

ԵՐԵՎԱՆԻ ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ
ԺՈՒՌՆԱԼԻՍՏԻԿԱՅԻ ՖԱԿՈՒԼՏԵՏ

ԺՈՒՌՆԱԼԻՍՏԻԿԱ ԵՎ ՀԱՂՈՐԴԱԿՑՈՒԹՅՈՒՆ

(ՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՊԱՏՄՈՒԹՅԱՆ ՀԱՐՑԵՐ)

1 (13)

ԵՐԵՎԱՆ
ԵՊՀ ՀՐԱՏԱՐԱԿՉՈՒԹՅՈՒՆ
2018

Հրատարակության է երաշխավորել Երևանի պետական համալսարանի գիտական խորհուրդը

Պետրոսյան Դ. Վ. (խմբագրական խորհրդի
նախագահ)

1. Աթանեսյան Ա. Վ., քաղաքական գիտությունների դոկտոր, պրոֆեսոր (ԵՊՀ)
 2. Ակոպով Գ. Լ., քաղաքական գիտությունների դոկտոր, պրոֆեսոր (ՌԴ, Սանկտ Պետերբուրգի պետական համալսարան)
 3. Ավետիսյան Ա. Շ., բանասիրական գիտությունների թեկնածու, դոցենտ (ԵՊՀ)
 4. Դանիելյան Գ. Բ., իրավաբանական գիտությունների դոկտոր, պրոֆեսոր (ԵՊՀ)
 5. Խառատյան Ա. Ա., ՀՀ ԳԱԱ թղթակից անդամ, պատմական գիտությունների դոկտոր, պրոֆեսոր (ՀՀ ԳԱԱ)
 6. Կորկոնոսենկո Ս. Գ., քաղաքական գիտությունների դոկտոր, պրոֆեսոր (ՌԴ, Սանկտ Պետերբուրգի պետական համալսարան)
 7. Հովսեփյան Մ. Մ., բանասիրական գիտությունների դոկտոր, պրոֆեսոր (ԵՊՀ)
 8. Մակարյան Ա. Ա., բանասիրական գիտությունների դոկտոր, պրոֆեսոր (ԵՊՀ)
 9. Մարտիրոսյան Ն. Ն., բանասիրական գիտությունների թեկնածու, դոցենտ (ԵՊՀ)
 10. Յորգ Մ., Հաղորդակցության դեպարտամենտի տնօրեն (Ավստրիա, Վիեննայի պետական համալսարան)
 11. Ստեփանյան Ա. Ա., պատմական գիտությունների դոկտոր, պրոֆեսոր (ԵՊՀ)
 12. Վարդանյան Ն. Է., բանասիրական գիտությունների թեկնածու, դոցենտ (ԵՊՀ), (քարտուղար)
- «Ժուռնալիստիկա և հաղորդակցություն»-ը նախորդ՝ «Ժուռնալիստիկա» ժողովածուի շարունակությունն է, ուստի փակագծում համարակալվել է (13)

**Հիմնադիր և հրատարակիչ՝
Երևանի պետական
համալսարան**

**Խմբագրության հասցեն՝
ՀՀ, 0025, Երևան,
Ալեք Մանուկյան 1,
ԵՊՀ Ժուռնալիստիկայի
ֆակուլտետ:
Հեռ.՝ 060-71-05-70**

**Էլ. կայք՝ publications.ysu.am
publishing.ysu.am
journalist.am**

**Խմբագրությունը կարող է
հրապարակել նյութեր՝
համամիտ չլինելով
հեղինակների
տեսակետներին:**

**e-mail: davidpetrosyan@ysu.am
Տպագրական 14.25 մամուլ:**

Տպաքանակը՝ 100

**Հանձնված է շարվածքի՝
29.03.2018**

**Հանձնված է տպագրության՝
12.07.2018**

Journalism and Communication
(Issues of Theory and History)
1(13)

Editorial Board

Petrosyan D. V. (Chairman of Editorial Board)

1. Akopov G. L., Doctor of Political Science, Professor (Saint Petersburg State University, RF)
2. Atanesyan A. V., Doctor of Political Science, Professor (YSU)
3. Avetisyan A. SH., PhD in Philology, Associate Professor (YSU)
4. Danielyan G. B., Doctor of Law, Professor (YSU)
5. Hovsepyan M. M., Doctor of Philology, Professor (YSU)
6. Joerg M., Univ.-Prof. Dr., Communication Chair, Director of the Department of Communication (University of Vienna, Austria)
7. Kharatyan A. A., Corresponding Member of the National Academy of Sciences of RA, Doctor of History, Professor (NAS of RA)
8. Korkonosenko S. G., Doctor of Political Science, Professor (Saint Petersburg State University, RF)
9. Makaryan A. A., Doctor of Philology, Professor (YSU)
10. Martirosyan N. N., PhD in Philology, Associate Professor (YSU)
11. Stepanyan A. A., Doctor of History, Professor (YSU)
12. Vardanyan N. E., PhD in Philology, Associate Professor (YSU), (Secretary)

Журналистика и коммуникация
(Вопросы теории и истории)
1(13)

Редакционная коллегия

Петросян Д. В. (председатель редакционной коллегии)

1. Аветисян А. Ш., кандидат филологических наук, доцент (ЕГУ)
2. Акопов Г. Л., доктор политических наук, профессор (Санкт-Петербургский государственный университет, РФ)
3. Атанесян А. В., доктор политических наук, профессор (ЕГУ)
4. Варданян Н. Э., кандидат филологических наук, доцент (ЕГУ), (секретарь)
5. Даниелян Г. Б., доктор юридических наук, профессор (ЕГУ)
6. Йорг М., директор департамента коммуникации (Венский университет, Австрия)
7. Корконосенко С. Г., доктор политических наук, профессор (Санкт-Петербургский государственный университет, РФ)
8. Макарян А. А., доктор филологических наук, профессор (ЕГУ)
9. Мартиросян Н. Н., кандидат филологических наук, доцент (ЕГУ)
10. Овсебян М. М., доктор филологических наук, профессор (ЕГУ)
11. Степанян А. А., доктор исторических наук, профессор (ЕГУ)
12. Харатян А. А., член-корреспондент НАН РА, доктор исторических наук, профессор (НАН РА)

**ՀԱՅԱՍՏԱՆՅԱՆ ՄԵԴԻԱՄԻՋԱՎԱՅՐ.
ԽՆԴԻՐՆԵՐ ԵՎ ՀԵՌԱՆԿԱՐՆԵՐ**

Բայադյան Հ. Լ.
*Նոր մեդիայի և հաղորդակցության
ամբիոնի դասախոս, ֆ.մ. գ. ք.
Էլ. փոստ՝ hrachb@yahoo.com*

ՄԵԴԻԱՅԻ ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՀԵՌԱՆԿԱՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ

Բանալի բառեր - *մեդիա և մշակութային հետազոտություններ, կրթություն, հետխորհրդային, միջգիտակարգային*

Թեև արդեն երկար տարիներ ընթացքի մեջ է կրթության համակարգի բարեփոխման աշխատանքը, այդուհանդերձ, Հայաստանում, ինչպես բազմաթիվ այլ հետխորհրդային հասարակություններում, ըստ էության դեռ լուծված չէ հումանիտար և սոցիալական գիտությունների համար ժամանակակից ուսումնական ծրագրերի մշակման խնդիրը: Հասկանալի է՝ սա հատկապես վերաբերում է հետազոտության նոր տիրույթներին, որոնցից է Մեդիայի և մշակութային ուսումնասիրությունները:

Խորհրդային Հայաստանում ձևավորվել էր ակադեմիական հաստատություններում աշխատող հետազոտողների մի խավ, որը հետխորհրդային շրջանում հիմնականում քայքայվեց կամ կորցրեց իր հնարավորությունների մեծ մասը: Վերջին տարիներին ավելի շատ խոսվում է տարբեր մասնագիտությունների գծով համալսարաններում դիմորդների քանակի նվազման, երիտասարդների շրջանում գիտությամբ զբաղվելու ցանկության պակասի, գիտության ոլորտի անբավարար ֆինանսավորման, գիտնականների ցածր աշխատավարձի մասին: Այս պայմաններում իսկապես դժվար է համոզվիչ փաստարկներ գտնել հետազոտության և կրթության նոր տիրույթների յուրացման օգտին, մանավանդ որ այս դեպքում բախվում ես հավելյալ դժվարությունների:

Հոդվածում կքննարկվեն մի խումբ հարցեր, որոնք առնչվում են Մեղիայի ուսումնասիրություններին (այսուհետև՝ ՄՈՒ)՝ որպես հետազոտության տիրույթի և առարկայի համալսարանական ուսումնական ծրագրի: Շատ օգտակար է այս առումով ծանոթանալ ոչ արևմտյան հասարակություններում Մեղիայի և մշակութային ուսումնասիրությունների (այսուհետև՝ ՄՄՈՒ)՝ որպես արևմտյան տեսության ու մեթոդաբանության տեղայնացման փորձին [3]: Որոշ դիտարկումներ էլ հիմնված են ԵՊՀ ժուռնալիստիկայի ֆակուլտետի «Հաղորդակցություն, մեղիա և հասարակություն» մագիստրոսական ծրագրում մեր աշխատանքի հնգամյա փորձի վրա:

Ճիշտ են շարունակ կրկնվող հավաստիացումներն այն մասին, որ տեղեկատվամիջոցները (մեղիան) օրեցօր ավելի ու ավելի մեծ կարևորություն են ստանում մեր առօրյա կյանքում, և որ անհնար է պատկերացնել ժամանակակից հասարակություն առանց տեղեկատվամիջոցների՝ հին ու նոր: 1990-ականների վերջից ի վեր սոցիալական և մշակութային նշանակալի տեղաշարժեր են կատարվել Հայաստանում մասնավորապես սպառողական մշակույթի տարածման, հասարակության մեջ տեղեկատվամիջոցների ու զանգվածային մշակույթի նշանակության մեծացման, մեղիաձևերի ու համապատասխան պրակտիկաների բազմացման, մեղիայի սպառման նոր եղանակների յուրացման առումով: Եթե նկատի առնենք, որ սրանք մինևույն ժամանակ եղել են անկախության ձեռքբերման ու ազգաշինության ջանքերի տարիներ, ապա էլ ավելի գրավիչ է դառնում մեղիա-հասարակություն փոխհարաբերության ուսումնասիրությունը:

Կարելի է հիշել հասարակության մեջ ժամանակ առ ժամանակ ծայր առնող բանավեճերը հեռուստատեսային որոշ հաղորդումների, ասենք, սերիալների շուրջ բռնության պատկերման և օգտագործվող գռեհիկ լեզվի, իսկ վերջերս՝ հեռուստատեսությամբ ռաբիս երաժշտության պրոպագանդման պատճառով: Սրանք, այսպես կոչված, «բարոյական խուճապի» օրինակներ են, մի բանի, որը՝ որպես հանրային բանավեճերի խթան, երկար պատմություն ունի արևմտյան հասարակություններում: Իր բուն իմաստով այն նկարագ-

րում է մի գործընթաց, որի մեջ «ինչ-որ վիճակ, դեպք, մարդ կամ մարդկանց խումբ սկսվում է սահմանվել որպես սպառնալիք սոցիալական արժեքների ու շահերի համար» [316, 2]: Նկարագրված դեպքերը մաս անհատների կամ սոցիալական խմբերի կողմից «մեղիայի ազդեցությունների» մեկնաբանության օրինակներ են հայաստանյան հասարակության մեջ, որտեղ, սակայն, չկան բավարար գիտելիքներ ու հմտություններ մեղիայի ուսումնասիրությունների համար: Սա մաս ցույց է տալիս, թե որքան օգտակար կարող են լինել մեղիայի՝ պատշաճ մակարդակով իրականացված հետազոտությունների արդյունքները հանրային բանավեճերի ու մշակութային քաղաքականություն մշակելու համար:

1. Ի՞նչ են Մեղիայի և մշակութային ուսումնասիրությունները

Մեղիայի ուսումնասիրությունները և մշակութային ուսումնասիրությունները հետազոտության սերտորեն փոխկապակցված տիրույթներ են: Երբեմն դրանք միավորվում են մեկ անվան տակ՝ Մեղիայի և մշակութային ուսումնասիրություններ, որպես ակադեմիական մեկ առարկա, որովհետև ունեն մույն տեսությունները, մույն մեթոդաբանական մոտեցումները: Որպես հետազոտության ոլորտ՝ դրանք սկսել են զարգանալ 1970-ականներին, ինստիտուցիոնալացվել են ամբիոնների, համալսարանական հետազոտական կենտրոնների, իսկ ավելի ուշ՝ մույնիսկ առանձին ֆակուլտետների տեսքով և դասավանդվում են աշխարհի բազմաթիվ համալսարաններում: Դրանք ունեն իրենց ուսումնասիրության առարկան, մոտեցումները, առաջատար հետազոտողներն ու տեսաբանները: ՄՄՈՒ-ն միշտ եղել է հետազոտության բազմաբնագավառային (multi-disciplinary) տիրույթ: Այն հետազոտողից պահանջում է բազմաթիվ բնագավառների իմացություն՝ լեզվաբանության, գրականագիտության, հոգեբանության, սոցիոլոգիայի, պատմագիտության, մարդաբանության և այլն: Նրա մոտեցումների մեջ մտնում են նշանագիտությունը, պատումի տեսությունը, ժանրերի ուսումնասիրությունները, գաղափարաբանության վերլուծությունը, հոգեվերլուծությունը

նը, բովանդակության վերլուծությունը, դիսկուրսի վերլուծությունը, լեզվաբանական վերլուծությունը և այլն [4, 3; 12, 1]:

Անհրաժեշտ է ընդգծել ՄՄՈՒ-ի մեջ զանգվածային կամ համա-
քամատչելի մշակույթի դրական ընկալման սկզբունքային հանգա-
մանքը: Սա նշանակում է մերժել մշակույթը բարձր և ցածր տեսակ-
ների բաժանող և զանգվածային մշակույթն անտեսող էլիտային մո-
տեցումը: Ավելին՝ կգտնվեն այնպիսի տեսաբաններ, որոնք կպնդեն,
թե «սովորական մարդկանց (խորհրդա)նշանային (սիմվոլիկ, նշա-
նային համակարգերի օգնությամբ իմաստի ստեղծմանն ու փո-
խանցմանը վերաբերող) փորձառություններն ու պրակտիկաները
վերլուծական ու քաղաքական իմաստներով ավելի կարևոր են, քան
բարձր մշակույթը [54, 1]:

Ինչպես հայտնի է, մշակութային վերլուծության նկատմամբ
դասական մոտեցումը հստակ տարբերակում է մտցնում բարձր և
ցածր մշակույթների, գեղագիտորեն արժեքավորի և ցածրարժեքի
միջև: Հայաստանում, մասնավորապես մշակութաբանական մո-
տեցման մեջ նույնպես տիրապետում է զանգվածային մշակույթի՝
որպես պարզունակ, գեղագիտական հատկություններից զուրկ և
դրանով իսկ հետազոտական ուշադրության ոչ արժանի մի բանի
ընդունված ընկալումը: ՄՄՈՒ-ի մեջ մշակվել է գնահատման
սկզբունք, որ հիմնված է ավելի քաղաքական արժեքների ու գաղա-
փարաբանական վերլուծության, քան գեղագիտական չափանիշնե-
րի վրա: Համաձայն Թ. Էզրոնի՝ այստեղ քննադատության դերը
ավելի խոր ըմբռնման մշակումն է այն ձևի, որով մեր մշակույթն ու
խորհրդանշային պրակտիկաները կապված են սոցիալական, քա-
ղաքական և տնտեսական իշխանությանը: Այս տեսանկյունից է,
որ, ինչպես նկատում է Քրիս Բարքերը, այնքան էլ իմաստիալից չէ
քննարկել, թե արդյոք մշակույթը ձևի ու գեղագիտական իմաստով
«լավն» է, թե «վատը»: Ընդհակառակը, մեր գործն է դիտարկել
(իմանալով հանդերձ, որ մեր տեսակետն անխուսափելիորեն ձևա-
վորված է որոշակի արժեքների կողմից, ուստի և օբյեկտիվ չէ) նրա
«գաղափարաբանական» կառուցվածքը և քաղաքական հետևանք-
ները [39-74,1]: Այսինքն՝ այստեղ հիմնական մտահոգությունը

պետք է լինի այն եղանակների վերլուծությունը, որոնցով մեղիամշակույթի ձևերն ու պրակտիկաները միահյուսված են սոցիալական իշխանության ու գաղափարաբանության մեխանիզմներին:

2. Հայաստանյան համատեքստը

ՄՄՌԻ-ի արևմտյան դասագրքերում կարելի է գտնել բազմաթիվ հղումներ ռուս-խորհրդային հեղինակների աշխատանքներին, այդ թվում՝ ռուս ֆորմալիստների (Վլադիմիր Պրոպ, Վիկտոր Շկլովսկի) պատումի տեսության մեջ, Վալենտին Վոլոշինովի և Միխայիլ Բախտինի նշանագիտության մեջ: Բայց Խորհրդային Միությունում չի եղել մեղիայի և հաղորդակցության ակադեմիական հետազոտության բնագավառ, չեն մշակվել մեղիայի տեսություններ, ինչը հասկանալի է մեղիայի նկատմամբ պետական-կուսակցական մենաշնորհի պայմաններում: Տեղեկատվամիջոցների քաղաքական և հասարակական դերակատարության մասին հիմնական սկզբունքները ձևակերպել է Լենինը դեռևս քսաներորդ դարի սկզբին գրած մի քանի հոդվածներում՝ «Ինչի՞ց սկսել» (1901), «Ի՞նչ անել» (1902) և «Կուսակցական կազմակերպություն և կուսակցական գրականություն» (1905): Մամուլի համար շարադրված Լենինի գաղափարները կատարելագործվելով հետագայում կիրառվեցին նոր տեղեկատվամիջոցների նկատմամբ՝ կինոյի, ռադիոյի և հեռուստատեսության: Մամուլի հիմնական գործառույթը կուսակցական «ազդեցության և պրոպագանդան» էր: Այն կոչված էր կրթելու և սոցիալականացնելու մարդկային զանգվածները: Մամուլը այն միջոցն էր, որի օգնությամբ նոր գաղափարախոսությունը պիտի թափանցեր խորհրդային հասարակության բոլոր շերտերը՝ նպաստելով նոր մարդու և նոր հասարակության կազմավորմանը [193, 2]:

Սինույն ժամանակ քննադատական տեսության՝ նախորդ դարում ձևավորված արևմտյան ավանդությունը (Ֆրանկֆուրտի դպրոցը, ֆրանսիական հետկառուցվածքաբանությունը և պոստմոդեռնիստական տեսությունները) հետխորհրդային տարիներին ներմուծվել ու յուրացվել է մասնակիորեն և համալսարանական ուսում-

նական ծրագրում արտացոլված է փոքր չափով: Բազմաթիվ կարևոր տեքստեր դեռ սպասում են իրենց թարգմանիչներին ու մեկնաբաններին:

Վերը բերված պարզաբանումներից կարելի է եզրակացնել, որ մեթոդաբանական առումով ՄՈՒ-ն հիմնականում նախապատվությամբ է տալիս որակական մեթոդներին՝ մշակութային իմաստի վրա դրանց կենտրոնացածությամբ հանդերձ: Բայց ներկայիս ՄՄՈՒ-ն որդեգրել է էկլեկտիկ մեթոդաբանություն՝ օգտագործելով թե՛ քանակական, թե՛ որակական մեթոդներ և զուգակցելով սոցիալական ու հումանիտար գիտությունների հնարավորությունները [32-38, 1]: Այս մեթոդաբանական տարասեռությունը և ՄՄՈՒ-ի բազմաբնագավառային բնույթը անսովոր են մեր ուսանողների համար: Ընթացիկ ուսումնական ծրագրերը դեռևս թույլ չեն տալիս պատրաստել նման գիտելիք և հատագտակալ հմտություններ ունեցող ուսանողներ:

Հաջորդ բանը, որ պետք է քննարկել, մարքսիստական քննադատական ավանդության կարգավիճակն է Հայաստանում: Այստեղ շատերը մտածում են, թե սոցիալիստական համակարգի փլուզումը նշանակում է մարքսիստական փիլիսոփայական ու սոցիոլոգիական տեսության ձախողում: Շատ գիտնականների համար մարքսիզմը ընդմիշտ կորցրել է իր գրավչությունն ու համոզչությունը: Բայց ՄՄՈՒ-ի համար Ֆրանկֆուրտի դպրոցը (այն հայտնի է որպես նեոմարքսիզմ) և բրիտանական ՄՈՒ-ի մոտեցումները, որոնցում բազմաթիվ քննադատներ առնչված էին մարքսիստական տեսանկյուններին, վճռական բաղադրիչներ են, ինչը նշանակում է, թե հարկ է արմատապես վերանայել վերաբերմունքը մարքսիզմի նկատմամբ ընդհանրապես և քսաներորդ դարի մարքսիստական քննադատության նկատմամբ մասնավորապես:

3. Գործնական մտահոգություններ

Այսպիսով՝ կան մի շարք տիպական խոչընդոտներ Հայաստանում ՄՄՈՒ-ի դասընթացներ մշակելու և դասավանդելու համար:

Իսկ հիմա բնութագրական մի քանի դժվարությունների մասին, որոնց բախվել ենք «Հաղորդակցություն, մեղիա և հասարակություն» մագիստրոսական ծրագիրը մշակելիս և իրականացնելիս: Նախ հասկանալի է, որ կա հայերեն գրքերի, դասագրքերի ու ձեռնարկների, ինչպես նաև պահանջվող դասընթացներ վարելու ընդունակ դասախոսների պակաս: Արևմտյան (հիմնականում բրիտանական, ամերիկյան և ավստրալիական) դասագրքերի օգտագործումը, քեն անխուսափելի, բայց անխնդրահարույց չէ: Առաջարկվող տասնյակ, եթե ոչ՝ հարյուրավոր դասագրքերից ինչպե՞ս ընտրել առավել հարմարները: Սա պարզ հարց չէ, բայց էլ ավելի կարևոր է հետևյալ հարցը՝ ինչպե՞ս հարմարեցնել ընտրված դասագրքերը տեղական կարիքներին, որ առաջին հերթին, իհարկե, նշանակում է իմանալ, ձևակերպել տեղական կարիքները: Ամեն դեպքում պետք է հաշվի առնել, որ արևմտյան դասագրքերում քննարկվող մեղիատեքստերի օրինակները (ֆիլմեր, սերիալներ, հանդեսներ, գովազդ և այլն) հիմնականում անծանոթ են հայաստանցի ուսանողներին, և դասախոսի առաջնային գործերից մեկն է համալրել դասավանդումը տեղական մեղիաարտադրանքից վերցված օրինակների վերլուծությամբ: Լուրջ դժվարություններ են առաջանում հասկացությունների ու մասնագիտական եզրերի (տերմինների) թարգմանության և առհասարակ այն ամբողջ լեզվի ձևավորման ժամանակ, որ անհրաժեշտ է և՛ դասավանդելու, և՛ հետազոտություն կատարելու համար: Այս աշխատանքը նաև լավ նախադրյալներ է ստեղծում սեփական դասագրքերի ստեղծման համար:

Այսպիսով՝ պարզ է, որ մենք առայժմ ավելի շատ հարցեր ունենք, քան պատասխաններ: Սակայն կան գործնական բնույթի մի շարք խնդիրներ, որ կուզենայինք լուծել մոտ ապագայում: Այստեղ ունենք երկու առաջնահերթություն. նախ՝ թարգմանել հայերենի մի քանի գրքեր ու դասագրքեր՝ դրանք համալրելով մեր պատրաստած նյութերով, մեկնաբանություններով ու վերլուծություններով, երկրորդ՝ կազմակերպել հետազոտողների խումբ, որն ունակ կլինի մշակելու և իրականացնելու մեղիայի հետազոտության նախագծեր ընդունելի տեսական ու մեթոդաբանական մակարդակի վրա: Այ-

սինքն՝ անհրաժեշտ է ձգտել համատեղելու կրթական ու հետազոտական աշխատանքները: Գիտության և կրթության կազմակերպման հետխորհրդային համատեքստում, որտեղ հետազոտական և ուսումնական աշխատանքները հիմնականում իրականացվում են տարբեր կառույցներում՝ ակադեմիական ինստիտուտներում և համալսարաններում, ձևավորվելու հավակնություն ունեցող մոր տիրույթի համար սա թերևս հարկադրված քայլ է, բայց նաև այնպիսին, որ մեզ հիշեցնում է արդյունավետ դասավանդման ու հետազոտության անբակտելի կապի և գուցե մույնիսկ գիտական հետազոտության կազմակերպման մոր ձևերի մերդրման անհրաժեշտության մասին:

Հղումներ

1. Barker Chris, Cultural Studies: Theory and Practice, 3rd edition, SAGE Publications, London: 2008.
2. Ellis F., ‘The Media as Social Engineer’ in (Eds.) Kelly, Catriona and Shepherd, David, Russian Cultural Studies: An Introduction, Oxford University Press, Oxford: 1998, pp. 192-222.
3. Kang M., ‘East Asian Modernities and the Formation of Media and Cultural Studies’ in (Eds.) Downing, John D.H., McQuail, Denis and Schlesinger, Philip, et.al. The SAGE Handbook of Media Studies, SAGE Publications, London: 2004, pp. 271-287.
4. Long, Paul and Wall, Tim 4 Media Studies: Texts, Production, Context, 2nd edition, Routledge, London: 2012.

РЕЗЮМЕ

Баядян Г. Л.

ПЕРСПЕКТИВА МЕДИАИССЛЕДОВАНИЙ В АРМЕНИИ

Ключевые слова: *медиа и культурные исследования, образование, постсоветский, мультидисциплинарный*

В Армении, как и в других постсоветских странах, всё ещё не решён вопрос создания современных университетских курсов по гуманитарным и социальным наукам. Прежде всего это относится к области Медиа и культурных исследований (МКИ). В статье обсуждаются вопросы, относящиеся к МКИ, как к области исследования, так и к предмету преподавания. Рассматриваются также ряд типичных препятствий на пути к созданию и преподаванию курсов по МКИ.

SUMMARY

Bayadyan G. L.

THE PERSPECTIVE OF MEDIA STUDIES IN ARMENIA

Key words: *media and cultural studies, education, post-Soviet, multidisciplinary*

Armenia, as well as a number of other post-Soviet countries, is still facing the problem of developing up-to-date curricula in humanities and social sciences. The problem is especially obvious in the case of Media and cultural studies (MCS). The paper is a brief discussion of several issues closely related to MCS as a field of study and as a subject in higher education curricula. It also discusses a series of typical obstacles in the way of our attempt to develop and teach MCS courses in Armenia.

Կարապետյան Մ. Մ.
Նոր մեդիայի և հաղորդակցության
ամբիոնի ասիստենտ, ք.գ.ք.
Էլ. փոստ՝ mariamkarapetyan-mk@yandex.ru

ՀԱՍԱՐԱԿԱԿԱՆ ՀԱՍՏԱՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ԵՎ ՄԵԴԻԱ, ՀԻՄՆԱԽՆԳԻՐՆԵՐ

Բանալի բառեր – հասարակական հասարակություններ, հասարակութեանական զարգացումներ, ժողովրդային հարց, սոցիալական քննադատության դիրքեր, ժողովրդային դաշտ, 1990-ական թթ. հայաստանյան մամուլ

Մուտք

Չանգվածային տեղեկատվամիջոցների գործունեությունը հաճախ է քննադատվում մասնագիտական ոչ բավարար պատրաստվածության, առևտրային նախապատվությունների, հանրային անբարենպաստ ազդեցության և այլ մեղադրանքներով: Առավել ակնառու այս խնդիրների կողքին, սակայն, առկա են նաև այլ՝ ավելի աննկատ խնդիրներ, երբեմն՝ բաղադրիչ-խնդիրներ, որոնք բավարար ուշադրության չեն արժանանում, թեև մույնքան կամ ավելի կարևոր նշանակություն ունեն իրավիճակների մեկնաբանման և բարելավման առումով: Այդպիսին է *հասարակական տարբեր հասարակությունների (ինստիտուտների) զարգացմանը լրագրողների գործնական մասնակցության խնդիրը*՝ իր բաղադրիչներով:

Ըստ այսմ՝ մեր հոդվածում փորձելու ենք քննել որոշ առանցքային եղանակներ, որոնցով մեդիան հարաբերվում է հասարակական հաստատությունների հետ՝ նպաստելով դրանց փոփոխություններին և փոփոխություններ կրելով իր հերթին: Հոդվածի առաջին մասում ընդհանուր գծերով կանոնադաշտնաճի հասարակական հաստատություններ - լրագրություն հարաբերությունների գործնական կարևորագույն եղանակներից մեկին՝ *լրագրողական հարցին*,

որով լրագրությունը ոլորտների միջև սահմաններ և կապեր է հաստատում: Երկրորդ մասում այս տեսակետից կուսումնասիրենք 1990-ական թթ. առաջին կեսի հայաստանյան մամուլը: Ժամանակաշրջանը մեզ հետաքրքրում է և՛ մամուլի պատմության տեսակետից, և՛ որպես հաստատութենական զարգացումներ – տեղեկատվամիջոցներ փոխազդեցությունների ակնառու օրինակ. սա մի ժամանակաշրջան էր, երբ նորանկախ պետության հաստատությունները ձևավորման փուլում էին, ուստի առավել նկատելի էին հաստատութենական զարգացումներ - մամուլ փոխազդեցությունները: Հոլովածի երրորդ մասում առավել մանրամասնորեն կքննենք լրագրողի «հաստատութենական հարցին» վերաբերող մի շարք խնդիրներ և լուծման մեխանիզմներ, որոնք կապված են հաստատությունների ու հաստատութենացման կոնկրետ բնութագրիչների հետ և հատկապես արդիական են այսօր:

1. «Հաստատութենական հարցը» մեղիայում

Մեր պետության արտաքին ու ներքին խնդիրների մասին ամեն օր լսում ենք հեռուստառադիոէթերից և կարդում պարբերականներում, սոցիալական ցանցերում: Ընտելացել ենք դրանց թեմաներին, բովանդակությանն ու ոճին: Ահա այդպիսի խնդիրների մասին մի մեջբերում «Առավոտ» օրաթերթից, որի փոխարեն հարյուրավոր ուրիշ մեջբերումներ կարելի էր անել այլ տեղեկատվամիջոցներից. «Բոլոր ժամանակների քաղաքական իշխանությունները ձախողեցին ամենուր՝ տնտեսությունը զրոյացված է, մշակույթը օտարերկրյա մոդամաթներով մեզ մատուցվող անորակություն է. մեղմ բառի համար՝ կներեք, կրթության բնագավառն անմակարդակ փորձադաշտի է վերածվել, արտերկրի փողերով, մի քանի տարին մեկ կրթական նոր համակարգեր են իբր ներդրվում, Գիտությունների սզգային ակադեմիան անդեմ ու անգետ մի կառույցի է վերածվել, եկեղեցին՝ անգլուխ, մոմավաճառ, հոգևորի հետ կապ չունեցող, մի կառույց, որ ծեծվող ու սպանվող ժողովրդի կողքին կանգնող հոգևոր

հովիվ անգամ չունի: Այն, ինչ ունի՝ ո՛չ հոգևոր է, ո՛չ էլ՝ հովիվ»¹: Այս հատվածը Մ. Խորենացու «Ողբ»-ն է հիշեցնում: Անմիջապես ուղիղ և շիտակ հարց է ծագում. ի՞նչ կարող է տալ նման քննադատությունը:

Ահա միևնույն հրապարակման հաջորդ պարբերությունը. «Մանր ու միջին բիզնեսը հոգեվարքի մեջ է: Ապաշնորհ հարկային և մաքսային քաղաքականության հետևանքով բոլոր գործարարները ստիպված խաբում են: Մի պարզ օրինակ. որպեսզի ես իմ աշխատողին 2 միլիոն դրամ աշխատավարձ վճարեմ, պիտի գումարեմ ևս 800 հազար դրամ հարկ, որպեսզի աշխատողը «մաքուր» 2 միլիոն ստանա: Ո՞ր հիմարն այդքան աշխատավարձ ցույց կտա: Եթե հարկային այսպիսի քաղաքականությունը ընդունելի է զարգացած երկրներում, ապա այս փուլում, Հայաստանի համար անպտուղ է»:

Երկրորդ պարբերությունն ավելի արդյունավետ է որպես քննադատություն, քան առաջինը: Այստեղ կոնկրետ օրինակ է մատնանշվում, որ, սակայն, կարող է, բայց չի վերաճում հետևողական հարցի. դրան նախորդող պարբերությունը հուշում է, թե ինչ ընդհանուր տրամաբանությունից է սերում նույնիսկ առարկայական հարցը: Սա հասարակական կյանքի բոլոր բաղադրիչներն առանց կոնկրետացման կողք կողքի դնելու և հավասարապես ու առանց խորամուխ լինելու քննադատության մոլոր վրդովմունքն է:

Որպես այլընտրանք՝ փորձենք քննել *հեղինդական հարցի հնարավոր տեղը*² ուսումնասիրելով այդ տեղը որպես հաստատությանական դիրք:

Առաջնորդվենք կառուցողական հարցադրմամբ. *ինչպե՞ս կարող է մեղիան նպաստել հասարակութենական կառուցվածքների կայացմանը*: Մեր առանձնացրած բաղադրիչ-հարցն այս լայն հարցադրման տեսակետից պիտանի է և գործնական արժեք ունի: Հնչեցնենք այն մեկ անգամ էլ. *որտե՞ղ պետք է «դիրքավորվի» լրագրողական հարցը*, եթե լրագրողը ցանկանում է կառուցողական աշխատանք կատարել: Նշենք, որ հարց ասելով՝ նկատի ունենք ոչ

¹ Սարգսյան Ս., Ծառուկյանը, քաղաքականությունն ու ժողովուրդը, <http://www.aravot.am/2016/12/14/837143/> (14.12.16):

միայն հարցուպատասխանի ձևաչափով լրագրողական աշխատանքը, այլև հարցն իբրև որևէ թեմա հայտնաբերելու (իրականությանը տրվող հարցեր), դրան մոտենալու (ոլորտները բաղադրող ու կոնկրետ խնդիրներ երևան հանող հարցեր) և իբրև լրագրողական նյութ շարադրելու (պատասխանված հարցեր) միջոց: Հարցի մասին այս մտահոգությունը սերում է տեղեկատվամիջոցներում *անվանված և կոնկրետ սահմաններում որոշարկված* սոցիալական խնդիրներ տեսնելու ցանկությունից: Հարցադրումը հիմնվում է դիրքերի, իշխանությունների և գործառության ոլորտների բաժանման և փոխադարձ վերահսկման ըմբռնումների վրա, որոնք բնորոշում են քաղաքացիական հասարակությունը: Կարծում ենք՝ սա պետք է նաև ապագա լրագրողներին սովորեցնել, քանի որ այն, մեր համոզմամբ, լրագրության գործառույթների ու սոցիալական նշանակությունների, ինչպես նաև տեղեկատվական համեմատությունների մասին մտածելու արդյունավետ ու կարևոր ուղղություններից մեկն է և, որ առավել կարևոր է, *հստակ տեղեկատվական ռազմավարությունների մղող ուղղություն:* Շատ բան այստեղ կարող է թվալ ակնհայտ և պարզապես ուրիշ բառերով ասված, բայց կրկին հարկ է լինում հիշեցնելու նշանակությունների նույր տարբերությունները տարանջատելու կարողության կարևորությունը: Մանավանդ որ մեր հոդվածի թեման հենց նշանակությունների և դրանց կիրառման վարպետությանն է առնչվում: Մեր պնդումը, ուրեմն, հետևյալն է. «*Որտե՞ղ է դիրքավորվում լրագրողական հարցը*» հարցի պատասխանը հասարակության սահմանների գոյություն ունենալու կամ չունենալու, դրանց գիտակցման կամ չգիտակցման հայրանիշներից է:

2. Հաստատութենական զարգացումներ և մեղիա: 1990-ականների մամուլի փորձը

1990-ականներին մամուլը ինքն իրեն տեղադրում էր նախ և առաջ հաստատութենացման հարցն ուղղակիորեն արժարժողի և հանրային շրջանառման թեմա դարձնողի դիրքերում: Մեղիայի ինքնատեղադրումն ու հանձնառություններն այս տարիներին կարծեք առավել որոշակի էին, քանի որ գուգորդվում էին հաստատութենացման «ավելի մեծ» չափումների հետ. դեռ պետք էր հաստատութենական փոփոխությունների ամենաընդհանուր և ամենատեսանելի սահմաններն ուրվագծել: Այլ կերպ ասած՝ *սոցիալական փոփոխությունների ակնհայտությունն ավելի հստակ էր դարձնում մեղիայի տեղը*. այն պետք է գուգորդվեր նախ ժողովրդավարության *հռչակագրային* ազատությունների հետ: Իրավիճակը դեռևս ավելի անմիջականորեն էր սահմանում մեղիայի դերերը գոնե անվանական հռչակագրային մակարդակներում (կամ առնվազն հարաբերականորեն և ժամանակավորապես պակաս կարևոր դարձնում դրանց ներքին կազմակերպական մակարդակները), և այդ սահմանման արդարացվածությունն ավելի քիչ տարակուսելի, քան այսօր: Այս պատճառով ժամանակաշրջանի մամուլն ուսումնասիրելիս հարկ ենք համարում ավելի մեծ ուշադրություն դարձնել թեմայի արժարժումների առավել ընդհանրական – համակարգային հատկանիշների քննությանը, թեմատիկ շեշտադրումներին և բովանդակությանը, քան ներքին կազմակերպական մակարդակներին և ոչ ակնհայտ այլ կողմերին:

Այսպիսով՝ հետաքրքիր էին *լայնամասշտաբ փոփոխություններն ինքնին* հարցադրումներ և դիրքեր բաշխելու մեծ ներուճակությամբ և դրանց վրա ունեցած ուղղակի ազդեցությամբ (այսօր դրանք ավելի շատ են միջնորդված զանազան սուբյեկտիվ և օբյեկտիվ հանգամանքներով): Ինչպես նկատում է դիսկուրսի տեսաբան Ֆերկլոն, մեղիահրապարակումների վերլուծությունը թույլ է տալիս որսալ դիսկուրսի *սոցիալական կադաստրի* դերը դիսկուրսի ձևավորման գործում, օրինակ՝ «ամբողջության մեջ հասարակութենա-

կան և տնտեսական ի՞նչ պայմանների է ենթարկվում դիսկուրսիվ պրակտիկան»²: Մյուս կողմից՝ հնարավոր է դառնում ուսումնասիրել, թե ինչպես են դիսկուրսները նպաստում այս կամ այն հասարակությունների փոփոխությանը:

Ասվածը համահունչ է Դ. Աջենդալուի և Ջ. Ռոբինսոնի առաջարկած դրույթներին, համաձայն որոնց, մի կողմից, հաստատությունները կայունության և ժառանգականության ապահովողներ են³, մյուս կողմից՝ մշակութային կառուցվածքները շատ դանդաղ են փոփոխվում, հաստատությունները՝ համեմատաբար արագ⁴: Ըստ այսմ՝ կարող ենք ուսումնասիրել հաստատություն - խթան, խթան - հաստատություն հարաբերությունները, օրինակ՝ անկախություն - ազատ մամուլ, ազատ մամուլ - մշակութային կառուցվածքները:

Եվ այսպես, ցանկացած համակարգային գործողություն, բացի միայն իրեն բնորոշ առանձնահատկություններից, ունի նաև առհասարակ համակարգերին բնորոշ տրամաբանություն և օրինաչափություններ: Այս հանգամանքը նկատվել է 90-ականների մամուլում, երբ քննարկվում էին նորանկախ պետության աշխարհաքաղաքական կողմնորոշումները, եվրոպական ժողովրդավարության ուղով զարգանալու հնարավորությունները, երբ մամուլի հաստատությունական նոր զարգացումների ընթացքում քննարկման թեմա է դառնում հենց հաստատությունացումը: Այսպես. «Ինստիտուտները գոյություն ունեն որպես որոշակի կանոններ, որոնցով պետք է ի կատար ածվեն ենթադրվող գործողությունները: Նույնիսկ եթե բողոքված ձևով պահպանվում են ժողովրդավարության հետ ոչ մի ընդհանուր բան չունեցող արժեքային կամ նպատակային կողմնորոշումները, այնուամենայնիվ նրանց կրողները պարտավոր են պահպանել կանոնները և կատարել թերևս ստիպողական այն գործողությունները, որոնք ամրապնդում են համակարգի բուն ինստիտուցիո-

² Филлипс Л., Йоргенсен М. В., Дискурс анализ: теория и метод, Харьков, Гум. центр, 2008, с. 152.

³ Տե՛ս Աճեմոօղլու Դ., Րոբինսոն Ժ. Ա., Почему одни страны богатые, а другие бедные. Происхождение власти, процветания и нищеты, М., 2016, էջ 52.

⁴ Տե՛ս Աճեմոօղլու Դ., Րոբինսոն Ժ. Ա., նշվ. աշխ., с. 75:

նալ չափումը»⁵: Այլ կերպ ասած՝ կառույցների ստեղծմանը զուգահեռ ընթանում է հասարակական համակարգերի աստիճանական հաստատությունական զարգացումը: Մամուլի հրապարակումներում կարելի է հանդիպել քաղաքացիական հասարակության արժեքների մման զարգացումների՝ բացահայտ կամ որպես դիսկուրսում ընթերցելի հնարավորության:

Երկրաշրջանի հետազոտությունների կենտրոնի վերլուծաբան Արա Նեղոյանը, օրինակ, «Անդրադարձ»-ում խոսելով Թուրքիայի մասին, հետաքրքիր է համարում հետևյալ փաստը. զուտ քարոզչական նկատառումներով սկզբնապես ընտրելով ժողովրդավարության արևմտյան տարբերակը՝ Թուրքիան ստիպված եղավ իրական քայլեր կատարել մարդու իրավունքների պաշտպանության ասպարեզում⁶: Հոդվածագիրն այս հանգամանքը հիշատակում է հայկական քարոզչության հիմնական խնդիրները վերլուծելիս: Ներկայացնելով այդ քարոզչությունն ավելի արդյունավետ դարձնելու մի շարք ընթացակարգեր՝ նա, փաստորեն, հուշում է նույն միտքը. մասնավորապես Եվրոպային ինչ-որ գաղափար հասանելի դարձնելու ճանապարհին, շարժվելով ըստ այդ ընթացակարգերի, ինքնաբերաբար փոփոխությունների կենթարկվի նաև մեր երկրի հանրությունը: Եվ հակառակը, ըստ հոդվածագրի, հողի սեփականաշնորհման օրենքը, օրինակ, ընդունվեց քարոզչականից շատ հեռու նկատառումներով, սակայն դարձավ հանրապետության ժողովրդավարացման մակարդակը բնութագրող կարևորագույն չափանիշը⁷: Վերլուծաբանը, փաստորեն, սա մեկնաբանում է որպես օրինակ՝ ինչպես է *դիսկուրսիվ պրակտիկան ապակայունացնում այլ դիսկուրսների գերակա կառուցվածքները*⁸, որպես հասարարութենացման հեղինակը:

⁵ **Զոլյան Ս.**, Արևմտյան ժողովրդավարության ինստիտուտները և հայկական իրողությունները, Հայաստանը Եվրոպայի ճանապարհին, «Ինքնություն» 2, Եր., 2005, էջ 172:

⁶ Տե՛ս **Նեղոյան Ա.**, Հայաստան Ադրբեջան. հայկական քարոզչության հիմնական խնդիրները, «Անդրադարձ», 20-27 փետրվարի, 1992:

⁷ Տե՛ս նույն տեղում:

⁸ Տե՛ս **Филлипс Л., Йоргенсен М. В.**, նշվ. աշխ., էջ 228:

Բերված օրինակներում մեղիայի հարցի տեղը *քուն հասարարութենացման հետ կապված մտահոգություններն* են: Կրկնենք մեկ անգամ էլ. ժողովրդավարություն ստեղծելու առաջին փորձերն էին, ուստի *թեման արծարծելն արդեն իսկ կարող ենք հարցի տեղ համարել՝ թեմայի ներկայացման թերացումները վերապահելով քննության այլ դիրանկյունների*: Բացի այդ՝ թեմայի արծարծումը ինքնին հաստատութենական կառուցվածքների կայացմանը կարող էր ավելի մեծ նպաստ բերել, քան կարող է անել նույն բանն այսօր, քանի որ այն ժամանակ նախ նոր հասարաքաղաքական համակարգում հատուկ թեմաներ ներմուծելու կարիք կար, այլ խոսքով՝ ինքնին ավելի արժեքավոր էին թեմաների բազմաքանակությունն ու բազմազանությունը: Այսօր դա արդեն բավարար չէ. ավելի կարևոր է դարձել *տարաբնույթ թեմաների հետևողական լուսաբանումը հասարարութենական չափումներով*:

Բայց անկախության տարիների մամուլին բնորոշ մման ծավալուն վերլուծական հրապարակումների հեղինակները մեծ մասամբ լրագրողներ չէին: Ուստի ժամանակաշրջանի մամուլում հաճախ պատահող մմանատիպ ուշագրավ վերլուծություններն ավելի շուտ մտավորականների դիրքեր էին, քան տեղեկատվամիջոցների դիրքեր: Բուն մամուլի դիրքն ավելի հստակ է դրսևորվում սեփական տեղեկատվական նախաձեռնություններում:

Այսպես՝ ուշագրավ է քննել եվրոպական չափանիշներով մամուլի ազատականացման ձգտելիս մամուլի հաստատության աստիճանական զարգացումը, դրանով երկրի այլ հաստատությունների համակարգում խաղացած դերի փոփոխությունը: Որպես հաստատություն կայանալու ճանապարհին մամուլը հաճախ հրապարակում է որոշակի նյութեր, որոնք, բովանդակությունից զատ, հետաքրքրություն են ներկայացնում նաև *սոցիալական իմաստի տեսակետից՝ որպես որոշակի «Ժեսուեր»*: «Անդրադարձ»-ը, օրինակ, ստեղծում է «*Մերժված հողված*» խորագիրը, խմբագրության ձևակերպմամբ, լրագրողներին ազատության և բացախտության իրավունքից չզրկելու նպատակադրումով: Խորագրի ներքո, ըստ թերթի մտահղացման, կարող են հանդես գալ լրագրողները և նրանք, ով-

քեր կմերժվեն որևէ խմբագրության կողմից: Միաժամանակ թերթն ընդգծում է, որ կեղծ համարձակությանը, բամբասանքներին և ապաշնորհներին ճանապարհ տալու մտադրություն չունի⁹:

Որևէ պարբերականի կողմից մերժված նյութի՝ ուրիշ պարբերականում հրապարակվելու այլ օրինակների ևս կարելի է հանդիպել այս տարիների մամուլում: Թերթից թերթ նյութերի մման անցումները հուշում են տարբեր կարծիքների հարթակներ ստեղծող մամուլի զարգացման մասին: Այսպես՝ «Մոմենտիկ»-ը տպագրում է Մոսկվայում բացված Եվրոպայի անվտանգության և համագործակցության խորհրդի խորհրդակցության ընթացքում Հայաստանի քաղաքագետների խորհրդի նախագահ Հ. Հովհաննիսյանի կարդացած զեկուցումը: Ըստ թերթի՝ հեղինակն այն նախապես հանձնել է «Հայաստանի Հանրապետությանը», սակայն մի քանի շաբաթ այդ թերթի խմբագրությունում մնալուց հետո նյութը մերժվել է¹⁰:

Իրական բազմակարծություն ստեղծելու նպատակով «Մոմենտիկ»-ը փորձում է «ազատ-անկախ-միացյալ հրապարակ» ստեղծել իր էջերում՝ ազգային-ազատագրական շարժման որոշ գործիչների միևնույն 3 հարցերն ուղղելով: «Խմբագրությունը գրաքննիչի դեր չի կատարում»¹¹, - ավելացնում է թերթը:

Ազատականացման հետևանքով մամուլի ուշադրության կենտրոնում է հայտնվում հասարակական կարծիքը, որն արդեն միակը և համընդհանուրը չէ: «Ազատամարտ»-ը, օրինակ, 1994թ. 47 համարից սկսած, շարունակաբար տպագրում է 1992-1994 թթ. ընդգրկող մի սոցիալական հետազոտություն, որն անցկացրել է ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարության տնտեսագիտական հիմնահարցերի գիտահետազոտական ինստիտուտը՝ «Կարևոր սոցիալ-տնտեսական հիմնահարցերի վերաբերյալ բնակչության հասարակական կարծիքի վերլուծությունը» թեմայով¹²:

⁹ Տե՛ս Մերժված հոդված, «Անդրադարձ», 5 փետրվարի, 1991:

¹⁰ Տե՛ս **Հովհաննիսյան Հ.**, Ամբողջատիրությունից ժողովրդավարություն տանող ճանապարհին, «Մոմենտիկ», 23 դեկտեմբերի, 1991:

¹¹ «Մոմենտիկ», 27 մայիսի, 1990:

¹² Առաջին հրապարակումը տե՛ս **Խանեան Լ.**, Ի՞նչ արժե ժողովրդի վստահությունը, «Ազատամարտ», 25-30 նոյեմբերի, 1994:

Քաղաքացու, ընթերցողի միտքը՝ իբրև փոփոխելի, շարժուն կառույց, տեսականորեն կարող է մասնակցել հասարակական զարգացումներին: Մամուլը մեջբերում և ցույց է տալիս դրա հնարավորությունը: Սա հաստատութենական չափում է, որ կենսագործվում է մամուլում թվարկված և այլ ձեռնարկումների միջոցով: «Ազատամարտ»-ը, օրինակ, առաջին էջում ներքաղաքական-տնտեսական զարգացումների վերաբերյալ հարցեր է ուղղում ընթերցողին պատասխանները շուտով ստանալու ակնկալիքով¹³: Ժողովրդավարական ազատությունն ու իրավունքն իրացվում են լրագրի մակարդակում՝ դառնալով հասարակության *ներկայության* հարթակ, որ շարունակական զարգացման հեռանկարում կարող է վերաճել *մասնակցության* հարթակի:

Մամուլը նաև քննադատում է իր՝ որպես ժողովրդավարական համակարգի կարևորագույն հաստատություններից մեկի կայացման թերությունները: Այսպես՝ «Շրջան» թերթի հետ զրույցում մամուլի գործիչ Տ. Պասկևիչյանը մամուլի ազատության խնդիրը գուցահեռում է մամուլի գործառույթների հետ. «Մամուլը պետք է վերացնի Հայաստանի ապահասարակական վիճակը, պետք է կաթիլ-կաթիլ քաղաքացիականություն և հասարակականություն ներարկի»¹⁴:

Անշուշտ, այս տարիներին բնորոշ էին լուսաբանվող տարբեր ոլորտների հաստատութենական շրջանակները զանց առնող հարցադրումները, որոնք ևս, սակայն, այլ տեսանկյունից պետք է դիտել. հաստատութենական շրջանակները դեռ նոր պետք է ձևավորվեին («պետք է»-ն դեռևս օբյեկտիվորեն նոր սկզբի հետ էր համընկնում և ոչ թե անվերջ ուշացող մեկնարկի, ինչպես այսօր): Այսպես՝ թերթերի էջերում ազգային ծագումնաբանությանը վերաբերող հաճախադեպ հարցերը գուցադրվում են քաղաքակրթական նոր իրավիճակի մարտահրավերների հետ: Նյութերի մման տեղադրումը հուշում է թեմաների օրգանական կապի մասին, որ բխում է հասա-

¹³ Տե՛ս Երեք հարց ընթերցողին, «Ազատամարտ», 25-30 նոյեմբերի, 1994:

¹⁴ **Պանիսյան Մ.**, Եթե թերթ իրատարակելու լինեմ, լրագրող գործընկերներից ոչ մեկին չեմ իրավիքի աշխատանքի, «Շրջան», 21 ապրիլի 1995:

բակական-քաղաքական իրավիճակից: Իրավիճակի ընկալումը և վերլուծության արժեքը բացահայտվում են նաև իրավիճակը բաղադրող հարցերի բնույթով: Օրինակ՝ «Ինչպե՞ս անենք, որ նորից չսխալվենք» հարցադրման պատասխանը հողվածագիրը համարում է խղճով առաջնորդվելը¹⁵:

Ասվածը բնութագրական է այդ տարիներին հրատարակված բոլոր պարբերականների համար: Հստակ ընթացակարգերի բացակայության պայմաններում առաջին պլան են մղվում ընդհանրական բարոյագիտական ըմբռնումները: Ավելին՝ հստակ ընթացակարգերի մասին խորհրդածությունն է փոխարինվում բարոյագիտական խորհրդածությամբ: Այդ եզրերը ներմուծվում են տնտեսական-քաղաքական հարաբերություններ՝ լինելով ոչ տնտեսական-քաղաքական փաստարկներ: Այս հանգամանքը թերևս բնորոշում է համակարգի անկայուն, դեռ չձևավորված բնույթը, երբ ժողովրդավարությունը դեռ առավելապես հեռանկար է, դեռ հստակ չէ քաղաքական տերմինաբանությունը, ավելին՝ նկատելի է քաղաքական մշակույթի բացակայությունը: Այսպես՝ *խիղճը դեռ չի փոխարինվել օրենքով, բարոյական պարտավորությունը՝ օրենքի առաջ պարտավորությամբ*: Դա դրսևորվում է որպես քաղաքական և հրապարակախոսական-բարոյախոսական տեքստերի, առհասարակ տարբեր ոլորտների տեքստերի հեղիեղուկ, հաճախ չորոշարկված, չձևայնացված կառույց և «սահմանախախտում»: Օրերի տրամաբանությունը, ընդհանուր ձևակերպմամբ, գուցահեռում է պայքարը փլուզվող հասարակարգի դեմ, կառուցվելիք նորի որոնումը և անցյալի վերաիմաստավորման փորձը: Եվ այս բոլորը հաճախ հանդես են գալիս միաժամանակ, համակարգի բաղադրիչների *անիրարանջար քննությամբ*:

¹⁵ Տե՛ս **Զուրաբյան Ն.**, Որպես ելակետ ընդունենք խիղճը, «Անդրադարձ», 15 հունվարի, 1991:

3. «Հաստատութենական հարցի» առաջնահերթություններն այսօր

Որպես մամուլում թեմայի զարգացման և դրա հետ կապված մեդիաաշխատանքի բարդացման հետևանք՝ այժմ փորձենք ուրվագծել հարցերի մի շրջանակ, որը առավել հստակորեն է բնորոշում լրագրողի առնչությունները հաստատութենական զարգացումների հետ ինքնատեղադրման և հանձնառության այլ՝ պակաս ակնհայտ մակարդակներում:

ա) «Տեղեկատվական հարևանություններ»: Հետաքրքիր է հետևել, թե առարկայական իմաստով որտեղ է գետեղվում լրագրողների կողմից/միջոցով ձևակերպվող սոցիալական հարցը կամ քննադատությունը. այդ տեղերի քննությունը թույլ է տալիս պարզել նաև՝ *որոնք են հարցերի և քննադատությունների սոցիալական դիրքերը*: Դա լավ երևում է, օրինակ, «տեղեկատվական հարևանությունների» բացահայտման միջոցով: Օրինակ՝ Ի՞նչ նյութերի (բաժինների) հարևանությամբ է գետեղվում «Ընտանեկան բռնության կանխարգելման մասին» օրենքի նախագծի մշակման գործընթացը ներկայացնող որևէ նյութ՝ իրավակա՞ն, ազգային-հայրենասիրականա՞ն, սոցիալական: Դա թույլ է տալիս պարզել տվյալ լրատվամիջոցի տեղեկատվական քաղաքականությունն ընդհանրապես և տվյալ ոլորտում մասնավորապես:

Ամենից հետաքրքիրն այս տեսակետից ընդհանուր ուղղվածության տեղեկատվամիջոցների դիրքն է: Այստեղ հարցի դիրքը երևում է տարբեր առանցքներում՝ խմբագրական քաղաքականության, խորագրի, թեմատիկ բլոկի, լրագրողի մասնագիտական ընդհանուր հմտությունների և ոլորտային գիտելիքների, սոցիալական հանձնառությունների և այլն:

բ) Փաստարկներ այլ ոլորտներից: Ամեն անգամ գնահատողական բնույթի դատողություն անելիս մեծանում է լրագրողի/լրատվամիջոցի կողմից հաստատութենական «սահմանները» խախտելու, ինչպես նաև այդ հաստատությանն այլ՝ արդեն հնացած կամ պարզապես դրան ոչ հատուկ իմաստներ վերագրելու վտանգը, քանի որ

զնահատելիս ավելի նկատելիորեն է դրսևորվում լրագրողական դի-
լետանտությունը: Եվ սա հատուկ է բոլոր ոլորտներին՝ մշակույթից
մինչև քաղաքականություն:

Հասարակական հաստատությունները որոշակի սոցիալական
պրակտիկայի և սոցիալական հարաբերությունների վերարտադ-
րությունն ապահովող հատուկ սոցիալական մեխանիզմներ են, է.
Դյուրկհայմի ձևակերպմամբ՝ «հասարակական հարաբերություն-
ների վերարտադրության գործարաններ»¹⁶, ուստի որևէ կոնկրետ
քաղաքականության հետ անմիջական «ոլորտային» կապ չունեցող
հարցերի ու հրապարակումների մեծ թիվը հաստատության ծած-
կույթի և հաստատութենական անբավարար կայացման (քանի որ
կառուցվածքները, որոնց միջոցով վերարտադրվում են հաստատու-
թյունները, թուլացնում են պատահականությունների դերը) մասին
մտածելու առիթ է:

Նման խախտումներ հաճախ կատարվում են այն դեպքում,
երբ տվյալ ոլորտում փաստարկների բացակայությունը դրդում է
փաստարկներ քաղելու այլ ոլորտներից: Մեր ուսումնասիրություն-
ները ցույց են տալիս, որ մի ոլորտում արվող քննադատությունը
շատ հաճախ չի մնում տվյալ կամ առնչակից ոլորտների սահման-
ներում: Եվ գործ չունենք մաս սոցիալական համընդհանուրը, կա-
պերն ու փոխազդեցությունները մտածելու հետևանքով արվող գրա-
զետ սահմանախախտումների, տվյալ դեպքում՝ զուգամիտումների
(convergences)¹⁷ հետ:

Պ. Բուրդյոն, իր հեռուստադասախոսություններից մեկում մեկ-
նաբանելով քաղաքականության, սոցիոլոգիայի և ժուռնալիստի-
կայի դաշտերի վերաբերյալ իր տեսությունը, խոսում է մաս այդ
դաշտերին հատուկ ստորոգումներ (կատեգորիաներ) ստեղծելու

¹⁶ Ядов В. А., Социальные институты, http://chsu.kubsu.ru/arhiv/2006_1/2006-1_Yadov.pdf (18.01.17).

¹⁷ Եղանակ, որով միավորվում են տեխնոլոգիաները և ինստիտուտները՝ նոր բան
ստեղծելու համար: (Տե՛ս **Danesi M.**, Encyclopedia of Media and Communication,
University of Toronto Press, Scholarly Publishing Division, 2013, էջ 201-202):

պրակտիկաների մասին¹⁸: Ըստ նրա՝ կյանքում հաճախ ենք տալիս որակավորումներ, որոնք երբեմն թաքնված են, չեն պահանջում իրենց չափանիշների, ներքին համաձայնեցվածության բացահայտ ձևակերպում: Ուստի անհրաժեշտ է նախնական աշխատանք կատարել, բացատրել սխեմաները, վերածել դրանք բացահայտ ստորոգումների, դիսկուրսի և անհրաժեշտության դեպքում համակարգային ստորոգումների աղյուսակներ կազմել¹⁹: Այս աշխատանքը նաև մերօրյա հայաստանյան իրականության համար ենք առաջնային համարում: Մեզանում հաստատութենական հարթակներից բոլոր «գահավիժումների» համար, ինչպես 90-ականներին, «ընդհանրական տարածք» է մնում արժեքային ոլորտը, որը, սակայն, այդպես էլ նույնիսկ էթիկայի (էթիկան նկատի առնելով որպես մտածված և «տեղայնացված» բարոյականություն՝ բնորոշ կոնկրետ ոլորտների) չի վերածվում: Հաստատութենական սահմաններում մնացող փաստարկների պակասը միշտ լրացվում է այս համընդհանուր կիրառության «ծածկոցներով»: Բայց արդյոք բավարար չափով ձևայնացված են էթիկաները՝ հաստատութենական հարթակի դեր կատարելու համար: *Էթիկա կամ արժեքներ* նախընտրությունների ոլորտում ծագող խնդիրները հասարակության զանգվածային գիտակցության ընթացիկ վիճակում հարկ է լինում դիտարկել առավելապես *իրավիճակային էթիկայի* դիրքերից: Այսպես՝ պնդելով, որ որևէ կոնկրետ հաստատութենական քննադատություն պետք է հղում անի էթիկային և ոչ թե բարոյականությանը, հարկ է լինում բացառություններ անել՝ վկայակոչելով զանգվա-

¹⁸ Ինստիտուտները, ըստ այս տեսության, դաշտերի գոյության ձևեր են, ենթադաշտեր: Բուրդյեյն ստեղծում է «դաշտ» հոլացքը՝ ցույց տալով սոցիալական կյանքը սուբյեկտիվ և օբյեկտիվ չափումներով: Մենք ըմբռնել ենք ավելի նեղ՝ հաստատութենական չափումը՝ նպատակ չունենալով բացատրելու սոցիալական կյանքի ներքին օրինաչափությունները (Բուրդյեյն սա անում է «դաշտ» հոլացքի ներմուծմամբ): Մեր խնդիրն է ուսումնասիրել առավել կանոնական, ձևայնացված հարաբերություններում գործելու լրագրողի ձեռնահասությունը և դրա սոցիալական արժեքը: Մասնագիտական գիտակցված կեցվածքը՝ հաստատութենական խնդիրներով և գործելակերպերով, շոշափելի և կիրառելի գործիք է տալիս ժուռնալիստիկայի և այլ դաշտերում դիրքավորվելիս:

¹⁹ St' u **Бурдые II.**, О телевидении и журналистике, М., Институт экспериментальной социологии, 2002, էջ 124:

ծային պատկերացումների ներկա մակարդակը. մարդկանց (ընդ որում՝ ոչ միայն հասարակությանը, այլև կոնկրետ հաստատությունների ներկայացուցիչներին) առավելապես արժեքներն են հասկանալի, այլ ոչ թե էթիկան կամ էթիկաները, դիցուք՝ մասնագիտական էթիկան: Ուրեմն հարկ է լինում վերապահումներ անել հաստատութենական քննադատության, «հաստատութենական հարցեր» տալու, «հաստատութենական մեկնաբանություններ» անելու մեծաքանակ դեպքերում:

Իրավիճակային լուծումների անհրաժեշտության դեպքերի մեծ թիվը հաստատութենական անբավարար կայացման մասին է հուշում: Հաստատութենական ավանդույթների բացակայության պատճառով է, որ հաստատութենական ձևաչափում մնալը հաճախ չի համապատասխանում սոցիալական դրական նպատակին: Ասվածը, սակայն, լրագրողին չի ազատում առնվազն այս խնդիրը գիտակցելու պարտականությունից: Սա գիտակցելը նշանակում է տեսնել առնվազն մեկ հավելյալ խնդիր հաստատությունների կայացման ոլորտում, հետևաբար լուսաբանման առնվազն մեկ թեմա և ուղղություն՝ *ամեն անգամ նման դեպքի առնչվելիս այս խնդրի առկայությունը նյութի թեմարիկ - բովանդակային կողմ դարձնել:*

Օրինակ՝ լրագրողը ցանկանում է նյութ պատրաստել կրթության ոլորտի խնդիրների վերաբերյալ և անաչառ լինելու համար մեկնաբանություն է խնդրում պետական պաշտոնյայից և անկախ փորձագետից: Փորձագետը քննադատում է կրթության ոլորտում կառավարության բացթողումները և շարունակ հիմնավորում իր ասելիքն ազգային արժեքների վկայակոչմամբ: Լրագրողին սա կարող է բավարարել, քանի որ կարծում է՝ արդեն ունի տարբեր կարծիքներ, ուրեմն և անաչառ նյութ: Բայց այդպե՞ս է արդյոք: Արդյո՞ք զրուցակիցների՝ տարբեր դաշտերի պատկանելը նշանակում է մաս *դարձեր* կարծիքների առկայություն: Գուցե լրագրողը նույնիսկ գիտակցում է, որ *կոնկրետ փաստարկներին կարծիքներ կամ անմիջապես դրանց չպատասխանող այլ փաստարկներ* է հակադրել, բայց մտածում է, որ սա իր լսարանի համար ավելի հասկանալի կլինի, ուրեմն ինքն իր գործն արել է: Սակայն լրագրողը, այդուամեն-

նայնիվ, պետք է փորձի շտկել իրավիճակը հենց հաստատութեան-
կան դիրքերից՝ հարցերի միջոցով զրուցակցին ուղղորդելով դեպի
մասնագիտական եզրաքանություն: Ապագա լրագրողներին ավելի
հաճախ սովորեցնում ենք պարզեցնել և համրամատչելի դարձնել
զրուցակիցների մասնագիտական լեզուները, սակայն այս դեպքում
պետք է սկզբունքորեն հակառակն անել՝ *մասնագիտական դիրան-
կյան վրա հիմնվող մասնագիտական լեզու պահանջել զրուցակ-
ցից*: Իսկ երբ զրուցակիցը, այդուամենայնիվ, շարունակում է միայն
ազգային արժեքների անունից պատասխանել՝ չկիրառելով ոլորտը
ներկայացնող կոնկրետ օրինակներ և տեսություններ, լրագրողը
պետք է ոլորտից հաստատութեանական անբավարար կայացման
«հոտ առնի»՝ իր հետագա նյութերում կրթության մեթոդների, դրանց
կիրառման սոցիալական համատեքստերի, կոնկրետ օրինակների
մասին այս և այլ «*հասարարութեանական*» *հարցերով նպաստելով
ոլորտին վերաբերող հասարարութեանական հարցերի շրջանակ
սրեղծելուն. սա, կարծում ենք, լրագրողի՝ սոցիալական կարևորա-
գույն, դրական նպատակներից պետք է լինի*:

Այնինչ փորձը ցույց է տալիս, որ մման դեպքերից (եթե, իհար-
կե, գիտակցում են սա՝ որպես խնդիր) լրագրողները կա՛մ սենսացի-
ոն սրություն են կորզում, կա՛մ առկախ են թողնում պատմությունը,
որի հետևանքով մեկնաբանության անտեղիությունը (երբ համա-
րում են, որ փաստն արդեն խոսում է և ինքն իրենով ամեն ինչ ասում
է) հրամցվում է որպես բովանդակություն: Այդպիսի օրինակ է թե-
կուզ «Ընտանեկան բռնության կանխարգելման և դրա դեմ պայքա-
րի մասին օրենքի» նախագծի վերաբերյալ մեղիահրապարակում-
ներում արևմտյան երկրներում երեխաներին ընտանիքներից օտա-
րելու դեպքերի տեսագրություններ տեղադրելը՝ առանց դրանց իս-
կության, հանգամանքների վերաբերյալ մեկնաբանությունների:
Սա համաչափ չէ անգամ սոցիալական դրական նպատակին՝ երե-
խաների բարեկեցությանը և ընտանիքների պահպանմանը, որին
ձգտում են մման նյութերի հեղինակները. հուզական ազդեցությունը,
անխոս, շատ կարևոր է հատկապես զանգվածային տրամադրու-
թյուն ստեղծելու համար, բայց ավելի գրագետ և օգտակար կլինե-

խնդրի հետ կապված իրավական պրակտիկաների վերլուծությունը, ինչպես նաև հուզականության տեսակետից ազդեցիկ պատմությունների քննական ներկայացումը:

զ) Մասնագիտացած ժուռնալիստիկա և «հաստատութենական» հարց: Սոցիալական հաստատությունները զուգորդվում են սոցիալական նպատակի հետ, որը հաղթահարում է անհատականությունները և միտումները (intentions) կանոնների միջոցով, որոնք դեկլարում են կենցաղային վարքը²⁰: *Կանոնները, այսինքն, հաստատությունների սոցիալական ազդեցության մեխանիզմներից են:* Ինչպե՞ս է ժուռնալիստիկան հարաբերվում այս կանոնների հետ, տարբեր հաստատությունների ներքին օրինաչափությունների հետ առերեսվելիս որո՞նք են փոփոխունակության (վարիատիվության) նրա սահմանները, պարզ ասած՝ տարբեր հաստատությունների հետ հարաբերվելիս ի՞նչ է անում լրագրողը՝ պատմո՞ւմ է, մեկնաբանո՞ւմ է, եղածից տարբեր դիտանկյուններ է առաջ քաշում, կազմակերպո՞ւմ է: Բոլորն էլ տեղավորվում են մեդիայի լիազորությունների սահմաններում: Եվ մեր քննած «հաստատութենական» հարցն այս բնորոշումն ստանում է հենց ոլորտների կոնկրետ կանոնների, ներքին օրինաչափությունների և *ինքնին կանոնադրության* հետ ունեցած կապի հիման վրա՝ անկախ հարցի նպատակային - բովանդակային ընդգրկումներից: Հաստատութենական զարգացումների արձագանքելու և իր հերթին հաստատութենաճալու ձև է նաև մասնագիտական կամ մասնագիտացված տեղեկատվամիջոցը, որ ջանում է ավելի խորքային պատկերացումներով առնչվել կոնկրետ ոլորտների հետ: Բայց սա չի՞ նշանակում արդյոք, որ հարցի տեղադրման վայրի մասին մեր պնդումն ուղակիորեն կարելի է հանգեցնել մասնագիտացած մեդիայի և մասնագիտացած լրագրողների անհրաժեշտությանը: Կարծում ենք՝ ոչ, քանի որ մասնագիտացած լրագրողներ ունենալու անհրաժեշտության մասին մտահոգությունը մեր ուսումնասիրած խնդրի (հարցերով նպաստել հաստատութենական կայացումներին) տեսակետից նույնքան հստակ չէ,

²⁰ Ավելի մանրամասն տե՛ս **Miller S.**, Social Action: A Teleological Account, New York: Cambridge University Press, 2001, էջ 53-90.

որքան հարցի դիրքավորման մասին մտահոգությունը, որովհետև վերջինս կիրառական գործիքի արժեք ունի, մինչդեռ առաջինը միայն ընդհանուր ուղղություն է ուրվագծում: Սա ցանկանում ենք ընդգծել, քանի որ կարծում ենք՝ այս մոտեցումը կարևոր է նաև գուտ դասավանդման համար նպատակահարմարության տեսակետից. այսպես ուսանողը հասկանում է, թե ինչ կարող է, օրինակ, անել որևէ ոլորտում մասնագիտացած լրագրողը: Այսպիսով՝ *ասելով, որ հասարարութենական քիրախ ունեցող հարց տալու համար գրեթե մասնագիտական գիրելիքներ ու տարակոյսներ են անհրաժեշտ, մենք որևէ ոլորտում լրագրողի մասնագիտացումը վերածում ենք գործիքի*. մասնագիտացումն ինքն իրենով գործառական նպատակ չէ, քանի դեռ այն չենք տեղադրել «պիտանիության համատեքստի» մեջ, որ անմիջական պատասխան տալիս կրնորոշենք որպես առավել քիրախային և գրագետ գործունեության հնարավորություն, իսկ ավելի որոշակիացնելով՝ կարող ենք հանգել հենց *հասարարութենական համարաքարում պիրանիության* կարևոր մտքին: Սա իր հետ մասնագիտական մտահոգությունների նոր շրջանակ կրերի, օրինակ՝ որևէ թեմայով հարց տալիս ավելի մեծ ուշադրություն դարձնել ոլորտների ներքին օրինաչափություններին, ոլորտների համեմատելիությանը, հաստատությունների ընդհանուր և մասնավոր հատկանիշներին: Եվ ընդգծենք մեկ անգամ էլ՝ սա թույլ է տալիս գործել *տոցիալական դրական նպարակի սահմանմամբ*. անգամ երբ քննադատում ենք, քննադատում ենք՝ հաշվի առնելով տվյալ ոլորտին, դիցուք՝ տնտեսությանը հատուկ լեզուն, փորձում ենք մտքերին հակադրել մտքեր հուզական-արժեքային գնահատականների փոխարեն, առանձին փաստերին հակադրել առանձին փաստեր և ոչ ոլորտային լայն համատեքստեր, հաստատությունների ընթացիկ վիճակներին հակադրել հաստատությունների կանոններ և այլն: *Քննադարությունը պելք է հասարարութենական չափում սրեղծի առնվազն դրա բացակայության հետ կապված խնդիրների գիրակցմամբ և անվանմամբ*: Իսկ այդ չափման բացակայությունը, մեր համոզմամբ, մեր ամենակարևոր խնդիրներից է: Այսպես՝ մի առիթով անդրադառնալով մտավորականների հասցեին հնչեցվող

քննադատություններին՝ հարկ համարեցինք մնան դիտարկում անել. «Հրապարակախոսական հարց տալով մտավորականներ - նախագահի հանդիպման, մտավորականներին պառակտել - չպառակտելու, մտավորականներին կիրառել - չկիրառելու վերաբերյալ ակտիվացող քննարկումների տեղեկատվական առիթներով՝ կցանկանայինք հստակեցնել և մեղիաարդիականացման միջոցով թեմայի շրջանառման կողմ դարձնել հարցի հաստատութենական դիրքը: Սա միջանկյալ մի հարց է, որ փորձում է հարաբերել մտավորական և հանրային պրակտիկաների օրինաչափությունները»²¹:

դ) Վարքականոններ և հաստատութենական ինքնակազմակերպում: Հաստատութենացումը, ինչպես տեսությունն է ասում, հասարակական կապերի և հարաբերությունների կարգավորման, ձևայնացման և ստանդարտացման գործընթաց է, որի փուլերն են կարիքի առաջացումը (հասարակական որոշակի կարիքների և դրանց բավարարման պայմանների առաջացումը հաստատութենացման առաջին անհրաժեշտ դրվագն է), ընդհանուր նպատակի ձևավորումը, սոցիալական նորմերի և օրենքների հայտնությունը, նորմերի և օրենքների հետ կապված ընթացակարգերի հայտնությունը, նորմերի և օրենքների հաստատութենացումը, այսինքն՝ դրանց ընդունումը և գործնական կիրառումը, պատժամիջոցների սահմանումը, կարգավորումների և դերերի համակարգի ստեղծումը²²: *Հասարակութենացման ընթացքում սոցիալ - մշակութային բնութագրերը ներքնացվում են: Բնորոշ է նաև առօրյա գործողությունների սովորութացումը, որ հանգեցնում է գործունեության օրինակների առաջացման: Դրանք էլ դառնում են հաստատությունների հիմքը: Բնորոշ է նաև հաբիտուսի հայտնությունը. հաբիտուսի*

²¹ **Կարապետյան Մ.**, Ո՞րն է մտավորականի մտավոր իրավասության ոլորտը, մտավոր ծածկույթը, <http://www.civilnet.am/news/2016/12/24/Մարիամ-Կարապետյան-մտավորականներ-սյունակ/305845> (25.12.16):

²² Տե՛ս **Фролов С. С.**, Социология, М., 1996, էջ 169:

միջոցով անհատը ներգրավվում է սոցիալական ինստիտուտի գործունեության մեջ²³:

Հաստատութենացման այս բոլոր փուլերը տեղեկատվամիջոցների վերաբերմամբ կարելի է հետազոտել երկու ուղղությամբ. 1. *ինչպե՞ս են տեղեկատվամիջոցներն արտացոլում հասարակական տարբեր հաստատություններին բնորոշ օրինաչափություններն ու ընթացիկ իրադարձությունները* (սրա մասին վերն արդեն խոսեցինք), և 2. *ինչպե՞ս է հաստատութենացման գործընթացն ազդում հենց տեղեկատվամիջոցների վրա*: Մասնավորապես հաստատութենացման բաղադրիչ ինքնակազմակերպումն ինչպե՞ս է ազդում տեղեկատվամիջոցների գործառույթների և գործնական խնդիրների վրա: Հայտնի է, որ այն սահմանող - սահմանափակող բնույթ ունի մեդիայի համար: Հայտնի է նաև դրա հետևանքով մեդիայի մասնագիտացման ընթացքը, որի մասին խոսեցինք:

Այժմ անդրադառնանք մեդիայի հաստատութենացման մարդկային կողմին: Հաստատութենացման իրավական բաղադրիչները մեդիայի ոլորտում ևս ավելի հստակ են, քան դերերի համակարգի ստեղծումը, գործողությունների սովորութացումը, հաբիտուսի հայտնությունը, մի խոսքով՝ մարդկային գործոնի հետ կապված զարգացումները: Կարծում ենք, սակայն, որ դրանց ուղղությամբ ևս պետք է հստակ քայլեր կատարվեն, մի բան, որ կարելի է անել մասնավորապես մեդիակրթություն տալիս՝ տեսական նյութի տրամադրման և գործնական հմտությունների զարգացման միջոցով նպաստելով ուսանողների շրջանում հաստատութենական դիրքերի ու դերերի, սոցիալական հստակ հանձնառությունների ձևավորմանը:

Լրագրողական վարքականոցները չեն ներառում հարցերի «դիրքերի» մասին սկզբունքներ, որովհետև դա առավելապես աշխատանքի մտավոր կազմակերպման ու խնդրարկման գործընթացներին է վերաբերում, բայց այլ հաստատությունների հետ հարաբերվելուն (ինչն անելուն կոչված է լրագրությունը) վերաբերող

²³ Stéв Бурдьє П., Структура, габитус, практика // Журнал социологии и социальной антропологии. Том I, 1998. № 2, <http://www.old.jourssa.ru/1998/2/4bourd.html> (13.01.17):

խնդիրների խորքային մակարդակում, կարծում ենք, այս հարցն առանցքայիններից է: *Կարո՞ղ է այն դառնալ տեղեկատվամիջոցների հասարակութենական կայացման թեկուզ ոչ ֆորմալ հասկանիշ՝ մասնագիտական մոլորեցման որոշակի առանձնահատկությունից վերաճելով ինքնակազմակերպման ընդհանուր մակարդակի ցուցանիշի*: Համոզված ենք՝ այսօր Հայաստանում առաջացել է դրա անհրաժեշտությունը և՛ լրագրողական մասնագիտական ոլորտի զարգացման, և՛ տարբեր հասարակական հաստատությունների կայացման տեսակետներից:

ե) «Հաստատութենական» հարց և քաղաքականություն: Հաստատություններ - քաղաքականություն հարաբերություններն առհասարակ հաստատությունների թեմայի ամենաուշագրավ կողմերից են: Քաղաքական հաստատությունների կարևորագույն դերն ընդգծվում է տեսաբանների լրջագույն փաստարկներով²⁴, մյուս կողմից՝ գիտական քննարկումներ են ծավալվում քաղաքականության մեղիականացման²⁵, մեղիան որպես քաղաքական հաստատություն դիտարկելու²⁶ վերաբերյալ, ուստի քաղաքական հաստատություններ - տեղեկատվամիջոցներ հարաբերությունների քննությունը նաև մեր առաջադրած թեմայի ուսումնասիրման առաջնային խնդիրներից է: Ժուռնալիստիկայի դերն այստեղ առանցքային է դրա *խորհրդանշական և հասարակութենական առաքելությամբ՝* չորրորդ իշխանության իրականացմամբ:

Հաստատությունների կայացումը քաղաքական, տնտեսական և այլ ազատությունների հավասար բաշխման հետ ուղղակի կապ ունեցող հարցադրում է, ուստիև սոցիալական գործունեության լավ մեկնարկ – թիրախ, աշխատելու գործնական ուղղություն: Բացի այդ՝ պետական քաղաքականության ոլորտը լրագրություն - հաս-

²⁴ St'u Аджемоглу Д., Робинсон Дж. А., Почему одни страны богатые, а другие бедные, М., Изд. АСТ, 2015, էջ 53:

²⁵ St'u Strömbäck J., Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics, http://www.socsc.hku.hk/sigc/gc2012/pdf/Reading%20Materials_Taiwan/Lecture%207_Four%20Phases%20of%20Mediatization.pdf (19.01.17):

²⁶ St'u Blach-Örsten M., Burkal R., Credibility and the Media as a Political Institution, <http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/blach-orsten.pdf> (19.01.17):

տատություններ առնչությունների ամենատարածված ուղղությունն է Հայաստանում: Սա այն ոլորտն է, որտեղ կատարվող գործընթացները հաճախ են քննարկվում կամ առնվազն բնորոշվում որպես հաստատութենական: Բայց հատուկ ուշադրություն են գրավում այն դեպքերը, երբ հաստատութենական հատկանիշների քիչ թե շատ ձևայնացված համակարգին (այդպիսի հաստատություններն իրենց առավել մեծ ճանաչելիության շնորհիվ ավելի հաճախ են նկատվում) վերագրվում են տեղական փորձի առանձնահատուկ նշաններ՝ կոնկրետ իրավիճակներից ելնելով:

Այսպես՝ 2016 թ. հուլիսի 29-ի լույս 30-ի գիշերը, ի պաշտպանություն Էրեբունու ՊՊԾ գունդը գրաված զինված խմբի անդամների, տեղի ունեցած հանրահավաքի ընթացքում բաղաբացիների և լրագրողների նկատմամբ զանգվածային բռնարարքներ կատարվեցին: Դրանց անդրադառնալով՝ նախագահ Ս. Սարգսյանը ներողություն խնդրեց լրագրողներից և կոչ արեց նրանց (բայց ոչ իրավապահներին) մոռանալու կատարվածը՝ վստահեցնելով, որ նման դեպքեր այլևս տեղի չեն ունենա²⁷: Նախագահի ելույթը բազմաթիվ մեկնաբանություններ ունեցավ տպագիր և առցանց մամուլում: «ՍիվիլՆեթ»-ի լրագրող Մ. Արշակյանը գրեց. «...Լրագրողը հիշողությունների բազա է մույնիսկ այն դեպքերում, որոնց անձամբ չի մասնակցել: Լրագրողը հիշողության ինստիտուտ է, որի պաշտոնական հովանավորը պետությունն է: Այդ ինստիտուտի անխափան աշխատանքի համար օրենքներ կան: Օրենքներ չունեցող երկրում «մոռացումն» ինստիտուցիոնալ է, իսկ հիշողությունը՝ հետապնդվող»²⁸:

Այս և այլ դեպքերում ուշագրավ է լրագրողների ստանձնած *հասարարութենական հանձնառությունը որպես ինքնաբնորոշում* բաղաբաղկան հաստատությունների հետ հարաբերվելիս: Ուսումնա-

²⁷ Տե՛ս Նախագահը հանդիպում է ունեցել հասարակության, իշխանությունների և հոգևոր դասի ներկայացուցիչների հետ, <http://www.president.am/hy/press-release/item/2016/08/01/President-Serzh-Sargsyan-meeting-with-government-civil-and-spiritual-representatives/> (16.10.16):

²⁸ **Արշակյան Մ.**, Ամենգիայի թերապևտը, <http://www.civilnet.am/news/2016/08/02/ամենգիայի-թերապևտը/298005> (16.10.16):

սիրման համար առանցքային թեմա է մամուլի զգայունությունը հաստատութենական և *իբրև հասարարութենական բնորոշվող* իրադրությունների ու տեղաշարժերի նկատմամբ՝ որպես սեփական փոփոխվող կարիքների, նպատակների և ընթացակարգերի մշակման ունակություն: *Մեղիան առավելապես ներկայանում է որպես ընթացիկություն՝ փորշ-սխալ տարերային ընթացքի արշանագրմամբ, ուսրի խնդրական են հասարարութենական կայունացման ու ապակայունացման միտումների ամրագրման ունակությունն ու միջոցները:* Բերված օրինակում նկատելի է, որ հաստատութենական իմաստի վերագրումը տեղի է ունենում առավելապես որպես *սրեղծագործաբար սրեղծված իմաստի վերագրում*, պատկերավոր ասած՝ «հնչել», «ուժգնացված» իմաստի վերագրում, որ իր հերթին վկայում է մեր պետության մեջ հաստատությունների սեփական ճշգրիտ միջոցների անլիարժեքության և ոչ բավարար արդյունավետության մասին:

Ամփոփում

Այսպիսով՝ համեմատության միջոցով փորձեցինք ավելի հասկանալի դարձնել մեղիա – հաստատութենական զարգացումներ հարաբերություններում այսօրվա մեղիայի համար մեր կարևորած հանգամանքը՝ *հասարարութենական շրջանակներ ունեցող հարցի* առկայությունը և դրան հետամուտ լինելու բարդությունը: Առաջադրելով արդի զարգացումների համար պիտանի հարցադրումներ՝ փորձեցինք դրանց տրամաբանությունը որոնել նախ և առաջ նախընթաց զարգացումներում: Ընդհանրացնելով կարող ենք ասել, որ անկախության առաջին տարիների մամուլը հատկանշվում էր հասարակական կարևոր հաստատության վերածվելու գիտակցվող անհրաժեշտությամբ և դրան ուղղված որոշ նախաձեռնություններով: Մամուլը փորձում էր նաև ինքնին օրակարգային դարձնել հաստատութենացման խնդիրները տարբեր ոլորտների համար: Չնայած բազմաթիվ բացթողումներին՝ հաստատութենացման խնդիրը՝ որպես թեմա և որպես անելիք, այս տարիների մամուլում

հայտնվում էր *բնականորեն՝ որպես օրակարգային անելիք*, քանի որ դա նորանկախ պետության քաղաքական կողմնորոշման կոնկրետ ընթացակարգերի հետ էր կապված: Ժամանակի հետ, սակայն, հարցադրման սրությունը նվազեց, քանի որ մամուլի նշված և այլ ձեռնարկումները բնական դարձան. ժողովրդավարության արտաքին կողմի քիչ քե շատ յուրացման հետևանքով նման քայլերն այլևս նոր չէին, կարող ենք ասել՝ այլևս ինքնըստինքյան հասկանալի և չարչրկված սոցիալական իմաստ էին պարունակում: Որպես հարցի աստիճանական զարգացման արդյունք՝ մեր օրերում խնդրական են դարձել հաստատութենացման ավելի բարդ կողմերի յուրացումը և գրագետ կիրարկումը:

РЕЗЮМЕ

Карапетян М. М.

СОЦИАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ И ПРЕССА: ЗАДАЧИ

Ключевые слова: *социальные институты, институциональные развития, журналистский вопрос, позиции социальной критики, поле журналистики, пресса Армении 1990-х годов*

Цель статьи – показать как журналистика соотносится с социальными институтами, способствуя их изменению и в свою очередь подвергаясь изменениям. В статье мы обратились к одному из важнейших практических способов взаимоотношений социальные институты-журналистика, к журналистскому вопросу, которым журналистика устанавливает границы и связи между сферами. Вторая часть статьи посвящена изучению прессы Армении первой половины 1990-х. Представлены примеры из периода, когда институты только что получившего независимость государства находились в стадии становления, и в связи с этим были ярче выражены связь и взаимодействия институциональных развитий и прессы.

SUMMERY

Karapetyan M. M.

PUBLIC INSTITUTIONS AND THE PRESS: ISSUES

Keywords: *public institutions, institutional developments, journalistic question, positions of social criticism, journalism field, Armenian press of 1990s*

The aim of the article is to show how journalism is related to public institutions; contributing to its changes and undergoing changes itself. The first part of the article refers to one of the most important practical ways of relations of public institutions- journalism, that is journalistic question, with which journalism establishes borders and connections between fields.

In the second part of the article, the Armenian press of the 1990s first half is studied, presenting examples from the period, when newly independent state institutions were in the process of formation, therefore, press-institutional developments interactions were the most noticeable.

Վարդանյան Ն. Է.
*Տպագիր և հեռառչակվող լրատվամիջոցների
ամբիոնի դոցենտ, ք. գ. ք.
Էլ. փոստ՝ nane.vardanyan@ysu.am*

ՈՃԱՅԻՆ ՀԵՂԱՓՈԽՈՒԹՅԱՆ ԺԱՄԱՆԱԿԱԿԻՑ ԴՐՍԵՎՈՐՈՒՄՆԵՐԸ ՄԵԴԻԱՅՈՒՄ ԿԱՄ ՀԱՐՄԱՐԱՎԵՏ ՀԱՂՈՐԴԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ՀԵՏՔԵՐՈՎ

Քանալի բառեր - *նատուրալիստական ոճ, շևաչափ, փաթեթավորում,
հարմարավետ հաղորդակցություն, զոնգո, ամսագիր, Թում Վուլֆ*

1. «Վառ փաթեթավորում»՝ նատուրալիստական երանգներով

Գիտական ու մասնագիտական որոնումներում ձևաչափին առնչվող խնդիրները միշտ առաջնային տեղ են զբաղեցրել, քանի որ, մեր համոզմամբ, եթե կաղում է ձևաչափը, բովանդակությունը «չի հասնի» լսարանին, հետևաբար ստեղծագործական արդյունավետության մասին խոսք լինել չի կարող: Մեղիաարտադրանքին ներկայացվող ամենապատասխանատու ծանրությունն այսօր ընկնում է «փաթեթավորման» վրա, «փաթեթավորում», որը պետք է լինի շարժում, ռիթմիկ, կենդանի, այսինքն՝ այն, ինչ ձգտում է ստանալ լսարանը, և այն, ինչ պետք է տա ՁԼՄ-ն, *հարմարավետ հաղորդակցությունն* է, մի երևույթ, որ բնութագրում է լսարանի հետ հաղորդակցվելու ժամանակակից ոճը:

Այսօր արդիական ու խիստ գործածական ոճերի հիմքում նատուրալիզմն է, ոճ, որը վաղուց իր տեղն ունի սնդուսափայլ ամսագրերից մինչև առցանց եթեր: Ժուռնալիստիկական արդեն ներառում է նատուրալիզմի տարրեր. այս ոճին բնորոշ պահանջներ առաջադրելով՝ լինել բնական ու պարզ, ցույց տալ կյանքն ինչպես որ է: Այսօրվա մեղիավորությունների ֆոնին դրանք սրված են հանդես գալիս՝ նպատակ ունենալով տեղեկատվությունն անմիջապես

հասցնել մարդուն՝ շոշափել ու զգալ տալով այն: Իհարկե, այստեղ մեծ է հավանականությունը մտնելու կենցաղային ոճի մեջ. խոսքի, տեղեկատվության, մտածողության ու վարքագծի՝ առօրյային բնորոշ ռիթմն ու տոնայնությունը չպետք է տեղափոխել էկրան՝ առանց մասնագիտական լուրջ միջամտությունների: Իմպրովիզացված, հում, բնական (լայվ), քեթև արդյունք ստանալու համար միայն սեփական հում կարողությունները բավարար չեն, ավելին՝ վնասակար են: Ամենաբնական երևույթներն էկրանին ստանալու կամ էկրանից փոխանցելու համար պետք է տեխնիկական ու ստեղծագործական շատ ավելի մեծ ջանքեր գործադրել: Մեր եթերում, օրինակ, դեռ մի քանի տարի առաջ այս ոճը փորձում էին ապահովել «խոսող գլուխների» առատությամբ, որոնք, սակայն, բավարարվում էին հում տեղեկատվություն մատուցելով. գալիս էին եթեր՝ իրենց հետ բերելով կենցաղային խոսքուղայիցի հատվածներ ու ձևեր: Դրանց չափաբաժինը ևս պիտի լինի, բայց համեմունքի և ոչ թե հիմնական սննդի տեսքով:

2. Հին բովանդակություն, նոր ձևաչափ

Մեղիան իր բովանդակությամբ այսօր ավելի է մոտեցել մեզ. այն այլևս «անշունչ» չէ: Եթե տարիներ առաջ ընթերցողը պետք է սպասեր մեկ ամիս, որպեսզի առաքեն իր սիրելի ամսագիրը, որն անհամբերությամբ պիտի թերթեր՝ տեսնելու, թե, ասենք, հանրահայտ դերասաններից ով է այս անգամ լինելու նախընտրած խորագրում, ապա այսօր նույն ընթերցողը սոցցանցի իր էջում ամեն պահ կարող է տեսնել սիրելի արտիստին լայվ ռեժիմում աշխարհի մյուս ծայրից ինչ-որ մեկնաբանություն անելիս կամ դիտել նրա կենցաղային լուսանկարները: Հենց այս աշխատանքի սրբագրման ընթացքում մեր ֆեյսբուքյան էջի լրատվադաշտում հայտնվեց հանրահայտ երաժիշտ Սթինգի պաշտոնական էջում տեղադրված ուտեստի մի լուսանկար Լեհաստանից՝ հետևյալ գրությամբ. «The kluski in Toruń was delicious. Thank you Poland for a memorable visit» («Տնրունի քլասքին շատ համեղ էր: Շնորհակալություն, Լեհաստան, հի-

շարժան այցելության համար»): Օրինակը կարող է պարզունակ թվալ, բայց այս և նույնաբնույթ այլ երևույթներ արդեն վաղուց փոխել են ավանդական մեղիայի գործիքադարանն ու նոր մարտահրավերներ հրամցրել: Կուզենայինք բովանդակությանը վերաբերող մի ակնարկ անել ու անցնել առաջ: Իսկապես հրաշալի է, երբ դուք հնարավորություն ունեք զրուցելու աստղերի հետ համացանցում, առցանց հարցեր տալու քաղաքական գործչին, բայց նրանք նաև ցանկանում են ամսագրում կամ էթերում հայտնվել, ինչը մեծ ուժ և կարևորություն է տալիս վերջիններիս, քանի որ առաջին տարբերակն անցողիկ է ու ակնթարթային: Ցանցային անդրադարձը, մեր համոզմամբ, աստղի կամ քաղաքական գործչի համար չունի այն կշիռը, ինչ ավանդական մեղիայի տարածքը կարող է տալ:

Այնուհանդերձ, պետք է արձանագրել՝ համացանցն իր հնարավորություններով ազդել է ավանդական լրատվամիջոցի կողմից մատուցվող նյութի ձևի ու բովանդակության վրա: Եթե ժամանակին ՋԼՄ-ն գրեթե ամբողջությամբ իր վրա էր վերցնում «աստղային» տեղեկատվություն տալու մենաշնորհը, ապա այսօր այն անգոր է, և հետաքրքիր մնալու միակ տարբերակը, պատմելով սիրելի արտիստի մասին, ուշագրավ, եզակի, էքսկլյուզիվ «փաթեթավորում» տալն է: Այստեղ մեծ դեր ունի մեր մատնանշած ոճը՝ նատուրալիզմը, որը թույլ է տալիս լսարանի ընկալման յուրահատկություններին մոտ լեզվով, հեղինակային տեսանելի ներկայությամբ համեմված արտադրանք հրամցնել: Ավելին՝ լսարանն այսօր ցանկանում է, որ մենք իրեն սիրենք՝ իր ներկայությունը և միջամտությունը տեղեկատվության տրամադրման գործընթացում դարձնելով հնարավորինս բաց ու անկաշկանդ:

3. Նատուրալիստական ոճը իբրև հիմնական աշխատանք

Այն, որ նատուրալիստական ոճն ու դետալների օգտագործումը ցանկացած ժանրում համարվում են դիտարժանություն ստեղծելու ամենաարդյունավետ գործիքներից մեկը, անժխտելի է և պահանջ բոլոր ժամանակներում ստեղծագործող լրագրողի (և ոչ միայն

լրագրողի) համար: Պարզապես այսօր այդ ամենի մասշտաբներն ու տեսանելիությունն են դարձել ավելի շոշափելի՝ վերածվելով տարբեր ձևաչափերի արտադրանք թողարկելու գործիքի և մեծ տեղ գտնելով նյութի պատրաստման բոլոր փուլերում: Սա ո՞՞ն է, որը դարձել է հիմնական ուղեցույց լրագրողի ստեղծագործական ճանապարհին և հեղինակին ստիպում է մատուրալիստ լինել մաս հարցազրույցներում, տարատեսակ նյութերի առաջաբաններում, որոնց մեջ տեսանելի է հեղինակի կոշտ մասնակցությունը:

Հարցազրույցներն այսօր ավելի շուտ հարցազրույց-սղագրություններ են, որոնցում խոսքային ընթացքին միանում են մաս մթնոլորտի, հերոսի վարքի վերաբերյալ ակնարկներ, ինչը կենդանի ու դիտարժան է դարձնում նյութը՝ մեկ անգամ ևս ընդգծելով դրա հավաստիությունը: Այո՛, պետք է ընթերցողի կամ հեռուստադիտողի համար ևս «մեկ աթոռ դնել» հարցազրույցի սեղանի մոտ, «բերել-նստեցնել» նրան հարցազրուցավարի կողքին՝ ներկայացնելով ոչ միայն հարցն ու պատասխանը, այլև միջավայրն ու այն մանրամասները, որոնք գուցե տարիներ առաջ խմբագրվելին կամ մոնտաժվելին կամ ընդհանրապես չընդգրկվելին նյութում: Այդ դետալներն այսօր ևս պետք է ներառել հարցազրույցում՝ օգնելով, որ ընթերցող-դիտողն էլ շոշափի, զգա զրուցակցին ու զրույցի շնչառությունը:

Պետք է ընդգծել, որ ընդհանուր առմամբ մատուրալիստական ոճն առկա է խմբագրականներից մինչև հաղորդավարի էկրանային վարքագիծ: Իհարկե, հեռուստատեսությունը տեսաձայնաշարային տեղեկատվություն փոխանցելու և իրականությանն առավել մոտ լեզվով խոսելու յուրահատկությամբ բնականություն ապահովելու շատ ավելի մեծ հնարավորություն ունի:

Այսպիսով՝ մատուրալիզմը, որ առաջ է եկել բնագիտության բոլոր գարգացման շրջանում և որպես արվեստի ուղղություն սկիզբ առել Եվրոպայում ու ԱՄՆ-ում 19-րդ դարի վերջից, ինքնատիպ գեղարվեստական մեթոդ է, որի օգնությամբ հեղինակը փորձում է հասնել իրականության ճշգրիտ վերարտադրմանը, ամեն դետալն իրականությունից չբաժանելուն՝ արժանահավատորեն ներկայացնելով կոնկրետ երևույթներն ու իրողությունները՝ առանց ընդհան-

րացումների և տիպականացման: Իրականության արտացոլման այս եղանակը թույլ է տալիս հեղինակին տարվել մանրամասներն ու դետալներն ամենայն մանրակրկիտությամբ ներկայացնելով:

Եթե այս ձևակերպումը մոտեցնենք մեր ոլորտին, ապա պետք է նկատենք, որ մեղիատեղեկատվության նպատակը մեկն է՝ դրամատուրգիական լուծումների շնորհիվ հետաքրքիր և/կամ կարևոր ինֆորմացիայի ընկալման համար հուզական ակտիվություն ստեղծել և հեղինակային մտահղացման ցայտունություն ապահովել: Այո՛, հենց հեղինակի ներկայությունը նյութում մեծ նշանակություն ունի այս ոճով աշխատելու պարագայում: Առանց դեպքերի զարգացմանը հեղինակային տեսանելի միջամտության՝ դժվար է խոսել նատուրալիզմի մասին:

Մեկ դիտարկում Հանրային հեռուստաընկերության վերաբերյալ: 2013-ից հետո վերոհիշյալ փոփոխություններն առավել շոշափելի կերպով ի հայտ եկան Հանրայինի եթերում: Նկատելի է՝ տեղեկատվությունը հեռուստատեսային մշակում է անցել՝ միաժամանակ կենդանի շտրիխներ ստանալով, պլանավորված են ապագա էկրանային ստեղծագործության կառուցվածքն ու ընթացքը: Անգամ մշակութային-ճանաչողական հաղորդաշարերն այսօր առավել դինամիկ են: Դրանցում, չգիտես ինչու, տեսաշարի հետ խաղերը ժամանակին կարծես չէին ընդունվում. տպավորություն էր, թե ստեղծագործական թիմը, առավել դինամիկ նյութ մատուցելով, կարող էր նսեմացնել բովանդակությունը (խոսքն ընդհանուր լրատվադաշտին է վերաբերում): Այնինչ պիտի նկատել, որ հատկապես մամն՝ ի սկզբանե դժվարամարս տեղեկատվությունը մատուցելու համար պետք է առավել հասանելի ու մատչելի ձևաչափ:

Այսօր էլ մի շարք հաղորդաշարեր խիստ «հեռուստատեսային» են՝ դրամատուրգիական ճշգրիտ կառուցվածքով և, ամենակարևորը, հեղինակի միջամտությամբ, ով այստեղ իրադարձության վկան չէ սոսկ, այլ հենց իրադարձություն ստեղծողը, իր դիտանկյունով դետալները արձանագրողն ու հավաքագրողը, մշակողն ու համադրողը: Հայրենական արտադրության առավոտյան տեղեկատվական-ժամանցային հաղորդաշարերի կենսագրության մեջ

քերևս առաջին անգամ «Առավոտ լուսո»-ում տեսանք դիտարժանությոյն. «խոսող գլուխներ» չկան, միայն սեղմ ու համառոտ գրույցներ, տարաբնույթ խորագրեր, որոնք տեսաձայնաշարային գրագետ աշխատանքի արդյունք են: Եվ ամենակարևորը, հաղորդման բաժինների արանքում չկան պարտադրված «ընդմիջումներ»՝ հաղորդավարական պարապ խոսքուգրույցով համեմված: *Տեսաձայնաշարային նյութը զարգանում է այնպես, որ սյրեղծվում է հնարավորինս հարմարավեր պայման աչքի, ունկի, գլխուղեղի համար՝ առանց բնկալման խոչընդոտների ու շանջրույթի մարսելու նյութը, հերկելու դրան մինչև վերջ:* Կան հաղորդաշարեր, որոնց կարող ես միանալ և զգալ, որ ինչ-որ բան բաց ես թողել, ինչը միանշանակ դրական բնութագրիչ է:

4. Նատուրալիստական ոճի հետքերով

Ժուռնալիստական արտադրանքում նատուրալիստական ոճի դրսևորումներին վերաբերող առաջին հետքերի փնտրտուքները մեզ հասցրին 20-րդ դարի 60-70-ականներ, երբ ամերիկացի երկու հանրահայտ դեմքեր իրենց ձեռագրով հեղափոխություն կատարեցին մեդիաաշխարհում (ի դեպ, նոր ժուռնալիստիկայի ներկայացուցիչների այս ձեռագրի հիմքերն էլ պետք է փնտրել 18-19-րդ դարերի ճանապարհորդ-գրողների գրվածքներում): Չսպասել մինչև արկածները կգան դեպի քեզ, այլ ստեղծել դրանք սեփական ձեռք ու ոտքով. այս նշանաբանով էր առաջնորդվում ամերիկացի հանրահայտ գրող և լրագրող Հանքեր Թոմփսոնը (1937-2005)²⁹: Նա 1960-70-ականների ամերիկյան մշակույթի ամենահակասական ու նշանավոր կերպարներից մեկն էր, ով ստեղծեց ու ժողովրդայնացրեց գոնգո ժուռնալիստիկան:

Ամերիկացի գրող, ժուռնալիստ, գոնգո ժուռնալիստիկայի հիմնադիր Թոմփսոնն առավել հայտնի է իր՝ 1971-ին հրատարակած «Վախ և ստեղծություն Լաս Վեգասում» ստեղծագործությամբ, որը, ի դեպ, 1998-ին էկրանավորեց հայտնի ռեժիսոր Թերի Գլիլիամը:

²⁹ <http://www.hunterthompson.ru/13/>

«Գոնգո» բառն առաջին անգամ հենց Թոմփսոնի «կոնտեքստում» էլ օգտագործվել է: Գոնգո ժուռնալիստիկան հայտնի է նաև իբրև նոր կամ իմպրեսիոնիստական ուղղություն: «Գոնգո» անգլերենից քարգմանաբար նշանակում է «խենթ ու խելառ, թափփված, ցնդած»: Այս բառով են բնորոշում ժուռնալիստական այն ուղղությունը, որն առանձնանում է պատմելու ընդգծված սուբյեկտիվ ոճով, երբ շարադրանքը տրվում է առաջին դեմքով, լրագրողը հանդես է գալիս իբրև իրադարձությունների անմիջական մասնակից, ով, օգտագործելով իր անձնական փորձն ու հույզերը, փորձում է ընդգծել այդ իրադարձությունների հիմնական իմաստը: Իր ծայրահեղ անկեղծության ու ընդգծված սուբյեկտիվության մեջ այս ոճը, այնուամենայնիվ, արտահայտում է համընդհանուր գաղափարներ, վեր հանում հասարակական լուրջ հիմնահարցեր: Սա համարձակ ռեպորտաժ է, որն ընթանում է այն վայրում, որտեղ, ըստ էության, տեղի չի ունենում իրադարձություն ռեպորտաժի համար: Գոնգոն նկարագրում է մարդկանց ու նրանց կյանքի ընթացքը: Իրադարձությունը սոսկ ֆոն է: Կարևորը հեղինակի հոգու էվոլյուցիան է: Գոնգոն իրադարձություն չէ. այն մարդն է, ով պատմում է: Բացարձակ պայման է՝ հեղինակը պետք է ներկա լինի այն միջավայրում, որի մասին պատմում է: Նա գլխավոր հերոսն է, որը տեքստի կառույցում մեծ դեր է խաղում: *Կարևորն այսօրեղ նրա արչագանքն է իրադարձությանը և ոչ քե իրադարձությունը:* Գրելաձևն էսսեատիկ է, մի փոքր թափփված, մտքերը կարող են անավարտ ու կիսատ թվալ՝ ժամանակային ու տարածական կոպիտ անցումներով, բայց մտքի թելը միշտ տեքստի մեջ է, որքան էլ այն երկար ձգվի: Սրանք այս ձեռագրին բնորոշ հատկանիշներն են, որ այս կամ այն չափով հանդիպում են այսօրվա մեդիաարտադրանքում՝ խմբագրական խոսքից, ճամփորդական ակնարկներից մինչև իրադարձային ռեպորտաժներ: Այս ձեռագրի կրողներից մեկն էլ ամերիկացի լրագրող, գրող Թոմ Վուլֆն է:

1989-ին Վուլֆը «Harper's Bazaar» ամսագրում զայրացրեց գրական համայնքին իր էսսեով, որ կոչվում էր «Stalking the Billion-footed Beast»: Նա պնդում էր, որ ամերիկյան նովելի միակ հույսը

Չուլայի նատուրալիզմն է, որի շնորհիվ հեղինակը դառնում է լրագրող: «Ինձ հետաքրքրեց ոչ միայն այն, որ կարելի է գրել հավաստի վավերագրական գործ՝ օգտագործելով գործիքների այն զինանոցը, որն ավանդաբար վերագրվում է վեպի կամ պատմվածքի ժանրին,- գրում է Վուլֆը իր հանրահայտ «Նոր ժուռնալիստիկա» գրքում: - Ինձ համար դա այն փաստի բացահայտումն էր, որ վավերագրականության, ժուռնալիստիկայի շրջանակներում հնարավոր է օգտագործել գեղարվեստական գործին հատուկ ցանկացած հնար՝ կիրառելով դրանք միաժամանակ կամ իրար ետևից՝ սրելով ընթերցողի հետաքրքրությունը ոչ միայն մտավոր, այլև հուզական մակարդակում՝ ստիպելով նրան մտածել»³⁰: Վուլֆի գրելաոճում մի կարևոր հանգամանքի վրա է ուշադրություն դարձնում «The Guardian» պարբերականը. «Առաջին դեմքով գրելու եղանակը Վուլֆի ոճն է, որը ողջ ժուռնալիստական դաշտի առավել ուշագրավ ձայներից է»³¹:

5. Պատմողի «ձայնը» տեղեկատվության հիմնական կրող

Ամերիկյան մեդիադաշտում այս փոփոխությունները սկիզբ առան 1960-ականներին՝ փոխելով ավանդական լրագրության շրջանակները: Թոմաս Վուլֆը վավերագրական արձակում տեղի ունեցող հենց այս փոփոխությունների առաջամարտիկն էր ու նախաձեռնողը: Հետաքրքրական է «իսկական հեղափոխական» Ջիմի Բրեալինի մասին Վուլֆի պատումը, ով տեղական լուրերի առանձին սյունակ էր վարում «Herald Tribune» թերթում: «Նա բացահայտեց, որ նյութի հեղինակը չափիտի մտած մնա խմբագրությունում, այլ ինքնուրույն պետք է նյութ փնտրի, այսինքն՝ վազվզի քաղաքով... Բրեալինի համար կանոնի պես մի բան էր հայտնվել իրադարձության վայրում շատ ավելի շուտ, քան այն կսկսվի, որպեսզի հան-

³⁰ The New Journalism, Tom Wolfe, USA, Harper&Row, 1973,
http://royallib.com/read/vulf_tom/novaya_gurnalistika_i_antologiya_novoy_gurnalistiki.html#20480

³¹ https://ru.wikipedia.org/wiki/Вулф_Том

զիստ հետևի ամեն մի մանրուքի, տեսնի, թե ինչպես են դերասանին դիմահարդարում ներկայացումից անմիջապես առաջ: Որպես արդյունք՝ նրան հաջողվում էր ճշգրտորեն վերարտադրել, «դուրս գրել» կերպարները: Այդպես նա հավաքագրում էր «նովելիստական դետալներ», ճանաչում միջավայրի մասին ամեն բան՝ ով ինչով է շնչում, ով ինչ է հագնում, և անում էր դա շատ ավելի հմտորեն, քան բազմաթիվ գրողներ»³²:

Նոր ժուռնալիստիկան լրագրողական այս արտասովոր աշխատանքն ընդունեց՝ դարձնելով կանոն: Մինչև այսօր այն մնում է որպես աշխատանքի հիմնական մեթոդ, որում մեծ դեր ունի *պարմոդի չայնը՝ տեղեկարկությունը տեսնելու և մատուցելու սեփական դիրանկյունն ու մատուցելաոճը, չայն, որը մերօրյա վավերագրականության մեջ տեղեկարկության հիմնական կրողն է*:

Ամփոփելով՝ նկատենք, որ մատուրալիստական ոճի, հեղինակային տեսանկյան ներկայության շնորհիվ է, որ նյութն այսօր սրանում է էքսկլյուզիվություն՝ դառնալով արդեն վաղուց ծանոթ բովանդակության մոր «փաթեթավորումը»: Ամսագրի գլխավոր խմբագիրը դիմահարդարման պարագաներ ներկայացնող տպագիր նյութում կամ ամսագրի սոցցանցի էջում ուղիղ ռեժիմով հանդես է գալիս իբրև հերոս՝ իր վրա փորձելով մորույթները և գնահատական տալով: Կամ՝ մի որևէ միջոցառման կարմիր գորգի վերաբերյալ մեկնաբանություն տալու համար լրատվամիջոցը դիմում է ոչ թե փորձագետի, ինչպես հաճախ էր անում, այլ հենց խմբագրակազմի անդամները՝ մորաձև (ֆեշըն) խմբագիրը, արտ-տնօրենը, լրագրողը կամ մեկ ուրիշը, իրենց սեփական կարծիքն են ներկայացնում. դրանք թեկուզև չեն հավակնում լինելու փորձագիտական ճշգրիտ մեկնաբանություն, բայց նյութին եզակիություն, հետաքրքրություն և, ամենակարևորը, բնականություն են հաղորդում: Այդպիսով ստեղծագործական խումբն իր *ռակուրսն* է տալիս տեղեկատվությանը, հենց այն, ինչը կարող է գրավել լսարանին բովանդակության մերօրյա ծավալների մեջ:

³² The New Journalism, Tom Wolfe, USA, Harper&Row, 1973,

http://royallib.com/read/vulf_tom/novaya_gurnalistika_i_antologiya_novoy_gurnalistiki.html#20480

РЕЗЮМЕ

Варданын Н. Э.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОЯВЛЕНИЯ СТИЛЕВЫХ РЕВОЛЮЦИЙ В МЕДИА ИЛИ ПО СЛЕДАМ КОМФОРТНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Ключевые слова: *натуралистический стиль, формат, упаковка, комфортная коммуникация, гонзо, журнал, Том Вульф*

На сегодняшний день груз ответственности, предъявляемый к медиапродукции, несет на себя "упаковка". "Упаковка", которая должна быть подвижной, ритмичной, живой. Комфортная коммуникация - это то, что желает получить аудитория и то, что обязаны преподносить СМИ. В основе этой коммуникационной модели лежит натуралистический стиль, который на сегодняшний день является самым распространенным в медиа, начиная с журнала и заканчивая онлайн-ТВ. Проявлениям этого стиля и посвятил свою статью автор.

SUMMARY

Vardanyan N. E.

THE CONTEMPORARY EXPRESSIONS OF STYLE REVOLUTION IN THE MEDIA INDUSTRY OR IN THE FOOTSTEPS OF COMFORTABLE COMMUNICATION

Key Words: *naturalistic style, format, packaging, comfortable communication, gonzo, magazine, Tom Wolfe*

In today's world, when it comes to presenting media products, the packaging is what is most important. The packaging must be highly dynamic, rhythmic, alive, i.e. what the audience tends to receive and what the media should provide is *comfortable communication*. The basis of this model of communication with the audience is the naturalistic style that is the most widespread in the media industry today - from magazines to online broadcasting. The author of the article discusses the expressions of this style.

Ավետիսյան Ա. Ռ.
*Նոր մեդիայի և հաղորդակցության
ամբիոնի ասիստենտ, ք. գ. ք.
Էլ. փոստ՝ avetisyan@ysu.am*

ՀԱՄԱՅԱՆՑԱՅԻՆ ԼՐԱՏՎԱԿԱՆ ԿԱՅՔԵՐԻ ՁԵՎԱՎՈՐՈՒՄԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ

Բանալի բառեր – *համացանց, լրատվական կայքեր, համացանցային լրատվամիջոցներ, թերթեր, ռադիո, հեռուստատեսություն, Հայաստան*

Հայաստանում համացանցային ՁԼՄ-ների զարգացմանը նպաստող գործոնների թեմային բավականաչափ անդրադարձել ենք մեր նախորդ հոդվածներում¹: Դրանք պայմանավորված էին և՛ տեխնիկական, և՛ հասարակական, և՛ գոտ լրատվական բնույթի փոփոխություններով: Ընդհանուր գնահատական տալով այդ գործընթացին՝ նշենք, որ եկավ մի ժամանակաշրջան, երբ ավանդական տպագիր լրատվամիջոցները հայտնվեցին ճգնաժամի մեջ, հեռուստատեսությունը կորցրեց վստահությունը լայն լսարանի համար, իսկ ռադիոն այդպես էլ մեզ մոտ լիարժեքորեն չկարողացավ ապահովել հասարակության տեղեկացված լինելու պահանջմունքը: Միաժամանակ ստեղծվեց համացանցը՝ աստիճանաբար ընդլայնելով իր շրջանակները: Տարեցտարի դրա հասանելիության բարձրացմանը զուգահեռ ավելացավ մարդկանց հետաքրքրությունը, վստահությունը համացանցում տեղադրվող տեղեկատվության օբյեկտիվ և ճշգրիտ լինելու նկատմամբ: Որպես արդյունք՝ ստեղծվեց մի իրավիճակ, երբ ավանդական ՁԼՄ-ները չէին սպառում հասարակության տեղեկատվական հետաքրքրությունը, բայց և ըստ արժան-

¹ Տե՛ս **Ավետիսյան Ա.**, Ինտերնետային (համացանցային) ՁԼՄ-ների տիպաբանությունը, //Լրաբեր հասարակական գիտությունների, № 4//, Եր., «Գիտություն» հրատ., 2011, էջ 251-261: **Ավետիսյան Ա.**, Հայաստանի համացանցային ՁԼՄ-ների կազմավորման և զարգացման շրջափուլերը, //Լրաբեր հասարակական գիտությունների, թիվ 3 (645) //, Եր., «Գիտություն» հրատ., 2015, էջ 242-248:

վույն չէին գնահատում և օգտագործում համացանցի ընձեռած հնարավորությունները:

ԶԼՄ-ների համար այս ոչ միանշանակ ժամանակաշրջանում ձևավորվեցին հայկական առաջին համացանցային լրատվական կայքերը՝ PanARMENIAN.Net-ը, Media.am-ը, «Հետք»-ը, «Մեդիամաքս»-ը, «Պանոբամա»-ն, որոնք շարունակում են պահպանել իրենց ազդեցիկության գործակիցը:

Հայաստանի առաջին զուտ համացանցային ԶԼՄ-ն դարձավ **PanARMENIAN.Net լրատվական-վերլուծական գործակալությունը**: Մեդիաոլորտի մեկ տասնյակից ավելի փորձագետների կողմից կայքը նշվել է ոչ միայն որպես առաջին համացանցային լրատվամիջոց, ժամանակակից տեսք ունեցող առաջին լրատվական պորտալ, այլև որպես միջազգային հանրությանը Հայաստանը ներկայացնելու առաքելությանն ուղղված առաջին լուրջ նախագիծ: Կայքը ստեղծվեց 2000թ. ապրիլի 2-ին և մոտ 1 տարի գործեց միայն անգլերենով (հաշվի առնենք նախագծի միտվածությունը դեպի միջազգային լսարան), 2001թ. մարտից դարձավ եռալեզու՝ հաջորդաբար ավելացնելով հայերեն և ռուսերեն տարբերակները: Որպես համացանցային լրատվամիջոց՝ «ՊանԱրմենիան»-ը մի շարք կարևոր կողմեր ունի. այն հրապարակում է սեփական արտադրության նյութերը՝ անհրաժեշտության դեպքերում հղումներ անելով և՛ տպագիր թերթերին, և՛ կայքի ներքին աղբյուրներին, ինչպես նաև սեփական բացառիկ ֆոտոարտադրանքը: Այն վստահելի և «ճանաչելի» լրատվական կայքերից մեկն է՝ շնորհիվ իր բաց գործունեության, խմբագրության բոլոր տվյալների հասանելիության, վիճակագրական տվյալների պարբերական ներկայացման²: Google Analytics-ի տվյալներով կայքն աշխատանքային օրերին ունենում է 15-30 հազար այցելություն, ոչ աշխատանքային օրերին՝ 8-15 հազար: Ի հեճուկս տարածված կարծիքի, թե լսարանը մուլտիմեդիա լրատվություն է նախընտրում, «ՊանԱրմենիան»-ում գերակայում է տեքստային արտադրանքը, իհարկե, համապատասխանեցված ցան-

² Տե՛ս Պանարմենիան մեդիա. վիճակագրություն, <http://www.panarmenian.net/arm/panmedia/stats/>

ցային լսարանի պահանջներին՝ լակոնիկություն, անհրաժեշտ տրոհվածություն, տեքստի ներսում քիչ թվով հղումներ, որոնք օգնում են պահպանել ընթերցողի ուշադրությունը: Այսպես՝ գործակալությունն արդեն 15 տարի պահպանում է իր առաջատար դիրքը՝ հանդիսանալով հայկական տեղեկատվական դաշտի՝ լուրջ հեղինակություն ունեցող լրատվամիջոցներից մեկը:

2001-ին գործարկվեց դեռևս 1999 թվականին հիմնադրված «Մեդիամաքս» լրատվական գործակալության կայքը (mediamax.am)³, որի համացանցային առաջին նախագիծը ազգային ավտոմոբիլային պորտալ հանդիսացող auto.am (2004) կայքն էր: Մեդիամաքսին պատկանում են համացանցային ևս մի քանի նախագծեր՝ banks.am-ը (2006), Job.Banks.am-ը (2008), Itel.am-ը և Bravo.am-ը (2009), Adver.am (2010): Ի տարբերություն 1990-ականներին ստեղծված լրատվական գործակալությունների՝ այն բոլորովին այլ գործառույթներ ստանձնեց՝ առաջարկելով ՁԼՄ մոնիտորինգի ծառայություններ, ինքնատիպ «off-the-record» և «հատուկ» նախագծեր, իր կառուցվածքով և կայքի ձևավորումով մոտենալով արևմտյան խոշոր ՁԼՄ-ների կայքերին: Գործակալությունը ակտիվորեն ներկայացված է նաև սոցիալական հարթակներում. 2011-ից գործում է կայքի ֆեյսբուքյան (<https://www.facebook.com/Mediamax.am/timeline>), իսկ 2014-ից՝ Թվիթերի էջը (https://twitter.com/Mediamax_English):

2001-ին մեկնարկում է մեկ այլ՝ «**Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոն»-ի (նախկին Ինտերնյուս) media.am նախագիծը**⁴: Այն հիմնադրվել և շարունակում է գործել Հայաստանի մեդիա զարգացումների մասին պատմելու, լրագրողների, լրատվամիջոցների և խոսքի ազատությանը վերաբերող խնդիրները, իրադարձություններն ու միտումները ներկայացնելու և քննարկելու առաքելությամբ: Հենց իր բովանդակային ուղղվածությամբ (տեղեկատվություն, նորություններ, քննարկումներ և վերլուծություններ միայն մեդիաոլոր-

³ Տե՛ս Մեդիամաքս վեբլեյի ուղին, <http://www.mediamax.am/am/path/>

⁴ Տե՛ս Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոն, Մեր մասին, <https://media.am/about-us>

տի մասին) նախագիծն առանձնանում է մյուս առցանց ՁԼՄ-ներից: Կայքն անվտանգության դերակատարում ունի լրագրողների, հատկապես առցանց տիրույթում աշխատող մասնագետների համար, քանի որ հետաքրքիր և օգտակար տեղեկատվություն է պարունակում մասնագիտական գործունեության բոլոր կողմերի վերաբերյալ:

Ժամանակագրական առումով ցանցում հաջորդը սկսեց գործել «Հետաքննող լրագրողներ» հասարակական կազմակերպության «Հետք» համացանցային պարբերականը (hetq.am)⁵: Այն հիմնադրվեց 2001-ին՝ որպես համացանցային շաբաթաթերթ, իսկ 2008-ից դարձավ օրաթերթ և անգամ շուրջ 2 տարի տպագրվում էր: «Հետք»-ը հայաստանյան համացանցային լրատվամիջոցների շարքում իր ուրույն տեղը զբաղեցնող լրատվամիջոցներից էր՝ որպես հետաքննական լրագրություն իրականացնող եզակի խմբագրություն⁶: Այստեղ ավելի համապարփակ են օգտագործում համացանցի հնարավորությունները. հոդվածներն ուղեկցվում են տեսապատմություններով, ինֆոգրաֆիկաներով, անդրադառնում են սոցիալական բարձր հնչեղություն ունեցող այնպիսի խնդիրների, ինչպիսիք են թրաֆիկինգն ու կոռուպցիան: Թերությունների թվին կարելի է դասել տեսանյութեր չօգտագործելը և կայքի այցելությունների վիճակագրության ցուցադրված չլինելը:

Համացանցային ՁԼՄ-ների զարգացման հաջորդ փուլերում լրատվական նոր կայքերի առաջացումը սրընթաց արագությամբ շարունակվեց: 2007-2009 թթ. ժամանակահատվածում լրատվական կայքերի թիվը հասավ մոտ 60-ի, չնայած դրանցից մի քանիսը միայն ժամանակակից լրատվական դաշտում լուրջ դերակատարում ունեն (tert.am, slaq.am, news.am):

Tert.am-ը համացանց մտավ 2007-ի վերջերին և 2008-ի սկզբին: Այն ի սկզբանե աշխատում էր տարբեր կառույցների մամուլի ծառայությունների հաղորդագրությունների հրապարակման, ավելի

⁵ Տե՛ս «Հետք» հետաքննող լրագրողներ, Մեր մասին, <http://hetq.am/arm/about/>

⁶ Տե՛ս Ավետիսյան Ա., Հայաստանում համացանցային ՁԼՄ-ների ձևավորման և զարգացման առանձնահատկությունները (փորձագիտական հարցազրույցների ժողովածու), Եր., ԵՊՀ հրատ., 2015, էջ 20, 85, 115:

ուշ՝ տպագիր թերթերում տեղ գտած առավել հետաքրքիր հոդվածների վերադարձողության ուղղությամբ, իսկ այսօր՝ հատկապես կայքի վերաթողարկումից հետո, բավական բարձր վարկանիշ ունեցող լրատվական կայքերից մեկն է: Ընդ որում՝ շեշտը առավելապես դրված է օպերատիվ տեղեկատվության մատուցման վրա. 11 բաժինների տրոհված լրահոսը միջին հաշվով 10 բույսն մեկ թարմացվում է նոր նյութերով:

Մեկ այլ ազդեցիկ, զուտ համացանցային հարթակ է News.am-ը, որն սկսեց գործել 2009-ից: Այն կոնվերգենտ մամուլի լավագույն օրինակներից մեկն է՝ լիարժեքորեն կառուցված համացանցի և նոր լսարանի պահանջներին համապատասխան: Կայքը ներկայացնում է «Շաբաթը 7 օր, օրը 24 ժամ» սկզբունքով թարմացվող լրահոս, համաշխարհային այն բոլոր նորությունները, որոնք ուղղակիորեն կամ անուղղակիորեն առնչվում են Հայաստանին: Այն հայկական բացառիկ համացանցային լրատվամիջոցներից է, որը, բացի 12 հիմնական բաժիններից, յուրաքանչյուրի համար ունի 8 մշտական ենթաբաժին: Կայքն այնքան է հագեցած մուլտիմեդիականության բոլոր տեսակներով, որ լուսանկարներն ու տեսանյութերն առանձին բաժնում է տեղադրում, ընդլայնում է իր կայքերի ցանցը՝ առանձնացնելով մարզական, բժշկական և ոճային նորությունների էջեր: News.am-ը կարողանում է ապահովել բոլոր լրատվական հոսքերը՝ շատ զգալուն լինելով ընթերցողների կարծիքի նկատմամբ, աստիճանաբար զարգացնելով իր արտադրանքն ու ուղղությունները, ավելի մեծաքանակ լսարան գրավելով, կլանելով կամ մրցակցությունից դուրս թողնելով բազմաթիվ կայքեր: Այն ունի խոշոր տեսաարտադրանք, սեփական ալիքը youtube հարթակում, ավելի քան 600 հազար հետևորդներ facebook-ում (<https://www.facebook.com/newsamarm/timeline>), օրական դիտումների ամենաբարձր ցուցանիշներից մեկը Հայաստանում: Բացի այդ՝ այն հայկական եզակի լրատվական կայքերից է, որին հղում են անում օտարերկրյա, հատկապես ռուսական աղբյուրները:

2010-ին ստեղծվեց հայկական խոշորագույն լրատվական ռեսուրսներից մեկը՝ 1in.am-ը: Հայկական շուկայում այն առանձնա-

նում է ոչ միայն բավական հարուստ և բազմակողմանի բովանդակությամբ (7 մշտական բաժին և մոտ 40 ենթաբաժին), օպերատիվ և շուրջօրյա թարմացվող լրատվությամբ, այլ նաև իր ամենաառանցքային, խիստ որակյալ տեսաարտադրանքով: Ըստ էության, այն իր տեսաբովանդակությամբ մոտենում է ցանցային հեռուստատեսությունների մակարդակին, իսկ երբեմն, ինչպես, օրինակ, 2015 թվականի ամռան ամիսներին՝ էլեկտրաէներգիայի սակագնի թանկացման դեմ լայնածավալ հանրահավաքի ժամանակ, միայն «1in.am»-ը կարողացավ անընդհատ ուղիղ հեռարձակումով ապահովել իրարարժությունների լիարժեք լուսաբանումը:

Հայաստանյան առցանց լրատվականների թիվն այժմ գերազանցում է 250-ը:^{*} Դրանց թվում են այնպիսի ազդեցիկ լրատվամիջոցներ, ինչպիսիք են times.am-ը, zham.am-ը, ilur.am-ը, iratvakan.am-ը, iragir.am-ը, լրատվական ագրեգատոր blognews.am-ը, Ադրբեջանի տեղեկատվական քարոզչությանն արդյունավետ հակազդող voskanapat.info-ն և այլն:

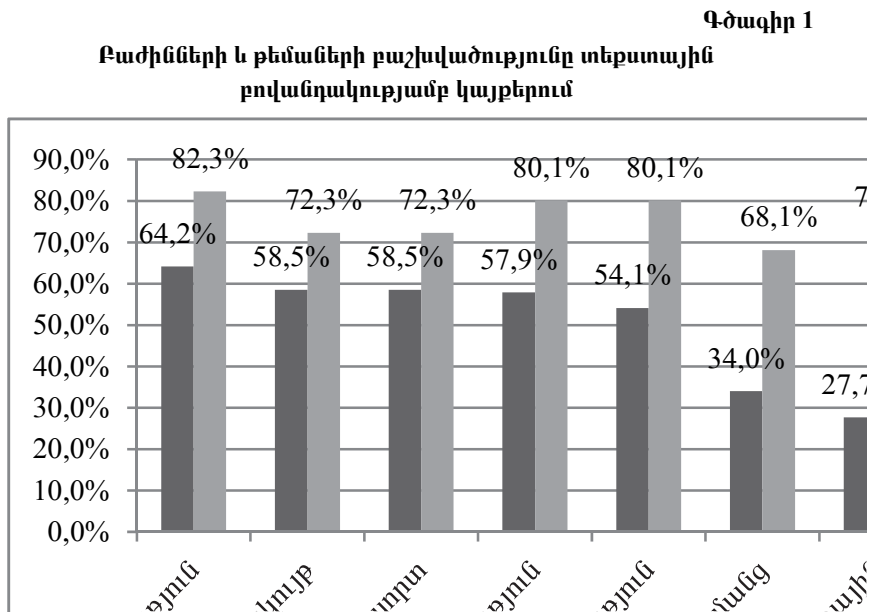
Որքան էլ տարբեր լինեն լրատվամիջոցները, հայկական համացանցային զանգվածային լրատվության դաշտում կան ընդհանուր միտումներ և սկզբունքներ, որոնք մանրամասնորեն ներկայացված են «Հայկական համացանցային լրատվամիջոցների բնութագրիչները» հետազոտության մեջ⁷: Այսպես՝ առավելապես տեքստային տեղեկատվություն ներկայացնող լրատվամիջոցների (լինեն դրանք տպագիր լրատվամիջոցների առցանց տարբերակներ, թե անկախ լրատվական կայքեր) 84,1%-ը կազմող կայքերում առանձնացված են բաժիններ⁸, իսկ այդ բաժիններին համապատասխան թեմատիկ բովանդակությունն ուսումնասիրվել է կայքերի 73,8%-ում:

^{*} Հայկական լրատվական կայքերի հնարավոր ամբողջական ցանկը՝ ժամանակագրական և տիպաբանական դասակարգումով տես՝ **Ավետիսյան Ա.**, Համացանցային զանգվածային լրատվամիջոցներ. ձևավորումը և զարգացումը Հայաստանում, Ատենախոսություն բանասիրական գիտությունների թեկնածուի գիտական աստիճանի հայցման համար, Եր., 2015, էջ 182-187:

⁷ **Ավետիսյան Ա.**, Հայաստանի համացանցային ՉԼՄ-ների բնութագրիչները (հետազոտություն), Եր., ԳԴՀ հրատ., 2015:

⁸ Տե՛ս նշվ. աշխ., էջ 31:

Դրանք տեղաբաշխված են հետևյալ համամասնությամբ (տե՛ս գծագիր 1)⁹.



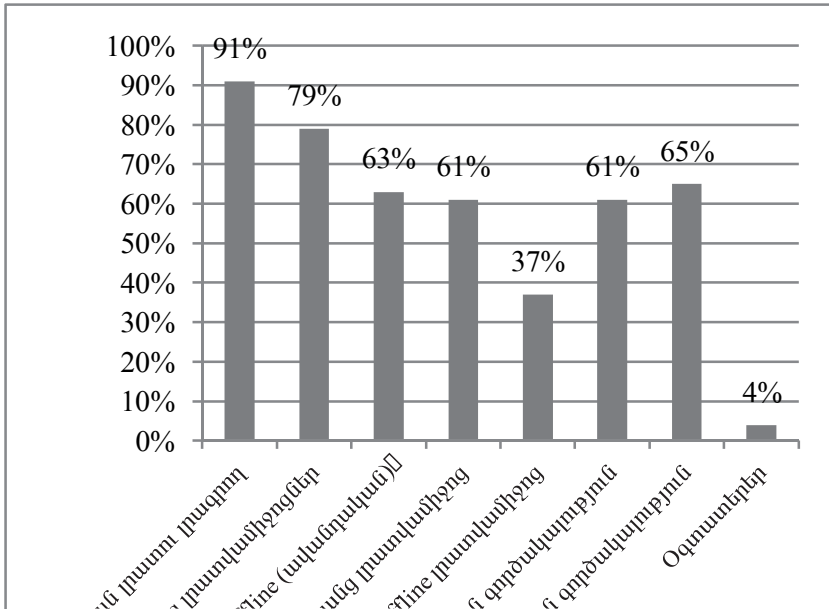
Գծագրից ակնհայտ է դառնում, որ առցանց լրատվական կայքերում գերակայում են առավելապես «Տնտեսություն», «Քաղաքականություն», «Հասարակություն», «Մշակույթ» և «Սպորտ» թեմաներով հոդվածներն ու նորությունները:

Համացանցային ՁԼՄ-ների համար կարևոր բնութագրիչներից դիտարկվել է նաև կայքում տեղադրված նյութերի ինֆորմացիոն աղբյուրի առկայությունը: Ստացված տվյալները ներկայացված են գծագիր 2-ում¹⁰:

⁹ Տե՛ս **Ավետիսյան Ա.**, Հայաստանի համացանցային ՁԼՄ-ների բնութագրիչները (ինտագրություն), Եր., ԵՊՀ հրատ., 2015, էջ 35:

¹⁰ Տե՛ս նույն տեղում, էջ 31, 35:

**Տեքստային բովանդակությամբ կայքերի նյութերի
ինֆորմացիոն աղբյուրները**



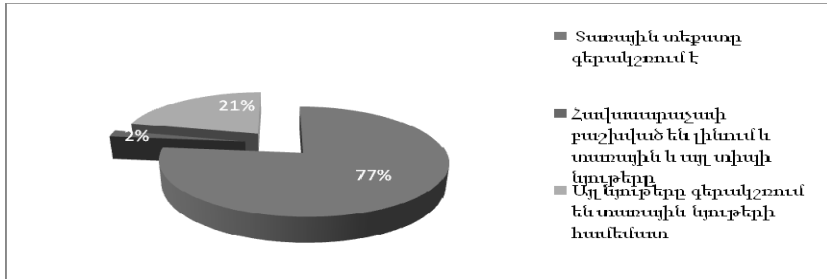
Ստացվում է, որ լրատվական կայքերում որպես նյութերի ինֆորմացիոն աղբյուրներ հանդես են գալիս ամենատարբեր ռեսուրսներ: Ընդ որում, բացի սեփական լրագրողի որպես աղբյուր հանդես գալուց, բավական բարձր հաճախությամբ կիրառվում են հայկական և օտարերկրյա թե՛ առցանց և թե՛ արտացանցային ռեսուրսները:

Ընդհանուր առմամբ որքան էլ լրատվության բազմակողմանի ներկայացման միջոցները զարգացում են սալրում, հայկական լրատվական շուկայում շարունակում են բացարձակ մեծամասնություն կազմել ավանդական թերթերի և գուտ համացանցային ՁԼՄ-

ների կայքերը, որոնցում լրատվությունը ներկայացվում է գլխավորապես տեքստային բովանդակությամբ (տե՛ս գծագիր 3)¹¹։

Գծագիր 3

Տեքստային նյութերի հարաբերակցությունը այլ բնույթի նյութերի հետ



Այսպիսով՝ հայկական ավանդական թերթերի և անկախ առցանց ՋԼՄ-ների կայքերը քանակական, ինչպես նաև հասարակական ազդեցության տեսանկյունից ժամանակակից լրատվական դաշտում առաջատար դիրք են զբաղեցնում։ Ընդ որում՝ տպագիր թերթերից միայն նրանք, որոնք ամբողջությամբ օգտագործում են համացանցի ընձեռած հնարավորությունները, կարողանում են մրցակցել համացանցային խոշոր լրատվական խմբագրությունների հետ։

РЕЗЮМЕ

Аветисян А. Р.

ФОРМИРОВАНИЕ НОВОСТНЫХ ИНТЕРНЕТ-САЙТОВ В АРМЕНИИ

Ключевые слова: интернет, новостные сайты, интернет-СМИ, газеты, радио, телевидение, Армения

Наступил период времени, когда традиционные печатные СМИ оказались в кризисе, аудитория потеряло уверенность в телевидении, а ра-

¹¹ Տե՛ս **Ավետիսյան Ա.**, Հայաստանի համացանցային ՋԼՄ-ների բնութագրիչները (հետազոտություն), Եր., ԵՊՀ հրատ., 2015, էջ 61։

дио не полностью удовлетворяло потребность общественности в информации. Этот период времени совпал с созданием Интернета, который постепенно начал расширять свои круги. Из года в год интерес людей увеличивался вместе с увеличением их доверия к достоверности информации, размещенной в Интернете. В результате сложилась ситуация, когда традиционные средства массовой информации не удовлетворяли общественные интересы, но общество также не оценивало и использовало должным образом возможности, предоставляемые Интернетом.

В этот неоднозначный период времени для средств массовой информации были сформированы первые армянские новостные интернет-сайты.

SUMMARY

Avetisyan A. R.

FORMATION OF NEWS WEBSITES IN ARMENIA

Key words: *Internet, news websites, online media, newspapers, radio, television, Armenia*

There came a period of time when traditional print media appeared in crisis, the audience lost confidence in television, and the radio did not fully satisfy the public's need for information. This period of time coincided with the creation of the Internet, which gradually began to expand its circles. From year to year, people's interest increased with the increase in their confidence in the reliability of information posted on the Internet. As a result, there was a situation when the traditional media did not satisfy public interests, but society also did not evaluate and properly use the opportunities provided by the Internet.

The first Armenian news websites were formed in this ambiguous period of time for the media.

Սայադյան Լ.Կ.
*Նոր մեդիայի և հաղորդակցության
ամբիոնի դոցենտ, ք.գ.ք.
Էլ. փոստ՝ liannasayadyan@ysu.am*

ՀԵՂԻՆԱԿԱՅԻՆ ԻՐԱՎՈՒՆՔԻ ՀԱՐՑԵՐԸ ՀԱՅԿԱԿՆ ԱՌՑԱՆՑ ՄԱՄՈՒԼՈՒՄ

Բանալի բառեր - *հեղինակային իրավունք, գրագողություն, առցանց մամուլ, օրենսդրական կարգավորում, ինքնակարգավորում*

Հեղինակային իրավունքի պաշտպանության հարցերով լրագրողները սկսել են մտահոգվել 2000-ականների սկզբին, երբ դեռ առցանց լրատվամիջոցները Հայաստանում կարելի էր ձեռքի մատների վրա հաշվել: Առցանց ՁԼՄ-ները, մատուցելով ավանդական լրատվամիջոցների ներկայացրածից տարբերվող բովանդակություն, հեղինակային իրավունքի հարց առաջադրում էին հիմնականում տպագիր մամուլին: Թերթերն արտատպում էին կայքերում տեղ գտած մեծ ու փոքր նյութերը՝ առանց աղբյուրի հիշատակման: Այն ժամանակ սակավաթիվ առցանց լրատվամիջոցների խմբագիրները էլեկտրոնային նամակներ էին ուղարկում այդ թերթերի խմբագիրներին՝ խնդրելով հղում կատարել: Որոշ ժամանակ անց խնդիրը կարգավորվեց:

Իրավիճակը կրկին սրվեց վերջին տարիներին՝ առցանց լրատվամիջոցների թվի կտրուկ աճին զուգահեռ: Տեղի ունեցավ ճիշտ հակառակ գործընթացը: Սնկի պես աճող լրատվական կայքերը, հաճախ չունենալով պատշաճ խմբագրական և անկարող լինելով սեփական արտադրանք թողարկել, արտատպում էին վաղ առավոտյան կրպակում հայտնված և դեռ ընթերցողին չհասած թերթերի կարևոր, գրավիչ նյութերը: Անվճար ստանալով ինֆորմացիան՝ ընթերցողն այլևս շահագրգռված չէր թերթ գնելով: Առանց այն էլ փոքր տպաքանակ ունեցող թերթերը սկսեցին ընթերցող կորցնել: 2013-ին

մի շարք տպագիր լրատվամիջոցների ղեկավարներ *հայրաքաղաքում չարածեցին*՝ պահանջելով այլ լրատվամիջոցներից, որ իրենց թերթերից մեջբերումներ անեն հղումով և հիշատակեն թերթի անունը, ինչպես նաև հատված մեջբերելիս նշեն. «Հոդվածն ամբողջությամբ կարող եք կարդալ... թերթի այսօրվա համարում»:

1. Ինքնակարգավորման ձախողված փորձ

Թերթերը պատրաստ էին պայմանագիր կնքելու այն լրատվամիջոցների հետ, որոնք ցանկանում էին օգտվել մամուլից մամուլի տեսության կամ այլ եղանակով:

Որպես հեղինակային իրավունքի խախտումը կանխող միջոց՝ որոշ գործակալություններ («News.am», «Արմենպրես» և այլն) մշակեցին *մեղիաբաղադրականություն*, որի համաձայն՝ իրենց նյութերից մասնակի կամ ամբողջական մեջբերում կատարելու համար լրատվամիջոցները պետք է ստանան գործակալությունների գրավոր թույլտվությունը:

«Մեդիամաքսը», իր մեդիաարտադրանքի օգտագործման կանոններ¹ սահմանելուց բացի, անբարեխիղճ օգտագործողների դեմ պայքարելու համար *դիմեց իրավաբանական ընկերության*, որը պաշտպանելու էր մեդիաընկերության հեղինակային իրավունքը, բացահայտելու էր նյութերի ոչ օրինական օգտագործման դեպքերը և խախտողներին զգուշացնելու էր իրավական հետևանքների մասին: Դրանք թեև նախատեսված էին «Հեղինակային իրավունքի և հարակից իրավունքների մասին» ՀՀ օրենքով², սակայն լրագրողները մինչ այդ խուսափում էին դատական կարգով հեղինակային իրավունքի օբյեկտ հանդիսացող նյութի նկատմամբ իրենց իրավունքը վերականգնելուց: Հետևաբար հեղինակային իրավունքի պաշտպանության դատական պրակտիկա չկար: Բացի այդ՝ գործող օրենքն ընդունելիս համացանցն այսքան ակտիվ չէր և, ըստ

¹ <https://www.mediamax.am/am/rules/>

² <http://parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=2705&lang=arm>

այդմ, չէին կարգավորվում հեղինակային իրավունքին առնչվող իրավահարաբերությունները առցանց հարթակներում:

Որոշ ժամանակ անց նմանատիպ հայտարարությամբ հանդես եկան նաև առցանց կայքերի խմբագիրները, որոնք պարտավորվում էին հարգել միմյանց հեղինակային իրավունքները:

Ինքնակարգավորման այս փորձերը, սակայն, հաջողություն չունեցան, որովհետև կարճ ժամանակ անց հայտարարություն ստորագրողները մոռացան իրենց իսկ մշակած կանոնները և շարունակեցին փոխադարձ մեղադրանքներ ուղղել միմյանց:

Հեղինակային իրավունքի թեման սկսեց լայնորեն քննարկվել մեդիասպառողների, փորձագետների և լրագրողների շրջանում: Խնդիրն այն աստիճան սրվեց, որ արժանացավ նաև օրենսդիրների ուշադրությանը: Ի վերջո, 2013-ի սեպտեմբերի 30-ին Ազգային ժողովն ընդունեց «Հեղինակային իրավունքի և հարակից իրավունքների մասին» ՀՀ օրենքում լրացում կատարելու մասին օրենքը³, որը մշակվել էր պատգամավորների, մեդիափորձագետների և խմբագիրների մասնակցությամբ:

Եթե նախկին օրենքով լրատվական նյութը հեղինակային իրավունքի օբյեկտ չէր, ապա լրացված դրույթներով օրվա նորությունների կամ ընթացիկ իրադարձությունների և փաստերի **ընկրությունը** հեղինակային իրավունքի օբյեկտ է, եթե օրվա նորությունների կամ ընթացիկ իրադարձությունների և փաստերի արտահայտման ձևը հանդիսանում է ստեղծագործական աշխատանքի արդյունք:

Լրացված օրենքով փորձ կատարվեց կանոնակարգելու լրատվական նյութերի օգտագործման կարգը, մասնավորապես այլ նյութերից մեջբերումների ծավալը, նյութերի վերարտադրման դեպքում հղումների կարգը՝ համացանցում ստեղծված խառնաշփոթ վերացնելու համար: Թեև դարձյալ չհստակեցվեց «մեջբերման նպատակն արդարացնող ծավալ» արտահայտությունը (այն թողնվեց դատարանների հայեցողությանը), սակայն օրենքը «մեկնաբանեց», որ «...անկախ վերարտադրման ծավալից՝ լրատվական նյու-

³ <http://parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=4810&lang=arm>

քերից քաղվածքների վերարտադրումը «**չպետք է բացահայտի լրատվական նյութի էական մասը**»»։ Ավելին՝ օրենքով սահմանվեց, որ վերարտադրումը պետք է բացառի լրատվական նյութի սկզբնաղբյուրի հնարավոր ընթերցողների քանակի և լրատվական նյութի օգտագործման ծավալների վրա բացասական ազդեցությունը, իսկ լրատվական նյութի ամբողջական վերարտադրումը կարող է իրականացվել միայն հեղինակի (հեղինակային իրավունքի իրավատիրոջ) համաձայնության դեպքում։ «Լրատվական նյութի ամբողջական վերարտադրման կարգն ու պայմանները սահմանվում են կողմերի միջև կնքված պայմանագրով», - նշված է օրենքում։ Հեղինակային իրավունքի պաշտպանության նպատակով օրենքում կատարված կարևոր փոփոխություն էր նաև դրա խախտման համար վնասի հատուցման սահմանումը՝ 100-200 հազար դրամ, որը լրատվամիջոցների առաջարկությունն էր։

2. Օրենսդրական փոփոխությունը և դատական նախադեպերը չտկեցին իրավիճակը

Օրենսդրական այս փոփոխություններից անցել է հինգ տարի, սակայն առցանց մամուլում հեղինակային իրավունքի խախտումները դարձյալ լայնամասշտաբ են։ «Ֆեյսբուք» սոցիալական ցանցում գործող «Հանուն բարեխիղճ լրագրության» խմբում⁴ լրագրողներն ամեն օր ահազանգում են այն մասին, որ իրենց հեղինակային նյութերը, լուսանկարները, տեսանյութերը մույնությամբ հայտնվել են այլ լրատվամիջոցներում՝ առանց հեղինակի և լրատվամիջոցի անվան հիշատակման, հղման և, անշուշտ, առանց համաձայնության։ Օրինակ՝ armtimes.am կայքը մեղադրում է hayacq.com-ին իր նյութն ամբողջությամբ վերարտադրելու համար՝ առանց ակտիվ հղման, կամ Yerkir.am-ը slaq.am-ին հորդորում է նյութը «գողանալիս գոնե մեկ-երկու բառ» փոխել։

⁴ <https://www.facebook.com/groups/337831742965973/>

Խնդրի կարգավորման առումով որևէ բան չփոխեցին մաս հեղինակային իրավունքի պաշտպանության հայցերով 2-3 դատական գործերը⁵, որոնք նախաձեռնվեցին դատական պրակտիկա ձևավորելու և գրագողերին դաս տալու նպատակով: «Հետաքննող լրագրողներ» հասարակական կազմակերպությունը օրենսդրական վերոնշյալ փոփոխություններից հետո հայց ներկայացրեց դատարան 1in.am և pressident.am կայքերի դեմ՝ Hetq.am-ի հեղինակային նյութերը առանց պատշաճ հղման և գրեթե ամբողջությամբ վերարտադրելու համար: Կազմակերպությունը, հեղինակային իրավունքի խախտումը վերացնելուց բացի, դրամական փոխհատուցում էր պահանջել: Pressident.am-ի հետ վեճն ավարտվեց դատարանում կնքված հաշտությամբ⁶. կայքն ընդունեց իր թույլ տված խախտումը և պարտավորվեց այն վերացնել, իսկ հայցվորը հրաժարվեց դրամական փոխհատուցման պահանջից: 1in.am-ի հետ վեճը հասավ մինչև Վերաքննիչ քաղաքացիական դատարան և վճռվեց հօգուտ Hetq.am-ի. 1in.am-ի հրատարակիչ «Սկիզբ Մեդիա Կենտրոն» ՍՊԸ-ն պարտավորվեց վերացնել հեղինակային իրավունքի խախտումները (արտատպվել էր «Հետք»-ի 8 հեղինակային իրավունքի օբյեկտ հանդիսացող նյութ) և վճարել փոխհատուցում՝ 100.000 դրամի չափով⁷: Դատարանը որոշեց մաս «Սկիզբ Մեդիա Կենտրոն»-ից բռնագանձել դատական ծախս՝ 150.000 դրամ փաստաբանի վճար և 6000 դրամ պետական տուրքի գումար:

Հեղինակային իրավունքի պաշտպանության ուղղությամբ դատական պրակտիկան, փաստորեն, հաջողություններ չի արձանագրում: Պատճառները բազմաթիվ են. ոչ բոլոր լրատվամիջոցներն են պատրաստ ժամանակ ու ռեսուրսներ ծախսելու, հեղինակային իրավունք խախտողներն այնքան շատ են, որ բոլորին չես կարող և չես հասցնի դատի տալ: Կա մեկ ուրիշ խոչընդոտ էլ, որը դժվարաց-

⁵ <http://hetq.am/arm/news/57491/iratvamijocneri-azatutyuny-hayastanum---2.html>

⁶ <http://hetq.am/arm/news/55802/datarany-hastatec-ani-qochar-prodakshn-spy-i-ev-hetaqnox-lragroxnneri-hashtutyam-hamadzaynagiry.html>

⁷ <http://hetq.am/arm/news/57833/skizb-media-kentron-spy-n-hetaqnox-lragroxnnerin-kvtchhari-100000-dram-hexinakayin-iravunqi-khakhtman-hamar.html>

նում է հեղինակային իրավունքի պաշտպանությունը: Առցանց ՁԼՄ-ներից շատերը կայքում չեն նշում հիմնադրի տվյալները, ուրոնք կարևոր են հայց ներկայացնելու համար, քանի որ դատարանում իբրև պատասխանող պետք է հանդես գա ՁԼՄ հիմնադիրը: Նման խնդրի բախվել էր «Հետաքննող լրագրողներ» ՀԿ-ն «Սկիզբ Մեդիա կենտրոն»-ի դեմ վարած դատական վեճում: Իսկ այս հարցը լուծելու համար անհրաժեշտ է փոփոխություններ կատարել «-Ջանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենքում և ՁԼՄ թողարկման տվյալներ հրապարակելու պարտադիր պահանջը, տպագիր ՁԼՄ-ներից բացի, տարածել մաս առցանց լրատվամիջոցների վրա⁸:

3. Ամենից շատ խախտվում է լուսանկարիչների հեղինակային իրավունքը

Հեղինակային իրավունքի առումով լրագրողներից առավել անպաշտպան են լուսանկարիչները, քանի որ համացանցում գրագործության «օբյեկտ» ամենից շատ դառնում են լուսանկարները: Չի օգնում մաս լուսանկարի վրա տեղադրվող ջրանշանը /*watermark*/, որը պարունակում է հեղինակի անունը կամ լրատվամիջոցի անունն ու տարբերանշանը, քանի որ տեխնիկական եղանակով կտրում են կայքի կամ հեղինակի անվանումը լուսանկարից և օգտագործում առանց հղման: Որոշ կայքեր *watermark-ը* ստիպված տեղադրում են լուսանկարի մեջտեղում, որպեսզի կտրելու պարագայում օգտագործման համար այլևս պիտանի չլինի:

Հատկապես խոցելի են անկախ կամ *freelance* լուսանկարիչները⁹: Չաշխատելով որևէ մեդիակառույցում՝ նրանք իրենց լուսանկարները հրապարակում են հիմնականում սոցիալական ցանցերում, որտեղից առցանց ՁԼՄ-ներն առանց թույլտվության վերցնում են դրանք՝ կարծելով, թե սոցցանցը հանրային տարածք է, և այդ-

⁸ <https://hetq.am/arm/news/59976/arajark-orensdrin-zangvatsayin-lratvutyan-masin-orenqy-popokhelu-pahy-hasunacel-e.html/>

⁹ <https://media.am/infringement-of-copyright-in-Armenian-media>

տեղ հրապարակված ամեն ինչ «հանրային սեփականություն» է: Լուսանկարիչ Գերման Ավագյանը այն նախանձախնդիրներից է, որոնք պայքարում են լուսանկարի հեղինակային իրավունքի պաշտպանության համար: ՋԼՄ-ներում լուսանկարի հեղինակի ազգանվան նշումը կամ credit-ը լուսանկարների հրապարակման մի քանի պայմաններից ընդամենը մեկն է: «Այդ նույն ՋԼՄ-ները, մինչև այդ credit-ը լուսանկարի տակ դնելը, իրենց էջերում լուսանկարն օգտագործելու համար նախ պետք է ստանան հեղինակի համաձայնությունը»,- մի առիթով ասել է նա և առաջադրել լուսանկարի հեղինակի աշխատանքի դիմաց վճարման հարցը: Սակայն մինչ այսօր լուսանկարի հեղինակային իրավունքի խախտման համար ծավալված խոսակցություններն ավարտվել են կա՛ն օգտագործված լուսանկարը կայքից հեռացնելով, կա՛ն լավագույն դեպքում հեղինակի անվան նշումով:

«Հեղինակային և հարակից իրավունքների մասին» օրենքում փոփոխություններից հետո լիսիույս էինք, թե համացանցում իրավիճակը փոքրիշատե կշտկվի, դատական պրակտիկա կզարգանա՝ նպաստելով առցանց ՋԼՄ-ներում այդ իրավունքի հարգմանը, սակայն մեր դրական կանխատեսումներն առայժմ չեն իրականացել: Միակ ելքը թերևս լրագրողներին, մեդիաաշխատողներին կրթելն է, հեղինակային իրավունքի պահպանման համար նրանց պրակտիկ գիտելիքներ փոխանցելը:

РЕЗЮМЕ

Саядян Л. К.

ВОПРОСЫ АВТОРСКОГО ПРАВА В АРМЯНСКОЙ ОНЛАЙН-ПРЕССЕ

Ключевые слова: авторское право, плагиат, онлайн-медиа, законодательное регулирование, саморегулирование

Предпринятые в последние годы попытки саморегулирования в направлении защиты авторского права в онлайн-медиа, к сожалению, не дали результатов. Изменения, внесенные в 2013 г. в закон РА “Об авторском и смежных правах”, казалось, должны были исправить ситуацию. Однако СМИ не проявили рвения в вопросе развития подобной судебной практики.

Единственной возможностью остается просвещение журналистов и работников медиа, передача им практических знаний о том, как сохранять авторское право или находить фотоснимки и мультимедиа для материалов без нарушения авторских прав.

SUMMARY

Sayadyan L. K.

COPYRIGHT ISSUES IN ARMENIAN PRESS

Key words: *copyright, plagiarism, internet media, legislative regulation, self-regulation*

Sadly, attempts to self-regulate copyright protection clauses within the realm of internet media have proven futile. A 2013 Armenian law on “Changes to Copyright and Related Rights” was supposed to correct the situation, at least on paper. However, news outlets in Armenia were not inclined to take offenders to court and thus set positive examples.

The only solution is to educate reports and those working in media, to give them the practical skills necessary to defend themselves against copyright infringement, on the one hand, and, on the other, how to select photos/videos for articles without violating the copyright of others.

Սարգսյան Դ. Վ.

*Տպագիր և հեռառչակվող լրատվամիջոցների
ամբիոնի ասիստենտ, ք.գ.ք.*

Էլ. փոստ՝ sargsian.davit@gmail.com

ԵՏՄ-Ի ԻՄԻՋԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՅԱՆ ՁԼՄ-ՆԵՐՈՒՄ

Քանալի բառեր - ԵՏՄ, իմիջ, ՁԼՄ, եվրաստոցացում, ինտեգրացիոն ուղեգիծ, լրատվադաշտ, աշխարհաքաղաքականություն

1. Ինտեգրացիոն գործընթացները և ԵՏՄ-ն

Եվրասիական ինտեգրացիոն գործընթացների օրակարգը հայ-բենական ՁԼՄ-ներում ընդհանուր առմամբ հակադրվում է, մի կողմից, Հայաստանի քաղաքական ինքնությունության և ինքնաբավության գաղափարին, մյուս կողմից՝ մեր երկրի եվրոպական ինտեգրման ուղեգծին: Հայաստանյան լրատվադաշտը եվրասիական ինտեգրումը որևէ կերպ չի դիտարկում երկրի ինքնության ամրապնդման ծիրում, ավելին՝ երբեմն այն գնահատում է որպես պետականությանն սպառնացող: Եվրասիական միությունն ընկալվում է որպես հետխորհրդային արժեհամակարգ դավանող կառույց, հետևապես ընդունվում է լուրջ վերապահումներով:

2010-2013 թթ. հայաստանյան իշխանություններն զբաղված էին առավելապես Եվրոպական միության հետ ընթացող բանակցություններով, մեղիադաշտն էլ՝ դրանց լուսաբանմամբ: Երկուստեք արձանագրվող դրական միտումներն ու գովեստի խոսքերը տեղ չէին թողնում ինտեգրացիոն այլ նախագծերում մեր մասնակցությունը քննարկելու համար, փոխարենն արվում էին Եվրամիությանն ասոցացվելու և խոր ու համապարփակ, ազատ առևտրի գոտու պայմանագիրն ստորագրելու հնարավոր քաղաքական ու տնտեսական հեռանկարների ընդարձակ կանխատեսումներ: Եթե անգամ տեղական ՁԼՄ-ները, հատկապես 2012 թ.-ից սկսած, կաս-

կածի տակ էին դնում Հայաստանի եվրաստղացման հեռանկարն ու խոսում Մոսկվայի կողմից Երևանին թելադրվող քայլերի հնարավորության մասին, այդ հրապարակումները համընդհանուր և հետևողական բնույթ չէին ստանում:

Խնդրո առարկա ժամանակահատվածը, սակայն, սկսվում է դեռևս 2010 թ., երբ մոդ-մոդ հղանում էր Ռուսաստանի, Ղազախստանի և Բելառուսի միասնական տնտեսական տարածքի գաղափարը, և Հայաստանը այդտեղ չէր դիտարկվում ո՛չ ռուսաստանյան, ո՛չ էլ առավել ևս տեղի լրատվամիջոցների կողմից:

Մեդիատրամադրություններում շարունակում է գերիշխել Ռուսաստանի՝ որպես բոլոր ոլորտներում Հայաստանի հովանավորի կերպարը, ընդ որում՝ սյունակագիրների քաղաքական ընդհանրացումները երբեմն հասնում են համընդգրկուն չափերի՝ կանխորոշելով հանրային տրամադրվածությունը Մոսկվայի նկատմամբ: «ԼՂ խնդրի կարգավորման բանալին Ռուսաստանի ձեռքում է»¹, «Հայաստանն այսօր, հանդիսանալով ՌԴ համար որպես վասալային պետություն, անում է այն, ինչ թելադրում է մեծ եղբայրը»², «Ռուսաստանը միշտ եղել է դարաբաղյան հակամարտության կարգավորման գործընթացի առավել անսպասելի ու վտանգավոր միջնորդն ու նախաձեռնողը»³ բովանդակությամբ հաղորդագրություններն ընդհանրական են հայաստանյան առցանց և տպագիր մամուլի մեծ մասի համար:

Հայաստանյան մեդիադաշտի որոշ ներկայացուցիչներ, ծայրահեղականացնելով հայության քաղաքական կողմնորոշումները, անգամ «ռուսամետության բացիլ» են վերագրում մեր ժողովրդին⁴: Չգալի են նաև հայ ժողովրդի շահերը մշտապես ոտնատակ տվող

¹ «Թերթ», ԼՂ խնդրի կարգավորման բանալին Ռուսաստանի ձեռքում է. Ալեքսանդր Արզումանյան, <http://www.tert.am/am/news/2010/05/18/karabakh/143286>

² «Ժամանակ», Հայաստանը՝ որպես Ռուսաստանի մանրադրամ, <http://www.zhamanak.com/article/13762/>

³ «Լրագիր», Ռուսական սցենարն ու Ղարաբաղը, <http://www.lragir.am/index/arm/0/comments/home/32063>

⁴ «Ժամանակ», Ռուսամետության բացիլ, <http://www.zhamanak.com/article/14071/>

«ռուսական արջի» կերպարի շարունակական հիշեցումները⁵ : Դրանք որոշակիորեն պայմանավորում են նաև հետագա ինտեգրացիոն նախագծերի շրջանակում Ռուսաստանի մեդիաընկալումներն ու հայաստանյան հանրության դիրքորոշումները:

Հայրենական լրատվամիջոցների մեծ մասի ընկալումներով Ռուսաստանը և՛ երկկողմ, և՛ ինտեգրացիոն միավորումների տեսքով փորձում է պահպանել երբեմնի ազդեցությունն ԱՊՀ տարածքում: Նախկին միութենական մյուս երկրների համեմատությամբ Հայաստանը Ռուսաստանի առանձնակի ճնշման ներքո է, քանի որ ունի չլուծված ռազմական հակամարտություն և տնտեսական ու էներգետիկ զգալի կախվածություն Մոսկվայից. այս կանխադրույթը՝ ի սկզբանե ճշմարիտ և ապացուցում չպահանջող, ընդունվում է ՉԼՄ-ների բացարձակ մեծամասնության կողմից:

Հայաստանյան լրատվամիջոցներում Ռուսաստանի և ռուսական թեմատիկայի շուրջ մեդիատրամադրությունների ուղեգիծը 1990-2000-ական թթ. համեմատաբար միարժեք էր: Խմբագիրներն ու լրագրողները «Բանավոր պայմանավորվածություն» ունեին՝ ՌԴ-ի մասին խոսել առնվազն ոչ թշնամական համատեքստում և ստեղծել Ռուսաստանի դրական կամ գոնե չեզոք իմիջ: Վերջին տարիներին հատկապես առցանց մեդիադաշտում ի հայտ են եկել սկնհայտ հակառուսական դիրքորոշում ունեցող լրատվամիջոցներ, որոնք անգամ ներհայաստանյան իրողությունները կապակցում են «ռուսական ներկայության» գործոնի հետ: Հայաստանյան տարբեր մեդիամիավորներ երբեմն Ռուսաստանի իմիջն ստեղծում են տրամազոծրեն հակադիր թեզիսների հիման վրա՝ խորհրդային/արդիական երկիր, առասպելականացում/քողագերծում, գաղափարայնացվածություն/ազատականացում, քարոզչություն/ազատ մամուլ և այլն:

Ի հակադրություն քաղաքական, երբեմն անգամ աշխարհաքաղաքական թեմատիկայով հայ-ռուսական առնչությունների անխուսափելիության մասին պնդումների՝ գաղափարախոսական, քաղա-

⁵ «Իրավունք», Ի՞նչ փափաց «ռուսական արջը» ՀՀ նախագահի ականջին, <http://www.iravunk.com/iskakan/hetaqnutyun/23.04.10.html>

քակրթական կամ արժեմահակարգային հնարավոր ընդհանրությունների և տարբերությունների մասին մամուլի հրապարակումները և մշակութաբանական վերլուծություններն անհամեմատ քիչ են, եղածներն էլ հիմնականում իրողություններն ամփոփում են «ռուսական փակուղու» լույսի ներքո⁶։ Մշուշոտ են գնահատվում Ռուսաստանի հաջողություններն անգամ վերպետական կազմավորումների մեջ միավորված դաշնակիցների, օրինակ՝ Բելառուսի հետ հարաբերությունները խորացնելու հարցում⁷։

2012 թ. երկրորդ կեսից, երբ Ռուսաստանում ներիշխանական փոխատեղման հետևանքով Վ. Պուտինը կրկին ստանձնում է երկրի ղեկը, ռուսաստանյան և տեղի մամուլում մոր թափով վերսկսվում են հետխորհրդային տարածքի վերամիավորման ջանքերի մասին շշուկները։ Բնականաբար, Հայաստանը՝ որպես Հարավային Կովկասում Մոսկվայի բնական դաշնակից, ամենահաճախատելա գործընկերների ցանկում էր։ Իր կարևորությամբ ու հիշատակումների թվով նրան գերազանցում էր թերևս միայն Ուկրաինան։ Հայ և արտասահմանցի քաղաքական վերլուծաբաններն իրենց նյութերում և հարցազրույցներում, հետևելով Զբիգնև Բժեզիևսկու հայտնի տեսությանը, հանգում են այն ընդհանուր իրողությանը, որ հնարավոր չէ պատկերացնել Մաքսային, հետագայում՝ Եվրասիական միությունն առանց Ուկրաինայի, իսկ ապա՝ առանց Հայաստանի⁸։ Ուկրաինայի ռուսամետ նախագահ Վիկտոր Յանուկովիչի սկզբնական մերժումը Մոսկվային և Բրյուսելի հետ հարաբերությունները խորացնելու հանձնառությունը բերվում են որպես քաղաքական ինքնաբավության օրինակ⁹։ Ավելին՝ 2013 թ. նոյեմբերին Վիլնյուսում Կիևի և Բրյուսելի միջև փաստաթղթի հնարավոր կնքումը մամուլը ո-

⁶ «Հեռք», Ռուսական փակուղի, <http://hetq.am/arm/news/31188/rusakan-pakuxi.html>

⁷ «Իրատես», Ռ-Բելառուս «բարեկամությունն» առավելագույնս կսրվի առաջիկայում, <http://www.irates.am/hy/BsBFXshvyEdH0TFQ9VqP0IsKFU>

⁸ «Առաջին լրատվական», Առանց Հայաստանի և Ուկրաինայի Եվրասիական միությունը կլինի չափազանց անկատար. Ուվե Հալբախ, <http://www.1in.am/209740.html>

⁹ «Առաջին լրատվական», Ուկրաինան Մոսկվային ասում է ո'չ, իսկ Հայաստանը, <http://m.1in.am/am/151043.html>

րակում է իբրև ԽՍՀՄ փլուզման սպասվող քաղաքակրթական կնիք¹⁰:

Հատկապես 2013 թ. փետրվարին՝ Հայաստանում սպասվող նախագահական ընտրություններին ընդառաջ, տեղական ՁԼՄ-ները ողողվում են հրապարակումներով, թե Սերժ Սարգսյանին աջակցելու դիմաց Մոսկվան Երևանից կպահանջի անդամակցել Մաքսային միությանը: Նախընտրական և հետընտրական շրջանում առաջատար սյունակագիրներն ու քաղաքագետները հայաստանյան իշխանություններին հիշեցնում են Եվրոպայի հետ Հայաստանի քաղաքակրթական ու գաղափարախոսական սերտ առնչությունների մասին՝ հիմնականում բացասաբար արտահայտվելով Կրեմլի կողմից Երևանին ինտեգրացիոն ուղեգիծ պարտադրելու հարցի մասին¹¹:

2013 թ. առաջին ամիսներին արդեն ռուսաստանյան լրատվամիջոցները մի շարք արտահոսքեր են անում, որոնցից հետևում էր, որ Մոսկվան ու Երևանը կպայմանավորվեն Մաքսային միությանը Հայաստանի անդամակցության շուրջ: Որքան խորանում է հարցի շուրջ անորոշությունը, և Եվրամիության հետ բանակցությունները մտնում են ավարտական փուլ, այնքան տեղի լրատվադաշտը վերապահումով ու թերահավատությամբ է մոտենում հայաստանյան իշխանությունների հանձնառությանը՝ վճռականորեն հանգուցալուծելու Բյուսեյի հետ երեք տարի շարունակվող բարեհաջող գործընթացն ու մերժելու Մոսկվային նորաստեղծ միությանն անդամակցության հարցում¹²: Հայաստանյան հասարակական-քաղաքական դաշտն ու առաջին լրատվամիջոցները պաշտոնական նախազգուշական ազդակներն են ստանում նաև Եվրոպայից, որ անհնար է

¹⁰ «Առաջին լրատվական», Վերջին ուկրաինականը, <http://www.1in.am/216837.html>

¹¹ «Առավոտ», Հայաստանը եվրոպական, այլ ոչ եվրասիական քաղաքակրթության մաս է, <http://www.aravot.am/2013/01/16/316184/>

¹² «Առաջին լրատվական», Ռուսաստանին պետք է ասել «ՈՉ». Եվրասիական միությունը «դամոկլյան սուր» է դարձել ՀՀ համար, <http://www.1in.am/148651.html>

համատեղել եվրաստցացումն ու Մաքսային միությանն անդամակցությունը¹³:

Սերժ Սարգսյանի՝ Մոսկվայում սեպտեմբերեքյան հայտնի հայտարարությունը շոկային թերապիա է դառնում հայաստանյան լրատվադաշտի համար: Ոչ այնքան Մաքսային միությանն անդամակցության և Ռուսաստանի հետ հարաբերությունների խորացման, որքան Հայաստանի ինքնիշխանության, իշխանությունների լեգիտիմության, արցախյան հիմնահարցի, տարածաշրջանային զարգացումների, տնտեսական և էներգետիկ խնդիրների շուրջ տարատեսակ ընդհանրացումներն են հասնում անընդգրկելի չափերի: Հիմնական մեղիատրամադրությունները հանգում են հիասթափության, Մոսկվայի կողմից Երևանին որոշում պարտադրելու, Հայաստանի եվրոպական հեռանկարը կորցնելու, Եվրամիության գալույթը շարժելու մոտիվներին: Տեղական մամուլը գրեթե միաբերան եզրակացնում է, որ անդամակցության որոշման դիմաց Երևանն սկսնախտորեն մի շարք այլ ոլորտներում արտոնություններ ու երաշխիքներ է ստացել¹⁴:

2. Եվրասիական միությանն անդամակցելու հեռանկարներն ու ակնկալիքները

Եվրահանձնակատարների հռետեսական և ռուսաստանյան շրջանակների խրախուսական հայտարարություններից զատ՝ փորձագիտական դաշտը զարմացական, անակնկալի էֆեկտի գնահատում է տալիս Երևանի գործողություններին՝ ամեն դեպքում Եվրամիության հետ գործակցության էջը փակված չհամարելով¹⁵: Եվրա-

¹³ «Իրավունք», Հայ-ռուսական հարաբերություններն են նյարդայնացրել Եվրոպային, http://www.iravunk.com/index.php?option=com_content&view=article&id=4607:-2012-04-04-19-07-00&catid=111:2012-05-23-10-05-14&Itemid=158

¹⁴ «Հայոց աշխարհ», Մաքսային միության ընդլայնման արագացումը և պատերազմի սպառնալիքը,

<http://www.armworld.am/detail.php?paperid=4657&pageid=143384&lang=>

¹⁵ «Առաջին լրատվական», Ամեն ինչ ավարտված չէ, մենք կսպասենք Երևանի վերջնական որոշմանը. Կոմրադ Ջաշտովտ, <http://www.1in.am/214077.html>

միության մարմիններում, նախ և առաջ Եվրախորհրդարանում, Երևանի որոշմանն առանձնապես զգալուն են արձագանքում արևելամիության երկրների ներկայացուցիչները, հատկապես լեհերը, որոնք էլ նախաձեռնել էին «Արևելյան գործընկերությունը»¹⁶: Ավելին՝ եվրոպացի որոշ վերլուծաբաններ տեղական մամուլին տված իրենց հարցազրույցներում մեղքի պաթներն ուղղակիորեն տեղափոխում են Բրյուսել՝ Եվրամիությանը մեղադրելով տարածաշրջանի վատ իմացության և դրանում առկա հակամարտություններում ներգրավված չլինելու մեջ¹⁷: Հայ փորձագետներն ու սյունակագիրները ևս, բացի Երևանի մեղավորությունը դիտարկելուց, արձանագրում են նաև Բրյուսելի մեղքի բաժինը՝ Հայաստանը «նվաճելու» հարցում մինչև վերջ հետամուտ չլինելու համար¹⁸:

Ուշագրավ է, որ սոցիոլոգիական հարցումների վկայակոչումը կամ ՉԼՄ-ների կողմից սեփական հարցումների անցկացումը բովանդակային արդարացվածության առումով խոցելի է: Հատկապես Եվրասիական միությանը Հայաստանի անդամակցության թեմայով իրականացված տարբեր սոցիալաբանական հարցումներին հղում կատարելիս հայաստանյան լրատվամիջոցները սովորաբար ուշադրություն չեն դարձնում դրանց ընտրանքին և առանձնահատկություններին՝ արդյունքները մեխանիկորեն տարածելով երկրի ամբողջ բնակչության վրա: Եթե ՉԼՄ-ն է հանրային հարցման նախաձեռնողը, ապա դրա իրականացման սոցիոլոգիական կողմը՝ ընտրանքի հիմնավորվածությունը, հիմնականում անտեսվում է, և հատկապես արդյունքների ամփոփման փուլում արվում են մերձգիտական եզրակացություններ¹⁹:

¹⁶ «Առաջին լրատվական», Ուզում եմ հավատալ, որ Հայաստանի եվրոպական հեռանկարի համար բոլոր հույսերը մարած չեն. Եվրախորհրդարանի պատգամավոր, <http://www.1in.am/213212.html>

¹⁷ «Առաջին լրատվական», Հայաստանի որոշումը Եվրամիության, որպես պասիվ խաղացողի, բացթողումն է. Ստեֆան Մայստեր, <http://www.1in.am/213944.html>

¹⁸ «Առաջին լրատվական», «Եվրոպան բաց թողեց այն պահը, երբ կարող էր Հայաստանն առավել ակտիվորեն ինտեգրել իրեն», <http://www.1in.am/213300.html>

¹⁹ Հետաքննական լրագրություն. առաջին ծանոթություն, Եր., «Վան Արյան», 2001, էջ 66:

Լրատվամիջոցներում արվում են նաև պատմական զուգահեռներ՝ Սերժ Սարգսյանի մոսկովյան հայտարարությունը համեմատելով ծանր իրավիճակներում արտաքին խաղացողների կամքին անսալու նախադեպերի հետ²⁰։ Իշխանական շրջանակները, ընդհակառակը, մոսկովյան հայտարարությունից հետո նշում են, որ որևէ արտառոց բան չի կատարվել, և Մաքսային միությունն ընտրելն անակնկալ չէր²¹։ Հատկապես աննախանձելի վիճակում են հայտնվում նախկինում Մաքսային միությանը Հայաստանի անդամակցության անհնարինության մասին բարձրաձայնած պաշտոնյաները, մասնավորապես ՀՀ վարչապետ Տիգրան Սարգսյանն ու ՀՀ ԱԳ նախարարի տեղակալ Շավարշ Քոչարյանը։ Հայաստանյան մամուլն արագորեն բացահայտում է, որ անդամակցության մասին հայտարարումից ավելի քան մեկ տարի առաջ՝ 2012 թ. օգոստոսին, վարչապետի որոշմամբ արդեն իսկ ստեղծվել էր հատուկ աշխատանքային խումբ, որը բանակցել է Մաքսային միության հետ Հայաստանի անդամակցության պայմանների վերաբերյալ²²։

Ընդհանուր առմամբ, մինչև 2014 թ. առաջին ամիսները, երբ Հայաստանի անդամակցության հարցը միս ու արյուն է ստանում, հայրենական լրատվադաշտը մնում է առավելապես Մոսկվա-Բրյուսել աշխարհաքաղաքական դիմակայության ծիրում, չի դիտարկում Մաքսային միության տնտեսական գործունեությունն իր ամբողջության մեջ, դժվարությամբ է պատկերացնում Հայաստանի դերն այդ կառույցում։ Մոսկվա-Երևան հարաբերությունների ուղղահայաց մոդելի պատկերը լսարանի աչքում միայն ուժգնանում և խորանում է։ Մինչև Հայաստանի անդամակցության փաստաթղթերի պատրաստումն ու նորմերի համապատասխանեցումը տեղի մամուլում հանդիպում են միայն հատուկեմտ նյութեր, որոնք քննորեն վերլուծում են Մաքսային միության, այդ թվում՝ Ղազախստանի և Բելա-

²⁰ «Ազգ»։ «Տիգրան կանչվելու» սինդրոմը, <http://www.azg.am/AM/2013091205>

²¹ «Հայաստանի Հանրապետություն», Մաքսային միությունն ընտրելն անակնկալ չէր, http://www.hhpress.am/?sub=hodv&hodv=20130910_2&flag=am

²² «Ժողովուրդ», ԵՄ-ի քիկունքում բանակցություններ են վարել ՌԴ-ի հետ, <http://armilur.am/54092/>

ռուսի՝ մեզ անձանոթ շուկան, փորձում հիմնավորել հնարավոր տնտեսական օգուտներն ու արձանագրել վնասները²³: Փաստորեն, դեռևս չստեղծված՝ Մաքսային միությունը հանրային պատկերացումներում արդեն իսկ խոցելի է դառնում որոշումների կայացման արդյունավետության և շահերի համամասնության պահպանման հարցերում:

2014 թ. ընթացքում հայրենական լրատվադաշտը, մի կողմից, ուշադրությամբ հետևում էր Հայաստանի անդամակցության գործընթացին՝ լուսաբանելով գործընկեր երկրների առաջնորդների՝ երբեմն ոչ այնքան բարեհաճ հայտարարությունները Հայաստանի հասցեին, մյուս կողմից՝ դիտարկում էր ուկրաինական զարգացումները՝ իշխանավոլությունը, Ղրիմի անարյուն միացումը Ռուսաստանին, պատերազմը Դոնբասում²⁴: ԵՏՄ-ում Ղազախստանի, սպա և Ղրղզստանի անդամակցությունը՝ որպես Հայաստանից քաղաքակրթորեն հեռու երկրների, որոնք բնավ հաշվի չեն առնում կառույցում մեր երկրի շահերը, հարուցում է լրատվադաշտի տագնապն ու անհանգստությունը²⁵:

Ընդհանուր առմամբ Մաքսային միության և Երևանի հարաբերությունները հայաստանյան մեղիայում քննվում են մի քանի հարթություններում՝ հայաստանյան իշխանությունների կայացրած որոշման հիմնավորվածություն և արդարացվածություն, Հայաստանի՝ որպես միության անդամի քաղաքական և տնտեսական հեռանկարներ, արտաքին քաղաքական հարաբերությունների վերադրվածություն մյուս խաղացողների հետ: Կարմիր թելը, սակայն, որն արդեն քանի տարի է՝ առկա է Եվրասիական միությանը Հայաստանի անդամակցությանը վերաբերող գրեթե բոլոր հրապարակումներում, մեր երկրի անվտանգության հիմնահարցն է, որը երբեմն բացարձա-

²³ «168 ժամ», Մաքսային միության հիմնական «օգուտը», <http://168.am/2013/09/07/272179.html>

²⁴ «Ազգ», Մոսկվան մահանջեց. իսկ ի՞նչ է ստանալու փոխարենը, <http://azg.am/AM/2014062708>

²⁵ «Հայոց աշխարհ», Եվրասիականության ճգնաժամը՝ Աստանայից մինչև Բոլոյում, <http://www.armworld.am/detail.php?paperid=4843&pageid=148965&lang=>

կացվում է, հասցվում ծայրահեղ մասշտաբների՝ մթագնելով Միության բուն առաքելությունը:

Հատկանշական է, որ Եվրամիության հետ բանակցությունների ընթացքում հայաստանյան լրատվադաշտը հազվադեպ էր կենտրոնանում եվրաստղացման դեպքում Հայաստանի անվտանգության ապահովման հարցերի վրա: Առնվազն հրապարակային մակարդակում ո՛չ Եվրամիությունը և ո՛չ էլ Եվրասիական միությունն անվտանգության լրացուցիչ երաշխիքներ չեն տվել Երևանին, սակայն հայաստանյան ՉԼՄ-ները ԵՏՄ-ին անդամակցելու անխուսափելիությունը հիմնականում բխեցնում են հենց անվտանգության նկատառումներից:

РЕЗЮМЕ

Саргсян Д. В.

ИМИДЖ ЕАЭС В СМИ АРМЕНИИ

Ключевые слова: *ЕАЭС, имидж, СМИ, евроассоциация, интеграционный вектор, медиасфера, геополитика*

В статье рассматриваются некоторые вопросы относительно информационного составляющего и освещения евразийских интеграционных проектов, в частности, Таможенного и Евразийского союзов. Особенно отмечается дискурс отечественных СМИ в период переговоров с Евро-союзом и изменение внешнеполитического вектора в сторону ЕАЭС. Констатируется, что СМИ в Армении, особенно печатные и новостные сайты, неоднозначно восприняли факт вступления Армении в ЕАЭС.

SUMMARY

Sargsyan D. V.

THE IMAGE OF THE EURASIAN ECONOMIC UNION IN THE MASS MEDIA OF ARMENIA

Key words: *Eurasian Economic Union, image, mass media, European integration, integration vector, media sphere, geopolitics*

Several issues on the informational, public relations and news-coverage field of Eurasian integration processes, especially the Customs Union and the Eurasian Union, are discussed in the article. The discourse of the mass media in the period of negotiations with the EU and the substitution of foreign policy towards the Eurasian Union is covered. It's stated that the mass media in Armenia, namely the press and news websites, accepted the joining of Armenia to the Eurasian Union controversially.

Հակոբյան Վ. Թ.

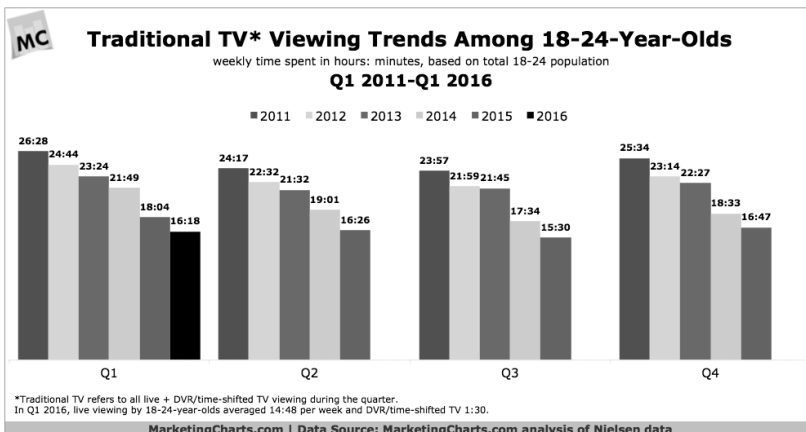
*Տպագիր և հեռառչակվող լրատվամիջոցների
ամբիոնի ասիստենտ, ք. գ. ք.*

Էլ. փոստ՝ vanhako@gmail.com

ՀԵՌՈՒՄՏԱՏԵՍԱՅԻՆ ԼՐԱՏՎՈՒԹՅՈՒՆԸ ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ ՏԵԽՆՈԼՈԳԻԱՆԵՐԻ ԴԱՐԱՇՐՋԱՆՈՒՄ

Բանալի բառեր - *հեռուստատեսային լրատվություն, նորություններ, տեղեկատվական տեխնոլոգիաներ, մեդիադաշտ, ավանդական հեռուստատեսություն, հեռառչակում, տեղեկատվական պահանջմունքներ, հեռուստալսարան, տեսահոսքի մեջ*

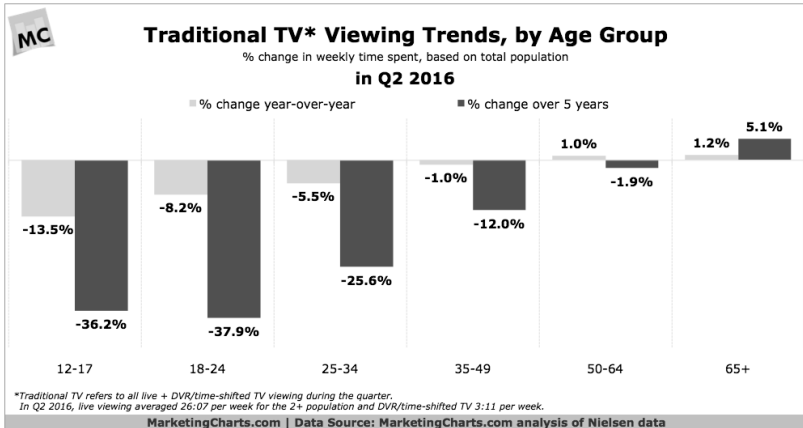
Համացանցի տարածումն անդառնալիորեն փոխել և շարունակում է փոխել հասարակության տեղեկատվական պահանջմունքների բավարարման ճանապարհներն ու նախընտրություններն ամբողջ աշխարհում: Եթե ընդամենը 10-15 տարի առաջ ավանդական հեռուստատեսության առաջատարությունը զանգվածային լսարանի ընդգրկման առումով կասկած չէր հարուցում, ապա վերջին տարիներին մեդիադաշտում իրականացված ուսումնասիրություններն ուշագրավ միտում են բացահայտում: «Նիլսեն» ընկերության՝ ԱՄՆ-ում անցկացված լսարանային չափումների արդյունքների համադրությունն այսպիսի պատկեր է արձանագրում (տե՛ս աղյուսակ 1):



Աղյուսակ 1. Ավանդական հեռուստատեսության դիտելիության միջոցառումները 18-24 տարեկանների շրջանում:

Աղյուսակում առանձնացված են 5 տարիների տվյալները՝ ըստ եռամսյակների. ուսումնասիրվել է 18-24 տարեկան երիտասարդների լսարանային խումբը: Արդյունքների վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ 2011-2016 թվականներին երիտասարդ ամերիկացիները շաբաթական 9 ժամով պակաս են ավանդական հեռուստատեսություն դիտում: Ստացվում է՝ հեռուստատեսությունն այդ ժամանակահատվածում յուրաքանչյուր տարի կորցրել է երիտասարդ լսարանի շուրջ 8 տոկոսը կամ 5 տարում՝ մոտ 40 տոկոսը¹:

¹ The State of Traditional TV: Q2 2016 Update, October 5, 2016 - by MarketingCharts staff, <http://www.marketingcharts.com/television/are-young-people-watching-less-tv-24817/>



Աղյուսակ 2. Ավանդական հեռուստատեսության դիտման միտումներն ըստ տարիքային խմբերի:

Ավելի բարձր տարիքային խումբը համեմատաբար ավանդապահ է տեղեկատվական պահանջմունքների բավարարման հարցում. 25-34 տարիքային խմբում նվազումը կազմում է շուրջ 25%, 35-49 տարեկանների շրջանում՝ 12%, իսկ ահա 50-64 տարիքային խմբում՝ ընդամենը 1,9%: Ընդհանուր միտմանը հակառակ են 65-ից բարձր տարիքային խմբի նախընտրությունները. տարեցները վերջին 5 տարում 5,1%-ով ավելի շատ ժամանակ են սկսել անցկացնել հեռուստատեսային հաղորդումներ դիտելով:

Ամերիկյան հեռուստալսարանի վարքագծի օրինաչափությունները, իհարկե, չեն կարող նույնությամբ դրսևորվել այլ հասարակություններում, բայց «Նիլսեն» ընկերության ուսումնասիրություններն աշխարհի տարբեր երկրներում համանման արդյունքներ են արձանագրում: Բացառություններ, իհարկե, կան: Հակիրճ այդ բացառությունների մասին. իրականում խոսքը վերաբերում է ավելի քան 3 մլրդ 900 մլն մարդու: ՄԱԿ-ի մասնագիտացած հաստատություններից մեկի՝ «Էլեկտրակապի միջազգային միության»՝ մի քանի օր առաջ հրապարակված զեկույցի համաձայն՝ մոլորակի բնակչության

կեսից ավելին չի օգտվում համացանցից²: Նրանց շարքում անհամաչափորեն մեծ է կանանց, տարեցների, ինչպես նաև ցածր կրթություն և եկամուտներ ունեցող գյուղաբնակների քանակը: Այնինչ հենց համացանցի և դրա մուտքի հնարավորությունն ապահովող տարատեսակ գաջեթների՝ սմարթֆոնների, պլանշետային ու դյուրակիր համակարգիչների, անձնական համակարգիչների ու խելացի հեռուստացույցների հասանելիությունն է, որ արմատապես փոխել է ավանդական հեռուստատեսության լատարանը:

1. «Միլենիալ սերունդ»-ի հեռուստատեսային նախընտրությունները

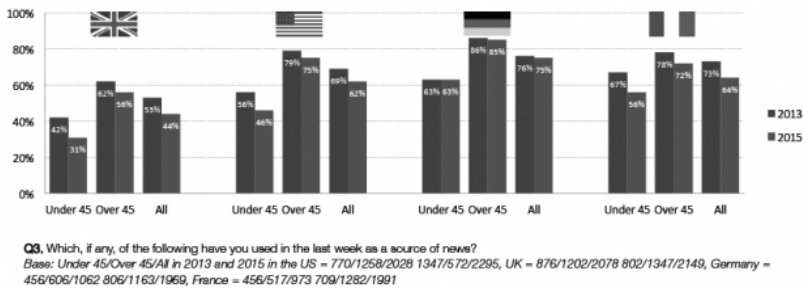
Ամերիկացի հետազոտողներ Ռոլիամ Ստրաուսն ու Նեյլ Հովը այս տեխնոլոգիաների գլխավոր կրողներին կոչեցին «Միլենիալ սերունդ» (Millennial generation)³: Խոսքն այն երիտասարդների ու դեռահասների մասին է, որոնք ծնվել են 1982-2004 թթ.՝ տեղեկատվական տեխնոլոգիաների ծագման ու տարածման ժամանակաշրջանում: Այս սերունդն է, որ դարձավ ավանդական հեռուստատեսային հաղորդումների և հատկապես լրատվական թողարկումների սպառման ծավալների անկման գլխավոր «մեղավորը»: «Ոչ մի պատճառ չկա կարծելու, թե սերունդը, որը մեծացել է թվանշային, ցպահանջ (on-demand), սոցիալական ցանցերով կամ շարժական (մոբիլ) սարքերով տեսանյութեր դիտելով, ավելի ավագ տարիքում կսկսի նախընտրել մեկ սարքի միջոցով ուղիղ, նախապես ծրագրված գրաֆիկով հաղորդումներ դիտելը»⁴: Թեև ներկայումս հեռուստատեսությունը դեռևս շարունակում է մնալ նորությունների կարևոր աղբյուր,

² Measuring the Information Society Report, 2016, <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/misr2016/MISR2016-KeyFindings.pdf>

³ Neil Howe, William Strauss, Millennials Rising, 2000.

⁴ Rasmus Kleis Nielsen, Richard Sambrook, What is Happening to Television News? Reuters Institute for the Study of Journalism. <http://www.digitalnewsreport.org/publications/2016/what-is-happening-to-television-news/>

սակայն ընկերությունների ղեկավարները լրջորեն պետք է արձագանքեն այս միտումներին՝ խաղից դուրս վիճակում չհայտնվելու համար: Իրականում հեռուստատեսությունն իր ոսկեդարն է ապրում, բայց ոչ հեռուստատեսային լրատվությունը: Հեռուստատեսային տարատեսակ ձևաչափերը՝ շոուները, երաժշտական մրցույթներն ու խաղերը, վավերագրական ու հեռուստատեսային ֆիլմերը, սերիալները, շարունակում են բարձր դիտելիություն ապահովել ամբողջ աշխարհում և բավականին պահանջված են մասնագանցային տիրույթում: Եթե ժամանցային հաղորդումների հեղինակները, ըստ ամենայնի, արդեն գտել են մոր թվանշային միջավայրին հարմարվելու ճանապարհը, նույնը չի կարելի պնդել լրատվական խմբագրությունների դեպքում:



Աղյուսակ 3. Հեռուստատեսային նորությունների վարկանիշների դինամիկական տարածքում (2013-2015):

Աղյուսակ 3-ից պարզ է դառնում, որ նորությունների երեկոյան բողարկումների վարկանիշերը Մեծ Բրիտանիայում, ԱՄՆ-ում, Գերմանիայում և Ֆրանսիայում 2 տարվա ընթացքում նվազել են տարիքային բոլոր խմբերում: Միակ բացառությունը Գերմանիան է, որտեղ 45-ից ցածր տարիքային խմբում դիտելիության փոփոխություն չի արձանագրվել, իսկ 45-ից բարձր տարիքային խմբում նվազումը կազմել է ընդամենը 1%⁵: Մյուս երկրներում նորությունների

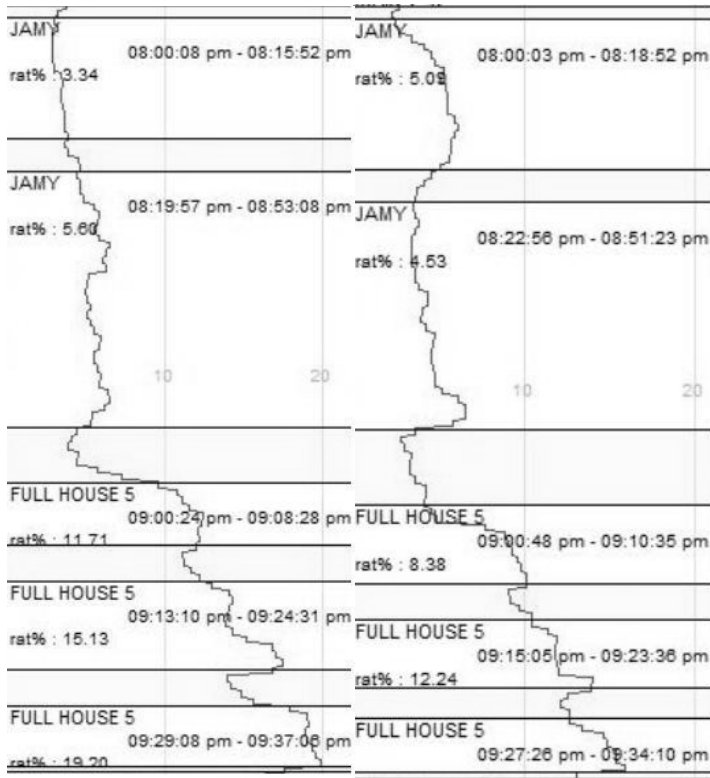
⁵ <http://www.digitalnewsreport.org/publications/2016/what-is-happening-to-television-news/>

թողարկումները հեռուստալսարանի շատ ավելի մեծ մասնաբաժին են կորցրել:

2. Փոփոխությունների արտացոլումը հայաստանյան հեռուստալսարանի վրա

Հայաստանյան մեդիադաշտը կրկնում է այն երկրների մեդիադաշտի օրինաչափությունները, որոնցում համացանցից օգտվողների թիվը վերջին տարիներին զգալիորեն աճել է: Համեմատելով հեռուստատեսային լրատվական թողարկումների ու ժամանցային հաղորդումների վարկանիշերն ավանդական հեռուստատեսքերում և համացանցում՝ ակնհայտ է դառնում, որ հայաստանյան հեռուստաընկերությունները եթե ոչ այս պահին, ապա շատ մոտ ապագայում կբախվեն նույն խնդիրներին, որոնց լուծման ուղղությամբ ակտիվ քայլեր են ձեռնարկում արևմտյան հայտնի շատ հեռուստաընկերություններ:

Աղյուսակ 4-ում պատկերված են «Ադմոսֆեր Արմենիա» ընկերության կողմից իրականացված հեռուստալսարանի չափումների մի քանի արդյունքներ: Գծապատկերներում արտացոլված է «Արմենիա ԹԻ ՎԻ»-ի՝ այս տարվա նոյեմբերի 21-ի և 23-ի վարկանիշերից մի հատված փրայմ-թայմում:



Աղյուսակ 4. «Ժամը» լրատվականի և «Ֆուլ հաուս» սիրժբուհի վարկանիշների համեմատություն

Մեր կողմից հենց «Արմենիա ԹԻ ՎԻ»-ից օրինակ բերելը, բնականաբար, պատահական չէ: Հեռուստատվիքը ամենավարկանիշային մասնավոր ընկերություններից է Հայաստանում, նույնը վերաբերում է նաև ընտրված երկու հաղորդումներին:

Գծապատկերներից պարզ է դառնում, որ այս օրերին «Ժամը» լրատվականի գլխավոր թողարկումն ունեցել է հեռուստալսարանի առավելագույնը 5,6% մասնաբաժին, իսկ ծրագրային ցանցում

դրան անմիջապես հաջորդող (եթե հաշվի չառնենք գովազդային դադարները, որոնք նշված են բաց դեղինով) «Ֆուլ հաուս» սիթքումը՝ 19,3% վարկանիշ: Այսպիսով՝ ստացվում է, որ «Ֆուլ հաուս»-ին հետևող հեռուստադիտողների թիվը շուրջ 3,5 անգամ է գերազանցել «Ժամը» լրատվականի լսարանի թիվը:

Ինչպիսի՞ դիտելիություն ունեն այս հաղորդումները համացանցում. հարցի պատասխանը ստանալու համար բավական է ուսումնասիրել «PanArmenian TV» յութուբյան ալիքը: Առաջին գծապատկերում (ձախից) «Ֆուլ հաուս» սիթքումի՝ 19,3% վարկանիշ ապահոված 13-րդ սերիան Youtube կայքում նոյեմբերի 21-ից 25-ը ունեցել էր ավելի քան 420 հազար դիտում⁶:

«Ժամը» լրատվականի թողարկումները վերջին ամիսներին ամբողջությամբ Youtube-ում չեն տեղադրվում, փոխարենը վերբեռնվում են առանձին ռեպորտաժները, տեսասյուժեները: Նոյեմբերի 21-ի թողարկման մեջ տեղ գտած սյուժեների դիտելիությունը «Armenia TV News» յութուբյան ալիքում ուղղակի անհամեմատելի է սիթքումի դիտելիության հետ: Նույն հինգ օրերի ընթացքում «Ժամը» լրատվականի՝ համացանցում ամենաբարձր վարկանիշ ունեցած տեսասյուժեն⁷ ունեցել էր ընդամենը 350 դիտում: Բնականաբար, եթե ամբողջական թողարկումը հասանելի լիներ համացանցի օգտատերերին, դիտելիության որոշակի աճ կապահովվեր: Պարզելու համար, թե որքան կարող էր լինել այդ աճը, համեմատություն կատարենք մեկ այլ թողարկման հետ, որը վերբեռնված է յութուբյան նույն ալիքում:

«Ժամը» լրատվական ծրագրի՝ չաբաբվա ամփոփիչ թողարկում, 25.09.2016 թ.⁸: Սեպտեմբերի 26-ին վերբեռնված թողարկումը 2 ամիսների ընթացքում ունեցել է 1 100-ից մի փոքր ավելի դիտումներ: Ստացվում է բավականին պարադոքսալ իրավիճակ: Եթե ավանդական հեռուստատեսության եթերում սիթքումը լրատվական ծրագրի վարկանիշը գերազանցում էր ընդամենը 3,5 անգամ, ապա

⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=SwxiEJ07enc>

⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=2OaT-bspCdc>

⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=1KAqaoDFjrI>

համացանցում դիտելիության տարբերությունն ուղղակի ահռելի է՝ 420 000-ը 1100-ի դիմաց, այսինքն՝ ավելի քան 380 անգամ: Տարբերությունն առավել աչքի զարնոդ է դառնում, եթե հաշվի ենք առնում այն հանգամանքը, որ «Ֆուլ հաուս»-ը Youtube-ում 420 000 դիտման էր հասել ընդամենը 5 օրում, իսկ «Ժամը» լրատվական ծրագրի կիրակնօրյա թողարկումը 2 ամսում հազիվ անցել էր 1000 դիտման սահմանը: Բնականաբար, ժանրային առումով սիթքոմը տեղեկատվական ավելի երկարաժամկետ սպառման արտադրանք է, քան լրատվությունը, հետևաբար համացանցում լրատվական թողարկումների դիտումների աճը տեղի է ունենում շատ կարճ ժամանակահատվածում՝ ընդամենը մեկ-երկու օրում, որից հետո կտրուկ անկում է արձանագրվում:

Լրատվության մեջ և ավանդական հեռուստաերթերում բարձր վարկանիշ ունեցող այլ հեռուստաարտադրանքի համացանցային տարբերակների դիտելիությունն այսպիսի օրինաչափություն արձանագրում է նաև այլ հեռուստաընկերությունների պարագայում: Անժխտելի է դառնում փաստը, որ հեռուստալրատվության կյանքը համացանցում, մեղմ ասած, վտանգված է, և խնդիրը ոչ թե ապագայում, այլ ժամ առաջ է լուծում պահանջում ընկերությունների սեփականատերերից: Լուծումներ կարող են լինել ինչպես տարածման նոր եղանակների ու ձևաչափերի փնտրտուքները, այնպես էլ ամբողջությամբ նոր ռազմավարությունները:

Այսուհանդերձ, առցանց դիտումների քանակի աճ ապահովելը չի կարող լիովին լուծել խնդիրը: Բանն այն է, որ ավանդական հեռուստատեսային դիտման ընթացքում հեռուստադիտողը նաև գովազդի սպառող է, իսկ շուկայական տնտեսության պայմաններում գործող մասնավոր հեռուստաընկերությունների համար հենց գովազդն է եկամտի գլխավոր աղբյուրը: Այսուհանդերձ, ժամանակակից տեղեկատվական տեխնոլոգիաները փոփոխել են նաև հեռուստատեսային դիտման ժամանակ լսարանի վարքագիծը: Կարելային ցանցերի կողմից առաջարկվող catch-up ծառայությունը հեռուստադիտողին հնարավորություն է տալիս հաղորդումները դիտելու հեռուստաալիքի ծրագրային ցանցի հետ չհամընկնող ժամին:

Իր սիրելի հաղորդման հեռարձակումը բաց թողած հեռուստադիտողը ավելի ուշ ժամի կամ մի քանի օր անց այն դիտելիս սովորաբար շրջանցում է գովազդային դադարները: Այդպիսով վերջին տարիներին ավանդական հեռուստատեսային գովազդի արդյունավետությունը ևս հակադարձ համեմատական կապով նվազում է catch-up ծառայության օգտագործման ծավալների աճին զուգահեռ՝ մասնավոր հեռուստաընկերություններին նոր մարտահրավեր նետելով: Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների զարգացումը մարտահրավերները զուգադրում է նոր հնարավորությունների հետ: Հեռուստաընկերությունները, ճկունություն դրսևորելով, կարող են օգտագործել նույն կաբելային ցանցերի ընձեռած տեխնոլոգիական հնարավորությունները՝ սպառողին առաջարկելով գովազդ չներառող վճարովի հեռուստաալիքներ, այդ թվում՝ շուրջօրյա լրատվության ձևաչափով: Հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ համեմատաբար բարձր տարիքի լսարանային խումբը դեռևս շարունակում է սովորույթի ուժով ավելի շատ ավանդական հեռուստատեսության լրատվական թողարկումներ դիտել, դաշտում փոփոխությունները կտրուկ չեն լինի: Այդուհանդերձ, հեռուստաընկերությունների արձագանքը պետք է լինի հնարավորինս արագ և երկարաժամկետ հեռանկարով:

Հեռուստաընկերությունների համար լրատվության նվազող վարկանիշերի խնդիրը լուծելու հուշում կարելի է համարել հեռուստացույցների արտադրությամբ զբաղվող ժամանակակից ընկերությունների քաղաքականությունը: Մեր օրերում վաճառքում դժվար է գտնել հեռուստացույցներ, որոնք «խելացի» չեն, այսինքն՝ չունեն համացանց մուտք գործելու հնարավորություն, իսկ օպերացիոն համակարգերում չլինի Youtube ուղիղ մուտք գործելու հնարավորություն ապահովող ծրագրային հավելված: Եթե ընդամենը մի քանի տարի առաջ առցանց տեսահոլովակ առաջարկող աշխարհի խոշորագույն ծառայությունը ընդամենը տեսանյութեր վերբեռնելու հարթակ էր, իսկ ընկերությանը դրանց բովանդակությունը հետաքրքրում էր այնքանով, որքանով պահանջում է ոլորտի օրենսդրությունը, ապա վերջին տարիներին Youtube-ը սկսել է համաձայնություններ ձեռք բերել խոշորագույն մեդիաընկերությունների հետ

այնպիսի տեսանյութերի ձեռքբերման վերաբերյալ, որոնք նույնությամբ չեն կրկնում հեռուստատեսություն հայտնվող արտադրանքը և արտադրված են բացառապես առցանց տիրույթի համար⁹: Առցանց նոր ալիքների ստեղծման համար տեխնոլոգիական հսկան արդեն մի քանի հարյուր միլիոն դոլարի ներդրում է կատարել: Իսկ միլենիալ սերնդի միգրացիան ավանդական հեռուստատեսությունից տեղի է ունեցել հենց դեպի առցանց տեսանյութեր առաջարկող հարթակներ և առաջին հերթին Youtube: Ժամանակակից գաջեթներից օգտվողների համար կյանքը ցանցից դուրս հաճախ անընկալելի է, իսկ ֆիլմերի աստղերին փոխարինելու են գալիս յութուբյան աստղերը:

Մեր ուսումնասիրությունը, որին քիչ առաջ անդրադարձանք, ցցուն մի փաստ է վեր հանում. լրատվությունն այն տեսքով, որով հայտնվում է ավանդական հեռուստատեսային էկրաններին, առցանց տիրույթում գոյատևելու փոքր շանսեր ունի: Նորությունների խմբագրությունները պետք է ավելի շատ կենտրոնանան նորարարական ու հաճախ փորձարարական գաղափարներ առաջ մղելու, քան ավանդական հեռուստատեսային տեղեկատվական կամ վերլուծական ժանրերը մեխանիկորեն առցանց տիրույթ տեղափոխելու վրա:

Դժուրակիր սարքերով՝ հիմնականում սմարթֆոններով, տեսանյութեր դիտելու միտումը փոխում է նաև ավանդական էկրանի մասին մեր պատկերացումները: «Փոքր դիսփլեյը, որը հաճախ պահում են ուղղահայաց ու ձայնն անջատած, բոլորովին այլ ինտերֆեյս և օգտագործողի այլ փորձառություն է ենթադրում, եթե համեմատենք հեռուստատեսային մեծ՝ հորիզոնական էկրանի հետ, որն ուղեկցող ձայն ունի»¹⁰: Սպառողի վարքագծի և դիտման պայմանների այդպիսի փոփոխությունը տեսանորությունների պատրաստման ու տարածման նոր մոտեցումներ է պահանջում, որը փոքր-ինչ հիշեցնում է համր կինոյի դարաշրջանը: Մեդիասպառողների այս հատ-

⁹ <http://hitech.newsru.com/article/08oct2012/gglytbnewchnnls>

¹⁰ <http://www.digitalnewsreport.org/publications/2016/what-is-happening-to-television-news/>

վածի շրջանում հաջողության հասնելու համար լրատվական խմբագրությունները ավելի հաճախ կարող են դիմել no comment-ի՝ առանց մեկնաբանության իրադարձային ռեպորտաժի ձևաչափին, որտեղ տեղեկատվության փոխանցման ամբողջ ծանրաբեռնվածությունը կրում են տեսաշարը և ուղեկցող լուսագրերը:

Սոցիալական կայքերում ու Youtube-ում գնալով մեծ տարածում է ստանում իրադարձությունների առցանց ուղիղ տեսահեռարձակումը, որը կարելի է կազմակերպել թվանշային տեսախցիկով և համացանց մուտք գործելու հնարավորությամբ ապահովված ցանկացած շարժական (մոբիլ) սարքով: Օգտատերերը այդ հնարավորությունը հաճախ օգտագործում են պարզապես առօրեական որևէ իրադարձություն ընկերների հետ կիսվելու համար: Այնինչ այս գործիքը հսկայական ներուժ է պարունակում հանրային հետաքրքրություն ներկայացնող իրադարձությունների վայրից ուղիղ ռեպորտաժներ կազմակերպելու առումով:

Հաշվի առնելով առցանց տեսանյութերի դիտման տևողության շուրջ հետազոտությունները¹¹, կարելի է ևս մեկ օրինաչափության մասին խոսել: Ցանցով սփռելու համար արտադրվող տեսանյութությունների բնույթն ու տևողությունը մեծապես կախված են ոչ միայն դիտման համար օգտագործվող սարքի չափերից, այլև այն առցանց հարթակից, որով տարածվում է: Օրինակ՝ Facebook սոցիալական ցանցում մեծ պահանջարկ ունեցող տեսանյութերը զգալիորեն ավելի փոքր տևողություն ունեն, քան Youtube-ում: Այդուհանդերձ, առցանց բոլոր հարթակներում միտումը կարելի է ձևակերպել այսպես. ժամանակակից մեդիասպառողը ձգտում է նվազագույն ժամանակահատվածում առավելագույն տեղեկատվություն ստանալու: Այս փաստը հուշում է, որ ավանդական հեռուստատեսային լրատվության՝ առանց այդ էլ խճանկարային իրականությունն ավելի հստակաձևական պետք է դառնա առցանց տիրույթում հայտնվելու դեպքում: Նորությունների երեկոյան թողարկումները, որոնք առնվազն

¹¹ Andy Smith, What's the Optimal Length for a Youtube VS. Facebook Video, December 2, 2015

<http://tubularinsights.com/optimal-video-length-youtube-facebook/>

30-40 թույլ տևողություն ունեն, ձախողման են դատապարտված առցանց տիրություն, որտեղ սմարթֆոնով սպառողը հակված չէ մեկ թույլից ավելի տրամադրելու որևէ իրադարձության մասին պատմող տեսանյութ դիտելուն:

РЕЗЮМЕ

Акопян В. Т.

ТЕЛЕВИЗИОННЫЕ НОВОСТИ В ЭРЕ ИТ

Ключевые слова: *Телевизионные новости, информационные технологии, медиа, традиционное телевидение, аудитория ТВ, вещание, новостная редакция, видеохостинг*

В данной статье изучено воздействие информационных технологий на аудиторию традиционного телевидения. Исследования автора показывают, что медиарынок Армении повторяет закономерности медиарынков тех стран, в которых в последние годы значительно увеличилось число пользователей интернета: пользователи ноутбуков, смартфонов и прочих гаджетов стали все чаще отказываться особенно от телевизионных новостей. Сравнение рейтингов новостей и развлекательных программ в эфире традиционного ТВ и в интернет видеосервисах показывает, что жизнь телевизионных новостей в интернет среде под угрозой. Автор констатирует, что в том виде, в котором новостные программы появляются в эфире традиционного ТВ, в интернет среде имеют очень маленькие шансы на выживание. Выходом из положения могут стать как поиск новых методов и форматов дистрибуции, так и совершенно новые стратегии. Новостные редакции, вместо того, чтобы целиком и без изменений выложить в интернет свои выпуски ТВ новостей, должны сосредоточиться на продвижение инновационных идей.

SUMMARY

Hakobyan V. T.

TV NEWS IN ERA OF IT

Key words: *TV news, information technologies, media, traditional TV viewing, TV audience, broadcast, newsroom, uploading, video hosting*

The article describes the influence of information technologies on traditional TV audience. The author's research shows that Armenian media is very similar to those countries media, where the amount of Internet users increased significantly during the last years. The users of laptops, smartphones and other gadgets more and more often discard TV news. The rating comparison of TV news and entertaining programs in traditional TV broadcast and online video hosting services shows that the life of TV news on the Internet is threatened. The author comes to conclusion that TV news can't survive with the same structure and format in net. New ways and formats of distribution and completely new strategies can be the solution. Newsroom managers should pay attention to innovative ideas more, instead of uploading video files of traditional TV news and analytical formats to video hosting services without any change.

Զաքարյան Վ. Պ.

*Տպագիր և հեռառչակվող լրատվամիջոցների
ամբիոնի ասիստենտ, ք. գ. ք.
Էլ. փոստ՝ zvahagn@gmail.com*

ՀՀ ՄԱՐԶԱՅԻՆ ՀԵՌՈՒՍԱԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ. ՀԵՌԱՆԿԱՐՆԵՐ ԵՎ ԶԱՐԳԱՅՄԱՆ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐ

Բանալի բառեր - մարզային հեռուստաընկերություններ, մոնիթորինգ, հեռուստածրագրեր, մշտադիտարկում

1. Մարզային հեռուստաընկերությունների գործունեությունը

Հայաստանյան մասնավոր հեռուստաընկերությունների շարքում առանձնահատուկ ուսումնասիրության անյուշ է մարզային հեռուստաընկերությունների հիմնադրման, կազմավորման և զարգացման գործընթացը: Դեռևս 1990-ականների առաջին կեսին հիմնադրված հայաստանյան մարզային հեռուստաընկերությունները նորանկախ հանրապետության կայացմանը զուգահեռ ձևավորեցին իրենց գործունեության առաջնահերթությունները: Հայաստանյան մարզային հեռուստաընկերությունների ծրագրային քաղաքականության և ընթացիկ գործունեության մասին պատկերացում կազմելու համար 2016թ. հոկտեմբերի 3-9-ը ժամանակահատվածում կատարվել է մշտադիտարկում. ուսումնասիրվել է մարզային հինգ լրատվամիջոցների՝ «Անկյուն գումարած երեք», «Լոռի», «ԱԼՏ», «Սոսի», «Ցայգ» հեռուստաընկերությունների գործունեությունը:

Կարևոր է նշել, որ մշտադիտարկմանը նախորդող շաբաթվա ընթացքում հանրապետության մարզերում տեղի էին ունեցել ՏԻՄ ընտրություններ, որոնք բնականաբար անդրադարձներ էին ունեցել նաև մարզային հեռուստաընկերությունների հաջորդող շաբաթվա եթերում: Մշտադիտարկման շաբաթվա ընթացքում ամեն օր բոլոր հեռուստաընկերություններն անդրադարձել են ՏԻՄ ընտրությունների ընթացքին:

1.1. «Ցայգ» հեռուստաընկերություն

Հիմնվել է 1991թ. Գյումրիում: Հայաստանյան մարզային հեռուստաընկերությունների շարքում «Ցայգ»-ը մշտապես առանձնացել է հաղորդումների բազմազանությամբ: Եթեր է հեռարձակվում Շիրակի մարզում, հասանելի է նաև համացանցով: «Այսօր» լրատվականը «Ցայգ»-ի եթերում ամեն օր ներկայացնում է մարզային, հանրապետական և միջազգային նորություններ¹: Մշտադիտարկման շաբաթվա ընթացքում լրատվական հաղորդման գրեթե բոլոր թողարկումներում առաջնային ուշադրություն դարձվեց ՏԻՄ ընտրությունների ընթացքին, արդյունքներին և տեղի ունեցած խախտումներին: Լրատվական թողարկումներն աչքի են ընկնում նյութերի քեմատիկ բազմազանությամբ: «Այսօր» լրատվականը ՏԻՄ ընտրություններն ամբողջացնող հատուկ թողարկմամբ ներկայացրեց նաև տաղավարային հարցազրույցներ մի քանի հյուրերի հետ, ովքեր անդրադարձան ընտրությունների ընթացքին:

Հատկանշական է, որ լուրերի թողարկումներում ներկայացվում են նույն նյութի վերաբերյալ տարբեր կողմերի տեսակետները: Մշտադիտարկման մեկ շաբաթվա ընթացքում քեմաների լուսաբանման հաճախականությամբ «Ցայգ»-ը ուսումնասիրված մարզային հեռուստաընկերությունների մեջ առաջնային տեղում է: Մասնավորապես ՏԻՄ ընտրությունները, դպրոցներում առկա որոշ խնդիրներ, թվային հեռարձակմանն առնչվող հարցերը շաբաթվա ընթացքում պարբերաբար ներկայացվեցին հեռուստաընկերության եթերում:

«Ցայգ» հեռուստաընկերության եթերում նյութերի հավասարակշռված լուսաբանումն ակնառու է, կարևոր է նշել նաև մասնագիտական էթիկայի սահմաններում լրագրողների աշխատելու ունակությունը: Հատկապես լրատվական թողարկումներում և հասարակական-քաղաքական մի շարք հաղորդաշարերում քեմաները ներկայացվում են համակողմանիորեն, ուսումնասիրվում են խորու-

¹ <http://tsayg.am/ayzor.html>

քյամբ: Հեռուստաընկերության եթերում ներկայացվում են ավելի քան 15 մշտական հաղորդաշարեր, որոնց մեծամասնությունը սոցիալական-քաղաքական թեմատիկ ուղղվածություն ունի, ամբողջապես ներկայացնում է մարզում առկա հիմնախնդիրներն ու դրանց լուծման ուղիները: Չնայած այն հանգամանքին, որ «Ցայգ»-ը հիմնականում անդրադառնում է Շիրակի մարզին, հեռուստաեթերում ներկայացվում են նաև առաջնային հանրապետական և միջազգային նշանակության մի քանի նորություններ: Ուսումնասիրության առարկա մարզային մյուս հեռուստաընկերությունների հետ համեմատելիս «Ցայգ»-ի տեխնիկական հնարավորություններն ակնառու են: «Ցայգ»-ում առավելագույնս են օգտագործվում ինֆոգրաֆիկայի ընձեռած հնարավորությունները, ինչն ավելի մատչելի է դարձնում նյութի ընկալումը հեռուստադիտողի կողմից: Նյութերի մատուցման որակական տեսանկյունից «Ցայգ» հեռուստաընկերությունն առաջնայնություն ունի, և դրանք քիչ չեն տարբերվում մայրաքաղաքային առաջնակարգ հեռուստաընկերությունների եթերում հեռարձակվող հեռուստաարտադրանքից: Որոշակի թերություններ առկա են լրատվական թողարկումների ռեպորտաժների օպերատորական աշխատանքում: Մշտադիտարկման ժամանակահատվածում հիմնական ուշադրությունը սևեռված էր ՏԻՄ ընտրությունների արդյունքների ամփոփմանը, արձանագրված խախտումներին:

1.2. «Անկյուն գումարած երեք» հեռուստաընկերություն

Գործունեության ինքնատիպ ձեռագրով առանձնանում է նաև մարզային մեկ այլ հեռուստաընկերություն՝ «Անկյուն գումարած երեք»-ը, որը հիմնադրվել է 1999 թ. Հրաչյա Պապինյանի և Սոս Սիրադեղյանի կողմից Լոռու մարզի Ալավերդի քաղաքում: Հեռուստաալիքը ներկայացնում է տեղեկատվական, քաղաքական, սոցիալական, մշակութային և ժամանցային հաղորդումներ²:

² <https://twitter.com/ankyun3>

Մշտադիտարկման շաբաթվա ընթացքում այս հեռուստաընկերության եթերում նույնպես ուշադրության կիզակետում ՏԻՄ ընտրությունների արդյունքների ամփոփումն էր: Անշուշտ, տեղայնացված նորությունների այսօրինակ ընդգրկումն անդրադարձը մեծապես կարևոր է մարզային հեռուստաընկերության եթերում: Այս հանգամանքով էր պայմանավորված նաև ամբողջ շաբաթվա ծրագրային քաղաքականությունը: Լրատվական հաղորդման ընթացքում օգտագործվում է ինֆոգրաֆիկա, ինչը մեծացնում է նյութի ընկալունակությունը, սակայն տեղեկույթը բավականին պարզունակ է մատուցվում տեխնիկական տեսանկյունից:

Ցավոք, ժամանակակից տեխնոլոգիաները դեռևս թերի կիրառություն ունեն «Անկյուն գումարած երեք» հեռուստաընկերության եթերում: Լրագրողական խոսքը, նյութի մատուցումը նույնպես թերի են իրականացվում: Հեռուստաընկերության եթերաժամանակում զգալի հատված հատկացվում է Ալավերդու քաղաքապետի գործունեությանը: Երբեմն այնպիսի տպավորություն է, որ «Անկյուն գումարած երեք»-ը աշխատում է բացառապես քաղաքապետի գործունեությունը ներկայացնելու նպատակով: Մշտադիտարկման շաբաթվա մեկ այլ ռեպորտաժում ներկայացվում են Ալավերդու ինքնավարության օրվան նվիրված իրադարձությունները: Լրագրողական նյութի մատուցումն այստեղ հետաքրքիր է, սակայն առկա են տեխնիկական թերություններ՝ ձայնաշարի հետ կապված:

«Անկյուն գումարած երեք» հեռուստաընկերության եթերում հատուկ ուշադրության են արժանանում մշակութային ձեռնարկները /Թատերական Լոռի փառատոն, Ճապոնական թատերախումբը Լոռիում, Համազգային թատրոնը Ալավերդու բեմում և այլն/: Թեմաների լուսաբանման հաճախականությամբ շաբաթն աչքի ընկավ բացառապես ՏԻՄ ընտրություններին առնչվող նյութերով: Կարևոր է փաստել, որ առանձին հաղորդաշարերում նկատելի էր քննադատական մոտեցումը: «Անկյուն գումարած երեք»-ը պարբերաբար անդրադառնում է նաև այլ մարզերում տեղի ունեցող իրադարձություններին և ՀՀ կառավարության այն նիստերին, որոնցում անդրադարձ է լինում Լոռու մարզին: Հեռուստաընկերությունը որոշ

հաղորդաշարերի և հատկապես համացանցի միջոցով պահում է հետադարձ կապը լսարանի հետ, բնակչության առաջարկ-բողոքների հետքերով պարբերաբար ներկայացնում որոշ խնդիրներ:

1.3. Արմավիրի «ԱԼՏ» հեռուստաընկերություն

Մշտադիտարկման շաբաթվա ընթացքում ուսումնասիրվել են նաև Արմավիրի «ԱԼՏ» հեռուստաընկերության հաղորդումները: Հեռուստաալիքը ներկայացնում է լրատվական, հասարակական, քաղաքական, երաժշտական և ժամանցային բնույթի հաղորդումներ: Այստեղ տեղեկատվական թողարկումները առավել բարձր որակական մակարդակի վրա են գտնվում³: Օպերատորական և մոնտաժային աշխատանքում երբեմն նկատելի են թերություններ: Այս հեռուստաընկերության եթերում հատուկ տեղ է հատկացվում ակնարկի ժանրում պատրաստվող հաղորդումներին. մարզի նշանավոր գործիչների կյանքն ու գործունեությունը տարբեր հեռուստաշարերի միջոցով ներկայացվում են բնակչությանը: Քննադատական նյութերի առկայությունը հեռուստատեսության եթերում միջին մակարդակի վրա է գտնվում, որոշակի զգուշություն է նկատվում մարզում առկա խնդիրների առնչությամբ վերլուծական նյութեր ներկայացնելու հարցում: Իրականում խնդիրները հաճախ ներկայացվում են անհասցե, չեն մատնանշվում պատկան այն կառույցները, որոնք պատասխանատու են դրանց լուծման գործում: Մշտադիտարկման շաբաթվա ընթացքում հեռուստաեթերում առկա էին նաև ժամանակակից տեխնոլոգիաների կիրառման մի քանի ակնառու օրինակներ (ինֆոգրաֆիկա, հավելյալ գործիքների կիրառում):

Հեռուստաընկերությունը լսարանի հետ հետադարձ կապը հիմնականում պահում է համացանցի միջոցով, սակայն նյութերից հասկանալի է դառնում, որ հեռուստադիտողների հետ հետադարձ կապի այլ գործիքներ նույնպես կիրառելի են: Բավականին հետաքրքիր էր Արմավիրի 85-ամյակին նվիրված հաղորդումը, որը

³ <http://www.altv.am/category>

ներկայացվեց ուսումնասիրված շաբաթվա ընթացքում: Այստեղ ակնառու են լրագրողական գյուղի բազմաշերտությունը, խորությունը: Ռեժիսորական աշխատանքի առումով նշված հաղորդումը գտնվում է շահեկան վիճակում: Հեռուստաընկերության եթերում պարբերաբար ուշադրության են արժանանում գյուղատնտեսությանն առնչվող հարցերը: Այս դեպքում գյուղը մատուցվում է կարծիքների բազմազանությունն ապահովելով:

1.4. «Լոռի» հեռուստաընկերություն

«Լոռի» հեռուստաընկերությունը հիմնվել է 1995 թվականին Վանաձորում: Մշտադիտարկման շաբաթվա ընթացքում մի քանի հաղորդումների ժամանակ պարբերաբար անդրադարձ կատարվեց ՏԻՄ ընտրությունների արդյունքների ամփոփմանը⁴: Մասնավորապես «Մունետիկ» լրատվականը համակողմանիորեն ներկայացրեց ընտրությունների ընթացքում արձանագրված խախտումները: Ուսումնասիրության դիտակետում ունենալով լրատվականի մի քանի թողարկումներ՝ կարող ենք արձանագրել, որ թեմաներն ու խնդիրներն անաչառորեն և համակողմանիորեն են լուսաբանվում, ապահովվում է կարծիքների, աղբյուրների բազմազանությունը: Հատկապես ընտրություններին հաջորդող օրը ինֆոգրաֆիկայի միջոցով առավել պատկերավոր ներկայացվեցին ՏԻՄ ընտրությունների արդյունքները:

«Մունետիկ» լրատվականում պարբերաբար անդրադարձ է կատարվում մշակութային իրադարձություններին: Մասնավորապես հիշյալ շաբաթվա ընթացքում ներկայացվեց ռեժիսոր Վահե Շահվերդյանի հորեյլանին նվիրված ռեպորտաժ, անդրադարձ եղավ գրադարանավարի օրվան, ինչպես նաև բառիկայի խմբակի ցուցահանդեսին: Ռեպորտաժներում սինքրոնների տևողությունը մենք է, ինչը որոշակիորեն վնասում է ռեպորտաժի դինամիկ մատուցմանը: «Լոռի» հեռուստատեսության եթերում ուսումնասիրված

⁴ <http://loritv.am/տիմ-2016/>

շաբաթվա ընթացքում ՏԻՄ ընտրություններին պարբերական անդրադարձ եղավ «Հայացք ներսից» հաղորդաշարի ընթացքում⁵: Հեռուստաընկերությունը բովանդակային առումով շահեկան վիճակում է գտնվում, սակայն տեխնիկական խնդիրները ակնհայտ են (ռեժիսորական և օպերատորական թերի աշխատանք): Հեռուստատեսային տաղավարները մռայլ են, ձևավորումը՝ պարզունակ: Հեռուստաընկերության եթերում պարբերաբար ներկայացվում են նաև մարզական իրադարձությունները, ինչը հազվադեպ հանդիպող երևույթ է մարզային հեռուստաընկերություններում:

1.5. «Սոսի» հեռուստաընկերություն

Ստեղծվել է 2000 թվականին 1996-ից գործող «Չագենոր» հեռուստաստուդիայի խմբագրության բազայի հիման վրա: Հեռուստաընկերության հաղորդումները հեռարձակվում են Կապան, Սիսիան, Գորիս, Քաջարան, Մեղրի, Ագարակ քաղաքներում⁶: «Լուրեր» տեղեկատվական ծրագիրը ներկայացնում է հիմնականում մարզային իրադարձությունները: Հիշյալ շաբաթվա ընթացքում լրատվական թողարկումները հաճախ սկսվում էին Սյունիքի արդեն նախկին մարզպետ Սուրիկ Խաչատրյանի շնորհավորանքով կամ որևէ այլ բնույթի ելույթով, որը, որպես կանոն, ներկայացվում էր հաղորդավարական խոսքի միջոցով: Տեխնիկական առումով հեռուստաընկերությունը շատ թույլ վիճակում է գտնվում: Լրատվական թողարկումներում օգտագործվում են լուսանկարներ, որոնք վատ որակ ունեն⁷:

Չնայած ակնառու տեխնիկական խնդիրներին՝ «Սոսի» հեռուստաընկերության եթերում պարբերաբար ներկայացվում են նաև մարզային նշանակության հիմնախնդիրներ: Մասնավորապես մշտադիտարկման շաբաթվա ընթացքում ներկայացվեցին Օխտար գյուղի դպրոցի խնդիրները: Նույն շաբաթվա ընթացքում ցուցա-

⁵ <http://loritv.am/մուներսիկ/>

⁶ <http://sosi-tv.com/online.html>

⁷ <http://sosi-tv.com/info/>

դրվեց Կապանի մարզադպրոցի վերականգնման աշխատանքների մասին պատմող ռեպորտաժ: Քննադատական և վերլուծական նյութերի քանակը նույնպես քիչ է: Շաբաթվա ընթացքում հաղորդումները հաճախ են կրկնվում: Կարելի է ենթադրել, որ պատճառը մարզային իրադարձությունների սակավությունն է: «Սոսի» հեռուստաընկերությունը ներկայացված է նաև համացանցում և սոցիալական ցանցերում, ինչը հնարավորություն է ընձեռում հեռուստադիտողների հետ արդյունավետ հետադարձ կապ հաստատելու:

Մշտադիտարկման արդյունքների ամփոփում

Ամփոփելով հայաստանյան մարզային մի քանի հեռուստաընկերությունների եթերի մեկշաբաթյա ուսումնասիրության արդյունքները՝ առանձնացնենք մի քանի դիտարկում:

1. Մարզային հեռուստաընկերություններում, նախորդ տարիների հետ համեմատած, նկատելի է նյութի մատուցման դրական փոփոխություն:
2. Ուսումնասիրված մարզային հեռուստաընկերությունները տեխնիկական առումով առաջընթաց գրեթե չեն արձանագրում՝ բացառությամբ «Ցայգ» հեռուստաընկերության:
3. Ընդարձակել են ներկայացվածությունը համացանցում, մեծացրել են հեռուստադիտողների հետ հետադարձ կապ հաստատելու գործիքները:
4. Շարունակում են առավել խորքային ներկայացնել տեղական իրադարձությունները, հետևողական են առկա խնդիրների լուծման գործում:
5. Շատերը շարունակում են ֆինանսական կախվածություն ունենալ տեղական ինքնակառավարման մարմիններից:
6. Մասնագիտական կադրերի վերապատրաստման անհրաժեշտություն ունեն:
7. Եթերում որոշակի պարբերականությամբ ներկայացվում են նաև այլ մարզերում տեղի ունեցող իրադարձությունները, նկատելի է բովանդակային առջընթաց:

8. Ստեղծվել են նոր հաղորդաշարեր, որոնք առավել մեծ հնարավորություն են տալիս մարզային խնդիրները ներկայացնելու և պարբերաբար լուսարանելու համար:

РЕЗЮМЕ

Закарян В. П.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ АРМЯНСКИХ РЕГИОНАЛЬНЫХ ТЕЛЕКАНАЛОВ НА ДАННОМ ЭТАПЕ

Ключевые слова: *региональные телевидение Армении, мониторинг, телепрограммы*

Среди частных телевизионных телеканалов Армении предметом особого изучения представляется процесс основания, становления и развития региональных телеканалов. С целью представления программной политики и текущей деятельности армянских региональных каналов 3-9 октября 2016 года был проведен мониторинг, в ходе которого были изучены пять телевизионных СМИ: деятельность «Анкюн гумарац ерек» («Угол плюс три»), «Лори», «АЛТ», «Соси», «Цайг» телеканалов.

SUMMARY

Zakaryan V. P.

THE ACTIVITY OF THE REGIONAL TV IN THE MODERN STAGE

Key words: *Armenian Regional TVs, Monitoring, TV programs*

The establishment of regional TV companies, their formation and development process is a special study material among the private TVs. From October 3 to 9 special monitoring was carried out in order to get picture of pragmatic policy and current activities of Armenian regional TV. There was studied five regional TVs' activities: "Ankyun gumarac ereq", "Lori", "ALT", "Sosi", "Tsayg".

Մենեմշյան Ա. Ռ.
Նոր մեդիայի և հաղորդակցության
ամբիոնի դոցենտ, ք. գ. ք.
Էլ. փոստ՝ a.menemshyan@ysu.am

ՔԱՆՕՐՅԱՆ ՊԱՏԵՐԱԶՄ. ՄԵԴԻԱԱՐՁԱԳԱՆՔՆԵՐ

Քանալի բառեր - քառօրյա պատերազմ, ապրիլյան «բլից կրիզ», մեդիասարձագանք, քարոզչություն, մանիպուլյացիա

2016-ի ապրիլից հետո հայկական և արտասահմանյան մեդիաբառաֆոնդում ավելացավ «քառօրյա պատերազմ» եզրույթը, որը հրապարակումների նյութ դարձավ ինչպես տեղական, այնպես էլ արտասահմանյան մամուլում:

Լայնորեն լուսաբանվելով, սակայն, ապրիլյան «բլից կրիզը» այդպես էլ չստացավ հստակ գնահատական: Չնայած տեղական և միջազգային տարբեր կառույցների կողմից բազմաթիվ արձագանքների՝ դեռևս պարզ չէ՝ ի վերջո, շրջանառվող վարկածներից որն է իրականը. ի՞նչ նպատակ էր հետապնդում Ադրբեյջանը, և, որ ամենակարևորն է, ի՞նչ հետևանքներ և շարունակություն կարող է ունենալ 2016-ի ապրիլը: Առկախ են մնում նաև մեր և ադրբեյջանական կողմի գինտելիսիկայով հազեցվածության, բանակների պատրաստվածության աստիճանի, տարածքային առաջխաղացման և մի շարք այլ հարցեր: Դրանց պատասխանները կարող է տալ խնդիրը լուսաբանող հոդվածների քննությունը, ինչը կփորձենք մասամբ իրականացնել մեր հոդվածում:

1. Հայաստանյան պարբերականների արձագանքը

Տեղական պարբերականները ապրիլի սկզբին և դրան հաջորդող ամիսներին քեմային անդրադարձել են հազարավոր անգամներ: Բաց թողնելով պատերազմի օրերի՝ ամենօրյա տեղեկատվա-

կան բնույթի արձագանքները՝ փաստենք, որ պարբերականներից շատերը նախ հիշեցին նման հարձակման նախադեպը. հայր Ալիկը նման արկածախնդրության դիմել է դեռևս 1993 թվականի դեկտեմբերին, ընդ որում՝ սկզբում հաջողել է՝ ունենալով շոշափելի առաջխաղացում ճակատի տարբեր հատվածներում, ապա ստիպված է եղել դիմել զինադադարի խնդրանքով, ինչն էլ ամրագրվել է 1994 թ. մայիսի 12-ի Բիշքեկի համաձայնագրով¹:

Տեղական պարբերականները բազմիցս անդրադարձան հատկապես մեր և ադրբեջանցիների կողմից օգտագործված զինտեխնիկայի խնդրին. եղան բազմաթիվ հրապարակումներ, որոնք անգամ երկրի նախագահի մակարդակով հասկանալի պատճառներով հիմնականում գերազնահատում էին թշնամու հնարավորությունները և թերազնահատում մերը²: Այս պլանում նաև ընդգծված կերպով շեշտադրվում էին մեր զինվորների ոգին, մարտունակության մակարդակը՝ ներքին լսարանի համար անընդհատ և հետևողականորեն շրջանառելով հայրանասիրության գաղափարաբանությունը: Բերվում էին օրինակներ, որոնք փաստում էին հայ զինվորի և հազարավոր կամավորների արիությունն ու հանուն հայրենիքի կյանքը զոհաբերելու պատրաստականությունը: Ադրբեջանական կողմի դեպքում, հակառակը, խոսվում էր նրանց շրջանում ոգու բացակայության մասին, բոլոր հաջողությունները վերագրվում էին առաջին զօնրում հատուկ նշանակության ջոկատայինների ներկայությամբ: Հասկանալի է, որ այս ամենն ուներ իր պատճառները, որոնց անվտանգության նկատառումներով չարժե անդրադառնալ:

Ապրիլյան պատերազմի մասին տեղական մեդիապատկերացումների ձևավորման առումով հատկապես հետաքրքրական է քառօրյա պատերազմի ՊՆ վերլուծությունը³, որը կարծես վերջակետ

¹ «Դրօշակ», Քառօրյա պատերազմ. պատճառների և մեղավորների փնտրուք, 18 ապրիլի, 2016, <http://www.yerkir.am/news/view/105257.html>:

² **Սարգսյան**. Ադրբեջանին զենք մատակարարելը չի խանգարում ՌԴ-ի և Հայաստանի բարեկամությանը, 06.04.2016, <http://armeniasputnik.am/armenia/20160406/2821846.html>:

³ **Հովհաննիսյան Ա.**, Ապրիլյան չորսօրյա պատերազմի վերլուծություն, 15.04.2016, <http://yerkirmedia.am/social/qarorya-paterazm-verlucutyun-arcrun-hovhannisyanyan/>:

դրեց հայկական մեդիամիջավայրում մի շարք վարկածների շրջանառությանը, ուրվագծեց պատերազմի հիմնական պատկերը, ինչպես նաև դարձավ հետագա հրապարակումների հիմնական առանցքը: Պատերազմին առնչվող մեդիահոսքերը այդուհետ հիմնականում շրջանառվում էին պաշտպանության նախարարի մամուլի քարտուղարի արտահայտած մտքերի շրջանակներում. օրինակ՝ մերժվեց մինչ այդ շրջանառվող «հետախուզական պատերազմի» վարկածը, որոշակի հստակություն մտցվեց գինտեխնիկային առնչվող հարցերում (համենայնդեպս պակասեցին շահարկումները այդ թեմայով), հստակ դարձավ ադրբեջանական կողմի հարձակման պատճառների վերաբերյալ ՊՆ տեսակետը, շրջանառության մեջ դրվեցին քարոզչական առումով կարևոր թեզեր՝ «Ադրբեջանական հասարակության համար այս պատերազմը հայրենական պատերազմ չէր», «Ադրբեջանական մամուլը և հասարակությունը լիովին փակ են. չկա ինքնաքննադատություն և սխալների ընդունում», «Հայկական բանակը, որոշակի տեխնիկական հարցերում զիջելով ադրբեջանական կողմին, գերազանցում է հաղթանակ ապահովող երկու կարևորագույն գործոնով. գործերի և ռեզերվների մարտական բարձր ոգին և կառավարման բարձր մակարդակը»⁴:

2. Արտերկրի մեդիաարձագանքները քառօրյա պատերազմին

Արտասահմանյան մամուլը և անդրադարձավ խնդրին՝ հիմնականում պահելով որոշակի չեզոքություն: Այդուհանդերձ, եղան պարբերականներ, որոնք առիթը բաց չթողեցին հիշեցնելու համար խնդրի պատմությունը և իրադարձությունները լուսաբանեցին որոշակի ուղղվածությամբ: Մասնավորապես ֆրանսիական «Le Monde» թերթը, որը Ղարաբաղյան խնդրի լուսաբանման հարցում հակամարտության հենց առաջին օրերից փորձել է լինել անկողմնակալ՝ խուսափելով վերլուծական նյութերից, տալով հիմնականում

⁴ **Հովհաննիսյան Ա.**, Ապրիլյան չորսօրյա պատերազմի վերլուծություն, 15.04.2016, <http://yerkirmedia.am/social/qarorya-paterazm-verlucutyun-arcrun-hovhannisyanyan/>

չոր տեղեկատվություն⁵, այս անգամ տպագրել էր ծավալուն հոդված, որտեղ, ի թիվս աղբբեջանական կողմի տեսակետների, ներկայացված է նաև Լուվենի համալսարանի պրոֆեսոր, իրավաբան Պիեր դ'Արժանի մոտեցումը: Նա գտնում է, որ «երբ որևէ երկրի մարզը հռչակում է իր անկախությունը, դա կարող է դեմ լինել տվյալ երկրի սահմանադրությանը, բայց չկա միջազգային իրավունքի որևէ կանոն, որը կարգելի այդ անկախության հռչակումը»⁶: Նույն հոդվածում բերված է նաև Լիլի համալսարանից իրավաբանության մեկ այլ պրոֆեսորի՝ Կրեման Պոնգեկի տեսակետը, որը չնայած պնդում է, որ Ղարաբաղի անկախացման գործընթացը պետք է ընթանա միայն Սիմսկի ձևաչափով, այդուհանդերձ ավելացնում է, որ «վերիրավական էթիկայի տեսանկյունից հայերը այլ քաղաքակրթության կրող են աղբբեջանցիների համեմատությամբ և արժանի են իրենց անկախությանը»⁷: Հոդվածը ֆրանսիացի պատգամավոր Ֆրանսուա Բոշեբլուանի անունից նաև հիշեցնում է, որ «Լեռնային Ղարաբաղի Հանրապետությունը արդեն քսանչորս տարի է, ինչ ունի արդյունավետ գործող խորհրդարան և կառավարություն»⁸: Հոդվածում հնչած պրոհայկական մտքերը հաստատվում են դարաբաղյան խաղաղ բնակավայրերի, մշակութային արժեքների ավերածությունների, հայկական եկեղեցիների, Շուշիի պատմության քանգարանի, հայ կամավորների և զինվորների լուսանկարներով:

Իհարկե, ֆրանսիական մամուլը միակարծիք չէր մնան մոտեցման մեջ. օրինակ՝ «France 24»-ը, ներկայացնելով իրերի դրվածքը, Ղարաբաղի հայերին անվանում էր «անջատողականներ»՝ որոշակի տրամադրություն ստեղծելով⁹:

⁵ Մենենձյան Ա., «Le Monde»-ը և հայ իրականությունը, Եր., ԵՊՀ հրատ., 2009, էջ 149:

⁶ Minassian G., Le Haut-Karabakh peut-il devenir indépendant?, http://www.lemonde.fr/idees/article/2016/05/05/le-haut-karabakh-peut-il-devenir-independant_4914373_3232.html

⁷ Նույն տեղում:

⁸ Նույն տեղում:

⁹ Cessez-le feu au Haut-Karabakh, après quatre jours de combats qui ont fait 64 morts, <http://www.france24.com/fr/20160405-haut-karabakh-seize-soldats-azerbaidjan-tues-armenie-cessez-feu>

Ապրիլի 2-5-ը ընթացած պատերազմին անդրադարձան նաև արտասահմանյան վերլուծական կենտրոններն ու միջազգային կազմակերպությունները: Վերջիններս նույնպես ընդհանուր առմամբ փորձում էին հնարավորինս չեզոք դիրք գրավել՝ ներկայացնելով թե՛ հայկական և թե՛ ադրբեջանական տեսակետները, չնայած մի շարք անկախ փորձագետներ դեռևս պատերազմի ընթացքում փաստեցին, որ անուղղակի ապացույցներն ու տրամաբանությունը վկայում են՝ Լեռնային Ղարաբաղում անկայունության պատճառն Ադրբեջանն է: Մասնավորապես բրիտանական «Chatham House» վերլուծական կենտրոնը համադրել էր փաստերը և եկել եզրահանգման. նրա համար կասկածելի էր թվում լարվածության օրը, որը համընկավ 23 տարի առաջ Քելբաջարի «անկման հուզական օրվա» հետ: Կենտրոնը համադրում է նաև Ադրբեջանի կողմից զինվորական տեխնիկայի, օդային ուժերի և հրթիռների ողջ ծավալով կիրառման փաստը և եզրակացնում, որ լարվածությունը հրահրված էր Ադրբեջանի կողմից և չէր կարող պատահական լինել: Կենտրոնի վերլուծաբան Լորենս Բրոենսը հետաքրքրական է համարում նաև այն հանգամանքը, որ լարվածության նախօրեին նախագահներից և ոչ մեկը չի եղել երկրում, ասել է թե՛ չի եղել վերահսկողություն (պարբերությունը վերնագրված է «Առանց վերահսկողության» («No control»))¹⁰, կարելի է ենթադրել՝ չի եղել նաև պատասխանատվություն:

Որոշ վերլուծաբաններ ավելի հեռուն գնացին իրենց վերլուծություններում. նրանք կարծիք հայտնեցին, որ նավթի գնի անկումն ու ազգային արժույթի արժեզրկումը խորացրին Ադրբեջանում սոցիալ-տնտեսական խնդիրները, ինչը հանգեցրեց ժողովրդի դժգոհությանը: Ուստի ղեկավարությանն անհրաժեշտ էր թարմացնել «Ղարաբաղյան գործոնը»՝ ստեղծելով տպավորություն, թե գումարները ծախսվել են «պաշտպանության» կազմակերպման, զինտեխնի-

¹⁰ **Broers L.**, Global Powers Scramble to Contain Neglected Armenian-Azerbaijani Conflict, 4 April, 2016, <https://www.chathamhouse.org/expert/comment/global-powers-scramble-contain-neglected-armenian-azerbaijani-conflict>

կայի ձեռքբերման համար, ինչպես նաև ուղղել ժողովրդի ուշադրությունը «հայ թշնամու վրա»՝ շեղելով նրան ներքին խնդիրներից¹¹:

Հետաքրքրական է, որ այս վարկածը չէր շրջանառվում քառօրյա պատերազմի ՊՆ վերլուծության մեջ: Հայկական կողմի տեսակետը Ադրբեջանի կողմից պատերազմի նախաձեռնության հարցի վերաբերյալ հետևյալն էր. «Անցած տարիների ընթացքում Ադրբեջանը ձեռք էր բերել մեծաքանակ նորագույն զինատեսակներ, դրանք իրենց մեծ վատահոթություն էին ներշնչել, ընդհուպ, որ դրանք կարող են իրենց հաղթանակ ապահովել: Միաժամանակ նրանք գիտեին, որ հայկական կողմը ևս բավականին ձեռքբերումներ ունի, սակայն դրանց զգալի մասը դեռևս ճանապարհին է: Եթե սրան հավելենք, որ ադրբեջանական բանակի ծախսերը շեշտակիորեն կրճատվել էին, ապա կարելի է ենթադրել, որ, ըստ իրավիճակի, ճիշտ ժամանակն էր փորձելու բլիցկրիգ (արագ պատերազմ) անել»¹²:

Շարունակելով քառօրյա պատերազմի հրահրման մեղիավարկածները՝ հիշատակենք նաև «Le Courrier de Russie»-ի տեսակետը. պարբերականը գտնում է, որ պատերազմը կարող էր վերսկսել միայն նա, ով տանուլ էր տվել նախորդը, մինչդեռ 1992-1994 թթ. հակամարտությունը լուծվել էր Հայաստանի հաղթանակով: «Լարվածության ուժգնացումը սահմանին Ադրբեջանի համար լավագույն միջոցներից է աշխարհին հիշեցնելու Լեռնային Ղարաբաղի սանեցված խնդրի մասին»¹³, - կարծում է պարբերականը՝ վկայակոչելով Բաքվի պաշտոնական ռազմատենչ հռետորաբանությունը և այն, որ Ադրբեջանի ռազմական բյուջեն գերազանցում է ՀՀ ամբողջ բյուջեն:

¹¹ **Voronkova A.**, New ceasefire in Nagorno-Karabakh: no cause for optimism, 18 April 2016, <http://www.peep.us/3536d006>.

¹² **Հովհաննիսյան Ա.**, Ապրիլյան չորսօրյա պատերազմի վերլուծություն, 15.04.2016, <http://yerkirmedia.am/social/qarorya-paterazm-verlucutyun-arcrun-hovhannisyan/>:

¹³ **Breen J.**, Haut-Karabagh: pourquoi la guerre n'aura pas lieu, 12 avril 2016, <http://www.lecourrierderussie.com/international/2016/04/haut-karabagh-guerre/>.

Ամփոփում

Թեմային առնչվող տեղական և արտասահմանյան մեդիաարձագանքների համադրությունը թույլ է տալիս եզրակացնել, որ ապրիլյան պատերազմը հրահրված էր Ադրբեջանի կողմից: Այն կարելի է որակել իբրև հարմար պահի օգտագործում Ադրբեջանի համար զինտեխնիկայի առավել հագեցվածության ժամանակահատվածում, ինչպես նաև փորձ՝ շեղելու սեփական հասարակությանը: Որքանով մեծան արյունալի հնարքներ հետագայում կկիրառի մեր «հարևանը», դժվար է ասել, սակայն հասկանալի է, որ դրանք չեն լինի մոտ ժամանակահատվածում: Նախ՝ տեխնիկայի մեծաքիվ կուրուստը դա թույլ չի տա, և հետո՝ հասարակությանը մանիպուլացիայի ենթարկվելու կարիք այլևս չկա. ծախսերն այլևս արդարացված են:

Արդարացի լինելու համար պետք է փաստենք, որ առավել հիմնավոր եզրահանգման համար ավելի խորքային, ծավալուն, առավել լայն աշխարհագրությամբ վերլուծություններ են անհրաժեշտ, ինչը հնարավոր չէր անել փոքր հոդվածի շրջանակներում:

РЕЗЮМЕ

Менемшян А. Р.

ЧЕТЫРЕХДНЕВНАЯ ВОЙНА: МЕДИАОТЗЫВЫ

Ключевые слова: *четырёхдневная война, апрельский "Блицкриг", обзор СМИ, пропаганда, манипуляция*

После апреля 2016-го года в армянских и зарубежных СМИ был введен в обиход термин «четырёхдневная война», который стал материалом для многих публикаций как в местной, так и зарубежной прессе. Местные медиапотоки, связанные с войной, в основном циркулировали в рамках высказываний пресс-секретаря министра обороны. Зарубежная пресса же старалась сохранить нейтралитет. Тем не менее, некоторые

средства массовой информации не упускали случая для того, чтобы напомнить историю вопроса, и освещали события с определенной направленностью. Сочетание реакций местных и зарубежных медиа позволяет сделать вывод о том, что апрельская война была спровоцирована Азербайджаном. Это можно охарактеризовать как использование подходящего момента, в период, когда Азербайджан был переоснащен военной техникой, а также как попытку отвлечь азербайджанское общество.

SUMMARY

Menemshyan A. R.

"FOUR-DAY WAR": MEDIAREVIEWS

Key words: *A four-day war, April Blitzkrieg, Media Review, propaganda, manipulation*

After April 2016, the term "four-day war" was added to the Armenian and foreign media wordstock, which became a topic of publications both in local and foreign press. Local media publications concerning the war were mostly based on and reflected the views expressed by the Defence Minister's press secretary. The foreign press tried to keep some neutrality. However, there were newspapers, that did not miss the opportunity to return to the history of the problem and the coverage of the events offered by them was directed to a certain path. The combination of local and foreign media reviews allows us to conclude that the April war was instigated by Azerbaijan. It can be characterized as an attempt by Azerbaijan to divert the attention of its own society using their fully equipped military arsenal, catching the opportunity of the moment.

Ալագուլյան Ք. Ա.
*Տպագիր և հեռառչակվող լրատվամիջոցների
ամբիոնի դասախոս
Էլ. փոստ՝ christ1700@yahoo.com*

ԱՊՐԻԼՅԱՆ ՊԱՏԵՐԱԶՄԻ ԼՈՒՍԱՐԱՆՈՒՄԸ ՀՀ ԼՐԱՏՎԱՄԻՋՈՑՆԵՐՈՒՄ. ԻՐԱՎԱԿԱՆ ԵՎ ԷԹԻԿԱԿԱՆ ԽՆԴԻՐՆԵՐ

Քանալի բառեր - *սարիլյան պատերազմ, ռազմական գործողություններ, պետական գաղութներ, զանգվածային լրատվամիջոցներ, լրագրող, տեղեկատվության ազատություն*

Ժամանակակից պատերազմներում կարևոր նշանակություն ունի ինֆորմացիոն տարրը, որը, առանց բացառության, կազմում է պատերազմների բաղկացուցիչ մասը: Այս առումով առանձնահատուկ նշանակություն ունի այն, թե ինչպես են կատարում իրենց աշխատանքը հատկապես լրատվամիջոցները: Նրանց աշխատանքը կարող է հանգեցնել թե՛ հակամարտության բռնկման և թեժացման, թե՛ խաղաղության: 1994 թ.-ին ռուսական RTLM ռադիոընկերության լուսաբանումները հանգեցրին թուրքի ցեղախմբի սոսկալի կոտորածների¹: Եվ ընդհակառակը, նույն Ռուսականի դեպքում լրատվամիջոցների աշխատանքի արդյունքը եղավ այն, որ ստեղծվեց ռազմական տրիբունալ, պատասխանատվության կանչվեցին ցեղասպանության մեղավորները:

Այս դրույթները ընդհանուր առմամբ կիրառելի են բոլոր դեպքերում, սակայն եթե լրատվամիջոցը կամ լրատվամիջոցները պատկանում են այն երկրներից որևէ մեկին, որը հակամարտող կողմ է, ապա հակամարտությունների լուսաբանման առումով կարող է այլ

¹ «RTLM» ռադիոընկերության եթերից այսպիսի կոչեր էին հնչում. «Դուք պետք է սպանեք թուրքիներին: Մենք պետք է վերջ տանք թուրքիներին, նրանց պետք է մաքրել երկրի երեսից»: Այսպիսի կոչերի համար այդ ռադիոընկերությունը նույնիսկ անվանեցին «ատելության ռադիոընկերություն»:

պատկեր ստացվել: Ըստ այդմ՝ լրատվամիջոցների և լրագրողների աշխատանքը, արտահայտված դիրքորոշմամբ պայմանավորված, կարելի է բաժանել երեք խմբի՝

- անկողմնակալ և օբյեկտիվ տեղեկացում՝ ելնելով միմիային հումանիտար և համամարդկային սկզբունքների դիրքերից,
- իրադարձությունների մասին տեղեկացում՝ սատարելով սեփական երկրի ռազմական քաղաքականությունն ու ջանքերը,
- իրադարձությունների մասին տեղեկացում՝ սատարելով հակառակորդի ռազմական քաղաքականությունն ու ջանքերը:

Ըստ էության, ռազմական հակամարտությունների լուսաբանմանը վերաբերող գրականության մեջ առաջնությունը տրված է առաջին սկզբունքին, որը միակ ճիշտ տարբերակն է համարվում, սակայն ժամանակակից իրողությունները ցույց տվեցին, որ դա հաճախ հակասությունների տեղիք է տալիս: Ամերիկյան և եվրոպական լրատվամիջոցների աշխատանքը ցույց տվեց, որ Հարավսլավիայի, Իրաքի ու Աֆղանստանի, այժմ նաև Սիրիայի հակամարտության լուսաբանման ժամանակ այդ լրատվամիջոցները ակնհայտորեն ոչ միայն տեղեկատվության, այլև քարոզչության միջոց էին: Եվ դա օրինաչափ համարվեց: Միջազգային տեսաբանները նշում են, որ ամենևին չպետք է ամաչել նրանից, որ իրենց մասնագիտական պարտքը կատարելով և պահպանելով Ժնևի կոնվենցիայի դրույթները՝ լրագրողները ներդրում են ունենում իրենց երկրի կողմից ռազմական ջանքերի կիրառման գործում: Այդ դիրքորոշումն ընդունելի է և ամենևին չի հակասում մասնագիտական էթիկային²:

Ապրիլյան պատերազմի լուսաբանման առանձնահատկությունները քննելիս անհրաժեշտ է նկատի ունենալ հետևյալ հանգամանքները.

- հասարակությանն ապահովել սպառնիչ ու անհրաժեշտ տեղեկատվությամբ՝ պահպանելով մասնագիտական էթիկան,

² <http://www.history-journal.ru/index.php?request=full&id=223>

- ճշտել տեղեկատվությունը հնարավոր բոլոր աղբյուրներից, հակառակ դեպքում տեղեկացնել, որ դա ձեռք է բերված մեկ աղբյուրից,
- մեդիահալոցներում ապահովել մարդկանց կարծիքը՝ հատկապես խաղաղության վերաբերյալ,
- լուսաբանումների առանցքում դնել ոչ թե պատերազմի հրահրման, այլ խաղաղության հասնելու ճանապարհների որոնումը: Ըստ այդմ՝ լրագրողների աշխատանքում գլխավոր նպատակ համարել հակամարտության խաղաղ ելքին նպաստելը³:

Ստորև առանձին ենթազույգներով կանդաղադնանք ապրիլյան պատերազմի լուսաբանման հարցերին՝ ընդգծելով հատկապես իրավական ու էթիկական խնդիրները և քննարկելով հայաստանյան մամուլի աշխատանքի ընդհանուր պատկերը:

1. Եզրույթների կիրառումը

2016 թ. ապրիլի 2-ին սկսված ռազմական ակտիվ գործողությունները գործնականում թե՛ քանակական, թե՛ որակական ցուցանիշներով իրենց նախադեպը չունեին: Սակայն դա միանգամից հասկանալի չէր լրատվամիջոցներին: Հետևաբար սկզբնական շրջանում թերըմբռնում կար, թե ինչ որակում տալ տեղի ունեցող իրադարձություններին: Պաշտոնական առաջին հրապարակումն արվեց Երևանի ժամանակով ժամը 8:18-ին ԼՂՀ պաշտպանության բանակի լրատվական ծառայության կողմից: Հաղորդագրությունում մասնավորապես գրված էր. «Ապրիլի 1-ի լույս 2-ի գիշերը շփման գծի հարավային, հարավարևելյան և հյուսիսարևելյան ուղղություններով հակառակորդը ձեռնարկել է **բացահայտ հարձակողական գործողություններ**՝ այլ զինատեսակների հետ օգտագործելով հրետանի, զրահատեխնիկա և օդուժ: Այս մասին հայտնում են ԼՂՀ ՊՆ-ից:

³ Media in Wartime: The code for the coverage of the Colombian armed conflict, p. 169.

Բացի առաջնագծում ընթացող մարտերից, հակառակորդը հրետանային հարվածներ է հասցրել խաղաղ բնակավայրերին և մի շարք գործառնների մշտական տեղակայման վայրերին:

Այս պահի դրությամբ դարաբաղա-սղոքեջանական հակամարտ գործերի շփման գծի ողջ երկարությամբ տեղի են ունենում **քեժ քախումներ**:

ՊԲ առաջապահ ստորաբաժանումները, ընդունելով հակառակորդի մարտահրավերը, վարում են հուսալի պաշտպանական մարտեր: Առաջնագծում ստեղծված իրադրության մասին առավել մանրամասն կանդրադառնանք մեր առաջիկա հաղորդագրություններում»⁴:

Այս հաղորդագրությունը տարածեցին հայաստանյան գրեթե բոլոր լրատվամիջոցները: Ուշադրություն դարձնենք, որ հաղորդագրության մեջ, հետևաբար լրատվամիջոցների հրապարակումներում օգտագործվում էին միայն **հարձակողական գործողություններ, քեժ քախումներ** արտահայտությունները: Չանգվածային լրատվության միջոցների ձևակերպումները հենց դրանց շրջանակում էին, քանի որ լրատվամիջոցների՝ գոնե առաջին օրերի հրապարակումները գլխավորապես հիմնված էին պաշտոնական աղբյուրների վրա: Եվ հաջորդող օրերին հաղորդագրություններում ու հետևաբար լրատվամիջոցների հրապարակումներում սկսեցին կիրառվել մաս **նախահարձակ գործողություններ, ագրեսիվ ռազմական գործողություններ** ձևակերպումները: Ապրիլի 2-ից մինչև ապրիլի 5-ն ընկած ակտիվ ռազմական գործողությունների ընթացքում պաշտոնական հաղորդագրություններում չկար որևէ տեքստ, որտեղ օգտագործվեր «պատերազմ» եզրույթը:

Նկատի ունենալով մաս այն, որ դեռ 2015 թ.-ի օգոստոսից կիրառվում էին մեծ տրամաշափի զենքեր, հարվածի տակ էին մաս խաղաղ բնակավայրերը, իսկ այս դեպքում միայն օդուժ էր ավելացել, առաջին հայացքից դժվար էր պաշտոնական հաղորդագրություններից հասկանալ՝ նախորդ շրջանում տեղի ունեցածի

⁴ <http://nkrmil.am/news/view/198>

կրկնությունն էր՝ փոքր տարբերությամբ, թե՞ մեկ այլ բան: Մինչդեռ թե՛ կրակի լարվածությունն ու ընտրված թիրախների խորությունը, թե՛ օգտագործվող զինանոցը ուղղակի խոսում էին պատերազմի ակտիվ փուլի մասին:

«Պատերազմ» հասկացության սահմանումները գիտական գրականության մեջ բավական շատ են, սակայն մենք որպես օրինակ կմեջբերենք թերևս առավել ընդգրկուն տարբերակներից մեկը: Մասնավորապես «Միջազգային իրավունքի բառարան»-ում (The international law dictionary) հեղինակներ Ռոբերտ Բլեդսոն և Ադամ Բոսգելը հետևյալ սահմանումն են առաջարկում. «Երկու կամ ավելի պետությունների միջև թշնամական զինված գործողությունների կարգավիճակ կամ հանգամանք»: Ընդ որում՝ հեղինակները նշում են մաս այն դեպքերը, թե երբ է պատերազմի իրավական կարգավիճակ ստեղծվում՝ առանձնացնելով երեք կետ՝

1. պատերազմի մասին պաշտոնական հայտարարություն,
2. մի պետության կամ պետությունների խմբի կողմից մյուսների նկատմամբ զինված ռազմական գործողությունների վարման ընթացք՝ ենթադրյալ ռազմատենչ մտադրությամբ կամ անգամ առանց մտադրության,
3. այնպիսի գործողություններ, որոնք բավականաչափ լուրջ բնույթ ունեն և հանգեցնում են երկարաձգված պատերազմական վիճակի, անգամ եթե երկու կողմն էլ հերքում է ռազմատենչ մտադրությունները»⁵:

Միայն այս բնորոշումների մի մասը բավարար են տեղի ունեցածը պատերազմ անվանելու համար:

Բայց պատերազմ է, թե՛ ոչ, առաջինը պաշտոնական աղբյուրներն են պատասխանատու եզրույթը շրջանառության մեջ դնելու համար: Դեռևս 2008-ի օգոստոսին, երբ սկսվեց ռուս-վրացական պատերազմը, անգլալեզու «Russia Today» ռուսական ալիքի լուսաբանման ժամանակ, ընդունված ձևաչափի համաձայն, էկրանին մաս կոնկրետ իրավիճակի բնորոշումներ էին տեղադրվում: Օրի-

⁵ <http://www.duhaime.org/LegalDictionary/W/War.aspx>

նակ՝ թողարկումներից մեկում՝ լուսագրում, գրված էր. «...1, 400 սպանված պատերազմի՝ ավելի քան 24 ժամվա ընթացքում»⁶: Հեռուստաալիքի գլխավոր խմբագիր Մարգարիտա Սիմոնյանի խոսքով՝ այդօրինակ կոնկրետ ձևակերպումներն իրենք հրապարակում են վերնագրերում, եթե գոնե մեկ անգամ այն ասվել է պատասխանատու պաշտոնյայի բերանից⁷:

Բայց, անկախ ամեն ինչից, «պատերազմ», հասկացությունը մտավ գործածության մեջ կրակի դաղարեցման մասին բանավոր համաձայնեցումից հետո: Ըստ էության, սա ոչ այնքան իրավական կարգավիճակի, որքան տեղի ունեցողի նկարագրական ու զգացական ձևակերպում էր: Սա նաև տեղ թողեց, որ այս դեպքում իրավական նշանակություն ունեցող ձևակերպումը՝ որպես պատերազմ ներմուծվի ոչ թե պաշտոնական շրջանակից, այլ լրատվամիջոցներն իրենք անվանեցին այն պատերազմ՝ տարբեր ձևակերպումներով՝ Ապրիլյան պատերազմ, 4-օրյա պատերազմ՝ այն կիրառելի դարձնելով պաշտոնյաների հայտարարություններում:

Այստեղ անհրաժեշտ էր նկատի ունենալ, որ 90-ականների սկզբին Արցախյան պատերազմը, չնայած հայտարարված չլինելուն, իրավական առումով այդպես էլ չի ավարտվել: 1994 թ.-ի հրադարձի մասին փաստաթուղթն ընդամենը վկայում է ռազմական գործողությունների ակտիվ փուլի և ոչ թե պատերազմի ավարտի մասին: Այն ավարտված կարելի է համարել միայն Խաղաղության պայմանագրի ստորագրման դեպքում: Ավելի քան 20 տարվա ընթացքում, հաշվի առնելով հարաբերական անդորրը, պաշտոնական աղբյուրները կիրառել էին «ոչ պատերազմ, ոչ խաղաղություն» արտահայտությունը, սակայն մարտական իրադրության որակական այսպիսի փոփոխության դեպքում, երբ արդեն պաշտոնապես խոսվեց նախահարձակ գործողությունների մասին, որոնց հաջորդեցին ռազմական լարված գործողություններ, ենթադրվում էր, որ պաշտոնական աղբյուրներում պետք է փոխվեր «ոչ պատերազմ, ոչ խա-

⁶ Russia Today, Newscast, 07.08.2008.

⁷ Հատված Russia Today-ի գլխավոր խմբագիր Մարգարիտա Սիմոնյանի հետ զրույցից, Մոսկվա, 8.08.2008:

դադություն» որակումը և համապատասխան ձևակերպում ստանար⁸։ Գործնականում այն, ինչ տեղի էր ունենում, վերադարձ էր պատերազմի ակտիվ փուլին։ Հետևաբար ապրիլյան գործողությունները իրականում շրջանառության մեջ վերադարձրին «պատերազմ» հասկացությունը։

Առաջին հայացքից գուցե անկարևոր թվա գուտ «պատերազմ» բառի օգտագործումը հեռուստաեթերում կամ այլ լրատվամիջոցներում։ Սակայն կոնկրետ հասկացության գործածումը մի քանի խնդիր էր լուծում՝

- հստակ իրավական կարգավիճակի ստեղծում՝ դրանից բխող գործողություններով և հետևանքներով,
- տարըմբումներից եւ թյուրիմացություններից խուսափում, հետևաբար տարերային կերպով ձևակերպումների բացառում,
- տեղի ունեցող իրադարձությունների մասին համապարփակ ու ամբողջական պատկերացման ապահովում,
- հանրության ստվար զանգվածին ընդգրկող գործողությունների մասին հանրային իրազեկում,
- միջազգային առյաններում պատասխանատվության հարցի բարձրացման հիմքերի ստեղծում։

2. Տեղյակ լինելու իրավունք

Նախ բացահայտենք տեղյակ լինելու իրավունքի իրավական երաշխիքների շրջանակը։ Այս դեպքում լրատվամիջոցները իրենց աշխատանքը կազմակերպելիս հիմնվում են ոչ միայն քաղաքացիների տեղեկացված լինելու համար անհրաժեշտ, այլև բուն լրատ-

⁸ 2015 թ. դեկտեմբերին ՊՆ մամուլի քարտուղարը առաջարկեց իրավիճակը անվանել ոչ թե պատերազմ կամ խաղաղություն, այլ պատերազմ՝ պարզաբանելով, որ այն սողացող պատերազմ է։ Բացատրությունը նաև այն էր, որ այժմ պատերազմի բնույթը փոխվել է։ Սակայն մամուլը լրջորեն քննադատեց այս մոտեցումը։ Ըստ էության, սա վկայում էր այն մասին, որ հասարակական-քաղաքական շրջանակներն ու մամուլը դեռևս պատրաստ չեն պատերազմի բնույթի և ժամանակակից դրսևորումների մասին նոր պատկերացումներին։

վական գործունեության ազատությունը երաշխավորող իրավական դրույթների վրա, որոնք սահմանված են ՀՀ Սահմանադրությամբ, «Տեղեկատվության ազատության մասին» և «Ջանգվածային լրատվության մասին» օրենքներով:

Ինչպե՞ս իրականացվեց տեղյակ լինելու այդ իրավունքը: Նշենք այն աղբյուրները, որոնցից լրատվամիջոցները ստանում էին տեղեկատվությունը՝

ԼՂՀ ՊՆ մամուլի հաղորդագրություններ

ԼՂՀ մամուլի ասուլիսներ

ՀՀ ՊՆ մամուլի քարտուղարի ֆեյսբուքյան հրապարակումներ և հարցազրույցներ

Լրատվամիջոցների այլընտրանքային պաշտոնական աղբյուրներ

Լրատվամիջոցների սեփական ուսումնասիրություններ և հրապարակումներ

Գործնականում լրատվական ողջ դաշտը սկսեց աշխատել արտակարգ ռեժիմով, բայց սկզբում տեղեկատվության համակարգված լինելու խնդիր կար: Տեղեկատվությունը ցաքուցրիվ էր, հաճախ՝ հակասական: Բայց արտակարգ ռեժիմով աշխատելը աշխատանքի ձևն էր: Բովանդակային առումով այստեղ անհրաժեշտ է կանգ առնել մի քանի կարևոր հարցերի վրա:

Ռազմական ակտիվ գործողություններին զուգահեռ ինտենսիվ էր մաս տեղեկատվական ոլորտը: Չնայած դրան՝ շատ դեպքերում ակտիվության նվազում էր նկատվում՝ որպես արդյունք ստեղծելով տեղեկատվական վակուում, որը բազմաթիվ այլ, վնասակար տեղեկատվությամբ լցվելու վտանգ էր ստեղծում:

Մասնավորապես ապրիլի 2-ին՝ ժամը 12:50-ին՝ ԼՂՀ ՊՆ հաղորդագրությունը տարածելուց հետո, իրավիճակի վերաբերյալ հաջորդ հաղորդագրությունը ստացվել է 18:50-ին՝ վեց ժամ առանց պաշտոնական տեղեկությունների՝ այդ ընթացքում բավական մեծ բաց թողնելով: Թեև մեծ մասամբ բացը լրացվում էր ՀՀ ՊՆ մամուլի

քարտուղարի ինտենսիվ հրապարակումներում, սակայն անգամ մնան դեպքերում դադարները ուղղակի վտանգավոր են, հատկապես եթե ռազմական գործողություններ են ընթանում:

Այդ օրերի լրատվական ողջ հոսքի ուսումնասիրությունը ցույց տվեց, որ հայկական մեղիադրություն արագ հայտնվում էին հայալեզու աղբյուրներից կայքեր և փորձում ապատեղեկատվություն տարածել: Ավելին՝ աղբյուրներից մամուլը սկսեց հրապարակել կեղծ սյուժեներ գրավված տարածքների վերաբերյալ: Ապրիլի երկուսի առավոտյան արդեն տարբեր աղբյուրներով ստացվում էին տեղեկություններ գրավված դիրքերի մասին: Պաշտոնական հրապարակումներում սկզբում մնան տեղեկություններին անդրադարձ չեղավ, սակայն ավելի ուշ՝ դիրքերից մեկի վերադարձից հետո, այդ մասին տեղեկատվություն հրապարակվեց: Նկատի ունենալով ժամանակակից տեխնոլոգիաների առկայությունը՝ անհրաժեշտություն է առաջանում, որ պաշտոնական աղբյուրներն ու լրատվամիջոցները առաջինը անդրադառնան այդ տարածվող տեղեկություններին, հակառակ դեպքում դա կարող էր հանգեցնել բացասական հետևանքի՝ ձնագնդի էֆեկտով: Բացի դրանից՝ նաև նկատելի էր տեղի ունեցող իրադարձությունների վիզուալացման խնդիրը:

Նման դեպքերում, երբ հայտնի էին ընդհանուր ուղղությունները, իսկ պաշտոնական հրապարակումներում հատկապես կոնկրետ ուղղություններ էին նշվում, անհրաժեշտ էր, որ լրատվամիջոցները առավել հաճախ ապահովեին տեղի ունեցողի քարտեզային նկարագրություն՝ ընդհանուր մարտադաշտը պատկերացնելու համար: Համեմատության համար նշենք, որ Սիրիայի պատերազմի դեպքում գրեթե ամեն օր ուժերի դասավորության քարտեզներ են հրապարակվում:

Լրատվամիջոցները միառժամանակ գերծ մնացին հնարավոր գոհերի վերաբերյալ տեղեկություններ հրապարակելուց՝ սպասելով պաշտոնական արդյունքներին, որոնք հրապարակեց երկրի նախագահ Սերժ Սարգսյանը:

Իհարկե, հասկանալի է, թե լրատվամիջոցները ինչու չհրապարակեցին դրանք: Մի կողմից՝ դեռ հավաստի տվյալներ չկային,

մյուս կողմից՝ ամեն կյանքի հետ պետք է զգույշ վարվել՝ մարդու հարազատներին չգրկելով վերջին հույսից: Բայց այստեղ անհրաժեշտ է նկատի առնել հետևյալը. եթե տեղի են ունենում ռազմական գործողություններ, և հակառակորդը արդեն գոհեր ունի, ավելին՝ հակառակորդի գոհերի թվաքանակը հաշվված է⁹, ապա հայկական կողմից թվային տվյալներ ընդհանրապես չհրապարակելը **անչափելի-ուրջան էֆեկտ** է (ընդգծումը՝ Բ.Ա.-ի) ստեղծում՝ ամեն ինչ թողնելով երևակայությանը: Նման դեպքերում մարդկանց մոտ տպավորություն է ստեղծվում, թե որովհետև այնքան շատ են, չեն ուզում տվյալներ հրապարակել: Այա վտանգ է առաջանում, որ հետագայում ստված տեղեկատվությունը կասկածի տակ կորվի: Այս դեպքում անհրաժեշտություն էր, որ լրատվամիջոցների և պաշտոնական աղբյուրների համագործակցությամբ հստակություն մտցվեր. գուցե չափաբաժիններով, ինչպես եղավ հաջորդող օրերին, բայց անպայման գոհերի և վիրավորների վերաբերյալ թվային տվյալներ հրապարակվեին:

Ռազմական գործողությունների առաջին երկու օրերին նաև սահմանին կատարվող, տեսանյութերի ու լուսանկարների պակաս էր զգացվում: Բնականաբար, կային օբյեկտիվ ու սուբյեկտիվ հանգամանքներ:

Ռազմական գործողությունների առաջին իսկ ժամերին տեղեկություններ տարածվեցին գրավված դիրքերի, աղբյուրների հսկողության տակ գտնվող գյուղերի մասին: Ավելին՝ երբ հայտնի դարձավ, որ գրավված է Լեյն Թեփեի բարձունքը, դրան զուգահեռ՝ շրջանառության մեջ դրվեց մեկ այլ տեղեկություն: Ըստ այդմ՝ խոսքը Արայի լեռան մասին էր: Դա չէր համապատասխանում իրականությանը, սակայն հերքում չհետևեց: Լրատվամիջոցներն ու առանձին բլոգերները փորձեցին ճշտել, որ Արայի լեռը չէր կարող լինել, քանի որ այն շատ հեռու է: Այս մասին տեղեկություններին, սակայն

⁹ <http://www.nkrmil.am/news/view/194> ժամը 18:50-ի ԼՂՀ ՊԲ մամուլի հաղորդագրության մեջ նշված էր, որ աղբյուրական գիմուժը տվել է 200-ից ավելի կորուստ՝ այդ հատվածում միայն նշելով, որ հայկական կողմը ևս կորուստներ ունի, սակայն որևէ տեղեկություն չէր հաղորդվում:

պաշտոնական մակարդակով ոչ մի անդրադարձ չեղավ, ուստի սա վստահության խնդիր և խուճապ կարող է առաջացնել:

Բացի սրանից՝ անհրաժեշտ էր պատերազմական պատմություններում հնարավորին չափ պահպանել հետևողականությունը՝ ուշադրություն դարձնելով այն հանգամանքին, թե հրապարակված պատմության մեջ որքանով է տրամաբանական փաստերի շարադրանքը կամ հավանական պատմությունը: Հակառակ դեպքում հրապարակումից հետո դժվար է փոխել դրա թողած ազդեցությունը: Թեժ կետերում աշխատող լրագրողները խորհուրդ են տալիս ամբողջությամբ հավատալ նրան, ինչ լրագրողը տեսել է իր աչքերով: Բանն այն է, որ յուրաքանչյուր զինված հակամարտության ընթացքում ծնվում են լեզենդներ և միջեր:

Մասնավորապես ապրիլի սկզբին լրատվամիջոցների մի մասը հրապարակեց 26-ամյա կապիտան Արմենակ Ուրֆանյանի պատմությունը: Ըստ այդ պատմության՝ կապիտանը, մարտի բռնվելով հակառակորդի հետ, խոցելով մեկ տանկ և թշնամու մեկ տասնյակ զինվորի, թույլ չի տվել իրեն շրջապատել և վերջին նռնակով իր հետ պայթեցրել է մոտեցողներին: Ավելի ուշ, սակայն, պարզվեց, որ նա մահացել է արկի պայթյունից: Եվ այս հերոսական պատմությունը, որին մարդիկ հավատացել էին, կորցրեց իր նշանակությունը: Ուստի վտանգ է առաջանում, որ շատ պատմություններ, որոնք հաղորդվում են լրատվամիջոցներով, և որոնց մի մասը վերցված է պաշտոնական աղբյուրներից, ուղղակի սուտ են: Հերքվելու դեպքում դրանց թողած բացասական ազդեցությունը կարող է ավելի մեծ վնաս հասցնել: Մեկ դեպքի պատճառով կարող է կասկածի տակ դրվել պատերազմում հերոսական օրինակների և ընդհանրապես իրադարձությունների հավաստիությունը:

3. Անհրաժեշտ սահմանափակումներ

Խոսքի և տեղեկատվության ազատությանը զուգահեռ Սահմանադրության 42-րդ հոդվածի երրորդ մասը առանձնացնում է այն դեպքերը, երբ անհրաժեշտաբար պետք է սահմանափակվի խոսքի

և տեղեկատվության ազատությունը: Մասնավորապես «այդ ազատությունը կարող է սահմանափակվել օրենքով՝ պետական անվտանգության, հասարակական կարգի, առողջության և բարոյականության կամ այլոց պատվի ու բարի համբավի և այլ հիմնական իրավունքների ու ազատությունների պաշտպանության նպատակով»¹⁰: Մարդու իրավունքների և հիմնարար ազատությունների եվրոպական կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածը, մի կողմից, սահմանում է այդ ազատությունը, մյուս կողմից՝ դարձյալ խոսում սահմանափակումների մասին: Դրանում առաջնային տեղը տրված է հենց հասարակական շահերի համար նախատեսված սահմանափակումներին, որոնց թվում են ազգային անվտանգությունը, տարածքային ամբողջականությունը, հասարակական անվտանգությունը, հասարակական առողջությունը և բարոյականությունը: Ապրիլյան ռազմական ակտիվ գործողությունների ժամանակահատվածում ո՛չ ՀՀ, ո՛չ ԼՂՀ տարածքում արտակարգ կամ ռազմական դրություն չի հայտարարվել, ուստի վերոնշյալ իրավական սահմանափակումները չէին կարող կիրառվել:

Բայց պետք է նկատի ունենանք, որ, անկախ ռազմական ու արտակարգ դրությունից, իրավական որոշ դրույթներ պարտադիր կիրառելի են բոլոր ժամանակներում: Առավելապես ուշադրություն հրավիրենք պետական գաղտնիքի վրա: Պետական գաղտնիք համարվող տեղեկությունների շարքին են դասվում ՀՀ ռազմական, արտաքին հարաբերությունների, տնտեսական, գիտատեխնիական, հետախուզական, հակահետախուզական, օպերատիվ-հետախուզական գործունեության բնագավառներին վերաբերող տեղեկությունները, որոնց տարածումը կարող է **ծանր հետևանքներ առաջացնել** ՀՀ անվտանգության համար¹¹: Բայցևայնպես, այս տեղեկությունները համարվում են ՀՀ սեփականությունը, հետևաբար պաշտպանվում են պետության կողմից: Ուստի դրանց տարածման հարցում իրավական առումով կարող է մեղավոր լինել մեկ կամ երկու մարդ, որոնք ի պաշտոնե պարտավոր էին պահպանել գաղտ-

¹⁰ ՀՀ Սահմանադրություն, հոդված 42, ընդունվել է 06.12.15:

¹¹ «Պետական եւ ծառայողական գաղտնիքի մասին» ՀՀ օրենք, հոդված 2, 1996:

նիքը, իսկ բարոյական առումով՝ նաև այլ մարդիկ, օրինակ՝ լրագրողները: Միաժամանակ լրատվամիջոցների գործունեությունը կարգավորող օրենքները լրատվամիջոցին արգելում են հրապարակել պետական գաղտնիքը: Ուստի մինչ հրապարակելը կամ չհրապարակելը պետք է պարզել, թե որոնք են այն տեղեկությունները, որ կարող են պետական ու ծառայողական գաղտնիք համարվել: Կառավարությունը հատուկ որոշմամբ սահմանել է պետական գաղտնիք պարունակող տեղեկությունների ցանկը: Դրանում 33 կետ է նշված¹²:

- Առաջին խումբը կազմում են ռազմական բնագավառի տեղեկությունները: Այդ շարքում են, օրինակ, զորքերի զարգացման թիվը, մարտական կազմը կամ քանակը, նրանց մարտական պատրաստականությունը, օպերատիվ ծրագրերը, ռազմաքաղաքական կամ օպերատիվ իրադրությունը, կազմը և զորքերի կառավարումը, զորքերի տեղաբաշխումը, թիվը կամ սահմանապահ զորքերի էությունը բացահայտող տեղեկությունները և այլն:
- Երկրորդ խմբում արտաքին հարաբերություններին առնչվող տեղեկություններն են, որոնց շարքում են, օրինակ, արտաքին քաղաքականության, արտաքին առևտրի, օտարերկրյա պետությունների հետ համագործակցության էությունը բացահայտող տեղեկությունները:
- Երրորդ խմբում տնտեսության ու գիտատեխնիկական բնագավառի տեղեկություններն են, ինչպիսիք են պատերազմի ժամանակ ՀՀ տնտեսության կայուն գործունեության նախապատրաստումը, գիտության ու տեխնիկայի նորագույն նվաճումների էությունը բացահայտող տեղեկությունները, օրինակ՝ անօդաչու սարքերին առնչվող:
- Չորրորդ խմբում հետախուզական ու հակահետախուզական բնույթի տեղեկություններն են:

¹² «ՀՀ պետական գաղտնիքի շարքը դասվող տեղեկությունների ցանկը հաստատելու մասին» ՀՀ կառավարության թիվ 173 որոշում, 13.03.1998:

Պարզ համեմատությունն էլ ցույց է տալիս, որ պետական և ծառայողական գաղտնիք պարունակող տեղեկությունների ցանկում զգալի տեղ են զբաղեցնում ռազմական բնույթի տեղեկությունները:

Ռազմական գործողությունների ընթացքում ոչ թե ինչ–որ մեկի մեղքով, այլ ուղղակիորեն գաղտնիություն պարունակող տեղեկությունների տիրապետող են դառնում նաև լրագրողները: Ապրիլյան ռազմական գործողությունների ընթացքում լրատվամիջոցները երբեմն հայտնվում էին այնպիսի վիճակում, որ հաճախ դժվար էր որոշել, թե, օրինակ, ինչ տեղեկատվություն կարելի է հրապարակել, ինչը՝ ոչ: Կառավարության այդ որոշման շրջանակում անգամ երբեմն դժվար է կողմնորոշվել: Լրատվամիջոցները հիմնականում բավական զգուշավորություն ցուցաբերեցին կադրերի, լուսանկարների հրապարակման հարցում, բայց դա զուտ ներըմբռնողական բնույթ էր կրում: Հստակ սահմաններ, թե որը կարելի է հրապարակել, չկային, քանի որ նման դեպքերում աշխատանքի հստակ կանոնները հստակեցված չէին, ուստի երբեմն անզգուշորեն հրապարակված կադրերը կարող էին բացասական հետևանքներ ունենալ:

Դիտարկենք մի քանի դեպք:

Ապրիլի 2-ին, այսինքն՝ ռազմական գործողությունների առաջին իսկ ժամերին, «Սպուտնիկ-Արմենիան» հրապարակեց Ստեփանակերտից հսկամարտության գոտի շտապող ռազմական տեխնիկայի շարժը¹³: Այն գործնականում տեղեկատվություն է հրապարակում օպերատիվ իրադրության, զորքերի կառավարման համակարգի մասին: Տեղեկությունների այդ խմբի հրապարակումը արգելված է օրենքով, քանի որ դա կարող էր՝

ա) մղել հակառակորդին առավել մեծ ուժեր կուտակելու սահմանին,

բ) տպավորություն ստեղծել, որ մարտագծում ռազմական տեխնիկայի և ուժի փոքր քանակություն կա, և առավել անկանխատեսելի գործողությունների մղել,

¹³ <http://ren.tv/novosti/2016-04-02/po-ulicam-stepanakerta-v-zonu-konflikta-v-nkr-edut-tanki-video>

գ) խուճապ առաջացնել հասարակության շրջանում, որը կարող էր նաև հակառակորդն օգտագործել քարոզչական նպատակով:

Ի դեպ, հեռուստաընկերությունները մնան որևէ տեսանյութ չհրապարակեցին, մինչդեռ դրանք սկզբում տարածվեցին առցանց որոշ պարբերականներում, ապա հանվեցին:

«Ազատություն» ռադիոկայանի հրապարակած մի տեսանյութում¹⁴ տեսանելի էին ռազմական տեխնիկայի տեղադրությունը, տեղակայման խտությունն ու ուղղվածությունը: Ընդ որում՝ լայնորեն օգտագործված էին կադրերի ընդհանուր պլանները:

Առավել բաց տեսարաններով նյութեր հրապարակվեցին «Ռոյքերս» գործակալության կողմից, որին հնարավորություն էր տրվել նկարահանումներ կատարելու առաջնագծին շատ մոտ դիրքերում: Հրապարակումը, որ տարածվեց նաև հայաստանյան լրատվամիջոցներով, ամբողջությամբ հնարավորություն էր տալիս մոտիկից դիտարկելու տեխնիկան, տեսնելու տեղադրման խտությունը:

Այս տեսակի տեղեկատվության հրապարակումից հետո հակառակորդը կարող է ուղղակիորեն ուսումնասիրել որոշ տեսանյութեր, համապատասխան եզրահանգումների գալ և ավելի մեծ սպառնալիք ստեղծել անվտանգության տեսանկյունից:

Այրուսահանդերձ, ինչպե՞ս որոշել, թե որ տեղեկատվությունը հրապարակել՝ զերծ մնալով հնարավոր պետական գաղտնիքի կամ այնպիսի տեղեկատվության հրապարակումից, որը եթե նույնիսկ օրենքով նախատեսված չէ, ապա, միևնույն է, կարող է վնաս հասցնել ազգային անվտանգությանը: Այս դեպքերի համար ARTICLE 19 իրավապաշտպան կազմակերպությունը երեք քայլից բաղկացած թեստ է առաջարկում¹⁵: Այն սովորաբար առաջարկվում է պետական պաշտոնյաներին՝ կիրառելու այն դեպքերում, երբ տեղեկատ-

¹⁴ <http://www.azatutyun.am/a/27653809.html>,

<http://www.azatutyun.am/a/27654025.html>

¹⁵ **Պոլոյան Շ.**, Ժողովրդավարության բանալին, Տեղեկատվության ազատություն, Երև., 2005, էջ 32:

վությունը գաղտնագրելու անհրաժեշտություն է զգացվում, բայց այս դեպքում կիրառելի կարող է լինել նաև լրագրողների համար:

Քայլ 1. Պարզել՝ արդյո՞ք պահանջվող տեղեկատվությունը առնչվում է այն տեղեկություններին, որոնք վերաբերում են երկրի «Տեղեկատվության ազատության մասին» օրենքով նախատեսված բացառություններին՝ ազգային անվտանգությանը կամ այլոց իրավունքներին:

Քայլ 2. Պարզել՝ արդյո՞ք այդ տեղեկատվության բացահայտումը էական վնաս կհասցնի այդ նպատակին:

Քայլ 3. Պարզել՝ արդյո՞ք այդ տեղեկատվության հրապարակումը ավելի մեծ օգուտ չի տա հասարակությանը, քան այն գաղտնի պահելը:

Քննարկելով «Սպուտնիկ-Արմենիա»-ի կողմից տեխնիկայի տեղաշարժի հրապարակումը՝ կարելի է անել հետևյալ եզրահանգումները.

ա) այն իսկապես առնչվում է անվտանգությանը,

բ) կարող է էական վնաս հասցնել:

Արդյո՞ք հասարակությունը դրանից առավել մեծ օգուտ կստանա: Բնականաբար՝ ոչ, եթե նույն հրապարակումը կարող է նպաստել թշնամու առավել մեծ համախմբմանը: Ավելին՝ տեսականորեն չի բացառվում նաև հարվածային ԱԹՄ-ի միջոցով հարված հասցնել շարասյանը, ինչի հետևանքով կարող է վնաս հասցվել ոչ միայն զինտեխնիկային ու անձնակազմին, այլև շրջակա բնակավայրի խաղաղ բնակչությանը:

Ըստ այդմ՝ առաջնագծում նկարահանումներ կատարելիս և կադրեր ու լուսանկարներ հրապարակելիս անհրաժեշտ է հաշվի առնել, որ պետք է խուսափել զինտեխնիկայի ուղղությունների, զենքի քանակի, տեղադրությունների հստակ պատկերների ցուցադրումից, համայնապատկերներից և ընդհանուր պլաններից:

4. Մարդասիրության ու արժանապատվության չափանիշների պահպանումը

Հոգեբաններն ընդգծում են, որ լսարանի համար առավել սթրեսային են լրագրողների որոշ գործողություններ, որոնք կարող են երբեմն անտեսվել՝ ելնելով տեղեկատվություն ապահովելու անհրաժեշտությունից: Սակայն անհրաժեշտ է ռազմական գործողությունների լուսաբանումը իրականացնել մասնագիտական էթիկայի նորմերին համապատասխան: Հետևաբար առանձնակի դաժանություն ցուցադրող կամ սթրեսոգեն այլ տեղեկատվության՝ տեսանյութերի կամ լուսանկարների հրապարակումը պետք է տեղի ունենա միայն բացառիկ դեպքերում: Դրանց հրապարակումը պետք է արդարացված լինի հանրային շահին ծառայելու փաստարկով: Առանձնացնենք այն դեպքերը, երբ տեսանկարահանումը կարող է ուղղակի սթրես առաջացնել.

- ա) վշտի ու հուսահատության մեջ գտնվող մարդուն անհարմար վիճակում նկարահանելը,
- բ) մարդուն ստորացված, նրա արժանապատվությունը նսեմացված վիճակում ցուցադրելը,
- գ) կտտանքների, հոգեբանական և ֆիզիկական ծաղրանքի ենթարկվածների կամ ենթարկման կադրերի ու լուսանկարների ցուցադրումը¹⁶:

Լրատվամիջոցների ներկայացուցիչները հիմնականում հեռու էին թեժ կետերից, այդ պատճառով առաջնագծում վիրավոր կամ զոհված զինծառայողների պատկերող տեսարաններ չէին հրապարակվում: Միաժամանակ նկատելի էր, որ լրատվամիջոցները միաժամուռ էին նաև այն կադրերը չհրապարակելու հարցում, որոնք հայտնվում էին աղբբեջանական լրատվամիջոցներում՝ որպես հայ զինծառայողների մահվան ապացույց: Դրանք հրապարակվեցին միայն ֆեյսբուքյան որոշ օգտատերերի կողմից:

¹⁶ **Чемакин Ю. В.**, Политические коммуникации и информационная безопасность общества, Учебное пособие, Екатеринбург, 2008, стр. 6.

Լրատվամիջոցները հիմնականում գերծ մնացին նաև հիվանդանոցներում բուժում ստացող վիրավոր զինվորականների կամ ռազմական գործողությունների ժամանակ վիրավորված քաղաքացիների ու երեխաների մասին կադրերը, լուսանկարները ցուցադրելուց: Չնայած դրան՝ որոշ լուսանկարներ, որոնցում պահպանված չէր էթիկական նորմը, հրապարակվեցին:

Այսպես՝ էլեկտրոնային որոշ լրատվամիջոցներում հրապարակվեց երկու ոտքն անդամահատված մի զինվորականի լուսանկար, որը հայտնի դարձավ «Ժպտացող զինվոր» անվամբ: Լուսանկարն արված էր այնպես, որ ուշադրության կենտրոնում հայտնվեն նրա կտրված ոտքերը: Եվ որքան էլ ժպտում է, և այդ ժպիտը ամեն ինչ հաղթահարելու խորհրդանիշ է, միևնույն է հիշողության մեջ մնում է երկու ոտքը կտրված լինելու հանգամանքը: Ի՞նչ տվեց լուսանկարը: Եթե պատերազմ է, ապա հավանական է նման վիճակը: Եթե լուսանկարն անելիս ընտրվելին այլ ռակուրս և այլ պլան, արդարացված կլիներ: Հոգեբանորեն այն ծանր տպավորություն է թողնում թե՛ մեզ, թե՛ հարազատների վրա:

Էթիկայի տեսանկյունից միանգամայն անթույլատրելի օրինակ հրապարակել էր նաև «Փաստինֆո» կայքը: Տեղեկությունն այն մասին էր, թե ինչպես են խեղված վերադարձվել զինվորների մարմինները: Մասնավորապես 2016թ. ապրիլի 12-ի հրապարակման մեջ գրված է. «Փաստինֆո»-ի տեղեկություններով՝ զոհվածներից 17-ի մարմինները խեղված են եղել, բացակայել են ականջները, որոշ դեպքերում էլ ընդհանրապես բացակայել են ականջախեցիները: Չոհված հայ մարտիկների մարմինները եղել են անդամահատված, բացակայել են ձեռքերը, դաստակները, մարմինների վրա առկա են եղել ծակած-կտրած վնասվածքներ, մեկի դեպքում էլ բացակայել է աչքը»¹⁷:

Ի դեպ, խոսքը չի վերաբերում միայն հայ զինվորների նկատմամբ հարգանք պահպանելուն: Լուսաբանումները պետք է հիմնված լինեն ունիվերսալ սկզբունքների վրա: Ապրիլի սկզբի ռազ-

¹⁷ <https://www.pastinfo.am/hy/news/2016/04/12/>

մական ինտենսիվ գործողությունների օրերին հիմնականում էլեկտրոնային լրատվամիջոցներում հրապարակվեցին աղբյուրներից սպանված զինվորականների լուսանկարներ՝ առանց դեմքը փակելու: Այս դեպքում անհրաժեշտ է փակել մարդկանց դեմքը, հեռացնել առավել արյունոտ կաղերքը կամ դարձյալ փակել՝ պահպանելով հարգանքը ոչ միայն զինվորականի, այլև հեռուստադիտողի նկատմամբ:

Կամ նաև բացառիկ դեպքեր՝ հանրային հետաքրքրությամբ պայմանավորված, երբ արդարացվում է որոշակի «շեղումը» էթիկայից: Այստեղ անհրաժեշտ է տարանջատել հանրային **հետաքրքրություն** և **հանրային հետաքրքրասիրություն** հասկացությունները: Ընդ որում՝ նման դեպքերում դա ևս պետք է արվի՝ հնարավորինս հավատարիմ մնալով էթիկական ընդունված կողմնորոշիչներին: Այս իմաստով լավագույն օրինակ էր «Հետք» էլեկտրոնային կայքի 2016թ. ապրիլի 3-ի հրապարակումը¹⁸: Պարբերականը հրապարակել էր Թալիշ գյուղում աղբյուրների զինվորականների կատարած վայրագությունները փաստող լուսանկար՝ ցույց տալով զնդակահարված ծեր ամուսիններին՝ Վալերա Խալափյանին և կնոջը՝ Ռազմելային: Հրապարակման վերնագրում նախ գլխատառերով զգուշացում էր տրված, ապա առաջնորդողում «Հետք»-ը ներդրություն էր խնդրել ընթերցողներից, որ ստիպված է վարքականոն խախտել, քանի որ այլ կերպ իրականությունը հնարավոր չէ ցույց տալ:

5. Հետկոնֆլիկտային լուսաբանումը

Հակամարտության ակտիվ փուլի ավարտմամբ լուսաբանումների կարևորությունը չի ավարտվում: Եթե այդ ընթացքում շեշտը հիմնականում տեղի ունեցածի վերաբերյալ տեղեկատվությունը ներկայացնելու վրա է դրված, ապա այս դեպքում լրատվամիջոցները պետք է իրականացնեն մի քանի գործառնայթ.

¹⁸ <http://hetq.am/arm/news/66976/vayragutyunner-talishum-zgushacum-hraparakvats-egndakaharvats-andzanc-lusankar.html>

ա) տեղեկատվություն տրամադրեն կոնֆլիկտի պասիվ շրջանի վերաբերյալ՝ ընդգծելով ընդհանուր միտումները,

բ) տեղ հատկացնեն հերոսական առանձին դրվագների, դրանցում ընդգրկված կերպարների մասին պատմությունների ներկայացմանը,

գ) տեղ հատկացնեն տեղի ունեցածի հետևանքների վերլուծմանը՝ խոսելով առավելություններից, ընդգծելով սխալները,

դ) ինչպես ռազմական գործողությունների ժամանակ, այնպես էլ հետո հարթակ լինեն խաղաղությանը նպաստող ու ամրապնդող հրապարակումների համար,

ե) լրատվական գործունեությամբ, ակտիվ լուսաբանումներով նպաստեն միջազգային ատյաններում հարցի բարձրացմանը եւ պատասխանատվության ենթարկելուն:

Առաջին 4 կետերում լրատվամիջոցները հիմնականում բավարար չափով լուսաբանումներ իրականացնում էին: Մասնավորապես նկատելի էր «Շանթ» ՀԸ-ի, «Ազատություն» ռադիոկայանի, «Սիվիլներ» համացանցային հեռուստաընկերության, «Հետք» կայքի աշխատանքը, որոնք օրական ու ժամային կտրվածքով էին տեղեկություններ հաղորդում: «Շանթ» հեռուստաընկերությունը նույնիսկ գրեթե չէր դադարեցնում հեռարձակումը:

Ինչ վերաբերում է 5-րդ կետին՝ միջազգային դատական ատյաններում պատասխանատվության հարցի բարձրացմանը նպաստելուն, ապա այստեղ պասիվություն է նկատվում: Սկզբում, ճիշտ է, հրապարակումներ լինում էին մարդու իրավունքների լայնածավալ խախտումների, Եվրոպական դատարան և միջազգային այլ ատյաններ դիմելու վերաբերյալ, բայց շատ կարճ ժամանակ անց շատ քիչ խոսվեց այդ մասին: Այս դեպքում վտանգ կա, որ ռազմական ակտիվ գործողությունների ավարտից հետո թույլ տրված ռճրագործությունները կարող են մոռացվել: Մինչդեռ լրագրողական աշխատանքը պետք է նպաստի նրան, որ այդ խնդիրները ներկայացվեն համապատասխան ատյաններում, համապա-

տասխան որակումներ տրվեն, և պատասխանատվության կանչվեն մեղավորները¹⁹:

Ամփոփում

- Ապրիլյան պատերազմի լուսաբանման ընդհանուր պատկերը սկզբում տարերային և չհամակարգված էր, սակայն ավելի ուշ հնարավոր եղավ համակարգել:
- Հրապարակումները իրականացվում էին երկու ուղղությամբ՝ տեղեկատվական և վերլուծական՝ տեղ հատկացնելով խաղաղության և համախմբման շեշտադրումներին: Հաճախ փաստերը միախառնված էին մեկնաբանություններին:
- Սկզբնական շրջանում լրատվամիջոցների համար դժվար էր կողմնորոշվել տեղի ունեցածի իրական բնույթի հարցում, քանի որ բացակայում էին իրավիճակի պաշտոնական հստակ բնորոշումները: Ի դեպ, դա տրված չէ նաև մինչև հիմա, և ոչ թե պաշտոնական աղբյուրները շրջանառության մեջ դրեցին կոնկրետ եզրույթը, այլ լրատվամիջոցները:
- Լրատվամիջոցների աշխատանքը հիմնականում հիմնված էր սեփական փորձառության վրա: Չկային ռազմական խնդիրների լուսաբանման հստակ չափանիշներ ու կողմնորոշիչներ, ինչը հակամարտության մեջ գտնվող պետություններում ուղղակի ցանկալի չէ:
- Լրատվամիջոցների համար տեղեկատվական հիմնական աղբյուրները ՀՀ ՊՆ մամուլի խոսնակի և ԼՂՀ ՊԲ պաշտոնական հաղորդագրություններն էին, սակայն դրանք բավարար չէին տեղեկատվական ողջ սպեկտրը ներկայացնելու համար:

¹⁹ Մասնավորապես տարբեր երկրների լրատվամիջոցների ակտիվ աշխատանքի և լայն լուսաբանման շնորհիվ Ռուսոնդայի ցեղասպանության հարցով ռազմական տրիբունալ ստեղծվեց, որը քրեական պատասխանատվության ենթարկեց ցեղասպանության հիմնական մեղավորներին:

- Լրատվամիջոցների աշխատանքում զգացվում էր պաշտպանական գերատեսչությունները ներկայացնող պատասխանատու պաշտոնյաների կենդանի խոսքի, տեսանկարահանումներով խոսքերի պակաս:
- Ճիշտ է՝ լուսաբանումների խիստ պարբերականությունը հիմնականում պահպանվում էր, սակայն դրանք պետք է տեղի ունենային մոտավորապես այն տրամաբանությամբ, որ եթե անգամ ոչինչ չի կատարվում, դա ևս նորություն է:
- Չնայած ընդհանուր առմամբ էթիկական և իրավական չափանիշների պահպանմանը՝ նկատվում էին նաև հրապարակումներ, որոնք այդ նորմերի խախտումներ էին: Խոսքը վերաբերում է անձի արժանապատվությանը և առաջնագծում տեսանկարահանումների թույլատրելիության չափին:
- Ժամանակային լայն կտրվածքում պահպանված չէր հաճախարարության և դրանից բխող հետևանքների, դրանց վերացման վերաբերյալ հրապարակումների հետևողականությունը:

Առաջարկություններ

Վերոնշյալ հարցերի քննարկումը և առանցքային խնդիրների վերհանումը հիմք են ստեղծում որոշակի փոփոխություններ իրականացնելու համար, որի նպատակը ռազմական գործողությունների լուսաբանման ժամանակ պատասխանատու և արհեստավարժ լուսաբանումների արդյունավետության մակարդակը բարձրացնելն է: Ըստ այդմ.

- Պահպանել չոր փաստերի ներկայացման սկզբունքը,
- Ստացված տեղեկատվությունը հրապարակելուց առաջ ուշադրություն դարձնել սկզբնաղբյուրին, ուշադիր ստուգել աղբյուրի վստահելիությունը, ճշտել պաշտոնական աղբյուրների հետ, համեմատություններ անել,
- Խուսափել խոշտանգումների վերաբերյալ մանրամասներ պարունակող հրապարակումներից: Չանտեսելով իրակա-

նությանը տեղյակ լինելու իրավունքը՝ անհրաժեշտ է հիշել նաև, որ հարազատներին ամեն անգամ ստիպում ենք վերապրել նույն ցավը, սարսափի ու վախի մթնոլորտ ստեղծում,

- Վիրավոր և բուժում ստացող զինվորականներին տեսանկարելիս և լուսանկարելիս խուսափել այնպիսի պատկերներից, որոնցում խոշոր պլանով երևում են, օրինակ, նրանց այրված դեմքը, կոտրվածքներն ու կտրված ոտքերը,
- Պահպանել նրանց արժանապատվությունը: Նման հրապարակումներով ոչ թե խղճահարություն առաջացնել, այլ կարեկցանք՝ ընդգծելով արտակարգ իրավիճակում գտնվող մարդկանց տոկոսությունն ու կամքը,
- Մշակել ռազմական թեմաներով լուսաբանումների մասնագիտական առավել ընդգրկուն չափորոշիչներ ու կանոններ²⁰,
- Ցանկացած հրապարակման դեպքում ուշադրություն դարձնել այն հանգամանքին, որ տեսանելի լինի խնդրի լուծման միտումը, բացառվի անելանելիության զգացումը,
- Ընդգծվել բարոյական չափանիշներն ու հավատը ապագայի նկատմամբ,
- Հրապարակումներում շեշտադրել ոչ թե թշնամությունը, այլ ունիվերսալ այնպիսի արժեքներ, ինչպիսիք են շնորհակալությունը, հոգատարությունը, սերը, առնականությունը,
- Տեսանելի դարձնել մարդկային տոկոսության օրինակները:

Լրագրողական պարտականությունների կատարման դեպքում պետք է առանցքային լինի այն տրամաբանությունը, որ այդ հրապարակումները մարդկային ճակատագրերի մասին են և պետք է ուղղված լինեն նրանց արժանապատվությունը բարձր պահելուն, միևնույն ժամանակ պետք է նպաստեն հայրենիքի ու պետության անվտանգության ապահովմանն ու ամրապնդմանը:

²⁰ Թեև ռազմական գործողություններից հետո ՊՆ-ն փոքրիկ ուղեցույց պատրաստեց, բայց այն բոլոր հարցերը չի ընդգրկում:

РЕЗЮМЕ

Алагулян К. А.

ОСВЕЩЕНИЕ АПРЕЛЬСКОЙ ВОЙНЫ В СМИ – ПРАВОВЫЕ И ЭТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

Ключевые слова – *апрельская война, военные действия, государственная тайна, средства массовой информации, журналист, свобода информации*

В данной статье представлены особенности освещения апрельской войны в средствах массовой информации РА. Особенное значение придается правовым и этическим проблемам ее освещения на основе международного опыта и принципов. Предметом обсуждения является вопрос правильности используемых терминов, обеспечения права людей на осведомленность, а также необходимость подобных ограничений исходя из вопросов национальной безопасности и этических норм. Основным выводом является то, что, изначальное освещение войны в смысле противостояния в медиа сфере РА носило стихийных характер, в дальнейшем приобретая систематизированный характер с соблюдением некоторых этических и правовых норм. Исходя из вышесказанного, автор предлагает разработать необходимые стандарты освещения с сохранением последовательности конфликтных и постконфликтных освещений.

SUMMARY

Alagulyan K. A.

THE ILLUMINATION OF APRIL WAR IN MASS MEDIA: THE ETHICAL AND JURIDICAL PROBLEMS

Key words: *April war, hostility, State secret, mass media, journalist, freedom of information*

This article presents the peculiarities of April war illumination in RA mass media. Particular attention is paid to the ethical and juridical problems of its illumination on the basis of international experience and principles. The matter discussed is the correctness of used terms, the provision of people's right of

awareness as well as the necessity of such limitations out of problems of national security and ethical norms. The main conclusion to make is that initially in media field of RA, the illumination of war in the sense of confrontation had a spontaneous character later developing a regular character with the integrity of some ethical norms. Taking into account above mentioned, the author suggests developing the illumination standards necessary to keep the consistency of conflict and post conflict illumination.

Պողոսյան Ա. Տ.
*Տպագիր և հեռարձակվող լրատվամիջոցների
ամբիոնի դասախոս
Էլ. փոստ՝ araks@vem.am*

ՀՈԳԵՎՈՐ-ԿՐՈՆԱԿԱՆ ՈԼՈՐՏԻ ԼՈՒՍԱՔԱՆՈՒՄԸ «ՎԵՄ» (91.1) ՌԱԳԻՈԿԱՅԱՆՈՒՄ

Բանալի բառեր - *հոգևոր-մշակութային ռադիոկայան, կրոնական-եկեղեցական լրագրություն, կրոնական-եկեղեցական ոլորտ, քրիստոնեական արժեքներ, քրիստոնեական էթիկա, հոգևոր-մշակութային հաղորդաշար*

Անկախությունը Հայաստանի Հանրապետության կյանքում ոչ միայն քաղաքական ձեռքբերում էր, այլև մտավոր և հոգևոր ազատագրում կուսակցական քարոզամեքենայի կողմից պարտադրվող գաղափարախոսությունից: Հումանիտար գիտությունները շուրջ 70 տարի այդ գաղափարախոսությանը հաշվետուի և այն կրողի կարգավիճակում են եղել: Փաստորեն, Հայաստանի քաղաքական անկախացմանը զուգահեռ կարելի է խոսել գրականության, լեզվաբանության, ընդհանրապես արվեստի, պատմագիտության, փիլիսոփայության, աստվածաբանության ոլորտների անկախացման մասին: Հանրային ոլորտ վերադարձվեց եկեղեցին, որը խորհրդային շրջանում չլուսաբանվող ոլորտ էր: Բացասական վերաբերմունքը եկեղեցու և կրոնի հանդեպ եկեղեցուն հալածական կարգավիճակում էր պահում: Իր հերթին անկախացած Հայաստանի հանրությունը մի օրում չէ, որ պիտի իրենից օտարեր 70 տարիների ընթացքում սերնդեսերունդ ձևավորված անհավատությունը և բացասական վերաբերմունքը եկեղեցու և հոգևորականի հանդեպ: Դրա համար ժամանակ էր պետք: Գուցե ևս մի 70 տարի:

Թվում էր, թե կրոնական-եկեղեցական ոլորտի լուսաբանումը պիտի խիստ կարևորվեր նորանկախ Հայաստանում, և այդ ոլորտում մասնագիտացող լրագրողներ պատրաստվեին: Օրինակ՝ Ռու-

սաստանում այսօր գործում է եկեղեցական լրագրություն, և այդ ոլորտում մասնագիտացող կադրեր են պատրաստվում: Գոնե ինձ համար անհասկանալի է լրագրության մեջ քաղաքական, տնտեսական, մարզական ոլորտների առանձնացումն ու լուսաբանումը, բայց ոչ՝ եկեղեցական: Լավագույն դեպքում այն ներառում են մշակութային ոլորտի մեջ, իսկ մշակութային ոլորտի՝ որպես հեշտ լուսաբանվող ոլորտի լուսաբանումը մեզանում ընդունված է վստահել ամենասկսնակ լրագրողների: Արդյունքում ունենք այն, ինչ որ ունենք: Հոգևոր-կրոնական հարցերը մնում են, ըստ էության, չլուսաբանված՝ անկախ նրանից, թե քանի լրատվամիջոց է անդրադարձել տվյալ խնդրին:

Հայկական ռադիոդաշտում այս իմաստով լուրջ խիզախում էր 2002 թ. Մեսրոպ քահանա Արամյանի գլխավորությամբ մի խումբ անհատների բարի կամքի դրսևորումը՝ ստեղծել հոգևոր-մշակութային ռադիոկայան՝ լրատվական միջոց՝ փոխանցելու քրիստոնեական արժեքներ, էթիկա ու բարոյականություն: Չհետապնդելով կոմերցիոն որևէ նպատակ՝ զուտ առանձին անձանց բարեգործության շնորհիվ տարիներ շարունակ գոյատևած «Վեմ» ռադիոկայանն իր առաջ խնդիր դրեց պատրաստելու հաղորդումներ, որոնց միջոցով ունկնդիրը կապ կհաստատի իր ազգի քրիստոնեական դարավոր մշակույթի հետ, կծանոթանա հոգևոր գրականության լավագույն նմուշներին, հայրաբանական մեկնություններին, սրբերի վարքին, տիեզերական սրբերի վարքագրությանը, քրիստոնեական թեմաների և խորհուրդների լուսաբանմանը, հնարավորություն կունենա ամենատարբեր թեմաներով հարցեր ուղղելու հոգևորականներին և, ըստ էության, պատվիրելու իրեն հուզող թեմաներով հաղորդումներ: Ռադիոկայանով հնչող աստվածաշնչյան ընթերցումների միջոցով ունկնդիրը ծանոթանում է սուրբգրյան խոսքին, հաղթահարում Գրքի և իր միջև եղած հեռավորությունը:

Շաբաթվա կտրվածքով հոգևոր-կրոնական ուղղվածության մեկ տասնյակից ավելի հաղորդաշարեր են հեռարձակվում՝ «Մեկնություն», «Հոգևոր Զրույցներ», «Հոգևոր Զրույցներ Համատես Ավետարանների շուրջ», «Կրոն և Մշակույթ», «Աշխարհայացք»,

«Մտորումներ», «Վարդապետություն ուղղափառ հավատքի», «Գանձասար», «Հայկական վանքեր և սրբատեղիներ», «Սիրաքի Գիրքը», «Աղոթքներ»:

1. «Հոգևոր Զրույցներ»

«Վեմ» ռադիոկայանի ամենափոքր հաղորդաշարերից է¹: Հեռարձակվում է ուղիղ եթերով: Մինչև 2011 թ. այն վարել է Արա սարկավազ Նալչաջյանը, իսկ 2011 թ. առ այսօր վարում է լրագրող Արաքս Պողոսյանը: Սա մի հաղորդաշար է, որտեղ առավել զրույց է ընթանում, քան հարցազրույց, որտեղ մի կողմում քահանային սոսկ կրավորական կեցվածքով ավանդական հարցեր տվողը չէ, և մյուս կողմում՝ քահանան՝ իր ի պաշտոնե ընդունված պատասխաններով, այլ երկու քրիստոնյայի զրույց է, ովքեր, իրար ուղղորդելով, իրար առաջ ճանապարհի բացելով, անսպասելի լուծումների են հանգում հաղորդման ընթացքում: Հաղորդաշարի վարողներն անձամբ հետաքրքրված են իրենց բարձրացրած հարցերի պատասխաններով, և ամբողջ հաղորդումն ընթանում է լարված, դինամիկ, երբեմն դրամատիկ ընթացքով: Քահանայի պատասխաններին հետևում են բազմաթիվ ամանցյալ, հանպատրաստից հարցեր, որոնք ապահովում են հաղորդաշարի ընթացքի անսպասելիությունը և օրվա թեմայի բազմաշերտությունը: Հաղորդման հեղինակներն ամեն ինչ անում են, որպեսզի ունկնդիրներն իրենք էլ իրենց մասնակից զգան այդ կենդանի հաղորդակցությանը, որ ստեղծվում է տաղավարում: Միագիծ և միջին ունկնդրի ականջին ընդունելի և հաճելի հարցադրումներ անելը, զրուցակցիդ կամա թե ակամա պահելով այդ միջին, դյուրամարս մակարդակի վրա, սույն հաղորդաշարի հեղինակների համար, որպես լրագրողական աշխատելառժ, անընդունելի է: Ամեն միջոց գործի է դրվում, որպեսզի հաղորդումը հավասարապես պիտանի լինի և՛ պարզ հավատացյալին, և՛ աթեիստ կամ թերահավատ ունկնդրին, և՛ հայրաբանությանը քաջատեղյակին: «Հոգևոր

¹ St'u vem.am/hy/128:

Զրույցների» միջոցով ունկնդիրները իրազեկվում են հոգևոր խորհուրդներին և հոգևոր աճ են ապրում:

2. «Մեկնություն» և «Վարդապետություն ուղղափառ հավատքի»

Երկու հաղորդաշարերն էլ վարում է ռադիոկայանի հիմնադիր տեր Մեսրոպ քահանա Արամյանը: «Մեկնություն»-ը առաքելական քոթերի հանգամանալից մեկնությունն է՝ հաղորդաշարի հեղինակի մատուցմամբ: Հիմք ընդունելով հայրաբանական մեկնողական գրականությունը՝ հեղինակը ունկնդրին հնարավորինս մատչելի և ունկնդրի լսելի ձևով ներկայացնում է հայրաբանական մեկնողական մտքի ծաղկաբաղը՝ սեփական մտքի պրիզմայով անցկացնելով: Ընթերցելով մեկնության կարիք զգացող սուրբգրյան համապատասխան հատվածը՝ հեղինակը, դրա վերաբերյալ հռետորական հարցադրումներ անելով, միաժամանակ տալիս է նաև պատասխանները: Կարելի է ասել՝ այս հաղորդաշարը մենախոսություն է, որ շատ նման է երկխոսության, երբ հարցադրումներ անողն ու դրանք մեկնողը միևնույն անձն է:

«Վարդապետություն ուղղափառ հավատքի» հաղորդաշարով աստվածաբանությանը քաջատեղյակ հեղինակը ներկայացնում է ուղղափառ հավատքը, այսինքն՝ եկեղեցու կողմից որդեգրված ճշմարիտ քրիստոնեական դավանանքը աստվածաբանական կարևոր եզրերի վերաբերյալ՝ դրանով իսկ օգնելով ունկնդրին զանազանել քրիստոնեական ճշմարիտ և կեղծ վարդապետություններն իրարից: Ունկնդրին Հայ առաքելական եկեղեցու ճշմարիտ վարդապետությանը իրազեկելով՝ հաղորդաշարը նպատակ ունի պաշտպանելու հայ մարդուն մերօրյա զանազան հոգեորսություններից և աղանդավորական ոտնձգություններից, որոնք հիմնականում տեղի են ունենում անձի՝ կրոնական առումով անգիտության, անտեղյակության հետևանքով:

3. «Հոգևոր Զրույցներ Համատես Ավետարանների շուրջ»

Հաղորդաշարն ուղիղ եթերում հեռարձակվում է շաբաթական մեկ անգամ²: Այն վարում է Տեր Մարկոս քահանա Մանգասարյանը: Ունկնդրին խիստ գրավիչ ոճով և ժամանակակից մարդուն հասկանալի համեմատությունների միջոցով հեղինակը ներկայացնում է չորս ավետարանների առանցքային դրվագները և անդրադառնում դրանց մեկնություններին: Հաղորդաշարն օգնում է ունկնդրին չմոլորվել Ավետարանների ընթերցման մեջ, սեփական, երբեմն սխալ և Ավետարանի ոգուն խորք եզրահանգումներ չանել, այլ միշտ ուղեցույց ունենալ եկեղեցու հայրերի մեկնությունները:

Վերոնշյալ բոլոր հաղորդաշարերը հեռարձակվում են ուղիղ եթերով և ունկնդրին հնարավորություն տալիս հարցեր ուղղելու քահանային:

4. «Մտորումներ», «Կրոն և մշակույթ»

Հաղորդաշարերի հեղինակը Կարեն Հալաջյանն է: «Մտորումներ»-ում հեղինակը անդրադառնում է մեզ քաջածանոթ այն արտահայտություններին, որոնք աֆորիզմի արժեք են ստացել, բայց շատերը տեղյակ չեն, որ դրանք փոխառված են Աստվածաշնչից: Սուբգրյան լուսի ներքո այդ արտահայտությունները բացվում են իրենց իրական իմաստով և գործառությանը:

«Կրոն և մշակույթ» հաղորդաշարն ունկնդրին հնարավորություն է ընձեռում ծանոթանալու տարբեր քաղաքակրթությունների և ժողովուրդների կրոնական հավատալիքներին, ծիսական սովորություններին: Հեղինակի՝ հետաքրքիր մանրամասներով համեմված խոսքն ունկնդրի մոտ մտապատրանք է ստեղծում՝ տարբեր դարաշրջաններում հայտնվելու և հազարավոր տարիներ առաջ ապրած մարդկանց կրոնական պատկերացումների և ավանդույթների մասին կենդանի պատկերացում ունենալու: Այս հաղորդաշարը

² St'u vem.am/hy/840:

հնարավորություն է ստեղծում քրիստոնեությունը զուգահեռելու այլ կրոնների հետ, տեսնելու դրանց միջև առկա տարբերություններն ու առանձնահատկությունները:

5. «Աշխարհայացք»

Հաղորդման հեղինակը և վարողը լրագրող Արաքս Պողոսյանն է: «Աշխարհայացք»-ը գրույց է տարբեր ոլորտի և մասնագիտության մարդկանց հետ՝ պարզելու նրանց աշխարհայացքը հավերժական թեմաների և հարցադրումների վերաբերյալ, ինչպես նաև հաղորդման հյուր(եր)ի սեփական աշխարհայացքը քրիստոնեական լույսի ներքո վերանայելու փորձ³: Հարցերի և թեմաների ամենալայն շրջանակն ունի այս հաղորդաշարը, ինչպես, օրինակ՝ «Կա՞սարդյոք հասարակության վերաքրիստոնեացման անհրաժեշտություն», «Քաղաքակա՞ն, թե՞ հոգևոր ճգնաժամ», «Գլոբալիզացիա և էկոմենիզմ», «Էվոլյուցիա՞, թե՞ արարչագործություն», «Հոգևորը աշխարհիկ գրականության մեջ» և այլն: «Աշխարհայացք» հաղորդաշարը հաճախ ներառում է առանձին շարքեր, որոնցում քննարկվում է կոնկրետ մեկ թեմա կամ ոլորտ: Հաղորդումների շարքը հնարավորություն է տալիս առավել լայնորեն և բազմակողմանի ու համապարփակ մոտեցմամբ լուսաբանելու տվյալ թեման կամ ոլորտը: Նման շարքեր են համաշխարհային գրականությանն ու փիլիսոփայությանը վերաբերող շարքերը, որոնցում համապատասխան մասնագետների հյուրընկալելով՝ հաղորդաշարի հեղինակն անդրադառնում է տարբեր դարաշրջանների փիլիսոփայական և գրական ուղղություններին ու հեղինակներին: Արդեն երկրորդ եթերաշրջանն է, ինչ «Աշխարհայացք» հաղորդաշարի շրջանակներում եթեր է հեռարձակվում «Դիմանկար» շարքը, որին հյուրընկալվում են առանձին անհատներ՝ հայտնի և անհայտ դեմքեր՝ իրենց անցած ուղով և աշխարհայացքով:

³Տե՛ս vem.am/hy/153:

6. «Գանձասար ռադիոհանդես»

Երկլեզու (հայերեն և ռուսերեն) ռադիոհանդեսը ներկայացնում է հոգևոր ընթերցումներ՝ ըստ Հայ առաքելական եկեղեցու ամենամյա օրացույցի⁴։ Այն բաղկացած է երեք մասից՝ աստվածաշնչյան ընթերցումներ, ընթերցումներ եկեղեցու հայրերի գործերից և համառոտ վարք սրբոց։ Աստվածաշնչյան ընթերցումների բաժնում ներկայացվում են տվյալ օրվա համար հայ եկեղեցու ճաշոցով նախատեսված ընթերցումները։ Երկրորդ բաժինը ներկայացնում է Աստվածաշնչի՝ օրվա խորհրդին համապատասխան որևէ ընթերցում եկեղեցու հայրերի գործերից։ Իսկ վերջին բաժնում համառոտ վարք սրբոցը նվիրված է այդ օրը հիշատակվող սրբերին։ Որպես արդյունք՝ ունկնդրի համար տարվա կտրվածքով ընթերցվում է ողջ Սուրբ Գիրքը՝ ըստ եկեղեցական օրացույցի։

Հոգևոր-կրոնական ոլորտը լուսաբանվում է նաև «Հայկական վանքեր և սրբատեղիներ», «Սիրաքի Գիրքը» հաղորդաշարերի միջոցով։ Ինչպես «Վեմ» ռադիոկայանի հին ունկնդիրներից մեկն է խոստովանել «Հոգևոր Զրույցներ» հաղորդաշարի վարդին, ինքը քրիստոնյա է դարձել և հոգևոր գիտելիքներ ձեռք բերել հենց «Վեմ»-ի շնորհիվ։ Ռադիոյի անձնակազմի վկայությամբ՝ դա ունկնդրի կողմից արված եզակի խոստովանությունն է։ շատերն են նույն միտքը տարբեր ձևերով փոխանցել «Վեմ»-ին։ Միայն խոսքի միջոցով չէ, որ «Վեմ»-ը հոգևոր արժեքներ է փոխանցում իր ունկնդրին։ Այս ռադիոկայանից հեռարձակվում են հոգևոր և դասական երաժշտության լավագույն նմուշները՝ աշխարհի լավագույն նվագախմբերի, երգչախմբերի և մենակատարների կատարմամբ։

Հոգևոր-կրոնական ոլորտի լուսաբանումը այնքան առանցքային է եղել «Վեմ»-ի համար, որ շատերը սխալմամբ կարծում են, թե սա կրոնական ռադիոկայան է, ինչը իրականում այդպես չէ։ «Վեմ»-ը հոգևոր-մշակութային ռադիոկայան է, հեռարձակում է կրթական, գիտական, քաղաքական, հասարակական, երաժշտա-

⁴ Տե՛ս՝ vem.am/hy/152, vem.am/hy/3359։

կան բնույթի ամենատարբեր հաղորդումներ, և, ըստ ռադիոկայանի կողմից անցկացված հարցումների, ունկնդիրներն ամենատարբեր նախասիրությունների տեր մարդիկ են, որոնց միավորում է «Վեմ»-ը՝ իր փոխանցած ճաշակով և արժեքներով:

РЕЗЮМЕ

Погосян А. Т.

ОСВЕЩЕНИЕ ДУХОВНО-РЕЛИГИОЗНОЙ СФЕРЫ НА РАДИОСТАНЦИИ «ВЭМ»

Ключевые слова: *духовно-культурная радиостанция, религиозно-церковная журналистика, религиозно-церковная сфера, освещение, СМИ, христианские ценности, христианская этика, радиопрограмма, вероисповедание, вера, слушатель*

В статье автор рассматривает вопрос освещения духовно-религиозной сферы на радиостанции «Вэм» и представляет те радиопрограммы, посредством которых осуществляется это освещение. Изучая проделанную годами работу данного радио, автор замечает, что радиостанция «Вэм» смогла выполнить поставленную перед собой задачу стать информационным средством, передающим христианские ценности, этику и мораль, готовящим передачи, с помощью которых слушатель устанавливает связь с многовековой христианской культурой своего народа, знакомится с лучшими образцами духовной литературы, святоотеческими толкованиями, житиями вселенских святых, узнает о христианских таинствах, имеет возможность задавать представителям духовенства вопросы по различным темам и, фактически, заказывать передачи на волнующие его темы, а также проводить параллели между различными религиями и конфессиями мира. Автор представляет по отдельности более десятка радиопрограмм, которые направлены на удовлетворение таких потребностей аудитории.

SUMMARY

Poghosyan A. T.

THE COVERAGE OF THE SPIRITUAL AND RELIGIOUS SPHERE ON RADIO VEM

Key words: *spiritual and cultural radio station, religious and ecclesiastical journalism, religious and ecclesiastical sphere, coverage, media, Christian values, Christian ethics, radio program, confession of faith, belief, listener*

In this article, the author discusses the coverage of the spiritual and religious sphere on Radio Vem and presents the radio programs through which that coverage is accomplished. Having studied the years-long activity of this radio, the author notices that Radio Vem has been able to realize its aim of becoming a communications tool that conveys Christian values, ethics and morality, prepares programs that help listeners to be connected with the centuries-old Christian culture of their people, be acquainted with the best samples of religious literature, patristic commentaries, and the lives of the universal saints, learn about Christian sacraments, have the opportunity to ask the clergy questions on various topics and, in fact, to order broadcasts on preferred topics as well as draw parallels between different religions and confessions of the world. The author presents one by one more than a dozen radio programs that meet such needs of the audience.

Ավետիսյան Ա. Շ.

*ԵՊՀ տրագիոր և հեռարձակվող լրատվամիջոցների
ամբիոնի դոցենտ, ք.գ.ք.*

Էլ. փոստ՝ a_astghik@yahoo.com

ՎԻՐՈՒՍԱՅԻՆ ԳՈՎԱԶԴ. ՀԱՆՐՈՒՅԹԻ ՈՒՇԱԿՐՈՒԹՅԱՆ ԱՐԺԱՆԱՆԱԼՈՒ ՀՆԱՐՔ

Քանալի բառեր - PR, մարքեթինգ, վիրուսային գովազդ, հաղորդագրություն, հաղորդակցություն, համացանց, կրեատիվ մոտեցում

Վիրուսային գովազդի բնութագրիչ հատկանիշներից մեկը նյութի ակնթարթային տարածումն է օգտատերերի փոխանցմամբ: Գովազդը «վիրուսային» է անվանվում ըստ իր ու կենսաբանական վիրուսների տարածման ձևի նմանության՝ մարդուց մարդուն, որտեղ գովազդի կրողն ու տարածողը հենց մարդն է: «Վիրուսային գովազդները նախատեսված են համացանցի համար: Այն ցնցող տեսանյութ է, կարճ մուլտֆիլմ, ծիծաղաշարժ կամ շոկի մեջ գցող հոլովակ: Նմանօրինակ նյութերը կարճ ժամանակահատվածում ունակ են մեծ լսարան ձեռք բերելու, քանի որ այդ գովազդը դիտած անհատի մեջ մեծ ցանկություն է առաջանում տարածելու իր ուշադրությունը գրաված հետաքրքրաշարժ հոլովակը ընկերների, ծանոթների շրջանում, սոցիալական կայքերում, ֆորումներում, հաղորդագրություններում, ինչպես նաև բանավոր խոսքի միջոցով»:¹

Նորագույն հաղորդակցական տեխնոլոգիաների զարգացմամբ վիրուսային գովազդը՝ որպես PR տեխնոլոգիա, հաջողությամբ իրականացնում է իր առջև դրված խնդիրը: Ձանգվածային հաղորդակցության միջոցների օգնությամբ արագ և հեշտ «վիրուսը» փոխանցվում է մեկ օգտատիրոջից մյուսին: Վիրուսային գովազդը կարող է լինել.

¹ **Старцев А.**, Реклама для руководителей и маркетологов, http://www.pro-reklamu.ru/book/Virusnaya_Reklama.

- Տեսահոլովակ, որը գովազդում է տվյալ օբյեկտը, հիշեցնում է ապրանքի, արտադրանքի, ծառայության կամ անհատի մասին, որտեղ կարող է միայն նշված լինել որևէ կայքէջ կամ հպանցիկ երևալ տվյալ գովազդման օբյեկտի կադրը: Օրինակ՝ Հայաստանում առաջին անգամ Էլբատ մարտկոցների գովազդի ժամանակ նախնական տեսահոլովակում երևում էր միայն այն հատվածը, թե ինչպես է սվիտոքս-հայը «Մոսկվա» կինոթատրոնի բակում լուսանկարվում, և հանկարծ երկաթե սարդ-արձանը շարժվում և վախեցնում է մարդկանց: Ամբողջ համացանցում տարածվեց տեղեկատվություն, որ Երևանում, Շառլ Ազնավուրի հրապարակի սարդը շարժվել է և անհանգստացրել խաղաղ բնակիչներին: Քանի որ վերոհիշյալ գովազդը մեծ տարածում ստացավ, ավելացավ նաև առաջին մի քանի բուպենոց հատվածը, որտեղ երևում է, որ աշխատակիցը բերում է Էլբատ մարտկոցը, տեղադրում՝ սարդ-արձանի ներքևում և միացնում, արձանը լիցքավորվում է և սկսում քայլել²:
- Լուսանկար (անհատական և կոլաժներ). վիրուսային գովազդները կարող են ունենալ գրություններ, ներկայացվել ձայնի ուղեկցությամբ, կամ լուսանկարում կարող է տեղ գտնել գովազդվող առարկայի պատկերը:
- Տեքստային հաղորդագրություններ. վիրուսային գովազդի տեքստային հաղորդագրությունների հրաշալի օրինակ է անեկդոտը կամ ցնցող նորությունը:
- Չայնային. միայն ձայնային վիրուսային գովազդներ ստեղծելը շատ ավելի դժվար է: Սա ավելի շատ հիպոտեթիկ է, քանի որ ստեղծել որակյալ «վիրուս»՝ հիմնվելով միայն ձայնի վրա՝ առանց նկարի, և՛ բարդ է, և՛ պակաս արդյունավետ՝ համեմատած վիզուալ գովազդների հետ:
- Մանկական խաղալիքներ՝ որպես որևէ ապրանքի հավելում (օրինակ՝ չիփսեր կամ խաղաքարտեր նախաճաշի համար նախատեսված ուտելիքների հետ):

² <https://www.youtube.com/watch?v=LFzbwqqX0iU>, Вирусная Реклама Аккумуляторов "ELBAT, 2012.

- Այլ բնույթի (որտեղ կարող են մտնել տարաբնույթ հետաքրքիր վիրուսային գովազդի օրինակներ):

Վիրուսային գովազդի ամենատարածված և արդյունավետ ձևը տեսահոլովակն է: Վիրուսային գովազդը, ինչպես յուրաքանչյուր այլ գովազդ, առաջին հերթին պետք է տեղեկատվություն հաղորդի գովազդվող ապրանքի մասին: Բայց տեսահոլովակը, որը պարունակում է զուտ տեղեկատվություն արտադրանքի կամ կազմակերպության մասին, դիտողի մեջ չի առաջացնի տարածելու և «կիսելու» ցանկություն: Մեզ շրջապատող աշխարհում հազարավոր գովազդների կարելի է հանդիպել, սակայն վիրուսային գովազդը, ի տարբերություն սովորական գովազդի, առանց «պարտադրանքի» է տարածվում:

Վիրուսային գովազդը պետք է կազմված լինի հետևյալ երկու բաղադրիչներից.

- տեղեկատվություն գովազդվող արտադրանքի մասին,
- «մոտիվացիա», որի համար դիտում են մմանատիպ գովազդները (լիքեալական դեպքում այս երկու բաղադրիչները պետք է ծառայեն մեկ գաղափարի, բայց սա հազվադեպ երևույթ է):

Եթե առաջին բաղադրիչի դեպքում ամեն ինչ պարզ է, ապա երկրորդի պարագայում պետք է հաշվի առնել՝ ինչն է միշտ ու ամենուր շարժում մարդկանց հետաքրքրությունը, ինչը կարող է երկար ժամանակ և հետաքրքրությամբ քննարկվել հանրության կողմից: Ելնելով վերոնշյալներից՝ առանձնացնում ենք հետևյալ «հնարքները».

- պայքար, սկանդալ,
- սեքս՝ հակառակ սեռի գրավիչ տեսք կամ սեռական հարաբերություններ (կամ դրա ակնարկ),
- աղմկահարույց իրադարձություն կամ հուզական ցնցում (բայց ոչ գարշանքի աստիճանի),
- հումոր, զվարճանք – ծիծաղ առաջացնող իրավիճակներ, կատակներ, կախարդական հնարքներ և այլն:

Վիրուսային գովազդներ պատրաստողները լսարանի ուշադրությունը գրավելու համար օգտագործում են հետևյալ մեխանիզմները՝

- մասնակցություն իրադարձություններին, երբ լսարանն ունի հնարավորություն փոփոխելու դեպքերի ընթացքը կամ իրադարձության զարգացման տարբերակներից մեկը,
- հայտնի մարդու մասնակցությունը գովազդում:

Վիրուսային գովազդ ասելով՝ պետք չէ հասկանալ միայն ծիծաղաշարժ, գրավիչ հոլովակներ կամ լուսանկարներ, որոնք փոխանցվում են մեկից մյուսին: Վիրուսային գովազդի գերխնդիրներից մեկը գովազդվող արտադրանքի մասին ավելին իմանալու ձգտում առաջացնելն է, դրա մասին համացանցում հավելյալ տեղեկատվություն փնտրելը: Սովորաբար վիրուսային գովազդ ստեղծողները հպարտորեն են նշում դիտումների թիվը, բայց արդյոք սա³ է նմանօրինակ գովազդների հիմնական նպատակը: Հայաստանում «Elbat» մարտկոցների վիրուսային հոլովակը մեկ շաբաթվա ընթացքում ունեցավ 76.366 դիտում: Ի դեպ, այն առաջին վիրուսային հոլովակն էր Հայաստանում: Հարևան Ռուսաստանում վիրուսային տեսահոլովակները թրենդային են համարվում և համարձակ գովազդատուների համար համացանցային լսարանի հետ շփման միջոց են:

«Քննարկելով «Դժոխային սկյուռիկ» 3 (Адская белочка) սոցիալական գովազդը, որը 2010 թվականի նոյեմբերին հայտնվեց համացանցում, կտեսնենք, որ այն դիտվել է միլիոնավոր մարդկանց կողմից: Բայց առաջին հայացքից տպավորություն ենք ստանում, որ գովազդվում է ալկոհոլ, մինչդեռ հաղորդագրությունը գովազդի ճիշտ հակառակն է: Մյուս կողմից՝ գովազդը դժվար թե ծառայած լինի իր նպատակին՝ իմանալ ավելին հարբեցողության մասին կամ, որ առավել անհավանական է, ինչ-որ մեկը դադարել է ալկոհոլ օգտագործել՝ ելնելով այս սոցիալական գովազդից: Փաստացի այս

³ http://www.pro-reklamu.ru/statyi_marketing_reklama/item/35

գովազդները ոչ այնքան միտված են հարբեցողության դեմ պայքարին, որքան հարբեցողներին ծաղրելուն»⁴:

«Վիրուսային գովազդն ունի որոշ առավելություններ գովազդի ավանդական միջոցների համեմատ.

- Վիրուսային գովազդի մեթոդներն ինտերակտիվ են: Վերջինիս ստեղծողներն ակնկալում են հետադարձ կապ:
- Հաղորդակցային գործընթացի մասնակիցների միջև կա փոխադարձ վստահություն, որն առկա չէ ավանդական ձևերում:
- Վիրուսային գովազդի տարածումը ֆինանսական տեսանկյունից շահեկան է: Նմանօրինակ գովազդների պատրաստումը և համացանցում տարածումը անհամեմատ էժան են հեռուստագովազդի պատրաստումից և տարածումից:
- Վիրուսային գովազդներն ավելի «երկարակյաց» են:
- Համացանցում օգտատերը գովազդը կարող է դիտել, երբ հարմար է իրեն: Օգտատերը հոլովակը կարող է դիտել, երբ և որքան ցանկանա:

Արտադրանքը լսարանին այս կերպ ներկայացնելով՝ նպաստում ենք հանրության ուշադրության հրավիրմանը: Հաշվի առնելով վիրուսային գովազդի առանձնահատկությունները՝ մասնագետները խորհուրդ են տալիս այն կիրառելու նոր բրենդի կամ հին բրենդի նորովի մատուցման դեպքում»:⁵

Վիրուսային հաղորդակցությունը օժտված է վիրուսային գովազդի հաջող «քարտզարշավ» իրականացնելու ունակությամբ:

ՎԻՐՈՒՍԱՅԻՆ ԳՈՎԱԶԳԻ ԵՎ ԷՊԱՏԱԺԻ ՏԱՐԲԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ

Էպատաժը սկանդալային հնարք է, պլանավորված, արտակարգ, ինքնաբավ վարքագիծ, որը խախտում է ընդունված չափա-

⁴ http://www.pro-reklamu.ru/book/Virusnaya_Reklama

⁵ Տե՛ս **Ульяновский А. В.**, **СОВРЕМЕННЫЕ РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**, 2011, էջ 37:

նիշները և կանոնները՝ ստեղծելով էպատաժային շոու կամ նկարահանելով բաց տեսարաններով հոլովակ համացանցում տարածելու համար: Էպատաժ ստեղծողները չեն կարևորում վարակիչ, վիրուսային ներուժով օժտված լինելը, ինչպես նաև այդքան էլ էական չէ, թե ինչպես կանդիդատուհա հոլովակը գովազդատուի կերպարի վրա: Որպես վատ օրինակ՝ կարող ենք ներկայացնել «Չկա գլուխ, չկա խնդիր» («Нет головы — нет проблем») քարոզարշավը՝ կազմակերպված «Melon Fashion Group»-ի կողմից (կանացի հագուստի ապրանքանիշ - «եղի՛ր ազատ» - “be free”):

«Էպատաժ» նշանակում է շոկային, սկանդալային մտածված հնարք, որը չի համապատասխանում օրենքի, իրավունքի, բարոյականության նորմերին և իրականացվում է ուշադրություն գրավելու նպատակով, իսկ ավելի նեղ իմաստով՝ հասարակության կողմից ընդունված համընդհանուր նորմերի խախտում: Մպառողը նմանատիպ գովազդ տեսնելու պարագայում ինքնըստիմքյան սրում է իր ուշադրությունը, քանի որ այն չի համապատասխանում իր մեջ արմատավորված նորմերին: Եվ արդեն կարևոր չէ՝ հիանո՞ւմ է դրանով, թե՞ զայրանում. ցանկալի ազդեցությունն արդեն ստացված է: Էպատաժային կամ շոկային մարքեթինգը սկանդալային գովազդն է, որը ուշադրությունը հրավիրում է կոնկրետ ապրանքի վրա: Ամենավառ օրինակը ոչ ցենզուրային տեքստով գովազդն է:

Էպատաժային գովազդը հաճախ անվանում են նաև պարտիզանական գովազդի տարատեսակ՝ ակնարկելով վերջինիս փոքր բյուջեն, սակայն սա չի համապատասխանում իրականությանը: Հաճախ շոկային ազդեցությունը պահանջում է հսկայական ծախսեր, հատկապես, եթե խոսքը գովազդային հոլովակի մասին է: Պետք է հիշել նաև այն, որ մարքեթինգի այս տարատեսակն ունի որոշակի ռիսկեր: Եթե պարտիզանական կամ բացահայտված «թաքնված մարքեթինգը» առաջացնում է ջղաձգություն, ապա շոկայինը սպառնում է նրանով, որ գնորդների որոշակի խումբ կարող է ընդհանրապես հրաժարվել տվյալ ընկերության արտադրանքից, եթե, օրինակ, գովազդն ունենա ռասսայական, սեռական, տարիքային կամ այլ բնույթի խտրականության տարր: Ավելին՝ էպատա-

ժային գովազդն արգելվում է ցուցադրել հեռուստատեսությամբ: Արդյունքում գովազդ արտադրողը հայտնվում է երկու քարի արանքում: Մի կողմից՝ սպառողներն են, որոնց գովազդը ոչ միայն չի գրավի, այլև կվանի, մյուս կողմից՝ օրենսդրությունը, որը կարող է գովազդը համարել անօրինական և արգելել այն: Այս պատճառներից ելնելով՝ այսօր գրեթե բացակայում է էպատաժային կամ շոկային գովազդը, իսկ եթե նույնիսկ հանդիպում է, ապա միայն կրճատ տարբերակներով:

Էպատաժին բնորոշ գծերն են՝

- «խաղալ» տաբու համարվող թեմաների հետ (սեքս, մահ, բռնություն,
- անսպասելիություն, ոչ սովորական վիճակ:

«Էպատաժը շատ կողմնակիցների հետ մեկտեղ ունի մաս մրցակիցներ: Բարիկադների երկու կողմերում էլ կանգնած են և՛ գովազդատուներ, և՛ հասարակ մարդիկ, և՛ հոգեբաններ: Մեկն էպատաժն անվանում է «գռեհիկ կեղծ կրեատիվություն», մյուսը՝ շահույթի միջոց, որի հաջողության դեպքում դառնում է տվյալ բրենդի գովազդների հիմնական բաղադրիչը: Էպատաժը հարաբերական հասկացություն է. այն, ինչ երեկ հասարակությանը գրգռում էր, այսօր նորմալ է դիտվում: Գովազդ պատրաստողները պետք է հիշեն՝ «նույն գետը երկու անգամ չեն մտնում»: Սա, իհարկե, չի նշանակում, որ նույն էպատաժային հնարքը կրկին կիրառել չի կարելի, այլ պետք է իրացնել մեկ այլ լսարանի համար»⁶:

Էպատաժի խնդիրը ուժեղ հույզեր առաջացնելն է, այն չի կարևորում հետադարձ կապի առկայությունը: Էպատաժն առաջացնում է վառ, դրական հույզեր, թարմության զգացում, պատկերացում և անսովորություն՝ օգտագործելով ազդեցիկ մեթոդներ՝ ցնցելու և ապշեցնելու հասարակությանը: Առաջացնում են բուռն քննարկումներ և ստեղծում հետաքրքրության բուլետենի ան: Գրագետ ստեղծված էպատաժները կապված չեն բրենդի հետ, նրան որևէ օգուտ չեն բերում, դրա համար էլ շուտ մոռացվում են:

⁶ Տե՛ս <http://www.pro-reklamu.ru/book/epatage>, Эпатаж в рекламе.

Ամփոփելով նշենք, որ վիրուսային գովազդները, լինելով համեմատաբար նոր իրողություն Հայաստանում, դեռևս այդքան մեծ տարածում չունեն:

РЕЗЮМЕ

Аветисян А. Ш.

ОСОБЕННОСТИ ВИРУСНОЙ РЕКЛАМЫ: ТЕХНОЛОГИЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОСТИ

Традиционные методы онлайн-продвижения уже не эффективны, и нам приходится искать более креативные пути решения проблемы. Одним из лучших современных методов является создание вирусного текста или видео, что дает возможность привлечь внимание общественности к товарам или услугам компаний. Хорошая вирусная реклама, как способ форматирования коммуникации, играет важную роль в рекламных кампаниях.

Ключевые слова: *PR, маркетинг, вирусная реклама, текст, релиз, коммуникация, интернет, креативный подход.*

SUMMARY

Avetisyan A. Sh.

THE FEATURES OF VIRAL ADVERTISEMENT: A TECHNIQUE TO DRAW PUBLIC ATTENTION

Traditional methods of online promotion are not effective anymore, and we have to find more creative ways to solve the problem. One of the best modern options is to create viral text or video, which will give an opportunity to draw public attention on the goods or services. A good viral advertisement, as a technique to format communication, has an essential asset in advertising campaigns.

Key words: *PR, marketing, viral advertisement, release, communication, internet, creative approach.*

**ՁԼՄ-ՆԵՐԻ ՊԱՏՄՈՒԹՅԱՆ
ՀԻՄՆԱՀԱՐՅԵՐ**

Պետրոսյան Դ. Վ.

*Նոր մեդիայի և հաղորդակցության
ամբիոնի վարիչ, ք. գ. դ., պրոֆեսոր
Էլ. փոստ՝ davidpetrosyan@ysu.am*

ԱԶԳՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆ ԱԶԱՏՈՒԹՅԱՆ ԽՆԴԻՐՆԵՐԸ «ՓՈՐՉ» ԱՄՍԱԳՐՈՒՄ (1876-1881 ԹԹ.)

Բանալի բառեր - *հայ ժողովուրդ, արևելահայ, արևմտահայ հայր-
վածներ, ազգային արժեհամակարգ, պահպանողական հոսանք, ազգու-
բյուն, քաղաքական ազատություն, ինքնավարություն*

Ազգային արժեհամակարգը՝ իբրև տվյալ ազգի մտահոգևոր հարստության մնայուն գործոն, սնվում է արքեպիսկոպիան իրողություներով, բայց և ժամանակի ընթացքում կարող է փոփոխություններ կրել: Այդ համակարգի որոշ հատկանիշներ, կախված տվյալ դարաշրջանում ազգային-պետական կառուցվածքի յուրահատկություններից, մղվում են երկրորդ պլան: Դա նկատելի է հատկապես այն ժամանակ, երբ առաջնային են դառնում ազգի գոյատևման խնդիրը, ինքնապահպանման բնագոյը:

Այսպիսին էր պետականագուրկ հայ ժողովրդի վիճակը 19-րդ դարում: Ուստի նրա մտավոր էլիտան (ընտրախավը) փորձում էր ազգային ինքնագիտակցության խթանմամբ վերստին ստեղծել գաղափարական այն արժեհամակարգը, որ նախորդ դարերի ընթացքում խամրել կամ մոռացության էր մատնվել:

Այս նպատակն էին հետապնդում 19-րդ դարի երկրորդ կեսին հայ իրականության մեջ կազմավորված հոսանքները, որոնց ներկայացուցիչները, գաղափարական այս կամ այն ուղղությամբ տուրք տալով, իրենց պարբերականներում առաջարկում էին ազգային առաջընթացի սեփական ըմբռնումները: Դրանով իսկ ուղղակիորեն թե անուղղակիորեն նրանք արծարծում էին ազգային արժեհամակարգի մի շարք խնդիրներ, որոնց վերանայումը ժամանակի հրամայականն էր:

Այդ տասնամյակներին գաղափարապես ամենաազդեցիկը պահպանողական հոսանքն էր, որի մամուլի օրգանների, դրանց խմբագիրների, աշխատակիցների մասին պատմաքննական մի շարք ուսումնասիրություններ են գրվել հայ մամուլի պատմաբան-ների կողմից¹:

Սեր նպատակն է քննության առնել «Փորձ» ամսագրի (1876-1881 թթ., խմբագիր՝ Աբգար Հովհաննիսյան) էջերում ազգային համակարգի երկու բաղադրիչները՝ ազգությունը և քաղաքական ազատությունը մարմնավորող առանցքային մի քանի դրույթներ և դրանց մատուցման առանձնահատկությունները պահպանողական գաղափարախոսության դիտանկյունից:

Մինչ նշված խնդրին անդրադառնալը մի քանի խոսք պահպանողական հոսանքի գաղափարական հայեցակարգի մասին: Պահպանողականությունը սկիզբ է առել 18-րդ դարի վերջին Եվրոպայում: Նրա գաղափարախոսներից մասնավորապես Է. Բերքը գտնում էր, որ «քաղաքական սկզբունքները պետք է հարմարեցնել ազգային ավանդույթներին, սովորույթներին և հասարակական-քաղաքական ինստիտուտների արդեն արմատավորված ձևերին»: Եվ հասարակության նպատակն է ոչ թե թվացյալ ազատությունների ստեղծումը, «որը հանգեցնում է համընդհանուր անարխիայի, այլ արդեն գոյություն ունեցող ավանդույթների վրա հիմնված ազատությունների պահպանումը»²:

Պահպանողականության առանցքային դրույթները դրված են նաև 19-րդ դարի երկրորդ կեսին ձևավորված հայ ազգային-

¹ Տե՛ս մասնավորապես **Մխիթարյան Մ. Հ.**, XIX դարի երկրորդ կեսի արևելահայ պարբերական մամուլի պատմությունից («Փորձ», «Արձագանք»), Հայկ. ՍՍՀ ԳԱ հրատ., Եր., 1976, **Հովհաննիսյան Ա.**, 19-րդ դարի 50-60-ական թվականների արևելահայ հասարակական-քաղաքական հոսանքները, «Պատմա-բանասիրական հանդես» (ՀՍՍՌ ԳԱ), 1965, № 4, էջ 55-78, 1966, № 1, էջ 33-62, **Խառատյան Ա.**, Հայ հասարակական հոսանքները XIX դ. 50-70-ական թվականներին, «Պատմա-բանասիրական հանդես», Եր., 2006, N 1, էջ 272-284 և այլն:

² **Մարգարյան Մ.**, Պահպանողականություն, «Պահպանողական հոսանքներ և գաղափարներ», Եր., 2010, էջ 6:

պահպանողական հոսանքի գաղափարական հիմքում: Մասնավորապես այդ հոսանքի գլխավոր՝ ազգային պահպանողական թևի ներկայացուցիչները, մերօրյա հետազոտողի կարծիքով, ելնում էին «արևմտահայ և արևելահայ հատվածների, ինչպես և գաղթօջախների հայության ազգային-հոգևոր միասնության գաղափարից: Հայ Առաքելական եկեղեցու ավանդույթների, դավանական ինքնության, ազգային լեզվի պահպանության ու մշակման և դրանց ընդառաջող կրթության ու լուսավորության համակարգի ստեղծումը այն նշանախեցն էր, որի վրա ազգային պահպանողականները հիմնում էին իրենց աշխարհայացքային կողմնորոշումները»³:

Սինչ «Փորձ» ամսագրի հանդես գալը պահպանողական և լիբերալ ուղղությունների կողմնակիցները որոշակի ճանապարհ էին անցել: 1850-60-ականներին ազգի վաղվա օրվա, նրա հասարակական-տնտեսական կառուցվածքների, լեզվի, եկեղեցու և մի շարք այլ հիմնախնդիրների շուրջ սուր բանակռիվներ էին ընթացել արևելահայ ու արևմտահայ պարբերականների էջերում. դրանք շարունակվում էին նաև 70-ական թվականներին: Ուստի «Փորձ»-ի խմբագիրը նախքան հանդեսի հրատարակումը ճշտում է իր գաղափարական դիրքորոշումը և ամսագրի առիթով հրապարակած «Հայտարարության» մեջ մասնավորապես ընդգծում, որ ինքը շարունակելու է նախորդ պարբերականներից «Հյուսիսսփայլ»-ի և «Կռունկ հայոց աշխարհին»-ի սկսած գործը⁴: Խմբագրի նախընտրած պարբերականներն արդեն իսկ խոսում են նրա աշխարհայեցողության սահմանների մասին: «Հյուսիսսփայլ»-ը լուսավորական, դեմոկրատական գաղափարներ քարոզող ամսագիր էր: Վերջինիս հետ իր հոգեհարազատությամբ Աբգար Հովհաննիսյանը նախապատրաստում էր լսարանին, որ «Մշակ»-ի՝ պահպանողականների հասցեին արվող բնութագրումները միակողմանի են և չեն համա-

³ Խառատյան Ա., Հայ հասարակական հոսանքները XIX դ. 50-70-ական թվականներին, «Պատմա-քառասիրական հանդես», Եր., 2006, N 1, էջ 273:

⁴ Տե՛ս Մխիթարյան Մ. Հ., XIX դարի երկրորդ կեսի արևելահայ պարբերական մամուլի պատմությունից («Փորձ», «Արձագանք»), Հայկ. ՍՍՀ ԳԱ հրատ., Եր., 1976, էջ 129-130:

պատասխանում ազգային արժեհամակարգի այն ըմբռնումներին, որոնցով հանդես են գալու «Փորձ»-ի խմբագիրը և իր թիմակիցները: Այդ արժեհամակարգի երկու դրույթների՝ ազգության և քաղաքական ազատության քննությամբ փորձենք մատնանշել ամսագրի գաղափարական ընթացքը 1870-ական թթ. վերջին:

1. Ազգության խնդիրը «Փորձ»-ի էջերում

Դեռևս 18-րդ դարավերջին սկիզբ առած քաղաքակրթական նոր շարժումը, ի դեմս ֆրանսիական հեղափոխության, ազգային ինքնագիտակցության արթնացման գորեղ խթան հանդիսացավ եվրոպական ազգերի համար: Ազգության գաղափարը, եվրոպացի որոշ տեսաբանների կարծիքով, դարձել էր 19-րդ դարի գլխավոր «հատկանիշը»⁵:

Ազգության խնդիրը արևելահայ պարբերականներում առանձնակի սրությամբ դրվեց դարի երկրորդ կեսին: Վերջինիս կարևորությունն ընդգծում էին հատկապես Ստ. Նազարյանն ու Մ. Նալբանդյանը, որոնք, քաջատեղյակ լինելով եվրոպական մտածողների աշխատություններին, «Հյուսիսսափայլ»-ի էջերում հիմնահարցը քննում էին հայ իրականության համատեքստում: Նշելով, որ «ազգությունը ապրում է, եթե նորա մեջ կա արտաքին, ավերիչ ուժերի հավասարակշիռ գորություն», Նալբանդյանը համոզված էր, որ, «եթե չկա այդ գորությունը, արտաքին ուժերը, հաղթահարելով ազգությունը, լուծում են նորա կազմվածքը»⁶:

«Փորձ»-ի տեսաբանները շարունակում են ընդլայնել «Հյուսիսսափայլ»-ի գաղափարախոսների մտորումները հայ ազգի անցած ճանապարհի, ներկա դրության, քաղաքակիրթ ազգերի շարքում նրա արժեհամակարգը վերականգնելու և մի շարք այլ խնդիրների շուրջ: Այս հարցում ակտիվ էին հատկապես «Փորձ»-ի աշխատակիցներ Ստեփանոս Պալասանյանը և Ալեքսանդր Երիցյանը: Եր-

⁵ Տե՛ս «Ազգության խնդիրը, պրոֆեսոր Զիգֆրիդ Բրի», «Փորձ», Թիֆլիս, 1877, թիվ 3, էջ 203:

⁶ Նալբանդյան Մ., Երկեր, «Սովետական գրող» հրատ., Եր., 1985, էջ 505:

կուսն էլ քաջատեղյակ էին այդ տասնամյակներին ազգության մասին եվրոպական տեսական մտքի խոշոր ներկայացուցիչների աշխատություններին: Ուստի «Փորձ»-ի հրատարակության առաջին իսկ տարիներին նրա էջերում, ինքնուրույն հոդվածներից բացի, քարգմանաբար տպագրվում են գերմանացի պրոֆեսոր Ջիզֆրիդ Բրիլի՝ ազգության խնդրի մասին կարդացած դասախոսությունը⁷, «Ազգերի զարգացման օրենքները» խորագրով հոդվածը⁸ (ֆրանսերենից հայերեն փոխադրել էր Ստ. Պալասանյանը) և այլ հրապարակումներ: Ստ. Պալասանյանը որոշ ժամանակ անց ինքն է տպագրում ծավալուն մի հոդված՝ «Տասնևիններորդ դարու նշանաբանը», հանգամանորեն ներկայացնում է ազգության խնդրին առնչվող հիմնարար դրույթները և հայոց ազգային ինքնության, նրա դարավոր ու ներկա ընթացքի հիմնական ուղղությունները:

Հեղինակին հուզում է ազգության խնդիրն իր ամբողջության մեջ, ինչը ենթադրում է այդ գաղափարի քննությունը մի շարք հարթություններում՝ ազգություն-քաղաքակրթական առաջադիմություն, ազգություն-քրիստոնեություն, ազգություն-ընկերային կյանքի երևույթներ (սեփականության իրավունք, լեզու, ավանդույթներ, քաղաքական կյանք, պետություն և այլն): Հիշյալ խնդիրների տեսական քննությունը հիմք է տալիս Պալասանյանին անցում կատարելու դեպի ազգային փոխհարաբերություններ⁹ և կանգ առնելու մասնավորապես մեծ և փոքր ազգերի գոյության իրավունքի, նրանց զարգացման հեռանկարների վրա:

Այս համատեքստում ուշագրավ են հայության՝ իբրև ազգային միավորի մասին նրա մտորումները: Աշխատության վերջում հռետորական հարց հնչեցնելով՝ «Հայաստան աշխարհը արժանի՞ է արդյոք արևմտյան ազգերի համակրությանը...», Պալասանյանը դրական եզրակացությունների է հանգում՝ մասնավորապես նշելով.

⁷ «Ազգության խնդիրը, պրոֆեսոր Ջիզֆրիդ Բրիլ», «Փորձ», 1877, թիվ 3, էջ 202-219:

⁸ Տե՛ս «Ազգերի զարգացման օրենքները», «Փորձ», 1877, թիվ 3, էջ 222-256:

⁹ Ի դեպ, հոդվածում հստակորեն տարանջատված չեն «ազգ» և «ազգություն» հասկացությունները: Հիմնական մասում «ազգությունը» դիտարկվում է իբրև ազգային առանձնահատկությունների էութենական բնութագրում, թեև որոշ տեղերում ազգությունը ներկայացվում է նաև «ազգ» իմաստով:

«Ոչ ոք կարող չէ գոյության իրավունքից զրկել այն ազգին, որի ուսերի վրա բարձած էր անցյալում քրիստոնեական գաղափարի համար տված պատերազմի ծանրությունը, և որին, նույնիսկ արևմտյան ազգերի կարծիքով, վիճակված է ապագայում նոր քաղաքակրթության միջնորդ հանդիսանալ եվրոպական և ասիական ազգերի մեջ»¹⁰:

2. Քաղաքական ազատություն. խնդիրներ և հեռանկարներ

Ազգության խնդրի արդիական հնչեղությունը, վերջինիս շուրջ «Փորձ»-ի հեղինակների մտորումները նրանց մղում են հաջորդ կարևոր հանգրվանին. դարավոր ավանդույթներով հարուստ, ձևավորված ազգի զարգացման ընթացքն անհնար է պատկերացնել առանց նրա քաղաքական ազատության: Խնդրի դրվածքն առավել սուր բնույթ է ստանում 1877-1878 թթ. ռուս-թուրքական պատերազմի տարիներին: Ամսագրի՝ այս շրջանում լույս տեսած համարներում տպագրվում են մի շարք հոդվածներ, որոնցում փորձ է արվում համատեղելու միջազգային պրակտիկան և ազգային կյանքի քաղաքական հնարավորություններից բխող ներքին միտումները:

«Փորձ»-ի 1877-1878 թթ. 1-4 համարների հրապարակումների վերնագրերն արդեն իսկ խոսում են՝ «Տաճկաստանի հայոց իրավունքները և նոցա սահմանադրությունը» (1876, NN 1, 2, 1877, NN 3, 4), «Տաճկական Հայաստանի անկախությունը» (1877-1878, N1), «Տաճկական Հայաստանի ինքնավարությունը» (1877-1878, N3), «Տաճկական Հայաստանի ազատությունը և անգլիական մամուլը» (1877-1878, N2) և այլն: Սրանց գուգահեռ՝ հոդվածագիրների տեսադաշտում են եվրոպական փոքր ազգերի (հույներ, սերբեր, բուլղարներ) պայքարը իրենց քաղաքական ազատության համար և այդ հարթակում մեծ տերությունների դիվանագիտական խաղերը:

Տվյալ դեպքում մեզ հետաքրքրողը «Փորձ»-ի հեղինակների այն հիմնավորումներն են, որոնք հնարավորություն կտային հայե-

¹⁰ **Պալասանյան Ս.**, Տասնևիններորդ դարու նշանաբանը, «Փորձ», 1877-1878, թիվ 1, էջ 133:

րին իրենց քաղաքական ազատությանը խոչընդոտող արգելքները հաղթահարելու:

Ընդհանրացնենք առավել կարևորները՝

ա) Հայկ Նահապետի՝ մեզ ավանդած անկախության արքետիպը և նրա վերարթնացումը 19-րդ դարի քաղաքակրթական նոր զարգացումների պայմաններում,

բ) հայ ազգի դարավոր ինքնամեկուսացումը. օտարների կարծիքը նրա մասին,

գ) հայերի նոր առաքելությունը՝ միջնորդ դառնալու Արևմուտքի և Արևելքի միջև,

դ) Արևմտյան (Տաճկական) Հայաստանի՝ իբրև առանձին քաղաքական միավորի ինքնավարությունը, նրա օգտակարությունը տարածաշրջանի համար:

Նշված ընդհանրացումներից յուրաքանչյուրը «Փորձ»-ի հոդվածներում ներկայացվում է համապատասխան փաստերով ու փաստարկումներով: Ավելին՝ հարկ եղած դեպքում հեղինակները հռետորական և հուզական երանգներ են հաղորդում իրենց խոսքին՝ ընթերցողի ազգային արժանապատվությունը վերստին արթնացնելու մղումով. «Հայկը ներշնչել է մեր մեջ անկախության ոգին, Արամը ժառանգել է մեզ անձնվեր հայրենասիրություն, Արտաշեսներն ու Տիգրանները-անվեհեր քաջասրտություն, Տրդատներն ու Ներսեսները-աշխարհաշինություն...»¹¹, -վստահեցնում է հոդվածագիրը:

Սրան զուգահեռ՝ «Փորձ»-ի հրապարակումներում քիչ չեն մաս ազգի ներկա տխուր վիճակի սթափ գնահատումները: Հատկապես սուր քննադատության է ենթարկվում դարերով «մեր վարած փակ ու անհաղորդ կյանքը», որի հետևանքով քաղաքակիրթ աշխարհից մեկուսացած հայը հայտնվել է քաղաքակրթական զարգացումների լուսանցքում: Ներքին անվստահությունն ու ինքնօտարումը անտարբերություն են առաջացրել նույնիսկ օտարի կարծիքի հանդեպ:

Այս ամենով հանդերձ՝ հռետեսության երանգները «Փորձ»-ի հոդվածներում թույլ են, քանի որ խմբագրության և նրա աշխատակիցների առաջնային խնդիրը, հատկապես ռուս-թուրքական պա-

¹¹ «Տաճկական Հայաստանի անկախությունը», «Փորձ», 1877-1878, քիվ 1, էջ 361:

տերազմի տարիներին, ազգային լսարանին քաղաքականապես հասունացնելն ու լավատեսությամբ համակելն էր: Ուստի կարևոր են մասնավորապես մեր նշած վերջին երկու ենթակետերի ուղղությամբ այդ հրապարակումներում արված դիտարկումները:

Հայերի առաքելությունը՝ միջնորդ դառնալու Արևելքի ու Արևմուտքի միջև, գայթակղիչ գաղափար էր և հողվածներում շրջանառվում է մի քանի անգամ: Ուշագրավ է, որ հողվածագիրները հաճախ են մեջբերում օտարազգի գործիչների կարծիքները: Սա ազգային հարցին միջազգային հնչելություն հաղորդելու յուրօրինակ հնարանք էր, որի մասին պետք էր տեղեկացնել ինքնամեկուսացման նիրհից արթնացող հային: «Փորձ»-ի հեղինակը օտար մատենագիրներից հղում է անում Բարոն Հակստհաուզենին: «Բոլոր նշաններից երևում է,- գրում է Հակստհաուզենը,- որ հենց այս ազգը աստվածային տեսչությամբ ընտրված է **իբրև միջնորդ քրիստոնեությունը և քաղաքակրթությունը տարածելու Արևելքում** (ընդգծումը հեղինակինն է- Դ. Պ.): Տարակույս չկա, որ մեծ պատմական համաշխարհային նշանակություն ունի այն հանգամանքը, որ այս քրիստոնյա ժողովուրդը ցրված է մի մեծ տարածության վրա, Մարոկկոյից սկսած մինչև Չինաստան, և միևնույն ժամանակ նորա բոլոր անդամները կապված են միմյանց հետ հասարակական, քաղաքական ու կրոնական կապերով և մի ազգային միություն են կազմում»¹²:

«Միջնորդ դառնալու» առաքելությունը, բնականաբար, ենթադրում էր եվրոպական տերությունների կողմից հայ ազգին սատարելու և նրան պետական-քաղաքական մարմնի լիազորություններով օժտելու անհրաժեշտություն: «Փորձ»-ի հեղինակները իբրև լավագույն տարբերակ դիտարկում են Օսմանյան կայսրության տարածքում հայ ժողովուրդի ինքնավարության հնարավորությունը, որ «միջոց կտա... քրդերի հարստահարություններից և տեղական վարչության անիրավություններից ազատվելու»¹³: Ընդ որում՝ ինքնավա-

¹² Նույն տեղում, էջ 363:

¹³ «Տաճկական Հայաստանի ինքնավարությունը», «Փորձ», 1877-1878, քիվ 3, էջ 358-359:

րություն ձեռք բերելու կարևորությունը կրկին ընդգծվում է եվրոպական մամուլում քաղաքական հայտնի դեմքերի մատնանշած փաստարկումներով: «Տաճկական, Հայաստանի անկախությունը» հոդվածում հեղինակը (ըստ երևույթին Ստ. Պալասանյանը) հանգամանորեն անդրադառնում է «Inde'pendence Belge» լրագրի էջերում Վ. Բ. ստորագրությամբ հրապարակմանը: Վերջինս աչքի է ընկնում հստակ հարցադրումներով, կառուցվածքային ամբողջականությամբ և, ըստ էության, տեսական նախադրյալների հայտ է ներկայացնում ռուս-թուրքական պատերազմից հետո կայանալիք վեհաժողովին: Այլ հարց է, թե դրանք որքանով օգտակար եղան սեփական շահերն ունեցող մեծ տերությունների դիվանագիտական խաղերում:

Հոդվածագրի հարցադրումներն էին. ու՞մ համար օգտակար կլինեին Հայաստանի ազատությունը և ինչո՞ւ, ու՞մ համար էր վնասակար, ի՞նչ կասի Տաճկաստանը և եթե չհամաձայնի Տաճկաստանը...¹⁴

Հոդվածում թեև առկա է միամիտ լավատեսությունը, բայց և այնպես Հայաստանի և հայ ժողովրդի դերակատարությունը քաղաքական կյանքում մատնանշելը, նրա քաղաքական ազատությունների մասին խոսք բացելը որակապես նոր փուլ էին նշանավորում դարավոր նիրհից արթնացող ազգի համար: Եվ «Փորձ»-ն այս առումով իսկապես շարունակում էր «Հյուսիսափայլ»-ի սկսած գործը:

Սան-Ստեֆանոյի և Բեռլինի պայմանագրերի (1878 թ.) կնքումից հետո «Փորձ»-ի համարներում զգալիորեն նվազում է քաղաքական հոդվածների թիվը: Ցարական գրաքննությունը սկսում է արգելել դրանց տպագրությունը: Մասնավորապես 1879 թ. փետրվարյան համարում՝ «Ազգային տեսություն» խորագրի ներքո, խմբագիրը տալիս է հետևյալ ծանուցումը. «Ցավով սրտի հայտնում ենք, որ «Հայկական խնդիրը եվրոպական շահերի տեսակետից» վերնագ-

¹⁴ Տե՛ս «Տաճկական Հայաստանի անկախությունը», «Փորձ», 1877-1878, թիվ 1, էջ 364-366:

րով հողվածը լույս չտեսավ խմբագրությունից միանգամայն անկախ պատճառներով»¹⁵:

Հայ ազգի քաղաքական ազատության շուրջ «Փորձ»-ի էջերում ծավալված քննարկումները հետագայում ավելի են ակտիվանում 1880-ականների երկրորդ կեսին և 90-ականներին հայ ազգային քաղաքական կուսակցությունների մամուլում: Դրանք նույնպես հանգամանալից ուսումնասիրության կարիք ունեն:

Ամփոփում

Ազգային արժեհամակարգի երկու առանցքային դրույթների՝ ազգության և քաղաքական ազատության խնդիրները 1870-ականների վերջին, կապված 1877-1878թթ. ռուս-թուրքական պատերազմի հետ, արևելահայ իրականության մեջ լուրջ քննարկումների առիթ են դառնում:

Ազգության խնդիրը՝ իբրև «տասնևիններորդ դարու նշանաբան», «Փորձ»-ի հողվածագիրներին մղում է համակողմանիորեն քննելու հայ ազգային ինքնության, նրա դարավոր ու ներկա ընթացքի հիմնական ուղղությունները և եզրակացնելու, որ նոր ժամանակներում մեր ազգը կարող է քաղաքակրթական միջնորդ դառնալ եվրոպական և ասիական ազգերի միջև:

Այս դիտարկումները նոր շարունակություն են ստանում հայ ժողովրդի քաղաքական ազատության մասին գրված հողվածներում: Զննության առարկա դարձնելով նրա անցած ճանապարհը և տխուր ներկան՝ «Փորձ»-ի հեղինակները, այնուհանդերձ, չեն կորցնում լավատեսությունը: Իբրև նախընտրելի գաղափար՝ շեշտվում է հայերի միջնորդական առաքելությունը Արևմուտքի և Արևելքի միջև, իսկ իբրև քաղաքական միավոր ձևավորվելու տարբերակ՝ Հայաստանի ինքնավարությունը Օսմանյան կայսրության տարածքում: Այս գաղափարները, ի դեպ, շրջանառվում են եվրոպացի մշակութային և քաղաքական գործիչների տեսակետների հիման վրա:

¹⁵ «Փորձ», 1879, քիվ 2, էջ 146:

Հիշյալ երկու դրույթները, հատկապես վերջինը, հետագայում նոր զարգացումներ ստացան 1880-ականների երկրորդ կեսին և 90-ականների սկզբին ասպարեզ իջած հայ քաղաքական մամուլի էջերում:

РЕЗЮМЕ

Петросян Д. В.

ВОПРОСЫ НАЦИОНАЛЬНОСТИ И ПОЛИТИЧЕСКОЙ СВОБОДЫ В ЖУРНАЛЕ «ПОРДЗ» (1876-1881ГГ.)

Ключевые слова: *Армянский народ, восточно-армянский, западно-армянские сегменты, национальная система ценностей, консервативное течение, национальность, политическая свобода, самоуправление*

Вопросы национальности и политической свободы были удостоены особого внимания на страницах журнала «Пордз» (Тифлис, 1876-1881гг., редактор - Абгар Ованнисян), что в значительной степени обусловлено политическими событиями того времени. Имеется в виду в частности русско-турецкая война 1877-1878гг.

Авторы журнала рассматривают в своих статьях, в первую очередь, вопрос национальности, переосмысливают его в духе нового времени, что дает основание рассматривать в дальнейших публикациях также проблему политической свободы армянского народа. Они совмещены в одном целостном контексте и имеют цель наметить политическую роль и миссию будущей Армении в регионе.

SUMMARY

Petrosyan D. V.

NATIONALITY AND POLITICAL FREEDOM ISSUES IN “PORDZ” MAGAZINE (1876-1881 YEARS)

Key words: *Armenian people, Eastern Armenian, Western Armenian parts, National value system, Conservative power, Nationality, Political, Autonomy*

In the pages of “Pordz” magazine (editor Abgar Hovhannisyan, 1876-1881 years, Tiflis) a special attention has been paid to the issues of Nationality and political freedom, which was considerably conditioned by the political events of that time (in particular Russian-Turkish war in 1877-1878 years). In their articles, the authors of “Pordz” first of examined the issues of nationality, reconsidered it with the spirit of new era, which in its turn created a basis to refer the problems of political freedom of Armenian people in further publications. They are combined in one context and have a purpose to indicate the political role and mission of Armenia in the region.

Հովսեփյան Մ. Մ.
*Տպագիր և հեռարձակվող լրատվամիջոցների
ամբիոնի վարիչ, ք. գ. դ., պրոֆեսոր
Էլ. փոստ՝ mushhov@ysu.am*

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՅԻՆ ՌԱԴԻՈ. ՁԵՎԱՎՈՐՈՒՄՆ ՈՒ ՋԱՐԳԱՑՈՒՄԸ (ՈՒՐՎԱԳԾԵՐ 90-ԱՄՅԱ ՀՈՐԵԼՅԱՆԻ ԱՌԻԹՈՎ)

Քանալի բառեր՝ Հայաստանի հանրային (հանրապետական) ռադիո, Երևանի պետական համալսարանի տեխնիկական ֆակուլտետ, մասնավոր ռադիոկայաններ, քվային և համացանցային ռադիոհեռարձակում

Արդի փուլում ռադիոյի արդյունավետ գործունեությանն ու հեռարձակմանը նպաստում են նրան բնորոշ մի շարք առանձնահատկություններ՝ օպերատիվություն, ակուստիկ բնույթ, ամենահասանելիություն, մատչելիություն, տեղեկատվության հեռարձակման շառավիղ, որոնք կանխորոշում են ռադիոյի տեղն ու դերը հեռարձակվող լրատվամիջոցների համակարգում:

ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի կողմից կատարված ուսումնասիրությունները վկայում են, որ տվյալ երկրի հասարակական-քաղաքական, սոցիալ-տնտեսական զարգացումը պայմանավորված է առաջին հերթին զանգվածային լրատվամիջոցների խիտ ցանցով և ազդեցությամբ¹:

Արդի փուլում աշխարհի զարգացած երկրներում նաև ռադիոյի հզորությամբ են որոշում տվյալ երկրի հասարակական-քաղաքական, տնտեսական և սոցիալ-մշակութային զարգացման մակարդակը²:

Ձևավորման և զարգացման պատմական շրջափուլեր անցած Հայաստանի հանրային (հանրապետական) ռադիոն սկզբնական

¹ Տե՛ս UNESCO Statist, PB, Paris, 2010.

² Տե՛ս **Шеин В. Н.**, Современная радиожурналистика. теория и практика, Минск, 2010, էջ 112:

շրջանում մամուլի, այնուհետև հեռուստատեսության, իսկ արդի փուլում համացանցի, մասնավոր և միջազգային ռադիոկայանների հետ մրցակցության պայմաններում դարձել է տեղեկատվության հավաքման, մշակման, տարածման, հասարակական կարծիքի ձևավորման ճանաչված զանգվածային լրատվամիջոցներից մեկը, որն իր տարածման և ազդեցության շառավիղը ձևավորել է դեռևս 20-ական թվականներին: Այն միջազգային ճանաչում ունեցող եզակի ռադիոընկերություններից է, որի հեռարձակման շառավիղը տարածվում է բոլոր մայրցամաքներում և ունի բազմամիլիոն հայ և օտարազգի ռադիոլսարան:

ՀՀ հանրային (հանրապետական) ռադիոյի տեխնիկական և ստեղծագործական հնարավորությունները թույլ են տալիս ռադիոունկնդրին հաշված թույլների ընթացքում տեղեկանալ տեղական և միջազգային ասպարեզում տեղի ունեցող առավել կարևոր իրադարձություններին, դեպքերին և փաստերին:

Համառոտ անդրադարձով արժևորել ենք Հայաստանի հանրային (հանրապետական) ռադիոյի ծավալած ծրագրային քաղաքականությունը՝ ներկայացնելով նրա ձևավորման և զարգացման հիմնական շրջափուլերը:

1. ՀՀ հանրային (հանրապետական) ռադիոյի ձևավորման նախադրյալները և շրջափուլերը

Հանրապետական նշանակության պետական՝ այժմյան հանրային ռադիոկայանը, որը տեղակայված էր երկաթուղային կայարանի վարչական շենքում, իր մոնտաժված ստուդիայից 1926 թ. սեպտեմբերի 1-ին եթեր հեռարձակեց 25 թույլ տևողությամբ առաջին փորձնական ռադիոհաղորդումը: Առաջին հաղորդման տեքստը, ցավոք, չի պահպանվել: Փորձնական հաղորդումների ժամանակ հիմնականում հաղորդվել է ժողովրդական երաժշտություն՝ մայրաքաղաքի լավագույն երգիչ-երգչուհիների մասնակցությամբ, իսկ առաջին ռադիոխոսնակ Գևորգ Քանանյանը, մի քանի անգամ ընդմիջելով, կարդացել է. «Լսեցեք, լսեցեք, խոսում է Երևանի լայ-

նահաղորդ կայանը», և հաղորդել տեղական նշանակության մի քանի լուրեր³:

Իսկ հանրապետության գլխավոր օրաթերթ «Խորհրդային Հայաստան»-ը N 192-ում ուշագրավ փաստեր է տպագրել առաջին ռադիոհաղորդումների մասին: «Ռադիոգրություն Երևանից» քղթակցության մեջ ասվում է. «Երկու օր է արդեն, որ Երևանի լայնահաղորդ ռադիոկայանը փորձնական աշխատանք է կատարում ինքնուրույն տեղեկություններ հաղորդելու: Ռադիոկայանից հաղորդված խոսակցությունները, երգեցողությունը և դաշնամուրային ձայնը այլ վայրերում լսվում են շատ պարզ և առանց աղավաղման»⁴:

Հանրապետական նշանակության ձայնային ռադիոկայանի հիմնմանը մեծապես օժանդակել է Երևանի պետական համալսարանը, որի տեխնիկական ֆակուլտետում 1920-ական թվականների կեսերին պրոֆեսոր Ա. Անժուրի ղեկավարությամբ ձևավորվել են առաջին ռադիոխմբակները, Հայաստանի տարբեր շրջաններից և մայրաքաղաքից պարապմունքների հավաքված երիտասարդ ռադիոսիրողների համար կազմակերպվել են հատուկ դասընթացներ: Կարճ ժամանակում ռադիոսիրողի հատուկ դասընթացն ավարտել են ավելի քան 500 ունկնդիրներ, որոնք մայրաքաղաքում և հանրապետության տարբեր շրջաններում բացել են ռադիոսիրողների խմբակներ՝ ուսուցանելով և նախապայմաններ ստեղծելով Հայաստանում հանրապետական նշանակության ռադիոկայանի հիմնման համար⁵:

Առաջին տարիներին ռադիոկայանի հեռարձակման շառավիղը այնքան էլ մեծ չէր. այն հիմնականում ընդգրկում էր Երևանն ու շրջակա գյուղերը: Հանրապետությունում գործող ռադիոսիրողների ջանքերով և օժանդակությամբ առաջին իսկ տարում՝ 1927 թվակա-

³ Տե՛ս **Գալյան Մ.**, Ռադիոյի երաժշտական հաղորդումները, Եր., «Ռադիոաշխատող», 1937, թիվ 4-5, էջ 35-36:

⁴ Տե՛ս «Ռադիոգրություն Երևանից», «Խորհրդային Հայաստան», Եր., 3 սեպտեմբերի, 1926:

⁵ Տե՛ս **Գալյան Ա.**, Մի ակնարկ Հայաստանի ռադիոսիրողների շարժման մասին, Եր., «Ռադիոաշխատող», 1937, թիվ 4-5, էջ 32:

նին, ռադիոֆիկացվել է 25 գյուղ, հաջորդ տարին՝ ևս 40-ը՝ ռադիոընդունիչների թիվը հասցնելով 200-ի, որից 80-ը տեղակայված էր Երևանում:

Առաջին տարում դեռևս չկային հաղորդավարներ, այդ պատճառով ռադիոխոսնակի պարտականությունները կատարում էին ռադիոյի աշխատակիցները կամ հաղորդվող հոդվածի, գրույցի կամ թղթակցության հեղինակները: Միայն 1929 թվականից սկսած՝ ռադիոհաղորդումները սկսեցին վարել հաղորդավարները: Հանրապետական ռադիոյի առաջին հաղորդավարներին էին Վերգինե Բաբայանը և Գևորգ Քանանյանը:

1929-ի վերջերին հիմնվեց հանրապետական ռադիոկոմիտեն, որն ուներ 12 աշխատակից և տարեկան պատրաստել էր 2160 եթերաժամ ռադիոհաղորդումներ:

1930-ական թվականներին զգալիորեն ընդարձակվել է հանրապետական ռադիոլսարանը: Հաղորդումներ պատրաստելու համար սկսեցին օգտագործվել ռադիոյի ստեղծագործական և տեխնիկական հնարավորությունները: Հանրապետական ռադիոյում պարբերական դարձավ ռադիոռեպորտաժների, ռադիոփոխկանչերի, ռադիոմիտինգների հեռարձակումը⁶: Հանրապետական ռադիոկոմիտեն 1935-37թթ. լույս է ընծայել մասնագիտական երկու ամսագրեր՝ «Ռադիոաշխատող»-ը և «Ռադիոֆրոնտ»-ը: Այս ամսագրերը բանավիճային էին և անդրադարձել են Հայաստանում ռադիոհաղորդումների շառավղի ընդլայնման և ռադիոֆիկացման խնդիրներին:

Ունկնդիրների շրջանակի մեծացմանը նպաստել է պետական քաղաքային, կոմսերվատորիայի, մշակույթի տների ռադիոֆիկացումը, հասարակական վայրերում տեղադրվել են բարձրախոսներ, մշակույթի օջախներում ստեղծվել են «կարմիր անկյուններ», որտեղ բնակչությունը հավաքվել է ունկնդրելու հանրապետական ռադիոյի հաղորդումները⁷:

⁶ Տե՛ս **Ղազարյան Գ.**, Սովետական Հայաստանի ռադիոհաղորդման և ռադիոֆիկացման 10-տարին, «Ռադիոաշխատող», Եր., 1937, թիվ 6, էջ 7:

⁷ Տե՛ս **Տոնիկյան Ա.**, Երաժշտական հաղորդումները երկրորդ տասնամյակի շեմին, «Ռադիոաշխատող», Եր., 1937, թիվ 6:

1930-ական թթ. ձևավորվել են հանրապետական նշանակության ռադիոկայանի հասարակական-քաղաքական, արդյունաբերության և գյուղատնտեսության, երաժշտական, գրական-դրամատիկական, մանկապատանեկան հաղորդումների գլխավոր խմբագրությունները:

1920-30-ական թվականներին հանրապետական ռադիոյում ձևավորված երաժշտական հաղորդումների մի շարք խորագրեր մինչև այժմ չեն կորցրել իրենց արդիականությունը և ուրույն տեղ են զբաղեցնում ռադիոծրագրերի հեռարձակման ցանցում («Հայ քնար», «Հայկական ժողովրդական երգերի ընտրանի», «Պատվերով համերգ»), որոնք տասնյակ տարիներ ռադիոյի մոտ են հավաքել հայկական ժողովրդական երգի սիրահարներին:

Գրական-դրամատիկական հաղորդումները ռադիոյում հիմնվել են 1932 թվականին, որոնք եթեր են հեռարձակվել երեք լեզուներով՝ հայերեն, ռուսերեն, թուրքերեն, մասամբ էլ քրդերեն: Իսկ 1934 թ. ծնվեց առաջին ռադիոթատյունը՝ Գ. Սունդուկյանի «Պեպո»-ի, «Խաթաբալա»-ի, Ա. Շիրվանզադեի «Պատվի համար»-ի, Ա. Պուշկինի «Հավերժահարս»-ի բեմադրություններով: Խմբագրությունը պարբերաբար ստուղիա է հրավիրել մեր անվանի գրողներին և բանաստեղծներին, որոնք հանդես են եկել իրենց ստեղծագործությունների կատարմամբ: Ռադիոյի մշտական հյուրերն էին Դ. Դեմիրճյանը, Ավ. Իսահակյանը, Ստ. Ջորյանը, Վ. Թոթովենցը և այլք: Խմբագրությունը այդ ավանդույթը շարունակել է հետագա տարիներին՝ պարբերաբար խոսավոյի մոտ հրավիրելով մեր անվանի գրողներին և բանաստեղծներին⁸:

Հայրենական մեծ պատերազմի տարիներին (1941-45թթ.) հանրապետական ռադիոն ապահովել է մշտական, իրադարձային լրատվություն՝ եթեր հեռարձակելով մեծաթիվ հաղորդագրություններ, ռեպորտաժներ, հարցազրույցներ, ակնարկներ: Պատերազմի տարիներին հայրենական ռադիոլրագրության ամենամեծ ձեռքբե-

⁸ Տե՛ս Կարագույան Վ., Ռադիոհաղորդումների բնույթը, «Ռադիոաշխատող», Եր., 1936, թիվ 9-10, էջ 36:

րումներից մեկը զինվորների «խոսող նամակներն» էին, որոնց շնորհիվ հազարավոր մարդիկ գտան իրենց հարազատներին⁹:

Հետպատերազմյան շրջանում հանրապետական ռադիոյում բացվել են նոր խմբագրություններ, ընդարձակվել է ռադիոհաղորդումների հեռարձակման շառավիղը, 1947թ-ից սկսել է գործել տեղեկատվական, երաժշտական երկրորդ ծրագիրը, որի շնորհիվ ստեղծվել են նոր հաղորդաշարեր և ծրագրեր:

Կարևոր էր Սփյուռքի համար տրվող հաղորդումների խմբագրության հիմնումը, որի անդրանիկ թողարկումը հեռարձակվել է 1947թ. հոկտեմբերի 10-ին՝ ժամը 19.00-ին, կարճալիք հատուկ ծրագրով: Մեր հայրենակիցներին ողջունել են Ավետիք Իսահակյանը և Վահրամ Փափագյանը:

«Երևանն է խոսում, Երևանն է խոսում». այսպես սկսվեցին Սփյուռքի համար տրվող առաջին ռադիոհաղորդումները, որոնք արդեն 70 տարի «Եթերային» կամրջի միջոցով հաստատում կապ են ստեղծել մայր հայրենիքի և աշխարհասփյուռ հայության միջև:

Եթերի բացման առաջին խոսքի («Երևանն է խոսում» մախաղասությամբ) պատիվն է ունեցել Հայաստանի ժողովրդական արտիստուհի Հրաչուհի Ջինանյանը:

Ամմահ Կոմիտասի «Գարուն ա» երգի՝ հայի հոգու խորքը թափանցող մեղեդու կոչնակներով բացվող հանրապետական ռադիոյի ձայնը շատ արագ հասավ Լիբանանի, Սիրիայի, Իրանի, Քուվեյթի, Թուրքիայի, Եգիպտոսի, Կիպրոսի, Հորդանանի հայ բնակչությանը՝ դառնալով նրա կենցաղի անբաժանելի մասը:¹⁰

Յուրաքանչյուր օր ՀՀ հանրային ռադիոյի Սփյուռքի և արտերկրի համար տրվող հաղորդումների խմբագրությունը 15 լեզուներով 9 ժամ ռադիոհաղորդումներ է պատրաստում արտերկրի և Սփյուռքի մեր հայրենակիցների համար՝ նրանց հաղորդելով Հայաստանի Հանրապետության քաղաքական, տնտեսական, գիտա-

⁹ Տե՛ս **Маграчев А.**, Радио в годы Великой отечественной войны, Москва, 1980, էջ 50-59:

¹⁰ Տե՛ս **Ոսկանյան Վ.**, Երևանն է խոսում, «Եթերում է Երևանը», Եր., 5 ապրիլի, 1969:

կան և մշակութային կյանքի, մեր պատմության, հայրենիք-Սփյուռք փոխառնչությունների ու դրանց սերտացման կենսական նշանակության մասին:

1950-60-ականներին և հետագա տարիներին հանրապետական ռադիոյի գրական-դրամատիկական և երաժշտական հաղորդումների գլխավոր խմբագրություններում ստեղծվել են մնայուն արժեք ունեցող այնպիսի ձայնագրություններ, որոնք հետագայում դարձան հանրապետական ռադիոյի ձայնադարանի՝ Ոսկե ֆոնդի բաղկացուցիչ մասը, և որտեղ պահվող ձայնագրությունների թիվը երեք տասնամյակ անց հատեց 25 հազարի սահմանը: 1950-ական թվականներին հիմնված «Գրական ընթերցումներ» հաղորդաշարի ավագ սերնդի՝ Հայկուհի Գարագաշի, Վահրամ Փափազյանի, Հրաչյա Ներսիսյանի, Հրաչուհի Ջինանյանի և ուրիշների կողքին հետագայում ձևավորվել է ասամունքողների նոր սերունդ՝ Խորեն Աբրահամյան, Մետաքսյա Սիմոնյան, Սոս Սարգսյան, Վլադիմիր Աբաջյան, Վերա Հակոբյան, Սիլվա Յուզբաշյան, Սարգիս Նաջարյան և այլք: Իսկ հանրապետական ռադիոյի երաժշտական հաղորդումները դարձել էին յուրատեսակ հարթակ երիտասարդ երգիչ-երգչուհիների համար, որոնք լսարանին հայտնի դարձան հատկապես ռադիոյում կատարած իրենց ձայնագրությունների շնորհիվ՝ Օֆելյա Համբարձումյան, Ռուբեն Մաթևոսյան, Բելլա Դարբինյան, Ռաիսա Սկրտչյան և այլք:

2. ՀՀ հանրային ռադիոյի գործունեությունը նոր ձևավորվող ռադիոշուկայի պայմաններում

Անկախ պետականության հռչակումից հետո հայաստանյան լրատվադաշտում տեղի են ունեցել գաղափարական և կառուցվածքային լուրջ փոփոխություններ: Հատկապես անգմահատելի էին մայր ռադիոընկերության դերն ու առաքելությունը անկախության առաջին տարիներին, երբ Արցախում ընթացող պատերազմական գործողությունների, էներգետիկ ճգնաժամի, հանրապետությունում ստեղծված արտակարգ իրավիճակի պայմաններում աշխատել է

շուրջօրյա, օպերատիվ ռեժիմով և ունեցել ամենամեծ պոտենցիալ լսարանը հայաստանյան ՁԼՄ-ների համակարգում:

1990-ական թվականների կեսերին հանրապետական ռադիոյում ձևավորվեցին հասարակական-քաղաքական, սոցիալ-տնտեսական, երաժշտական-ժամանցային, երիտասարդական, մանկապատանեկան որակապես նոր հաղորդումներ և ծրագրեր: Կազմվեց լրատվական և վերլուծական հաղորդումների նոր եթերացանց, տեխնիկապես հնարավոր դարձավ եթերը դարձնել «կենդանի», հեռարձակվեցին և այժմ էլ շարունակում են հեռարձակվել հաղորդումներ, որոնք կայուն լսարան ունեն և պահանջված են ռադիո-ունկնդիրների կողմից:

1990-ական թվականների կեսերին Հայաստանի հանրապետական ռադիոն եթերում այլևս մենաշնորհային վիճակում չէր, նրա հետ սկսեցին հաջողությամբ մրցակցել նոր հիմնված մասնավոր ռադիոկայանները և արտասահմանյան մի շարք հեղինակավոր ռադիոընկերություններ: Հանրապետության խոշորագույն ռադիոկառույցը ոչ միայն ընդունեց մասնավոր և միջազգային ռադիոընկերությունների մարտահրավերն ու մրցակցության պայմանները, այլև ամրապնդեց դիրքերը և դարձավ հայաստանյան ռադիոշուկայի առանցքային դերակատարում ունեցող տեղեկատվամիջոցը:

1995թ. Հայաստանի հանրապետական ռադիոն վերանվանվեց Հայաստանի ազգային ռադիո, իսկ «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի ընդունումից հետո՝ 2001-ին՝ Հայաստանի հանրային ռադիո: 2005թ. Հայաստանի հանրային ռադիոն դարձավ Եվրոպայի հեռարձակողների միության լիիրավ անդամ, ձեռք բերեց այդ միության բոլոր նախագծերը հեռարձակելու իրավունք: 2007-ին առաջին անգամ «Արևիկ» մանկական երգչախմբով մասնակցեց և հեռարձակեց «Եվրատեսիլ» մրցույթը:

2018թ. դրությամբ Հայաստանում գործում են 15 մասնավոր, երեք հանրային և երկու միջազգային ռադիոընկերություններ: ՀՀ հանրային հեռուստառադիոընկերության խորհրդի կազմում է ընդգրկված նաև հոգևոր-կրոնական «Վեմ» ռադիոկայանը¹¹:

¹¹ ՀՀ հանրային ռադիոն եթեր է հեռարձակվում առաջին ծրագրով՝ մետրային, արբանյակային, FM 107.6 ՄՀց հաճախականություններով: ՀՀ հանրային ռադիոյի

Արդի փուլում ՀՀ հանրային ռադիոյի հեռարձակվող հաղորդումներից առավել մեծ լսարան ունեն «Ռադիոլուր», «Երևան», «Ապրելու բանաձև», «Հատվող եթեր», «Վերնատուն», «Գանձաբան», «Խոսենք հայերեն», «Ջարթուցիչ», «Մեկ գավաթ սուրճ», «Հայ Թեք» և այլ հաղորդումներ:

3. ՀՀ հանրային ռադիոյի արդի փուլը

Արդի փուլում Հայաստանի հանրային ռադիոն իրականացնում է 15 լեզվով, այդ թվում՝ նաև հայերենով, երեք ծրագրերով, օրական 52 ժամ ընդհանուր տևողությամբ հաղորդումների հեռարձակում՝ միջազգային սփռումով: Հանրային ռադիոն միջազգայնորեն ճանաչված միակ ռադիոկայանն է, որն ունի քրդերեն, եզդիերեն, ասորերեն հաղորդումներ: Ունի 6 լեզվով միջազգային համացանցային էջ, այդ թվում՝ նաև ադրբեջաներեն:

Արդի փուլում ՀՀ հանրային ռադիոն մեծապես օգտվում է տեղեկատվական տեխնոլոգիաների ընձեռած հնարավորություններից, մասնավորապես համացանցից, թվային ռադիոհեռարձակման և մոբայլ, շարժական հավելվածներից:

ՀՀ հանրային ռադիոյի գործունեության արդյունավետությունն առավել բարձրացավ պաշտոնական մուլտիմեդիա վեբկայքի գործարկումից հետո, որի միջոցով ներկայացվում են «Ռադիոլուր» լրատվական գործակալության ամենօրյա թողարկումները և արխիվացված տարբերակները, այլ խմբագրությունների պատրաստած հաղորդաշարերն ու ծրագրերը: Կայքը մեծապես օգնում է արդյունավետորեն կազմակերպել Սփյուռքի համար տրվող հաղորդումների հեռարձակումը, ամմիջական կապ հաստատել տարբեր գաղթօջախների հետ հատկապես «Կամուրջ» ծրագրի շրջանակներում:

երկրորդ ծրագրով եթեր է հեռարձակվում «Իմ ռադիո» ռադիոկայանը՝ FM 103.8 ՄՀց հաճախականությամբ, իսկ Գյումրի քաղաքում գործում է մարզային «Շիրակ» հանրային ռադիոկայանը, որը եթեր է հեռարձակվում FM 102.5 ՄՀց հաճախականությամբ: «Վեմ» ռադիոկայանը եթեր է հեռարձակվում FM 91.1 ՄՀց հաճախականությամբ:

ՀՀ հանրային ռադիոյի պատասխանատուները կարևորում են ռադիոունկնդրի հետ ուղիղ կապի հնարավորությունը, մանավանդ որ այն գործում է ակտիվ, բաց մրցակցային դաշտում և բազմաթիվ շահերի բախման միջավայրում, որտեղ հաջողությունն ամրապնդելու համար, ըստ նրանց, մի քանի գործոններ են կարևորվում՝ արդյունավետ կառավարում, միջազգային փորձ և կադրային ներուժ: ՀՀ հանրային ռադիոյի տասնամյակների կուտակած փորձն ու մեդիակառավարման ժամանակակից մոտեցումները հրաշալի արդյունք են տալիս¹²:

2016 թվականին տրվեց ՀՀ հանրային ռադիոյի թվային հեռարձակման մեկնարկը: Պատասխանատուների հավաստմամբ ցանկացած թվային ազդանշան ընդունող ժամանակակից հեռուստացույցով այսուհետ ՀՀ ամբողջ տարածքում հասանելի կլինի նաև ՀՀ հանրային ռադիոն¹³:

Արդի փուլում ՀՀ հանրային ռադիոն մեծապես օգտվում է նաև դյուրակիր, շարժական սարքերի հնարավորություններից, ունի մոբայլ հավելված, որի ռադիոունկնդիրների թիվը 3-4 անգամ գերազանցում է համացանցային կայքի միջոցով հեռարձակման լսարանի թիվը:

¹² Մուրադյան Լ., Հանրային ռադիոն հոբելյանը նշում է նոր եթերաշրջանով, «Ռադիոլուր» լրատվական գործակալություն, 1 սեպտեմբերի, 2016:

¹³ Վարդանյան Ա., Սա այն հոբելյաններից է, երբ շնորհավորանքները վերաբերում են բոլորին. ՀՀ նախագահը՝ Հանրային ռադիոյում, «Ռադիոլուր» լրատվական գործակալություն, 5 սեպտեմբերի, 2016:

РЕЗЮМЕ

Овсепян М. М.

ОБЩЕСТВЕННОЕ РАДИО АРМЕНИИ. СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ

Ключевые слова: *Общественное (республиканское) радио Армении, частные радиостанции, цифровое радиовещание, мобильные приложения радио*

На современном этапе общественное радио Армении осуществляет свое вещание в 15 языках, тремя программами, общей продолжительностью в 52 часов. Общественное радио Армении международно признанная единственная радиостанция, которая вещает на курдском, езидском, ассирийском языках. Общественное радио имеет интернет-страницу на шести языках, в том числе и на азербайджанском.

На современном этапе общественное радио Армении эффективно пользуется возможностями информационных технологий, в частности, интернета, цифровых и мобильных устройств.

SUMMARY

Hovsepyan M. M.

PUBLIC RADIO OF ARMENIA: FORMATION AND DEVELOPMENT

Key words: *Public (state) radio, private radio stations, digital radio broadcasting, mobile applications radio*

At the present stage of Public radio of Armenia it carries out its broadcasting in 15 languages, including Armenian, 3 programs of a total duration of 52 hours. Public radio of Armenia is an internationally recognized, the only radio station which broadcasts in the Kurdish, Yezidi, Assyrian. Armenian public radio has the official website, which is reachable in 6 languages, including Azerbaijani. At the present stage of Public radio of Armenia the capabilities of information technologies, particularly Internet, digital and mobile devices are effectively used.

Մկրտիչյան Ա. Շ.
Տպագիր և հեռարձակվող լրատվամիջոցների
ամբիոնի դասախոս
Էլ. փոստ՝ anna.mkrtchyan@ysu.am

ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ–ՔԱՐՈՉՉԱԿԱՆ ԳՈՐԾՈՂՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՅԱՆ ՄԱՄՈՒԼՈՒՄ ԴԱՐԱԲԱՂՅԱՆ ՊԱՏԵՐԱԶՄԻ ՕՐԵՐԻՆ

Քանալի բառեր - տեղեկատվական-քարոզչական գործողություններ, տեղեկատվական հակապայքար, տեղեկատվական քարոզչություն, հայադրեջանական հակամարտություն, հայաստանյան մամուլ

1991 թվականից հայաստանյան տեղեկատվական տիրույթը նոր իրավիճակում հայտնվեց: ԼՂՀ և ՀՀ անկախության հռչակումով որակապես նոր բովանդակություն ստացավ լրատվական դաշտը: Մասնավորապես մամուլի բովանդակային վերակառուցումը մեծ չափով պայմանավորված էր նաև այն տեղեկատվական-քարոզչական գործողություններով, որոնք զուգահեռաբար ընթանում էին թե՛ Հայաստանում, թե՛ Ադրբեյջանում: Ավելին՝ նման գործողություններն իրականացվում էին յուրահատուկ մեթոդներով՝ ներքին և արտաքին լսարանների համար հստակ տարբերակմամբ:

1. Տեղեկատվությունից մինչև քարոզչություն

«Տեղեկատվական գործողություն» հասկացությունը մշակվել է «տեղեկատվական պատերազմ» եզրույթի հետ միաժամանակ 1976թ. ամերիկյան «ՌԵՆԴ» «ուղեղային կենտրոնում» Թոմաս Ռոնի կողմից և ժամանակակից ձև, բովանդակություն ու եզրաբանություն ստացել 1991թ. իրաքյան առաջին պատերազմի ընթացքում: Ավելի ուշ՝ 1998թ., ԱՄՆ պաշտպանության նախարարությունը շրջանառության մեջ դրեց «Տեղեկատվական գործողությունների

միացյալ դոկտրին» փաստաթուղթը, որում «տեղեկատվական գործողություն» և «տեղեկատվական պատերազմ» հասկացություններին տրվեցին հետևյալ սահմանումները.

- Տեղեկատվական գործողությունը ձեռնարկվում է հակառակորդի տեղեկատվական համակարգերի կողմից տեղեկատվության հավաքման, մշակման, փոխանցման և պահպանման գործընթացը խաթարելու նպատակով՝ միևնույն ժամանակ պահպանելով սեփական տեղեկատվությունը և տեղեկատվական համակարգերը:
- Տեղեկատվական պատերազմը համալիր ներգործություն է (տեղեկատվական գործողությունների համախմբի միջոցով) հակառակորդի պետական համակարգի և նրա ռազմական, քաղաքական ղեկավարության վրա, որն արդեն խաղաղ ժամանակ կարող է հանգեցնել տեղեկատվական պատերազմ իրագործողի համար հակառակորդի կողմից նպաստավոր որոշումներ ընդունելուն, իսկ հակամարտության ընթացքում լիովին կարող է կաթվածահար անել հակառակորդի կառավարման ենթակառուցվածքների գործունեությունը¹:

Ղարաբաղյան շարժման տարիներին, մասնավորապես, երբ շարժումը քնակոխեց պատերազմական փուլ, հակամարտող երկրների մամուլը հստակ նպատակներ ուներ: Տեղեկատվական գործառույթին գումարվել էր քարոզչականը, որն իրականացվում էր տեղեկատվական պայքարի տարբեր մեթոդներով՝ ճշմարտությունը խեղաթյուրելուց մինչև կեսճշմարտության տարածում՝ այդ կերպ փորձելով լսարանի վրա ազդել գլխավորապես հոգեբանական առումով: Այդ ժամանակաշրջանի հայաստանյան մամուլի քննությունն ակնհայտորեն վեր է հանում տեղեկատվական հակապայքարի մի ողջ համակարգ, որ ծավալվում է հակառակորդ երկրների միջև: Ընդ որում՝ աղբյուրազանցական հակահայկական տեղեկատվա-

¹ Տե՛ս «Աղբյուրազանց հակահայկական տեղեկատվական համակարգը», խմբ.՝ Հարությունյան Գ., Եր., «Նորավանք» ԳԿՀ, 2009, էջ 10-11:

կան և հոգեբանական գործողությունների դեմ հայկական մամուլը հակազդելու ռազմավարություն իրականացնողի դերում էր:

Տեղեկատվական հակապայքարը պատերազմ է առանց ճակատային գծի, իսկ տեղեկատվական պատերազմների բազմաթիվ գործողությունների իրականացման գործընթացը գործնականորեն անհնար է բացահայտել. եթե մույնիսկ այդպիսի փաստեր նկատվում են, դրանք ամենայն հավանականությամբ մնում են անանուն²: Գոյություն չունեն տեղեկատվական պատերազմի իրականացման միջազգային, իրավական և բարոյական նորմեր³: Տեղեկատվական հակապայքարը համակարգերի՝ մեկը մյուսի վրա բաց և/կամ գաղտնի կերպով նպատակաուղղված տեղեկատվական ազդեցությունն է:

2. Մամուլը որպես ազդեցության գործոն

1991-1994 թթ. իրականացվող տեղեկատվական քաղաքականության նպատակները հայաստանյան մամուլում համակարգված չէին, մինչդեռ Ադրբեջանի համար դրանք հստակ էին: Մասնավորապես ադրբեջանական մամուլը «հայ անջատողականների» և «ազրեսորների» դեմ պայքարում հանրային կարծիքը համախմբելու դերակատարում էր ստանձնել, ավելին՝ հասարակական գիտակցության մեջ ներդնում էր մոտավորապես հաղթանակի անխուսափելիության գաղափարներ⁴:

Հայաստանյան մամուլը ուսումնասիրվող ժամանակաշրջանում տեղեկատվական պայքարի էր դուրս եկել առանց հստակ գործիքակազմի, ուստի պատահական չէ, որ ՀՀ և ԼՂՀ տեղեկատվական-քարոզչական աշխատանքը համակարգված չէր (ադրբեջանական քարոզչամեթոդների դեմ հակազդեցության անհամապատաս-

² **Ղալեջան Ա.**, Տեղեկատվական հակապայքարի էությունը և առանձնահատկությունները, 25.12.2014, Եր., http://noravank.am/arm/articles/security/detail.php?ELEMENT_ID=13078

³ <http://5ballov.qip.ru/>

⁴ Տե՛ս «Ադրբեջանի հակահայկական տեղեկատվական համակարգը», Եր., «Նորավանք», ԳԿՀ, խմբ. Հարությունյան Գ., էջ 22:

խանութիւն, սեփական շահերի ոչ լիարժեք պաշտպանութիւն, աղբբեջանական տեղեկատվական հոսքերի թերի գնահատում, տեղային և հեռանկարային հակահարվածների իրականացման նախաձեռնողականութեան պակաս): Ընդ որում՝ դրանում ներգրավված էին ընդամենը մի քանի լրատվամիջոցներ, լրագրող ու մտավորական: Թեև Հայաստանում մամուլը մեծ լիցքեր ստացավ հենց արցախյան ազատագրական շարժումից, սակայն դարաբաղյան հակամարտութեան շուրջ տարվող տեղեկատվական քաղաքականութիւնը լիարժեքորէն չէր համապատասխանում ստեղծված իրավիճակի պահանջներին: Ավելին՝ դարաբաղյան հակամարտութեան շուրջ տարվող հայկական տեղեկատվական-քարոզչական աշխատանքը եղել և հիմնականում շարունակում է լինել ռեակտիվ (արձագանքող), որի պայմաններում պրոակտիվ (հարձակողական) կողմ են մնում Աղբբեջանն ու աղբբեջանամետ սուբյեկտները: Իսկ Աղբբեջանի տեղեկատվաքարոզչական համակարգը ներառում էր մի քանի սուբյեկտներ՝

- պետական քաղաքական մարմիններ (պետական իշխանութեան մարմիններ),
- պետական գիտահետազոտական կազմակերպութիւններ (Գիտութիւնների ազգային ակադեմիա, համալսարանական հանրութիւն),
- ոչ պետական կազմակերպութիւններ, հիմնադրամներ, վերլուծական կենտրոններ,
- անհատական նախաձեռնութիւններ (առանձին անհատ նախաձեռնողներ՝ մտավորականներ, փորձագետներ, զինվորականներ և այլք)⁵:

Ղարաբաղյան շարժման սկզբից եւթ հանդես գալով հայկական կողմի պահանջատիրութիւնը չեզոքացնելու և հակառակ պահանջատիրութիւն ներկայացնելու ուղղութեամբ՝ աղբբեջանական կողմի գործողութիւններն այս ոլորտում անընդհատ որոշակի փո-

⁵ Տե՛ս **Աթանեսյան Ա.**, Համացանցը որպէս ԼՂՀ ազգային անվտանգութեան տեղեկատվական պաշտպանութեան հարթակ, «21-րդ դար», Եր., 2013, թիվ 6 (52), էջ 40-42:

խակերպումների էին ենթարկվում՝ տարբեր փուլերում ներառելով տարբեր գործողություններ ու քայլեր՝ սկսած Արցախում հայերի բնակեցման, պատմության և կարգավիճակի շուրջ ապատեղեկատվության տարածումից մինչև հակահայկական տրամադրությունների բորբոքում, հայկական մշակութային ժառանգության աղբբեջանականացում կամ դրանց ոչնչացում, Հայաստանը նախահարձակ երկիր ներկայացնելուն միտված քարոզչական աշխատանքների իրականացում և այլն⁶։ Ըստ էության, աղբբեջանական կողմն իրականացնում էր հատուկ մշակված տեղեկատվական գործողություններ՝ հոգեբանական ներգործության մեթոդների կիրառմամբ⁷։

Հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ աղբբեջանական քարոզչության կարևորագույն բաղադրիչներից են հայ ժողովրդի պատմության զեղծումները, պատմական, նյութական և մշակութային արժեքների ոչնչացումը, դրանց նախապատմության կեղծումը, «արհեստածին և գիտականորեն չիմնավորված տեսակետների առաջաջումը և դրանց հիմնավորման համար այլազգի վարձու հեղինակների ներգրավումը»⁷, հայաստանյան մամուլը (ընդ որում՝ լրագրողներից շատ ավելի ակտիվ և հետևողական մտավորականները) դարաբաղյան շարժման սկզբից ի վեր առանձնահատուկ ձևով շեշտադրում է հենց Արցախի պատմական պատկանելության հարցը։ Սա թերևս առանցքային է այդ շրջանի մամուլի հրապարակումներում։ Այս առումով տեղեկատվական առճակատման են դուրս գալիս ժամանակի մտավորականները։ Մասնավորապես

⁶ Տե՛ս **Դեմոյան Հ.**, Ղարաբաղյան հիմնախնդրի շուրջ Աղբբեջանի քարոզչության նախապատմությունը և հակահայ քարոզչության ելակետերը, «Տարածաշրջան» տեղեկագրի հատուկ թողարկում (Տեղեկատվական անվտանգության խնդիրների շուրջ), Եր., 2005, էջ 55։

* Ներկայումս աղբբեջանական կողմի քարոզչական ակտիվությունն այլ ելակետեր է ներառում՝ Հայաստանն նախահարձակ երկիր ներկայացնելուց, դարաբաղյան հակամարտությունը տարածաշրջանի կայունությունը վտանգող գործոնի քարոզումից մինչև հակերային հարձակումներ։

* Հոգեբանական գործողություններում հատուկ կարևորություն է ձեռք բերում հոգևոր և բարոյական արժեքների, պետական, ազգային և պատմական խորհրդանշների արժեզրկումը։

⁷ Տե՛ս **Դեմոյան Հ.**, նշվ. աշխ., էջ 58։

Պերճ Զեյթունցյանի հրապարակումներում դա առավելապես դրսևորվում է հայոց պատմության անցյալի հերոսների և նրանց գործի արժևորմամբ. «Անգնահատելի է հայ հերոսների ներդրումը հայի լինելիության գործում»⁸: Երկրամասի պատմության ակունքներում մեր նախնիների ծավալած ազատագրական կռիվների մասին խոսելիս Զորի Բալայանն էլ ընդգծում էր «հայության կյանքում ազգային-ազատագրական շարժումների բացառիկ կարևոր դերը»⁹: Իսկ Վարդգես Պետրոսյանը, իբրև պատմական պատկանելության վկայություն, Լեռնային Ղարաբաղի 1611 հայկական հուշարձանների գոյության հարցն է հնչեցնում, որոնք բարբարոսաբար «ավերվել ու դանդաղ ավերվում են աղբբեջանցիների կողմից»¹⁰: Գրողին խիստ մտահոգում էին հայկական բազմադարյա մշակույթի կորստյան վտանգը և այդ համատեքստում հայոց պատմության աղբբեջանական «սրբագրման» փորձերը: Վ. Պետրոսյանն ընդգծում էր այն հանգամանքը, որ հայկական պատմամշակութային ժառանգության և հայկական խորհրդանիշների հանդեպ աղբբեջանական ոտնձգությունները տեղի էին ունեցել շատ ավելի վաղ: Թե՛ մշակութային, թե՛ այլ առումներով հակահայկականության դրսևորումներն Աղբբեջանում հաստատուն տեղ ունեին դեռ շարժումից էլ առաջ¹¹: Հաշվի առնելով Աղբբեջանում հայատյաց քաղաքականության ձևավորման նախադրյալներն ու բնութագրական գծերը՝ Սիլվա Կապուտիկյանի հրապարակախոսական հոդվածներում անցյալի պատմական շեշտադրումներն իրենց տեղը զիջում են հայ ժողովրդի հավերժության գաղափարի հանդեպ ունեցած հավատի, ներքին մեծ ուժի, մաքառումների շեշտադրումներին:

Նշյալ խնդրի ներկայացման հարցում մի փոքր այլ մոտեցում ունեն Արմեն Հովհաննիսյանը: Այդ առումով հատկանշական է նրա հրապարակախոսական շեշտադրումը պատմական արժեքավոր

⁸ «Ժուռնալիստիկա» (տեսության և պատմության հարցեր), Պրակ ԺԲ, Եր., 2012, էջ 15:

⁹ «Ավանգարդ», Եր., 29 սեպտեմբերի, 1989:

¹⁰ «Հայրենիքի ձայն», Եր., 2 նոյեմբերի, 1988:

¹¹ Տե՛ս **Պետրոսյան Հ.**, նշվ. աշխ.:

փաստաթղթերի, վկայությունների, սկզբնաղբյուրներից արված մեջբերումների վրա: Հովհաննիսյանը վստահ էր, որ «ազերբայջանական մամուլում և ոչինչ «պատահաբար» չի տպագրվում»:

Ըստ էության, հայ-ադրբեջանական հակամարտության քաղաքական թեզերի դեմ պայքարի էին դուրս եկել հայ մտավորականները, որոնք իրենց փաստարկված արձագանքներով կարևոր աշխատանք էին կատարում:

Հայաստանի և Արցախի համար ծանր ու վճռական շրջան էր 1992 թվականը: Տարեսկզբից՝ հունվարի 10-ից, Ստեփանակերտը կրակի տակ էր. «ապրում էր նկուղներում», լայնածավալ հարձակումների էր ենթարկվում ողջ Արցախը, գիշերներն անցնում էին զանգվածային հրետանակոծության պայմաններում, ամեն օր նոր զոհերի անուններ էին հրապարակվում: Դժվարություններ հաղթահարելու առաջ էր կանգնած նաև հայաստանյան մամուլը թե՛ բովանդակային, թե՛ տարածման առումներով: Մամուլում Արցախից ստացվող լուրերը քանակական առումով ավելացան, բայց բովանդակային տեսանկյունից շարունակում էին մնալ նույնը. դրանք հիմնականում արտատպումներ էին արևմտյան լրատվամիջոցներից, նաև «Արմենպրես», երբեմն «Նոյյան տապան» լրատվական գործակալությունների հաղորդագրություններն էին: Այդ առումով ընդդիմադիր մամուլի տեղեկատվության աղբյուրների շրջանակն ընդլայնվում էր, ոչ միայն գրում էին թերթի սեփական կամ հատուկ թղթակիցները, այլև տեղեկություններ էին տպագրվում տարբեր տեղեկատու կենտրոններից, «Ինտերֆաքս», «Սնարք», «Ռոյթեր» լրատվական գործակալություններից, միջազգային հեղինակավոր պարբերականներից և այլն: Իբրև հակակշիռ պաշտոնական մամուլին՝ ընդդիմադիրն ահագանգում էր երկրում ստեղծված տագնապալի իրավիճակի մասին՝ ստեղծելով «Արցախ» մշտական խորագիրը, որն ուներ իր գրեթե անփոփոխ և կայուն տեղը թերթի լրատվական տարածքում: Ավելին՝ ներկայացվում էին ոչ միայն տեղեկատվական, երբեմն վերլուծական նյութեր, այլև լուսանկարներ ու գրական գործեր՝ հայրենասիրական բանաստեղծություններ, համառոտ ակնարկներ ու մենագրություններ, որոնք առնչվում էին դա-

րաբաղյան հիմնահարցին ու շարժման դասերին: Նման հրապարակումները, եթե դրանք, օրինակ, վերաբերում էին Հաղլուքի և Մարտունու դիրքերի հրետակոծությանը, որպես կանոն, առանձնանում էին յուրահատուկ ոգով և պայքարի ու հաղթանակի մոլով: Այդպես էր Խոջալուի ազատագրման, Հոդեր և Քարինտակ գյուղերի պաշտպանությունների ժամանակ:

1992թ. փետրվար-մարտ ամիսներին Լեռնային Ղարաբաղի հարցը միջազգայնացվեց: Քաղաքական նման իրավիճակով պայմանավորված՝ լրատվական անդրադարձները «քաղաքական հորձանուտում» հայտնված Ադրբեյջանի մասին էին և Հայաստանի ու Արցախի «սահմաններում անորոշ հանգստության» ու «խախտվող անդորրի»:

Հայ-ադրբեյջանական հակամարտության համատեքստում մամուլը ներկայացնում էր նաև ԼՂՀ տարբեր շրջաններում գտնվող հայկական պատմական հուշարձանները, զրույցի հրավիրում մասնագետների (հուշարձանագետ Սամվել Կարապետյան և ուրիշներ), մտահոգություն հնչեցնում, թե «Արցախում և հանրապետությունում տեղի ունեցող տազնապալի իրադարձությունների մասին հեռուստալրատվությունը ճշմարիտ տեղեկություններ չի տալիս»¹² և այլն, մինչդեռ «մեր սահմաններում հայրենասիրության, պատվի և ուժի փորձություն էր»¹³:

Թեև «հայ-ադրբեյջանական լրատվական պատերազմը մոր փուլ թևակոխեց»¹⁴, սակայն, ըստ էության, հստակորեն չուրվագծվեց հայաստանյան տեղեկատվական քաղաքականությունը: Խոսքն այս դեպքում 1992-ի մայիսին Շուշիի և Լաչինի ազատագրման մասին է: (Շուշիի ազատագրման՝ որպես պատերազմի ընթացքում ամենապայծառ օրվա մասին հայաստանյան տեղեկատվական տիրույթում խոսվեց միայն տարիներ անց): Հաղթական տրամադրության տարածումը՝ իբրև տեղեկատվական-քարոզչական գործողություն, այդ շրջանի մամուլը չիրականացրեց:

¹² «Ազատամարտ», Եր., 19-25 հունիս, 1992, թիվ 25:

¹³ «Ավանգարդ», Եր., 20 մայիսի, 1993:

¹⁴ «Ազատամարտ», Եր., 15 ապրիլի, 1992:

Շուշիի ազատագրումից հետո ռազմական գործողությունները վերածվեցին ԼՂՀ-ի և Ադրբեջանի միջև սահմանային պատերազմի:

Արտահայտվելու ազատության հաստատումը, որն առաջնային նշանակություն ուներ գաղափարական պայքարում, պայմանավորեց մամուլի բովանդակային վերակառուցումը: Փոխակերպումներն ընթանում էին աստիճանաբար¹⁵, քանի որ անկախ Հայաստանի մամուլը լուրջ փորձություն էր հաղթահարում: Նախանշվող զինադադարի վերաբերյալ մամուլը գրեց, թե «այսքան մոտ ենք երբեք չենք եղել խաղաղությանը»¹⁶, թեև այդպես էլ չկարողացավ «խաղաղություն» բառը վերնագիր դարձնել ու ավետել լիակատար խաղաղության մասին: Հարաբերական հանգիստը պահպանվում էր, բայց սահմանին կրակոցներ հնչում էին¹⁷ և շարունակում են հնչել:

Հայկական և ադրբեջանական կողմերի միջև 1994թ. հրադարարի կնքումից սկսած՝ տեղեկատվական քաղաքականությունը, մնալով կոնֆլիկտային հաղորդակցման տրամաբանության շրջանակներում, մտավ նոր՝ հետպատերազմյան շրջան՝ մարտավարության այլ կանոններով:

¹⁵ Տե՛ս «Հայաստանի Հանրապետություն», Եր., 6 մայիսի, 1994:

¹⁶ «Հայաստանի Հանրապետություն», Եր., 19 մայիսի, 1994:

¹⁷ «Ազգ», Եր., 18 մայիսի, 1994, «Հայաստանի Հանրապետություն», Եր., 24 մայիսի, 1994:

РЕЗЮМЕ

Мкртичян А. Ш.

ИНФОРМАЦИОННО-ПРОПАГАНДИСТСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В АРМЯНСКОЙ ПРЕССЕ ВО ВРЕМЕНА КАРАБАХСКОЙ ВОЙНЫ

Ключевые слова: *информационно-пропагандистская деятельность, информационная антитеза, информационная пропаганда, армяно-азербайджанский конфликт, армянская пресса*

Во время Карабахского движения, в частности, когда движение вступило в период войны, у СМИ обеих сторон были четкие цели. Информационной функции добавилось и функция пропаганды, которая была проведена различными методами борьбы - от искажения истины до распространения половины истины, пытаясь таким образом повлиять на аудиторию, в основном на эмоционально-психологическом уровне.

Цели информационной политики армянской прессы были не систематизированы, но они были ясны азербайджанской прессе.

SUMMARY

Mkrtichyan A. Sh.

INFORMATIONAL-PROPAGANDA ACTIVITIES IN THE ARMENIAN PRESS DURING THE DAYS OF THE KARABAKH WAR

Key words: *informational-propaganda activities, informational antithesis, informational propaganda, conflict between Armenia and Azerbaijan, armenian press*

During the Karabakh movement, particularly when the movement entered a period of the war, the media of both countries had clear goals. To the informative function was added the function of propaganda, which was carried out by various methods of struggle, to distort the truth and to cover the half-truth, thus trying to influence the audience mainly emotional-psychological terms.

Information policy objectives of the armenian press would not systematized, but it was clear for the press of Azerbaijan.

Արրահամյան Ա. Ա.
Նոր մեդիայի և հաղորդակցության
ամբիոնի դասախոս, ք.գ.ք.
Էլ. փոստ՝ astikab@rambler.ru

ԿԵՐՊԱՐԱԿԵՐՏՄԱՆ ՀՈԳԵՔԱՆԱԿԱՆ ՀՆԱՐՔՆԵՐԸ ԳԵՂԱՐՎԵՍՏԱՀՐԱՊԱՐԱԿԱՆՈՍԱԿԱՆ ԺԱՆՐԵՐՈՒՄ

Բանալի բառեր - կերպարակերպում, դրվագ, հեղինակ-հերոս-խա-
րան, փոխառնչություններ, հոգեբանական հնարանքներ, մարդ-հերոս-
կերպար, դիմանկար, հոգեկերպվածք, իրականություն, պատկեր-խոսք-
չայն, հեռուարադիմանկար

Լրագրության ժանրային համակարգում գեղարվեստահի-
պարակախոսական ժանրերն առանձնանում են իրական կերպար
կերտելուն միտված հոգեբանական հնարքներով և հերոսին ուսում-
նասիրելու, ճանաչելու յուրահատուկ մոտեցումներով: Իրականու-
թյան գեղարվեստական վերարտադրությունն ստանալու համար
հեղինակից պահանջվում են մասնագիտական մի շարք որակներ և
հոգեբանական հմտություններ, որոնք պետք է դրսևորվեն հերոսի
հետ ծանոթության պահից մինչև կերպարի կերտման վերջին դրվա-
գը: Ինչպե՞ս ճանաչել հերոսին, ինչպե՞ս կերտել կերպար՝ ուրվա-
գծելով ամենաբնորոշն ու տիպականը: Ջանգվածային հաղորդակ-
ցության յուրաքանչյուր միջոց ունի իր առանձնահատկությունները,
աշխատանքային գործիքները և պահանջում է յուրօրինակ մոտե-
ցում՝ հեղինակ-հերոս-ընթերցող, հեղինակ-հերոս-խարան փո-
խառնչություններն առավել իրական և պատկերավոր դարձնելու
համար:

1. Հեղինակ-հերոս հարաբերությունները որպես կերպարակերտման առանցք

Յուրաքանչյուր խառնվածք պահանջում է յուրահատուկ մոտեցում, և յուրաքանչյուր ծանոթություն իրադարձություն է՝ պայմանավորված գրուցակցի տեսակով և պահի, իրավիճակի, տպավորությունների ազդեցությամբ: Որքան հեղինակը լավ է տիրապետում հոգեբանական հմտություններին, այնքան դյուրին է դառնում հերոսին բացահայտելը:

Ի տարբերություն լրատվական օպերատիվ ժանրերի՝ գեղարվեստահրապարակախոսական ժանրերն ընդգրկում են կենսագրական առավել մեծ ժամանակահատված, երբեմն՝ հերոսի ողջ կյանքը, և հաճախ խնդիր է առաջանում տասնամյակները տեղավորելու րոպեների մեջ այնպես, որ որևէ կարևոր պահ դուրս չմնա՝ խախտելով կերպարի ամբողջականությունը: Այստեղ է, որ դրսևորվում է հերոսին խոսեցնելու, ամենակարևորը «կորզելու» արվեստը, որը լրագրողի՝ տարիների ընթացքում սեփական փորձով յուրացրած մարդկային, հոգեբանական, մասնագիտական որակների համադրումն է, և որի հետևանքով միայն կարելի է ակնկալել վստահություն, հետևաբար նաև անկեղծ, անկաշկանդ խոսք: Այս մոտեցումն առկա է այն լրագրողների աշխատանքում, ովքեր կարողացել են հաջողությամբ կերտել մարդ-հերոս-կերպար եռանկյունին, ստեղծել մնայուն ակնարկներ, էսսեներ: Ահա թե ինչպես է ներկայացնում խնդիրը հայ ակնարկի վարպետներից մեկը՝ Մարգո Ղուկասյանը. «Մարդու մասին գրելը շատ դժվար է, պետք է կարողանալ ճանաչել նրան, հասկանալ: Պետք է լինել չափազանց զգույշ, որպեսզի չխաբվես ու չվարկաբեկվես...»:¹

Ղուկասյանն այս խնդիրը լուծում է իր ձևով: Հաճախ դիմանկարի հեղինակ են դառնում ակնարկագիրն ու հերոսը: «Եվ մենք երկուսով՝ տողերիս հեղինակն ու բալետի արտիստ Էդվարդ Հայ-

¹ Մ. Ղուկասյանի խոսքը մեջբերված է արձակագրի և հոդվածի հեղինակի գրույցից:

րումյանը, ետ գնացինք ավելի հին ժամանակներ»² («Բալետի արտիստը»): Այնուհետև հուշը կրճատում է անցյալի ու ներկայի միջև տարածությունը, փոխարենը լրագրողի ու հերոսի միջև ստեղծված անմիջականությունը կարծել է տալիս, թե նրանց բարեկամությունը «հարյուրամյա» պատմություն ունի: Դուկասյանական դիմանկարներից յուրաքանչյուրը մի ծանոթություն է արդեն ծանոթ կամ անծանոթ մարդու հետ. տպավորությունն այնպիսին է, որ հեղինակն էլ հերոսին ծանոթանում է ընթերցողի հետ աստիճանաբար: Նախ զգացողություններ են, որ ապրում է լրագրողը մինչև հերոսի դուռը բախելը, ապա առաջին հայացք, ծանոթություն և քիչ-քիչ «սիրտը բացող» հերոս, որը վերջում դառնում է հարազատ ու մտերիմ: Ի դեպ, սիրտը բացելու մասին. «Տարբեր տարիքի ու սեռի մարդիկ են, տարբեր կրթության ու մասնագիտության: Եվ որքան տարբեր են նրանց հոգեբանությունը, ապրումները, երևույթների ընկալումները, պատմելու և, առավելապես, լռելու կերպը»:³ Տարբեր կերպ են լռում մարդիկ և տարբեր պատճառներով: «Ես հիշել էի մորս խոսքը՝ քարը որ շուռ տաս, մեծ թե փոքր, տակից անպայման մի բան դուրս կգա»⁴: Ասել է թե, երբ հերոսը խախտում է լռությունը, մշանակում է «քարն արդեն շուռ ենք տվել»: Տարբեր ակնարկներում, տարբեր մտորումներում լրագրողը մաս-մաս տալիս է այն բանաձևը, որի միջոցով հնարավոր է հասնել ամենակարևորին՝ գրուցակցի վստահությանը. «Ի՞նչ կարող ես անել, միայն լսել, հնարավորություն տալ, որ նա դատարկի հոգում կուտակված դառնությունը»⁵: Հենց սրա շնորհիվ է ակնարկը դառնում երկխոսություն լրագրողի ու հերոսի և հերոսի ու ընթերցողի միջև:

Յուրաքանչյուր հեղինակ, ժանրի ընդհանրություններն ու առանձնահատկությունները պահպանելով հանդերձ, ունի իր ոճը, և այն ընթերցողին հնարավորություն է տալիս զգալու, թե ակնարկագրի համար ով է հերոսը՝ պարզապես կերպա՞ր, հետաքրքիր մա՞րդ,

² Դուկասյան Մ., Վկայություն քսաներորդ դարի, Եր., 2005, էջ 5:

³ Դուկասյան Մ., Միասերը, Գրական թերթ, 4 ապրիլի, 2003:

⁴ Նույն տեղում:

⁵ Նույն տեղում:

ակնարկի հերոս լինելու արժանի ա՞նձ, քե՞տ արդեն հարազատ մեկը, որի մասին գրում է հեղինակը՝ կարծես նրա հետ զրուցելով: Վերջին մոտեցումը առկա է մասնավորապես Հրաչյա Մաթևոսյանի ստեղծագործություններում: Հեղինակ-հերոս փոխհարաբերությունները Մաթևոսյանը հաճախ կառուցում է ընթերցողի աչքի առաջ: Հեղինակը ոչ քե ներկայացնում է արդեն իսկ ճանաչած, ներաշխարհն ու հոգեբանական կերպարը բացահայտած հերոսին, այլ սկսում է տեսնելու, ծանոթանալու դրվագից: Եվ նկարագրում է իրադրություն, որտեղ յուրաքանչյուրը կարող է յուրովի բացահայտել հերոսին: Այդ սկզբունքով է ներկայացված Ջարինե Դավթյանի կերպարը: Մուշեղ Գալշոյանին առնչվող հուշերով տարված՝ հեղինակը անցնում է Թալինի ճանապարհով: «Ու տես, արտի մեջ երևում է խոնարհված մի կին: Հեռվից ծաղկի է մմանվում, հավքի, որ, ասես, եկել է, որ երգի, արտը հազարան հավքի ձեն լսի ու կանաչի»⁶ («Թևը ծալած արծիվ»): Մեկ ուրիշը գուցե անցներ նրա կողքով առանց նկատելու: Մաթևոսյանը պետք է մոտենար՝ իր հետ տանելով մաս ընթերցողին. «Մոտենում ենք: Հասում արտի գեղեցկություն ունեցող ջահել կին է, աչքերի մեջ՝ թախիծ, գոգնոցի մեջ՝ սիրելիս»:⁷ Այսպես կայանում է ծանոթությունը Ջարինե Դավթյանի, հեղինակի ու ընթերցողի միջև: Բայց այդ ծանոթությունն ինքնանպատակ չէ: Այն դառնում է միջոց՝ անդրադառնալու Դպրեվանքում ապրող ընտանիքիների ծանր առօրյային ու հիմնախնդիրներին. «Ո՛չ կարգին փախստական ու գաղթական են, ո՛չ էլ Հայաստանի Հանրապետության կարգին քաղաքացի են կոչվում»:⁸ Ծանր տպավորություններն ամփոփելու համար հեղինակը կրկին վերադառնում է այնտեղ, որտեղից սկսել է. «Երանի արտում չտեսնեինք սիրելի քաղող կնոջը, քվար, քե ծաղիկ է, արտին իջած թռչուն է, նրա հետ գյուղ չգնայինք ու չտեսնեինք հուսահատների բոռոմած փունջը...»⁹:

⁶ Հրաչյո, Սիրով, Եր., 2003, էջ 236:

⁷ Նույն տեղում, էջ 237:

⁸ Նույն տեղում, էջ 241:

⁹ Նույն տեղում, էջ 241:

Մաթևոսյանի հերոսները բացահայտվում են ոչ միայն ներաշխարհին բնորոշ դրսևորումների բնութագրման, այլև իրենց արտաշին աշխարհին կապող թելերի միջոցով, և թելերից յուրաքանչյուրը դառնում է այդ աշխարհին ամբողջացնող երևույթները վերաբերելու առիթ: Եվ հերոսը ներկայանում է ոչ այնքան որպես անհատ, որքան որպես իրեն այս կամ այն կերպ կապված երևույթների, մարդկանց, աշխարհի մաս: Իսկ աշխարհի ընտրությունը հեղինակինն է, քանզի նա է կապում հերոսին այն աշխարհի հետ, որի շուրջ խորհրդածելու կարիք ունի: Այսպես՝ Դանիել զարմանալի Երածշտի կերպարը առիթ է դառնում հեղինակի համար՝ շրջելու «շքեղական Անիի շքեղ ավերակների մեջ», հիշելու Կարեն Դեմիրճյանին. «Նստում էր Կարեն հայ այրը, լռում երկար, մտորում, ավիրվում, ավերակվում, ինքն իր ներսում ծաղկում, փոթորկվում, ջարդում իր հոգում ծաղկած ծիրանենու ճյուղերը...»¹⁰ («Շարականների շարակնոց Դանիել զարմանալի Երածիշտը»):

Մաթևոսյանի գրիչը հոսում է այնպես, ինչպես միտքը. սովորաբար գրիչը մտքի հոսքից ընտրում է այն, ինչ անհրաժեշտ է տվյալ ասելիքին: Մաթևոսյանը, անկեղծ լինելով ինքն իր ու ընթերցողի հետ, չի տարանջատում միտքն ու գրիչը: Հավանաբար այդ է պատճառը, որ հաճախ դժվար է տարբերակել մաթևոսյանական ակնարկը, էսսեն, պատմվածքը: Պատմվածքի հերոսները նույնքան իրական են, որքան ակնարկինը, ակնարկի դրվագները նույնքան պատկերավոր են ու կենդանի, որքան պատմվածքինը: «Խաչքար Հայաստան» պատմվածքում (ի դեպ, այս ստեղծագործության ժանրը ևս դժվար է որոշել, եթե հեղինակն ինքը չնշի այն) այսպիսի մի միտք կա. «Էս խաչքարերն էնպես են կպած, որ պոկել չի լինի»: Այսպես անքակտելի են նաև Մաթևոսյանի մտքերը. նրանցից պոկել, առանձնացնել որևէ հատված, կնշանակի խախտել ամբողջականությունը: Եվ դա, անշուշտ, հոգեբանական հզոր ազդեցություն է թողնում նաև ընթերցողի վրա՝ ստեղծելով մաթևոսյանական գրչով ուրվագծված վառ մտապատկեր: «Հիշեցի Սանահինի հին խաչքա-

¹⁰ Նույն տեղում, էջ 222:

րը, հիշեցի լուսանկարիչ Նեմրոսին, որը մի օր ինձ նվիրեց Սանահինի խաչքարի լուսանկարը, բոլոր խաչքարերը հիշեցի, տեսած ու չտեսած բոլոր խաչքարերը...»¹¹ («Խաչքար Հայաստան»):

Մաթևոսյանի հերոսներն այս կամ այն կերպ կապված են իր հետ, և հեղինակը ներկայացնում է նրանց երբեմն մույնիսկ ակնթարթ տեսած դրվագների միջոցով: Մի փոքրիկ դիպված, պատահական մի հանդիպում կամ խոսք կարող է կերպարակերտման առիթ դառնալ: «Արևը մեզ գտավ Խոսրովի անտառում: Քայլեցինք արքայական անտառում: Խաչքարերի ազնիվ բուրոդ մի փունջ տեսանք: Ինչ ազնիվ փունջ էր, մանուշակի բույր ուներ: ... Ես հիշեցի իմ Սոնա մանին, որ ոտաբութիկ գնում էր մեր գորավորը, մատուռին, մեր խաչին մատաղ էր խոստանում, պտտվում էր խաչքարի գլխով, յոթ անգամ պտտվում էր մատուռի շուրջբոլորը, աղոթքներ էր մրմրնջում...»¹²: Խաչքարից խաչքար պատմություններ են, հիշողություններ, ապրումների հոսք, և այս՝ առաջին հայացքից միմյանց հետ կապ չունեցող զգացողություններն իրականում կապված են ներքին տրամաբանությամբ, որի կրողը խաչքարն է: «Երկիր Հայաստան, Խաչքար Հայաստան, քո խաչքարը դու ես...», - այսպես է ավարտվում Մաթևոսյանի՝ հուշերով հունցված պատմությունը՝ նման մոր ձեռքով հունցված «խաչհացի» խմորին: Առհասարակ հողի, խաչի, մոր, բնության, հոգու մաթևոսյանահունց տրամաբանությունը առկա է գրողի բոլոր հերոսների հոգեկերտվածքում, բոլոր ստեղծագործություններում, որոնցում մշտապես զգում ես «հունցողի» ներկայությունը:

2. Դրվագը իրական ժամանակի և իրական ճակատագրերի հատման կետում

Գեղարվեստահրապարակախոսական ժանրերի համար հաճախ կարևոր նշանակություն են ունենում դրվագները, իսկ ի՞նչ են դրվագները, եթե ոչ կյանքի մեծ ժապավենի հատվածներ, որոնց

¹¹ Մաթևոսյան Հ., Խաչքար Հայաստան, Եր., 2002, էջ 16:

¹² Նույն տեղում, էջ 15:

համակցումից առաջանում է կյանքի համապատկերը: Ի վերջո, մարդը բացահայտվում է հենց որոշակի իրադրության մեջ, և մեկ դրվագը կարող է ասել ավելին, քան կյանքի ողջ պատմության սոսկ նկարագրությունը: Ուստի միանգամայն տրամաբանական է դառնում դրվագի շուրջ ակնարկ կառուցելու իրողությունը:

Այս սկզբունքը առանցքային է եղել մաս Մուշեղ Գալշոյանի ստեղծագործական մոտեցումներում: Մ. Մանուկյան լրագրողի և Մ. Գալշոյան գրողի հերոսները մույնքան իրական են, որքան այն դրվագները, որոնց միջոցով հեղինակը ծնունդ ու կյանք է տվել կերպարներին: Յուրաքանչյուր փաստ, ճակատագիր, խոհ ու ապրում հեղինակի բառի ու տողի շաղախով դառնում է ամուր հիմք՝ իրական կերպար կառուցելու համար: Հերոսներից յուրաքանչյուրի ներկան սերտորեն կապված է անցյալին, և նրանց վարքագծի տարբեր դրսևորումներն ունեն տարիների մշուշում թաղված խոր արմատներ: «Էս ճղոպրին ձեռք չենք տալ. մեր հայրը էս ճղոպրի կշտին մեզ շատ պատվերներ է թողել: Էս ճղոպրին մեր անտառի ու մեր բարի հոր հիշատակն է»¹³ («Կանաչ, վիթխարի ընկուզենու տակ»): Թունի ապոր համար ընկուզենին պաշտամունք է, ավանդույթների խորհրդանիշ, որը մույնանում է Բաբունց գերդաստանի նահապետների հետ՝ իր մեջ կրելով նրանց անմահության խորհուրդը. «Մահացել չի, է՛... Հաճարկուտի ճղոպրի ծառը տեսել ե՞ս... Սաքին էդ ճղոպրին է»¹⁴: Գալշոյանի դիմանկարների շարքում իրական ճակատագրեր են, տարբեր իրավիճակներում ապրող իրական հերոսներ՝ ներքին ապրումներով, հույզերով ու զգացումներով: Ընդ որում՝ հեղինակը հաճախ զգացմունքները «շոշափելի» է դարձնում մարդբնություն զուգահեռների ու ճակատագրերի մույնացման միջոցով: Նույն ճակատագիրն ունեն «ծննդավայրից հեռու ծաղկման ժամկետը շփոթող» ծիրանենին ու «իմը թագավորի հողի վրա տուն չինած» քեռի Պողոսը. «Ինձ թվաց, թե հայացքս ոչ թե նրա սպիտակ

¹³ Գալշոյան Մ., Քեզ վերևից չպետք է նայել (Գրական ակնարկների ժողովածու), Եր., Նաիրի, 1990, էջ 17:

¹⁴ Նույն տեղում:

մագերին, այլ հին մի ծիրանենու ծաղկած սաղարթին է դիպել...»¹⁵ («Ծիրանի ծառ»): Հեղինակի գրիչը սահում է կյանքի վրայով և մինչ կրկին որևէ հերոսի հանդիպելը կանգ է առնում ժամանակ ու սահման չճանաչող բնության տարբեր հանգրվաններում, և բնությունը շարժում ու կերպարանք է ստանում նրա ձեռքի տակ. «Հողը շիկացել էր, տապից առում կուչ էր եկել, եզրի փշատենին ավելի էր խոնարհվել, որ ջուր խմի... Այգիներում ողկույզները գրկախառնվել էին արևի հետ՝ համբույրից շիկանում էին, քաղցրանում...» («Լուրթ երկնքի տակ, մայր հողի վրա»)¹⁶:

Իրականությունը Գալշոյանի համար մարդու և աշխարհի ամբողջականությունն է, գրողը կյանքի ամբողջական պատկերն ստեղծում է իրենց մեծ ու փոքր աշխարհն ունեցող, տարբեր մասնագիտության ու զբաղմունքի տեր մարդկանց դիմանկարների միջոցով («Տաք ձեռքերով մարդիկ», «Խոսքով քեռու այգին», «Անպատից քաղցրություն քամող մարդիկ» և այլն)¹⁷:

Բնության և մարդու անչափելի թվացող ժամանակը Գալշոյանը չափում է մարդ-բնություն զուգահեռների միջոցով. «Արևամուտ էր. Վարդանյանը օրվա խոնջանքն առած նստել էր քարին, ճերմակող քունքերն էր շփում ու ոգևորում Երևանից հյուր եկած տղային» («Հպարտ ժողովուրդ են»): Արևամուտի ու ճերմակող քունքերի զուգահեռներում ապրող գալշոյանական կերպարները մշտապես կապված են իրենց շրջապատող աշխարհին և ապրում են՝ աշխարհի ժպիտն իրենց շուրթերին ու կնճիռները ճակատներին առած:

Գալշոյանի իրական ժամանակը անցյալի ու ներկայի հատման կետն է. անցյալը Էրզիրն է, որի թեման ներքին զարգացմամբ կապում է գրողի ակնարկները, էսսեներն ու պատմվածքները: Սրանով են պայմանավորված Գալշոյանի ստեղծագործության թեմատիկ ընդհանրությունները՝ հող, Էրզիր, մարդկային ճակատագրեր...

¹⁵ Նույն տեղում, էջ 56:

¹⁶ Գալշոյան Մ., նույն տեղում, էջ 124:

¹⁷ Նույն տեղում:

«Է՛, ե՞րբ էր, էլի՝ գարուն, այսպիսի կապույտ ու փափուկ մի առավոտ կար, կապույտ աշխարհ... սանձը կտրած Տալվորիկի հեքից ձորը լցված կապույտը քլթքլթում էր...»¹⁸:

Գալշոյանը բացում է կապույտ աշխարհի վարագույրը՝ երևակայության ուժով քանդելով անցյալի ու ներկայի, պատրանքի ու իրականության սահմանը: Նրա հերոսները երկրի ուժը, ոգին, պատմությունը կրողներն են, ովքեր գրուցում են ընթերցողի հետ, մասնակից դարձնում իրենց կյանքին ու կարոտներին, թույլ տալիս քափանցել իրենց հոգու ու երազի աշխարհ... Եվ որքան բնական ու իրական երանգներով է կերտում Գալշոյանը մույնիսկ կապույտ աշխարհում ապրող իր հերոսներին... Բազե Առաքելը ոտք էր փոխում չարուկ ու ժիր, մահակը կայտառ թափ էր տալիս, և մի պահ նրան այնպես թվաց, թե Լուսաստղի հետ, Առաքելի հետ, հոտի հետ, շան հետ ահա ճակատասարն է բարձրանում («Պատրանք»):

Պատրանքի և իրականության սահմանը Մ. Գալշոյանը ջնջեց սեփական ճակատագրով. Բազե Առաքելի վերջաբանի գեղարվեստական նկարագրությունը դարձավ գրողի վախճանի իրական պատկերը:

3. Պատկեր-խոսք-ձայն եռամիասնությունը հեռուստադիմանկարի կերտման միջոց

Հատկանշական է, որ միևնույն անձին վերաբերող տարբեր դրվագների միջոցով տարբեր հեղինակներ կարողանում են կերտել միանգամայն տարբեր դիմանկարներ, որոնցից յուրաքանչյուրը յուրովի է ներկայացնում հերոսին, իհարկե, բոլոր դեպքերում՝ միանգամայն իրական գծերով:

Այդպիսի սկզբունքով են պատրաստված Մինաս Ավետիսյանի մասին պատմող ֆիլմ-ակնարկները¹⁹: Կաղրում գերիշխողը կտավներն են և ինքը՝ նկարիչը՝ մտախոհ, հոգնություն արտահայտող դեմքով:

¹⁸ Գալշոյան Մ., Մարութա սարի ամպերը, Եր., Սովետական գրող, 1980, էջ 6:

¹⁹ Վարժապետյան Մ., Մինաս, Հ1, սեպտեմբեր, 2008:

Պատկերի, խոսքի, ձայնի համարժեք եռամիասնությունը հասցված է զգայական այնպիսի աստիճանի, որ ամբողջությամբ կլանում է հեռուստադիտողին՝ տանելով հերոսի աշխարհ: Սա գեղարվեստական մտածողությամբ կառուցված ցանկացած ֆիլմի մեծագույն հաջողությունն է: Շարունակվում է Մինասի պոեզիան կտավների ու բառերի ներդաշնակության մեջ, իսկ երկրորդ պլանում, ասես կտավի լուսանցքում, դողանջներ են հնչում՝ հետզհետե փոխվելով կոչնակի, ապա տագնապի ակորդների: Միայն այս հնչյունները բավական են արվեստագետի կյանքի ուղին, ապրումներն ու տագնապները ցույց տալու համար: Ամեն ինչ արված է Մինասի ոճով, նրան հատուկ մտածողությամբ.

Տվեք ինձ իմ աչքերը, որ տեսնեմ ձեզ այնպես,

Ինչպես արարել է ձեզ բնության ոգին:

Տողերի մեջ Մինասն է՝ գույնը բառին խառնած, բառը գունեղացրած, իր ներկապնակով: Ապա Ջաջուռին նվիրված կտավն է՝ խառնված տողերին, և ծննդավայրի հեքիաթը նույնպես պատրաստ է: Կյանքը, միտքը, գործը, հոգին՝ գույնի ու բառի պոեզիայի մեջ: Ահա կտավների վրայից սահում է ծածկոցը, ու վարագույրի տակից բացվում է կյանքը: Լռությունը խախտվում է թմբուկի ձայնով, և կադրում դարձյալ կտավներն են: Ժայռի ստորոտում, քարաբեկորների մեջ ևս նկարակալներ են կտավներով, գազաթին՝ վրձիններ: Կա ռեժիսորական հրաշալի աշխատանք, որ գուցե փոքր-ինչ անհասկանալի թվա Մինաս արվեստագետին անձանոթ մարդկանց, բայց նրանք, ովքեր գեթ մեկ անգամ հաղորդակից են եղել նկարչի արվեստին, հաստատ կգտնեն նրան այս դիմանկարի մեջ: Սա պատմություն է Մինաս նկարչի, մարդու, ստեղծագործողի մասին, մարդկանցից հեռու, իր կտավների ու գույների աշխարհում ապրող, բայց արվեստի քարքարոտ ճանապարհին մաքառող արվեստագետի մասին: Այսպես է տեսել, զգացել, պատկերացրել Մ. Վարժապետյանը Մինասին և նրա մեծությանը համարժեք կերպար ստեղծելու խնդիրը լուծել է իր և իր մասին եղած ստեղծագործությունների համադրման ճանապարհով:

Բոլորովին այլ խնդիր և նպատակ ունի Մինասի մասին պատ-
րաստված մեկ այլ՝ Արա Շիրինյանի «Մինասի առեղծվածը» ֆիլ-
մը²⁰, որը փորձում է բացահայտել նկարչի հանելուկային մահվան
առեղծվածը: Տարբեր կարծիքներ, վարկածներ, հիշողություններ և
փաստեր. այս ամենը համախմբված են մի հարցի շուրջ՝ ինչու²¹: Ե-
թե Մարատ Վարժապետյանի Մինասը հուզական, գունեղ աշխար-
հի երանգներն է հաղորդում հեռուստադիտողին, իսկ ճակատագրի
առեղծվածը անթելված է թմբուկի հուժկու հարվածների մեջ, ապա
Արա Շիրինյանի Մինասը տարիների խորքից դարձյալ ձայն ու
պահանջ է բարձրացնում՝ լուծելու իր առեղծվածը: Տարբեր մոտե-
ցումներ՝ հենված տարբեր, սակայն բացառապես ճշմարիտ կենսա-
կան փաստերի ու դրվագների վրա: Այսուհանդերձ, սա էլ բավարար
չէ հերոսի մասին ասելիքը ավարտված համարելու համար:

Պահը ճիշտ ընկալելու, տրամադրություն ստեղծելու, հերոսին
խոսեցնելու կամ նրա հետ զրուցելու կարողությունը լրագրողի
մարդկային, հոգեբանական, մասնագիտական որակների համա-
դրման արդյունք է: Գեղարվեստահրապարակախոսական ժանրե-
րում հաճախ են հեղինակները հերոսին «Դուք»-ի փոխարեն «դու»-
ով դիմում: Սա ևս որոշակի հոգեբանական հնարանք է և տեղին
գործածության դեպքում մեծացնում է խոսքի ուժը: Այս մոտեցումը
հաճախ հանդիպում է այն դեպքում, երբ հեղինակը գործ ունի ոչ մի-
այն իրեն, այլև հանրությանը հայտնի, սիրված հերոսի հետ: Նման
ոճով է պատրաստված Անդրանիկ Մարգարյանին նվիրված հեռուս-
տադիմանկարը՝ նման զրույցի, որը չի կայացել նրա կենդանության
օրոք, և հիմա հեղինակը եկել է ասելու այն, ինչ կուտակված է հո-
գում²¹: Անդրանիկ մանուկից, պատանուց, երիտասարդից, հորից,
զինվորից մինչև Անդրանիկ Մարգարյան հասարակական – քաղա-
քական գործիչն ու վարչապետը տանող ուղին հեղինակը ներկա-
յացնում է փաստերի, առանձին դրվագների, նաև փաստագրական

²⁰ **Շիրինյան Ա.**, Մինասի առեղծվածը, Շողակաթ հ/ը, ապրիլ, 2007:

²¹ Ա. Մարգարյանին նվիրված ֆիլմում նշված չեն ստեղծագործական խմբի անդամ-
ների անունները: Հավանաբար ֆիլմի ստեղծողներն այն համարել են ձոն վարչա-
պետին՝ ողջ ժողովրդի կողմից:

կադրերի և լուսանկարների միջոցով՝ միաժամանակ գրուցելով հեռուստադիտողի և հերոսի հետ. «Գիտեմ, էս տեսակ բաներ չես սիրում, չես սիրում ուշադրության կենտրոնում լինել, բայց եկել ենք, եկել ենք ու ասում ենք՝ ծնունդդ շնորհավոր...»: Հեղինակը մենախոսության միջոցով ստեղծում է գրույցի տպավորություն, իհարկե, ոչ պատահականորեն վարչապետին դիմելով «դու»-ով:

Որպես վերջաբան՝ ընտրված է չափազանց խորհրդանշական երգ՝ Արթուր Մեսչյանի հեղինակությամբ, որն ամբողջացնում է ասելիքը՝ մեկ անգամ ևս թերթելով հերոսի կյանքի հայտնի և անհայտ էջերը:

Հեղինակն իր խոսքը փոխարինել է առավել խոսուն տարբերակով՝ համոզված լինելով, որ դա թե՛ հոգեբանական ներգործության, թե՛ իմաստային և թե՛ կառուցվածքային առումով լավագույն լուծումն է, և չի սխալվել:

4. Համացանցը և գեղարվեստահրապարակախոսական ժանրերը

Գեղարվեստահրապարակախոսական ժանրերի թե՛ տպագիր և թե՛ հեռուստառադիոդրստորումներում կերպարակերտման կարևորագույն գործոններից է հեղինակի ձեռագիրը: Գեղարվեստական մտածողությունը և գեղարվեստա-արտահայտչական տարրերը, սակայն, տեղի են տալիս, երբ հեղինակը գրիչը փոխարինում է համակարգչի ստեղնաշարով: Համացանցային մամուլի ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ գեղարվեստահրապարակախոսական ժանրերը ձեռք են բերել նոր որակներ՝ հեռանալով մինչ այժմ մեզ հայտնի ժանրային պահանջներից և առանձնահատկություններից: Ժուռնալիստների «Ասպարեզ ակումբ» կայքում, ի թիվս մի շարք բաժինների, առանձնացված են մաս «Ակնարկ», «Դիմանկար» խորագրերը կրող էջերը: «Ակնարկ» խորագրի ներքո առավելապես էսսեներ են, որոնց հիմքում ոչ թե կենսական երևույթների խոհափիլիսոփայությունն է, այլ որևէ հիմնախնդրի շուրջ լրագրողի խոհերը: Այլ է կայքի «Դիմանկար» խորագիրը կրող էջի բովանդակությունը:

Այստեղ գետեղված դիմանկարները նպատակով մոտենում են ակնարկ-դիմանկարի պահանջներին, սակայն գեղարվեստական արտահայտչամիջոցներով և ժանրային առանձնահատկություններով առավել մոտ են ռեպորտաժին ու դիմանկարային հարցազրույցին և հիմնականում կրում են տեղեկատվական ոճի ազդեցությունը, իհարկե, որոշ բացառություններով:

«Ասպարեզ»-ի հրապարակումներից ուշագրավ է Հակոբ Հարությունյանի՝ «Ազատության թևավոր, սրաչ դարբինը»²² դիմանկարային ակնարկը՝ նվիրված Արցախյան պատերազմի հերոս, Մարտական խաչի առաջին աստիճանի շքանշանակիր Արտակ Բաղդասարյանին: Հեղինակին հաջողվել է կերտել կերպար՝ հավատարիմ մնալով ժանրի պահանջներին, միաժամանակ օգտվելով հերոսին իրեն հատուկ մտածողությամբ խոսեցնելու հնարանքից. «Մի օր արկերը լցվելու են վարդի թերթիկներով... Թող այսուհետ հրանոթները միայն երկինք նայեն, դիմավորեն այգաբացն ու սպառնան միայն բնության արհավիրքներին», - այսպես է մտածում այսօր հայրենի եզերքից հազարվոր կիլոմետրեր հեռու ապրող, սակայն իր հող ու ջրի համար մարտնչած և ցանկացած պահի մարտի պատրաստ հայրենիքի զինվոր Արտակ Բաղդասարյանը»²³: Հեղինակը, հերոսին ներկայացնելով հերոսավայել, միաժամանակ չի թաքցնում այն ցավը, որն ապրում է հայրենիքը հեռվում բողած հայորդու համար:

Որպես վերջաբան՝ հեղինակի ամփոփումն է, որն աչքի է ընկնում ակնարկին բնորոշ մի առանձնահատկությամբ ևս. «...Նրան կրկին մեր կողքին տեսնելու և նրանով հպարտանալու ակնկալիքով էլ հրապարակում ենք այս ակնարկը, որ համարում ենք դիմանկարի էսքիզ, քանզի հերոսն արժանի է իր մարտական ուղին ներկայացնող շատ ավելի հանգամանալից ու փաստալի վավերագրության»:²⁴ Ակնարկն ապրում է հերոսի հետ՝ շարունակ զարգանալով

²² <http://www.asparez.am/tag>

²³ Նույն տեղում:

²⁴ http://www.asparez.am/news-hy/azatutyas-srach-tevavor-darbiny_hy

և դառնալով նրա կյանքի վավերագրությունը: Հակոբ Հարությունյանի ակնարկի վերջաբանը հենց դրա վկայությունն է:

Ամփոփում

Անկախ ժանրային կանոններից՝ յուրաքանչյուր հերոս թելադրում է նաև իր կանոնները՝ պայմանավորված անձի ինքնությամբ և հոգեբանությամբ, քանզի մարդկային հարաբերությունները խիստ անհատական են, և անձի ինքնությունն է դառնում այն կամերտոնը, որով պետք է առաջնորդվի լրագրողը՝ ցանկալի արդյունքի հասնելու համար: Անձի ինքնության ճանաչման և բացահայտման կարևորագույն գործիքը լրագրողի սրատեսությունն է, մասնագիտական և մարդկային որակների դրսևորման կարողությունը, ինչը ակնարկը դարձնում է երկխոսություն լրագրողի ու հերոսի և հերոսի ու ընթերցողի միջև:

Կերպարակերտման համար կարևոր նշանակություն ունի դրվագը: Դրվագի շուրջ ակնարկ կառուցելու մտայնությունը պայմանավորված է հերոսի կյանքի ժապավենի որոշակի հատվածը ներկայացնելու անհրաժեշտությամբ, քանի որ մեկ դրվագը կարող է ասել ավելին, քան ողջ կյանքի սոսկ նկարագրությունը: Այս մոտեցումը համապատասխան արտահայտություն է գտնում թե՛ տպագիր և թե՛ հեռուստատեսային գեղարվեստահրապարակախոսական ժանրերում:

Համացանցում տեղ գտած հաջողված ակնարկները, էսսեներն ու ուրվանկարները հիմնականում տպագիր մամուլի էլեկտրոնային տարբերակներն են: Արդի համացանցային մամուլը առավելապես տեղեկատվական հոսք ապահովող հաղորդակցության միջոց է, որի օպերատիվության պահանջը նվազագույնի է հասցրել գեղարվեստական մտածողության դրսևորումը: Լսարանը գեղարվեստահրապարակախոսական ժանրի ստեղծագործություններ շարունակում է ակնկալել տպագիր էջերից և հեռուստառադիոեթերից:

РЕЗЮМЕ

Абраамян А. А.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ВЫДУМКИ В СОЗДАНИИ ОБРАЗА В ХУДОЖЕСТВЕННО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ЖАНРАХ

Ключевые слова: *создание образа, эпизод, автор-герой-аудитория взаимосвязь, психологические уловки, человек-герой-образ, автопортрет, умонастроение, реальность, изображение-слово-голос, телепортрет*

Стержневой задачей статьи является изучение особенностей создания реального образа с помощью психологических выдумок. Как распознать героя, как создать портрет, как эпизод сделать средством выявления человеческой сути. Это те вопросы, ответы на которых являются важнейшим условием работы журналиста.

Использование психологических выдумок в художественно-публицистическом жанре необходимо с одной стороны для создания образа, с другой стороны для психологического и эмоционального воздействия на аудиторию. В работе представлены, как печатные, телевизионные, так и компьютерные проявления, а также связь автор-герой-аудитория и связанные с ними наблюдения.

SUMMARY

Abrahamyan A. A.

PSYCHOLOGICAL MEANS OF CHARACTER CREATION IN THE GENRES OF FICTION AND PUBLICATIONS

Key words: *image making, episode, author-hero-audience interrelationships, psychological tricks, person-hero-character, portrait, mentality, reality, image-speech-expression, TV portrait*

The key issues of the following article is the study of psychological means for character creation and as well as peculiarities of creating real characters with their help. How to get to know the hero, how to create a portrait, how to turn the episode into a means of discovering a human nature? These are the main issues answering which becomes the most essential condition for a journalist's work.

On the one hand use of psychological means in the genres of fiction and publications is important for character creation, on the other hand for psychological influence on the audience and providing emotional coloring. The work presents both printed and TV, Internet manifestations in the genres of fiction and publications, relations between author, hero and audience and a number of observations relating thereto.

Սարգսյան Ջ. Ջ.
Նոր մեդիայի և հաղորդակցության
ամբիոնի ասիստենտ, ք. գ. ք.
Էլ. փոստ՝ zsargsyan@ysu.am

ՀԻՆ ԵՎ ՆՈՐ ՄԻՖԵՐԻ ՊԱՅՔԱՐԸ 1990-ԱԿԱՆՆԵՐԻ ԱՌԱՋԻՆ ԿԵՍԻ ՀԱՅԱՍՏԱՆՅԱՆ ՄԱՍՈՒԼՈՒՄ

Բանալի բառեր - միջ, մամուլ, անկախություն, ինքնություն, ազգային, հայկական, խորհրդային, գլոբալացում

20-րդ դարավերջի հայաստանյան մամուլը հայ լրագրության պատմության կարևոր մի հատվածն է, որը հաստատապես կապված է անկախության գաղափարների տարածման, հայկական նոր պետականության ստեղծման հետ: Մամուլը, որ մինչ այդ խորհրդային գաղափարախոսության հիմնական տարածողն ու զանգվածների գիտակցության մեջ սոցիալիզմի միջոցով կենդանի պահողն էր, նույն ջանասիրությամբ ձեռնամուխ եղավ դրա քայքայման գործին:

Հողվածում մամուլի հրապարակումների ուսումնասիրության միջոցով կանոնադաշտանք Խորհրդային Միության անկումից հետո հայաստանյան հասարակական-քաղաքական կյանքի զարգացումների: Կփորձենք նաև մատնանշել նոր ձևավորվող միջոցների հետ կապված մտահոգությունները, քննարկել խնդիրները, որոնք ի հայտ են եկել հին և նոր միջոցների պայքարի ընթացքում:

1. Ղարաբաղ-Հայաստան միացման հարցադրումները մամուլում. «Ղարաբաղ» կոմիտեի միջանկյալացումը

«Անկախությունը» հինի կործանման և նորի ստեղծման բացահայտ դրոշակակիրն էր իր ստեղծման առաջին օրից (1987 թ., հոկտեմբերի 24): Թերթի կարգախոսը՝ «Մեր նպատակը միացյալ,

ազատ ու անկախ Հայաստանն է, առաջնահերթ խնդիրը՝ Խորհրդային Հայաստանի անկախացումը», կանխորոշում է նրա դիրքը: Պարբերականը կոչ է անում՝ «դարձի գանք», որտեղ մասնավորեցնում է. «Այս երկրում այլևս անելիք չունենք, ապագա չունենք, նրանից մենք ոչ մի ակնկալիք չունենք, էլ ուր մնաց Հայկական հարցի կամ նրա բաղկացուցիչ մաս հանդիսացող Արցախյան հարցի լուծումը, երբ հայ ժողովուրդը ԽՍՀՄ-ում կանգնած է ֆիզիկական ոչնչացման առաջ, որն այսօր մի նոր ու սարսափելի որակ է ստացել: Այս իրադրությունից միակ ու պատվավոր ելքը Խորհրդային Միությունից դուրս գալն է ու Հայաստանի անկախացումը: Ախր ո՞ր մի ժողովուրդն է բախտավորվել այս կայսրության ձեռքի տակ, որ մենք բախտավորվենք»¹:

Նման կոչերի մթնոլորտում է ձևավորվում ժամանակի դիսկուրսը, որի կենտրոնում Ղարաբաղ-Հայաստան միացման հարցադրումն է:

Այս միջավայրում փորձեց աչքի ընկնող դեր խաղալ «Ղարաբաղ» կոմիտեն: Վերջինս իր կառուցվածքով հիշեցնում էր խորհրդային կենտրոնական այն «բջիջը» կամ կենտրոնական կոմիտեն, որը երկար տարիներ հանդես էր գալիս բազմազգ ժողովուրդներին ղեկավարելու լիազորություններով օժտված միֆի դիմակով: Այս միֆի տարատեսակներն առկա էին ԽՍՀՄ տարբեր հանրապետություններում, որտեղ էլ բաժանվում և գործում էին մարզային, գյուղական, աշխատանքային առանձին կոլեկտիվների ներսում՝ որպես «խորհուրդներ»: Եթե Մ. Գորբաչովն իր հույսը դնում էր այդ խորհուրդների վրա, ապա նույն կերպ «Ղարաբաղ» կոմիտեն, որի կենտրոնական նստավայրը Երևանում Գրողների միության տունն էր, ժողովրդի միասնության համար իր հույսը կապում էր հանրապետության մարզերում ընտրված տեղական կոմիտեների հետ: Սա կարելի է դիտարկել որպես գործող միֆի կառուցվածքաբանական մույնություն: Նույն կաղապարի մեջ այժմ հանդես է գալիս հին միֆը կործանող մորը՝ հակամիֆը:

¹ Արմենակ, Դարձի գանք, «Անկախություն», 7 դեկտեմբերի, 1988, թիվ 48 (58):

«Ղարաբաղյան» բառն ինքն էլ շատ դեպքերում այլևս չի հիշատակվում՝ մնալով որպես «Կոմիտե», որի շուրջ ծավալվում են գործողությունները: Նոր Կոմիտեն «միացման» և Արցախի ինքնորոշման դիսկուրսի համար «գործող անձերից էր», այսինքն՝ ժողովրդի կողմից լիազորություններ «հավաքած» միֆական կերպար, որն իր ծնունդն արդարացնելու և իրեն պահելու համար ուներ մամուլի օգնությունը: Հին միֆը դեռ «ցած չէր դրել» իր լիազորությունները և փորձում էր աշխատել դարձյալ մամուլի օգնությամբ:

Կոմկուսի կենտրոնական կոմիտեի ազդեցիկ միֆը 70 տարվա փորձ ու պատմություն ունի: «Ղարաբաղ» կոմիտեն, որ իր վրա էր վերցրել ժողովրդին փրկելու ազատարարի դերը, նոր էր ծնվել: Որպես հակոտնյա միֆ՝ նրա առաջնորդությունը անընդհատ խոչընդոտվում էր հնի կողմից: Մամուլը կազմակերպում, օգնում էր «հանրային ապամիֆականացման» երկկողմանի գործընթացներին: Մի կողմում «կենտրոնական տիրոջը հավատարմագրված կուսակցական կատարածություններն էին»², մյուս կողմում՝ ժողովրդական զարթոնքի շեփոխահար «Ղարաբաղ» կոմիտեի ներկայացուցիչները կամ «տղաները»: Առաջիկաները ժողովրդի վիճակը ծանր ներկայացնելու համար ջանք չեն խնայում և անկախանալու դեպքում «սովահարության սարսափն են կանխագուշակում»: Սակայն այս վերաբերմունքը հակառակ կողմի դիրքերից գնահատվում է որպես հնին վերադառնալու, կորցրած իշխանությունը գտնելու փորձ. «Սնանկ է այս քարոզչությունը և կայսերապաշտական...: Վաղն ավելի մեծ կլինեն կորուստները, եթե չփակեն աղետի գոտու կաշառակերության ճանապարհը», որի պարագլուխները հենց համարվում են «հները»³: Հինն ու նորը ասես դրվում են կշեռքի նժարներին: Անկախության «այո» ասելու դեպքում կորուստները միայն առաջին հայացքից են շոշափելի թվում: Դրա փոխարեն «գերատեսչա-

² Հարությունյան Մ., Աղետի գոտին կործանում է կաշառակերությունը, «Հայք», 3 ապրիլի, 1991, թիվ 13 (63):

³ Նույն տեղում:

կան-ստրկական հարաբերություններին կփոխարինեն հորիզոնական կապերը, և գործարանները կաշխատեն միայն մեզ համար...»⁴:

2. Անկման, վերածննդի և ոսկե դարի մասին միֆերը ազգայնական միֆոլոգիայում

Միֆ և հակամիֆ պայքարը ծավալվում էր հանրապետությունում ծայր առած ճգնաժամային իրավիճակում, երբ սովը, իսկապես, ոչ թե գալիք, սպասվելիք վտանգ էր, այլ առաջանում էր՝ մեծ ավերածություններ գործելով ոչ միայն դատարկ խանութներում ու շուկաներում, այլև մարդկային հոգիներում: Սակայն հնի դեմ դուրս եկած նոր՝ ազատության ու անկախության միֆը չի վախենում նրա աչքերին ուղիղ նայելուց: Կենցաղային դժվարությունների գիտակցումն ուղղորդվելու կարիք է զգում: Դա արվում է մամուլի կողմից վարպետորեն ու հստակ հրապարակումների միջոցով: «Պետք է սպրել ոչ միայն հանապազօրյա հացը վաստակելով միայն, այլև՝ վաղվա օրվա համար: ... 1988-ի փետրվարից մեր ձյունոտ ու ցուրտ լեռներում զարնանային տաք քամիներ եկան, եկան, որպեսզի մեր դաշտերը մաքրեն որոմից, բացեն դեկավար դռները յոթ փակերից:... Մենք ոտքի ենք ելել ոչ թե օճառի, ծխախոտի պրոբլեմները լուծելու համար, այլ նախ և առաջ մարդկային և ազգային արժանապատվության մեր հասանելիքին տեր կանգնելու համար»⁵, - նշում է «Ավանգարդը»՝ միաժամանակ խորհրդային անցյալից հիշողություններ պատմելով «վաղվա օրվա համար»:

«Երկիր»-ը ահագանգում է հոգևոր հայրենիքի կորստի, անդարձ կորուսյալ հայրենական արժեքների, հոգևոր աղքատության ու գաղափարական չունկության մասին, ինչպես և այն մտավորականների, որոնց համար գործելակերպ է դարձել «Նախ»՝ հացի-

⁴ Նույն տեղում:

⁵ **Գալոյան Ս.**, Հիշողություններ վաղվա օրվա համար, «Ավանգարդ», 19 դեկտեմբերի, 1990, քիվ 144 (10395):

վր...»⁶: Ժամանակի մամուլը լի է հայ մարդու ազգային հոգեբանության ու մտածողության խաթարումը շեշտող հոդվածներով, որոնցում ավելի ակնհայտ է դառնում անկման իրողությունը: Ըստ Էնթոնի Սմիթի՝ «անկման մասին միֆը» ազգայնական միֆոլոգիայում էթնիկ միֆերը կազմող բաղադրիչներից է: Այն պատմում է մեզ, թե ինչպես համայնքը կորցրեց իր կենդանի ավանդության խարիսխը, ինչպես հին արժեքները դարձան ոսկրացած ու անիմաստ, և ինչպես, որպես արդյունք, ընդհանուր զգացմունքները և համոզմունքները մոռացվեցին՝ ճանապարհ տալով անգուսպ անհատականությանը և կուսակցական հետաքրքրությունների հաղթանակին, ավելի քան հավաքական իդեալներին և կարգապահությանը⁷:

Այսպես՝ «Հայք»-ը «Ժողովուրդը սովից չէ, որ մեռնում է»⁸ հրապարակման մեջ անդրադառնում է Նոր տարվան, որը չէր կարող նմանվել «հին» Նոր տարիներին: Ամանորյա տոնն ինքը միֆական ավանդություն է. տոնել այն որքան հնարավոր է ուրախ տրամադրությամբ և ճոխ սեղաններով՝ ցիկլային մոր կրկնությունն այդպես սկսելու և շարունակելու համար⁹: Գալիք տարվա մտահոգության ու վախի արտահայտությունն էր արդյոք այն, ինչ կատարվում էր 1991-ի հունվարի սկզբին: Ըստ «Հայք»-ի՝ ո՛չ: Պարզապես ոտնահարված էր իր «մաքուր» սկզբի մեջ ծնվող Նոր տարվա միֆը: Կրկնվող ցիկլը կորցրել էր իր «մաքուր» լինելու միֆական նշանակությունը, որովհետև սկսվել էր դժոխային պայքարը՝ քաղցը հազեցնելու համար: «...Այսուայնտեղ հապճեպ սարքված սպանդանոցների, շուկաների, խորովածանոցների վրա էին գրոհում բանվորը, խորհրդարանի իմաստուն ճառասացը, ակնոցն այդ թոփուրոնի մեջ կորցրած մտավորականը, ֆիդայիներ, հղի կանայք ու անհայտ ծագումով երեխաներ: ... Առնողները թքած ունեին կենդանական

⁶ Պետրոսյան Գ., Մտավորականաբափման գործընթաց, «Երկիր», 27 դեկտեմբերի, 1991:

⁷ Տե՛ս Anthony D. Smith, Myths and Memories, Oxford, New York, 1999, էջ 67:

⁸ Գևորգյան Ս., Ժողովուրդը սովից չէ, որ մեռնում է, «Հայք», 9 հունվարի, 1991, թիվ 1 (51):

⁹ Այս մասին տե՛ս նաև Պետրոսյան Գ., Միֆական ժամանակը Մուշեղ Գալշոյանի էսեներում, «Վեմ», 2011, թիվ 2 (34):

բնագղների դրսևորումների հանդիպելու վախից տներում պահ մտած զանազան գեղագետների ու դատարկ-մատարկ պոետների կարծիքների վրա՝ նրանց մի կտոր միս էր պետք, ուտելու մի բան... Եղան վիրավորանքներ, ծեծուջարդ, մարդիկ ոտնատակ ընկան այդ նյութաորսի մեջ»¹⁰:

Հիշեցնելով նաև հին պատմությունից ծանոթ արհեստական սովի ստեղծումը Եգիպտոսում՝ մի ողջ ժողովրդի ստրկացնելու համար, հեղինակն այնուհետև մեջքերում է Կենտրոնի ծրագրավորած սաղրանքները՝ նույն միջոցներով մեր ժողովրդին ստրկացնելու համար, և կոչ է անում չտրվել սաղրանքներին: Նա այսպես է հուսադրում. «Վաղն ավելի դժվար կլինի: Մթերքի առավել պակասություն»։ Այստեղից էլ սկսվում է հավատը դեպի ցիկլային կրկնության միֆը, որն անկասելի և հավերժական է. «Դա նման է միաժամանակյա մահվան ու ծնունդի: Կտրվող պորտալարի ցավից ոչ մի ծնունդ չի դադարում»։ Արթնանում է ծնունդի մասին խորքային հիշողությունը, գալիս ու կերպավորվում «Երկներ երկին, երկներ երկիր» պատկերից դուրս ժայթքող Վահագնի տեսքով: Խաղարկվում է ժողովրդի արքետիպային հիշողությունը, որում Վահագնի կերպարը ներշնչված է նախկին հերոսական ժամանակների հիշողությունից և մատնանշում է գալիք ճանապարհը: Անկումից դեպի վերածնունդ տանող տրամադրությունները հատուկ են ազգայնական միֆոլոգիային. սկսելով անկումից, օտարացումից և ներքին արտաքսումից՝ գնում են դեպի վերածնունդ, վերամիավորում և նախկին փառավոր պետության վերականգնում¹¹: Եթե այս դեպքում Վահագնի կերպարն է ազգի համար սահմանված իդեալը, որի մեջ «ոսկե դարի» մասին հիշողությունն է¹², ապա ազգի «մտավորականաթափման գործընթացով» մտահոգված «Երկիր»-ի մատնանշած «ոսկե դարը» կամ ազգի համար նախընտրելի ուղին կապվում է այլ ժամանակների հիշողությունների հետ. այն սկսվում է Մաշտոցով, Խորե-

¹⁰ **Գևորգյան Ս.**, Ժողովուրդը սովից չէ, որ մեռնում է, «Հայք», 9 հունվարի, 1991, թիվ 1 (51):

¹¹ Տե՛ս **Anthony D. Smith**, *Myths and Memories*, Oxford, New York, 1999, էջ 264.

¹² *ibid*, p. 67-68, 263.

նացիով, Տրդատ ճարտարապետով, Թորոս Ռոպինով և հասնում մինչև Չարենց, մինչև Առաջին հանրապետության նախարարներ¹³:

3. Կոմունիզմի անկումը որպես աշխարհաքաղաքական նոր իշխանության ձևավորման երաշխիք. գլոբալացման միֆոլոգիան

Խորհրդային Հայաստանից անցում կատարվեց դեպի Հայաստանի Հանրապետություն: Ազատություն, ժողովրդավարություն, մարդու իրավունքներ... Սրանք նոր միֆեր են, որոնց հիման վրա պետք է կառուցվի նոր հասարակությունը:

Վ. Շինկարենկոն, խոսելով Ռուսաստանում ձևավորվող նոր միֆերի մասին, նշում է դրանցից մի քանիսը՝ «վերակառուցում», «շուկա», «կապիտալիզմ», «դեմոկրատիա», «մամուլի ազատություն», «ազգային գաղափարախոսություն», ստալինականության «սարսափ», ժողովրդականության «բարիք» և այլն¹⁴: Շարունակելով նկարագրությունը՝ նա փաստում է, որ երկրում կոմունիստական «հանցագործ» գաղափարախոսության ոչնչացման հետ ստեղծվում է նոր միֆ այն մասին, թե «ինչքան լավ է ապրում կապիտալիստական արևմուտքը»¹⁵: Սույնը հաստատում է նաև Վլ. Հովհաննիսյանն իր «Քաղաքական միֆերը որպես տեղեկատվական պատերազմի միջոց» հոդվածում, որում մասնավորապես նշում է. «Հակախորհրդային միֆը, ըստ էության, լրիվ արտատպված էր Արևմուտքից: Երեկվա թշնամու միֆերը հայտարարվեցին ճշմարիտ, իսկ կոմունիստական միֆերը՝ կեղծ»¹⁶:

¹³ Պետրոսյան Վ., Մտավորականաբափման գործընթաց, «Երկիր», 27 դեկտեմբերի 1991:

¹⁴ Шинкаренко В., Смысловая структура социокультурного пространства, М., 2005, стр. 138.

¹⁵ Там же, стр. 139.

¹⁶ Հովհաննիսյան Վլ., Քաղաքական միֆերը որպես տեղեկատվական պատերազմների միջոց, «21-րդ դար», թիվ 3 (21), 2008, էջ 133:

Այս ամենը դիտարկելի է նաև գլոբալացման միֆոլոգիայի համատեքստում¹⁷: Մարիլանդի համալսարանի պրոֆեսոր Մ. Ֆերգուսոնը կոմունիզմի անկումը և կապիտալիզմի հաղթանակը, այն է՝ հին միֆի կործանում և նորի հաստատում, դիտում է որպես Ամերիկայի կողմից առաջադրված գլոբալ նպատակներ. «Ակնհայտ է, որ ի սկզբանե առաջադրված նպատակները եղել են գլոբալ, ամերիկյան ծագման և նկատվում էր Նոր Երուսաղեմի (գլոբալ նոր հավատի կենտրոնի) մշուշոտ տեսլականը, աշխարհաքաղաքական իշխանության ձևավորումը կապվում էր կոմունիզմի անկման և կապիտալիզմի հաղթանակի հետ»¹⁸:

Այս առիթով մտահոգ է մամուլը. «ՀՀԸ-ն, ՀՀ ԳԽ-ն ու նախագահը ազգային գաղափարախոսություն չունեն» վերնագրով հրապարակման մեջ «Երկիր»-ը նշում է, թե փորձ է արվում հայոց պետությունը կառուցելու ամերիկյան սկզբունքներով, որոնց հիմքը մարդու իրավունքներն են: «Մեզ հուզում է ոչ թե պետության կառուցումը, այլ ազգային պետության կառուցումը»¹⁹:

«Երկիր»-ն անհանգիստ է, որ այն անհատները, ովքեր, հաստատվելով տապալված կուռքերի վրա, երաշխիքներ էին տալիս ազգային արժեքային դաշտի ամբողջականության համար, հայտնվեցին «փլուզվող հայկականության կեռմաններում», որն սպառնում է տանել օտար մի հանգրվան, որտեղ «չի լինելու պատմություն...»²⁰: Այսպես հայր կհայտնվի իր «վերջին կանգառում»²¹: Խոսելով «փլուզվող հայկականության կեռմանների» մասին՝ հոդվածագիրները (Ա. Մարության, Է. Հարությունյան) դրանց մեջ՝ անհատի ու հասարակության միջև խորացող տարածություն, ավան-

¹⁷ **Marjorie Ferguson**, The Mythology about Globalization, European Journal of Communication, Communication Theory and Research, edited by Denis McQuail, Peter Golding and Els de Bens, SAGE Publications LTD, London, Thousand Oaks, 2005, p. 31-32.

¹⁸ Ibid.

¹⁹ «ՀՀԸ-ն, ՀՀ ԳԽ-ն ու նախագահը ազգային գաղափարախոսություն չունեն», «Երկիր», 14 ապրիլի, 1993, թիվ 67 (408):

²⁰ **Մարության Ա., Հարությունյան Էդ.**, Վերջին կանգառ, «Երկիր», 14 ապրիլի 1993, թիվ 67 (408):

²¹ Նույն տեղում:

դասպահ անհատների օտարում, չեզոքացում, տեսնում են դիցաբանական մի յուրօրինակ քառու, որից վերածնված ու առնական դուրս գալու ակնկալիքները աղոտանում են, և չեն ուրվագծվում քառսի կարգավորման միտումները:

Նման պայմաններում ու մտահոգությունների համատեքստում են ընթանում հնի և նորի միֆական պայքարը, նոր միֆերի որոնումները մամուլում:

Այսպիսով՝ մամուլը կարողացավ իր էջերում օգտագործել և ստեղծել տարաբնույթ միֆեր՝ հասարակական գիտակցությունն ուղղորդելու համար: Հանրապետությունում ծայր առած ճգնաժամային իրավիճակում այն, մի կողմից, պատերազմի ասիականգ էր հնչեցնում, վեր հանում մտահոգությունները՝ կապված Արևմուտքից ներմուծված նոր արժեքների հետ, մյուս կողմից՝ ուղղորդում հասարակությանը, որը վտանգված գոյությունը պահպանելու երաշխիքներ էր որոնում:

РЕЗЮМЕ

Саргсян З. Дж.

БОРЬБА НОВЫХ И СТАРЫХ МИФОВ В СМИ НАЧАЛА 1990-Х ГОДОВ

Ключевые слова: *миф, пресса, независимость, идентичность, национальный, армянский, Армения, советский, глобализация*

В статье рассматривается разрушение советского мифа, а также проблемы, связанные с борьбой между старыми и новыми мифами. В частности, представлена борьба между комитетом «Карабах» и Компартией, у которой был 70-летний опыт работы.

В этот период СМИ создали различные мифы, которые использовались в качестве ориентира для формирования общественного сознания. Вопросы, поднятые в статье, также связаны с переходом от одного социального порядка к другому, и созданию новой идентичности отличающейся от советской. При отрицании советской идеологии и пересмотра

своего «мы» СМИ основывались на национальных корнях, прототипах, воспоминаниях о «золотом веке». В то же время СМИ опасались притока мифов и ценностей из Запада.

SUMMERY

Sargsyan Z. J.

MYTHICAL STRUGGLE OF THE OLD AND NEW IN THE PRESS IN THE EARLY 1990S

Key words: *myth, press, independence, identity, national, Armenian, soviet, globalization*

The article examined the destruction of the Soviet myth and it also discusses the issues revealed during the collision of the old and the new myths in the new independent state. In this context the struggle of myths of “Karabakh” commission and seventy-year old Communist Party has been presented.

Various myths created and used by the press to orient social consciousness have been examined. In the article there has been discussed also the issues related with the transition from one social order to another, as and the process of defining new identity different from the Soviet. When rejecting Soviet ideology and redefining the "we" the press took its stand on the memories of national roots, prototypes and "golden age". But there are also concerns about new values and new myths, which are taken from the global West.

Ավագյան Գ. Ա.
*Նոր մեդիայի և հաղորդակցության
ամբիոնի ասպիրանտ*
Էլ. փոստ՝ *gayaneavakyan@gmail.com*

ՍՓՅՈՒՌՔՅԱՆ ԻՆՔՆՈՒԹՅՈՒՆԸ ԵՎ ՄԱՄՈՒԼԸ (ԼԻՔԱՆԱՆԻ ՀԱՅԿԱԿԱՆ ՊԱՐԲԵՐԱԿԱՆՆԵՐԻ ՕՐԻՆԱԿՈՎ)

Բանալի բառեր - մամուլ, ինքնություն, Սփյուռք, Խորհրդային Հայաստան, Լիբանան, սփյուռքյան ինքնություն, «Ազդակ», «Զարթոնք», «Արարար», կուսակցական պարբերականներ, Լիբանանի հայ համայնք

1. Սփյուռքյան ինքնություն

Ազգային ինքնության մասին սկսում են խոսել, կամ ինքնության խնդիրը դրվում է այն ժամանակ, երբ կա ինքնությունը կորցնելու վտանգ, բայց դեռ կորսված չէ¹: Ազգային ինքնության պահպանումն ամենօրյա խնդիր է հայկական Սփյուռքում: Մի կողմից՝ պետք է պահպանել հայի տեսակը, սակայն օտար միջավայրում այլ բարքեր են, որոնք մերժելը կարող է սոցիալական մեկուսացման տանել, մյուս կողմից՝ մոռանալ ազգայինը, արմատները, ապրել տվյալ երկրի բարքերով, ընդունել նոր մշակույթը և ինտեգրվել հասարակության մեջ: Երրորդ տարբերակը կարող է լինել, ինչպես Պ. Լ. Ջեքիյանն է նկարագրում, կանոններով խաղալը, բայց դրանք չյուրացնելը, ուրույն դիմագիծը չկորցնելը կամ էլ որոշ կանոններ փոխելը²: Ի վերջո, էթնիկական այլ հանրությունների հետ շփումն ազդի մտահայեցողության ակունքն է, որի միջոցով մշակութային

¹ Տե՛ս **Պրլտեան Գ.**, Ինքնութեան փորձառութիւն Սփյուռքի մէջ, «Ինքնության հարցեր» տարեգիրք, Եր., 2002, էջ 90:

² Տե՛ս **Ջեքիեան Պ. Լ.**, Հայ ինքնութիւն, «Ինքնության հարցեր» տարեգիրք, Եր., 2002, էջ 42:

ավանդույթների, սովորույթների և գաղափարների վերաբերում է կատարվում³:

Ընդունենք, որ օտարության մեջ հայտնված հայերը չեն կարող գերծ մնալ շփումներից, որոնք աստիճանաբար կրավորական առնչությունից վերածվում են ակտիվ փոխհարաբերության, արժեքների «փոխանակման»: Իսկ նոր սերունդն արդեն մեծանում է՝ երկու արժեքային համակարգերն իր մեջ կրելով, և կախված անհատից, ընտանիքից, շրջապատից՝ համակարգերից մեկը կարող է ավելի ուժեղ ներգործություն ունենալ ու հաջորդ սերնդին փոխանցվել ավելի կամ պակաս չափաբաժնով:

Գ. Պրլոյանը, բացատրելով օտարության մեջ հայտնվածի ինքնության տատանումները, նշում է, որ հարազատի «փոփոխումը» ենթադրում է «այլի» հայտնություն ինքնության մեջ: Ըստ նրա՝ չի կարելի սփյուռքահայի ինքնության հարցին մոտենալ հարազատի և ոչ հարազատի պարզ հակադրությամբ: Ինչը հարազատ է, դառնում է օտար՝ հետո վերստին հարազատ դառնալու համար ⁴:

Հարց է ծագում. արդյոք անհրաժեշտ չէ՞ ընդհանրացված ազգային ինքնության փոխարեն տարբերակել Սփյուռքում ապրողի սփյուռքյան ինքնությունը: Այն իր տեսակով հիբրիդ է, որն անպայմանորեն ներառում է մի քանի ինքնություններ ինչպես էթնիկ ծագման, այնպես էլ այն ազգի, որի միջավայրում ապրում է անհատը: Ինքնությունը քարացած չէ, այլ փոփոխվում, ընդլայնվում է, ներառում նոր արժեքներ, որոնք, սակայն, ինքնությանը համահունչ են ու համալրում են այն: Ս. Հովի բնորոշումից բխում է, որ ոչ միայն անցյալը, այլև ապագան է պայմանավորում մեր ինքնությունը, ուստի

³ Ազգամիջյան փոխհարաբերություններին է անդրադառնում նաև **Մ. Մարգարյանը**. «Հարաբերելով համամարդկային արժեքներին՝ ազգի արժուպային համակարգը նոր բովանդակություն ու իմաստ է ստանում և հանդես գալիս տարբեր մակարդակների ես-երի լինելության սահմաններում: Ի հետևանս՝ այն դառնում է անձի, հանրության ինքնության արդիականացման գործընթացը սնուցող միջավայր» (**Մարգարյան Մ.**, Ազգային մտահայեցողություն և ինքնակառավարում, «Ինքնության հարցեր» տարեգիրք, Եր., 2002, էջ 58):

⁴ Տե՛ս **Պրլոնան Գ.**, նշվ. աշխ., էջ 104:

ինքնությունը թե՛ նախկինում որոշակի լինելու և թե՛ հետագայում մեկ ուրիշը դառնալու արդյունք է⁵:

Վ. Սահակյանի դիտարկմամբ՝ ինքնությունն իրավիճակային է. որոշակի հանգամանքներում մեկն է դրսևորվում, այլ միջավայրում՝ մյուսը⁶: Բերենք օրինակ. Լիբանան պետության՝ իր քաղաքացիների համար կազմակերպված ցանկացած միջոցառման՝ լինի ընտրություն թե ժողով, հայը մասնակցում է որպես լիբանանցի, քանի որ ընդունված որոշումներն անդրադառնալու են իր քաղաքացիական գործունեության վրա: Իսկ Մեծ եղեռնի զոհերի հիշատակի ոգեկոչման միջոցառումների կազմակերպմանը նա մասնակցում է իբրև հայ: Սփյուռքում ապրողի կերպարի երկփեղկումն անխուսափելի է դառնում:

Հայ տեսաբան Խ. Թոլոյանը «սփյուռք» երևույթի մասին խոսելիս առանձնացնում է «multilocal»-ի՝ բազմաթիվ վայրերում ապրելու կամ դրանց հետ կապ ունենալու գաղափարը, երբ սփյուռքի ներկայացուցիչը գիտակցում է, որ ևս մեկ վայր կա, որը կարևոր է, որի հետ ոչ ֆիզիկապես, բայց մտովի կապված է⁷:

Առաջնահերթությունը տալով «աղետի փորձառություն»⁸ ունեցող Սփյուռքի սկզբնական սերունդների ձևավորմանը՝ նախընտրելի է դիտարկել Լիբանանում Մեծ եղեռնից հետո կազմավորված հայկական Սփյուռքում ինքնության խնդիրը և դրա արտացոլումը կուսակցական պարբերականներում 1960-ական թվականներին:

⁵ Տե՛ս **Hall S.**, Cultural Identity and Diaspora, Identity: Community, Culture and Difference. Jonathan Rutherford ed. London: Lawrence & Wishart, 1990, էջ 225:

⁶ **Սահակյան Վ.**, «Փոփոխվող սփյուռքները. հայեցակարգեր և մոտեցումներ» ամսառային ծրագիր, Հայկական բարձրագույն կրթության նախաձեռնություն, ՀԱՀ, Եր., 10-21 հուլիսի, 2017:

⁷ **Թոլոյան Խ.**, մաս 1, <https://www.youtube.com/watch?v=xvZ74kGxA5w> (տեսանյութ):

⁸ 1915-22 թթ. Հայոց ցեղասպանության գործունը հաշվի առնելով՝ Ռ. Քոհենը հայկական Սփյուռքը տիպաբանում է իբրև «զոհ սփյուռք» (victim diaspora). տե՛ս **Cohen R.**, Global Diasporas: An introduction, Second edition, Taylor & Francis, 2008, էջ 39:

2. Ինքնության հատվածայնության խնդիրը՝ Լիբանանի հայ համայնքի օրինակով

Լիբանանում, ինչպես և այլ երկրներում, հայերը ներկա են եղել նախքան ցեղասպանությունը, սակայն մեծ հոսքը սկսվել է 20-րդ դարասկզբի աղետից հետո: Ի տարբերություն այլ երկրների՝ Լիբանանի ղեկավարությունը հասարակական, կրոնական, մշակութային ու կրթական կյանք ունենալու ազատություն էր տվել հայերին: Որպես արդյունք՝ սկսվել է համայնքային կառույցների կազմակերպված ձևավորումը: Պատահական չէ, որ Լիբանանը համարվում էր Սփյուռքի կենտրոն, կամ փորձ էր արվում այդպիսին դարձնելու, որն ուներ ինքնակազմակերպման հստակ կառույցներ՝ դպրոցից մինչև կուսակցական ակումբ, և ապագա հոգևորական, ուսուցիչ, բժիշկ ու կուսակցական գործիչ էր պատրաստում մյուս գաղութների համար: Այդուհանդերձ, նույնիսկ Լիբանանում դժվար է խոսել միասնական սփյուռքյան ինքնության կամ լիբանանահայի ինքնության մասին: Բաժանվածությունը կուսակցական պատկանելության, քրիստոնեության ճյուղերի հետևորդության, դաշնակցական, ռամկավար կամ հնչակյան թաղամասերի, մշակութային, կրթական ու հասարակական հաստատությունների տարբերակումը՝ ըստ քաղաքական կողմնորոշման, մղում են ենթադրելու, որ լիբանանահայի ինքնության պարագայում ևս գործ ունենք հատվածային ինքնությունների հետ: Ավելացնելով արաբական աշխարհում ամենօրյա կենսագործունեությունը՝ ստացվում է, որ արաբական և հայկական ինքնությունները Լիբանանի հայի մեջ անբաժանելի են:

Դիտարկենք շրթայի հաջորդ օղակը. Լիբանանում հայտնվածի համար ազգային ինքնությունը մեկ բան է, ԱՄՆ-ում հայտնվածի համար մեկ այլ՝ շնորհիվ այն օտարի, որն անպայման առկա է իր մեջ, և օտարի հետ ազգայինի փոխհարաբերության տեսակի: Սրանից բացի՝ կար ինքնության ավելի գլոբալ, «բարիկադային» տարանջատում: ԽՍՀՄ-ում կերտվում էր խորհրդահայի ինքնություն, Սփյուռքում՝ սփյուռքյան ինքնություն, որի համար կարևորվում էր

լեզուն, մշակույթը, Հայ դատը և այլն, և մեկը մյուսին ասես հակա-կշիռ լինեին մինչև 1960-ականները: 1960-ականներից ԽՍՀՄ-ը սկսեց ստեղծել «ամեն հայի հայրենիքը Խորհրդային Հայաստանն է» գաղափարը⁹:

3. Մամուլը բազմաշերտ ինքնությունների արտահայտիչ

Խորհրդային Հայաստանում, Սփյուռքում և մասնավորապես լիբանանահայի կյանքում տեղի ունեցող խմորումները չէին կարող չարտացոլվել տեղի հայկական մամուլում: Սփյուռքահայի, տվյալ դեպքում՝ Լիբանանում ապրող հայի ինքնության բազմաշերտության արտահայտումը նույնպես կարելի է տեսնել թերթերի հրապարակումներում: Փոխադարձ առնչությամբ նկատելի են մաս մամուլի ուղղակի կամ անուղղակի ջանքերը՝ ազդելու բազմաշերտ ինքնությունների ձևավորման վրա կամ երանգ հաղորդելու ինքնության մասին պատկերացումներին:

Տարբերակումներից մեկը կատարվում է՝ կուսակցական պատկանելությունից կամ գաղափարական կողմնորոշումներից ելնելով, ինչը հաջորդաբար թելադրում է տարբերակում՝ ըստ տվյալ կուսակցության կրթական, մշակութային, կրոնական, պատանեկան, երիտասարդական, անգամ մարզական կառույցների հաճախելիության: Բնականաբար, «Ազդակ»-ը Լիբանանի հայ համայնքի կյանքը ներկայացնում է առավելապես ՀՅԴ, «Զարթոնք»-ը՝ ՌԱԿ-ի, իսկ «Արարատ»-ը՝ Հնչակյան կուսակցության դպրոցի, մարզական ակումբի, կանանց միության և նման կառույցների նախաձեռնությունների միջոցով: Ստացվում է՝ յուրաքանչյուր կուսակցության գաղափարախոսության հետևորդները տարածն արժեքներով կազմավորվող ինքնության կրողներ են: Կուսակցական թերթերն ասես թելադրում են համապատասխան կենսակերպ և հրապարակումների օգ-

⁹ Փանոսեան Ռ., «Ինքնությունների ձևավորումը հայրենիքներում և դրանցից դուրս» թեմայով դասախոսություն, «Փոփոխվող սփյուռքները. հայեցակարգեր և մոտեցումներ» ամառային ծրագիր, Հայկական բարձրագույն կրթության նախաձեռնություն, ՀԱՀ, Եր., 10-21 հուլիսի, 2017:

նությանը ընթերցողի մեջ սերմանում դա: Արտացոլելով տվյալ «կուսակցական» ինքնության կրողների իրական կյանքը՝ թերթերն այդպիսով չափանմուշ են կերտում՝ օրինակելի դարձնելով տվյալ ինքնության մյուս կրողների համար:

Մեկ այլ տարբերակում ծագում է Խորհրդային Հայաստանի ընկալման տարածայնությունից: Հնչակյաններն ու ռամկավարները իրենց պարբերականներով Խորհրդային Հայաստանը հայրենիք էին համարում, հայության կենտրոն, իսկ Լիբանանի ու Սփյուռքի հայերին՝ այնտեղ կատարվող իրադարձություններին անմիջականորեն հետևողներ: Դաշնակցական «Ազդակ»-ը, չժխտելով հայրենիքի գոյությունը, այդուհանդերձ, սահման էր դնում Սփյուռքի և ԽՀ սոցիալիստ հայի կյանքի միջև՝ առավելապես կողքից դիտող-քննադատողի կարգավիճակ ստանձնելով, իսկ կենտրոնում դնելով միացյալ, ազատ, անկախ հայ ազգի գաղափարը, Սփյուռքի հայությանն ու վարչակարգով չտարված ազգակիցներին:

«Արարատ»-ն ու «Զարթոնք»-ը երբեմն անդրադառնում էին ԽՀ վարչական կառույցների առօրյա, արարողակարգային միջոցառումներին՝ ընթերցողի ինքնությունը փորձելով մույն հարթության վրա դնել Հայաստանում ապրողի, անգամ սոցիալիզմի գաղափարակրի կամ սոցիալիստական հանրապետությունների քաղաքացու ինքնության հետ՝ չեղարկելով տարածքային անջրպետը¹⁰: Սակայն մույնացումը կատարվում է միայն Սփյուռքի «հայաստանասերների» պարագայում, նրանց, ովքեր ընդունում են Հայաստանում հաստատված խորհրդային կարգերը, իսկ մյուս թևը, որը մույնացվում է դաշնակցականների հետ, ովքեր իբր դավադիր կապի մեջ են իմպերիալիստական երկրների հետ՝ ընդդեմ Խորհրդային Միության¹¹,

¹⁰ Օրինակ՝ «Սփյուռքահայության լուսագոյն գտակները, արտասահմանեան երկիրների յառաջադիմական ուժերի հետ ուս-ուսի տուած, հերոսաբար պայքարում են Հոկտեմբերեան Յեղափոխութեան գաղափարների յաղթանակի համար» (Վանիկ, Հոկտեմբերեան Յեղափոխութեան Յիսնամեակին՝ Անտոն Քոչինեանի ճաշին առթիւ, «Արարատ», 24 նոյեմբերի, 1967 թ., թիվ 8):

¹¹ Անդրեասեան Ա., Հայկական դատին նոր հանգրուանը, «Արարատ», 1967 թ., 23 օգոստոսի, թիվ 273:

դուրս է թողնվում շրջանակից¹²: Խորհրդային Հայաստանը ներկայացվում է որպես խաղաղության և ճնշված ազգերի հույսերի մարմնավորում¹³, ինչը դարձյալ բոլշևիկյան գաղափարախոսության արգասիք է: Մասամբ ուրվագծվում է նաև համախորհրդային քաղաքացիության ինքնության առանձնացումը, որը սուր քննադատում է դաշնակցական թերթը՝ նշելով, որ համայնավար գաղափարախոսության հետևորդ սփյուռքահայերը նույնպես հրաժարվել են հայրենիքից, հողից, ազգից, պատմությունից. նրանց համար միննույնն է՝ Ղարաբաղը հայկական¹⁴ հող է, թե՞ խորհրդային, քանի որ պատկանում է «սովետական հայրենիք ընտանիքին»¹⁴:

Ի տարբերություն «Զարթոնք»-ի և «Արարատ»-ի՝ «Ազդակ»-ը հայ ժողովրդի ներկան ու ապագան չէր կապում Խորհրդային Միության հետ և խստորեն քննադատում էր նրանց, ովքեր Հայաստանի և Սփյուռքի հայությանը համոզում էին համակերպվել անկախության կորստի հետ՝ ընդունելի դարձնելով մեկ կայսրության մասնիկ դառնալու գաղափարը¹⁵:

Ինքնությունը պայմանավորող անցյալի, պատմության հանդեպ վերաբերմունքի, ընկալման տարբերությունից ևս ծնվում է սփյուռքահայի հատվածային ինքնությունների և պարբերականներում դրանց արտացոլման նրբերանգներ հաղորդելու խնդիրը: ՀՅԴ-երիտրորբեր փոխառնչությունների, Հայաստանի առաջին հանրապետության ստեղծման, Սարդարապատի հերոսամարտի, ինքնապաշտպանական կռիվների, Հայ դատի հարցում կուսակցությունների տարաձայնություններով պայմանավորված՝ «Արա-

¹² «Ազդակ»-ն արտերկրից արհեստականորեն ներմուծված «հայաստանասեր» բառով բնորոշում է 2 խմբի. մեկը, հայրենաբաղձությունից ելնելով, բարենտորեն նույնացնում է Հայաստանը օրվա իշխանության հետ, մյուսը Հայաստանի անունը շահագործում է ի նպաստ իշխանության, խորհրդայինը դավանում որպես նպատակ՝ դրան ստորադասելով հայրենիքը և Հայաստանը պայմանավորելով բացառապես խորհրդայինով (Հայրենասերն ու «Հայաստանասեր»ը, «Ազդակ», 26 հուլիսի, 1963 թ., թիվ 121):

¹³ Վանիկ, Հին ժողովուրդի նոր վերելքը, «Արարատ», 8 հուլիսի, 1967թ., թիվ 201:

¹⁴ Արմեն Ազատ, Հայաստանի և սփյուռքի հայութեան փոխ-յարաբերութեան մասին, 22 հուլիսի, «Ազդակ», 1963թ., թիվ 117:

¹⁵ Ընկ. Բ. Փափագեանի խօսքը Հ.Յ.Դ.ի 75 ամեակին առիթով, «Ազդակ», 18 դեկտեմբերի, 1965թ., թիվ 244:

րատ»-ը, «Զարթոնք»-ն ու «Ազդակ»-ը հանդես էին գալիս այնպիսի դիրքերից, որ ընթերցողները սեփական ինքնությունն ընկալեին կուսակցական դիրքորոշման կադապարայնությամբ: Օրինակ՝ հնչակյան պարբերականում լիովին անտեսվում էին Առաջին համառապետության դերն ու նշանակությունը. «Հոկտեմբերը մեզի տուաւ պետականութիւն»¹⁶, «1918-ն 1920 Հայաստան անսահման, ողբերգական չափերով ուներ թշուառութիւն, համաճարակ, սով, անիշխանութիւն, եւ ահաբեկչական բռնակալութիւն: Բայց չունէր տարրական «ազատութիւն»...»¹⁷: Ռուսամետ դիրքորոշմանը համահունչ խեղաթյուրվում էին Սարդարապատի և պատմական այլ իրադարձություններ՝ հաղթանակի փառքը վերագրելով բոլշևիկյան բանակին¹⁸:

Հայ մշակույթի, հայեցի կրթության, դաստիարակության սերմանման հարցում պարբերականներն ընդգծված անջատողականություն չէին ցուցաբերում: Մի կողմից՝ ներկայացնում էին ազգային արժեքներն ու հայ մեծերին, մյուս կողմից՝ նպաստում էին այդ ժառանգության կրողը լինելու գիտակցության, ազգային հպարտության ձևավորմանը:

Ընդհանուր առմամբ երեք թերթերում էլ միացյալ ազգի, հայրենիքի, հայի ինքնության գաղափարն է շրջանառվում: Պարզապես թերթերից երկուսն այդ միացյալ հայրենիքի կենսագործումը տեսնում են խորհրդային վարչակարգով, իսկ մյուսը պայքարում է դրա դեմ: Որպես արդյունք՝ սփյուռքահայերի դիրքորոշումների, արժեքային կողմնորոշումների երկփեղկվածությունը հանգեցնում է նաև Խորհրդային Հայաստան-հայրենիք տարանջատման:

¹⁶ **Վանիկ**, Հոկտեմբերեան Յեղափոխութեան Յիսնամեակին՝ Անտոն Քոչինեանի ճառին առթիւ, «Արարատ», 24 նոյեմբերի, 1967թ., թիվ 8:

¹⁷ **Անդրեասեան Ա.**, Հայկական դատին նոր հանգրուանը, «Զարթոնք», 25 օգոստոսի, 1967թ., թիվ 275:

¹⁸ Տե՛ս **Զաղեթեան Գր.**, Դաշնակցական շէֆերի Հայաստանէն փախցուցած գումարները եւ հաշուետուութիւնը, «Զարթոնք», 1968թ., փետրվարի 20, թիվ 122, **Աղան Տարօնեցի**, «Պատասխանատուները Տարօնի եղեռնին», «Զարթոնք», 1968, մարտի 26, թիվ 151, **Թորգոմ Վեզիրեան**, Մի քանի փաստեր խմբապետ Մեպուիի ազգադաւ գործունեութիւնից, «Զարթոնք», 27 դեկտեմբերի, 1968, թիվ 78:

Ամփոփում

Ազգային ինքնությունը կողմնացույցի դեր է կատարում հայկական Սփյուռքի պարագայում: Միջավայրի ներգործությունը, այլ մշակույթի հետ միջնորդավորված շփումը անխուսափելի կնիք են քողում անհատի ինքնության վրա: Սփյուռքյան ինքնությունը ճկուն է, իրավիճակային, կարող է յուրաքանչյուր պահի դրսևորվել մեկ կամ մյուս կողմով: Այլացումն ու տարատեսակությունը հղացքային բնորոշումներն են այս երևույթի, ինչը տեսանելի է 1960-ականներին Սփյուռքի ամենակազմակերպված կենտրոններից մեկի՝ Լիբանանի օրինակով:

Քաղաքական կուսակցությունների և համապատասխան կրթամշակութային կառույցների կազմակերպված գործունեությունը, մի կողմից, նպաստում էր հայեցի դաստիարակմանը, ազգային արմատների պահպանմանը, մյուս կողմից՝ ընդգծված տարածայնությունների պատճառով հանգեցնում համայնքի ներսում խմբավորումների ձևավորմանը:

Գաղափարական այս տարասեռումները կուսակցությունների պաշտոնաթերթերում վերածվում էին բանավեճերի, որոնցում ակամայից ներգրավվում էին ընթերցողները: Յուրաքանչյուրի լսարանի համար ընդունելի էր դառնում տվյալ թերթի դիրքորոշումը, ինչը ի վերջո ինքնության բազմաշերտ դրսևորումների առիթ է դառնում:

ИДЕНТИЧНОСТЬ ДИАСПОРЫ И ПРЕССА (ПРИМЕР АРМЯНСКИХ
ГАЗЕТ В ЛИВАНЕ)

Ключевые слова: *пресса, Диаспора, Советская Армения, Ливан, идентичность диаспоры, «Аздак», «Зартонк», «Арарат», партийные периодические издания, Армянская община Ливана*

Сохранение национальной идентичности является ежедневной проблемой Армянской Диаспоры. Непосредственный контакт с иными культурами оставляет неизбежный след на идентичность человека. Поэтому возникает необходимость выделять идентичность Диаспоры. Она ситуативна и может каждый момент проявляться тем или иным образом. Даже в Армянской общине Ливана, которая в 1960-х годах считалась центром Армянской Диаспоры, трудно было говорить о единой идентичности армян Диаспоры. Люди одной общины различались своей партийной принадлежностью, направлением христианской веры, и посещали соответственно те культурные, спортивные, социальные и образовательные учреждения, которые были под влиянием конкретной партии или церкви. Выражение многослойной идентичности армян, проживавших в Ливане, можно найти в публикациях партийных газет 1960-х годов. Также заметно, как пресса прямым или косвенным образом придает окраску процессу формирования многослойных идентичностей или представлениям об идентичности.

SUMMARY

Avagyan G. A.

THE IDENTITY IN DIASPORA AND THE MEDIA (THE EXAMPLE OF ARMENIAN NEWSPAPERS IN LEBANON)

Key words: *Press, identity, Diaspora, Soviet Armenia, Lebanon, the identity in Diaspora, “Azdak”, “Zartonk”. “Ararat”, party periodicals, Armenian community in Lebanon*

The preservation of the national identity is an everyday problem in Diaspora. Intermediary contact with a different culture leaves an inevitable imprint on a person's identity. Therefore, there is a need to distinguish the identity of the Diaspora. It is situational and can manifest itself in one or another way at every moment. Even in Lebanon, which in the 1960s was considered to be the center of the Armenian Diaspora, it was difficult to talk about a unified identity of the Armenians of the Diaspora. The people of one community differed in their party affiliation, the direction of the Christian faith and accordingly visited those cultural, sports, social and educational institutions that were influenced by a particular party or church.

The expression of multi-layered identity of the Armenians living in Lebanon can be found in the publications of party newspapers in the 1960s. It is also noticeable how the press directly or indirectly imparts colour to the process of forming multi-layered identities or to the notions of identity.

Բովանդակություն

ՀԱՅԱՍՏԱՆՅԱՆ ՄԵԴԻԱՄԻՋՈՎԱՅԻ. ԽՆԴԻՐՆԵՐ ԵՎ ՀԵՌԱՆԿԱՐՆԵՐ

Բայադյան Հ. Լ.

ՄԵԴԻԱՅԻ ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՀԵՌԱՆԿԱՐԸ

ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ..... 7

Կարապետյան Մ. Մ.

ՀԱՍԱՐԱԿԱԿԱՆ ՀԱՍՏԱՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ԵՎ ՄԵԴԻԱ.

ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐ..... 16

Վարդանյան Ն. Է.

ՈՃԱՅԻՆ ՀԵՂԱՓՈԽՈՒԹՅԱՆ ԺԱՄԱՆԱԿԱԿԻՑ

ԴՐՍԵՎՈՐՈՒՄՆԵՐԸ ՄԵԴԻԱՅՈՒՄ ԿԱՄ ՀԱՐՄԱՐԱՎԵՏ

ՀԱՂՈՐԴԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ՀԵՏՔԵՐՈՎ..... 41

Ավետիսյան Ա. Ռ.

ՀԱՄԱՑԱՆՑԱՅԻՆ ԼՐԱՏՎԱԿԱՆ ԿԱՅՔԵՐԻ ՁԵՎԱՎՈՐՈՒՄԸ

ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ..... 51

Սայադյան Լ.Կ.

ՀԵՂԻՆԱԿԱՅԻՆ ԻՐԱՎՈՒՆՔԻ ՀԱՐՑԵՐԸ ՀԱՅԿԱԿԱՆ

ԱՌՑԱՆՑ ՍԱՍՈՒԼՈՒՄ..... 61

Սարգսյան Դ. Վ.

ԵՏՄ-Ի ԻՄԻՋԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՅԱՆ ՋԼՄ-ՆԵՐՈՒՄ..... 69

Հակոբյան Վ. Թ.

ՀԵՌՈՒՄՏԱՏԵՍԱՅԻՆ ԼՐԱՏՎՈՒԹՅՈՒՆԸ

ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ ՏԵԽՆՈԼՈԳԻԱՆԵՐԻ ԴԱՐԱՇՐՋԱՆՈՒՄ..... 80

Ջաքարյան Վ. Պ.

ՀՀ ՍԱՐՁԱՅԻՆ ՀԵՌՈՒՄՏԱՏԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

ՀԵՌԱՆԿԱՐՆԵՐ ԵՎ ՋԱՐԳԱՅՄԱՆ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐ..... 94

Մեմեմճյան Ա. Ռ.

ՔԱՌՕՐՅԱՊԱՆՈՒՄԸ ՄԵԴԻԱԿԱՐԳԱԿԱՆՔՆԵՐ..... 103

Ալազուրյան Ք. Ա.

ԱՊՐԻԼՅԱՆ ՊԱՏԵՐԱՋՄԻ ԼՈՒՍԱՔԱՆՈՒՄԸ

ՀՀ ԼՐԱՏՎԱՄԻՋՈՑՆԵՐՈՒՄ.

ԻՐԱՎԱԿԱՆ ԵՎ ԷԹԻԿԱԿԱՆ ԽՆԴԻՐՆԵՐ 111

Պողոսյան Ա. Տ. Հոգեվոր-Կրոնական Ուղորդի Լուսավորչական «Վեմ» (91.1) Ուղիղության Նախագիտություն.....	136
Ավետիսյան Ա. Շ. Վերականգնողական Գոյությունից Առանձնահատկություններ. Հանրային Ուղիղության Նախագիտություն և Մեթոդական Զեմբլ.....	145

ԶԼՄՆԵՐԻ ՊԱՏՄՈՒԹՅԱՆ ՀԻՄՆԱՀԱՐՑԵՐ

Պողոսյան Դ. Վ. Ազգայնություն և Զեմբլական Պատմություն Խնդիրները «Փորձ» Արևմտահայաստան (1876-1881 թթ.).....	155
Հովսեփյան Մ. Մ. ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՅԻՆ ՈՒԴԻՆ. Ձեռագրություն Ու Ձեռագրություն (Ուղիղություն 90-ԱՄՅԱ Հոգեվորական Առաքելություն).....	167
Մկրտչյան Ա. Շ. Տեղեկատվական-Քաղաքական Գործողությունները ՀԱՅԱՍՏԱՆՅԱՆ ՄԱՍՈՒԼՈՒՄ ԴԱՐԱՔԱՂԱՅԱՆ ՊԱՏԵՐԱԶՄԻ ՕՐԵՐԻՆ 178	178
Արախանյան Ա. Ա. Կերպարանագրության Հոգեբանական Հանրային Գեղարվեստական Դարձակառնություն և Մեթոդություն.....	188
Սարգսյան Զ. Զ. Հին և Նոր Միջերկրյան Պատմություն 1990-ԱՄՆՆԵՐԻ Առաջին Կեսի ՀԱՅԱՍՏԱՆՅԱՆ ՄԱՍՈՒԼՈՒՄ 204	204
Ավագյան Գ. Ա. Միջին-Զեմբլական Ինքնությունները և ՄԱՍՈՒԼ (Լիբանանի ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՊԱՐԵՐԱՎԱՆՆԵՐԻ ՕՐԻՆԱԿՈՒՄ).....	214

ԵՐԵՎԱՆԻ ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ
ԺՈՒՌՆԱԼԻՍՏԻԿԱՅԻ ՖԱԿՈՒԼՏԵՏ

ԺՈՒՌՆԱԼԻՍՏԻԿԱ ԵՎ ՀԱՂՈՐԴԱԿՑՈՒԹՅՈՒՆ

(ՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՊԱՏՄՈՒԹՅԱՆ ՀԱՐՅԵՐ)

ՊՐԱԿ 1 (13)

Համակարգչային ձևավորումը՝ Կ. Չալաբյանի
Կազմի ձևավորումը՝ Ա. Պատվականյանի
Հրատ. սրբագրումը՝ Մ. Քեսոյանի

Տպագրված է «Արման Ամանգուլյան» ԱԶ-ում:
ք. Երևան, Հր. Ներսիսյան 1/125

Ստորագրված է տպագրության՝ 12.07.2018:
Չափսը՝ 60x84 ¹/₁₆: Տպ. մամուլը՝ 14.25:
Տպաքանակը՝ 100:

ԵՊՀ հրատարակչություն
ք. Երևան, 0025, Ալեք Մանուկյան 1
www.publishing.am