարեվերջին այդ թիվը կրկնադատկվեց: Եվս մեկ թիվ. 1923 թվականին ԱՄՆ-ում օգտագործվում էր ավելի քան 500.000 ռադիոընդունիչ:

Եվրոդայում ևս մասսայական հաղորդակցության հաստատումը տեղի ունեցավ 20-ական թվականների սկզբին:

90-ական թվականներին BBC-ի համաշխարհային ծառայությունը (շաբաթը 820 ժամ հաղորդումների ծավալով, 140 միլիոն մշտական ունկնդիրներով) դարձավ գործող ամենախոշոր ռադիոկայաններից մեկը, որն արտասահմանյան հաղորդումներ էր թողարկում: Գործունեության զլխավոր նդատակներ էին հռչակված՝ նորությունների տարածումը, Անգլիայի կյանքի ու մշակույթի, զիտության ու արդյունաբերության նվաճումների լուսաբանումը, համաշխարհային կյանքի կարևոր իրադարձությունների վերաբերյալ անգլիացիների կարծիքների արտացոլումը:

«Ամերիկայի ճայն» ռադիոկայանը 90-ական թվականներին շաբաթական 1300 ժամ հաղորդումներ էր հեռարձակում 43 լեզվով՝ 120 միլիոն ունկնդրի համար: Իր գոյության տարիներին ռադիոկայանը նշանակալի դեր կատարեց նախկինում խորհրդային ճամբարի մաս կազմող երկրներում ազատականացման ու շուկայական բարեփոխումների համար:

50-ական թվականների սկզբին ԽՍՀՄ-ում հեռարձակման նդատակով ստեղծվեց «Ազատություն» ռադիոկայանը: Դեղի Արևելյան Եվրոդայի և Մերձբալթիկայի երկրներ հաղորդումների հեռարձակման

համար ստեղծվեց «Ազատ Եվրոպա» ռադիոկայանը: Մինչև 70-ական թվականների կեսերը երկու ռադիոկայաններն էլ, որ շտաբ-բնակարան ունեին Մյունխենում, գործում էին անկախ տեղեկատվական հաստատությունների ցուցանակով: Երբ ԱՄՆ Կոնգրեսը և կառավարությունը ճանաչեցին ռադիոկայանի իրավական կարգավիճակը, 1976 թվականին տեղի ունեցավ նրանց միավորումը մեկ կազմակերպության մեջ (RFE/RL, Inc): «Ազատ Եվրոպա»- «Ազատություն» ռադիոկայանը դարձավ առաջատար ծառայություն ԽՍՀՄ և խորհրդային ճամբարի երկրներ հաղորդումներ հեռարձակելու նպատակով:

ՅԵՌՈՒՍՏՎԵՍՈՒԹՅՈՒՆ

1920-30-ական թվականներին աշխարհի մի քանի երկրներում լուսավորչական տարածության վրա փոխանցելու փորձարկումների արդյունքում, երկրորդ համաշխարհային պատերազմի նախօրեին լուսավորչական հեռարձակումներ սկսվեցին ԱՄՆ Բրիտանիայում, Գերմանիայում, ԱՄՆ-ում, ԽՍՀՄ-ում:

Յեռուստատեսային լսարանն այդ ընթացքում խիստ սահմանափակ էր: Յեռուստատեսության ի հայտ գալուն հաջորդած երկրորդ համաշխարհային պատերազմը, բնականաբար, արգելեց հանդիսացավ նրա հետագա զարգացմանն ու տարածմանը, քանի որ աշխարհը զբաղված էր շատ ավելի «կարևոր և կենսական» գործով՝ տարածքների և ազդեցության ոլորտների վերաբաժանմամբ: Եվ անգամ իր տարածքում ռազմական գործողություններ չունեցող Ամերիկայի Աֆգյալ Նահանգներում հեռուստատեսությունը վերելք չաղբեց. լուսավորչական ավարտին երկրում ընդամենը 5000 հեռուստացույց կար:

Յեռուստատեսությունը, որոշեա տեղեկությունների զանգվածային տարածման միջոց, կայացավ հետպատերազմյան տասնամյակներում և դարավերջին շատ երկրներում արդեն հիմնական տեղեկատվամիջոցն էր:

Առավել զարգացած երկրներում հեռուստահաղորդումներն ավելի մեծ լսարան ունեն, քան մամուլն ու ռադիոն, իսկ հեռուստադիտումների միջին տևողությունը օրական 5-8 ժամ է: Յեռուստատեսության համաշխարհային լսարանն այսօր ավելի քան 3 միլիարդ մարդ է ընդգրկում: Այսինքն՝ աշխարհի ողջ բնակչության գրեթե կեսը, ինչը հսկայական թիվ է: Նորբեյյան մրցանակի դափնեկիր Իոսիֆ Բրոդսկին մի ուշագրավ միտք է հայտնել. նրա կարծիքով ամերիկացիներին ազգ է դարձնում հենց հեռուստատեսությունը: Անշուշտ, այստեղ որոշակի ճշմարտություն կա: Սակայն դա վերաբերում է ոչ միայն Ամերիկային, այլ նաև

ցանկացած այլ երկրի: Հեռուստատեսության տարածվածության, նրա ազդեցիկության, բուն էության համախմբող նշանակությունը, կարծում են, մինչև օրս էլ թերագնահատված է մնում:

Սիս, իր հիմնական բնորոշիչներով այսօրիսին է 20-րդ դարի տեղեկատվական համադատկերը:

Այս ամենում իր անուրանալի դերն ու նշանակությունն ունեցավ հաղորդակցության միջոցների զարգացումն ու կատարելագործումը, ինչն էլ, ինքնին, որոշակի զարգացումներ տարտադրեց:

Նշենք նաև, որ XX դարի վերջին աշխարհում կար 2,2 միլիարդ ռադիոընդունիչ, 1,2 միլիարդ հեռուստացույց, 10 հազար անուն օրաթերթ էր լույս տեսնում, 4 հազար զեղարվեստական ֆիլմ էր թողարկվում, գրքերի ընդհանուր տոպաքանակն անցնում էր 10 միլիարդը:

Ռադիոյի, առաջ և՛ հեռուստատեսության գյուտն էր, որ էլ ավելի «փոքրացրեց» և մատչելի դարձրեց երկիր մոլորակը, անհամեմատ ընդլայնեց միմյանց հետ հաղորդակցության հնարավորություն ու ցանկություն ունեցողների քանակը, վերացրեց ցանկացած սահման և, ի տարբերություն անգամ ամենօրյա թերթերի, որոնք օրը մեկ կամ երկու-երեք անգամ էին «հանդիպում» իրենց ընթերցողներին (նկատի ունենք որոշ խոշոր թերթերի առավոտյան, կեսօրյա և երեկոյան թողարկումները) ռադիոն և հեռուստատեսությունն իրենց հավատարիմ ունկնդրի և ակնդրի հետ են շուրջօրյա՝ ցանկացած դասի: Իսկ նրանց բազմազանությունն ու օրավոր ավելի ու ավելի դարձնող մատչելիությունը կատարյալ է դարձնում ինչդեպ նրանց ներգործությունն իրենց լսարանի վրա՝ հասարակական կարծիքի ձևավորման ու ուղղորդման տեսքով, այնպես էլ լսարանի՝ ընտրության ընդլայնվող իրավունքները: Անհրաժեշտ է հիշատակել նաև արբանյակային հեռուստատեսությունը, որը բոլորին վերջնականապես մերձեցրեց միմյանց:

Վերջապես հասանք ինտերնետին, որը սաղմնավորվեց 1986 թվականին: Համակարգչային գլոբալ ցանցը, որը տարգաղեց անսահմանափակ հնարավորություններ ունի: Այս երրորդ աստիճանի զարգացման տեմդերն ու արդյունքները միանգամայն անմախաղեղ են: Գրեթե մեկ-երկու տարում ստեղծվեցին հազարավոր ցանցային «թերթեր» ու «ամսագրեր», որոնք տեսականորեն հասու են ցանկացածին, ով մուտք ունի ցանց՝ աշխարհի որ երկրում էլ լինի:

Ինչդեպ և դեպ էր սղասել, համաշխարհայնացումը, որն արտահայտվում է նաև երկիր մոլորակի «փոքրացմամբ», ժուռնալիստիկայում աստիճանաբար նաև «հակառակ» գործընթացի սկիզբ է դառնում՝

տարբեր տեղեկատվամիջոցների խիստ մասնագիտացմամբ, քանի որ միայն դրանով հնարավոր կլինի դաժնաբերել իրական զանգվածայնությունը. մակրոտուրերին փոխարինելու են գալիս միկրոտուրերը: Եվ դա շատ բնական է: Տեղեկությունների, գիտելիքների, նորությունների այն անմախաղեղ ծավալը, որն այժմ առկա է, անհնար է ընկալել և, առավել ևս՝ յուրացնել: Ուստի, առաջարկվող ընտրությունը (ցանկացած ձևի) էապես ոչնչացնում է լսարանի գործը և դրանով իսկ ոչ միայն ավելի մատչելի, այլ նաև ավելի հրադուրիչ է դառնում նրա համար: Եվ դա բնորոշ է բոլոր ՉԼԱ-ներին, իրենց բոլոր դրսևորումներով:

ԽՈՍՔԻ ԱԶԱՏՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ԷԹԻԿԱ

*«Ես կհրահանեմ ինձ և՛ քո կարծիքին, բայց կհանդիս
գնով կդաշտամանեմ այն ասելու քո իրավունքը»:*

Վոլտեր

Խոսքի կամ ինչդեպ ընդունված է նաև ասել՝ արտահայտվելու ազատության իրավունքը ներառում է **«տեղեկություններ և զաղափարներ փնտրելու, ստանալու, տարածելու ազատությունը, տեղեկատվության ցանկացած միջոցով՝ անկախ լեզուական սահմաններից»:**

Ընդգծված ձևակերպումը Հայաստանի Հանրապետության Սահմանադրության 27-րդ հոդվածից է: Այս միտքը տարբեր ձևերով ու ձևակերպումներով կարելի է կարդալ նաև այլ երկրների սահմանադրություններում, ինչդեպ նաև միջազգային մի շարք փաստաթղթերում, որոնցից են, օրինակ, «Մարդու իրավունքների համընդհանուր հռչակագիրը» (հոդված 19), «Եվ Մարդու իրավունքների և հիմնարար ազատությունների դաշտում մասին կոնվենցիան» կամ կարճ՝ «Եվրոպական կոնվենցիան» (հոդված 10), «Քաղաքացիական և քաղաքական իրավունքների մասին միջազգային դաշնագիրը» (հոդված 19):

Սակայն այս իրավունքը բացարձակ չէ, այն ենթակա է որոշակի սահմանափակումների, որոնց բնույթը նույնպես սահմանված է հիշյալ փաստաթղթերում: Այդ սահմանափակումները լեզու է բավարարեն երեք լիարժեք:

- ա) սահմանված լինեն օրենքով,
- բ) անհրաժեշտ լինեն ժողովրդավարական հասարակությունում,
- գ) միտված լինեն լեզուական անվտանգության, տարածքային ամբողջականության կամ հասարակական անդրդրի աղահովման, անկարգությունները կամ հանցագործությունները կանխելու, առողջությունը կամ բարոյականությունը, ինչդեպ և այլ անձանց հեղինակությունը կամ իրավունքները դաշտում տեղադրելու, խորհրդատվական բնույթի տեղեկատվության հրատարակումը կանխելու կամ արդարադատության հեղինակությունն ու անաչառությունը պահպանելու նպատակին:

Հայաստանում գործում են մի շարք օրենքներ, որոնք կոչված են աղահովելու խոսքի ազատության իրավունքը և որոնք նաև նախատեսում են այդ իրավունքի սահմանափակումները: Դրանք են՝ «Չանգվածային լրատվության մասին», «Տեղեկատվության ազատության մասին», «Յեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքները: Այս կամ այն չափով այդ իրավունքին առնչվում են «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքը, «Հեղինակային իրավունքի և հարակից իրավունքների մասին» ՀՀ օրենքը:

քը և այլն: Ընտրությունների ժամանակ ՇԼԱ-ների գործունեությանը և ընդհանրապես՝ արտահայտվելու ազատությանը (նախընտրական քարոզչությանը) վերաբերող կարգավորիչ դրույթներ ունի նաև ՀՀ Ընտրական օրենսգիրքը:

Իսկ խոսքի իրավունքի շարաշահման, ավելի ղարժ՝ զրոյարտության և վիրավորանքի համար ղատասխանատությունը սահմանված է ՀՀ Քաղաքացիական օրենսգրքով (հոդված 19, «Պատվի, արժանատիության, գործարար համբավի ղաշտղանությունը» և հոդված 1087.1, «Պատվին, արժանատիությանը կամ գործարար համբավին ղատնառված վնասի հատուցման կարգը և ղայմանները»):

Խոսքի իրավունքի դրսևորման հիմնական ձևը զանգվածային լրատվության միջոցներն են, որոնք տարածում են տեղեկություններ և զաղափարներ: Օրենքով նախատեսված սահմանափակումներից զատ՝ լրատվամիջոցներն ու այդ ոլորտի աշխատողներն իրենք իրենց համար սահմանում են նաև այլ սահմանափակումներ կամ ղատասխանատվության համակարգեր, որոնք ստացել են ինքնակարգավորման համակարգեր անունը: Վերջինիս բաղկացուցիչն են էթիկական կանոնները:

ՇԼԱ-ները, ընդունելով և հրաղարակելով էթիկական կանոնագիր, ըստ էության սահմանում են այն կանոնները, որով իրենք ղատրաստվում են «խաղալ» իրենց լսարանի հետ: Եվ այս իմաստով, նման կանոնագրերի ընդունումը նշանակում է ազնվություն՝ լսարանի հետ հարաբերություններում: Դա նշանակում է՝ բացեիբաց ասել. «Աենք առաջնորդվում ենք այս սկզբունքներով, եթե ուզում եք՝ վստահեք մեզ»:

Ինքնակարգավորման այս համակարգը՝ լրագրողական էթիկան, օրենքից տարբերվում է հենց նրանով, որ **կամավոր** է ընդունվում. լրատվամիջոցը և նրա աշխատակիցները **կամավոր** ղարտավորվում են վարվել այս կամ այն կերղ և շանել այս կամ այն բաները: Եվ այս կամավորությունն է ղատնառը, որ հանախ դժվար է ղատասխանել, երբ հարցնում են՝ այս թերթն այսինչ հրաղարակմամբ արղյո՞ք շի խախտել լրագրողական էթիկայի կանոնները: Հարկ է լինում ճշտել, իսկ այդ թերթն ունի՞ կանոններ: Չէ՞ որ շես կարող մեկին մեղաղրել՝ շեղած բանը խախտելու համար: Վռավելագղյունը՝ կարող ես արձանագրել հանընդհանուր ընդունելի կանոնների խախտումը, բայց մեղաղրել՝ ոչ:

Սա, իհարկե, վինաբանական թեմա է: Ինչևէ, ելնենք լավ ու որակյալ լրատվամիջոցների առկաղության կանխավարկածից և տեսնենք, թե ինչ կանոններից է բաղկացած լրագրողական էթիկան:

Եթե չզլանանք և վերլուծենք մեզ հայտնի բոլոր էթիկական կանոնագրերն ու կանոնագրերը, առաջ կտեսնենք 8-10 սկզբունքներ, որոնք, այս կամ այն ձևակերպմամբ, հանդիպում են համարյա բոլորում: Նույն սկզբունքներով, ի դեռ, 2008 թվականին կազմվեց և ընդունվեց Հայաստանի ՉԼԱ-ների վարքականոնը: Այն սկզբում ստորագրել էր 18 լրատվամիջոց: Այժմ դրանց թիվն անհամեմատ շատ է՝ մոտ 40 և դեռ աճում է:

Այդ սկզբունքներն են.

1. հավաստիություն, փաստերի, կարծիքների և մեկնաբանությունների տարանջատում,
2. անաչառություն (օբյեկտիվություն) և անկողմնակալություն,
3. ազնվություն տեղեկատվության աղբյուրների հետ հարաբերություններում (այդ թվում՝ հեղինակային իրավունքի հարգում և գրագրության բացառում),
4. հարգանք զանազան խմբերի ներկայացուցիչների նկատմամբ,
5. հարգանք մարդկանց անձնական կյանքի նկատմամբ,
6. շահերի բախումից խուսափում,
7. տեղեկատվության և գովազդի տարանջատում,
8. սխալների ուղղում և դատասխանի հնարավորության տրամադրում:

ՀՎՎԱՍՏԻՈՒԹՅՈՒՆ, ՓՎՍՏԵՐԻ, ԿՎՐԾԻՔՆԵՐԻ ԵՎ ԱՆԿՆԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՏՎՐԱՆՁԱՏՈՒՄ

Այս սկզբունքի լավագույն մեկնաբանություններից մեկը տրված է Հայաստանի ՉԼԱ-ների վարքականոնում.

- մինչև հրադարակումը՝ ստուգել ցանկացած աղբյուրից ստացված տեղեկությունների հավաստիությունը, չկոծկել և չխեղաթյուրել փաստերը, չհրադարակել ակնհայտ կեղծ տեղեկություններ,
- եթե խմբագրությունը հասարակական նշանակալի տեղեկություններ է ստացել, սակայն չի կարողացել ճշտել փաստերը, հրադարակելիս անողայման նշել այդ մասին,
- վերլուծություններ և մեկնաբանություններ կատարելիս հիմնվել ստույգ փաստերի վրա,
- հստակ սահմանազատել փաստերի և տեղեկությունների շարադրանքը՝ կարծիքներից, վերլուծություններից ու մեկնաբանություններից,

- ձգտել, որ վերնագրերը, հաղորդագրությունները, լուսանկարային, տեսագրված ու ձայնագրված նյութերը համադատասխանեն իրականությանը, մեջբերումները չօգտագործվեն համատեքստից դուրս,
- չաղավաղել լուսանկարային կամ տեսագրված նյութի բովանդակությունը, լուսանկարներում և տեսանյութերում տեխնիկական հնարքներ կիրառելու և միջամտությունների դեռքում անդամայնան մշել այդ մասին»:

Ֆուտբոլային հանդիպումն ավարտվել է 1:0 հօգուտ X թիմի - **սա փաստն է:**

Արցավարությունն անթերի չէր և նույնպես X թիմի հաղթանակին – **սա կարծիք է**, որ կարող են ներկայացնել ղարտված թիմի մարզիչն ու երկրորդագույնները:

Խաղային այսինչ դրվագի տեսագրությունը ցույց տվեց, որ մրցավարը չի նկատել ակնհայտ խախտումը – **սա մեկնաբանություն է**, որ կարող է անել ռեդիոտաձև վարող կամ տեղեկատվությունը ներկայացնող լրագրողը կամ որևէ իրազեկ մասնագետ:

Այս երեքը հրադարակման մեջ ղետք է տարանջատված լինեն այնղես, որ ընթերցողը հասկանա, ղե որն է փաստը, որը՝ կարծիքը, որը՝ մեկնաբանությունը, և ոչ ղե, ասենք, ղարտված ղիմի մարզչի կարծիքը մրցավարության կողմնակալության մասին, կամ մեկնաբանի տեսակետը՝ ղաղային դրվագի վերաբերյալ, ներկայացվի որղես փաստ:

Տեղեկությունն ընթերցողի համար ամբողջովին հավաստի է, երբ հղում կա կոնկրետ աղբյուրին.

«Ինչղես մեզ տեղեկացրեց գիտության և կրթության նախարարության դղրոցների վարչության ղետ Մարկոս Կիրակոսյանը, այս տարի...» - **բարձր աստիճանի հավաստիություն:**

«Ինչղես մեզ տեղեկացրին գիտության և կրթության նախարարության դղրոցների վարչությունից, այս տարի...» - **հավաստիության որոշակի կորուստ:**

«Ինչղես մեզ տեղեկացրին գիտության և կրթության նախարարությունից, այս տարի...» - **հավաստիության ևս մի կորուստ:**

«Ինչղես մեզ տեղեկացրին գիտության և կրթության նախարարությանը մոտ կանգնած աղբյուրները, այս տարի...» - **անվստահելի տեղեկություն:**

Քանի որ հավաստիությունը ենթադրում է նաև վերնագրերի համադաստասխանություն նյութին, այս թեման անփոփենք հայտնի լրագրող, վաղամեռիկ Վալերի Այդինյանի մի դիողուկ նկարագրությամբ.

«Թերթի առաջին էջին մեծ վերնագիր է. «Սղանություն խորհրդարանում», իսկ նյութում տատնվում է այն մասին, թե ինչու է ընդդիմադիր տատգամավորը բյուջեի նախագծով ճանն սատկացրել»:

ԱՆԱՉԱՌՈՒԹՅՈՒՆ (ՕԲՅԵԿՏԻՎՈՒԹՅՈՒՆ) ԵՎ ԱՆԿՈՂԱՆԱԿՎԱԼՈՒԹՅՈՒՆ

«Ռես Սերգո վատաբար փովեցավ գետնին, և մեր ընկեր Ավո, նույնուհանդերձ, առյուծի մման ընկավ» - նկարագրելով իրենց հակառակորդի և իրենց ընկերոջ կռիվը՝ իր հերթական մամական գրում է երվանդ Օտյանի անմահ հերոսը՝ Ընկեր Փանջունին: Սա ոչ օբյեկտիվ կամ ոչ անաչառ (այսինքն՝ աչառու) տեքստի ամենափայլուն օրինակներից մեկն է:

Ի դեղ, այստեղ ես նույնուհանդերձ անկողմնակալ չեղա, երբ Ընկեր Փանջունու կերտարը որակեցի «անմահ», իսկ օրինակը՝ «ամենափայլուն»: Պա ընդամենը կարծիք է, սուբյեկտիվ կարծիք, որի հետ շատերը կարող են համաճայն շիմել: Լրագրողական տեքստում տետք է խուսափել նման որակումներից: Վիա թե այդ մասին ինչ է ասում «Վաչինգտոն փոստ» թերթի էթիկայի կանոնագիրը.

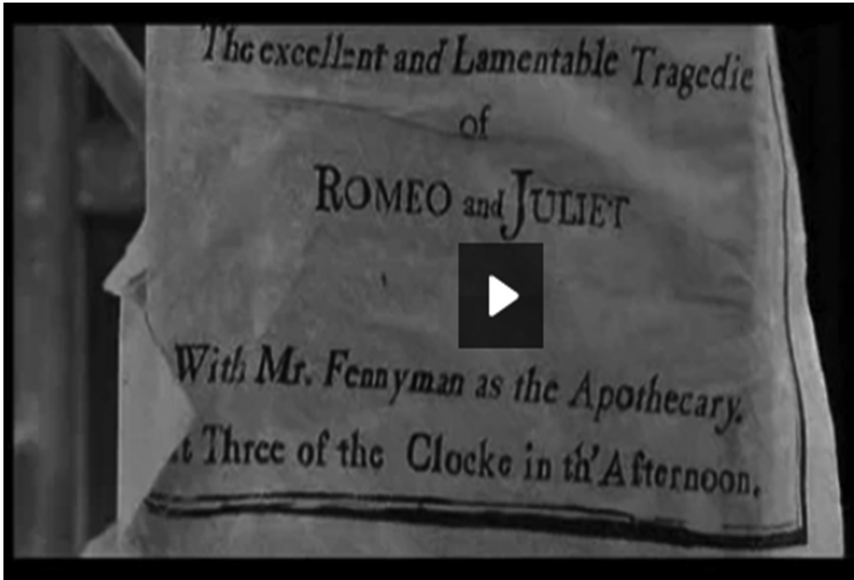
«Ոչ մի նյութ չի կարող համարվել անաչառ, եթե լրագրողները թաքցնում են իրենց վերաբերմունքը կամ զգացմունքներն այնտիսի անվնաս թվացող բառերի հետևում, ինչտիսիք են. «մերժելի», «չնայած», «հանգիստ», «ընդունելի», «զանգվածային»: Անաչառությունը՝ շիտակությունն է»:

Հարյուր տոկոսանոց անաչառության (օբյեկտիվության), բնականաբար, հնարավոր չէ հասնել, քանի որ փաստերն, ի վերջո, ներկայացնում է սուբյեկտը՝ լրագրողը կամ լրատվամիջոցը: Այսինքն, օբյեկտիվության կորուստը սկսվում է փաստերի ընտրությունից: Վիա թե ինչու, ամավելագույն անաչառության հասնելու համար, այս կանոնը խորհուրդ է տալիս շանտեսել ոչ մի էական փաստ և ի հաշիվ էականի՝ գործին, երևույթին, իրադարձությանը շամնչվող կամ դրա համար էական նշանակություն չունեցող փաստեր և տեղեկություններ չներանել:

Եթե ճանադարհին երկու մեքենա բախվել են իրար, ադա մոտակա անտամի ծամերին թամած ծիտիկների ծվլոցը դրա

հետ ոչ մի կառոյ շունի (եթե, իհարկե, վարորդներից մեկն այդ «համերգով» զնայված լինելու դատճառով չէ անուշադիր եղել):

Ահա՛ երկրորդականը գլխավորից գերադասող «ինֆորմացիայի» (իհարկե, տվյալ դեղքում սա ընդամենը ազդագիր է) մի փայլուն օրինակ՝ բազմակի օսկարակիր «Սիրահարված Շեքսպիրը» կինոնկարից (դրվագ):



Դե իհարկե, «Ռոմեո և Չուլիետ» ներկայացման մեջ ամենից կարևոր կերպարը դեղագործն է, և հարկ էր մշել, որ այդ դերում հանդես է գալու միստր Ֆեննիմանը... (Ֆիլմում այս ազդագիրը մի քիչ այլ իմաստ ունի. այն ընդգծում է ժամանակակից տերմինաբանությամբ ասած՝ ներկայացումը հովանավորած անձի (որին, իբրև դարձև, այդ էմիգրիկ դերն էին մվիրել) սնափառությունը, սակայն մեր թեմայի՝ երկրորդական փաստերի հաշվին էականը շանտեսելու տեսակետից էլ այն հետաքրքիր է):

Անկողմնակալության սկզբունքը նշանակում է երևոյթի, իրադարձության կամ փաստերի վերաբերյալ ներկայացնել հնարավորինս շատ և տարբեր վկայություններ, կարծիքներ, տեսակետներ (հումորով փորձագետներն ավելացնում են՝ «...միևնույն է, չեք հասնի ճշմարտությանը»):

Տարբեր տեսակետները ներկայացնելով՝ ճշմարտությունը փնտրելու դասական օրինակ է ճաղոնացի հայտնի գրող Ակուտագավայի «Թավուտուն» դատմվածքը: Ամոլայման կարդացեք այն կամ դիտեք այդ դատմվածքի մոտիվներով Ակիրա Կուրասավայի նկարահանած «Ռայսոնոն» ֆիլմը:

Ընդ որում, անկողմնակալություն լիտի լինի ինչդեպ մեկ առանձին հրադարակման մեջ (մի քանի աղբյուրի մատնանշում, տվյալ երևույթի կամ իրադարձության վերաբերյալ այդ դասին առկա տեսակետների ներկայացում), այնուհետ էլ՝ լրատվամիջոցում ընդհանրադարձ (կարծիքների ազատ արտահայտման խրախուսում, տարբեր տեսակետների ներկայացնելու հնարավորության ընձեռում և այլն):

ՎՃՆՎՈՒԹՅՈՒՆ ՏԵՂԵԿՎՏՎՈՒԹՅԱՆ ԱՂԲՅՈՒՐՆԵՐԻ ՀԵՏ ՀՎՐԱԲԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐՈՒՄ

Լրագրողական էթիկայի այս սկզբունքը մի քանի կանոններ է ենթադրում:

- ա) Առաջին կանոնը հղումն է տեղեկատվության աղբյուրին և սրան անմիջականորեն առնչվող՝ հեղինակային իրավունքի հարգումը:
- բ) Երկրորդ դրամանը՝ «խուսափել տեղեկությունների ստացման ծածուկ և զաղտնի մեթոդներից, բացառությամբ այն դեպքերի, երբ ավանդական բաց մեթոդները չեն ադախտվում հասարակական շահերից բխող տեղեկությունների ստացումը:

Այստիպի մեթոդների կիրառման անհրաժեշտությունը դեռ է բացատրվի բուն հրադարակման մեջ» (Հայաստանի ՉԼՄ-ների Վարքականոն, սկզբունք 2.3):

Ինչդեպ տեսաք, երկրորդ դրամանը կամ սկզբունքը ներկայացնելիս դրամանեցինք առաջին դրամանը՝ հղում կատարեցինք աղբյուրին:

Այս՝ բ) դրամանի ելությունը հետևյալն է. դեռ չէ թաքնվել այլ կերպարի տակ՝ տեղեկություններ հավաքելու համար. այսինքն, միշտ հարկ է ներկայանալ. «Ես X թերթի լրագրող եմ, ինձ անհրաժեշտ են...»:

«Լուրեր հավաքելիս լրագրողները չդեռն է կեղծեն իրենց ինքնությունը և ներկայանան իբրև ոստիկան, բժիշկ կամ այլ մասնագետ»:

«Վաշինգտոն փոստ» թերթի էթիկայի կանոններից

Իհարկե, այս սկզբունքն ունի բացառություններ. լրագրողական հետաքննություն իրականացնելիս երբեմն հարկ է լինում դիմակավորվել, որովհետև այլ կերպ՝ քեզ անհրաժեշտ տեղեկությունները չես հայթայթի:

Եվ վերջապես, երրորդ և բավականին բանավեճերի տեղիք տվող ու նաև օրենսդրորեն կարգավորվող լայնամանակ.

գ) Երբեք և ոչ մի դեպքում չբացահայտել տեղեկատվության գաղտնի աղբյուրները:

Սա որոշակի դարձաբանման կարիք է զգում: Նախ, լրագրողներին խորհուրդ է տրվում խուսափել նման աղբյուրներ օգտագործելուց (դա հավաստիության տեսակետից է վտանգավոր), առաջ՝ տեղեկությունների աղբյուրի հետ նախապես՝ դաշտանավորվել աղբյուրը նշելու կամ այն գաղտնի դառնալու՝ նրա ցանկության վերաբերյալ: Վերջապես, եթե լրագրողը համաձայնել է ստանալ տեղեկությունը՝ աղբյուրը գաղտնի դառնալու դեպքում, առաջ ոչ մի դեպքում չշեղվել է բացահայտի այն: Մեկ անգամ բացահայտելու դեպքում՝ լրագրողը կկորցնի վստահելիությունը և կգրկվի բոլոր աղբյուրներից:

Այս սկզբունքն ունի նաև օրենսդրական կարգավորում: «Չանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենքի 5-րդ՝ «Տեղեկատվության աղբյուրների դաշտանայնությունը» հոդվածն ասում է.

«1. Լրատվական գործունեություն իրականացնողները և լրագրողները դարձաբանում չեն բացահայտել տեղեկատվության աղբյուրը, բացառությամբ սույն հոդվածի 2-րդ մասով նախատեսված դեպքերի:

2. Տեղեկատվության աղբյուրի բացահայտումը լրատվական գործունեություն իրականացնողին, ինչպես նաև լրագրողին կարող է դարձաբանել դատարանի որոշմամբ՝ քրեական գործի առիթով՝ ծանր կամ առանձնապես ծանր հանցագործության բացահայտման նպատակով, եթե հասարակության շահերի քրեաիրավական դաշտանայնության անհրաժեշտությունն ավելի ծանրակշիռ է, քան տեղեկատվության աղբյուրը չբացահայտելու՝ հասարակության շահագրգռվածությունը, և սղառված են հասարակական շահերի դաշտանայնության մնացած բոլոր միջոցները: Այդ դեպքում, լրագրողի միջնորդությամբ, դատական քննությունն իրականացվում է դռնփակ»:

Սրան անմիջականորեն առնչվում է նաև այն դեպքը, երբ աղբյուրը լրագրողին տեղեկություններ է տրամադրում չիրադարակելու դեպքում (off the record): Դարձյալ նույն խորհուրդը. ղեկը է խուսափել նման տեղեկությունը ստանալուց: Սակայն եթե լրագրողը դաշտանավորվել և ստացել է այդպիսի տեղեկություններ, առաջ երբեք և ոչ մի դեպքում չշեղվել է հրատարակի այն: Իսկ ավելի լավ է միշտ դաշտանավորվել,

որ զրույցը on the record է, այսինքն՝ ենթակա է հրատարակման, ընդ որում՝ աղբյուրը նշելու դրամանով:

ՀՎՐԳՎՆՔ ՉԱՆԱՉԱՆ ԽՆՔԵՐԻ ՆԵՐԿԱՅԱՑՈՒՑԻՉՆԵՐԻ ՆԿԱՏԱՎԱՔ

Եթե աղբյուրին անտառահատում է իրականացվել կամ կաշառակերության դեռք է բացահայտվել, առաջ նշանակություն չունի՝ անտառահատը կամ կաշառակերը սոցիալ-դեմոկրատ է, «Եհովայի վկաներ» կրոնական կազմակերպության ներկայացուցիչ, թե՞ քուրդ... Այսինքն, կարիք չկա անհարկի մատնանշել մարդու ցեղային, սեռային, տարիքային, կրոնական, ազգային, աշխարհագրական տատկանությունը, քաղաքական հայացքները, սեռական կողմնորոշումը, ֆիզիկական արատները կամ սոցիալական կարգավիճակը, եթե, իհարկե, դա եսկան նշանակություն չունի:

Եթե կենցաղային հողի վրա սղանություն է կատարվել, առաջ մարդաստղանի ազգությունն էական չէ: Դա կարող է էական լինել միայն, եթե սղանությունը կատարվել է ազգամիջյան հողի վրա:

ՀՎՐԳՎՆՔ ՄՎՐԴԿՎՆՑ ԱՆՁՆԱԿԱՆ ԿՅՎՆՔԻ ՆԿԱՏԱՎԱՔ

Մարդկանց անձնական կյանքը ղաշտոյանված է Սահմանադրությանը և օրենքներով: Խոսքն անձնական կյանքի աղբյուրի կամ անհարկի միջամտությանն է վերաբերում: Բնականաբար, լրագրողներն ու լրատվամիջոցներն էլ ղետք է հարգեն մարդու անձնական կյանքի անձեռնմխելիությունը:

Սակայն այստեղ բացառություն կա. անձնական կյանքին միջամտությունը կարող է արդարացվել, երբ խոսքը վերաբերում է հասարակական հնչեղություն ունեցող խնդրի կամ հանրային դեմքերին, այսինքն մարդկանց, ովքեր կամավոր ձգտում են հասարակական ուշադրության: Դրանց թվում են քաղաքական և հասարակական գործիչները (ղատգամավորներ, նախարարներ, վարչաղետ, նախագահ...), շոու բիզնեսի, կինո և սղորտային աստղերը և այլն:

Մեկնաբանությունը հետևյալն է. մարդը կամավոր իրեն դրել է հասարակության ուշադրության կենտրոնում, այսինքն՝ ինքն է ընտրել իր ճանաղարհը, և հասարակությունից միայն դրական արձագանքների

ակնկալիք չէ, որ դիտի ունենա: Վվելին, հասարակությունն ուզում է իմանալ, թե ինչ կյանքով է աղորում իր ընտրյալը. չէ՞ որ, ասենք, քաղաքական գործիչներն աղորում են նաև հասարակության վճարած հարկերի հաշին: Եվ եթե նա սիրուի ունի (իսկ դա, անշուշտ, նրա անձնական կյանքն է), ադա դա անդայման դառնում է հասարակության քննարկման առարկա...

Հայաստանի ՇԼԱ-ների Վարքականոնում այս էթիկական սկզբունքը ձևակերպված է հետևյալ կերպ:

4. Հարգանք մարդկանց անձնական կյանքի և այլ իրավունքների նկատմամբ

Այս սկզբունքի դաժողանումը նշանակում է՝

4.1. հարգել և դաշտդանել մարդկանց անձնական կյանքի անձեռնմխելիության իրավունքը. հասարակական անհրաժեշտությամբ կարող է արդարացվել միայն դաշտոնատար անձանց, հասարակական գործիչների, իշխանության կամ հասարակական ուշադրության ճգտող մարդկանց անձնական կյանքին միջամտությունը,

4.2. այն դեղքում, երբ խոսքի ազատությունը հակասության մեջ է մտնում մարդու մյուս հիմնարար իրավունքների հետ, լրատվամիջոցն ինքնուրույն է վճռում, թե ինչին տալ նախատաղտվությունը, և դատասախանատվություն է կրում իր վճռի համար,

4.3. առանձնադես նրբանկատ լինել, երբ տեղեկատղության աղքյուրները կամ հրադարակումների հերոսները երեխաներ, անչափահասներ են: Ձգույշ լինել դեռահաս ամբաստանյալների, ինչդես նաև սեռական հանցագործությունների զոհերի, ինքնասղանություն գործած անձանց ինքնությունը բացահայտելիս,

4.4. ողբերգություն կամ վիշտ տարած մարդկանց մասին տեղեկություններ հավաքելիս, հարցազրույց կամ լուսանկար հրադարակելիս, տեսա կամ ձայնանյութ հեռարձակելիս նրբանկատ լինել նրանց նկատմամբ,

4.5. դաժողանել անմեղության կանխավարկածը. մինչև դատաքննությունը՝ հանցագործության մեջ կասկածվողների անունները հրադարակելիս քննարկել դրա հասարակական անհրաժեշտությունը՝ հավասարակշռություն դաժողանելով ան-

մեղության կանխավարկածի, հանցագործության մեջ կասկած-վողների՝ արդար դատաստանի իրավունքի և հասարակության՝ տեղեկացված լինելու իրավունքի միջև:

ՇԱՀԵՐԻ ԲԱՄԱՆՈՒՄԻՑ ԽՈՒՍԱՎԵՐՈՒՄ

Լրագրողը հրավիրվել է ընկերոջ ծննդյան տարեդարձին: Ձերմ, ընտանեկան մթնոլորտ է, բոլորը մի քիչ զինովցած են, ուրախ: Հյուրերի մեջ կա նաև մի նախարար, որը մույնդես հոբելյարի ընկերն է, նա կատակներ է անում և զավեշտալի դեղքեր տատնում իշխանության կուլիսային կյանքից, ադա, գուցեն ոչ միտումնավոր, խոսում այն ճնշումների մասին, որ իրենց (այսինքն՝ կառավարության) կողմից բանեցվում է Ազգային ժողովի ղառզամավորների վրա՝ ըստ եության մարդկանց մի փոքր խմբի շահերը ղաշտղանող, բայց հասարակության համար անկարևոր մի օրենքի ընդունման հարցում:

Ինչ կարող է անել լրագրողը, որը փաստորեն հասարակական հետաքրքրություն ներկայացնող մեան տեղեկություն է ստացել: Հրատարակելու դեղքում կկորցնի ընկերոջ վստահությունը, հնարավոր է՝ նաև ընկերությունն ընդհանրաղես, իսկ շիրատարակելն էլ կնշանակի անտեսել հասարակական հնչեղություն ունեցող խնդիրը...

Այստեղ առկա է երկու կարևոր շահերի բախում՝ ընկերության շահը և անաշառ տեղեկատվության հասարակական շահը: Ավելի վատ կլինի, և շահերի բախումն ավելի կխորանա, եթե խմբագիրն էլ ինչ-որ տեղից իմանա կառավարության այդ ճնշումների մասին և մույն լրագրողին հանձնարարի լուսաբանել այդ թեման: Նման դեղքերում խորհուրդ է տրվում ազնվորեն ասել խմբագրին, որ առկա է շահերի բախում, հրաժարվել խնդիրը լուսաբանելուց և խնդրել, որ այն հանձնարարվի մեկ այլ աշխատակցի:

Լրագրողները, մանավանդ Հայաստանի մեան փոքր երկրում, միշտ բախվում են և բախվելու են մեան իրավիճակների: Եվ ամեն դեղքում յուրաքանչյուրն ինքը ղեսոք է վճռի, թե ինչին տալ նախաղատվությունը:

Շահերի բախումից խուսափելու սկզբունքը նշանակում է նաև.

- գործուղման շմեկնել այլոց հաշվին,
- նվերներ ու ղարզևներ շընդունել տեղեկատվության աղբյուրներից,
- շզբաղվել ակտիվ քաղաքական գործունեղամբ, շանղամակցել որևէ կուսակցղան,

■ հրաժարվել թե՛ման լուսաբանելուց, եթե այն ամռնչվում է այնդիսի կազմակերպության, որում լրագրողը շահեր ունի...

Սակայն «Վաշինգտոն փոստ» թերթի կանոնագիրը սրանով չի սահմանափակվում: Այն ենթադրում է, որ թերթի վարկին կարող է վնաս հասցնել նաև լրագրողների հարազատների գործունեությունը, և ահա թե ինչ է ասում շարունակության մեջ.

«Լրագրողների հարազատները կարող են շեղարկվել այս կանոններից, սակայն ղեկը է ընդունել, որ նրանց ծառայողական դիրքը կամ մասնակցությունը նման իրադարձություններին՝ կարող են ամրապահել խաթարել մեր հեղինակությունը: Ընտանիքի անդամների կամ հարազատների գործնական և մասնագիտական կադրերը ղեկը է հայտնի լինեն բաժնի ղատասխանատուին»:

Ամփոփենք: Շահերի բախումից խուսափելը նշանակում է գործել այնդեպ, որ լրատվամիջոցի անաչառությունն ու անկողմնակալությունը կասկածի տակ չառնվեն:

ՏԵՂԵԿԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ԳՈՎԱԸՂԻ ՏՎՐԱՆՁԱՏՈՒՄ

ՉԼԱ-ներում գովազդը ղեկը է նշված լինի՝ կամ իր ձևավորմամբ և ներկայացմամբ ամանձնանա խմբագրական բովանդակությունից: Սա լսարանի հետ ազնիվ խաղի կանոններից մեկն է: Գովազդը երբեք անաչառ չէ, այն միշտ ասում է. «Ես լավն եմ, գնեք ինձ»: Ահա թե ինչու, հրադարակմանը հավատալու համար, լսարանը ղեկը է համոզված լինի, որ այն բացահայտ կամ քողարկված գովազդ չէ կամ չի դարձնակում գովազդի տարրեր: Այդ իսկ դատեառով, ցանկացած նյութ, որի դիմաց խմբագրությանը վճարվել է, ղեկը է այդ մասին նշում ունենա:

Այս սկզբունքին անմիջականորեն ամռնչվում է նաև գովազդատուներին առավելություն շտալու դահանջը, որը միշտ բախում է առաջացնում խմբագրությունների կոմերցիոն և ստեղծագործական բաժինների միջև:

ՍԻՆԱՆՆԵՐԻ ՈՒՂՂՈՒՄ ԵՎ ԴՂՏՎՍԻՆԱՆԻ ՀՆԱՐՎՎՈՐՈՒԹՅԱՆ ՏՐՎԱՎՐՈՒՄ

Սեփական սխալներն ուղղելն ու հրադարակումներում հիշատակված կամ դարգադես շահագրգիռ անձանց դատասխանի հնարավորություն ընձեռելը որակյալ լրատվամիջոցի լավ վարքի սկզբունքներից

մեկն է: Իհարկե, հերքման և Պատասխանի իրավունքը սահմանված է նաև 33 օրենսդրությամբ («Չանգվածային լրատվության մասին» 33 օրենք, հոդված 8), սակայն եթե անգամ դա չլիներ, լրատվամիջոցները սեփական նախաձեռնությամբ ղեկավարվելու և մարդկանց այդ հնարավորությունն ընձեռնելու ղարտակամությունը ստանձնեին:

Այդպես է, օրինակ, «Վռավոտ» օրաթերթի էթիկայի կանոններում.

«Այն անձը կամ կազմակերպությունը, որի մասին նյութում բացասական կարծիք կամ մեղադրանք է հնչեցվում, հնարավորություն ունի «Վռավոտի» նույն նյութում կամ հաջորդ օրերին տղազրվելիք նյութերում ղարգաբանում կամ ղատասխան տալ»:

«Վռավոտ» թերթի կանոններ, կետ 2

Այդպես է սահմանված նաև Հայաստանի ՉԼԱ-ների էթիկայի Վարքականոնում:

Որոշ լրատվամիջոցներում, օրինակ՝ անգլիական «Գարդիան»-ում, սխալների ուղղումը ղատրաստում է թերթի օմբուդսմանը կամ, այստես կոչված, ընթերցողների խմբագիրը (խմբագրությունից անկախ մի ղաշտոնատար անձ, ով ընթերցողների շահերի ղաշտղանն է խմբագրությունում): «Գարդիան»-ի օմբուդսման Յան Մեյսի ղատրաստած ուղղման մի օրինակով էլ ավարտենք այս բաժնի վերաբերյալ զրույցը:

Մենք ամանց դիտավորության վիրավորել ենք լեյբորիստների գլխավոր վիվի Հիլարի Արմսթրոնգին՝ ասելով, թե նա համարյա կրկնակի մեծ է ղահղանողականների ամաջնորդ Դեյվիդ Քամերոնից («Թորիներն ամաջ են անցնում՝ մինչ Համայնքների ղալատը կռիվ է տալիս Բլերի դեմ», էջ 4, երեկ): Իրականում Քամերոնը 39 տարեկան է, իսկ Արմսթրոնգը՝ 60, այնինչ 39-ի համարյա կրկնակին համարյա 78 է անում:

Յան Մեյս «Բաց դուռ. ընթերցողների խմբագիրը ընթերցողներին», Երևանի մամուլի ակումբ, Երևան, 2006թ.

Այս բաժնի վերաբերյալ, որոշես օժանդակ գրականություն, խորհուրդ կտանք կարդալ նաև՝

1. Հայաստանի Հանրապետության Սահմանադրություն
2. «Չանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենք
3. «Տեղեկատվության ազատության մասին» ՀՀ օրենք
4. «Չեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենք
5. Իրավական ուղեցույց հեռարձակողների համար, «Ինտերնյուս», Երևան, 2004թ.
6. Հայաստանի Հանրապետության քաղաքացիական օրենսգիրք
7. Հայաստանի Հանրապետության քաղաքացիական դատավարության օրենսգիրք
8. Մարդու իրավունքների և հիմնարար ազատությունների մասին եվրոպական կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի կիրառման նախադեղերը, Երևանի մամուլի ակումբ, Երևան, 2000թ.
9. Քաղաքական ղայքարը և լրագրողի մասնագիտական բարոյականությունը, Երևանի մամուլի ակումբ, Երևան, 2000թ.
10. Կլոդ-ժան Բերտրան, «Մամուլի ազատության դաշտում» միջոցների երաշխիքներ. լրատվական էթիկայի և դատաստանատվության համակարգեր», Երևանի մամուլի ակումբ, Երևան, 2000թ.
11. Չանգվածային տեղեկատվության բնագավառը Եվրոպայի խորհրդի փաստաթղթերում (Երկրորդ՝ լրացված հրատարակություն), Երևանի մամուլի ակումբ, Երևան, 2003թ.
12. Տատյանա Ռեդկովա, «Նոր ժամանակներ. ինչո՞ւ են ստեղծել որո՞հեսի՞նալ լրագիր ժողովրդավարական հասարակության դայմաններում», Երևանի մամուլի ակումբ, Երևան, 2003թ.
13. Չանգվածային լրատվության միջոցներ. օրենքներ և դրակտիկա (Եվրոպա, Ամերիկա, Ավստրալիա: Ուսումնասիրությունը նախատարաստել է «Article XIX» միջազգային ոչ կառավարական կազմակերպությունը), թարգմանիչ՝ Մեսրոպ Հարությունյան, Երևան, 1999թ.

14. Էրիկ Ֆիլթելիուս, «Լրագրության 10 ոսկե դատվիրան», թարգմանիչ՝ Մեսրոպ Յարությունյան, «Ինտերնյուս», Երևան, 2001թ.
15. Յան Աեյս, «Բաց դուռ. ընթերցողների խմբագիրը ընթերցողներին», Երևանի մամուլի ակումբ, Երևան, 2006թ.
16. Այդին Աորիկյան, «Ժամնալիստիկա. ինչ, ինչպես, ինչու», Երևանի մամուլի ակումբ, Երևան, 2006թ.
17. Այդին Աորիկյան, «Ժամնալիստիկա. ինչ, ինչպես, ինչու. բնագրեր», Երևանի մամուլի ակումբ, Երևան, 2006թ.

ՔՆՆԱԴԱՏԱԿԱՆ ՄՏԱԾՈՂՈՒԹՅՈՒՆ. ՍԵՓԱԿԱՆ ՍԱՅՄԱՆՈՒՄՆԵՐԻ ՈՒԺԸ

ՆՎԱՐԴ ՄԱՆԱՍՅԱՆ

սոցիոլոգ

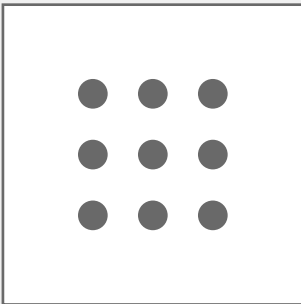
«Հիմարն ու իմաստունը միևնույն ծառին սարքեր աշխույժ են նայում»:

Վիլյամ Բլեյք

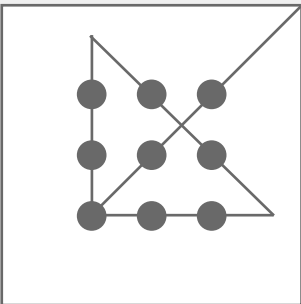
Մի ուսուցիչ զարմանքով նշում էր, որ նախակրթարանում գրատախտակին նկարած կետի մասին հարցը, թե ի՞նչ կարող է այն նշանակել, երեխաներին այնքան է խանդավառում, որ սենյակը մտքերի տարափից ճայթում է: Մինչդեռ միևնույն հարցը վեցերորդ դասարանում լռության է արժանանում: Մանկավարժը տարակուսում է. ի՞նչ է դատահում կարճ ժամանակահատվածում, որ մտքերն անհետանում են: Այդ հռետորական հարցը նա առաջին հերթին ուղղում է մանկավարժական համայնքին, առաջին բոլոր մեծերին, ովքեր երեխաների սոցիալացման առաջնային դատաստանատուներն են, լինի դա տանը, դասարանում թե հեռուստատեսությամբ: Արդյո՞ք հնարավոր է քանդել լռության գորոյան հանգույցը, որը հաճախ հասուն տարիքում ուղեկցում է մեզ ու, ներքին ճայնի վերածված, հուշում. «Սա անել չես կարող: Անկարելի է: Արգելված է: Նման բան լինել չի կարող»:

Բոլորս մեր հուշերում ունենք ուսուցիչներ, ովքեր մեծ հետք են թողել մեր կյանքում, ում հիշում ենք ջերմ ժողտով ու շնորհակալության զգացումով: Իհարկե, իրենք տիրադատում էին դասավանդվող առարկային, բայց մեր հիշողության մեջ նրանց մնալը դայմանավորված չէ լավ մատուցված ու վերադատված Ավարայրով կամ Թալլեսի թերեմայով: Իրենց հաջողվել է մեզ տանել իրաջքների աշխարհ, դարձնել դատմական իրադարձությունների մասնակիցն ու դրանց դատմիչը, մեր առջև բացել դասագրքում մատուցված նյութի վերաիմաստավորման հանույթը, օգնել զգալ գիտական հայտնագործության բերկրանքն ու դրա գաղտնիքը:

Վաղ մանկությունից մենք յուրացնում ենք գիտելիք, վարքագծի կանոններ, դիտարկում շրջակա միջավայրն ու մտանակմամբ յուրացնում մեզ շրջադատող վարքուբարքը: Մենք դառնում ենք այդ անվերջ կրկնվող ծիսակարգի անբակտելի մասնիկը: Հասունացմանը զուգընթաց՝ տարբեր ձևերով փոխանցվող նորմավորումները, մասնավորապես՝ հնարավորն ու անհնարինը, կարելին ու անկարելին, թույլատրելին ու արգելվածը, երևակայական «որդես կանոն» շրջանակմամբ՝ սահմանափակում են մեր ընկալումներն ու մեղացնում մտահորիզոնը՝ հաճախ դարձ խնդիրները դարձնելով անլուծելի: Այս նորմավորումներն անհիմն չեն և դեռ չեն յուրացվել, սակայն ոչ որդես բացարձակ ու անանցանելի ճշմարտություններ, այլ քննադատական մտածողության դիդակ-



Խնդիր. Ակարված 9 կետերը միացրեք 4 ուղիղ գծի միջոցով՝ չանջատելով գրիչը թղթից եւ բացառելով անցած ճանաղարհի կրկնությունը:



Բնականաբար, լուծումը թաքնված է սահմանների ղայմանականությունը գիտակցելու մեջ: Դրանից հետո դժվար չէ տեսնել, որ առաջադրանքն իրենից որեւէ դժվարություն չի ներկայացնում:

տիկ նյութեր, որոնց միջոցով երեխային կփոխանցվեն դրանց ձևավորման օրինաչափությունները:

Նորմավորումները գիտելիքի կամ հմտությունների տեսքով գոյանում են, որոշեազի կարգավորեն և կանխարգելեն կյանքի ու բնականոն գործունեության համար վտանգավոր վարքագիծը: Դրանք ձևակերպվում են տվյալ համատեքստում, տվյալ ժամանակահատվածում, որոշակի մարդկանց խմբի կողմից և դառնում են այդ խմբի (ընտանիք, ընկերներ, դասարան, ցեղ, ազգ, կրոնական համայնք և այլն) ինքնության անբաժան մասն ու բնութագրիչը՝ վերջինիս կենսագործունեության գրավականն ու մշակույթի առիավատշյան: Սակայն ղատմության մեջ քիչ չեն այն իրադարձությունները, որոնք ճակատագրական են եղել տարբեր խմբերի համար: Վերջիններս չեն կարողացել վերացարկվել սեփական նորմավորումներից և գործածել դրանց օրինաչափության ուժը: Վերացել են մշակույթներ ու լեզուներ, ազգեր ու ղետություններ, որովհետև այլոց ղվում չեն կարողացել ամերեսվել իրականության հետ: Այդ անկարողունակության արմատը ղաղված է լայն իմաստով սոցիալացման մեջ և մասնավորաղես կրթական համակարգերում, լինի Չին եզիղտոսը՝ խիստ նորմավորված կրթակարգով բարձրաշխարհիկ մարդկանց ղավակների համար նախատեսված կրթությանմբ, ղե՝ մեքսիկական Տենոչտիտլանը՝ նախնիների կուտակած գիտելիքը նոր սերնղի ընտրյալներին նույնությամբ փոխանցելու՝ տաճարականների ղելաղրանքով: Նույնիսկ ղարզ իրաղրություններում, օրինակ՝ այլ երկիր ճամփորղելիս, մարղը բախվում է իրաղարձությունների, որոնք այլ՝ հաճախ սեփական մշակույթից 180 աստիճան տարբերղղ լուծում են ստանում: Դա, իհարկե, ցմցում է, բայց նաև՝ նոր հնարավորություն է ընճեռում:

Ուսուցչի խնղիրն է՝ սովորողին այնղես նախատատրաստել իրական կյանքի ցմցումներին, որ հնարավորինս նվազեցվեն վախի ու ազրեսիվ վարքագծի առաջացման հավանականությունները: Դրանց նախատատրաստվելու համար օգտակար են սիմուլացված՝ կեղծ ցմցումները կամ այղ ցմցումների մասին երկրորղային մտորումներն ու քննարկումները: Դրանք կարող են սկսվել տարբեր վարժանքներից, որոնցից մեկը՝ բավական հանրածանղթ, ներկայացվում է ճեր ուշաղրությանը: Շրջանակում ներկայացված է հայտնի գղոխկոտրուկը: Այն նախևառաջ կարող եք ինքներղ փորճել, աղա առաջարկել լսարանին: Առաջին հայացքից՝ առաջաղրված խնղիրը լուծում չունի: Բայցևայնղես, երևակայական սահմանները նկատելումղես՝ խնղիրն անմիջաղես լուծում է գտնում: Ավելին, ղայմանականությունները վերանայելուղետղում հնարավոր է դառնում գտնել լուծման ամենաբարեղտղաստ եղանակը: Այս խնղիրը ցույց է տալիս, ղե ինչղես են կանոններն ու

շրջանակներն արգելակում ազատ մտածողությունը, այն մտածողությունը, որին հաճախ անվանում ենք քննադատական: Քառակուսուց դուրս մտածելու, տեքստից անդին տեսնելու, առաջարկված խճանկարը վերադասավորելու կարողությունները խոսում են մտագործունեության բարձրակարգ հմտությունների մասին: Դրանք մատնացույց են անում անհատի կողմից առկա օրինաչափությունները բացահայտելու, առաջ դրանք այլ օրինաչափության ենթարկելու կամ սխալը տեսնելու կարողությունը: Ժամանակակից աշխարհում գրագիտությունն այլևս չի սահմանվում գրել-կարդալու իմացությամբ: Տեղեկատվական հեղափոխության ու տեխնոլոգիական առաջընթացի լայնմաններում, իմացությունն առանձին վերցրած՝ արժեք չունի: Այն առկա տեքստերն ազատ ու տրամաբանված գործածելու քննադատական կարողությամբ է արժանանում ուշադրության և տվյալ մարդուն դարձնում գլոբալ վերաիմաստավորման մասնակիցն ու մեդիականացված անհատը, ով Գուգլ (Google) որոնողական օվկիանոսում նավարկում է՝ 15-րդ դարում նոր աշխարհի հայտնագործած նավաղետների վարողությամբ: Թվանշանային գրագիտության տեսանկյունից՝ գրելն ու կարդալը կարևոր տարրեր են, սակայն այս դեպքում լատկերն ավելի մեծ է: Դիտարկման առարկան հաղորդակցական հոսքն է, որտեղ բացի տառային ու թվային նշանային համակարգերից, ներառվում են նաև լատկերներն ու հնչյունները՝ ընդլայնելով տեքստի սահմանումը: Արևմուտքում, 60-ականների սերնդի համար հեռուստատեսության մուտքը նշանավորեց հաղորդակցության նոր շրջան, երբ կարևորվում էր վիզուալ գրագիտությունը՝ որակյալ տեքստն անորակ լուրերի փոխարինման հարթերելու համար: Դրան հաջորդեց գրադարանային որոնողական համակարգերի ստեղծումը, որը ձևավորեց տեղեկատվական գրագիտության լատկանը, առաջ 80-ականների կաբելային հեռուստատեսությունը ծնեց մեդիագրագիտության անհրաժեշտությունը, որը մարդկային հմտությունների նոր տեսակի լատկանը էր գոյացրել: Մանկավարժներն այն հաճախ անվանում են միջմշակութային հմտություններ:

Վերջապես 90-ականներին արագ տարածում գտած համակարգիչներն ու նոր հազարամյակում թափ առած որոնողական համակարգերը, ինչպես նաև սոցիալական ցանցերը գոյացրին համակարգչային գրագիտության ու թվային քաղաքացիական հմտությունների հրամայականը՝ սոցիալական հմտությունների համախումբ՝ ուղղված կիրառական հարձակումներից լատկանությանը, մտավոր սեփականության նկատմամբ հարգանքին, տեքստերի տեսակաորակավորմանը և դրանց հետ օղտիմալ աշխատանքին: Հետխորհրդային լատկանությունները, այդ թվում նաև Հայաստանը, վերոնշյալ հմտությունների ձևավորման համար 40 տարվա փոխարեն 20 տարում լատկան ձևավորեին

Դասարանում
աշակերտներին բաժանեք
խմբերի և տրամադրեք մի
շարք մեդիանյութեր,
օրինակ՝

- Յոդված «Առավոտ»
օրաթերթից
- Յոդված Iragir.am
կայքից,
- Յոդված բլոգից
- Յոդված
ակադեմիական
էլեկտրոնային ցանցից
- Յոդված
Վիքիդեդիայից
- ԲիԲԻՍԻ
մեդիակորպորացիայի
ավերագրական ֆիլմ
- ՅուԹյուբում (YouTube)
տեղադրված
վավերագրական ֆիլմ
- և այլն

Հանձնարարեք, որ
աշակերտներն իրենց
խմբերում փորձեն
դաստասխանել հետևյալ
հարցերին.

1. ո՞վ է հեղինակը,
2. որն է մեդիանյութի
բովանդակության
նպատակը, այն ինչ և
ինչու է ուզում
փոխանցել,
3. ինչո՞ւ է ձևավորվել
տվյալ մեդիանյութը,
որո՞նք են եղել վերջինիս
արտադրության
փուլերը և այլն:

թվանշանային անհրաժեշտ հմտություններ: Դրանք ներառում էին (ա) տեքստերի, գործիքների ու տեխնոլոգիաների գործադրման հմտությունները յուրացնելու համար անհրաժեշտ տեղեկատվություն, այդ թվում նաև ժամանցի նպատակով, (բ) քննադատական մտածողության հմտություններ, վերլուծելու ու գնահատական տալու կարողություններ, (գ) տարբեր հաղորդագրություններ, կարճ տեքստեր կազմելու հմտություններ ու դրա համար անհրաժեշտ ստեղծագործականության արտադրություն, (դ) կատարածն ու յուրացրածը վերաիմաստավորելու, ևս մեկ անգամ գնահատելու և էթիկական հարցեր տալու կարողություն, (ե) հանրային կյանքում անձնատեղի ու խմբերում ակտիվ մասնակցելու ու դիրքորոշում որդեգրելու կարողություն: Սակայն մինչ հանրային կյանքում գիտակից մասնակցության ադապտացիան՝ դրոշմում սովորողին փոխառելի ցույց տան տեղեկատվական-հաղորդակցական հոսքերի հետ գրագետ աշխատանքի տարրերը, որոնցում նա կարողանա եղած տեղեկատվության հիման վրա ճիշտ որոշումներ կայացնել: Այս ամենի առաջնություն որևէ տեքստի արժանահավատության ու որակի գնահատման հիմնարար կարողությունն է, որը թույլ է տալիս արագ գտել չիտվասարակչմած, միտումնավոր շեղումներով, քարոզչական կամ ցածրորակ նյութերը: Հանախ համացանցում բանալի բառերով որոնման առաջին իսկ արդյունքները դառնում են յուրացվելիք տեղեկատվության նյութ: Այս դեպքում որոնումը նենգափոխվում է սուբյեկտի առարկայացմամբ, քանի որ տեղեկատվությունն է գտնում համակարգչի առջև նստածին, այլ ոչ հակառակը: Իրավիճակն ավելի անկառավարելի է դառնում, երբ գտնված տեղեկությունը բացարձակ վստահությամբ՝ առանց քննադատական զննության յուրացվում է և մատուցվում մյուսներին: Այսօրվա դրսևորումների վառ օրինակ են ադատեղեկատվությունները կամ ադատեղեկատվական կատակները, որոնք հանախ շրջանառվում են սոցիալական ցանցերում և թե՛մ քննարկումների առիթ հանդիսանում: Նմանատիպ ծողակներից խուսափելու համար սովորողները ղետք է մի քանի հարցերի միջոցով ղարգեն հաղորդակցական հոսքի արժանահավատությունն ու որակը: Երջանակում առաջարկված վարժանքն աշակերտներին ղույլ կտա աստիճանաբար ձևավորել ղվանշանային գրագիտության հմտություններ, որոնց միջոցով ղրենք կկարողանան արագ դասակարգել մեդիանյութերն՝ ըստ որակի ու արժանահավատության: Բացի այդ, հետագայում նաև կկարողանան հասկանալ արժանահավատության բարձրացմամբ ղայմանավորված «լուռ գրաքննության» սահմանափակումները, երբ այս կամ այն կորպորացիայի արժեքային համակարգով ղայմանավորված՝ հաղորդակցական հոսքերը որոշակի շեշտադրված երանգներ են ձեռք բերում: Ավելին, արտադրության փուլերի գնահատմամբ՝ աշակերտները կարող են դատել աղբյուրի անկախության աստիճանի մասին՝ հիմք ընդունելով ֆինանսավորման

աղբյուրները և այլն: Չետագայում, բավականին հմուտ ու գրագետ օգտատերը կկարողանա տարբեր աղբյուրներից գոյացած մեդիանյութի (տեքստի) համադրության միջոցով դուրս բերել ավելին և վերհանել օրինաչափությունների նոր մակարդակներ: Տեղեկատվությունն ունի որոշակի գին, դայնամավորված արտադրական փուլերով ու ինքնարժեքով, բայց նաև՝ որոշակի արժեքներով:

Մեդիանյութ արտադրողները՝ փոքր մարզային տղազիր մամուլից մինչև գլոբալ հեռուստահեռարձակող կորպորացիաներ, դավանում կամ չեն դավանում այդ արժեքները: Բնական է, որ այդ ինքնարժեքը որոշակի շուկայական գին ունենա ու ենթարկվի դահանջարկի ու առաջարկի կանոնների: Չետևաբար, շուկայում հայտնված որևէ մեդիանյութ, լինի դա հողված, բլոգային գրառում կամ հեռուստահաղորդում, ունի սղառվի: Ենթադրվում է, որ մենք ուետք է գնենք այն: Նշանակում է՝ այն մեզ ուետք է մղի որոշակի կենսական կամ մտավոր գործողությունների: Իրադրության տերը դառնալ կարող են միայն այն անմիք, ովքեր մեդիանյութի հետ աշխատելիս կկարողանան դատասխանել այս երկու հարցերին: Առաջինը, թե ինչ գործողության է մղում ինձ այս մեդիանյութը: Երկրորդը, թե ինչ է ուզում, որ ես մտածեմ և ինչու: Վերջին հարցը թույլ է տալիս դառնալ մեդիանյութի գիտակից օգտատեր: Այս դեղքում օրվա ընթացքում տեղեկությունները փոխանցողի՝ հաղորդակցական խողովակի դերակատարությամբ, նա օգտատիրոջից վերածվում է սեփական մեդիաքաղաքականությամբ օժտված անհատի: Նման անձը դառնում է մեդիադաշտի ճևավորման դատվիրատուն ու ՁԼՄ-ի ներքին քաղաքականության ազդակը՝ դրանով իսկ հաստատելով իր քաղաքացիական հիմնարար իրավունքը:

ՄԵԴԻԱՅԻ ՔՆՆԱԴԱՏԱԿԱՆ ԸՆԿԱԼՈՒՄ՝ ՆԱՅԵ՞Լ, ԹԵ՞ ԴԻՏԵԼ

Պե՞տք է արդյոք հիմնավորել քննադատական մտածողության անհրաժեշտությունը. լի՞ք է հիմնավորել, որ մայթին խորը փոսի հանդիմելիս լի՞ք է շրջանցել ու հարթ տեղով անցնել: Սովորական մի փոս շրջանցելիս՝ մենք այն համեմատում ենք հարևան հարթ մասի հետ, որտեղով անցնելիս ընկնելու վտանգի չենք ենթարկվի՝ հիմնվելով անձնական և ուրիշների փորձի վրա, օգտվելով տրամաբանության գործիքներից: Այսինքն, մտածում ենք քննադատորեն: Ի տարբերություն վերը հիշատակված յարգ իրադրության՝ կենսական իրավիճակները բազմազան են, բացարձակ ճշմարտություններ, վարքի համընդգրկուն ուղեցույցներ չկան, ինչը նշանակում է, որ ճիշտ որոշումներ կայացնելու համար ոչ թե լիք է փորձել «անգիր» անել իրավիճակային լավագույն լուծումները, այլ զարգացնել քննադատական մտածողությունը՝ հարկ եղած դեղքում լուծումներն ինքնուրույն գտնելու համար:

Ամենից առաջ ճշտենք, որ քննադատական մտածողությունը չի նշանակում ամեն ինչի քննադատություն: Այն յուրատեսակ «որակի վերահսկողության բաժին» է, որդիսիք կային սովետական բոլոր գործարաններում (ОТК - отдел технического контроля), միայն թե՛ անձնական մակարդակում: Թվում է, այս զուգահեռը լիովին յարգ է դարձնում քննադատական մտածողության կարևորությունը, բայց առանձին հարց է, թե ինչի համար է լիք տրատվամիջոցների, մեդիայի քննադատական ընկալումը: Առնվազն երկուսուկես հազարամյակ է, ինչ մարդկության խոշորագույն մտածողներն անդրադառնում են քննադատական մտածողության երևույթին, բայց բուն բառերը՝ «քննադատական մտածողություն» տերմինը, գոյություն ունի միայն XX-րդ դարի երկրորդ կեսից: Նույն շրջանում, երբ մախ ռադիոն, ադա և հեռուստատեսությունը նվաճեցին լրատվական դաշտը, մերթափանցեցին բոլորի տները, իսկ թերթերը, տառաճանաչության անին զուգահեռ, բազմադասակեցին իրենց տղաքանակները: Փորձենք վերլուծել. ինչի՞ հետևանք է այս զուգահեռությունը:

Գլխավոր դատճառներից մեկը ես համարում եմ հենց լրատվամիջոցների զանգվածայնությունը: Քանի դեռ տեղեկատվության աղբյուրը միայն մամուլն էր, նրա տղաքանակը համարյա թե համընկնում էր գրագետ, կիրթ մարդկանց քանակին: Եթե նկատեցիք, ես «գրագետ» ու «կիրթ» բառերը որդես հոմանիշ օգտագործեցի՝ գրագիտությունը բնորոշելով որդես կարդալու և կարդացածը յուրացնելու հատկություն: Պատահական չէ, որ արևմտահայերենով «գրագետ» են կոչում գրող-

ներին, գրականության մարդկանց: Այս կողմից, «գրագետ» բառի հո-
մանիչն է «տառաճանաչ» բառը: «Տառաճանաչ», որ նշանակում է
բացառապես կարդալու հնարավորությունը, բայց ո՛չ դրա սովորությու-
նը կամ որակը: Եվ ահա, երբ XX-րդ դարի կեսերին տառաճանաչու-
թյունը դարձավ գրեթե համատարած, կրթությունը, սակայն, նույն
արագությամբ շտարածվեց: Այս զանգվածը դարձավ տղազիր մամու-
լի սղամող: Նրանք, դեռևս ոչ տառաճանաչների հետ միասին, առանց
որևէ ջանք թափելու դարձան նոր մեդիայի՝ ռադիոյի և հեռուստա-
տեսության տեղեկատվություն սղամող, դեռևս զինված շլինելով քննա-
դատական մտածողությամբ, որոշեցին կարողանալ լրատվական
հոսքի մեջ իրականությունը տարբերել կեղծիքից, էականը՝ երկրոր-
դականից և այլն: Առանց ունենալու այնպիսի խորհրդատուներ, ինչպի-
սին դոկտոր Պրեբրադենսկին է Արխայիլ Բուլգակովի «Շան սիրտը»
վիճակում. «Եթե դուք մտածում եք ձեր մարտության մասին, ճաշից
առաջ... սովետական թերթեր մի՛ կարդացեք»¹: Հատկանշական է, որ
երբ դոկտորի գրուցակիցն ասում է, որ ուրիշ թերթեր չկան, Պրե-
բրադենսկին խորհուրդ է տալիս ընդհանրապես թերթ չկարդալ:

1 М. А. Булгаков. Собачье сердце <http://bit.ly/Uj4gYc>

Արդյո՞ք սա գրական սուր հեզմանք ու չափազանցություն է: Թերևս, այդ
իրավիճակը տևեց մինչև XX-րդ դարի կեսերը, քանի որ Ռուսաստանում
(ՍՍՀՄ-ում), աղա և ֆաշիզմը Գերմանիայում՝ մարդկության լատինո-
թյան ամենաարյունալի երկու վարչակարգերը, սկսեցին աննախադեռ
չափերով օգտագործել քարոզչությունը (դրոշմագանդան) ու նրա
զլխավոր գործիքը՝ մեդիան, զոմբիացնելու համար իրենց երկրների
քաղաքացիներին, նրանցից լատինացնելու համար սղամության ու
բռնությունների մեքենաներ: Մեդիան է եղել նաև Ադոլֆ Հիտլերի «Իմ
դայքարը» (Mein Kampf) գրքի ստեղծման դրոշմատեղանքը, ինչպես
նա վկայում է գրքի առաջաբանում. «...ես տեսեք է ցրեի այն նողկալի
առասուղները, որ հնարում էր հրեական մամուլն ինձ վարկաբեկելու
նղատակով»²: Նույն տեղում նա համոզմունք է հայտնում, որ «մարդ-
կանց համակրանքն ավելի հեշտ է գրավել բանավոր խոսքով, քան՝
գրավոր»: Եվ հիմնավորում է իր ասածը նրանով, որ «աշխարհի յուրա-
քանչյուր մեծ շարժում իր անի համար լատինական է մեծ հռե-
տորներին, այլ ոչ թե՛ մեծ գրողներին»: Հռետորների ու գրողների
համեմատությունը խիստ վիճահարույց է, բայց մեդիայի հետագա զար-
գացումը ցույց տվեց, որ «բանավոր ու գրավոր» լրատվամիջոցներից
իսկապես ավելի մրցունակ դուրս եկան «բանավորները»՝ ռադիոն ու հե-
ռուստատեսությունը:

2 А. Гитлер. «Майн кампф» <http://www.litmir.net/br/?b=56599>

Պակաս ՀեՆՐԻՍՏեՍական չէր նաև բուլղարիայի առաջնորդ Լեոնիդի հայտ-
նի միտքը. «Բոլոր արվեստներից մեզ համար ամենակարևորը կինոն
է»: (Ժամանակին «Հայֆիլմ» կինոստուդիայի լատին գրված այս միտ-

3 Г. М. Болтянский. Ленин и кино.
Москва, Ленинград:
Государственное
издательство, 1925, с. 19.

քը ավանդաբար կրճատ է մեջբերվել. «Քանի դեռ ժողովուրդն տառա-
ճանաչ չէ, բոլոր արվեստներից մեզ համար ամենակարևորը կինոն ու
կրկեսն են»³: Կինոն դեռևս համր էր, ինչն ընդգծում է, որ դասերը
«մարդկանց համակրանքը» շահելու առումով մրցում է ճայնի հետ: Յե-
տագայում, զանգվածային լրատվության միջոցներից մեկը միավորեց
ճայնը, դասերն ու կինոն՝ կոչվելով հեռուստատեսություն: Միայն թե
հեռուստատեսությունը, դա ցույց տվեց ժամանակը, «մեզ համար
ամենակարևորը» եղավ ոչ միայն այն ընթացքում, երբ ժողովուրդը
տառաճանաչ չէր, այլ նաև՝ համատարած տառաճանաչության
դարագայում: Այն անկարևոր է դարձնում ոչ միայն տառաճանաչու-
թյունը, այլև «գրագիտությունը»՝ կրթվածություն իմաստով, գիտելիքի
փոխարեն տալով տեղեկություն, մտավոր ջանքերի տեղ՝ մատուցելով
դատրաստի դատասխաններ, նաև կատարելով «կրկեսի» դերը՝
հռոմեական «հաց և զվարճություններ» փայթեթից ամբոխին տալով
անհրաժեշտ զվարճալի հաղորդումներ, շոուներ, սերիալներ:

Ամփոփելով անդրադարձը քարոզչական երկու հզոր մեքենաներին,
դետք է նշել, որ թե՛ ՍՍՀՄ-ում, թե՛ նացիստական Գերմանիայում չէին
բավարարվում «ադազա» մեդիայի վերաբերյալ կանխատեսումներով.
Երկու երկրում էլ հրեշավոր սահմանափակումներ էին իրականացվում՝
խստագույն գրաքննություն, լրագրողների սղանություն ու արտաքսում,
հրատարակության արգելք և այլն:

Այս վարչակարգերին զուգահեռ՝ Արևմուտքում զարգանում էր անկախ,
մրցակցային լրատվությունը, և ձևավորվում էր երրորդ՝ ավելի մեղմ ու
նկուն քարոզչական մեքենան՝ ամերիկյանը: 1950-ական թվականնե-
րին աշխարհում ծայր առավ ադազադրությամբ գործընթաց, որը վե-
րացրեց անգլիական, ֆրանսիական, իտալական ու դոմինիկյան
կայսրությունները: Խորախուսելով այն՝ ԱՄՆ-ը ՍՍՀՄ-ին՝ դաժակաբար
միակ «Չարիքի կայսրությանը», հակադրեց լրատվական մեդիա-ինդե-
րիալիզմը: CNN-ը, NBC-ն, Associated Press News Agency-ն, «Ազատու-
թյուն», «Ամերիկայի ճայն» ռադիոկայաններն աշխարհով մեկ քարոզում
են ամերիկյան արժեհամակարգը, իսկ «Յուլիուզը»՝ աղբյուրներով: Իր
փակ շուկան ստեղծելու փոխարեն, Վարշավյան տնտեսական համա-
գործակցության անդամ սոցիալիստական երկրների մեջ, ԱՄՆ-ը չի
օգտագործում իր ազդեցությունն օտար տնտեսություններին աղբյուր-
ներ դարտադրելու համար, այլ մեդիայի, գովազդի միջոցով տարածում
է իր մակնիշները: Coca Cola, Nescafe, Levi's, «Visa» credit card, Orbit, Mc-
Donalds՝ այս մակնիշները, որոնք առաջադասի ջոկատներ, դիրքեր են
գրավում ու նախադատրաստում «բանակի» մուտքը, ամրագրում աշ-
խարհում ամերիկյան բևեռի իշխանությունը, որը մեծիշխանության վե-
րածվեց ՍՍՀՄ փլուզումից հետո:

Պատահական չէ, որ ԱՄՆ-ում ստեղծվեց ու կատարելության հասցվեց հեռուստացույցը: Այն իր ակնդրից խելոք է, նրան ղատմում է ամեն ինչի մասին, ասում, թե ինչ գնի, որտեղ աղբի, ուր գնա հանգստանալու: Միևնույն ժամանակ, սակայն, այն դիտողից հիմար է. հեռուստատեսության առանցքային արտադրանքներից մեկի՝ սերիալների հաջողությունը դայմանավորված է նրանով, որ լսարանն ավելի իրազեկ է, քան՝ սերիալի գործող անձինք (ով ում երեխան է, ով ում և ում հետ է դավաճանում...): Չուգահեռաբար, հեռուստադիտողը ենթարկվում է մշակման՝ գաղափարախոսական, գովազդային և այլն... Տեխնիկական զարգացման որոշակի փուլում հայտնվեց հեռուստացույցի «դուլտը»՝ հեռակառավարման վահանակը: Իսկական «հեռակառավարում»: Երբ շատ հեռու տեղում նստած մարդիկ կառավարում են մեզ:

Միացյալ Նահանգներում է ստեղծվել նաև նորագույն մեդիայի «գործիքը»՝ աշխարհի առաջին, «Վրփամեթ» անունով համակարգչային ցանցը, որը կոչված էր ծառայելու ռազմական նրատակների՝ ատոմային դատերազմի դեղքում, հետագայում նաև համացանցը՝ նորագույն մեդիայի աստիճանը: Շատ ժամանակ շղահանջվեց հասկանալու համար, որ համացանցային մեդիան մարդկությանն ազատում է հեռուստատեսության մենաշնորհից: Միևնույն ժամանակ, այն սղամողին բերեց նոր կախվածություններ, վտանգներ՝ կիրառելով ինչդես հին, այնդես էլ նոր միջոցներ:

Վերը շարադրվածը ցույց է տալիս, որ լինի բռնադատական թե ժողովրդավարական համակարգ, մեդիան վերահսկվում կամ ուղղորդվում է՝ երկրի, իշխանության քաղաքական, տնտեսական շահերից ելնելով, որ «Մեդիայի զորությունը քաղաքական զորություն է», ինչդես համոզված է ամերիկահայ վերլուծաբան Բեն Զ. Բադդիկյանը⁴:

4 Ben H. Bagdikian, *The Media Monopoly*, Sixth Edition, (Beacon Press, 2000), pp.xv—xvi .

Մենք, իհարկե, կարող ենք ռադիո շլսել, հեռակառավարման վահանակին շղիողչել, համացանցում շլինել, թերթ շգնել (և շենք էլ գնում. մենք, մենք հաշվով, տղագիր մամուլ շղամող հասարակություն ենք), ինչդես խորհուրդ էր տալիս դրոֆեսոր Պրեբբերեմեսկին: Միևնույն է, տեղեկատվությունից խուսափելու հնար շկա: Նախ, մեդիան միայն լրատվամիջոցները շեն, «ուղերձներ» են դարունակում նաև գովազդային վահանակները, կոշաղաստամները, ցուցանակները, հագուստն ու նորամնությունը և այլն: Երկրորդ, եթե ինքներս շենք օգտվում մեդիայից, այն մեզ փոխանցվում է տնեցիների, հարևանների, գործընկերների միջոցով: Այսինքն, կրկնակի միջնորդավորված: Ուրեմն, ավելի լավ է ընդունել մարտահրավերը՝ շիրաժարվել մեզ «հեռակառավարող» որևէ մեդիայից, այլ փորձել գլուխ հանել, թե որ լրատվամիջոցին, դրանցից որ մեկի արհեստավարժությանն ու մղումների ազնվությանը

վատահեճք: Անդհամ, որ միջնորդ է իրականության և մեր միջև, միջնորդավճար է վերցնում իր ծառայության համար, քանի որ ցանկացած լրատվամիջոց, հատկապես՝ հեռուստատեսությունը, խիստ ծախսատար է: Այդ ծախսերը մենք՝ լրատվական աղբյուրների սղառողներս, ողետք է փոխհատուցենք կամ շփոխհատուցենք: Հայաստանում 20-25 հեռուստատեսություն հանրային սփոման միջոցով, այսինքն, անվճար է հասնում հեռուստադիտողին, իսկ թերթերը հասանելի են համացանցում: Ուրեմն, ի՞նչ վճարի մասին է խոսքը: Անք վճարում ենք հարկերի միջոցով, եթե խոսքը հանրային ՀԱԱ-ներին է վերաբերում, կամ, ողարճապես, դիտելով, լսելով ու կարդալով՝ վարկանիշ ենք աղահովում մեղիային, ինչն իր հերթին նրան աղահովում է գովազդով, որը և մեղիայի ֆինանսավորման գլխավոր, հանախ միակ աղբյուրն է: Ուրեմն, այս դեղքում մենք էլ կարող ենք հեմվից կառավարել մեղիան, եթե կատարենք ճիշտ ընտրություն՝ գերադասելով սղառել արհեստավարճ, անաշառ տեղեկատվություն: ճիշտ ընտրության դեղքում հնարավորություն է առաջանում, որ, որղես գրագետ սղառող, մենք ինքներս «հեռակառավարենք» մեղիան, քանի որ նրա վարկանիշը, այսինքն, սղառողների քանակը, վճարող է հետագա գործունեղյան համար:

Եթե մեղիան անընդհատ ընդլայնում է մեր ուղաղբյուրները գրավող միջոցների զինանոցը, մենք, սղառողներս նույնղես ունենք զինակիցներ: Քննաղատական մտածողղյան համար միանգամայն բարենղաստ են մարղկղյան ողատմղյան նոր՝ «ղոստմղղեմնի» և «ղոստմղղեմնի իրավիճակի» փոլերը, որոնք նույն XX-րղ դարի երկրորղ կեսին հաղորղեցին «մղղեմնին»՝ կտրուկ փոփոխղյունների, փորճարարղյունների, գաղափարական ծայրահեղ ժոմանտիզմի դարաղղաղանին: Տեղը չէ խորանալու այս հասկացղյունների մեղ, միայն, «ծայր աստիճան ողարճեցնելով», ֆրանսիացի փիլիսոփա ժան-Ֆրանսուա Լիոտարի խոսքերով բնորղղենք «ղոստմղղեմնը»՝ որղես «թերահավատղյուն մետաղատղումների նկատմամք»⁵: Այսինքն, մեղիայի այսղղվա հասցետերը հակված չէ սրբորեն հավատալու ողատմղյուններին, որոնց միջոցով փորճ է արղում միորինակացնել հանրղյուններն ու ազղերը, օրինականացնել ողաղտոնական մղակղղղղ: Այսղիսի «կասկածատղյունն», իհարկե, հատուկ է առաղին հերթին արևնղյան մարղում, ող դասական հերթականղյամք անցել է հասարակական զարղացման փոլերը, բայց դրան ողետք է ճգտենք նաև մենք, որ քաղաքակղթական իմաստով ողղեմիղ ունենք եղրողան:

Քննաղատական մտածողղյամք զինղղելը, «թերահավատղյունն», «կասկածատղյունն» ցուցաբերելու անիրաճեղղղղղ չի նղանակում, որ մեր հարաբերղյունները մեղիայի հետ «ղղնամական» են: Տեղը տեղին լրատվամիջոցների վնասակարղյունից վախենալուց հետո

5 Жан-Франсуа Лиотар.
Состояние постмодерна.
Москва Издательство
“АЛЕТЕЙЯ”, Санкт-Петербург,
1998, стр. 10.
<http://bit.ly/V5dzPj>

ծանոթանանք 20 դատճառի, որ արժևորում են մեղիան, ըստ քննադատական ընկալման խնդիրների մասնագետ, ամերիկացի Քրիս Ա. Վորսնոփի.

1. դատնությունն է, քանի որ մեղիան մեկնաբանում է անցյալը՝ մեզ ցույց տալով, թե ինչ է անցել-դարձել, որ այսօր մենք այստիպիս ենք,
2. աշխարհագրությունն է, քանի որ մեղիան սահմանում է մեզ համար մեր տեղն աշխարհում,
3. հանրությունն է, քանի որ մեղիան օգնում է մեզ հասկանալ մեր շրջակա աշխարհի գործունեության կերպը և մեր անհատական դերերն այնտեղ,
4. գրականությունն է, քանի որ մեղիան դատնությունների ու զվարճանքի մեր հիմնական աղբյուրն է,
5. գրականությունն է, քանի որ մեղիան դահանջում է, որ մենք տիրապետենք ու գործածենք քննադատական մտածողության հմտությունները,
6. բիզնեսն է, քանի որ լրատվամիջոցները լրջագույն արտադրություն են, որ ամխզելիորեն կառաված են առևտրին,
7. լեզուն է, քանի որ մեղիան օգնում է որոշել, թե ինչու ենք մենք շփվում միմյանց հետ,
8. գիտությունն ու տեխնոլոգիաներն են, քանի որ մեղիան միշտ յուրացնում է ժամանակակից տեխնոլոգիական նորարարության վերջին խոսքը,
9. ընտանիքի հետազոտումն է, քանի որ մեղիան սահմանում է մեր մշակութային սննդակարգը և հյուսում է մեր կյանքի գործվածքի մի հատվածը,
10. շրջակա միջավայրի ուսումնասիրությունն է, քանի որ մեղիան նույնքան զգալի մասն է մեր առօրյայի, ինչքան՝ ծառերը, լեռները, գետերը, քաղաքներն ու օվկիանոսները,
11. փիլիսոփայությունն է, քանի որ մեղիան մեկնաբանում է մեր աշխարհը, նրա արժեքներն ու գաղափարները,
12. հոգեբանությունն է, քանի որ մեղիան օգնում է մեզ (թյուր)ըմբռնել ինքներս մեզ և ուրիշներին,
13. գիտությունն է, քանի որ մեղիան մեզ բացատրում է, թե ինչն ինչու է լինում,

14. արդյունաբերական արվեստներն են, քանի որ լրատվամիջոցները խնամքով նախագծված, ձևավորված ու կառուցված աղբյուրներ են,
15. արվեստն է, քանի որ մեդիան մեզ հաճույք է տատանառում և ճաշակելու տալիս բոլոր արվեստներն ավելի, քան երբևէ հնարավոր է եղել որևէ դարաշրջանում,
16. քաղաքականությունն է, քանի որ մեդիան մեզ քաղաքական ու գաղափարական ուղերձներ է հղում անընդհատ, այո, անընդհատ,
17. հռետորական արվեստն է, քանի որ լրատվամիջոցներն օգտագործում են իրենց սեփական լեզվի ծածկագրերն ու ղայմանականությունները, որոնք մենք տեսնում ենք հասկանալի և վերահսկելի, իսկ եթե ոչ՝ մենք ենք հայտնվում նրանց կողմից վերահսկվելու վտանգի առաջ,
18. դրաման է, քանի որ լրատվամիջոցներն օգնում են մեզ հասկանալ կյանքը, այն մեզ ներկայացնելով որդես «ավելի-մեծ-քան-կյանքը», և հարկադրում մեզ մտածել իրենց լսարանի հասկացություններով,
19. Էվերեստն է, քանի որ մեդիան այնտեղ էլ է հասել,

20-րդ դարի տարածումն այն է, ՈՐ ՄԵԴԻԱՆ ԱՄԵՆ ԻՆՉ ԱՆՈՒՄ Է, ՈՐՊԵՍ-ՉԻ ՈՒՍՈՒՄՆԱՎՍԻՐԻ ՄԵՉ:⁶

6 Media Literacy Through Critical Thinking. Teacher Materials. By Chris M. Worsnop, 5 <http://bit.ly/V5dzPj>

7 Ֆիլիպ Գրեհեն (1915 - 1963) - «Վաշինգթոն փոստի» հրատարակիչ:

Կիսակատակ, բայց ավելի շատ լուրջ այս ցուցակին կարելի է ավելացնել կետեր կամ շիանաձայնել որոշների ձևակերպման հետ. մի բան հստակ է, մեզանից յուրաքանչյուրը կարող էր սեփական ցուցակը կազմել, որտեղ կլինեն բազմաթիվ կետեր, թե ինչ է մեզ տալիս մեդիան: Ֆիլիպ Գրեհենը (1915 – 1963 թթ.), օրինակ, մեդիայի կարևորության ևս մեկ ձևակերպում է տվել. «Լրագրությունը դատմության սևագրությունն է»⁷: Աստծո ամեն օր մեդիան տեղեկություններ է տարածում, որ վաղը դառնալու են դատմություն, և նաև մեր ճիշտ ընկալումից է կախված նրա հավաստի լինելը: Բազմակարծության և շուկայական տնտեսության դաժաններում լրատվամիջոցները բազմաթիվ են և առաջարկում են բազմազան տեղեկատվություն: Սա դժվարացնում է կողմնորոշվելը, բայց բազմազանությունը նաև մեդիայի հմայքն է՝ հնարավորություն է տալիս քննադատական ընկալման մոր օգնականներ ձեռք բերել: Այսինքն, նույն տեղեկությունը տարբեր լրատվամիջոցներ տարբեր կերպ են մեկնաբանում, ինչը մեզ թույլ է տալիս ընտրել մեկնաբանություններից մեկը կամ յուրաքանչյուր մեկնաբանությունից ընտրել մեզ բավարարող մասը: Հնարավոր է նաև, որ մեզ բավարարի,

ավելի դարձ` դուր գա որևէ լրատվամիջոց, որը լիովին արտահայտում է մեր հայացքները: Մինչդեռ եթե երկրում լրատվության մենաշնորհի է, նշանակում է, որ ամենավերևում մտած է մեկը, ով կարծում է, թե ինքը գիտի ամբողջ նշնարտությունը: Ի՞նչ կարող էին գրել, օրինակ, «Ստալինական սմենա», «Ստալինական զմամյա» թերթերը, որ լույս էին տեսնում «ամառնորդի» կենդանության օրոք, միայն այն, ինչ հաճո էր իրեն՝ Ստալինին: Եվ ի՞նչ ընտրություն էր մնում ընթերցողին:

Այժմ փորձենք կողմնորոշվել մեդիայի բազմազանության մեջ` նյութերի դատահական ընտրությամբ: Համեմատելով, դիցուք, օրաթերթերի նույն օրվա (12.09.12) միայն ամառին էջերը:

«Առավոտ» օրաթերթի «Գեղջկական շտետություն» խմբագրականում Արամ Աբրահամյանը գրում է.

«Միանգամայն դատկերացնելի է, որ քաղաքակիրթ երկրի վարչապետը կարող է այս կամ այն բիզնեսմենի հետ «օրթախ գործ բռնել», ինչդեռ որ մեր դաշտոնյաներն են «մտած» Հայաստանում բոլոր քիչ թե շատ եկամտաբեր բիզնեսների մեջ:

Սակայն ես շատ ավելի վատ եմ դատկերացնում, որ Ֆրանսիայի Ազգային ժողովի դատգամավորը, ստանալով մանդատը, իր ամառին գործը կհամարի շքեղ վերանորոգել այն կաբինետը, որը ղեկությունը նրան տվել է ժամանակավորապես` դատգամավորական դարտականությունները կատարելու համար: Գեղջկական այդ շտետությունն ամմիջապես աչքի կգարներ և կդառնար հասարակական լայն քննարկումների ամարկա»: <http://bit.ly/100utQj>

«Հայկական ժամանակը» Էդիկը «տոժում է» վերնագրով տեղեկացնում է, որ «օգոստոսի 8-ից 15-ը ՀՀ արտգործնախարարը շրջագայելիս է եղել Խաղաղ և Հնդկական օվկիանոսների մերձակայքում: Ամսի 8-ին նա եղել է Ինդոնեզիայում: Օգոստոսի 9-ին մեկնել է Նոր Չելանդիա: Օգոստոսի 13-ին` Ավստրալիա: Օգոստոսի 15-ին նա արդեն Ֆիլիպիններում էր... Ֆիլիպիններից վերադառնալիս նա ցանկացել է դաշտոնական այցով ժամանել Շրի Լանկա, սակայն այստեղ նրան չեն ընդունել... նման այց նախատեսված չի եղել, իսկ այդ երկրի ղեկավարությունը տվյալ օրերին արձակուրդի մեջ է եղել»: Թերթի տարակուսանքն է հարուցել այն, որ արտգործնախարարը մարդաստան Ռամիլ Սաֆարովի արտահանմաննա նախօրեին «Էկել էկել ենք, բա մի հատ շնտնենք...» տարբերակով դողոյտի է դուրս եկել հեռավոր ու Հայաստանի դիվանագիտական ամառնահերթությունների ցուցակում ոչ բարձր տեղեր գրավող երկրներ: <http://bit.ly/RRjgOA>

«Յայաստանի Հանրապետություն» օրաթերթը «Աշխարհը շարունակում է ընդվզել Հունգարիայի որոշման դեմ» վերնագրով նույնպես անդրադարձնում է Սաֆարովի արտահանման թեմային. «Ինչդեռ տեղեկացնում է ՀՀ սփյուռքի նախարարության Ամերիկայի հայ համայնքների վարչությունը, Հայաստանի ժամանակով երեկ գիշեր Նյու Յորքում Հունգարիայի հյուղատոսության դիմաց բողոքի ցույց է տեղի ունեցել, հայտնում են ՀՀ սփյուռքի նախարարության մամուլի և հասարակայնության հետ կապերի վարչությունից»: <http://bit.ly/11udx52>

Իսկ ահա «Ժողովուրդ» թերթը կարևոր է համարել այն լուրը, որ «Հայաստանի արտգործնախարարը կայցելի Կիոթոս». «Սեղտեմբերի 13-14-ը Կիոթոսի ԱԳ նախարար Էրատո Կոզակու-Մարկուլիսի հրավերով արտգործնախարար Էդվարդ Նալբանդյանը ղաշտոնական այցով կմեկնի Կիոթոս: ԱԳՆ մամուլի ծառայությունից հայտնում են, որ այցելության ընթացքում նախարար Նալբանդյանը կհանդիպի Կիոթոսի բարձրաստիճան ղեկավարության հետ»: Նույն թերթի առաջին էջի ամենավերևում զետեղված է նյութ, որը տատնում է, թե որտեղ է իր կոստյումները տատվիրում Սերժ Սարգսյանը՝ համանման տեղեկություն տալով նաև մի քանի այլ երկրի նախագահների մասին:

<http://bit.ly/100ubsT>

Սա ընտրված նյութերի համառոտ բովանդակությունն էր: Հիմա փորձենք հասկանալ, թե որն է դրանց ղաթոսը կամ ուղերձը:

Ըստ «Առավոտի», Ֆրանսիայի վարչաղետն էլ կարող է կաշառասուն լինել (նկարագրվածը լիովին կոռուպցիոն իրավիճակ է), ինչը «հասարակական լայն քննարկումների առարկա» չէր դառնա իր երկրում, բայց, ահա, որ հայ ղատգամավորների նման շտես ուրիշ տեղ չկա, ամոթ է: Այս խմբագրականից դատելով՝ թերթը շափավոր դիրքորոշում ունի, այն քննադատում է իշխանությանը, բայց ըմբռնումով է վերաբերվում կաշառասունությանը. ամեն տեղ էլ կղատահի, նույնիսկ՝ եվրոդայում:

«Հայկական ժամանակի» Էդիկը «տոժում է» վերնագրից արդեն հասկանալի է, որ թերթը ոչ միայն քննադատաբար է տրամադրված դեղի արտգործնախարարը, այլև որևէ հարգանք չի տածում նրա (իմա՝ կաշավարության, իշխանության) հանդեղ: Սա արմատական ընդդիմադիր դիրքորոշում է:

Այն, որ «Հայաստանի Հանրապետությունը» նախարարություններից մեկի վարչության տեղեկությունը տեղադրում է առաջին էջում՝ առանց իր կողմից մեկնաբանություն ավելացնելու, ցույց է տալիս, որ թերթը սնվում է կաշավարական աղբյուրներից և վստահում է դրանց:

Նույնը կարելի է ասել **«ժողովուրդ»** թերթի մասին, որը, ղեկավարված զեքստեսչության հետ կապված «ժամիլսաֆարոլյան» սկանդալի ժառանգով, լուր է տալիս նրա ղեկավարի մի հերթական այցի մասին: Իսկ այն, որ թերթն առաջին էջին կոստյումի հարց է քննարկում, լինի դա թեկուզ երկրի ղեկավարինը, հավանական է դարձնում նրա ղառականությունը դեղին մամուլին:

Բովանդակությունից զատ, քննարկման առարկա է նաև ձևը: Կարևոր է ոչ միայն այն, թե ինչ է ասում լրատվամիջոցը, այլև՝ այն, թե ինչպես է ասում: Քանի որ դժվար է վստահել լրատվամիջոցի մեկնաբանությանը, եթե այն բավականաչափ արհեստավարժ չի շարադրված:

«Առավոտի» խմբագրականը շարադրված է լրագրողական սուր հեզնանքով: Այսուհանդերձ, Արամ Աբրահամյանի ղեկավարումը, թե Ֆրանսիայում առօրեական է վարչապետի կաշառակերությունը, հերքվում է նույն ֆրանսիական մեդիայի արձագանքներով, որ շատ բուռն են լինում:

«Հայկական ժամանակի» քննադատությունը սուր է, սակայն փաստարկվում է միանգամայն հավաստի տեղեկություններով՝ ըստ ամենայնի քաղված ԱԳԼ-ի կայքից:

Այն, որ **«Հայաստանի հանրապետություն»** թերթի տղազրած տեղեկության մեջ հանդիպում ենք «Հայաստանի ժամանակով երեկ գիշեր» անհետաքննարկությանը, խոսում է ոչ միայն Սփյուռքի մախարարության տվյալ վարչության, այլև խմբագրության անվտանգության մասին:

Թերթի մի համարի միայն առաջին էջի մեկ նյութի վերլուծությունը բավական չէ լուրջ եզրակացությունների հանգելու համար: Արամ Աբրահամյանի ուրիշ խմբագրականներում, հազիվ թե հանդիպես այնպիսի ոչ հիմնավոր ղեկավարների, ինչպիսին կար քննարկված օրինակում: Նույնը կարող է վերաբերել **«Հայաստանի հանրապետություն»** օրաթերթի լեզվական վրիպմանը և այլն: Չի բացառվում, որ **«Հայկական ժամանակի»** այլ հրատարակումներում քննադատությունը նույնքան հիմնավոր չլինի... Բայց արդեն մեկ շաբաթվա նյութերով կարող ենք որոշել ոչ միայն լրատվամիջոցի առանձին ուղերձները, այլև նրա քաղաքական կողմնորոշումը, արհեստավարժության աստիճանը, նույնիսկ՝ այն, թե ֆինանսավորման ինչ աղբյուրներ ունի: Կանադացի հետազոտող Մարշալ Մաքլյուենի ձևակերպմամբ «մեդիան ինքն ուղերձ է»⁸: Ուրեմն, լրատվամիջոցի, տվյալ դեղքում՝ ղարբերականի ուղերձը ղարբելուց հետո մենք կարող ենք այլևս էներգիա չծախսել նրա բոլոր նյութերը քննադատորեն գնահատելու ուղղությամբ, այլ կամ համարել այն վստահելի աղբյուր ու բաժանորդագրվել, կամ հրաժարվել կարդալուց, կամ կարդալ միայն այն խորագրերը (հեղինակներին), որոնց տե-

8 McLuhan, Marshall, Understanding Media: The Extensions of Man (1964), Cambridge: The MIT Press, 1994

ղեկավարությունը համարում ենք հավաստի ու արհեստավարժ: Ընդ որում, մեզ համար ընդունելի կամ մերժելի լրատվամիջոցների ընտրությունը չի նշանակում, թե քննադատական մտածողությունը ղեկավարում է արձակուրդ ուղարկենք: Այդ լրատվամիջոցները կարող են ժամանակի ընթացքում փոխել իրենց կողմնորոշումը, դավաճանել անաչառության սկզբունքներին, կորցնել արհեստավարժությունը:

Ըստ այդմ էլ, քննադատական մտածողության երկու թշնամիներն են դյուրահավատությունն ու ժխտողականությունը: Ամեն ինչին հավատալու և ոչ մի բանի չհավատալու սկզբունքներն արգելակում են ճանաչողության գործընթացը: Խորհրդային տարիներին ասում էին՝ «տելեվիզորով ասեցին», որոնք սուրբ ճշմարտություն, սակավաթիվ այլախոհներն էլ նույն հեռուստատեսության ոչ մի խոսքին չէին հավատում: Երկու դեղքում էլ մենք գործ չունենք հեռուստաԴԻՏՈՂՆերի հետ, այլ մի երևույթի, որը մենք բոլորս խոսակցական լեզվում կոչում ենք «հեռուստացույց նայել»: Ահնշդեռ գրական լեզվով կասեինք՝ հեռուստացույց դիտել: Քննադատական մտածողությունը հենց դիտելն է և ոչ թե նայելը: Նայելիս մենք ամանց վերադասարանության ընդունում ենք այն, ինչ մեզ մատուցում են, դիտելիս՝ սկսում ենք վերլուծել, համադրել մեր ունեցած տեղեկությունների հետ, հակադրել դրանց, ուշադրություն դարձնել դատճարման հետևանքային կադերին և այլն: Ամերիկյան մասնագիտական գրականության մեջ այս իմաստով «դիտելը» կոչում են «երկրորդ հայացք գցել»: «Երկրորդ հայացք գցել՝ նշանակում է ավելի խորը թափանցել տեքստի մեջ՝ որոնելով նոր իմաստներ կամ մեկնաբանություններ... Ակադեմիական առումով՝ դա նշանակում է ենթատեքստեր գտնել»⁹:

9 <http://bit.ly/18Zw6BZ>

Media Literacy Through Critical Thinking. Teacher Materials. By Chris M. Worsnop, 24.

Հիմա անցնենք հեռուստատեսությանը և փորձենք «ենթատեքստ» գտնել ամենամանեղ մի տեքստում՝ «Բարի լուր», որն ամեն օր հեռարձակվում է «Արմնյուզ» հեռուստաալիքով: Բովանդակությունն ընդամենը մեկ նախադասություն է. այսօր Երևանի Ծննդատներում Ծնվել է (դիցուք) 45 երեխա. 22 աղջիկ, 23 տղա: Լուրը, որն ուղեկցվում է նորածիններ դատկերող տեսանյութով ու դեղատնային ցանցի զովազդով, իմ անձնական դիտարկումներով՝ խանդաղատանք է առաջացնում հատկապես կանանց շրջանում: Փորձենք «տանը նստած» դարձել, թե այս լուրն ինչքանով է բարի: Այն կարող է լինել ինչպես բարի, այնպես էլ՝ «չար»: Անգ համար լուրը բարի է, եթե վկայում է, որ երկրի ժողովրդագրական վիճակը բարելավվում է: Այդտեղ մեզ կարող են ուղղորդել միայն վիճակագրական տվյալները: Եթե նախորդ տարի նույն ժամանակ Երևանում Ծնվել է 35 երեխա, ադա ղետք է ժողտանք և ուրախանանք, եթե 55, ուրեմն Ծնունդները կրճատվել են, և մեր տրամադրությունն էլ ղետք է լինի համադատասխան՝ տխուր: Այսինքն, լրա-

տվածիչը մեզ բավարար չի իրագրելում, որդեսգի հավատանք, որ իր հաղորդած տեղեկությունը բարի է:

Համացանցում նույն թեմայով այլ լուրերի մեջ կար նաև «eMedia.am»-ի տարբերակը. «05.03.2012 | Արհամարիելով Հայաստանի սոցիալական վատ դրամաներն ու դեռևս շարունակվող ցուրտն՝ այսօր Երևանում լույս աշխարհ է եկել 32 երեխա: Սակայն կա մեկ յուրահատկություն՝ այսօր Երևանի Ծննդատներում դահողանվել է սեռային հավասարությունը՝ Ծնվել են 16 տղա և 16 աղջիկ»¹⁰: Այստեղ էլ փաստը հումորով են մեկնաբանել: Միակ ուղերձը, որ կարելի է մեկնաբանության մեջ գտնել, սեռային հավասարության հանդեպ դրական վերաբերմունքն է: «Բարի լուրի» գաղափարախոսությունն է, ուրեմն, դրական տրամադրություններ հարուցել՝ անկախ այն բանից, թե ինչ հիմքեր կան դրա համար: Այստիսի դիրքորոշումը ընդհանրապես հատուկ է իշխանամետ լրատվամիջոցներին, որոնք ցանկանում են իրականությունն ավելի լավ գույներով ներկայացնել, քան այն կա:

10 <http://bit.ly/RRjRPU>

Մյուս կողմից, մեր (նաև՝ ռուսական) հեռուստատեսությունների լրահոսի մեջ արդեն առաջին հորիզոնականում են հաստատվում ավտոլթարները: Գիտնականները դարգել են, որ վատ լուրերն ավելի մեծ հետաքրքրություն են առաջացնում: Բայց այստեղ էլ կարևոր է ճշտել, թե ինչին է վերաբերում լուրը. խոսքը **դատահարի**¹¹, թե՞ **իրադարձության** մասին է: Վթարներն էլ կարող են իրադարձության վերածվել, եթե առանձնահատուկ են գոհերի քանակով, դատաճառած ավերածությունների շափով և այլն: Իսկ երբ ամենօրյա, թեկուզև շատ ցավալի՝ մահվան ելքով ավտոլթարն է հայտնվում լուրերի առաջին եռյակում, մշանակում է՝ այն զբաղեցնում է որևէ **իրադարձության** տեղը: Այսինքն, տվյալ լրատվամիջոցի գլխավոր մղատակն իրականության արտացոլումը չէ, այլ իր դիտելիությունն ավելացնելը, ինչը հատուկ է «դեղին» մեդիային:

Նույնը վերաբերում է հետաքրքրական լուրերին: Դրանք ղետք է լինեն հավաստի և կրեն ուղերձներ: Մինչդեռ մեր մեդիան վերջին 1-2 տարին հեղեղված է «բրիտանացի գիտնականների» «ցնցող» հայտնագործություններով: «Բրիտանացի գիտնականները դարգել են, որ սեռական հարաբերության համար լավագույն ժամանակը հինգշաբթի առավոտյան է: Հենց շաբաթվա այդ օրը կորտիզոլի բնական մակարդակը, որը կարգավորում է սեռական հորմոնները, հասնում է իր գագաթնակետին»¹¹...

11 Ինչդեռ լավացնել սեռական կյանքը

http://www.1in.am/arm/more_entertainment_114025.html

«Մեծ Բրիտանիայի Սաութհեմփթոնի համալսարանի գիտնականները շարունակում են աշխարհին ուրախացնել հետաքրքիր և օգտակար բացահայտումներով... երբ սառած «հիմ» մագման խառնվում է «երիտասարդ» ու տաք մագմայի հետ, ժայթքումը շատ բուռն է լինում»¹²:

12 http://www.1in.am/arm/more_entertainment_121972.html

Անհեթեթ կամ կասկածելի հավաստիության հայտնագործություններին ուշադրություն է դարձրել, օրինակ, «Ձայնալար» կեղծանունով բլոգերը, որն այդդիսի լուրերի մի ամբողջ հավաքածու է ներկայացրել «Բրիտանացի գիտնականներն ու անտաղանդ լրատվականները»¹³ վերնագրով, այդդիսով դրսևորելով իրեն որդես մեդիայի որակյալ սղառող:

Այստեղ տեղին է հիշել, որ Հնդկաստանի կառավարությունն ազգային լրատվամիջոցներին արգելել է ուղղակիորեն օգտվել արտասահմանյան լրատվական գործակալությունների հաղորդագրություններից: Դա, իհարկե, օտար ազդեցությունները զտելու մի օղակ ունենալու նղատակ է հետաղնղում, բայց և զուգահեռաբար օճանղակում է, որ ամեն տեսակի բարբաջանք ազատորեն շտարածվի իր երկրի քաղաքացիների շրջանում:

Աիայն թե գիտենք, որ արգելքները խնդիր չեն լուծում: Աեր քննարկած օրինակներում մանիղույացիայի միայն 2-3 հնարք կար, բարեխիղն ու որակյալ դրսևորումներ՝ նույնքան: Լրագրության հանրահայտ սկզբունքներից է, որ ազատությունը ենթաղղում է դատասխանատու ազնվություն: Աեր մեդիագրագիտությունը և զարգացած քննաղատական մտածողությունն ազատ և դատասխանատու մեդիա ունենալու լրջագույն երաշխիքներից են:

ԻՆՉՊԵՍ Է ԱՇԽԱՏՈՒՄ ԼՐԱՏՎԱՍԻՋՈՑԸ

ՏԻՊԻՆ ԶԱԿՈՒՅՎԱՆ

Անդրապատկար
վերլուծաբան

Անդրապատկարի ստեղծման միջավայրի ձևավորման հզորագույն գործիք է: Անդրապատկարը, թե՛ տանը, թե՛ աշխատավայրում, թե՛ մեքենայի մեջ առնչվում են լրատվության հետ. միացնում են ռադիոն կամ հեռուստացույցը, տեղեկություններ են փնտրում կամ տարածում ինտերնետում, թերթում են տղազիր լրագրերը: Տեղեկատվության և հաղորդակցության բազմաթիվ միջոցներն այսօր կազմում են միասնական մեդիա համակարգ, որի տարբեր բաղադրիչները ենթարկվում են նույն օրինաչափություններին և գործում են նմանատիպ կանոններով՝ տնտեսական, իրավական, մասնագիտական:

ՏՆՏԵՍԱՎԿԱՆ ԼՐԱՏՎԱՍԻՋՈՑԸ ՈՐՊԵՍ ՁԵՌՆԱՎՐԿՈՒԹՅՈՒՆ

Եկեք ղատկերացնենք մեդիայի ամբողջությունը՝ որդես աղբյուրների և ծառայությունների շուկա: Չէ՞ որ լրատվամիջոցը տեղեկատվություն է վաճառում լսարանին, և ուրեմն այդ տեղեկատվությունը դառնում է սղառողի համար արտադրված աղբյուր: Որակյալ աղբյուրը արտադրելու և սղառելու համար ձեռնարկությունը (այս ղարագայում՝ լրատվամիջոցը) ղետք է ունենա համաղատասխան նյութատեխնիկական բազա, ֆինանսական ռեսուրսներ, ստեղծագործական և տեխնիկական անձնակազմ: Լրատվամիջոցի, ինչղես ցանկացած ձեռնարկության գործունեությունը ղետք է միտված լինի շահույթ ստանալուն: Իսկ շահույթ այն կարող է ստանալ միայն աղահովելով տեղեկատվական ծառայությունների բարձր որակ: Անշուշտ, այսօր Յայաստանում գործող ՉԼԱ-ներից շատերի նղատակը ոչ թե շահույթ ստանալն է, այլ գլխավղրաղես քաղաքական ուժերի կամ ֆինանսատնտեսական խմբավղրումների և անձերի շահերը սղասարկելն է: Այնուամենայնիվ, մեզ մոտ քայլ առ քայլ կայանում է ՉԼԱ-ների մրցակցային շուկան, շարունակվում է մեդիայի առնտրայնացման գործընթացը: Եվ այդ գործընթացում առանց տնտեսական գործիքների կիրառման հնարավղր չէ աղահովել լրատվամիջոցի գոյությունը:

Եթե դուք ցանկանում եք լրատվամիջոց հիմնել, առաջին հերթին ղետք է ընտրեք գործունեղթյան իրավակազմակերղական ձևերից մեկը. դա անհրաժեշտ է սեփականղթյան իրավունքը, եկամուտները, ինքնղրողյն հաշվեկշիղը, բանկային հաշիվները, աղբյուրանշանը և այլ հարցեր կարգավղրելու համար: Բացի այղ, հաշի առնելով շուկայի և մեդիա մեքենքների ղահանքները, ղետք է ընտրել խմբագրղթյան ղեկավարման ձևերն ու մեթղղները, աղա ձևավղրել ղեկավարող թիմ:

Ներկայացնենք լրատվամիջոցի ղեկավարման արղյունավետ մղղղներ:

րից մեկը: Մեղիան, ինչդեռ ցանկացած ձեռնարկություն, ղեկը է ունենա ղեկավար: Անկախ նրանից, թե ինչ կանվանեն ղեկավարի ղաշտոնը՝ հրատարակիչ, նախագահ, գլխավոր խմբագիր թե գործադիր տնօրեն, նա կատարում է լրատվամիջոցի կառավարչի գործառնությունները: Կառավարիչը կարող է լինել տվյալ մեղիայի բաժնետերը կամ սեփականատերը: Սակայն հիմնականում, հատկապես եթե մեղիան խոշոր կորպորացիայի սեփականություն է, կառավարիչ է նշանակվում տվյալ բնագավառի հմուտ մեներ: Այդ կառավարիչը համակարգում է լրատվամիջոցի գործունեության երեք հիմնական ուղղությունները՝ խմբագրական, տեխնիկական, առևտրային:

Խմբագրությունը լրատվամիջոցի բովանդակային մասի (նորություններ, հոդվածներ, տեսա և ձայնային նյութեր, լուսանկարներ) ղատասխանատուն է: Այն ղեկավարում է գլխավոր խմբագիրը: Նա ձևավորում է ստեղծագործական թիմը, որոշում է լրատվամիջոցի բովանդակային ռազմավարությունը, ծրագրերի ուղղվածությունն ու բնույթը, վերահսկում է ծրագրերի և նյութերի որակը:

Տեխնիկական ստորաբաժանումը լուծում է լրատվամիջոցի արտադրական խնդիրները՝ թերթի թողարկում, հաղորդումների ղատրաստման և հեռարձակման տեխնիկական բազայի սղասարկում և նորոգում: Բաժինը ղեկավարում է տեխնիկական տնօրենը, ով ղատասխանատու է տեխնիկական անձնակազմի աշխատանքի ու լրատվամիջոցի տեխնիկական վիճակի համար, աղահովում է եթերի կամ հրատարակության տեխնիկական որակը: Այստեղ նշենք, որ նոր տեխնոլոգիաների շնորհիվ մի շարք գործառնություններ տեխնիկական բաժնեներից տեղափոխվում են խմբագրություններ (օրինակ՝ թերթի էջի շարվածքը կամ որոշ համակարգային գործողությունները, մոնտաժը, ձևավորումը ռադիո և հեռուստաընկերություններում), ինչը գումարներ է տնտեսում:

Կոմերցիոն ստորաբաժանումը, առաջին հերթին, լուծում է գովազդատուներ փնտրելու կարևորագույն խնդիրը, քանի որ, ևս մեկ անգամ կրկնենք, մեղիան որդես անկախ միավոր՝ կարող է գոյատևել միայն գովազդի շնորհիվ: Կոմերցիոն ստորաբաժանումը նաև վարում է հաշվաղահությունը, զբաղվում է մեղիա մարկետինգով (շուկայագիտությամբ), իրականացնում է բաժանորդագրությունը, իսկ խոշոր լրատվամիջոցներում՝ նաև ռազմավարական ղլանավորումը: Ստորաբաժանումը ղեկավարում է ֆինանսական կամ կոմերցիոն տնօրենը: Կայուն եկամուտներ ստանալու համար շատ կարևոր է ղահղանել գովազդային քաղաքականության նորմերը (գովազդի աղբյուրների սահմանումը, օղտիմալ, մրցակցային գնի կարգը, եկամուտների ղլանավորումը): Գովազդի ղատասխանատուն ղետք է քաջ ծանոթ լինի

Չայաստանի գովազդային շուկայում տիրող իրավիճակին, գովազդի առաջարկի և դաշնառարկի հարաբերակցությանը: Փոքր ՉԼԱ-ների համար կարևոր նշանակություն ունի գովազդի մասնավոր դասակարգումների ներգրավումը: Խոշոր ՉԼԱ-ների համար առաջին լիցենզիայից հետո գալիս գովազդային գործակալությունները, որոնց հետ լրատվամիջոցը դաշնառարկի է կնքում՝ տրամադրելով հատուկ զեղչային սակագներ գովազդի անխափան մատակարարման համար:

Բացի գովազդից, լրատվամիջոցը դեռ է ունակ լինի եկամուտներ ստանալ նաև այլ աղբյուրներից: Իսկ այդ աղբյուրները բազմաթիվ են՝ հաղորդումների, տեսա և ձայնասկավառակների դաստրաստում և վաճառք, համերգների կազմակերպում, գրքերի վաճառք, հանրային կադերի՝ PR ծառայություններ, տեխնիկական միջոցների վարձակալություն և այլն: Սակայն մեծ եկամուտներ աղահովող գովազդային և այլ կոմերցիոն գործունեությունը չդեռ է դառնա լրատվամիջոցի համար զվարճար նմանակ՝ երկրորդ լիցենզիայի մոդելով մեդիայի կարևորագույն առաքելությունը՝ բազմազան և որակյալ տեղեկատվությամբ բավարարել հասարակության դաշնառարկը: Ինչո՞ւ: Որովհետև որակյալ մեդիան ոչ միայն տեղեկատվական աղբյուրի վաճառող է, այլ նաև հանրային կարծիք ձևավորող, այն ներառում է տարբեր ոլորտներում որոշումներ կայացնող համակարգերի վրա և ուրեմն դառնում է հանրային ազդեցության գործիք: Տնտեսաբան ավելի շահավետ է աշխատել այնպես, որ սղառողն իր տեղեկատվություն ստանալու դաշնառարկանը բավարարելու համար ընտրի հենց թո լրատվամիջոցը: Ամբողջ մեդիա բիզնեսը հիմնված է մի շատ կարևոր հանգամանքի՝ ընթերցողի կամ ունկնդրի՝ տեղեկատվության աղբյուրի հանդեպ վստահության վրա: Եթե առկա է այդ վստահությունը, ուրեմն հնարավոր է աղահովել համադատասխան եկամուտները, եթե ոչ՝ տվյալ մեդիա բիզնեսի արդյունավետությունը երկար չի տևի:

Տնտեսական գործոնը շատ մեծ ազդեցություն ունի խմբագրական մեքնեքնների ամբողջ գործընթացի վրա: Արդիա մեքնեքնների կարևորագույն նմանակներից է տվյալ մեդիայի աշխատակիցների մեք տնտեսական մտածելակերպի դաստիարակումը: Այն հիմնված է տնտեսական երեք սկզբունքների վրա: Առաջինը՝ մեդիայի շահութաբերության սկզբունքն է: Երկրորդը՝ մեդիայի մրցունակության աղահովումը տվյալ լրատվական շուկայում: Երրորդ սկզբունքը՝ տնտեսական խնայողությունն է, ինչը ենթադրում է Ե՛ւ դեկավարների, Ե՛ւ յուրաքանչյուր աշխատակցի ճգնումը՝ հասնել նմանակին՝ օգտագործելով ռեսուրսների, միջոցների, ուժերի նվազագույնը, և կարն ժամանակահատվածում հասնել օղտիմալ արդյունքների:

խմբագրության բաժանումը երկու մասի՝ ստեղծագործական և տնտեսական, հայաստանում արդեն տարածում է գտնում, ինչը վկայում է մեզ մոտ արդյունավետ մեդիա մենեջմենթի արմատավորման մասին: Այն շարք լրատվամիջոցներում՝ հատկապես խոշոր հեռուստաընկերություններում, երկու մասն էլ իրենց խնդիրները լուծում են բավական ազատ և անկախ՝ միևնույն ժամանակ փոխգործակցելով և ներազդելով միմյանց վրա: Իսկ համեստ ռեսուրսներով լրատվամիջոցներում (սաավելի շատ վերաբերում է տղազիր մամուլին կամ լրատվական ինտերնետ կայքերին) ֆինանսական մենեջմենթով հաճախ զբաղվում է գլխավոր խմբագիրը, տվյալ լրատվամիջոցի սեփականատերը կամ տնօրենը: Դա թույլ է տալիս խնայել ֆինանսական սուղ միջոցները:

ԼՐԱՏՎԱԿԱՆ ՄԻՋՈՑՆԵՐԻ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ ԻՐԱՎԱԿԱՆ ԿԱՐԳԱՎՈՐՈՒՄԸ

Ժողովրդավարական, իրավական ղեկավարության կայացման և բնականոն զարգացման ղարտաղիքի դայման է իրավունքի գերակայությունը և իրավունքի նորմերի դաժողանումը սոցիալական փոխգործակցության բոլոր սուբյեկտների կողմից՝ ղետական հաստատությունների, դաշտոնատար անձանց, քաղաքացիների, զանգվածային լրատվամիջոցների, լրագրողների: Հետևաբար, լրատվամիջոցի խմբագրությունը, որդես սոցիալական ինստիտուտներից մեկը, և խմբագրության կողմից արտադրված աղղանքը (թերթը, տեսա և ձայնային նյութը, լուսանկարը և այլն) հանդիսանում են իրավական կարգավորման օբյեկտներ:

Այստեղ տեղին է իմանալ, որ ցանկացած ղետություն միշտ օգտագործել և օգտագործում է իրավական լծակներ՝ տեղեկատվական հոսքերն ու մեդիաները վերահսկելու, տեղեկատվական դաշտն ուղղորդելու համար: Անշուշտ, իրավական ազդեցության ուժն ու մեթոդները կախված են ղետական համակարգի ձևից և քաղաքացիական հասարակության հասունության մակարդակից: Տոտալիտար ղետություններում լրատվամիջոցների գործունեության կարգավորումը կատարվում է կոշտ քաղաքական և զաղափարախոսական գրաքննությամբ, իսկ ժողովրդավարական, ազատական երկրներում այն կարգավորվում է շատ նուրբ, քողարկված և միջնորդված ֆինանսական և իրավական մեխանիզմների օգտագործմամբ: Պետությունը ստեղծում է մեդիան համակարգող իրավական դաշտ, որը բաղկացած է օրենքներից, կարգադրություններից, վերահսկող մարմիններից, նորմատիվ ակտերից և այլ իրավական գործիքներից: Այդ համակարգն ընդգրկում է մեդիայի աշխատանքների բոլոր ոլորտները՝ նյութերի դատրաստման և թողարկման գործընթացը, խմբագրության և տեղեկատվություն սղառողի փոխհարաբերությունները:

Ներկայումս Հայաստանում կարելի է ձևավորված համարել մեդիային վերաբերող իրավական փաստաթղթերի համակարգը, որը բաղկացած է առաջին հերթին հետևալ օրենքներից՝ «Չանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենքը, «Տեղեկատվության ազատության մասին» ՀՀ օրենքը, «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքը, «Հեղինակային իրավունքի և հարակից իրավունքների մասին» ՀՀ օրենքը, «Պետական և ծառայողական գաղտնիքի մասին» ՀՀ օրենքը, «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքը, «Լիցենզավորման մասին» ՀՀ օրենքը, «Էլեկտրոնային հաղորդակցության մասին» ՀՀ օրենքը: Չանգվածային լրատվամիջոցների գործունեության կարգավորման անմիջականորեն առնչվում են նաև ՀՀ Քաղաքացիական, Աշխատանքային, Քրեական օրենսգրքերը և այլ իրավական ակտեր:

Այդ բոլոր օրենքները կարգավորում են տարբեր սուբյեկտների իրավական հարաբերությունները, որոնց մի մասը կրում են ներքին բնույթ և վերաբերում են լրատվամիջոցի ներքին գործունեությունը՝ լրատվական նյութեր ղատրաստելուն և թողարկելուն: Իսկ մյուս մասը կարգավորում է մեդիայի և լրագրողի արտաքին շփումները՝ ղետական իշխանության և տեղական ինքնակառավարման մարմինների, դատական ատյանների, ոչ ղետական հաստատությունների և տեղեկատվությունը սղառող քաղաքացիների հետ:

Իրավական հարաբերություններում գլխավոր դերը տրված է գլխավոր խմբագրին կամ գործադիր տնօրենին: Նրանք են լրատվամիջոցը ներկայացնում ղետական հաստատությունների, ձեռնարկությունների, քաղաքացիների հետ հարաբերություններում, դատական ատյաններում: Լրատվամիջոցի տարբեր կողմերի՝ հիմնադիր, հրատարակիչ, գործադիր տնօրեն, հեռարձակող, խմբագրություն, լրագրող և այլն, իրավական փոխհարաբերությունները սահմանվում են ոչ միայն օրենսդրությամբ, այլ նաև տվյալ լրատվամիջոցի կանոնադրությամբ: Այն հստակեցնում է խմբագրության իրավական հարաբերությունները հիմնադրի, հրատարակչի հետ, գլխավոր խմբագրի կամ տնօրենի նշանակման/ընտրության կարգը, լրագրողների լիազորությունները, իրավունքներն ու ղարտականությունները:

Բազմաբնույթ են լրատվամիջոցի և լրագրողի արտաքին իրավական հարաբերությունները, որոնց կարևորագույն բաղադրիչն է՝ տեղեկատվություն փնտրելու, ստանալու և տարածելու իրավունքը: Օրենսդրությամբ լրագրողին իրավունք է տրված այցելել ղետական հաստատություններ, կազմակերպություններ, ձեռնարկություններ, հանրային միավորումներ, ծանոթանալ տարբեր տեսակի նյութերին և փաստաթղթերին, որոնք չեն ղարունակում ղետական, կոմերցիոն

կամ օրենքով ամրագրված այլ գաղտնի տեղեկություններ: Լրագրողն իրավունք ունի կատարել ճայնա և տեսագրություններ՝ բացառությամբ օրենքով ամրագրված դեղքերի: Այստեղ նշենք, որ ե՛ւ խմբագրությունը, ե՛ւ լրագրողը Պարտավոր են պահպանել հեղինակի և հրատարակչի հեղինակային իրավունքները: Հատուկ շեշտենք, որ լրագրողը Պարտավոր է ստուգել ստացված տեղեկատվության արժանահավատությունը: Նա իրավունք չունի աղավաղված փաստերով աղակողմնորոշել տեղեկատվությունը սղառող քաղաքացուն:

Իհարկե, ՉԼԱ-ների իրավական դաշտը Հայաստանում դեռ անկատար է: Գործող օրենսդրությունը չի երաշխավորում խոսքի լիակատար ազատությունը, որոշ լրատվամիջոցների հանդեպ գրաքննությունը հաճախ իրականացվում է բացահայտ, հաճախ են մամուլի ներկայացուցիչների հանդեպ բռնության դեղքերը: Ուրեմն ե՛ւ խմբագրությունը, ե՛ւ լրագրողը Պետք է շատ լավ իմանան օրենքով իրենց ամրագրված իրավունքները, որոշեցի կարողանան լիարժեք կատարել իրենց Պարտականությունները: Լրագրողի ամենահզոր լծակն իր իրավունքների իմացությունն է:

ՄԱՍՆԱԳԻՏՈՒԹՅՈՒՆԸ՝ ԼՐԱԳՐՈՂ

*Պայծառ սողազայի համար հոգ են սսևում քաղաքական գործիչները,
Պայծառ սևգայի համար՝ Պասճաբանները,
Պայծառ ներկայի համար՝ լրագրողները:*

Ժարկր Պետան, սլովեն գրող

Նույնիսկ ամենաժողովրդական երկրներում կառավարությունը, բիզնես շրջանակները, քաղաքական ուժերը սովորաբար չեն կարողանում կամ չեն ցանկանում ինքնուրույն և ճշմարիտ կերպով շփվել քաղաքացիների հետ՝ վերջիններիս համար հասկանալի և համոզիչ լեզվով, իսկ հաճախ, սեփական շահերից ելնելով, նաև թաքցնում են ճշմարտությունը: Այուս կողմից, քաղաքացիները, որոշես տեղեկատվության սղառողներ, մեծամասամբ չունեն այն անհրաժեշտ խորը գիտելիքները, որոնք թույլ կտային ինքնուրույն վերլուծել տեղեկատվությունը և տարբերել ճշմարտությունն աղատեղեկատվությունից:

Այստեղից է գալիս լրագրողի կարևորագույն առաքելությունը՝ իրականացնելով իշխանության գործունեության հանրային վերահսկողությունը, օբյեկտիվ և բազմակողմանի լուսաբանել հանրային նշանակություն ունեցող իրադարձությունները: Սակայն լուսաբանումը չի նշանակում

միայն չոր փաստերի ներկայացում. լրագրողը ղեկավարում է կարողանա բացատրել և վերլուծել այդ փաստը: Նշենք նաև լրագրողի առաքելության այլ բաղադրիչները՝ կրթական և վերլուծական գործառնությունները: Այլ խնդիր է, որ փաստը մշտադեպ անհրաժեշտ է տարանջատել մեկնաբանությունից: Լրագրողի և լսարանի կադմ իրականացվում է լրատվության միջոցներով, որոնք են տղագիր տարբերակները, հեռուստատեսությունը, ռադիոն, ինտերնետը:

Եվ ղեկավարում է հասկանալ, որ լրագրողն իր առաքելությունը չի կարող կատարել առանց տնտեսության, հասարակական-քաղաքական կյանքի, դրանց օրինաչափությունների, գործիքների մասին համադաստասխան գիտելիքի: Ահայն իր դերն ու նշանակությունը գիտակցող, կիրթ, ունակ անձը կարող է հետևել տարբեր ոլորտներում ընթացող զարգացումներին, և այն ժամանակ, երբ այդ զարգացումները սկսեն բացասական բնույթ կրել, ազդակներ ուղարկել հասարակությանը, բիզնես կառույցներին, իշխանություններին: Անձնական խիզախությունը, ազնվությունը, դատասխանատվությունը՝ դրոֆեսիոնալ լրագրողի անհրաժեշտ որակներն են: Եվ հենց այս մասնագիտության հասարակական նշանակության գիտակցությունն է, որ լրագրողին դարձնում է ազատ, համարձակ և դատասխանատու:

Այստեղ հարկ է նշել, որ լրագրողը դատասխանատու է ոչ միայն հասարակության առջև, այլ նաև այն լրատվամիջոցի, որտեղ կամ որի համար նա աշխատում է: Յուրաքանչյուր լրատվամիջոց ինքն է սահմանում լրագրողի ֆունկցիոնալ տարտականությունները: Նշենք մի քանիսը.

- լրատվամիջոցի համար տարաստեղ տեղեկատվական նյութեր՝ նախօրոք համաձայնեցված թեմաներով, խմբագրության տահանջներին համադատասխան,
- տարաստեղ հարցեր հարցազրույցի համար, նշանակել հանդիտումներ, այցելել մամուլի ասուլիսների, ժողովների, արտակարգ տատահարների վայրեր,
- մշակել ստացված տեղեկատվությունը, ներկայացնել այն տեղեկատվական նյութերի տեսքով (ռեդորտաժ, հարցազրույց, մեկնաբանություն, ֆելյետոն, լրագրողական հետաքննություն, նորություն, այլ),
- կատարել տեղեկատվության փաստերի վերստուգում, խմբագրել նյութերը:

Ուրեմն լրագրողը ղեկավարում է ունակ լինի արագ հավաքել, վերլուծել, մշակել, գրագետ և մատչելի շարադրել հանրային կարևորություն ունեցող տեղեկատվությունը՝ հաշվի առնելով լրատվամիջոցի տեսակի, ժանրի,

ոճի ղախանջները: Տեղեկատվական նյութի վերջնական տարբերակը, խմբագրի հավանությանն արժանանալու դեղքում, լույս է տեսնում հողվածի, հեռուստա կամ ռադիո հաղորդման, ռեդիոտաժի տեսքով:

Երբեմն լրագրողի ղարտականությունների մեջ է մտնում հողվածին համաղատասխան լուսանկարի, գրաֆիկայի կամ ձևավորման այլ եղանակի ընտրությունը: Այդդիսի ղրակտիկան ընդունված է փոքր խմբագրություններում, որտեղ բիլղ խմբագրի (գեղարվեստական ղեկավար, հատուկ էջաղրող) հաստիք նախատեսված չէ:

Խմբագրության աշխատակիցը նաև ղարտավոր է իմանալ.

- ՁԼԱ-ների գործունեությունը կարգավորող օրենսդրությունը,
- խմբագրական աշխատանքի հիմունքները,
- աշխատանքային լեզվի՝ տվյալ դեղքում հայերենի ուղղագրությունն ու ոճային առանձնահատկությունները,
- լրագրողական էթիկայի կանոնները,
- համակարգչային և հեռահաղորդակցման տեխնիկայի միջոցները:

Աեղիա շուկային համաղատասխանելու համար լրագրողին անհրաժեշտ են նաև այլ մասնագիտական որակներ: Առանց ստեղծագործական և հաղորդակցական ունակությունների, թիմում աշխատելու կարողության, կյանքի փորձի, ինտուիցիայի, իրավական գիտելիքների՝ արհեստավարժ լրագրողը չի կարող կայանալ: Տվյալ լրատվամիջոցի առանձնահատկությունը ևս իր ղախանջներն է ներկայացնում լրագրողին: Այսղես, հեռուստա և ռադիոլրագրողը ղետք է ունենա հստակ առոգանություն, ուղիղ եթերում աշխատելու ունակություն: Յարցագրույց վարելիս նա ղետք է կարողանա հետաքրքիր հարցեր ձևակերղել, լսել և հասկանալ գրուցակցին, անհրաժեշտության դեղքում փոխել գրույցի ընթացքը:

Լրագրողի համար շատ կարևոր է մշտական հետաղարձ կաղ ղախողանել լսարանի հետ: Յրաղարակված հողվածը կամ եթեր հեռարձակված ռեղորտաժը հաճախ է արձագանք գտնում քաղաքացիների շրջանում: Ընթերցողները, ռադիո և հեռուստաղիտողները գանգահարում են խմբագրություններ, նամակներ են գրում, օնլայն լրատվամիջոցների ֆորումներում մեկնաբանություններ թողնում: Լրագրողը ղետք է հետևի լսարանի կարծիքին, իսկ իրավական վեճերի առաջացման դեղքում՝ ղատրաստ լինի սեփական տեսակետը ղաշտղանել դատական ատյաններում:

Ասանագիտական հաշողությունների հասնելու համար, բացի վերը

նշված հատկություններից, որակներից, ունակություններից, լրագրողը
դետեք է առաջնորդվի նաև մի շարք կանոններով: Փորձենք հակիրճ
ձևակերպել մի քանիսը:

- Անհրաժեշտ է խուսափել քաղաքական ուժերի կամ ֆինանսատնտեսական խմբերի հետ սերտ կապեր ունենալուց. դա կարող է միայն խոչընդոտել մասնագիտական գործունեությունը:
- «Լրագրությունը սկսվում է այնտեղ, որտեղ ինչ-որ մեկը փորձում է ինչ-որ բան թաքցնել», - ասում է հայտնի ասացվածքը: Կասկածանքի ենթարկեք և ստուգեք ձեզ փոխանցված նույնիսկ անհերքելի թվանցող փաստերը:
- Սեփական դիրքորոշում ունեցեք յուրաքանչյուր իրադարձության մասին, որը ցանկանում եք հասարակական քննարկման թեմա դարձնել, նույնիսկ եթե այդ դիրքորոշումը տարտադրված չէք արտահայտել:
- Աի՛ խուսափեք դարձ մարդկային շփումներից: Ցուցաբերե՛ք անկեղծ հետաքրքրություն մարդկանց և իրենց տատմածի հանդեպ, և դուք կունենաք տեղեկատվության հավելյալ աղբյուրներ:
- Օբյեկտիվությունը լրագրողի գործունեության կարևոր չափորոշիչներից է: Աիշտ չէ, որ հնարավոր է հասնել բացարձակ օբյեկտիվության, սակայն դետեք է ձգտել դրան:
- Խուսափե՛ք մասնագիտական մեծամտությունից: Յիշե՛ք, որ դուք աշխատում եք առաջին հերթին հանրության համար:

ՅԵՌՈՒՍՏԱՏԵՍԱՅԻՆ ՊԱՏԿԵՐԸ ԵՎ ԻՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ

Յեռուստատեսությունը միշտ ցուցադրում է իրականության մի մասը և իրականությունն ըստ տեսախցիկի և հեղինակի... Անգամ ամենամեծ ցանկության դեռքում՝ հեղինակը չի կարող ցույց տալ ամբողջ իրականությունը և լինել հարյուր տոկոսով օբյեկտիվ: Այդուհանդերձ, հեռուստալրագրողի տարտականությունն է հնարավորինս անկողմնակալ լինել, տեսանյութում լինել չեզոք և թույլ տալ, որ դիտողն ինքը ենթադրություններ անի:

Քիչ չեն սակայն դեղքերը, երբ տեսանյութի հեղինակները դիտավորյալ փոխում են իրականությունը և որոշակի տեսակետ, դիրքորոշում ու վերաբերմունք են մատուցում հեռուստադիտողին: Խոսքն այս դեղքում տեխնիկական հնարքների մասին է: Դիտարկենք նկարահանման և մոնտաժի հնարքներ, որոնք դեն են հեռուստատեսային կանոններին և համարվում են մանիպուլյացիոն հնարքներ:

Նկարահանման, հետո մաս մոնտաժի միջոցով հեղինակները կարող են հեռուստադիտողին թյուրիմացության մեջ գցել և հիմնովին փոխել նրա տատկերացումը տեղի ունեցածի մասին: Բերեն օրինակ: Նախընտրական քարոզարշավ է, և օդերատորը նկարահանում է մի կուսակցության հանրահավաք: Հավաքին բավական մեծ թվով մարդիկ են մասնակցում, բայց օդերատորը ընդհանուր լույսի չի նկարում, որտեղ կերևար հավաքվածների իրական թիվը: Նա նկարում է առանձին մարդկանց, փոքրիկ խմբերի, նկարում է հորանջող կամ անտարբեր դեմքեր, լացող երեխա... Դե, տատկերացրեք այս կադրերը՝ մոնտաժված իրար հետևից. ամբիոնից ելույթ ունեցող հռետոր, ձանձրացող կամ հորանջող մարդիկ, լացող երեխա, մի անկյունում զրուցող տղաների խումբ... Տղավորություն է ստեղծվում, թե հանրահավաքը մարդաշատ չէ, իսկ նրանք, ովքեր տատահամաք հայտնվել էին այնտեղ, կամ հիասթափվել են, կամ ձանձրանում են:

Չուգահեռաբար նկարահանվում է մեկ այլ կուսակցության հանրահավաք, որին տվյալ հեռուստաընկերությունը սատարում է, կամ որի տատվերն է կատարում: Հավաքը սակավամարդ է, բայց օդերատորը նկարում է այն հատվածը, որտեղ մարդիկ խիտ են կանգնած, նկարում է ուշադիր լսող դեմքեր, դրոշմեր ու տատատներ, խոշոր լույսով նկարում է դրականորեն արձագանքող մարդկանց... Յեռուստադիտողը դրական տղավորություն է ստանում: Այսինքն, նկարահանման ու մոնտաժի շնորհիվ հեռուստադիտողը միանգամայն հակառակ կարծիք է կազմում:

Ինչպես բացահայտել անգրագետ մասնագետին կամ նենգ ձեռնածուին:

Սովորաբար, տեսախցիկի ռակուրսը ցույց է տալիս հեղինակի վերաբերմունքը հերոսի նկատմամբ: Հեռուստատեսային կանոններով՝ տեսախցիկը ղեկավարում է լինի հերոսի աչքերի բարձրության վրա կամ մի քիչ ցածր: Դա հեռուստադիտողին թույլ է տալիս հավասարը հավասարի ղեկավարել հերոսի հետ: Վերևից նկարելիս՝ հեղինակը «ցածրացնում» է հերոսին, ու դիտողի մոտ բացասական տրամադրություն է ստեղծում: Ներքևից նկարելով՝ տեսախցիկը «բարձրացնում» է հերոսին՝ փորձելով ավելի սիրելի ու հաճելի դարձնել նրան:

Դիտարկենք այսօրիսի իրավիճակ. դուք դիտում եք տեսանյութ՝ լուրերի վերաբերյալ վեբերանի մասին, ով ռազմական գործողությունների արդյունքում հաշմանդամություն է ստացել: Նա ամբողջ է խղճով ղայմաններում և երկար ժամանակ է՝ փորձում է իշխանություններից գոնե հաշմանդամի սայլակ ստանալ: Լրագրողը նկարում է հերոսին իր տանը, ցույց է տալիս, թե որքան դժվարությամբ է նա տեղաշարժվում, և հարցազրույց է վերցնում նրանից՝ տեսախցիկը տեղադրելով աչքերի մակարդակից մի քիչ ներքև՝ ցանկանալով մեծարել հերոսին:

Վեբերանը ղատմում է իր մասին ու նաև դժգոհություն է հայտնում համադատասխան ղետական մարմնից՝ վերևից ներքև նայելով:

Հաջորդ էղիգրողը. ղանկարձեք մեքենաները կանգնած են տվյալ ղետական գերատեսչության շենքի մոտ (հիշե՛ք սայլակը): Սրան հաջորդում է հարցազրույցը ղետական ղաշտոնյայի հետ, որը վերևից է նկարված:

Լրագրողը տեսախցիկը տեղադրում է աչքերի մակարդակից վերև, ինքն էլ կանգնած է հարցերը տալիս: Սա ստեղծում է ղաշտոնյայի մեղավորության զգացում ու տրամադրություն, ղե նա արդարանում է: Ավելին, վեբերանին նկարել են եռոտանու վրայից, այսինքն, տեսախցիկը շի դողում, իսկ ղաշտոնյայի դեղքում ղցիկն օղերատորի ձեղքում էր, ու կաղըր դողում է: Դիտողին ենթաղիտակցորեն ղվում է, ղե ղաշտոնյան նյարդայնացած է ու փորձում է ղուսափել հարցերից:

Այս օրինակը ցույց է տալիս, ղե որքան հեշտ է ղարանին մղրեցնել ռակուրսի ընտրությամբ:

Այլ կերղ ասած, ձեր փոխարեն որոշում են կայացնում ու ձեղ գրկում են

դատողություններ անելու հնարավորությունից: Ձեզ ղարտադրում են եզրակացություններ: Սա մանիպուլյացիայի տիպիկ օրինակ է: Նկատենք, որ այս նյութը կարող էր և հակառակ տրամաբանությամբ նկարահանվել. վետերանը՝ վերևից, իսկ ղաշտոնյան՝ ներքևից:

ԲԱՆԱՎԵՃԻ ԼՈՒՍԱՎԲԱՆՈՒՄ ԶԵՌՈՒՍԱՍՏԵՍՈՒԹՅԱԲ

ՎԱՄ-ում ընդունված փաստ է. ով հաղթում է հեռուստատեսային բանավեճում, նա էլ հաղթում է ընտրություններում: Որդես կանոն, դետք է բանավեճի մասնակիցներին հավասար հնարավորություններ ընձեռել: Վիա ամերիկյան մի օրինակ, թե ինչդես է հեռուստատեսությունն ազդել բանավեճի ընթացքի և արդյունքի վրա՝ աշակցելով թեկնածուներից մեկին:

Բանավեճը լուսաբանելու էին հրավիրել խոշոր հեռուստաընկերությունների լրագրողների, ովքեր սատարում էին իշխանություններին:

Արդյունքում՝ իշխանական թեկնածուին նկարահանել էին տաք լույսի ներքո, ճիշտ լուսավորությամբ, և գլխի հետևում երևում էր բաց վարդագույն ճանաչադասակ, այնինչ մյուս թեկնածուի լուսավորությունը խիստ կոնտրաստային էր՝ դեմքին ստվերներով, իսկ գլխի հետևում երևում էր սև ֆոն: Ընդհանուր լույսի ժամանակ տարբերությունը նկատելի չէր, բայց խոշոր լույսով կադրերի դեղքում դա ակնհայտ էր: Մեկ այլ կարևոր հանգամանք ևս. իշխանական թեկնածուն մրցակցից բարձր էր մտած, և կարծես ուսուցիչն աշակերտի հետ զրուցելիս լիներ:

Մոնտաժային հնարքներով՝ ուզածը մասում կարող ես շեշտադրում անել, ուշադրություն հրավիրել, փոխել ասվածի իմաստը և այլն...

Վիա մի օրինակ, թե ինչդես սովորական թվացող հարցազրույցը դարձավ քննարկման թեմա: Մարզերից մեկում մարզդետը ղատմում էր ֆինանսական միջոցների սղության ու խնդիրների մասին և ընթացքում ձեռքով խփում էր սեղանին: Օղերատորը նկատեց մարզդետի ձեռքի խոշոր թանկարժեք մատանին և խոշոր լույսով նկարեց ադամանդադատ զարդը: Մոնտաժի ժամանակ այս կադրն օգտագործվեց հենց այն մասում, որտեղ մարզդետը բողոքում էր ֆինանսների դակասից: Մի կողմ թողնենք արվածի էթիկական ու բարոյական կողմը. փաստ է, որ այս մի հնարքով հեռուստադիտողն ամբողջությամբ կորցրեց վստահությունը խոսողի նկատմամբ:

Մեկ այլ դեղքում, երբ կինը ղատմում է, թե ինքը կադ շունի սեքս-սկանդալի հետ, հետին լույսում օղերատորը ցույց է տալիս ամսագրերով

սեղան: Մոնտաժի ժամանակ հարցազրույցի ընթացքում տեղադրում են անսագրի խոշոր լույսով կադր՝ Sex shop գրությամբ: Հեռուստադիտողի մեջ տողավորություն է ստեղծվում, թե դա խոսողի հետևում երևացող սեղանի վրայի անսագիրն է, մինչդեռ իրականում այն կարող էր նկարված լինել բոլորովին այլ տեղ և այլ ժամանակ:

Հիմա տեսնենք, թե ինչու է մոնտաժն աղավաղում խոսքը և ասելիքը:

Լրագրող - Ինչու է՞ս եք վերաբերվում անցած ընտրություններին:

Չրուցակից - Կարծում եմ, որ անցած ընտրությունները ցույց տվեցին, թե որքան է կոռումպացված մեր հասարակությունը, որքան են սերտաճել քրեական ու քաղաքական վերնախավերը, որքանով մեր հասարակությունը չի վստահում իշխանություններին: Թեև ոճանք, իհարկե, դեռ հավատում են խոստումներին, վստահում ղեկավարությանն ու համարում, որ երկիրը ճիշտ դեմոկրատական զարգացման ուղիով է գնում:

Իսկ հիմա տեսեք, թե մոնտաժից հետո ինչ է մնում զրուցակցի խոսքից:

Կարծում եմ, որ անցած ընտրությունները ցույց տվեցին, թե որքան է ... մեր հասարակությունը... վստահում ղեկավարությանն ու համարում, որ երկիրը ճիշտ դեմոկրատական զարգացման ուղիով է գնում:

Սրանք այն հիմնական խնդիրներն են, որոնց վրա ղեկը է ուշադրություն դարձնի հեռուստադիտողը: Սակայն վիզուալ հնարքները շատ ավելին են. ցանկացած բան դիտելիս ղեկը է կասկածել ու հարցեր տալ, փորձել տեղեկությունը ստուգել մեկ այլ աղբյուրից: Եվ մի՛ մոռացեք, որ ցանկացած հեռուստատեսային ղատկեր իրականությանն սուբյեկտիվ վերարտադրությունն է:



մեղիա բառարան

ալեհավաք	սարք, որ որսում է հեռուստառադիո ազդակներ, ձայնային ալիքները հավաքող օդալար
աղբյուր	նորության, տեղեկության առաջին հաղորդողը
բաժանորդագրություն (թերթի)	տղագիր հրատարակություններ ստանալու իրավունք վճարի դիմաց
բլոգ	ինտերնետային օրագիր կամ անձնական էջ
բնաճայմ	բնական կամ մեխանիկական ձայների վերարտադրությունը, միջավայրի ձայները, աղմուկը
գլխավոր խմբագիր	ղեկավարում է ստեղծագործական թիմը, հաստատում է բովանդակությունը
գովազդ	որևէ մեկի կամ որևէ բանի մասին հասարակության մեջ մոլաստավոր կարծիք ստեղծելու կամ ուշադրության առարկա դարձնելու մոլատակով հրատարակային գովասանական հայտարարություն
գրաքննություն	դետության կամ իշխանության ամբողջական կամ մասնակի հսկողությունը և միջամտությունը տեղեկության և գաղափարների տարածման վրա
դիմահարդար	առաջնություն է հաղորդավարների դատչաձ արտաքին տեսքը
դիջեյ	անգլերեն՝ DJ՝ disc jokey - ընտրում և/կամ փոփոխում է ունկնդրին մատուցվող երաժշտությունը ռադիոյում, ակումբերում, երաժշտավար
դիտամկյում (ռակուրս)	այն կետը, որտեղից տեսախցիկը նկարում է օբյեկտը
դիտորդ մարմին	հայաստանյան մի շարք ՉԼՄ-ների կողմից ստեղծված ինքնակարգավորող մարմին
ենթատեքստ	գրավոր կամ բանավոր խոսքի ծածուկ իմաստը, ենթաբովանդակությունը
զանգվածային լրատվամիջոց	տեքստային, ձայնային և վիզուալ տեղեկություններ փոխանցող հաղորդակցության միջոց, որ ունի զանգվածային լսարան
զրոյարտություն	սուտ մեղադրանք
էթիկայի կանոնագիր	լրագրողական մասնագիտական էթիկայի կանոնների շարք, որ ընդունվում է կանավորադես

ընդհանրացմել	որևէ մասնավոր՝ առանձին երևույթի ընդհանուր նշանակություն տալ, ընդհանուր բնույթ վերագրել, ի մի բերել լրագրության մեջ՝ թեման, նյութն առանց օրինակի, ընդհանուր առումով ներկայացնելը. ընդհանրացումը կարող է լինել նաև եզրակացություն
ընթերցողների խմբագիր	հետևում է ընթերցողների արձագանքներին, դատասխանում դրանց
թաքնված գովազդ	գովազդ, որ հայտարարված ու նշված չէ որդես գովազդ, այլ ներկայացվում է որդես հաղորդում, լուր, վերլուծություն...
թղթակից	լրատվամիջոցի համար նյութեր է դատրաստում ու հաղորդում
թվային փոխարկիչ	սարք, որ ընդունում է անալոգային տեսաձայնային ազդակներն ու դրանք վերածում թվանշայինի
թվանշայնացում, թվայնացում	անցում անալոգային հեռարձակումից թվանշայինի. նշանակում է՝ ավելի լավ որակի եթեր, ավելի շատ ալիքներ թվանշային հեռուստացույցների կամ փոխարկիչների օգնությամբ
իմֆորմացիա	տեքստային, ձայնային կամ վիզուալ սինվոլների շարադրանք, հաղորդում ինչ-որ բանի մասին
իմֆորմացիոն տեխնոլոգիաներ	իմֆորմացիան տնօրինելու համար կիրառվող տեխնոլոգիաներ՝ համակարգիչներ, շարժական սարքեր, հեռախոսներ, համակարգչային ծրագրեր...
լիցենզավորում (արտոնագրում)	մասնավոր հեռուստառադիոընկերությունների հեռարձակման թույլտվության տրամադրում
լսարան	մեդիա նյութի սղառողների ամբողջությունը, այն խումբը, ում ուղղված է տվյալ մեդիա տեքստը, մարդիկ, ովքեր սղառում են տվյալ մեդիա աղբյուրը
լրագրող	ամձ, որ մասնագիտորեն զբաղվում է տեղեկություններ հավաքելով և դրանք զանգվածային լրատվության միջոցներով տարածելով
լրագրային ժանր	լրագրային նյութի տեսակ. հիմնական ժանրերն են՝ լուր, ռեպորտաժ, ակնարկ, հարցազրույց, վերլուծություն, դամֆլետ...
լրատվական գործակալություն	լուրեր դատրաստող կազմակերպություն, որ վճարի դիմաց դրանք տրամադրում է ՀԼՄ-ներին և այլ բաժանորդագիրների
լուսավորող	դատասխանատու է նկարահանման լուսավորության համար

լուր	հաղորդում ինչ-որ մեկի կամ ինչ-որ բանի մասին, տեղեկություն, լրագրողական նյութի տեսակ, ժանր. վերջերս տեղի ունեցած իրադարձության լուսաբանում, թարմ տեղեկություն
խմբագիր	բնագիր տեքստերը խմբագրող, դրանց բովանդակությունը հաստատող անձ
խմբագրական	խմբագրի գրած հոդվածը, որ ներկայացնում է ոչ միայն նրա կարծիքը, այլև Պարբերականի քաղաքականությունն ու ուղղվածությունը
խմբագրություն	ՉԼՄ-ի ստեղծագործական թիմը
խոսքի ազատություն	խոսքի ազատության իրավունքը ներառում է համոզմունք ունենալու, այն ազատորեն արտահայտելու, գաղափարներ և տեղեկություններ տարածելու և փնտրելու և ստանալու ազատություն:
խորագիր	հաղորդման, Պարբերականի որևէ էջի, բաժնի անվանումը
խտրականություն	ոչ միատեսակ վերաբերմունք իրավական տեսակետից հավասար մարդկանց նկատմամբ
ծածկոյթ	այն տարածքը, որտեղ հասանելի են տվյալ հեռուստառադիոընկերության ազդակները
կադր	Ֆոտոնկար, տեսանյութի տեսարան, Պատկեր
կարծիք	որևէ մեկի գնահատականը, վերաբերմունքը, համոզմունքը, դատողությունը
կարծրատիղ	կարծրացած, քարացած տեսակետ, մոտեցում
կոմտեքստ, համատեքստ	Գրվածքի ավարտում շարադրանքը, բառին կամ Պարբերությանը նախորդող ու հաջորդող տեղեկությունը, իրադարձությանը, նորությանը վերաբերող փաստեր ու տեղեկություններ
հաղորդագրություն	հաստատության, Պաշտոնական կամ մասնավոր անձի կողմից հրապարակվող, տարածվող ինֆորմացիա, տեղեկատվություն
հաղորդակցություն	հաղորդակցվելը, ինֆորմացիա փոխանակելը ինչդեպ անձամբ, այնուհետ էլ միջնորդավորված կերպով
հաղորդավար	հեռուստառադիոհաղորդումները, հրապարակային միջոցառումները վարող անձ

հաղորդում	ձևաչափ, տարբերականություն, վերնագիր ունեցող թողարկում հեռուստատեսությամբ կամ ռադիոյով
հաճախություն	ռադիոալիքներ, որոնցով փոխանցվում են հեռուստատեսային և ռադիո ազդակները
համայնքային լրատվամիջոց	համայնքի կողմից կառավարվող, Պատրաստվող, ֆինանսավորվող լրատվամիջոց
համացանց (ինտերնետ)	միլիոնավոր փոքր՝ մասնավոր և հասարակական ցանցերից կազմված մեծ ցանց, որով կարելի է տվյալներ փոխանակել
համրային լրատվամիջոց	լրատվամիջոցներ, որ տնօրինվում ու ֆինանսավորվում է հանրության կողմից և դարտավոր է ծառայել հանրության, այլ ոչ թե անհատների կամ խմբերի շահերին ու հետաքրքրություններին
հարցազրույց	լրագրության ժանր՝ հարցուղատասխանի տեսքով. զրույց որևէ մեկի հետ՝ հանրությանը հետաքրքրող թեմայով
հեղինակային իրավունք	Մյուսական և ոչ մյուսական ստեղծագործության մկատմամբ հեղինակի իրավունքը՝ ստեղծագործությունը օգտագործելու, տարածելու, ձևափոխելու
հեռարձակման լիցենզիա հեռարձակում	հեռարձակման թույլտվություն, որ տրվում է մրցույթի միջոցով մեդիա տեքստի փոխանցումը զանգվածային լսարանին՝ թվային կամ անալոգային ալիքներով
հեռարձակող	Պատասխանատու է Պատրաստի հեռուստա-ռադիո մյուսերի հեռարձակման համար
հեռուստատեսություն	տեսաձայնային մյուսերի, հաղորդումների արտադրությամբ, հեռարձակմամբ և վերահեռարձակմամբ զբաղվող հաստատություն
հղում (ինտերնետային)	Մշում, որ ուղղորդում, փոխանցում է որևէ ինտերնետ կայք կամ էջ. մշումը կարող է երևալ տեքստի, լուսանկարի, անգամ տեսամյուսի տեսքով և դարձնակում է ինտերնետային հասցե
հնչումային ռեժիսոր	ձայնային ձևավորման, ձայնի որակի Պատասխանատու
ԳՈԱԳ	Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային համաձայնագրով, կարգավորում է հեռուստառադիո դաշտը, հայտարարում է մրցույթներ և տալիս լիցենզիաներ
հոդված	փաստերի հիման վրա գրված լրագրողական մյուս

հրատարակություն	բովանդակությունը հրատարակելը, տողելը, լույս ընծայելը, հանրությանը հասանելի դարձնելը
ձևաչափ	հաղորդման ձևը, տևողությունը, ոճը
ձևավորում	նյութի մաս կազմող գրաֆիկական տասկերները, լուսանկարները, երաժշտությունը
մամուլ	տղագիր լրատվամիջոցներ
մասնավոր լրատվամիջոց	լրատվամիջոց, որ տնօրինվում և ֆինանսավորվում է մասնավոր ֆիզիկական կամ իրավաբանական անձի կողմից
մեդիա արտադրություն	մեդիա տեքստի ղատրաստման գործընթաց. օրինակ՝ նկարահանում, մոնտաժ, տեքստի ղատրաստում, խմբագրում
մեդիագրագիտություն	տեղեկություններ ստանալու, տարածելու, քննադատաբար վերլուծելու եւ մեդիանյութ ստեղծելու կարողություն
մեդիա կորողորացիա	մի քանի լրատվամիջոցից կազմված խոշոր մեդիա ընկերություն
մեդիա մամուլայացիա	զանազան մեքենայությունների միջոցով համոզելու, ճշմարտությունը խեղաթյուրելու կամ թաքցնելու, լսարանին շեղելու և ցանկալի տղավորությունը ստեղծելու համար կիրառվող մեդիա հմարքներ
մեդիա տեքստ	որևէ մեդիայով փոխանցվող բովանդակություն, լինի դա տեքստային, վիզուալ, թե ձայնային
մոմտաժ	աուդիո-վիդեո նյութի մշակում, վերակազմակերպում
ղետակամ լրատվամիջոց	ղետության կողմից տնօրինվող և ֆինանսավորվող ՉԼՄ
ղրողյուսեր	մեդիա արտադրության ղեկավար
ոաղիո	ձայնային նյութերի, հաղորդումների ղատրաստմամբ, հեոարձակմամբ և վերարտադրությամբ զբաղվող հաստատություն
ոեժիսոթ	բեմաղրական աշխատանքների ստեղծագործական ղեկավար
սյումակ	ղարբերականի՝ ողոշակի հեղինակ կամ թեմատիկ ուղղվածություն ունեցող բաժին
սոցիալական մեդիա	ինտերնետային հաղորդակցամ, որ բոլորին թույլ է տալիս ստեղծել և տարածել բովանդակություն

սոցիալական ցանց	ինտերնետային կայք, որտեղ մարդիկ կարող են կադեր հաստատել, շփվել
սրբագրիչ	սրբագրում է նյութերը, այսինքն՝ ուղղում է վրիդակները, կետադրական և ուղղագրական սխալները
վեբ (համաշխարհային ուստայն)	համացանցի տվյալների փոխանակման ծառայություններից մեկը, թույլ է տալիս հղումներով գտնել էջեր ու տեղեկություններ
վերմագի	գեղարվեստական գործի, լրագրողական նյութի, հաղորդման անվանում
տեսախցիկ	տեսաձայնագրող սարք
տեսամյութ	հեռուստատեսային նյութ, տատնություն
տղագրություն	հատուկ դրոշմող մեքենաների միջոցով զանազան նշանների վերարտադրության որոցեսը՝ տղագրելը, լույս ընծայում, հրատարակում
տղաքանակ	ղարբերականի տղված օրինակների թիվը
փաթեթավորում (մեդիայի)	լրատվամիջոցի ոճային ձևավորման փաթեթը
փաստ	տեղեկություն, որ աղացուցելի է, մի բան, որ հաստատ տեղի է ունեցել կամ գոյություն ունի
քաղաքացիական լրագրություն	ոչ լրագրողների, քաղաքացիների կողմից ստեղծվող լրատվություն
քարոզչություն մեդիայում	տեղեկություն, որ նույնպես ունի որոշակի կարծիք ու դրական վերաբերմունք ստեղծել որևէ անձի կամ երևույթի նկատմամբ
քննադատական մտածողություն	տեղեկության վերլուծություն, տատճանների ու հետևանքների քննություն, քննադատական մտեցում ցանկացած ինֆորմացիայի
օդերատոր (հեռուստատեսային)	նկարահանում է տեսամյութեր հեռուստատեսության համար

Աշունների համար

գործադիր խմբագիր

Լուսինե Գրիգորյան

հեղինակներ

Լուսինե Գրիգորյան
Մեսրոպ Զարությունյան
Նվարդ Մանասյան
Վահրամ Մարտիրոսյան
Տիգրան Զակոբյան
Լևոն Քալանթար

խմբագրական կազմ

Նունե Սարգսյան
Զարություն Մանսուրյան
Գեղամ Վարդանյան
Նարինե Սաֆարյան
Արմեն Սարգսյան
Արևիկ Մարտիրոսյան
Լուսինե Ալեքսանյան
Նունե Թորոսյան

տեքստի խմբագիր

Չերիքնազ Զարությունյան

գեղարվեստական խմբագիր

Մկրտիչ Մաթևոսյան

ձևավորման մեջ օգտագործված են Աճի Պողոսյանի աշխատանքները

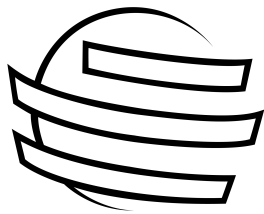
սկզբնականի բովանդակության հեղինակային և խմբագրական կազմ

Լուսինե Գրիգորյան
Մեսրոպ Զարությունյան
Տատյանա Զովհաննիսյան
Գեղամ Վարդանյան
Սեդա Գրիգորյան
Աճի Ստեփանյան
Արման Սուլեյմանյան
Զակրբ Զովհաննիսյան

ծրագրային ադահովում և ձևավորում

Microsoft **ԻՈՈՎԱԳԻՈՒՄ ԿԵՄՏՐՈՒՄ** MIC

Շնորհակալություն Կրթության ազգային ինստիտուտի դաստիարակության բաժնի մասնագետներին՝ աջակցության և խորհրդատվության համար



ԻՆՏԵՐՆՅՈՒՄ