

ՀԱՄԱՑԱՆՑԱՅԻՆ ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ ՊԱՇԱՐՆԵՐԸ ԼՐԱԳՐՈՂԻ ՄԱՍՆԱԳԻՍՏԱԿ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ ՄԵՋ

Տեղեկատվական և հաղորդակցական տեխնոլոգիաների արագընթաց զարգացումը լուրջ փոխակերպումներ առաջացրեց ժամանակակից հասարակության տարբեր բնագավառներում: ՈՒսումնասիրողները կարծում են, որ «Տեղեկատվական ոլորտի քանակական փոփոխությունները բերեցին սոցիալական կառուցվածքի որակապես նոր ձևի՝ տեղեկատվական հասարակություն առաջացմանը»¹: Մալուխային և արբանյակային հեռուստատեսության, անհատական համակարգիչների, համացանցի և բջջային հեռախոսների առաջացումը և զարգացումը հնարավորություն ստեղծեցին անմախաղեպ ծավալով ու արագությամբ տարածելու լրագրողական նյութերը:

Սակայն հիմնական փոփոխությունները տեղի չունեցան միայն ՁԼՄ-ների գործառույթների և տեղեկատվության տարածման տեսակետից: Տեխնոլոգիաների զարգացման և ՁԼՄ-ների կոնվերգենցիայի՝ (այսուհետ հարամիտում) դարաշրջանում զգալի փոխակերպումների ենթարկվեց հենց լրագրողի մասնագիտությունը: Ավելի ու ավելի շատ են խոսում ունիվերսալ լրագրողի մասին, որի գործունեության մեջ տեղեկատվական տեխնոլոգիաների գործածության կարողությունը դառնում է կարևորագույն հատկանիշ:

Համացանցը հաղորդակցության «ամենաարագ» միջավայրն է երբևէ գոյություն ունեցողների մեջ՝ թե՛ իր աճի տեսակետից և թե՛ տեղեկատվություն տարածելու կարողությամբ: Այն կոտրեց ոչ միայն

¹ Уэбстер Ф. Теория информационного общества. М., 2004. С. 14

² Կոնվերգենցիա եզրույթը (լատիներեն convergo՝ մոտենում եմ, մերձենում եմ), որն արդեն վաղուց իր կիրառությունն է գտել կենսաբանության, ազգագրության, լեզվաբանության բնագավառներում սերտաճման, փոխադարձ օգտագործման, նույնանման գործընթացներն անվանելու համար: Այդ նույն իմաստից էլ ներկվ՝ 1950-ական թվականներին Արևմուտքի փիլիսոփաներն ու սոցիոլոգները կոնվերգենցիա հասկացությունը սկսեցին գործածել հասարակական-քաղաքական գիտություններում: ...Իսկ 1970-ական թվականներին այս հասկացությունը զնալով հաճախակի է օգտագործվում տեղեկատվական տեխնոլոգիաների հարթակների (պլատֆորմա) համակարգիչների, հեռախոսների, հեռուստացույցների ինտեգրացումն անվանելու համար (Աղբյուր՝ Варманова Е.А. Конвергенция как неизбежность: о роли технологического фактора в трансформации современных медиа-систем // От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже тысячелетий / Отв. Ред. Засурский Я.Н. и Варманова Е.А.. – М.: Изд-во Моск. Ун-та, 2000. – С.37-38):

լսարանին տեղեկատվություն փոխանցելու ավանդական միջոցների մասին պատկերացումները, այլ նաև լրագրողների տեղեկատվության ստացման աղբյուրների և գործիքների մասին պատկերացումները:

Լրագրողներն իրենք էլ են ընդունում իրենց մասնագիտության փոխակերպումները, վերջինիս սահմանների ընդլայնումը՝ պայմանավորված տեղեկատվության փոխանցման արագացմամբ, տեղեկատվության աննախադեպ ծավալների ավելացմամբ, տեղեկատվության նոր կրիչների ի հայտ գալով, չափազանց ընդլայնված լսարանի մատչելիությամբ և այլն:

Փոփոխությունների ծավալը գնահատելու համար բավական է հիշել, թե ինչպիսին էին լրագրողական գործունեության գործիքները դեռ երկու տասնամյակ առաջ: Հաղորդակցության տեխնիկական միջոցներից լրագրողներին մատչելի էին հեռախոսը, փոստային կապը և ֆաքսը: Բջջային հեռախոսակապը մեր երկրում հայտնվեց միայն 1990-ականների կեսերին, իսկ լայն տարածում գտավ դարավերջին: Տեղեկատվության աղբյուրին հասնելու համար լրագրողն ավանդաբար օգտագործում էր սեփական ոտքերը, երբեմն էլ խմբագրության կողմից տրամադրված փոխադրամիջոցը: Մեր օրերում հին ֆիլմերում կարելի է միայն տեսնել, թե ինչպես է լրագրողը, ստանալով աղմկահարույց տեղեկատվություն, վազում է դեպի մոտակա հեռախոսը՝ ձգտելով ամեն գնով առաջ անցնել մրցակիցներց ու առաջինը հայտնել այդ լուրը իր խմբագրություն: Այսպիսի պատկերը ժամանակակից լրագրողի մոտ, որը «զինված» է բջջային հեռախոսով և համացանց մուտք գործելու հնարավորություն ունեցող շարժական համակարգչով, միայն հեզմական ժպիտ կառաջացնի:

Իհարկե, իսկական ռեպորտաժ պատրաստելու համար միևնույնն է՝ պետք է վազել և ընթանալ: Սակայն այսօրվա տեղեկատվական հոսքն այնքան մեծ է, որ լրագրողը պարզապես ի վիճակի չէ հասնել յուրաքանչյուր կարևոր տեղեկատվության հետևից: Եվ դրանում իրական անհրաժեշտություն էլ չկա: Այնպես, ինչպես անհրաժեշտություն չկա վազել գրադարան Լիբիայի մայրաքաղաք ճշտելու համար, կամ ժամերով հեռախոսով ճշտել որևէ նախարարի ծննդյան տարեթիվը. այս ամենը կարելի է գտնել ցանցում մի քանի րոպեների ընթացքում: Այսօր լրագրողն համացանց օգտագործում է ամեն օր, այնպես, ինչպես նախկինում զանգահարում էր հեռախոսով և ընդունում հաղորդագրություններ ֆաքսով: Համացանցը վաղուց դադարել է խաղալիք լինելուց, այն դարձել է լրագրողի հիմնական գործիքներից մեկը:

Վ. Կիստանի «Տեղեկատվական տեխնոլոգիաները ժուռնալիստիկայում» գրքում բերված են խմբագրություններում աշխատող լրագրողների հարցման արդյունքները: Ուսումնասիրությանը

պարզել է, թե ինչպես են նոր տեխնոլոգիաները մտնում լրագրողների մասնագիտական գործունեության մեջ²: Ընդհանրացնելով հարցման արդյունքները կարելի է ասել, որ լրագրողներն համացանցն առաջին հերթին համարում են հետխորհրդային տարածության ժուռնալիստիկան միջազգային հանրության հետ կապող գլխավոր կամուրջ: Այլ առավելությունների հետ մեկտեղ, նրանք նշել են. համացանցը բերեց նոր մտածելակերպ, լրագրողական աշխատանքի նոր կազմակերպում և հմտություններ, տվեց համաշխարհային տեղեկատվական ռեսուրսներ մուտք գործելու հնարավորություն, անկախ այն բանից, թե որտեղ՝ մայրաքաղաքում, թե մարզկենտրոնում է գտնվում խմբագրությունը, նաև դարձավ շփման նոր միջոց: Այսպիսով համացանցն օգտագործելու կարողությունը լրագրողին անհրաժեշտ հմտությունների ցանկում առաջնային տեղ է գրավում:

Ժամանակակից լրագրողը՝ միայն առցանց լրագրող չէ, այլ իրագեկ լրագրող, որն ունի բազմակողմանի և ամբողջական տեղեկատվություն և խորապես զարգացնում է յուրաքանչյուր թեմա: «Տեղեկատվության ամբողջականությունը ծնունդ է լիարժեք մտահղացումներ, իսկ դրանք իրենց հերթին՝ խնդիրների լուծման արդյունավետ ալգորիթմեր»³

Համաշխարհային սարդոստյանը ընդլայնեց լրագրողի հնարավորությունների սահմանները՝ ընձեռելով նրան ոչ միայն տեղեկատվության որոնման սկզբունքորեն նոր հնարավորություններ և տեղեկատվության աղբյուրների անսահմանափակ քանակ, այլ լսարանի հետ մասնագիտական հաղորդակցության և ինտերակտիվ շփման համար նախատեսված սկզբունքորեն նոր գործիքներ, ինչպես նաև լրագրողի մասնագիտական զարգացման և ինքնակատարելագործման արդյունավետ միջոցներ:

Լրագրողի համար տեղեկատվության աղբյուր է ցանկացած օբյեկտ, որը պարունակում է տեղեկություն փաստերի, իրադարձությունների, շրջակա երևույթների իրականության մասին:

Որոշակի տեղեկատվական ռեսուրսը կարող է իր մեջ ներառել աղբյուրների տարբեր տեսակներ, տալ տարբեր մակարդակի տեղեկատվություն, ենթադրում է մի շարք մեթոդներ վերջինիս օգտագործման համար: Ռեսուրսներից յուրաքանչյուրն ունի իր առավելությունները, մուտք գործելու հնարավորությունների առանձնահատկությունները, սահմանափակումներն ու արգելքները: Լրագրողական գործունեության կանոնների համաձայն գոյություն ունեն

² St'u Kuxman B.B. Информационные технологии в журналистике. Ростов на Дону, 2004.

³ Фролова Т. И. Человек и его мир в информационной повестке дня. Гуманитарные технологии в журналистике. М., 2009. С. 210.

տեղեկատվական աղբյուրների երեք հիմնական տեսակներ՝ փաստաթուղթ, մարդ և առարկայական-նյութական միջավայր⁴:

Համացանցը դժվար է միանշանակ վերագրել այս երեք տեսակներից մեկին: Իսկապես ցանցը պարունակում է փաստաթղթերի առեւտրի քանակություն, որոնք էլ իրենց հերթին պարունակում են տեքստային, տեսաձայնային, գրաֆիկական և տեղեկատվության այլ տեսակներ: Սակայն, հաշվի առնելով համացանցի առանձնահատկությունը և տեղեկատվության ստացման տեսակների անսահմանափակությունը, այն կարելի է անվանել համապարփակ աղբյուր: Էլեկտրոնային փոստը, բլոգները, սոցիալական ցանցերը և այլն, հնարավորություն են տալիս տեղեկատվություն ստանալ անմիջապես մարդուց՝ օգտատերից: Բացի այդ, գրեթե բոլոր նորություն ստեղծողները՝ ինչպես անհատները, այնպես էլ կազմակերպությունները, ունեն սեփական կայքեր, որոնք պարունակում են ինչպես առցանց, այնպես էլ անհատական տեղեկատվություն, որը հաճախ վերացնում է անմիջական շփման անհրաժեշտությունը: Օրինակ, ինչպես Երևանի այնպես էլ աշխարհի քաղաքների առօրյա կյանքն առցանց եղանակով, վեբ-տեսախցիկների միջոցով նկարահանող, հեռարձակող կայքերը թույլ են տալիս իրական ժամանակում հետևել շրջապատող իրականությանը⁵:

Տեղեկատվության տեսակները նույնպես կարող են տարբեր լինել: Լրագրողի մասնագիտական գործունեության մեջ տեղեկատվության օգտագործման տեսակետից կարելի է առանձնացնել. **օպերատիվ տեղեկատվությունը** (նոր փաստեր, մեկնաբանություններ և կարծիքներ, դիմումներ և այլն), **ենթատեքստային տեղեկատվությունը** (օգտակար է ընդհանուր առմամբ իրավիճակը հասկանալու համար), **հիմնական տեղեկատվությունը** (խնդրի իմացությունը ձևավորող և կարգավորող) և այլն⁶:

Տեղեկատվության որոշ տեսակների և դրանց օգտագործման յուրահատկությունների մասին խոսենք ավելի մանրամասն:

Լրագրողի հիմնական խնդիրներից մեկը վերջին իրադարձություններին միշտ տեղյակ լինելն է: Նորությունների պարբերաբար մշտադիտարկումը անհրաժեշտ է նույնիսկ այն դեպքում, երբ դա չի մտնում վեջինիս խմբագրական պարտականությունների մեջ: Համացանցի շնորհիվ լրագրողը կարող է հետևել նորությանը, նրա զարգացման ընթացքում: Նորությունների ժապավենները հանդիսանում են օպերատիվ տեղեկատվություն, ինչպես նաև ենթատեքստային տեղեկատվություն, վերլուծական և այլ նյութերի համար թեմաների և

⁴ Տե՛ս Լазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста, 2-е изд., М., 2004

⁵ Տե՛ս <http://www.myserevan.am/camera/>, <http://www.webcamworld.com/>

⁶ Տե՛ս Смирнова О.В., Фролова Т.И. Достоверность информации о террористическом конфликте: грани проблемы // Журналистика и СМИ против террора. М, 2009.

մտահղացումների աղբյուր: Օպերատիվ տեղեկատվություն ազատ մուտք գործելու հնարավորություն տալիս են գրեթե բոլոր լրատվական գործակալությունների և այլ ՁԼՄ-ների կայքերը: Սակայն կարևոր է օգտագործել այն աղբյուրները, որոնք առաջարկում են բացառիկ, այլ ոչ թե երկրորդական տեղեկատվություն:

Բացառիկ տեղեկատվության պրոֆեսիոնալ արտադրողները ինչպես միշտ հանդիսանում են լրատվական գործակալությունները: Հեղինակավոր հայկական լրատվական գործակալություններից կարելի է նշել Արմենպրես, Մեդիամաքս, Նոյյան Տապան⁷ և այլն, ռուսականներից ITAP-TACC, Интерфакс, РБК⁸ և այլն, արտասահմանյան՝ Reuters, France-Presse, Associated Press⁹ և այլն: ՁԼՄ-ների խմբագրությունների մեծ մասը բաժանորդագրված են նորությունների ամբողջական ժապավեններին և խոշորագույն լրատվական գործակալությունների անոնսներին: Սակայն լրագրողը կարող է նաև ինքնուրույն բաժանորդագրվել նորությունների բաշխմանը՝ որը ըդիսանուր պատկերացում է տալիս տեղեկատվական պատկերի մասին և զգալիորեն կրճատում են նորությունների որոնման ժամանակը և պայմանները: Լրագրողը պետք է ունենա այն գործակալությունների ցուցակը, որոնց հաղորդագրությունները նա պարբերաբար կարդում է: Այս ցուցակում պետք է ներառել նաև տպագիր պարբերականների կայքերը. դրանք հաճախ հանդիսանում են միայն տվյալ թերթի լրագրողից ստացված բացառիկ տեղեկատվության աղբյուրներ:

Մշտադիտարկման համար արդյունավետ են նաև **նորությունների որոնողական կայքերը**, օրինակ, HanguycSearch¹⁰ հայկական որոնողական կայքը, ռուսկան Яндекс. Новости-ին կամ անգլիալեզու Google.News-ը¹¹: Նրանք թույլ են տալիս ոչ միայն ստանալ տեղեկատվություն, այլ նաև տեսնել, թե որքանով է այն «թարմ» և որ խմբագրություններն են տվյալ նորությունը արդեն հրապարակել: Եթե անհրաժեշտություն կա որոշակի թեմատիկայով պարբերաբար տեղեկատվություն ստանալ, այդ դեպքում կարելի է բաժանորդագրվել RSS հոսքին՝ նորությունների որոնողական համակարգերում: Բացի այդ, կարելի է օգտագործել հարմարանքներ, որոնք թույլ են տալիս բաժանել

⁷ Տե՛ս <http://armenpress.am/>, <http://www.mediamax.am/>, <http://www.noyan-tapan.am/>

⁸ Տե՛ս <http://www.itar-tass.com/>, <http://www.interfax.ru/>, <http://www.rbc.ru/>

⁹ Տե՛ս <http://www.reuters.com/>, <http://www.afp.com/>, <http://www.ap.org/>

¹⁰ Տե՛ս <http://www.hsearch.am/>

¹¹ Տե՛ս <http://news.yandex.ru/> և <http://news.google.com/>

¹² RSS հոսք - օգտագործվում է համացանցի բովանդակության հավաքագրման նպատակով, որի միջոցով հնարավոր է ստանալ բլոգում կամ լրատվական-վերլուծական կայքում հրատարակված վերջին նյութերը՝ կարճ բովանդակությամբ: Դրանք ստանալու համար օգտատերը պետք է գրանցվի ագրեգատորի միջոցով, ինչը հնարավորություն կտա տեսնել վերջին թարմացումները՝ առանց տվյալ կայք մտնելու:

նորություններն ըստ աղբյուրների: Օրինակ, այնպիսի կայքերում, ինչպիսիք են Drudgereport-ը կամ Breitbart-ը¹², կարելի է ստանալ համաշխարհային խոշորագույն լրատվական գործակալությունների ամենավերջին հաղորդագրությունները, ինչպես նաև բացառիկ նորություններ:

ՁԼՄ-ների և լրագրողների համար անոնսների, մամլո-հաղորդագրությունների աղբյուր են հանդիսանում առաջին հերթին լրատվական գործակալությունները, ինչպես նաև պետական ու հասարակական կազմակերպությունների և անհատների կայքերը: Դրանցում կարելի է գտնել և մամլո ասուլիսների սղագրությունները, և պետական գործիչների ու այլ հայտի անհատների ամբողջական ելույթները:

Կազմակերպությունների կայքերը լրագրողների համար **պաշտոնական տեղեկատվության** կարևորագույն աղբյուր են. այստեղ կարելի է ստանալ անոնսներ և մամլո-հաղորդագրություններ, տեղեկատվություն կառավարության անդամների մասին, օրենքների և այլ պաշտոնական փաստաթղթերի տեքստեր, լուսանկարներ և տեսանյութեր: Բացի այդ, կազմակերպությունների կայքերում տեղադրվում է տեղեկատվություն այն մասին, թե ինչպիսին է տվյալ համակարգի փոխհամագործակցումը զանգվածային լրատվամիջոցների հետ. ինչպես կազմակերպել հարցազրույց, ինչպես և որտեղ պետք է ուղարկել տվյալ կազմակերպության մասին տեղեկատվական նյութեր ստանալու համար հարցումը, ինչպես բաժանորդագրվել տեղեկատվական բաշխմանը և այլն:

ՀՀ նախարարությունների և կառավարությանն առընթեր մարմինների կայքերում տեղադրվում են հայտարարություններ, ճեպագրույցների նյութեր, մամուլի տեսություններ, նորություններ, վիճակագրություն և այլ մասնագիտացված տեղեկատվություն: Օրինակ, ՀՀ Ոստիկանության կայքում¹³ կարելի է ընդհանուր տեղեկություն ստանալ Հայաստանում կատարված հանցագործությունների, ինչպես նաև որոշակի ժամանակահատվածում կատարված հանցագործությունների մասին:

Պետական գործիչների անհատական կայքերում (օրինակ ՀՀ նախագահի¹⁴) կարելի է գտնել նրանց ելույթների տեքստերը, մամլո-ծառայությունների հաղորդագրությունները, մամլո-ասուլիսների և այլ միջոցառումներ մասին հայտարարություններ, ինչպես նաև նրանց գործունեությունն արտացոլող լուսանկարներ և տեսանյութեր:

¹²Տե՛ս <http://www.drudgereport.com/> կամ <http://www.breitbart.com/>

¹³Տե՛ս <http://www.police.am/>

¹⁴Տե՛ս <http://www.president.am/president/cover/arm/>

Հեղինակավոր աղբյուրներ են հանդիսանում միջազգային հասարակական կազմակերպությունների կայքերը: Օրինակ, ՄԱԿ-ի¹⁵ կայքում տեղադրվում է տեղեկատվություն Անվտանգության հորհրդի, Գլխավոր Վեհաժողովի աշխատանքների մասին: Կայքում կա նաև մշտապես թարմացվող ՄԱԿ-ի լուրերի կենտրոն մուտք գործելու հնարավորություն, որը տրամադրում է հոլումների մի ամբողջ շարք սկզբնաղբյուրների նյութերի վերաբերյալ՝ ներառյալ մամլո-հաղորդագրությունները, ՄԱԿ-ի գլխավոր քարտուղարի հաշվետվությունները, Անվտանգության հորհրդի որոշումները և հայտարարությունները, ինչպես նաև ՄԱԿ-ի գործունեությանը վերաբերող այլ կարևորագույն փաստաթղթերը: ՄԱԿ-ի Նորությունների կենտրոնի այցելուները կարող են բաժանորդագրվել նորությունների անվճար բաշխմանը, և ՄԱԿ-ի վերջին իրադարձություններին նրանք կժանոթանան ուղղակի այցելելով իրենց էլեկտրոնային փոստ: «ՄԱԿ-ի վեբ-հեռարձակման» ծառայությունը (United National Webcast¹⁶) ամեն օր վարում է ՄԱԿ-ի բաց նիստերի, համաժողովների, ճեպագրույցների առցանց հեռարձակում մամուլի համար:

Վերջին ժամանակներում սկսեցին հայտնվել մասնագիտացված ռեսուրսներ, որոնք առաջարկում են մամլո-ասուլիսների, ճեպագրույցների, շնորհանդեսների, ֆորումների, կլոր սեղանների և այլ միջոցառումների մասին տեղեկատվություն լրագրողների համար: Այդպիսի կայքի օրինակ է անոնսների ForSMI¹⁷ գործակալությունը, որն աշխատում է ԱՊՀ երկրների մամլո-ծառայությունների հետ և համարում է իրեն նախատեսված միջոցառումների մասին ծանուցող համակարգ: Համակարգը՝ գրանցված սպառողներին թույլ է տալիս տեղադրել մամլո-համաժողովների և կայքում նախատեսված այլ միջոցառումների մասին հայտարարություններ, ավելացնել իրենց մամլո-հաղորդագրությունները:

Լրագրողն ըստ թեմատիկայի կարող է օգտագործել տարբեր գործակալություններ և աղբյուրներ: Սակայն աղբյուրների լիությունը և անկանոնությունն համացանցում ունի օգտագործման զգալի թերություններ: Տեղեկատվական միջավայրի գերհազցվածությունը, տեղեկատվության աղբյուրների ահռելի քանակությունը և պիտանի ու անպիտան տեղեկատվության միջև մշտական ընտրության անհրաժեշտությունը, հաճախ նվազեցնում է համացանցում լրագրողի աշխատանքի հրատապությունը և որակը: Շատ աղբյուրներ, այդ թվում նաև համացանցային ՁԼՄ-ն, հաճախ կրկնօրինակում են տեղեկատվությունը: Տեղեկատվության վերլուծությունը և հավաքումը բարդացնում են նաև հրատապ և վերլուծական տեղեկատվության

¹⁵Տե՛ս <http://www.un.org/en/>

¹⁶Տե՛ս <http://www.unmultimedia.org/tv/webcast/>

¹⁷Տե՛ս <http://www.forsmi.ru/node/1160>

աղբյուրների համակարգի ցրվածությունը և բացակայությունը: Այս խնդիրները զգալի չափով օգնում են լուծել **էլեկտրոնային տվյալների բազան** և **լրատվական-վերլուծական գործակալությունները**, որոնք զտում և միավորում են տարբեր տեղեկատվական հոսքերը միասանական ինտերֆեյսում՝ այդպիսով թույլ տալով ժամանակ խնայել և նվազեցնել տեղեկատվական աղմուկի չափը: Իհարկե, այդպիսի համակարգերը նախատեսված են առաջին հերթին կորպորատիվ հաճախորդների համար և տրամադրում են ծառայություններ առևտրային պայմաններով:

Հաճախ լրագրողին անհրաժեշտ են **վիճակագրական տեղեկատվության** աղբյուրներ: Պաշտոնական վիճակագրություն կա, օրինակ, պետական մարմինների, ինչպես նաև փորձագիտական և սոցիոլոգիական կազմակերպությունների կայքերում: ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայության¹⁸ կայքը ազատ մուտքի հնարավորությամբ տեղադրում է տեղեկատվություն բնակչության քանակի մասին, արտագաղթի ու ներգաղթի վիճակագրության, ծնելիության և մահացության, ամուսնությունների և ամուսնալուծությունների և այլնի մասին:

Վիճակագրության անգլալեզու աղբյուրների մեջ առավել կարևոր և հեղինակավոր է ՄԱԿ-ի կայքը, որի մասին արդեն նշվել է վերևում, ինչպես նաև NationMaster կայքը¹⁹. որը պարունակում է աշխարհի բոլոր երկրների վիճակագրությունը և տեղեկատուները:

Համացանցով վիճակագրություն առաջարկում են տարբեր ռեսուրսներ: Առավել հայտնի է InternetWorldStats-ը²⁰, որը պարունակում է ոչ միայն աշխարհի բոլոր երկրներում համացանցի օգտագործման վիճակագրությունը, այլ նաև հղումներ այդ տեղեկատվության հեղինակային աղբյուրների վերաբերյալ: Համացանցում գոյություն ունի **փաստացի և ընդհանուր տեղեկությունների տեղեկատվության** աղբյուրների ահռելի քանակություն, սակայն հարկ է հիշել, որ դրանցից ոչ բոլորն են հուսալի:

Թվային ֆորմատ են փոխանցվել բոլոր հանրագիտարանները, այդ թվում նաև Մեծ Խորհրդային հանրագիտարանը, որը մինչ այժմ համարվում է աշխարհում խոշորագույն և առավել հեղինակավոր համապարփակ հանրագիտարաններից մեկը: Մեծ Խորհրդային հանրագիտարանում հավաքված շատ տեղեկություններ այսօր պահպանում են իրենց արդիականությունը, իսկ այն տեղեկությունները, որոնք «հնացել» են՝ պատմական հետաքրքրություն են ներկայացնում²¹:

¹⁸Տե՛ս <http://www.armstat.am/am/>

¹⁹Տե՛ս <http://www.nationmaster.com/index.php>

²⁰Տե՛ս <http://www.internetworldstats.com/>

²¹Տե՛ս <http://www.bse.sci-lib.com/>

Սակայն ավելի ժամանակակից տեղեկությունները հավաքված են էլեկտրոնային հանրագիտարաններում և տվյալների բազայում, ինչպիսին է «Рубрикон»-ը²², որը իրեն համարում է համացանցի խոշորագույն հանրագիտարանային ռեսուրս և պարունակում է ինչպես դասական հանրագիտարանների և բառարանների էլեկտրոնային տարբերակներ, այնպես էլ գիտության բոլոր բնագավառների տվյալների բազա:

Անկասկած, ցանցում առավել տարատեսակ են ներկայացված անգլերեն լեզվով հանրագիտարանները. «Բրիտանիկա»²³, World Book Encyclopedia²⁴ և ուրիշներ: Օրինակ, Encyclopedia.com²⁵ կայքում կան ավելի քան 100 հեղինակավոր աղբյուրներ, այդ թվում հանրագիտարաններ, բառարաններ և հավաքածուներ, որոնք պարունակում են հասկացությունների սահմանումներ, կենսագրականներ, տարբեր փաստեր և այլն:

Սպառողների շրջանում առավել հանրահայտ է «Վիքիփեդիան»²⁶: Տվյալ պահին այն պարունակում է 13 մլն հոդվածներ 260 լեզուներով: Հիմնադիրները «Վիքիփեդիան» համարում են ողջ մարդկության պատմության մեջ գոյություն ունեցող ամենամաքուղջական հանրագիտարանը: Յուրաքանչյուր ամիս ավելի քան 60 մլն մարդ է մտնում «Վիքիփեդիա» կայք կարդալու, խմբագրելու կամ նոր հոդված տեղադրելու համար: Սակայն պետք է ասել, որ «Վիքիփեդիայում» տեղադրված ոչ մի հոդված չի անցնում փորձագիտական գործընթաց: Բացի այդ, նրա ողջ բովանդակությունը բաց է սպառողների խմբագրման համար: Հենց այդ պատճառով էլ «Վիքիփեդիայից» տեղեկատվություն քաղելը բավականին վտանգավոր է, հատկապես լրագրողների համար, որոնց համար կարևոր է տեղեկատվության աղբյուրի որակն ու ստույգությունը:

Համացանցը կարող է լրագրողին անմիջական օգնություն ցուցաբերել **տեքստերի պատրաստման** հարցում: Ցանցում բառարանների ահռելի քանակությունը՝ բացատրական, ուղղագրական, դարձվածների, հոմանիշների, հականիշների բառարաններ, օգնում է ոչ միայն ստուգել բառերի գրելաձևը, այլ նաև շեշտադրման ճշտությունը, նաև օգնում է ընտրել ճիշտ բառը կամ բառակապակցությունը, թարգմանել օտար բառերը և այլն:

Երկայուն ցանցում գոյություն ունի թարգմանչական կայքերի մեծ ընտրություն, որոնք կարող են թարգմանել ոչ միայն բառերը, այլ նաև

²²Տե՛ս <http://www.rubricon.com/>

²³Տե՛ս <http://www.britannica.com/> կամ <http://www.eb.com/>

²⁴Տե՛ս <http://www.worldbook.com/>

²⁵Տե՛ս <http://www.encyclopedia.com/>

²⁶Տե՛ս <http://www.hy.wikipedia.org/>

փոքրիկ տեքստեր տասնյակ լեզուներով և հակառակը (Google-ը վաղուց ունի «Թարգմանել» էջը ծառայությունը²⁷): Այս թարգմանիչները աշխատանքում օգտագործելու մեծ գայթակղություն կա: Սակայն եթե պետք է հասկանալ ոչ միայն ընդհանուր իմաստը, պետք է հիշել. վերթարգմանիչը թարգմանում է մեխանիկորեն՝ հաշվի չառնելով ենթատեքստը:

Հասկանալի է, որ եթե թարգմանությունը կատարվում է սպառողի մայրենի լեզվով, ապա, վերջինս հասկանալով ընդհանուր իմաստը, հնարավորություն ունի խմբագրել տեքստը, սակայն չպետք է մոռանալ, որ թարգմանիչը կարող է խեղաթյուրել նույնիսկ հաղորդագրության ընդհանուր իմաստը: Խոսելով լրագրողի համար համացանցի կիրառական հնարավորությունների մասին, պետք է թեկուզ մակերեսորեն անդրադառնալ այնպիսի հնարավորություններին, ինչպիսիք են ինտերակտիվ քարտեզները, աշխարհագրական տեղեկատուները և այլ ռեսուրսներն ու տարբերակները, որոնք թույլ են տալիս ոչ միայն ճշտել, ասենք, մոլորակի ցանկացած կետում բնակավայրի տեղը և անվանումը, այլ նաև իմանալ մի քաղաքից մյուսը հեռավորությունը աշխարհի ցանկացած կետում²⁸: Լրագրողները օգտվելով հաշվողական կայքից՝ կարելի է արագ պարզել օրինակ Երևանի և Փարիզի միջև ժամային տարբերությունը, ինչպես նաև իմանալ դրամի և արտարժույթի ցուցանիշը, հաշվարկել ջերմաստիճանը Ֆարենհեյթի սանդղակից Ցելսիի աստիճանի, ֆունտերը՝ կիլոգրամների և կատարել այլ հաշվարկներ²⁹:

Բլոգները՝ որպես տեղեկատվության աղբյուր: Վերջին տարիներին աներևակայելի արագությամբ զարգացող բլոգբնագավառը ժամանակակից լրագրողի տեղեկատվական ռեսուրսների հավաքածուում հատուկ տեղ է զբաղեցնում:

Ներկայումս բլոգները ըստ էության հասարակական կյանքի մի հատվածն են, հասարակական կարծիքի արտացոլում և լսարանի մեկնաբանությունների աղբյուր արդիական թեմաներով:

Իրադարձության տեղի ունենալուց անմիջապես հետո կամ այն բանից հետո, երբ հայտնվում է իրադարձության մասին առաջին

²⁷Տե՛ս <http://www.translate.google.ru/?hl=ru&tab=wT#en|hy>

²⁸Տե՛ս <http://www.maps.google.com/> կամ <http://www.maps.nationalgeographic.com/map-machine/>

²⁹Տե՛ս <http://www.calculator.com/>

³⁰Բլոգ- հիմնական բովանդակությունը պարբերաբար թարմացվող գրառումներ են, որոնք պարունակում են տեքստ, պատկերներ կամ մուլտիմեդիա: Բլոգներին բնորոշ են տվյալ ժամանակահատվածում հրատապ թեմաների վերաբերող գրառումները, որոնք դասավորվում են հակառակ ժամանակագրական դասավորությամբ (վերջին գրառումը սկզբում): Ավանդական օրագրերից բլոգը տարբերվում է նրանով, որ, հասարակական է և նախատեսում է կողմնակի ընթերցողներ, որոնք կարող են հրապարակային բանավեճի մեջ մտնել հեղինակի հետ (բլոգային գրառման արած մեկնաբանությունների, կամ սեփական բլոգային գրառումների միջոցով):

տեղեկատվությունը, լրագրողը կարող է սկսել բլոգբնագավառի առաջին մեկնաբանությունների հավաքումը, այդ թվում նաև խմբագրությունների սեփական ֆորումներում թողնված մեկնաբանությունները: Առավել արժեքավոր է իրադարձության մասնակիցների և այն մարդկանց ռեակցիան, որոնց անմիջականորեն այն վերաբերում է: Օգտագործելով բլոգբնագավառը կարելի է ստանալ նաև խնդրի կամ իրավիճակի մասնագիտական գնահատականը: Որոշ պորտալներում հատուկ կարգավորումները թույլ են տալիս պատկերացում կազմել լսարանի հետաքրքրվածության մակարդակի մասին այս կամ այն թեմայի վերաբերյալ: Բացի այդ, բլոգերը, այնպես, ինչպես միկրոբլոգները և սոցիալական ցանցերը, լրագրողների ապագա նյութերի համար տեղեկատվական և օպերատիվ առիթների, թեմաների և մտահղացումների աղբյուր են հանդիսանում: Հայտնի անհատների բլոգները (ՀՀ վարչապետի³⁰, քաղաքական գործիչների, հասարակական գործիչների և այլն) համարվում են բացառիկ և լիովին ստույգ տեղեկատվության աղբյուր:

Սոցիալական ցանցերը (Fasebook, Twitter և այլն) նույնպես օգտակար գործիք են լրագրողի աշխատանքում: Դրանց միջոցով կարելի է գտնել տեղեկատվության լրացուցիչ աղբյուրներ, շփման մեջ մտնել լսարանի հետ և նույնիսկ վերջինիս հետ մշտական հարաբերություններ ստեղծել:

Փորձագետները նշում են, որ համացանցը հնարավորություն է տալիս ավելացնել գիտելիքները, այդ թվում տարբեր թեմատիկ բանավեճերում, ֆորումներում լրագրողի մասնակցության միջոցով, վերջիններս առցանց ներկայացնում են կարծիքների, մտորումների, տրամաբանությունների տեսականին և համացանցը համարում են կարծիքների, գնահատականների, մեկնաբանությունների աղբյուր, ինչը վկայում է և՛ առանձին անհատների, և՛ տարբեր հասարակական խմբերի ձևավորված աշխարհայացի մասին³¹:

Համացանցային ռեսուրսները, որոնցում քննարկվում են մարդկանց առանձին խմբերի գործունեության բնագավառին և հետաքրքրություններին վերաբերող հատուկ թեմաներ (մասնագիտական, սոցիալական և այլն), կարող են անմիջական հետաքրքրություն ներկայացնել լրագրողի համար: Օրինակ ձիասպորտի սիրահարների ֆորումներում կարելի է ստանալ պիտանի տեղեկատվության զգալի ծավալ, ինչպես նաև օգտակար շփումներ հաստատել կոնկրետ մարդկանց հետ:

³⁰Տե՛ս <http://www.tigransargsyan.am/blog/> կամ <http://www.tigransargsyan.livejournal.com/>

³¹ Распопова С. Организация работы с техническими средствами в системе профессиональной подготовки журналиста// Медиаскоп. 2007. Вып. 1. <http://www.mediascope.ru/node/167>

Տեղեկատվության ստույգության խնդիրը համացանցի գործածության կարևորագույն խնդիրներից մեկն է:

«Ստույգության խնդիրն ամփոփականորեն կապված է տեղեկատվություն տարածող սուբյեկտի և ընկալման պոտենցիալ օբյեկտի հետ: Եվ վերջապես, տեղեկատվության ստույգությունը և ոչ ստույգությունը կարող է լինել պատահական, կանխամտածված, սադրիչ և այլն: Տեղեկատվության ստույգության ամբողջության համար դեռ գտնված չեն բոլորի համար ընդունելի հավասարակշռված որոշումներ, դրանց շուրջ սուր բանավեճերը շարունակվում են»³²:

Այնուամենայնիվ, միանշանակ կարելի է պնդել, որ համացանցում ոչ ստույգ տեղեկատվություն ստանալու ռիսկի մակարդակը զգալի է: Ընդհանրացնելով աղբյուրի հուսալիության սահմանման տարբեր միջոցները՝ կարելի է նշել հետևյալ տաս նշանները.

1. Աղբյուրը հեղինակավոր/հայտնի է (ցանկալի է, որ այն ունենա բավականին մեծ վարկանիշ և/կամ մեջբերվածության ինդեքս):
2. Աղբյուրը հուսալի հեղինակություն ունեցող կազմակերպության/անհատի պաշտոնական կայքն է հանդիսանում:
3. Խմբագրությունը գրանցված է որպես ՁԼՍ/համարվում է գրանցված ՁԼՍ-ի պաշտոնական կայքը (Արմենտի կայքերի համար):
4. Կայքում կարելի գտնել բոլոր տվյալներ՝ ներառյալ խմբագրի/հիմնադրի անունը և կոնկրետ տեղեկությունը:
5. Տեղեկատվությունը հաճախ և պարբերաբար թարմացվում է:
6. Կայքը հստակ է կազմակերպված, բաժինները տարատեսակ են, տեղեկատվությունը շարադրված է հստակ և խմամբով, հասականալի լեզվով և առանց ուղղագրական սխալների:
7. Տեղեկատվության օգտագործման պայմանները հստակ նշված են, ինչը թույլ է տալիս պաշտոնապես դիմել տվյալ աղբյուրին:
8. Կայքն ունի այլ ռեսուրսների հղումներ, որոնց դուք վստահում եք:
9. Անկողմնակալություն, կայքի բովանդակության մեջ տարբեր տեսակետների առկայություն:

Իհարկե, նույնիսկ այս բոլորի առկայությունը միանշանակ չի երաշխավորում, որ տեղեկատվությունը ստույգ կլինի: Սակայն, այս կանոնները պահպանելով, կնվազի լրագրողի ապատեղեկացված լինելու փաստը: Իսկ եթե համացանցից ստացված տեղեկությունը որևէ կասկած է առաջացնում, ցանկացած դեպքում պետք է ստուգել այն այլ աղբյուրների միջոցով, որոնց հանդեպ կա վստահություն:

³² Смирнова О.В., Фролова Т.И. Достоверность информации о террористическом конфликте: грани проблемы // Журналистика и СМИ против террора. М., 2009. С.91

Հարկավոր է ընդգծել, որ լրագրողը պետք է հստակ իմանա՝ սեփական հրապարակման մեջ օգտագործել տեղեկատվություն, մեջբերում կամ հրապարակման ամբողջական տեկստ առանց տվյալ խմբագրության, հեղինակի համաձայնության ու աղբյուրին հղում տալու դա լրագրողական էթիկայի խախտում է: Հայաստանյան ՁԼՍ ներկայացուցիչների կողմից 2007 թվականի մարտի 10-ին ստորագրված վարքականոցի 2.4 կետում նշվում է «Հարգել հեղինակային իրավունքը, բացառել գրագողությունը, մեջբերումներ և արտատպություններ կատարելիս նշել աղբյուրները»:³³

Որոշ համացանցային ՁԼՍ-ներ իրենց կայքերում հստակ սահմանում են տեղեկատվության օգտագործման պայմանները: Օրինակ, NEWS.am կայքում խմբագրությունը զգուշացնում է, որ «Մեջբերումներ անելիս հղումը NEWS.am-ին պարտադիր է: Կայքի հոդվածների մասնակի կամ ամբողջական հեռուստառադիոընթերցումն առանց NEWS.am-ին հղման արգելվում է: Կայքում արտահայտված կարծիքները պարտադիր չէ, որ համընկնեն կայքի խմբագրության տեսակետի հետ»³⁴:

Այս դեպքերում որևէ տեղեկատվական արտադրանքի մեջ փոփոխություն և լրացում մտցնելը, ինչպես նաև նյութերի վերամշակումը հնարավոր է միայն աղբյուրի համաձայնությամբ:

Կայքում տեղեկատվության օգտագործման կանոնների բացակայությունը մտահոգիչ է համարվում. այդպիսի աղբյուրից ստացված տեղեկատվության հուսալիությունը չի կարող բարձր լինել: Սկզբնաղբյուրին հղում կատարելը պարտադիր է նաև բլոգի նյութերի օգտագործման ժամանակ (նույնիսկ բլոգբնագավառի սահմաններում):

Հայաստանյան լրագրողական շրջանակներում մշտապես խոսվում է այն մասին, որ անտեսվում է հեղինակային իրավունքը, որն արտահայտվում է նորությունների ժապավենից քոփիփասթով, ինչը հայկական ՁԼՍ-ներում դարձել է զանգվածային երևույթ: Քոփիփասթը մի երևույթ է, որն առաջին հերթին տարածված է հենց համացանցում: Ըստ որոշ վեյլուծաբանների Արմենտի ամեն ութերորդ նորություն քոփիփասթ է: Քոփիփասթ անողները վերցնում են տեղեկատվական հաղորդագրությունը, որն արված է մեկ այլ ՁԼՍ-ի կողմից և վերատպում է այն առանց էական փոփոխությունների: Երբեմն նրանք հղում են անում այն լրատվամիջոցին, որից ստացված է տեղեկատվությունը, երբեմն էլ նույնիսկ դա չեն անում: Սակայն այդպիսի քոփիփասթ անողներ կան նաև ցանցից դուրս. ցավոք բազմաթիվ տպագիր լրատվամիջոցներ հեղեղված են համացանցից վերատպումներով՝ առանց աղբյուրի հղման:

³³ՁԼՍ-ների ինքնակարգավորում 2008, Երևանի մամուլի ակումբ, Բաց հասարակության ինստիտուտ, Երևան, 2008, էջ 15, <http://www.ypc.am/self-regul/ln/ru>

³⁴Տե՛ս <http://www.news.am/arm/>