

ԵՐԵՎԱՆԻ ՄԱՍՈՒԼԻ ԱԿՈՒՄԲ

ԵՊՐ ԺՈՒՆԱԼԻՍՏԻԿԱՅԻ ՖԱԿՈՒԼՏԵՏ

ՈՒՍՈՒՄՆԱԿԱՆ ԾՐԱԳՐԵՐ

Համալսարանների ժուռնալիստիկայի
ֆակուլտետների համար

Պրակ 1

Սույն ժողովածուում ընդգրկված են համալսարանների ժուռնալիստիկայի ֆակուլտետներում դասավանդվող մի քանի հիմնական առարկաների ծրագրերը, որոնց մի մասը մշակվել է Երեւանի պետական համալսարանի ժուռնալիստիկայի ֆակուլտետի ամբիոններում, մյուս մասը՝ Երեւանի մամուլի ակումբում:

Ժողովածուի համար ընտրվել են այն ծրագրերը, որոնք ընդգրկում եւ մանրամասնում են տվյալ առարկայի բոլոր հարցերը՝ հնարավորություն տալով, որպեսզի այլ բուհում աշխատող մասնագետը եւս կարողանա օգտվել դրանցից:

Ժողովածուին հրատարակվում է Երեւանի մամուլի ակումբի՝ «Պրոֆեսիոնալ չափանիշների արձատավորումը հայկական լրատվամիջոցների եւ լրագրողների գործունեության մեջ» ծրագրի շրջանակներում:

Ծրագիրն իրականացվում է Բաց հասարակության ինստիտուտի օժանդակության հիմնադրամի հայաստանյան գրասենյակի ֆինանսական աջակցությամբ:

Ծրագրի ղեկավար՝ Բորիս Նավասարդյան

Խմբագիր՝ Մեսրոպ Հարությունյան

Համակարգչային էջադրումը եւ ձեւավորումը՝ Նարա Մենդելի

Բ ա ժ ի ն ա ռ ա ջ ի ն

Ուսումնական ծրագրեր
քակալավրատի համար

ԱՐԴԻ ՏԵԽՆՈԼՈԳԻԱՆԵՐ ԵՎ ԺՈՒՌՆԱԼԻՍՏԻԿԱ

Հեղինակ՝ Արամ Մկրտչյան
ԵՊՀ Ժուռնալիստիկայի ֆակուլտետի
նաղիոհեռուստատեսային ժուռնալիստիկայի
ամբիոնի ասպիրանտ

Ն եր ա ծ ու թ յ ու ն

Նոր տեղեկատվական եւ հաղորդակցական տեխնոլոգիաները հարաճուն կերպով մուտք են գործում կյանքի եւ գործունեության գրեթե բոլոր ոլորտները: Այդ գործընթացում ժուռնալիստիկան ոչ միայն բացառություն չի կազմում, այլեւ այն ասպարեզներից է, ուր առավել որոշիչ դեր են խաղում նոր տեխնոլոգիաները: Ի մասնավորի, դրանք էապես փոխում են ավանդական զանգվածային լրատվամիջոցների ներքին կառուցվածքը, լրագրողների աշխատանքը, լրագրության մեջ ստեղծում տեղեկատվության հայթայթման, մշակման եւ տարածման միանգամայն նոր մեթոդներ, հեղափոխում զանգվածային հաղորդակցության ավանդական հայեցակարգը, ծնունդ տալիս զանգվածային հաղորդակցության մի նոր՝ օն-լայն միջոցի, որն էլ իր հերթին պայմաններ է ստեղծում կոնցեպտուալ տեսակետից միանգամայն արդիական՝ ցանցային ժուռնալիստիկայի առաջացման եւ զարգացման համար:

Այս համատեքստում գնալով շոշափելի է դառնում իրենց աշխատանքում նոր տեխնոլոգիաները լայնորեն կիրառող եւ դրանց լիարժեքորեն իրազեկ լրագրողների նոր սերնդի ձեւավորման, արդի տեխնոլոգիական պայմաններին ու պահանջներին միտված հատուկ ժուռնալիստական կրթության հիմնունքներ մշակելու անհրաժեշտությունը:

«Ցանցային լրագրություն» դասընթացն անդրամիկ քայլն է այդ ուղղությամբ եւ առաջին անգամ է ներկայացվում ժուռնալիստիկայի ֆակուլտետի ուսանողներին: Վերջինիս նպատակն է ապագա ժուռնալիստներին իրազեկել ինչպես նոր տեխնոլոգիաների ներմուծման հետեւանքով հաղորդակցության եւ ժուռնալիստիկայի ասպարեզում տեղի ունեցող փոփոխությունների տեսական խնդիրներին, այնպես էլ գործնական գիտելիքներ տալ նոր տեխնոլոգիաները մասնագիտական ասպարեզում լայնորեն կիրառելու վերաբերյալ:

Ծրագրի շրջանակներում ուսանողները մասնավորապես կուսումնասիրեն հին եւ նոր հաղորդակցական տեխնոլոգիաների կոնցեպտուալ տարբերությունները, Ինտերնետ գլոբալ համակարգչային ցանցի պատմությունը, տեխնիկական հնարավորությունները, կծանոթանան նրա հետ ճիշտ եւ անվտանգ աշխատանքի կանոններին ու սկզբունքներին, տեղեկատվական հասարակության եւ նոր թվանշային դարաշրջանում ՁԼՄ համակարգում տեղի ունեցող տեսական խնդիրներին, լրագրողներին անհրաժեշտ ինտերնետային ռեսուրսների հետ աշխատանքին, ինչպես նաեւ՝ ցանցային ժուռնալիստիկայում ձեւավորվող տեսական եւ գործնական աշխատանքային մեթոդներին ու սկզբունքներին: Կքննարկվեն նաեւ նոր տեղեկատվական միջավայրում խոսքի ազատության, հեղինակային իրավունքի, ժուռնալիստական եւ ցանցային էթիկայի հետ կապված մի շարք տեսական ու գործնական խնդիրներ: Ենթադրվում է, որ դասընթացի ավարտին ուսանողները պիտի կարողանան ոչ միայն ինքնուրույն որոնումներ կատարել Ինտերնետում, նոր տեխնոլոգիաները օգտագործել որպես լրագրողական գործիք, այլեւ աշխատել մուլտիմեդիայի հետ, ինչպես նաեւ պատրաստել սեփական ինտերնետային հրատարակություններ ցանցում:

Թեմա 1

Հաղորդակցության հին եւ նոր տեխնոլոգիաներ

Հաղորդակցության հին տեխնոլոգիաները հաղորդակցության գործընթացում: Հաղորդակցության տեսակները.

- Ներանձնական (ինտրապերսոնալ) - մարդու հաղորդակցությունն ինքն իր հետ:
- Միջանձնական (ինտերպերսոնալ) - հաղորդակցություն երկու մարդկանց միջեւ:
- Հաղորդակցություն փոքր խմբերի մեջ - հաղորդակցություն համեմատաբար փոքր թվով մարդկանց միջեւ:
- Կազմակերպական հաղորդակցություն - հիերարխիկ հաղորդակցություն:
- Հանրային հաղորդակցություն - հաղորդակցություն խոսնակի եւ լսարանի միջեւ:
- Ջանգվածային հաղորդակցություն: Ջանգվածային հաղորդակցության էությունը, սահմանումը: Լսարանի պասսիվ դիրքը զանգվածային հաղորդակցության պարագայում: Ջանգվածային հաղորդակցությունն իբրեւ տեխնիկական միջոցներով իրականացվող հաղորդակցություն:

Հին հաղորդակցական տեխնոլոգիաներն իբրեւ միակողմանի տեխնոլոգիաներ (producer-driven) Հին տեխնոլոգիաներին բնորոշ հատկանիշներ.

- **քանակության** սահմանափակություն,
- **ծախսատարություն,**
- **ընդարձակ լսարան,**
- **սակավ տնօրինողներ:**

Նոր տեխնոլոգիաներ: Տեղեկատվական հեղափոխություն, թե՞ էվոլյուցիա: Նոր տեխնոլոգիաների պատմությունից, դրանց անցած էվոլյուցիոն ճանապարհը:

Համակարգի բաղադրիչ մասերը, կառուցվածքը՝ Hardware
Ծրագրային ապահովում՝ Software

Թվանշանացում (digitalization) եւ նրա բնորոշ հատկությունները.

- Անցողունակություն /capacity/,
- Հիշողություն /memory/,
- Մուլտիմեդիա - բազմազան գործառույթների միավորում:

Ինտերակտիվությունն իբրեւ նոր տեխնոլոգիաների հեղափոխական հատկանիշ:

Գրականություն

1. Henry Breitrose, "The New Communication technologies and the New Distribution of Roles" in The Media revolution in America and in Western Europe, Ablex Publishing Corporation, 1985, Second Printing 1987, pp. 68-69
2. Compton's Encyclopedia Online at <http://www.comptons.com>
3. George Gerbner, "Mass Media and Human Communication Theory" in F.E.X. Dance (ed.), *Human Communication Theory*, Holt, Rinehart & Winston, 1967
4. *Information Society: Challenges for Politics, Economy and Society*. - www.bmwiinfo200.de/gip/fakten/zvei_e/index.html
5. Ithiel de Sola Pool, *Technologies Without Boundaries. On Telecommunications in a Global Age*, Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts, London, England, 1990, p. 19.
6. *The Future of the Printed Press. Challenges in a Digital World*, (ed. Jan Bierhoff, Monique van Dusseldorp, Roisin Scullion), European Journalism Centre, Maastricht, Netherlands, 1999
7. Rosan, D. (1994). Multimedia and the Future, in *Multimedia: Gateway to the Next Millennium*, edited by Robert Aston and Joyce Schwarz (AP Professional, Cambridge, MA.) p. 230.

Թեմա 2

Ինտերնետ

Ինտերնետի հակիճ պատմությունը: Ինտերնետն այսօր: Ինտերնետի օգտագործումը, ցանցը որպես գործիք:

Ինտերնետը որպես մեկ ընդհանուր լեզվով փոխկապակցված համակարգչային գլոբալ ցանց:

Մոդեմ. համակարգիչներն իրար կապող սարք:

Երեք սկզբունքային հասկացություններ, որոնց վրա հենվում է Ինտերնետը. հանգուցային համակարգիչ, տվյալների փոխանցման կանալներ, տվյալների փոխանցման TCP/IP պրոտոկոլ:

Ինտերնետի բազային ծառայությունները.

- էլ-փոստ
- news groups
- WWW

WWW (World Wide Web)- Ինտերնետային փաստաթղթերի դիտարկման, կառավարման տեսանկյունից դյուրին գրաֆիկական ինտերֆեյս: Հիպերտեքստային միջավայր:

WWW-ն համաշխարհային գրադարան. Web հանգույցները՝ գրքեր, Web էջերը՝ գրքի էջեր:

World Wide Web-ը մարդկային հաղորդակցության սկզբունքորեն նոր տեսակ:

World Wide Web-ը զանգվածային հաղորդակցության միջոցների գլոբալ միջավայր:

Ինտերնետը անհատական լրատվամիջոց, անհատական web էջեր:

Թափառումն ինտերնետում: «Մեկնարկային էջ» (home page)-ը՝ web հանգույցի մեկնակետ:

Ինտերնետային էջի ունիկալ՝ URL (Universal Resource Locator) հասցեն:

Անցումը մեկ էջից մյուսը: Link-եր՝ հղումներ:

Web Browser - ինտերնետային էջերի դիտարկման ծրագրային միջոց: Microsoft Internet Explorer եւ

Netscape Communicator ծրագրերը, դրանց հնարավորություններն ու դրանցից օգտվելու եղանակները:

Ինտերնետի հավելյալ ծառայությունները.

- Ֆայլերի հաղորդման պրոտոկոլ - FTP (File Transfer Protocol)
- IRC (Internet Relay Chat)- տեխնոլոգիա, որ հնարավորություն է տալիս մի քանի հոգու իրական ժամանակում ցանցի միջոցով գրուցել միմյանց հետ: Ինտերնետի հետ աշխատանքի ճիշտ կազմակերպում. անհրաժեշտ ծրագրային ապահովվածություն, կարելու էջանշանների՝ bookmark-ների եւ favorites-ների ստեղծում:

Ինտերնետային գիտաբաներ, դրանց սերտումը:

Գրականություն

1. Учебник по Internet - <http://lg.msn.com/intl/ru/tutorial/>
2. Михаил Гадартов, INTERNET - восьмое чудо света - <http://web.saratov.ru:8101/softmarket/03-96-03.html>
3. Сервисы INTERNET: Часто задаваемые Вопросы и Ответы - <http://lib.ru/koi/INTERMET/internet-faq-r.txt>
4. Интернет. Ваш Выход! Энциклопедия сети - <http://www.ukr.net/book/>
5. Брежнев А.Ф., Смелянский Р.Л., Чумаков Н.Е. Протокол TCP/IP // В сб. "Технологии электронных коммуникаций", т. 3, с. 71—129. URL <ftp://ftp.elvis.ru/pub/doc/tcpip/tcp-russ.arj> или через WWW: <http://www.mark-itt.ru/FWO/tcpip/index.html>
6. Big Dummy's Guide to the Internet. Mitchell Kapor, Steve Cisler, Adam Gaffin copyright Electronic Frontier Foundation 1993, 1994. URL [<ftp://ftp.elvis.ru/pub/books/bigd-2_0.zip>](ftp://ftp.elvis.ru/pub/books/bigd-2_0.zip) или через WWW: <http://www.vifp.monash.edu.au/bdgtti>
7. "Глобальные сети: информация и средства доступа" (перевод EARN "Guide to Network Resource Tools"), ПГТУ, Пермь, 1994 г.
8. ИНТЕРНЕТ ДЛЯ ЖУРНАЛИСТОВ, <http://www.internews.ru/books/internet/introduction.html#1>

Թեմա 3

Տեղեկատվական հասարակություն

Տեղեկատվական հասարակությունը՝ հետադիմացաբերական հասարակություն, մարդկության զարգացման պատմության հերթական աստիճան: Տեղեկատվական հասարակության ձևավորման դրդապատճառներն ու պայմանները:

Տեղեկատվական հասարակության էությունը: Տեղեկատվական հասարակության սահմանումը, բնորոշ գծերը:

- Տեղեկատվական մատերիալիզմ կամ տեղեկատվությունն իբրեւ տնտեսական ապրանք,
- Լայնորեն տարածված տեղեկատվական տեխնոլոգիաներ,
- Բազմաթիվ հաղորդագրություններ ու դրանց տեղափոխման կապուղիներ,
- Փոխկապվածություն /interconnectedness/,
- Լայնածավալ տեղեկատվական աշխատուժ:
- Գիտելիքի բացառիկ կարգավիճակ:

Տեղեկատվական հասարակության զարգացման նախադրյալները Հայաստանում: Տեղեկատվական հասարակության կերտման եվրոպական, ամերիկյան, կանադական հայեցակարգերը:

Տեղեկատվական հասարակության սոցիալական եւ մշակութային ազդեցությունները:

Տեղի ունեցող փոփոխությունները.

- սպառողական հոգեբանությունում,
- տեղեկատվության սպառման եւ արտադրության ասպարեզում,
- մարդ - աշխատանք փոխհարաբերություններում,
- գրագիտության ասպարեզում (համակարգչային գրագիտություն):

Ազգային մշակույթների գոյատեւման խնդիրը տեղեկատվական հասարակության պայմաններում:

Տեղեկատվական հասարակության տնտեսական ասպեկտները: Տեղեկատվական հասարակությանն ինտեգրվելու կարելիությունը Հայաստանի համար:

Տեղեկատվական հասարակության հետեւանքները. սոցիալական բեւեռացման եւ անհավասարության խորացումը:

Գրականություն

1. Мелюхин И.С., *Информационное Общество: Истоки, проблемы, тенденции развития*- М.: Изд-во Моск. Ун-та, 1999
2. http://intra.rfbr.ru/pub/vestnik/V3_99/1_1.htm
3. *Competing Visions, Complex Realities: Social Aspects of the Information Society*, ed. Jorge Reina Schement and Leah A. Lievrouw, Alex Publishing Corporation , Norwood, New Jersey, Introduction.
4. *Building the European Information Society for us all: Final policy report of the high-level expert group*, April 1997/European Commission. Directorate-General for employment, industrial relations and social affairs. Unit V/B/4.
5. <http://www.relcom.ru/koi/Internet/ComputerLaw/State.htm#2>
6. *Europe and the Global Information Society. Recommendations to the European Council*, May 1994
7. *Green Paper. Living and Working in the Information Society: People First. European Commission*, 1996;
<http://europa.eu.int/ISPO/infosoc/legreg/docs/peopl1st.html>
8. *The National Information Infrastructure: Agenda for Action*. USA, 1993
9. *Information Superhighway: An Overview of Technology Challenges, report to the USA Congress*, 1995.

10. Building the Information Society: Moving Canada into the 21st Century, Publication Date:1997-02-27, Author: Industry Canada, <http://strategis.ic.gc.ca/SSG/ih01103e.html>
11. Denis McQuail, "Mass Communication Theory: An Introduction", Third Edition, SAGE Publications, London, 1993, pp. 21-93.

Թեմա 4

Ջանգվածային հաղորդակցությունը՝ թվանշային դարաշրջանում

Ջանգվածային հաղորդակցությունը՝ տեխնիկական նորամուծությունները յուրացնող բնագավառ: Նոր տեխնոլոգիաները որպես ժուռնալիստական գործիք եւ զանգվածային հաղորդակցության միջոց:

Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների ազդեցությունը զանգվածային հաղորդակցության միջոցների վրա.

Մակրո հարթություն: Կոնցեպտուալ, կառուցվածքային փոփոխությունները:

- **Թվանշանացում**, ձայն, պատկեր, տեքստի եւ գրաֆիկների փոխարկելիությունը: Ինֆորմացիայի վիրտուալ գոյակերպը: Վիճակագրական տվյալներ օն-լայն հրատարակություններ, դրանց տեսակները: **Ապագայի ՁԼՄ-ն:**
- **Տեսական ազդեցությունը:** Նոր տեխնոլոգիաների ներդրման տնտեսական մոտիվացիաները.
- արտադրողականության եւ ծառայությունների որակի բարձրացում, սպառման շուկայի ընդլայնում եւ այլն,
- արտադրանքի կամ ծառայության ինքնարժեքի կրճատում՝ ի հաշիվ աշխատակազմի թվաքանակի, օպերատիվ կառավարման, տրանսպորտային եւ այլ ծախսերի նվազեցման:

Նոր տեխնոլոգիաները՝ ավանդական ՁԼՄ-ի տնտեսական մրցակիցներ: Գովազդը ցանցում: Բազմաբնույթ ընկերությունների սերտաճումը ցանցում ՁԼՄ-ների հետ:

- **Ինտերակտիվություն:** Ինտերակտիվ հեռուստատեսություն, Բրիտանական Sky TV հեռուստաընկերության օրինակը: Նոր տեխնոլոգիաների ինտերակտիվ հաղորդակցական հնարավորությունները.

1. մեկի եւ մեկի
2. շատերի եւ շատերի
3. մեկի եւ շատերի, ինչպես նաեւ շատերի եւ մեկի միջեւ:

Տեղեկատվություն ստանալու եւ հաղորդելու լրագրողների «մենաշնորհի» վերջը:

- **Պրոակտիվություն:** «Սպառողը»՝ տեղեկատվություն «արտադրողի», «հրատարակչի», «ցրողի» դերում: Մաթ Դրադջի օն-լայն պարբերականը եւ նրա նմանակումները:

Օն-լայն պարբերականները՝ իբրեւ իրական ՁԼՄ:

Միկրո հարթություն, ազդեցություն լրագրողների, նրանց մասնագիտության դիմագծի, մասնագիտական կարողությունների, գիտելիքների, հմտությունների, պահանջների, չափանիշների վրա: **Համակարգիչն իբրեւ «թուղթ եւ գրիչ»**, նոր տեխնոլոգիաների վերաբերյալ լրագրողին անհրաժեշտ գիտելիքներ ու հմտություններ: Նոր տեղեկատվական տեխնոլոգիաներն իբրեւ **տեղեկատվության հայթայթման գործիք**. **համակարգչայնացված լրագրություն:**

Լրագրական գործունեության նոր տեսակների առաջացումը - Համակարգչայնացված լրագրություն՝ computer-assisted journalism (CAJ), եւ database journalism:

Ինտերնետային ռեսուրսների տեսակները

Լրագրողին անհրաժեշտ ինտերնետային ռեսուրսներ.

1. Էլեկտրոնային հրատարակություններ. ավանդական ՁԼՄ-ի էլեկտրոնային տարբերակներ, զուտ էլեկտրոնային ՁԼՄ: Էլեկտրոնային- ինտերնետային ՁԼՄ-ի հսկայական տվյալների շտեմարաններն ու դրանց կիրառումը:

- eZines - <http://www.dominis.com/Zinet>
- Electronic Journals Access - <http://www.coalliance.org/ejournal>
- Газеты и журналы - <http://wwwsimplex.ru/win.cgi/lit.html>
- Каталог СМИ государств экс-СССР - <http://fox.tt.ee>
- Сетевые медиа - <http://www.npi.ru/New/forjour/msk-smi.htm>
- «Ազգ» օն-լայն - www.azg.am
- «Առավոտ» օն-լայն - www.aravot.am
- Panarmenian.net

2. Ինտերնետային ռադիոկայաններ, որ գործում են իրական ժամանակի մեջ. սովորական ռադիոկայանների ինտերնետային կրկնօրինակները, զուտ ինտերնետային ռադիոկայաններ: Ինտերնետային ռադիոկայանի ստեղծման Ռադիո Հայ 104.1-ի փորձը: Ինտերնետում ռադիոկայանների որոնման ուղեցույցեր.

- Vtuner - <http://vtuner.com>
- The MIT List of Radio Stations on the Internet - <http://wmbr.mit.edu/otherstations.html>

3. Տվյալների օն-լայն շտեմարաններ՝ վճարովի եւ անվճար:

- Lexis-Nexis (www.lexis-nexis.com) - տվյալների ամենամեծ, աշխարհահռչակ կոմերցիոն շտեմարանը, պարունակում է տեղեկատվություն գրեթե բոլոր բնագավառների վերաբերյալ:
- Dialogue Web (www.dialog.com) - միավորում է տարբեր բնագավառների առնչվող ավելի քան 450 տվյալների շտեմարաններ:
- Intergrum Techno (www.intergrum.ru) - խոշորագույն ռուսական տվյալների շտեմարան:

4. Օն-լայն բառարաններ, հանրագիտարաններ, տեղեկատվական նյութեր:

- Yahoo!-ի reference բաժանմունքը - <http://dir.yahoo.com/reference/>
- Բոլոր բառարանները, բոլոր լեզուները - <http://www.wideweb.com/diction.htm>
- Biography.com - ավելի քան 25000 մարդկանց հակիրճ կենսագրություններ
- Reference.com
- Britannica.com
- “Գիտելիքների ամեն ինչի մասին” հանրագիտարան - www.km.ru

5. Էլեկտրոնային գրադարաններ

- Project Gutenberg - <http://www.promo.net/pg/>
- Մաքսիմ Մոշկովի գրադարան - <http://www.lib.ru/>

- Internews Ռուսաստանի գրադարանը լրագրողների համար - <http://www.internews.ru/nav/library.html>
- DigitalLibrary.net

6. Mailing list-եր, հետաքրքրող թեմայով տեղեկատվության ստացման ամենաարդյունավետ եւ պարզ միջոցներից մեկը: Listserv - հատուկ ծրագրային ապահովում, որը հնարավորություն է տալիս միաժամանակ տարածել տեղեկատվությունը mailing listi բոլոր անդամներին: media.am, Groong լիստերը:

7. Կատալոգներ եւ որոնող համակարգեր:

- AllSearchEngines.com - որոնող համակարգերի առավել ամբողջական հավաքածու
- Yahoo!, Altavista.com, GoTo.com, Lycos.com, Mamma.com եւ այլն:
- Webnet (www.webnet.am) - Հայկական օն-լայն կատալոգ
- Port.am - Հայկական ինտերնետային ռեսուրսների կատալոգ
- Armenian Network Information Centre (www.amnic.net)
- Links (<http://www.links.am>) - Հայկական որոնող համակարգ

8. Մասնագիտական ռեսուրսներ լրագրողների համար

- - <http://www.cio.com/central/journalism.html>
- Journalistic Resource Page - <http://www.markovits.com/journalism/>

9. Տեղեկատվական գործակալություններ

- Associated Press - www.ap.org
- CNN - www.cnn.com
- Reuters - www.reuters.com
- ITAR-TASS - www.itar-tass.ru
- RIA Novosti - www.rian.ru
- Interfax - www.interfax.ru
- Նոյյան Տապան - www.noyan-tapan.am
- Սնարք - www.snark.am
- ARKA - www.arka.am
- Արմենպրես - www.armenpress.am

10. Կազմակերպություններ եւ ծառայություններ

- Ժուռնալիստների միջազգային ֆեդերացիա - www.ifj.org
- Ժուռնալիստիկայի եվրոպական կենտրոն - www.ejc.nl
- Ինտերնետային մամուլի տեղեկատու - www.netpress.org
- The Pulitzer Prizes - www.pulitzer.org
- Մամուլի ազգային ինստիտուտ - www.npi.ru
- Երեւանի մամուլի ակումբ - www.ypc.am

Գրականություն

1. W. Russell Neuman, "The Global Impact of New Technologies" in *The Politics of News, The News of Politics*, Ed. Doris Graber, Denis McQuail, Pippa Noris, A Division of Congressional Quarterly Inc., Washington, D.C., 1998.
2. Press Freedom Survey 2001, Freedom House at <http://www.freedomhouse.org/pfs2001/pfs2001.pdf>
3. *Connecting England: our community vision*, BBC English Regions, p.4
4. Bruce Henderson and Jan Fernback, "The Campus Press: A Practical Approach to On-Line Newspapers" in *The Electronic Grapevine: Rumor, Reputation, and Reporting in the New On-Line Environment*, ed. Diane L. Borden and Kerric Harvey, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, London, 1998
5. Pavlik, John Vernon, *New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives*, 1996, Allyn & Bacon A Simon & Schuster Company Needham Heights, Mass.,
6. Richard Collins and Cristina Murrone, *New Media, New Policies: Media and Communications Strategies for the Future*, Polity Press, UK, 1996, pp. 183-189.
7. World Press Trends: Newspaper Growth Continues at <http://www.fiej.org/cc/previous/congress.forum.2000/news/wpt.html>
8. Американцам не нужна интерактивность, Иван Петров, "Газета.Ru", Среда, 10 Января
9. Р. Апджон, Х. Раффин. Интернет для журналистов - русский перевод книги, написанной в 1995 году. Многие устарело, но почитать полезно, <http://www.internews.ru/books/internet/contents.html>
10. Мирза Бабаев. "Журналистика и Интернет", http://www.zhurnal.ru/staff/Mirza/e_journ.html
11. Bruce Garrison, *Computer-Assisted reporting*, Sec. Ed., Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, London, 1998.
12. Paul Williams, *The Computerized Newspaper: A Practical Guide for System Users*, Heinmann Professional Publishing, Ltd., Great Britain, 1990.
13. Margaret H. DeFleur, *Computer-Assisted Investigative Reporting: development and Methodology*, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, NJ, 1997

Թեմա 5

On-line ժուռնալիստիկա

Ցանցային ժուռնալիստիկայի բնորոշումն ու սահմանումը:

Ցանցային մեդիայի եւ ժուռնալիստիկայի դե ֆակտո գոյությունը, զարգացման առկա նախադրյալները:

Համեմատություն ավանդական ՁԼՄ-ի հետ, մի շարք ձեւական պահանջների բացակայությունը. տպա-քանակ, պարբերականություն, գրանցում պետական գերատեսչություններում:

Օն լայն լրագրության ձեւավորվող սկզբունքները, միտումները եւ նյութի մատուցման եղանակները:

Web հրատարակության կառուցվածքային առանձնահատկությունները, անհրաժեշտ հմտությունները: Լրագրողը՝ ձեռնարկատեր, հրատարակիչ:

«Ցանցային տեքստի» յուրահատկությունները - սեղմ, բաժանված մասերի, ոչ գծային ծավալումներ՝ ի հաշիվ հիպերտեքստային հղումների եւ մուլտիմեդիայի եւ այլն: Ցանցը մեդիա մոր միջավայր՝ էկրանի միջոցով տեղեկատվության ընկալման առանձնահատկություններով:

Նոր ցանցային ՁԼՄ-ի առավելությունները ավանդական ՁԼՄ-ի նկատմամբ:

- Գերօպերատիվություն - Իրադարձության ծավալմանը զուգահեռ տեղեկատվության անհապաղ հրապարակում, տեղեկատվության առաքում իրական ժամանակում: Պարբերականության բացակայություն: «Հրապարակիր, ապա՝ խմբագրիր» ժուռնալիստական մոր դպրոցի ձեւավորումը, օպերատիվությունն ընդդեմ տեղեկատվության հավաստիության:
- Տեղեկատվության ծավալային անսահմանափակություն:
- Իլյուստրատիվություն - նյութի ձեւավորման անսահմանափակ հնարավորություններ՝ լուսանկար, աղյուսակներ, գրաֆիկներ, ձայնագրություններ, տեսագրություններ եւ այլն:
- Հեղինակային կազմ - վիրտուալ աշխարհասփյուռ աշխատակազմ:
- Արխիվային տվյալների եւ էլեկտրոնային տեղեկատվական ռեսուրսների անսահմանափակ մատչելիություն, ինքնուրույն ժուռնալիստական հետաքննությունների անցկացման հնարավորություն:
- Ամենաբազմազան տեսակի հետադարձ կապերի առկայություն, ընթերցողների ակտիվ մասնակցությունը տեղեկատվական պրոդուկտի արտադրության գործընթացին:
- Հեղինակ - ընթերցող սահմանազատման անորոշացումը:
- Խոսքի ազատության առավելագույն դրսեւորումներ, բարենպաստ պայմաններ նեղ մասնագիտական, անհատական հետաքրքրություններ կայացնող հրապարակումների, բաժանմունքների, հավելվածների համար:

Գրականություն

1. Yahoo կատալոգում գետեղված օն-լայն հրապարակախոսների ու հոդվածագրերի ցանկը - http://dir.yahoo.com/news_and_media/columns_and_columnists/
2. Doug Millison, Online Journalism FAQ, <http://www.online-journalist.com/faq.html>
3. Journalism Forum - Online Press Club, <http://www.jforum.org/>
4. Online Writing List, <http://www.planetarynews.com/online-writ.html>
5. Online Journalism Review, <http://ojr.usc.edu/>
6. Ryerson Review of Journalism Online, <http://www.ryerson.ca/rrj/>
7. The Association of Internet Professionals, <http://www.association.org/>

8. **Александр Акопов**, Взгляд на проблемы сетевой журналистики изнутри и снаружи Интернета, <http://www.relga.rsu.ru/n45/net45.htm>
9. Михаил Гуревич, ЖУРНАЛИСТИКА ВЫСОКИХ ТЕХНОЛОГИЙ, <http://ng.ru/2001-2-14/>
10. Lawrence K. Grossman, *From Marconi to Murrow to- Drudge?* in Columbia Journalism Review - www.cjr.org , July/August 1999
11. Steven S. Ross, "Journalists' Use of On-line Technology and Sources" in *The Electronic Grapevine: Rumor, reputation, and reporting in the New On-Line Environment*, ed. Diane L. Borden and Kerric Harvey, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, London, 1998, p. 143
12. Jan Bierhoff, "Brave new media world; the era of online journalism" in *European Journalism Training in Transition: the inside view*, ed. Jan Bierhoff & Mogens Schmidt, EJC, Maastricht, 1997
13. Joel Simon and Carol Napolitano, "We're All Nerd Now" in *Columbia Journalism Review*, March/April, 1999
14. Claudine Hyland, *Online Journalism at a "Crossroad"* at <http://www.cyber-times.org/media/m090899.html>
15. Steve Outing, Why online journalism is a great career choice, *Cyber-times*, Filed on: 21st April 1999, <http://www.cyber-times.org/media/m210499.html>
16. Wendy S. Williams, "The Blurring of the Line Between Advertising and Journalism in the On-Line Environment" in *The Electronic Grapevine: Rumor, Reputation, and Reporting in the New On-Line Environment*, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, London, 1998, p 33.

Թեմա 6

Տեղեկատվության հավաստիության եւ խոսքի ազատության հիմնահարցերը

Տեղեկատվության հավաստիության պահանջները ավանդական ՁԼՄ- ուն: BBC-ի թղթակցի ուղեցույցը: Թվանշային տեղեկատվության անվստահելիության հարցը: Ապատեղեկատվությունը եւ տեղեկատվական պատերազմները ցանցում: Վերահսկողության անհնարինությունը: Թվանշային ոչ հավաստի տեղեկատվության օգտագործումը հայաստանյան ՁԼՄ-ների կողմից:

Խոսքի ազատության եւ տեղեկատվության մատչելիության սկզբունքներն ընդդեմ տեղեկատվության հավաստիության եւ անձնական կյանքի իրավունքի:

Դեգինֆորմացիա, գրագողություն, ծայրահեղականություն, պոռնոգրաֆիա, ավազակություն, գողություն, անտեղի գովազդ եւ այլն:

Ինտերնետային ոստիկանություն, պայքար ցանցային չարաշահումների ու չարագործությունների դեմ: Վաղվա օրվա անորոշությունն ու տեղեկատվության հավաստիության խնդրի հնարավոր հանգուցալուծումները:

Գրականություն

1. *Producers' Guidelines: The BBC's values and standards.*
2. Արամ Մկրտչան, «Հակահայ քարոզչությունը նոր թափ է առնում», «ԱԶԳ», 11 Հունվար, 2000, 1 (#1969)
3. ըպչսՏ2 հոՌՐՑՈՍ, «ԾՏվՏսՏսՌՌ ըսՏՈՂ», ԼջՊՈՑպսրՑՁՏ «ԾօրսՖ», ԾՏրՍՁՈ - 1972
4. Andrew L. Shapiro, *"The Control Revolution: How The Internet is Putting Individuals in Charge and Changing the World We Know"* (1999) at <http://www.mediachannel.org/originals/shapiro-drudge.shtml>
5. Matt Welch, Why Does Old Media Trash the New? , *Online Journalism Review*, Posted June 24, 1998 at <http://ojr.usc.edu>

Թեմա 7

Ինտերնետն ու իրավունքը

Ինտերնետի իրավական կարգավորման շուրջ երկխոսությունը, օրենսդրական ձեռնարկները: Ցանցային իրավունքը որպես իրավունքի ապագա ճյուղ:

Տեղեկատվության համընդհանուր մատչելիությունն ընդդեմ հեղինակային իրավունքի: Հեղինակային իրավունքի պահպանման հիմնահարցը համակարգչային եւ հեռահաղորդակցային տեխնոլոգիաների կոնվերգենցիայի արդյունքում: Տեղեկատվության էլեկտրոնային պատճենահանման ու տարածման դյուրությունը նոր պայմաններում:

Ինֆորմացիայից ազատ օգտվելու դոկտրինը: “Թվանշային հազարամյակի հեղինակային իրավունքների մասին ակտ” (Digital Millennium Copyright Act): Ինտերնետում առկա ինֆորմացիայի բովանդակությունը ստեղծող ընկերությունների գործունեության կարգավորման հարցը:

Ապրանքանիշի օգտագործումը Ինտերնետում. ապրանքանիշն՝ իբրեւ Ինտերնետի հասցե (domain name): Իրավական կարգավորման գործնական անհնարինությունը ցանցում:

Գրականություն

14. <http://www4.law.cornell.edu/uscode/17/index.text.html>
15. <http://thomas.loc.gov/cgi-bin/query/z?c105:H.R.2281.ENR>:
16. THE WHITE HOUSE Office of the Press Secretary (New York, New York) For Immediate Release October 12, 1998 STATEMENT BY THE PRESIDENT
17. www.fcc.gov
18. Николай Чувакин , Право и Интернет: а есть ли пересечение?, <http://www.vic.spb.ru/law/doc/a62.htm>
19. Джон Перри Барлоу, Продажа вина без бутылок: Экономика сознания в глобальной Сети, <http://www.russ.ru/netcult/99-03-26/barlow.htm#2b>
20. Виктор Наумов, Проблемы реализации авторских прав в сети Интернет, <http://www.vic.spb.ru/law/doc/a09.htm>
21. Cyberlaw.com, <http://www.cyberlaw.com>
22. The Cyberlaw Encyclopedia , <http://www.gahtan.com/techlaw/home.htm>
23. EFF “Intellectual Property Online: Patent, Trademark, Copyright” Archive http://www.eff.org/pub/Intellectual_property
24. ЖЭп»сЭ»пйЫЗЭ ЗсінбхЭщЗЭ ЭнЗснІН Сб№нІНЭ»сЗ Яісщ - http://www.vic.spb.ru/law/doc/a_list.htm
25. Авторское право в России, <http://copyright.msk.ru:8081/>

Թեմա 8

Ժուռնալիստական էթիկա եւ ցանցային էթիկա` Netiquette

Տեղեկատվության աղբյուրին հղում կատարելու անհրաժեշտությունը` ժուռնալիստական էթիկայի ցանկացած կողմնաշարի անքակտելի մաս: Ինտերնետային տեղեկատվության առանց հղման կիրառումը ավանդական լրատվամիջոցների կողմից: «Ինտերնետից ստացված նյութերի համաձայն» հղման անհեթեթությունը: Ցանցը` լիարժեք մեդիա միջավայր: Գոյություն ունեցող ժուռնալիստական էթիկայի կանոնների կիրառելիության հարցը նոր պայմաններում:

- ինտերնետում հրապարակված նյութերի (տեքստ, լուսանկար, դիզայն, վիճակագրական տվյալներ եւ այլն) օգտագործելու դեպքում հղում կատարել աղբյուրին,
- ինտերնետում հրապարակված նյութն ամբողջությամբ օգտագործելու դեպքում կապվել հեղինակի հետ եւ հայցել նրա թույլտվությունը,

- սայթի կամ ինտերնետային էջի վրա քոփիրայթային տեղեկատվության առկայության դեպքում մանրագնին ծանոթացեք նյութի օգտագործման պայմաններին եւ հետեւեք դրանց:

Ժուռնալիստական էթիկայի մյուս կարեւոր կանոնները, որ նույնպես կիրառելի են ցանցային ժուռնալիստիկայի պարագայում.

- ճշգրտություն,
- անաչառություն,
- հավաստիություն,
- հանրության պաշտպանություն,
- կարծիքի ազատություն:

Netiquette-ը որպես նոր՝ ցանցային սոցիալական միջավայրի էթիկետ:

Գրականություն

1. Антон НОСИК, Давайте ссылаться на Сеть,
http://www.gagin.ru/internet/8/7_1.html
2. EthicNet: Databank for European Codes of Journalism Ethics,
<http://www.uta.fi/ethicnet/>
3. Armenia, *CODE OF ETHICS*, Adopted by the the Yerevan Press Club on 18 July 1995; <http://www.uta.fi/ethicnet/armenia.html>
4. *Netiquette Home Page*, <http://www.albion.com/netiquette/index.html>
5. Պրոֆեսիոնալ ժուռնալիստների միության բարոյական կոդեքս,
<http://spj.org/ethics/code.htm>

ԶԱՆԳՎԱԾԱՅԻՆ ԼՐԱՏՎԱՄԻՋՈՑՆԵՐԻ ՕՐԵՆՍԴՐՈՒԹՅՈՒՆ

Հեղինակ՝ Շուշան Դոյրոյան
ԵՊՀ Ժուռնալիստիկայի ֆակուլտետի մանուկ տեսության եւ
պատմության ամբիոնի դասախոս, ք.գ.թ.

Ն եր ա ծ ու թ յ ու ն

Ծրագրի նպատակը եւ խնդիրները

Թեմա 1

Խոսքի ազատության իրավական պաշտպանության հայեցակարգը, պատմական զարգացումը:

Խոսքի ազատությունը որպես սահմանադրական իրավունք: Խոսքի ազատության իրավունքի սահմանադրական երաշխիքները տարբեր երկրների համադրությամբ:

ՀՀ Սահմանադրությամբ ամրագրված՝ խոսքի ազատության երաշխիքները:

Խոսքի ազատության իրավունքը միջազգային փաստաթղթերում (Մարդու իրավունքների համընդհանուր Հռչակագրի 19-րդ հոդված, Մարդու իրավունքների եւ հիմնարար ազատությունների պաշտպանության եվրոպական կոնվենցիայի 10-րդ հոդված եւ միջազգային այլ համաձայնագրեր):

Գրականություն¹

1. Զանգվածային լրատվության միջոցներ. օրենքներ եւ պրակտիկա, «Արտիկլ 19», 1999, էջ 7-12, 47-54, 139-152:
2. Շ. Դոյրոյան, «Սահմանադրությունը մանուկ ազատության երաշխավոր», Երեւանի համալսարանի հրատարակչություն, 2001թ, էջ 1-35:
3. Edwin Shortz & Claire de Than, "Civil Liberties", *Legal Principles of Individual Freedom*; London, 1998, pages 1-14, 510-520;
4. Edward W. Loman, *International Law Governing Communications & Information (A Collection of Basic Documents)*, Greenwood Press, Westport, Ct. 1982, pp. 125-132;
5. Prina Lahav (ed.), *Press Law in Modern Democracies: A Comparative Study*, Longman New York & London, 1992, pp. 340-347;
6. Ithiel de Sola Pool, *Technologies of Freedom*, Harvard University Press, 1983, pp. 55-69, 75-82.

¹ Առաջին երկու գրքերը պարտադիր են, մյուսները՝ օժանդակ:

Թեմա 2

Խոսքի ազատությունը եւ պատասխանատվությունը: Խոսքի ազատության սահմանափակման անհրաժեշտությունը:

Սահմանափակումների 3 չափանիշները՝ ըստ մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանի:

Հիմնական սահմանափակումների 2 խմբերը (մարդու մյուս իրավունքների պաշտպանության եւ պետության անվտանգության, հասարակական կարգի, բարոյականության, բնակչության առողջության եւ այլ արժեքների պաշտպանության նպատակով):

Մամուլի մասին օրենքներ (ընդհանրություններ եւ տարբերություններ տարբեր երկրների փորձի համադրմամբ):

ԶԼՄ-ի գործունեությունը կարգավորող օրենսդրական հիմնական ակտերը ՀՀ-ում. «Մամուլի եւ զանգվածային լրատվության մյուս միջոցների մասին», «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին», «Գովազդի մասին», «Հեղինակային եւ հարակից իրավունքների մասին», «Լեզվի մասին» ՀՀ օրենքները:

ԶԼՄ-ի գործունեության իրավական կարգավորումը նախադեպային իրավունքի միջոցով: Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանը եւ տեղեկատվության ոլորտին առնչվող գործերի քննության նախադեպերը:

Մամուլի ինքնակարգավորման մեխանիզմները (մամուլի խորհուրդներ, էթիկական կանոնագրեր եւ այլն):

Թեմա 3

Պետական հսկողությունը լրատվական միջոցների գործունեության վրա:

Գրաքննությունը:

Նախահրապարակային հսկողություն (նյութերի մենաշնորհ, տպագիր մամուլի արտոնագրում եւ այլն):

Ետհրապարակային հսկողություն (բռնագրավում, տուգանքներ եւ այլն):

Մամուլի տնտեսական գրաքննում: Լրատվամիջոցների հարկում:

Գրականություն

1. Մամուլը եւ ժողովրդավարությունը, ԵՄԱ, Երեւան, 2001, էջ 87-102:
2. Մարդու իրավունքների եւ հիմնարար ազատությունների մասին եվրոպական կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի կիրառման նախադեպերը, ԵՄԱ, 2000, էջ 35-56:
3. Մարդու իրավունքների վերաբերյալ ՀՀ մասնակցությամբ միջազգային պայմանագրեր, փաստաթղթերի ժողովածու, Գիրք Ա, Երեւան, 2001:
4. Շ. Դոյդոյան, «Սահմանադրությունը մամուլի ազատության երաշխավոր», Երեւանի համալսարանի հրատարակչություն, 2001թ, էջ 35-54:
5. Benjamin I Page, *Who Deliberates? Mass Media in Modern Democracy*, Chicago: The University of Chicago Press, 1996, pp. 106-134;
6. T. Barton Carter, Marc A. Franklin, Jay B. Wright, *The First Amendment and the Fifth Estate*, New York, The Foundation Press, 1990, Chapter 3, pp. 60-78;
7. Pnina Lahav (ed.), *Press Law in Modern Democracies: A Comparative Study*, Longman New York & London, 1992, pp. 347-352;
8. Slavko Splichal, *Media Beyond Socialism: Theory and Practice in East-central Europe*, Westview Press, 1997;
9. Judith Lichtenberg (ed.), *Democracy and the Mass Media*, Cambridge University Press, 1995, pp. 355-399
10. *Concept Paper on Media Law*, ABA CEELI, 1996, pp. 70-82.

Թեմա 4

ՁԼՄ-ը եւ ազգային անվտանգությունը: Գաղտնիություն, թե՛ գրաքննություն:
Պետական գաղտնիքի պաշտպանություն: Ինֆորմացիայի արտահոսք:
Պատասխանատվություն պետական գաղտնիք հրապարակելու համար:

Գրականություն

1. Ձանգվածային լրատվության միջոցներ. օրենքներ եւ պրակտիկա, «Արտիկլ 19», 1999, էջ 7-12, 47-54, 127-136:
2. Законодательство Российской Федерации о СМИ, серия “Журналистика и Право”, выпуск 2, Москва, 1996,
3. *Richard Devis, The Press and American Politics: The New Mediator, Longman New York & London, 1991, Chapter 13,*
4. *Concept Paper on Media Law, ABA CEELI, 1996, pp. 38-51.*

Թեմա 5

Ինֆորմացիայի ազատություն եւ մատչելիություն: Ինֆորմացիան որպես արժեք: Իրազեկ հասարակության անհրաժեշտությունը ժողովրդավարության զարգացման գործում:

Հասարակության տեղյակ լինելու իրավունքը: Լրագրողների՝ տեղեկություն ստանալու իրավունքը:

Ինֆորմացիայի մատչելիության օրենսդրական երաշխիքները ՀՀ-ում: «Տեղեկատվության ազատության մասին» օրենքի նախագիծ. օրենքի ընդունման անհրաժեշտությունը եւ հեռանկարները:

Տեղեկատվության մատչելիության իրավունքի ոտնահարման դեպքերը, բողոքարկման մեխանիզմները ՀՀ-ում:

Բողոքարկման մեխանիզմների միջազգային փորձը:

Գրականություն

1. Андреев В.В., Симонов А.К., Журналист в поисках информации, Фонд Защиты Гласности, Москва, 1997, стр. 19-82.
2. Շ. Դոյոյան, «Սահմանադրությունը մամուլի ազատության երաշխավոր», Երեւանի համալսարանի հրատարակչություն, 2001թ, էջ 54-79:
3. *Մամուլը եւ ժողովրդավարությունը, ԵՄԱ, Երեւան, 2001, էջ 239-262:*
4. *Ann Wells, Who Owns Information? From Privacy to Public Access, Branscomb, 1994, pp. 174-185;*
5. *Herbert Brucker, Freedom of Information, New York, 1979, Chapter 19;*
6. *T. Barton Carter, Marc A. Franklin, Jay B. Wright, The First Amendment and the Fifth Estate, 1990, New York, The Foundation Press, Chapter 14, pages 634-638, 675-683;*
7. *Edward W. Loman, International Law Governing Communications & Information (A Collection of Basic Documents), Greenwood Press, Westport, Ct. 1982, pp. 132-146;*
8. *Wilbun Schramm, Mass Media and National Development, Stanford University Press, 1969; pp. 20-43;*
9. *Doris A. Graber, Mass Media and American Politics, 5th edition, Washington D.C., 1996, Chapter 3, pp. 68-76.*

Թեմա 6

Ազատ մամուլ-արդար դատավարություն երկընտրանք:

Լրատվամիջոցները եւ դատարանները: Հասարակության տեղյակ լինելու իրավունքն ընդդեմ մեղադրյալի՝ արդար դատավարության եւ անմեղության կանխավարկածի իրավունքների:

Կանխակալության պոտենցիալ տարրերը:

Կանխակալ հրապարակայնության վերահսկողություն, դատական գրաքննություն, բերանակապի կարգը:

Դատական տեղեկատվության մատչելիությունը:

Դատավարությունների հրապարակայնությունը եւ լուսաբանումը: Տեսախցիկների առկայությունը դատարանում:

Դատարանի նկատմամբ անհարգալից վերաբերմունք:

Գրականություն

1. Герман Шварц и Чарльз Браун (ред.), Судьи и журналисты в странах восточной Европы в переходе к демократии, Freedom House, Киев, 1998, стр. 1-58;
2. В поисках альтернатив тюремному наказанию, материалы международного симпозиума 15-16 января 1997 года, Киев, 1997,
3. Kent R. Middleton, Bill F. Chamberlin, *The Law of Public Communication*, Longman, 1992, Chapter 9;
4. American Bar Association Legal Advisory Committee on Fair Trial and Free Press, *The Rights of Fair Trial and Free Press*, 1969;
5. T. Barton Carter, Marc A. Franklin, Jay B. Wright, *The First Amendment and the Fifth Estate*, New York, The Foundation Press, 1990, Chapter 14, pp. 634-654;
6. Doris A. Graber, *Mass Media and American Politics*, 5th edition, Washington D.C., 1996, Chapter 3, 10, pp. 78-82, 306-312.

Թեմա 7

Լրատվական միջոցների գործունեության իրավական կարգավորման առանձին խնդիրներ:

Ա. Անձի մասնավոր կյանքի խնդիրը:

Անհատի իրավունքներն ընդդեմ հասարակության՝ տեղյակ լինելու իրավունքի:

Անձնական կյանքն անօրինական միջամտությունից պաշտպանելը որպես անհատի սահմանադրական իրավունք:

«Անձնական կյանքի» լուսաբանման սահմանները: Ներխուժում անձնական կյանք:

Պետական պաշտոնյայի, հասարակական գործչի եւ մասնավոր անձի անձնական կյանքի սահմանները:

Ինֆորմացիայի արժեքավորությունը (Newsworthiness) եւ հասարակության՝ տեղյակ լինելու իրավունքը (Public's right to know) որպես ժուռնալիստի պաշտպանության հիմքեր դատավարության ընթացքում:

Գրականություն

1. Ջանգվածային լրատվության միջոցներ. օրենքներ եւ պրակտիկա, «Արտիկլ 19», 1999:
2. Տ. Բարսեղյան, «ՀՀ Քաղաքացիական իրավունք», Երեւան, 2000:
3. Doris A. Graber, *Mass Media and American Politics*, 5th edition, Washington D.C., 1996, Chapter 3, pp. 76-78;
4. Melvin Mencher, *News reporting and Writing*, Columbia University, 5th 1991, pp. 558-569;
5. Herbert Brucker, *Freedom of Information*, New York, 1979, pp. 675-683;
6. Concept Paper on Media Law, ABA CEELI, 1996, pp. 5-37;
7. Fred Fedler, *Reporting for the Print Media*, New York, 1987.

Բ. Անձի պատվի, հեղինակության խնդիրը:

«Վիրավորանք» եւ «զրպարտություն» հասկացությունները: Ձրպարտության տարրերը՝ կեղծիք (Defamation), անձնավորում (Identification), հրապարակում (Publication), փաստացի վիրավորանք:

Ձրպարտություն եւ վիրավորանք պետական պաշտոնյաների, պետական մարմինների եւ մասնավոր անհատների մասին: Պատվի, արժանապատվության, հեղինակության պաշտպանություն:

Քրեական եւ քաղաքացիական պատասխանատվության հիմքերը:

Ժուռնալիստի պաշտպանությունը զրպարտության գործերում:

Խուսափում դատական հայցերից: Լրատվական օմբուդսմեն: Հերքում:

Գրականություն

1. С. А. Муратов, Нравственные принципы тележурналистики, Фонд защиты гласности, Москва, 1997, стр. 26-31.
2. Զանգվածային լրատվության միջոցներ. օրենքներ եւ պրակտիկա, «Արտիկլ 19», 1999:
3. *Melvin Mencher, News Reporting and Writing, Columbia University, 5th 1991, pp. 552-558;*
4. *Marc J. Epstein, Ph. D., The Accountant's Guide to Legal Liability and Ethics, Harvard Business School, Boston, 1993, Chapter 13;*
5. *Fred Fedler, Reporting for the Print Media, New York, 1987.*

Թեմա 8

Լրատվություն եւ լրատվական աղբյուրներ (ֆիզիկական եւ մարդկային աղբյուրներ): Լրահավաքության իրավունք: Գաղտնապահությունը լրահավաքության գործում:

Լրատվական աղբյուրների իրավական պաշտպանությունը:

Աղբյուրների վկայակոչման խնդիրը: Անանուն աղբյուրներ: Աղբյուրների գաղտնիության պաշտպանություն:

Գրառումները, ձայնագրությունները եւ լրատվության գաղտնի աղբյուրների ինքնությունը պաշտպանելու ժուռնալիստի իրավունքը:

Պահապան օրենքներ լրատվության գաղտնի աղբյուրներին պաշտպանելու համար:

Գրականություն

1. Защита журналистских источников: сравнительное законодательство и юриспруденция, Аrtиkль 19, Апрель, 1995.
2. Kent R. Middleton, Bill F. Chamberlin, The Law of Public Communication, Longman, 1992, p.309;
3. Don R. Rembler, Mass Media Law, 5th edition, WCB Publishers, 1990, Chapter 5;
4. Cross Harold, The Peoples Right to Know, New York, Columbia University Press, 1953;
5. Kirtley, Lane E. (ed.), The First Amendment Handbook, Washington, D.C.: The Reporters Committee on Freedom of the Press, 1986;
6. T. Barton Carter, Marc A. Franklin, Jay B. Wright, The First Amendment and the Fifth Estate, New York, The Foundation Press, 1990, pp. 654-671.

Իրավական աղբյուրներ

1. «ՀՀ Սահմանադրություն», 1995:
2. «Հայաստանի անկախության մասին Հռչակագիր», 1990:
3. «Մամուլի եւ զանգվածային լրատվության մյուս միջոցների մասին» ՀՀ օրենք, 1991:
4. «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենք, 1996:
5. «Հեղինակային եւ հարակից իրավունքների մասին» ՀՀ օրենք, 1999:
6. «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենք, 2000:
7. «Քաղաքացիների առաջարկությունները, դիմումները եւ բողոքները քննարկելու կարգի մասին» ՀՀ օրենք, 1999:
8. «ՀՀ Քրեական օրենսգիրք», 1961:
9. «ՀՀ Քաղաքացիական օրենսգիրք», 1998:
10. «ՀՀ Քրեական դատավարության օրենսգիրք», 1998:
11. «ՀՀ Քաղաքացիական դատավարության օրենսգիրք», 1998:
12. «Սահմանադրական դատարանի մասին» ՀՀ օրենք, 1996:
13. «Պետական գաղտնիքի մասին» ՀՀ օրենք, 1996:
14. «Դատավորի կարգավիճակի մասին» ՀՀ օրենք, 1998:
15. Մարդու իրավունքների եւ հիմնարար ազատությունների մասին եվրոպական կոնվենցիա, 1950:
16. «Քաղաքացիական եւ քաղաքական իրավունքների մասին միջազգային դաշնագիր», 1966:
17. ՀՀ Սահմանադրական դատարանի 2001 թվականի հունվարի 11-ի որոշում:
18. «ՀՀ պետական գաղտնիքի շարքը դասվող տեղեկությունների ցանկը հաստատելու մասին» ՀՀ կառավարության 1998 թվ մարտի 13-ի թիվ 173 որոշում:
19. Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանի՝ մամուլի գործունեությանն առնչվող որոշումները:

ՀԱՅ ՄԱՄՈՒԼԸ ԵՎ ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ

Հեղինակ՝ Դավիթ Պետրոսյան
ԵՊՀ Ժուռնալիստիկայի ֆակուլտետի մամուլի
պատմության եւ տեսության ամբիոնի դասախոս, բզթ

Ն եր ա ծ ու թ յ ու ն

Մամուլ եւ գրականություն. ընդհանուր գծեր, առաջություններ, նրանց կոչումը: Մամուլի ընթերցան
հնարավոր ներգործությունները գեղարվեստական զարգացման ընթացքի վրա: Մամուլը որպես յուրահա-
տուկ միջոց կյանքի եւ գրականության փոխներթափանցումների եւ փոխազդեցությունների ճանապար-
հին: Գրական եւ ոչ գրական ուղղվածությամբ մամուլի օրգանները:

Բ Ա ժ ի ն Ա Ռ Ա Ջ Ի Ն

Գրականության եւ մամուլի փոխհարաբերության ակունքները հայ իրականության մեջ

«Ազդարարը» հայ լուսավորական շարժման առաջնեկ: Գրականությունը «Ազդարարում»: Ավանդների
ծեւավորումը:

Բ Ա ժ ի ն Ե Ր Կ Ր Ո Ր Դ

Մամուլը 19-րդ դարի առաջին կեսին

Ա. «Կովկաս» (1846-47թթ.), ապա նաեւ «Արարատ» (1850-51թթ.) պարբերականների ծնունդը
արեւելահայ իրականության մեջ: Այդ պարբերականների գրական նյութերը եւ հեղինակները (Գ.
Պատկանյան, Գ. Շերմազանյան, Մ. Զոհրապյան եւ ուրիշներ):

Արժանքը եւ այդ տարիների մամուլը: Ռ. Պատկանյանի, Մ. Նալբանդյանի առաջին
բանաստեղծությունները «Արարատ» շաբաթաթերթում:

Բ. Արեւմտահայ մամուլը: «Բազմավեպ» (1849): Մխիթարյանների գրական գործունեությունը
«Բազմավեպում»:

Բ Ա ժ ի ն Ե Ր Ր Ո Ր Դ

«Հյուսիսսփայլը» եւ գեղարվեստական զարգացումը (19-րդ դ. 50-60-ական թթ.):

Հայ իրականության մեջ կատարվող տեղաշարժերը

1858թ. «Հյուսիսսփայլ», «Մեղու Հայաստանի», «Ճռաքաղ» պարբերականների լույս ընծայումը, գրա-
պայքարի ծեւավորումը:

Գրապայքարը ժամանակի մամուլում: Նազարյանի եւ Նալբանդյանի համագործակցությունը «Հյուսի-
սսփայլում»: Աշխարհաբար գրական լեզվի անհրաժեշտության տեսական հիմնավորումները Նազարյա-
նի եւ Նալբանդյանի կողմից: Ամսագրի դերը գրական աշխարհաբարի ծեւավորման գործում:

Նալբանդյանի գրական, հրապարակախոսական գործունեությունը, նրա արձակը «Հյուսիսափայլում» («Կոմս Էմմանուելի հիշատակարանը», «Մեռելահարցուկ»): Գեղարվեստական եւ հրապարակախոսական տարրերի համադրումը այս ստեղծագործություններում:

Նալբանդյանի հրապարակախոսական պոեզիան եւ գրաքննադատական հոդվածները «Հյուսիսափայլում»: Ամսագրի պոեզիան:

Ամսագրի դերը ռեալիստական արձակի ձեւավորման գործում: Գ. Տեր-Հովհաննիսյանի «Տեր Սարգիս» վեպը (տպագրվել է «Հյուսիսափայլում»), նրա արժանիքները: «Հյուսիսափայլի» գրական ավանդները:

«Հյուսիսափայլի» քննադատությունը:

ԲԱԺԻՆ ՉՈՐՐՈՐԴ

19-րդ դարի 70-ական թվականներ

Լիբերալ-բուրժուական եւ ազգային պահպանողական հոսանքների ձեւավորումը: Նրանց պարբերականները՝ որպես այդ հոսանքների գաղափարական մարմնավորումներ:

«Մշակի» գրական քաղաքականությունը: Գրիգոր Արծրունու եւ Րաֆֆու համագործակցությունը: Րաֆֆու հրապարակախոսական եւ գեղարվեստական ստեղծագործությունները «Մշակում»: Րաֆֆին «գաղափարական գրականություն» հոգեւոր հայր («Խենթը», «Դավիթ-Բեկ», «Ոսկի աքաղաղ» վեպերի տպագրությունն այս թերթում):

Արծրունու կողմնապահ վերաբերմունքը հայ գրողների նկատմամբ: «Երկրորդական» հեղինակների առատությունը «Մշակում»:

Գրաքննադատությունը «Մշակում»: Լեոյի գրաքննադատական հոդվածները:

«Մեղու Հայաստանի», «Փորձ» (1876-81) ամսագրերը: «Փորձը» հայ գրականության նշանավոր ներկայացուցիչների համախմբման ասպարեզ (Ռ. Պատկանյան, Պ. Պռոշյան, Գ. Տեր-Հովհաննիսյան, Գ. Սունդուկյան, Ղ. Աղայան, Րաֆֆի, Ծերենց, Հ. Պարոնյան եւ ուրիշներ):

Գրաքննադատությունը «Փորձում»: Գրական գործընթացի եւ գեղարվեստական երկերի վերլուծությունները Ստ. Պալասանյանի հոդվածներում:

Գեղարվեստական թարգմանությունը «Փորձում» (Շեքսպիրի, Գյոթեի, Շիլլերի, Հայնեի, Դիկենսի եւ այլոց գործերի թարգմանությունները):

Արեւմտահայ կյանքի գեղարվեստական մարմնավորումները 70-ական թվականներին «Արեւելյան մամուլ» (խմբագիր՝ Մ. Մամուլյան) եւ «Մեղու» (խմբագիր՝ Հ. Պարոնյան) թերթերում:

ԲԱԺԻՆ ՀԻՆԳԵՐՈՐԴ

19-րդ դարի 80-90-ական թվականների կյանքը եւ գրականությունը արեւելահայ ու արեւմտահայ մամուլում

Ազգային-պահպանողական հոսանքի գրական քաղաքականության շարունակությունը «Արծազանք», «Նոր դար», «Լուսն» պարբերականներում:

«Արծազանքը» որպես «Փորձի» օրինական ժառանգորդ: «Արծազանքին» թղթակցող հայ գրողների ընտրանին՝ Րաֆֆի, Գ. Սունդուկյան, Ա. Շիրվանզադե, Ռ. Պատկանյան, Պ. Պռոշյան, Սուրաքան, Հ. Հովհաննիսյան, Վրթ. Փափազյան, նրանց նոր ստեղծագործությունների տպագրությունը «Արծազանքում»:

Թարգմանական գրականությունը «Արծազանքում» (Ֆ. Շիլլեր, Վ. Հյուգո, Ա. Դոդե, Հ. Իբսեն, Ի. Տուրգենև, Մ. Լերմոնտով եւ ուրիշներ):

Ա. Շիրվանզադեն «Արծազանքի» գրաքննադատ: Նրա հոդվածները հայ թատրոնի, գրականության եւ քննադատության մասին, գրականության մեջ ու արվեստի համար ռեալիստական մեթոդի ձեւավորման տեսական հիմնավորումները:

Հայ գրականությունը «Նոր դար» (խմբագիր՝ Ս. Սպանդարյան) եւ «Լուսն» (խմբագիր՝ Գ. Աղանյան) պարբերականներում: Հայ գրողների (Խ. Աբովյան, Մ. Նալբանդյան, Պ. Դուրյան, Շիրվանզադե, Նար-Դոս, Րաֆֆի, Ռ. Պատկանյան, Սուրաքան եւ ուրիշներ) ստեղծագործությունների լայն ընդգրկումը հիշյալ հանդեսներում:

«Մուրճ» (1889-1907) ամսագիրը եւ նրա խմբագիր Ա. Արասխանյանի գրական քաղաքականությունը: «Մուրճը» գրական նոր սերնդի ամբիոն. նրա կարեւոր ավանդը դարավերջի երիտասարդ, տաղանդավոր գրողների (Հ. Թումանյան, Ավ. Իսահակյան, Լ. Շանթ, Դ. Դեմիրճյան, Ա. Ծատուրյան, Լ. Մանվելյան եւ ուրիշներ) ստեղծագործական կարողությունները բացահայտելու գործում: «Մուրճի» գրական քննադատությունը: Գրախոսության ժանրի կայացումը ամսագրում:

Ա.Չոպանյանի «Ամահիտ» հանդեսը: Չոպանյանը հայ գրականության «դեսպան» եվրոպայում: Նրա համագործակցությունը արեւելահայ եւ արեւմտահայ գրողների հետ: Հայ գրականության դասականների ստեղծագործությունների գնահատումը(Նարեկացի, Քուչակ, Աբովյան, Ալիշան,Դուրյան եւ ուրիշներ): Առանձնահատուկ հոգածություն 20-րդ դարասկզբի գրական նոր սերնդի (Գ Ջոհրապ, Սիամանթո, Վարուժան, Ռ.Զարդարյան, Վ. Թեքեյան եւ ուրիշներ) եւ նրանց ստեղծագործությունների հանդեպ:

ԲԱԺԻՆ ՎԵՑԵՐՈՐԴ

Ազգային-ազատագրական պայքարի նոր փուլը 19-րդ դարի վերջին տասնամյակում

Քաղաքական-հայրենասիրական պոեզիան եւ արձակը արեւելահայ ու արեւմտահայ մամուլում: Գրական նոր սերնդի մասնակցությունը ազատագրական շարժմանը, համազգային ոգին կյանքի կոչելու գեղարվեստական մղումները. Ավ. Ահարոնյանի «Ազատության ճանապարհին» պատմվածաշարը «Դրոշակում», Սիամանթոյի, Իսահակյանի եւ ուրիշների չափածո գործերը տարբեր պարբերականներում:

ԲԱԺԻՆ ՅՈԹԵՐՈՐԴ

Գրական բանավեճը 19-րդ դ. երկրորդ կեսի հայ մամուլում

Բանավեճերի բռնկումը. գաղափարական տարաձայնություններ, հակադիր գրական սկզբունքներ, անձնական հարաբերություններից բխող անհամդուրժողականություն եւ այլն:

Գրական բանավեճի ծավալումը տարբեր հոսանքների պարբերականներում, ինչպես նաեւ նույն հոսանքի տարբեր օրգաններում:

Բանավեճի դրդապատճառները.

ա) Գրականության դերի եւ առաքելության ըմբռնումների անհամաձայնություն:

բ) Այս կամ այն ստեղծագործության բովանդակության, կերպավորման սկզբունքների հանդեպ իրարամերժ մոտեցումներ:

գ) Ստեղծագործական մեթոդների (լուսավորական ռեալիզմ, ռոմանտիզմ, քննադատական ռեալիզմ) եւությունից բխող տարբեր դիրքորոշումներ:

Բանավեճերի դրական եւ բացասական կողմերը :

Գրական բանավեճերը «Հյուսիսափայլում», «Մեղու Հայաստանի», «Մշակ», «Փորձ», «Արձագանք» եւ այլ պարբերականներում:

ԲԱԺԻՆ ՈՒԹԵՐՈՐԴ

Մամուլը եւ գրականությունը 20-րդ դարի սկզբին:

Հայ մամուլի բուռն զարգացումը դարասկզբին: Գրական-գեղարվեստական հանդեսների տպագրությունը: 19-րդ դարի վերջին հիմնադրված պարբերականների («Մուրճ», «Ամահիտ», «Մասիս»,) գրական քաղաքականության շարունակությունը 20-րդ դարի սկզբին:

Գրական ուղղվածությամբ նոր հանդեսների երեւան գալը արեւելահայ ու արեւմտահայ հատվածներում եւ գաղթօջախներում (Կ. Պոլսում՝ «Շանթ», 1911-1919, «Ոստան», 1911-1914, «Մեհյան», 1914, Ջմյուռնիայում՝ «Հայ գրականություն», 1911-1914, Թիֆլիսում՝ «Արոր», Վենետիկում՝ «Գեղունի», Պետերբուրգում՝ «Բանբեր գրականության եւ արվեստի» հանդեսը եւ այլն):

Հայ գրողների տարբեր սերունդների ակտիվ մասնակցությունն այդ պարբերականներին:

Գ. Լեւոնյանի «Գեղարվեստ» հանդեսը: Գեղարվեստի պատմությանը, գրականությանը, գրականագիտությանը եւ քննադատությանը նվիրված բազմաբնույթ նյութերի տպագրությունը հանդեսի էջերում:

Նախկին եւ նոր գրական ուղղությունների (ռոմանտիզմ, ռեալիզմ, սիմվոլիզմ, ֆուտուրիզմ եւ այլն) դրսեւորումները դարասկզբի հայ մամուլում: Հայ գրողների գեղագիտական դիրքորոշումները:

Արեւելահայ հատվածում՝ «Գեղարվեստից» բացի «Գարուն» գրական տարեգրքի (Մոսկվա, 1910-1912) լույս ընծայումը: Մարքսիստական գեղագիտության ներկայացուցիչները (Վ. Տերյան, Պ. Մակինցյան, Ալ. Մյասնիկյան, Ց. Խանզադյան եւ ուրիշներ) եւ հայ գրականության արժեքների վերագնահատումը:

Արեւմտահայ հատվածում՝ «Մեհյան» հանդեսը, «Նավասարդ» տարեգիրքը. նրանց շուրջ համախմբված արեւմտահայ գրողների (Դ. Վարուժան, Կ. Զարյան, Հ. Սիրունի, Գ. Բարսեղյան եւ ուրիշներ) գրական հռչակագիրը, հայ գրականության առաջընթացի գեղագիտական նոր ըմբռնումները:

ԲԱԺԻՆ ԻՆՆԵՐՈՐԴ

Մամուլը եւ գրականությունը խորհրդային տարիներին

20-ական թվականներին խորհրդային Հայաստանում եւ Անդրկովկասի մյուս հանրապետություններում լույս տեսնող հայ քաղաքական-հասարակական եւ գրական-գեղարվեստական հանդեսները՝ «Նորք», Երեւան (1922-1928), «Դարբնոց» (1922-23), «Դիրքերում» (1925, Թիֆլիս), «Վիշկա» (1925, Բաքու), «Գրական դիրքերում» եւ այլն: Հայ գրականության ավագ (Դ.Դեմիրճյան, Ա.Վշտունի, Ն. Ջարյան եւ ուրիշներ) եւ կրտսեր (Ե. Չարենց, Ա. Վշտունի, Ն. Ջարյան, Գ. Մահարի, Ա. Բակունց եւ այլք) սերնդի ներկայացուցիչները ստեղծագործություններն այդ տարիների մամուլում:

Գրական նոր սերնդի գաղափարական ակտիվ կեցվածքը, գրականության կոչման եւ անելիքների համապատասխանեցումը կոմունիստական գաղափարախոսության պարտադրանքին:

50-ական թվականների երկրորդ կեսին խորհրդային իրականության մեջ սկսված տեղաշարժերը, մամուլի եւ գրականության զարթոնքը: Գրական ուղղվածությամբ պարբերականների («Սովետական գրականություն», «Գրական թերթ») աշխուժացումը խորհրդահայ կյանքում: Բանաստեղծական նոր սերնդի (Հ. Սահյան, Ս. Կապուտիկյան, Գ. Էմին, Պ. Սեւակ, Վ. Դավթյան, Հր. Հովհաննիսյան եւ ուրիշներ) խոստումնալից մուտքը:

Հայ արձակի նոր խոսքը 60-ականների սկզբին (Հ.Մաթեոսյան, «Ահնիձոր» ակնարկաշարը, «Սովետական գրականություն», 1963թ., Ջ. Խալափյանի, Մ. Գալշոյանի, Վ. Պետրոսյանի, Պ. Ջեյթունցյանի եւ մյուսների արձակ գործերի տպագրությունը խորհրդահայ մամուլում):

Գրականության եւ մամուլի համագործակցությունը 70-80-ական թվականներին:

ԲԱԺԻՆ ՏԱՍՆԵՐՈՐԴ

Մամուլը եւ գրականությունը Հայաստանի երրորդ հանրապետության օրոք

Խոսքի ազատության լայն հնարավորությունները 90-ական թթ.: Հայ գրողները անկախ Հայաստանի իրականության մեջ: Գրական տարբեր սերունդների գեղագիտական նոր որոնումները: Գրական երկերի, գրականագիտական, քննադատական հոդվածների տպագրությունը «Նորք», «Գարուն», «Գրական թերթ» պարբերականներում: Գրական նոր հավելվածների («Վարուժան», «Գրական թերթի», «Առավոտի» գրական հավելվածներ), «Նոր Դար» գրական ամսագրի լույս ընծայումը: Գրականության վաղվա օրվա մասին մտորումները գրական եւ ոչ գրական մամուլում:

Գրականություն

1. Հայ նոր գրականության պատմություն, հ. 1, Ե., 1962:
2. Հայ նոր գրականության պատմություն, հ. 2, Ե., 1962:
3. Հայ նոր գրականության պատմություն, հ. 3, Ե., 1964:
4. Հայ նոր գրականության պատմություն, հ. 4, Ե., 1972:
5. Հայ նոր գրականության պատմություն, հ. 5, Ե., 1972:
6. Սովետահայ գրականության պատմություն, հ.1, Ե., 1961:
7. Սովետահայ գրականության պատմություն, հ.2, Ե., 1965:
8. Հայ պարբերական մամուլը, մատենագիտական համահավաք ցուցակ, Ե., 1986:
9. Հ. Իրազեկ, Պատմություն հնդկահայ տպագրության, Անթիլիա, 1986:
10. Մ. Մխիթարյան, Արեւելահայ մամուլի սկզբնավորումը եւ լուսավորական շարժումը, Ե., 1994:
11. Մ. Մխիթարյան, 19-րդ դարի երկրորդ կեսի արեւելահայ պարբերական մամուլի պատմությունից, Ե., 1976:
12. Մ. Մխիթարյան, «Հյուսիսսփայլ» ամսագիրը, Ե., 1958:
13. Գ. Անանյան, Հրապարակախոսություն եւ քննադատություն, Ե., 1996:
14. Գ. Անանյան, Հայ գրականությունը «Մուրճ» ամսագրում, Ե., 1996:
15. Լ. Գեւորգյան, «Մուրճ» ամսագիրը, Ե., 1982:
16. Լ. Գեւորգյան, Գրիգոր Արծրունին եւ նրա «Մշակը», Ե., 1996:
17. Յու. Ավետիսյան, «Անահիտ» հանդեսը, Ե., 1999:
18. Ա. Խառատյան, Արեւմտահայ մամուլը եւ գրաքննությունը Օսմանյան Թուրքիայում:
19. Լ. Ալոյան, Գրականության, արվեստի եւ լուսավորության հարցերը 1892-1905 թթ. «Մշակ» լրագրում, Ե., 1989:

ՀԱՅ ՄԱՍՈՒԼԻ ՊԱՏՄՈՒԹՅՈՒՆ

Հեղինակներ՝

Գառնիկ Անանյան

ԵՊՀ Ժուռնալիստիկայի ֆակուլտետի
Մամուլի պատմության եւ տեսության ամբիոնի
դասախոս, բան.գիտ.դոկտոր, պրոֆեսոր

Գրիգոր Գույունջյան

ԵՊՀ Ժուռնալիստիկայի ֆակուլտետի Մամուլի պատմության եւ
տեսության ամբիոնի դասախոս

Ծրագրի նպատակը ուսանողներին հայ մամուլի անցած ավելի քան 200-ամյա պատմության գլխավոր
շրջափուլերին, հիմնական թերթերին ու ամսագրերին ծանոթացնելն է:

Դասընթացը պետք է օգնի ուսանողներին յուրացնելու հետեւյալ հիմնական խնդիրները.

1. Հայ մամուլի աշխարհագրությունը:
2. Հայ մամուլի պատմության տարբեր շրջանների յուրահատկությունները, ընդհանրությունները,
օրինաչափությունները:
3. Ամփոփ պատկերացում նշանավոր թերթերի, ամսագրերի, հանդեսների մասին
(հրապարակախոսություն, ժանրային նկարագիր):
4. Խմբագիր (ներ), հանրահայտ աշխատակիցներ, բանավեճի կուլտուրա,
կապը լսարանի հետ:
5. Անցած ճանապարհի դասերը:

Ն եր ա ծ ու թ յ ու ն

Դասընթացի նպատակը եւ խնդիրները, նյութը եւ աղբյուրները: Հայաստանը 18-րդ դ. վերջին քառորդից
20-րդ դարերում եւ հայ մամուլի պատմության պարբերացումը, ձեւավորման եւ կայացման շրջան՝
1794-1840-ական թթ., մամուլի եւ հասարակական կարծիքի սերտաճման փուլ՝ 1850-1880-ական թթ., քա-
ղաքական մամուլի կայացման եւ զարգացման շրջան՝ 1890-1918 թթ, առաջին հանրապետության (1918-
1920թթ.) եւ Կիլիկիայի (1919-1921թթ.) մամուլը, խորհրդահայ (1920-1990թթ.) եւ սփյուռքահայ մամուլ
(1922-2000թթ.), Հայաստանի մամուլի ազատականացման շրջան՝ 1990-2002թթ.:

Հայ պարբերական մամուլի պատմության անընդհատությունը եւ աշխարհագրությունը (համառոտ ակ-
նարկ հայկական գաղթօջախների առաջացման, հայկական մշակույթի, մասնավորաբար՝ մամուլի համար
ունեցած նշանակության մասին):

Հնդկաստան (Մադրաս, Բոմբեյ, Կալկաթա), **Իտալիա** (Վենետիկ, Հռոմ Միլան), **Ռուսաստան** (Աստրա-
խան, Մոսկվա, Սանկտ-Պետերբուրգ- Լենինգրադ, Նոր Նախիջեւան, Պյատիգորսկ, Եկատերինոդար-Կրաս-
նոդար), **Թուրքիա** (Կ.Պոլիս-Ստամբուլ, Ջնյուռնիա- Իզմիր, Պարտիզակ, Նիկոմիդիա- Իզմիթ, Եդոնկիա-
Թոքատ, Անթեպ-Այնթապ, Կեսարիա, Տրապիզոն, Ադանա), **Վրաստան** (Թիֆլիս-Թբիլիսի), **Ադրբեջան** (Բա-
քու), **Հայաստան** (Վան, Մուշ, Կարին-Էրզրում, Վաղարշապատ-Էջմիածին, Սեբաստիա, Շուշի, Երեւան,
Կարս, Մարզվան, Խարբերդ, Ալեքսանդրապոլ- Լենինական- Գյումրի, Գորիս), **Ֆրանսիա** (Փարիզ, Մարսել,
Մոնպելիե, Լիոն), **Անգլիա** (Մանչեստր, Լոնդոն), **Եգիպտոս** (Կահիրե, Ալեքսանդրիա), **Պաղեստին** (Երուսա-
ղեմ), **Սիրիա** (Հալեպ, Դամասկոս), **Բուլղարիա** (Վառնա, Ռուսչուկ-Ռուսե, Ֆիլիպե-Պլովդիվ, Սոֆիա), **Շվե-
դիա** (Ստոկհոլմ, Ուփսալա), **ԱՄՆ** (Նյու Յորք, Բոստոն, Ֆրեզնո, Չիկագո, Փրովիդենս, Ֆիլադելֆիա, Դետ-
րոյթ, Լոս Անջելես), **Իրաք** (Բաղդադ), **Հունաստան** (Աթենք, Սալոնիկ), **Շվեյցարիա** (Ժնև, Լոզան), **Իրան**
(Թեհրան, Թավրիզ, Նոր Ջուղա), **Ռումինիա** (Գալաց, Կոնստանցա, Բուխարեստ), **Գերմանիա** (Մարբուրգ,
Բեռլին, Լայպցիգ, Շտուտգարտ), **Լիբանան** (Զահլե, Բեյրութ, Անթիլիաս), **Թուրքմենիա** (Պոլտորացկ- Աշ-
գաբաթ), **Հունգարիա** (Բուդապեշտ), **Արգենտինա** (Բուենոս-Այրես, Կորդոբա), **Կիպրոս** (Նիկոսիա, Լառնա-
քա), **Ուզբեկստան** (Տաշքենդ), **Կանադա** (Ջորջթաուն, Տորոնտո, Մոնրեալ), **Բելգիա** (Բրյուսել, Անվերս-

Անտվերպեն), **Եթովպիա** (Ադիս Աբեբա), **Բրազիլիա** (Սան Պաուլո), **Ավստրալիա** (Սիդնեյ, Մելբուռն), **Ուրուգվայ** (Մոնթեվիդեո), **Վենեսուելա** (Կարակաս), **Հոլանդիա** (Ամստերդամ, Ռեյսդելթ, Ալմեր) եւ այլն¹:

Հայ տպագրության սկզբնավորումը՝ **Հակոբ Մեղապարտ**, 1512, «Ուրբաթագիրք», Վենետիկ: Նշանավոր տպագրիչներ՝ **Աբգար Թոխաթեցի**, **Ոսկան Երեւանցի** եւ ուրիշներ: Հայկական տպարանների հիմնում՝ **Կ.Պոլիս** (1565), **Հռոմ** (1584), **Լվով** (1615), **Միլան** (1621), **Փարիզ** (1633), **Նոր Զուլա** (1638), **Ամստերդամ** (1660), **Մարսել** (1673), **Ջնյուռնիա** (1759), **Մադրաս** (1772), **Տրիեստ** (1776), **Լոնդոն** (1780), **Ս.Պետերբուրգ** (1781), **Աստրախան** (1795), **Թիֆլիս** (1823), **Շուշի** (1828), **Երուսաղեմ** (1832) քաղաքներում, **Ս. Էջմիածնում** (1771), **Ս. Ղազարում** (1788):

Հայ պարբերական մամուլի պատմաբանները (**Գ. Զարպիանյան**, **Հարո** (Յարոյ, Նիկողայոս Տեր-Հարությունյան), **Գր. Գալեմբյարյան**, **Ա. Ղազիկյան**, **Ս. Երեմյան**, **Գ. Լեւոնյան**, **Ս. Պոտուրյան**, **Թեոդիկ**, **Ա. Ալպոյաճյան**, **Ն. Ակինյան**, **Լեո**, **Ռ. Կարապետյան** (Քոսյան), **Վ. Զարդարյան**, **Ա. Կարինյան**, **Յ. (Հ) Իրազեկ** (Հակոբ Տեր-Հակոբյան), **Հ. Պետրոսյան**, **Ա. Բաբայան**, **Ա. Կիրակոսյան**, **Խ. Բարսեղյան**, **Ս. Հակոբյան**, **Ս. Բաբոյան**, **Ա. Տեր-Խաչատուրյան**, **Մ. Մխիթարյան**, **Ժ. Դանիելյան** եւ ուրիշներ), նրանց հայեցողությունը:

Ձեւավորման եւ կայացման շրջան (1794-1840-ական թթ.)

Հայաստանի տնտեսական-քաղաքական կացությունը 18-րդ դարի երկրորդ կեսին: Ազգային եւ կրոնական հալածանքները Թուրքիայի գերիշխանության տակ գտնվող Հայաստանում: Ազատագրական շարժումները (ռուսական կողմնորոշման ձեւավորում) թուրք-պարսկական լծի դեմ՝ իբրեւ Հայաստանի փրկության ծրագրերի նախապայման: Հայ քաղաքական մտքի ծնունդն ու ձեւավորումը հնդկահայ գաղութում: Մադրասի, Կալկաթայի, Բոմբեյի հայ համայնքները 18-րդ դարի վերջին եւ 19-րդ դարի առաջին կեսին: Լուսավորական շարժման ծագումն ու զարգացումը: Մադրասի գրական-քաղաքական խմբակի (1770-ական թթ.) գործունեությունը: **Հովսեփ Էմին**, **Շահամիր Շահամիրյան**, **Մովսես Բաղրամյան**, **Հակոբ Շահամիրյան**: **«Նոր տետրակ, որ կոչի յորդորակ»**, **«Որոգայթ փառաց»**, **«Տետրակ, որ կոչի նշաւակ»** երկերի դերը հայ քաղաքական մտքի, ազգային ազատագրության գաղափարաբանության, Հայաստանի ապագա պետական կարգի ձեւավորման բնագավառներում:

Շ. Շահամիրյանի հիմնած Մադրասի առաջին (1772), **Հարություն քահանա Շնավոնյանի** երկրորդ (1789-90 թթ.) տպարանները, հրատարակած գրքերը:

Հայերեն առաջին պարբերաթերթը՝ **«Ազդարար»** (1794-96, Մադրաս) եւ նրա հիմնադիր **Հարություն քին Շնավոնյանը**, «Ազդարար»-ի բովանդակությունը, քաղաքական կողմնորոշումը (Հայաստանի ազատագրության գաղափարի եւ դրան հասնելու ուղիների արծարծումները «Ազդարար»-ի հրապարակախոսության մեջ եւ գեղարվեստական երկերում): Նրա տեղն ու նշանակությունը հայ մամուլի պատմության մեջ: Եվրոպական փորձի օգտագործումը:

Աշխարհիկ գրականության նմուշները, լրագրային ժանրերի սկզբնավորումը, մյուս ժանրերը, թղթակցական կազմը: Հանդեսի ավանդույթների նշանակությունը հետագա շրջանի մամուլի համար: «Ազդարար»-ը իբրեւ հնդկահայ գաղութում բուռն վերելք ապրող լուսավորական շարժման արգասիք:

Հնդկահայ մյուս պարբերաթերթերը (**«Օճանասփիւռ»**, **«Շտեմարան»**, **«Հայելի Կալկաթեան»**, **«Բանասեր»**, **«Եղբայրասեր»**, **«Արեւելեան հնդկաց լրագիր»**): Մեսրոբ Թադիսի «Ազգասեր», «Ազգասեր Արարատեան» (Կալկաթա) պարբերականները: Մ. Թադիսի հայեցողությունը: Սինգապուրի «Ուսումնասեր»-ը:

Հնդկահայ մամուլի նպաստը հայ քաղաքական մտքի հասունացմանը, մշակույթի, մասնավորապես լրատվության ու հրապարակախոսության զարգացմանը:

Հայաստանը 19-րդ դարի առաջին կեսին: Արեւելյան Հայաստանի միացումը Ռուսաստանին. քաղաքական, տնտեսական, մշակութային նշանակությունը:

Կրթական, մշակութային կյանքի վերելքը 19-րդ դարի առաջին կեսին. Մոսկվայի **Լազարյան ճեմարանի** (1815), **Թիֆլիսի Ներսիսյան դպրոցի** (1824), Վենետիկի **Ռաֆայելյան վարժարանի** (1836, 1870-ից՝ Մուրատ-Ռաֆայելյան), Երեւանի (1837), Շուշիի (1838) թեմական, Երեւանի իգական առաջին **Հռիփսիմյան** (1850) դպրոցների, Սեւրի (Փարիզ) **Սամուել Մուրատյան** (1846) վարժարանի բացումը: Հայկական տպարանների հիմնում՝ **Հովսեփ Հովհաննիսյանի** (Ս. Պետերբուրգ, 1812), **Պողոս Արապյանի** (Կ. Պոլիս, 1820), **Շուշիի** (1827), Մոսկվայի **Լազարյան ճեմարանի** (1829): Կ. Պոլսի «Արշարունեաց ընկերություն»-ը (1812) եւ նրա հրատարակությունները: **Ճանիկ Արամյանի** տպագրական գործունեությունը Փարիզում (1846-ից): Փարիզի «Արարատեան ընկերություն»-ը (1849), գործիչները (Նահապետ Ռուսինյան եւ ուրիշներ) եւ նպատակները:

Գրական- մշակութային ավանդների շարունակությունը գաղթօջախներում: Մամուլի ծնունդն ու կայացման ընթացքի առանձնահատկությունները: Վենետիկի Մխիթարյանները՝ Հարություն քին Շնավոնյանի գործի շարունակողներ Եվրոպայում: «Տարեգրություն»-ը (Վենետիկ, 1799-1802) եւ նրա խմբագիր **Ղուկաս**

1 . Մանրամասն տես՝ «Հայ պարբերական մամուլը» (մատենագիտական համահավաք ցուցակ), 1794-1980, կազմեց Մ.Ա. Բաբոյան, Երեւան, 1986, էջ 324-366:

Հասարակական կարծիքի սերտաճման շրջան (1850-1880-ական թ.թ.)

Հիշյալ տասնամյակներում գաղափարական - քաղաքական պայքարի սրումն իբրեւ սոցիալական հասարակարկությունների խորացման արտահայտություն: Տնտեսական շահագործման եւ կրոնական հալածանքների սաստկացումը Արեւմտյան Հայաստանում: Ազատագրական պայքարի դրսեւորումները: Ձեյթունի ապստամբությունը: Հայկական հարցի ծնունդն ու միջազգայնացումը: Սրանց անդրադարձը մամուլում:

Լիբերալ եւ պահպանողական հոսանքների կայացումը, հեղափոխական դեմոկրատիայի ձեւավորումը: Նրանց մոտեցումները սոցիալ - քաղաքական խնդիրներին եւ իրադարձություններին:

Մամուլը իբրեւ հասարակական - քաղաքական ուղղությունների դրսեւորման միջավայր:

Ֆրանսահայ գաղթաբնակ իբրեւ հայ լուսավորական շարժման կենտրոն: Ստ. Ոսկանի հանդեսները (**«Արեւելք»**, 1855-1856, Փարիզ, **«Արեւմուտք»**, 1859, 1864-1865, Փարիզ): Ազգային - ազատագրական պայքարի, հոգեւորականության քննադատության, գրականության եւ մշակութային խնդիրների արժարժույթը լուսավորականության դիրքերից, համերաշխությունը **«Հիւսիսափայլ»** - ին:

Հ. Սըվաճյանի **«Մեղու»** (1856 - 1865, 1870 - 1874, Կ. Պոլիս) կիսամյա հանդեսը իբրեւ հեղափոխական - դեմոկրատիայի օրգան: Հ. Սըվաճյանն ու Մ. Նալբանդյանը համախոհներ:

«Հիւսիսափայլ»-ը (1858-1864, Մոսկվա) իբրեւ արեւելահայ իրականության մեջ լուսավորական շարժման առաջնեկ եւ շահակիր: Լուսավորությունը ժողովրդին համախմբելու, նրա զարգացումը առաջադիմության ուղիով ապահովելու միջոց:

«Հիւսիսափայլ»-ի պայքարը ֆեոդալական տնտեսաձեւի մնացուկների, ճորտատիրական իրավունքի, եկեղեցական կրթության ու դաստիարակության դեմ, կապիտալիստական հարաբերությունների զարգացման, եվրոպական եւ ռուսական քաղաքակրթության ավանդների արմատավորման համար:

«Հիւսիսափայլ»-ի հրապարակախոսությունը եւ հրապարակագիրները:

«Հիւսիսափայլ»-ի գրական քաղաքականությունը, նրա դերը միասնական գրական լեզվի մշակման եւ կայացման գործում. նախափայլաբանական մամուլի ավանդը աշխարհաբարը - գրական լեզու դարձնելու գործում (**«Տարեգրութիւն»**, **«Եղանակ Բիւզանդեան»**, **«Դիտակ Բիւզանդեան»**, **«Շտեմարան»**, **«Նոյեան աղանձի»**, **«Արարատ»**, 1850-51թթ., Թիֆլիս):

Ստ. Նազարյանը խմբագիր-հրապարակախոս: Մ. Նալբանդյանի հրապարակախոսական գործունեությունը **«Հիւսիսափայլ»-ի** էջերում:

Գ. Զիլինկիրյանի **«Ծաղիկ»** (1861- 1865, Զմյուռնիա, 1865-1867, Կ. Պոլիս, 1867, Զմյուռնիա) տասնօրյա (կիսամյա) հանդեսը դեմոկրատական մամուլի շարքում:

Պահպանողական գործիչների (Կ. Պոլսի **«Մասիս»-ի** շուրջ համախմբված) եւ մամուլի (**«Մեղու Հայաստանի»**, 1858-1886, Թիֆլիս, **«Ճառքաղ»**, 1858-1862, Մոսկվա, **«Կռունկ Հայոց աշխարհին»**, 1860-1863, Թիֆլիս) հարձակումները Ստ. Ոսկանի եւ Ստ. Նազարյանի դեմ: **«Կռունկ»-ի** տարբերությունները գաղափարակիցներից: Բանավեճ ազգի կացության, զարգացման ուղիների, եկեղեցու դերի, նոր գրականության ու գրական լեզվի, լուսավորության խնդիրների շուրջ:

Սահմանադրական շարժումը Արեւմտյան Հայաստանում 1850-ական թթ. եւ հասարակական հոսանքների խմբավորումը: Ազգային Սահմանադրության (1860, 1863) ի նպաստ արտահայտվող պարբերականներ (Կ. Պոլսի՝ **Մեղու**, Զմյուռնիայի՝ **«Միութիւն»**, Զմյուռնիա-Կ. Պոլսի՝ **«Ծաղիկ»**, **«Զմյուռնիայի»** **«Յաւերժահարս»**, **«Դիմակ»**, **«Միութիւն սահմանադրական»**, **«Գարուն Հայաստանի»**): Վարչական բարեփոխումների, կրթության եւ լուսավորության, արեւմտյան արժեքների համադրմամբ ազգային մշակույթի վերածնության խնդիրները մամուլում: Օտարադավան քարոզչության մերժումը եւ ազգային միասնության խնդիրները:

«Մասիս» (1852-1908, Կ. Պոլիս) թերթի հիմնադրումը, ուղղությունը, կրած փոփոխությունները: Թերթի դեմոկրատական ուղղվածությունը:

Ա. Արփիարյանի եւ Գ. Զոհրապի խմբագրության տարիներին (1884-1893) սուլթանական կառավարության հայահալած քաղաքականության քննադատությունը, տնտեսական խնդիրների արժարժույթը: Գրական քաղաքականությունը (ռեալիստական ուղղության պաշտպանություն, արտասահմանյան հեղինակների թարգմանություններ) :

1850-60 -ական թթ. մամուլի համայնապատկերը , լրատվության բնույթը:

Մամուլի նկատելի վերելքը 1870-ական թթ., քանակական աճն ու բովանդակային հարստությունը, մասնագիտական (քաղաքական, տնտեսական, երաժշտական, մանկավարժական, բանասիրական, գրական, մանկական, իրավաբանական եւ այլն) պարբերականների հիմնումը հայ հասարակական- գիտական մտքի հասունացման արտահայտություն: Լրատվական դաշտի ընդլայնում՝ միջազգային եւ ներքին կյանքի նոր ոլորտների ընդգրկմամբ, լրագրային ժանրերի կայունացում եւ բազմազանություն: Գեղարվեստական զարգացման, ընդհանրապես հասարակական-գիտական մտքի վրա մամուլի դերի ակնհայտ մեծացում: Հրապարակախոսության վերելքը:

Հասարակական հոսանքների որոշակիացում իրենց պարբերականներով. կրոնական «Արարատ» (1868-1919, Վաղարշապատ), «Փարոս» (1872-1876, Մոսկվա), ազգային- պահպանողական «Մեղու Հայաստանի» (1858-1886, Թիֆլիս), «Նոր դար» (1884-1916, Թիֆլիս), Լիբերալ-բուրժուական, «Մշակ» (1872-1921, Թիֆլիս), լիբերալ-պահպանողական, «Փորձ» (1876-1881, Թիֆլիս), «Արծազանք» (1882-1898, Թիֆլիս), նարոդնիկական, հյուրընկալվում է թե՛ լիբերալիզմի, թե՛ պահպանողականների պարբերականներում, արեւմտահայ իրականության մեջ դեմոկրատիան հյուրընկալվում է Հ. Պարոնյանի թերթերում («Եփրատ» 1869-1872), «Մեղու» (1872-1874), «Թատրոն» (1874-1877), «Լոյս» (1874-1885), բոլորը՝ Կ. Պոլիս, «Խիկար» (1884-1888, Կ. Պոլիս- Ադրիանուպոլիս):

«Մշակ»-ը (1872-1921, Թիֆլիս) նոր լրատվության մուկետիկ, սերտ աղերսներ եվրոպական եւ ռուսական լրագրության ավանդներին, հնի դեմ ուղղված եւ հնի վերափոխման, նորի հաստատման կիրքն ու պաթոսը Գր. Արծրունու գործունեության առաջին շրջանում (մինչեւ 1883թ): Ժանրային հարստությունը. միջազգային իրադարձությունների եւ գաղափարական կյանքի տեղեկատվության լայնությունը սեփական թղթակիցների շնորհիվ: Սկզբնական շրջանի համադեմոկրատական հայեցողությունը, Արծրունու աստիճանական նահանջը ազատամիտ- բուրժուական գաղափարախոսությունից դեպի լիբերալ-բուրժուական ըմբռնումներ: Գր. Արծրունին խմբագիր- հրապարակախոս, նրա հայացքները լրագրության վերաբերյալ:

Մյուս հոսանքների, մասնավորաբար ազգային- պահպանողականության նոր շնչառությունը՝ «Մշակ»-ին համաքայլ ընթանալու նախանձախնդրությամբ. մշակականություն եւ մեղվականություն: Սկզբունքային բոլոր խնդիրներում «Մշակ»-ի եւ «Մեղու Հայաստանի»-ի հակադիր դիրքորոշումները (կապիտալիզմի զարգացում, նոր հարաբերությունների թափանցում գյուղ, սոցիալական խնդիրներ, ազգային- ազատագրական պայքար, եկեղեցու եւ եկեղացականության դեր եւ այլն): «Արծազանք»-ը (1882-1898, Թիֆլիս) եւ «Նոր Դար»-ը (1884-1916, Թիֆլիս) «Մշակ»-ի լիբերալիզմի եւ «Մեղու Հայաստանի»-ի պահպանողականության ժառանգորդներ նոր պայմաններում, մասամբ նորացված:

«Մուրճ»-ի հիմնադրումը (1889):

Արեւմտյան հատվածում եւս շարունակվող հների («Մեղու», «Արշալոյս Արարատեան», «Մասիս», «Մամուլ») կողքին տասնյակ նոր պարբերականների հայտնվելը՝ մամուլի դերի աճի վկայագիր («Հայրենիք», 1870-1896, 1909-1910, Կ. Պոլիս, «Արեւելեան մամուլ» 1871-1909, 1919-1922, Չմյուռնիա, «Արեւելք» 1884-1896, 1898-1912, Կ. Պոլիս, «Բուրաստան մանկանց», 1882-1889, Կ. Պոլիս, «Ծաղիկ», 1886-1911, Կ. Պոլիս):

«Արեւելեան մամուլ»-ի հրապարակախոսության արմատական ոգին կյանքի վերափոխման ծրագրերում, լրատվության հարստությունն ու բազմաժանրությունը, հարցադրումների լայնությունը: Սկզբնական շրջանի Մ. Մամուրյանը՝ Մ. Նալբանդյանի համակիր, առանձին հարցերում՝ համախոհ, 70-ականների կեսերից նրա նահանջը դեմոկրատիզմից լիբերալիզմի դիրքերը: Մ. Մամուրյանի գրական քաղաքականությունը:

Գրատպությունը եւ պարբերականների հրատարակությունը պետական վերահսկողության տակ առնելուն նպատակադրված քայլեր թուրքիայում («Գրատպության վերաբերյալ օրենք», 1857, «Մամուլի մասին օրենք», 1864): Գրաքննության ճնշումների սաստկացումը 1880-ական թվականներին, եռակի գրաքննության հաստատում 1888-ին (իրագործողներ՝ Կրթության նախարարություն, Բ. Դուռ, Յըլդըզ քյոշք) եւ առաջատար պարբերականների («Մասիս», «Հայրենիք», «Արեւելք») խափանումները:

Գրաքննության հալածանքների, մամուլի խափանումների հետեւանքով արտասահման անցած գործիչներ, խմբագիրներ (Մ. Փորթուգալյան, Ա. Նազարբեկյան, Բ. Միքայելյան, Ա. Աթաբեկյան, Մ. Սրվազյան, Մ. Ս. Գաբրիելյան, Ա. Արփիարյան, Հ. Էկինյան, Ս. Սապահ-Գյուլյան, Երվ. Օտյան, Ս. Պարթևյան, Թ. Չար-Հաֆճյան, Գ. Չիթճյան, Երուխան, Ա. Չոպանյան, Վ. Թեքեյան, Փ. Այվադյան, Սարգիս Մինասյան-Արամ Ա-շոտ, Արշակ Վռամյան- Օննիկ Դերձակյան, Ս. Բյուրատ, Երվ. Պալյան):

Հայրենի հողում մամուլի ձեւավորման դանդաղ ընթացի պատճառները («Արծուի Վասպուրական», ամսաթերթ, Կ. Պոլիս, Վարագ-Վան, Կ. Պոլիս, 1855-1874, ընդհատումներով, հիմնադիր-խմբագիր Մկրտիչ վ. Խրիմյան, Ս. Անանյան, «Արծուիկ Տարօնոյ», երկշաբաթաթերթ, Մուշ, 1863-1865, խմբ. Գարեգին Սրվանձտյան, «Արարատ», 1868-1919, Վաղարշապատ, Հայրապետական աթոռի պաշտոնական ամսագիր, «Հայկական աշխարհ», ամսագիր, 1864-1879 (1864-1865-ին՝ «Հայկական աշխարհիկ կռունկ» Թիֆլիս, Շուշի, Գանձակ, Թիֆլիս, Բաքու, Երեւան, խմբ. Խորեն Ստեփանե, «Պսակ», շաբաթաթերթ, 1880-1884, Երեւան, «Գործ», ամսագիր, 1882-1884, Շուշի-Թիֆլիս, խմբ. Սիմեոն Հախումյան):

Գաղթօջախների մամուլը իբրեւ հայապահպանության, հայրենասիրության, գրական- մշակութային կյանքի խթանման միջոց (Ֆրանսիա, Եգիպտոս, Անգլիա եւ այլուր): Վիեննայի Մխիթարյանների «Հանդես ամսօրեայ» (1887) հրատարակությունը եւ նրա հիմնադիր-խմբագիր Արսեն Այտընյանը: Մինչեւ օրս հրատարակվող պարբերականի հայագիտական-մշակութային վաստակը:

Հայատառ թուրքերեն մամուլ: Հայ կաթողիկե համայնքը եւ թուրքախոս հայ հատվածները Օսմանյան կայսրության մեջ («Մեծնուայը հավատիս», ամսաթերթ, 1852-1883, Կ. Պոլիս, «Վարագայի հավատիս» օ-

րաթերթ, 1863-1870, Կ. Պոլիս, «Էնվարը շարգիյե», շաբաթաթերթ, 1866-1877, Կարին, «Մանգունեի էֆ-քյար» օրագիր, 1866-1896, Կ. Պոլիս, «Աւետարեր» շաբաթաթերթ 1872-1911, Կ. Պոլիս, «Մենտոր» երկշաբաթյա հանդես, 1884-1886, Այնթապ, «Մաժակ», թերթ, 1898, Կահիրե):

Քաղաքական կուսակցությունները եւ կուսակցական առաջին պարբերականների հիմնման հանգամանքները: Արմենականները ազգային-հեղափոխական ուղղության առաջնեկներ («Արմենիա», 1885-1923, Մարսել, խմբ. Մկրտիչ Փորթուզյան): Հնչակյան կուսակցության հիմնադիրներն ու պարբերականը (Ավետիս Նազարբեկյան, Գեորգ Ղարաջյան եւ ուրիշներ, «Հնչակ», 1887-1891, ժնեւ, այնուհետեւ՝ Աթենք, Փարիզ, Լոնդոն, Փրովիդենս): ՀՅԴ-ի ծնունդը (1890), «Դրօշակ»-ի (1891-1914, ժնեւ, 1925-1934, Փարիզ), խմբագիրները՝ հիմնադիր Քր. Միքայելյան, Ռ. Ջորյան, Ս. Ջավադյան, Ս.Վրացյան):

Գաղթօջախների մամուլի նշանավոր օրգաններ. («Մասեաց աղանի», ամսագիր, 1855-1858, Փարիզ, 1860-1865, Թեոդոսիա, խմբ. Գ. Ավագովսկի, «Փարիզ», շաբաթ. կիսամսյա, 1960-1863, խմբ. Ա. Մուրատյան, «Երկրագունդ», կիսամսյա, 1863-1864, Մանչեստր, խմբ. Կ. վրդ. Շահնազարյան, «Սիոն», ամսագիր, 1866-1877, 1927-ից մինչեւ օրս, Երուսաղեմ):

1890-90- ական թթ. լույս տեսած քաղաքական ուղղվածության այլ պարբերականներ՝ «Հայաստան», «Մարտ», «Ապտակ», «Նոր կեանք» (Լոնդոն), «Իրաւունք», «Շարժում» (Վառնա), «Ապտակ», «Միութիւն» (Աթենք), «Հայք», «Տիգրիս», «Ջայն հայրենեաց» (Նյու Յորք), «Հայրենիք» (Բոստոն, նախապես Նյու Յորք, 1899), «Փարոս» (Կահիրե): Եգիպտահայ «Արմաւենի» (1865, Կահիրե), ամերիկահայ «Արեգակ» (1888, Ջերզի Սիթի -Ուեստ Յորքըրն), իրանահայ «Շաւիղ», (1894, Թեհրան) մամուլի առաջնեկները:

Քաղաքական մամուլի կայացման եւ զարգացման շրջան (1890-1918)

Սոցիալ-տնտեսական զարգացումները, ազատագրական իդեալների փլուզումը հասարակական հոսանքների ծրագրերում կատարվող վերանայումների հիմք՝ 1880-ականների կեսերին: «Մուրճ»-ը (1889-1907, Թիֆլիս) իբրեւ Անդրկովկասում արդյունաբերական կապիտալիզմի զարգացման գաղափարախոս: «Նոր դար»-ը (1884-1916, Թիֆլիս) նոր պայմաններին հարմարվելու ազգային - պահպանողականության ձգտումների արտահայտություն: Հակասությունների սրումը ոչ միայն լիբերալների ու պահպանողականների, այլեւ նույն գաղափարախոսությունը դավանող «Մշակ»-ի եւ «Մուրճ»-ի միջեւ:

«Մուրճ»-ի ձգտումը գիտականորեն հիմնավորել հասարակական-տնտեսական զարգացումները: Արդյունաբերական կապիտալիզմի հատկանիշների (հավելյալ արժեք, փողային ռենտա) մեկնաբանությունները ամսագրի էջերում: «Մուրճ»-ի «օբյեկտիվիստական» դիրքորոշումը իրականության համակողմանի, հակադիր եւ իրարամերժ իրողություններին տեղ տալու կարեւոր պայման: Ա. Արասխանյանի հետաքրքրությունները սոցիալիզմի հանդեպ: Ամսագրի հրապարակախոսներն ու հրապարակախոսությունը:

«Մուրճ»-ի դերը 1890-ական թթ գեղարվեստական զարգացման համապատկերում, ամսագրի գրական քաղաքականությունը: «Մուրճ»-ի կառուցվածքը, լրատվության նորությունները, ժանրային բազմազանությունը: Ա. Արասխանյանը խմբագիր եւ հրապարակախոս: «Մուրճ»-ի ավանդները եւ հետագա լրագրությունը:

Նոր կուսակցությունների ստեղծումը: Հայ անարխիստների «Համայնք» (1894, ժնեւ) երկամսյա հանդեսը: Ստ. Շահումյանի սոցիալ-դեմոկրատական խմբակը (1899, Ջալալօղլի-Ստեփանավան) նմանատիպ կուսակցության նախատիպ: Հայ բոլշեիկների առաջին թերթը («Պրոլետարիատ», 1902, Թիֆլիս):

Կուսակցությունների ընդհանրություններն ու տարբերությունները հայ ժողովրդի տնտեսական, ազգային, քաղաքական խնդիրների լուծման ծրագրերում: Սոցիալիստական գաղափարախոսության ձեւավորումն ու կայացումը հայ իրականության մեջ:

Ցարիզմի եւ սուլթանական թուրքիայի հակահայկական քաղաքականության քննությունը մամուլում:

Գրական-գիտական մամուլի («Հանդես գրականական եւ պատմական» պարբերագիրք, 1888-1890, 1894-1896, Մոսկվա, «Արաքս» 1887-1898, Պետերբուրգ, «Թատրոն», 1893-1895, 1899-1901, 1903, 1905, Թիֆլիս, «Ազգագրական հանդես», 1896, Շուշի, 1897-1916, Թիֆլիս, «Լուսնայ», 1896-1912, Թիֆլիս) դերը հայ ընթերցողին համաշխարհային գրականության, գրականագիտության եւ գիտության ձեռքբերումներին հաղորդակից դարձնելու գործում:

20-րդ դարի առաջին տասնամյակների բախտորոշ նշանակության իրադարձությունների (հեղափոխական շարժումներ, համաշխարհային պատերազմ, իշխանափոխություններ Ռուսաստանում, Թուրքիայում, Անդրկովկասում) անդրադարձը մամուլում:

Կուսակցությունների միջեւ քաղաքական-գաղափարական պայքարի սրումն իբրեւ մամուլի հասարակական ազդեցության բարձրացման, քանակական եւ որակական տեղաշարժերի պայման: Ժամանակի հրատապ խնդիրները եւ ցարական մանիֆեստը մամուլի տարատեսակների ձեւավորման նախապայման: Քաղաքական մամուլի կայացումն ու ծավալումը կովկասահայ իրականության մեջ եւ Ռուսաստանում:

ՀՀ-ական՝ «Գրոհ», 1906-1907, «Արեւ», 1914-1919 (Բաքու), «Ժամանակ», 1906-1907, «Հորիզոն», 1909-1918, «Աշխատաւոր», 1917-1921 (Թիֆլիս), «Ապառաժ», 1917-1919 (Շուշի), «Զանգ», 1917-1919, «Հայաստանի աշխատաւոր», 1917-1919 (Երեւան), «Ժայռ», 1917-1918 (Ալեքսանդրապոլ):

Վերակազմյալ հնչակյան կուսակցություն՝ «Հայկաշէն», 1917-1918 (Թիֆլիս):

Հայ ժողովրդական կուսակցություն՝ «Ժողովրդի ձայն», 1918-1920 (Թիֆլիս), «Ժողովուրդ», 1918-1920 (Երեւան), «Նոր կեանք», 1919 (Ալեքսանդրապոլ):

Կոմունիստական՝ «Խօսք», 1913-1919, ընդհատումներով (1918-ից Հայաստանի կոմունիստական կուսակցության պաշտոնաթերթ, Երեւան), «Կարմիր դրոշակ» 1918, (Թիֆլիս), «Կարմիր դրոշակ», 1919 (Մոսկվա), «Կարմիր աստղ», 1920-1923 (Թիֆլիս), «Կոմունիստ» 1920-ից, Բաքու:

Հայ գաղթօջախներում եւ թուրքիայում 1890-1920 թթ. հրապարակված քաղաքական կուսակցական հայ պարբերականներ.

Հնչակյան (1909-ից ս.դ. հնչակյան)՝ «Գաղափար», 1894 (Աթենք, Լոնդոն), «Երիտասարդ Հայաստան», 1903-ից (Բոստոն, Նյու Յորք, Փրովիդենս, Չիկագո եւ այլն), «Ապագայ», 1905-1907 (Ռուսչուկ, Փարիզ), «Պալալայիկ», 1913-1914 (Կ.Պոլիս), «Պալքանեան մամուլ», 1915-1943 (Ռուսչուկ, Սոֆիա), «Ինքնավար Հայաստան», 1916 (Բուխարեստ), «Արդարութեան ձայն», 1919-1920, Բոստոն, «Արծազանգ Փարիզի», 1916-1925, 1955-1956 (Փարիզ), «Երկիր», 1919-1922 (Կ.Պոլիս), «Եփրատ», 1919, «Սուրիական սուրհանդակ», 1920 (Հալեպ), «Կռան», 1919-1920 (Չիկագո):

ՀՀ-ական՝ «Հայրենիք», 1899-ից (Նյու Յորք, Բոստոն), «Ռազմիկ», 1905-1907 (Ֆիլիպպե), «Ասպարէզ», 1908-ից (Ֆրեզնո, Լոս Անջելես), «Ազդակ», 1908-1909, «Ազատամարտ», «Առաջամարտ», «Բազին», «Բիւքանիա», «Մեղու», «Շանթ», «Ճակատամարտ», «Արդարամարտ», «Արիամարտ», 1909-1914, 1918-1921, (Կ. Պոլիս), «Յառաջ», 1909-1914 (Կարին-Էրզրում), «Ուսանող», 1909-1914 (Փարիզ, Ժնև, Կ.Պոլիս), «Աշխատանք», 1910-1919 (Վան, Երեւան), «Պոնտոս», 1910-1913 (Տրապիզոն), «Երկունք», 1912-1914 (Կ.Պոլիս), «Յուսաբեր», 1913-ից (1923-ից ՀՀ պաշտոնաթերթ, Կահիրե) «Հայաստան», 1915-1925, ընդհատումներով (Սոֆիա, Ֆիլիպպե), «Գոյամարտ», 1920 (Զմյուռնիա):

Վերակազմյալ հնչակյան «Զայն հայրենեաց», 1899-1911 (Նյու Յորք, Ուստր, Բոստոն, Կ.Պոլիս), «Արօր», 1919-1921 (վերջում՝ ազատական, Ֆրեզնո):

Հայ սահմանադրական ռամկավար կուսակցություն (Ազգային ռամկավարական, Հայ ռամկավարական) «Ազգ», 1907-1921 (Բոստոն), «Վերածնունդ», 1912-1913 (Կ.Պոլիս), «Նոր կեանք», 1915-1920 (Ֆրեզնո), «Ժողովուրդի ձայնը» («Ժողովուրդի արծազանգը») 1918-1922 (Կ.Պոլիս), «Նոր կեանք-Սիսուան», 1920-1921 (Ֆրեզնո):

Ազգային ազատական կուսակցություն՝ «Առաւօտ», 1909-1924 (1918-ից՝ կուսակցության պաշտոնաթերթ, Կ.Պոլիս), «Պահակ», 1911-1921 (նախապես՝ վերակազմյալ հնչակյան, Փրովիդենս, Բոստոն), «Արազած», 1919-1920 (Կ.Պոլիս):

Ռամկավար-ազատական կուսակցություն (ՌԱԿ)՝ «Արեւ», 1915-ից, 1922-ից՝ ՌԱԿ-ի պաշտոնաթերթ (Ալեքսանդրիա, Կահիրե), «Ապագայ», 1920-1949, ընդհատումով (Փարիզ), «Ժողովուրդի ձայնը»- «Ժամանակ», 1920-1924 (Կ.Պոլիս), «Կիլիկեան սուրհանդակ», 1920-1921 (նախապես՝ վերակազմյալ հնչակյան, Ադանա), «Ազգ»- «Պահակ», 1921, «Պայքար» 1922-ից (Բոստոն), «Նոր կեանք»- «Արօր», 1921, «Նոր օր»՝ 1922-ից (Ֆրեզնո, Լոս Անջելես):

Ս.դ. Հնչակյան կուսակցության բողոքող հոսանք՝ «Վերածնունդ», 1918-1920, (Բոստոն, պաշտոնաթերթ՝ 1920-ին):

Հայ բանվորական կուսակցություն (ապա՝ Միացյալ Նահանգաց կոմունիստ կուսակցություն), «Բանւոր», 1922-1938, ընդհատումով (Նյու-Յորք):

Ամերիկայի բանվորական կուսակցության հայկական հատված՝ «Գործաւոր», 1924, «Պրոլետար», 1924-1926 (Նյու-Յորք):

Գրականության եւ քննադատության զարգացմանը նպաստող հասարակական-քաղաքական մամուլին զուգահեռ գրական-գեղարվեստական, բանասիրական-գիտական հանդեսների առատությունը («Անահիտ», 1898-1949, ընդհատումներով, Փարիզ, խմբ. Ա.Չոպանյան, «Տարազ», 1890-1919, Թիֆլիս, խմբ. Տիգրան Նազարյան, «Շիրակ», 1905-1907, 1909, Ալեքսանդրիա, Կահիրե, Կ. Պոլիս, խմբ. Միք. Կյուրճյան, Վահան Թեքեյան, Արփիար Արփիարյան, «Շանթ», 1910, Բոստոն, խմբ. Շ. Նաթալի, «Գեղունի», 1901-1906, 1909, Վենետիկ, խմբ. Ս. Երեմյան, Մ. Պոտուրյան, «Բանբեր գրականութեան եւ արուեստի » 1903-1904, Պետերբուրգ, խմբ. Ն. Ադոնց, «Յուշարար», 1907-1909, 1912-1913, խմբ. Արամ Վրույր, Գ. Իփեկյան, Թիֆլիս, «Գեղարուեստ», 1908-1921, ընդհատումներով, Թիֆլիս, խմբ. Գ. Լեւոնյան, «Հրազդան», 1908-1909, Երեւան, «Ժայռ», 1907-1911, Ալեքսանդրապոլ, «Զանգ», 1908-1909, Բաքու, «Գիտութիւն» 1904-1905, 1908-1909, Լոզան, Փարիզ, «Արօր», 1910-1913, Թիֆլիս, «Գարուն», 1910-1912, Մոսկվա, «Ղարաբաղ» 1911-1912, Շուշի, «Ոստան», 1911-1912, Կ. Պոլիս, «Երաժշտութիւն», 1914, Էջմիածին, «Մեհեան», 1914, Կ. Պոլիս, խմբ. Կ. Ջարյան, Գ. Բարսեղյան, Հ. Քյուֆեճյան (Հ. Օշական), «Նաւասարդ», 1914, Կ. Պոլիս,

խմբ. Դ. Վարուժան, Զ. Սիրունի (ճուղյան), «Գործ», 1917-18, Բաքու): Սկանակներին, դպրոցականներին խրախուսելու կոչված հրատարակություններ, մանկական մամուլ («Աղբիւր», 1883-1918, Թիֆլիս, խմբ. Տիգրան Նազարյան, «Ձիթենի», 1903-1904, Ռուսչուկ, Սոֆիա, «Ծաղիկ», 1907-1908, Կ. Պոլիս, «Հասկեր», 1905-1917, 1922, Թիֆլիս, խմբ. Կ. Լիսիցյան, Ստ. Լիսիցյան, «Պատանի», 1910-1915, Թիֆլիս, «Բողբոջ», 1911-1914, Մարզվան, «Դասընկեր», 1915-1916, Նոր Նախիջևան, «Նոր բողբոջ», 1917, Թիֆլիս, «Քայլեր», 1917, Գանձակ): Աշակերտական (ներառյալ մանկավարժականը եւս) հրատարակությունները («Պարտեզ», 1903-1904, Ալեքսանդրիա, «Նոր դպրոց», 1908-1913, Թիֆլիս, «Պատանեկան գրադարան», 1908, Բաքու):

Գրական ժողովածուները, զանազան պարբերականների գրական-գեղարվեստական հավելվածները, տարեգրքերը («Ամենուն տարեցոյց», 1907-1929, Կ. Պոլիս, Փարիզ, Վիեննա, Վենետիկ, Փարիզ, խմբ. Թեոդիկ, «Ամերիկահայ տարեցոյց», 1912-1913, Բոստոն, խմբ. Մուշեղ արք. Սերոբյան) տեղեկատվական ինքնատիպ միջոցներ:

«Խաթաբալա»-ն (1906-1926, ընդհատումներով, Թիֆլիս) եւ «Կավոնոշ»-ը (1908-1926, Կ. Պոլիս, 1927-1936, Փարիզ) դարասկզբի երգիծական մամուլի առաջատարներ, Երվ. Օտյանի խմբագրած՝ «Խարազան», (1909), «Կառափնատ» (1909-1910), «Ապուշներու տարեցոյցը» (1912), «Սեւ կատու» (1912-1913), «Իգնատ աղա» (1919-1920), «Շաւիղ» (1919-1920), «Շաւիղ - Իգնատ աղա» (1920-1922, բոլորը Կ. Պոլիս) երգիծաթերթերը: Այլ երգիծաթերթեր. «Ձուռնա», 1906-1909, Թիֆլիս, «Հայելի», 1906-1907, Թիֆլիս, «Սափրիչ», 1906-1907, Պետերբուրգ, «Խաբարդա», 1906, Թիֆլիս, «Սոճակ», 1906-1907, Թիֆլիս, Բաքու, «Միմոս», 1908-1909, 1919-1922, Չմյուռնիա, «Կիկո», 1909-1914 Կ. Պոլիս, «Ձուռնա», 1910, Բոստոն, «Մախլաս», 1913-1915, Թիֆլիս, «Խելօք Դաւիթ», 1918-1919, Կ. Պոլիս):

Կրոնական («Բարի լուր», 1906-1917, Բաքու, «Հովիւ», 1906-1910, Թիֆլիս, «Տաճար», 1909-1918, Կ. Պոլիս, «Կաթողիկէ արձագանգ», 1911-1915, Հռոմ, Կ. Պոլիս, «Հայ աւետարանական եկեղեցի», 1912-1921, Նյու-Յորք), առողջապահական («Առողջապահիկ թերթ», 1903-1905, Թիֆլիս, «Առողջապահ», 1910-1912, Թիֆլիս, «Բժիշկ», 1911-1914, Տրապիզոն, Կ. Պոլիս, «Առողջ կեանք», 1917, Բաքու), կանանց համար նախատեսված («Ծաղիկ կանանց յատուկ», ապա՝ «Լոյս կանանց յատուկ», 1905-1907, Կ. Պոլիս, «Հայ կին», 1919-1932, Կ. Պոլիս) եւ այլ հրատարակություններ:

Հայաստանի եւ հայ գաղթօջախների, Թուրքիայում տիրող դրության, համաշխարհային պատերազմի եւ ջարդերի, հայկական հարցի, բնաշխարհի հետ հոգեւոր կապի եւ այլ խնդիրների լուսաբանումները գաղութահայ կուսակցական նաեւ ոչ կուսակցական «Վերածնունդ», 1917-1921, «Փարիզահայ տարեցոյց», 1917-1918, (բոլորը՝ Փարիզ), «Խթան», 1915-1935 (Մարսել), «Միութիւն», 1912-ից (Կահիրե, Փարիզ, Նյու-Յորք), «Եգիպտահայ տարեցոյց», 1914-1926, ընդհատումներով, (Կահիրե, Ալեքսանդրիա), «Կոչնակ» («Կոչնակ Հայաստանի», «Հայաստանի կոչնակ»), 1900-1968 (Բոստոն, Նյու-Յորք), «Յուշարար», 1914-1962 (Բոստոն, Նյու-Յորք), «Տաւրոս», 1918-1919, «Փիւնիկ», 1918-1920 (Բոստոն), «Սիսուան», 1918-1920, «Չանասեր», 1915-1923, «Էջմիածին», 1918-1919 (բոլորը՝ Ֆրեզնո), «Բուժակ», 1917-1921, (Փրովիդենս, Բոստոն), «Այգ», 1914-1922, «Պայքար», 1918-1919 (Թավրիզ), «Ռումանահայ տարեցոյց», 1914-1916 (Բուխարեստ), «Չարթօնք», 1918-1927, (Կահիրե, Ալեքսանդրեթ) պարբերականների էջերում:

Հայաստանի Հանրապետության (1918-1920թթ.) եւ Կիլիկիայի (1919-1921թթ.) մամուլը

Անդրկովկասը 1917թ. Փետրվարյան եւ Հոկտեմբերյան հեղափոխություններից հետո: Հայոց Ազգային խորհրդի ստեղծումը (Թիֆլիս, սեպտեմբեր), Անդրկովկասում Կոմիսարիատի կազմավորումը (նոյեմբեր): Անդրկովկասյան Սեյմի կողմից Անդրկովկասն անկախ հռչակելը (ապրիլ 22): Հայաստանի անկախության հռչակումը (1918, մայիս 28): Ազգային պետականության ստեղծումը, ջանքեր երկրի տնտեսական, քաղաքական, հոգեւոր – մշակութային կյանքը կանոնավորելու ուղղությամբ:

Միջազգային, անդրկովկասյան եւ Հայաստանի քաղաքական իրադարձությունների արտացոլումը «Հորիզոն», 1909-1918, «Հայրենիք», 1915-1918, «Պայքար», 1915-1919, «Բանլորի կոիւր», 1917-1918, «Հայաստան», 1917-1918, «Ժողովրդի ձայն», 1918-1919, «Ժողովուրդ», 1918-1920, «Բանլոր», 1918 (Թիֆլիս), «Բանլոր», 1917-1918, «Գործ», 1917-1918, «Բանլորի խօսք», 1918, «Մեր օրեր», 1918, «Վերածնունդ», 1917-1918 (Բաքու), «Աշխատանք», 1915-1919, «Չանգ», 1917-1919, «Հայաստանի աշխատաւոր», 1917-1918, «Կայծ», 1918-1919, «Հայաստանի ձայն», 1919-1920, «Յառաջ», 1919-1920, «Սոցիալիստ յեղափոխական», 1919-1920 (Երեւան) պարբերաթերթերում:

Արեւելահայ եւ արեւմտահայ համագումարների եւ Միացյալ եւ Անկախ Հայաստանի հռչակման (արեւմտահայ ներկայացուցիչների խորհրդարան մտնելը, 1919, մայիս) լուսաբանությունը պարբերաթերթե-

րում եւ արձագանքները: Խորհրդարանական կյանքը «Յառաջ» եւ այլ թերթերում: 1920թ. մայիսյան քաղաքացիական պատերազմը, Զանգեզուրի իրադարձությունները, 1920թ. հայ - թուրքական պատերազմը հայաստանյան թերթերի էջերում: Հայաստանում գործող քաղաքական կուսակցությունների դիրքորոշումը այդ պատերազմի, երկրի ներկայի, հետագա զարգացումների վերաբերյալ եւ մամուլը: «Կառավարութեան լրաբեր» (1918-1920) եւ «ՀՀ օրէնքների հաւաքածու» (1919-1920) պարբերականները: «Հայաստանի կոոպերացիա» (1919-1920) երկշաբաթաբեր ընդհանուր խմբագիրները (Դավիթ Անանուն, Սիմոն Վրացյան):

Երեւանը 1918-1920թթ. հայ մամուլի խոշորագույն կենտրոնը: Հայ իրականության մեջ գործող բոլոր կուսակցությունների ներկայությունը Հայաստանում եւ նրանց պարբերականները. «Խօսք» շաբաթաբեր, 1913-1914, 1918-1919, Երեւան, 1918-ից՝ Հայաստանի կոմունիստական կուսակցության պաշտոնաբեր, խմբ. Արշավիր Մելիքյան, «Ալիք», շաբաթաբեր, 1920, ՌԿ (Բ) Կ պաշտոնաբեր, «Ազատ Հայաստան», օրաբեր, 1921, Երեւան, «Հայաստանի փրկության կոմիտե»-ի պաշտոնաբեր, խմբագիրներ՝ Արտաշես Զիլինկիրյան (Դարբինյան), Մերուժան Օզանյան, «Աշխատանք», եռօրյա, 1915(6)- 1919, Երեւան, ՀՀԴ Արեւմտյան բյուրոյի Հայաստանի կոմիտեի հրատարակություն, խմբագիրներ՝ Հմայակ Մանուկյան, Օննիկ Մխիթարյան, Մատթեոս Ավետիսյան (Վանի «Աշխատանք»-ի շարունակություն): «Հայաստանի աշխատաւոր», եռօրյա, 1917-1919, Երեւան, ՀՀԴ պաշտոնաբեր, խմբ. Վահան Խորենի, «Ժողովուրդ», օրաբեր, 1918-1920, Երեւան, Հայ ժողովրդական կուսակցության պաշտոնաբեր, խմբագիրներ՝ Եր. Հարությունյան, Հովհ. Ստեփանյան, Տիգրան Հախումյան, «Կայծ», եռօրյա, 1918-1919, Երեւան, ՌՍԴԲԿ (մենչելիկներ), խմբ. Թահեւոս Ավդալբեգյան, «Մարդկայնություն» եռօրյա, 1918-1919, Ալեքսանդրապոլ, անկախ սոցիալիստների պաշտոնաբեր, խմբ. Լեւոն Սարգսյան, «Հայաստանի ծայն» (1919-1920) եռօրյա, Երեւան, Հայ ռամկավար կուսակցության պաշտոնաբեր, խմբ. Արտակ Դարբինյան, «Սոցիալիստ յեղափոխական», եռօրյա, 1919-1920, Երեւան, սոցիալիստ հեղափոխականների պաշտոնաբեր, «Սպարտակ», 1919, Երեւան, Երիտասարդ սոցիալիստ ինտերնացիոնալիստների «Սպարտակ» միության պաշտոնաբեր, խմբ. Կոլեգիա՝ Վահան Խերանյան (Ծովյան), Աղասի Խանջյան, Դուկաս Դուկասյան:

Մամուլի հրատարակության այլ վայրեր (Ալեքսանդրապոլ, Կարս, Գորիս, Էջմիածին, Աշտարակ): Ալեքսանդրապոլի կուսակցական հրատարակությունները: Պարբերական մամուլի անկաշկանդ հրատարակությունը իբրեւ վկայություն Հայաստանի առաջին հանրապետության օրոք երկրում հաստատված դեմոկրատական վարչաձեւի (վարչապետական կառավարածեւ, բազմակուսակցական խորհրդարանի առկայություն):

Կիլիկյան Հայաստանի մամուլը (1919-1921թթ.) Ֆրանսիական դրոշակի տակ կռվող Արեւելյան կամ Հայկական լեզոնի մուտքը Կիլիկիա 1918-ի նոյեմբեր - դեկտեմբերին: Արաբական անապատներից վերադարձող հայերին Կիլիկիայում բնակեցնելու հայ ազգային մարմինների ծրագիրը: Ազգային խորհրդի կողմից Կիլիկիայի անկախ հանրապետության հռչակումը (1920, օգոստոս 4), Մ. Տամատյանի գլխավորությամբ կառավարության կազմումը եւ նրա ցրումը ֆրանսիական զինվորական ուժերի կողմից: Մարաշի, Հաճնի, Այնթապի ինքնապաշտպանական կռիվները 1920-1921թթ. եւ Կիլիկիայի հայաթափումը 1921-ի տարեվերջին:

Առաջին աշխարհամարտից առաջ պարբերական մամուլի կենտրոններ (Ադանա, Այնթապ, Մարաշ, Տարսոն, Դյորթ Յուլ): Ադանայում տպագրված ազգային կուսակցությունների պարբերաթերթերը. ս. դ. Հնչակյան «Ազատ Տաւրոս», օրաբեր, 1920 (նախապես «Արձագանգ Կիլիկիո», «Տաւրոս», 1919-1920), ՀՀԴ՝ «Կիլիկիա», օրաբեր, 1919-1921, ռամկավար «Հայ ծայն», օրաբեր, 1919-1922, վերակազմյալ հնչակյան, ապա ռամկավար - ազատական «Կիլիկեան սուրհանդակ» երկօրյան, 1920-1921: Անկախ թերթեր («Քաղաքացի», «Նոր աշխարհ»): Հայատառ թուրքերեն պարբերականներ՝ «Հայ ցաւ», 1919-1921, «Արգէոս» («Էրճիաս»), 1920-1921, «Ատանա», 1911: Կիլիկյան կուսակցական մամուլի խմբագիրները (Մինաս Վերածին, Լեւոն Մոզյան, Անդրանիկ Կյոնճյան, Վահան Ժամկոչյան, Սարգիս Տիրունի, Սեդրակ Շահեն, Սեդրակ Կեպենյան, Հայկ Արամյան, Լեւոն Աճեմյան) սփյուռքյան շրջանի հասարակական - կուսակցական երեւելի գործիչներ, խմբագիրներ, մանկավարժներ:

Խորհրդահայ մամուլի շրջան (1920-1990թթ.)

Խորհրդային կարգերի հաստատումը Հայաստանում: Իշխանությունների ձեւավորումն ու առաջին դեկրետները (հայերենը պետական լեզու, մշակութային-կրթական օջախներ ստեղծելու, եղածները տնտեսական հիմնարկությունների հետ միասին, ազգայնացնելու մասին):

Մամուլն իբրեւ նոր տնտեսական հարաբերությունների, քաղաքական պայքարի, հոգեւոր-մշակութային կյանքի ստեղծման հզոր զենք: Իրավական դաշտի փոխարինումը մամուլի մասին կուսակցական որոշումներով, Վ. Ի. Լենինի տեսական դրույթները, դրանց հետեւանքները: Պարբերական մամուլը իբրեւ կո-

մունիստական գաղափարախոսության քարոզչության միջոց: Մամուլի միակենտրոն ղեկավարման ձեւավորումը իբրեւ այլախոհությունը մերժելու, այլ կուսակցությունների եւ նրանց հրատարակությունների դադարեցման հիմք: Մամուլի նոր խորհրդային-կուսակցական համակարգի սկզբունքը (կուսակցականություն, դասակարգայնություն, ժողովրդայնություն) եւ ֆունկցիաները (մամուլը «կոլեկտիվ պրոպագանդիստ, ագիտատոր եւ կազմակերպիչ»):

Իշխող պետական-պաշտոնական գաղափարախոսության իրականացումը պարտադիր պայման պարբերական բոլոր հրատարակությունների համար: Մամուլի նկատմամբ կուսակցական հսկողությունը, դրա հետեւանքները: Խորհրդահայ առաջին պարբերականները: Հասարակական-քաղաքական, կուսակցական հրատարակություններ: Հայաստանի կոմունիստների գաղափարական առաջատար պարբերական «Կոմունիստ»-«Լենինյան ուղի»-«Կուսաշխատող»-«Պարտաշխատող»-«Պարտիական կյանք»-«Լենինյան ուղիով» անվանափոխումներով ամսագիրը (1922-1990, որոշ ընդհատումներով), խմբագիրներ՝ Դրաստամատ Տեր-Սիմոնյան, Լեւոն Արիսյան, Հայկ Գյուլիքելիսյան, Եղիա Չուբար, Հայկազ Կոստանյան, Հրաչյա Մարգարյան, Ադո Ադոյան եւ ուրիշներ: Առաջատար պարբերականների համար «խմբագրական կոլեգիա» կազմելու, նրա կազմում հեղինակավոր գործիչներ, մտավորականներ նշանակելու ավանդույթը:

Խորհրդային Հայաստանի գլխավոր պարբերաթերթ «Խորհրդային Հայաստան»-ը (պաշտոնաթերթ ՀԿԿ Կենտկոմի, ՀԽՍՀ Գերագույն Խորհրդի եւ Մինիստրների խորհրդի): «Խորհրդային Հայաստան»-ը՝ երկրորդ հանրապետության 70-ամյա (1920-1990թթ.) ուղու տարեգիր: Շրջանային առաջին թերթերը («Կարմիր Լոռի», «Կարմիր Շիրակ»): Շրջանային թերթերի պարտադիր հրատարակություն Հայաստանի բոլոր շրջաններում («Կոլտնտեսային կյանք»՝ Մարտունի, «Արտաշատ»՝ Արտաշատ եւ այլն): Գյուղատնտեսությանը, կոլտնտեսային կյանքին նվիրված պարբերականներ՝ «Մաճկալ», 1922-31, խմբագիրներ Եղիա Չուբար, Գառնիկ Ղազարյան, Էդվարդ Չոփուրյան եւ ուրիշներ, «Սոցիալիստական գյուղատնտեսություն», 1931-35, խմբագիրներ՝ Էդ. Չոփուրյան, Գ. Սիմոնյան, Վախթանգ Անանյան, «Կոլխոզնիկ», 1935, խմբագիր՝ Վ. Անանյան (թերթեր), «Գյուղատնտեսական կյանք», 1922-29, «Հայաստանի կոլտնտեսական», 1954-61, «Հայաստանի գյուղատնտեսություն», 1961-ից (ամսագրեր, բոլորը՝ Երեւան):

Գործարանային պարբերաթերթերը («Հարվածային տեքստիլչիկ», 1930-32, «Մանածագործ», 1932-41, 1947-59, Լենինական, «Հանուն կաուչուկի»-«Կաուչուկի համար», 1934-41, 1943-ից՝ «Կիրովեց», Երեւան) իբրեւ վկայություն Հայաստանի տնտեսական զարգացման:

Երիտասարդական եւ պատանեկան պարբերաթերթեր՝ «Պատկոմ», 1923-24, «Պիոներ»՝ 1925-ից (1946-50-ին կոչվել է «Հոկտեմբերիկ», «Պիոներ ղեկ», 1925-34 (շարունակվել է՝ «Կոլվար», «Զոկատավար» անուններով), «Պիոներ կանչ»՝ 1925-ից (ընդհատումներով 1942-45-ին), «Ծիծեռնակ»՝ 1967-ից (նախապես «Պիոներ»-ի հավելված, 1977-ից ինքնուրույն, 1975-ից նաեւ արեւմտահայերենով):

Գրական մամուլի բազմազանությունը՝ պայմանավորված 20-30-ական թվականների այլազան գրական հոսանքների, կազմակերպությունների առկայությամբ («Մուրճ», «Նորք», «Վերելք», «Գրական դիրքերում», «Նոր ուղի», «Նոյեմբեր», «Գրական թերթ»): «Հոկտեմբեր-նոյեմբեր» գրականության, արվեստի, գիտության եւ տնտեսության տարեգիրը (1932, պատասխանատու խմբագիր Եղիշե Չարենց, խմբագիրներ Ակսել Բակունց, Եղիա Չուբար): Հայաստանի խորհրդային գրողների միության ստեղծումով (1934) գրական այլախոհության վերացումը: «Գրական թերթ»-ը (հիմն. 1932թ.) եւ «Խորհրդային գրականություն» ամսագիրը (հիմն. 1934թ.) նորաստեղծ միության պաշտոնաթերթեր:

Հայաստանի պետական, կուսակցական գործիչները (Ա. Հովհաննիսյան, Ա. Մռավյան, Ա. Կարինյան, Պ. Մակինցյան, Դ. Տեր-Սիմոնյան) գրական մամուլի կազմակերպիչներ, խմբագիրներ: Երգիծական մամուլի («Շեշտ», «Զուռնա», «Կարմիր մոծակ») կարճատեսությունը եւ տկարությունը: Անհանդուրժողականություն երգիծանքի նկատմամբ: Լեռ Կամսարի երգիծաբանությունը եւ նրա աշխատակցությունը պարբերականներին (20-30-ական թթ):

Մամուլը եւ անհատի պաշտամունքը: Հայկական ռադիոյի ծնունդը, աղերսներ մամուլի հետ, առաջին հաղորդավարները եւ ռադիոժուռնալիստները:

Համատարած գրագիտությունը մամուլի տպաքանակի աննախադեպ աճի, մամուլի զանգվածային դառնալու պայման:

Սոցիալական արդարության, եղբայրության, սոցիալիզմի հռչակած այլ գաղափարների նկատմամբ հավատը, իրականության մեջ կատարված արմատական փոփոխությունները ստեղծագործական (ժուռնալիստական եւս) ոգեշնչման աղբյուր: Խոր հետաքրքրություն արդիականության, աշխատանքային մարդու նկատմամբ:

Հայ խորհրդային մամուլը Հայրենական մեծ պատերազմի (1941-1945) տարիներին եւ ետպատերազմյան տասնամյակում (1945-1955): Ռազմական ինֆորմացիայի հսկողության խստացմանը զուգընթաց քաղաքական բռնությունների ու հալածանքների թուլացումը, հետաքրքրություն ազգային պատմության հերոսական դրվագների, այլ արժեքների նկատմամբ: Ավ. Իսահակյանի, Ն. Զարյանի, Հր. Քոչարի հրապարակախոսությունը:

Ռազմաճակատային, զորամասային հայատառ թերթերի («Ռեպի թշնամու ջախջախումը», «Կարմիր բանակի ազիտատորի բլոկնոտ», «Հայրենիքի փառքի համար», «Կարմիր զինվոր», «Մարտական գրոհ») հրապարակումը: Խորհրդահայ գրողները (Հմայակ Սիրաս, Հարություն Մկրտչյան, Բաբկեն Շահումյան, Գուրգեն Հովհաննիսյան-Հովնան, Արշալույս Սարոյան) նորաստեղծ զինվորական թերթերի խմբագիրներ: Հայրենասիրությունը հրապարակախոսության գլխավոր թեմա:

Ընդհանուր թշնամու գոյությունը՝ Խորհրդային եւ միջազգային լրատվամիջոցների աղերսների սերտացման պայման:

Հայ Խորհրդային մամուլը ետպատերազմյան տասնամյակում (1945-1955):

Մամուլը 50-ականի կեսերից մինչեւ 80-ականի կեսերը:

ԽՄԿԿ XX համագումարը նոր սահմանագիծ Խորհրդային երկրի զարգացման մեջ, ժողովրդավարության առաջին նշանները (խրուշչովյան «ձնհալ»), ճեղքվածքներ «երկաթե վարագույրում», աղերսներ արտաքին աշխարհի հետ: Տեղաշարժեր մամուլի կառուցվածքում (նոր պարբերականներ միութենական, հանրապետական, տեղական-կոլտնտեսային թերթեր): ՀՀԳ-ի ձեւավորումը իբրեւ այլընտրանք ՏԱՍՍ-ին: Երգիծանքի, մասնավորապես ֆելիետոնի համեմատական ծաղկում:

Մամուլը Խրուշչովյան «ձնհալի» շրջանում (1954-1964թթ.): Անհատի պաշտամունքի քննադատությունը հասարակական մտքի ազատականացման գրավական:

Շրջանային (կուսակցական-պետական) թերթերի հրատարակության նոր ալիք 1954-1962-ին (Նոյեմբերյան, Իջեւան, Էջմիածին, Հոկտեմբերյան, Թալին, Արթիկ, Եղեգնաձոր եւ այլն): Շրջանային որոշ թերթերի խորագրերի մեջ կատարված փոփոխությունները («Շիրակ», «Սեւան», «Լոռի», «Արաքս», «Որոտան», «Արտաշատ», «Փարոս»): Գյուղական թերթերի («Նորաշեն», «Վերին Արտաշատ», «Սարուխանի կոլտնտեսական», «Կամո», «Ուզունլարի ճակնդեղագործ», «Ազատան») հրատարակման իրողությունն իբրեւ վկայություն կոմունիստական վարչաձեւի կողմից պարբերական մամուլին տրվող կարեւորության: Գործարանային նոր հրատարակություններ երկրորդ աշխարհամարտից հետո («Քաջարան», 1950-ից, «Էլեկտրամեքենաշինարար», 1956-ից, «Ձուլող», «Կիրովականի քիմիագործ», 1957-ից, «Մետաքսագործ», «Տեքստիլագործ», 1959-ից, «Իլիչի լամպեր», 1961-ից, «Մասիս», «Կերպասագործ», 1980-ից):

«Ոգնի» երգիծաթերթը (1954-ից) եւ նրա խմբագիրները (Հրաչյա Քոչար, Գրիգոր Տեր-Գրիգորյան, Արամայիս Սահակյան): «Հայաստանի ֆիզկուլտուրնիկ» (1956-ից) եւ «Շախմատային Հայաստան» (1972-ից) մարզական պարբերականները: Հայրենիք- Սփյուռք մշակութային հարաբերություններին նվիրված «Սովետական Հայաստան» ամսագիրը (1945-ից) եւ «Հայրենիքի ծայն» (1965-ից) շաբաթաթերթը: «Երեւանի համալսարան» (1955-ից), «Պոլիտեխնիկ» (1957-ից) բուհական պարբերականները:

«Եթերում է Երեւանը» (1957-ից), «Գրքերի աշխարհ», «Ֆիլմ» (1968-ից) գերատեսչական պարբերաթերթերը:

«Խորհրդային Հայաստան», «Կոմունիստ», «Ավանգարդ» հանրապետական եւ քաղաքային, հին ու նոր թերթերը (Լենինականի «Բանվոր», Կիրովականի «Կայծ», «Երեկոյան Երեւան») «լճացման» տարիներին (1969-85): Ջարգացած կամ «ռեալ» սոցիալիզմի տեսությունն իբրեւ մամուլի գաղափարախոսական գլխավոր ուղեցիկ: Իրականության գունագարդումը հրատարակության բնորոշ հատկանիշ: «Լճացման տարիները» մամուլի ազատությունների սահմանափակման շրջան:

Հայկական հեռուստատեսության կայացումը: Մամուլը, ռադիոն եւ հեռուստատեսությունը իբրեւ տեղեկատվության միասնական համակարգ:

Իրականության դրական տեղաշարժերը ժողովրդական գործունեության պաթոսի նախապայման: Պրոֆեսիոնալիզմի բարձրացում եւ ժանրերի, մասնավորապես ակնարկի բուռն զարգացում: Իրականության թերություններն ու հակասությունները բացահայտելու փորձեր (Հր. Մաթեոսյան, «Աինիձոր» ակնարկաշարը):

Սպառազինությունների մրցավազքը եւ «սառը պատերազմի» քաղաքականության արտացոլումը: Այլախոհության ծագումը եւ մամուլը:

Հայկական հեռուստատեսության ծնունդը, հիմնադիրները, առաջին հեռուստալրագրողները:

Մամուլը վերակառուցման ժամանակաշրջանում (1985-1990): Հրապարակայնության ու բացախոսության քաղաքականությունը բազմակարծության երաշխիք: Սոցիալ-տնտեսական եւ քաղաքական բարեփոխումների ազդեցությունը երկրի զարգացման գործում: Տոտալիտարիզմից դեպի ժողովրդավարությունը ընթացքը՝ մամուլի միակենտրոն ղեկավարության համակարգում լուրջ տեղաշարժերի պայման: Գրական-գեղարվեստական ամսագրերը («Սովետական արվեստ», «Սովետական գրականություն», «ԽՈՑԱՐՈՑԳՐՈՒՐ ԸՐՎԱՊՈՒՐ»):

Ոչ-պաշտոնական մամուլի ծնունդը, «ինքնահրատի» լեզվացումը: Այդ մամուլի առաջնեկ ԱԽ-ի «Անկախություն» շաբաթաթերթը (1987 հոկտ. 24-ից, հիմնադիր՝ Պարույր Հայրիկյան): Ինքնահրատի շրջանի (1987-1991) այլ պարբերականներ («Հրապարակայնություն», «Ձանգակատուն», «Հայ դատ», «Հայրենիք», «Մաշտոց», «Իրավունք», «Եղիցի Լույս», «Միաբանություն», «Հայաստան»): ՀՀ-ի պաշտոնաթերթ «Հայք»

օրաթերթը (1989-ի նոյեմբերի 2-ից): Պաշտոնական մամուլի որոշ օրգանների անվանափոխությունը /«Խորհրդային դպրոց»-ը՝ «Դպրություն», 1989, «Խորհրդային Հայաստան»-ը՝ «Հայաստան», «Պիոներ կանչ»-ը՝ «Կանչ», «Հայաստանի ֆիզկուլտուրնիկ»-ը՝ «Մարզական Հայաստան», «Բանվոր»-ը՝ «Կուճարի», «Կայծ»-ը՝ «Վերածնունդ», «Ֆիլմ»-ը՝ «Գեղարվեստ», «Լենինյան դրոշմ»-ը՝ «Աժդահակ», 1990 եւ այլն:

Հայ պարբերական մամուլի զարթոնքը նախկին խորհրդային ամբողջ տարածքում Ռիգայի «Լույս», Մոսկվայի «Հայ լրագր», «ԸՐՎ՝ ըՐՍՈՒ ԹԱՐՅՎՈՍ», «Pro Armenia», Սիմֆերոպոլի «Մասյաց աղավնի», Տալինի «Վահագն», Կիևի «Համայնք», Նոր Նախիջևանի «Անի», Թբիլիսիի «Միացում» պարբերականները:

Լեռնային Ղարաբաղի նոր հրատարակությունները՝ «Ամարաս», «Արցախ», «Միացում», «Պղնձ-Պողի», «Գանձասար» եւ այլն:

Սփյուռքահայ մամուլ (1922-ից)

Հայ մտավորականության մնացորդացի հեռանալը գաղթօջախների համար հոգեւոր- մշակութային կենտրոնի դեր կատարող Կ. Պոլսից, 1922-ին, եւ աշխարհով մեկ սփռվելը՝ քենական զորքերի մուտքից առաջ այդ քաղաք: Հայրենիքից, Կիլիկիայից եւ Կ. Պոլսից տարագրված մտավորականության մասնակցությունը սփյուռքահայ մամուլի ձեւավորման եւ կայացման ընթացքին, առհասարակ գրական-մշակութային կյանքին (Ե. Օտյան, Վ. Թեքեյան, Ս. Վրացյան, Ռ. Դարբինյան, Լեւոն Շանթ, Ն. Աղբալյան, Շ. Միսաքյան, Հրաչ Երվանդ, Հովհ. Պողոսյան, Սարգիս Տխրունի, Հ. Ճ. Սիրունի, Երվանդ Թուլայան, Վարդան Գրիգորյան եւ ուրիշներ):

Սփյուռքահայ մամուլը 20-30-ական թթ.: Նախորդ շրջանից գոյատևող կուսակցական հրատարակություններ. ՀԴԴ պաշտոնաթերթեր՝ «Հայրենիք» օրաթերթ (1899-ից, Նյու Յորք, Բոստոն), «Ասպարեզ» (1908-ից, Ֆրեզնո, Լոս Անջելես), «Յուսաբեր» (1913-ից, պաշտոնաթերթ՝ 1923-ից, Կահիրե), «Հայաստան» (1915-ից, Սոֆիա, Ֆիլիպե), ս.դ. հնչական պաշտոնաթերթեր կամ հրատարակություններ (նախապես՝ հնչական)՝ «Երիտասարդ Հայաստան» (1903-ից, Բոստոն, Նյու Յորք եւ այլ քաղաքներ), «Արծազանգ Փարիզի» (1916-ից, Փարիզ):

Ռամկավար ազատական կուսակցության (ՌԱԿ) ստեղծումով 1921-ի տարեվերջին՝ այդ ուղղության հնագույն եւ նորագույն կուսակցությունների, հոսանքների (Արմենական, Վերակազմյալ հնչական՝ ազատական, Սահմանադրական ռամկավար եւ կովկասահայ ժողովրդական կուսակցություն) պաշտոնաթերթերի միացում կամ դադարեցում. ՌԱԿ-ի պաշտոնաթերթեր՝ Բոստոնի «Պայքար» (1922-ից), ի հետեւանս միավորման «Ազգ» (1907-ից, ռամկավարական) եւ «Պահակ» (1911-ից, ազատական) պարբերաթերթերի, նախ «Ազգ-Պահակ» (1921-ին), ապա՝ «Պայքար», Ֆրեզնոյի «Նոր օր» (1922-ից), ի հետեւանս միավորման «Նոր կեանք» (1915-ից, ռամկավարական) եւ «Արօր» (1919-ից ազատական) պարբերաթերթերի, նախ՝ «Նոր կեանք-Արօր» (1921-ին), ապա՝ «Նոր օր», «Ապագայ» (1920-ից, Փարիզ), ՌԱԿ-ի ստեղծումով 1921-ին՝ Արեւմտյան Եւրոպայի շրջանակի պաշտոնաթերթ եւ Մարսելի «Արմենիա»-ի (արմենական) դադարեցում 1923-ին:

Տարաբնույթ դիրքորոշումներ դարասկզբի բուռն իրադարձությունների (Առաջին աշխարհամարտ, Մեծ եղեռն, Հոկտեմբերյան հեղափոխության հաղթանակը Ռուսաստանում, Հայաստանի առաջին հանրապետության ծնունդ, Խորհրդային Հայաստանի հիմնում, Փոքր Ասիական աղետ 1922-ին) իմաստավորման եւ գնահատման, Մայր Հայրենիքի հետ առնչությունների, կենսական կարեւորության այլ հարցերի կապակցությամբ:

Ոչ կուսակցական (հրատարակչական ընկերությունների, միությունների կողմից վերահսկվող կամ անհատական) բազմաբնույթ մամուլ՝ «Կռունկ» շաբաթաթերթ, Ֆիլադելֆիա, 1919-ից, խմբ. Գ. Գեւորգյան, «Մշակ» շաբաթաթերթ, Ֆրեզնո, 1925-ից, խմբ. Լ. Լյուլենձյան եւն, սփյուռքահայ նոր մամուլի ձեւավորման եւ զարգացման օրինաչափությունները:

Հայաստանի խորհրդայնացումը՝ Սփյուռքում հայ կոմունիստական մամուլի աշխուժացման նախապայման. «Կարմիր լուրեր», (Ֆիլիպե-Պոլվոլի, 1920-21, խմբ. Ստ. Շահբազյան), «Բանւոր-Պարիզ» (Փարիզ, 1924-1925, խմբագիրներ՝ Մարտիկ Տեր-Մարտիրոսյան, Գուրգեն Թահմազյան, Երվանդ ճյուղերյան, «Երեւան» (Փարիզ, 1925-1930, խմբագիրներ՝ Ե. Չուբար, Գր. Մեհրաբյան, Դրաստամատ Տեր-Սիմոնյան), «Աշխատանք», Սալոնիկ (1926-1927, խմբագիր Ստ. Կուրտիկյան), «Կարմիր արշալույս» (Բեյրութ, 1931-1932) պարբերաթերթերը:

Ամերիկահայ կոմունիստական թերթերը (1922-ից). «Բանւոր», «Գործաւոր», «Պրոլետար», «Նոր աշխարհ», կրկին՝ «Բանւոր» (վերջինս 1934-ից օրաթերթ) եւ նրանց խմբագիրները (Ս. Սնարյան, Խ. Զյոսեյան, Ա. Զարդարյան, Հ. Աղամյան, Պ. Սեյան):

Ս. դ. հնչական եւ ռամկավարական ազատական կուսակցությունների մամուլի դերը սփյուռքահայությունը խորհրդային Հայաստանի շուրջ համախմբելու գործում: Դաշնակցական մամուլի դիրքորոշումը խորհրդային Հայաստանի հանդեպ:

Սփյուռքի գրական-գեղարվեստական առաջին հանդեսները՝ «Նաւասարդ» (Նյու-Յորք, 1922, խմբ. Եղ. Սահակյան), «Անահիտ»-ի նոր շրջանը (1929-1940, 1940-1949, խմբ. Ա. Չոպանյան), «Մենք» (1931-1932),

«Մշակոյթ» (1935-1937, խմբագիր՝ Ա. Սեմա-Գեղամ Աթմաճյան, բոլորը՝ Փարիզ), «Նաւասարդ» (Բուխարեստ, 1923-1926, խմբագիր Զ. Գ. Սիրունի), «Յարդգող» (Բեյրութ, 1932, խմբագիրներ՝ Ա. Ծառուկյան, Մուշեղ Իշխան), «Արեգ» (Վիեննա, Բեռլին, 1922-1924, խմբ. Ս. Հակոբյան), «Նոր էջ» (Թեհրան, 1935-1937, 1943, 1958-1975, խմբագիրներ՝ Ջորայր Միրզայան, Արշավիր Մկրտչյան, Գալուստ Խանենց), «Վէմ» (Փարիզ, 1933-1939, խմբ. Ս. Վրացյան):

Հրապարակագրությունն ու գրականությունը կուսակցությունների կողմից վերահսկվող կամ հովանավորվող պարբերականներում՝ «Հայրենիք» ամսագիր (Բոստոն, 1922-1970, խմբագիրներ՝ Ռ. Դարբինյան, Ս. Թեղեկյան), «Պայքար» տարեկան հանդես (Բոստոն, 1930-1931, խմբ. Արմենակ Ն. Նազար, ապա՝ «Պայքար» տարեգիրք (1942-1963, խմբ. Հրաչ Երվանդ), «Պայքար» եռամսյա (1963-1968, խմբ. Ա. Անդրեասյան), «Նոր գիր» եռամսյա (Նյու Յորք, 1939-1954, խմբ. Բ. Նուրիկյան), նախ՝ «Նոր գիր» ամսաթերթ (1936, խմբ. Ա. Անդրեասյան), «Հնչակ» ամսաթերթ (Փորվիլդենս, 1935-1940, խմբ. Եղիա Սիրվարդ):

«Ամերիկահայ հանրագիտակ տարեգիրք»-ը (Բոստոն, 1924-1925թթ.՝ 1925-1926թթ. համար, կազմող Հ. Խաչմանյան)՝ ամերիկահայ գաղութի, Խ. Հայաստանի կյանքի, զանազան կազմակերպությունների, արվեստի ու գիտության գործիչների մասին ճոխ նյութեր բովանդակող:

Սփյուռքահայ երգիծական մամուլի սկզբնավորումը՝ «Հայկական սինեմա» (Կահիրե, 1925-1926, խմբագիրներ՝ Ալ. Սարուխան, Երվ. Օտյան), «Մեղու» (Սալոնիկ, 1923), «Ապտակ» (Սոֆիա, 1925), «Խիկար» (Աթենք, 1925, 1928-1929), «Կեսուր» (Կ. Պոլիս, 1926), «Լպուտ» (Կահիրե, 1930), «Աքլոր» (Լիոն, 1936-1937), «Կիկո» (Դետրոյթ, 1927), «Մտրակ» (Բոստոն, 1935):

1915-1921-ին Նյու Յորք, Բոստոն քաղաքներում հրատարակված «Ցախաւել» երգիծաթերթը (խմբ. Սիմեոն Կյուլո, որոշ ժամանակ լույս տեսած «պատժական շաբաթաթերթ» վերտառությամբ) եւ Ամերիկահայ երգիծասեր երիտասարդության «Սադայել» (Յունիդն Սիֆի, 1923-1929, խմբ. Տ. Վարժապետյան) դրամատիկական աշխարհի ապաբարո կողմերը մերկացնող, հայ կյանքի թերությունները ձաղկող:

Կուսակցական եւ չեզոք պարբերաթերթերի էջերում զարգացող երգիծագրությունը. Նյու Յորքի «Բանուր» թերթի «Սատիրիկոն» էջը, «Կիւրիմի յուշ» հանդեսի (Նյու Յորք, 1930-1933) «Կէն օ Կօ» զավեշտական էջը, «Հայ վաստակ» ամսագրի (Բոստոն, 1930-1933) «Միամիտի զրոյցներ» երգիծական էջը եւ այլն:

Շարունակվող երգիծաթերթ՝ «Կավռօշ», Կ. Պոլիս, 1908-1926, Փարիզ, 1927-1936, խմբ. Ե. Թուլայան:

Երվ. Օտյանի երգիծական էջերը 1922-1926թթ. Բալկանների, Մերձավոր Արեւելքի եւ Եգիպտոսի հայ պարբերականներում:

Հայրենակցական միությունների հրատարակած պարբերական մամուլի դերը վերապրողներին միավորելու, Խորհրդային Հայաստանով ոգեւորելու, հայրենական ավանդույթներն ու հիշատակները կորստից փրկելու գործում՝ «Տիգրիս» (Նյու-Յորք, 1918-ից, ապա՝ «Նոր Տիգրանակերտ», 1935-1940, Բրուքլին, Նորթ Բերգեն, Նյու Յորք, Տիգրանակերտի հայրենակցական եւ վերաշինական միության պաշտոնաթերթ), «Ալիս» (Նյու-Յորք, 1920-1935, Սեբաստիո վերաշինաց միության պաշտոնաթերթ), «Նոր Արաբկիր տեղեկատու» (Նյու-Յորք, 1925-ից), «Կիւրիմի յուշ» (Նյու Յորք, 1930-1933), «Գերմանիկ» (1930-ից, Նյու Յորք, Մարաշի հայրենակցական միության հրատարակություն), «Հաճըն» (Մարսել, Փասադինա, 1928-1939, 1940-ից Բուենոս Այրես, «Նոր Հաճըն» անունով, Հաճըն հայրենակցական ընդհանուր միության պաշտոնաթերթ), «Նոր Թոմարզա» (Միլվոքի, Ռեյսին, 1930-1940), «Նոր Չնքուշ» (Նյու Յորք, 1931-1935), «Նոր Կեսարիա» (Նյու-Յորք, 1934-1937), «Նոր Խարբերդ» (Բոստոն, 1936-ից), «Նոր Սեբաստիա» (Նյու-Յորք, 1936-1994), «Նոր Մալաթիա» (Նյու Յորք, Ֆիլադելֆիա եւ այլն՝ 1939-ից):

Վերաշինական ծրագիր չունեցող հայրենակցական միությունների տեղեկատվական, ազգագրական, պատմագրական հրատարակություններից՝ Մալաթիո հայրենակցական միության «Պապ Ուխտի» (Քիվլենդ, 1934-ից), Սեբաստացիներու հայրենակցական միության «Լուսաբեր» (Նյու Յորք, 1935-ից, հետագայում՝ «Չայն Սեբաստիոյ» անունով, 1958-ից), Ամերիկայի Վասպուրական միության «Արծուի Վասպուրական» (Բոստոն, Ֆրեզնո, 1940-ից, 1940-1941-ին՝ «Վասպուրական» անունով), Տարոն-Տուրուբերանի հայրենակցական միության «Տարօնի արծու» (Սոֆիա, 1938-ից, ապա՝ Դետրոյթ, Նյու Յորք 1940-ից, Հալեպ՝ 1952-ին), Համավասպուրականի հայրենակցական միության «Վարագ» (1953-ից, Բոստոն, Բեյրութ, Ֆրեզնո, 1980-ից Գլենդեյլ):

Ամերիկաբնակ այնթապցիներու միության «Հայ Անթապ» (Առլինգտոն, Բեյրութ, Լոս Անջելես, 1960-ից), նոր Այինթապի հիմնումից ի վեր՝ «Նոր Այնթապ» (1971-ից):

Համաքղեցիական միության «Նոր Գեղի» պարբերականի 1964 եւ 1965թթ. հրատարակությունները:

Մամուլը Սփյուռքի հոգեւոր կյանքում: Շարունակվող կրոնական հայագիտական թերթումով հնագույն հայկական պարբերականներից՝ «Բազմավեպ»-ը (Վենետիկ, 1843-ից), «Հանդէս ամսօրեայ»-ն (Վիեննա, 1887-ից, այժմ՝ Երեւան), «Սիոն»-ը (Երուսաղեմ, 1866-1877, վերահրատարակություն 1927-ից), «Հասկ»-ը (Ամսթիլհաս, 1932) եւ նրանց վաստակը, սփյուռքյան շրջանի նրանց խմբագիրները:

Կրոնական այլ հրատարակություններ. «Հայաստանի կոչնակ» (Բոստոն, Նյու-Յորք, նախապես «Կոչնակ», «Կոչնակ Հայաստանի», 1900-ից), «Հայ աւետարանական եկեղեցի» (Նյու-Յորք, 1912-ից), «Թեր-

թիկ», «Շաբաթաթերթիկ» անուններով հայտնի (1929-1934-ին՝ «ճրագ»), «Բանբեր» (Մարսել, 1925-ից, ֆրանսահայ ավետարանական միության պաշտոնաթերթ), «Հրեղեն սիւն» (Կահիրե, 1927-1930, 1940), «Հայ աւետաբեր» (Հալեպ, 1927-1934, Սուրիո-Լիբանանի հայ ավետարանական միության պաշտոնաթերթ), «Աւետիք» (Բեյրութ, 1932-1972, Մեծի Տանն Կիլիկիո Հայ կաթողիկէ պատրիարքության պաշտոնաթերթ), «Փարոս» (Ֆրեզնո, 1927-1933, 1929-ից՝ «Փարոս Հայաստանեայց», Հայ եկեղեցասիրաց միության հրատարակություն):

ԱՄՆ-ում օտարազիր հայ մամուլի անմախընթաց աճ 1930-ական թվականների սկզբներից, դրա պատճառները:

Սփյուռքահայ պարբերական մամուլը Երկրորդ աշխարհամարտի տարիներին: Եվրոպայի հայ մամուլի (հատկապես Ֆրանսիայի, Հունաստանի) կասեցումը՝ ֆաշիստական իշխանությունների հետ չգործակցելու նպատակով:

Երկրորդ աշխարհամարտի սկզբից Բեյրութը հայ մամուլի կենտրոն: Պատերազմական նկարագրությունները, հոգուտ Խորհրդային Միության Սփյուռքում անցկացվող հանգանակությունները («Սասունցի Դավիթ» տանկային շարասյուն եւ այլն) մամուլում: Հայրենադարձության թեման 1946-1948թթ., Հայ Դատի հանձնախմբերի գործունեության, Հայկական համաշխարհային կոնգրեսի մասին (1947):

Ազգապահպանությունը իբրեւ սփյուռքահայ մամուլի կարեւորագույն խնդիր:

Լիբանանի քաղաքացիական պատերազմը (1975-1990) եւ հայ մամուլի դիրքորոշումը:

Արցախյան շարժումը, ՀՀ երրորդ հանրապետության ծնունդը նոր խթան սփյուռքահայ մամուլի աճի եւ զարթոնքի:

Հայկական ռադիոհեռուստատեսային ցանցի ընդլայնումը Սփյուռքում:

«Նոր կեանք-New Life» (Գլենդեյլ, 1978-ից) եւ «Հայ կեանք-Armenian Life» (Գլենդեյլ, 1985-ից) ամերիկահայ երկլեզվյա, եռլեզվյա շաբաթաթերթերը քառասուն եւ ավելի էջերով տպագրվող, նրանց գովազդային քաղաքականությունը:

Հայաստանի երրորդ հանրապետության մամուլը (1991 թվից)

Հայաստանի հանրապետության անկախության մասին հռչակագիրը (1991) մամուլի արդի շրջանի սահմանագիծ: Լրատվամիջոցների միակուսակցական ղեկավարման լիակատար փլուզումը: Նոր օրենսդրական դաշտի ձեւավորումը («Մամուլի եւ զանգվածային լրատվության մյուս միջոցների մասին» օրենքը): Երրորդ հանրապետության մամուլի ընդհանուր բնութագիրը:

Տպագրական եւ էլեկտրոնային ժուռնալիստիկայի փոխհարաբերությունը: Գրաքննության վերացումն իբրեւ խոսքի ազատության կարեւոր պայման, «ստվերային» գրաքննության ձեւավորումը: Տեղեկատվության օբյեկտիվության, օպերատիվության մեծացում: Ոչ պետական լրատվամիջոցների կայացումը, առանձնահատկությունները, զարգացման միտումները:

Ավանդական կուսակցությունների գործունեության վերսկսումը Հայաստանում, նրանց պարբերականները (ՀՀԴ «Երկիր», «Ազատամարտ», «Հայոց աշխարհ», ռամկավարական «Ազգ», կոմունիստական «Հայաստանի կոմունիստ», ս.դ. Հնչակյան կուսակցության «Հնչակ Հայաստանի»): Հայաստանյան նորաստեղծ կուսակցությունների, հասարակական-քաղաքական կազմակերպությունների պարբերաթերթերը («Իրավունք», «Հայք», «Երկիր», «Հանրապետական», «Ազդարար», «Տեղակոն», «Հայ աշխարհ», «Նոր ուղի», «Տեսակետ» եւ այլն): Նոր իրականության խնդիրները մամուլում: Լրատվական ժանրերի անմախընթաց զարգացումը: Բանավեճի եւ հարցազրույցի ժանրերի աշխուժացումը: Իշխանություն-մամուլ փոխհարաբերությունները:

«Հայաստանի հանրապետություն»-ը իբրեւ պաշտոնաթերթ: Գիտական մամուլ («Գիտություն», «Միտք», «Իրան-մամե»), ակադեմիական հրատարակություններ: Մարզային («Արմավիր», «Արեւելք», «Լոռու մարզ», «Կանթեղ», «Կոտայք», «Հյուսիսային Հայաստան», «Սյունիք», «Վայոց ձոր», «Արարատ»), քաղաքային, նոր կամ անվանափոխված հրատարակություններ: Ռուսալեզու մամուլ («Голос Армении», «Урарту», «Республика Армении», «Время», «Новое время», «Свобода», «Азатамарт»), առողջապահական, երիտասարդական, մարզական («Նարեկ», «Էրեբունի», «Կին եւ տղամարդ», «Նե», «Մարզաշխարհ», «Ֆուտբոլ»), իրավաբանական («Իրավաբանական թերթ», «Օրենք», «Իրավունք եւ օրինականություն»), հայրենակցական («Երկիր ավետյաց», «Գարդմանք», «Բնօրրան»), զինվորական («Հայ զինվոր», «Ասպար») պարբերաթերթեր:

Բացասական միտումներ արդի լրատվական դաշտում: Գլոբալիզացիան եւ մամուլը:

Հայ մամուլի պատմության մատենագիտական ցանկ

1. Ամիրբեկյան Վ., Սովետահայ տեղական մամուլը (1921-1925), Երեւան, 1964
2. Անանյան Գ., Ավետիք Արասխանյան, Երեւան, 1987
3. Անանյան Գ., Հայ լրագրության առաջնեկը, Երեւան, 1995
4. Արշարունի Ա., Մոսկվայի հայ մամուլը, Երեւան, 1971
5. Արշարունի Ա., Հայ թատերական մամուլի մատենագիտություն, Երեւան, 1977
6. Ավագյան Ս., Նյութեր Ղարաբաղի նախասովետական շրջանի մամուլի պատմությունից, Երեւան, 1969
7. Բաբլոյան Մ., Հայ պարբերական մամուլը (մատենագիտական համահավաք ցուցակ, 1794-1980), Երեւան, 1986
8. Բարսեղյան Խ. Բուլշեւիկյան հայ պարբերական մամուլի բիբլիոգրաֆիա (1900-1920), Երեւան, 1959
9. Գալենքյարյան Գր., Պատմություն հայ լրագրության ի սկզբանե մինչեւ մեր ժամանակները, հատ. Ա (1794-1860), Վիեննա, 1893
10. Գալենքյարյան Գր., Պատմություն հայ լրագրության 1860-են մինչեւ մեր օրերը, «Հանդես ամսօրեայ», 1897, թիվ 2, 4, 9
11. Գեւորգյան Լ., «Մուրճ» ամսագիրը, Երեւան, 1982
12. Գեւորգյան Լ., Գր. Արծրունին եւ նրա «Մշակ»-ը, Երեւան 1996
13. Դավլաթյան Կ., Լիբանանահայ դեմոկրատական մամուլի պատմությունից, Երեւան, 1964
14. Դանիելյան Ժ., Բանասիրական որոնումներ, Բեյրութ, 1996
15. Զարդարյան Վ., «Յիշատակարան» (1512-1933), հատ. Ա-Ե., Կահիրե, 1933-1939
16. Զարպիանայան Գ., Պատմություն հայերեն դպրության, , նոր մատենագրություն, հատ. Բ. Վենետիկ, 1878
17. Լեւոնյան Գ., Հայոց պարբերական մամուլը: Լիակատար ցուցակ հայ լրագրության սկզբից մինչեւ մեր օրերը (1799-1934), Երեւան, 1934
18. Խառատյան Ա., Արեւմտահայ հասարակական մտքի եւ հրապարակախոսության պատմությունից, Երեւան, 1980
19. Խառատյան Ա., Արեւմտահայ մամուլը եւ գրաքննությունը Օսմանյան Թուրքիայում (1857-1908), Երեւան, 1989
20. Խառատյան Ա., Հասարակական միտքը Ջնյուռնիայի հայ մամուլում (1840-1900), Երեւան, 1995
21. Խաչատրյան Ռ., Արտասահմանյան հայ կոմունիստական մամուլի պատմությունից, Երեւան, 1960
22. Կարինյան Ա., Ակնարկներ հայ պարբերական մամուլի պատմության, հհ. 1-2, Երեւան, 1956, 1960
23. Հակոբյան Ս., Ջնյուռնահայ (1839-1860), Երեւան, 1984
24. Հակոբյան Ս., Ջնյուռնահայ պարբերական մամուլը (1861-1880), Երեւան, 1987
25. Հայ պարբերական մամուլի պատմությունից (Ժողովածու), Երեւան, 1963
26. Հունահայ տարեգիրք, Աթենք, 1928
27. Դուկասյան Վ., Պոլսահայ մամուլի եւ հրապարակախոսության սկզբնավորումը, 1832-1853, Երեւան, 1975
28. Մնացականյան Ա., Հայրենական պատերազմի շրջանի հայ մամուլը, Երեւան, 1956
29. Մխիթարյան Մ., «Հյուսիսափայլ» ամսագիրը, Երեւան, 1958
30. Մխիթարյան Մ., 19-րդ դարի երկրորդ կեսի արեւելահայ մամուլի պատմությունից, («Փորձ», «Արձագանք»), Երեւան, 1976
31. Մխիթարյան Մ., Արեւելահայ մամուլի սկզբնավորումը եւ լուսավորական շարժումը 19-րդ դարի առաջին կեսին, Երեւան, 1994
32. Մալումյան Խ. (Է. Ակնունի), «Մշակ»-ի քառասնամյակ, 1872-1912, Թիֆլիս, 1912
33. Նազարյան Ս., Երեւանի պարբերական մամուլը (1880-1917), Երեւան, 1986
34. Պետրոսյան Հ., Հայ պարբերական մամուլի բիբլիոգրաֆիա, հհ. 1-3, Երեւան, 1954-1957
35. Սարգսյան Ս., Սովետական Ռուսաստանի հայ մամուլը, (1918-1921) Երեւան, 1968
36. Ֆելեթյան Հ., Հայաստանի պարբերական մամուլը սոցիալիզմի կառուցման պայքարում, Երեւան, 1970

ՀԵՏԱՔՆՆԱԿԱՆ ԼՐԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ

Պատրաստվել է
Երեւանի մամուլի ակումբում

Այս ծրագրի նպատակը ուսանողներին լրագրողական հետաքննության ժանրի եւ մեթոդների վերաբերյալ գիտելիքներ տալը, հետաքննական լրագրության համաշխարհային փորձին ծանոթացնելը, ինչպես նաեւ՝ տեղեկությունների հավաքման, հետաքննությունների անցկացման, նման նյութերի հրապարակման եւ լրագրողական հետաքննությունների էթիկայի բնագավառների հիմնախնդիրների ուսումնասիրությունն է:

Հատուկ դասընթացն ավարտելուց հետո ուսանողները պետք է գիտելիքներ ստանան հետեւյալ թեմաների վերաբերյալ՝

- Լրագրողական հետաքննությունն իբրեւ ժանր
- Հետաքննական լրագրության համաշխարհային փորձը
- Լրագրողական հետաքննություններ կատարելու մեթոդիկան
- Տեղեկատվության աղբյուրներն իբրեւ լրագրողական հետաքննությունների հիմք
- Անվտանգության խնդիրները լրագրողական հետաքննություններ կատարելիս
- Հետաքննող լրագրողի գործունեությունն իրավական տեսանկյունից
- Լրագրողական հետաքննությունների էթիկան
- Հետաքննող լրագրողների միավորումների աշխատանքի փորձը

I. Լրագրողական հետաքննություն. ժանրը եւ մեթոդը

Հասկացություն առարկայի մասին, լրագրողական հետաքննությունն իբրեւ ժամանակակից լրագրության առավել տարածված ժանրերից մեկը: Լրագրողական հետաքննության եւ այլ վերլուծական ժանրերի (հոդված, դատական ակնարկ, քրեական ռեպորտաժ) նմանություններն ու տարբերությունները: Լրագրողական հետաքննությունն իբրեւ մեթոդ: Լրագրողի գործողությունների եւ մեթոդների ներկայացումն իբրեւ հետաքննության պարտադիր տարր: Հետաքննական լրագրությունն իբրեւ սոցիալական վերահսկողության ձեւ: Հետաքննական լրագրության համաշխարհային փորձի կուրորեն (առանց տվյալ երկրի տնտեսական եւ քաղաքական իրողություններն ու ավանդույթները հաշվի առնելու) ընդօրինակման վտանգը: Հետաքննության՝ իբրեւ լրագրության վերլուծական ժանրի սակավ ուսումնասիրված լինելու հիմնախնդիրը:

II. Հետաքննական լրագրության համաշխարհային փորձը

1. Հետաքննական լրագրության պատմությունը: Ժանրի կայացումը: ԱՄՆ –ը՝ հետաքննական լրագրության հայրենիք: «Մաքրեյքերների»՝ «Կեղտ պտռողների» շարժումը: Ժանրի հետագա զարգացումն ԱՄՆ-ում: Ուղեբեզեյթյան սկանդալը եւ հայտնի հետաքննությունների այլ օրինակներ:

2. Լրագրողական հետաքննությունները Եվրոպայում. Անգլիա, Գերմանիա, Շվեդիա: Հետաքննող լրագրողի անձն իբրեւ Եվրոպայում լրագրողական հետաքննությունների զարգացման յուրահատկություն: Ներդրմամբ զննելու մեթոդը եւ Եվրոպական նշանավոր հետաքննող լրագրողների (Գ.Վալրաֆ, Ա. Սթրինդբերգ, Յա. Գիյո, Փ. Բրեթ) մեթոդների այլ առանձնահատկությունները:

3. Հետաքննական լրագրությունը Ռուսաստանում: Մերկացնող ռեպորտյորներ: Հետաքննական լրագրությունը ԽՍՀՄ-ում: Ժանրի զարգացման առանձնահատկությունները: «Միայնակ անհատներն» ամբողջատիրական պետության պայմաններում: Լրագրողական հետաքննությունն իբրեւ շեղում ընդհանուր կանոններից:

4. Հետաքննական լրագրության համաշխարհային միտումները: Լրագրողական հետաքննություններն Ավստրալիայում՝ հետպատերզմական տարիներին եւ 20-րդ դարի վերջին: Ժանրի բուռն զարգացումը Լատինական Ամերիկայում անցյալ դարի 80-ական թվականներին. Բրազիլիա, Արգենտինա, Պանամա, Կոլումբիա: Ամբողջատիրական ռեժիմների տապալումը՝ լրագրողական հետաքննության զարգացման խթան: Հետամբողջատիրական երկրներում լայնածավալ կոռուպցիան եւ ազգային հարստությունների վատնումը: Հետաքննական լրագրությունն իբրեւ երկրում իրավիճակի վերահսկողությունը պահպանելու՝ հասարակության սակավ հնարավորություններից մեկը: Նմանատիպ գործընթացները հետխորհրդային երկրների հասարակության եւ լրագրության մեջ 90-ական թվականներին:

5. Հետաքննական լրագրությունը Հայաստանում: Առաջին քայլերը: Հնարավորությունների եւ միտումների վերլուծությունը:

III. Լրագրողական հետաքննություններ կատարելու մեթոդիական

1. Հետաքննության թեմայի ընտրությունը: Դեպքերը, իրադարձությունները, կոնֆլիկտները, մամուլի ատլիսները, իշխանության մարմինների փաստաթղթերը, որոշումները, հրահանգները, պաշտոնական անձանց հայտարարությունները, դատական նյութերը, աղբյուրների տեղեկությունները եւ այլ տեղեկատվական առիթները՝ լրագրողական հետաքննություն սկսելու խթան:

2. Նախնական կամ սկզբնական հետաքննություն: Իրավիճակի վերլուծություն: Աշխատանք նախնական նյութի հետ: Ապագա հետաքննության ուղղության եւ ընդգրկելիք թեմաների գնահատում: Ապագա հետաքննության նկատմամբ հասարակության, նրա որոշակի խավերի, մարդկանց խմբի, լրատվամիջոցների հետաքրքրության գնահատում: Լրագրողական հետաքննություն կատարելու հնարավորությունների գնահատում: Նույն կամ նման թեմային վերաբերյալ նյութերի եւ հրապարակումների հետազոտում (կամ ծանոթացում դրանց): Արդեն գոյություն ունեցող նյութերի վերլուծություն եւ նախապատրաստվող հետաքննության վերլուծություն (լրացման, այլ հայացքի կամ տեսանկյան, կամ գոյություն ունեցող տեսակետների ժխտման առումով): Կատարվելիք հետազոտության նորամուծությունը եւ դրա նկատմամբ ընթերցողների հետաքրքրությունը:

3. Այն կառույցների, շրջանակների, անձանց գնահատում եւ դասակարգում, ովքեր շահագրգռված չեն, որ տվյալ հետաքննությունն իրականացվի: Հնարավոր հակազդեցության, դրա ձեւերի եւ դրսևորումների վերլուծություն: Հնարավոր հակազդեցության դեպքում ռիսկի աստիճանի գնահատում:

4. Տեղեկությունների որոնում: Բացահայտ աղբյուրների, տվյալների օրինական բազաների, աղբյուրների, արխիվների հետ աշխատանքի մեթոդիկան:

5. Լրագրողական հետաքննություններ կատարելու հատուկ մեթոդիկաներ: Հասցեների բյուրոներ: Տվյալների հատուկ բազաներ: Տվյալների անլեզալ բազաներ: Տարբեր հաստատություններ, որտեղից կարելի է տեղեկություններ ստանալ կոնկրետ անձանց մասին: Այլ հնարավորություններ:

6. Լրագրողական հետաքննության հնարքները. հարցազրույց, համեմատական վերլուծություն, դիտարկում:

7. Լրագրողական հետաքննություններ կատարելու հատուկ հնարքներ. ներդրմամբ զննելու մեթոդ կամ ընդհատակյա աշխատանք: Այդ մեթոդներն օգտագործելու դեպքերի բացառիկությունը եւ դրանց թերությունները: Լրագրողական հետաքննությունների ժամանակ հատուկ մեթոդների կիրառման վտանգները:

8. Սոցիոլոգիան եւ սոցիոլոգիական մեթոդները լրագրողական հետաքննություն կատարելու ընթացքում: Այնպիսի սոցիոլոգիական միջոցների օգտագործումը, ինչպիսիք են ոչ ներդրմամբ դիտարկումը, մարդահամարը եւ հարցումները: Տվյալ լրագրողական հետաքննության համար անհրաժեշտ եւ արդեն կատարված սոցիոլոգիական հետազոտությունների որոնումն ու դրանց տվյալների օգտագործումը: Սոցիոլոգիան իբրեւ լրագրողական հետաքննության թեմաների աղբյուր:

9. Այսպես կոչված տեղեկատվական հարցազրույցներ վարելիս հոգեբանական հնարքները: Ինչ չպետք է անի կամ ասի լրագրողը, եթե ուզում է տեղեկություններ ստանալ:

10. Լրագրողական հետաքննությունների առանձնահատկություններն ընտրությունների ժամանակ: Վարկաբեկող նյութեր (կոմպրոմատ) «արտանետելն» իբրեւ քաղաքական պայքարի մի ձեւ: Նման պայքարում գործիք դառնալու՝ լրագրողի ռիսկի բարձր աստիճանը: Ինչպես պատրաստվել լրագրողական հետաքննության ընտրությունների ընթացքում: Տեղեկատվության աղբյուրների հետ աշխատանքը՝ հաշվի առնելով նման հետաքննությունների առանձնահատկությունները:

11. Լրագրողական հետաքննությունների առանձնահատկությունները հեռուստատեսությունում: Հեռուստատեսությունում ժանրի առավելություններն ու բարդությունները:

12. Լրագրողական հետաքննության նյութերի նախապատրաստումը հրապարակման: Ինչ է գլխավոր հարցազրույցը: Ինչու եւ ինչպես անցկացնել գլխավոր հարցազրույցը: Նյութը շարադրելու ոճը, կառուցվածքը եւ ձեւերը: Շարադրանքի վերջնական վերստուգումը՝ հաշվի առնելով գլխավոր հարցազրույցը եւ, հնարավոր է, լրագրողական հետաքննության ընթացքում փոփոխված հանգամանքները:

13. Հրապարակումների առավել բնորոշ սխալներն ու անճշտությունները: Ինչու են անթույլատրելի անճշտությունները՝ լրագրողական հետաքննությունները հրապարակելիս:

IV. Տեղեկատվության աղբյուրներ

1. Ինչ պետք է հասկանալ՝ տեղեկատվության աղբյուր ասելով: Աղբյուրների բաժանումը բացահայտի եւ գաղտնի (խորհրդապահական, կոնֆիդենցիալ), հիմնականի եւ երկրորդականի: Պետական մարմինների կողմից տեղեկություններ տալը մերժելու կամ հետաձգելու կարգը: Պետական մարմիններում, կազմակերպություններում եւ հիմնարկներում հավատարմագրման եւ հավատարմագրումից զրկելու կարգը: Դատերի հրապարակայնությունը եւ այդ սկզբունքի բացառությունները:

2. Տեղեկատվության բացահայտ աղբյուրների բնութագիրը: Ինչպես օգտվել բացահայտ աղբյուրներից ստացված տեղեկություններից: Որոշ բացահայտ աղբյուրներից տեղեկություններ ստանալու բարդություններն ու առանձնահատկությունները: Տարբեր բացահայտ աղբյուրների հետ աշխատելու նմանություններն ու տարբերությունները: Հատուկ ծառայությունների եւ հետաքննող լրագրողների կողմից բացահայտ աղբյուրների օգտագործումը ոչ մատչելի (փակ) տեղեկություններ ստանալու համար:

Բացահայտ աղբյուրների դասակարգումը.

ա) զանգվածային լրատվության միջոցներ: թերթեր, ռադիո, հեռուստատեսություն,

բ) Ինտերնետ: Ինտերնետի որոնման համակարգեր,

գ) տարբեր նախարարությունների եւ գերատեսչությունների, քաղաքային եւ շրջանային վարչակազմների, օրենսդիր մարմինների տեղեկատվական ծառայություններ եւ նրանց մամուլ թողարկումներ,

դ) մամուլի ասուլիսներ եւ ճեպագրույցներ, պաշտոնական զեկուցագրեր,

ե) քաղաքական, հասարակական գործիչներ, գործընկերներ,

զ) հասարակական կազմակերպություններ եւ խմբեր

է) միջազգային կազմակերպություններ

ը) գիտահետազոտական կազմակերպություններ

թ) բացառիկ աղբյուրներ:

3. Գաղտնի (խորհրդապահական, կոնֆիդենցիալ) աղբյուրների բնութագիրը: Հետաքննող լրագրողներին տեղեկություններ տալու՝ գաղտնի աղբյուրների հիմնական շարժառիթները (դրդապատճառները): Գաղտնի տեղեկությունների աղբյուրներ ձեռք բերելու մեթոդները, նման աղբյուրների հետ կարճաժամկետ կամ երկարատեւ համագործակցությունը: Փորձագետների մեկնաբանություններն իբրեւ գաղտնի աղբյուրներից ստացված տեղեկությունները ստուգելու, դրանք հաստատելու կամ մերժելու ձեւ: Վարկաբեկող նյութերի (կոմպրոմատի) նպատակամետ «արտանետման» հնարավորությունը գաղտնի աղբյուր օգտագործելիս: Գաղտնի աղբյուրների դասակարգումը եւ նրանց տրամադրած տեղեկություններն օգտագործելու (դրանց վստահելու) հնարավորությունը՝ կախված դրդապատճառներից: Կասկածելի աղբյուրներ. ինչպես տարբերել դրանք: Անանուն աղբյուրներ: Վճարովի աղբյուրներ: Չպարզված կամ չափազանց ակնհայտ դրդապատճառներ: Ուն է անհրաժեշտ տեղեկատվության արտահոսքը: Ուրիշ (այլընտրանքային) աղբյուրներից տեղեկություններն ուղղակի կամ անուղղակի հաստատելու անհրաժեշտությունը:

V. Անվտանգության խնդիրները լրագրողական հետաքննություններ կատարելիս

1. Հետաքննություն կատարելիս լրագրողի վարքի սկզբունքները

ա) Կանոններ, որոնք չարժե, որ խախտի հետաքննող լրագրողը նյութը նախապատրաստելիս,

բ) Պրոֆիլակտիկա ընդդեմ ագրեսիայի: Ինչպես վարվել տեղեկատվության գաղտնի աղբյուրների հետ՝ ագրեսիա չիրահրելու համար: Ժամանակին եւ ճիշտ (համազոր) արձագանք սպառնալիքներին:

գ) Իրավապահ մարմինների հետ հարաբերությունները:

դ) Լրագրողի պաշտպանության միջոցները: Ինչպես վարվել վտանգավոր տեղեկատվության հետ: Ինչ անել հարձակման ժամանակ: Ինչ անել, եթե ձեզ փախցրել են: Տեղեկատվության արտահոսքի հիմնական ուղիները: Տեղեկատվության պաշտպանություն: Մտավոր սեփականության պաշտպանություն: Գույքի պաշտպանություն: Անհրաժեշտ է, արդյոք, լրագրողին զենքը:

ե) Ինչ է անհրաժեշտ իմանալ հոգեբանական վտանգի մասին: Չափազանց մեծ հոգեբանական ծանրաբեռնվածության ժամանակ հոգեբանական պաշտպանության եւ հոգեբանական լիցքաթափման հնարքները:

զ) «Թեժ կետերում» լրագրողի վարքի հատուկ կանոններ:

է) Նյութի հրապարակումն իբրեւ հետաքննող լրագրողի պաշտպանության միջոց:

VI. Հետաքննող լրագրողի գործունեության մի քանի իրավական հարցեր

1. Լրագրողի իրավունքներն ու պարտականությունները

ա) Տեղեկություններ ստանալու իրավունք:

բ) Լրագրողի պարտականությունները:

2. Քաղաքացիա-իրավական պատասխանատվություն

ա) Ոչ հավաստի տեղեկություններ:

բ) Վարկաբեկող կամ նշավակող տեղեկություններ:

գ) Պատիվ, արժանապատվություն, գործարար համբավ:

դ) Բարոյական վնասի փոխհատուցում:

ե) «Փաստ եւ մեկնաբանություն», «տեղեկություններ եւ կարծիքներ», «ոչ նորմատիվ բառապաշար» հասկացությունները:

զ) Դատական հայցերի առավել բնորոշ դեպքերն ու նախադրյալները:

3. Քրեա-իրավական պատասխանատվություն

ա) Ջրպարտություն:

բ) Վիրավորանք:

գ) Անձնական կյանքի անձեռնմխելիության իրավունքի խախտում:

դ) Դատական հայցերի առավել բնորոշ դեպքերն ու նախադրյալները:

ե) Դատական հայցերի լրացուցիչ նախադրյալներ. բառապաշար, տերմիններ, փաստական սխալներ:

զ) Ազգային անվտանգության համակարգը եւ լրագրողական հետաքննությունը:

է) Ինչ պետք է իմանա հետաքննող լրագրողը ՆԳՆ համակարգի մասին: Քրեական գործերի վարույթի սկզբունքները:

ը) Դատական համակարգ եւ դատավարություն:

թ) Պետական գաղտնիք: Բանկային գաղտնիք: Առևտրային գաղտնիք:

4. ՁԼՄ մասին ՀՀ օրենսդրությունը: Ինչ պետք է իմանա հետաքննող լրագրողը

- ա) ՀՀ Սահմանադրություն, հոդվ. 7, 12, 20, 23, 24, 36, 44, 45:
- բ) «Մամուլի եւ զանգվածային լրատվության մյուս միջոցների մասին» ՀՀ օրենքը:
- գ) «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքը:
- դ) ՀՀ Քաղաքացիական օրենսգիրք:
- ե) ՀՀ Քրեական օրենսգիրք:
- զ) «Պետական գաղտնիքի մասին» ՀՀ օրենքը:
- է) «Հեղինակային եւ հարակից իրավունքների մասին» ՀՀ օրենքը:

VII. Լրագրողական հետաքննությունների էթիկա

1. Լրագրողական հետաքննություն կատարելիս էթիկական եւ իրավական նորմերի համադրելիությունը

- ա) Տեղեկատվության բազմազան աղբյուրներ օգտագործելու պարտականություն:
- բ) Լրագրողական հետաքննության առարկա դարձած անձանց, կառույցների, կազմակերպությունների տեսակետները հաշվի առնելու պարտականություն:
- գ) Հետաքննող լրագրողի կողմից ակնհայտ ոչ հավաստի տեղեկություններ օգտագործելու եւ տարածելու անթույլատրելիություն:
- դ) Հետաքննող լրագրողի կողմից սպառնալիքներ տարածելու, արտոնություններ կամ առավելություններ ստանալու համար իր դիրքն օգտագործելու անթույլատրելիություն:
- ե) Հրապարակվող նյութերից շահ ստանալու անթույլատրելիություն:
- զ) Գաղտնի տեղեկատվության աղբյուրների բացահայտման անթույլատրելիություն, եթե ապացուցված չէ, որ դա անմիջականորեն սպառնում է հասարակությանը կամ կոնկրետ անձին:
- է) Լրագրողական հետաքննության ընթացքում մասնավոր կյանքին ապօրինի միջամտելու անթույլատրելիություն:
- ը) Այս կամ այն անձին վարկաբեկելու համար լրագրողական հետաքննությունն օգտագործելու անթույլատրելիություն:
- թ) Լրագրողական հետաքննության մեջ հիշատակվող անձանց հարազատների ու մերձավորների նկատմամբ վարկաբեկող նյութեր հավաքելու անթույլատրելիություն, եթե դա ուղղակիորեն չի առնչվում հետաքննության թեմային:
- ժ) Լրագրողական հետաքննությունը դատ ու դատաստանի վերածելու անթույլատրելիություն:
- ժա) Լրագրողական հետաքննության վերջնական եզրակացությունները պետք է լինեն ծայրահեղորեն քաղաքավարի (կոռեկտ):
- ժբ) Պատասխանի իրավունքն իբրեւ էթիկական նորմ:

2. Լրագրողական հետաքննությունների եւ տեղեկություններ ստանալու էթիկական կարգավորման փաստաթղթեր

- ա) Հետաքննող լրագրողների ընկերության (ԿԿՀԻ, Ռուսաստան) «Լրագրողական հետաքննություններ անցկացնելու չափանիշների եւ լրագրողների փոխադարձ աջակցության մասին» խարտիան:
- բ) Դատական լրագրողների ընկերակցության (Ռուսաստան) «Դատական ակնարկի եւ ռեպորտաժի, ինչպես նաեւ լրագրողական հետաքննության ժանրերով ազնվորեն աշխատելու սկզբունքները» հռչակագիրը:
- գ) Դատական լրագրողների ընկերակցություն (Ռուսաստան), «Մաքուր գրիչներ» ծրագրի դրույթները:
- դ) Ժուռնալիստների միջազգային դաշնության հռչակագիրը լրագրողների վարքի սկզբունքների մասին:
- ե) Մոսկվայի լրագրողների խարտիայի հռչակագիրը:
- զ) Ռուսաստանի ժուռնալիստների միություն, «Ռուսաստանցի լրագրողի մասնագիտական էթիկայի կանոնագիրը»:
- է) Բուլղարիայի ժուռնալիստների միություն, «Լրագրության էթիկական նորմերը»:
- ը) Գերմանական մամուլի խորհուրդ, «Վարքականոն մամուլի համար» (հրապարակախոսության սկզբունքները):
- թ) «Վաշինգտոն փոստ» թերթի (ԱՄՆ) էթիկական նորմերը:
- ժ) Երեւանի մամուլի ակումբի անդամի վարքականոնը
- ժա) Ֆինլանդիայի ժուռնալիստների միության հանձնարարականները՝ որակյալ լրագրության մասին:

VIII. Հետաքննող լրագրողների միավորումների աշխատանքի փորձը

1. Ինչ է հետաքննող լրագրողների միությունը: Նպատակներն ու խնդիրները: Օրինակելի կառուցվածքը: Արժանիքներ եւ թերություններ: Առավելություններ:

2. Հետաքննող լրագրողների ընկերությունների համաշխարհային փորձից (Կառավարման բարելավման ընկերակցություն, Չիկագո)։

3. Ա. Կոնստանտինովի Լրագրողական հետաքննությունների գործակալությունը (Սանկտ Պետերբուրգ)։

4. Ինտերնետի հետաքննական էջերը իբրեւ հետաքննողների վիրտուալ միավորումներ: Առավելություններ եւ վտանգներ: Հետաքննություն[»]ւն, թե՞ վարկաբեկող նյութերի (կոմպրոմատի) «արտանետում»:

Պրակտիկում

(Լրագրողական հետաքննությունների մի քանի կոնկրետ օրինակներ)

1. Վլադիմիր Կորոլենկո.
2. Լինկոլն Սթեֆենս, «Քաղաքների անարգանքը» շարքը, ԱՄՆ (1904):
3. Ռոբերտ Վուդվորտ, Կարլ Բերնսթայն, «Ուոթերգեյթի գործը», ԱՄՆ (1972-1973):
4. Գյունտեր Վալրաֆ, «Մի դավադրության բացահայտում» ԳՖՀ (1976):
5. «BGA», «Չիկագո սան-թայմս» եւ Մայք Ուոլես, «Միրաժ» ԱՄՆ (1977):
6. Արկադի Վակսբերգ, «Ապացույցների թագուհին», ԽՍՀՄ (1987):

Իբրեւ պրակտիկ պարապմունք կարելի է ուսանողներին առաջարկել ընտրելու Հայաստանի մամուլում, իրենց կարծիքով, առավել հետաքրքիր հետաքննական հրապարակումները եւ կատարել դրանց փորձաքննությունը մասնագիտական, իրավական, սոցիալական, էթիկական եւ այլ տեսանկյուններից:

Գրականություն

Ա. Հայերեն

1. «Քաղաքական պայքարը եւ լրագրողի մասնագիտական բարոյականությունը» (էթիկական կանոնագրերի ժողովածու), ԵՄԱ, Երեւան - 2000:
2. Էրիկ Ֆիլիպեւիուս «Լրագրության 10 ոսկե պատվիրան», «Ինտերմյուս», Երեւան - 2001:

Բ. Ռուսերեն

1. Агзамов Ф.И. Журналистское расследование активности личности: Учебное пособие. Казань, 1989..
2. Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. М.,1991.
3. Антонов В.И. Информационные жанры газетной публицистики. Саранск, 1996.
4. Беспалова А.Г. и др. История мировой журналистики. Ростов -на - Дону, 2000.
5. Бородянский Э.И. Логика суждений. Учебное пособие. М.,1991.
6. Ваксберг А.И. Царица доказательств// Литературная газета. 27 марта 1987.
7. Ваксберг А. Нераскрытые тайны. М.,1993.
8. Вальраф Г. Нежелательные репортажи. М.,1982.
9. Вальраф Г. Репортер обвиняет. М.,1988.

10. Воинов А.Е. «Клевета: способы защиты» // «ЗиП», 9-10, 1998.
11. Ворошилов В.В. Исследование и расследование в журналистике// Социология журналистики: Очерки методологии и практики: Пособие для студентов вузов по специальности «Журналистика». М., 1998.
12. Ворошилов В.В. Конфликт в журналистском отражении: Учебное пособие. СПб, 1993.
13. Ворошилов В.В. Журналиста вызывают в суд//Журналистика и общество. СПб., 1993.
14. Воскобойников Я.С. Юрьев В.К. Журналист и информация. М., 1993.
15. Вус М.А., Гусев В.С. Безопасность, информация, защита информации. Информационная безопасность// Журналистика - XX век: эволюция и проблемы. Тезисы международной научно-практической конференции 24–25 апреля 1996 г. - С-Пб, 1996.
16. Вус М.А. Неприкосновенность частной жизни и бизнеса. Информационно-правовой аспект// Безопасность личности и бизнеса. Справочник. С-Пб., 1998.
17. Герасименко В.А. Основы информационной грамоты. М., 1996.
18. Глисков А.А. «Тайна частной жизни и общественный интерес»./ «ЗиП» 7-8 (1998).
19. Дорошевич В. Дело Скитских // Россия. №52. 1999.
20. «Доступ в зал суда: права и обязанности журналистов». Комментарии Центра право и СМИ// «ЗиП», 3 (1998).
21. Доценко Е.Л. Психология манипуляций. Феномены, механизмы, защита. М., 1996.
22. Журналист в поисках информации. М., 1997.
23. Законодательство РФ о средствах массовой информации// Научный комм. д.ю.н. М.А. Федотова. - М., 1996.
24. Законы и практика СМИ в одиннадцати демократиях мира (сравнительный анализ). М., Права человека, 1997.
25. Защита чести и достоинства. Теоретические и практические вопросы // Под ред. Г.В.Винокурова, А.Г. Рихтера, В.В. Чернышова. – М., 1997.
26. Зоркая Н. Человек, который проходит сквозь стены // Репортер обвиняет. М., 1988.
27. Иванян Э.А. От Джорджа Вашингтона до Джорджа Буша. Белый дом и пресса. М., 1991.
28. Каретников М.К., Лобашев А.К. Технические средства, применяемые сотрудниками личной охраны (учебное пособие). М., 1997.
29. Кашинская Л.В. Метод наблюдения в журналистике. М., 1987.
30. Константинов А. Журналистское расследование. История метода и современная практика. С-Пб, 2001.
31. Короченский А.П. Этическое регулирование журналистской деятельности (зарубежный опыт). Ростов-на-Дону, 1998.
32. Краткий юридический справочник для журналиста. М.: Фонд защиты гласности, 1997.
33. Кузин В.И. Психологическая культура журналиста. Учебное пособие. С-Пб, 1998.
34. Марвик К. Ваше право на правительственную информацию (пер. с англ.). С-Пб.: Манускрипт, 1996.
35. Оружие шпионажа. 1993-1994. Серия «Безопасность»
36. Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики. М., 1996.
37. Поздняков Е.Н. Защита объектов. М., 1997.
38. Понятие чести и достоинства, оскорбления и ненормативности в текстах права и средств массовой информации. М., 1997.
39. Правовые и социально-экономические аспекты деятельности средств массовой информации: сборник статей// отв.ред. Ю.В. Мишальченко.- С-Пб, 1996.
40. Право и этика в работе журналистов. Сборник документов. Екатеринбург, 1996.

41. Российская журналистика: свобода доступа к информации. М., 1996.
42. Россия на пороге информационного общества. Материалы семинара 22 апреля 1997 г. в рамках научной конференции факультета журналистики СпбГУ "СМИ в современном мире". С-Пб, 1997.
43. Рэндалл Д. Универсальный журналист/ Перевод с англ. А.Порьяза, под ред. В.Харитонов. Вел. Новг., С-Пб, 1999.
44. Секреты коммерческой безопасности. Агентство коммерческой безопасности. М., ИНФОАРТ,
45. Социология журналистики: Очерки методологии и практики: Пособие для студентов вузов по специальности "Журналистика"// под ред. С.Г. Корконосенко. - М., 1998.
46. Средства персональной и коммерческой безопасности (специальная техника). М., Knowledge Express Inc., 1991.
47. Станько А.И. Журналистские расследования. Ростов-на-Дону, 1997.
48. Таловов В.П. Труд журналиста. Методика и техника журналистского наблюдения. Л., 1992.
49. Таранов П.С. Интриги, мошенничество, трюки. Симф., 1996.
50. Теплюк В.М. Этика журналистского творчества. М., 1980.
51. Теплюк В.М. Журналист меняет профессию. Необычные превращения во имя истины. Владивосток, 1990.
52. Тертычный А.А. Версия - жанр современной аналитической журналистики// Журналистика в переходный период. Ч.4.- М., 1997.
53. Техника юридической безопасности для журналиста. М.: Фонд защиты гласности, 1997.
54. Уиллмен Дж. Журналистские расследования: современные методы и техника ., 1998.
55. Федоров А.В. Истребование материалов из редакций средств массовой информации и получение объяснений от журналистов // Век информации. Тезисы международного постоянно действующего научно-практического семинара 15-16 октября 1996 г. - С-Пб, 1996.
56. Хендрикс А. и др. Ваше право на неприкосновенность частной жизни (пер. с англ.)
57. Шостак М.И. Журналистика новостей: вопросы технологии. Ч.1,2,3. М., 1996.
58. «Шпионские штучки» и устройства для защиты объектов и информации (справочное пособие). С-Пб, 1996.
59. Шумилина Т.В. Методы сбора информации в журналистике. М., 1997.

Գ. Անգլերեն

- 1 "Investigative Reporting", William Gaines, 1994, Nelson-Hall Publishers, Chicago.)

Դ. Ինտերնետային էջեր

Ժուռնալիստների միջազգային դաշնություն
(IFJ - International Federation of Journalists):
<http://www.ifj.org>

Լրագրողական հետաքննությունների գործակալություն (Санкт-Петербург)
<http://www.investigator.spb.ru>

Հետաքննությունների դաշնային բյուրո (Росси')
<http://www.flb.ru>

Սերգեյ Գորշկովի՝ կոմպրոմատի տնային գրադարան
<http://www.compromat.ru>

Ինտերնետային որոնման համակարգ Rambler
<http://www.rambler.ru>

Ինտերնետային որոնման համակարգ Yandex
<http://www.yandex.ru>

Ինտերնետային որոնման համակարգ Mavicanet
<http://www.mavicanet.ru>

Ինտերնետային որոնման համակարգ Google
<http://www.google.com>

Ինտերնետային որոնման համակարգ Altavista
<http://www.altavista.com>

Ինտերնետային որոնման համակարգ Alltheweb
<http://www.Alltheweb.com>

ՌԱԴԻՈԺՈՒՌՆԱԼԻՍՏԻԿԱՅԻ ՀԻՄՈՒՆՔՆԵՐ

Հեղինակ՝ Մուշեղ Հովսեփյան
ԵՊՀ Ժուռնալիստիկայի ֆակուլտետի ռադիոհեռուստատեսային
Ժուռնալիստիկայի ամբիոնի վարիչ, Բ.գ.թ, դոցենտ

Ներածություն

Դասընթացի խնդիրներն ու նպատակները: Ռադիոն որպես զանգվածային լրատվության բաղկացուցիչ մաս: Ռադիոյի եւ ռադիոհեռարձակման մասին փաստաթղթերը: Ռադիոյի տեղն ու դերը զանգվածային լրատվամիջոցների համակարգում:

Ռադիոն եւ ՋԼՄ-ի մասին ընդունված օրենքները: Հայաստանի Հանրապետության «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» օրենքը: Ռադիոյի յուրահատկությունը եւ նրա դերը հասարակական կարծիքի ձեւավորման եւ արտահայտման գործում:

Գրականություն

1. ՀՀ «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին օրենքը», Երեւան, 2000, էջ 2-9:
2. Основы радиожурналистики, Москва, Изд-во Москв. ун-та, 1995, ст. 10-21.
3. Ружников В.Н., Так начиналось, Москва, 1987, ст. 18-32.
4. Любосветов Д.И., По законам эфира, Москва, 1997, ст. 10-22.
5. Прохоров Е.П., Введение в журналистику, Москва, 1995, ст. 21-29.
6. В диапазоне современности, под ред. Ружникова В.Н., Москва, 1985, ст. 5-20.
7. История мировой журналистики, под ред. Корнилова, Ростов-на-Дону, 2000, ст. 12-36.
8. Main H. Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland, Bonn, 1998, st. 12-18.

Ռադիոյի հիմնադրումը, զարգացման փուլերը

Ռադիոյի հիմնադրման հասարակական եւ սոցիալական, գիտական եւ տեխնիկական նախադրյալները: Եվրոպական եւ ամերիկյան գիտնականների ռադիոյի գծով առաջին աշխատանքներն ու գիտափորձերը (Մաքսվել, Հերց, Բրանլի, Լոջ, Տելա եւ այլք): Ալեքսանդր Պոպովը ռադիոգյուտի հեղինակ: 1895թ. մայիսի 7-ը որպես ռադիոյի հիմնադրման օր: Իտալացի արդյունաբերող Գ. Մարկոնիի դերը ռադիոարդյունաբերության կազմակերպման գործում: Ռադիոյի զարգացման հիմնական փուլերը: Հիմնական փուլերի առանձնահատկություններն ու յուրահատկությունները: Ռադիոգյուտի կիրառումը Առաջին հանրապետության տարիներին: Առաջին հանրապետության ռադիոկայանը (1919թ. սեպտեմբերի 25-1920թ. դեկտեմբերի 2-ը): Առաջին հանրապետության ռադիոկայանի զարգացման փուլերը:

Գրականություն

1. Քոհլեր Դ., Ռադիոհեռուստատեսայի լուրերի պատրաստման եւ մատուցման ձեռնարկ, Երեւան, 2001թ., էջ 23-34.
2. Հովսեփյան Մ., Առաջին հանրապետության ռադիոկայանը, Ժուռնալիստիկա (տեսության եւ պատմության հարցեր), Երեւանի համալսարանի հրատարակչություն, 1999, էջ 90-102.
3. Հովսեփյան Մ., Առաջին հանրապետության տեխնիկական զանգվածային լրատվամիջոցները, Ժուռնալիստիկա (տեսության եւ պատմության հարցեր), Երեւանի համալսարանի հրատարակչություն, 1999, էջ 246-251:
4. Ружников В.Н. Так начиналось, Москва, 1987, ст. 31-45.

5. История советской журналистики (Документы. Тексты. Воспоминания),
6. Москва, 1991, ст. 12-45.
7. Звучащий мир (Книга о звуковой документалистике). М., 1989, ст. 8-19.

Ռադիոհաղորդումների առանձնահատկությունները զանգվածային լրատվության միջոցների համակարգում

Ռադիոյի իրագործման ձեւերն ու արտահայտչամիջոցները՝

- ա) բանավոր խոսք,
- բ) ձայնային երանգավորում,
- գ) երաժշտական երանգավորում,
- դ) մոնտաժ:

Ռադիոյի ձեւերը, մոդելները եւ ֆորմատները: Հանրապետական եւ տեղական ռադիոհաղորդումների առանձնահատկությունները: Հասկացություն «ռադիոկայանի ֆորմատի» մասին: Օրվա հեռարձակման ցանցի կազմակերպումը: Առավոտյան, ցերեկային, երեկոյան, գիշերային հաղորդումների տեսակներն ու առանձնահատկությունները: Գովազդն ու հայտարարությունները ռադիոհաղորդումներում: Ռադիոծրագրերի բազմազանությունը որպես հանրապետական ռադիոընկերությունների ծրագրային քաղաքականության բաղկացուցիչ մաս: Ռադիոծրագրավորման զարգացման ժամանակակից միտումները:

Գրականություն

1. Հովսեփյան Մ.Ս., Հայաստանի ազգային ռադիոյի ժամանակակից փուլը, Ժողովրդավարական (տեսության եւ պատմության հարցեր), պրակ Բ, Երեւան, 2001, էջ 66-75:
2. Հովսեփյան Մ.Ս., Արտակարգ իրավիճակների դասակարգումը, Ժողովրդավարական (տեսության եւ պատմության հարցեր), պրակ Բ, Երեւան, 2001, էջ 41-49:
3. Беляев С.В., Коробицын Б.И., Радиостанции России (Государственное и независимое вещание) Москва, 1995, ст.46-59.
4. Беркли-Ален Маделин, Забытое искусство слушать. С.-П., 1997г., перевод с английского, ст. 23-38.
5. Бернштейн С.Я., Язык радио, М., 1997, ст. 8-20.
6. Основы радиожурналистики, под ред. В.Н. Ружникова, М., 1995, ст. 56-60.

Ռադիոլսարանի ուսումնասիրման առանձնահատկությունները

Հասկացություն ռադիոլսարանի մասին: Հայրենական ռադիոլսարանի ուսումնասիրման պատմական եւ ժամանակակից մոտեցումները:

Լսարանային մոտեցումներ եւ բնորոշումներ: Ռադիոլսարանի հարցման առանձնահատկությունները (անկետաներ, հետադարձ կապ, հարցումներ):

Ռադիոհաղորդումների արդյունավետությունը եւ լսարանի պահանջմունքը:

Լսարան-լրագրող փոխհարաբերությունները: Ռադիոկայանների ռեյտինգի ուսումնասիրում, ծրագրերի եւ հաղորդումների մասին լսարանային հարցումներ: Ինտերակտիվ հարցումներ: Ռադիոկայանների, ծրագրերի, հաղորդաշարերի, ռադիոլրագրողների ռեյտինգի ուսումնասիրման առանձնահատկություններն ու յուրահատկությունները:

Գրականություն

1. Քոհլեր Դ., Ռադիոհեռուստատեսային լուրերի պատրաստման եւ մատուցման ձեռնարկ, Երեւան, 2001, էջ 54-62:
2. Ֆիլիսթիլուս Է., Լրագրության 10 ոսկե պատվիրան, Ինտերմյուս, Երեւան, 2001, էջ 51-68:
3. Основы радиожурналистики, под ред. В.Н. Ружникова, М., 1995, ст. 71-85.

4. Музиря А.А., В эфире радиостанция Юность. М., 1989, ст. 45-68.
5. Музиря А.А., Искусство слышать мир. М., 1999, ст. 25-39.
6. Тхагушев И.Н., Современное радиовещание в системе средств массовой информации (Система средств массовой информации России), М., 1997, ст. 54-78.
7. Hopper R., "Deutsche Welle" Rundfunk in Massen medien in der Bundesrepublik Deutschland, Bonn, 1995, s. 14-36.

Ռադիոհաղորդումների տեսակները

Հանրային եւ մասնավոր ռադիոկայանների ծրագրային քաղաքականությունն ու ռադիոհաղորդումների տեսակները: Շարքերի, խորագրերի պարբերականությունը հասարակական-քաղաքական եւ գեղարվեստական հաղորդումներում, նրանց առանձնահատկությունները եւ նշանակությունը: Ռադիոհաղորդումների տեսակները՝ լրատվական, վերլուծական, գրական-դրամատիկական, երաժշտական: Հաղորդաշարերը եւ ծրագրերը որպես հասարակական-քաղաքական, գիտական եւ գեղագիտական թեմատիկային անդրադառնալու եւ վերլուծաբար ներկայացնելու ձեւ: Հասկացություն «ուղիղ եթերի» մասին: «ուղիղ եթերով» տրվող հաղորդումների տեսակները՝ ռադիոստուդիայից, դեպքի վայրից:

«Ուղիղ եթերի» կիրառումը ռադիոժուռնալիստիկայում: «Ուղիղ եթերի» պրոբլեմատիկական եւ թեմատիկական: «Ուղիղ եթերում» աշխատող ռադիոլրագրողի վարպետությունը եւ աշխատանքի առանձնահատկությունները:

Գրականություն

1. Քոհլեր Դ., Ռադիոհեռուստատեսային լուրերի պատրաստման եւ մատուցման ձեռնարկ, Երեւան, 2001, էջ 86-103:
2. В диапазоне современности, под ред. В.Н.Ружникова, М., 1995, ст. 4-20.
3. Ружников В.Н., Отечественное радиовещание: пути и проблемы становления (ретроспектива и современность). Автореф. дис.доктора филол. наук. М., 1992, ст. 26-56.
4. Смирнов В.В., Практическая журналистика, Ростов на Дону, 1997, ст.45-68.
5. История мировой журналистики, под ред. Е.Корнилова, Ростов на Дону, 2000, ст. 18-37.
6. Complete Reporter, The: Fundamentals of News Gatering, Writing, and editing: 7/e- 2000, s. 45-63.

Ռադիոյի ժանրային նկարագիրը

Ռադիոժանրերի սկզբավորումն ու ձեւավորումը: Այդ պրոցեսի կապը տպագիր մամուլի փորձի հետ: Ռադիոժանրերի երեք խմբերը՝ լրատվական-իրադարձային (ռադիոլուր, ռադիոռեպորտաժ, ռադիոհարցազրույց, ռադիոթղթակցություն, ռադիոէլույթ), վերլուծական (ռադիոգրույց, ռադիոմեկնաբանություն), փաստա-գեղարվեստական (ռադիոակնարկ, ռադիոֆելիետոն, ռադիոկոմպոզիցիա): Նրանց կապն ու փոխհարաբերությունը ծրագրերում եւ հաղորդաշարերում: Գիտական եւ մասնագիտական գրականության տեսություն ռադիոժուռնալիստիկայի ժանրային հիմնահարցերի մասին (տեսություն, դիտարկումներ, պրակտիկա): Ռադիոժանրերի արդյունավետ եւ նպատակային կիրառումը ժամանակակից ռադիոժուռնալիստիկայում:

Գրականություն

1. Քոհլեր Դ., Ռադիոհեռուստատեսային լուրերի պատրաստման եւ մատուցման ձեռնարկ, Երեւան, 2001, էջ 131-142:
2. Վերներ Մայեր, Լրագրային գործ, Երեւան, հատոր 1, Երեւանի մամուլի ակումբ, 2001, էջ 45-87:
3. Васильева Т. В., Публицистические жанры радиожурналистики, М., 1992,
4. Основы радиожурналистики, под ред. В.Н. Ружникова, М., 1995, ст. 41-67.

5. Ярошенко В.Н., Информационные жанры радиожурналистики, М., 1985.
6. Олейник В.П., Радиопублицистика, Киев, 1987, ст. 15-87.
7. Радиожанры. Реферативный сб. статей "Радиожурналистика" (по немецким источникам), М., 1999.

Հայաստանի հանրային ռադիոն

Հայաստանի հանրային ռադիոյի տեղն ու դերը հանրապետության զանգվածային լրատվամիջոցների համակարգում: Հայաստանի հանրային ռադիոյի հիմնադրումն ու զարգացման շրջափուլերը: Հաղորդաշարերի եւ ծրագրերի հեռարձակման առանձնահատկությունները եւ ծրագրավորումը: Հանրային ռադիոյի լրատվական եւ ծրագրային քաղաքականության առանձնահատկությունները, ժանրային նկարագիրը, թեմատիկան:

Հանրապետական ռադիոշուկայի ձեւավորման առանձնահատկություններն ու հանրային ռադիոն: Հայաստանի հանրային ռադիոյի գործակալություններն ու խմբագրությունները՝ լրատվական-վերլուծական, «Հայաստանի ձայն», երիտասարդական, մանկապատանական, մարզական, երաժշտական, քաղաքական-տնտեսական: Հանրային ռադիոյի ծրագրերը. առաջին ծրագիր՝ հասարակական-քաղաքական հաղորդումներ, երկրորդ ծրագիր՝ լրատվական-երաժշտական, երրորդ ծրագիր՝ «Ստերեո ստուդիա»: Հայաստանի հանրային ռադիոյի ժամանակակից փուլը: Հանրային ռադիոյի զարգացման ժամանակակից միտումները:

Գրականություն

1. Հովսեփյան Մ.Ս., Հայաստանի հանրային ռադիոյի ժամանակակից փուլը, Ժուռնալիստիկա (տեսության եւ պատմության հարցեր), պրակ Բ, Երեւան, 2001, էջ 66-75:
2. Հովսեփյան Մ.Ս., Հայաստանի հանրային ռադիոյի հիմնադրումը, ԳԱԱ «Լրաբեր» հանդես, դ 1-2, Երեւան, 2001, էջ 42-57:
3. Հովսեփյան Մ.Ս., Հանրապետական ռադիոշուկայի ձեւավորման ու զարգացման ժամանակակից միտումները հայաստանում, Ժուռնալիստիկա (տեսության եւ պատմության հարցեր), պրակ Գ, Երեւան, 2002, էջ 3-12:
4. Հովսեփյան Մ.Ս., Հայաստանի հանրային ռադիոյի հեղինակային ծրագրերը, Ժուռնալիստիկա (տեսության եւ պատմության հարցեր), պրակ Գ, Երեւան, 2002, էջ 40-46:
5. Հովսեփյան Մ.Ս., Հայաստանի հանրային ռադիոյի մանկապատանական հաղորդումների հիմնադրումը, TV&R հանդես դ 3-4, Երեւան, 2001, էջ 12:
6. Հովսեփյան Մ.Ս., Հայաստանի հանրային ռադիոյի երաժշտական ծրագրերը, TV&R հանդես, դ 1-2, Երեւան, 2001, էջ 7:
7. Հովսեփյան Մ.Ս., Արտերկրի համար տրվող հաղորդումների հիմնադրումը հանրային ռադիոյում, TV&R հանդես, դ 5-6, Երեւան, 2001, էջ 13:
8. Овсепян М.М. Деятельность республиканского радио в чрезвычайных ситуациях, (автореф. кандидатской диссертации, Москва, МГУ, 1991).
9. Մարության Ստ., Եթերում Երեւանն է, Երեւան, 1998, էջ 3-45:

Հայաստանի Հանրապետության մասնավոր ռադիոկայանները

Հայաստանի մասնավոր ռադիոկայանների հիմնադրումն ու զարգացումը: Մասնավոր ռադիոկայանների ծրագրային եւ լրատվական քաղաքականությունը: «ՈՒդիլ եթերը»՝ մասնավոր ռադիոկայանների ծրագրերի պատրաստման բաղկացուցիչ մաս: Ռադիոհաղորդումների ուղղվածությունն ու լսարանը: Ինտերակտիվ հարցումներ: Երաժշտական-լրատվական մասնավոր ռադիոկայանների առանձնահատկությունները (Հայ FM 105.5, Ռադիո Հայ 104.1, «Արձագանք» ստուդիա, Ռադիո Բուրգ+, Ռադիո Վան, Ռադիո Տոսպա, Ինպուլս+, Ռադիո Շանթ, Ինտերկապ - Վանաձոր): Մասնավոր ռադիոկայանների թեմատիկ եւ ժանրային առանձնահատկությունները: Մայրաքաղաքային եւ մարզային ռադիոկայաններ: Գովազդը մասնավոր ռադիոկայաններում:

Գրականություն

1. Հովսեփյան Մ.Ս., Ռադիոշուկայի ձեւավորման եւ զարգացման ժամանակակից միտումները Հայաստանում, Ժուռնալիստիկա (տեսության եւ պատմության հարցեր), պրակ Գ, Երեւան, 2002, էջ 3-12:
2. Իսկանդարյան Ա.Յ., Ժողովրդավարացման փուլը եւ Հայաստանի հեռուստառադիոլորտներում տեղի ունեցող գործընթացները, Ժուռնալիստիկա (տեսության եւ պատմության հարցեր), պրակ Ա, Երեւան, 1999, էջ 121-134:
3. Իսկանդարյան Ա. Յ., Մասնավոր հեռուստառադիոլորտներում առկա ինտեգրացիոն գործընթացները, Ժուռնալիստիկա (տեսության եւ պատմության հարցեր), պրակ Բ, Երեւան, 2001, էջ 75-84:

Միջազգային ռադիոկայաններ

Միջազգային ռադիոկայանների հիմնադրման ու զարգացման առանձնահատկություններն ու օրինաչափությունները: Նրանց ազդեցությունը համաշխարհային եւ տարածաշրջանային հիմնահարցերի լուծման ժամանակ: Միջազգային ռադիոկայանների հայերեն հաղորդումները: Լսարանի ընդգրկման եւ զարգացման առանձնահատկությունները միջազգային ռադիոկայաններում: Միջազգային ռադիոկայանների ժանրային նկարագիրը: Միջազգային ռադիոկայանների թեմատիկան եւ գաղափարական ուղղվածությունը: Գովազդը միջազգային ռադիոկայաններում: Միջազգային ռադիոկայանների ժամանակակից փուլը («Ամերիկայի ձայն», «Ռադիո Մոսկվա», «ԲԻ-ԲԻ-ՍԻ», «Գերմանական ալիք», «Ռադիո Ֆրանս», «Իտալական ռադիո», «Ճապոնական ռադիո») Միջազգային ռադիոկայանների զարգացման ժամանակակից միտումները:

Գրականություն

1. Քոհլեր Դ., Ռադիոհեռուստատեսային լուրերի պատրաստման եւ մատուցման ձեռնարկ, Երեւան, 2001, էջ 86-93:
2. Mein H., "Deutsche Welle" Rundfunk, Bonn, 1994, s. 13-46.
3. Беляев С.В., Коробицын В.И. Радиостанции России (Государственное и независимое вещание). М., 1995, ст. 12-35.
4. История мировой журналистики под ред. С. Корнилова, Ростов на Дону, 2000, ст. 35-43.
5. Голядкин Н.А., Зарубежное иновещание. Учебная программа. М., 1999, ст.12-89.
6. Основы радиожурналистики под ред. В.Н.Ружникова, М., МГУ, 1994. ст. 154-193.

Ռադիոյի զարգացման ժամանակակից միտումները

Ռադիոշուկայի ձեւավորման եւ զարգացման ժամանակակից միտումները Հայաստանում: Ժողովրդավարացման փուլը եւ Հայաստանի հեռուստառադիոլորտում տեղի ունեցող գործընթացները: Մասնավոր հեռուստառադիոլորտում առկա ինտեգրացիոն գործընթացները:

Գրականություն

1. Հովսեփյան Մ.Ս., Ռադիոշուկայի ձեւավորման եւ զարգացման ժամանակակից միտումները հայաստանում, Ժուռնալիստիկա (տեսության եւ պատմության հարցեր), պրակ Գ, Երեւան, 2002, էջ 3-12:
2. Իսկանդարյան Ա.Յ., Ժողովրդավարացման փուլը եւ Հայաստանի հեռուստառադիոլորտներում տեղի ունեցող գործընթացները,

- Ժուռնալիստիկա (տեսության եւ պատմության հարցեր),
պրակ Ա, Երեւան, 1999, էջ 121-134:
3. Իսկանդարյան Ա.Յ., Մասնավոր հեռուստառադիոլորտներում առկա
ինտեգրացիոն գործընթացները, Ժուռնալիստիկա
(տեսության եւ պատմության հարցեր), պրակ Բ, Երեւան, 2001, էջ 75-84:
4. Հեռուստատեսություն եւ ռադիո (Լրագրություն եւ ստեղծագործական
մենեջմենթ), Երեւան, 2000, էջ 15-36:

ՆՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԼՐԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ

Պատրաստվել է Երեւանի մամուլի ակումբում

Այս ծրագրի նպատակը ուսանողներին նորությունների լրագրության, տեղեկություններ հավաքելու սկզբունքի, տեղեկատվության աղբյուրների, նյութերի կառուցման սկզբունքների եւ նյութի խմբագրման, նորությունների ժանրերի, տեղեկատվական տարածության, զանգվածային լրատվամիջոցների իրավական կարգավորման, լրագրողական տեքստի տեղեկատվական - լրատվական բնույթի, զանգվածային լրատվամիջոցների տեխնիկայի եւ տեխնոլոգիայի վերաբերյալ գիտելիքներ տալն է:

Դասընթացն ավարտելուց հետո սովորողները պետք է պատկերացում կազմեն հետեւյալ թեմաների մասին

- Նորությունների ժանրեր
- Տեղեկատվության աղբյուրներ
- Նորությունների ժանրերի խմբագրում
- Տեղեկատվության ազատություն
- Տեղեկատվական տարածություն
- Տեղեկատվական շուկա
- Տեղեկատվության իրավունք
- Զանգվածային լրատվության միջոցների տեխնիկա եւ տեխնոլոգիա

I. Նորությունների ժանրեր

1. Ժանր հասկացությունը ժուռնալիստիկայում: Նրա առանձնահատկությունը՝ ըստ առարկայական-գործառնական մոտեցման, լրագրողական տեքստի տեղեկատվական – լրատվական (լրատվական-նորությամբ) բնույթի: Լրատվական եւ վերլուծական ժանրերը ժուռնալիստիկայում: Ժանրի զարգացման առանձնահատկությունները՝ կապված հասարակության քաղաքական, տնտեսական, գիտատեխնիկական զարգացման հետ: Ժանրերի հիմնական խմբերը, նրանց նմանություններն ու տարբերությունները:

2. Ինչ են նորությունները: Նորությունների դասակարգումը. օրացուցային, ուղղակի եւ կազմակերպված: Նորության արժեքը. ընթերցողին մոտ լինելը, թեմայի (ինչ-որ մեկի կամ ինչ-որ բանի) հանրահայտությունը, ընթերցողների շահերի վրա ազդեցությունը, ընդգրկումը (կարեւորությունը, կշիռը, նշանակալիությունը), կոնֆլիկտը, անսովորականությունը (իրադարձությունների զարգացման անկանխատեսելիությունը կամ անկանոնությունը), անձնավորումը: Ընթերցողության գործակից: Խորագիր, վերնագիր, լիդ, կառույց: Մարկ Ֆաբիա Քվենտիլիանի ձեւակերպած՝ Ո՞վ եւ Ի՞նչ, Ե՞րբ եւ Որտե՞ղ, Ինչպե՞ս եւ Ինչո՞ւ վեց հարցն իբրեւ նորությունների պատրաստման հիմք: Նորությունների նյութերի կառուցման սկզբունքները:

3. Լրատվական ժանրերը եւ նրանց միավորող բաղկացուցիչները՝ թարմություն, հրատապություն, փաստ, օպերատիվ հաղորդում: «Կոշտ» եւ «փափուկ» նորություններ: Իմաստը եւ տարբերությունները: Լրատվական ժանրերի դասակարգումը.

ա) **Խրոնիկա** (նորություն): Խրոնիկան իբրեւ տեղեկատվական առիթ: Խրոնիկան իբրեւ հաղորդումը մատուցելու կարճաժամ ձեւ: Խրոնիկան միաժամանակ իբրեւ վերնագիր հանդիսացող մեկ նախադասությամբ որպես նորություն ներկայացնելու ավանդույթ: Հեռուստատեսությամբ խրոնիկան մատուցելու առանձնահատկությունը: Ռադիոյով խրոնիկան մատուցելու առանձնահատկությունը: Ցանցային ՋԼՄ-ներով խրոնիկան մատուցելու առանձնահատկությունը:

բ) **Լրատվական հոդված** (լուր): Նախնական լրատվական ժանր: Ավանդաբար կիրառվող ծավալը: «Շրջված բուրգի» սկզբունքը: Հոդվածների մատուցման առանձնահատկությունները (վերնագրի առկայություն կամ բացակայություն, լուրերի ընտրողական մատուցում): Լրատվական հոդվածների ոճական ա-

առանձնահատկությունները (գնահատումից զերծ շարադրանք, փաստերի ծայրահեղ անաչառ եւ տեղեկատվական շարադրում): Լրատվական հոդվածի անանությունը: Լրատվական հոդվածի ավանդական կառուցվածքը՝ անմիջական տեղեկատվական առիթից ընդարձակում դեպի ժամանակի, տեղի եւ այլ հանգամանքների կոնկրետացում:

Լիդն իբրեւ ընթերցողի հետաքրքրությունը շարժելու միջոց: «Կոշտ» եւ «փափուկ» նորությունների մատուցման լիդերի տեսակները:

- «Մեկ տարրի» լիդ՝ լուրի մեկ ուժեղ տարրի առանձնացում:
- Լիդ - ընդհանրացում՝ լուրի մեջ առկա միանգամից մի քանի կարեւոր տարրերի առանձնացում:
- Լիդ - նույնականացում (իդենտիֆիկացիա)՝ նշանավոր անձի մասնակցություն իրադարձությանը:
- Լիդ - մեկնաբանություն՝ լուրի մեջ առկա է լրագրողի հընթացս մեկնաբանությունը:
- Լիդ - պատմություն՝ լուրը մատուցվում է իրադարձությունների համառոտ ժամանակագրությամբ:
- Լիդ - մեջքերում՝ լուրը սկսվում է մեջքերմամբ:
- Լիդ - հակադրություն՝ առաջին պարբերության մեջ բախվում են տարբեր, հակադիր հանգամանքներ եւ փաստեր:
- Խաղարկային լիդ՝ լուրը սկսվում է կատակով, բառախաղով, նորության իմաստի խաղարկումով:
- Հասցեագրված լիդ՝ հաղորդումը սկսվում է լսարանին, լուրի կոնկրետ հասցեատերերին դիմումով:
- Հարց - լիդ՝ լուրը սկսվում է հարցով: Այս լիդն օգտագործվում է: բացառապես «փափուկ» լուրերում:

Լիդի այլ տեսակներ: Խառը լիդ: Հեռուստատեսային լուրի առանձնահատկությունները: Ռադիոյի լուրի առանձնահատկությունները: Ցանցային ՁԼՄ-ներում լուրի առանձնահատկությունները: Այս ժանրն օգտագործելու տիպական սխալները:

գ) Ընդարձակ լուր: Լրատվական հոդվածի հետ ոճական նմանությունը: Կառուցվածքային տարբերությունները: Մեծ ծավալ, վերնագրի եւ ենթավերնագրի հնարավորություն, շարադրանքում տեղեկանքների եւ բնութագրերի, ելույթների եւ վերջաբանի առկայություն: Հեղինակային ակտիվ ոճական տարրերի բացակայության պայմաններում հեղինակի ստորագրության առկայություն: Ժանրի առանձնահատկությունները հեռուստատեսությունում: Ժանրի առանձնահատկությունները ռադիոյում: Ժանրի առանձնահատկությունները ցանցային ՁԼՄ-ներում: Այս ժանրն օգտագործելիս առավել տիպական սխալները:

դ) Հարցազրույց: Անգլերեն interview - զրույց բառի նշանակությունը: Հարցազրույց՝ հարց ու պատասխանով: Հարցազրույց - զրույց՝ լրագրողական դիրքորոշման տարրերով: Հարցազրույցն իբրեւ լրագրողական տեղեկությունների հավաքման մեթոդ. Հարցազրույցին բնորոշ ժանրային առանձնահատկությունները: Նախապատրաստություն հարցազրույցի: Հարցազրույցի տեսակները:

- Հարցազրույց - երկխոսություն: Հարցազրույց, որը կառուցված է հարց – պատասխան սխեմայով: Սա հարցազրույցի առավել տարածված ձևն է:
- Հարցազրույց-հաղորդագրություն: Զրույցի առավել էական կողմերի, որպես կանոն՝ համառոտ, շարադրում:
- Հարցազրույց-մենախոսություն: Հարցազրույց, որի շարադրանքում բացակայում է լրագրողի հարցը, եւ առկա է միայն հարցազրույց տվողի խոսքը:
- Խմբային հարցազրույց: Հարցազրույց, որում միեւնույն հարցին կամ հարցերին պատասխանում են մի քանի հոգի:
- Չանգվածային հարցազրույց: Հարցազրույց, երբ հարցվողին միանգամից մի քանի լրագրողներ են հարց տալիս: Նման հարցազրույցների առավել բնորոշ ձևերը ճեպազրույցները (բրիֆինգները) եւ մամուլի ասուլիսներն են: Չանգվածային հարցազրույցի նոր տեսակ է այսպես կոչված «թեժ գիծը» (կամ «ուղիղ հեռախոսակապը»), որի ժամանակ հարցեր են տալիս բազմաթիվ, հիմնականում՝ ոչ պրոֆեսիոնալ, մարդիկ:
- Հարցազրույց-անկետա: Խմբային հարցազրույցի մի տեսակ, երբ հարցվողներն անանում են կամ պայմանականորեն են հիշատակված:

- Հարցազրույց-կարծիք: Իրադարձության, փաստի, խնդրի մեկնաբանություն:
- Հարցազրույց-ուրվանկար: Հարցերից բացի շարադրանքում ներկայացվում են նաեւ լրացուցիչ տարրեր. կենսագրություն, գործողության հանգամանքները, տեղը, տեղեկանքներ եւ մեկնաբանություններ:

Ժանրի առանձնահատկությունները հեռուստատեսությունում: Ժանրի առանձնահատկությունները ռադիոյում: Ժանրի առանձնահատկությունները ցանցային ՁԼՄ-ներում: Տեղեկատվական ցանցերի նոր տեխնիկական կարողություններն իբրեւ հարցազրույցի ժանրի զարգացման նոր հնարավորություն:

ե) Հաշվետվություն: Լրատվական ժանր, որը ենթադրում է ինչ-որ դեպքերի, միջոցառումների խիստ, հստակ եւ հետեւողական շարադրում: Հաշվետվության ծավալի կամայականությունը: Հաշվետվության տարատեսակները.

- Ընդհանուր հաշվետվություն: Դեպքերի, միջոցառումների ամբողջական հետեւողական լուսաբանում:
- Թեմատիկ հաշվետվություն: Դեպքերի, միջոցառումների ընտրողական-թեմատիկ լուսաբանում:
- Վերլուծական հաշվետվություն: Դեպքերի, միջոցառումների անաչառ լուսաբանում՝ հեղինակային գնահատականով, մեկնաբանություններով, կարծիքներով:

զ) Տեսություն: Լրատվական ժանր, որը ենթադրում է որոշակի ժամանակահատվածում եւ թեմատիկայով կամ այլ սկզբունքով միավորված, մի խումբ փաստերի կամ դեպքերի մասին հաղորդում:

է) Ռեպորտաժ: Ռեպորտաժն իբրեւ տպագիր կամ էլեկտրոնային ՁԼՄ-ների համար լրատվական նյութեր հավաքելու եւ մատուցելու միջոց: Ռեպորտաժն իբրեւ տեղի ունեցող իրադարձությունը, միջոցառումն օպերատիվ ներկայացնող լրատվական ժանր: Ռեպորտաժն ներկայացվող պահանջները. ներկա լինելու, հավաստիության, արդյունավետության տպավորություն: Ռեպորտաժի հեղինակը միշտ իրադարձության մասնակից է կամ ականատես:

ը) Ուղեգրություններ եւ ուրվանկարներ: Ուղեգրություններն ու ուրվանկարներն իբրեւ ճամփորդությունների եւ այցելությունների յուրահատուկ հաշվետվություն:

II. Տեղեկատվության աղբյուրներն ու նրանց առանձնահատկությունները

Տեղեկություններ հավաքելու մեթոդները

1. Ինչ է տեղեկատվություն աղբյուրը: Աղբյուրների բաժանումը բացահայտի եւ գաղտնիի (խորհրդապահական, կոնֆիդենցիալ), հիմնականի եւ երկրորդականի: Լրագրողական գործունեությունը տեղեկատվությամբ ապահովելու հետեւողականությունն ու էությունը: Տեղեկատվության աղբյուրներ ձեռք բերելու մեթոդիկան: Տեղեկատվության մատչելիության հիմնական խնդիրները: Տեղեկատվության բացահայտ աղբյուրների օգտագործումը ոչ մատչելի տեղեկություններ ստանալու համար: Վստահելի եւ ոչ վստահելի աղբյուրները տարբերակելու անհրաժեշտությունն ու կարողությունը: Ինչպես օգտվել բացահայտ աղբյուրներից ստացված տեղեկություններից: Որոշ բացահայտ աղբյուրներից տեղեկություններ ստանալու բարդություններն ու առանձնահատկությունները: Տարբեր բացահայտ աղբյուրների հետ աշխատելու նմանություններն ու տարբերությունները:

2. Տեղեկատվության բացահայտ աղբյուրների բնութագիրը եւ դասակարգումը

ա) Ձանգվածային լրատվության միջոցներ. թերթեր եւ հաղեսներ, տեղեկագրեր, նորությունների թուղարկումներ, ռադիո, հեռուստատեսություն, լրատվական գործակալությունների հաղորդումներ:

բ) Արխիվներ, գրադարաններ:

գ) Սոցիոլոգիական հետազոտությունների, հարցումների, դիտարկումների տվյալներ:

դ) Համաշխարհային ցանցեր: Ֆիդոնետ: Ինտերնետ: Ձանգվածային լրատվության ցանցային միջոցներ: «PUSH» - ալիքներ (շարժական տողերով ալիքներ): Ինտերնետի որոնման համակարգեր: Տվյալների էլեկտրոնային բազաներ եւ կատալոգներ:

ե) Վիճակագրական տվյալներ:

զ) Նախարարությունների եւ գերատեսչությունների, քաղաքային եւ շրջանային վարչակազմների, օրենսդիր մարմինների տեղեկատվական ծառայություններ եւ նրանց մամուլ թողարկումներ:

է) Մամուլի ասուլիսներ եւ ճեպագրույցներ, պաշտոնական զեկուցագրեր:

ը) Քաղաքական, հասարակական գործիչներ, գործընկերներ:

թ) Հասարակական կազմակերպություններ եւ խմբեր:

ժ) Միջազգային կազմակերպություններ:

ժա) Գիտահետազոտական կազմակերպություններ:

ժբ) Բացառիկ աղբյուրներ:

3. Գաղտնի (խորհրդապահական, կոնֆիդենցիալ) աղբյուրների բնութագիրը: Տեղեկություններ տալու՝ գաղտնի աղբյուրների հիմնական շարժառիթները (դրդապատճառները): Գաղտնի աղբյուրների դասակարգումը եւ նրանց տրամադրած տեղեկություններն օգտագործելու (դրանց վստահելու) հնարավորությունը՝ կախված դրդապատճառներից: Գաղտնի տեղեկությունների աղբյուրներ ձեռք բերելու մեթոդները, նման աղբյուրների հետ կարճաժամկետ կամ երկարատեւ համագործակցությունը:

4. Փորձագետների մեկնաբանություններն իբրեւ գաղտնի աղբյուրներից ստացված տեղեկությունները ստուգելու, դրանք հաստատելու կամ մերժելու ձեւ: Կասկածելի աղբյուրներ. ինչպես տարբերել դրանք: Անանուն աղբյուրներ: Վճարովի աղբյուրներ: Զպարզված կամ չափազանց ակնհայտ դրդապատճառներ: Ուն է անհրաժեշտ տեղեկատվության արտահոսքը: Ուրիշ (այլընտրանքային) աղբյուրներից տեղեկություններն ուղղակի կամ անուղղակի հաստատելու անհրաժեշտությունը:

5. Լրագրողական տեղեկատվությանը ներկայացվող երեք հիմնական պահանջները. իսկություն (օրինակություն), մատչելիություն (վերծանելիություն) եւ տեղին լինելը:

6. Տեղեկություններ հավաքելու մեթոդները

- Հարցումներ (հարցագրույցների անցկացում, անկետավորում)
- Դիտարկումներ (բացահայտ եւ գաղտնի)
- Փաստաթղթերի ուսումնասիրություն

7. Տեղեկատվության մշակման խնդիրները: Տեղեկությունների մշակման եւ պահպանման մեթոդները: Արխիվների, գործերի, տվյալների էլեկտրոնային բազաների, կատալոգների եւ ռեսսուրսների ստեղծում: Տեղեկատվության դասակարգում եւ համակարգում: Փաստաթղթերի վերլուծություն եւ դասակարգում:

Փաստաթղթերի տեսակները.

ա) Ըստ տեղեկատվության արձանագրման (ձեռագրեր, տպագիր փաստաթղթեր, կինո եւ ֆոտո ժապավեններ, մագնիսական եւ լազերային կրիչներ, այլ տիպի արձանագրված փաստաթղթեր):

բ) Ըստ հեղինակների տեսակի (հասարակական կամ անձնական):

գ) Ըստ փաստաթղթի կարգավիճակի (պաշտոնական եւ ոչ պաշտոնական):

դ) Ըստ փաստաթղթի ստացման եղանակի՝ ինքնին գործող կամ նպատակային (պատվերով) ստացված փաստաթղթեր:

III. Լուրերի խմբագրումը

1. Ինչ է նշանակում խմբագրել լուրը: Խմբագիր - editor եւ խմբագիր - copy reader: Լուրերի եւ կարծիքների տարբերությունը: Լուրերի (տեղեկատվության) եւ կարծիքների մատուցման տեղը եւ մեթոդները: «Մի վնասիր» սկզբունքը: Անհրաժեշտի եւ բավարարի հաշվեկշիռը: Լուրը պատրաստելիս ընթերցողի հոգեբանությունը հաշվի առնելը: Տեղական լուրն իբրեւ մնացած տեղեկատվությանն ու ընդհանրապես լրատվամիջոցին վստահելու հիմք:

2. Խմբագրման տեխնոլոգիան: Ուղղագրության, տերմինաբանության, դարձվածների միասնականություն: Թվերի եւ փաստերի ճշտում: Կրճատման տեսակները: Դայքեստ եւ վերաշարադրանք: «Ոճի գիրք» հասկացությունը: Քաղվածք հասկացությունը եւ խմբագրումը: Շարունակելի լրատվություն: Նոր լիդ, լրացում, ներդիր:

IV. Տեղեկատվության ազատություն

1.Տեղեկատվության մատչելիություն: Տեղեկատվություն փնտրելու, ստանալու, պահպանելու եւ տարածելու ազատություն: Մամուլի համար տեղեկատվության մատչելիությունը: Լրագրողների իրավունքներն ու պարտականությունները: Լրագրողների՝ տեղեկություններ հավաքելու առանձնահատկությունները եւ հասարակության առջեւ պատասխանատվությունը: Գաղտնի (խորհրդապահական, կոնֆիդենցիալ) աղբյուրները չբացահայտելու՝ լրագրողների իրավունքն ու պարտականությունը: Հասարակությանը կամ անհատին սպառնացող ակնհայտ վտանգն իբրեւ տեղեկատվության գաղտնի աղբյուրը բացահայտելու միակ պայման: Տեղեկություններ տրամադրելու կարգը. տեսություն եւ պրակտիկա: Պետական մարմիններում, կազմակերպություններում եւ հիմնարկներում հավատարմագրման եւ հավատարմագրումից զրկելու կարգը: ՀՀ պետական տեղեկատվական ռեսուրսների մատչելիության սկզբունքը:

2.Տեղեկատվության մատչելիության սահմանափակումները: Պետական գաղտնիք. տեղեկություններ, որոնք ենթադատ են պետական գաղտնիքի մասին օրենսդրությանը: Ծառայողական գաղտնիք. օրենքով կարգավորվող տեղեկություններ՝ հետաքննական մարմինների, ազգային անվտանգության, ներքին գործերի ծառայությունների, բնապահպան մարմինների գործունեության վերաբերյալ: Առևտրային գաղտնիք. օրենքով կարգավորվող գաղտնիքներ՝ տնտեսվարող սուբյեկտների գործունեության մասին: Բժշկական գաղտնիք (կոնկրետ անձի առողջության մասին տեղեկություններ), այլ գաղտնիքներ, որոնք կարգավորվում են օրենքով: Ձանգվածային լրատվության ազատության չարաշահումներ: Լրագրողների գործունեության սահմանափակումներ՝ ազգային շահերի նկատառումներով: Լրագրողների գործունեության սահմանափակումներ՝ զինված ընդհարումների եւ արտակարգ դրության ժամանակ: Սահմանադրական կարգը բռնի փոխելու, երկրի տարածքային ամբողջականությունը խախտելու, ազգային, դասակարգային, սոցիալական կամ կրոնական անհանդուրժողականության կոչերի, պատերազմ քարոզելու համար ՁԼՄ-ներն օգտագործելու արգելքը:

3.Լրագրողների օրինական մասնագիտական գործունեությանը խոչընդոտելն ու լրագրողների իրավունքների այլ խախտումներ: Տեղեկատվություն տրամադրելու մերժման կամ տրամադրումը հետաձգելու կարգն ու դրա բողոքարկման հնարավորությունները:

V. Տեղեկատվական տարածություն

1.Տեղեկատվական տարածություն հասկացությունը: Տեղեկատվության ընդգրկման տարածք: Տեղեկատվության տարածման երաշխավորված իրավական ապահովում: Տեղեկատվության տարածման տեխնոլոգիական հնարավորությունները: Ազգային եւ միջազգային տեղեկատվական տարածություն: Պետական տեղեկատվական քաղաքականությունն իբրեւ տեղեկատվական ռեսուրսների գործառնությունը կարգավորող սկզբունքների եւ նորմերի համալիր: Տեղեկատվության տարածման հնարավորությունների սահմանափակումներ: ՀՀ օրենսդրության վերլուծությունը՝ ներպատկական տեղեկատվական տարածքում տեղեկատվության տարածման սահմանափակումների առումով:

2.Զարգացած ժողովրդավարական երկրների օրենսդրությունների համեմատական վերլուծությունը: ԱՊՀ երկրներում տեղեկատվության միջպետական տարածումը: Միջպետական եւ տարածաշրջանային պայմանագրերի եւ համաձայնագրերի պրակտիկան: Այս բնագավառում առավել հաճախ հանդիպող հիմնախնդիրները:

V. Լրատվական շուկա

1.Լրատվական շուկա հասկացությունը: Լրատվությունն իբրեւ սպառողական շուկայի ապրանք: Լրատվական ապրանքների եւ ծառայությունների շուկայի երեք բաղկացուցիչները. տեղեկատվության եւ գովազդի շուկա, զանգվածային լրատվամիջոցների եւ տարածողների շուկա, տեղեկատվությունը սպառողների շուկա:

2.ԶԼՄ-ների համակարգ հասկացությունը: Տպագիր լրատվամիջոցների, հեռուստատեսության, ռադիոյի եւ ցանցային ԶԼՄ-ների գործունեության առանձնահատկությունները տեղեկատվական շուկայում: Տպագիր լրատվամիջոցներ. թերթեր, հանդեսներ: Հեռուստատեսություն եւ ռադիո: Լրատվական գործակալություններ: Ցանցային ԶԼՄ-ներ: Համակենտրոնացման պայմաններում լրատվական ձեռնարկությունների կազմակերպման ձևերը. հրատարակչական տներ, խմբեր. կոնցեռններ, հոլդինգներ:

3. ԶԼՄ-ների մենեջմենթ (լրատվական մենեջմենթ) հասկացությունը: Լրատվական մենեջմենթի երկու գլխավոր կողմերը՝ իրավական եւ տնտեսական:

4. Լրատվական շուկային հարակից՝ ռեսուրսների շուկա հասկացությունը: Ռեսուրսների շուկայի բաղկացուցիչները. ֆինանսական շուկա, տեխնիկայի եւ նյութերի շուկա, հրատարակչական շուկա եւ աշխատանքի շուկա:

VI. Տեղեկատվական իրավունք, լրագրության իրավական հիմունքները

1. Տեղեկատվությունն իբրեւ իրավահարաբերությունների օբյեկտ: ԶԼՄ-ների մասին Հայաստանի արդի օրենսդրության համակարգը: ՀՀ սահմանադրության՝ տեղեկատվական ոլորտին վերաբերող օրենքներն իբրեւ ժամանակակից օրենսդրության հիմք: «Մամուլի եւ զանգվածային լրատվության մյուս միջոցների մասին» ՀՀ օրենքը: «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքը: «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքը: Այդ օրենքների առավելություններն ու թերությունները: Զարգացած ժողովրդավարական երկրների եւ ԱՊՀ անդամ երկրների համապատասխան օրենքների համեմատական վերլուծություն:

2. Հարակից օրենքներ եւ օրինագծեր: «Հեղինակային եւ հարակից իրավունքների մասին» ՀՀ օրենքը: «Տեղեկատվության մատչելիության մասին» ՀՀ օրենքի նախագիծը: Զարգացած ժողովրդավարական երկրների համապատասխան օրենքների օրինակներ:

3. Նոր ցանցային ԶԼՄ-ների գործունեության իրավական կարգավորման հայեցակարգը: Կոնվերգենցիայի՝ հեռարձակման, հեռահաղորդակցության եւ համակարգչային տեղեկատվական տեխնոլոգիաների միաձուլման պայմաններում կարգավորման խնդիրները: Համաշխարհային տեղեկատվական ցանցերի եւ ցանցային ԶԼՄ-ների անդրազգային բնույթի պայմաններում իրավական կարգավորման եւ ազգային իրավադատության հիմնախնդիրները:

4. ՀՀ քաղաքացիական եւ քրեական օրենսգրքերը: Զրպարտության համար պատիժները: Մարդուն վարկաբեկող տեղեկությունների տարածման համար ԶԼՄ-ների եւ լրագրողների պատասխանատվության իրավական կարգավորման հիմնախնդիրները: Պատվի, արժանապատվության եւ գործարար հեղինակության պաշտպանություն: Պատասխանի եւ հերքման իրավունք: Վարկաբեկման դեպքում հասարակական գործիչների իրավունքների առանձնահատկությունը: Անձնական կյանքին միջամտելու հնարավորության գերակայությունը՝ եթե հարցը վերաբերում է հասարակությանը կամ կոնկրետ անձին սպառնացող վտանգին:

VII. Զանգվածային լրատվամիջոցների տեխնիկա եւ տեխնոլոգիա

1. Ծանոթություն ժամանակակից էլեկտրոնային խմբագրական-հրատարակչական տեխնոլոգիաներին: Ծանոթություն փաստաթղթերի եւ լուսանկարների խմբագրական արխիվների եւ տվյալների էլեկտրոնային բազաների կազմակերպմանը: Ծանոթություն ձեւավորման տարրերին եւ համակարգերին, թերթերի եւ հանդեսների մակետավորմանը: Հրատարակության էջադրում եւ տպագրություն: Թերթերի եւ հանդեսների դիզայն: Ծանոթագրություն պոլիգրաֆիական տեխնիկային եւ տեխնոլոգիաներին:

2. Ծանոթություն հեռուստատեսության եւ ռադիոյի տեխնիկական հիմունքներին, հեռուստատեսության չափանիշներին եւ հեռարձակման հաճախականությունների բաշխմանը, ռադիոյի եւ գունավոր հեռուստատեսության հեռարձակման ժամանակակից համակարգերին, հեռուստառադիոժրագրերի պատրաստմանը, հեռուստատեսային կենտրոնների, հեռուստատեսային շարժական կայանների եւ ռադիոստուդիաների սարքավորումներին:

Գրականություն

Ա. Հայերեն

1. «Քաղաքական պայքարը եւ լրագրողի մասնագիտական բարոյականությունը» (Եթիկական կանոնագրերի ժողովածու), ԵՄԱ, Երեւան - 2000:
2. Էրիկ Ֆիլսթեյնուս «Լրագրության 10 ոսկե պատվիրան», «Ինտերնյուս», Երեւան - 2001:
3. Վերներ Մայեր, «Լրագրային գործ» (հտ. 1, 2), ԵՄԱ, Երեւան - 2001:
4. «Հեռուստատեսություն եւ ռադիո. լրագրություն եւ ստեղծագործական մենեջմենթ», ԵՄԱ, Երեւան - 2000:
5. Դեյվիդ Քեյթ Քոհլեր, «Ռադիոհեռուստատեսային ժուռնալիստիկա». Ռադիոհեռուստատեսային լուրերի պատրաստման եւ մատուցման ձեռնարկ, ԵՊՀ հրատարակչություն, Երեւան - 2001:

Բ. Ռուսերեն

1. Абдеев Р.Ф. Философия информационной цивилизации. М., 1994.
2. Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. М., 1991.
3. Аграновский А.А. Своего дела мастер: заметки писателя. М., 1980.
4. Аграновский В.А. Ради единого слова. М., 1978
5. Антонов В.И. Информационные жанры газетной публицистики. Саранск, 1996.
6. Барашев П. Свидетельствует репортер. М., 1985.
7. Барыкин К.К. Пишу, печатаю, диктую...: Рассказы о журналистском инструментарии . История. Техника применения. Разбор практики. Советы. М., 1979.
8. Беспалова А.Г. и др. История мировой журналистики. Ростов-на-Дону, 2000.
9. Блюменау Д.И. Информация и информационный сервис. М., 1990
10. Бородянский Э.И. Логика суждений. Учебное пособие. М., 1991.
11. Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио и телевидения. М., 1990.
12. Братко А., Кочергин А. Информация и психика. Новосибирск, 1977.
13. Бухарцев Р.Г. Творческий потенциал журналиста. М., 1985.
14. Бухарцев Р.Г. Психологические особенности журналистского творчества. Свердловск, 1976.
15. Ваксберг А.И. Царица доказательств// Литературная газета. 27 марта 1987.
16. Ваксберг А. Нераскрытые тайны. М., 1993.
17. Вальраф Г. Нежелательные репортажи. М., 1982.
18. Вальраф Г. Репортер обвиняет. М., 1988.
19. Вачнадзе Г.Н. Всемирное телевидение. Новые средства информации - их аудитория, техника, бизнес, поэтика. Тбилиси, 1989.
20. Воинов А.Е. «Клевета: способы защиты» // «ЗиП», №9-10, 1998.
21. Ворошилов В.В. Исследование и расследование в журналистике.// Социология журналистики: Очерки методологии и практики: Пособие для студентов вузов по специальности «Журналистика». М., 1998.
22. Ворошилов В.В. Конфликт в журналистском отражении: Учебное пособие. СПб, 1993.
23. Ворошилов В.В. Журналиста вызывают в суд.//Журналистика и общество. СПб., 1993.
24. Воскобойников Я.С. Юрьев В.К. Журналист и информация. М., 1993.
25. Вус М.А., Гусев В.С. Безопасность, информация, защита информации. Информационная безопасность.// Журналистика - XX век: эволюция и проблемы. Тезисы международной научно-практической конференции 24–25 апреля 1996 г. - СПб, 1996.
26. Вус М.А. Неприкосновенность частной жизни и бизнеса. Информационно-правовой аспект. // Безопасность личности и бизнеса. Справочник. СПб., 1998.

27. Гаймакова Б.Н., Сенкевич М.П., Макарова С.К., Мастерство эфирного выступления. М., 1993.
28. Глисков А.А. «Тайна частной жизни и общественный интерес» // «ЗиП» 7-8 (1998).
29. Герасименко В.А. Основы информационной грамоты. М., 1996.
30. Герасименко В.А. Безопасность информации. 1,2 М., 1993.
31. Горохов В.М. Закономерности публицистического творчества. М., 1975.
32. Горохов В.М. Основы журналистского мастерства. М., 1989.
33. Грабельников А.А. Работа журналиста в прессе. М., 2001.
34. Гуревич С.М. Газета и рынок: Как добиться успеха. М., 1998.
35. Гуревич С.М. Основы научной организации журналистского труда. М., 1998.
36. Гуревич С.М. Разделение и кооперирование труда в редакционных журналистских коллективах. М., 1984.
37. Дзялошинский И.М. Творческая индивидуальность в журналистике. М., 1985.
38. Дзялошинский И.М. Журналист в посттоталитарную эпоху. М., 1996.
39. «Доступ в зал суда: права и обязанности журналистов». Комментарии Центра право и СМИ // «ЗиП», 3 (1998).
40. Доценко Е.Л. Психология манипуляций. Феномены, механизмы, защита. М., 1996.
41. Журналист в поисках информации. М., 1997.
42. Законодательство РФ о средствах массовой информации // Научный комм. д.ю.н. М.А. Федотова. - М., 1996.
43. Законы и практика СМИ в одиннадцати демократиях мира (сравнительный анализ). М., Права человека, 1997.
44. Защита чести и достоинства. Теоретические и практические вопросы // Под ред. Г.В. Винокурова, А.Г. Рихтера, В.В. Чернышова. М., 1997.
45. Зоркая Н. Человек, который проходит сквозь стены // Репортер обвиняет. М., 1988.
46. Иванян Э.А. От Джорджа Вашингтона до Джорджа Буша. Белый дом и пресса. М., 1991.
47. Кастельс М. Информационная эпоха. М., 2000.
48. Кашинская Л.В. Метод наблюдения в журналистике. М., 1987.
49. Коган В. Человек в потоке информации. Новосибирск, 1981.
50. Константинов А. Журналистское расследование. История метода и современная практика.
51. Короконосенко С.Г. Основы теории журналистики. С-Пб., 1995.
52. Короченский А.П. Этическое регулирование журналистской деятельности (зарубежный опыт). Ростов-на-Дону, 1998.
53. Корнилов Е.А. Журналистика на рубеже тысячелетий. Ростов-на-Дону. 1999.
54. Краткий юридический справочник для журналиста. М.: Фонд защиты гласности, 1997.
55. Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста. С-Пб., 2000.
56. Кузин В.И. Психологическая культура журналиста. Учебное пособие. С-Пб, 1998.
57. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста.
58. Лысакова И.П. Тип газеты и стиль публицистики. Л., 1989.
59. Марвик К. Ваше право на правительственную информацию (пер. с англ.). С-Пб.: Манускрипт, 1996.
60. Маркелов К.В. Карьера журналиста. М., 1996.
61. Мельник Г.С. Mass-Media: психологические процессы и эффекты. С-Пб., 1996.
62. Мелюхин И.С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. М., 1999.
63. Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики. М., 1996.
64. Понятие чести и достоинства, оскорбления и ненормативности в текстах права и средств массовой информации. М., 1997.
65. Правовые и социально-экономические аспекты деятельности средств массовой информации: сборник статей / Отв. ред. Ю.В. Мишальченко. С-Пб, 1996.
66. Право и этика в работе журналистов. Сборник документов. Екатеринбург, 1996.
67. Российская журналистика: свобода доступа к информации. М., 1996.
68. Россия на пороге информационного общества. Материалы семинара 22 апреля 1997 г. в рамках научной конференции факультета журналистики СПбГУ «СМИ в современном мире». С-Пб, 1997.

69. Рэндалл Д. Универсальный журналист//Перевод с англ. А.Порьяза, под ред. В.Харитоновой.- Вел. Новг., СПб,1999.
70. Сагал Г. Двадцать пять интервью. Так работают журналисты. М., 1974.
71. Сеницын Е.Л. Я веду репортаж ... М., Так работают журналисты .
72. Социология журналистики: Очерки методологии и практики: Пособие для студентов вузов по специальности "Журналистика"// Под ред. С.Г. Корконосенко. - М., 1998.
73. Средства персональной и коммерческой безопасности (специальная техника). М., Knowledge Express Inc., 1991.
74. Станько А.И. Журналистские расследования. Ростов-на-Дону, 1997.
75. Стюфляева М.И. Образные ресурсы публицистики. М., 1982.
76. Стюфляева М.И. Человек в публицистике. Воронеж, 1989.
77. Таловов В.П. Труд журналиста. Методика и техника журналистского наблюдения.Л.,1992.
78. Теплюк В.М. Этика журналистского творчества. М., 1980.
79. Теплюк В.М. Журналист меняет профессию. Необычные превращения во имя истины. Владивосток, 1990.
80. Тертычный А.А. Версия - жанр современной аналитической журналистики// Журналистика в переходный период.- М., 1997.
81. Техника юридической безопасности для журналиста. М.: Фонд защиты гласности, 1997.
82. Уиллмен Дж. Журналистские расследования: современные методы и техника М., 1998.
83. Федоров А.В. Истребование материалов из редакций средств массовой информации и получение объяснений от журналистов // Век информации. Тезисы международного постоянно действующего научно-практического семинара 15-16 октября 1996 г. - С-Пб, 1996.
84. Федотова Л.Н. Массовая информация: стратегия производства и тактика потребления. М., 1996.
85. Фэнг.И. Теленовости: секреты журналистского мастерства. М., 1993.
86. Хендрикс А. и др. Ваше право на неприкосновенность частной жизни (пер. с англ.).
87. Шостак М.И. Журналистика новостей: вопросы технологии. Ч.1,2,3. М., 1996.
88. «Шпионские штучки» и устройства для защиты объектов и информации (справочное пособие). С-Пб, 1996.
89. Шумилина Т.В. Не могли бы вы рассказать... (метод интервью в журналистике). М., 1976.
90. Шумилина Т.В. Методы сбора информации в журналистике. М., 1997.

´ ³ Å Ç Ý » ñ Ĩ ñ á ñ ¹

àõëáõÙÝ ³ Ĩ ³ Ý Í ñ ³ . ñ»ñ

Ù ³ . Çëĩñ ³ ĩáõñ ³ ÛÇ Ñ ³ Ù ³ ñ

ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ ԵՎ ՀԱՂՈՐԴԱԿՑՄԱՆ ՏԵԽՆՈԼՈԳԻԱՆՆԵՐ ԵՎ ՀԱՍԱՐԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

Հեղինակ՝ Հրաչ Բայադյան
Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների
հիմնադրամի նախագահ

Առաջարկվող ծրագիրը մշակվել է ժամանակակից հասարակական կյանքում տեղեկատվական եւ հաղորդակցական տեխնոլոգիաների (ՏՀՏ) ունեցած մեծ դերը հաշվի առնելով եւ Հայաստանի բարձրագույն կրթության համակարգում դրանց վերաբերող ուսումնական դասընթացների եւ հայերեն լեզվով գրականության բացակայության պայմաններում: Մեր նպատակն է եղել ըստ կարելիւմ ամբողջական կերպով ներկայացնել ժամանակակից ՏՀՏ-ը՝ զգալի տեղ հատկացնելով դրանց քաղաքական, հասարակական եւ մշակութային նշանակության պարզաբանմանը ընդհանրապես եւ ոչ-արեւմտյան (նվազ զարգացած) հասարակություններում՝ մասնավորապես:

Դասընթացը կդիտարկի մի շարք ընկերային, մշակութային, փիլիսոփայական, քաղաքականության (policy) եւ քաղաքական (political) հարցեր, որոնք կապված են տեղեկատվական եւ հաղորդակցական տեխնոլոգիաների զարգացման ու տարածման եւ հատկապես՝ տեղափոխման եւ մշակութային յուրացման հետ:

Այս հարցերը, այդ թվում նաեւ զանգվածային տեղեկատվության միջոցների եւ նոր մեդիայի առաջացումն ու զարգացումը, կքննարկվեն 20-րդ դարում տեխնոլոգիական ընդհանուր զարգացման (Մաս Ա) եւ հաղորդակցության միջոցների պատմական փուլերի (Մաս Բ) համառոտ կերպով ուրվագծվող համատեքստում:

Դասընթացի Գ եւ Դ հիմնական մասերը նվիրված են համապատասխանաբար հասարակություն/ՏՀՏ հարաբերության ընդհանուր հարցերին եւ Տեղեկատվական հասարակության (ՏՀ) խնդիրներին:

Այս ողջ ընթացքում մեր ուշադրության կենտրոնում կլինեն հետեւյալ խնդիրները.

- ««տեխնոլոգիական դետերմինիզմ» եւ «տեխնոլոգիաների վերահսկում եւ ընկերային կերտում»,
- «արեւմտյան արդի տեխնոլոգիաները այլ մշակութային միջավայրում (նվազ զարգացած երկրներ, երրորդ աշխարհ, հետխորհրդային իրականություն):

Աշխատանքային պլան

Դասընթացը զուտ տեսական բնույթ ունի, բայց զուգակցվում է «Ինթերնետի ներածություն» գործնական պարապմունքների շարքով: Սա ուսանողներին թույլ է տալիս յուրացնել Ինթերնետի օգտագործման համար անհրաժեշտ հիմնական գիտելիքներն ու հմտությունները:

Դասընթացը ներառում է դասախոսություններ, սեմինարներ եւ քննարկումներ: Ուսանողները պետք է կատարեն ինքնուրույն աշխատանք քննարկվող եւ այդ նպատակով առանձնացված այլ թեմաների վերաբերյալ: Յուրաքանչյուր ուսանող պարտավոր է.

- պատրաստել եւ կարդալ դասընթացի չորս բաժիններին վերաբերող մեկական զեկուցում,
- պատրաստել եւ գրավոր տեսքով ներկայացնել զեկուցում ընդհանուր սեմինարի համար ընտրված թեմայով,
- կատարել եւ գրավոր տեսքով ներկայացնել թարգմանություններ հանձնարարված գրականությունից:

Ուսանողի գնահատականը տրվում է դասերին հաճախելու, քննարկումներին եւ սեմինարներին մասնակցելու, ինչպես նաեւ թվարկված ինքնուրույն աշխատանքների հիման վրա:

Մուտք

Դասընթացի ընդհանուր նկարագրությունն եւ հիմնավորում, հիմնական թեմաների ներկայացում եւ նրանց միջեւ հարաբերությունների պարզաբանում. 20-րդ դարի տեխնոլոգիական զարգացումը, տեղա-

կատվության եւ հաղորդակցության միջոցների եւ եղանակների պատմությունը, հասարակության եւ տեխնոլոգիաների հարաբերությունը, ժամանակակից տեխնոլոգիաները եւ դրանց բազմակողմանի դիտարկման, մեկնաբանության եւ գործածության հնարավորությունը ոչ-արեւմտյան մշակութային միջավայրում, հետխորհրդային իրադրության մեջ: «Տեղեկատվական հասարակության» հղացքը ընդդեմ «մնացորդային» խորհրդային գաղափարաբանության, տեղեկատվականացման համամոլորակային ընթացքը եւ հետխորհրդային հայաստանյան հասարակական իրադրությունը:

Մաս Ա.

Տեխնոլոգիաների զարգացումը 20-րդ դարում. ընդհանուր ակնարկ

Թեմա 1.

Հասարակական առաջընթաց եւ տեխնոլոգիաներ

- առաջընթաց, զարգացում եւ տեխնոլոգիաներ, տեխնոլոգիական դետերմինիզմ, տեխնոլոգիան որպես գաղափարաբանություն, ընդհանուր ակնարկ տեխնոլոգիաների եւ տեխնոլոգիականացման մշակութային նշանակության մասին, տեխնոլոգիաների տեսական-քննադատական դիտարկման ավանդությունը,
- տեխնոլոգիաներ եւ բնություն, «տեխնոլոգիաներ եւ հասարակություն» ընդհանուր համատեքստում՝ տեխնոլոգիաների գնահատման եւ տեխնոլոգիաների հասարակական կերտման հարցերը,
- տեխնոլոգիաների տեղափոխման հարցը. արդյունաբերության դարաշրջան եւ տեղեկատվության դարաշրջան, տեխնոլոգիաների տեղափոխում եւ մշակութային յուրացում, լարվածությունը մշակութային արժեքների համակարգերի միջեւ:

Թեմա 2.

Մշակույթի եւ տեխնոլոգիաների հարաբերությունը տարբեր դարաշրջաններում

- տեխնոլոգիան դարաշրջանի մշակութային համատեքստում. հին աշխարհ, միջնադար, նոր ժամանակ, տեխնոլոգիայի բնույթի արմատական փոփոխությունը արդյունաբերության դարաշրջանում,
- համակարգիչը որպես քսաներորդ դարի «որոշիչ» տեխնոլոգիա եւ տեխնոլոգիական նոր հարացույցի հիմք, արդի մշակութային փոխակերպման միտումները:

Գրականություն

1. F. Ferre, Philosophy of Technology, The University of Georgia Press, Athens & London, 1995.
2. D. Ihd, Philosophy of Technology, An Introduction, Paragon House, New York, 1993.
3. J. M. Staudenmaier, Thechnology's Storytellers: Reweaving the Human Fabric, MIT Press, Cambridge, 1985.
4. The Post-Development Reader, Edited by M. Rahnema with V. Bawtree, Zed Books, London & New Jersey, 1997.
5. The Development Dictionary: A Guide to Knowledge as Power, edited by W. Sachs, Zed Bookes, London, 1992.
6. J. D. Bolter, Turing's Man: Western Culture in the Computer Age, The University of North Carolina Press, Chapel Hill, 1984.
7. Հ. Բայադյան, Նորագույն միտումներ թեքնաբանության (տեխնոլոգիայի) փիլիսոփայության մեջ: Արդի թեքնաբանությունների (տեխնոլոգիաների) եւ ոչ-արեւմտյան մշակույթների հարաբերության հարցը, Ինքնություն, հատոր 2 (տպագրության մեջ), ՀՀՀԿ, Երեւան, էջ 56-73:

Մաս Բ.

**Հաղորդակցական եւ տեղեկատվական միջոցները
տարբեր դարաշրջաններում**

Թեմա 3.

**Հաղորդակցությունը եւ հաղորդակցության միջոցները,
հաղորդակցություն եւ մշակույթ հարաբերությունը տարբեր
դարաշրջաններում**

- բանավոր մշակույթներ. բանավոր հաղորդակցության եւ մշակույթի, բանավոր գիտակցության առանձնահատկությունները ըստ Վ. Օնգի, գրերի առաջացումը, գրությունը որպես տեխնոլոգիա, գրության կողմից գիտակցության վերակառուցումը,
- տպագրության դարաշրջան, տպագրության տեխնոլոգիաների զարգացման պատմությունը, տպագրության քաղաքական, մշակութային եւ այլ հետեւանքները,
- էլեկտրոնային եւ ցանցային հաղորդակցություն եւ մշակույթ (հեռագիր, հեռախոս, ռադիո, հեռուստացույց), տարածության եւ ժամանակի ըմբռնումների փոփոխությունը,
- հաղորդակցության նյութականությունը (տեղեկատվության նյութական կրիչները). կավե սալիկներ, պապիրուս, մագաղաթ, թուղթ, տպագրական հաստոց, հերցյան հաճախություններ, արբանյակ, լուսաթել, մոդեմ...

Թեմա 4.

**Տեղեկատվական նոր տեխնոլոգիաներ.
պատմություն, զարգացում եւ հեռանկարներ**

- համակարգչային տեխնոլոգիաներ. համակարգչի հղացքը եւ զարգացման փուլերը,
- Ինթերնետի առաջացումն ու պատմությունը, Համաշխարհային Ոստ (WWW), Համաշխարհային Ոստը որպես մեր ժամանակի մշակութային տեխնոլոգիա,
- կիբեռտարածություն, մուլթիմեդիա, հիփերտեքստ, պաստառի (էկրանի) տեսակները եւ զարգացման փուլերը:

Գրականություն

1. J.D. Bolter, Writing Space: The Computer, Hypertext, and the History of Writing, Hillsdale, New Jersey: Erlbaum, 1991.
2. Communication in History: Technology, Culture, Society, edited by D. Crowley & P. Heyer, Longman Publishers USA, 1995
3. I. De Sola Pool. Technologies without Boundaries: on Telecommunications in a Global Age, Harvard University Press, London, 1990.
4. International Communication and Globalization, edited by A. Mohammadi. SAGE Publications, 1997.
5. Writing without Words: Alternative Literacies in Mesoamerica and the Andes, edited by E. Hill Boone & Walter D. Mignolo, Duke University Press, Durham and London, 1994
6. W. J. Ong, Orality and Literacy: The Technologizing of the Word. London: Methuen, 1982.
7. Computerization and Controversy: Value Conflicts and Social Choices, edited by Ch. Dunlop and R. Kling, Academic Press, 1991.
8. G. P. Landow, Hypertext: The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology, John Hopkins University Press, Baltimore, 1992.
9. Հ. Բայադյան, Գրելու նոր տարածություն: Նորից գրելու տարածություն, Համակարգչային տեղեկագիր, թիվ 3, 1997, էջ 1, 10-16:

Մաս 4.

**Տեղեկատվական եւ հաղորդակցական տեխնոլոգիաներ,
Մեդիա եւ հասարակություն**

Թեմա 5.

**Ջանգվածային մեդիայի առաջացումը,
տպագիր եւ էլեկտրոնային մեդիա (երկու մեդիա հեղափոխություն)**

- տեղեկատվության տպագիր միջոցներ, լրատվական գործակալություններ, էլեկտրոնային մեդիա, գլոբալ տեղեկատվություն եւ հաղորդակցության միջազգային համակարգ,
- պատկերային տեխնոլոգիաներ (լուսանկարչություն, կինո, վիդեո) եւ դրանց հասարակական ու մշակութային նշանակությունը, մեխանիկական վերարտադրություն եւ ավանդական մշակույթ:

Թեմա 6.

Ջանգվածային մեդիայից դեպի նոր՝ փոխազդու մեդիա

- անցման շրջանի տեխնոլոգիաներ (կաբելային հեռուստատեսություն), փոխազդու կամ անհատականացված մեդիա, ծրագրային փնջեր եւ թեմատիկ կանալներ, նավարկման համակարգեր եւ էլեկտրոնային ծրագրերի ուղեցույցներ, պորտալներ, բարձր որոշողությամբ հեռուստատեսություն, հրատարակություն եւ հեռարձակում Ոստում,
- Ինթերնետը որպես հաղորդակցական երեսույթ, Համաշխարհային Ոստի խոստումները եւ սպառնալիքները, ինքնությունը եւ եսը ցանցային հաղորդակցության միջավայրերում, էթիկական հարցեր:

Թեմա 7.

ՏՀՏ-ը նվազ զարգացած երկրներում

զարգացում եւ հաղորդակցություն. տեղեկատվական եւ հաղորդակցական տեխնոլոգիաների դերը զարգացման մեջ, տեղեկատվական եւ հաղորդակցական տեխնոլոգիաների զարգացման ազգային ծրագրեր, քաղաքականություններ եւ համագործակցության միջազգային ծրագրեր, հետխորհրդային իրադրության առանձնահատկությունները:

Թեմա 8.

Մշակութային իմպերիալիզմ եւ գլոբալացման մշակույթ

- մշակութային ինքնությունը թվանշային դարաշրջանում, «մշակութային իմպերիալիզմի» հղացքը գլոբալ հաղորդակցության դարաշրջանում եւ գլոբալացման մշակույթ, հիբրիդ մշակույթների եւ մշակութային սինկրետիզմի հղացքները, հետխորհրդային հասարակությունները գլոբալացման հոլովություն:

Գրականություն

1. I. De Sola Pool. Technologies without Boundaries: on Telecommunications in a Global Age. Harvard University Press, London, 1990.
2. Communication in History: Technology, Culture, Society, edited by D. Crowley & P. Heyer, Longman Publishers USA, 1995.
3. W. Benjamin, Illuminations. Schocken Books, New York, 1969, pp. 217-251 ('The Work of Art in an Age of Mechanical Reproduction').

4. H. Mowlana, Global Information and World Communication. SAGE Publications, 1998.
5. R. Fidler, Mediamorphosis: understanding new media. Pine Forge Press, London, 1997.
6. A. Mohammadi, 'Communication and the Globalization Process in the Developing World' in International Communication and Globalization, edited by A. Mohammadi. SAGE Publications, 1997
7. A. Crede & R. Mansell. Knowledge Societies: Information Technology for Sustainable Development, International Development Research Centre, 1998.
8. Development and the Information Age: Four Global Scenarios for the Future of Information and Communication Technology, International Development Research Centre, 1997.
9. The Post-Development Reader, Edited by M. Rahnama with V. Bawtree, Zed Books, London & New Jersey, 1997.
10. Escobar, A. Encountering Development: The Making and Unmaking of the Third World, Princeton University Press, 1995.
11. E. W. Said, Culture and Imperialism. Chatto & Windus, London, 1993.
12. J. D. Bolter, Writing Space: The Computer, Hypertext, and the History of Writing, Hillsdale, New Jersey: Erlbaum, 1991.
13. Եվրոպայի ուղին դեպի Տեղեկատվական հասարակություն, խմբ. Զ. Բայադյան, «Վան Արյան», Երեւան, 2000.
14. Զ. Բայադյան, Այլակերպման մոդուլը. Արդյունաբերացման եւ թեքնաբանական (տեխնոլոգիական) հոլովույթի ընկալումը Զ. Մաթեոսյանի ստեղծագործության մեջ, Ինքնություն, հատոր 2 (տպագրության մեջ), ԶԶԳ, Երեւան, էջ 112-130:
15. Զ. Բայադյան, Մշակութային նոր միջավայր, Ինթերնետ աշխարհ, Հատուկ թողարկում, Երեւան, 1999, էջ 4-5:

Մաս Դ.

Տեղեկատվական հասարակություն

Թեմա 9.

Տեղեկատվական հասարակության հղացքը եւ ազգային ծրագրեր

- Տեղեկատվական հասարակություն (հղացքը եւ դրա ձեւավորման պատմությունը) եւ դրան տանող ճանփաները, Միացյալ Նահանգների («Ազգային տեղեկատվական ենթակառույց») եւ Եվրամիության («Եվրոպայի ուղին դեպի տեղեկատվական հասարակություն») ծրագրերը, ԱՊՀ անդամ երկրների տեղեկատվականացման Հայեցակարգը, հեռանկարներ Արեւելյան Եվրոպայի եւ նախկին խորհրդային երկրների համար,
- տեղեկատվական եւ հաղորդակցական տեխնոլոգիաների ազդեցությունը հասարակական գործունեության տարբեր ասպարեզների վրա (կառավարում, ժողովրդավարություն, կրթություն, մշակույթ, աշխատանք), տեղեկատվական եւ հաղորդակցական տեխնոլոգիաների ընկերային կերտումը («տեխնոլոգիական դետերմինիզմ եւ տեխնոլոգիաների ընկերային կերտում» դիլեման վերանայված):

Թեմա 10.

Եվրոպայի ուղին դեպի Տեղեկատվական հասարակություն

- Տեղեկատվական հասարակության Եվրոպական ծրագիրը. առաջացումը, առանձնահատկությունները, զարգացման փուլերը եւ միտումները, Եվրամիությունը որպես ապագայի պետության մոդել («Ցանցային պետություն»), համագործակցության ծրագրեր ԱՊՀ անդամ երկրների համար,
- թվանշանացում եւ հարամիտում՝ մարտահրավեր կարգավորմանը, Ինթերնետի կարգավորման անհրաժեշտությունը, հիմնական խնդիրները. մասնավորություն, անօրինական եւ վնասակար բովանդակություն, հեղինակային եւ հարակից իրավունքներ եւ այլն, կարգավորման հնարավոր մոդելները,

- հեղինակային եւ հարակից իրավունքները Տեղեկատվական հասարակության մեջ, հեղինակի եւ ստեղծագործության հասկացությունների վճռական փոփոխությունը համակարգչային ցանցերի դարաշրջանում, թվանշային միջավայրում հեղինակային իրավունքի կառավարման եւ պաշտպանության տեխնոլոգիաներ,
- մասնավորության (privacy) սկզբունքները եւ դրանց իրականացման մեխանիզմները հաղորդակցության գլոբալ ցանցերում, Ինթերնետում անօրինական եւ վնասակար բովանդակության հետ կապված կարգավորման խնդիրներ:

Գրականություն

1. H. Mowlana, Global Information and World Communication. SAGE Publications, 1998.
2. I. De Sola Pool. Technologies without Boundaries: on Telecommunications in a Global Age, Harvard University Press, London, 1990.
3. H Kubicek, W. H. Dutton, 'The Social Shaping of Information Superhighways: An Introduction' in The Social Shaping of Information Superhighways: European and American Roads to the Information Society, Campus Verlag, Frankfurt, 1997.
4. Communication Theory Today, edited by D. Crowley and D. Mitchell. Polity Press, 1998
5. H. Mowlana, Global Information and World Communication. SAGE Publications, 1998.
6. F. Webster, Theories of the Information Society, Routledge, London & New York, 1995.
7. F. Ferre, Philosophy of Technology, The University of Georgia Press, Athens & London, 1995.
8. Lanham, R. A. The Electronic Word: Democracy, Technology, and the Arts, The University of Chicago Press, 1993, pp. 29-52 ('Digital Rhetoric and the Digital Arts').
9. Communication by Design: The Politics of Information and Communication Technologies, edited by R. Mansell & R. Silverstone, Oxford University Press, 1996.
10. The Information Society: a Challenge for Europe, 5th European Ministerial Conference on Mass Media Policy, Thessaloniki (Greece), 11-12 December 1997, Reports: 'General introduction presented by the Greek Delegation', 'The impact of new communications technologies on human rights and democratic values: Report presented by the Italian Delegation', 'Rethinking the regulatory framework for the media: Report presented by the French Delegation', 'Rethinking the regulatory framework for the media: Report presented by the United Kingdom Delegation'.
11. Council of Europe, Directorate of Human Rights, CDMM, 'Green Paper on the convergence of the telecommunications, media and information technology sectors', 1988.
12. E. Dyson, 'Intellectual Property on the Net' in NewMediaLogia, Soros Center for Contemporary Arts, Moscow, Russia, 1996, pp. 168-170.
13. Green Paper on the protection of Minors and Human Dignity in Audiovisual and Information Services European Commission, 1996.
14. Illegal and Harmful Content on the Internet: Communication to the European Parliament, the Council, the Economic and Social Committee and the Committee of the Regions by European Commission, 1996.
15. Proceedings of the Seminar "Copyright and Neighbouring Rights in the Digital Era: New Challenges for Rights Holders, Rights Management and Users", Oslo, 28-29 May 1996, Council of Europe, Directorate of Human Rights, Strasbourg, 1997.
16. R. Fidler, Mediamorphosis: Understanding New Media, Pine Forge Press, London, 1997.
17. Եվրոպայի ուղին դեպի Տեղեկատվական հասարակություն, խմբ. Հ. Բայադյան, «Վան Արյան», Երեւան, 2000.
18. Հ. Բայադյան, Համաեվրոպական տեղեկատվական տարածքի ձեւավորման սկզբունքներն ու զարգացման միտումները, Ժուռնալիստիկա (տեսության եւ պատմության հարցեր), Երեւանի համալսարանի իրատարակչություն, Երեւան, 1999, էջ 203-218:

ԶԱՆԳՎԱԾԱՅԻՆ ԼՐԱՏՎԱՄԻՋՈՑՆԵՐԻ ՄԵՆԵԶՄԵՆԹ

Պատրաստվել է Երեւանի մամուլի ակումբում

Սույն ծրագրի նպատակը ուսանողներին ՁԼՄ-ների կառավարման, տնտեսագիտության եւ գործունեության կազմակերպման, մարքեթինգի, գովազդի եւ հասարակական կապերի (Փաբլիկ ռիլեյշնզ՝ PR) մասին գիտելիքների համակարգ տալն է:

Դասընթացի ավարտին ուսանողները պետք է պատկերացում ունենան հետեւյալի մասին.

- I. Տեղեկատվական շուկայի
- II. Խմբագրական մենեջմենթի
- III. Ֆինանսական մենեջմենթի
- IV. Մարքեթինգի
- V. Գովազդի
- VI. Հասարակական կապերի (Փաբլիկ ռիլեյշնզ՝ PR)

I. Լրագրություն, ՁԼՄ եւ շուկա

1. Լրագրությունը եւ ՁԼՄ-ներն ապրանք են հասկացությունը.

Տնտեսական գործունի դերը լրագրության եւ ՁԼՄ-ների զարգացման մեջ: Լրագրությունը արտադրություն է: Լրագրողական տեղեկատվությունը՝ որպես այդ արտադրության արդյունք: Զանգվածային տեղեկատվություն-ապրանք-շուկա-սպառող:

2. Տեղեկատվական շուկա հասկացությունը.

ա. Տեղեկատվական շուկայի ձեւավորման եւ զարգացման օրինաչափությունները. երեք հիմնարար գործոն. *պահանջարկի ու առաջարկի փոխկապվածությունը; գնային քաղաքականություն՝ լրագրողական տեղեկատվության համար; տեղեկատվության սպառում-նոր տեղեկատվության պահանջարկ-տեղեկատվության արտադրություն փոխադարձ կապը:*

բ. Տեղեկատվական շուկայի կառուցվածքը - *ռեսուրսների շուկա եւ բուն տեղեկատվական շուկա.*

Ռեսուրսների շուկա - Բաղադրիչներն են. *ֆինանսական շուկան՝* որպես ՁԼՄ-ների ստեղծման եւ գոյատևման աղբյուր (պետական լրավճարներ, բանկային վարկեր, հովանավորություն եւ այլն); *աշխատանքի շուկան՝* որպես ՁԼՄ-ների ստեղծագործական բազա (ստեղծագործական աշխատողների կամ լրագրողների շուկա, տեխնիկական աշխատակիցների շուկա, խմբագրական առեւտրական կառույցներում ընդգրկված աշխատողների շուկա); *հրատարակչական շուկան՝* որպես ՁԼՄ արտադրանքի արտադրության նյութա-տեխնիկական ապահովում; *տեխնիկայի եւ նյութերի շուկան՝* որպես ՁԼՄ արտադրանքի արտադրության համար անհրաժեշտ տեխնիկական ռեսուրսների ապահովման միջոց:

Բուն տեղեկատվական շուկա - Բաղադրիչներն են. *տեղեկատվության եւ զաղափարների շուկա* (տատեսակ տեղեկատվություն, գովազդ եւ այլն); *ՁԼՄ շուկա* (պարբերական հրատարակություններ՝ մամուլ; զանգվածային լրատվության տեսաձայնային միջոցներ՝ հեռուստատեսություն, ռադիո; լրատվական գործակալություններ; էլեկտրոնային տեղեկատվություն՝ սեփական էջեր Ինտերնետում եւ այլն); *տարածողների շուկա; գնորդների շուկա:*

3. Տեղեկատվական մենեջմենթ հասկացությունը.

Ի՞նչ է տեղեկատվական մենեջմենթը: Նպատակներն ու խնդիրները: ՁԼՄ մենեջմենթի՝ որպես բիզնեսի հիմնական սկզբունքները:

ա. Տեղեկատվական բիզնեսի կազմակերպման ձևերը - *իրավական եւ տնտեսական.*

Կազմակերպման իրավական ձևեր - ՁԼՄ հիմնադրում՝ գործող օրենսդրությանը համապատասխան (գրանցում, արտոնագրում եւ այլն); ՁԼՄ հիմնադրի, սեփականատիրոջ, տարածողի եւ խմբագրության միջեւ փոխհարաբերությունների իրավական կարգավորում՝ գործող օրենսդրության, խմբագրության կանոնադրության եւ կոնկրետ պայմանագրերի հիման վրա; խմբագրության ղեկավարման եւ գործունեության սկզբունքները:

Կազմակերպման տնտեսական ձևեր - ՁԼՄ ստեղծման համար տնտեսական բազա (ֆինանսական, նյութա-տեխնիկական, կադրային ռեսուրսներ, հնարավոր լսարանը, տեղեկատվական ապահովում դրսից, արտադրանքի տարածման եւ իրացման ծառայություն):

բ. ՁԼՄ սեփականության հիմնախնդիրը. ո՞ւմ է պատկանում լրատվամիջոցը; սեփականության/հիմնադրման ձևեր (պետական, մասնավոր, կոլեկտիվ, խառը եւ այլն); խմբագրության կազմակերպական-իրավական ձևեր (բաց/փակ բաժնետիրական ընկերություն, սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերություն եւ այլն):

4. Ֆինանսական կապիտալ հասկացությունը.

Հայրենական եւ արտասահմանյան կապիտալի դերը տեղեկատվական բիզնեսում (դրական եւ բացասական կողմերը); տեղեկատվական շուկա կապիտալի ներթափանցման ձևերը (հրատարակչական տներ, կոնցեռններ, հոլդինգներ, համատեղ հրատարակություններ/ալիքներ/գործակալություններ եւ այլն):

II. Խմբագրական մենեջմենթ

1. Խմբագրության գործունեության տնտեսական սկզբունքներ հասկացությունը.

ՁԼՄ-ները պետք է շահութաբեր լինեն;

ՁԼՄ-ները պետք է մրցունակ լինեն;

ՁԼՄ-ներն իրենց գործունեության մեջ պետք է առաջնորդվեն խելամիտ տնտեսավարման սկզբունքով:

2. Խմբագրական մենեջմենթը մասնագիտություն է հասկացությունը.

ա. Խմբագրական մենեջմենթի նպատակները. *ՁԼՄ հաջող եւ արդյունավետ գործունեության ապահովում՝ նրա ֆինանսական եւ տնտեսական բազայի ամրապնդման միջոցով;* խմբագրության բոլոր ղեկավարների եւ աշխատակիցների մոտ *տնտեսագիտական մտածողության դաստիարակում:*

բ. Խմբագրական մենեջմենթի տեսակները. *արտադրական եւ ֆինանսական.*

Արտադրական մենեջմենթ - խմբագրության կազմը, մեծությունը, կառուցվածքը; կադրային քաղաքականություն, կոլեկտիվի աշխատանքի ղեկավարում եւ կազմակերպում; ՁԼՄ անխափան եւ հաջող գործունեության համար խմբագրության յուրաքանչյուր աշխատակցի եւ ընդհանուր առմամբ ՁԼՄ-ի աշխատանքի արդյունավետություն:

Ֆինանսական մենեջմենթ - ՁԼՄ ֆինանսական քաղաքականություն, գնային քաղաքականություն, խմբագրության բյուջե եւ այլն:

3. Խմբագրական մենեջմենթի ծառայություն հասկացությունը.

Ծառայության աշխատանքի կազմակերպում: Կազմը եւ դերերի բաշխումը (գլխավոր եւ ֆինանսական մենեջերներ, գովազդի, մարքեթինգի եւ այլ մենեջերներ): Մենեջերին անհրաժեշտ անձնական եւ այլ հատկանիշները. ՁԼՄ-ում իրադրությունը վերլուծաբար գնահատելու եւ դրությունից արագորեն ելք գտնելու կարողություն; արագորեն օպտիմալ որոշումներ ընդունելու կարողություն; խմբագրության եւ ՁԼՄ կյանքի, պլանների եւ քաղաքականության մասին լիարժեք տեղեկությունների իմացություն; օպերատիվու-

թյուն; առաջնորդություն; գաղափարների զենեքացիա; պահանջկոտություն; դյուրությամբ հաղորդակցվելու կարողություն; հիմնավոր փաստարկելու կարողություն; կազմակերպչական հմտություններ; մասնագիտական վարպետություն եւ այլն: Առաջնորդը՝ որպես հաջող մենեջմենթի գլխավոր տարր:

4. Մենեջմենթ եւ խմբագրություն հասկացությունը.

Մենեջմենթի ազդեցությունը ՋԼՄ խմբագրության մեծության ու կազմի վրա: Մենեջերի մասնակցությունը խմբագրության կադրային քաղաքականությանը (կոլեկտիվի կազմավորում, համալրում/կրճատում, աշխատանքի արդյունավետություն, աշխատակիցների վարձման ձեւեր ու համակարգ): Մենեջմենթի դերը՝ խմբագրության կառուցվածքի ձեւավորման գործում այնպես, որ այն նպաստի կոլեկտիվի արդյունավետ ղեկավարմանը եւ նրա բոլոր ստորաբաժանումների անխափան աշխատանքին: Խմբագրական գործունեության սկզբունքները. վերջնական արդյունքին՝ արտադրանքի թողարկմանը հասնելու համար *աշխատանքի բաժանում, աշխատանքի կոոպերացում, խստիվ ենթարկում* ստորաբաժանման աշխատանքի համար պատասխանատու մեկ ղեկավարին: Խմբագրության կառուցվածքի տարատեսակները (*բրգածել, հորիզոնական* եւ այլն):

5. Խմբագրության կոլեկտիվի ղեկավարում հասկացությունը.

ա. Խմբագրության երկու սյուներն են. *արտադրական եւ ստեղծագործական կոլեկտիվները*: Խմբագրությունում մենեջմենթի մակարդակները (խմբագիրներ/տնօրինություն, խմբագրական խորհուրդ, քարտուղարություն եւ այլն; բաժինների/ծառայությունների ղեկավարներ; կոնկրետ առաջադրանքներ կատարող ժամանակավոր խմբերի/կառույցների ղեկավարներ):

բ. Խմբագրության ղեկավարման մեթոդները. կազմակերպական/վարչական, հոգեբանական, տնտեսական: Մենեջերի գործառնությունները. մոդելավորում եւ պլանավորում; աշխատանքի համակարգում եւ կատարման վերահսկում; գործունեության օպտիմալ պայմանների ապահովում; աշխատանքի խթանում (վարձատրության կարգավորման, հոնորարների ճկուն համակարգի, աչքի ընկնող աշխատակիցներին խրախուսելու տարբեր ձեւերի եւ այլնի, այսինքն՝ խրախուսման, ինչպես նաեւ պատժի նյութական ու բարոյական ձեւերի համադրության միջոցով): Ղեկավարման ոճերը (ավանդական, ավտորիտար/հրամայական, ժողովրդավարական եւ այլն):

գ. Մենեջմենթը եւ խմբագրական գործունեության կազմակերպումը. խմբագրության հաջող գործունեության պայմանները (համակարգվածություն - խմբագրության բոլոր օղակների փոխկապվածություն, ռիթմիկ աշխատանք - բոլոր օղակների հստակ, ժամակարգային գործունեություն, պարբերականություն - տարբեր փուլերում գործունեության կրկնելիություն, այսինքն՝ համարի/ծրագրի նախապատրաստում եւ թողարկում): Օրվա, շաբաթվա, ամսվա, տարեկան եւ այլն պլանավորում/ծրագրավորում: Մենեջերի գործառնությունները. խմբագրության գործունեության անընդհատ աշխատանքի ապահովում բոլոր ուղղություններով՝ տեղեկատվության հավաքումից մինչեւ հրատարակության/ծրագրի թողարկում; տեղեկատվության հոսքի ապահովում՝ հնարավոր բոլոր աղբյուրներից (ներխմբագրական եւ արտաքին); տեղեկատվության պահպանման միջոցի ապահովում (տվյալների բանկ); ՋԼՄ հայեցակարգի մշակում, նրա թողարկման եւ կոլեկտիվի գործունեության մոդելավորում (աշխատանքի պլանավորում ժամանակային կտրվածքներով՝ օրվա, շաբաթվա, եւ այլն); աշխատանքի կազմակերպման տնտեսական արդյունավետության նկատմամբ վերահսկողության իրականացում (հետեւել հրատարակության իրացմանը, ՋԼՄ մրցունակության մակարդակին, գովազդի ծավալներին եւ այլն) եւ արդյունավետության նվազման պարագայում դրա պատճառների վերացում:

6. Խմբագրության կադրերի մենեջմենթ եւ աշխատանք աշխատակիցների հետ հասկացությունը.

Կադրերի ընտրություն եւ բաշխում, աշխատողների որակավորման բնութագրում, ծառայողական գործառնությունների նկարագրություն, անձնակազմի ղեկավարում: Աշխատանքի գնահատում, կատարման վերահսկում: Աշխատանքի վարձատրության համակարգ, աշխատակիցների սոցիալական պաշտպանվածություն: Աշխատողների որակավորման բարձրացում, հեռանկարներ՝ յուրաքանչյուր աշխատակցի համար: Շփում աշխատակիցների հետ, խմբագրության այցելուների հետ բանակցություններ: Վարքի ծառայողական կանոններ, փոխադարձ փոխարինելիություն, գործողություններ՝ ճգնաժամային իրավիճակներում: Աշխատակիցների վարքի նկատմամբ վերահսկողության աստիճանները (լիարժեք վերահսկում, մասնակի վերահսկում, վերահսկման բացակայություն): Ստեղծագործական աշխատանքի շարժառիթներ (մոտիվացիա), ստեղծագործական գործունեության խթանում: Կազմակերպական վարքի խթանման միջոցները, հիմնախնդիրների լուծման գործում շարքային աշխատակիցների ներգրավվածություն, որոշ

գործառույթների փոխանցում ենթականերին (խմբագրության աշխատակիցներին), խմբագրության գործունեության պլանավորման գործում շարքային աշխատակիցների մասնակցություն, ինքնուրույն որոշում ընդունելու իրավունք ունեցող խմբային ենթակառուցվածքների (ստեղծագործական կոլեկտիվների) ստեղծում; արտադրական խորհրդակցությունների եւ «թուլցկաժողովների» կազմակերպում; ՁԼՄ աշխատակիցների ստեղծագործական ներուժի օգտագործում: Ինքնամարքեթինգը՝ որպես լրագրողի կայացման պայման:

7. Մենեջմենթի եւ էթիկայի հասկացությունը.

Լրագրողական եւ խմբագրական գործունեության էթիկա; ՁԼՄ բարոյական հեղինակության ձեւավորում; էթիկական չափանիշների, լսարանի ուշադրության եւ ՁԼՄ տնտեսական դրության փոխկապակցվածություն: Լրագրողի պատասխանատվությունը լսարանի եւ ՁԼՄ ղեկավարության առաջ; մենեջերի եւ աշխատակիցների փոխհարաբերությունների էթիկական չափանիշները: Մասնագիտական վարքականոն եւ դրա դերը աշխատակիցների տնտեսագիտական մտածողության ձեւավորման մեջ:

8. Մենեջմենթ եւ օրենք հասկացությունը.

Օրենքին հետեւելու տնտեսական նպատակահարմարությունը եւ արդյունավետությունը խմբագրական մենեջմենթի ընթացքում; իրավական նորմերի խախտման բացասական հետեւանքները (խմբագրության տնտեսական բազայի թուլացում, բյուջետային դեֆիցիտ, սնանկության վտանգ եւ այլն):

III. Ֆինանսական մենեջմենթ

1. Խմբագրության ֆինանսական բազա հասկացությունը

Խմբագրության կանոնադրական հիմնադրամ - հիմնական եւ շրջանառու միջոցներ: Լրացուցիչ ֆինանսական աղբյուրների որոնում (լրավճարներ՝ դոտացիա, հովանավորում, վարկեր եւ այլն): Գործընկերների որոնում: Ձեռնարկատիրական գործունեության ֆինանսական ռիսկեր: Գործարար-ծրագրի (բիզնես-պլանի) կազմում: Խմբագրության հիմնական ֆինանսա-տնտեսական փաստաթղթերի կազմում (*բյուջե, ծախսերի եւ եկամուտների հաշվեկշիռ*); պարբերական ֆինանսական հաշվետվություններ եւ եկամուտների ու դիֆիցիտի նկատմամբ վերահսկողություն: Եկամուտների աճի/դիֆիցիտի ծածկման ուղիների որոնում; բյուջետային ծրագրի սրբագրում:

2. Տպագիր ՁԼՄ-ի խմբագրության բյուջե հասկացությունը.

ա. Բյուջեի ծախսային մաս. *համախմբագրական եւ հրատարակչական ծախսեր.*

Համախմբագրական ծախսեր - *մշտական եւ ժամանակավոր ծախսային հոդվածներ.* աշխատավարձի ֆոնդ (հաստիքային եւ արտահաստիքային աշխատակիցների վճարման ձեւերը, աշխատավարձի բարձրացման/նվազման գործոնները եւ այլն); նյութական խրախուսման ֆոնդ (խրախուսման ձեւերը, քաղաքականությունը, պարգևատրման սկզբունքները եւ այլն); սոցիալական զարգացման ֆոնդ (աշխատակիցների սոցիալական պաշտպանվածության բարձրացման ձեւերը, հիվանդության համար եւ արձակուրդային վճարումները, «թեժ կետերում» աշխատող լրագրողների կյանքի ապահովագրությունը եւ այլն); գործողումների ծախսեր; փոստային ծախսեր, հեռախոսների, հեռապատճենի, Ինտերնետի եւ կապի այլ միջոցների վճարում; շուկայի ուսումնասիրության ծախսեր; ներկայացուցչական ծախսեր; շենքերի, գույքի, խմբագրության տեխնիկական սարքավորումների վարձակալման/մաշվածության վճարումներ; տրանսպորտային ծախսեր; տեխնիկայի, գրենական եւ այլ պիտույքների ձեռքբերման ծախսեր; պետական բյուջե հատկացումներ (հարկեր, սոց. ապահովագրություն); այլ կարգի ծախսեր (առեւտրային եւ հրատարակչական ծրագրեր, հրատարակության զարգացման ֆոնդին, ապահուստային ֆոնդին փոխանցումներ եւ այլն):

Հրատարակչական ծախսեր - հոնորարների վճարում (հոնորարների տեսակները, հոնորարների հավելման սկզբունքները; հոնորարների ճկուն համակարգը՝ որպես խրախուսման/պատժի միջոց); արտադրական ծախսեր (թղթի ձեռքբերում, տպարանային ծառայությունների վճարում; հրատարակության տարածման ծախսեր; արտադրական ծախսերի նվազման ծրագրի կազմում); հրատարակության թողարկման համար անհրաժեշտ տեղեկատվության ձեռքբերման ծախսեր:

բ. Բյուջեի եկամտային մասը - *տպաքանակ; գովազդ; հրատարակչական, առեւտրային գործունեություն.*

Խմբագրության տպաքանակային քաղաքականությունը - տպաքանակը՝ որպես եկամտի եւ հրատարա-

կության ծախսերի փակման հիմնական աղբյուրներից մեկը; հրատարակության օպտիմալ տպաքանակի որոշում (բոլոր գործունեների հաշվառմամբ) եւ տպաքանակի տատանումների քաղաքականություն; տպաքանակի իրացման միջոցները (հատավաճառ, բաժանորդագրություն); տպաքանակի ավելացման/նվազման վրա ազդող գործոնները (լսարանի ծավալի աճ, կենսամակարդակ եւ այլն); լսարանի ընդլայնման համար մարքեթինգային միջոցներ, գովազդատուների ներգրավում (անվճար նպատակային բաժանորդագրություն, ֆյուչերային բաժանորդագրություն, հրատարակության բովանդակային մոդելի փոփոխություն, տպաքանակի արհեստական ավելացում/նվազում եւ այլն):

խմբագրության գովազդային քաղաքականությունը - գովազդը՝ որպես հրատարակության եկամուտների աճի եւ ծախսերի ծածկման հիմնական աղբյուրներից մեկը; գովազդի գնի որոշում; գովազդների հրատարակման համակարգի մշակում (գովազդի բնույթը. *ուճիվերսալ*, *մասնագիտացված* եւ այլն, տեղադրման ձեւը. էջը, սյունը եւ այլն); *թաքնված գովազդ*; գովազդի ներհոսքի կազմակերպում (աշխատանք աղբյուրների հետ, խրախուսման ձեւերը); մասնավոր հայտարարությունները՝ որպես խմբագրության եկամուտների լրացուցիչ աղբյուր (հայտարարությունների բնույթը՝ առեւտրային, ոչ առեւտրային, տեղադրման ձեւը, գնի որոշումը, հայտարարությունների ներհոսքի խթանման ձեւերը); գովազդից ստացվող եկամուտների պլանավորումը՝ խմբագրության բյուջեին եւ հաշվեկշռին համապատասխան; տպաքանակի եւ գովազդի ծավալի փոխադարձ կապը:

Յրատարակչական եւ առեւտրային գործունեությունը - *Յրատարակչական գործունեությունը*՝ որպես հրատարակության լսարանի ընդլայնման, գովազդատուների ներգրավման միջոց; հրատարակչական գործունեության թերթային եւ գրքային ուղղությունները՝ հավելվածներ, ներդիրներ, ամսագրեր, գրքեր, գրքույկներ եւ այլն; հրատարակչական գործունեության մեջ մարքեթինգային հնարքներ՝ պահանջարկի մեծացման եւ ֆինանսական խնդիրների լուծման համար: *Առեւտրային գործունեությունը*՝ որպես հրատարակության ֆինանսական բազայի ամրապնդման միջոց; առեւտրային գործունեության ուղղությունների մշակում (հրատարակչություն, առեւտուր, կոմերցիա, բնակչությանը տարատեսակ ծառայությունների մատուցում՝ տեղեկատվական, խորհրդատվական, ուսուցողական եւ այլն, հրատարակության էջերի վարձատվություն եւ այլն); ներխմբագրական (բաժիններ, գործակալություններ, տեսա-համակարգչային կենտրոններ եւ այլն) եւ արտախմբագրական (փոքր ձեռնարկություններ, ֆիրմաներ եւ այլն) կառույցների ստեղծում; խմբագրության աշխատակիցների ներգրավում առեւտրային գործունեության մեջ, նրանց ակտիվության խթանման ձեւերը:

գ. *Գնային քաղաքականությունը*՝ որպես խմբագրության ֆինանսական քաղաքականության հիմնական բաղադրիչ. տեղեկատվական շուկայում խմբագրության համար օպտիմալ գների որոշում՝ հաշվի առնելով առաջարկի ու պահանջարկի հարաբերակցությունը, մրցակցային իրավիճակը, շուկայագիտական տեղեկատվությունը: Գնային քաղաքականության ուղղվածությունը՝ *հրատարակության իրացման, արտադրության եւ աշխատուժի ձեռքբերման* ընթացքում:

Իրացում - լրագրողական տեղեկատվության եւ հրատարակության տարածում եւ վաճառք, այդ թվում նաեւ՝ ծառայությունների մատուցում (գովազդատուին, ընթերցողին): *Գնային քաղաքականության եւ հրատարակության տպաքանակի* փոխկապվածություն (տպաքանակի ծավալով պայմանավորվում է գինը եւ ընդհակառակը). համարի օպտիմալ գնի որոշում; գնային տատանումներ՝ կախված տպաքանակի իրացման ձեւերից (բաժանորդագրություն, հատավաճառ, մեծածախ եւ այլն), տարածման ծառայությունների համար ծախսերից, բաժանորդագրության կազմակերպման տեղից եւ տարածման տեղից; գնի տեսակները (բացթողման, տարածաշրջանային, սահող/մրցունակ, հոգեբանական, պայմանագրային/ազատ, մեծածախ): *Գնային քաղաքականության եւ գովազդի* փոխկապվածությունը. գովազդի օպտիմալ գնի որոշում; գովազդի գնի կախվածությունը թերթում նրա զբաղեցրած ծավալից, տեղադրումից, հրատապությունից, տեսակից, գովազդի ներհոսքի ընդհանուր ծավալից, հրատարակության տարածման շրջանից եւ տպաքանակից, գովազդի շուկայում մրցակցային իրավիճակից եւ այլն; գովազդի հրատարակման համար հավելումների եւ զեղչերի համակարգի մշակում; միջնորդավճարները՝ որպես գովազդի ներգրավման խթանման միջոց:

Յրատարակության արտադրությունը - նախապատրաստման եւ թողարկման համար անհրաժեշտ ամեն ինչի ձեռքբերում (տեղեկատվություն, նյութեր, տեխնիկական միջոցներ, հրատարակչական, տպարանային ծառայություններ, տարածման ծառայություններ եւ այլն); գնային քաղաքականության կախումը այն շուկայի մարքեթինգային ուսումնասիրության արդյունքներից, որտեղից ձեռք են բերվում հրատարակության թողարկման համար անհրաժեշտ նյութերը:

Աշխատուժի ծեռքերում - լրագրողների, տեխնիկական աշխատակիցների, առևտրային աշխատողների, որոնք ապահովում են հրատարակության նախապատրաստումն ու թողարկումը, խմբագրության գոյությունը: Հաստիքային եւ ոչ հաստիքային աշխատակիցների վարձատրության համակարգի մշակում; կադրային քաղաքականության մշակում:

դ. Խմբագրության շահույթը. *հաշվեկշռային եւ գուտ շահույթ*; դեֆիցիտի կանխման միջոցները (եկամուտների մեծացման եւ ծախսերի փոքրացման հաշվին); շահույթի օգտագործման տարբերակների մշակում (ֆինանսական դրության եւ նյութա-տեխնիկական բազայի ամրապնդում, աշխատակիցների սոցիալական պաշտպանվածության բարելավում եւ այլն):

3. Տեսաձայնային ՁԼՄ-ի խմբագրության բյուջե հասկացությունը.

Նույնն է, ինչ տպագիր լրատվամիջոցին: Տեսաձայնային ՁԼՄ-ների բյուջեի կազմման առանձնահատկությունները՝ կախված նրա տեսակից՝ պետական հեռուստառադիոընկերություն; առևտրային ընկերություն; ծրագրեր արտադրող եւ վաճառող ընկերություն; ծրագրեր հեռարձակող ընկերություն եւ այլն: Բյուջեի ծախսային մասի առանձնահատկությունները. ազդանշանների համար վճարում, եթերի գնում (ծրագրեր արտադրող ընկերության համար); ծրագրերի եւ ֆիլմերի գնում եւ այլն: Բյուջեի եկամտային մասի առանձնահատկությունները. ծրագրերի եւ ֆիլմերի վաճառք; արբանյակային հեռուստատեսության համակարգի ստեղծում; բաժանորդային վարձ (կաբելային հեռուստատեսության եւ լարային ռադիոյի համար եւ այլն): Գնային եւ գովազդային քաղաքականության առանձնահատկությունները (եթերի գինը, հեռարձակման տիրույթը, գովազդի տեղադրման ժամանակը, ծրագիրը եւ այլն):

4. Լրատվական գործակալության բյուջե հասկացությունը.

Նույնն է, ինչ տպագիր հրատարակությանը: Լրատվական գործակալության բյուջեի կազմման առանձնահատկությունները՝ կախված նրա տեսակից (պետական, առևտրային եւ այլն), մասնագիտացումից, տեղեկատվության տարածման տիրույթից:

IV. Մարքեթինգ

Մարքեթինգը՝ որպես տեղեկատվական շուկայի ուսումնասիրմանն ուղղված գործունեության հատուկ տեսակ, որի նպատակն է տպագիր լրատվամիջոցի/հեռուստառադիոընկերության առաջխաղացումը շուկայում, ՁԼՄ գոյության ապահովումը եւ լսարանի պահանջմունքները բավարարող տեղեկատվական ու այլ կարգի ծառայությունների զարգացումը: Մարքեթինգը՝ որպես անընհատ գործընթաց, ՁԼՄ հաջող գործունեության անկապտելի բաղադրիչ:

1. Խմբագրական-հրատարակչական մարքեթինգ հասկացությունը.

Խմբագրական-հրատարակչական մարքեթինգի նպատակները. ընթերցողի/հեռուստադիտողի/ունկնդրի տեղեկատվական պահանջմունքների բավարարումը; տպագրական/էլեկտրոնային ՁԼՄ-ների՝ շուկայում առաջխաղացման համար պայմանների ստեղծումը; ՁԼՄ-ի եւ խմբագրության գոյության համար պայմանների ապահովումը: Մարքեթինգի խնդիրները. *տեղեկատվական շուկայի ուսումնասիրում; սպառողական շուկայի ուսումնասիրում; ՁԼՄ-ների՝ շուկայի պահանջներին համապատասխանության, մրցունակության որոշում.*

Տեղեկատվական շուկայի ուսումնասիրում - շուկայի պոտենցիալ հնարավորությունների բացահայտում; ՁԼՄ-ների պահանջարկի բնույթի եւ մակարդակի, տարածման տիրույթի, տեղափոխման եւ տարածման հնարավորությունների, ինչպես նաեւ շուկա դուրս գալու ժամանակի որոշում:

ա. Սեզմենտացիան (շուկայի մի մասի տարանջատումը, որը տարբերվում է շուկայի մյուս մասերից՝ ինչ-որ ընդհանուր հատկանիշներով)՝ որպես շուկայի ուսումնասիրության հիմնական բաղադրիչ. շուկայի սեզմենտի ընտրություն եւ ուսումնասիրում՝ հաստատելու համար ընտրության հիմնավորվածությունը (բազային լսարանի, շուկայի հնարավորությունների, տարածման տիրույթի տնտեսական առանձնահատկությունների եւ այլնի քանակական եւ որակական վերլուծություն):

բ. ՁԼՄ-ների դիրքավորում - ընտրված սեզմենտում այն տեղեկատվական ոլորտի, տեղի որոշում, որում պետք է գործի տվյալ ՁԼՄ-ն; լրատվական տեղի տեսակները (*ուղղահայաց. ընթերցողների/ունկնդիրների/հեռուստադիտողների տարբեր խմբերին ուղղված արտադրանքի թողարկում; հորիզոնական. որոշակի խմբին ուղղված արտադրանքի թողարկում; խառը տեսակ*):

Ապառողական շուկայի ուսումնասիրում - Խնդիրը. ՁԼՄ բազային լսարանի, նրա պահանջմունքների, անհատական առանձնահատկությունների ուսումնասիրում: Ուսումնասիրության ուղղությունների ընտրություն. տարածման տարածաշրջանի ուսումնասիրում; իրական եւ հնարավոր լսարանի վերլուծական գնահատականը (վերլուծության մեթոդիկա. սոցիալոգիաներ, անկետավորում, հարցազրույցներ եւ այլն); բազային լսարանի ժողովրդագրական վերլուծություն; լսարանի սոցիալական վերլուծություն; լսարանի հոգեբանական վերլուծություն եւ այլն:

ՁԼՄ-ների՝ շուկայի պահանջներին համապատասխանության որոշում - շուկայում ՁԼՄ-ի մրցունակության ուսումնասիրում; մրցակիցների ուժեղ եւ թույլ կողմերի բացահայտում, դրանց տարածման համակարգի, թողարկման պարբերականության, թեմատիկ բովանդակության եւ այլնի ուսումնասիրում: Սեփական ՁԼՄ-ի վերլուծություն եւ գործունեության սրբագրում՝ շուկայի իրավիճակին համապատասխան: Մարքեթինգային մարտավարություն. ՁԼՄ մրցունակության մակարդակի մշտական դիտարկում՝ լսարանի հարցումների, վարկանիշային ուսումնասիրությունների, տպաքանակի իրացման, բաժանորդագրության արդյունքների եւ այլնի միջոցով:

2. Մարքեթինգի պլանավորում եւ մեթոդներ հասկացությունը.

ա. Մարքեթինգի պլանավորում - մարքեթինգային գործունեության նպատակների, պարբերականության, հերթագայության, բնույթի որոշում: Երկարաժամկետ/հեռանկարային պլանավորում (ռազմավարական ծրագրի կազմում, որը կներառնի մարքեթինգային միջոցառումների, դրանց անցկացման ժամանակի ու տեղի, պատասխանատու անձանց եւ այլնի ուղղությունները); օպերատիվ պլանավորում (կոնկրետ մարքեթինգային միջոցառման մարտավարական պլանի մշակում եւ իրագործում): Մարքեթինգային կանխատեսում. հնարավոր ռիսկի կանխում. ընդհանուր կանխատեսում (երկարաժամկետ ընթացքի համար տեղեկատվական շուկայում իրավիճակի փոփոխությունների բազմակողմանի մոդելավորում); մասնակի կանխատեսում (կարճ ժամանակի ընթացքում շուկայի սեզոնական տեղեկություններից մեկում իրավիճակի հնարավոր զարգացման տարբերակի քննարկում): Մարքեթինգային կանխատեսումների մշակման միջոցները (իրատարական տպաքանակի, ծրագրերի վարկանիշի տվյալների վիճակագրական վերլուծություն, նոր ստեղծված ՁԼՄ-ի փորձնական համարների եւ ծրագրերի թողարկում, վերլուծություն եւ այլն):

բ. Մարքեթինգի իրականացման մեթոդաբանական - տեղեկատվական շուկայի, բազային լսարանի խոր, մասշտաբային սոցիոլոգիական ուսումնասիրություն; ընտրողական/պանելային ուսումնասիրություններ; լսարանի անկետավորում, հարցումներ; խմբագրության անձնական շփումները լսարանի հետ (հանդիպումներ, «կլոր սեղաններ», կոնֆերանսներ եւ այլն); խմբագրական փոստի վերլուծություն; ՁԼՄ փառատոնների եւ այլնի անցկացում: Գովազդարշավը՝ որպես մարքեթինգի կարեորագույն բաղադրիչներից մեկը; գովազդարշավի անցկացման մեթոդիկան (իրենց ՁԼՄ-ում, այլ ՁԼՄ-ներում եւ այլն): Մարքեթինգային արշավը՝ որպես միջոցառումների համալիր, որ կազմակերպվում է տեղեկատվական շուկայի լիարժեք ուսումնասիրման համա՝ ՁԼՄ դիրքերն ամրապնդելու նպատակով; արշավի անցկացման մանրամասն ծրագրի մշակում; մեթոդներն ու հնարքները:

3. Մարքեթինգի խմբագրական ծառայություն հասկացությունը.

Մարքեթինգային ծառայության մեծության, կազմի, կառուցվածքի, գործունեության դաշտի որոշումը՝ կախված նրա առջեւ կանգնած խնդիրներից, ՁԼՄ-ի տեսակից, տարածման տիրույթից եւ լսարանի բնույթից: Մարքեթինգի/մարքեթինգի գծով մեներգների մասնագիտությունը՝ որպես խմբագրության կոլեկտիվի լիարժեք եւ անհրաժեշտ անդամ: Մարքեթինգի խնդիրներն ու պարտականությունները. մարքեթինգի բյուջեի մշակում (այլ ՁԼՄ-ներում տվյալ լրատվամիջոցի գովազդի, PR-ի, մարքեթինգային արշավների եւ այլ միջոցառումների ծախսերը եւ այլն); մարքեթինգային միջոցառումների պլանավորում եւ անցկացում; մարքեթինգի վերահսկում՝ պլանավորման եւ մարքեթինգային գործունեության մեջ թերությունների բացահայտման եւ իրավիճակի շտկման համար երաշխավորությունների մշակման նպատակով:

V. Գովազդ

Գովազդը՝ որպես հասարակության կյանքի բաղադրիչ: Հասարակության վրա գովազդի տնտեսական, մշակութային եւ հոգեբանական ազդեցությունը: Գովազդը զանգվածային հաղորդակցության համակարգում; գովազդային բիզնեսի զարգացման պատմությունը եւ ժամանակակից դրությունը (հայրենական եւ արտասահմանյան փորձը): Գովազդ եւ լրագրություն:

1. Գովազդային գործունեությունը տեղեկատվական շուկայում հասկացությունը.

Գովազդային գործունեության կազմակերպման սկզբունքները. գովազդի բաժինը խմբագրությունում (ստեղծագործական, առևտրային, հաճախորդների հետ աշխատանքի, հետազոտական եւ այլն); գովազդային բաժինների փոխգործունեությունը խմբագրական մյուս ծառայությունների հետ; գովազդի մենեջմենթ; ներկայացուցչական գործունեության կազմակերպում; գովազդային գործակալի գործառույթներն ու խնդիրները; գովազդային գործակալների աշխատանքի օպտիմիզացիայի միջոցները; գործակալի աշխատանքի առանձնահատկությունները; նրա գործունեության սոցիալ-հոգեբանական կողմերը; գովազդի ռազմավարության եւ մարտավարության մշակումը; գովազդի տարածման ուղիները; ստեղծագործական եւ ոչ ստեղծագործական գործունեությունը գովազդում:

2. Գովազդի ստեղծագործական տեխնոլոգիաները հասկացությունը.

Գովազդային հաղորդագրության ստեղծման ժամանակ անհատական եւ կոլեկտիվ ստեղծագործության մեթոդները, հնարքները, առանձնահատկությունները: Գովազդի տեսակներն ու միջոցները; գովազդային դիմումի տեքստային, արտահայտչական եւ ձեւավորման տարրերը: Տպագիր, հեռուստատեսային եւ ռադիոգովազդի առանձնահատկությունները:

3. Սոցալական եւ քաղաքական գովազդ. հասկացությունը.

Առանձնահատկությունները; միջոցների եւ բազային լսարանի ընտրությունը: Ժամանակակից ՁԼՄ-ներում սոցիալական եւ քաղաքական գովազդի ձեւավորման ու զարգացման պայմանները: Թաքնված եւ ուղղակի գովազդ:

4. Գովազդի հոգեբանությունը հասկացությունը.

Գովազդի բազային լսարանի որոշումը; գովազդի ազդեցությունը լսարանի վրա; հոգեբանական գործոնների հաշվառումը գովազդի ստեղծման ժամանակ:

5. Գովազդի արդյունավետությունը հասկացությունը.

Արդյունավետության տնտեսական եւ հաղորդակցական գործոնները; գովազդի բացասական ազդեցությունը եւ դրա հաղթահարման միջոցները:

6. Գովազդ-իրավունք-էթիկա հասկացությունը.

ՁԼՄ-ներում գովազդային գործունեության իրավական եւ էթիկական կարգավորման առանձնահատկությունները (հայրենական եւ արտասահմանյան փորձը); ՁԼՄ-ներում գովազդի օգտագործման իրավական եւ էթիկական կողմերը; գովազդի սոցիալական պատասխանատվությունը; գովազդային գործընթացի մասնակիցներին ներկայացվող մասնագիտական-էթիկական պահանջները; էթիկական մոտեցումների առանձնահատկությունը՝ կախված գովազդի բնույթից (առևտրային, քաղաքական, սոցիալական):

VI. Հասարակական կապեր (Փաբլիկ ռիլեյշնզ` PR)

Հասարակական կապերը՝ որպես գիտություն եւ գործունեություն: PR-ը՝ սոցիալական հարաբերությունների համակարգում: PR-ը՝ որպես կառավարման, մենեջմենթի գործառույթ, հասարակական հարաբերությունների տեսակ, հասարակական կապ՝ ՁԼՄ-ների միջոցով:

1. Հանրություն եւ հասարակական կարծիք հասկացությունը.

PR-ի ոլորտներն ու գործառույթները (տեղեկատվական, կառավարչական, կարգավորիչ եւ այլն): Հանրային կապերի մշակութային եւ գործնական ավանդույթները, դրանց յուրահատկությունը: ՁԼՄ խմբագրության ճյուղային կապերը. գործարար շրջանակների, հասարակական, քաղաքական, պետական գործիչների, տեղեկատվության աղբյուրների, ֆինանսավորող կազմակերպությունների, հիմնադիրների եւ այլոց հետ հարաբերությունները: ՁԼՄ հեղինակության, խմբագրության եւ նրա արտադրանքի նկատմամբ բաբենպաստ հասարակական կարծիքի ստեղծում:

2. Լրագրություն-գովազդ- PR հասկացությունը.

Փոխկապակցությունը եւ առանձնահատկությունները; մամուլի կենտրոնների գործունեության առանձնահատկությունները; մամուլի քարտուղարի գործառույթները:

3. PR-իրավունք-էթիկա հասկացությունը.

PR-ի գործունեության էթիկական եւ իրավական կարգավորիչները: Մասնագիտական չափանիշներն ու պահանջները. կորպորատիվ գործունեություն; գործնական հարաբերությունների էթիկա; ՁԼՄ-ների PR արշավները, մասնագիտական վարքականոններ եւ չափանիշներ:

*«ՁԼՄ մենջմենթ» դասընթացի պարապմունքներն ընդգրկում են դասախոսություններ, գործնական վար-
ժություններ, խմբագրական-արտադրական իրադրություններ մոդելավորող գործնական խաղեր, թեսթեր:*

Հնարավոր թեսթի օրինակ

«ԳՆԱՀԱՏԵՔ ԻՆՔՆԵՐԴ ԾԵԶ՝ ՈՐՊԵՍ ՄԵՆԵԶԵՐ»

Ինքներդ ձեզ գնահատական տվեք՝ զրոյից մինչեւ հինգ, հետեւյալ հատկանիշների համար.

0 - նշանակում է «ոչինչ չգիտեմ կամ չեմ կարողանում»

5 - «գիտակ եմ, զարգացման կարիք չունեմ»

3 - «որոշ գիտելիքներ ունեմ, բայց դրանք պետք է զարգացնել»:

Լրացնելուց հետո որոշեք այս առումով ձեր կարելիքները մոտակա կես տարում: Վեց ամիս հետո կրկին գնահատեք ինքներդ ձեզ եւ տեսեք, թե ինչ արդյունքի եք հասել:

Կարելի է այս «գաղտնի» ինքնագնահատումն անցկացնել պարբերաբար, կես տարին մեկ:

Կարելի է գնահատել նաեւ ուրիշ մենեջերների անհատական զարգացումը:

ՀԱՏԿԱՆԻՇ

ԳՆԱՀԱՏԱԿԱՆ

ստեղծագործական ընդունակություն
կայունություն
տնտեսական ու ֆինանսական լավ հմտություններ
պարտաճանաչություն, ժամանակի լավ զգացողություն
լավ բառապաշար
առողջ հոգեբանություն
լավատեղյակություն
ռազմավարական լավ կարողություններ
որոշումներ ընդունելու ունակություն
դիվանագիտություն
ներկայանալի արտաքին
հեռատեսություն
դերասանական ձիրք
պատասխանատվություն
արդարամտություն
«ազնվականություն»
ճկունություն
արկածախնդրություն
մտքի սրություն
«սադրելու», խթանելու ունակություն
համառություն, նպատակասլացություն
հումորի զգացում
մարդկանց համոզելու ունակություն
նվիրվածություն
բռնակալություն
շուկան լավ հետազոտելու ունակություն
անկեղծություն
«հաստ կաշի», պնդերեսություն
վառ անհատականություն
կամքի ուժ
թիմի լավ ղեկավար
թիմի լավ անդամ
եռանդ
կարգապահություն
բանակցելու ունակություն
երաշխավորվող գրականության ցուցակ

1. Երեւանի մամուլի ակումբ: Հեռուստատեսություն եւ ռադիո. լրագրություն եւ ստեղծագործական մենեջմենթ: Եր., 2000:
2. Հայաստանի ժուռնալիստների միություն: Ձանգվածային լրատվության անկախ միջոցների մենեջմենթ: Դաս. ժողովածու: Երեւան, 1996:
3. ՀՀ գործող օրենքների ժողովածու (1995 - 1999 թթ.): // Գիրք Ա. ՀՀ կառավարությանն առընթեր «Պաշտոնական տեղեկագիր» ՊՓԲԸ, Եր., 1999:
4. ՀՀ գործող օրենքների ժողովածու (1995 - 1999 թթ.): // Գիրք Բ. ՀՀ կառավարությանն առընթեր «Պաշտոնական տեղեկագիր» ՊՓԲԸ, Եր., 1999:
5. Հայաստանի Հանրապետության Սահմանադրություն: // Մխիթար Գոշ, Եր., 1997:
6. Հայաստանի Հանրապետության Քաղաքացիական օրենսգիրք: // ՀՀ Պաշտոնական տեղեկագիր, N17 (50), 10 օգոստոսի, 1998:
7. ՀՀ քաղաքացիական դատավարության օրենսգիրք: // Ընդունվել է ՀՀ ԱԺ կողմից 1998 թ. հունիսի 17-ին, Եր., 2000:
8. Վարչական իրավախախտումների վերաբերյալ ՀՀ օրենսգիրք: // Առ 1-ը հունվարի 2000 թ. կատարված փոփոխություններով եւ լրացումներով: Եր., 2000:

Список рекомендуемой литературы:

1. Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста: парадоксы развития, поиски, перспективы. М., 1991.
2. Айвазян А.А. Работа на частной FM радиостанции. Ереван, 1998.
3. Айзенберг М. Менеджмент рекламы. М., 1993.
4. Баркан Д.И., Ходяченко В.Б. и др. Как создаются коммерчески успешные товары и услуги. / Маркетинг и нововведения. М., 1991. N 3.
5. Блажнов Е.А. Имидж: секрет воздействия. / Журналист. 1994.N1.
6. Блажнов Е.А. Паблик рилейшнз. Что это такое? М., 1994.
7. Блажнов Е.А. Репутация. / Журналист. 1994. N 2.
8. Бэрри Э.М. Карьера в рекламном агентстве. // ТОО "Внешреклама". М., 1997.
9. Вайсман А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху. М., 1996.
10. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. / Учеб. // Гардарика. М., 1998.
11. Ворошилов В.В. Журналистика. СПб., 1999.
12. Ворошилов В.В. Журналистика и бизнес. СПб., 1993.
13. Ворошилов В.В. Менеджмент средств массовой информации. / Конспект лекций. // Изд-во Михайлова В.А. СПб., 1999.
14. Ворошилов В.В. На рынке журналистского труда не все благополучно / Невский наблюдатель. 1997. N 2.
15. Галкин С.И. Оформление газеты и журнала: от элемента к системе. М., 1984.
16. Герчикова И.Н. Менеджмент. / Учеб. // Банки и биржи: ЮНИТИ. М., 1997.
17. Гуревич С.М. Газета и рынок: как добиться успеха. / Изд.2-е. // М., 1998.
18. Гуревич С.М. Основы редакционного менеджмента. Уфа-Туймазы, 1994.
19. Гуревич С.М. Редакционный менеджмент. М., 1997.
20. Гуревич С.М. Экономика средств массовой информации. // Изд-во им. Сабашниковых. М., 1999.
21. Дейян А. Реклама. М., 1993.
22. Дурович А. П. Маркетинг в предпринимательской деятельности. // НПК "Финансы. Учет Аудит". Минск, 1997.
23. Задорожная И.Я. Промоушн как элемент маркетинга американской телевизионной компании (на примере Си-Би-Эс) / Вестн. Моск. ун-та. Сер. 9. Журналистика. 1994.N 5
24. Зазыкин В.Г. Психология рекламы. М., 1992.
25. Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR. СПб., 1995.
26. Информационное агентство "АРКА". Реклама в средствах массовой информации. / Под ред. Петросова К., Демурияна А. // Изд-во "Арег". Ереван, 1997.
27. Картер Г. Эффективная реклама. М., 1991.

28. Киричевский Р.Д. Если вы - руководитель: элементы психологии менеджмента в повседневной работе. М., 1993.
29. Корнилов Е.А., Дядюшенко В.С. Газета на бульваре. Ростов-на-Дону, 1997.
30. Котлер Филип. Основы маркетинга. М., 1990.
31. Кохтев Н.Н. Стилистика рекламы. М., 1990.
32. Кузнецов Ю.В., Подлесных В.И. Основы менеджмента. / Учеб. // ОЛБИС. СПб., 1999.
33. Маркетинг. / Под ред. Романовой А.П. // М., 1995.
34. Маркетинг. / Учеб. Под ред. Уткина Э.А. // Ассоц. авт. и изд. "Тандем": ЭКМОС. М., 1998.
35. Назайкин А.Н. Рекламная служба газеты. Структура, принципы, функции. М., 1996.
36. Наймушин А.Д. Основы организации рекламы. М., 1992.
37. Национальный Институт Прессы. Как сделать газету прибыльной. / Матер. конф. // Изд. дом "Кириши". 1998.
38. Огилви Д. Тайны рекламного двора. М., 1993.
39. Организация маркетинга. Цель - покупатель. // Дело. М., 1996.
40. Пашкус С.В., Милько О.Н. Введение в бизнес. М., 1991.
41. Попов С.Г. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: Особенности менеджмента и маркетинга. / Учеб. пособие. // Ось-89. М., 1997.
42. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. // Центр. М., 1998.
43. Работа с письмами в редакции. / Под ред. Гуревича С.М. // М., 1991.
44. Рабочая книга редактора районной газеты. / Под ред. Засурского Я.Н. // М., 1991.
45. Радугин А.А., Радугин К.П. Введение в менеджмент: социология организаций и управления. Воронеж, 1995.
46. Самолетов С.А. Хозяйственная деятельность редакций: новые тенденции // Журналистика и массовая культура. СПб., 1994.
47. Слепов В., Попов Б. Ценообразование и менеджмент. М., 1996.
48. Современный маркетинг / Под ред. Хруцкого В.В. // М., 1991.
49. Социальная практика и журналистский текст. М., 1990.
50. Становление духа корпорации: правила честной игры в сообществе журналистов. / Под ред. Баштановского В.И., Казакова Ю.В., Симонова А.К., Согомонова Ю.В. // М., 1995.
51. Сэндидж Ч., Фрайбургер В., Ротцолл К. Реклама: теория и практика. М., 1989.
52. Табашников И.Н. Газета и дизайн. Тюмень, 1994.
53. Томпсон А., Формби Д. Экономика фирмы. // Бином. М., 1998.
54. Травин В.В., Дятлов В.А. Основы кадрового менеджмента. М., 1995.
55. Тульчинский Г.Л. Public relations: репутация, влияние, связи с прессой и общественностью. СПб., 1994.
56. Уткин Э.А., Кочеткова А.И. Практикум по курсу менеджмента. // Зерцало. М., 1998.
57. Федотова Л.Н. К вопросу о рейтинге телепередач. / Вест. МГУ. 1996. N 6.
58. Федотова Л.Н. Реклама в опросах общественного мнения. М., 1994.
59. Фонд защиты гласности. Профессиональная этика журналистов. / Документы и справочные материалы. Т. 1 // Изд-во "Галерея". М., 1999.
60. Халаджан М.Н. Искусство коммерческой рекламы. М., 1994.
61. Эванс Дж., Берман Б. Маркетинг. // Изд-во "Экономика". М., 1990.
62. Этика бизнеса. Межкультурные аспекты. М., 1992.
63. Этический кодекс специалистов пресс-служб и служб паблик рилейшнз // Престиж. 1995.
64. Якокка Л. Карьера менеджера. // Изд-во "Прогресс". М., 1990.

Bibliography

1. Aaker D., & Myers J. Advertising management. / 3rd ed. // Prentice-Hall. Englewood Cliffs, NJ., 1987.
2. ABC's of the Fifth Estate. Broadcasting Yearbook. // Broadcast Publications. Washington, DC, 1990.

3. Adler S. J. Lawyers advise concerns to provide precise written policy to employees. / *The Wall Street Journal*, 1991, October 9.
4. Albert Pierre, Leteinturier Christine. Les médias dans le monde. // Ellipses. Paris, 1999.
5. Bagdikian B. H. The media monopoly. / 3rd ed. // Beacon Press. Boston, 1990.
6. Bahu-Leyser D., Chavenon H., Durand J. Audience des médias. Guide France-Europe. // Eyrolles. Paris, 1990.
7. Bamberger Manuel. La Radio en France et en Europe. // Presses Universitaires de France. Paris, 1997.
8. Banwalt N. et al. Television in Europe to 2007. // Zenith Media. London, 1998.
9. Bass B. M. Leadership and performance beyond expectations. // Free Press. New York, 1985.
10. Bass B. M. Organizational decision making. // Irwin. Homewood, IL., 1983.
11. Beam R. Impact of group ownership on organizational professionalism. / Paper presented at the meeting of the Association for Journalism and Mass Communications, Minneapolis. MN., 1990, July.
12. Bechelloni G. L'immaginario quotidiano: TV e cultura di massa in Italie. // ERI. Turin, 1984.
13. Bergen L. A., & Weaver D. Job satisfaction of daily newspaper journalists and organization size. / *Newspaper Research Journal*, 9, 1988.
14. Berger W. Drug testing: Watchdog or witch-hunt? / *Folio*, 1990, September.
15. Berkowitz E. N., Kerin R. A., & Rudelius W. Marketing / 2nd ed. // Irwin. Homewood, IL., 1989.
16. Berthet Philippe, Redonnet Jean-Claude. L'Audiovisuel au Japon. // Presses Universitaires de France. Paris, 1992.
17. Bertrand Claude-Jean (dir.) Médias: Introduction à la presse, la radio et la télévision. / 2-e éd. // Ellipses. Paris, 1999.
18. Bertrand Claude-Jean. Les médias aux Etats-Unis. / 5-e éd. // Presses Universitaires de France. Paris, 1997.
19. Bertrand Claude-Jean. Les médias en Grande-Bretagne. // Presses Universitaires de France. Paris, 1998.
20. Beville H. Audience ratings: Radio, television, cable. / rev. ed. // Lawrence Erlbaum Associates. Hillsdale, NJ., 1988.
21. Blankenburg W. B. Newspaper ownership and control of circulation to increase profits. / *Journalism Quarterly*, 59, 1982.
22. Blonston G. The white collar blues. / *Boulder Dally Camera*, 1991, September 11.
23. Bogart, L. Press and public. / 2nd ed. // Lawrence Erlbaum Associates. Hillsdale, NJ., 1989.
24. Bondebjerg Ib, Bono Francesco. Television in Scandinavia: History, politics and aesthetics. // University of Luton Press (UK), 1996.
25. Bourgault Louise M. Mass Media in Sub-Saharan Africa. // Bloomington. Indiana UP., 1995.
26. Boyd Douglas. Broadcasting in the Arab world. / 3-e éd. // SUP. Ames, Iowa, 1999.
27. Bushman E. Wrongful discharge. / *Case & Comment*, 1989, May-June.
28. Busterna J. Antitrust in the 1980s: An analysis of 45 newspaper actions. / *Newspaper Research Journal*, 9(2), 1988a.
29. Busterna J. Trends in daily newspaper ownership. / *Journalism Quarterly*, 65, 1988b.
30. Button P. Advertising copywriting / 6th ed. // NTC Business Books. Lincolnwood, IL., 1990.
31. Campet Jacques. L'Avenir de la télévision publique. / 2 tomes. // La Documentation française. Paris, 1994.
32. Carlsson Ulla, Harrie Eva. Media trends in Denmark, Finland, Iceland, Norway and Sweden. // Nordicom. Göteborg University, 1997.
33. Cayrol Roland. Les médias. Presse écrite, radio, télévision. // Presses Universitaires de France. Paris, 1991.
34. Coleman James A., Rollet Brigitte. Television in Europe. // Intellect Books. Exeter, 1997.
35. Collins R. The economics of television. // Sage. London, 1987.
36. Compaine B. M. The expanding base of media competition. / *Journal of Communication*, 35(3), 1985.
37. Conseil de l'Europe. Systèmes de radio et de télévision dans les pays membres de l'Union européenne et en Suisse. Strasbourg, 1998.

38. Conseil de l'Europe. Systèmes de radio et de télévision en Europe du Nord et dans les pays baltes. Strasbourg, 1998.
39. Conseil de l'Europe. Systèmes de radio et de télévision en Europe centrale et orientale. Strasbourg, 1998.
40. Conseil de l'Europe. Systèmes de radio et de télévision en Europe du Sud. Strasbourg, 1998.
41. Cortade Jean-Emmanuel. La télévision française. // Presses Universitaires de France. Paris, 1993.
42. Crable R. & Vibbert S. Public relations as communication management. // Bellwether. Edina, MN., 1986.
43. Crispell D. People patterns. / The Wall Street Journal, 1991, December 18.
44. CSA. Réglementation et régulation audiovisuelles en Europe. // CSA. Paris, 1993.
45. Davis L. Looser, yes, but still the deans of discipline. / Channels, 1987, July/August.
46. Del Vecchio G. A question of loyalty. / Newsweek, 1991, September 23.
47. Dierichs P. Der Zeitungsmarkt in Deutschland. // Brockmeyer. Bochum, 1988.
48. Dominguez C. M. A crack in the glass ceiling. / HR Magazine, 1990, December.
49. Dracos T. News directors are lousy managers. / Washington Journalism Review, 1989, September.
50. Drucker P. F. The effective decision. / In E. Collins (Ed.), Executive success: Making it in management // Wiley. New York, 1983.
51. Dunn S., Barban A., Krugman D., & Reid L. Advertising: Its role in modern marketing. // Dryden. Chicago, 1990.
52. Duscha D. Plan newspaper estates early. / presstime, 1990, October.
53. Eureka Audiovisuel. The development of the audiovisual landscape in Central Europe since 1989. // University of Luton Press (UK), 1998.
54. Euromedia Research Group. The media in Western Europe. / 2-e éd. // Sage. London, 1997.
55. Fabre Thierry. Le media-planning. // Presses Universitaires de France. Paris, 1992.
56. Fink Conrad C. Strategic newspaper management. // Random House. New York, 1988.
57. Fishman D. B., & Chernis C. (Eds.) The human side of corporate competitive. // Sage. London, 1990.
58. Fox Elizabeth. Latin American broadcasting: From Tango to Telenovela. // University of Luton Press (UK), 1997.
59. Francese P. How to manage consumer information. / In P. Wickham (Ed.), The insider's guide to demographic know-how. // American Demographics Press. Ithaca, NY., 1988.
60. French W. L. Human resource management. // Houghton Mifflin. Boston, 1986.
61. Friedman Michel. Libertés et responsabilités des journalistes et des auteurs. // Editions du CFPJ. Paris, 1991.
62. Frost Jean-Marie (Ed.) World Radio-TV handbook. // Billboard. New York, annual.
63. Garneau G. To err on the side of publishing. / Editor & Publisher, 1991b, April 20.
64. Gaziano C., & Coulson D. C. Effect of newsroom management styles on journalists: A case study. / Journalism Quarterly, 65, 1988.
65. Giles R. H. Newsroom management. // Media Management Books, Inc. Detroit, 1988.
66. Gillmor D., Barron J., Simon T., & Terry H. Mass communication law: Cases and comment / 5th ed. // West. St. Paul, MN, 1990.
67. Griffin R. W., & Moorhead G. Organizational behavior. // Houghton Mifflin. Boston, 1986.
68. Grunig J., & Hunt T. Managing public relations. // Holt, Rinehart & Winston. New York, 1984.
69. Guide to understanding and using radio audience estimates. Arbitron radio market report reference guide. // Arbitron Ratings Co. New York, 1987.
70. Harrison E. F. The managerial decision-making process. / 3rd ed. // Houghton Mifflin. Boston, 1987.
71. Head S., & Stirling C. Broadcasting in America: A survey of electronic media. // Houghton Mifflin. Boston, 1990.
72. Hein Arnold. Wirtschaftsnachrichten erklärt und entschlüsselt. Frankfurt am Main, 1984.
73. Heller F. A., & Wilpert B. Competence and power in managerial decision-making. // Wiley. Chichester, England, 1981.

74. Henno Jacques. La presse économique et financière. // Presses Universitaires de France. Paris, 1993.
75. Hilliard Robert L., Keith Michael C. Global broadcasting systems. // Sage. London, 1996.
76. Hood J., & Kalbfeld B. (Eds.). AP broadcast news handbook. // Associated Press. New York, 1982.
77. Hornig Priest Susanna. Doing media research: An introduction. // Sage. London, 1996.
78. House R. J. A 1976 theory of charismatic leadership. / In J. G. Hunt & L. L. Larson (Eds.), Leadership: The cutting edge. // Southern Illinois University. Carbondale, 1977.
79. House R. J., & Dessler G. The path-goal theory of leadership: Some post hoc and apriori tests. / In J. G. Hunt & L. L. Larson (Eds.), Contingency approaches to leadership. // Southern Illinois University. Carbondale, 1974.
80. Huber G. P. Managerial decision making. // Scott Foresman. Glenview, IL., 1980.
81. Humphreys Peter J. Mass media and media policy in Western Europe. // Manchester University Press, 1996.
82. Institut Abassa. Annuaire media du Maghreb 1998: presse écrite, paysage radiophonique, paysage audiovisuel, agences de presse, communication et publicité. // Issy-les-Moulineaux, 1998.
83. Joffe B. Law, ethics and public relations writers. / Public Relations Journal, 1989, July.
84. Johnston W. Work force 2000. // Hudson Institute. Indianapolis, 1987.
85. Joseph T. Television reporters' and managers' preferences on decision-making. / Journalism Quarterly, 60, 1983.
86. Junqua Daniel. La presse écrite et audiovisuelle. // Editions du CFPJ. Paris, 1995.
87. Kotler P. Marketing management; Analysis, planning and control. / 4th ed. // Prentice-Hall. Englewood Cliffs, NJ., 1980.
88. Kreitner R. Management. / 3rd ed. // Houghton Mifflin. Boston, 1986.
89. Lacy S. A model of demand for news: Impact of competition on newspaper content. / Journalism Quarterly, 66, 1989.
90. Lacy S. Content of joint operating newspapers. / In R. G. Picard, J. P. Winter, M. E. McCombs, & S. Lacy (Eds.), Press concentration and monopoly. // Ablex. Norwood, NJ., 1988.
91. Lacy S., & Simon T. F. The economics and regulation of United States newspapers. // Ablex. Norwood, NJ., 1992.
92. Lacy S. The impact of repealing the newspaper preservation act. / Newspaper Research Journal, 11(1), 1990.
93. Lacy Stephen, Sohn Ardyth B., Wicks LeBlanc Jan. Media management: A casebook approach. // Lawrence Erlbaum Associates. New Jersey, 1993.
94. Lambert Jacques. La presse d'entreprise. // Presses Universitaires de France. Paris, 1993.
95. Lancaster K., & Katz H. Strategic media planning. // NTC Business Books. Lincolnwood, IL., 1989.
96. Laramée Alain, Vallée Bernard. La recherche en communication: éléments de méthodologie. // Presses de l'Université de Québec. Montréal, 1991.
97. Latham G. P., & Locke E. A. Goal setting a motivational approach that works. / Organizational Dynamics, 77, 1979.
98. Lavine J. M., & Wackman D. B. Managing media organizations. // Longman. New York, 1988.
99. Lemoine Jean-François (dir.) L'Europe de la presse quotidienne régionale. // SPQR. Paris, 1992.
100. Les droits et les devoirs des journalistes. Textes essentiels, CFPJ-ESJ. // Editions du CFPJ. Paris, 1995.
101. Litman B. Microeconomic foundations. / In R. G. Picard, J. P. Winter, M. E. McCombs & S. Lacy (Eds.), Press concentration and monopoly. // Ablex. Norwood, NJ., 1988.
102. Masse Pierrette. Méthodes de collecte et d'analyse de données en communication. // Presses de l'Université de Québec. Montréal, 1992.
103. Mathien Michel, Conso Catherine. Les agences de presse internationales. // Presses Universitaires de France. Paris, 1997.
104. Mathien Michel. La presse quotidienne régionale. / 3-e éd. // Presses Universitaires de France. Paris, 1993.

105. Mauro J. Application of census data for circulation sales. / In P. Hirt (Ed.), *Census applications in newspaper management and marketing*. // International Newspaper Promotion Association. Reston, VA., 1980.
106. McCavitt W., & Pringle P. *Electronic media management*. // Focal Press. Boston, 1986.
107. McCreary E. A. How to grow a decision tree. / In M. D. Richards (Ed.), *Readings in management* (5th ed.) // South-Western. Cincinnati, 1978.
108. Merrill John C. (Ed.) *Global journalism: A survey of international communication*. // Longman. White Plains, NY., 1995.
109. Michel Hervé. *Les télévisions en Europe*. / 2-e éd. // Presses Universitaires de France. Paris, 1994.
110. Milligan J. *The personal management handbook*. // Orbit House. London, 1991.
111. Mintzberg H. *The structuring of organizations*. // Prentice-Hall. Englewood Cliffs, NJ., 1979.
112. Miracle G., & Nevett T. *Voluntary regulation of advertising*. // Heath. Lexington, MA., 1987.
113. Misumi J. *The behavioral science of leadership*. // University of Michigan Press. Ann Arbor, 1985.
114. Morgan G. *Images of organization*. // Sage. London, 1986.
115. Moriarity S. *Creative advertising: Theory and practice*. // Prentice-Hall. Englewood Cliffs, NJ., 1986.
116. Mucchiell Alex. *Les méthodes qualitatives*. // Presses Universitaires de France. Paris, 1991.
117. Observatoire européen de l'audiovisuel. *Annuaire statistique: cinéma, télévision, vidéo et nouveaux médias en Europe*. // Conseil de l'Europe. Strasbourg, annuel.
118. Paracuellos Jean-Michel. *Télévision: clés d'une économie invisible*. // La Documentation française. Paris, 1993.
119. Picard R. G. *Media economics: Concepts and issues*. // Sage. Newbury Park, NJ., 1989.
120. Picard R. G. Pricing behavior of newspapers. / In R. G. Picard, J. P. Winter, M. E. McCombs, & S. Lacy (Eds.), *Press concentration and monopoly*. // Ablex. Norwood, NJ., 1988.
121. Pigeat Henri. *Les agences de presse*. // Documentation française. Paris, 1997.
122. Pilenzo R. C. *Managing for survival in the 1990s*. / *Modern Office Technology*, 1990, February.
123. Powell G. N. *Women and men in management*. // Sage. Newbury Park, CA., 1988.
124. Powers A. *Theory applied to practice: A case study of the effect of management behavior on productivity and job satisfaction in local television news*. / Paper presented at the meeting of the Speech Communication Association. Chicago, IL., 1990, November.
125. Powers A. & Lacy S. A model of job satisfaction in local television news. / In S. Lacy, A. Sohn & R. Giles (Eds.), *Readings in media management*. // Association for Education in Journalism and Mass Communication. Columbia, SC., 1992.
126. Preston I. *Advertising claims: Using evidence to back them up*. / Reference materials from seminar held November 16, 1989, Wisconsin Center in Madison. // 1989.
127. Preston I. *The definition of deceptiveness in advertising and other commercial speech*. / *Catholic University Law Review*, 39, 1990.
128. Radding A. *Consumer worry halts data bases*. / *Advertising Age*, 1991, February 11.
129. Radio-Television News Directors Association *Code of Broadcast News Ethics*. / In P. Mayeux, *Broadcast news writing and reporting*. // Brown. Dubuque, IA., 1991.
130. Rauch H. *Editors beware! Improperly handled complaints trouble*. / *Folio*, 1991, January.
131. Ray R. *The use of culture analysis to examine the management philosophies and leadership styles of radio station general managers*. / Paper presented at the meeting of the Broadcast Education Association. Las Vegas, NV., 1988, Spring.
132. Redwood A. *Human resources management in the 1990s*. / *Business Horizons*, 1990, January-February.
133. Reeves Geoffrey. *Communications and the "Third World"*. // Routledge. London, 1993.
134. Regourd Serge. *La télévision des Européens*. // Documentation française. Paris, 1992.
135. Richards J. *Deceptive advertising: Behavioral study of a legal concept*. // Lawrence Erlbaum Associates. Hillsdale, NJ., 1990.
136. Robillard Serge. *Television in Europe: Regulatory bodies*. // John Libbey. London, 1995.
137. Rosden G., & Rosden E. *The law of advertising*. // Bender. New York, 1990.
138. Rosenberg J. *Out of the office, onto the shop floor*. / *Editor & Publisher*, 1991, April 20.
139. Rosener J. *Ways women lead*. / *Harvard Business Review*, 68, 1990.

140. Rotfeld H., & Abernethy A. Radio station standards for acceptable advertising. / *Journal of Business Research*, 24, 1992.
141. Rotfeld H., Abernethy A., & Parsons P. Self-regulation and television advertising. / *Journal of Advertising*, 19(4), 1990.
142. Rotfeld H., & Parsons P. Self-regulation and magazine advertising. / *Journal of Advertising*, 18(4), 1989.
143. Rubin M. Avoid truthful, but incomplete press releases. / *Public Relations Journal*, 1991, March.
144. Ruff Jean. *L'Audiovisuel*. // Presses Universitaires de France. Paris, 1996.
145. Sandage C., Fryburger V., & Rotzoll K. *Advertising theory & practice*. // Longman. New York, 1989.
146. Schein E. H. *Organizational culture and leadership: A dynamic view*. // Jossey-Bass. San Francisco, 1985.
147. Schoell W. F., & Guiltinan J. P. *Marketing* / 4th ed. // Allyn & Bacon. Boston, 1990.
148. Schultz D. *Strategic advertising campaigns* / 3rd ed. // NTC Business Books. Lincolnwood, IL., 1990.
149. Severin W. J., & Tankard J. W., Jr. *Communication theories: Origins, methods, and uses in mass media* / 3rd ed. // Longman. New York, 1992.
150. Shames L. *The hunger for more*. // Times Books. New York, 1989.
151. Sheppard D. L. Organizations, power and sexuality: The image and self-image of women managers. / In: J. Hern, D. Shappard, P. Tancred-Sheriff, & G. Burell (Eds.), *The sexuality of organization*. // Sage. London, 1989.
152. Sherman B. *Telecommunications management*. // McGraw-Hill. New York, 1987.
153. Singly François. *L'Enquête et ses méthodes: le questionnaire*. // Nathan. Paris, 1992.
154. Sissors J., & Surmanek J. *Advertising media planning* / 2nd ed. // Grain. Chicago, 1982.
155. SJTI. *Indicateurs statistiques de l'audiovisuel: données 1993*. // La Documentation française. Paris, 1995.
156. Smith G. D., Arnold D. R., & Bizzell B. G. *Strategy and business policy*. // Houghton Mifflin. Boston, 1985.
157. Smith P. B., & Peterson M. F. *Leadership, organization, and culture*. // Sage. London, 1988.
158. Society of Professional Journalists Code of Ethics (adopted 1926; revised in 1973, 1984, 1987). / In P. Mayeux, *Broadcast news writing and reporting*. // Brown. Dubuque, IA., 1991.
159. Sohn A., Ogan C., & Pouch J. *Newspaper leadership*. // Prentice-Hall. Englewood Cliffs, NJ., 1986.
160. Solomon D. Media research tool box. / *Marketing & Media Decisions*, 24, 1989, December.
161. Soyster M. Using a free-lancer: Who owns the copyright? / *Editor & Publisher*, 1991, May 4.
162. Stewart R. A model for understanding managerial jobs and behavior. / *Academy of Management Renew*, 7, 1982.
163. Tausky C. Theories of organization. / In J. A. Litterer (Ed.), *Organizations: Structure and behavior* (3rd ed.) // Wiley. New York, 1980.
164. TBI. *World Guide: The complete television factbook*. // High Wycombe (UK), annual.
165. Toussaint-Desmoulins Nadine. *L'Economie des médias*. / 3-e éd. // Presses Universitaires de France. Paris, 1992.
166. Tudesq André-Jean. *Feuilles d'Afrique: étude de la presse de l'Afrique sub-saharienne*. // Editions de la Maison des sciences de l'homme. Bordeaux, 1995.
167. Van Aal J. 10 conseils pour faire bon usage de votre agence de publicité. // Publi-Union. Paris, 1990.
168. Van Fleet D. D. *Contemporary management*. / 2nd ed. // Houghton Mifflin. Boston, 1991.
169. Vom Zeirungsverkauf zum Zeitungsmarketing. Düsseldorf-Wien, 1986.
170. Walley W. Nets force Nielsen showdown. / *Advertising Age*, 1990, September 24.
171. Walsh J. *The manager's problem solver*. // Warner Book. London, 1993.
172. Wan-Piej. *World press trends*. // Zenith Media. Paris, annual.
173. Ward Jean, Hansen Kathleen A. *Search strategies in mass communication*. // Longman. New York, 1987.
174. Warner C. Advertising case studies great station sales tools when written properly. / *Television/Radio Age*, 1989, November 27.

175. Weaver David (Ed.) The global journalist: Newspeople around the world. // Hampton Press. Cresskill, NJ., 1998.
176. Wells W., Burnett J., & Moriarty S. Advertising principles and practice. // Prentice Hall. Englewood Cliffs, NJ., 1989.
177. Wicks J. L. An exploratory study of television advertising practices: Do profitability and organization size affect clearance formality? / Journal of Advertising, 20(3), 1991a.
178. Wicks J. L. Varying commercialization and clutter to enhance airtime attractiveness in early fringe: How TV sales managers may be responding to deregulatory freedoms. / Journal of Media Economics, 4, 1991b.
179. Willis J. Surviving in the newspaper business: Newspaper management in turbulent times. // Praeger. New York, 1988.
180. Wimmer R., & Dominick J. Mass media research / 3rd ed. // Wadsworth. Belmont, CA., 1991.
181. World press trends. // FIEJ. Paris, 1995.
182. Zenith Media. World magazine trends. // London, annual (since 1998). 82

ՁԼՄ ՕՐԵՆՍԴՐՈՒԹՅՈՒՆ. ԿԱՐԳԱՎՈՐՈՒՄ ԵՎ ԻՆՔՆԱԿԱՐԳԱՎՈՐՈՒՄ

Պատրաստվել է Երեւանի մամուլի ակումբում

Սույն ծրագրի խնդիրը մագիստրատուրայի ուսանողներին ՁԼՄ կարգավորման ներքին եւ արտաքին լծակներին, արտասահմանյան երկրների եւ Հայաստանի տեղեկատվական ոլորտում գործող հիմնական իրավական նորմերին, ինչպես նաեւ լրագրողական գործունեության էթիկական կարգավորման ձեւերին ու գործառույթներին ծանոթացնելն է:

Դասընթացն ավարտելուց հետո ուսանողները պետք է յուրացնեն հետեւյալ թեմաները.

1. Արտաքին եւ ներքին կարգավորման կոնկրետ լծակները:
2. ՁԼՄ ոլորտին վերաբերող միջազգային իրավական փաստաթղթերը:
3. Խոսքի եւ մամուլի ազատությունը ՀՀ Սահմանադրության մեջ եւ օրենքներում:
4. Արտասահմանյան երկրների օրենսդրական փորձը:
5. ՁԼՄ-ների մասին ընդհանուր եւ հատուկ օրենքների բովանդակությունը:
6. Իրավական եւ էթիկական կարգավորման ձեւավորման պատմական կողմերը:
7. Մասնագիտական էթիկայի կանոնագրերի հասարակական պահանջմունքը, դրանց գործառույթներն ու տեսակները:
8. Էթիկական նորմերի կիրարկման եղանակները:
9. Կանոնագրերի բովանդակությունն ու կառուցվածքը:
10. Առավել տարածված կանոնագրերը, խարտիաները եւ այլն:

1. Ձանգվածային լրատվության միջոցների եւ հաղորդակցության բնագավառի միջազգային իրավական նորմերը

ա) «Մարդու իրավունքների համընդհանուր հռչակագիրը» (Հոդված XIX): «Մարդու իրավունքների եւ հիմնարար ազատությունների պաշտպանության մասին» Եվրոպական կոնվենցիան (Հոդված 10): Տեղեկատվական ոլորտի կարգավորման մասին Եվրոպայի խորհրդի հանձնարարականները: Խաղաղության ամրապնդման, ժողովուրդների միջեւ փոխըմբռնման, մարդու իրավունքների պաշտպանության, ռասիզմը, ապարտեիդը եւ պատերազմի հրահրումը արմատախիլ անելու գործում ՁԼՄ-ների ավանդին վերաբերող հիմնարար սկզբունքների մասին ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի հռչակագիրը: Տեղեկատվության տարածումն ու հաղորդակցության միջոցների օգտագործումը կարգավորող այլ փաստաթղթեր: Հեղինակային իրավունքների եւ ռադիոհաճախականությունների օգտագործման, սահմանային հեռարձակման եւ այլ բնագավառների միջազգային կարգավորումը: Փաստաթղթերի հռչակագրային եւ կոնկրետ իրավական բնույթը: Հռչակագրերի եւ պրակտիկ լծակների նշանակությունը:

բ) Մարդու իրավունքների Եվրոպական դատարանը եւ տեղեկատվական վեճերի քննության նախադեպերը: Եւ անդամ երկրների քաղաքացիների հայցերի քննարկման տեխնոլոգիան: Ձանգվածային լրատվամիջոցների գործունեությանը վերաբերող վեճերի դատաքննության առավել բնորոշ նախադեպերը: Եվրոպական դատարանի մոտեցումների եւ Հայաստանի ազգային դատական համակարգի պրակտիկայի համեմատությունը:

2. Ձանգվածային լրատվության միջոցների եւ հաղորդակցության մասին օրենսդրության կառուցվածքը

ա) Օրենսդրության ավանդական կառուցվածքը եւ նրա տարբեր մոդելները. ամերիկյան, բրիտանական, եվրոպական-մայրցամաքային, ռուսական:

բ) ՁԼՄ մասին օրենսդրության հիմնական բաղկացուցիչները

- Սահմանադրությունը: Խոսքի ազատության եւ տեղեկատվություն ստանալու, պահպանելու եւ տարածելու իրավունքի երաշխիքները:
- Քրեական եւ քաղաքացիական օրենսգրքերը: Ընդհանուր կարգավորումը եւ առանձին դրույթների մասնավորումը ՁԼՄ-ների համար:
- Ընտրությունների մասին օրենսդրությունը. ընտրարշավները, ՁԼՄ-ների դերը, նրանց իրավունքներն ու գործունեության սահմանափակումները:
- ՁԼՄ-ների մասին ընդհանուր օրենսդրությունը: Դրանց կարգավորման առարկան:
- Հեռարձակման մասին օրենսդրությունը: Հատուկ կարգավորման անհրաժեշտությունը:
- Գովազդի մասին օրենսդրությունը: Կարգավորման առարկան, քաղաքական եւ առևտրային գովազդ:
- Տեղեկատվության մատչելիության մասին օրենսդրությունը: Կարգավորման առարկան եւ տեղեկատվական բնագավառին վերաբերող այլ օրենքների հետ առնչությունները:
- Պետական եւ այլ հատուկ գաղտնիքների մասին օրենսդրությունը: ՁԼՄ-ների նկատմամբ կիրարկումը:
- Հեղինակային իրավունքների մասին օրենսդրությունը: ՁԼՄ-ների նկատմամբ կիրարկումը:
- Ինտերնետի մասին օրենսդրությունը: Կարգավորման առարկան:
- Այլ, այդ թվում՝ ՁԼՄ-ների գործունեության տնտեսական կարգավորմանը վերաբերող (արտոնություններ, խթանման լծակներ, պետական հավելավճարներ եւ այլն) օրենքները:

3. ՁԼՄ-ների մասին ՀՀ օրենսդրությունը եւ դրա կատարելագործման հեռանկարները

ա) ՀՀ սահմանադրությունը, դրա 7, 12, 20, 23, 24, 36, 44, 45 հոդվածներն իբրեւ տեղակատվական բնագավառը կարգավորող ՀՀ օրենսդրության հիմք: ՁԼՄ-ներին անմիջականորեն առնչվող որոշ ազատությունների սահմանափակումները, գրաքննությունը բացառելու երաշխիքները: Արտասահմանյան, հատկապես նոր ժողովրդավարական երկրների հիմնական օրենքների հետ համեմատությունները: Այլ երկրների համապատասխան իրավական մոտեցումների վերլուծությունը:

բ) ՁԼՄ-ների մասին ընդհանուր օրենքի կարգավորման առարկան: ՀՀ «Մամուլի եւ զանգվածային լրատվության մյուս միջոցների մասին» 1991 թվականի օրենքը իբրեւ վերակառուցման ժամանակաշրջանի արգասիք: ՁԼՄ-ների կարգավիճակի անորոշությունը, կեղծ եւ չստուգված տեղեկությունների տարբերակման բացակայությունը, խոսքի ազատության երաշխիքների կիրարկման լծակների բացակայությունը եւ հակումը դեպի «խոսքի ազատության չարաշահումների» դեմ «պայքարը», ընդհանրապես՝ իրական իրավական լծակների բացակայությունը: «Ոչ ազատություն, ոչ պատասխանատվություն» իրավիճակն իբրեւ տվյալ օրենքի կիրարկման հետեւանք: Այլ երկրների նման օրենքների հետ համեմատությունները: Այլ երկրների համապատասխան իրավական մոտեցումների վերլուծությունը:

գ) ՀՀ ընտրական օրենսգիրքը: ՁԼՄ-ների գործունեության կանոնակարգումը ընտրարշավների ժամանակ: Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովի որոշումները ՁԼՄ-ներում նախընտրական քարոզչության եւ լրագրողների համար տեղեկատվության մատչելիության մասին: Ընտրական օրենսդրության գործնական կիրառման անկատարությունը. իշխանամետ եւ ընդդիմադիր թեկնածուների համար պայմանների անհավասարությունը եւ հավասար հնարավորությունների առավելագույնս ապահովման մի շարք կարելի է լծակների բացակայությունը: Պետական ՁԼՄ-ների առկայությունը եւ լուրերի ծրագրերի օգտագործումը քարոզչության նպատակներով: Այլ երկրների համապատասխան իրավական մոտեցումների վերլուծությունը:

դ) «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքը: Գովազդի հստակ սահմանման բացակայությունը: Գովազդի, բարեգործական եւ հովանավորչական գործունեության յուրահատկությունները: Պետական եւ մասնավոր ՁԼՄ-ների միջեւ սահմանազատումների բացակայությունը: Քաղաքական գովազդի կարգավորման բացակայությունը: Այլ երկրների համապատասխան իրավական մոտեցումների վերլուծությունը:

ե) «Յեղինակային եւ հարակից իրավունքների մասին» ՀՀ օրենքը: Ազգային օրենսդրությունը միջազգային նորմերին համապատասխանեցնելու, ինչպես նաեւ՝ տերմինաբանությունը կոնկրետացնելու փորձերը: Միաժամանակ՝ լրագրողական ստեղծագործության նկատմամբ յուրահատուկ վերաբերմունքի բացակայությունը: Այլ երկրների համապատասխան իրավական մոտեցումների վերլուծությունը:

զ) ՀՀ Քաղաքացիական եւ Քրեական օրենսգրքերը: Իրավաբանական անձանց տեսակների, գործարար հեղինակության եւ զրպարտության համար պատժի դրույթները: «Մամուլի եւ զանգվածային լրատվության մյուս միջոցների մասին» օրենքի եւ վերոհիշյալ օրենսգրքերի միջեւ հակասությունները: Խճճված իրավական վիճակը եւ օրենսգրքերի դրույթների մասնավորումը զանգվածային լրատվության միջոցների համար: Տեղեկատվական վեճերի նկատմամբ քրեական իրավունքի կիրառման անթույլատրելիությունն իբրեւ արդի եվրոպական ընդունված նորմ, որ անտեսվում է Հայաստանի օրենսդրությամբ եւ դատական պրակտիկայում: Այլ երկրների համապատասխան իրավական մոտեցումների վերլուծությունը:

է) Պետական եւ այլ հատուկ գաղտնիքների մասին օրենքները: Գաղտնիքը կրողի եւ լրագրողի պատասխանատվությունները: Այլ երկրների համապատասխան իրավական մոտեցումների վերլուծությունը:

ը) Պետական ՁԼՄ-ներն ըստ ՀՀ օրենսդրության: Ժողովրդավարական հասարակության մեջ պետական ՁԼՄ-ների սոցիալ-քաղաքական գործառնությունները: Պետական ՁԼՄ-ներ հիմնելու անթույլատրելիության հիմնավորումը: Այլ երկրների համապատասխան իրավական մոտեցումների վերլուծությունը:

թ) «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքը: Հեռարձակման հատուկ օրենսդրության կարգավորման ոլորտը եւ առարկան: ՁԼՄ-ների մասին ընդհանուր օրենսդրության եւ հեռուստառադիոհեռարձակման հատուկ օրենքի առնչությունները: Պետական ՁԼՄ-ները օրենսդրորեն հանրայինի վարածելը: Հանրային եւ մասնավոր ՁԼՄ-ների կարգավորումը: Հանրային հեռարձակման ընկերությունների ղեկավար մարմինները: Հաճախականությունների բաշխումը, այդ գործառնություն իրականացնող մարմնի անկախությունը: Հաճախականությունների բաշխման մրցույթներն իբրեւ հեռարձակման որակի եւ հանրային նշանակալիության բարձրացման միջոց: Արբանյակային հեռարձակման հատուկ կարգավորումը: Արտոնագրման, արտոնագրի գործունեության կասեցման եւ արտոնագրից զրկելու կարգը: Այլ երկրների համապատասխան իրավական մոտեցումների վերլուծությունը: Եվրոպայի խորհրդի պահանջներին համապատասխանությունը:

ժ) «Տեղեկատվության իրավունքի մասին» օրենքի նախագիծը: Տեղեկատվություն ստանալու բոլոր քաղաքացիների հավասար իրավունքները: Տվյալ օրենքի նշանակությունը ՁԼՄ-ների համար: Տեղեկատվության մատչելիության ապահովման ձևերը: Տվյալ օրենքի գործունեության համար քաղաքացիների ընդհանուր իրավական կուլտուրայի եւ սոցիալական ակտիվության բարձրացման անհրաժեշտությունը: Տվյալ օրենքի եւ երկրի տնտեսական զարգացման մակարդակի կապը: Այլ երկրների համապատասխան իրավական մոտեցումների վերլուծությունը:

ժա) Ինտերնետի իրավական կարգավորման հայեցակարգը: Երկրում տեղեկատվական տեխնոլոգիաների զարգացման մակարդակը եւ Ինտերնետի կարգավորման հեռանկարները: Միջազգային փաստաթղթերի միջոցով կարգավորելու առաջնայնությունը: Ինտերնետն իբրեւ տեղեկատվության տարածման իրավունքի կիրառման միջոց: Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների չհիմնավորված սահմանափակումների (կազմակերպական, վճարային, արտոնագրման) արգելումը: Երկրում տեղեկատվական տեխնոլոգիաների զարգացման, այդ թվում՝ էլեկտրոնային գործարարության օրենսդրական խթանումը: Հաղորդակցման ծառայությունների մատուցման մենաշնորհի բացառումը: Էլեկտրոնային թվանշային ստորագրության օգտագործումը: Անձնական կյանքի եւ գաղտնի տեղեկատվության պաշտպանությունը: Ծածկագրության օգտագործումը: Յեղինակային իրավունքը Ինտերնետում: Դոմենային անվանումների գրանցումն ու օգտագործումը: Ապօրինի եւ վնասակար տեղեկությունների տարածման սահմանափակման լծակները: Անչափահասների կողմից Ինտերնետի օգտագործումը եւ սահմանափակ մատչելիության այլ ձևերը:

ժբ) ՁԼՄ-ների պետական աջակցության օրենքի նախագիծը: ՁԼՄ-ների բնագավառում պետական քաղաքականության զարգացումը: ՁԼՄ-ներն իբրեւ Հայաստանի տնտեսության ճյուղ: Այդ ոլորտում ազգային

տեղեկատվական արտադրանքի այլընտրանքի բացակայությունը: Տվյալ ոլորտի խթանման եւ նրանում պետական հովանավորչական քաղաքականության անհրաժեշտությունը: Այդ քաղաքականության իրականացման ձեւերը. մասնավորեցումը եւ ապապետականացումն ի շահ ՁԼՄ-ների, հարկային արտոնություններ եւ այլն: ՁԼՄ-ների պետական աջակցության քաղաքականության միջազգային փորձը:

4. ՁԼՄ-ների մասին օրենսդրության եւ հարակից օրենքների կիրառման պրակտիկան Հայաստանում

ա) Հայկական մամուլի զարգացման փուլերը.

- մինչեւ անկախությունը. խորհրդային մամուլը եւ սփյուռքի մամուլը,
- 1990 - 1992. անկախ Հայաստանի մամուլի «ոսկե դարը»: ՁԼՄ-ների՝ իբրեւ անկախ կառույցի ձեւավորումը:
- 1992 - 1994. տնտեսական ճնշման ժամանակաշրջան,
- 1994 - 1995. քաղաքական հետապնդումների ժամանակաշրջան,
- 1996 - 1998. մասնավոր (առաջին հերթին հեռարձակող) ՁԼՄ-ների տնտեսական հիմքի ձեւավորման նախադրյալները,
- 1998 - . լճացում եւ տեղեկատվական բիզնեսի տնտեսական ցուցանիշների վատթարացում:

բ) Իրավական վիճակը եւ պետական քաղաքականությունը փուլերից յուրաքանչյուրում: Վերլուծություն՝ այլ հետխորհրդային երկրների նմանատիպ գործընթացների զարգացման համեմատությամբ: ՁԼՄ-ների շուրջ հակամարտությունների եւ տեղեկատվական վեճերի կոնկրետ իրավիճակների օրինակներ: Նրանց ազդեցությունը ՁԼՄ-ների՝ իբրեւ «չորրորդ իշխանության» կայացման վրա:

5. ՁԼՄ-ների կարգավորման լծակները

ա) Մամուլի եւ լրագրողների համար կարգավորող ազդեցություն ունեցող կոնկրետ լծակների տարանջատումը երկու տեսակի՝ արտաքին կարգավորման եւ ներքին կարգավորման (ինքնակարգավորման),

բ) արտաքին կարգավորում.

- պետական-վարչական (հանձնարարականներ եւ ուղղակի հսկողության այլ ձեւեր, լրավճարներ, ճնշում, արտոնագրում, հատուկ բարենպաստ ռեժիմի ստեղծում եւ այլն),
- դատա-իրավական (օրենքներ, դատարաններ),
- քաղաքական (ՁԼՄ-ներում նեղ քաղաքական շահերի լոբինգ, լրագրողների գաղափարական մշակում («spin-doctors»)),
- տնտեսական/շուկայական (գովազդի տրամադրում/մերժում, մեդիամետրիա/կեղծ մեդիամետրիա եւ այլն),
- կարգավորում՝ հասարակական կազմակերպությունների եւ քաղաքացիական փորձագիտական խմբերի քննադատության միջոցով (իրապարակումներին հետեւում, հանձնարարականներ, հասարակական կարծիքի հեղինակության վրա հիմնված քննադատություն),
- կորպորատիվ-վարչական (ՁԼՄ-ների միջոցով կորպորացիայի շահերի իրացում, ՁԼՄ-ների համակենտրոնացում, կոնցենդների ազդեցություն իրենց ՁԼՄ-ների ուղղվածության եւ բովանդակության վրա): Խառը (արտաքին - ներքին) կարգավորում (իրականացվում է լրատվական կոնցենդների կողմից. ՁԼՄ-ների գործունեության պայմանները, բովանդակությունը եւ ուղղվածությունը սահմանող հատուկ կադրային քաղաքականության, ծառայողական հրահանգների, ներքին հանձնարարականների մշակում):

գ) էթիկական, ներքին կարգավորում (ինքնակարգավորում).

- կորպորատիվ-էթիկական (կանոնագրեր, խարտիաներ, Մամուլի խորհուրդներ եւ այլն):

դ) Տարբեր լծակների զուգակցումն ու հակասությունները: Պետական-վարչական, քաղաքական լծակների ազդեցության նվազեցում եւ իրավական, շուկայական ու էթիկական լծակների ներդաշնակում:

ե) Տարբեր երկրներում, տարածաշրջաններում եւ քաղաքական համակարգերում ՁԼՄ-ների հատուկ կարգավորման մակարդակը (աստիճանը)։

- նվազագույն (ԱՄՆ) - Սահմանադրության առաջին ուղղումը,
- ազատության եւ պատասխանատվության սկզբունքների առավելագույն ներդաշնակման փորձ (Եվրոպայի խորհուրդ, Ֆրանսիա, Գերմանիա),
- ժողովրդավարական ազատությունները պետության բացառիկ դերի հետ զուգակցելու փորձ (Ռուսաստան),
- ժողովրդավարական ազատությունները համայնքային (կոլեկտիվ) ավանդույթների հետ զուգակցելու փորձ (Ճապոնիա),
- տոտալ գաղափարական կարգավորում (Իրան)։

զ) Տարբեր լծակների եւ կարգավորման մակարդակների վերլուծություն՝ կոնկրետ երկրում (Հայաստանում) դրանց կիրառելիության եւ արդյունավետության պրիզմայով։ Այս կամ այն մոդելն ընտրելու վրա ազդող պայմանները, այդ թվում՝ տարբեր տարածաշրջանային միջազգային կառույցներին (կազմակերպություններին) անդամակցությունը։ Կարգավորման եւ տարբեր լծակների ներդաշնակման ազգային հայեցակարգի բացակայության բացասական հետեւանքները։ ՁԼՄ-ների կարգավորման ազգային հայեցակարգի (մոդելի) առկայությունից կամ բացակայությունից կախված՝ տեղեկատվական վեճերի հաջող կամ անհաջող լուծման օրինակներ։

6. Մասնագիտական էթիկայի կանոնագրերի հասարակական պահանջմունքը

ա) ՁԼՄ-ների տեղը հասարակության կառույցներում (երեք հատված)։ Այդ տեղի կախվածությունը քաղաքական համակարգից՝ ամբողջատիրական, կարգավորվող ազատությունների (վերակառուցման ժամանակների սոցիալիստական ճամբարի երկրներ), արեւմտյան տիպի ժողովրդավարական հասարակարգ։ Պետական-քաղաքական, «երրորդ» եւ բիզնեսի հատվածներին պատկանող ՁԼՄ-ների բնութագիրը եւ դրանց օրինակներ։ Էթիկական նորմերի դերը դրանցից յուրաքանչյուրում։ Բիզնեսի մաս կազմող ՁԼՄ-ների գերակշռությունը ժամանակակից աշխարհում եւ իբրեւ մասնագիտական էթիկայի նորմերի կիրառման գլխավոր ոլորտ։

բ) Մամուլի վերաբերյալ չորս տեսությունները եւ չորս պատմական տեսակները։ Ո՞ր տեսակի մամուլում են ձեւավորվում եւ արդյունավետ գործում էթիկական սկզբունքները։ ՁԼՄ-ների լիբերտարիական տեսությամբ համապատասխանող մամուլ, նրանց աստիճանական զարգացումը եւ միաձուլումը սոցիալական պատասխանատվության տեսությամբ համապատասխանող ՁԼՄ-ների հետ։ Դրանում էթիկական կանոնագրերի դերը։

գ) Մասնագիտական էթիկայի կանոնագրերի գործառույթները.

- ինքնակարգավորման գործառույթ,
- անվտանգության (մասնագիտական համերաշխության) գործառույթ։ Ում, ինչպես եւ ինչից է պաշտպանում լրագրողական համերաշխությունը,
- մասնագիտական արժանապատվության պահպանման գործառույթ։ Բարոյականություն եւ լրագրություն։ Դրանց համատեղելիությունը եւ մասնագետ լրագրողի ինքնահարգանքը,
- կրթական գործառույթ։ Մասնագիտական էթիկայի սկզբունքները եւ դրանց օրգանական կապը լրագրողի մասնագիտության ընդհանուր սկզբունքների հետ,
- տնտեսական գործառույթ։ Մասնագիտական էթիկայի դերը ՁԼՄ-ների սպառողական գրավչության մեծացման վրա,
- անձնակազմի ղեկավարման բարելավման գործառույթ։ Էթիկական կանոնագրերն իբրեւ ծառայողական հրահանգների տեսակ։

դ) Յուրաքանչյուր գործառույթի բնութագիրը։ Էթիկական կանոնագրերի հրապարակայնության նշանակությունը։ Միջազգային փորձի օրինակներ։

7. Մամուլի էկոնոմիկան եւ մասնագիտական էթիկան

ա) ՁԼՄ-ներն իբրեւ ապրանք, տեղեկատվական շուկայի յուրահատկությունները եւ դրա ենթակայությունն ընդհանուր շուկայական սկզբունքներին:

բ) ՁԼՄ-ների եկամուտների աղբյուրները (տպաքանակի իրացում/բաժանորդագրական վճարներ, գովազդ, լրավճարներ, բարեգործություն/հովանավորչություն), դրանց փոխկապվածությունն էթիկական սկզբունքների հետ:

գ) Մասնագիտական էթիկայի կանոնագիրը եւ դրան հետեւելն իբրեւ շուկայական գործոն: Տեղեկատվական շուկայի կառուցվածքի եւ սպառողների կողմնորոշումների կախվածությունը էթիկական մոտեցումների նկատմամբ այս կամ այն ՁԼՄ-ների վերաբերմունքից:

դ) Այլ տնտեսական գործոնների (ՁԼՄ-ների համակենտրոնացում եւ մենաշնորհ, տեղեկատվական տարածության գերազանցում եւ այլն) ազդեցությունը մամուլի բարոյականության վրա:

8. Լրագրողների մասնագիտական էթիկայի կանոնագրերի առաջացումն ու զարգացումը

ա) Իրավական, շուկայական եւ էթիկական կարգավորման զուգակցումը՝ զանգվածային լրատվության միջոցների տարբեր խմբերում (պատասխանատու/որակյալ եւ «դեղին»/«բուլվարային»/«տաբլոիդային»), ինչպես նաեւ ՁԼՄ-ների տարբեր (ըստ սեփականության ձեւի եւ ֆինանսավորման աղբյուրների) կատեգորիաներում (մասնավոր եւ պետական/հանրային): Որակյալ ՁԼՄ-ների կողմնորոշումը դեպի կորպորատիվ-մասնագիտական ինքնակարգավորումը եւ շուկան, «դեղինների» կողմնորոշումը՝ բացառապես դեպի շուկան եւ պետական/հանրային ՁԼՄ-ների կողմնորոշումը առավելապես դեպի վարչա-իրավական կարգավորում:

բ) Որակյալ ՁԼՄ-ների, նրանց լրագրողների շահագրգռվածությունը ինքնակարգավորման ավանդույթների եւ պրակտիկայի արմատավորմամբ: Կարգավորման վարչա-իրավական լծակների դուրս մղումը՝ ի հաշիվ կորպորատիվ-էթիկականների ամրապնդման: Ինքնակարգավորման զանազան ձեւերը. կոնսուլիդացված էթիկական կանոնագրեր, տարբեր տեսակի խարտիաներ, հուշագրեր եւ այլ փաստաթղթեր, ՁԼՄ-ների եւ լրագրողների կամավոր միավորումներ: Ինքնակարգավորման առավել ազդեցիկ ձեւը, որը վարչա-իրավական կարգավորման այլընտրանքն է, Մամուլի խորհուրդներն են եւ դրանց նման կազմակերպությունները (Մեծ Բրիտանիայի մամուլի դեմ բողոքների հանձնաժողովը եւ այլն): Տարբեր երկրների Մամուլի խորհուրդների գործունեության պայմաններն ու սկզբունքները: Դատական իշխանության եւ մամուլի խորհուրդների փոխհարաբերությունները: Եվրոպայում այդ խորհուրդների որոշումների կատարումն ապահովող լծակները. հասարակական կարծիքի ձեւավորում, կորպորատիվ համերաշխության օգտագործման իրավունք եւ այլն:

գ) Էթիկական կանոնագրերի տեսակները.

- խմբակային (մասնագիտացված) կանոնագրեր, որոնք ընդունում են առանձին բնագավառներում մասնագիտացած լրագրողները (խորհրդարանական թղթակիցներ, մարզական լրագրողներ, սյունակագիրներ եւ այլն),
- ճյուղային (տեխնոլոգիական) կանոնագրեր, որոնք ընդունում են ՁԼՄ-ների որոշակի տեսակների ներկայացուցիչները,
- գործառնական կանոնագրեր, որոնք ընդունում են ՁԼՄ-ների աշխատակիցների՝ արտադրական գործընթացի միեւնոյն աստիճանում գտնվող խմբերը (հրատարակիչներ, խմբագիրներ, լրագրողներ),
- խմբագրական կանոնագրեր, որոնք պարտադիր են մեկ ՁԼՄ-ի աշխատակիցների համար,
- ազգային (տարածաշրջանային, համընդհանուր) կանոնագրեր, որոնք ընդունում են խոշոր, ոչ մեղ մասնագիտացման լրագրողական միավորումները,
- միջազգային կանոնագրեր, որոնք ընդունում են խոշոր միջազգային լրագրողական միավորումները: Կանոնագրերի տարբեր տեսակների գործառնականությունները:

դ) էթիկական կանոնագրերի ձեւավորման պատմությունը: Լրատվամիջոցների «վայրի շուկան» 19-րդ դարի կեսին: ԱՄՆ-ում եւ եվրոպական երկրներում առեւտրայնացված մամուլի գործունեության քննադատությունը (Մարկ Տվեն, Խոսե Մարտի, Էփթոն Սինկլեր, Ուիլլ Իրվինգ, Լինկոլ Սթեֆենս եւ այլք): «Muckrakers» («կեղտ պտռողների») շարժումը: «Դեղին մամուլի» հասարակական քննադատությունը: Լրագրության ձեւավորումն իբրեւ մասնագիտություն՝ 19-րդ դարի վերջին եւ 20-րդ դարի սկզբին: Մասնագետ լրագրողների առաջին միավորումների եւ մասնագիտական էթիկայի կանոնագրերի («Ֆրանսիայի լրագրողների մասնագիտական պարտականությունների կանոնագիր», Խմբագիրների ամերիկյան ընկերակցության «Լրագրության կանոններ») առաջացումը: Կանոնագրերի տարբեր տեսակների ձեւավորման պատմական հերթագայությունը՝ ազգային (տարածաշրջանային, համընդհանուր) - գործառնական - միջազգային - մասնագիտացված (խմբակային) - ճյուղային (տեխնոլոգիական) - խմբագրական:

ե) էթիկական կարգավորման կարեւորությունը՝ տեղեկատվական տեխնոլոգիաների զարգացման, Ինտերնետի, արբանյակային հեռարձակման եւ այլնի իրավական կարգավորման սահմանափակության պայմաններում: Ինտերնետում տեղեկատվական հոսքերի կարգավորման լծակները. ինքնակարգավորում մատակարարների, ծավալային մատակարարների եւ այլ մակարդակներով: Տեղեկատվության տարածման էթիկական հսկողության տնտեսական կողմը (գովազդը գլոբալ հաղորդակցության ցանցերում):

9. Լրագրողական կանոնագրերի հիմնական կարգավորող դրույթները

ա) ԶԼՄ-ների եւ լրագրողների էթիկական պատասխանատվության օբյեկտները. պատասխանատվություն գործունեության մասնագիտական կանոնների պահպանության համար (գործընկերների առջեւ պատասխանատվություն), պատասխանատվություն լսարանի (հասարակության) առջեւ,

բ) պատասխանատվություն գործունեության մասնագիտական կանոնների պահպանության համար (գործընկերների առջեւ պատասխանատվություն).

- գործընկերներն իբրեւ մասնագիտական գործունեությունը գնահատող բարձրագույն ատյան,
- մասնագիտության հեղինակության պահպանում. Մասնագիտական պարտականությունների կատարում բարձր մակարդակով,

գ) պատասխանատվություն լսարանի (հասարակության) առջեւ.

- ճշմարտությանը ծառայելու պարտավորություն,
- լրագրողների եւ մամուլի անաչառություն,
- ճշգրտություն, մանրազնություն, հավաստիություն,
- անկանխակալության սկզբունք,
- պատասխանի իրավունք,
- տեղեկությունների հավաքման մեթոդներ,
- լրագրողների եւ տեղեկատվության աղբյուրների հարաբերություններ,
- շահերի բախումից խուսափում,
- անձնական կյանքին չմիջամտելու սկզբունք,
- մասնագիտական կանոնագրերի հակախտրական դրույթներ,
- մարդու եւ մարդկային արժանապատվության պաշտպանության դրույթներ,
- բարձր ճաշակի եւ պարկեշտության պահանջ,
- իրազեկության պահանջ:

դ) որոշ իրավական եւ էթիկական սկզբունքների համապատասխանությունն ու հակասությունները.

- անձնական կյանքի պաշտպանության սկզբունքը իրավական նորմերում եւ էթիկական կանոնագրերում,
- գրագողությունն իբրեւ իրավական եւ էթիկական կատեգորիա,
- տեղեկատվության աղբյուրների պաշտպանություն. իրավական եւ էթիկական մոտեցումներ,
- տեղեկատվության ստացման միջոցների ընտրության արդարացվածությունը իրավունքի եւ մասնագիտական էթիկայի տեսանկյուններից:

ե) որոշ մասնագիտական հնարքների եւ լրագրողական էթիկական սկզբունքների հակասությունը.

- լրագրողի՝ ճանաչելի լինելու սկզբունքը եւ մերկացնող տեղեկություններ հավաքելու համար լրագրողի կերպարանափոխվելը (Գյունտեր Վալրաֆն իբրեւ կերպարանափոխման դասական օրինակ)

զ) Նշված սկզբունքների եւ պահանջների կիրառման օրինակներ եւ դրանց վերլուծությունը: Շեշտադրում տարբեր տեսակի կանոնագրերի այս կամ այն դրույթների վրա:

10. M*A*S (Media accountability systems)

ՁԼՄ-ների պատասխանատվության համակարգերի դասակարգում

ա) Պատասխանատվության համակարգերի դասակարգման սկզբունքները.

- տեքստերում եւ հեռարձակման ծրագրերում առկա M*A*S*,
- առանձին խմբերի եւ մարդկանց հսկողության վրա հիմնված M*A*S*,
- իրենից գործընթացներ ներկայացնող M*A*S*:

բ) տեքստերում եւ հեռարձակման ծրագրերում առկա M*A*S*.

- ՁԼՄ-ների ներկայացուցիչների քննարկած ու ընդունած եւ, գերադասելի է, հրապարակված էթիկայի կանոնագիր,
- էթիկական նորմերը մեկնաբանող եւ խմբագրության աշխատակիցների համար իբրեւ ուղեցույց ծառայող ներքին օգտագործման հուշագիր,
- բողոքների եւ առաջարկությունների մատչելի փոստարկղեր,
- «նամակներ խմբագրին» եւ հանրությանը մատչելի այլ միջոցներ, ինպես օրինակ՝
- Ինտերնետում «on-line» ռեժիմով հայտարարությունների տախտակներ եւ բանավեճեր՝ լսարանի ակնթաթային արձագանքն ապահովելու համար,
- հավաստիության եւ անկանխակառության բացահայտման համար հարցաթերթիկներ, որոնք կամ ուղարկվում են այն մարդկանց, ում անունը հիշատակվել է լուրերում, կամ հրապարկվում են բոլոր ընթերցողների համար,
- թերթերում եւ հանդեսներում, ռադիոյի եւ հեռուստատեսության ծրագրերում պարբերաբար հրապարակվող եւ լրատվամիջոցին վերաբերող բաժիններ, որոնցում ընդարձակ տեղեկություններ (ոչ թե պարզապես թվարկումներ) են տրվում խմբագրության եւ սեփականատերերի կազմերի փոփոխությունների վերաբերյալ,
- պարբերական ՁԼՄ-ների մերժած փաստեր եւ տեսակետներ հրապարակող այլընտրանքային ՁԼՄ-ներ,
- գլխավորապես ՁԼՄ-ներին քննադատող եւ ՁԼՄ-ներում առկա փաստերի կեղծումներն ու աղավաղումները մեկնաբանող լրագրողական տեսություններ,
- ՁԼՄ-ների նկատմամբ իշխանության ներկայացուցիչների ընդունած որոշումների հրապարակում,

գ) առանձին խմբերի եւ մարդկանց հսկողության վրա հիմնված M*A*S*.

- «ընտանեկան քննադատություն», որն իրականացնում են «հաստիքային աշխատողներին ստուգող խմբերը» (լրագրողներից կազմված, ամեն ամիս նորացվող ժյուրի, որը քննարկում է լուրերի ծառայությունների աշխատանքը) կամ «լրատվության բովանդակության բարելավման հանձնաժողովները»՝ իրենց հրատարակություններում էթիկայի կանոնագրերի նորմերի հնարավոր խախտումները կանխելու համար,
- «լրատվամիջոցների դիտորդներ», որոնք աչալրջորեն եւ քննադատաբար հետևում են լրատվական արտադրության ողջ բնագավառին եւ իրենց գնահատականները ներկայացնում հասարակությանը, ինչպես նաեւ, եթե հանգամանքները պահանջում են, խիզախ «սուլորդները» (որոնք հրապարակում են ՁԼՄ-ների սեփականատերերի խախտումները),
- մամուլի իրավարարներ (օմբուդսմեններ), որոնք թերթը կամ հեռարձակող ընկերությունը վարձում են սպառողների բողոքները քննարկելու համար,

- էթիկայի մարզիչ, որը լուրերի ծառայությունում աշխատում է մշտապես կամ ժամանակավորապես,
- կարգապահական կոմիտեներ. հիմնում են միությունները կամ այլ մասնագիտական միավորումները,
- կապերի կոմիտեներ, որոնք հիմնում են ՁԼՄ-ները՝ այնպիսի խմբերի (ոստիկանություն, այլ իրավապահ մարմիններ, ազգային փոքրամասնություններ) հետ շփումների համար, որոնց հետ ՁԼՄ-ները ժամանակ առ ժամանակ հակասություններ են ունենում,
- ՁԼՄ-ների լսարանի հանդիպումներ խմբագրական խորհրդի հետ,
- մամուլի տեղական խորհուրդներ, որոնք կանոնավոր կազմակերպում են տեղական ՁԼՄ-ների եւ տեղական հասարակական գործիչների հանդիպումներ,
- «որակի հատուկ հսկողություն», որ իրականացնում են ՁԼՄ-ներին առնչվող կազմակերպությունները, ինչպիսիք են՝ արհմիությունները, մասնագիտական միավորումները, ոչ կառավարական կազմակերպությունները,
- սպառողների ընկերակցությունները, հատկապես ՁԼՄ-ներ սպառողների ընկերակցությունները, որոնք դիմում են ազդեցության այնպիսի միջոցների, ինչպիսիք են նախազգուշական գործադուլները, նամակներով հեղեղելը, հասարակական կարծիքների հարցումները, հայտարարությունները, լոբինգը, նենգադուլը (բոյկոտը),
- «խմբագիրների միությունը». ՁԼՄ-ների այնպիսի ներկայացուցիչների ընկերակցություն, որոնք հաճախ այն ընկերության բաժնետերեր են, որոնցում աշխատում են եւ այդպիսով խմբագրության քաղաքականությունը որոշելիս ձայնի իրավունք ունեն,
- առավել հազվադեպ է պատահում «ընթերցողների միությունը»՝ այն ընթերցողների ընկերակցությունը, ովքեր գնում են կոնկրետ ՁԼՄ-ի բաժնետոմսերը եւ ցանկանում են, թեկուզ եւ մասամբ, տեղյակ լինել ընկերության գլխավոր քաղաքական գծին:

դ) Իրենից գործընթացներ ներկայացնող M*A*S*

- բարձրագույն կրթություն. ՁԼՄ-ներն աշխատանքի են ընդունում միայն այն անձանց, ովքեր ԲՈՒՀ, ցանկալի է՝ լրագրության ֆակուլտետ են ավարտել,
- պրակտիկ լրագրողների որակավորման բարձրացման դասընթացներ. կազմակերպվում են մեկօրյա պրակտիկ պարապմունքներ, մեկշաբաթյա սեմինարներ, տրամադրվում են վեցամսյա կամ տարեկան թոշակներ՝ համալսարաններում վերապատրաստվելու համար,
- աչալրջության ներքին ծրագրեր՝ քաղաքացիների կարիքների եւ խնդիրների նկատմամբ ՁԼՄ-ների աշխատողների ուշադրությունը մեծացնելու համար,
- կարծիքների կանոնավոր հարցումներ կամ՝ այն ընտրված քաղաքացիների հարցումներ, ում հետ փորձագետները կարճ զրույցներ են ունեցել եւ ովքեր մասնակցել են տվյալ հարցի շուրջ բանավեճերի,
- քաղաքացիների հետ ՁԼՄ-ների աշխատակիցների կանոնավոր հանդիպումներ մամուլի ակումբներում կամ քաղաքային համայնքի ժողովներում,
- կողմնակի փորձագետների էթիկական աուդիտ. վերջիններս գնահատում են թերթի կամ կայանի կողմից էթիկական նորմերի եւ մասնագիտական վարքի կանոնների պահպանումը,
- ՁԼՄ-ները դպրոցում. ծրագրեր, որոնք դպրոցականներին սովորեցնում են օգտվել ՁԼՄ-ներից,
- ոչ առեւտրային ուսումնասիրություններ, որոնք իրականացնում են տեղական համալսարանների մասնագետները՝ այնպիսի խնդիրների շուրջ, ինչպիսիք են ՁԼՄ-ների հրապարակած տեղեկատվության՝ լսարանի ընկալումը կամ ՁԼՄ-ների բովանդակությունը կամ դրա բացակայությունը:

ե) Այսպիսով որոշ M*A*S*-ներ թերթի խմբագրության կամ հեռարձակող ընկերության համար ներքին են, մյուսները ներգրավվում են արտաքին միջավայրը, որը ենթակա չէ ՁԼՄ-ներին, իսկ որոշներն էլ ներառում են եւ ՁԼՄ-ներին, եւ արտաքին աշխարհը:

11. Լրագրողական գործունեության էթիկական կարգավորման առավել հայտնի փաստաթղթերը

ա) Ամերիկայի Միացյալ Նահանգներ.

- Պրոֆեսիոնալ լրագրողների միության էթիկայի կանոնագիրը,

- Հրատարակիչների եւ մամուլի մեքենաների ընկերակցության էթիկայի կանոնների հռչակագիրը,
 - Ֆոտոլրագրողների ազգային ընկերակցության էթիկայի կանոնագիրը,
 - «USA Today» թերթի էթիկայի կանոնագիրը,
 - «Washington Post» թերթի էթիկայի կանոնագիրը:
- բ) Մեծ Բրիտանիա.
- Լրագրողների բրիտանական ազգային միության վարքականոնը,
 - Անկախ հեռուստատեսային հանձնաժողովի (ITC) կանոնագիրը:
- գ) Գերմանիա.
- Վարքականոն մամուլի համար. հրապարակախոսության սկզբունքները:
- դ) Ռուսաստան.
- Ռուսաստանցի լրագրողի մասնագիտական էթիկայի կանոնագիրը,
 - «Ռուսաստանցի լրագրողի մասնագիտական էթիկայի կանոնագրի դրույթների պահպանման հասարակական վերահսկողության մասին» կանոնադրությունը,
 - Ռուսաստանի լրագրողների միության մեծ ժյուրիի կանոնադրությունը:
- ե) Ավստրիա
- Ավստրիական մամուլի աշխատողների պատվի կանոնագիրը. «Լրագրողական գործունեության հիմնական սկզբունքները»:
- զ) Բելգիա.
- Լրագրողական գործունեության սկզբունքների կանոնագիրը:
- է) Հունգարիա.
- Լրագրողների վարքականոնը:
- ը) Իսպանիա.
- Լրագրողների մասնագիտական վարքականոնը:
- թ) Լեհաստան.
- էթիկայի կանոնագիրը,
 - ՁԼՄ-ների էթիկայի խարտիան:
- ժ) Սլովենիա
- Սլովենիայի հանրապետության լրագրողների վարքականոնը:
- ժա) Շվեդիա.
- Վարքականոն մամուլի, ռադիոյի եւ հեռուստատեսության համար:
- ժբ) Էստոնիա
- Էստոնիայի լրագրողների վարքականոնը:
- ժգ) Հայաստան
- Հայաստանի ժուռնալիստների միության էթիկայի կանոնագիրը,
 - Երեւանի մամուլի ակումբի անդամի վարքականոնը:
- ժդ) Միջազգային եւ տարածաշրջանային փաստաթղթեր.
- Լրագրողների միջազգային դաշնության «Լրագրողի վարքի սկզբունքների մասին» հռչակագիրը,
 - Լրագրողների միջազգային դաշնության հռչակագիրը,
 - Պրոֆեսիոնալ լրագրողների ընկերակցության վարքականոնը,
 - Լրագրության եվրոպական կենտրոնի մասնագիտական վարքականոնը,
 - Սոֆիայի հռչակագիրը (ՅՈՒՆԵՍԿՕ),
 - Հանրային կապերի (PR) ոլորտի մասնագիտական վարքականոնները (IPRA-ի մասնագիտական վարքի կանոնագիրը),

- Գովազդային գործունեության միջազգային կանոնագիրը,
- «Խաչմերուկ» հեռուստատեսային ծրագրի (Ինտերնյուս) կանոնագիրը:

Դասընթացը, դասախոսություններից բացի նախատեսվում է նաեւ մագիստրատուրայի ուսանողների հետ պրակտիկ պարապմունքներ, որոնք գլխավորապես ներառում են կոնկրետ դատական նախադեպերի եւ լրագրողի մասնագիտական էթիկայի այս կամ սկզբունքների պրակտիկ կիրառմանն առնչվող իրավիճակների վերլուծություններ իրենց՝ ուսանողների կողմից:

Դասընթացի մի փոքր թեթեւացված (հարմարեցված) տարբերակը կարող է դասավանդվել նաեւ հայկական ԲՈՒՅ-երի լրագրության ֆակուլտետների 2 - 4 կուրսերի ուսանողների համար:

Հանձնարարվող գրականություն

Հայերեն հրատարակություններ

1. Եվրոպայի ուղին դեպի տեղեկատվական հասարակություն: Երեւանի մամուլի ակումբ, Երեւան - 2000թ.
2. Ջանգվածային լրատվության միջոցներ. օրենքներ եւ պրակտիկա (Եվրոպա, Ամերիկա, Ավստրալիա: Ուսումնասիրությունը նախապատրաստել է «Article XIX» միջազգային ոչ կառավարական կազմակերպությունը): Երեւան - 1999թ.
3. Ջանգվածային լրատվամիջոցների գործունեության իրավական կարգավորումը արտասահմանյան եւ ԱՊՀ երկրներում: Հայաստանի ժուռնալիստների միություն, Երեւան - 2000թ.
4. Ջանգվածային տեղեկատվության բնագավառը Եվրոպայի խորհրդի փաստաթղթերում: Երեւանի մամուլի ակումբ, Երեւան - 2000թ.
5. Ժողովրդավարությանն անցման փուլում գտնվող պետություններում հեռուստատեսությամբ եւ ռադիոյով ընտրարշավների լուսաբանման ուղեմիջներ (Ուսումնասիրությունը նախապատրաստել է «Article XIX» միջազգային ոչ կառավարական կազմակերպությունը): Թարգմ. եւ հրատ.՝ Երեւանի մամուլի ակումբ, Երեւան - 2000թ.
6. ՀՀ գործող օրենքների ժողովածու (1995 - 1999 թթ), գիրք Ա, ՀՀ կառավարությանն առընթեր «Պաշտոնական տեղեկագիր» ՊՓԲԸ, Երեւան - 1999թ.
7. ՀՀ գործող օրենքների ժողովածու (1995 - 1999 թթ), գիրք Բ: ՀՀ կառավարությանն առընթեր «Պաշտոնական տեղեկագիր» ՊՓԲԸ, Երեւան - 1999թ.
8. Հայաստանի Հանրապետության Սահմանադրություն: «Մխիթար Գոշ», Երեւան - 1997թ.
9. Հայաստանի Հանրապետության քաղաքացիական օրենսգիրք: ՀՀ Պաշտոնական տեղեկագիր, N17 (50), 10 օգոստոսի, 1998թ.
10. Հայաստանի Հանրապետության քաղաքացիական դատավարության օրենսգիրք: Ընդունվել է ՀՀ ԱԺ կողմից՝ 1998 թ. հունիսի 17-ին, Երեւան - 2000թ.
11. Մարդու իրավունքների եւ հիմնարար ազատությունների մասին եվրոպական կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի կիրառման նախադեպերը: Երեւանի մամուլի ակումբ, Երեւան - 2000թ.
12. Վարչական իրավախախտումների վերաբերյալ ՀՀ օրենսգիրք (Առ 1-ը հունվարի 2000 թ. կատարված փոփոխություններով ու ռազմունքներով): Երեւան - 2000թ.
13. Քաղաքական պայքարը եւ ռազգրողի մասնագիտական բարոյականությունը: Երեւանի մամուլի ակումբ, Երեւան - 2000թ.
14. Կլոդ - Ժան Բերտրան, մամուլի ազատության պաշտպանության երաշխիքներ, ԵՄԱ, 2000թ.

ՈՒՆԵՐԵՆ ԻՐԱՏԱՐԱԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

1. Авраамов Д. Профессиональная этика журналиста.-М.,1998
2. Бухарцев В. Вопросы профессиональной этики.-Свердловск,1971
3. Брэдли, Б. Этические нормы газеты "Вашингтон Пост". // «Среда», 1995. N4. С. 60-62.
4. Воскобойников Я.С., Юрьев В.К. Журналист и информация.
5. Профессиональный опыт западной прессы. Агентство «Новости». М., 1993.
6. Всеобщая Декларация прав человека, принятая Генеральной Ассамблеей ООН 10 декабря 1948 г. // Международное право в документах. М., 1997.
7. Дэннис, Эверетт и Меррилл, Джон. Беседы о масс-медиа. РАИПЦ – «Вагриус». М., 1997.
8. Культура социально-политического диалога.-М.,1991
9. Кумылганова И. Правовые критерии в профессиональной журналистской деятельности. (дисс.)-М.1992
10. Законодательство и практика средств массовой информации в странах СНГ и Балтии. М., 1999.
11. Корнилов Е.А. Журналистика на рубеже тысячелетий. Ростов-на-Дону. 1999.
12. Майн, Херманн. Средства массовой информации в Федеративной Республике Германии. «Коллоквиум». 1995.
13. Политика газеты «Нью-Йорк Таймс» по предотвращению конфликта интересов. // «Среда», 1995. N4. С. 57-59.
14. Рэддик, Рэнди и Кинг, Эллот. Журналистика в стиле он-лайн. НИП- «Вагриус». М., 1999.
15. Сбруев В.В. Из истории демократического движения журналистов Латинской Америки. // Актуальные проблемы журналистики Азии, Африки и Латинской Америки. М., 1989. С. 119-132.
16. Сиберт, Фред С.; Шрамм, Уилбур; Питерсон, Теодор. Четыре теории прессы. НИП- «Вагриус». 1998.
17. Справочник для журналистов Центральной и Восточной Европы. Всемирный 18. Комитет свободы прессы. Издательство «ППП». М., 1993.
19. Шиллер, Герберт. Манипуляторы сознанием. «Мысль» М., 1980.
20. Шостром Э. Анти-Карнеги или человек-манипулятор.-М.,1992

Այլ լեզուներով իրատարակություններ

1. Aspects of Britain. Broadcasting. HMSO. London. 1993.
2. BBC. Producers' Guidelines. BBC. London. 1996
3. Burrows, William E. On Reporting the News. NYU Press. NY. 1977.
- Busby, Linda J. Mass Communication in a New Age.-Scott, Foresman and com.,1993
4. Christians N., Clifford J., others. Media Ethics-Longman,1992
5. Clifford G. Christians, Kim B. Rotzoll, Mark Fakler. Media Ethics. Longman Ink. NY. 1987.
6. Connors, Tracy Daniel. Longman Diccionario of Mass Media & Communication. Longman Ink. NY. 1982.
7. Day, Louis A. Ethics in Media Communications Cases and Controversies-Wadsworth Publishing com., 1994
8. Deming, Caren J., others. Media in Society-Scott, Foresman and com., 1996
9. Emery, Michael and Emery, Edwin. The Press and America. An Interpretive History of the Mass Media. Prentice Hall. New Jersey. 1995.
10. Ferguson, Donald, others. Journalism Today,-National Textbook com.,
11. Fonseca Alvarez, Saul. Periodismo noticioso y sus secretos. Bogota. 1994.
12. Friedlander, Edward Jay and Lee, John. Feature for Newspapers and Magazines.
13. The Pursuit of Excellence. Haprer Collins College Publishers. NY. 1993.
14. Garrison, Bruce and Sabljak, Mark. Sport Reporting. Iowa State University Press. Ames, Iowa, 1985.
15. Glimpses on the Federation of Arab Journalists.-FAJ. Damascus. 1985.
16. Graber, Doris A. Mass Media and American Politics. CQ Press. Washington. 1989.

17. Lambert, Edmund B. Committed Journalism: An Ethic for the Profession. *Indiana Univ. Press. Blumington*. 1986.
18. Mencher, Melvin. Basic Media Writing. Brown & Benchmark. *Dubugue, IA*. 1996.
19. Merrill, John Calhoun. Global Journalism. A Survey of the World's Mass Media. Longman. NY. 1983.
20. New Informational and Communication Order. *Sourcebook*.- IOJ. *Prague*. 1986.
21. Nordenstreng, Kaarle and Hifzi Topuz (Eds.) Journalist: Status, Rights and Responsibilities.-IOJ. *Prague*. 1989.
22. Paneth, Donald. The Encyclopedia of American Journalism. *Facts on File Publications*. NY. 1983.
23. Ferguson, Donald, others. Journalism Today,-National Textbook com.,1993
24. Pathasarathy, Rangaswami. Journalism in India. From the Earliest Times to the Present Day. *Sterling Publ. New Delhi*. 1989.
25. Pathasarathy, Rangaswami. Here is the News! Reporting for the Media. *Sterling Publ. New Delhi*. 1994.
26. Proposal for the Reform of Libel Law. The Reform of the Libel Reform Project of the Annenberg Washington Program. *The Annenberg Washington Program in Communication Policy Studies*.
27. Northwestern University. *Washington, DC*. 1988.
28. Sanford, Bruce W. Sanford's Synopsys of Law & Privacy. *World Almanach Books*. NJ. 1991.
29. Schudson, Michael. The Power of News. *Harvard University Press. Cabridge, Mass*. 1995.
30. Shook, Frederic. Television Field Production and Reporting. *Longman*. NY-London. 1989.
31. Solomon, Joel A. Failing The Democratic Challenge. Freedom of Expression in Multi-Party Kenya-1993. *The Robert F. Keenedy Center for Human Rights. Washington*. 1994.
32. Stephens, Mitchell. Broadcast News. *Harcourt Brace Jovanovich College Publishers. Orlando, Fla*. 1993.
33. Stephens, Mitchell and Lanson, Gerard. Writing & Reporting the News. *Holt, Rinehart and Winston, Ink*. 1994.
34. The Associated Press Stilebook and Libel Manual. *Addison-Welsey Publishing Co*. NY. 1994.
35. Vivian, John. The Media of Mass Communication. *Simon & Schuster. Needham Heights, Mass*. 1995.

Պարբերականներ

1. Демократический журналист.
2. Журналист.
3. Профессия-журналист.
4. Среда.
5. INDEX Досье на цензуру.
6. Columbia Journalism Review.
7. Editor and Publisher.
8. Newsletters of IOJ. Prague.
9. The Arab Journalist. FAJ.

Ինտերնետային էջեր

Международная Федерация журналистов - <http://www.ifj.org>
 Федеральная комоссия по коммуникациям (США) - <http://www.fcc.org>

ԳՈՎԱԶԴԸ ԶԱՆԳՎԱԾԱՅԻՆ ԼՐԱՏՎԱՄԻՋՈՑՆԵՐՈՒՄ

Հեղինակ՝ Աղասի Ենոքյան
ԵՊՀ դոցենտ

1. Ներածություն:

Գովազդը որպես մարկետինգային ամենասկզբից միջոցառում: Գովազդի պատմությունից: Գովազդը եւ լրտավամիջոցները: Առաջին գովազդակիրները: Գովազդային հեղափոխությունը հեռուստատեսության տարածմանը զուգընթաց: Գովազդի նշանակությունը զանգվածային լրտավամիջոցների համար: Լրտավամիջոցների «գովազդային» կախվածությունը եւ քաղաքական անկախությունը: Լրտավամիջոցի գովազդային եւ հաղորդակցային ուղղվածությունները: Լրտավամիջոցի տեղեկատվական-զվարճալի հագեցվածությունը, սպառումը եւ տեղադրվող գովազդը:

2. Մարկետինգի դերը բիզնես ընկերության աշխատանքում: Ընկերության հիմնական բիզնես-բաժանմունքները՝ արտադրության, մարկետինգի, ֆինանսական, կադրերի: Տարբեր բաժինների ֆունկցիոնալ նշանակությունը: Արտադրության եւ մարկետինգի փոխադարձ կապը: Մարկետինգի կենտրոնական դերը ժամանակակից ձեռնարկություններում: Ձեռնարկություններում կիրառվող շուկայավարման տարբեր մոտեցումները՝ շուկայավարումը որպես հավասար ֆունկցիա, որպես կարելոր ֆունկցիա, որպես հիմնական ֆունկցիա, հաճախորդը որպես վերահսկող ֆունկցիա, հաճախորդը որպես վերահսկող ֆունկցիա եւ շուկայավարումը որպես գործունեությունը ընդհանրացնող ֆունկցիա:

3. Մարկետինգային բաժնի ֆունկցիաները: Վաճառք եւ բուն մարկետինգ: Մարկետինգային հավաքածու (marketing mix), 4P-երը՝ (Product, Price, Promotion, Place)- ապրանք, գին, խթանում, դիստրիբուցիա: Ապրանքի 3 մակարդակ՝ հիմնական ապրանք, առարկայական ապրանք, լրացուցիչ ապրանք: Ապրանքանիշ, որակ, փաթեթավորում, ձեւավորում, երաշխիք, հետվաճառքի ծառայություն, ձեռքբերման հնարավորություններ, դիրքավորում: Ապրանքի կենսաշրջանի գաղափարը: Շուկայահանման, աճի, հասունության եւ անկման փուլեր: Շահույթ-ժամանակ կապի գրաֆիկը, գովազդային արշավների տարբերությունները ապրանքի տարբեր փուլերում:

4. Գին, գնորոշման վրա ազդող գործոնները: Գնորոշման նպատակներ, կազմակերպության նպատակներ, մրցակցություն, գնորդների սպասումներ, այլ գործոններ: Ապրանքամետ, պահանջարկամետ, մրցակցամետ գնորոշումներ: Գովազդային արշավները տարբեր գնորոշման մեխանիզմների դեպքում: Ապրանքի տեղաբաշխում, բաշխման տարբեր ուղիներ: Մեծածախ վաճառք, մանրածախ վաճառք, մանրամեծածախ վաճառք: Բաշխման ժամանակ շղթայի տարբեր անդամների ակնկալիքները եւ գովազդային պահանջները: Գովազդային բյուջեի բաշխման հնարավորությունները բաշխման շղթայի տարբեր փուլերում եւ տարբեր մասնակիցների միջեւ:

5. Խթանում, խթանման 4 ուղիները՝ անհատական վաճառք, հանրության հետ կապեր, վաճառքի խթանում, գովազդ: Անհատական առեւտրական գործակալներին տրվող ուսուցում ապրանքի դիրքավորման եւ գովազդային առանձնահատկությունների մասին: Հանրության հետ կապերի կազմակերպումը, հիմնական PR արշավները, առիթների ընտրությունը, առանձնահատկությունները եւ տարբերությունը գովազդային գործունեությունից: Արշավների մասնակիցների ընտրությունը եւ շահագրգռումը: Մամլո հաղորդագրություն: Կապը լրտավամիջոցների հետ եւ հետադարձ ռեակցիայի ստուգումն ու մոնիտորինգը: Շգնաժամային իրավիճակների կառավարումը:

6. Վաճառքի խթանում: Խթանման արշավները մեծածախ եւ մանրածախ գնորդների համար: Խթանման միջոցառումների որոշումը կապված դիրքավորման եւ սպառողների առանձնահատկությունների հետ. զեղչեր, սեզոնային զեղչեր, ծավալային խթանում, խթանում ծառայություններով: Կտրոններ՝ անմիջական օգտագործման, «փոխանակային», «կումուլյատիվ»:

Խթանման բյուջեի որոշման տարբեր եղանակներ եւ նրանց արդյունավետությունը: Գովազդը որպես խթանման արշավների կարելուագույն մաս, արդյունավետ գովազդի կազմակերպումը խթանման ժամանակ:

7. Գովազդ - Ներածություն, սահմանումը՝ գովազդը որպես ՁԼՄ-ներով հաղորդակցման վճարովի միջոց՝ իդենտիֆիկացնելու վճարողին եւ սպառողին համոզելու համար: Գովազդի գործընթացում ընդգրկված հիմնական սուբյեկտները՝ գովազդատու, գովազդային գործակալություն, լսարան (սպառող): Գովազդային գործակալությանը սպասարկող գործակալները՝ մարկետինգային (նաեւ՝ լրատվամիջոցների) հետազոտությունների գործակալություն, լրատվամիջոցներ, մոնիտորինգային գործակալություն:

8. Գովազդի նպատակների սահմանումը: Սպառողի վարքի դինամիկան եւ սպառողների խմբավորման հիմնական մեթոդները: Գովազդային արձագանքի պարամետրերը՝ գովազդի եւ գնման միջեւ ընկած ժամանակը: Դեմոգրաֆիա եւ հիմնական դեմոգրաֆիական խմբերը: Աշխարհագրական տեղաբաշխում: Հիմնական պսիխոգրաֆիկ խմբերը: Թիրախավորում եւ նպատակային խմբերի կոնկրետացում: DAGMAR մոդելը: Վարքը գնման ժամանակ՝ կախված ապրանքի տեսակից եւ դիրքավորումից:

9. Հանրածանոթ ապրանք, ծանոթ ազդեցություն, ծանոթ առանձնահատկություն: Ցածր ընդգրկման ուսումնասիրությունը եւ համապատասխան գովազդային նպատակների սահմանումը: Ծայրամասային համոզման դեմ կենտրոնական ուղու ընտրություն եւ ճշմարտանմանության ճշգրտում: Իմացական (կոգնիտիվ) ռեակցիայի մոդելը: Հիշեցման եւ համոզման միջեւ կապը: Ուշադրություն գրավելուց հիշեցում, հիշեցում եւ մեկնաբանություն: Գնորդի շահի վերլուծությունը եւ ապրանքի դիրքավորումն ու շուկայի սեզնետացիան: Զգացմունքային գովազդը եւ գնորդի շահը:

10. Գովազդի ստեղծումը: Ռացիոնալ եւ զգացմունքային ստեղծագործական մոտեցումները: Գովազդային պերսոնաժի օգտագործումը: Վերացարկման գործոնը: Տեղեկատվական, համեմատական եւ ասոցիատիվ գովազդ: Գովազդային հաղորդագրությունը կազմելու հիմնական փուլերը՝ հիմնական գաղափարը, գովազդային հայտարարությունը, զեղարվեստական ձեւավորումը, գովազդի մակետը: Օգիլվիի 10 կանոնները գովազդային հաղորդագրություն կազմելու վերաբերյալ: Հաղորդագրության տեստավորումը: Դիագնոստիկ տեստավորման հիմնական մեթոդները, հիմնավորվածություն եւ հուսալիություն:

11. Գովազդակիրներ: Լրատվամիջոցների պլանավորում՝ ապերտուրայի մոդելը որպես այն իդեալական տեղի եւ ժամանակի, որտեղ ճիշտ սպառողը կընկալի գովազդը: Պլանավորման տեղեկատվության աղբյուրները՝ մարկետինգային, ստեղծագործական, գովազդային աղբյուրներից: Պլանավորման խնդիրների սահմանումը՝ որտեղ գովազդել, երբ եւ որքան ժամանակ: Գովազդակիրների համալիրի որոշումը (Media mix) կախված գովազդի նպատակներից, տարբեր գովազդակիրների առավելություններից ու թերություններից

12. Տպագիր լրատվամիջոցներ: Օրաթերթեր: Օրաթերթերի կառուցվածքը եւ բովանդակությունը, նրանց ընթերցողները: Գովազդն օրաթերթերում՝ գովազդ ըստ խորագրի, մակետային գովազդ, հավելվածներ, ազատ գովազդային ներդիր, խթանման արշավներ: Օրաթերթերում գովազդելու առավելություններն ու թերությունները: Հանդեսներ՝ շաբաթաթերթեր եւ ամսագրեր: Ֆորմատ եւ տեխնոլոգիաներ: Հանդեսների կառուցվածքը: Կարդացող լսարանի քանակական եւ որակական գնահատականը: Հանդեսների մասնագիտացումը: Գովազդը հանդեսներում՝ առավելություններն ու թերությունները: Հայաստանի տպագիր մամուլի առանձնահատկությունները՝ քաղաքականացվածությունը, ցածր տպաքանակներ, մասնագիտացման եւ սեզնետավորման ցածր մակարդակը:

13. Էլեկտրոնային լրատվամիջոցների առանձնահատկությունները: Հեռուստատեսություն: Կաբելային, ազգային եւ տեղական հեռուստատեսություններ: Լսարանի ընդգրկումը՝ հաճախականություն, կայանի հզորություն, ռեյինգ, վերահեռարձակումը ցանցով եւ արբանյակով: Հեռուստաժապերը եւ հեռուստադիտողը: Հեռուստահաղորդումների հիմնական գովազդային տեսակները՝ լուրեր, ֆիլմեր,

սերիալներ, մանկական հաղորդումներ, սպորտային հաղորդումներ, վիկտորինաներ, համերգներ, զվարճալի հաղորդումներ: Շուրջօրյա հեռուստահաղորդումներ: Պիկ ժամեր, «ամենապիկ» ժամը, պիկից դուրս ժամերը: Գովազդային բլոկների կառուցումը՝ հաղորդման մեջ եւ հաղորդումից առաջ բլոկները: Բլոկի մեջ գովազդի լավագույն տեղը: Հեռուստագովազդի առավելություններն ու թերությունները: Հայաստանի հեռուստաշուկայի առանձնահատկությունները: «Դինամիկ շուկա»՝ հայտնվող ու անհետացող հեռուստակայաններ, հեռուստահաղորդումներ, բարդ ռեփեֆ, փոքր շուկա, «ծովահենային» հաղորդումներ:

14. Ռադիոյի առանձնահատկությունները. հաճախականություն, հզորություն, մոդուլյացիա: Երկար, միջին, կարճ եւ գերկարճ ալիքներ: AM եւ FM - ամպլիտուդային եւ հաճախական մոդուլյացիա: Ռադիոյի վերահեռարձակումը: Քաղաքային ցանց, կաբելային, ինտերնետ եւ արբանյակային ռադիո: Թվային ռադիո: Ռադիոհաղորդումները ռադիոլսողը՝ առավել նեղ մասնագիտացում, ավելի քիչ հաղորդումների տեսակներ, առավել ստանդարտացված մոտեցում: Ռադիոյի շոունենները եւ դիջեյները՝ տարբեր ոճեր, տարբեր լսարան: Գովազդը ռադիոյում, գովազդային բլոկների կառուցումը: Ռադիոգովազդի առավելություններն ու թերությունները: Հայաստանի ռադիոշուկայի առանձնահատկությունները՝ Ազգային ռադիո, Երեւանի ռադիոկայանները, տեղական կայաններ: Մասնագիտացման պակասը եւ սպոնսոր մասնագիտացում:

15. Ինչպես են մարդիկ հեռուստացույց դիտում եւ ռադիո լսում: Հեռուստալսարանի ուսումնասիրություններ. Նիլսենի NTI եւ NSI ինդեքսները, փիփլմետրեր, օրագրերի մեթոդը: Տարբեր մեթոդների համեմատությունը եւ համադրումը: Գովազդային ժամանակի ռեյտինգային գնում, ռոպեալճար եւ մեծածախ գնում: Մեդիա, մեդիա վաճառողներ, գովազդային գործակալություն, գովազդատու: Ինչու Հայաստանում չեն անցկացվում լսարանի ուսումնասիրություններ: Ռադիոլսարանի ուսումնասիրության սահմանափակությունը եւ դրա պատճառները: Հանդեսների եւ օրաթերթերի լսարանը, մասնագիտացված ուսումնասիրության սահմանափակությունը Հայաստանում:

16. Այլ գովազդ՝ վահանակներ, տրանսպորտ, վաճառակետերում գովազդ, ինտերնետ, ուղիղ մարկետինգ: Վահանակային գովազդի հիմնական տեսակները, անհրաժեշտ տեխնիկական պարամետրերը եւ համապատասխան լսարանը: BASS մեթոդը վահանակային գովազդի գնահատման համար: Տանիքային գովազդ: Վահանակային գովազդի գնման առանձնահատկությունները: Տրանսպորտային գովազդի տարբեր ձեւերը, առավելությունները եւ թերությունները: Վաճառակետերում գովազդը եւ գնորդի վարքի դինամիկան: Ինտերնետային գովազդը որպես նորագույն եւ զարգացող ճյուղ: Թիրախավորման հնարավորությունները, ինտերակտիվությունը: Տվյալների բազայի անհրաժեշտությունը եւ մշակման ձեւերը: Ուղիղ մարկետինգի տարբեր ձեւերը՝ հեռախոսային, փոստային: Թիրախավորումը, տվյալների բազան եւ սպառողի անձնավորումը ուղիղ մարկետինգի դեպքում: Թերությունները եւ առավելությունները: Ինտերնետի եւ ուղիղ մարկետինգի կիրառման սահմանափակությունը Հայաստանի պարագայում:

17. Ռեյտինգի եւ ռեյտինգային միավորի հասկացությունը: Համախառն ռեյտինգային միավոր (GRP) եւ թիրախավորված ռեյտինգային միավոր (TRP): Ռեյտինգային միավորների որոշման տարբեր ձեւերը՝ հեռուստալսարանի չափումներ եւ էքսպերտային գնահատականներ: Հեռուստակայանի ներդրում (Share) եւ հասանելիություն (Reach): Էքսպերտային գնահատականներ կազմելու մոդելները եւ օգտագործվող պարամետրերը՝ ռեփեֆային աշխարհագրական բաժանում, հեռուստաընդունիչների տարածվածությունը, հեռուստակայանի հզորություն եւ հաճախականություն, լեզուների իմացության գործոնը, վերահաղորդման ձեւերը, հեռուստաօրագրերի բովանդակությունը, «հայրենասիրություն»: Ռեյտինգային միավորի գինը (CPP), հազար դիտողի գինը (CPT): Դիտման հաճախություն (Frequency): Կապը հաճախության, հասանելիության եւ ռեյտինգի միջեւ:

18. Հովանավորություն: Հովանավորության տարբեր ձեւերը որպես հանրության հետ կապերի եւ գովազդային արշավների մաս: Հովանավորության լրատվական արդյունավետության գնահատումը եւ էքսպերտային գործակիցների մեթոդը: Գովազդային բյուջե, որոշման հիմնական ձեւերը՝ վաճառքի մաս, շահույթի մաս, կայուն բյուջե: Գովազդային արշավների կազմակերպումը եւ նրանց բյուջեի կազմումը: Սեզոնայնությունը, վաճառքի եւ կազմակերպության նպատակները, օրենսդրական սահմանափակումները, հաղորդագրության տեսակը, լրատվամիջոցների ընտրությունը գովազդային արշավի կազմակերպման եւ բյուջեի որոշման համար: Գովազդային արշավներ ըստ հասանելիության եւ հա-

ճախության: 1+ եւ 4+ արշավների համար անհրաժեշտ ռեյտինգային միավորների որոշումը:

19. Գովազդային օրենսդրություն: Օրենսդրական կարգավորման հիմնական մակարդակները՝ համապետական եւ տեղային, եւ տեսակները՝ արգելքներ, հարկեր: Սահմանափակումներ ըստ ապրանքատեսակների, գովազդատու կազմակերպությունների ձեւի, լրատվամիջոցների: Ինչպես գովազդել «սահմանափակված» ապրանքը՝ հովանավորչություն, խթանման արշավներ, այլ լրատվամիջոցների ընտրություն: Գովազդի էթիկա: Էթիկական նորմերի պահպանումը խիստ մրցակցային շուկայում: Համեմատական գովազդում անոնիմ մրցակիցների օգտագործումը: Մանկական եւ կանացի պերսոնաժների օգտագործումը գովազդային նյութեր ստեղծելիս: Գովազդային նորմերի օգտագործումը գովազդի տեղադրման ժամանակ: Գովազդի տեղադրումը մանկապատանեկան հիմնարկների մոտ կամ հաղորդումների ժամանակ: Էթիկան եւ հանրային պատասխանատվությունը:

Գրականություն

1. Who Moved My Cheese? Spencer Johnson, G.P. Putnam's Sons, New York, 1998.
2. The end of Marketing As We Know It, Sergio Zyman, Harper Business, New York, 1999.
3. Marketing Warfare, Al Ries, Jack Trout, McGraw-Hill Book Company, USA, 1986.
4. Focus, Al Ries, Harper Business, New York, USA, 1997.
5. Essentials of Media Planning, Arnold M. Barban, Steven M. Cristol, Frank J. Kopec, NTC Business Books, Lincolnwood, IL, USA, 1996.
6. Marketing Management, Philip Kotler, Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, NJ, USA, 1988.
7. The Vest-Pocket CEO, Alexander Hiam, Prentice Hall, NJ, USA, 1990.
8. The Vest-Pocket MBA, Jae K. Shim, Joel G. Siegel, Abraham J. Simon, Prentice Hall, NJ, USA, 1990.
9. Основы маркетинга, Филипп Котлер, Роститэк, Москва, 1996.
10. Паблсити и паблик рилейшнз, Дороти Доти, Филинъ, Москва, 1998.
11. Теория и практика современной рекламы, В.Л. Музыкант, Компания "ЕВРАЗИЙСКИЙ РЕГИОН", Москва, 1998.
12. Реклама: принципы и практика, Уильям Уэллс, Джон Бернет, Сандра Мориарти, Питер, Санкт-Петербург, 1999.
13. Рекламный менеджмент, Раджив Батра, Джон Дж. Майерс, Дэвид А. Аакер, Вильямс, Москва, 1999.
14. Практический маркетинг, Тим Амблер, Питер, Санкт-Петербург, 1999.

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

Բաժին առաջին Ուսումնական ծրագրեր բակալավրատի համար	
ԱՐԴԻ ՏԵԽՆՈԼՈԳԻԱՆԵՐ ԵՎ ԺՈՒՌՆԱԼԻՍՏԻԿԱ Հեղինակ՝ Արամ Մկրտչյան	7
ՋԱՆԳԱԾԱՅԻՆ ԼՐԱՏՎԱՄԻՋՈՑՆԵՐԻ ՕՐԵՆՍԴՐՈՒԹՅՈՒՆ Հեղինակ՝ Շուշան Դոյդոյան	19
ՀԱՅ ՄԱՍՈՒԼԸ ԵՎ ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ Հեղինակ՝ Դավիթ Պետրոսյան	25
ՀԱՅ ՄԱՍՈՒԼԻ ՊԱՏՄՈՒԹՅՈՒՆ Հեղինակներ՝ Գառնիկ Ամանյան, Գրիգոր Գույումջյան	29
ՀԵՏԱՔՆՆԱԿԱՆ ԼՐԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ Պատրաստվել է Երեւանի մամուլի ակումբում	44
ՈԱԴԻՈԺՈՒՌՆԱԼԻՍՏԻԿԱՅԻ ՀԻՄՈՒՆՔՆԵՐ Հեղինակ՝ Մուշեղ Հովսեփյան	53
ՆՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԼՐԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ Պատրաստվել է Երեւանի մամուլի ակումբում	59
Բաժին երկրորդ Ուսումնական ծրագրեր մագիստրատուրայի համար	
ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ ԵՎ ՀԱՂՈՐԴԱԿՑՄԱՆ ՏԵԽՆՈԼՈԳԻԱՆԵՐ ԵՎ ՀԱՍԱՐԱԿՈՒԹՅՈՒՆ Հեղինակ՝ Հրաչ Բայադյան	71
ՋԱՆԳԱԾԱՅԻՆ ԼՐԱՏՎԱՄԻՋՈՑՆԵՐԻ ՄԵՆԵՋՄԵՆԹ Պատրաստվել է Երեւանի մամուլի ակումբում	77
ՋԼՄ ՕՐԵՆՍԴՐՈՒԹՅՈՒՆ. ԿԱՐԳԱՎՈՐՈՒՄ ԵՎ ԻՆՔՆԱԿԱՐԳԱՎՈՐՈՒՄ Պատրաստվել է Երեւանի մամուլի ակումբում	94
ԳՈՎԱԶԴԸ ՋԱՆԳԱԾԱՅԻՆ ԼՐԱՏՎԱՄԻՋՈՑՆԵՐՈՒՄ Հեղինակ՝ Աղասի Ենոքյան	107

ԵՐԵՎԱՆԻ ՄԱՍՈՒԼԻ ԱԿՈՒՄԲ
ԵՊՐ ԺՈՒՆԱԼԻՍՏԻԿԱՅԻ ՖԱԿՈՒԼՏԵՏ

ՈՒՍՈՒՄՆԱԿԱՆ ԾՐԱԳՐԵՐ

Համալսարանների ժուռնալիստիկայի
ֆակուլտետների համար

Պրակ 1

Տպաքանակը՝ 50
(Լրացուցիչ տպաքանակը՝ 50)