

ԲԻԼ ԿՈՎԱԶ ԵՎ ԹՈՄ ՌՈԶԵՆՇԹԱՅԼ

ԼՐԱԳՐՈՒԹՅԱՆ ՀԻՄՈՒՆՔՆԵՐ

Ինչ պետք է իմանան լրագրողները,
և ինչ պետք է ակնկալի հասարակությունը

Թարգմանիչ՝
Խմբագիր՝

Ամալյա Բաբայան
Հերիքնագ Հարությունյան

Շապիկի ձևավորումը՝

Համիկ Մայիլյանի
Նատալի Հարությունյանի

Copyright C media support NGO “Internews”, Armenia 2003. Authorized translation of the English edition copyright C 2001 with the cooperation of the David Black Literary Agency. This translation is published by permission of the David Black Literary Agency.

«Ինտերնյուսը» խորին շնորհակալություն է հայտնում հեղինակներ
Բիլ Կովաչին և Թոմ Ռոզենշթայլին՝ այս գրքի հայերեն թարգմանության եւ
հրատարակման իրավունքը տրամադրելու համար:

Շնորհակալություն ենք հայտնում «Ինտերնյուսի» Նյու Յորքի գրասենյակին՝ հանձնա
Պերսեփոնե Միելի եւ Նաոյա Վնուկովայի, սույն գրքի հայերեն հրատարակությանն
աջակցելու համար:

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ -----	3
1. ԻՆՉԻ ՀԱՄԱՐ Է ԼՐԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆԸ -----	9
2. ՃՇՄԱՐՏՈՒԹՅՈՒՆ. ԱՌԱՋԻՆ ԵՎ ԱՄԵՆԻՑ ԱՎԵԼԻ ՎԻՃԱՐԿՎՈՂ ՍԿԶԲՈՒՆՔԸ -----	29
3. ՈՒՄ ՀԱՄԱՐ ԵՆ ԱՇԽԱՏՈՒՄ ԼՐԱԳՐՈՂՆԵՐԸ -----	42
4. ՃՇՄԱՐՏՈՒԹՅԱՆ ՀԱՍՏԱՏՄԱՆ, ՍՏՈՒԳՄԱՆ ԼՐԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆԸ -----	61
5. ԱՆԿՈՂՄՆԱԿԱԼՈՒԹՅՈՒՆ -----	85
6. ԻՇԽԱՆՈՒԹՅՈՒՆ ՎԵՐԱՀՍԿՈՒՄԸ ԵՎ ՁԱՅՆԱԶՈՒՐԿՆԵՐԻՆ ԽՈՍՔԻ ԱԶԱՏՈՒԹՅՈՒՆ ԸՆԶԵՌԵԼԸ -----	103
7. ԼՐԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆԸ ՈՐՊԵՍ ՀԱՆՐԱՅԻՆ ԲԱՆԱՎԵՃԻ ԱՄԲԻՈՆ -----	123
8. ՆԵՐԳՐԱՎՈՒՄ ԵՎ ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅԱՆ ԿԱՐԵՎՈՐՈՒՄ -----	138
9. ԼՐԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ԲԱԶՄԱԿՈՂՄԱՆԻՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՀԱՄԱՄԱՍՆՈՒԹՅԱՆ ՇՈՒՐՋ -----	154
10. ԼՐԱԳՐՈՂՆԵՐԸ ԽՂԵԻ ՊԱՏԱՍԽԱՆԱՏՎՈՒԹՅՈՒՆ ԵՆ ԿՐՈՒՄ -----	171
ԵՐԱԽՏԻՔԻ ԽՈՍՔ -----	189

ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

Երբ մարդաբանները սկսեցին համեմատել աշխարհում դեռևս գոյություն ունեցող մի բանի պրիմիտիվ մշակույթների մասին իրենց գրառումները, նրանք մի բոլորովին անսպասելի բան պարզեցին: Աֆրիկյան մեկուսացած կյանքով ապրող ցեղային համայնքներից սկսած՝ մինչև խաղաղօվկիանոսյան ամենահեռավոր կղզիները, մարդիկ, ըստ էության, միևնույն պատկերացումներն ունեն լրատվության վերաբերյալ: Նրանց բամբասանքներն էլ են միատեսակ: Իսկ լուրեր հավաքելու և տարածելու համար մուսուլմաններ ընտրելիս նրանք նույնիսկ միևնույն որակներն են փնտրում մարդկանց մեջ: Նրանց պետք են մարդիկ, ովքեր կկարողանային արագ վազել-անցնել մյուս բլուրը, բարեխղճորեն տեղեկություններ հավաքել և ապա՝ վերապատմել դրանք հետքըքիր ձևով: Պատմաբաններն իրենց ուսումնասիրություններից հանգել են այն եզրակացության, որ ժամանակի ընթացքում լրագրության միևնույն հիմնական արժեքներն անփոփոխ են մնացել: «Մարդիկ փոխանակել են միևնույն տեսակի նորություններ... պատմության ընթացքում և տարբեր մշակույթներում», գրում է պատմաբան Միքել Սթիվընսը¹:

Ինչո՞վ կարող ենք բացատրել նման տեսականությունը: Պատմաբանների և սոցիոլոգների կարծիքով պատասխանը այն է, որ լուրն ուղղված է բավարարելու մարդկային հիմնական մղումներից, պահանջմունքներից մեկը: Մարդիկ մի ներքին պահանջ՝ բնագոյ ունեն, իմանալու, թե ինչ է կատարվում իրենց անմիջական փորձառնությունից և կյանքի շրջանակից դուրս²: Երբ մարդը տեղյակ է լինում այն իրադարձություններից, որոնք դուրս են իր անմիջական տեսադաշտից, նրա մեջ առաջանում է ապահովության, հանգամանքները ղեկավարելի դարձնելու և ինքնավստահության զգացում: Յեղիմակներից մեկն այն անվանել է «մարդկային իրազեկության քաղց»³:

Ընկերներին կամ ծանոթների հանդիպելիս մարդիկ առաջին հերթին տեղեկատվություն են փոխանակում. «Լսե՞լ ես...»: Մենք ուզում ենք պարզել՝ արդյո՞ք նրանք լսել են մի բանի մասին, որից մենք տեղյակ ենք, կամ թե՞ արդյո՞ք նրանք լսել են դրա մասին ճիշտն այն կերպ, ինչպես մենք ենք լսել: Ինֆորմացիայի փոխանակման, բացահայտածը կիսելու մեջ կա մի հատուկ հուզմունք, թրթիռ, խռովք: Մենք հարաբերություններ ենք հաստատում, ընկերներ ենք ընտրում, դատողություններ ենք անում մարդկանց բնավորությունների մասին՝ մասամբ հիմնվելով նաև այն բանի վրա, թե արդյո՞ք այդ մեկ ուրիշն այս կամ այն տեղեկատվությանը նույն կերպ է արձագանքում, ինչպես մենք, թե՞ ոչ:

Երբ լուրերի հոսքը խաթարվում է, «մենք խարխափում ենք մթան մեջ», և ահագնանում է հուզմունքը⁴: Արդյունքում, աշխարհը դառնում է բոլորովին լուռ: Մենք մեզ մենակ ենք զգում: Ջոն Մրքթեյնը՝ ամերիկյան սենատոր Արիզոնայի նահանգից, Յանոյի բանտում հինգ և կես տարի իր ռազմագերի եղած փորձառնությունից պատմում է, որ ամենից շատ նա ոչ թե

¹ Mitchell Stephens, *History of News: From the Drum to the Satellite* (New York: Viking Press, 1988), 34.

² Harvey Molotch and Marilyn Lester, "News as Purposive Behavior: On the Strategic Use of Routine Events, Accidents and Scandal," *American Sociological Review*, 39, February 1974, 101-112.

³ Stephens, *History of News*, 18.

⁴ Նույն տեղում:

հարմարավետության, սննդի, ազատության կամ նույնիսկ՝ իր ընտանիքի անդամների և ընկերների պակասն է զգացել, այլ. «Ամենից շատ ինձ պակասում էր լրատվությունը՝ գրաքննությունից ազատ, անաղճատ, համակողմանի լրատվությունը»⁵:

Եկեք սա անվանենք *իրազեկության բնագր*:

Մեզ լուրերն անհրաժեշտ են մեր կյանքն ապրելու, մեզ պաշտպանելու, կապեր ստեղծելու, ընկերներին և թշնամիներին ճանաչելու համար: Լրագրությունը սոսկ մի համակարգ է, որը հասարակությունը ստեղծել է լուրերը մարդկանց հասցնելու համար: Ահա թե ինչու մեզ համար կարևոր է ստացած լուրերի և առկա լրագրության բնույթը. այն ազգում է մեր կյանքի որակի, մեր մտքի և մեր մշակույթի վրա: Գրող Թոմաս Կեյհիլը՝ կրոնի պատմության վերաբերյալ մի քանի հանրահայտ գրքերի հեղինակ, դա այսպես է ձևակերպում. «Մենք կարող ենք տեսնել «մարդկանց աշխարհըմբռնումը... նրանց անտեսանելի վախերն ու տենչանքները.... տվյալ մշակույթում ձևավորված պատմություններում»⁶:

Իսկ այժմ, երբ հաղորդակցական միջոցների աշխարհում հեղափոխություն է տեղի ունենում, ի՞նչ կարող ենք մենք պատմել մեր աշխարհընկալման, վախերի, ցանկությունների և արժեքների մասին:

Այս գրքի սկիզբը դրվեց մի անձրևոտ շաբաթ օր, 1997 թվականի հունիսին, երբ քսանհինգ լրագրող հավաքվել էին Չարվարդի Գիտական Ակումբում: Մի երկար սեղանի շուրջ նստած էին հանրային մի քանի առաջատար թերթերի խմբագիրներ, ինչպես նաև հեռուստատեսության և ռադիոյի ամենաազդեցիկ ղեմքերը, լրագրության դասավանդման մի քանի լավագույն մասնագետներ և երկրի ականավոր գրողներից մի քանիսը: Նրանք հավաքվել էին այնտեղ, որովհետև այն կարծիքին էին հանգել, որ իրենց մասնագիտության մեջ ինչ-որ բան լրջորեն այնպես չէ: Իրենց գործընկերների մի զգալի մասի աշխատանքի մեջ նրանք հագիվ էին կարողանում տարբերակել այն, ինչ իրականում կոչվում է լրագրություն: Նրանք մտավախություն ունեին, թե իրենց մասնագիտությունը հասարակության ավելի բազմակողմանի շահերին ծառայելու փոխարեն, վնաս էր հասցնում դրան:

Հասարակությունն, իր հերթին, գնալով ավելի շատ էր կորցնում վստահությունը լրագրողների նկատմամբ, նույնիսկ ատում էր նրանց: Եվ վիճակը գնալով ավելի էր վատանում: Մինչև 1999 թվականը ամերիկացիների միայն 21 տոկոսն էր այն կարծիքի, թե մամուլը մտահոգված է մարդկանց խնդիրներով: 1985-ի 45 տոկոսի համեմատ՝ արդյունքները զգալիորեն իջել էին:⁷ Բնակչության միայն 58 տոկոսն էր համարում, որ մամուլն ունի վերակսկիչի դեր, կրկին անկում՝ 1985-ի 67 տոկոսի դիմաց: Եվ կեսից քիչ՝ 45 տոկոսն էին այն կարծիքին, թե մամուլը պաշտպանում է ժողովրդավարությունը: Այս ցուցանիշը 1985 թվականին շուրջ 10 տոկոսով բարձր էր եղել:⁸

⁵ John McCain, with Mark Salter, *Faith of My Fathers* (New York: Random House, 1999), 221.

⁶ Thomas Cahill, *The Gift of the Jews: How a Tribe of Desert Nomads Changed the Way Everyone Thinks and Feels* (New York: Nan A. Talese/Anchor Books, 1998), 17.

⁷ Committee of Concerned Journalists (CCJ) and the Pew Research Center for the People and the Press, "Striking the Balance: Audience Interests, Business Pressures and Journalists' Values" (March 1999), 79.

⁸ Նույն տեղում:

Այդ օրը Քենթրիջում սովորականից տարբեր էր նրանով, որ սենյակում ներկա լրագրողներից շատերը, ինչպես նաև երկրով մեկ շատ լրագրողներ, սկսել էին համաձայնել հասարակության կարծիքի հետ: «Լրատվական գրասենյակում մենք այլևս չենք խոսում լրագրության մասին», - ասում էր Մաքս Քինգը՝ *Ֆիլադելֆիա Ինքվայթեր* պարբերականի խմբագիրը: «Մեզ բոլորովին կլանել է գործարարության ճնշումը և վերջնահաշվարկը», - համաձայնում էր մեկ ուրիշ խմբագիր: Լրատվությունը վերածվում էր ժամանցի և ժամանցային տեղեկատվության: Լրագրողների պարզավճարները գնալով ավելի շատ էին պայմանավորված լինում ընկերության շահույթներից, ոչ թե՝ աշխատանքի որակից: Ի վերջո Կոլումբիայի համալսարանի պրոֆեսոր Ջեյմս Քերին առաջարկեց մի բան, որը շատերը հիշում են որպես ամփոփում. «Խնդիրն այն է, որ ձեր կարծիքով լրագրությունը վերանում է հաղորդակցության այս ավելի մեծ աշխարհում: Եվ դուք հիմա ջանում եք փրկել այն՝ այդ ավելի մեծ աշխարհի ճիրաններից»:

Ասվածն իր մեջ շատ ավելի կարևոր իմաստ է ամփոփում: Եթե լրագրությունը՝ մի համակարգ, որի միջոցով մենք ինֆորմացիա ենք ստանում, սկսել է դուրս մղվել, ապա ի՞նչն է գալիս դրան փոխարինելու: Գովա՞զդը: Չվարձալիքնե՞րը: Ժամա՞նցը: Էլեկտրոնային առևտո՞ւրը: Քարոզչությունը: Այս ամենի մի ինչ-որ նոր խառնածո՞ն: Իսկ ինչպիսի՞ն կլինեն հետևանքները:

Հավաքվածների կարծիքով, այս հարցերի պատասխանները կարևոր են թե՛ հասարակության, թե՛ լրատվության աշխատողների համար: Լրագրությունը մշակույթին փոխանցում է մի բացառիկ բան՝ անկախ, հուսալի, ճշգրիտ և բազմակողմանի տեղեկատվություն, որը քաղաքացիների պահանջով՝ պետք է լինի անվճար: Այն լրագրությունը, որից այս ամենից բացի պահանջվում է մեկ ուրիշ բան՝ խարխլում է ժողովրդավարական կուլտուրան: Դա պատահում է, երբ իշխանությունները ղեկավարում են լրատվությունը՝ ինչպես նացիստական Գերմանիայում կամ Սովետական Միությունում: Մենք դրա ականատեսն ենք այնպիսի մի վայրում, ինչպիսին Սինգապուրն է, ուր լրատվությունը վերահսկվում է՝ կապիտալիզմը խրախուսելու և հասարակական կյանքում մարդկանց մասնակցությունը կասեցնելու համար: Կարծես թե նման մի բան է սկսում արմատավորվել և Միացյալ Նահանգներում, ավելի կոմերցիոն տեսքով: Օրինակ, երբ ավելի մեծ կորպորացիաների սեփականությունը հանդիսացող լրատվամիջոցներն օգտագործվում են իրենց գլխամասային համալիրի արտադրանքը գովազդելու համար, կամ երբ դրանք ներգրավվում են աննկատ կերպով վարվող լոբբինգի կամ կորպորացիոն ախոյանների դեմ տարվող գործընթացի մեջ, կամ երբ թողարկվող լրատվությունը միահյուսվում է գովազդին՝ շահույթը մեծացնելու նպատակով: Խնդիրը սոսկ լրագրության կորուստը չէ: Խաղաքարտի վրա դրված հարցը հետևյալն է. արդյո՞ք մեզ, որպես քաղաքացիների, հասանելի կլինի անկախ տեղեկատվությունը, որը մեզ հնարավորություն կտա մասնակցել մեր ինքնակառավարման գործընթացին:

Խումբը մի ծրագիր մշակեց: Նրանք որոշեցին լրագրողներին և հասարակությանը ներգրավել լրագրության կոչումը քննարկող մի մանրակրկիտ ուսումնասիրության մեջ: Մենք պետք է պատասխանեինք երկու հարցի. արդյո՞ք լրատվության ոլորտի աշխատողները համարում են, որ լրագրությունը հաղորդակցության ձևերից տարբեր մի բան է, և եթե դա այդպես է, ապա՞ որքա՞ն տարբեր: Եվ ապա, եթե նրանք կարծում են, թե լրագրությունը պետք է փոխվի՝ պահպանելով ինչ-որ հիմնական սկզբունքներ, որո՞նք են այդ սկզբունքները:

Հաջորդ երկու տարիների ընթացքում այդ խումբը, որն այժմ իրեն կոչում է *Մասնագիտության խնդիրներով մտահոգված լրագրողների հանձնախումբ*, կազմակերպեց լրագրողների կողմից երբևէ կատարված ամենահիմնարար, հետևողական և բազմակողմանի ուսումնասիրությունը լրահավաքման և լրատվության պարտականությունների վերաբերյալ: Մենք կազմակերպեցինք 21 հանրահավաք, որոնց մասնակցեցին 3000 մարդ, և վկայագրություններ հավաքեցինք ավելի քան 300 լրագրողներից: Մենք համագործակցեցինք համալսարանական գիտաշխատողների մի խմբի հետ, որը լրագրողների հետ ավելի քան հարյուր երեք ժամանոց հարցազրույցներ էր վարել լրագրողական արժեքների վերաբերյալ: Մենք հրատարակեցինք լրագրողների կողմից իրականացված երկու հետազոտություն վերոհիշյալ սկզբունքների մասին: Մենք գումարեցինք Առաջին Ուղղում և լրագրության հարցերով զբաղվող գիտնականների վեհաժողով: *Լրագրության Կատարելագործման Ծրագրի* սահմաններում հրատարակեցինք գրեթե մեկ դյուժին լրատվության թեմատիկ ուսումնասիրություններ: Նաև՝ մենք ուսումնասիրում էինք այն լրագրողների պատմությունները և կենսագրականները, որոնց հետ հանդիպումներ էինք ունենում:

Այս գիրքն այդ հետազոտության առաջին արգասիքն է: Այն բանավեճ չէ, այլ, ավելի շուտ, լրագրության տեսության և մշակույթի նկարագրություն, որը ձևավորվել է երեք տարի շարունակ քաղաքացիներին և լրագրողներին ունկնդրելիս, մեր էմպիրիկ ուսումնասիրություններից և մասնագիտության պատմության մասին մեր ընթերցած գրքերից, որոնք շարադրում են դրա զարգացումը Միացյալ Նահանգներում:

Այդ ընթացքում, բազմաթիվ բաների կողքին, մենք նաև պարզեցինք, որ հասարակությունը լրագրողներից ակնկալում է այս տեսության կիրառումը, իսկ քաղաքացիներից՝ այն հասկանալը, չնայած այն հազվադեպ է ուսումնառության նյութ դառնում և հստակ շարադրանքի արժանանում: Հստակության ահա այս պակասը թե՛ քաղաքացիների, թե՛ լրատվությամբ զբաղվող մարդկանց համար թուլացրել է լրագրության նշանակությունը և այժմ էլ թուլացնում է ժողովրդավարական հասարակության դրվածքը: Եթե մենք չհասկանանք և չվերահաստատենք ազատ մամուլի տեսությունը, ապա լրագրողները կհայտնվեն իրենց մասնագիտության վերանալու վտանգի առաջ: Այս առումով մեր մշակույթի և մեր լրագրության ճգնաժամն իրենից ներկայացնում է համոզմունքների ճգնաժամ:

Հետազոտությունից պարզ է դարձել, որ գոյություն ունեն մի քանի հստակ սկզբունքներ, որոնց վերաբերյալ լրագրողները համակարծիք են, և որոնց կիրառումը քաղաքացիներն իրավունք ունեն ակնկալել: Դրանք այնպիսի սկզբունքներ են, որոնք ժամանակի ընթացքում առաջընթաց կամ հետընթաց զարգացում են ապրել, բայց ընդամին միշտ պարզ են եղել մարդկանց համար: Այդ սկզբունքները կազմում են լրագրության ոսկե միջուկը:

Սկզբունքներից առաջինն այն է, որ լրագրության նպատակը մարդկանց անհրաժեշտ տեղեկատվությամբ ապահովելն է՝ ազատ և ինքնիշխան լինելու համար:

Այս խնդրի իրականացման համար.

1. Լրագրության առաջին պարտականությունը ճշմարտությունն ասելն է:
2. Լրագրությունն առաջին հերթին պետք է հավատարիմ լինի հասարակությանը:
3. Լրագրության էությունը փաստի ստույգությունն ապահովելու մեջ է:

4. Լրատվությամբ զբաղվողները պարտավոր են անկախություն պահպանել այն նյութից, որն իրենք մեկնաբանում են:
5. Լրագրությունը պետք է լինի իշխանության անկախ վերահսկողը:
6. Լրագրությունը պետք է բաց լսարան ապահովի հասարակական քննադատության և փոխհամաձայնության համար:
7. Լրագրությունը պետք է ձգտի նշանակալիցը դարձնել հետաքրքիր և պատեհ:
8. Լրագրությունը պարտավոր է նորությունները ներկայացնել բազմակողմանիորեն և համամասն կերպով:
9. Լրատվությամբ զբաղվողներին պետք է հնարավորություն տրվի պատասխանատու լինել իրենց սեփական խղճի առաջ:

Ինչո՞ւ են ընտրված հատկապես այս ինը սկզբունքները: Ընթերցողներից ոմանք թերևս մտածեն, թե այստեղ ինչ-ինչ կետեր պակասում են: Իսկ ո՞ւր մնաց արդարամտությունը: Որտե՞ղ է հավասարակշռությունը: Մեր հետազոտությունների արդյունքները համադրելուց հետո պարզ դարձավ, որ մի շարք ծանոթ և նույնիսկ օգտակար գաղափարներ՝ ներառյալ արդարամիտ լինելը և հավասարակշռությունը, չափազանց անորոշ բաներ են մասնագիտության էական տարրերի շարքը դասվելու համար: Ոմանք էլ կասեն, թե այս ցանկը ոչ մի նոր բան չի ասում: Ընդհակառակը, մենք պարզեցինք, որ լրագրության հիմնարար տարրերի մասին շատ գաղափարներ պարուրված են առասպելներով և թյուրըմբռնմամբ: Առասպելներից մեկն այն հասկացությունն է, թե լրագրողները պետք է պաշտպանված լինեն բիզնեսի և լրատվության միջև գոյություն ունեցող պատով: Սյուս առասպելն այն է, որ անկախ լինելու համար լրագրողը պետք է չեզոք լինի: Օբյեկտիվության գաղափարն այնքան է աղավաղվել, որ այժմ այն օգտագործում են սոսկ նկարագրելու համար այն խնդիրը, որն այն կոչված է շտկելու:

Առաջին անգամը չէ, որ տեղեկատվություն ստանալու եղանակը ենթարկվում է խիստ կարևոր փոխակերպման: Այդպես է պատահում ամեն անգամ, երբ տեղի են ունենում հասարակական, տնտեսական կամ տեխնոլոգիական նշանակալի փոփոխություններ: Այդպես պատահեց 1830-1840 թվականներին, երբ ստեղծվեց հեռագիրը, 1880-ականներին, երբ կտրուկ ընկավ թերթերի գինը, և ներգաղթողների մեծ հոսք եղավ: Այդպես պատահեց կրկին 1920-ականներին՝ ռադիոյի ստեղծման ու փոքրատիրաժ թերթերի երևան գալու, ինչպես նաև բամբասանքի և հանրաճանաչ մարդկանց մասին լուրեր հաղորդելու կուլտուրայի հաստատմանը զուգընթաց: Նույնը տեղի ունեցավ հեռուստատեսության մուտքի և Սառը պատերազմի տարիներին:

Այժմ մենք միևնույն ընթացքի մեջ ենք գտնվում, երբ կաբելային հեռուստատեսության գալստյանը հետևում է Ինտերնետը: Այս անգամ բախումը շատ ավելի դրամատիկ կարող է լինել: Պատմության մեջ առաջին անգամ լրատվությունը գնալով ավելի շատ ստեղծվում է լրագրությունից դուրս գտնվող ընկերությունների կողմից, և այս նոր տեսակի տնտեսական կարգավորումն անչափ կարևոր է: Մենք կանգնած ենք մի հավանականության առաջ, երբ անկախ լրատվությունը կարող է փոխարինվել սեփական շահերին հետամուտ առևտրայնությամբ՝ կոմերցիալիզմով, որն իրեն ներկայացնում է իբրև լրատվություն: Եթե սա իրականություն դառնա, ապա մենք կկորցնենք մամուլը՝ որպես անկախ ինստիտուտ, որն ազատ էր՝ վերահսկելու հասարակության մեջ գործող այլ հզոր ուժերն և հաստատությունները:

Նոր դարաշրջանում ժողովրդավարական հասարակության հիմնահարցերից մեկն անկախ մամուլի գոյատևումն է: Հարցի լուծումը պայմանավորված է այն բանով, թե արդյո՞ք լրագրողները կունենան հստակ պատկերացում և վճռականություն՝ ձևակերպելու համար, թե ինչ է նշանակում անկախ մամուլ, և արդյո՞ք մյուսները, որպես քաղաքացիներ, մտահոգված կլինեն դրանով:

Այս գիրքը գրված է որպես առաջին քայլ՝ լրագրողներին օգնելու այդ արժեքների մեջ կողմնորոշվելիս, և մյուս կողմից՝ քաղաքացիներին օգնելու, որպեսզի նրանք լրագրության պահանջարկը ստեղծեն համաձայն այն սկզբունքների, որոնք սկզբնապես ազատ մամուլի հիմքն են դրել:

1. ԻՆՉԻ ՉԱՄԱՐ Է ԼՐԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆԸ

1981 թվականի դեկտեմբերյան մի գորշ առավոտ Աննա Սեմբրոսկան արթնացավ և միացրեց ռադիոն՝ իր սիրած՝ *Ժամում վաթսուն րոպե* ծրագիրն ունկնդրելու համար: Տասնյոթ տարեկան Սեմբրոսկային դուր էր գալիս, թե ինչպես էր զավեշտական տեսությունն ընդարձակում երբեմն բարձրաձայն ասվող այն ամեն տեսակի խոսակցությունների սահմանները, որոնք կարելի էր լսել Լեհաստանում: *Ժամում վաթսուն րոպե* ծրագիրը մի քանի տարի է, ինչ եթեր էր դուրս գալիս, իսկ Արհմիությունների Համերաշխության վերելքին զուգընթաց՝ դարձել էր շատ ավելի համարձակ: Այնպիսի մանրապատումներ, ինչպես օրինակ մեկը, որ պատմում էր կիսամթազնած ուղեղով մի կոմունիստ բժշկի մասին, որն ապարդյուն ջանում էր էքստրենիզմի դեմ դեղ ու ճար գտնել, ոգևորության աղբյուր էին Աննայի և Վարշավայում ապրող նրա պատանի ընկերների համար: Այդ ծրագիրը նրան ցույց էր տալիս, որ ուրիշներն այս աշխարհն ընկալում են այնպես, ինչպես ինքը, չնայած երբեք չի համարձակվել արտահայտել այդ: «Մենք համարում էինք, որ եթե նման բաները կարելի էր ասել ռադիոյով, ուրեմն մենք ազատ էինք», - քսան տարի անց իր հիշողություններում պատմում էր Սեմբրոսկան⁹:

Բայց երբ 1981 թվականի դեկտեմբերի 13-ին Աննան փորձեց ռադիոընդունիչը լարել իր սիրած հաղորդումն ունկնդրելու, միայն միալար մի խշշոց լսեց: Նա փորձեց մեկ ուրիշ կայան, հետո՝ մյուսը, ապա՝ ևս մեկը: Ոչ մի ձայն: Սեմբրոսկան նետվեց ընդունիչում զանգելու, բայց հեռախոսը լուռ էր: Մայրը նրան կանչեց պատուհանի մոտ: Հռնդալով տանկեր էին անցնում: Լեհական ռազմավարական կառավարությունը պատերազմական դրություն էր հայտարարել, օրենքից դուրս էր հռչակել Համերաշխությունը և կրկին արգելանք էր դրել մամուլի և խոսքի ազատության վրա: Ազատականության լեհական էքսպերիմենտն ավարտված էր:

Ընդամենը մի քանի ժամվա ընթացքում Աննայի ու նրա ընկերների ականջին այս անգամ արդեն բոլորովին այլ պատմություններ հասան: Չեխիայի սահմանամերձ Շվիդնիկ փոքրիկ քաղաքում մարդիկ իրենց շներին զբոսանքի էին տանում: Ամեն երեկո ժամը 7:30, երբ սկսում էին հաղորդել պետական հեռուստատեսության նորությունները, Շվիդնիկում զրեթե բոլորը դուրս էին գալիս քաղաքի կենտրոնական այգի՝ շների հետ զբոսնելու: Սա դարձել էր օրեցօր շարունակվող բողոքի և համերաշխության մի յուրատեսակ ակցիա: Մենք հրաժարվում ենք դիտել ձեր հաղորդումը: Մենք մերժում ենք ճշմարտության ձեր տարբերակը:

Գդանսկի պատմությունն էլ սև հեռուստատեսությաններին էր վերաբերում: Այնտեղ մարդիկ իրենց հեռուստացույցները մոտեցնում էին պատուհաններին՝ էկրանները դեպի փողոց: Այս ձևով նրանք միմյանց և կառավարությանը իրենց բողոքն էին հաղորդում: Մենք նույնպես հրաժարվում ենք դիտել ձեզ: Մենք ևս մերժում ենք ճշմարտության ձեր տարբերակը:

Սկսեց առաջանալ գաղտնի մամուլ, որն օգտագործում էր հին, ձեռքով աշխատեցվող սարքեր: Մարդիկ սկսեցին տեսախցիկներով ման գալ և սեփական փաստագրական ֆիլմերը ստեղծել, որոնք թաքուն ցուցադրվում էին եկեղեցիների նկուղային հարկերում: Շուտով Լեհաստանի ղեկավարները

⁹ Anna Semborska, Interview by Dante Chinni, January 2000.

հասկացան, որ նրանք բախվում են մի նոր երևույթի հետ, մի բան, որին անուն տալու համար նրանք պետք է հայացքներն ուղղեին դեպի արևմուտք: Սա լեհական հասարակական կարծիքի վերելքն էր: 1983 թվականին կառավարությունը ստեղծեց հասարակական կարծիքն ուսումնասիրելու ինստիտուտ, որն իր տեսակի մեջ առաջինն էր: Այն հիմնականում հասարակական կարծիքի հարցումներ էր անցկացնում: Նույնպիսի հիմնարկություններ առաջացան նաև Արևելյան Եվրոպայում: Սա մի նոր երևույթ էր, որին տոտալիտար պաշտոնյաները չէին կարող հարկադիր պայմաններ թելադրել: Լավագույն դեպքում նրանք կարող էին փորձել հասկանալ այն, ապա՝ փորձել օգտագործել, բոլորովին չտարբերվելով Արևմուտքի ժողովրդավար քաղաքական գործիչներից: Սակայն հաջողության հասնել նրանք չէին կարող:

Ավելի ուշ, երբ ազատական շարժումների առաջնորդները հետ էին նայում, նրանք հասկանում էին, որ կոմունիզմի վերջը շատ բանով նոր իֆորմացիոն տեխնոլոգիաների և մարդկանց հոգիների վրա դրանց ունեցած ազդեցության շնորհիվ էր: 1989-ի ձմռանը Լեհաստանի ապագա նախարարներից մեկը լրագրողների հետ այցելեց Վաշինգտոն: - Յնարավո՞ր է, որ այսօր մարդկանց ոչնչացնող մի նոր Ստալին հայտնվի,- հռետորական մի հարց տվեց նա: Եվ ինքն էլ պատասխանեց՝ ոչ: Համակարգիչների, արբանյակների, ֆաքսի և տեսատեխնիկայի դարաշրջանում դա հնարավոր չէ: Տեխնոլոգիան այժմ տեղեկատվությունը շատ արագ հասանելի է դարձրել չափազանց շատ մարդկանց համար: Եվ այդ տեղեկատվությունը ծնել է ժողովրդավարություն¹⁰:

Ինչի՞ համար է լրագրությունը:

Լեհերի և նոր զարգացող ժողովրդավարական երկրներում ապրող մարդկանց համար այս հարցի պատասխանը գործողության միջոցով էր տրվում: Լրագրությունը համայնք/հասարակություն կառուցելու համար էր: Լրագրությունը քաղաքացիականության համար էր: Լրագրությունը ժողովրդավարության համար էր: Միլիոնավոր մարդիկ տեղեկատվության ազատ հոսքով հզորացած՝ ուղղակիորեն ներգրավվել էին նոր կառավարություններ կազմավորելու, իրենց երկրներում քաղաքական, հասարակական և տնտեսական կյանքի համար նոր օրենքներ ստեղծելու գործընթացի մեջ: Լրագրության նպատակը մի՞շտ է սա եղել: Թե՞ սա ճշմարիտ էր մի ինչ-որ տեղում, մի ինչ-որ պահի համար:

Միացյալ Նահանգներում վերջին հիսուն տարիների ընթացքում «ինչի համար է լրագրությունը» հարցը խիստ հազվադեպ է առաջադրվել՝ լինի դա քաղաքացիների, թե՛ լրագրողների կողմից: Եթե դու հրատարակչություն կամ հեռահաղորդման արտոնագիր ունես, արդեն կարող ես զբաղվել լրագրությամբ: Միացյալ Նահանգներում լրագրությունը հասցվել է մի սովորական նույնաբանության (տաֆտոլոգիայի). լրագրությունն այն է, ինչ լրագրողները լրագրություն են անվանում: Ինչպես ասել է Մաքսուել Քինգը՝ *Ֆիլադելֆիա Ինքվայրեր-ի* խմբագիրը. «Մենք թողնում ենք, որ մեր գործը խոսի իր անունից»: Կամ, եթե փոքր-ինչ ճնշում է գործադրվում, նրանք ասում

¹⁰ Thomas Rosenstiel, “TV, VCR’s, Fan Fire of Revolution: Technology Served the Cause of Liberation in East Europe,” *Los Angeles Times*, 18 January 1990.

են, թե ինքնին հասկանալի է, որ իրենք աշխատում են հանուն հասարակության բարօրության¹¹:

Այս պարզունակ պատասխանն այլևս չի բավարարում, եթե համարենք, թե այն երբևէ իսկապես բավարարել է այս՝ գնալով ավելի թերահավատ դարձող հասարակությանը: Այդպես չէ հատկապես հիմա, երբ ամեն ոք, ով ունի մի մոդեմ և մի համակարգիչ, կարող է հայտարարել, թե ինքը «լրագրությամբ է զբաղվում»: Դա հատկապես անբավարար պատասխան է այժմ, երբ ստեղծվել է լրագրության մի նոր տնտեսական համակարգ, ուր լրագրությունն ամեն կողմից վերաարժեքավորվում է և կրկին սահմանումների ենթարկվում, իսկ երբեմն էլ՝ ընդհանրապես անտեսվում:

Գուցե ոմանք ընդդիմանան, թե ժամանակակից տեխնոլոգիանները լրագրության ամեն տեսակի բնորոշում հոդոս են ցնդեցրել, այնպես որ այսօր ամեն ինչ կարելի է դիտարկել որպես լրագրություն:

Բայց ավելի մոտիկից ուսումնասիրելու դեպքում պարզ է դառնում, որ, ինչպես Լեհաստանի ժողովուրդը ցույց տվեց, լրագրության նպատակը բնորոշողը ո՛չ տեխնոլոգիաներն են, ո՛չ լրագրողները, ո՛չ էլ նրանց օգտագործած հնարքները: Ստորև մենք ձեզ ցույց կտանք, որ լրագրության սկզբունքները և նպատակը բնորոշվում են մեկ այլ, շատ ավելի հիմնարար բանով՝ այն դերով, որը լրատվությունն ունի մարդկանց կյանքում:

Զնայած լրագրությունը բազմաթիվ առումներով փոփոխության է ենթարկվել, դրա նպատակն, այնուամենայնիվ, մնացել է անփոփոխ՝ սկսած այն ժամանակներից, երբ ավելի քան երեք հարյուր տարի առաջ առաջին անգամ երևան եկավ «մամուլի» գաղափարը, որին ոչ միշտ են հարկ եղածին պես հետևել: Եվ չնայած մեծապես փոխվել են լրատվության արագությունը, միջոցները և բնույթը, դեռևս գոյություն ունի լրագրության վերաբերյալ հստակ մի տեսություն և փիլիսոփայություն, որը բխում է լրատվության հետևյալ գործառույթից:

Լրագրության առաջնահերթ նպատակը քաղաքացիներին ազատ և ինքնիշխան լինելու համար անհրաժեշտ տեղեկատվությամբ ապահովելն է:

Քաղաքացիների և լրագրողների հետ զրույցների ժամանակ մենք շարունակ լսում էինք, որ քաղաքացիների առջև ունեցած այս պարտավորվածությունը ներառում է մի քանի տարր: Լրատվամիջոցները մեզ օգնում են ձևավորել հասարակությունը, օգնում են ստեղծել մեկ ընդհանուր լեզու և այդ մեկ ընդհանուր լեզվի վրա խարսխված ընդհանուր գիտելիքներ: Լրագրությունը նաև օգնում է սահմանել հասարակության նպատակները, գտնել նրա հերոսներին և բացահայտել սրիկաներին: «Երկար ժամանակ է, ինչ ես այն կայուն համոզմունքն ունեմ, որ մեր հասարակությունը լավագույնս առաջ է ընթանում այն ժամանակ, երբ ունենում է տեղեկատվական մեկ ընդհանուր հիմք»: NBC-ի լրատվության հաղորդավարներից Թոմ Բրոկոն ասում էր գիտահետազոտական աշխատանքով զբաղվող մեր գործընկերների¹² : Լրատվամիջոցները վերահսկող դեր են կատարում, մարդկանց մղում են նոր հորիզոնների /ինքնաբավությունից այն կողմ/, մոռացվածներին նոր շունչ են հաղորդում: - Ես ուզում եմ ձայն տալ այն մարդկանց, ովքեր դրա կարիքն ունեն.... մարդիկ, ովքեր անգոր են,- ասում էր Յուեն Յինգ Չանը՝ Նյու Յորքի *Ղեյլի Նյուս*-ի նախկին լրագրողը, որը Հոնգ-

¹¹ Maxwell King, at founding meeting of Committee of Concerned Journalists (CCL), 21 June 1997.

¹² Tom Brokaw, interview by William Damon, Howard Gardner, and Mihaly Csikszentmihalyi.

Կոնգում լրագրության դասընթացներ է հիմնադրել¹³: Ջեյմս Քերին, մեր կոմիտեի հիմնադիրներից մեկը, իր գրառումներում այս հարցը ձևակերպել է հետևյալ կերպ. հավանաբար, վերջիվերջո, լրագրությունը պարզապես մարդկանց խոսակցությունների շարունակություն և ուժգնացում է նշանակում¹⁴:

Վերը նշված սահմանումն այնքան կայուն է եղել լրատվության պատմության ողջ ընթացքում և, փաստորեն, դարերով այնքան խորն է արմատացած լրատվությամբ զբաղվող մասնագետների մտածողության մեջ, որ այն գրեթե կասկած չի հարուցում: Եթե հետ նայելու լինենք, դժվար կլինի իրարից անջատել լրագրության գաղափարը՝ հասարակություն, իսկ ավելի ուշ՝ ժողովրդավարություն կերտելու գաղափարից: Լրագրությունն այս նպատակներին հասնելու հարցում այնքան հիմնարար նշանակություն ունի, որ, ինչպես մենք հետագայում ցույց կտանք, այն հասարակությունները, որոնք նպատակ ունեն ճնշել ազատությունը, պետք է առաջին հերթին ծնկի բերեն մամուլը: Հետաքրքիր է, բայց կապիտալիզմը ճնշելու անհրաժեշտությունը նրանց մեջ չի ծագում: Իր լավագույն դրսևորման մեջ լրագրությունն արտացոլում է այն նուրբ ըմբռումը, թե ինչպիսի վարք ունեն և պետք է ունենան քաղաքացիներն իրենց հասարակական կյանքում: Այդ հասկացությունը մենք կոչում ենք Հասարակության միաձուլման տեսություն (interlocking theory):

Այնուհանդերձ, լրագրության վաղուց ի վեր հաստատված տեսությունը և նպատակը հիմա փորձությունների է ենթարկվում նախկինում չտեսնված ձևերով, համենայն դեպս՝ Միացյալ Նահանգներում իրավիճակն այդպիսին է: Տեխնոլոգիաները տնտեսապես նոր ձևով են կազմակերպում տեղեկատվական ընկերությունները, որոնք իրենց մեջ են ներառում լրագրությունը: Վտանգը այսուհետ միայն կառավարության գրաքննությունը չէ: Նոր վտանգն այն է, որ անկախ լրագրությունը կոմերցիոն հաղորդակցության միջոցների և միացյալ ուժերի ինքնառաջխաղացման խառնարանում կարող է տարրալուծվել և վերանալ: Օրենքի Առաջին Ուղղման իսկական իմաստը՝ թե ազատ մամուլն անկախ հաստատություն է, պատմության մեջ առաջին անգամ վտանգված է նույնիսկ առանց իշխանությունների միջամտության:

Կան մարդիկ, ովքեր պնդում են, թե վտանգավոր է լրագրությունը բնորոշելը կամ դրան սահմանումներ տալը: Վերջիններս համոզված են, որ դա նշանակում է լրագրությանը դնել սահմանափակումների մեջ: Գուցե իրոք այսպես վարվելով խախտում ենք Առաջին Ուղղման ոգին. «Կոնգրեսը չի կարող ընդունել ոչ մի օրենք, որը կսահմանափակի խոսքի կամ մամուլի ազատությունը»: Այս պատճառով է, որ լրագրողները մինչև հիմա խուսափում են արտոնագրեր ստանալուց՝ բժիշկների կամ իրավաբանների պես, նշում են նրանք: Լրագրողներն այն մտավախությունն ունեն, թե լրագրության սահմանումը այն ավելի ներհակ կդարձնի ժամանակի հետ փոփոխությունների ենթարկվելուն և կնպաստի այն բանին, որ լրագրությունն աստիճանաբար դադարի գոյություն ունենալ:

Իրականում լրագրությունը սահմանման ենթարկելու դեմ առարկությունները բխում են ոչ թե խորը համոզումներով պայմանավորված սկզբունքներից, այլ հանդիսանում են բավական վերջերս առաջացած,

¹³ Yuen Ying Chan, interview by Damon et al.

¹⁴ James Carey, James Carey: A Critical Reader, ed. Eve Stryker Munson and Catherine A. Warren (Minneapolis and London: University of Minnesota Press, 1997), 235.

մեծապես կոմերցիոն մղումի դրսևորում: Մեկ դար առաջ հրատարակիչներն իրենց նոր արժեքները սովորաբար պաշտպանում էին թերթի առաջին էջում զետեղված խմբագրականներում, զանազան կարծիքների համար հատկացված էջերում և ընկերության կարգախոսներում և նույն ջերմեռանդությամբ էլ հրապարակայնորեն փնովում էին իրենց ատյանների լրագրողական արժեքները: Սա ընդամենը շուկայավարություն էր: Քաղաքացիներն այս կամ այն հրապարակումները կարդալու իրենց ընտրությունը հիմնում էին դրանց ոճի կամ տեղեկատվության նկատմամբ ունեցած իրենց մոտեցման վրա: Եվ միայն այն ժամանակ, երբ մամուլը դարձավ ավելի կորպորացիոն և մոնոպոլիստական, այն դարձավ ավելի զուսա: Իրավաբանները նոր ընկերություններին խորհուրդ էին տալիս գրավոր կերպով չձևակերպել իրենց սկզբունքները՝ հիմք ունենալով այն մտավախությունը, թե վերջիններս կարող էին հետագայում նրանց դեմ օգտագործվել դատարանում: Այսինքն, սահմանումից խուսափելը առևտրային ռազմավարություն էր: Այն չէր բխում Առաջին Ուղղման իմաստից:

Մյուս կողմից, միզուցե ոմանք պնդեն, թե լրագրության ոչ միայն նպատակը պետք է անփոփոխ մնա, այլ նաև ձևը չպետք է ենթարկվի փոփոխությունների: Նրանք լրագրության մեջ տեղ գտած փոփոխությունները դիտարկում են իրենց երիտասարդ տարիների լրագրության տեսանկյունից և վախենում են, թե Նիլ Պոստմոնի հիշարժան բառերով ասած՝ «մենք չափազանց շատ ենք տրվել զվարճալիքների»: Նրանք աչքաթող են անում մեկ ուրիշ փաստ. ամեն մի սերունդ իր սեփական լրագրությունն է ստեղծում:

Բայց նպատակը, ինչպես մենք պարզեցինք, նույնն է:

Զնայած լրագրողները դժվարանում են սահմանման ենթարկել իրենց արածը, նրանք բոլորը միանգամայն համակարծիք են իրենց նպատակի վերաբերյալ: Երբ 1997-ին մենք սկսեցինք մի աղյուսակի վրա գրանցել, թե ինչ ընդհանուր ելակետային հիմքեր ունեն լրագրողները, մեր լսած առաջին պատասխանը հետևյալն էր. «Լրագրության հիմնական նպատակը մարդկանց ճշմատությունն ասելն է, այնպես, որ նրանք ստանան ինքնուրույն և անկախ լինելու համար անհրաժեշտ տեղեկատվություն»: Այսպես էր մտածում Ջեք Ֆուլերը՝ վիպագիր, իրավաբան և թրիբյուն հրատարակչության նախագահ, որը թողարկում էր *Չիկագո թրիբյունը*¹⁵:

Նույնիսկ Web-ում աշխատող այն մարդիկ, ովքեր իրենց լրագրող չեն համարում, միևնույն նպատակին են ծառայում: Օմար Ուոսոուն, որն ինքն իրեն անվանում է «ավտոսպասարկման սրահի տնօրեն», մեր հավաքներից մեկի ժամանակ մեզ ասաց, որ իր նպատակը, մասամբ աջակցություն ցույց տալն է այնպիսի քաղաքացիներ կերտելու համար, ովքեր «լրատվամիջոցերի սպառողներ են, խժռողներ և անողոք քննադատներ...մի լսարան են, որը կլանված է այդ արտադրանքով և միաժամանակ կարող է արձագանքել դրան քննախույզ կերպով»¹⁶:

Մի՞թե սրանք սոսկ հուսահատ ձայներ են: Ոչ, իհարկե: Համագործակցելով Հանուն Մարդկանց և Մամուլի Փյուն Կենտրոնի հետ՝ մենք լրագրողներին հարցնում էինք, թե նրանք որն են համարում լրագրության տարբերակիչ հատկանիշը: Հարցմանը մասնակցող լրատվության ասպարեզում աշխատողները մնացած բոլոր պատասխաններից գրեթե

¹⁵ Jack Fuller, at CCJ Chicago forum, 6 November 1997.

¹⁶ Omar Wasow, at CCJ Ann Arbor, Michigan, forum, 2 February 1998.

երկուսը մեկի հարաբերությամբ ընտրում էին ժողովրդավարական գործառույթը¹⁷: Հարյուրից ավելի լրագրողների հետ անցկացված ազատ ու բազմակողմանի հարցազրույցները նույնպես, որ կազմակերպվել էին Ստենֆորդի, Հարվարդի և Չիկագոյի համալսարանների զարգացման հարցերով զբաղվող հոգեբանները, հանգեցրին միևնույն եզրակացության: Նրանք գրում են. «Լրատվության մասնագետները բոլոր մակարդակներում դրսևորում են անդրդվելի հավատարմություն մի խումբ էական չափանիշների նկատմամբ, որոնք զարմանալիորեն ընդհանուր են՝ հասարակությունը տեղեկացված պահելու իրենց առաքելության տեսակետից»¹⁸:

Բարոյական չափանիշները և լրագրության առաքելությունը միևնույն արմատական հիմքերն ունեն: Երկուսի նպատակն էլ «ընդհանուրի բարօրությանը ծառայելն է՝ մարդկանց տեղեկատվություն հասցնելով», - գրված է Լրագրերի խմբագիրների ամերիկյան ընկերության կողմից տպագիր լրատվամիջոցների տնօրենների մի ընկերություն, որն ամենամեծն է Հյուսիսային Ամերիկայում: «Ապահովիր լույսը և մարդիկ կգտնեն իրենց սեփական ճանապարհը», - կարելի է կարդալ Սքրիփս ընկերության թերթերի գլխագրերում: Եվ իրոք, Լրագրերի խմբագիրների ամերիկյան ընկերության ամռան յուրաքանչյուր լրագիր չեզոքությունը համարում է լրատվական կազմակերպության առաջնահերթ սկզբունքը¹⁹:

Լրագրությունից դուրս կանգնած մարդիկ նույնպես հասկանում են, թե որն է լրագրության հասարակական և բարոյական պարտականությունը: Հիշենք Հռոմի Պապ Հովհաննես Պողոս II-ի՝ 2000 թվականի հունիսին կայացած ելույթի ժամանակ ասած խոսքերը. «Քանի որ լրագրությունը հասարակական կարծիքի վրա ունի մեծ և ուղղակի ազդեցություն, այն իրավունք չունի առաջնորդվել միայն տնտեսական ուժերի, շահույթի կամ որևէ այլ շահերով: Հակառակը, լրագրությունը պետք է ըմբռնվի որպես առաքելություն, ինչ-որ տեղ՝ սրբազան պարտք, որը պետք է կատարել այն սթափ գիտակցությամբ, որ իրեն է վստահված հաղորդակցության մի հզոր միջոց, որը պիտի ծառայեցվի ի շահ հանուրի»²⁰:

Ժողովրդավարական այս առաքելությունը սոսկ ժամանակակից մի գաղափար չէ: Անկախություն արարելու գաղափարը դարեր շարունակ առաջ է քաշվել մամուլի մասին յուրաքանչյուր կարևոր դրույթում և բանավեճում, ոչ միայն լրագրողների, այլև հեղափոխականների կողմից, ովքեր պայքարել են հանուն ժողովրդավարական սկզբունքների հաստատման՝ թե՛ Ամերիկայում, և թե՛ բառացիորեն ամեն մի զարգացող ժողովրդավարական երկրում:

Իրազեկության բնագիր: Պատմաբան Միքել Ստիվընսն ուսումնասիրել է, թե պատմության ընթացքում լրատվությունն ինչպես է ազդել մարդկանց կյանքի վրա, և բացահայտել է այն զարմանալի հետևողականությունը, որի մասին

¹⁷ CCJ and the Pew Research Center for the People and the Press, “Striking the Balance: Audience Interests, Business Pressures and Journalists’ Values (March 1999): 79.

¹⁸ William Damon and Howard Gardner, “Reporting the News in an Age of Accelerating Power and Pressure: The Private Quest to Preserve the Public Trust” (academic paper, 6 November 1997), 10.

¹⁹ Ընդհանուր առմամբ Լրագրերի խմբագիրների Ամերիկյան Ընկերության էթիկայի բոլոր 12 կողմնակետերում, որտեղ նշված է լրագրության նպատակը, նկարագրում են վերը նշվածը որպես լրագրության առաջնահերթ խնդիր: 24-ից չորսը, որոնք չեն անդրադարձնում լրագրության նպատակին, ներառում են այն իրենց կողմնակետի տեսքով:

²⁰ Associated Press, report of Pope John Paul II’s Declaration of the Vatican’s Holy Year Day for Journalists, 4 June, 2000.

մենք խոսեցինք այս գրքի սկզբում: «Լրատվության արժեքայնության հիմնական չափանիշները պատմության ընթացքում կարծես թե շատ քիչ փոփոխության են ենթարկվել...»,- գրում է Սթիվընսը²¹: Տարբեր գիտնականներ պարզել են սրա պատճառը: Մարդիկ լրատվության պահանջ են զգում՝ ելնելով իրենց հիմնական բնագոյներից մեկից, որը մենք անվանում ենք իրազեկության բնագոյ: Մարդիկ կարիք ունեն իմանալու, թե ինչ է կատարվում դիմացի սարից այն կողմ, կարիք ունեն իրազեկ լինելու այն դեպքերի մասին, որոնք կատարվում են իրենց անմիջական փորձառությունից դուրս: Անհայտի մասին տեղյակ լինելը նրանց տալիս է ապահովության զգացում, հնարավորություն է ընձեռում ծրագրեր կազմել և կարգավորել իրենց կյանքը: Տեղեկատվության փոխանակությունը դառնում է համայնական կյանք կերտելու, մարդկային հարաբերություններ հաստատելու հիմքը:

Տեղեկատվությունը հաղորդակցության այն մասն է, որը մեզ իրազեկ է պահում արտաքին աշխարհի փոփոխվող իրադարձությունների, խնդիրների և անձանց մասին: Ժամանակին, համաձայն պատմաբանների հաղորդած տեղեկությունների, իշխանավորները տեղեկատվությունն օգտագործում էին իրենց հասարակությունը համախուժ պահելու նպատակով: Այն ապահովում էր միասնականություն և համատեղ նպատակների գիտակցություն: Այն նույնիսկ բռնակալ իշխանավորներին օգնում էր կառավարել իրենց ժողովրդին՝ նրանց միավորելով մեկ ընդհանուր սպառնալիքի շուրջ:

Պատմությունը բացահայտում է մեկ ուրիշ կարևոր միտում ևս: Որքան ավելի ժողովրդավարական է հասարակությունը, այնքան ավելի առատ լրատվություն և ինֆորմացիա է այն սովորաբար ունենում: Ժողովրդավարական դառնալու ճանապարհին հասարակությունները հակված են դեպի, այսպես ասած, նախալրատվությունը:

- Ամենավաղ ժողովրդավարական հասարակությունը՝ հույները, բանավոր լրագրություն էին կիրառում Աթենքի շուկայում, որտեղ հասարակության կյանքին վերաբերող գրեթե ամեն ինչ բաց էր բոլորի համար,- գրում է լրագրություն դասավանդող Ջոն Հոհենբերգը²²: Հռոմեացիների մեջ ընդունված էր Հռոմեական Սենատի և քաղաքական ու հասարակական կյանքի առօրյա հաշվետվությունը, որը կոչվում էր *acta diurna*: Այն գրանցվում էր պապիրուսի վրա և փակցվում հասարակական վայրերում²³: Միջին դարերում, հասարակության ավելի բռնակալական և վայրագ դառնալուն զուգընթաց, հաղորդակցությունը նվազում է, իսկ գրավոր լրատվությունն ըստ էության վերանում:

Լրագրության ծնունդը: Միջին դարերի ավարտին լրատվությունը սկսեց երևան գալ երգի կամ պատմության տեսքով, նորություններից հյուսված բալլադներում, որ երգում էին թափառաշրջիկ երգիչները՝ մենեստրելները:

Այն, ինչ մենք համարում ենք ժամանակակից լրագրություն, սկսեց առաջանալ տասնյոթերորդ դարի սկզբին՝ բառացիորեն գրույցներից, հատկապես՝ հասարակական վայրերում վարվող, ինչպես օրինակ խորտկարանները և հետագայում՝ պանդոկներն էին Անգլիայում, կամ «հասարակական տները» Ամերիկայում: Այստեղ պանդոկի տնօրենը, որ կոչվում էր հանրավար (publican), ոգեշնչված խոսակցություններ էր վարում

²¹ Mitchel Stephens, *History of News: From the Drum to the Sattelite* (New York: Viking Press, 1988), 34.

²² John Hohenberg, *Free Press, Free People: The Best Cause* (New York: Free Press, 1971), 2.

²³ Stephens, *History of News*, 64-68.

ճանապարհորդներից լսած տեղեկությունների շուրջ, իսկ ճանապարհորդները հաճախ իրենց տեսածը կամ լսածը գրանցում էին վաճառասեղանի մի անկյունում դրված մատյանում:

Անգլիայում սրճատները մասնագիտացած էին որոշակի տեսակի տեղեկատվության մեջ: Եվ առաջին լրագրերը դուրս եկան հենց այս սրճատներից, մոտ 1609 թվականին, երբ ձեռներեց տպագրիչները սրճատներում վարվող զրույցներից սկսեցին հավաքել բանբասանք, տեղեկություններ նավերի և քաղաքական անցուդարձի մասին ու դրանք տպագրել թղթի վրա:

Առաջին լրագրերի երևան գալու հետ անգլիացի քաղաքագետները սկսեցին խոսել մի նոր երևույթի մասին, որը նրանք անվանեցին հասարակական կարծիք: Տասնութերորդ դարի սկզբներում արդեն լրագրող-տպագրիչները սկսեցին ազատ խոսքի և ազատ մամուլի մի տեսություն ձևավորել: 1720 թվականին լոնդոնցի երկու լրագրող, որ հանդես էին գալիս «Կատո» կեղծանվամբ, ներկայացրին մի գաղափար, ըստ որի՝ ճշմարտությունը պետք է պաշտպան հանդիսանա զրպարտության դեմ: Այդ ժամանակ անգլիական համընդհանուր չգրված օրենքը պնդում էր հակառակը. բանն այն է, որ ոչ միայն իշխանությանը վերաբերող ցանկացած քննադատություն համարվում էր հանցանք, այլև՝ «որքան ավելի մեծ էր ճշմարտությունը, այնքան ավելի շատ էր զրպարտությունը», որովհետև ճշմարտությունն ավելի մեծ վնաս էր պատճառում²⁴:

Կատոյի պնդումը վիթխարի ազդեցություն ունեցավ ամերիկյան գաղութներում, որտեղ գնալով ավելի էր ուժգնանում դժգոհությունն անգլիական գահից: Բենջամին Ֆրանկլին անունով մի երիտասարդ խոստումնալից նկարիչ այն մարդկանց խմբին էր պատկանում, ովքեր վերահրատարակեցին Կատոյի գրվածքները: Երբ Ջոն Պիտեր Ջենգեր անունով մի տպագրիչ 1735 թվականին դատի առաջ կանգնեց Նյու Յորքի արքունական կառավարչին քննադատելու համար, Կատոյի գաղափարները դրվեցին նրա պաշտպանության հիմքում: - Մարդիկ ունեին «իրավունք թե՛ բացահայտելու, թե՛ հակադրվելու կամայական ուժին՝ ասելով և գրելով ճշմարտությունը», - պնդում էր Ջենգերի պաշտպան իրավաբանը, որին իր ծառայությունների համար վճարել էին Ֆրանկլինը և մյուս տպագրիչները: Երդվյալների դատարանն արդարացրեց Ջենգերին՝ ցնցելով գաղութատիրության իրավաբանական աշխարհը, և Ամերիկայում սկսեց պաշտոնապես ձևավորվել ազատ մամուլի գաղափարը:

Ազատ մամուլի գաղափարն արմատավորվեց Ամերիկայի Միացյալ Նահանգների Հիմնադիր Հայրերի դատողություններում և իր ճանապարհը հարթեց՝ արտացոլվելով Իրավունքների Վիրջինիայի Հռչակագրում՝ մասամբ գրված Ջեյմս Մեդիսոնի կողմից, Ջոն Ադամսի գրած՝ Մասաչուսեթսի Սահմանադրության մեջ և գաղութների իրավունքների նոր կանոնակարգերի դրույթների մեծ մասում: - Ոչ մի կառավարություն չպետք է մնա առանց գրաքննիչի, և այնտեղ, ուր մամուլն ազատ է, ոչ մեկը երբևէ (անպատիժ գործելու մեջ-թրգմ.) ազատ չի լինի, - ասում էր Թոմաս Ջեֆերսոնը Ջորջ Վաշինգտոնին²⁵: Ո՛չ Բենջամին Ֆրանկլինը, ո՛չ Մեդիսոնը չէին կարծում, թե անհրաժեշտություն կար նման մի ձևակերպում ընդգրկել ֆեդերալ Սահմանադրության մեջ: Բայց երկու պատգամավորներ՝ Վիրջինիայից Ջորջ

²⁴ Hohenberg, *Free Press*, 38. The writers were John Trenchard and William Gordon.

²⁵ Thomas Jefferson, letter to George Washington, September 9, 1792.

Մեյսընը և Մասաչուսեթսից էլբրիջ Գերին, բոյկոտեցին համաձայնագիրը և Թոմաս Փեյնի ու Սամուել Ադամսի նման մարդկանց հետ միավորվելով, հասարակությանը դրդեցին պահանջել իրավունքների մի գրավոր օրինագիծ՝ որպես պայման Սահմանադրությանը համաձայնություն տալու համար: Ազատ մամուլը եղավ իշխանություններին ժողովրդի առաջադրած առաջին պահանջը:

Հաջորդող երկու հարյուր տարիների ընթացքում մամուլի՝ որպես ազատության պատվարի գաղափարն արմատացավ ամերիկյան օրենսդրական դոկտրինայում: Երբ 1971 թվականին Գերազույն դատարանն օրենք սահմանեց, որով պաշտպանում էր *Նյու Յորք Թայմզ-ի*՝ գաղտնի կառավարական փաստաթղթեր (այսպես կոչված Պենտագոնյան փաստաթղթեր) հրապարակելու իրավունքը և վկայակոչում էր հետևյալը. «Առաջին Ուղղման մեջ Հիմնադիր Հայրերն ազատ մամուլին օժտել են պաշտպանվածությամբ, որն անհրաժեշտ է մեզանում ժողովրդավարությունն ապահովելու համար: Մամուլը ստեղծված է ծառայելու կառավարվողներին, ոչ թե կառավարողներին»²⁶: - Այս գաղափարը, որը կրկին ու կրկին դատարաններում իր հաստատումն է ստացել կոմիտեի մի հավաքի ժամանակ, -ասում էր Առաջին Ուղղման մասնագետ, Միչիգանի համալսարանի պրեզիդենտ Լի Բոլինգերը,- շատ պարզ գաղափար է. տարբեր տեսակի ձայների բազմազանության պարագայում ավելի հավանական է, որ ժողովուրդն իմանա ճշմարտությունը և այսպիսով ի վիճակի լինի ինքնակառավարվել²⁷:

Նույնիսկ դարասկզբին դեղին մամուլի հմուտ գիտակների ձեռքում կան 1920-ական թվականների բուլվարային լրագրերի ծաղկման շրջանում հասարակություն կառուցելը և ժողովրդավարության կայացմանը նպաստելն էր համարվում լրագրության հիմնական արժեքը: Իրենց ամենավատ ժամանակներում Ջոզեֆ Փուլիցերը և Ուիլիամ Ռանդոլֆ Հիրսթն օգտագործում էին թե՛ սենսացիաների նկատմամբ հասարակության մեջ ձևավորված ճաշակը, թե՛ նրանց հայրենասիրական մղումները: Փուլիցերն իր թերթի առաջին էջն օգտագործում էր ընթերցողներին գրավելու համար, իսկ խմբագրականներին նվիրված էջերը սովորեցնում էին, թե ինչպիսին պետք է լինեն ամերիկյան քաղաքացիները: Ընտրությունների գիշերը նա և Հիրսթը միմյանց հետ մրցում էին. մեկը վարձել էր Մեդիսոն հրապարակը և ձրի շուռ էր կազմակերպել, իսկ մյուսն իր լրագրի խմբագրության երկնաքերի կողքին կազմակերպել էր տոնական հրավառություն:

Կուզեք՝ հետադարձ հայացք նետեք հարյուր կամ թեկուզ հազար տարի հետ, միևնույնն է, անհնար է լրատվությունը տարանջատել հասարակությունից և ժամանակի ընթացքում, նույնիսկ ավելի որոշակի՝ ժողովրդավարական հասարակությունից:

Ազատ մամուլն էլեկտրոնային դարաշրջանում: Որքանո՞վ է տեղին ազատ մամուլի գոյությունը քսանմեկերորդ դարի սկզբում: Միևնույնն է, տեղեկատվությունն այնքան ազատ է, և լրագրության գաղափարը, որպես մի համասեռ ամբողջության գաղափար, գուցե արդեն տարօրինակ է թվում: Գուցե Առաջին Ուղղումը կարելի է համարել ավելի սահմանափակ և էլիտար դարաշրջանի պատմական արժեքավոր մի փաստաթուղթ միայն:

²⁶ *New York Times Co. v United States*, 439 US 713 (1971).

²⁷ Lee Bolinger, speech delivered at CCJ Ann Arbor, 2 February, 1998.

Իհարկե, լրագրությունն այլևս չի կարող կատարել դժնապանի դեր, երբ ինքն էր որոշում, թե հասարակությունը որ տեղեկատվությունը պետք է ստանա, որը՝ ոչ: Նման բնորոշումն արդեն չի գործում: Եթե *Նյու Յորք Թայմզ-ը* որոշում է, որ չի հրապարակելու մի բան, միևնույն է, անհաշիվ վեբ-էջերից գոնե մեկը, կամ որևէ ռադիոգրուցավար, կամ անանուն լրատվության աղբյուր կհրապարակի այն: Մենք հիմա տվյալ օրինաչափության դրսևորումների ականատեսն ենք: Երբ ավանդական լրատվական կազմակերպությունները մերժեցին հրապարակել Համայնքների Պալատի իրավաբանական կորպուսի նախագահ Հենրի Հայդի արտասանական կապի պատմությունը, *Սալոն* վեբ-էջը գրեց դրա մասին: Կամ, երբ *Նյուսուիք-ը* ձգձգում էր Լեվինսկու սկանդալային պատմության հրապարակումը, Մեթ Դրաջն առաջ անցավ նրանից:

Ինտերնետի առաջ գալը և բազմալիքային կապի կիրառումը, այնուամենայնիվ, դեռ չի նշանակում, ինչպես ոմանք պնդում են, թե լրատվության մեջ դատողություններ օգտագործելու գաղափարը, երբ փորձում են որոշել, թե մարդկանց ինչ է պետք, կամ թե նրանք ինչ են ուզում սեփական ինքնակառավարման համար, հնացել է: Ընդհակառակը, վերջիններիս գալստյամբ այդ պահանջն ավելի առտնին է դառնում:

Ջորջ Սիլի Բրաունը, Xerox PARC-ի նախկին տնօրենը, Սիլիկոն Վելիի լեգենդար ուղեղը, գտնում է, որ ժողովրդավարական հասարակությանը լրագրության մատուցած ծառայությունների հարցը քննարկելու փոխարեն պետք է ուղղակի ընդունել, որ տեխնոլոգիան փոփոխել է այն եղանակները, որոնք կիրառում էր լրագրությունը: «Նոր տնտեսության և նոր հաղորդակցության կուլտուրայի առկայության պարագայում մենք պետք է հասկանանք այս ամենը: Այս՝ գնալով ավելի խելահեղ աշխարհում մենք որոշակի հաստատուն ելակետերի՝ հուսահատության հասնող կարիք ունենք»: Սա նշանակում է, բացատրում է Բրաունը, որ լրագրողները պետք է «ունենան իրերին տարբեր տեսանկյուններից նայելու ունակություն և իրերի բուն էությունն ըմբռնելու շնորհք»²⁸: Իսկ ֆուտուրիստ Պոլ Սաֆոն այս գործը նկարագրում է որպես լրագրողական հարցումների և դատողությունների միջոցով ոչ որոշակի միջավայրներում ինչ-ինչ եզրակացությունների հանգելու աշխատանք²⁹:

Այսօրվա լրագրողն այլևս չի որոշում, թե հասարակությունն ինչը պետք է իմանա, ինչը՝ ոչ: Նա հանդիսատեսին օգնում է դրանից գլուխ հանել: Սա չի նշանակում, թե նա պարզապես մեկնաբանություններ կամ վերլուծություն պետք է ավելացնի հաղորդվող լրատվությանը: Նոր լրագրողի առաջին գործը ավելի շուտ տեղեկատվության հավաստիությունը հաստատելն է ու այնուհետև այնպես համակարգելը, որ մարդիկ արդյունավետ կերպով հասկանան այն:

Մի դարաշրջանում, երբ ցանակացած մարդ կարող է վերուն թղթակից կամ մեկնաբան լինել, «գործընթացն ուղղված է դեպի երկկողմանի լրագրությունը», - գտնում է Սիլի Բրաունը: Լրագրողն ավելի շուտ դառնում է «հանրահավաքի՝ ֆորումի առաջնորդ» կամ միջնորդ, քան՝ պարզապես ուսուցիչ կամ դասախոս³⁰: Լսարանն արդեն ոչ թե սպառողներ է

²⁸ John Seeley Brown, expressed to author Rosenstiel at a meeting to discuss the future of journalism curriculum, sponsored by Columbia University Graduate School of Journalism, Menlo Park, California, 15 and 16 June, 2000.

²⁹ Paul Saffo, expressed to author Rosenstiel, same meeting.

³⁰ Brown, expressed to author Rosenstiel, same meeting.

ներկայացնում, այլ՝ «արտադրա-սպառողներ»՝ սպառողի և արտադրողի մի խառնածին:

Եթե քաղաքացիները պրոբլեմ ունեն լրատվության վերաբերյալ, նրանք գիտեն, թե ում պետք է էլեկտրոնային նամակ ուղարկել լրատվության մեջ շտկում մտցնելու համար (գնալով ավելի շատ լրագրեր տպագրում են իրենց էլեկտրոնային և վեբ-էջերի հասցեները՝ նշելով հեղինակների անունները և այս կերպ հեշտացնելով գրողների, խմբագիրների և հրատարակիչների հետ հաղորդակցվելու հնարավորությունը): Լսարանն ակնկալում է, որ իրենց հաղորդած նոր փաստերը կընդգրկվեն լրատվության մեջ: Լսարանի հետ կապը դառնում է այս կամ այն պատմության հետագա զարգացման անբաժանելի մասը: Այսպիսի մի պատմության փայլուն օրինակ է 1999-ին ինտերնետային *Սլեյթ* ամսագրում գրող Ա. Օ. Սքոթի ներկայացրած վաշինգտոնյան լրագրող Քոբի Շիլըրդրի դիմանկարը³¹: Ջո Քոնըսընը, ինտերնետային *Սալոն* ամսագրի հեղինակներից մեկը, գտավ, որ այդ աշխատանքի մեջ կան շատ անճշտություններ, և անմիջապես էլեկտրոնային նամակ ուղարկեց *Սլեյթ* ամսագրին, որը ճշգրտումների մի ամբողջ շարան էր իրենից ներկայացնում: Դրանից հետո, երբ մարդիկ ցանկանում էին կարդալ Սքոթի պատմությունը, նրանք ընթերցում էին ուղղված տարբերակը, որտեղ ծանուցում կար տեսնել կատարված փոփոխությունների մասին: Տեքստում զետեղված էր նաև ուղիղ կապ՝ հղում դեպի Քոնըսընի սկզբնական բողոքի նամակը:

Այս կարգի բարձր տեխնոլոգիաներով հաղորդակցումը նույնպես լրագրություն է, որը զրույց է հիշեցնում՝ շատ բաներով նման այն սկզբնական լրագրությանը, որը գոյություն ուներ հասարակական տներում և սրճատներում չորս հարյուր տարի առաջ: Եթե դիտարկելու լինենք այս տեսանկյունից, ապա լրագրության գործառույթն արմատապես չի փոխվել թվային տեխնոլոգիաների շնորհիվ: Ձևերը թերևս տարբեր են, բայց հիմքում ընկած սկզբունքները նույնն են: Լրագրողն առաջին հերթին զբաղված է տեղեկատվությունը ճշգրտելու գործով:

Ինչպե՞ս է լրագրության այս դերը գործնականում աշխատում՝ առաջարկված լինի այն լուսավորչական դարաշրջանի իդեալիստ գրողի կողմից, թե՛ Սիլիկոնի Յովտի տեսաբանի կողմից: Ինչպե՞ս է ազատ մամուլը, որպես ազատության պատվար, իրականում գործում: Եվ ընդհանրապես, գործո՞ւմ է այն, թե՛ ոչ:

Լրագրողների ժողովրդավարության տեսությունը: Լրագրողները սովորաբար այս հարցերը բաց քննարկման առարկա չեն դարձնում: Մի քիչ տարօրինակ կթվա, եթե մարդ հարցնի. «Ո՞րն է ժողովրդավարության այն տեսությունը, որն ընկած է ձեր հեռուստանորությունների կամ ձեր թերթի հիմքում»: Մենք ունենք ամենաազատ մամուլը, որ հնարավոր է պատկերացնել, և այդուհանդերձ, վերջին երեսուն տարիների ընթացքում այն ամերիկացիների թիվը, ովքեր կարող են գոնե իրենց կոնգրեսմենի անունը տալ, երբեմն այնքան փոքր է, որ հազիվ է հասնում երեք տասնյակի³²: Ամերիկացիների կեսից քիչն են գնում ընտրությունների՝ նույնիսկ նախագահական ընտրությունների ժամանակ:

³¹ A. O. Scott, “Cody Shearer: If He Didn’t Exist, the Vast Right-Wing Conspiracy Would Have Invented Him,” *Slate* online magazine, 21 May, 1999.

³² Princeton Survey Research, Gallup Organization and Roper Center for Public Opinion Research. Փոլզոցույց է տալիս, որ 1965-ից մինչև 1998 թվականը այն մարդկանց թիվը, որոնք գիտեին իրենց կոնգրեսմենի անունը, տատանվում էր 32% և 63% միջև:.

Նրանք կազմում են ընտրողների քանակի շատ ավելի քիչ տոկոսը, քան Առաջին Ուղղումը չունեցող երկրներում³³: Մարդկանց մեծ մասը նորություններին ծանոթանում է տեղական հեռուստատեսությունից՝ մի լրատվամիջոց, որը հիմնականում շրջանցում է կառավարման գործընթացը³⁴: Բնակչության միայն 47 տոկոսն է լրագիր կարդում, և այսօր նրանք արտաքին աշխարհի մասին ավելի շատ բան չգիտեն, քան հիսուն տարի առաջ³⁵: Երևի, ավելի ուշադի հայացքի դեպքում, այն գաղափարը, թե մամուլը մարդկանց ապահովում է տեղեկատվությամբ՝ ինքնակառավարումը հնարավոր դարձնելու նպատակով, ընդամենը պատրանք է: Գուցե մարդկանց համար դա ամենևին էլ կարևոր չէ: Գուցե մենք իրականում իսկապես բոլորովին էլ ինքնակառավարվող չենք: Կառավարությունը գործում է, իսկ մենք՝ մնացածներս, ուղղակի կողքից դիտողներ ենք:

Այս դրույթը մի կարճ ընթացք հնչեց 1920-ական թվականներին, լրագրող Ուոլթեր Լիթմանի և փիլիսոփա Ջոն Դյուվիի միջև ծավալված գաղափարական բանավեճի ժամանակ: Դա ժողովրդավարության գաղափարների առումով հոռետեսության մի ժամանակահատված էր: Գերմանիայում և Իտալիայում ժողովրդավարական կառավարությունները տապալվել էին: Բուլճարիայում հեղափոխության վտանգն էր կախված Արևմուտքի վրա: Աճող վախ կար, թե ոստիկանական պետությունները ժողովրդի կամքը ղեկավարելու համար օգտագործում էին նոր տեխնոլոգիաներ և պրոպագանդայի նոր գիտական ձևեր:

Լիթմանը, որն արդեն ամենահայտնի լրագրողներից մեկն էր, իր *Հասարակական կարծիք* բազմավաճառ գրքում պնդում էր, որ ժողովրդավարությունը հիմնավորապես ճեղքվածք է տվել: -Մարդիկ,- ասում էր նա,- հիմնականում այդ բառը գիտեն անուղղակի կերպով, «իրենց մտքում պատկերացրածի ձևով միայն»: Եվ նրանք այս մտավոր պատկերները հիմնականում ստանում են լրատվական միջոցներից: - Խնդիրն այն է,- ասում է Լիթմանը,- որ ժողովրդավարության մասին մարդկանց ուղեղներում հաստատված պատկերացումները հիմնովին աղճատված են և անկատար: Սա պայմանավորված է մամուլի՝ հուսահատության հասցնող թուլությամբ, երբ հասարակության ճշմարտությունն ըմբռնելու ունակությունը, նույնիսկ ճշմարտության ակնհայտության դեպքում՝ խարխլվում է մարդկային կողմնակալության, ստերեոտիպային մտածողության, անուշադրության և տգիտության պատճառով: Ի վերջո, Լիթմանի կարծիքով, քաղաքացիները նման են թատրոն հաճախողների, «որոնք ժամանում են երրորդ արարի կեսին և հեռանում են դեռ ներկայացումը չավարտված, թատրոնում մնալով միայն այնքան ժամանակ, որ հասցնեն որոշել, թե ով է հերոսը, և ով՝ սրիկան»³⁶:

«Հասարակական կարծիք» գիրքը մեծ հաջողություն ունեցավ և, շատերի կարծիքով, խթանեց հաղորդակցության ոլորտի ժամանակակից

³³ Այս տվյալը վերաբերում է 1996 թվականի նախագահական ընտրություններին:

³⁴ Այն միաժր, որ մարդկանց մեծ մասի համար նորությունների աղբյուրը տեղական հեռուստատեսությունն է, վերցված է Nielsen Media Research տվյալներից, իսկ այն միաժր, որ տեղական հեռուստատեսությունները շրջանցում են լուրերի պետական մեկնաբանությունները, քաղված է հետևյալ փաստաթղթից. “Project for Excellence in Journalism Local TV Project,” in *Columbia Journalism Review*, January 1999, November 2000.

³⁵ Pew Research Center for the People and the Press: biennial survey of media consumption, spring 2000 and Scott Ketter, “Stability and Change in the US Public’s Knowledge of Politics,” in *Public Opinion Quarterly*, Winter 1991.

³⁶ Walter Lippmann, *The Essential Lippmann*, ed. Clinton Rossiter and James Lare (New York, Random House, 1963), 108.

ուսումնասիրությունը³⁷: Այն նաև խորը ազդեցություն թողեց հանրահռչակ փիլիսոփա՝ Կոլումբիայի համալսարանի պրոֆեսոր Ջոն Դյուի վրա: Լիփմանի «Նոր հանրապետություն» ամսագրում գրախոսելով «Հասարակական կարծիք» գիրքը, Դյուին մարդկային ընկալման սահմանների վերաբերյալ Լիփմանի կատարած վերլուծությունն անվանում էր «երբևէ գրված՝ դեմոկրատիայի ամենաջերմեռանդ դատապարտում», և ընդունում, որ Լիփմանին հաջողվել էր ախտորոշել մամուլի և հասարակության մի շարք լուրջ թերություններ³⁸:

Բայց Դյուին, որն իր քննադատությունը հետագայում շարադրեց նաև առանձին գրքում, համարում էր, որ ժողովրդավարության լիփմանյան սահմանումը միանգամայն անհիմն է: -Ժողովրդավարության նպատակը,- ասում էր Դյուին,- հասարակության գործերն արդյունավետ կերպով կառավարելու մեջ չէ: Դրա իմաստը մարդկանց ներքին հնարավորությունների լիարժեք զարգացման համար պայմաններ ստեղծելն է: Այլ կերպ ասած, ժողովրդավարությունը միջոց է, ոչ թե՛ նպատակ: Ճիշտ է, որ հասարակությունը կառավարության նկատմամբ կարող էր լինել ընդամենը «խաղի պահեստային դատավոր», որը սովորաբար միայն բանավեճի ընդհանուր ուրվագծերն էր սահմանում: Եվ Դյուվին պնդում էր, համենայն դեպս, որ Հիմանդիրներն ընդամենը այսքանն էին նկատի ունեցել, որովհետև ժողովրդավարական կյանքը շատ ավելին է ենթադրում, քան միայն արդյունավետ գործող կառավարությունը: Ժողովրդավարության իսկական նպատակը մարդու ազատությունն էր: Սակայն այդքանով ժողովրդավարության խնդիրները լուծված համարել չէր կարելի. անհրաժեշտ էր ջանալ բարելավել մամուլի հմտությունները և կրթել հասարակությունը:

Դյուվին շատ ավելի վաղ էր կռահել մի բան, որին մենք ականատես ենք այսօր՝ ֆաշիզմի և կոմունիզմի անկումից հետո: Նա հավատացած էր, որ եթե մարդկանց թույլատրեն միմյանց հետ ազատորեն հաղորդակցվել, ապա մարդկային փոխազդեցության բանական ելքը կլինի ժողովրդավարությունը: Սա մի ռազմավարական խորամանկություն կամ հնարք չէր, որ պետք է կառավարությունը դարձներ ավելի լավը:

Այժմ, ութսուն տարի անց, բանավեճը դեռ չի կորցրել իր արդիականությունը և նորից մնացել է չլուծված: Ամեն անգամ, երբ խմբագիրը լրագիր կամ վեբ-էջ է կազմում, նա նորից ու նորից սկսում է կռահումներ անել, թե ընթերցողներն ինչ են ուզում կամ թե՛ ինչ է պետք, որ նրանք իմանան: Որքան էլ չզհիտակցված լինի դա, յուրաքանչյուր լրագրող գործում է ժողովրդավարական մի որևէ տեսության համաձայն: Այս գրքում մեր նպատակն է զարգացնել մի տեսություն, որը մեր կարծիքով անտեսանելի ձևով և հաճախ չզհիտակցված՝ ընկած է լրագրության հիմքում և լավագույնս ծառայում է քաղաքացիներին:

Մի շարք քննադատներ պնդում են, թե Լիփմանի կարծիքը չափազանց շատ է գերիշխում այսօրվա լրագրողների աշխատանքի վրա³⁹: Ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ ներկայումս թերթերն ու հեռուստատեսությունն իրենց մեկնաբանությունները պատրաստում են՝ հիմնականում կողմնորոշվելով դեպի հասարակության էլիտար հատվածի

³⁷ Carey, *A Critical Reader*, 22.

³⁸ John Dewey, *Review of Public Opinion*, by Walter Lippmann, *New Republic*, 3 May 1922, 286.

³⁹ Carey, *A Critical Reader* and Christopher Lasch, *The Revolt of the Elites and the Betrayal of Democracy* (New York/London, W. W. Norton, 1995).

լսարանը՝ անտեսելով քաղաքացիների մեծ մասին⁴⁰: Քաղաքականությունը և գաղափարները շրջանցվում են, կամ մատուցվում որպես ժամանց, կամ էլ ներկայացվում են այնպիսի մի բովանդակության մեջ, որտեղ պատմվում է , թե ինչպես է պետք հաշվարկել որոշակի քաղաքական իրադրությունը մրցակցի նկատմամբ գերազանցություն ձեռք բերելու համար⁴¹: Լրագրողները խոստովանում են, որ արդեն իսպառ վերանում է նույնիսկ այն պրակտիկան, երբ ընտրությունների ժամանակ ընտրողների շրջանում հարցումներ էին անցկացվում: - Մենք մշակել ենք մի «լրագրություն, որն արդարացնում է իր գոյությունը՝ հասարակության անունից ներկայանալով, բայց որտեղ հասարակությունը հանդիսատեսից բացի ուրիշ ոչ մի դեր չի խաղում», - գրում է Ջեյմս Քերիմ⁴²: Քաղաքացիները մի վերացական բան են դարձել, մի բան, որի մասին է խոսում մամուլը, բայց երբեք՝ ոչ նրա հետ:

Բայց նայեք ձեր շուրջը՝ բազմաթիվ վեբ-էջեր, համայնքային լրագրեր կամ նույնիսկ հեռուստատեսային ծրագրեր, որտեղ պարտադիր է հանդիսատեսների մասնակցությունը, և կտեսնենք, որ հասարակությունը ավելի բարդ ու ճկուն պատկեր է ներկայացնում, քան մենք պատկերացնում ենք, և նրա ձեռքում են գտնվում քաղաքացիների և շատ լրագրողների իրական գործելակերպի բանալիները:

Փոխներթափանցված Հասարակության Տեսությունը: Ջեյմս Բուրգինը, որը զանազան լրագրեր է խմբագրել Ֆլորիդայից մինչև Կալիֆոռնիա, այս տեսակետի ըմբռնման փայլուն օրինակն է այն առումով, թե ինչպես է բազմաթիվ լրագրողների սովորեցրել «էջ սարքել»: -Պատկերացրեք,- ասում էր նա,- թե ընթերցողների ոչ ավելին, քան 15 տոկոսը, ուզենա կարդալ էջում գետեղված պատմություններից ցանկացածը»: «Ձեր գործը կայանում է նրանում, որ ամեն մի էջում ապահովեք պատմությունների այնպիսի մի բազմազանություն, որ հասարակության յուրաքանչյուր անդամ ուզենա կարդալ դրանցից առնվազն մեկը»⁴³:

Բուրգինի տեսության մեջ ընդգծվում է այն, որ ամեն ոք ունի մի որոշակի հետաքրքրություն և նույնիսկ մի ինչ-որ բանի գիտակ է: Այն միտքը, թե մարդիկ պարզապես տգետ են, և կամ որ նրանց մի մասը հետաքրքրված է ամեն ինչով, սոսկ առասպել է: Երբ մենք լսում էինք լրագրողների և քաղաքացիների զրույցը, մենք հասկացանք, թե ինչպիսի հարաբերակցություն կա լրատվության և հասարակությունը կազմող մարդկանց միջև: Մենք սա անվանում ենք Փոխներթափանցված Հասարակության Տեսություն:

Ի սեր բանավեճի, եկեք նշենք, որ ամեն հարցի վերաբերյալ գոյություն ունի հասարակության մասնակցության երեք մակարդակ՝ դրանցից ամեն մեկն իր հերթին ավելի նուրբ ենթաբաժիններով: Կա *հատկապես շահագրգռված հասարակություն*, որը հարցի վերաբերյալ իր անձնական շահն ու

⁴⁰ Lou Urenick, “Newspapers Arrive at Economic Crossroads,” Nieman Reports, special issue, summer, 1999.

⁴¹ Joseph N. Capella & Kathleen Hall Jamieson, *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*; Thomas E. Patterson, *Out of Order: How the Decline of Political Parties and the Growing Power of the News Media Undermine the American Way of Electing Presidents*; Project for Excellence in Journalism in “In the Public Interest: A Content Study of Early Press Coverage of the 2000 Presidential Campaign” (2 February 2000).

⁴² Carey, *A Critical Reader*, 247.

⁴³ David Burgin-ը 1980 և 1982 թվականներին Rosenstiel-ի խմբագիրն էր *Peninsula Times* –ում՝ Palto Alto, Կալիֆոռնիայում, որտեղ նա հեղինակին սովորեցրել է լրագրային էջեր կազմելու սույն տեսությունը:

հետաքրքրությունն ունի և ամեն ինչ փայլուն հասկանում է: Կա *հետաքրքրված հասարակություն*, որն ուղղակի դերակատարում չունի խնդրո առարկա հարցում, բայց որն իր վրա է կրում դրա ազդեցության արդյունքները և որոշ չափով արձագանքում է իր անմիջական փորձառությամբ: Եվ գոյություն ունի *չհետաքրքրված հասարակություն*, որը քիչ ուշադրություն է դարձնում ընդհանրապես և իր մասնակցությունն է բերում միայն այն ժամանակ, եթե երբևէ մասնակցում է, երբ վիճարկվող հարցի շրջանակներն արդեն իսկ ուրիշների կողմից հիմնականում ուրվագծված են: Փոխներթափանցված հասարակության մեջ մենք բոլորս այս բոլոր երեք խմբերի անդամներ ենք հանդիսանում կախված քննարկվող հարցի բնույթից:

Ավտոգործով զբաղվող մեկը, ասենք Դեթոյթի արվարձաններից, շատ քիչ կարող է հետաքրքրված լինել ագրարային կամ արտաքին քաղաքականությամբ և միայն հազարից մեկ գուցե թերթ գնի կամ նորությունների թողարկում նայի հեռուստացույցով: Բայց նա, միգուցե, անցել է շատ կոլեկտիվ առևտրային բանավեճերի միջով, շատ բան գիտի կորպորացիոն բյուրոկրատիայի և աշխատանքի անվտանգության հարցերի մասին: Նրա երեխաները հավանաբար հաճախում են տեղական դպրոցներից որևէ մեկը, իսկ ընկերներից ոմանք ապրում են սոցապահովության նպաստներով: Նա քաջատեղյակ է, թե ինչպիսի կործանարար ազդեցություն է ունենում շրջակա միջավայրի աղտոտումն այն գետերի վրա, որտեղից ծուկ է որսում: Այս և շատ ուրիշ մտահոգող հարցերի շուրջ նա իր գիտելիքներն ու փորձն ունի: Խնդիրներից մի քանիսի գծով նա շահագրգռված հասարակության մաս է, մյուսների շուրջ՝ հետաքրքրված, և դեռ շատ հարցեր կան, որոնց դեպքում նա մնում է հեռու, անտեղյակ և չհետաքրքրված հասարակության անդամ:

Վաշինգտոնյան մի իրավաբանական ընկերության բաժնետեր նույն ձևով կարող է հաշվի չառնել ընդհանրացումները: Նա տատիկ է, հմուտ այգեպան, լրատվության մոլի սիրահար, որը հեռվից է նայում իրերին՝ շահագրգռված «էլիտայի» դասական անդամի պես: Լինելով սահմանադրական իրավունքի առաջատար մասնագետ, որի աշխատանքից հաճախ են մեջբերումներ անում մամուլում, նա մյուս կողմից երկյուղում է տեխնոլոգիայից, ձանձրանում և ոչինչ չի հասկանում մերդրումային գործից կամ բիզնեսից: Քանի որ նրա երեխաները մեծացել են, նա այլևս ոչ մի ուշադրություն չի դարձնում տեղական դպրոցների և նույնիսկ տեղական իշխանությունների մասին նորություններին:

Կամ, պատկերացրեք բարձրագույն կրթություն ստացած մի տնային տնտեսուհի Կալիֆոռնիայում, որն իր ամուսնու աշխատանքը համարում է նաև իրենը: Իր երեխաների դպրոցում կամավորական հիմունքերով կատարված աշխատանքը նրան օգնում է շատ լավ պատկերացնել, թե որն է տեղական թերթի սխալը կրթական հարցերի մեկնաբանման մեջ, և իր կյանքի փորձից նա մարդկանց մասին ունի իր սեփական ներըմբռնման վրա հիմնված պատկերացումները:

Այս պատկերներն իհարկե հնարովի են, բայց դրանք հասարակություն կոչված բարդ հասկացությունն ընդամենը հողեղեն են դարձնում: Հասարակությունը կազմող մարդկանց հենց միայն մեծաքանակությունն ու բազմազանությունն արդեն կազմում են դրա ուժը: Մեկ հարցի վերաբերյալ խիստ շահագրգռված մասնագետը կարող է միանգամայն անտեղյակ լինել մեկ ուրիշ հարցում և այդ առումով համարվել հասարակության չհետաքրքրված անդամ: Այս երեք խմբերը, որ սոսկ մոտավոր ընդհանրացում են միայն,

միմյանց նկատմամբ ստուգողի դերում են, այնպես որ, ոչ մի բանավեճ իրենից միայն հետաքրքրված ակտիվ խմբերի փոխազդեցություն չի ներկայացնում: Ավելին, հասարակության այս տեսակ խառնուրդը շատ ավելի իմաստուն միավոր է, քան հենց միայն շահագրգռված հանրությունը:

Այս տեսանկյունից դիտարկելիս՝ հասարակությունը շատ ավելի ունակ միավոր է, քան Լիփթընն էր երազում, և մամուլի գործը «ճշմարտությունը» պասսիվ հասարակությանը տեղ հասցնելու սարսափելի գործը չէ, ինչպես նա պատկերացնում էր: Լրատվական միջոցների աշխատանքը, ինչպես մենք կքննարկենք հաջորդ գլխում, այս ավելի դինամիկ և բարդ հասարակությանը այնպիսի տեղեկատվություն հաղորդելն է, որն անհրաժեշտ է ժամանակի ընթացքում ինքնուրույն կերպով ճշմարտությանը հանգելու համար:

Այնուամենայնիվ, հասարակության այս ավելի բարդ ու բազմակողմանի ըմբռնումն ինչ-որ տեղ հնչում է որպես ժամանակակից մամուլի հասցեին ուղղված մեղադրական: Այն լրագրությունը, որը կենտրոնանում է պրոֆեսիոնալ մասնագետների վերնախավի վրա, նրանց հատուկ հետաքրքրությունների վրա, մասամբ պատասխանատու է հասարակության ապրած հուսախաբության համար: Այսպիսի մամուլը չի արտացոլում աշխարհն այնպես, ինչպես մարդկանց մեծ մասը տեսնում և վերապրում է այն: Քաղաքական մեկնաբանությունները, որոնց կիզակետը տակտիկական դատողություններն են քաղաքական շահագրգիռ ուժերի համար ու մի կողմ են թողնում սոսկ հետաքրքրվածների և չհետաքրքրվողների խմբերը, իրականում տապալում են լրագրության պարտականությունների կատարումը: Այն լրագրությունը, որտեղ ամեն մի պատմություն գրվում է հնարավոր ամենամեծ լսարանի համար, ուր բոլոր լուրերը բոլորի համար են, իրականում հասարակության մեծ մասն աչքաթող է անում:

Կարճ ասած, այս ավելի պլուրալիստական հայացքը փոխներթափանցված հասարակության հարցում առաջարկում է, որ հին մամուլի պահանջները հասարակության հնարավոր ամենալայն շրջանների հետաքրքրություններին ծառայեցնելու վերաբերյալ մնում են նույնքան արդիական, որքան երբեք: Այսպիսով, Փոխներթափանցված Հասարակության Տեսությունը սովեր է գցում նաև լրագրության մեջ ընդունված՝ խորշավորված շուկայավարության վրա: Այս այսպես կոչված խորշերից շատերն ավելի դժվար է բնորոշել, քան շուկայավարության հետազոտությունների առաջարկած արհեստական կատեգորիաները: Հեռուստատեսություն 18-34 տարեկան կանանց համար, կամ հեռուստատեսության X սերնդի համար, կամ՝ ֆուտբոլ խաղացող մայրերի համար, կամ՝ ֆուտբոլի սիրահարների... նման բաժանումներն ավելի շուտ վանում, քան գրավում են այն խմբերի հանդիսատեսների մեծ մասին, որոնց համար նախատեսված են: Մարդիկ պարզապես շատ ավելի բարդ են, քան այն կատեգորիաներն ու ստերեոտիպերը, որ մենք ստեղծում ենք նրանց համար:

Նոր մարտահրավեր: Եթե Փոխներթափանցված Հասարակության Տեսությունը հաստատում է այն գաղափարը, որ լրագրությունը պետք է նպաստի ժողովրդավարական ազատության առաջխաղացմանը, ապա քսանմեկերորդ դարի սկզբում այդ մասնագիտությունը կանգնած է իր համար ամենամեծ սպառնալիքի առաջ: Առաջին անգամ է, որ մենք ականատես ենք լինում, թե ինչպես շուկայավարության վրա հիմնված լրագրությունը հեռանում, առանձնանում է քաղաքացիական պատասխանատվության գաղափարից:

Ապա մի անդրադարձեք ժամանակակից լրատվամիջոցների բարոն Ռուփըրթ Մընդըքի խոսքերին, երբ նրա ընկերությունը շահեց Սինգապուրի հեռուստատեսության իրավունքները.

«Սինգապուրն ազատական չէ, բայց այն մաքուր է և զերծ թմրամոլներից: Ոչ վաղ անցյալում դա մի չքավոր, շահագործվող գաղութ էր՝ սովի, հիվանդությունների և այլ պրոբլեմներով լիքը: Այժմ մարդիկ ապրում են երեք սենյականոց բանակարաններում, աշխատանք ունեն, և փողոցներն էլ մաքուր են: Նյութական խթանիչները ստեղծում են գործարարություն և ազատ շուկայական տնտեսություն: Եթե քաղաքական գործիչները փորձում են ժողովրդավարության այլ եղանակներ կիրառել, ապա ռուսական տարբերակը, որպես արդյունք, նրանց աչքի առաջ է: Չինացիների իննսուն տոկոսից ավելին ավելի շուտ հետաքրքրված են բարեկեցիկ նյութական կյանքով, քան՝ ընտրելու իրավունքով»⁴⁴:

Ժամանակակից հրատարակչի գաղափարը, որը պաշտպանում է կապիտալիզմն առանց ժողովրդավարության, ամերիկյան լրագրության պատմության մեջ չունի իր իմաստալից նախադեպը: Դրան հակառակ, հիմա առաջացել է սեփականատիրության օրինակների մի ստվարացող ցուցակ, որոնք լրագրությունը ենթարկում են ուրիշ՝ կոմերցիոն շահերի: Այն օրը, երբ *Թայմ Ինքորփորեյշն-ը* գնվեց ինտերնետային ծառայությունների մատակարար *Ամերիքըն օն-լայն-ի* կողմից, *Թայմ Ուորներ-ի* նախագահ Ջերալդ Լեվինը ցնծալից ասաց. «Սրանով մենք իրավամբ ավարտին ենք հասցնում *Թայմ Ուորների* թվային փոխակերպումը... Այս երկու ընկերություններն ի սկզբանե միմյանց համար էին ստեղծված»⁴⁵: Այն փաստը, որ մեկ ընկերությունը լրագրության միսիա ուներ, իսկ մյուսը՝ ոչ, կամ, որ *Թայմի*, *Սի-Էն-Էն-ի*, *Ֆորչըն-ի* լրագրողները կամ մյուսները կարող էին բախումնաձեռն հավատարմություն ցուցաբերել իրենց գործի նկատմամբ՝ փորձելով մեկնաբանել Ինտերնետի, կաբելային հեռուստատեսության և այլ ասպարեզներից հարցերի մի ամբողջ բազմություն, պատահական մի բան էր թվում: Սթիվ Քեյսը՝ *Ամերիքըն օն-լայն-ի* գործադիր տնօրենը, որը ձեռք էր բերել *Թայմ Ուորներ-ը*, հասարակության առաջ թվարկում էր այն բազմաթիվ օգուտները, որ ստացվելու էին նոր միաձուլված ընկերություններից: Չնայած նոր ընկերությունն ընդգրկելու էր հանրային ամենահզոր լրագրական կազմակերպություններից մի քանիսը, նա նշեց միայն ժամանցը, օն-լայն գնումներ կատարելը և անմիջական հաղորդակցումը:

Էյ-Բի-Սի Նյուս-ը ձեռք բերելուց շատ չանցած՝ Դիսնեյի գործադիր տնօրեն Մայքլ Էյսները հայտարարեց, որ իր կարծիքով ճիշտ չէ «Դիսնեյի կողմից Դիսնեյին մեկնաբանելը»⁴⁶: Այլ կերպ ասած, այն մարդու պատկերացմամբ, որը կառավարում է մի ամբողջ կոնգլոմերատ, որտեղ իր տեղն է գտել *Էյ-Բի-Սի Նյուս -ը*, այս նոր ընդգրկված կազմակերպությունը ոչ միայն արդեն կորցրել է իր հստակ ինքնությունը, այլև այժմ պետք է պայքարի մեջ մտնի «Դիսնեյի Հրաշքների աշխարհը» լուսաբանելու իրավունքի համար՝ մի 23 միլիարդանոց կորպորացիա, որի համաշխարհային գործառնություններն ընդգրկում են սպորտային թիմերից մինչև թեմատիկ զբոսայգիներ, կաբելային հեռուստաալիքներ և ինտերնետային պորտալներ⁴⁷:

⁴⁴ Ralf Dahrendorf, *After 1989: Morals Revolution and Civil Society* (London: Macmillan, in association with St. Antony's College, Oxford, 1997), 98.

⁴⁵ Seth Sutel, "AOL to Buy Timw Warner for About \$166 Billion," Associated Press, 10, January, 2000.

⁴⁶ Rico Gagliano, "Lochout Blackout", *L. A. Weekly*, 18, December, 1998.

⁴⁷ Walt Disney Company, 1999 Annual Report, Revenues Based on Fiscal Year 1999.

Երեք հիմնական ուժեր են մղում այս շեղումը՝ քաղաքացի կերտելու գործը որդեգրած լրագրությանից: Առաջինը նոր տեխնոլոգիաների բնույթն է: Ինտերնետը սկսել է լրագրությունը տարանջատել աշխարհագրական գործոնից և հետևաբար՝ մեր իմացած հանրությունից՝ վերջինիս քաղաքական կամ քաղաքացիական իմաստով վերցրած: Ավելի հեշտ է պատկերացնել, թե ինչպես կարելի է ծառայել վեբ-ով իրականացվող առևտրին և շահի վրա հիմնված հանրությանը, քան՝ քաղաքական հանրությանը: Եվ սա այնքան է խորացել, որ Կոնգրեսն արդեն հանձնարարականներ ներկայացնելու քայլեր է անում, որ Ինտերնետը չունենա վաճառքից գանձվող հարկեր՝ մի բան, որ մյուս բոլոր մանրավաճառները վճարում են ճանապահների, հրշեջ կայանների, դպրոցների և նման այլ աշխատանքների համար աջակցություն ցուցաբերելու նպատակով:

Երկրորդ հիմնարար փոփոխությունը գլոբալիզացիան է: Ընկերությունների՝ հատկապես հաղորդակցական ընկերությունների, առանց սահմանների կորպորացիաներ դառնալուն զուգընթաց, քաղաքացիության և ավանդական հանրության գաղափարը առևտրական առումով դառնում է հնացած: Ինչպես ասել է Չարվարդի համալսարանի պրոֆեսոր Մայքլ Սանդրը. «Մեզ բոլորիս պետք է հանգիստ չտա նվճարող մի ներքին ձայն՝ արդյոք ժողովրդավարությունն էլ է այսպես առուժախի առարկա դառնալու»⁴⁸:

Գլոբալիզացիան փոխում է այս ընկերությունների արտադրանքի բովանդակությունը: Մի բան է, երբ Յուլիուս և Կեթլին շատ մարտաֆիլներ է նկարահանում հիմա, որովհետև պիրոտեխնիկան՝ հրատեխնիկան, թարգմանության կարիք չունի և ավելի շատ դրամ է բերում օտարերկրյա վաճառքից: Այլ բան է, երբ լրագրության՝ տեղեկատվություն հաղորդելու վերաբերյալ վճիռները կայացվում են մշակութային ելակետների մի պարզեցված համախմբի հիմքի վրա: Այնպիսի պատմություններ, ինչպիսիք Օ.Ջ Սիմփսոնի սպանության դատավարությունն է կամ արքայադուստր Դայանայի մահը կամ Ջոն Ֆ. Բենեդի Կրտսերի ինքնաթիռային աղետը, հիմա երբեմն-երբեմն գրավում են հեռուստատեսային ալիքները, մասամբ որովհետև դրանք ապահովում են այնպիսի բովանդակություն, որն աշխատում է առանց սահմանների ճանաչելու՝ թե՛ ռեգիոնալ, թե՛ ազգային մակարդակներում:

Նոր շուկայական լրագրությունը խթանող երրորդ գործոնը կոնգլոմերացիան է: Քննադատները վաղուց է, ինչ մոլեգին ելույթներ են ունենում նոր խանութաշարերի առաջացման, տարբեր հասարակություններում իրենց վաճառակետերը հիմնող ընկերությունների դեմ: Ա.Ջ. Լեյբլինգը, որը դարձել էր ազգի առաջին ականավոր մամլո քննադատը՝ ըստ *Նյու Յորքեր-ի*, դեռ 1940-ականներին բողոքում էր դրա դեմ: Մենք ականատես ենք եղել այն ընկերությունների առաջացմանը, որոնք նախկինում էլ սեփականություն են ունեցել տարբեր լրատվամիջոցներում: *Թրիբյուն* ընկերությունը Չիկագոյում մինչև հիմա էլ միևնույն քաղաքում ունի ռադիո, հեռուստատեսություն և թերթեր, մի բան, որ Ֆեդերալ կառավարությունը վերջիվերջո քսաներորդ դարի կեսերում համարել էր օրենքից դուրս, սակայն այժմ կարծես թողտվությամբ է մոտենում հարցին: Չնայած վերջիններս բաց բաժնետիրական ընկերություններ էին, միևնույն է, դրանք որոշակիորեն մնում էին լրատվական ընկերություններ: Դրանց դեմ ուղղված հիմնական քննադատությունը վերաբերում էր վերջիններիս միջակայքանը կամ նույնանմանությանը: Գանեթն ուներ իննսուն լրագիր, բայց այն լրագրային մի ընկերություն էր, որի

⁴⁸ Thomas Friedman, “Corporations on Steroids”, *New York Times*, 4 February 2000.

ճակատային գծում կանգնած էին այնպիսի լրագրողներ, ովքեր ամբողջ ընկերության համար հռչակում էին լրագրողական արժեքներ և նույնիսկ կարող էին իրենց լրագրային բաժնի համար ստեղծել «էթիկական վարքի սկզբունքների» մի փաթեթ: Միակ բացառությունը հեռուստատեսային հեռարձակման երեք ավանդական ցանցերն էին, որտեղ ընկերությունները լուրերից բացի թողարկում էին նաև զվարճալի ժամանցային ծրագրեր: Իրենց պատմության մեծ մասի ընթացքում, սակայն, հեռուստացանցի լրատվական բաժինները գոյություն են ունեցել հասարակական կարիքների բավարարման համար, որը կառավարությունը պահանջել էր հանրային կապուղիների օգտագործման դիմաց:

Նոր դարաշրջանի սկզբում մենք տեսնում ենք, թե ինչպես լրատվական ընկերությունների այս ավանդույթը խախտվում է, համընթաց այն բանին, որ լրատվությունը դառնում է գլոբալ կոնգլոմերատների ներսում գոյություն ունեցող մի ավելի փոքր բաղադրամաս: *Էյ-Քի-Սի Նյուս -ը* տալիս է Դիսնեյի շահույթի ավելի պակաս, քան 2 տոկոսը: Մի ժամանակ լրատվությանն էր բաժին ընկնում *Թայմ Ինքորփորեյշն-ի* շահույթի մեծ մասը, բայց այժմ այն միայն մի հատված է AOL.NBC-ի ներսում: Լրատվությունը 2 տոկոսից էլ քիչ շահույթ է բերում *Ջեներալ Էլեքթրիքս-ի*⁴⁹:

Լրատվության դուստր ձեռնարկությունների տնօրենները կարող են իրենց սրտի ուզածի չափ կռվել ու բողոքել իրենց անկախության համար, բայց պատմությունն ասում է, որ այս տեղաշարժը ամենայն հավանականությամբ կփոխի նրանց լրատվության բնույթը: - Մենք նայում ենք 1930-ական թվականներին և տեսնում, թե ինչպես էր պողպատի և քիմիական արդյունաբերությունը սկսել գնել լրագրական գործը Եվրոպայում,- ասում է Ջեյմս Քեռրին: Սա ժամանակին փոխեց այն դիտանկյունը, որից Եվրոպայի մամուլը տեսնում էր ֆաշիզմի վերելքը: Ռազմականացումը լավ բիզնես էր:

«Այսօր,- ասում է նա,- ամերիկյան լրագրությունը սկսում է «գնվել զվարճանքի բիզնեսի և էլեկտրոնային առևտրի կողմից: Չվարճանքի արտադրությունը և էլեկտրոնային առևտուրը մեր օրերում նույն բանն են, ինչ 1930-ականներին պողպատի և քիմիական արտադրությունն էին»⁵⁰:

Մամուլի ազատության գաղափարի արմատներն անկախության մեջ են: Միայն պետական գրաքննությունից ազատ մամուլը կարող է ճշմարտությունն ասել: Ժամանակակից առումով այդ ազատությունը նշանակում է նաև ազատ լինել ուրիշ հաստատություններից՝ կուսակցություններից, գովազդողներից, բիզնեսից և մյուսներից: Լրատվական բիզնեսի կոնգլոմերացիան սպառնում է մամուլի՝ որպես ազատ հաստատություն, գոյատևմանը, քանի որ լրագրությունն ընդամենը դառնում է մեծ կորպորացիաների ներսում մի մասնաճյուղ և ավելի հիմնավորապես է խճճվում այլ բիզնեսների վերջնականատակների ցանցում:

Այս կոնգլոմերացիան և լրատվամիջոցների ասպարեզում ահռելի խոշորացման և հզորացման գաղափարը, որը նշանակում է, թե լրագրությունը բավարարված է, կամ որ բոլոր տեսակի լրատվամիջոցները միմյանցից չեն տարբերակվում, մեկ ուրիշ հեռանկար է բացում մեր առաջ: Առաջին Ուղղումը դադարում է ենթադրել ավելի լայն հասարակայնության անունից՝ հասարակության վստահություն: Դրա փոխարեն այն հատուկ ինդուստրիա

⁴⁹ “The Transformation of Network News: How Profitability Has Moved Networks out of Hard News”, Nieman Reports, special issue, summer 1999, 28-29.

⁵⁰ CCJ steering committee meeting in Washington D.C., 19 June 2000.

լինելու իրավունքների հայտ է ներկայացնում, որը նման է բեյսբոլում հակամենաշնորհային օրենքների կիրառմանը: Այս աշխարհում Առաջին Ուղղումը դառնում է սեփականության իրավունք, որն օրենքներ է սահմանում հաստատուն ազատ տնտեսական մրցակցության, ոչ թե ազատ խոսքի համար: Սա հիմնավոր և ահռելի փոփոխություն է՝ ժողովրդավարական հասարակության համար շատ մեծ հետևանքներով:

Ուրեմն, կարո՞ղ ենք մենք այս նոր մասնաճյուղային մամուլին վստահել հասարակության մեջ կարևորագույն շահերը վերահսկելու դերը: Կարո՞ղ ենք մենք մի քանի մեծ ընկերությունների վստահել այդ վերահսկմանն օժանդակելու հարցում, նույնիսկ եթե դա չբխի նրանց սեփական կորպորացիոն շահերից: Ի վերջո, խնդիրը հետևյալն է. կարո՞ղ է արդյոք լրագրությունը քսանմեկերորդ դարում պահպանել այն նույն նպատակը, որը լրագրությունն է կերտել նախորդող երեքուկեսդարյա պատմության ընթացքում:

Անհրաժեշտ է սկսել նպատակի հստակեցումից: Հաջորդ քայլը պետք է լինի այն սկզբունքները ըմբռնումը, որոնք լրահավաքությամբ զբաղվող մարդկանց թույլ են տալիս պահպանել այդ նպատակը՝ ի սեր մնացած բոլորի:

2. ՃՇՄԱՐՏՈՒԹՅՈՒՆ. ԱՌԱՋԻՆ ԵՎ ԱՄԵՆԻՑ ԱՎԵԼԻ ՎԻՃԱՐԿՎՈՂ ՍԿՁԲՈՒՆՔԸ

Չոն Քենեդիի սպանությունից մի քանի օր անց նրա հետնորդը՝ Լինդոն Չոնսոնը, իր մոտ կանչեց պաշտպանության նախարարին. Չոնսոնն ուզում էր իմանալ, թե իրականում ինչ էր կատարվում 10.000 մղոն հեռու, աշխարհի հեռավոր անկյունում գտնվող մի փոքրիկ երկրում, որը կոչվում էր Վիետնամ: Չոնսոնը չէր վստահում այն տեղեկությունների, որ նրան հաղորդել էին որպես երկրի փոխնախագահի: Նա իր սեփական ինֆորմացիան էր ուզում: Ահա թե ինչու Պաշտպանության քարտուղար Ռոբերտ ՄաքՆամարան թռավ Սայգոն և երեք օր անցկացրեց գեներալների հետ զրուցելով և տարբեր ճակատային տարածաշրջաններ այցելելով:

Հետդարձի ճանապարհին ՄաքՆամարան մամուլի ասուլիս տվեց Տան Սոն Նիուտ օդանավակայանում և հայտնեց, որ ինքը շատ ոգևորված է: Առաջընթացը զգալի էր: Հարավ-վիետնամական ուժերը գնալով ավելի մեծ նշանակություն էին ստանում: Վիետ Քոնգում սպանվածների թիվն ավելանում էր: Երբ հաջորդ օրը նա վայրէջք կատարեց Անդրյուսի ռազմաօդային ուժերի բազայում, ևս մեկ մամուլի ասուլիս հրավիրեց և ասաց գրեթե նույն բանը: Հետո նա ուղղաթիռով ուղևորվեց դեպի Սպիտակ Տան մարզագետին՝ անձամբ զեկուցելու Չոնսոնին, և աշխարհն այլևս ոչինչ չլսեց Քարտուղարի այցելության կամ նախագահ Չոնսոնին նրա զեկույցի մասին:

Ութը տարի անց *Նյու Յորք Թայմզ-ը* և *Վաշինգտոն Փոստ-ը* հրապարակեցին կառավարական մի գաղտնի փաստաթուղթ այն մասին, թե իրականում Վիետնամական պատերազմի մասին ինչ գիտեին և ինչ էին մտածում կառավարության առաջնորդները: Այս փաստաթղթերում ամփոփված էր այն, ինչ հետագայում կոչվեց Պենտագոնյան փաստաթուղթ: Այն ներկայացնում էր նախագահի համար արված իսկական զեկույցը: Վիետնամում ամեն ինչ գրողի ծոցն էր գնում: Վիետ Քոնգում օգնության եկող ուժերն ավելի շատ էին, քան Վիետ Քոնգի կորուստները: Պահանջվելու էր ավելի շատ ամերիկյան զորք, ոչ թե՝ ավելի քիչ: Ընդհանուր առմամբ, այս զեկույցն ամբողջությամբ հերքում էր այն ամենը, ինչ ՄաքՆամարան ասել էր իր երկու հրապարակային մամուլի ասուլիսների ժամանակ:

- Թե ինչ կարող էր պատահել,- զարմանքով նշում է *Վաշինգտոն Փոստ-ի* նախկին պատասխանատու խմբագիր Բենջամին Ք. Բրադլին,- այն ճշմարտությունն էր, որ հայտնի էր դեռևս 1963-ին՝ 1971 –ի փոխարեն.....⁵¹:

Մենք ամեն օր օգտագործում ենք այս բառերը՝ ճշմարտություն և սուտ, ճշգրիտ և կեղծ, ու կարծում ենք, թե դրանք մի ինչ-որ իմաստալից բան են նշանակում: ՄաքՆամարան ստել էր մամուլի ասուլիսների ժամանակ: Պենտագոնի փաստաթղթերը բացահայտում են ճշմարտությունը, թե նա իրականում ինչ կարծիքի էր և ինչ էր զեկուցել Չոնսոնին: Այս պատմությունը ճշմարտության և ստի տարբեր շերտեր ունի: Մամուլը ճշգրտորեն հաղորդել էր ասուլիսի ժամանակ ՄաքՆամարայի ասածը, բայց չէր հասել ճշմարտության բացահայտմանը: Վերջին երեք հարյուր տարիների ընթացքում նոր մասնագետները տեղեկատվության հաղորդման գործառույթն իրականացնելու համար մշակել են սկզբունքների և արժեքների չգրված մի կոդեքս: Սա այն միջնորդավորված գիտելիքն է, որով մարդիկ առաջնորդվում են աշխարհի մասին զանազան կարծիքներ կազմելու համար:

⁵¹ Benjamin C. Bradlee, *Nieman Reports*, special issue, winter 1990.

Այս սկզբունքներից ամենաառաջինը հետևյալն է.

Լրագրության առաջին պարտականությունը ճշմարտությանը հետևելն է:

Այս դրույթի շուրջ կա բացարձակ համակարծիքություն և, միաժամանակ, բացարձակ շփոթ: Բոլորը համաձայն են, որ լրագրողը պետք է ասի ճշմարտությունը: Այնուհանդերձ, մարդիկ շփոթմունքի մեջ են, թե ինչ բան է այս «ճշմարտություն» ասվածը: Այսօր այն հարցին, թե իրենք որոնք են համարում արժեքներից ամենակարևորը, Հանուն Մարդկանց և Մանուկի Փյուն գիտահետազոտական կենտրոնի և Մասնագիտության խնդիրներով մտահոգված լրագրողների կոմիտեի համատեղ ջանքերով անցկացված հարցում-հետազոտության ժամանակ հարցազրույց անցած լրագրողների 100 տոկոսը պատասխանել է՝ «փաստերը ճիշտ ներկայացնելը»⁵²:

Համալսարանական գիտահետազոտական աշխատանքներով զբաղվող մեր գործընկերների հետ ունեցած հարցազրույցների ժամանակ թե՛ հին և թե՛ նոր լրատվամիջոցների լրագրողները միաբերան «ճշմարտությունն» են նշել որպես իրենց ամենակարևոր առաքելություն⁵³:

Հավաքների ժամանակ նույնիսկ գաղափարական լրագրողները տալիս էին միևնույն պատասխանը: - Մեր ասածն այն է, որ մարդ չի կարող օբյեկտիվ լինել, որովհետև նա անպայման պիտի ներկայանա այս կամ այն կողմը պահելով,- ասում է Պեթի Կալիոնը՝ *Վեսթվուդ* այլընտրանքային շաբաթաթերթի խմբագիրը,- բայց մարդ անպայման կարող է հետամուտ լինել ճշգրտությանը, արդարությանը և ճշմարտությանը, և այդ ընթացքը միշտ շարունակվում է»⁵⁴:

Ճշմարտացի տեղեկատվության ունենալու ձգտումը բնական է: Քանի որ ինֆորմացիան այն նյութն է, որը մարդիկ օգտագործում են իրենցից դուրս գտնվող աշխարհը ճանաչելու և դրա մասին մտածելու համար, ուրեմն տեղեկատվության ամենակարևոր հատկությունները պետք է լինեն կիրառելիությունն ու հուսալիությունը: Վաղն անձրև կգա՞: Առջևում մեզ երթևեկության խցանո՞ւմ է սպասվում: Մեր թիմը հաղթե՞ց: Նախագահն ի՞նչ ասաց: Գնա՞լիս ենք արդյունքում ստեղծում է ապահովության զգացում, որը բխում է իրազեկ լինելուց և կազմում է լրատվության բուն էությունը:

Ճշմարտացիության նկատմամբ այս հիմնարար ձգտումն այնքան հզոր է, որ, ինչպես փաստերը վկայում են, որ այն ի բնե հատուկ է մարդուն:

«Ի սկզբանե բանն էր»։ Նոր Կտակարանում Սուրբ Հովհաննեսի Աստվածաշնչի առաջին բառերն են: Մարդկության վաղ օրերի լրագրողներից՝ նախագրության շրջանի լրագրողներից, սպասվում էր, որ նրանք պիտի վերապատմեին պատահածը ճշգրտորեն և արժանահավատ՝ մասամբ կարիքից դրդված: Հաճախ այս մունեստիկ-լրագրողների հայտնած լուրերը կենսական նշանակություն էին ունենում, որովհետև այդ լուրերով էին պայմանավորված լինում գոյատևման այլևայլ հարցեր: Ցեղապետները պետք է ճշգրիտ իմանային՝ արդյո՞ք բլրի այն կողմում բնակվող ցեղախումբը հարձակման է պատրաստվում, թե՛ ոչ:

Հետաքրքիր է, որ բռնատիրական հասարակություններում նսեմացնում են ճշմարտացիության և ճշգրտության բառացի սահմանումները, ճիշտ

⁵² CCJ and the Pew Research Center for the People and the Press, “Striking the Balance: Audienc Interests, Business Pressures and Journalists’ Values” (March 1999), 79.

⁵³ Interviews with a number of journalists by William Damon, Howard Gardner and Mihaly Csikszentmihalyi.

⁵⁴ Patty Calhoun, at CCJ Chicago forum.

այնպես, ինչպես անում են պոստմոդեռնիստներն այսօր, չնայած նրանց դրդապատճառները տարբեր են: Միջին դարերում, օրինակ, քահանաները հայտարարում էին, թե իրականում գոյություն ունի ճշմարտության հիերարխիա: Ամենաբարձր մակարդակում այն տեղեկություններն էին, որոնք պատմում էին տիեզերքի ճակատագրի մասին, ինչպես օրինակ՝ դրախտ կա՞, թե՛ ոչ: Դրան հաջորդում էր բարոյական ճշմարտությունը, որը սովորացնում էր, թե ինչպես պետք է ապրել: Այս գալիս էր ալեգորիաներով հաղորդվող ճշմարտությունը, որը մարդկանց էր հասնում խրատական պատմությունների ձևով: Եվ վերջապես, ամենավերջին հերթին, ամենքիչ կարևորություն ներկայացնող մակարդակում կանգնած էր ինքը՝ ճշմարտությունը, որը, տեսաբանների ասելով, ամենաանհիմաստ ու անտեղի բանն էր: Ինչպես բացատրվում էր տասնչորսերորդ դարի մի ձեռնարկում, որտեղ շարադրանքի տրամաբանությունը գրեթե նույնպիսին է, ինչպիսին կունենար մի պոստմոդեռնիստական գիտնական կամ հոլիվուդյան պրոդյուսեր. «Սա պատմական ճշմարտություն է, թե հնարովի մի բան՝ նշանակություն չունի, որովհետև տվյալ օրինակը տրված է ոչ թե ինքնին, այլ՝ իր նշանակության համար»⁵⁵:

Միջնադարյան մտածողների նպատակը ոչ այնքան մարդկանց լուսավորելն էր, որքան նրանց՝ հսկողության տակ, կառավարելի պահելը: Նրանք չէին ուզում, որ իրական փաստերը կանգնեն քաղաքական կամ կրոնական դոգմաների ճանապարհին: Օրվա ժամանակի ճշգրիտ ըմբռնումը սպառնալիք էր հանդիսանում այդ կառավարման համար՝ ճիշտ այնպես, ինչպես այսօր այն զենք է հանդիսանում ճնշման և կեղծարարության դեմ:

Երբ ժողովրդավարական տեսության ծննդյանը զուգընթաց սկսեց ձևավորվել ժամանակակից մանուլը, նույնիսկ ամենավաղ լրագրության շուկայավարության ամենահզոր մասերից մեկը դարձավ դրա ճշմարտացի և ճշգրիտ լինելը: Անգլիայում առաջին, արդեն որոշակիորեն պարբերաբար հրատարակվող լրագիրը հայտարարում էր, որ այն հենվում է «լավագույն և ամենաստույգ աղբյուրներից բխող լրատվության» վրա: Ֆրանսիայում առաջին թերթի խմբագիրը, չնայած լինելով կառավարության ենթակայության տակ, իր ամենաառաջին համարում խոստանում էր հետևյալը. «Ես ոչ մեկի առջև չեմ ընկրկի ճշմարտությունն իմանալու ճանապարհին»: Ճշգրիտ լինելու մասին համանման խոստումներ կան նաև տարբեր երկրների ամենաառաջին լրագրերում՝ Ամերիկայում, Գերմանիայում, Իսպանիայում և այլուր⁵⁶:

Վաղ գաղութատիրական ժամանակների լրագրությունը էսսեագրության և փաստերի մի տարօրինակ խառնուրդ էր: Առաքումների և բեռնափոխադրումների մասին տեղեկությունները ճշգրիտ էին: Քաղաքական սուր քննադատությունը պակասում էր, և այն ակնհայտորեն ավելի շուտ հանդիպում էր կարծիքների կամ ճառերի տեսքով, քան՝ որպես զուտ տեղեկատվություն: Նույնիսկ դարի ամենասկանդալային անձնավորությունը՝ Ջեյմս Քոլընդորը, որն իր հեղինակությունը կառուցել էր Ալեքսանդր Յամիլտոնի և Թոմաս Ջեֆերսոնի ինտիմ կյանքի բացահայտումների վրա, չէր հորինում իր պատմությունները, ինչպես կարծում են պատմաբանները, այլ՝ փաստերը ներկայացնում էր բանբասանքով շաղախված տեսքով⁵⁷:

⁵⁵ Peter Levine, *Living Without Philosophy: On Narrative Rhetoric and Morality* (Albany, State University of New York Press, 1998), 169.

⁵⁶ John Hohenberg, *Free Press, Free People* (New York, Free Press, 1973), 17.

⁵⁷ Joseph Ellis, *American Sphinx: The Character of Thomas Jefferson* (New York, Alfred A. Knopf, 1997), 303.

Երբ լրագրությունը տասնիններորդ դարում իրեն ազատեց քաղաքական վերահսկողությունից, այն իր առաջին մասսայական ընթերցողին սկսեց փնտրել՝ հենվելով սենսացիոն հանցագործությունների, սկանդալների, սարսափազդու փաստերի և հանրահայտ մարդկանց պաշտամունքի վրա: Դրանք Ուիլիամ Ռանդոլֆ Չրոսթի, Ջոզեֆ Փուլիցերի և «դեղին մամուլի» տարիներն էին: Եվ այնուամենայնիվ, նույնիսկ Դեղին մամուլի Իշխաններն աշխատում էին մարդկանց հավատացնել, որ իրենց ընթերցածը միայն արժանանահավատ բան է, պատմություն է, չնայած այդ երաշխավորումները միշտ չէ, որ հարգանքի էին արժանանում: Չրոսթի *Չերալդ-ը*, որն ավելի մեղավոր էր սենսացիոնության համար, քան՝ հորինելու մեջ, պնդում էր, որ իր թերթն ամենաճշմարտախոսն է քաղաքում: Փուլիցերի *Սան-ը* աշխատում էր հետևյալ կարգախոսով՝ «Ճշգրտություն, ճշգրտություն և ճշգրտություն», և իրականում ավելի հուսալի էր, քան ընդհանրապես համարվում էր⁵⁸:

Իրենց ընթերցողներին կարդացածի ճշմարտացիության մեջ հավատացնելու համար 1913 թվականին *Նյու Յորք Ուորլդ-ում* Փուլիցերը հիմնեց ճշգրտության և Արդար խաղի գրասենյակ: 1984 թվականի *Կոլումբիայի համալսարանի Լրագրության տեսություն* հրատարակության մեջ Կասանդրա Թեյթը նկարագրում է, թե ինչպես *Ուորլդ-ի* նամակների բաժնի աշխատակիցը մի օրինաչափություն է նկատել նավաբեկությունների մասին լրագրի հաղորդագրությունների մեջ. նման ամեն մի պատմության մեջ պատմվում էր նաև նավաբեկությունից խեղդված մի կատվի մասին: Երբ բողոքների բաժնի աշխատակիցը լրագրողին հարցնում է այդ զարմանալի համընկնումների առիթով, նրան ասում են. «Նավաբեկված նավերից մեկն ուներ մի կատու, և անձնակազմը վերադարձել էր դրան փրկելու համար: Ես այդ կատվին դարձրեցի իմ պատմության հերոսը, այնինչ մյուս լրագրողներին, ովքեր չէին նշել կատվի մասին, քաղաքի խմբագիրները կանչել էին ու մի լավ ծեծ տվել: Հաջորդ նավաբեկության ժամանակ կատու չկար, բայց լրագրողները չուզեցին կրկին փորձության ենթարկվել և կատու հորինեցին: Ես գրեցի նույն լուրը՝ կատվին դուրս թողնելով, ու ինձ սարսափելի նախատեսցին՝ սպառնալով ծեծել: Այժմ, երբ նավաբեկություն է լինում, մենք բոլորս չենք մոռանում կատվի մասին էլ գրել»⁵⁹: Չավեշտն այն է, իհարկե, որ փաստերի այս ամբողջ ուռճացումն արվում էր իրականության երևութականություն ստեղծելու համար:

Քսաներորդ դարի սկզբներին լրագրողները սկսեցին գիտակցել, որ ռեալիզմը և իրականությունը կամ ճշգրտությունն ու ճշմարտությունը միմյանց հավասարեցնելն այնքան էլ հեշտ չէր: 1920 թվականին Ուոլտեր Լիպմանն իր «Ազատությունը և լրատվությունը» աշխատանքում ճշմարտություն և լրատվություն բառերն օգտագործում էր որպես հոմանիշներ: Բայց արդեն 1922-ին *Հասարակական Կարծիք-ի* մեջ նա գրում է. «Լրատվությունը և ճշմարտությունը միևնույն բանը չեն: ...Լրատվության գործառույթը իրադարձության մասին տեղեկացնելն է» կամ մարդկանց դրա մասին գիտակցել տալը: «Ճշմարտության գործառույթը թաքնված փաստերը երևան հանելն է, դրանք որոշակի հարաբերությունների մեջ դնելը և իրականության պատկերը ստանալը, որպեսզի մարդիկ կարողանան ըստ այդմ գործել»⁶⁰: Մինչև 1938 թվականը լրագրության դասագրքերն արդեն սկսում էին

⁵⁸ Edwin Emery, *The Press In America* 2nd ed. (Englewood Cliffs, N. J. Prentice-Hall, 1962), 374.

⁵⁹ Casandra Tate, "What do Ombudsmen Do," *Columbia Journalism Review*, may/June 1984, 37.

⁶⁰ Նույն տեղում:

հարցականի տակ դնել, թե որքան ճշմարտացի կարող է լինել լրատվությունը⁶¹:

Հաջորդ հիսուն տարիների ընթացքում, բանավեճերի և կռիվների տասնամյակներից հետո, երբեմն առաջնորդվելով քաղաքական գաղափարախոսությամբ, երբեմն էլ՝ պոստմոդեռնիստական տեսաբանների հերքողական կարծիքներով, մենք հասել ենք մի կետի, երբ ոմանք ժխտում են, թե հնարավոր է փաստերը շաղկապելով շարադրել մի իմաստալից բովանդակություն, որը դրանց մասին ճշմարտությունն ասի:

Իմաստաբանական թերահավատությունը համակել է մեր ինտելեկտուալ կյանքը՝ արվեստից, գրականությունից, իրավունքից, ֆիզիկայից սկսած, մինչև նույնիսկ՝ պատմություն: Կոլումբիայի համալսարանի պատմաբաններից Սայմոն Շաման գտնում է, որ «մինչև վերջ ըմբռնելի և փորձով հաստատվող ճշմարտությունը» մահացել է⁶²:

Թվում է, թե ճշմարտությունը չափազանց բարդ է դրան հետամուտ լինելու համար: Կամ գուցե այն նույնիսկ գոյություն չունի, քանի որ մենք բոլորս սուբյեկտիվ անհատականություններ ենք: Սրանք գուցեև հետաքրքիր փաստարկներ են փիլիսոփայական մակարդակում, հավանաբար նույնիսկ՝ ընդունելի:

Այդ դեպքում ի՞նչ է մնում լրագրությանը: Մի՞թե ճշմարտություն բառը հիմա կիրառելի է միայն առօրյա խոսակցությունների ժամանակ, բայց այն չի դիմանում մանրազնին վերլուծությանը և քննադատությանը:

Պարզ է, որ կան տարբեր մակարդակներ: Լրագրող և մամուլի քննադատ Ռիչարդ Հարվուդը կոմիտեի հավաքներից մեկի ժամանակ մեզ ասաց. «Անցյալ օրը *Նյու Յորք Թայմզ-ի* լրագրողներից մեկը մեզ ասաց, որ Նյու Յորքի Հսկաները ֆուտբոլային խաղը տանուլ են տվել 20-89 հաշվով»: Սա ճշմարտության մի փոքրիկ դրվագ է: Բայց այս պատմությունը, թե ինչու են Հսկաները տանուլ տվել, կարող է պատմվել հարյուրավոր տարբեր ձևերով, յուրաքանչյուրը գրված տարբեր տեսանկյուններից՝ պատված ստերեոտիպերի կամ անձնական կանխատեսումների մառախուղով»⁶³:

Ուրեմն ի՞նչ է նշանակում ճշմարտության նկատմամբ լրագրողի ունեցած պարտականությունը: Սեմինարների ժամանակ կամ փիլիսոփայական տրակտատներում այս հարցին պատասխանելու սովորական ջանքերը ավարտվում են խառնաշփոթով: Պարճառներից մեկն այն է, որ զրույցը սովորաբար իրական աշխարհում հիմնավորում ունենալուց չի բխում: Փիլիսոփայական քննարկումներն այն մասին, թե արդյոք «ճշմարտություն» իսկապես գոյություն ունի՞, հանգեցում են իմաստաբանական հարցերի:

Մյուս պատճառն այն է, որ լրագրողներն իրենք երբեք շատ պարզ չեն արտահայտվում, թե իրենք ինչ նկատի ունեն ճշմարտացիություն բառի ներքո: Լրագրությունն իր բնույթով ավելի շուտ արագընթաց և գործնական է, քան՝ փիլիսոփայական և ներհայեցողական: Լրագրողների կողմից գրված, նման հարցեր քննարկող լուրջ գրականությունն առատ չէ, և այն քիչն էլ որ կա, սովորաբար չի ընթերցվում լրագրողների մեծ մասի կողմից: Լրագրության մասին տեսությունները թողնված են գիտնականներին: Եվ պատմականորեն, շատ լրագրողներ ժուռնալիստական կրթությունն անհրաժեշտություն չեն

⁶¹ David T. Z. Mindich, *Just the Facts: How “Objectivity” Came to Define American Journalism* (New York and London: New York University Press, 1998), 115.

⁶² Gordon Wood, “Novel History”, *New York Review of Books*, 27 June, 1991, 16.

⁶³ Richard Harwood at CCJ New York forum, 4 December 1997.

համարել՝ պնդելով, որ միակ տեղը, որտեղ կարելի է սովորել, դա գործի հորձանուտն է: Ինչպես մի անգամ ասաց շատ հարգելի հեռուստալրագրող Թեդ Քոպելը՝ «Ժուռնալիստական դպրոցները բացարձակ ու միանգամայն դատարկ ժամանակ վատնելու տեղեր են»⁶⁴:

Լրագրողների կողմից արված բացատրությունները, թե ինչպես են նրանք հասնում ճշմարտության, հիմնականում հարցազրույցների կամ ճառերի ժամանակ ասված արագ արձագանքներն են կամ, որ ավելի վատ է, վերցված են զովագոյաին և նարքեթինգային կարգախոսներից և հաճախ հենվում են մոտավոր փոխաբերությունների վրա: «Մամուլը հասարակության հայելին է», - ասում է Դեյվիդ Բարթելը՝ Ռադիոհեռուստատեսային լրատվական ասոցիացիայի նախկին նախագահը: «Լրագրությունը օրվա կրքերի արտացոլումն է», - ասում է Թոմ Բրոկաուն: -Լրատվությունն այն է, ինչ «ամենից ավելի արժանի է լրատվություն լինելու», - ասում է CNN-ի ռեժիսորներից մեկը⁶⁵:

Նման բացատրությունները լրագրողներին ներկայացնում են ավելի շուտ որպես իրադարձությունների պասսիվ գրանցողներ, քան՝ տեղեկատվությունն ընտրողներ կամ խմբագրողներ⁶⁶: Այնպիսի տպավորություն է ստեղծվում, թե իրենց կարծիքով ճշմարտությունը մի բան է, որն ինքն իրեն է բարձրանում՝ թխմորով հացի պես: Գնարտությունը գտնելու լրագրողական հնարքներն ու մեթոդները պաշտպանելու փոխարեն, լրագրողներն ասես հակված լինեն ժխտելու դրա գոյությունը:

Լինի դա գաղտնապահություն, թե՛ անկարողություն, բայց այն, որ լրագրողները չեն կարողանում նկարագրել իրենց արածը, քաղաքացիներին ավելի կասկածամիտ է դարձնում՝ թողնելով տարակուսանքի մեջ՝ արդյո՞ք իրենց մոլորության մեջ չեն զցում, կամ չե՞ն թաքցնում ինչ-որ բան:

Ահա այն պատճառներից մեկը, որն օբյեկտիվության մասին քննարկումները դարձնում է թակարդի պես մի բան: Տերմինն այնքան է սխալ հասկացվել ու չարչրկվել, որ ցանկացած քննարկում հիմնականում շեղում է ճանապարհից: Ինչպես մենք դեռևս առավել խորությամբ կքննարկենք փաստերի ստույգությունը ճշտելու վերաբերյալ գլխում, սկզբնապես օբյեկտիվ լինելու իրողությունը լրագրողին չի վերաբերել: Այն վերաբերել է լրագրողի կիրառած մեթոդին: Եվ այսօր, մասամբ այն պատճառով, որ լրագրողները չեն կարողացել հստակորեն ձևակերպել իրենց արածը, այս գաղափարի մեր ժամանակակից ըմբռնումը հիմնականում խառնաշփոթ մի բան է:

Զնայած այս ամենին, անկասկած, լրագրողները հավատացած են, որ իրենք հետամուտ են ճշմարտությանը՝ այլ ոչ թե միայն խոսքի ազատությանը կամ շահույթ ստանալուն: Մենք պարտավոր ենք այսպես վարվել: Զե՞ որ սա է մեզանից պահանջում հասարակությունը:

Եվ, ինչպես կտեսնենք, լրագրողական այս «ճշմարտությունը» նաև ավելին է, քան ճշգրտությունը: Սա ընտրողական աշխատանքի մի գործընթաց է, որ ժամանակի ընթացքում ծավալվում է նախնական պատմության և հասարակության, լրատվություն ստեղծողների և լրագրողների միջև: Լրագրության այս առաջին սկզբունքը՝ ճշմարտությանն անշահախնդիր կերպով հետամուտ լինելը, հենց այն գերագույն հատկությունն է, որը

⁶⁴ Everette E. Denis, "Whatever Happened to Marse Robert's Dream?: The Dilemma of American Journalism Education," *Gannett Center Journal*, spring 1988.

⁶⁵ Mindich, *Just the Facts*, 6-7.

⁶⁶ Mindich, *Just the Facts*, 141.

սկզբունքորեն տարբերակում է լրագրությունը հաղորդակցության մնացած բոլոր միջոցներից:

Ընտրողաբար մոտենալու գործընթացի էությունը հասկանալու համար կարևոր է հիշել, որ լրագրությունը գոյություն ունի հասարակական բովանդակության մեջ: Անհրաժեշտությամբ պայմանավորված՝ արդյունավետ գործելու համար քաղաքացիները և հասարակությունը կախման մեջ են իրադարձությունների ճշգրիտ և հուսալի շարադրանքից: Դրան հասնելու համար նրանք մշակում են տարբեր տեսակի ընթացակարգեր և գործընթացներ, որը կարելի է անվանել ֆունկցիոնալ ճշմարտություն: Ոստիկանությունը հետևում և ձերբակալում է կասկածյալներին՝ փաստերի վրա հիմնվելով: Դատավորները դատավարություններ են կազմակերպում: Երդվյալների դատարանները մեղավոր կամ անմեղ լինելու մասին որոշումներ են կայացնում: Արդյունաբերություններ են գործի գցվում, հարկեր հավաքվում, օրենքներ ստեղծվում: Մենք մեր երեխաներին սովորեցնում ենք վարվելակերպի կանոններ, պատմություն, ֆիզիկա և կենսաբանություն: Բոլոր այս ճշմարտությունները, նույնիսկ գիտության օրենքները, վերանայման առարկա են հանդիսանում, բայց առայժմ մենք գործում ենք դրանցով առաջնորդվելով, որովհետև դրանք անհրաժեշտ են և աշխատում են:

Ահա թե ինչին է հետամուտ լրագրությունը՝ ճշմարտության գործնական կամ ֆունկցիոնալ տեսակին: Այն բացարձակ կամ փիլիսոփայական իմաստով ճշմարտությունը չէ: Ոչ էլ քիմիական հավասարման ճշմարտություն: Սակայն լրագրությունը կարող է և պետք է հետամուտ լինի ճշմարտությանը այն առումով, որ վերջինս ապահովի մեր առօրյա կյանքն ու աշխատանքը:

«Մենք չենք կարծում, թե անտրամաբանական է երդվյալների ատյանից արդար որոշում ակնկալելը կամ ուսուցիչներից՝ ազնվորեն դասավանդելը, կամ պատմաբաններից՝ անաչառ կերպով պատմությունը գրի առնելը, գիտնականներից՝ անշահախնդիր գիտահետազոտական աշխատանք կատարելը: Ինչո՞ւ մենք պետք է խեղճ լրագրողներին ավելի ստոր նպատակներ վերագրենք»,- կոմիտեի նիստերից մեկի ժամանակ մեզ ասաց *Նյու Յորք Թայմզ-ի* գործադիր տնօրեն Բիլ Քելերը: «Քննարկել... Ես չեմ կարծում, թե մենք այստեղ հավաքվել ենք քննարկելու համար, թե արդյո՞ք իսկական, ճշմարիտ նպատակն ընդհանրապես հնարավոր մի բան է, թե՛ ոչ: Մենք աշխատում ենք ներկայացնել այնպիսի մի լրահավաք, որի նպատակն է ընթերցողին հնարավորին չափ բավարար քանակությամբ տեղեկատվություն տալ, որպեսզի նա կարողանա իր համար որոշումներ ընդունել: Դա է մեր գերագույն իդեալը»⁶⁷:

Արդյո՞ք սա նշանակում է, թե լրագրողը պետք է սոսկ հավատարիմ լինի փաստերի ճշգրտությանը՝ ճիշտ անուններ և թվեր հայթայթելով: Այդքանը բավական է:

Այսօրվա լրագրության զգալի մասի գնալով ավելի մեկնողական բնույթը և հավաքների, հարցումների ու հարցազրույցների ժամանակ լրագրողների տված պատասխանները գալիս են ասելու, որ՝ ոչ: Միայն ճշգրտության վրա կառուցված լրատվությունը մեզ չի կարող հեռու տանել:

Առաջին հերթին, միայն ճշգրտությունն արդեն իսկ մի տեսակ աղճատում է: Դեռ 1947 թվականին Յաչինսի Յանձնաժողովը՝ մի խումբ գիտնականներ, ովքեր տարիներ ծախսեցին մի փաստաթուղթ ստեղծելու համար, որն ընդհանուր գծերով սահմանում էր լրագրության պարտավորությունները,

⁶⁷ Bill Keller, at CCJ New York forum, 4 December 1997.

զգուշացնում էր այնպիսի հաշվետվություններ հրատարակելու վերաբերյալ, որոնք «փաստացի ճիշտ են, սակայն իրականում ճիշտ չեն»⁶⁸: Նույնիսկ այն ժամանակ, Հանձնաժողովը փոքրամասնություն կազմող խմբերի մասին այնպիսի պատմություններ էր վկայակոչում, որոնք չկարողանալով ապահովել անհրաժեշտ բովանդակությունը, ընդգծում էին ռասան կամ էթնիկական պատկանելությունը և անմիտ կերպով ամրագրում էին կեղծ ստերեոտիպեր: «Փաստի մասին ճշմարտացիորեն խոսելն այլևս բավարար չէ: Հիմա անհրաժեշտ է *փաստի մասին ճշմարտությունն ասել*»:

Բացի այդ, մարդիկ սոսկ ճշգրտություն չէ, որ փնտրում են: Լրագրող Ջեք Ֆուլերը իր *Լրատվության արժեքները* գրքում բացատրում է, որ ըստ փիլիսոփաների՝ գոյություն ունի ճշմարտությունը ստուգելու երկու եղանակ՝ մեկը համապատասխանությունն է, մյուսը՝ կապակցվածությունը: Լրագրության նկատմամբ կիրառելիս՝ սրանք մոտավորապես նշանակում են փաստերը ճշտորեն ձեռք բերել և այդ փաստերն իմաստավորել: - Կապակցվածությունը պետք է լինի լրագրողական ճշմարտության գլխավոր փորձաքարը,- նշում է Ֆուլերը: «Անկախ այն բանից, թե արմատական թերահավատներն ինչ են ասում, մարդիկ դեռ կրքոտ կերպով հավատում են գաղափարին: Նրանց ամբողջական պատկեր է պետք, ոչ թե դրա մի մասը... Նրանք հոգնել են բևեռացված քննարկումներից, հասարակական գրույցի «ՄըքԼաֆլինի խմբի» մոդելից»⁶⁹:

Աթափ բանականությունը մեզ նույնն է թելադրում: Այսօր այնպիսի պատմություններ, ինչպիսին օրինակ սա է, թե «Քաղաքապետը Գարդըն ակումբի պաշտոնական նախաճաշի ժամանակ գովեստի խոսքեր է ասել ոստիկանության հասցեին», բոլորովին տեղին չեն, նույնիսկ հիմարություն են թվում, քանի որ ոստիկանությունն իրականում խառնված է կոռուպցիային առնչվող սկանդալի մեջ: Քաղաքապետի խոսքերն ակնհայտորեն քաղաքական ճարտասանություն են և ասվում են ի պատասխան իրեն քննադատողների վերջին հարձակումների:

Սա, իհարկե, չի նշանակում, թե ճշգրիտ լինելը նշանակություն չունի: Հակառակը՝ ճշգրիտ լինելն այն հիմքն է, որի վրա է կառուցվում մնացած ամեն ինչ՝ բովանդակությունը, մեկնաբանությունները, բանավեճը և ցանկացած հասարակական հաղորդակցություն: Եթե հիմքը թերություն ունենա, մնացած ամեն ինչը թերի կլինի: Նոր լրատվական ծառայությունների առատ բազմացման, զրուցահաղորդումների և մեկնաբանող լրատվության ռիսկերից մեկը կայանում է նրանում, որ փաստերի ստույգության ճշգրտումն անտեսված է: Եթե հակառակորդները բանավիճում են, և բերվում են կեղծ թվեր կամ զուտ կանխակալ կարծիքներ, ապա լրատվությունը հիմնովին ձախողվում է: Այն կրքեր է բորբոքում, բայց ոչ մի որոշակի կետի չի հանգեցնում:

Իրականում ավելի օգտակար և ավելի իրատեսական է լրագրողական ճշմարտությունը որպես գործընթաց հասկանալը կամ որպես դեպի ճշմարտությունը ձգվող մի ճանապարհորդություն ըմբռնելը, որը սկսվում է պատմության առաջին օրվանից և ձևավորվում է ժամանակի ընթացքում:

Դեպքի մասին առաջին պատմությունները նշում են նոր իրադարձությունը կամ միտումը: Դրանք կարող են սկսվել մի որևէ պարզ բանի՝ հանդիպման կամ ավտովթարի մասին շարադրանքով: Դեպքի ժամանակը և

⁶⁸ Robert D. Leigh, ed. *A Free and Responsible Press* (Chicago: University of Chicago Press, 1947) < 23.

⁶⁹ Jack Fuller, *New Values: Ideas for an Information Age* (Chicago and London: University of Chicago Press, 1996), 194.

վայրը, պատճառած վնասը, փոխադրամիջոցի տեսակը, ձերբակալությունները, արտասովոր եղանակը կամ ճանապարհային պայմանները, մի խոսքով, դեպքի արտաքին ֆիզիկական հանգամանքները, բոլորը փաստեր են, որոնք կարելի է գրանցել և ստուգել: Փաստերը ճշտելուց հետո լրագրողները փորձում են արդարացի և հուսալի հաշվետվություն հաղորդել դրանց իմաստի վերաբերյալ, որ հիմա ստույգ է և ենթակա է հետագա քննության: Կարլ Բերնշտայնը սա նկարագրել է որպես թղթակիցների՝ «ճշմարտությանը հասնելու լավագույն տարբերակ»⁷⁰: *Վաշինգտոն Փոստ-ի* սկզբունքներում, որ շարադրված են էժոնի Մեյերի կողմից, 1933 թվականին, ճշմարտությունն ասելը «նշանակում է ճշմարտությանն այնքան մոտ լինելը, որքան որ հնարավոր է այն հաստատել»⁷¹:

Անհատ թղթակիցը առաջին հաղորդման մեջ գուցե և չկարողանա ճշգրտության առումով մակերեսային մակարդակից այն կողմ անցնել: Բայց առաջին պատմության վրա ավելանում է երկրորդը, որտեղ լրատվության աղբյուրն արդեն արձագանքել է առաջինի մեջ տեղ գտած սխալներին և պակասող տարրերին, երկրորդին հաջորդում է երրորդը և այլն: Յուրաքանչյուր հաջորդող շերտին բովանդակություն է ավելանում: Ավելի կարևոր և բարդ պատմությունների դեպքում իրենց հետագա ներդրումն են բերում խմբագրական էջերը, թոք-շոուները, բաց հաշվետվությունները, խմբագրին ուղղված նամակները կամ ռադիո-շոունների ընթացքում ունկնդիրների զանգերը, հանրային և մասնավոր զրույցի ամբողջ ներկայացակար:

Գործնական ճշմարտությունը հարափոփոխ մի բան է, որը, ինչպես և ուսանելը, ավելանում-մեծանում է, ինչպես ստալագմիտը քարանձավում՝ կաթիլ առ կաթիլ, ժամանակի ընթացքում:

Դրա անթիվ օրինակներ կան: Վերցնենք, օրինակ, Աբներ Լուիմայի դեպքը՝ Չայիթից մի վերաբնակիչ, որին 1997 թվականին ձերբակալել էին Բրուքլինի գիշերային ակումբներից մեկի մոտ, անպատեհ վարքի համար: Սկզբում պատմությունը նման էր ոստիկանական մի սովորական ճեպալուրի: Բայց երեք օր անց Նյու Յորքի *Դեյլի Նյուս* թերթի լրագրողներից մեկը Լուիմային գտնում է հիվանդանոցում և հարցազրույց վերցնում: Լուիման խոստովանում է, որ ոստիկանությունը դաժան հաշվեհարդար է տեսել իր հետ՝ զուգարան մաքրելու խոզանակը հետույքը խրելով: Այդ օրը ոստիկանական պարտականությունների կատարումից հեռացվում են երկու սպա, որոնք մասնակցել էին ձերբակալությանը: Երկու օր անց, երկրորդ հարցազրույցի ժամանակ Լուիման հայտարարում է, որ ձերբակալող սպաներն իրեն ասել են. «Հիմա Ջուլիանիի ժամանակներն են (նկատի ունենալով քաղաքապետ Ռուդոլֆ Ջուլիանիին): Հիմա Դինքինսի ժամանակները չեն (նկատի են ունեցել նախկին քաղաքապետ Դեյվիդ Դինքինսին, որն աֆրո-ամերիկացի էր)»: Եվ այսպես, ավելի շատ ոստիկաններ հեռացվեցին աշխատանքից, և շուտով քաղաքացիները երթերով դուրս եկան Բրուքլինի փողոցները: Մի քանի օրվա ընթացքում *Նյու Յորք Թայմզ-ը* հրատարակեց մի մանրամասն վերլուծություն, ուր ասվում էր, որ Նյու Յորք քաղաքում հանցագործության անկումը համընկնում է ոստիկանների գնալով աճող և արդեն սովորական դարձած

⁷⁰ Կառլ Բերնշտայնը այս դրույթը բազմից նշել է իր ճառերում, հարցազրույցների ժամանակ և հեղինակների հետ զրույցներում:

⁷¹ Eugene Meyer, “The Post’s Principles” in *The Washington Post Deskbook on Style*, 2nd ed. (New York: McGraw-Hill, 1989), 7.

վիրավորող վարքի և բիրտության հետ: Քաղաքը նորից իր ուշադրությունն ուղղում է կասկածյալների նկատմամբ ոստիկանության ցուցաբերած վարքի վրա: Մեկ տարի անց Լուիսյան հերքում է «Ջուլիանիի ժամանակների» վերաբերյալ իր արած հայտարարությունը, չնայած չի հերքում իր նկատմամբ կիրառված վայրենության փաստը: Մի քանի ամիս անց Մանհեթենի ինստիտուտի *Միթի Ջորնալ-ը* հրապարակում է մի հոդված, որտեղ նշվում է, որ չնայած ոստիկանության բռնությունների հայտնի դեպքերին, Նյու Յորքի ոստիկանության դեպարտամենտը համեմատաբար ավելի լավ համբավ ունի ոստիկանական բռնությունների տեսակետից⁷²:

Ճշմարտությունն այստեղ, այլ կերպ ասած, բարդ և երբեմն հակասական երևույթ է, բայց եթե այն դիտարկվի որպես ժամանակի մեջ գոյություն ունեցող ընթացք, ապա լրագրությունն ի վերջո կարող է հասնել դրան: Այս խառնաշփոթ աշխարհում լրագրությունն աշխատում է հասնել ճշմարտությանը՝ նախևառաջ բուն տեղեկատվությունն առանձնացնելով դրան կառչած սխալ ինֆորմացիայից, ապա՝ շեղող լուրերից կամ ինքնագովազդող տեղեկատվությունից, և ապա՝ հասարակությանը հնարավորություն է տալիս արձագանքել և հետևել տեղեկատվության «մաքրման» գործընթացին: Ճշմարտության որոնումը վերածվում է զրույցի:

Այս սահմանումն օգնում է հաշտեցնել առօրյա խոսակցության մեջ շրջանառվող *ճշմարիտ և կեղծ* բառերը՝ դրանց ձևափոխված իմաստների հետ, երբ մենք ճշմարիտն ու կեղծը քննում ենք փիլիսոփայական բանավեճի փորձարարական սկուտեղի վրա դրված: Այն ավելի է մոտենում լրագրողների սեփական ներքին զգացողությանը՝ իրենց կատարած գործի մասին սովորաբար առաջարկվող հայելիների և արտացոլումների մասին բազմաթիվ կոպիտ փոխաբերությունների փոխարեն:

Մենք ճշմարտությունն ըմբռնում ենք որպես նպատակ, լավագույն դեպքում՝ դժվար ըմբռնելի նպատակ, որը մենք, միևնույն է, ընդունում ենք: Որովհետև հենց կյանքն է իրականում այդպիսին՝ հաճախ ձգտող, բայց երբեք լիարժեք կերպով չհասնող: Ինչպես պատմաբան Գորդոն Վուդն է ասում պատմությունը գրի առնելու մասին. «Մարդ ընդունում է այն տեսակետը, որ պատմական արձանագրությունները կցկտուր են և ոչ ամբողջական... և որ պատմաբանները երբեք էլ մի ընդհանուր համաձայնության չեն գա իրենց մեկնաբանությունների շուրջ», այնուամենայնիվ, նա հավատում է, որ գոյություն ունի «անցյալի վերաբերյալ օբյեկտիվ ճշմարտություն, որը կարելի է ուսումնասիրել և փորձով հաստատել, էմպիրիկ եղանակով ճշտել»: Սա ավելի մեծ բան է, քան հավատի թռիչքը: Իրական կյանքում մարդ տարբերում է, թե երբ է ինքն ամենից ավելի մոտենում ճշմարտությանը, երբ է տեղեկատվության աղբյուրը նշելը համարվում հեղինակավոր բան, երբ է գիտական հետազոտությունը սպառիչ, իսկ կիրառվող մեթոդը՝ թափանցիկ: Կամ, ինչպես Վուդն է ասում. «Պատմաբանները գուցե երբեք էլ չկարողանան ճշմարտությունը տեսնել և հասկանալ ամբողջովին ու վերջնականապես, բայց նրանցից ոմանք մյուսները ավելի կմոտենան ճշմարտությանը, ավելի ամբողջական, ավելի օբյեկտիվ, ավելի ազնիվ կլինի նրանց գրածը, և երբ մենք տեսնենք այդ, մենք կհասկանանք, որ դա այդպես է»:⁷³

⁷² Heather MacDonald, “America’s Best Urban Police Force,” *City Journal*, a publication of the Manhattan Institute, summer, 2000.

⁷³ Wood, “Novel History”, 16.

Այն մարդիկ, ովքեր զբաղվել են նորությունների թողարկմամբ կամ հասարակական ոլորտում, գրեթե նույն բանն են ասում: Երբ ձեռք է բերվում մի տեղեկատվություն, որն ամենից ավելի մոտ է ճշմարտության լիարժեք տարբերակին, այն ունենում է իր շոշափելի հետևանքները:

Ամենակարևորը իրադարձության առաջին ժամերին ճշգրիտ լինելն է, որը, թերևս, ամենադժվար բանն է: Սա այն պահն է, երբ ներկայացված տեղեկատվության բովանդակության միջոցով ձևավորվում է հասարակության վերաբերմունքը: Պատահածը սպառնալի՞ք է ներկայացնում ինձ համար: Սա լավ բան է: Սա մի բան է, որի մասին ես պետք է անհանգստանամ: Այս հարցերի պատասխանները կախված են այն բանից, թե ես որքան ուշադիր կհետևեմ տվյալ իրադարձության զարգացմանը, ինչ ճշտումներ հարկավոր կլինեն ինձ այդ փաստերի վերաբերյալ: Հողինգ Քարտերը, բազմամյա փորձով մի լրագրող, որը ստանձնել էր Քարտերի ադմինիստրացիայի Պետական Դեպարտամենտի հասարակական գործերի գծով պետական քարտուղարի օգնականի պաշտոնը, իր փորձից ելնելով ասում էր, որ սա այն ժամանակահատվածն է, երբ կառավարությունը կարող է ամենից ավելի արդյունավետ կերպով կառավարել հասարակության միտքը: «Եթե կառավարությանը երեք օր տրվի առանց լուրջ խանգարող հանգամանքների, այն կարող է կառավարել տվյալ իրադարձության հասարակական ընկալումը»⁷⁴:

Տարիների ընթացքում լրագրողներից ոմանք ճշմարտացիության համար զանազան փոխարինողներ են առաջարկել: Երկու ամենատարածված առաջարկություններից են, թերևս, արդարացիությունը և հավասարակշռությունը: Չնայած դրան, մոտիկից զննելիս պարզ է դառնում, որ երկուսն էլ անհամապատասխան են: Արդարացիությունը չափազանց վերացական է և, վերջիվերջո, ավելի սուբյեկտիվ, քան ճշմարտությունը: Արդարացի լինել ո՞ւմ նկատմամբ: Եվ ինչպե՞ս կարելի է ստուգել արդարացիությունը: Ճշմարտացիությունը՝ իր բոլոր դժվարություններով հանդերձ, հնարավոր է ստուգել:

Հավասարակշռությունը նույնպես խիստ սուբյեկտիվ է: Պատմությունը այնպես հավասարակշռելը, որ այն արդարացի լինի երկու կողմերի համար էլ, հնարավոր է հենց ճշմարտության նկատմամբ, արդարացի չլինելու գնով, եթե երկու կողմերն էլ փաստացի չունեն միևնույն կշիռը: Գլոբալ տաքացումը փա՞ստ է: Գիտնականների մեծ մասը տարիներ շարունակ այդպես էր կարծում, սակայն մամուլի մեկնաբանությունները դեռ գիտական բանավեճից հետո երկար ժամանակ երկու կողմերին էլ տալիս էին հավասար նշանակություն: Իսկ ինչպե՞ս է պետք վարվել այն բազում դեպքերում, երբ կողմերը երկուսից ավելի են, մարդ ինչպե՞ս է որոշում, թե որ կողմին պետք է գերապատվություն տալ:

Մեր *Խեղաթյուրման արագությունը* գրքում մենք խոսել ենք այն մասին, թե ինչպես տարբեր ուժեր միանում են, որպեսզի թուլացնեն լրագրողների կողմից ճշմարտությանը հետամուտ լինելու գործընթացը, անկախ այն բանից, որ լրագրողների մեծ մասը հրապարակավ հայտարարում են ճշմարտության հանդեպ իրենց մշտական հավատարմության մասին: Առանց փաստարկները նորից երկար-բարակ կրկնելու, բավական է նկատել, որ տեղեկատվական միջոցների 24-ժամյա նորությունների թողարկման նոր որդեգրած կուլտուրայի պարագայում, լրատվությունը դարձել է ավելի անկանոն. սկզբնաղբյուրները իրենց մեկնաբանող լրագրողների վրա իշխանություն են սկսում ձեռք բերել,

⁷⁴ Hodding Carter, interview by author Kovach, April 1998.

լրագրության տարբեր կիրառվող ստանդարտները խախտում են մամուլի՝ որպես «դարպասապահի», պաշտպանիչ դերը: Ոչ թանկ, դեպի բևեռացում տանող փաստարկները գերիշխում են թղթակցությունների մեջ, և մամուլը գնալով ավելի շատ է կենտրոնանում «խոշոր պատմություն» գտնելու որոնումների վրա, որը ժամանակավորապես կհամախմբեր մամուլի այսօրվա մասնատված լսարանը: Միասին վերցրած՝ այս նոր բնորոշ գծերը, որոնց համախումբը մենք անվանում ենք Լրատվության Միջոցների Խառը Մշակույթ (Mixed media culture), փոխարինելու է գալիս լրատվության դասական ֆունկցիային, որը ձգտում էր գտնել և ներկայացնել օրվա իրադարձությունների ճշմարիտ և վստահելի շարադրանքը: Լրատվամիջոցների Խառը Մշակույթը ստեղծում է լրագրության մի նոր տեսակ՝ հաստատող (a journalism of assertion) լրագրություն, որն ավելին է, քան լրագրության հին (a j. of verification) վավերացնող տեսակը:

Չնայած այս միտումներին, այսօր էլ լրագրողները հավատացած են ճշմարտությունն ասելու կարևորության մեջ: Հիմնական արժեքների մասին լրագրողների հետ անցկացրած հարցում-ուսումնասիրության ժամանակ, ազգային լրատվական միջոցներում աշխատող տասը լրագրողներից ութը և տեղական նշանակության լրատվամիջոցներում աշխատող լրագրողներից տասից յոթը ասացին, որ «իրենց կարծիքով գոյություն ունի այնպիսի մի բան, ինչպիսին տվյալ իրադարձության մասին ճիշտ և ճշգրիտ հաղորդումն է»: Նույն կարծիքին են նաև նոր տեսակի լրատվամիջոցներում և Ինտերնետում հանդես եկող լրագրողները, որոնցից տասից յոթը հավատում են, որ նման տեղեկատվությունը հնարավոր բան է⁷⁵:

Ազգային և տեղական լրագրողներից տասից յոթը վստահ են, որ իրենք կարող են մշակել այնպիսի պրոֆեսիոնալ մեթոդ, որով «հնարավոր է դեպքերը մեկնաբանել անշահախնդիր և արդար ձևով»: Նոր լրատվամիջոցների ներկայացուցիչներից գրեթե տասից վեցը նույն բանն են ասում: Այնուամենայնիվ, մենք այս հարցում բավական թերահավատ ենք: Բոլոր լրատվամիջոցներում աշխատող լրագրողների համարյա քառորդը՝ տեղական լրագրողների 27 տոկոսը և նոր լրատվամիջոցների 31 տոկոսը, համոզված չեն այս մասնագիտական խնդրի գործնական նշանակության մեջ⁷⁶:

Գուցե հենց այս անհաստատության պատճառով, այսպես կոչված լուրջ մամուլի ընդհանուր պատասխանը նոր լրատվամիջոցների կուլտուրայի վերաբերյալ այն էր, որ վերջինիս դերը լրատվությանը լրացուցիչ բովանդակություն և մեկնաբանություն հաղորդելն է: Միտքն այն է, որ լրատվամիջոցների նոր կուլտուրան լսարանին կօգներ գլուխ հանել գերբեռնված տեղեկատվության քանակությունից՝ դրան ավելի շատ իմաստ հաղորդելու միջոցով:

Նոր տեխնոլոգիաների նկատմամբ այսպիսի արձագանքը, մեր կարծիքով, սխալ հասկանալու արդյունք է: Մի կողմից բոլորովին գործնական տեսանկյունից սխալ է պատկերացնել, թե մարդիկ իրենք իրենց համար խմբագիրներն են հանդիսանում և փորձում են գլուխ հանել ընտրության չենթարկված անհամար տեղեկատվությունից: Չնայած անհերքելի ճշմարտությունն է, որ քսանմեկերորդ դարի սկզբում դեպի Ինտերնետ մուտք ունեցող սպառողներն իրենց տրամադրության տակ ավելի շատ ինֆորմացիա ունեն, քան քսաներորդ դարի սկզբի սպառողները, քիչ ապացույցներ կան

⁷⁵ “Striking the Balance”, 53.

⁷⁶ “Striking the Balance”, 54.

անդելու, թե նրանք ավելի շատ ժամանակ են տրամադրում տեղեկատվություն ստանալուն: Փաստորեն, չնայած զգալիորեն աճել են ստացվող տեղեկատվության ծավալները, ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ բնակչության լրատվության վրա ծախսած ժամանակը հիմնականում մնացել է նույնը⁷⁷:

Երկրորդ հերթին՝ ճշմարտությանը ձգտելու բնագոյն այսօր նվազ կարևոր չէ, քան երբևէ՝ նոր լրատվամիջոցների և առատ թողարկումների առկայության պայմաններում: Մեկնաբանությունների առատությունը միայն ավելացնում է խճճվածությունը և շեղում դեպի ճշմարտության ավելի մեղմ մակարդակը, այն մակարդակը, որը փաստերը հաստատելուց հետո պետք է լիներ դրանց մեջ ընտրություն կատարելու գործընթացի մի մաս: Սխալ է անմիջապես անցնել իրադարձությունները մեկնաբանելու փուլին՝ առանց նախօրոք առանձնացնելու, թե իրականում ինչ է պատահել:

Լրատվության բովանդակության և մեկնաբանությունների մեջ զանազան լրացումներ անելու փոխարեն, մամուլը պետք է իր ուշադրությունը կենտրոնացնի սինթեզի և վավերացման աշխատանքների վրա: Անհրաժեշտ է եղածից մաղել ասեկոսեները, անուղղակի ակնարկները, ոչ կարևոր մանրամասներն ու եղածի շուրջ կուտակված կողմնակի տեղեկատվությունը և կենտրոնանալ պատմության վերաբերյալ ճշմարիտ և կարևոր տվյալների վրա: Քանի որ քաղաքացիները բախվում են փաստերի գնալով ավելի աճող հոսքին, նրանք ավելի շուտ կարիք ունեն հստակ ըմբռնելի աղբյուրների, այնպիսի աղբյուրների, որոնք հավատարիմ են տեղեկատվությունը ճշգրտելուն, որոնք ընդգծում են կարևորը և մաղում, մի կողմ են թողնում այն ամենը, ինչ անհրաժեշտ չէ: Սեփական ուժերով տեղեկատվության հոսքից անհրաժեշտ մասերն ընտրելու վրա ծախսած ժամանակն ավելացնելու փոխարեն, մի գործ, որը գնալով ավելի աշխատատար է դառնում տեղեկատվության բազմաթիվ աղբյուրների ավելացման պատճառով, մարդիկ կարիք ունեն այնպիսի աղբյուրների, որոնք կասեն իրենց, թե որն է ճշմարիտը և նշանակալիցը: Նրանց հետևյալ հարցի պատասխանն է պետք. «Այստեղ ես ինչի՞ն կարող եմ հավատալ»: Այդ պարագայում մամուլի դերն այս նոր դարաշրջանում դառնում է հետևյալ հարցին պատասխանելը. «Որտե՞ղ կարելի է գտնել լավ նյութ»: Ստույգության վավերացումը և սինթեզը դառնում են լրագրության նոր «դարպասապահի» դերի ողնաշարը, ամենահիմնական մասը, ինչպես նախորդ գլխում նշեց PARC Xerox-ից Սիլլի Բրաունը՝ «տեղեկատվությանն իմաստ հաղորդողը: Կարճ ասած, այս նոր դարաշրջանում ճշմարտության կարիքն ավելի մեծ է, և ոչ ավելի պակաս, որովհետև անճշմարտացիության հավանականությունը հիմա չափազանց շատ է տարածված:

Եվ որպեսզի սա հնարավոր լինի, լրագրողը հաջորդ քայլում պետք է որ պարզի, թե առաջին հերթին ում է նա հավատարիմ լինելու:

⁷⁷ John Robinson and Geoffrey Gidbey, *Time for Life: The Surprising Ways Americans Use Their Time* 2nd ed. (University Park: Pennsylvania State University Press, 1999), 143.

3. ՈՒՄ ՀԱՄԱՐ ԵՆ ԱՇԽԱՏՈՒՄ ԼՐԱԳՐՈՂՆԵՐԸ

Յուրաքանչյուր տարվա վերջում լրատվության ասպարեզի բարձր պաշտոնյաները երկրով մեկ սպասում են նոր մասնագիտական վճռի. որքա՞ն լավ են նրանք աշխատել տարվա ընթացքում, և որքա՞ն են իրենց վճարելու: Հաճախ խաղաքարտերին է դրված լինում նրանց տարեկան եկամուտի 20 տոկոսը:

Վճիռը, սակայն, այլևս միայն նրանց լրագրության որակով չի պայմանավորված: Որակը հաճախ կազմում է ընտրված չափանիշի կեսը կամ նույնիսկ՝ կեսից քիչը: Լրատվության գործադիրների պարզևավճարներն այսօր հիմնականում կախված են այն բանից, թե նրանց ընկերությունը որքան գումար է վաստակել եկամուտի տեսքով⁷⁸:

Սա կարող է անկարևոր թվալ: Շատ բիզնեսներ իրենց տնօրեններին վճարում են՝ համաձայն խրախուսիչ պարզևավճարների ծրագրի՝ որպես պատասխանատվությունը մեծացնելու միջոց: Սակայն լրագրողների վարձատրությունը իրենց լրագրության որակից բացի մեկ ուրիշ բանի հետ կապելը միանգամայն նոր բան է, վերջին քսան տարիներին հատուկ մի երևույթ: Առաջին հայացքից պատճառները միանգամայն տրամաբանական են թվում: Լրագրությունը բիզնես է, և տնօրենները գործարար պատասխանատվություն ունեն բյուջեներ վարելու և հաճախորդներ գրավելու գործում:

Սակայն նման խթանիչ ծրագրերը մտածողության մեջ ահռելի տեղաշարժի առիթ են տվել լրատվական գրասենյակներում: Այս տեղաշարժը լրագրողի պարտականությունների վերաբերյալ մի նոր տեսություն է ձևավորում և հանդիսանում է տեղեկատվություն հաղորդելու մասնագիտության մեջ տեղի ունեցած շատ ավելի նշանակալի փոփոխության մասերից մեկը:

Քսաներորդ դարի ավարտին Ամերիկայի լրատվական գործի առաջնորդները փոխվել-դարձել էին գործարար մարդիկ՝ բիզնեսմեններ, եթե ոչ անվամբ, ապա՝ գործով: Եվ նրանց մոտավորապես կեսը հիմա ասում է, որ իրենց ժամանակի առնվազն մեկ երրորդն իրենք ծախսում են գործարար հարցերի, ոչ թե լրագրության վրա⁷⁹:

Որպես քաղաքացիներ՝ այս փաստը մեզ պետք է անհանգստացնի: Լրագրողներն իրենց հերթին պետք է հասկանան, որ գործը ձախողում են:

Հիմնականում մենք չենք նկատում, թե ինչպես է այն թուլացրել քաղաքացիների և տեղեկատվություն հավաքողների միջև եղած կապը, թե այն որքան հակադիր է ժամանակակից մամուլի էությունը սահմանող տեսությամբ: Տեղի ունեցած փոփոխությունը խառնաշփոթ և ներքին բարոյահոգեբանական խնդիրներ է առաջացրել լրատվական կազմակերպությունների ներսում և սահմանափակում է լրագրողների, առանց վախի կամ բարեհաճ լինելու, լրատվություն հաղորդելու հնարավորությունները: Ահա այն հիմնական գործոններից մեկը, որի պատճառով քաղաքացիները կորցրել են մամուլի նկատմամբ հավատը, և լրատվական գրասենյակների ղեկավարների համար ավելի բարդ է դարձել հասարակական շահերի պաշտպանը լինել իրենց սեփական ընկերություններում:

⁷⁸ Geneva Overholser, "Editor Inc. ", *American Journalism Review*, December 1998, 58.

⁷⁹ Նույն տեղում, 57:

Հստակեցնելուց հետո այն գաղափարը, թե լրագրողը պետք է փնտրի ճշմարտությունը, մենք համոզված ենք, որ այն բավարար չէ: Լրագրողների համար ի՞նչ պայմաններ են անհրաժեշտ, որպեսզի նրանք կարողանան ճշմարտությունն իմանալ և հասարակությանը հաղորդել այնպես, որ մարդիկ հավատան դրան: Պատասխանը երկրորդ սկզբունքն է՝ հավատարմության հարցը:

Ոչ մեկը հարցականի տակ չի դնում այն իրողությունը, որ լրատվական կազմակերպությունները բավարարում են շատ տարբեր լսարանների: Հաջողություն ունեցող լրատվական կազմակերպությունը պետք է հաշվի առնի և սպասարկի համայնքային հաստատություններին, տեղական շահագրգիռ խմբերին, ծնողական ընկերություններին, բաժնետերերին, գովազդողներին և շատ ուրիշ հետաքրքրված կողմերի: Եվ այնուամենայնիվ, ինչպես տասնիններորդ դարում թերթերի հրատարակիչները սկսեցին աստիճանաբար հասկանալ և այն ժամանակվանից ի վեր ահռելի ջանքեր թափելով կատարելության հասցնել, ճշմարտությունն այն է, որ նման կազմակերպություններում աշխատող լրագրողները և, սովորաբար, դրանց տերերը նույնպես, ամեն ինչից վեր պետք է ունենան մեկ նվիրում: Ահա այդ նվիրումն էլ հենց կազմում է լրագրության երկրորդ տարրը:

Լրագրությունն առաջին հերթին պետք է հավատարիմ լինի քաղաքացիներին:

Քաղաքացիների հանդեպ հավատարմությունն ավելին է, քան մասնագիտական էզոիզմը: Այն հասարակության համաձայնությամբ ստացված երաշխիքն է, որը լսարանին հայտնում է, որ ֆիլմերի քննադատականները ճիշտ են, որ ռեստորանների մասին պատմող նյութերը ենթարկված չեն գովազդ գնողների ազդեցությանը, որ լուրերի մեկնաբանությունները անձնական շահերի չեն ծառայում կամ փոքր-ինչ խեղաթյուրված չեն՝ ի նպաստ ընկերների: Այն գաղափարը, որ լուրերը հաղորդող անձինք ճշմարտությունը գտնելուց և հաղորդելուց չեն կասեցվում նույնիսկ սեփականատիրոջ ֆինանսական շահերի հաշվին, նախապայման է ստեղծում, որ ճշմարտությունը ոչ միայն ճշգրիտ, այլև համոզիչ կերպով ասվի: Սա է հանդիսանում լրատվական կազմակերպությունների նկատմամբ մեր հավատի հիմքը: Սա է դրանց արժանահավատության աղբյուրը: Մի խոսքով, դա լրատվական ընկերության և այնտեղ աշխատողների առևտրաշնորհային կապիտալն է:

Այսպես ուրեմն, լրահավաք մարդիկ նման չեն մյուս հաստատություններում աշխատող մարդկանց: Նրանք ունեն հասարակական պարտականություն, որը երբեմն կարող է հակառակ լինել իրենց գործատուի անմիջական շահերին, և այնուհանդերձ, հենց այս պարտականությունն է, որ հանդիսանում է իրենց գործատուի ֆինանսական հաջողության աղբյուրը:

Քաղաքացիների նկատմամբ հավատարմությունը կազմում է հենց այն բանի իմաստը, որը մենք անվանում ենք լրագրողական անկախություն: Ինչպես հետագայում կտեսնենք, այս տերմինը հաճախ օգտագործվել է որպես հոմանիշ այլ գաղափարների համար, ներառյալ չեզոքությունը, անշահախնդրությունը և անկողնակալությունը: Տերմինների մի շփոթ է ստացվում, որն արտացոլում է լրագրողների կողմից հարցի անորոշ և աղոտ ըմբռնում: Եվ այս շփոթը հասարակությանը փոխանցելով՝ լրագրողներն իրենք

իրենց գլխին փորձանք են բերել. արդյունքում՝ քաղաքացիները, հասկանալի պատճառներով, դարձել են թերահավատ, նույնիսկ՝ զայրացած:

Ընդամին, այն գաղափարը, որ լրագրողները ծառայում են քաղաքացիներին, առաջին հերթին խորապես գիտակցում են լուրերը թողարկողները: «Ո՞ւն համար եք դուք աշխատում» հարցը հատկապես բուռն արձագանքների տեղիք տվեց լրագրողների շրջանում: Նրանց 80 տոկոսից ավելին «լրագրության հիմնական սկզբունքը» համարում էին առաջին հերթին ընթերցողի/ունկնդրի/հեռուստադիտողի առաջ պարտավորված լինելը՝ ըստ լրագրության արժեքների վերաբերյալ 1999 թվականի հարցումների արդյունքների, որ անցկացրել էին Հանուն Մարդկանց և Մամուլի Փյուն հետազոտական կենտրոնը և Մասնագիտության խնդիրներով մտահոգված լրագրողների կոմիտեն⁸⁰: Չարգացման հարցերով զբաղվող հոգեբանների հետ ունեցած անհատական բաց և խորը հարցազրույցների ժամանակ լրագրողների ավելի քան 70 տոկոսը նույն ձևով՝ առաջին հերթին «լսարանին» հավատարիմ լինելն են համարել ամենակարևորը, ավելի կարևոր, քան գործատուին կամ հենց իրենց, իրենց մասնագիտությանը կամ նույնիսկ՝ ընտանիքին հավատարիմ լինելը⁸¹:

- Ես միշտ աշխատել եմ այն մարդկանց համար, ովքեր միացնում են հեռուստացույցը,- ասում է Նիք Քլունին՝ Լոս Անջելեսում և այլ տեղերում աշխատած նախկին լրահավաք լրագրողներից մեկը: «Միշտ: Ամեն անգամ, երբ ես քննարկումներ էի ունենում գլխավոր տնօրենի կամ տնօրենների խորհրդի անդամներից որևէ մեկի մոտ, իմ հիմնական ուղեցույցը միշտ եղել է. «Ես ձեզ համար չեմ, որ աշխատում եմ: Դուք ինձ աշխատավարձ եք վճարում, և ես շատ գոհ եմ դրանից: Բայց ճշմարտությունն այն է, որ երբ հարցը վերաբերում է հավատարմությանը, ապա ես հավատարիմ եմ այն մարդուն, ով միացնում է հեռուստացույցը... Երբ ես իմ այս դիրքորոշումը պարզաբանում էի նրանց, երբեք ոչ մի հարց չէր առաջանում»⁸²:

Հարցի այսօրինակ ըմբռնման հեշտությամբ չեն հասնում: Միայն տասնիններորդ դարի վերջին էր, որ թերթերի խմբագիրները սկսեցին քաղաքական գաղափարախոսությունը փոխարինել խմբագրի անկախությամբ: Այս ինտելեկտուալ և ֆինանսական անկախության ամենահայտնի հայտարարագիրը հռչակվեց 1896-ին, երբ Ադոլֆ Օչս անունով մի երիտասարդ հրատարակիչ Թենիսից գնեց դժվարության մեջ ընկած *Նյու Յորք Թայմզ-ը*: Օչսը համոզված էր, որ նյույորքցիներից շատերն էին հոգնել Ուիլիամ Ռանդոլֆ Հըրսթի և Ջոզեֆ Փուլիցերի դատարկ սենսացիաներից և սիրով կողջունեին լրագրության ավելի ճաշակով, ավելի հստակ ոճը: «Գործարար հայտարարություն» պարզ վերնագրի տակ Օչսը իր սեփականատեր դառնալու հենց առաջին օրը հրապարակեց այն խոսքերը, որոնք հետագայում դարձան նրա ժառանգությունը: Նրա «անկեղծ և ազնիվ նպատակն էր լուրերը հաղորդել անկողմնակալ ձևով, առանց վախի կամ առանձնահատուկ սիրալիրության, անկախ առնչություն ունեցող կուսակցություններից, աղանդներից կամ շահերից»:

⁸⁰ CCJ and the Pew Research Center for the People and the Press, “Striking the Balance: Audienc Interests, Business Pressures and Journalists’ Values” (March 1999), 79.

⁸¹ Research findings by our academic partners William Damon, Howard Gardner and Mihaly Csikszentmihalyi.

⁸² Nick Clooney, interview by Damon et al.

Ուրիշ հրատարակիչներ էլ էին անկախության մասին հայտարարություններ արել, բայց, ինչպես գրում են հեղինակներ Ալեքս Ջոնսը և Սյուզան Թիֆթը, Օչսը «իսկապես հավատում էր իր գրածին»⁸³: Թերթերը երկրով մեկ արտատպեցին նրա հայտարարությունն ամբողջությամբ: Երբ *Թայմզ-ը* սկսեց դառնալ ամենաազդեցիկ թերթը Նյու Յորքում և ապա՝ աշխարհում, մյուսներն էլ հետևեցին Օչսի մոդելին՝ իրենց բիզնես-պլանը հիմնելով այն գաղափարի վրա, որ քաղաքական և ֆինանսական շահերի նկատմամբ լսարանին առաջնահերթություն տալը հանդիսանում է լավագույն երկարաժամկետ ֆինանսական ռազմավարությունը: Օրինակ, 1933 թվականին, *Վաշինգտոն Փոստ-ը* գնելուց հետո Էժենի Մեյերը կազմեց սկզբունքների մի փաթեթ, որտեղ, մյուս կետերի հետ միասին, ասված է. «Ճշմարտությանը հետամուտ լինելիս թերթը պատրաստ է նյութական զոհողությունների գնալ, եթե գործերի նման ընթացքն անհրաժեշտ լինի հանուն հասարակական բարօրության»:

Երբ սեփականատերերը սկսեցին տարփողել խմբագիրների անկախությունն իրենց շուկայավարական պրակտիկայում, խմբագիրները կառչեցին դրանից՝ իրենց պրոֆեսիոնալիզմը կատարելագործելու համար: Մալքոլմ Բինգեյը՝ *Դետրոյթ Ֆրի Փրես-ի* թղթակիցներից մեկը, սկսեց հետևել Թերթերի խմբագիրների ամերիկյան ընկերության ստեղծման և զարգացման գործընթացին: 1912 թվականի մի ամառային գիշեր, Ռոքի սարերում խմբագիրների մի խումբ էր հավաքվել՝ առաջին անգամ ծանոթանալու Գլասիեր ազգային արգելանոցին: «Երբ նրանք նստած էին խարույկի շուրջը, նրանք լսում էին, թե ինչպես էր (Կասպեր) Յոսթը (*Սենտ Լուիս Գլոուբ-Դենոքրաթի* խմբագրական էջի խմբագիր) քննարկում մի գաղափար, որը համակել էր իրեն: Յոսթի երազանքն ամերիկյան լրագրերի խմբագիրների մի էթիկական կազմակերպություն ստեղծելն էր... Ավելի արդարացի կլիներ, որ հիշվեր Փոքր Կասպերը, որին նրա ժամանակակիցները *Մկնդեղ և Հին ժանյակ* մականունն էին տվել, որպես մի մարդու, որը ստեղծեց մամուլի պատասխանատվության ժամանակակից կոնցեպցիան՝ մի գաղափարախոսություն, որն այսօր հաճախ կորչում է մամուլի ազատության մասին ավելի դրամատիկ «ծեծկռտուքների» մեջ»⁸⁴:

Կազմակերպության էթիկայի կողքեսն ամենաբարձրը դասում էր հետևյալը: «Անկախություն: Ազատություն ամեն տեսակի պարտավորություններից, բացի հասարակական շահերին հավատարիմ լինելուց. այս է էականը», - ասված է այնտեղ: «Անձնական շահն ընդհանուրի բարեկեցությունից բարձր դասելը, ինչ պատճառով էլ դա լինի, համատեղելի չէ ազնիվ լրագրության հետ... Խմբագրի մեկնաբանությունների մեջ կողմնակալությունը, որը գիտակցորեն հեռանում է ճշմարտությունից, խաթարում է ամերիկյան լրագրողական ոգու լավագույն ավանդույթները. լուրերի թողարկումներում այն կործանարար գործոն է դառնում մեր մասնագիտության հիմնարար սկզբունքների համար»:

Ուոլ Սթրիթ Ջորնլ-ը, որը ոչ պակաս հաջողություն ունեցող կան ֆինանսապես բարգավաճ կազմակերպություն է, ցույց տվեց, թե ինչպես է տարածվում լսարանին ծառայելու սկզբունքը: Երբ 1980-ականներին նրա

⁸³ Alex Jones and Susan Tiffit, *The Trust: The Powerful and Private Family Behind the New York Times* (Boston, New York, London: Little, Brown 1999) 43.

⁸⁴ Paul Alfred Pratte, *Gods Within the Machine: A History of the American Society of Newspaper Editors, 1923-93* (Westport, Conn: Praeger, 1995), 2.

թղթակիցներից մեկին՝ Ֆոսթեր Ուիմանսին, բռնեցին կազմակերպության ներսում ծավալած ներքին անմաքուր գործարքների մեջ, լրագիրը ստիպված եղավ վերանայել և նորից գրել իրենց էթիկայի կոդեքսը՝ վարքականոնը: «Այս կոդեքսի հիմնական նախադրյալն այն է, որ Դաու Ջոնսի հեղինակությունը մեր հրապարակումների որակի, անկախ լինելու և համակողմանիության առումով հանդիսանում է մեր հիմնարկության սիրտն ու հոգին»: Սա ֆինանսական հայտարարությունն էր, ոչ թե լրագրողական, ճիշտ այնպես, ինչպես մյուս լրատվական կազմակերպություններում էր արվում: «Դաու Ջոնսը չի կարող ծաղկել, եթե մեր սպառողները չգիտակցեն, որ մեր վերլուծությունները մեր միանգամայն անկախ դատողություններն են, ոչ թե մեր նախասիրությունները կամ մեր ունեցած աղբյուրների, գովազդողների կամ լրատուների գերապատվությունները»⁸⁵:

Լրագրերը մոնոպոլիաներ դարձան 1960-ականներին և ընդհանրապես դադարեցին նման հայտարարություններ հռչակել, բացառությամբ՝ ինչպես *Ջորնրլ-ի* դեպքում, ճգնաժամերի ժամանակ հայտարարություններ անելուց: Սակայն հեռուստատեսային լրագրությունը, որը շատ ավելի մրցակցային է, դեռևս շարունակում էր հասարակության անունն օգտագործելով իրեն շուկա հանել: Ամբողջ 1990-ականներին, օրինակի համար, մամուլի վերաբերյալ աճող կասկածների ամենաթեժ ժամանակներում, «Ջեր անունից» և «Ջեզ համար ենք աշխատում» կարգախոսներն ամենատարածվածն էին տեղական հեռուստատեսությունների նորությունների թողարկման ծրագրերում: Հեռուստատեսությունների ներքին, ինչպես նաև ֆոկլուս խմբերով հետազոտությունը, որն իրականացրել էր Հանուն գերազանց լրագրության ծրագիրը, գտնում է, որ դրանք նաև ամենաարդյունավետ կարգախոսներն էին»⁸⁶:

Անկախությունից դեպի մեկուսացում: Ինչպես պատահում է պրոֆեսիոնալ շատ գաղափարների հետ, այդպես և խմբագրի անկախության գաղափարը միառժամանակ հետո հայտնվեց պաղ մեկուսացման մեջ: Երբ լրագրողները փորձում էին պատվով պահել և պաշտպանել իրենց այդքան գուրգուրանքով ձեռք բերած անկախությունը կուսակցական և կոմերցիոն ճնշումներից, նրանք տեղ-տեղ անկախությանը հետամուտ էին լինում ինքնապատակ կերպով: Դրսի ճնշումից ազատվելը բերում էր նաև հասարակությունից կտրվածության:

Դա մասամբ արդյունք էր այն բանի, որ լրագրությունը դարձավ պրոֆեսիոնալ աշխատանք: Քանի լրագրողներն ավելի կրթված էին դառնում, իսկ մամուլը կազմակերպվում էր որպես լրատվական հաստատությունների ցանց, ընկերությունները սկսում էին իրենց լրագրերը և հեռուստակայաններն օգտագործել որպես կրթական համակարգեր՝ փոքր շուկայում լրագրողներին նախապատրաստելով մեծ շուկայի հանձնարարությունների համար: 1997-ին արդեն, ըստ մի հետազոտության, թերթերի լրագրողների երկու երրորդը չէին մեծացել այն համայնքներում, որոնց լուրերը նրանք մեկնաբանում էին⁸⁷: Լրագրողների մեծամասնությունն ավելի «քիչ կապվածություն էր» զգում

⁸⁵ Dow Jones Company, Dow Jones Code of Conduct, New York City 2000.

⁸⁶ Project for Excellence in Journalism, local TV project focus groups, 26 January 1999 in Atlanta and 28 January 1999 in Tuscon.

⁸⁷ American Society of Newspaper Editors, “The Newspaper Journalits of the ‘90s” 9 a study, 1997).

համայնքի նկատմամբ, քան այդ համայնքում ապրող մարդիկ, որոնք ընդամենը ութը տարի առաջ էին տեղափոխվել այնտեղ բնակվելու⁸⁸։ Լրագրողները վերածվում էին տարանցիկ, միայն լրագրողական համայնքի բնակիչների, «նոր բեղվիներ» մի դասի։

Աճող մեկուսացմանը նպաստող երկրորդ գործոնը լրագրության տոնի փոփոխությունն էր։ Վիետնամից ու Ուոթըզեյթից, այնուհետև 24-ժամյա կաբելային լրատվության մուտքից հետո լրատվությունը դառնում է նկատելիորեն ավելի սուբյեկտիվ և քննադատող⁸⁹։ Լուրերի տեսությունների ուշադրության կենտրոնում ավելի շուտ մարդկանց արտահայտած տարբեր կարծիքների մեջ հաշտության եզրեր փնտրելն է դառնում, քան պարզապես տեղեկատվությունը հաղորդելը։ Մի նշանակալի ուսումնասիրություն պարզել էր, որ ընտրությունների տարիներին հեռուստատեսությամբ ամեն երեկո թողարկվող նորությունների ծրագրում, օրինակ, յուրաքանչյուր թեկնածուից արած մեջբերմանը, կարգախոսին կամ ծրագրային արտահայտությանը տրամադրած ժամանակը 1968-ին գրանցված 43 վայրկյանից 1988-ին կրճատվել-դարձել էր ընդամենը 9 վայրկյան⁹⁰։ Այնինչ՝ մեկ լրագրողի ելույթ-հաղորդումները պատմություններն ամփոփելիս դարձել էին ավելի երկար և քննադատական⁹¹։ Լրագրերում, ինչպես տարբեր ուսումնասիրություններ ցույց են տվել, նյութերը սկսեցին իրենց ուշադրությունն ավելի քիչ կենտրոնացնել թեկնածուների ասածների վրա և ավելի շատ՝ նրանց հայտարարությունների տակտիկական շարժառիթների վրա⁹²։ *Նյու Յորք Թայմզ-ի* և *Վաշինգտոն Փոստ-ի* առաջին էջերի ուսումնասիրությունից պարզվել է, որ «անմիջական լուրերի» քանակը նվազել է, իսկ մեկնաբանող և վերլուծական պատմությունների քանակը՝ աճել։ Հաճախ նման վերլուծական պատմությունները չեն գրանցվել կամ առանձնացվել որպես վերլուծություններ⁹³։ Մամուլում սկսեց հայտնվել մի նոր ժարգոն, որն օգտագործվում էր հասարակական կյանքի վարագույրը հետ քաշելու համար, ներառյալ այնպիսի տերմիններ, ինչպես «spin doctor» (մի անձնավորություն, որի գործը գաղափարներն ու փաստերը շատ ավելի բարենպաստ լույսի ներքո ներկայացնելն է, քան նրանք իրականում կան) և «photo op»։ Ժամանակի ընթացքում դա լրագրողների դատապարտելի վարքագծի մասին ծնեց մի նոր ժարգոն, օրինակ, այնպիսի արտահայտություններ, ինչպիսիք են «feeding frenzy» և «gotcha journalism»։

Որոշ մարդկանց ձեռքբերում այս ընդգծված մեկնաբանողական ոճն ավելի, քան ցանկացած այլ բան, ծառայում է հասարակական կերպար ստեղծելու լրագրողական աշխատանքին։ 2000 թվականի նախագահական

⁸⁸ Նույն տեղում։ 1998-ին հարցվողների 41%-ը գտնում էր, որ իրենք ավելի քիչ են ներգրավված, քան ուրիշները։ 1996-ին այդ թիվը հասել էր 55%-ի։

⁸⁹ Tom Rosenstiel, “The Beat Goes On: Clinton’s First Year with the Media”, Twentieth Century fund essay, p. 30. 1993 –ի նախաշեմին New York Times, Los Angeles Times, Washington Post թերթերի առաջին էջերի երկու ամիս տևած ուսումնասիրությունները ցույց տվեցին, որ ընդամենը պատմությունների կեսից մի փոքր ավելին կարելի է դասել անմիջական նորությունների շարքը, մինչդեռ պատմությունների գրեթե 40%-ը հանդիսանում էին իրադարձությունների վերլուծություններ կամ մեկնաբանություններ։

⁹⁰ Daniel Hallin, “Sound Bite News: Television Coverage of Elections, 1968-88,” *Journal of Communications* 42, (spring 1992): 6.

⁹¹ Նույն տեղում, 11։

⁹² Joseph N. Capella and Kathleen Hall Jamieson, *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good* (New York: Oxford University Press, 1997), 31.

⁹³ Rosenstiel, “The Beat Goes On”, 30.

քարոզարշավին հանգեցնող ժամանակաշրջանում քաղաքական թղթակից Մայքլ Քելին ծաղրանքի ենթարկեց դեմոկրատ Ալ Գորին՝ իր գյուղական ծագումը որպես խաղաքարտ օգտագործելու համար: «Ֆերմեր Ալը» գրվածքը ծաղրում էր այն փաստը, որ Գորն իր երիտասարդ տարիներին, մինչ իր հայրը ծառայում էր Միացյալ Նահանգների Սենատում, ավելի շատ ժամանակ էր անցկացրել Վաշինգտոնյան մի հյուրանոցում, քան՝ թենեսիում:

Ալը վազում էր ընդարձակ հարկաբաժիններում: (Գոր ագարակատունը վեց ընդարձակ սենյակներ էր զբաղեցնում Ֆերրֆաքս հյուրանոցի վերևի հարկում, և Ալը հպարտ էր դրանով: Վաշինգտոնում շատ չէին այն ընտանիքները, որոնց վերին հարկի սենյակները վայելում էին արևամուտի և արևածագի փառահեղ տեսարանները)... Վազելիս նա ուտում էր, մի պահ կանգ առնելով՝ իր հավատարիմ երկսայր կացինը ջրհորդանների կանգնակից վերցնելու համար⁹⁴:

Քելիի խիստ զվարճալի գրվածքը գովեստի արժանցավ Գորի բարեպաշտությունը դիմակազերծ անելու համար: Խնդիրն այն է, որ տասներկու տարի դրանից առաջ, նախքան իր սուր լեզվով հայտնի վաշինգտոնյան մեկնաբան դառնալը, Քելին, որպես *Բայթիմոր Սան-ի* լուրերի թղթակից, միևնույն փաստերը ներկայացրել էր արդեն որպես իրական եղելություն, այլ ոչ՝ երեսպաշտությունը ծաղրող բացահայտում:

Այնտեղ՝ ֆերմայում, իր հոր պարտադրանքներով և մոր հակառակություններով ծանրաբեռնված, կյանքն ուրիշ էր: «Ամռանը ես ստիպված էի լինում արթնանալ արևածագից առաջ և անասուններին կեր տալ», - ասում է Գորը: «Հետո ես պետք է մաքրեի խոզանոցը... Ապա ես ագարակում աշխատում էի ամբողջ օրը, իսկ երեկոյան ճաշից առաջ կերակրում անասուններին»: Անկասկած, պարոն Գորը դեռ վաղ պատանեկության տարիներից շատ լուրջ և աշխատասեր անձնավորություն էր»⁹⁵:

Մի քանի լրագրողներ նույնիսկ սկսել էին անհանգստանալ, որ իրենց գործընկերներից շատ-շատերն էին անցել ցինիզմը թերահավատությունից զատող սահմանագիծը, տարվել էին մի տեսակ լրագրողական միհիլիզմով՝ ոչնչի չհավատալու փիլիսոփայությամբ: Ֆիլ Թրունշտայնը՝ *Սան Խոսե Մերկուրի Նյուս -ի* երբեմնի խմբագիրը, այնքան էր մտահոգվել, որ այդ թեմային նվիրված մի ակնարկ գրեց Մասնագիտության խնդիրներով մտահոգված լրագրողների կոմիտեի համար: «Թվում է, թե վատագույնը, որի մեջ կարելի է որոշակի հասարակական շրջաններում մեղադրել լրագրողին կամ թղթակցին, ոչ թե ոչ՝ ճշգրիտ կամ անարդարացի լինելն է, այլ՝ դյուրահավատությունը»⁹⁶:

Խնդրի ամենակարևոր մասը, ինչպես գրում են Փենսիլվանիայի համալսարանի պրոֆեսորներ Ջոզեֆ Ն. Կապելան և Քեթլին Հոլ Ջեյմիսոնը իրենց *Ցինիզմի պարույրը. մամուլը և հասարակության բարոյությունը* գրքում,

⁹⁴ Michael Kelly, "Farmer Al," Washington Post, 24 March 1999.

⁹⁵ Michael Kelly, "Gore: 'His wife, his public life, it's all been too perfect,'" *Baltimore Sun*, 13 December 1987.

⁹⁶ Philip J. Trownstein, "Cynicism and Scepticism", speech delivered at CCJ Washington D. C., forum, 27 March 1998.

այն է, որ լրագրությունը գնալով ավելի շատ է իր ուշադրության սևեռման առարկա դարձնում հասարակական պաշտոնյաների մղումներն ու շահագրգռությունները, քան՝ նրանց գործողությունները: Հասարակական կյանքի «ինչ» հարցից շեղվելով դեպի «ինչու»-ն, ըստ նրանց, լրագրողները հասարակական կյանքը «սահմանափակում էին ներքին շրջանակներով», այն դարձնելով քաղաքական գործիչների անձի և հոգեբանության քննության առարկա, ու ավելի քիչ գրելով պետական քաղաքականության մեջ նրանց ունեցած ազդեցությունների մասին, որոնք բացասական ազդեցություն էին թողնում քաղաքացիների վրա: Այս ցինիկ կենտրոնացումն, այնուամենայնիվ, միտում ուներ լրագրությունն ավելի շատ հեռացնելու քաղաքացիներից:

Եվ վերջապես, այս սողոսկող լրագրողական մեկուսացումը համընկել էր շատ թերթերի և ապա՝ հեռուստակայանների գործարար ռազմավարության հետ՝ շահույթները խթանել ամենահարուստ և ազդեցիկ լսարանի հետևից գնալով, ոչ թե ամենաբազմամարդ լսարանը գրավելով: Հեռուստատեսության պարագայում սա նշանակում էր, որ լրատվությունը համապատասխանեցվում էր 18-ից 49 տարեկան կանանց հետաքրքրություններին, ովքեր կայացնում են տնային գնումների վճիռների մեծ մասը: Լրագրերի դեպքում սա նշանակում էր շրջանառությունը սահմանափակել՝ առաջնորդվելով ավելի հարուստ թաղամասերի փոստային կողերով: Երբ տեղեկատվությունը կողմնորոշվում է հատուկ լսարանի վրա, ընկերությունը տեսականորեն ավելի քիչ ստանում է ավելի շատ. ավելի փոքր լսարանի դեպքում ավելի բարձր է լինում գովազդային վճարների սանդղակը: Սա նաև նշանակում էր, որ լրագիրը կամ հեռուստակայանը կարող էր անտեսել հասարակության որոշակի մասի վերաբերյալ լուրերի տեսությունը, որը նույնպես փող է տնտեսում: Այլ կերպ ասած, մեկուսացումը դարձել էր բիզնես ծրագիր: Այն բանից հետո, երբ *Միներապոլիս Սթար Թրիբյուն-ը* 1990-ականների կեսերին երեք տարվա մեջ կորցրեց շրջանառության 4 տոկոսը, հրատարակիչ Ջոյել Կրամերն ասաց *Նյու Յորք Թայմզ-ին*. «Մենք ավելի առողջ բիզնես ենք հիմա, որովհետև մենք ավելի շատ ենք զանձում ընթերցողներից և ունենք զգալիորեն ավելի փոքր շրջանառություն»⁹⁷: Երևի չգտնվի նման մտածողության դրսևորման ավելի փայլուն օրինակ, քան *Բլումինգդեյլի* գործադիր տնօրենի մասին հայտնի պատմությունը, որը Ռուփերտ Մըրդոքին ասել է, որ խանութը գովազդ չի զետեղում նրա *Նյու Յորք Փոստ-ում*, «որովհետև ձեր ընթերցողները մեր խանութից ապրանք թոցնող գողերն են»: Չնայած սա գուցեև իրական պատմություն չէ, բայց լրագրային գործի մեջ այն դարձավ քաղաքային լեգենդ, որովհետև միանգամայն սպառիչ կերպով պատկերում էր այդ արտադրությունում գերակայող աշխատաձևը:

Մեկուսացման դեմ արձագանքը: Չնայած այդ ժամանակ քչերն էին գիտակցում, սակայն լրատվության անկախության շուրջ արդեն սկսել էր բարձրանալ վերազնահատման ալիքը: Սկզբնական պատճառն այն էր, որ բնակչության որոշակի շերտերի հանդեպ կողմնորոշվելու գործարար ռազմավարությունը սկսել էր հակընդդեմ արդյունք տալ: Առանց թերթի շրջանառությունը մեծացնելու դրամ վաստակելը հաջողությամբ էր պասկվել,

⁹⁷ Lou Urenick, “Newspapers Arrive at Economic Crossroads,” Nieman Reports, special issue, summer 1999.

որովհետև լրագրությունն այնպիսի մի մոնոպոլիա էր, որին հաջողվել էր իր գովազդային հիմքը ստեղծել, բնական համարելով դա: Մոտավորապես 1998 թվականին, ամերիկյան մանրածախ և հաղորդակցական տեխնոլոգիաների ոլորտում կատարվող տեղաշարժերին զուգընթաց, այն սկսեց սասանվել: Մթերային խանութները և հանրախանութները, որ կազմում էին լրագրերի ֆինանսական ողնաշարը, սկսեցին երերալ սնանկացման, հիմնարկությունների միաձուլումների և պարտքերի պատճառով: Ջեդչոլ աշխատող մանրավաճառները, որոնք փոխարինելու եկան նրանց, լրագրային գովազդ չէին պատվիրում: Քանի որ ամեն ինչ ամեն օր զեղչի էր ենթարկվում, նրանք դրա մասին հատուկ հայտարարելու կարիք չունեին: Ըստ Սենֆորդ Ս.Բերնշտայնի՝ 1980-1991 թվականների միջակա 11 տարիների ընթացքում մեծ քաղաքների օրաթերթերում գովազդի բաժինը նվազել էր 8 տոկոսով⁹⁸: Միայն 1991 թվականին մամուլի արդյունաբերությունը 4.9 տոկոսով անկում ապրեց մանրածախ առևտրի գովազդի սղության պատճառով՝ պատմության մեջ ամենակտրուկ անկման տարին: Նման տեսակի մի տեղաշարժ էլ իր բացասական ազդեցությունը թողեց հեռուստատեսության վրա, երբ հեռուստադիտողը սկսեց աստիճանաբար թեքվել դեպի լրատվական «պսևվորոգրերը», կաբելային հեռուստատեսության հաղորդումները և, ի վերջո, ինտերնետը:

Քանի որ լրագրողական բիզնեսը գնալով ավելի դժվարանում էր, տնօրենները փորձում էին նոր ձևով կազմակերպել իրենց աշխատանքը: Թերթերի համար դա մեծ մասամբ նշանակում էր ծախսերի կրճատում, լրատվությունն ավելի հետաքրքրական դարձնելուն ուղղված ներդրումների կրճատում: 1992-ից մինչև 1997 թվականը ավելի փոքր թերթերն իրենց բյուջեներում լուրերի համար հատկացրած բաժինը կրճատեցին 11 տոկոսով, իսկ ավելի մեծ թերթերը՝ 14 տոկոսով: Դրա փոխարեն, մամուլի արդյունաբերությունն ավելի շատ ներդրումներ արեց շուկայավարության մարքեթինգի մեջ⁹⁹:

Ծախսերը կրճատելու հետ մեկտեղ, գործատերերը սկսեցին ավելի շատ հաշվետվություններ պահանջել իրենց խմբագիրներից: Նրանք լրագրողների առջև իրենց աշխատանքն արդարացնելու պահանջ դրեցին նաև: Գործարար մարդկանց ձեռքին կային շուկայի հետազոտություններ և ամեն տեսակի նոր տեխնոլոգիաներ, հեռուստատեսության ընդհանուր առաջին փայլուն տվյալները, ֆոկուս խմբերի տվյալները, նույնիսկ ինֆրակարմիր ակնոցներ, որոնք էջը կարդալիս հետևում էին ընթերցողի աչքերի շարժումներին: Գործատերերը հույս ունեին, թե ավելի շատ տեխնոլոգիաներ օգտագործելու դեպքում լրագրողներն ավելի շատ բան կկարողանային անել շրջանառությունն ավելացնելու համար և հասարակության մեջ այդքան անփառունակ վարկ չէին ունենա:

Գործարարների և լրագրողների միջև սկսեց անջրպետ առաջանալ, ու նույնիսկ ավելի վատ՝ անջրպետ էր առաջանում նաև թղթակիցների և լրատվական բաժինների տնօրենների միջև: Խնդրի գործարար կողմը լրագրողները դիտարկում էին որպես լրագրողական անկախությանը սպառնացող մի հանգամանք և վախենում էին, որ հաշվետու լինելու պահանջը սոսկ մի ծածկագիր է գովազդողներին տեղեկատվությունը ձևավորելու

⁹⁸ Նույն տեղում, 6:

⁹⁹ Նույն տեղում, 5:

հնարավորություն տալու համար: Գործարար կողմը սկսեց զարմանալ, թե ինչու լրատվության աշխատակիցներն այդքան ոչ ճկուն են գտնվում փոփոխությունների նկատմամբ. գուցե իրենց լճացման պատճառը հենց լրատվության այդ տխրահոռչակ մեկուսացվածությունն էր:

«Շատ թղթակիցներ այն կարծիքի են, որ իրենց խմբագիրները փախուստի են դիմել», - մի օր թերթերի խմբագիրների ամերիկյան ընկերության ժողովի ժամանակ բացատրում էր *Նյուհաուս Նյուս փեյփրզ-ի* վաշինգտոնյան գրասենյակի պետ Դեբորա Յաուվելը:

Այս երկու կողմերն ըստ էության միմյանցից անջատված էին ոչ այնքան իրապես, որքան պայմանականորեն, հռետորիկ ձևով: Իսկական կռիվը ոչ թե արժեքներին, այլ՝ փոփոխության բնույթին էր վերաբերում: Փոփոխության կողմնակիցները համարում էին, որ իրենք պայքարում են մամուլի արտադրության գոյատևման համար: Դիմադրողները գտնում էին, որ իրենք պաշտպանում են մասնագիտական էթիկան, որը հանդիսանում էր այդ արդյունաբերության հաջողության հիմքը:

Այնուամենայնիվ, այս տրոհումն ունեցավ իր վնասակար հետևանքները: Դրանցից մեկն այն էր, որ նորարարներին սկսեցին դատապարտել: Երբ *Սիեթլ Թայմզ-ից* Մայք Ֆանչերը 1990-ականների սկզբին առաջարկեց, որ խմբագիրներն ավելի շատ գործարար գիտելիքներ ձեռք բերեն իրենց պաշտպանել կարողանալու համար, նրանից սկսեցին խուսափել: Նույն կերպ «հասարակական» կամ «քաղաքացիական» լրագրություն կոչվող շարժումը մի շարք հրաշալի գաղափարներ առաջարկեց այն մասին, թե ինչպես կարելի է նոր աշխատածներ կիրառելով վերամիավորվել հասարակության հետ: Օրինակ, կարելի է պարզել, թե ընտրողները ինչով են ամենից ավելի հետաքրքրված, և ապա՝ քաղաքական թեկնածուներին խնդրել, որ նրանք հատկապես այդ խնդիրներով զբաղվեն: Բայց իհարկե, ոչ բոլոր փորձերը հաջողությամբ ավարտվեցին: Եղան դեպքեր, երբ հարցումներին խիստ բառացիորեն էին հետևում, և հնարավորություն էին ստեղծում թելադրել լուրերի մեկնաբանությանը, կամ՝ քաղաքացիական լրագրության դրոշմ օգտագործվում էր շուկայական զեղծարարությունների համար: Ազգային մամուլի սերուցքը կազմող շատ լրագրողներ փոփոխությանը դիմակայելու համար կառչում էին նման դեպքերից:

Առաջացած անդունդի մյուս հետևանքը եղավ այն, որ լրատվական գրասենյակներում հայտնվեցին այնպիսի բիզնեսներ, որոնք սկզբունքորեն հակառակ էին լրագրության և քաղաքացիների շահերի մեծ մասին: Լրատվական գործի հաշվետու լինելն ապահովելու ամենատարածված եղանակներից մեկը խթանիչ (incentive) ծրագիրն էր, որը կոչվում էր Նպատակային կառավարում (Management by Objective) կամ MBOs: Այդ կոնցեպցիան, որի հեղինակն էր 1950-ական թվականներին մեներջմենթի գուրու համարվող Փիթր Ֆ. Դրակերը, պարզ էր. նպատակներ առաջադրելով և դրանց հասնելու համար պարգևներ կցելով, ընկերությունը կարող է ստեղծել մի հարակցված համակարգ թե՛ գործադիրների աշխատանքի համաձայնեցման, թե՛ այն վերահսկելու համար:

Այսօր հեռուստատեսային և հրատարակչական լրատվության տնօրենների մեծ մասն ունեն MBO-ներ¹⁰⁰: Դրանցից շատերն այնպիսի կառուցվածք ունեն, որ ականա խեղաթյուրում և քայքայում են կամ

¹⁰⁰ Հեռուստալրատվական աշխատողների հետ ունեցած հարցազրույցներից մեկը հանգել ենք այն եզրակացության, որ այդ պրակտիկան հավասարապես բնորոշ է նաև հեռարձակմանը:

լրագրության դերը, կան հասարակության պահանջները: Մի հարցման ժամանակ, որ կազմակերպել էր *Ամերիկյան թերթերի վիճակը* ծրագիրը, խմբագիրների 71 տոկոսն ասացին, որ իրենց ընկերություններում կիրառվում են այդօրինակ MBO-ներ: Իսկ այդ համակարգով աշխատողների կեսն ասացին, որ իրենց եկամուտի 20-ից 50 տոկոսը կախված է հենց այդ ծրագրից: Բացի այդ, խմբագիրների մեծ մասը նշեց, որ իրենց պարզևավճարի կեսից ավելին պայմանավորված է իրենց թերթի ֆինանսական կատարողականով:

Ի՞նչն է սխալ այս պրակտիկայում: Ի վերջո, ի՞նչ օգուտ լրագրությունից, եթե այն չի վաճառվում:

Բանն այն է, որ երբ լրագրի եկամուտը կապում ենք կազմակերպության ֆինանսական կատարողականի հետ, արդյունքում աղճատվում է լրագրողի հավատարմության ելակետը: Ընկերությունն ակնհայտ կերպով առաջադրում է, որ լրագրողի հավատարմության մի մեծ մասը ընթերցողից, ունկնդրից կամ հեռուստատիտողից առաջ բաժին ընկնի մայր կորպորացիային և բաժնետերերին: Իսկ եթե գովազդողը պարզորոշ կերպով հասկացնի՞, որ եկամուտն ավելի կմեծանա, եթե որևէ հարցի լուսաբանումը կասեցվի, կամ եթե մի որևէ կոնկրետ թղթակից հեռացվի աշխատանքից, կամ անձնակազմի մի փոքր տեղաշարժ արվի, այդ դեպքում՝ ի՞նչ: Ե՞րբ է գովազդողը ձգտել, որ գործարար կոռուպցիան կամ գնասահմանումներն ավելի մեծ լուսաբանման արժանանան: Ինչպե՞ս կարող ես լուրեր հաղորդել առանց մտավախության կամ բարեհաճ լինելու, երբ դու խմբագրիդ ասում ես, թե նրա ամենակարևոր խնդիրներից մեկն այս եռամսյակի համար դրան վաստակելն է: Ընկերության վերջնահաշվարկի հետ կապված MBO-ները կիսում են այդ հավատարմությունը:

Սանդրա Ռաուլին՝ *Փորթլանդ Օրեգոնիան-ի* խմբագիրը, ասում է, թե լավ բան է սեփական լրագրողներին գործարարություն սովորեցնելը: Խնդիրն այն է, թե ի՞նչ կրոնի եք դուք դավանում՝ որն է ձեր հավատամքը: Նրանք լրագրողներ են, որ հասկանո՞ւմ են բիզնեսից: Թե՞ նրանք գործարարներ են, ովքեր հասկանում են լրագրությունից: Տարբերությունը հավատարմության խնդիր է: Արդյո՞ք կորպորացիոն կուլտուրան հիմնված է այն համոզումների վրա, որ քաղաքացիներին ծառայելու նվիրվածությունը կհանգեցնի վճարունակության: Թե՞ կորպորացիոն կուլտուրան հիմնված է շահույթը գերազույնին հասցնելու վճռականության վրա՝ նույնիսկ քաղաքացիներին հուզող խնդիրների անտեսման հաշվին:

Իրենց նվիրվածության առարկայի շուրջ լրագրողներին շփոթության մեջ զցելը միշտ էլ ունեցել է իր շոշափելի հետևանքները: Երբ *Ֆորքս* ընկերությանը կից լրատվական հեռուստակայանը թեմեսիում խոստումնալից համարվեց այն բանից հետո, երբ դրական լուսաբանումներ տվեց իրենց կայանով գովազդողներին, դա խթանեց էլեկտրոնային հաղորդակցության համակարգով լրատվական միջոցներին նորություններ մատակարարող կազմակերպությունների առաջացումը: Այն, ինչ լուրերի նյութ չէր, ավելի ընդունված պրակտիկա էր, քան նույնիսկ շատ լրագրողներ գիտակցում էին: «Դա միշտ կատարվում է աչքի թարթումով կամ գլխի մի շարժումով.... հատկապես փոքր շուկաներում, որտեղ դժվար է շահույթ ստանալը», - ասում էր FOX-ի նախկին գործադիրներից մեկը, որի ինքնությունը ուզում ենք պաշտպանած լինել: «Եվ նույնիսկ ավելի սովորական է դարձել այն պրակտիկան, որ երբ դու որևէ պատմության վրա ես աշխատում, շարունակ մեջդ նստած է այն գիտակցությունը, որ քո առաջին հարցազրույցը լինելու է հովանավորիդ հետ»:

Պատճառներն ու մտադրությունները դասական են, ընդունում են լրատվության բազմաթիվ վետերաններ: «Մեզ հարկ է լինում խոսել ինչ-որ մեկի հետ: Եվ հնարավոր է, որ այդ մեկը լինի մի մարդ, որը հովանավորում է մեր շոուները»: Ընդունված ձևերից մեկն էլ կոմերցիոն գովազդը հիմնական հովանավորի հետևում թաքցնելն է, ինչպես օրինակ ավտո-դիլերներին, հասարակական միջոցառումները կամ ուղիղ եթերը, երբեմն՝ լուրերի հաղորդավարներին օգտագործելը կամ հաճախ պարզապես եղանակի կամ սպորտային լուրերի մեկնաբանների ծառայություններին դիմելը:

Քաղաքացիները հաճախորդներ չեն: Գործարար հաշվետվությունները լրահաղորդման գրասենյակ ներմուծելն իր հետ բերում էր նաև գործարար լեզվի օգտագործում: Մի քանի ընկերություններում սա նշանակում էր, որ լրատվության մեջ ներմուծվում էր սպառողական շուկայի լեզուն. ընթերցողները և հեռուստադիտողները դարձել էին «հաճախորդներ», նրանց հասկանալը դարձել էր «շուկայավարություն», իսկ լուրերը դարձել էին «հաճախորդին մատուցած ծառայություն»: «Լավագույն խմբագիրները շուկայավարողներն են»,- ասում է Բոբ Ինգլը՝ *Նայթ Ռիդըրզ-ի* և *Սան Խոսե Մերկուրի Նյուս* թերթի նախկին գլխավոր խմբագիրը, որն այնուհետև դարձավ *Նայթ Ռիդըրզ-ի* լրատվական նոր ձեռնարկումների նախագահ: «Ահա թե ինչ էի ես ջանում անել խմբագիր եղած ժամանակ. անձնակազմիս փորձում էի ստիպել ականջալուր լինել լսարանին: Ես ուզում էի, որ նրանք իմ մասին ասեին. «Ա՛յ թե շուկայագետ է նա»¹⁰¹:

Քչերը դեմ կլինեն այն տեսակետին, թե լրագրողները պետք է շուկայավարություն իմանան, բայց այստեղ ճշգրտությունը կարևոր է: *Հաճախորդ* բառը թե՛ չափազանց սահմանափակող է, թե՛ ոչ ճշգրիտ: Հաճախորդը, ինչպես գրված է անգլերեն լեզվի Ամերիկյան ժառանգություն բառարանում, այն մարդն է, որը «գնում է ապրանք և ծառայություն»: Ժուռնալիստիկայի մեծ մասը գնվող ծառայություն չէ: Այն մատուցվում է ազատ՝ ներառյալ ինտերնետային էջերի մեծ մասը, հանրային շաբաթաթերթերի մեծ մասը, ռադիոնորությունները և հեռուստանորությունները: Հիմնականում մեծ քաղաքների թերթերն ու ամսագրերն են իրականում վաճառվում սահմանված գնով և այն էլ՝ վնասով:

Հաճախորդներին բովանդակություն վաճառելու փոխարեն տեղեկատվությամբ զբաղվող լրագրողներն իրենց լսարանի հետ կառուցում են արժեքների, հեղինակության, խիզախության, պրոֆեսիոնալիզմի և նվիրվածության վրա հիմնված հարաբերություններ: Դրանց շնորհիվ ստեղծվում է հասարակության հետ մի կապ, որը լրատվական կազմակերպություններն այնուհետև վարձով են տալիս գովազդողներին:

Կարճ ասած, լրագրության գործարար հարաբերությունները տարբեր են ավանդական սպառողական շուկայավարությունից և որոշ դեպքերում շատ ավելի բարդ են: Սա մի եռանկյունի է: Լսարանը ապրանք և ծառայություն գնող հաճախորդ չէ: Այնինչ գովազդողը՝ է: Եվ այնուամենայնիվ, հաճախորդ/գովազդողը ստիպված է այդ եռանկյունու մեջ ենթարկվել մի երրորդ անձի՝ քաղաքացուն:

Նույնիսկ ձեռնարկատիրական բիզնեսի այնպիսի մագնատ, ինչպիսին Հենրի Լյուքն է, հասկացել էր այս եռանկյունու մեջ եղած հարաբերությունները: «Եթե մենք ուզում ենք մեզ օժանդակող որևէ մեկին գտնել, թվում է, գովազդողը

¹⁰¹ Overholster, “Editor Inc.,” 54.

իրենից շատ հետաքրքիր տարբերակ է ներկայացնում»,- 1938 թվականին նա ասում էր բարձր աստիճանավորներին: Լյուքի նպատակը, ըստ նրա խոսքերի՝ «լրագրողական հոգու մի փոքրիկ մասնիկից ավելին» կոմպրոմիսի ենթարկելը չէր¹⁰²: Լյուքը պարծենում էր, որ «Ամերիկայում չկա մի գովազդող, որը չհասկանա, որ *Թայմ Ինքորփորեյթիդ-ը* հենց իր շահերից ելնելով է անկախ, այլ ոչ թե չկամությունից դրդված»:

Պատը: Եթե լրագրողներն առաջին հերթին նվիրված են քաղաքացիներին, այդ դեպքում ինչ կարելի է ասել լրատվական ընկերությունում աշխատող մյուս մարդկանց մասին՝ գովազդի վաճառքի, առաքման, շրջանառության, վարորդական, հրատարակչական բաժնի աշխատողների և ընկերության սեփականատիրոջ մասին: Ի՞նչ պետք է քաղաքացին ակնկալի նրանցից: Նրանք ի՞նչ հարաբերություններ ունեն լրատվական գործակալության հետ: Շատերն ասում են, թե լրատվական ընկերությունների թղթակիցների և գործարար մարդկանց միջև գոյություն ունի մի կրակե պատ: *Թայմ Ինքորփորեյթիդ-ի* խմբագիրները ողջունում էին Լյուքի առաջարկած գաղափարը, երբ նա իր ընկերության մեջ գոյություն ունեցող բաժանումը համեմատում էր եկեղեցու /լրատվության մարդիկ/ և պետության /գործարարներ/ բաժանման հետ: Ռոբերտ Կորմիքը, *Չիկագո Թրիբյուն-ի* հռչակավոր, վատահամբավ հրատարակիչը, քսաներորդ դարի սկզբին երկու առանձին վերելակներ էր տեղադրել գեղեցիկ Թրիբյուն Թաունը շենքի ներսում, որից մի հրաշալի տեսարան էր բացվում Չիկագո գետի վրա: Նա չէր ուզում, որ իր գովազդային գործակալները նույնիսկ վերելակում երթևեկին թղթակիցների հետ միասին:

Դժբախտաբար, մի ինչ-որ պատի հետևում հավաքված, լսարանին ծառայող լրագրողների մասին նման կարծիքը, այն դեպքում, երբ մնացած բոլորը զբաղված են ազատորեն շահույթ հետապնդելով, մոլորության հանգեցնող համեմատություն է: Առաջին հերթին, այն խրախուսում էր մեր նկարագրած մեկուսացումը: Երկրորդ հերթին, եթե մի լրատվություն թողարկող կազմակերպության երկու կողմերն իսկապես աշխատում են տարբեր նպատակներ հետապնդելով, լրագրությունը հիմնականում ավելի շուտ կռռումպացված կողմն է պահում:

Լոս Անջելես Թայմզ-ի և Սթեյվիլզ Կենտրոնի սպորտային արենայի միջև ծավալված սկանդալը պարզորոշ կերպով ցույց է տալիս, թե իրականում որքան սնանկ է պատի փոխաբերությունը: 1999 թվականին ազգային չորրորդ ամենամեծ լրագիրը գործերը կարգավորում է այնպես, որ արենայի բացումը լուսաբանող իր կիրակնօրյա ամսագրի հրատարակումից ստացված շահույթը կիսի արենայի տերերի հետ՝ գովազդի վաճառքի գործում աջակցելու դիմաց: Արենայի տերերը խիստ նամակներ են ուղարկում իրենց ենթակապալառուներին՝ պնդելով, որ նրանք գնեն գովազդը: Լրագրում գրված բոլոր պատմությունները դրական են լինում: Սակայն լրատվական բաժնին տեղեկացրած չեն լինում այս պայմանավորվածության մասին: Այլ կերպ ասած, պատին ձեռք չէին տվել: Երբ հետագայում այս պայմանավորվածության մասին իմացվում է, թե թղթակիցները, թե՛ ընթերցողները խիստ զայրանում են:

Մեկ շաբաթից էլ ավելի քիչ ժամանակամիջոցում ավելի քան երկու հարյուր նամակ, էլեկտրոնային նամակ, ֆաքս և հեռախոսային հաղորդումներ են թափվում ընթերցողների ներկայացուցիչ Նարդա Ջաքինոյի սեղանին: Երբ

¹⁰² Thomas Leonard, “The Wall: A Long History,” *Columbia Journalism Review*, January 2000, 28.

Շարուն Վաքսմանը *Վաշինգտոն Փոստ-ից* գնում է Ջաքինոյից հարցազրույց վերցնելու, գրասեղանի վրա նա տեսնում է հեռախոսային հաղորդագրությունների մի մեծ կապուկ, որտեղ գրված հիմնական մտքերը դեղին մատիտով ընդգծված էին:

«Հիմնականում ընթերցողներն ասում են, որ սա սասանում է թերթի նկատմամբ իրենց հավատը, վստահությունը», - Ջաքինոն պատմում է Վաքսմանին: «Մարդիկ շատ բան են հարցականի տակ դնում: Նրանք հարցնում են՝ արդյո՞ք գովազդողներն իրենց ազդեցությունն ունեն մեր գրած պատմությունների վրա: Նրանք հարցականի տակ են դնում մեր ազնվությունը: Ինձ ամենից շատ անհանգստացնում են այն հարցերը, որոնք կասկածի տակ են դնում մեր տեղեկատվության ազնվությունը: Նրանք հարց են տալիս. «Այսինչ կամ այնինչ կորպորացիան ձեզ հետ գործա՞րք է կնքել»:

Եվ ի վերջո, թղթակից Դեյվիդ Շոուն պարզում է հաճախակի կրկնվող մի բանաձև, որով *Թայմզ-ի* տնօրինությունն ընթերցողներին օգտագործում էր գովազդողների շահերի համար, և այնպես, որ տեղեկատվական բաժինը տեղյակ չլինի դրանից: Մի խոսքով, այդ առասպելական պատը գրեթե ոչ մեկին ոչնչից չէր պաշտպանել: Գործարար կողմը լրատվության բաժնին տված իր խոստումները չէր կատարել և բավականաչափ իշխանություն ուներ լրատվական բաժինը շրջանցելու համար՝ առանց նրանց իմացության:

Եթե այդ առասպելական պատը առաջին հերթին չի կարող պաշտպանել լրագրողների հավատարմությունը քաղաքացիների նկատմամբ, ապա ի՞նչը նրանց կպաշտպանի: Դարավերջում, ի պատասխան ճնշումների աճող ցանկի, լրատվությամբ զբաղվող մարդիկ սկսեցին ավելի որոշակիորեն մտածել լրատվության և բիզնեսի հարաբերության մասին: Այս ներքին վերլուծությունից բխեցին հինգ հիմնական գաղափարներ այն մասին, թե մենք ինչ պետք է ակնկալենք այն մարդկանցից, ովքեր լրատվություն են ապահովում:

1. ԿՈՐՊՈՐԱՑԻԱՆ ԱՌԱՋԻՆ ՅԵՐԹԻՆ ԻՆՔՐ ՊԵՏՔ Է ՀԱՎԱՏԱՐԻՄ ԼԻՆԻ ՔԱՂԱՔԱՑԻՆԵՐԻՆ: Լրատվության մասը կազմակերպության մնացած մասից բաժանելու փոխարեն պետք է հասկանալ, որ լրատվությունը լավագույնս աշխատում է այն ժամանակ, երբ երկու կողմերն էլ նվիրված են լինում իրենց մասնագիտական արժեքներին, այլ ոչ թե մեկ կողմը՝ բիզնեսին, մյուսը՝ հասարակությանը ծառայելուն: Պատմությունը վկայում է, որ սա աշխատում է միայն այն դեպքում, երբ ընկերության տերն ինքը խորապես հավատում է լրագրողական ամենամվիրակյալ հիմնական արժեքներին:

Նույնիսկ «պատի» այսպես կոչված պաշտպաններն իրականում այս միացյալ փիլիսոփայության կիրառողներ են եղել՝ անշուշտ գերապատվությունը տալով լրագրությանը: Հակառակ տարածված լեգենդի, ըստ պատմաբան Թոմ Լեոնարդի, շատ քիչ ապացույցներ կան, որ Հենրի Լյուքն իրականում խոսել է եկեղեցու և պետության մասին: Ավելի շուտ Լյուքը գտնում էր, որ ամբողջ ընկերությունը պետք է լինի «դժկամորեն անկախ»:

Իր սեփական կարիերային հետադարձ հայացք ձգելիս Թոմ Ջոնսը՝ *Լոս Անջելես Թայմզ-ի* նախկին հրատարակիչը, որը հետո դարձավ *Քեյթլ Նյուս Նեթուորք-ի* պրեզիդենտ, հանգել էր միևնույն եզրակացության, ինչ Լյուքը՝ մեկ սերունդ առաջ, կամ Օքսը՝ դրանից մեկ սերունդ հետ.

«Ի վերջո, լրատվական միջոցների տերերը, կամ, բաց բաժնետիրական ընկերությունների դեպքում, տնօրենների խորհրդի ընտրած գործադիր

տնօրենն է սահմանում թողարկվող լրատվության որակը, որը հրատարակվում է կամ հեռարձակվում իրենց լրատվության բաժնի կողմից: Այդ իրենք են, որ ամենից հաճախ ընտրում են, վարձում, աշխատանքից հեռացնում և առաջ են քաշում խմբագիրներին, հրատարակիչներին, բարձրաստիճան գլխավոր տնօրեններին, լրատվության ռեժիսորներին և պրոդյուսերներին՝ այն մարդկանց, ովքեր վարում են լրատվության բաժինը... Տերերն են որոշում լրատվության բաժնի բյուջեն և ժամանակի այն տևողությունը և տեղը, որը հատկացվում է լուրերին՝ ի հակակշիռ գովազդի: Նրանք որակի չափանիշները սահմանում են՝ համաձայն իրենց ընտրած մարդկանց պատկերացումների: Տերերն են որոշում, թե ինչ շահույթ պետք է նրանք ստանան իրենց լրատվամիջոցների աշխատանքից: Տերերն են վճռում, թե որակի ինչ մակարդակ են նրանք ցանկանում պահպանել՝ համապատասխանաբար ավելի լավ կամ վատ վճարելով իրենց լրագրողներին»¹⁰³:

Որպես *Լոս Անջելես Թայմզ*-ի հրատարակիչ, Օտիս Չանդլերը բազմիցս ցույց է տվել, որ նա ձանձրացնելու աստիճան անկախ է, վերհիշում է Ջոնսոնը: Չանդլերը դարձել էր մի «կրակից պաշտպանող վահան», որը ժուռնալիստների անկախությունը պաշտպանում էր իր ընտանիքից, իր տնօրենների խորհրդից և հատուկ շահագրգռվածություն ունեցող անձանցից, լինելով դա իր մայրը, որը ժամանակ առ ժամանակ պահանջում էր հեռացնել *Թայմզ* երաշտության տեսաբանին, տնօրինության խորհրդի անդամները, որ ունեին իրենց սիրելիները, կամ էլ շատ ուրիշները:

Այսպես վարվելն ավելի հեշտ էր անկախ տերերի դարաշրջանում, մի մոդել, որը շատ քիչ բացառությամբ այլևս գոյություն չունի: Եթե անկախությունը լրատվական ընկերության հիմնական կապիտալն է և Առաջին Ուղղման հիմնական իմաստը, ապա դժվար խնդիրն այն է, թե տնօրենների խորհրդի նշանակած գործադիր տնօրենների կորպորացիոն մշակույթում, ինչպես ձևակերպում է Ջոնսոնը, ինչ հնարավորություններ կան այն պահպանելու:

2000 թվականի ամռանը Ասպենի Ինստիտուտի աշխատակիցները հարցրել են *Ինթերնեյշնլ Դերալդ Թրիբյուն*-ի նախագահ և գործադիր տնօրեն Փիթեր Ս. Գոլդմարք Կրտսերին, թե նոր կորպորացիոն դարաշրջանում ինչպես կարելի է պահպանել լրագրության արժեքները: Գոլդմարքը պատասխանել է, որ կորպորացիաները հիմա պետք է որևէ բան ձեռնարկեն «առեւելի կորպորացիոն կայսրության մեջ լրագրողական նախաձեռնության արժեքներն ինչ-որ կերպ ամրացնելու համար... Ամեն մի գործադիր տնօրեն հասկանում է, որ ինքը ֆինանսական պատասխանատվություն ունի բաժնետերերի նկատմամբ: Լրագրության առումով ես ավելի շատ հավատում եմ այն կորպորացիայի ղեկավարությանը, որը հասկանում է, որ իրենք մեկ այլ, նույնքան լուրջ նյութական պատասխանատվություն են կրում, որի աղբյուրը իրենց՝ լրատվական կազմակերպության սեփականատերը լինելն է, որոնք հասկանում են, որ իրենց է վստահված հասարակական վստահության քվեն պահպանելու պարտականությունը»¹⁰⁴:

Գոլդմարքը չորս առաջարկություն արեց. թող գործադիր տնօրենը տարեկան հանդիպումներ ունենա նմանատիպ կազմակերպության

¹⁰³ Tom Johnson, “Excellence in the News: Who really decides,” speech delivered at Paul White Award Dinner, 2 October 1999; Walter Cronkite Award acceptance speech, 12 November 1999.

¹⁰⁴ Peter Goldmark, “Setting the Testbed for Journalistic Values,” Fourth Annual Aspen Institute Conference on Journalism and Society, 23 August 2000.

անձնակազմի հետ՝ գնահատելու համար իր ընկերության լրատվության «առողջության» վիճակը, տնօրինության խորհրդի անդամներից մեկը պետք է լրատվական կազմակերպության անկախությունը պաշտպանող հատուկ պարտականություն ստանձնի, ընկերության լրատվական աշխատանքների անկախության և կենսունակության տարեկան վերանայում կամ աուդիտ է պետք կազմակերպել, նմանատիպ ընկերությունների հետ միասին անհրաժեշտ է ֆինանսավորել մի անկախ խորհուրդ՝ մամուլի անկախությանը հետևելու, հետամուտ լինելու, քննության առնելու և պաշտպանելու համար:

Գոլդմարքի առաջարկություններն առնվազն մի ելակետ են, որից կարելի է սկսել: Հիմա կարևորը գիտակցելն է, որ քաղաքացիների շահերը պաշտպանող ոչ մի նման կառույց չկա: Լրագրության պատմական պաշտպանը, առատաձեռն պատրիարքը գոյություն չունի այլևս, իսկ նոր կորպորացիոն մշակույթը ոչինչ չի արել դրան փոխարինելու համար: Կորպորացիաներն ավելի լայն ընդգրկում ունեցող պարտականությունների փաթեթ են ստանձնում, քան բաժնետերերը, երբ նրանք լրագրությունը ներառում են իրենց նպատակների մեջ: Ամենակարևոր քայլն այն է, որ նրանք սկսում են գիտակցել և արտահայտվել քաղաքացիների նկատմամբ իրենց ունեցած պարտականությունների մասին և քայլեր են ձեռնարկում դրանք պաշտպանելու համար: Հավասարապես կարևոր է, որ հասարակությունը հասկանա իր մասնաբաժինը դրա մեջ և պահանջի, որ իր ժողովրդավարական շահերը ճանաչվեն ոչ միայն լրագրողների, այլև կորպորացիոն ղեկավարության կողմից, ուն առաջ լրագրողները պատասխանատու են հիմա: Եթե սա տեղի չունենա, կորպորացիոն շահերից անկախ լրագրությունը կվերանա:

2.Վարձեք այնպիսի գործարար տնօրեններ, ովքեր նույնպես քաղաքացիների շահերը համարում են առաջնահերթ: Չնայած սեփականատերը հիմնարկության արժեքների վերջնական որոշողն է, հաջողակ գործարարները ևս խոսում են այնպիսի տնօրեններ վարձելու մասին, ովքեր համակարծիք են վերջնանպատակի հետ, նույնիսկ եթե գովազդ վաճառելը կամ պարբերականի շրջանառությունը մեծացնելը հողվածներ թողարկելուց միանգամայն տարբեր գործ է: Ռոբերտ Դեչարդը՝ Ա. Հ. Բելո լրագրային և հեռուստատեսային ընկերության նախագահը և գործադիր տնօրենը, գտնում է, որ նվիրվածությունն ու նպատակի ըմբռնումը պետք է համակի ամբողջ ընկերությունը: «Դա արվում է այնպիսի մարդկանց ընտրելով, ովքեր լուրերի վերաբերյալ ճիշտ դատողություններ են կարողանում անել, ունեն լրագրողական փորձ և զգայուն են հնարավոր բխումների հարցում: Ես կուզենայի, որ ինձ մոտ աշխատեին նման հիմնավոր դատողությունների ընդունակ մարդիկ»¹⁰⁵:

Նյու Յորք Թայմզ-ը ունի համանման մի մոդել: Դրա գովազդի բաժանմունքն, օրինակ, պարբերաբար հետաձգում է գովազդները այն օրերին, երբ իրադարձությունների զարգացումը լուրերի տեսության համար պահանջում է ավելի մեծ բաժին, օրինակ՝ նախագահի մամուլի ասուլիսի կամ կարևոր ճառ արտասանելու օրերին: Գովազդի բաժինը գիտի, որ ընթերցողները սպասում են, որ թերթում պետք է զետեղվեն նման իրադարձությունների լրիվ նյութերը, և ընթերցողների հետ նման

¹⁰⁵ Joe Strupp, “Where there’s a Wall There’s a Way”, *Editor and Publisher*, 11 December 1999, 23.

հարաբերությունները դեռ երկար ժամանակ իրենց դրական ազդեցությունը կթողնեն լրագրողական բիզնեսի վրա:

3. Սահմանեք և հաղորդեք հստակ չափանիշներ: Նույնիսկ եթե սեփականատերերը համակարծիք են լրագրողական առաքելության հետ, շատ նոր ընկերություններ գտնում են, որ իրենք հստակ սահմանված և ասված չափանիշներ պետք է ունենան ըստ դիրքերի աստիճանակարգի և պետք է ապահովեն այնպիսին մթնոլորտ, որտեղ գործարարները և լրագրողները գոնե որոշակի մակարդակներում կարողանան շփվել իրար հետ՝ միմյանց հասկանալու և միմյանց դերերը ըստ պատշաճի գնահատելու համար:

«Անհրաժեշտ է ունենալ հստակ հասկանալի սկզբունքներ, որոնք ձևակերպված են գրավոր», - ասում էր Ջենի Բաքները՝ *Նայթ Ռիդըր-ին* պատկանող *Շարլոտ Օբզըրվըր-ի* խմբագիրը: 1999-ին *Օբզըրվըր-ը* կազմակերպեց մի շարք ժողովներ, որոնց ընթացքում բոլոր բաժանմունքներում հարցում էր արվել գովազդողների և լրատվական բաժինների միջև հնարավոր կոնֆլիկտների հարթեցման վերաբերյալ: *Օբզըրվըր-ի* խմբագիրները մասնակցում էին գովազդի բաժանմունքի ժողովներին լուրերի մշակման ընթացքը բացատրելու համար, և Բաքների բառերով ասած, ցույց տալու համար, որ «մենք բաց ենք գաղափարների համար, բայց ոչ՝ միջամտության»¹⁰⁶:

Բալթիմոր Սան-ը նույնատիպ հավաքներ էր կազմակերպել գովազդողների և լրատուների հարաբերությունը հստակեցնելու և համոզվելու համար, որ բոլոր աշխատակիցները գիտեն, թե ինչպիսին պետք է դրանք լինեն: «Մենք քննարկում էինք այն փաստը, որ լրագրողական վճիռների վերաբերյալ տեղեկատվական բաժինը պետք է ունենա միասնական վերջնական տեսակետ», - հետո ասում էր գործադիր տնօրեն Ուիլիամ Մարիմոուն¹⁰⁷:

3. Լրատվության վերաբերյալ վերջնական խոսքը պատկանում է լրագրողներին: Այն հիմնարկությունների նման, որոնք խիստ կանոններ են սահմանել, լրատվությամբ զբաղվող շատ այլ կազմակերպություններ ասում են, որ ամենահստակ ձևակերպված սկզբունքը պետք է լինի այն, որ լրատվության վերաբերյալ վերջնական խոսքը պատկանում է լուրերի բաժնին:

Սա օրենք է շատ լրատվական կազմակերպություններում: *Վաշինգտոն Փոստ-ի* գործադիր տնօրեն Լեոնարդ Դաունի կրտսերը այնդուրեք է, որ գովազդային արտադրանքը՝ հատկապես գովազդային հավելված համարվող հատուկ բաժինները, պետք է «տնօրինվեն իմ կողմից, և մենք դրանք արգելում ենք, երբ մեր կարծիքով որևէ պրոբլեմ է ծագում: Մենք նաև հետևում ենք, որ դրանք պատրաստված լինեն ինչպես հարկն է»:

4. Հասարակությանը հաղորդեք հստակ չափանիշներ: Եվ եզրափակող սկզբունքը լրատվական կազմակերպությունների աշխատառճի

¹⁰⁶ Նույն տեղում, 22:

¹⁰⁷ Նույն տեղում:

վերաբերյալ՝ լսարանի հետ բաց լինելն է, նույնիսկ ավելի պարզ, քան նախկինում:

Թերթերի խմբագիրների ամերիկյան ընկերությանը հղած իր ուղերձում Էդվարդ Սիթընը՝ 1999 թվականին ընկերության նախագահը և Կանգասի Մընհաթընի *Մընհաթըն Մերկուրի-ի* խմբագիրը խորհուրդ էր տալիս, որ լրագրերի համար վստահությունը և հավատը վերականգնելու լավագույն եղանակը հետևյալն է. «Բացատրեք ձեր պահանջները... Որպես խմբագիրներ մենք պետք է առաջնորդենք: Մենք պետք է սահմանենք մեր արժեքները: Երբ մենք չափանիշներ ենք ունենում, մենք ունենում ենք մի բան, որը կարող ենք բացատրել հասարակությանը և մեր աշխատակազմին, մի բան, որ ամեն ոք կարող է լսել և հասկանալ: Մենք շատ ավելին և ավելի լավ ձևով պետք է անենք, քան մինչև հիմա ենք արել: Մեր նպատակը պետք է լինի քաղաքացիներին ծառայելը, ոչ թե մեր վերջնահաշվարկին կամ տեխնոլոգիային ծառայելը»¹⁰⁸:

Մի քանի հեռուստատակայաններ որդեգրել են նույն մոտեցումը: Թաքսընում KGUN-TV-ի նորությունների խմբագիր Ֆորըստ Քարը ստեղծել է և պարբերաբար հեռարձակում է «Հեռուստադիտողների իրավունքների կանոնակարգ» հաղորդումը, որը ճշգրտորեն ուրվագծում է, թե Թաքսընի քաղաքացիներն ինչ կարող են ակնկալել իր հեռուստակայանից և աշխատակազմից:

Յոթը իրավունքներից բաղկացած ցուցակը ներառում է այնպիսի կետեր, ինչպես օրինակ հասարակության Տեղեկագլած լինելու իրավունքի սահմանումն է (հեռուստակայանը «դժվար հարցեր է առաջադրում և հետազոտություններ է կատարում»), էթիկապես ճիշտ կատարվող լրահավաքության իրավունքը (հեռուստակայանն առաջնորդվելու է Պրոֆեսիոնալ լրագրողների ընկերության էթիկայի կանոնակարգով, և Լուծումներ առաջադրող լրագրության Իրավունքը (հեռուստակայանը կաշխատի գտնել կամ ուշադրությունը կենտրոնացնել լուծումների, ոչ միայն խնդիրներ առաջադրելու վրա): Ցուցակի մեջ կա նաև Անձնական կյանքի գաղտնիության Իրավունքը (the right to privacy), հետևյալ բացատրությամբ. «Մեր լրագրողական պարտականությունը և հասարակության տեղեկացված լինելու իրավունքը պարտադրում են, որ մեր լուրերում մենք խոսենք մարդկանց կամ կազմակերպությունների մասին, ովքեր հաճախ չեն ուզում լուրերում հայտնվել: Մենք երբեք դա չենք անի անքաղաքավարի կամ անպարկեշտ ձևով և այս կամ այն պատմության կարևորությունը ծանրութթև անելիս միշտ հաշվի կառնենք անձնականի գաղտնիության հարցերը: Մենք երբեք դարանամուտ չենք լինի կամ չենք հետապնդի հանցանքի զոհերին»:

Եվ վերջապես, ցուցակի մեջ կա Մեզանից հաշվետվություն պահանջելու իրավունքը, և բացատրվում է, թե հեռուստադիտողներն ինչպես կարող են դա անել. հեռուստակայանի հեռուստադիտողի ներկայացուցչի միջոցով, որն ուսումնասիրում է լսարանի բողոքները և նույնիսկ եթեր է արձակում դրանց արձագանքները:

¹⁰⁸ Edward Seaton, at the Convention of the American Society of Newspaper Editors, 1999; from proceedings published on the ASNE website, 46.

Իրավունքների հրովարտակի լեզուն ոմանց պարզունակ կթվա: Բայց Թաքսընում այդ ժամանակ գործող` Լրագրության Կատարելագործման Ծրագրի հեռուստակայանի կողմից այս հաղորդման ներմուծման վերաբերյալ կազմակերպած ֆոկուս խմբերի արձագանքներից ելնելով կարելի է եզրակացնել, որ այն որոշակիորեն կապ է ստեղծել հեռուստալսարանի հետ: Երբ հարցի քննությամբ զբաղվող անձնավորությունը քաղաքացիներին հարցրեց, թե նրանք ինչ ձևով կբարձրացնեին տեղական հեռուստանորությունների որակը, հեռուստադիտողներն անմիջապես մատնացույց արեցին KGUN-ի աշխատանքը: «Այն պետք է կապված լինի հեռուստակայանի` ուղենիշային սկզբունքներ ունենալու հետ, մի բան, որ լրագրության մեջ կոչվում է էթիկա», - ասաց մի մարդ: «Սահմանիր այն [կողեքսը] և ապա բարեխղճորեն ի կատար ածիր: Նրանք պետք է անեն հետևյալը. հրավիրեն մեզ նման մարդկանց մի խումբ և հարցնեն, թե վերջիններս ինչ զարգացումներ կուզենային տեսնել»: Ինչպես պարզվում է, KGUN-ը վարվել է ճիշտ այդպես:

Որոշ քննադատներ KGUN-ի ծրագիրը կավատություն անվանեցին, բայց հեռուստակայանին բաժին ընկնող Թաքսընի հեռուստադիտողների բաժինը հաստատուն կերպով աճում էր: Լրատվական ծառայության տնօրեն Քարն ասաց, որ ծրագիրը մեկ այլ օգուտ էլ է բերել` կազմակերպությունում աշխատող մարդկանց համար միանգամայն պարզ են դարձել կազմակերպության արժեքները: Նախկինում իր արածներից և ոչ մի բան այդքան չէր օգնել լրատվական բաժնի ընդհանուր կուլտուրան բարձրացնելու հարցում: Ակնհայտ է, որ KGUN-ի խոստումների գինն իրենց կատարած աշխատանքն է ցույց տալիս, բայց հեռուստակայանը քաղաքացիներին հաշվետու լինելու ուղի է ընտրել, ահա թե ինչու, իհարկե, ուրիշ կերպ վարվելը դժվարանում է:

Ինչպիսի մոտեցում էլ որ որդեգրի լրատվական կազմակերպությունը, հավատարմության հարցն առանցքային է, բայց սովորաբար այն անտեսվում է կամ սխալ հասկացվում: Հավատարմության հարցը կարևորվում է հատկապես այն պատճառով, որ մամուլն այժմ կորցրել է իր ժողովրդականությունը: Մամուլի նկատմամբ հասարակական վստահության անկման և ճգնաժամի պատճառը կապված է մոտիվացիայի հետ, որը հաճախ հաշվի չի առնվում: Որպես քաղաքացիներ, մենք մեր լրագրողներից կատարելություն չենք պահանջում, և ոչ էլ լրագրությունից սպասում ենք, թե գրածի ամեն տառը ճիշտ պետք է լինի: Հարցը ավելի հիմնավոր բնույթ ունի:

Լրագրողները սիրում են իրենց համարել մարդկանց փոխանորդ, որոնք մեկնաբանում են հասարակության համար հետաքրքրություն ներկայացնող հրատապ հարցեր: Սակայն հասարակությունը, զնալով ավելի ու ավելի թերահավատորեն է վերաբերվում նրանց: Մարդիկ տեսնում են սենսացիաներով կողմնորոշվող լրատվությունը, շահարկումները և հասկանում են, որ լրագրողները դրանով զբաղված են հանուն փողի կամ անձնական փառքի, կամ էլ թե, որ ավելի վատ է,

մի ինչ-որ անառողջ հաճույք են զգուն դժբախտությունից: Մարդկանց կրկին լուրերի հետ կապելու և լուրերի միջոցով ավելի մեծ աշխարհի հետ առնչելու համար լրագրությունը պետք է վերահաստատի քաղաքացիների նկատմամբ իր մի ժամանակ ունեցած նվիրվածությունը, որի խարխլման գործում լրատվական արդյունաբերությունը սխալմամբ աջակցություն է ցույց տվել:

Եվ այնուամենայնիվ, նույնիսկ այս վերահաստատումը վերջիվերջո բավական չի լինի: Ճշմարտությունը և քաղաքացիների նկատմամբ ունեցած հավատարմությունը միայն առաջին երկու քայլերն են լրագրությունը գործունակ դարձնելու ճանապարհին: Հաջորդ տարրը նույնչափ կարևոր է. Ի՞նչ մեթոդներ են ընտրում լրագրողները ճշմարտությունը փոխանցելու համար, և ինչպե՞ս են նրանք այդ մեթոդները հաղորդում քաղաքացիներին:

4. ԳՇԱՐՏՈՒԹՅԱՆ ԼՐԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆԸ

ՀԱՍՏԱՏՄԱՆ,

ՍՏՈՒԳՄԱՆ

Երբ նստեց գրելու, հույն թղթակիցը ցանկանում էր հասարակությանը համոզել, որ նրանք կարող են վստահել իրեն: Նա ոչ գրի էր առնում պատերազմի պաշտոնական տարբերակը, որ կուզենար, որ մարդիկ իմանային, ոչ էլ՝ հապճեպ մի բան: Նա ձգտում էր ավելի անկախ, ավելի վստահելի, ավելի տևական մի բանի: Իր թղթակցության մեջ նա շատ լավ գիտակցում էր, թե ինչպես են հիշողությունը, հեռանկարի պատկերացումները և քաղաքականությունը մթագնում հիշողությունները: Նա ևս մեկ անգամ ստուգել էր բոլոր փաստերը: Մարդկանց այս ամենին հաղորդակից դարձնելու համար նա որոշեց իր հաղորդման մեթոդի մասին պատմել հենց սկզբից: Սա ճշմարտության մեթոդաբանական հավատարիմ լինելու եղանակ էր, որը Թուսիդիդեսը նկարագրել էր մ.թ.ա. 5-րդ դարում, Պելոպոնեսյան պատերազմի մասին շարադրանքի ներածականում.

Ինչ վերաբերում է իրադարձությունների մասին իմ փաստացի հաղորդմանը... ես ինձ համար սկզբունք են ընդունել՝ գրի չառնել հանդիպած հենց առաջին պատմությունը, և ոչ էլ առաջնորդվել իմ ստացած ընդհանուր տպավորություններով. կամ ես ինքս պետք է ներկա եղած լինեմ նկարագրվող իրադարձությունների ժամանակ, կամ էլ լսած լինեմ մի ականատեսից, որի հաղորդումները ստուգել են հնարավորին չափ մանրամասնորեն: Նույնիսկ այդ դեպքում ճշմարտությունը բացահայտելն այդքան էլ հեշտ չէ. տարբեր վկաներ միևնույն իրադարձության մասին տարբեր հաղորդումներ կարող են տալ՝ կամ մասամբ այս կամ այն կողմի անունից խոսելով, կամ ոչ ճշգրիտ հիշողություններ ունենալու պատճառով¹⁰⁹:

Ինչո՞ւ է այս հատվածն այսքան ժամանակակից հնչում գրի առնված լինելուց ավելի քան 2000 տարի անց: Որովհետև այն խոսում է փաստագրական՝ ոչ գեղարվեստական գրականությանը վերաբերող բուն խնդրից: Ինչպե՞ս է հնարավոր ասեկոսներից, բանբասանքներից, թերի հիշողություններից, աղավաղող կամ նեմգափոխող հուշերից մաղված տեղեկատվությունից առանձնացնել հնարավորին չափ ճշգրիտ մասը, որը հնարավոր լինի վերանայել նոր տեղեկատվության և հնարավորությունների համատեքստում: Ինչպե՞ս է մարդ հաղթահարում ընկալման և ամձնական փորձի իր սեփական սահմանները և ստեղծում մի շարադրանք, որն ավելի շատ մարդիկ են համարում հուսալի տեղեկատվություն: Մի կողմ դրեք լրագրության մասին բոլոր բանավեճերը, լրատվամիջոցների միջև եղած բոլոր տարբերությունները կամ ժամանակային տարբերությունները: Հիրավի, սրանք են այն իսկական հարցերը, որ կանգնում են լրահավաքությամբ զբաղվող մարդկանց առաջ, ովքեր փորձում են հասկանալ և իրենց հասկացածը հաղորդել ուրշներին:

¹⁰⁹ Thucydides, *History of the Peloponnesian War*, bks. 1 and 2, trans. C. F. Smith (Cambridge: Harvard University Press, 1991), 35-39.

Չնայած որևէ կողմից ստեղծված չկա չափորոշված մի ձևակերպում, սակայն ամեն մի լրագրող գործում է՝ հենվելով տեղեկատվության ստուգման և փոխանցման հաճախ խիստ անձնական մեթոդի վրա՝ ստույգությունը ճշտելու իր սեփական կարգով: Այնպիսի եղանակներ, ինչպիսին իրադարձության վերաբերյալ բազմաթիվ վկաներ փնտրելն է, սկզբնաղբյուրների մասին հնարավորին չափ շատ բան իմանալը և տարբեր կողմերի կարծիքը պարզելը, փաստորեն հանդիսանում են ստույգությունը ճշտելու կարգը: Այս մեթոդները կարող են կրել խիստ անհատական և առանձնահատուկ բնույթ: Օրինակ, *Los Angeles Times* թղթակից Ռիք Մեյերն իր փաստերը և հարցազրույցներն ամրակով միմյանց է ամրացնում՝ ստանալով լուրերի քարտաշարեր, և դրանք համակարգված ձևով փռում է իր գրասենյակի տակ, հենց հատակին: Կամ այդ մեթոդները կարող են հաստատության մակարդակով կանոնակարգվել, ինչպես *Los Angeles Times* փաստերի որոնման բաժանմունքում է արված: Բայց ով էլ դա անի, կամ ինչ միջավայրում էլ որ կիրառվի, այս սովորությունները և եղանակներն առանձնանշում են երրորդ սկզբունքը:

Լրագրության եռությունը ստույգությունը ճշտելու համակարգն է:

Ի վերջո, ստույգությունը ճշտելու կարգը հենց այն է, ինչ լրագրությունը բաժանում է զվարճանքից, պրոպագանդայից, գեղարվեստական գրականությունից կամ արվեստից: Ջվարճանքի գործը և դրա հորեղբորորդի «ինֆոզվարճանքն» իրենց ուշադրությունը կենտրոնացնում են ամենից ավելի շեղող գործոնի վրա: Պրոպագանդան փաստերի կամ իրադարձությունների այնպիսի ընտրություն է կատարում, որ դրանք ծառայեն իրենց առաջադրած իսկական նպատակին՝ համոզելուն և նենգափոխումներին: Գեղարվեստական գրականությունը ստեղծում է այնպիսի դիպաշարեր, որոնք առավել անձնական տպավորություն են ստեղծում ճշմարտության կոչվածի վերաբերյալ:

Միայն լրագրությունն է, որ առաջին հերթին իր ուշադրության կենտրոնում է պահում տեղի ունեցած իրական դեպքերը:

Ահա թե ինչու լրագրողներին այդքան տխրեցնում է, երբ հոլիվուդյան կինոստեղծողները փորձում են իրենց ուղղությունը շեղել դեպի իրական կյանքից քաղված պատմությունների մեկնաբանությունները: 1999-ին *60 minutes*-ի թղթակից Մայք Ուոլիսը չափազանց զայրացել էր, երբ *Միջի մարդը* ֆիլմում իրեն վերագրել էին հնարավոր խոսքեր և խախտել էին ժամանակային սահմանները, որպեսզի այնպիսի տպավորություն ստեղծեն, թե ինքն անհանգստացած է իր «ժառանգության հարցով», այն ժամանակ, երբ իրեն մի կերպ համոզում էին ծխախոտի արդյունաբերության պատմության մասին գրել: «Երբևէ լսե՞լ եք, որ ես մեջտեղ բերեմ *ժառանգություն* բառը: Այս ամենը ծայրահեղ հիմարություն է... և ես վիրավորված եմ»¹¹⁰: Ֆիլմի ռեժիսոր Մայքլ Մաննը հարվածը հետ մղելով պաշտպանվեց, ասելով, որ չնայած ֆիլմն ավելի դրամատիկ դարձնելու համար ինչ-որ բաներ փոխված են, բայց «հիմնականում այն ճշգրիտ է», եթե վերցնենք ճշմարտությունն ավելի մեծ պլանով, և Ուոլիսն իսկապես ի վերջո տեղի էր տվել: Այն, որ խոսքերը հորինված են, կամ Ուոլիսի շարժառիթն այլ է եղել, առանձնապես նշանակություն չունի: Այս տեսակետից օգտակարությունը դառնում է գերակա

¹¹⁰ Claudia Puig, “Getting Inside the Truth, Filmmakers Accused of Fiddling with Facts Cite Dramatic Accuracy,” USA Today, 3 November 1999.

արժեք, իսկ բառացի ճշմարտությունը ենթարկվում է անհրաժեշտ մտացածին տարրերին:

Այս երկու մարդիկ տարբեր լեզուներով են խոսում: Մանն ասում է, որ արդյունքում Ուոլիսը թաքնվում է փաստերի հետևում՝ իր արածի նշանակալիությունը խրթին դարձնելու համար: Իսկ Ուոլիսը պնդում է, որ նշանակալիությունը երբեք չի կարող փաստերը ճշգրիտ ներկայացնելուց անկախ լինել: Այս պարագայում երկու փաստարկներն էլ պաշտպանության են արժանի: Սակայն ստույգությունը ճշտելու լրագրողական գործընթացը պետք է երկու կողմն էլ հաշվի առնի:

Հաճախ լրագրողները չեն կարողանում իրենց գործի վերաբերյալ ունեցած խորը համոզմունքները կապել լրագրության դերը քննարկող ավելի մեծ փիլիսոփայական հարցերի հետ: Նրանք գիտեն, թե ինչպես է պետք ստուգել այս կամ այն պատմությունը: Նրանք միշտ չէ, որ կարողանում են պարզորոշ ասել, թե տվյալ պատմության ստույգությունը ճշտելն ու հաստատելը հասարակության համար ինչ նշանակություն ունի: Բայց վերջինս իրենից ներկայացնում է լրագրության ամենակենտրոնական դերերից մեկը: Ինչպես Ուոլտեր Լիփմանն է ասել դեռ 1920-ական թվականներին. «Ազատություն չի կարող լինել այն հասարակության մեջ, որը չունի այն տեղեկատվությունը, որով կարող է պարզել սուտը»¹¹¹:

Օբյեկտիվության կորսված իմաստը: Գուցե այն պատճառով, որ ստույգությունը հաստատելու դիսցիպլինն այդքան անձնական բնույնն ունի և այդքան շատ է կախված պատահականություններից, այն նաև հանդիսանում է լրագրության մեջ ամենամեծ շփոթմունքն առաջացնող գաղափարի՝ օբյեկտիվության մի մասը: Այս գաղափարի իսկական իմաստը մեր օրերում միանգամայն սխալ է հասկացվում և, խոշոր հաշվով, կորսված կարելի է համարել:

Երբ սկզբնապես օբյեկտիվության գաղափարը զարգանում էր, այն չէր նշանակում, թե լրագրողներն անկողմնակալ էին: Բոլորովին հակառակը: Այս տերմինը սկսեց որպես լրագրության մի մաս ընդունվել անցյալ դարի սկզբներին, հատկապես 1920-ականներին, այն աճող գիտակցության հետևանքով, որ լրագրողները խիստ կողմնակալ են, երբեմն նույնիսկ առանց այդ գիտակցելու: Օբյեկտիվությունը լրագրողներին կոչ էր անում զարգացնել տեղեկատվությունը հետևողականորեն ստուգելու մեթոդ, փաստերը դիտարկելու մի թափանցիկ եղանակ, որի շնորհիվ անձնական և մշակութային կողմնակալությունները չկարողանան խաթարել նրանց աշխատանքի ճշմարտացիությունը:

Տասիններորդ դարի այդ ժամանակահատվածում լրագրողները խոսում էին մի բանի մասին, որն ավելի շուտ կարելի էր անվանել ռեալիզմ, քան՝ օբյեկտիվություն¹¹²: Սա ենթադրում էր, որ եթե լրագրողները փորփրեին-գտնեին փաստերը և դրանք շարքով ներկայացնեին, ապա ճշմարտությունն ինքն իրեն բնական կերպով ի հայտ կգար: Ռեալիզմն առաջացել է այն ժամանակ, երբ լրագրությունը բաժանվում էր քաղաքական կուսակցություններից և դառնում ավելի ճշգրիտ: Այս գործընթացը համընկավ մի գյուտի հետ, որ լրագրողները անվանում են շրջված բուրգ. լրագրողը

¹¹¹ Walter Lippmann, *Liberty and the News*, (New Brunswick, N. J., and London: Transaction Publishers, 1995), 58.

¹¹² Michael Schudson, *Discovering the News* (New York: Basic Books, 1978), 6.

փաստերը դասավորում է վերից՝ ամենակարևորներից դեպի նվազ կարևորները՝ կարծելով, որ լսարանին օգնում է իրերն ըմբռնել իրենց բնական ընթացքի մեջ:

Քսաներորդ դարի սկզբում, սակայն, լրագրողներից ոմանց սկսեց անհանգստացնել ռեալիզմի պարզունակությունը: Թղթակիցներն ու խմբագիրները գնալով ավելի էին գիտակցում պրոպագանդայի աճն ու մանուկի գործակալների դերը: Այն ժամանակաշրջանում, երբ Ֆրոյդը մշակում էր անգիտակցականի իր տեսությունը, իսկ Պիկասոյի պես նկարիչները կուբիզմի փորձեր էին անում, լրագրողներն օրըստօրե ավելի խորն էին սկսում ըմբռնել մարդկային սուբյեկտիվության գործոնը: 1919 թվականին Ուոլտեր Լիփմանը և Չարլզ Մերզը՝ *Նյու Յորք Ուոլդ-ի* խմբագրի տեղակալը, մի ազդեցիկ և անողոր խոսք գրեցին այն մասին, թե ինչպես մշակութային աչքակապները աղավաղել էին *Նյու Յորք Թայմզ-ի* կողմից Ռուսական Ռեդափոխության ճիշտ մեկնաբանությունը¹¹³: «Մեծ հաշվով, Ռուսաստանի մասին եղած լրատվությունն այն դեպքն է, երբ մարդիկ տեսնում են ոչ թե եղածը, այլ այն, ինչ ցանկանում են տեսնել», - գրում էին նրանք: Լիփմանը և այլոք սկսեցին ուղիներ փնտրել անհատ լրագրողի համար «տեղեկատվության ուսումնասիրության, այն հասկանալու և ներկայացնելու ժամանակ իր իռացիոնալ, չբնաված, չհաստատված և կանխակալ դատողություններից մաքուր և ազատ մնալու համար»¹¹⁴:

Լիփմանը հայտարարում էր, որ «լրագրությամբ են զբաղվում «կրթություն չստացած պատահական վկաները»: Լրագրողների բարի մտադրությունները, կամ ինչպես ոմանք ասում են՝ «ազնիվ ջանքերը» բավական չէին: Հաստատական լրագրողի անհատականության նկատմամբ հավատը, որը Լիփմանն անվանում էր «աշխատանքի ցինիզմ», նույնպես բավական չէր: Հարցին չէին օգնում նաև ժամանակի մի քանի նորանուծությունները, ինչպես օրինակ լրագրի էջերի վերնամասում տեղեկատվությունը հաղորդողների անունները գրելը (byline) կամ մամուլի տեսաբաններին ասպարեզ տալը¹¹⁵:

Լիփմանի կարծիքով՝ լուծումը լրագրողների «գիտական ոգու» մեջ էր: Այս բազմատեսակ աշխարհում ընդամենը մեկ տեսակի միասնականություն է հնարավոր: Դա մեթոդի միասնականությունն է ավելի շուտ, քան նպատակի միասնականությունը, և այդ միասնականությունը կանոնակարգված փորձով է գալիս»: Սրանով Լիփմանը նկատի ուներ, որ լրագրությունը պետք է ձգտի «մի ընդհանուր ինտելեկտուալ մեթոդի և հիմնավորված փաստերի ընդհանուր ծիրի»: Որպես սկիզբ, ըստ Լիփմանի, լրագրողական կրթության նորահայտ ասպարեզը պետք է փոփոխության ենթարկվի՝ մի կողմ դնելով «մասնագիտական դպրոցները, որոնք մարդկանց սովորեցնում են ավելի բարձր աշխատավարձեր ստանալ գոյություն ունեցող համակարգում»: Փոխարենը, այդ ասպարեզն իր անկյունաքարը պետք է դարձնի փաստի և ստույգության ճշգրտման ուսումնասիրությունը¹¹⁶:

Չնայած դա գիտության նկատմամբ աննկուն հավատի դարաշրջան էր, Լիփմանը քիչ պատրանքներ ուներ: «Նշանակություն չունի, որ լուրը ենթակա չէ մաթեմատիկական ձևակերպման: Փաստորեն, հենց այն պատճառով, որ այն

¹¹³ Walter Lippmann and Charles Merz, “A Test of the News”, *New Republic*, 4 August 1920.

¹¹⁴ Walter Lippmann, “The Press and Public Opinion”, *Political Science Quarterly* 46, (June 31), 170.

¹¹⁵ Lippmann, *Liberty and the News*, 74.

¹¹⁶ Նույն տեղում, 60:

բարդ է և դժվարահաս, լավ թղթակցությունը պահանջում է ամենաբարձր գիտական ձիրքի կիրառում»¹¹⁷:

Ըստ սկզբնական հայեցակարգի՝ մեթոդն է, որ օբյեկտիվ է, ոչ թե լրագրողը: Բանալին գտնվում էր մասնագիտության առարկայի, դիսցիպլինի մեջ, այլ ոչ՝ դրա նպատակի:

Այս տեսակետն ունի մի շարք կարևոր դրույթներ: Դրանցից մեկն այն է, որ այն անկողմնակալ դիրքորոշումը, որ որդեգրել են շատ լրատվական կազմակերպություններ, տեղեկատվություն գրելու այդ ծանոթ, ենթադրաբար չեզոք ոճն իրականում լրագրության հիմնարար սկզբունքներից մեկը չէ: Ավելի շուտ դա լրատվական կազմակերպությունների կողմից հաճախ օգտագործվող մի հնարք է, որով նրանք աշխատում են ցույց տալ, որ իրենց թողարկած լրատվությունը ձեռք է բերվել օբյեկտիվ մեթոդով: Երկրորդ դրույթն այն է, որ այս չեզոք ձայնը՝ առանց ստույգությունը ճշգրտելու համակարգի, ստեղծում է մի առերևույթ արտաքին շերտ, որի ներքո իրականում դատարկություն է: Այն լրագրողները, ովքեր որպես սկզբնաղբյուր իրականում ընտրում են իրենց սեփական տեսակետը, բայց չեզոք ձայն են օգտագործում՝ այն որպես թվացյալ օբյեկտիվություն ներկայացնելու համար, զբաղված են ստախոսության մի տեսակով: Սա վնասում է ամբողջ մասնագիտության հուսալիությանը՝ այն անսկզբունքային, անազնիվ և կողմնակալ ներկայացնելով: Սա կարևոր մտավախություն է մի դարաշրջանում, երբ մամուլի չափանիշներն այդքան հաճախ են կասկածի տակ դրվում:

Լիփմանը միայնակ չէր ավելի պրոֆեսիոնալ դառնալու իր կոչի մեջ, չնայած նրա փաստարկները բավականին դժվարըմբռնելի են:

Ջոզեֆ Փուլիցերը՝ դեղին լրագրության մեծ գյուտարարը, Կոլումբիայի համալսարանում ստեղծեց Լրագրության բարձրագույն դպրոց՝ ճիշտ նույն պատճառներից ելնելով, չնայած դրանք ավելի պակաս հստակ էին ձևակերպված: Լրագրողական Գիլդիան հիմնվել էր մեծ մասամբ հենց պրոֆեսիոնալ լրագրությանն օգնելու նպատակով:

Տարիների ընթացքում, սակայն, լրագրության մեջ ընդունված օբյեկտիվության այս սկզբնական և ավելի բարդ ըմբռնումը հիմնավոր փոփոխության ենթարկվեց, իսկ դրա իմաստը կորավ: Գրողները, ինչպես օրինակ Լեո Ռոստենն էր, որը հեղինակել է լրագրության սոցիոլոգիական ուսումնասիրության մասին մի պատկառելի աշխատություն, տերմինն օգտագործում էր լրագրողի օբյեկտիվությունը նշելու համար¹¹⁸: Ջարմանալի չէր սակայն, որ Ռոստինը գտնում էր, որ այդ գաղափարը լրիվ չէ և մշակման կարիք ունի:

Ժամանակի ընթացքում լրագրողները սկսեցին ընդհանրապես մերժել *օբյեկտիվություն* տերմինը՝ այն համարելով պարտանք՝ իլյուզիա:

Իսկ այդ ընթացքում թղթակիցները շարունակում էին հղկել ու կատարելության հասցնել Լիփմանի կոնցեպցիան, սովորաբար մասնավոր կարգով և ավելի շուտ՝ հանուն մեթոդի կամ առօրյա տեղեկատվության մեջ օգտագործելու, քան լրագրության բարձր նպատակներին ծառայեցնելու համար: Տեղեկատվություն հաղորդելու օբյեկտիվ մեթոդի գաղափարը գոյություն ունի մասնատված վիճակում և բանավոր կերպով փոխանցվում է լրագրողից լրագրող: Ստենֆորդի համալսարանի՝ զարգացման հոգեբանությամբ զբաղվող Ուիլիամ Դեյնընը, օրինակ, առանձնացրել է

¹¹⁷ Նույն տեղում, 74:

¹¹⁸ Schudson, *Discovering News*, 155-56

զանազան «ռազմավարություններ», որ լրագրողները կիրառում են իրենց տեղեկատվության ստույգությունը ճշտելու համար: Դեյմընը հարցմանը մասնակցած լրագրողներից հետաքրքրվել է, թե որտեղից են նրանք վերցրել տվյալ գաղափարները: Պատասխանը գերազանցապես եղել է հետևյալը. «փորձառության ու սխալների միջոցով, ինքնուրույն կամ ընկերոջ օգնությամբ»: Հազվադեպ էր եղել, որ որևէ լրագրող ասեր, թե դա սովորել է լրագրողական դպրոցում կամ իր խմբագրից¹¹⁹: Շատ օգտակար գրքեր են գրվել: Օրինակ, այն խումբը, որն իրեն անվանում է Հետազոտող թղթակիցներ և խմբագիրներ, փորձել է մշակել մի մեթոդոլոգիա, թե ինչպես պետք է կարդալ պետական մատյանները, փաստաթղթերը և կազմել Տեղեկատվության Ազատության Ակտի հարցումները:

Չնայած այս ամենին, սակայն, ոչ պաշտոնական ռազմավարությունները այդպես էլ չմիացան-չդարձան բոլորի համար ըմբռնելի մի համակարգ, որի մասին այդքան երազում էին Լիփմանն ու ուրիշները: Չկա փաստերի վերաբերյալ կանոնակարգված օրենքներին նույնիսկ հեռավոր նմանություն ունեցող որևէ համակարգ, ինչպես օրինակ իրավաբանության մեջ է, կամ էլ համատեղ հավանության արժանացած ուսումնասիրության մեթոդ, ինչպես ընդունված է գիտական փորձեր դնելիս:

Եվ ոչ էլ ստույգությունը ճշտելու հին, ընդունված եղանակներն են զարգացել այնքան, որ համապատասխանեն լրագրության նոր տեսակետներին: Չնայած փաստերը որոշելու համար լրագրությունը գուցե ունի ընդունված տարբեր եղանակներ և մոտեցումներ, բայց այն շատ քիչ բան է արել լրագրողական մեկնաբանության հավաստիությունը ստուգող համակարգ ստեղծելու ուղղությամբ:

Հայտարարող լրագրությունը հակադրվում է ստույգությունը ճշտող լրագրությանը: Ժամանակակից մամուլի կուլտուրան ընդհանուր առմամբ թուլացնում է լրագրողների մշակած՝ ստույգությունը ճշտելու մեթոդոլոգիան: Դրա պատճառներից մեկը տեխնոլոգիան է: «Ինտերնետը և Նեթսիսը (գումարած վերջին տասնամյակներում տեսաձայնագրություններ տրամադրելու և տարածելու ծառայությունները) լրագրողների համար հասանելի են դարձնում զանազան պատմություններ և մեջբերումներ՝ առանց ինքնուրույն ուսումնասիրություն կատարելու», - պատմում էր լրագրող Ջենիվա Օվրհոլսթերը Մասնագիտության խնդիրներով մտահոգված լրագրողների կոմիտեի ժողովներից մեկի ժամանակ: Փաստերը դարձել են մի ապրանք, որը կարելի է հետությամբ ձեռք բերել, վերադասավորել կամ նոր նպատակի ծառայեցնել: 24-ժամյա լրատվական ցիկլի դարաշրջանում լրագրողներն ավելի շատ ժամանակ են ծախսում որևէ բան փնտրելով, որը կարելի լինի ավելացնել եղած նորություններին, քան ջանում ինքնուրույն նոր փաստեր հայտնաբերել և ճշտել դրանց ստույգությունը: «Հենց որ մի պատմություն «ձվից դուրս է գալիս», ողջ լրագրողական համայնքի վարքը կարծես թե սկսում է ճիշտ հունով ընթանալ: Ցանկացած լրատվամիջոց՝ որևէ լրագիր կամ հեռուստահաղորդում, ներկայացնում է պատմությունը... Մասամբ այն պատճառով, որ լրատվական կազմակերպությունները միավորվում են, մասամբ էլ եկտրոնային տեղեկատվության շնորհիվ, մենք բոլորս սնվում ենք միևնույն կերակրատաշտից», - ասում էր Օվրհոլսթերը¹²⁰:

¹¹⁹ William Damon, to Committee of Concerned Journalists steering committee 12 February 1999.

¹²⁰ Geneva Overholster, at CCJ Minneapolis forum, 22 October 1998.

Նախագահական թեկնածու Ալ Գորի դեպքը պարզ օրինակ է այն երևույթի, թե ինչպես է տեխնոլոգիան թուլացնում կրկնաստուգման գործընթացը: Երբ Գորը 2000 թվականին մտավ ընտրարշավի մեջ, մամուլը սկսեց ուշադրությունը կենտրոնացնել իր նախկին նվաճումները չափազանցելու նրա թվացյալ հակվածության վրա: Մի հաղորդում նվիրված էր Գորի «ՊիՆոկիոյի պրոբլեմին», մեկ ուրիշը նրան «ստախոս» էր անվանում, իսկ մի երրորդ լրատվամիջոց նրան պիտակում էր «պատրանքամուլ»¹²¹: Փաստերի ամենակարևոր մասն այն էր, թե իբր նա հայտարարել էր, թե Նյու Յորք նահանգի հյուսիսային մասում հայտնաբերել է Լավ Քընալ տոքսիկ թափոնների մի տեղանք: Խնդիրն այն է, որ Գորը երբեք նման հայտարարություն չի արել: Նա Նյու Յեմփշիրից ուսանողների մի խմբի ասել է, որ առաջին անգամ իմացել է այդ վտանգավոր թափոնների սպառնալիքի մասին, երբ մի ընտրող իրեն պատմել է Թենիսիում էկոլոգիապես աղտոտված Թուն քաղաքի մասին, և Գորը ցանկացել է հրապարակային դատաքննություն կազմակերպել: «Ես երկրով մեկ սկսեցի փնտրել նմանատիպ վայրեր», - ասել է նա ուսանողներին: «Եվ մի փոքր տեղ գտա Նյու Յորք նահանգի հյուսիսային մասում, որ կոչվում է Լավ Քընալ: Այդ խնդրի վերաբերյալ առաջին դատաքննությունը կազմակերպվել է Թենիսիի Թուն քաղաքի շուրջ. սրա մասին դուք չեք լսել: Սակայն դա էր հենց այն առաջինը, որից ամեն ինչ սկսվեց»¹²²:

Հաջորդ օրը սակայն *Վաշինգտոն Փոստ-ը* միանգամայն սխալ մեջբերում արեց Գորից, գրելով. «Ես էի, որ սկսեցի այդ ամենը»: Լրատու տեղեկագրի մեջ Հանրապետականների կուսակցությունը փոխեց մեջբերումը, այն դարձնելով՝ «Ես էի այն մարդը, որը սկսեց այս ամենը»: *Նյու Յորք Թայմզ-ը* տպագրեց նույն սխալ մեջբերումը, ինչ և *Փոստ-ը*: Շուտով ամբողջ մամուլը գործի անցավ՝ հիմնվելով սխալ հաղորդումների վրա, որ արդեն ամրագրվել էին երկու լրագրերի Նեքսիս տվյալների բազայում: Ոչ մեկի ուշադրությանը չարժանացավ այն փաստը, որ *Անշիեթիդ Փրես-ը* ստիպել էր ուղղել այդ մեջբերումը: Հարցը չպարզվեց այնքան ժամանակ, մինչև իրենք՝ ուսանողները, չբողոքեցին:

Քանի լրագրողները ավելի շատ ժամանակ են սկսում ծախսել՝ ջանալով համադրել տեղեկատվության նոր պորտալներով ստացվող անընդհատ աճող փաստերի հորդառատ հոսքը, մեծանում է այն ռիսկը, որ նրանք կարող են դառնալ ավելի շուտ տեղեկատվության պասսիվ ընդունողներ, քան՝ հավաքողներ: Այս երևույթի դեմ պայքարելու և լրատվությունն ավելի ամուր հիմքերի վրա դնելու համար անհրաժեշտ է ավելի լավ ըմբռնել օբյեկտիվության սկզբնական իմաստը: Մենք միակը չենք, որ հասկանում ենք սա: «Լրագրությունը և գիտությունը բխում են միևնույն ինտելեկտուալ արմատներից՝ տասնյոթ-տասնութերորդ դարերի լուսավորչականությունից»,- ասում է Ֆիլ Մեյերը՝ Հյուսիսային Կարոլինայի համալսարանի լրագրության պրոֆեսորներից մեկը: Այն նույն մտածողությունը, որը հանգեցրել է Առաջին Ուղղմանը՝ այն գաղափարը, որ ճշմարտությունն իմանալու ավելի մեծ հավանականություն կա տեսակետների բազմազանության առկայության դեպքում, հանգեցրել է նաև գիտական մեթոդի ի հայտ գալուն... Ես կարծում եմ, որ լրագրության և գիտության միջև եղած կապը պետք է հնարավորին չափ

¹²¹ Robert Parry, "He's No Pinocchio," *Washington Monthly*, April 2000; available from www.washingtonmonthly.com.

¹²² Նույն տեղում:

վերականգնվի... Ես կարծում եմ, մենք պետք է հատուկ շեշտադրենք մեթոդի օբյեկտիվությունը: Ահա թե ինչ է գիտական մեթոդը՝ դա մեր մարդկային էությունն է, մեր սուբյեկտիվ մղումները... որոնք ուղղված են որոշելու, թե ինչն է պետք ուսումնասիրել օբյեկտիվ միջոցներով»¹²³:

Այս լույսի ներքո արդարամտությունն ու հավասարակշռությունը նոր իմաստ են ստանում: Բարձր սկզբունքներ լինելու փոխարեն դրանք վերածվում են տեխնիկայի՝ միջոցների, որ լրագրողներին օգնում են իրենց հաղորդումների մշակման և փաստերի ստույգությունը ճշտելու ժամանակ: Դրանց երբեք պետք չէ հետևել ինքնանպատակ կերպով կամ միայն հանուն լրագրողական նպատակի: Արդարամտությունն ու հավասարակշռությունն արժեքավոր են այնքանով, որքանով դրանք օգնում են մեզ՝ առավելագույնս մոտենալ ճշգրտությանը և իրադարձությունների ավելի հավաստի տարբերակին:

Հավասարակշռությունն, օրինակ, կարող է հանգեցնել աղավաղումների: Եթե գիտնականների գերակշռող մեծամասնությունն այն կարծիքին է, որ համաշխարհային տաքացումը գիտական փաստ է, կամ եթե որևէ բժշկական բուժում ակնհայտորեն ամենահուսալին է, քաղաքացիների և ճշմարտության հանդեպ արջի ծառայություն կլինի այնպիսի մի տպավորություն ստեղծելը, թե տվյալ գիտական բանավեճի հարցում կողմերը հավասարապես են բաժանված: Դժբախտաբար, չափազանց հաճախ է լրագրողական հավասարակշռությունը սխալ մեկնաբանվում՝ ձեռք բերելով գրեթե մաթեմատիկական իմաստ, կարծես թե լավ պատմությունը միայն այն պատմությունն է, որն ունի երկու կողմից էլ արված մեջբերումների հավասար քանակություն: Ինչպես լրագրողները գիտեն, հաճախ միևնույն պատմությունն ունենում է ավելի քան երկու կողմ: Եվ երբեմն դրանք հավասար կերպով հավասարակշռելը բոլորովին էլ իրականության ճիշտ արտացոլումը չէ:

Արդարամտությունն, իր հերթին, նույնպես կարող է սխալ հասկացվել, եթե այն դիտարկվում է որպես մի ինքնանպատակ բան: Արդարամտությունը պետք է նշանակի փաստերի հանդեպ և քաղաքացու կողմից դրանք հասկանալու նկատմամբ լրագրողի արդարամիտ վերաբերմունքը: Այն չպետք է նշանակի՝ «Ես արդար եմ վարվում իմ սկզբնաղբյուրների հետ, որպեսզի դրանցից ոչ մեկն իրեն վատ չզգա»: Եվ ոչ էլ դա պետք լրագրողի կողմից առաջարկվող հարց նշանակի. «Իմ պատմությունը արդարամիտ է թվում»: Սրանք սուբյեկտիվ դատողություններ են, որ կարող են լրագրողին շեղել փաստերի ստույգությունը ճշտելու նպատակով ավելի շատ աշխատանք կատարելուց:

Լրատվության և հանրային քննարկումների որակը բարելավելու համար ամենակարևոր քայլը, որ լրագրողները պետք է անեն, դա նման տարածված թյուրըմբռնումները շտկելն է և փաստերի ստույգությունը ճշտելու համակարգը բարելավելը: Եվ վերջապես, այս համակարգը լրագրությունը մյուս ասպարեզներից բաժանող այն սահմանն է, որը տնտեսական հիմք է ստեղծում այն շարունակելու համար: Փաստերի ստույգությունը ճշտելու ավելի հասուն համակարգը լավագույն հակաթույնն է համոզմունքների լրագրության դեմ, որը պարտության էր մատնել փաստերի ստույգությունը ճշտող հին լրագրությունը, և ապահովում է այն հիմքը, ըստ որի քաղաքացիները կարող են վստահել լրագրողական հաղորդումներին:

¹²³ Նույն տեղում:

Ինչպիսի՞ն կլինի օբյեկտիվ մեթոդի, ոչ թե նպատակի այս լրագրությունը: Ի՞նչ կարող են քաղաքացիներն ակնկալել մամուլից՝ որպես տեղեկատվական տրամաբանական համակարգի:

Լրագրության խնդիրներով մտահոգված լրագրողներին, քաղաքացիներին և ուրիշ մարդկանց լսելիս և ուսումնասիրելիս, մեզ համար սկսեց ուրվագծվել հայեցակետերի մի հիմնական խումբ, որոնք կազմում են ստույգությունը ճշտելու համակարգի հիմքերը: Դրանք ժուռնալիստիկա կոչվող գիտության ինտելեկտուալ սկզբունքներն են.

1. Երբեք մի՛ ավելացրու մի բան, որն իրականում չի եղել:
2. Երբեք մի՛ խաբիր լասարանին:
3. Հնարավորին չափ թափանցիկ եղիր քո մեթոդների և դրդապատճառների վերաբերյալ:
4. Հենվիր քո սեփական սկզբնաղբյուրային ինֆորմացիայի վրա:
5. Համե՛ստ եղիր:

Եկեք քննարկենք դրանք մեկ առ մեկ:

Համոզմունքների նոր լրագրությանը զուգահեռ վերելք է ապրում մի կարևոր երևույթ՝ գեղարվեստական գրականությունը սկսում է ներկայացվել որպես ոչ գեղարվեստական գրականության: Հեռուստատեսության մեջ ռեժիսորներն այն կոչել են դոկուդրամա (վավերագրական դրամա), որը նշանակում է «նյութը հնարել», իսկ որոշ դեպքերում՝ ուղղակի սուտ ասել: Տարօրինակ կերպով, լրագրության մեջ գտնվել են մարդիկ, ովքեր այն կարծիքին են, թե շարադրական/պատմողական ոչ գեղարվեստական գրականությունը՝ այսինքն գրական ոճի օգտագործումը ոչ գրական ստեղծագործության մեջ, պետք է համարել գյուտերի ոլորտին դասվող երևույթ: Ոչ գեղարվեստական գրականության մեջ շարադրական ոճով գրող հեղինակների մի երկար ցուցակ կարելի է նշել, ովքեր չեն տեսնում, թե բանն ինչու՞ն է: Բայց պրոբլեմն իրականում մեծանում է: Ջավեշտական է, բայց այն անհրաժեշտ էլ չէ: Ոչ գեղարվեստական պատմողական գրականությունը հաջողության հասնելու համար հորինելու, գյուտերի կարիք չունի: Բոստոնի համալսարանից Մարկ Կրամերն առաջարկում է խիստ կանոնների մի ամբողջ շարք, որոնք միանգամայն բավարար են սահմանված ժամկետներով աշխատող լրագրողի կամ գրական ոճաբանի համար: Օրինակ, նա խոսում է ներքին մենախոսությունների մասին. «Մտքերի ոչ մի լրացում չի կարելի անել սկզբնաղբյուրին, մինչև որ սկզբնաղբյուրներն իրենք չասեն, որ որոշակիորեն ունեցել են հենց այդ մտքերը»: Սթիվ Լոպեսը՝ *Թայմ Ինքորփորեյթիդ-ի* գրողներից մեկը, ասում է, որ կանոնները և միջոցները պատմվածքի ոճից կախված կարող են տարբեր լինել, բայց սկզբունքը չի փոխվում: Եթե որևէ բանի ստույգությունը չի ճշտվել, մի՛ օգտագործիր այն: Ըստ երևույթին Ջոն ՄըքՖին, *Նյու Յորքեր-ի* գրողներից մեկը, որն աչքի է ընկնում իր պատմողական-շարադրական ոճով, ամենակարևոր հրամայականները ամփոփել է լավագույն կերպով. «Ոչ գեղարվեստական գրականություն ստեղծող հեղինակը ընթերցողին պատմում է իրական մարդկանց մասին իրական վայրերում: Այնպես որ, եթե այդ մարդիկ խոսում են, ապա դու ասում ես այն, ինչ այդ մարդիկ են ասել: Դու չես ասում այն, ինչ գրողն է որոշում, թե նրանք ասել են... Դու չես հնարում երկխոսությունը: Դու չես

ստեղծում բարդ կերպար... Եվ դու չես մտնում իրենց (կերպարների) գլխի մեջ ու մտածում նրանց փոխարեն: Դու չես կարող հարցազրույց վերցնել մահացած մարդուց: Այն մասերում, որտեղ գրողները կրճատումներ են անում, այնտեղ նրանք ավտոստոպով են ճանապարհորդում մյուս գրողների հեղինակության վրայով, ովքեր այդպես չեն վարվում¹²⁴:

1980-ին Ջոն Զերսին՝ «Չերոսիմա»-ի համար Փուլիցերի մրցանակի արժանացած գրողը, Երկրորդ համաշխարհային պատերազմի ժամանակ միջուկային ռումբի պայթյունի հետևանքների մասին պատմության հեղինակը, փորձեց շարադրել մի սկզբունք, որը կօգներ լրագրությունը համոզիչ դարձնել՝ առանց խախտելու փաստի և մտացածին գրականության սահմանագիծը: «Արտոնագրի լեզունը» գործում Զերսին դավանում էր մի խիստ չափանիշ՝ երբեք մի՛ հորինիր: Լրագրության ներքին հավատամքն է՝ «այստեղ ոչինչ հնարովի չէ»¹²⁵:

Այսօր, մեր կարծիքով, Զերսիի «երբեք չհորինելու» չափանիշը շտկման կարիք ունի: *Կեսգիշերը Բարու և Չարի պարտեզում* գրքում Ջոն Բերենդտը օգտագործում է համակցված կերպարներ և մի քանի իրադարձություններ սեղմել է մեկ դրամատիկ գործողության մեջ: Ռոնալդ Ռեյզանի կենսագիր Էդմունդ Մորիսն այն կարծիքի էր, որ ինքը նախկին նախագահի կյանքն ավելի վառ կարող էր ներկայացնել, եթե ինքը՝ կենսագիրը, լիներ այդ գրքի կերպարներից մեկը: Սակայն երկխոսությունները վերակառուցելը, իրադարձությունները սեղմ ձևով ներկայացնելը կամ ժամանակի մեջ մարդկանց տեղափոխություններ կատարելը, բոլորն էլ հորինել են նշանակում:

Սենթ Փիթսբըրգի Փոյնթեր ինստիտուտի ավագ գիտաշխատող Ռոյ Փիթեր Քլարքի հետ մենք մշակել ենք թարմացված գաղափարների մի շարք այն լրագրողների համար, ովքեր փորձում են խուսանավել փաստի և գեղարվեստական գրականության միջև ընկած ծանծաղուտներում:

Մի՛ ավելացրու: *Մի ավելացրու-ն* պարզապես նշանակում է, որ պետք չէ ավելացնել բաներ, որոնք չեն եղել: Սա ավելի հեռուն է գնում, քան «երբեք մի՛ հորինիր»-ը, որովհետև սրա մեջ մտնում են նաև իրադարձությունները ժամանակի կամ տարածության մեջ վերադասավորելը կամ կերպարները կամ իրադարձություններն իրար համակցել-միացնելը: Եթե հեռուստապատմությունը մեքենագրելու ժամանակ շչակը սուլում է, և դրամատիկ էֆեկտ ստանալու համար այն մեկ տեսարանից տեղափոխվում է մեկ ուրիշ տեսարան, ապա, փաստորեն, այն ավելացվում է այդ երկրորդ տեղում: Այս կերպ ինչ-որ մի ժամանակ փաստը վերածվում է հորինվածքի:

Մի՛ խաբիր: *Մի խաբիր-ը* նշանակում է, որ երբեք չի կարելի լսարանին սխալ կողմնորոշել: Մարդկանց հիմարեցնելը խաբելու մի ձև է, և ծաղրում է այն գաղափարը, որ լրագրությունը հավատարիմ է ճշմարտացիությանը: Այս սկզբունքը սերտորեն կապված է *մի ավելացրու*-ի հետ: Եթե դու շչակի տեղը փոխել ես և լսարանին չես

¹²⁴ Phil Meyer, at CCJ St. Petersburg, Florida, forum, 26 February 1998.

¹²⁵ Norman Sims, ed. *The Literary Journalists*, (New York: Ballantine Books, 1984), 15.

ասում դրա մասին, ուրեմն դու խաբում ես նրանց: Եթե ձեր արածի մասին լսարանին տեղյակ պահելն անախորժ է լինում լսարանի համար, ապա ակնհայտ է, որ նման բան անելը տեղին չէ: Սա ստուգման օգտակար ձև է: Ի՞նչ կմտածի լսարանը, եթե իմանա, որ պատմությունն ավելի դրամատիկ դարձնելու համար դուք չչակի ձայնը տեղափոխել եք պատմության մեկ ուրիշ մաս: Ամենահավանականն այն է, որ նրանք դա համարեն էժանագին հնարք:

Մի՛ խաբիր-ը նշանակում է, որ եթե մարդ պատրաստվում է կիրառել պատմողական կամ շարադրանքի ինչ-ինչ հնարքներ, որոնք տարբեր են ականատեսների հաղորդումների ընդունված գրական ձևից, ապա լսարանը պետք է իմանա դրա մասին: Ինչ վերաբերում է մարդկանցից մեջբերումներ անելուն, լրագրողների հետ մեր հարցազրույց-ուսումնասիրություններից մենք պարզել ենք, որ նրանք բոլորն էլ համակարծիք են: Լրագրողների գերակշիռ մեծամասնությունն այն կարծիքին է, որ քերականությունը շտկելու փոփոխություններից բացի, լսարանի համար պետք են որոշակի նշաններ՝ բացթողումներ կամ փակագծեր, եթե չակերտների ներսում բառերը փոփոխված են, կամ պարզության համար հանված են ինչ-ինչ արտահայտություններ¹²⁶:

Եթե լրագրողը վերակառուցում է այնպիսի մեջբերումներ կամ իրադարձություններ, որոնց նա ականատես չի եղել, ապա *մի խաբիր-ը* նշանակում է, որ լսարանը պետք է իմանա, որ դրանք վերակառուցված են, և թե ինչպես է ճշտվել այս երկրորդ ձեռքից ստացված տվյալների ստույգությունը: Գրքի կամ պատմության սկզբում կամ վերջում զետեղված հեղինակի աղոտ նշումը, որը լասարանին ընդամենը ասում է, թե «զետեղված մի քանի հարցազրույց վերակառուցված են», նույնիսկ չի մոտենում պահանջվածին: Ո՞ր հարցազրույցները: Ինչպե՞ս են վերակառուցվել: Նման կարգի անորոշ պարզաբանումներն ամենևին էլ պարզաբանումներ չեն: Դրանք միայն խորամանկ խուսամավումներ են:

Մենք համարում ենք, որ այս երկու հասկացությունները՝ *մի՛ ավելացրու* և *մի՛ խաբիր*, հանդիսանում են հիմնական նշանաձողերը փաստի և հնարավոր/զեղարվեստական գրականության սահմանագծում նավարկելու համար: Սակայն մենք՝ որպես քաղաքացիներ, ինչպե՞ս կարող ենք տարբերել, թե որ լրագրությանը կարելի է վստահել: Ահա մի քանի օգտակար սկզբունքներ:

Թափանցիկությունը: Եթե լրագրողները ճշմարտություն որոնողներ են, ուրեմն նրանք պետք է ճշմարտացի լինեն նաև իրենց լսարանի հետ, ասինքն՝ նրանք պետք է լինեն ճշմարտությունը ներկայացնողներ: Եթե համարենք, որ սա ուրիշ որևէ բան չի նշանակում, ապա պատասխանատվությունը պահանջում է, որ լրագրողներն իրենց լսարանի հետ լինեն հնարավորին չափ բաց և ազնիվ՝ իրենց իմացածի և չիմացածի վերաբերյալ: Ինչպե՞ս դու կարող ես հավակնել ճշմարտության լրատու լինելու, եթե դու ճշմարտախոս չես առաջին հերթին քո լսարանի հանդեպ:

Գործնականում, քո իմացածը մարդկանց հետ կիսելու միակ ճանապարհը հնարավորին չափ շատ բան բացահայտելն է, իրազեկումը սկզբնաղբյուրների և տեղեկատվություն ձեռք բերելու եղանակների մասին: Որտեղի՞ց իմացաք այն, ի՞նչ գիտեք: Ո՞վ է /ովքե՞ր են ձեր

¹²⁶ Tom Goldstein, ed. *Killing the Messenger* (New York: Columbia University Press, 1989) 247.

աղբյուրը: Որքանով է այն մոտ բուն սկզբնաղբյուրին: Ի՞նչ կողմնակի ազդեցության են ենթարկվում նրանք: Եղած հաղորդումներն իրարամե՞րժ են: Ի՞նչ չգիտենք մենք: Սա անվանեք *Թափանցիկության կանոն*: Մենք գտնում ենք, որ դա առանձին տարրերից ամենակարևորն է փաստերի ստույգությունը ճշտելու բարելավված համակարգ մշակելիս:

Սահմանափակումների մեծ մասը, որ լրագրողներին հանդիպում են ճշգրիտ լինելուց դեպի ճշմարտությունն ընկած ճանապարհին, հիմնականում, եթե ոչ ամբողջությամբ, կապված են իրենց իմացածի ծագման վերաբերյալ ազնիվ լինելու հարցից. ինչո՞ւ ենք վստահում այդ տեղեկատվությանը և ի՞նչ ջանքեր ենք գործադրում ավելի շատ բան իմանալու համար:

Թափանցիկությունն ունի մի երկրորդ արժանիք ևս. այն ընդգծում է լրագրողի՝ հասարակության նկատմամբ ունեցած հարգանքը: Այն հասարակությանը հնարավորություն է տալիս դատողություններ անել տեղեկատվության վավերականության և այն գործընթացի մասին, որի միջոցով այն ապահովվել է, նաև տեղեկատվությունը հաղորդող լրագրողի շարժառիթների և կողմնորոշման մասին: Այս հատկանիշները թափանցիկությունը դարձնում են լավագույն պաշտպանությունը աղբյուրներից եկած սխալների և խաբեության դեմ: Եթե լրագրողի ունեցած լավագույն տեղեկատվությունը գալիս է կողմնակալ աղբյուրից, աղբյուրը նշելը լսարանի համար կբացահայտի տեղեկատվության հնարավոր կանխակալ ազդեցության մասին ու նաև կարող է կասեցնել աղբյուրի կողմից կեղծ լրատվություն տրամադրելը:

Մյուս կողմից թափանցիկությունն օգնում է ցույց տալ, որ լրագրողն ունի հասարակական շահերից բխող դրդապատճառ, որը և հանդիսանում է վստահելիության բանալին: Իր արածի վերաբերյալ լրագրողի թափանցիկ լինելու պատրաստակամությունն ընկած է այն բանի հիմքում, որ նա նախանձախնդիր է ճշմարտության:

Սուտը կամ սխալն այն է, որ մենք ձևացնում ենք, թե ամենագետ ենք կամ հավակնում ենք ավելի մեծ գիտելիքների, քան իրականում ունենք:

Ինչպե՞ս է աշխատում Թափանցիկության կանոնը: Այն սկսվում է ամենավերևում, ուր այն կարող է նշանակել հասարակական հավաքներ, ճառեր կամ խմբագրական հատուկ սյունակներ, հատկապես հակամարտության առկայության դեպքում: *Վաշինգտոն Փոստ-ուև* խմբագիր Լեոնարդ Դաունին գրեց մի հոդված՝ բացատրելով լրատվական և խմբագրական էջերի միջև եղած բաժանումը, որը տեղի էր ունեցել երկրի նախագահի ընտրության ժամանակ: Այստեղ ներգրավված էին առանձին պատմություններ, որ ունեին իրենց հատուկ մանրամասները: Եթե լրատվության մեջ ասվում էր «մասնագետներն ասում են», ապա նշվում էր, թե քանի մասնագետի հետ է թղթակիցն իրականում խոսել:

Բանալին հետևյալն է. համաձայն Թափանցիկության կանոնի՝ լրագրողն ամեն մի իրադարձության համար պարտավոր է իրեն հարց տալ. «Ի՞նչ պետք է իմանա իմ լսարանն այս իրադարձությունը ինքնուրույն գնահատելու համար: Եվ իրադարձության մեր մատուցման մեջ կա՞ որևէ բան, որը բացատրության կարիք ունի»:

Սա նույն այն սկզբունքն է, որով ղեկավարվում է գիտական մեթոդը. բացատրիր, թե ինչպես ես դու իմացել ինչ-որ բան և ինչու ես

հավատում դրան, այնպես որ լսարանը կարողանա կրկնել միևնույն բանը: Գիտության մեջ փորձի կամ դրա օբյեկտիվության հուսալիությունը որոշվում է այն բանով, թե արդյոք մեկ ուրիշը կկարողանա՞ր կրկնել տվյալ փորձը: Լրագրության մեջ միայն բացատրելով, թե մենք ինչպես ենք կարողացել իմանալ մեր հաղորդածը, հնարավոր է մոտավորապես հասնել այն գաղափարին, որ մարդիկ ի վիճակի լինեն, եթե նրանց մտքում լինի, կրկնել միևնույն հաղորդագրությունը: Ահա թե ինչ է նշանակում օբյեկտիվությունը գիտության և լրագրության մեջ:

Նույնիսկ այն ժամանակ, երբ Ուոլտեր Լիփմանը կասկածանքով էր մոտենում այն հարցին, թե արդյո՞ք լրագրությունը կարող է պարզել իսկական ճշմարտությունը, նա ընդունում էր հետևյալը. «Չկա ոչ մի պաշտպանություն, ոչ մի արդարացում, ոչ մի ներում վեց անգամ պնդելու համար, թե Լենինը մահացել է, այն դեպքում, երբ միակ տեղեկատվությունը, որ լրագիրն ունի նրա մահվան մասին, լրատվություն է այնպիսի մի սկզբնաղբյուրից, որը բազմիցս ապացուցել է իր ոչ հուսալի լինելը: Նման դեպքում լուրը պետք է լիներ ոչ թե «Լենինը մահացել է» նախադասությունը, այլ՝ «Յեկսինգֆորսն ասում է, թե Լենինը մահացել է»-ն: Այդ ժամանակ Լենինի մահվան մասին տեղեկատվության վերաբերյալ լրագիրը պատասխանատու կլիներ այնքանով, որքանով որ լրատվության սկզբնաղբյուրն է հուսալի: Եթե կա մի հարց, որի պարագայում խմբագիրներն ամբողջապես պատասխանատու են, դա սկզբնաղբյուրի հուսալիության վերաբերյալ իրենց կարծիքն ու դատողություններն են»¹²⁷:

Դժբախտաբար, թափանցիկության գաղափարը չափազանց հաճախ է խախտումների ենթարկվում: Լրագրության մի ստվար զանգված այդպես էլ որևէ բան չի ասում իրենց մեթոդի, շարժառիթների և սկզբնաղբյուրների մասին: Յեռուստացանցերի լրատվական ծրագրերը պարզապես վկայակոչում են «աղբյուրները նշում են, որ», համարելով, թե դա եթերային ժամանակի խնայողություն է: Բայց սա նույնպես սխալ է: Նույն ձևով, *Կապիտուլ Յիլի* գրասենյակների մեծ մասում առանց տեղեկությունը հաղորդողի պաշտոնն ու անունը նշելու հղում կատարելն ընդունված կարգ է: Քանի որ քաղաքացիները գնալով ավելի թերահավատ են դառնում թե՛ լրագրության, և թե՛ քաղաքական հաստատությունների նկատմամբ, սա նույնպես հասարակությանը մատուցած վնասակար ծառայություն է և ավելի մեծ կասկածի տակ է դնում լրագրությունը:

Ապակողմնորոշող աղբյուրներ. թափանցիկության հետևանքներից մեկը: Թափանցիկության կանոնը ենթադրում է նաև լրագրողների կողմից տեղեկատվության աղբյուրները դիտարկելու որոշակի եղանակներ: Ակնհայտ է, որ իրենց լսարանին ճշմարտությունն ասելու ջանքեր գործադրելիս լրագրողները չպետք է ստեն կամ մոլորության մեջ գցեն իրենց լրատվական աղբյուրներին:

¹²⁷ CCJ and the Pew Research Center for the People and the Press, “Striking the Balance: Audience Interests, Business Pressures and Journalists’ Values” (March 1999); Amy Mitchell and Tom Rosenstiel, “Don’t Touch that quote,” *Columbia Journalism Review*, January 2000, 34-36.

Դժբախտաբար, առանց այս սկզբունքը մինչև վերջ հասկանալու, լրագրողները չափազանց հաճախ են զանց առնում այն: Ի սեր ճշմարտության որոնման՝ որոշ լրագրողների մեջ ընդունված մշտական աշխատառժ է դարձել լրատվության աղբյուրներին մոլորության մեջ գցելը, նրանց իրենց պատմության իսկական նպատակը չհաղորդելը և նույնիսկ՝ գրվելիք պատմության վերաբերյալ իրենց ունեցած դիտավորությունների մասին ստելը: Չնայած առաջին հայացքից թվում է, թե անաչառությունը լրագրողների դաստակներն ամուր սեղմող ձեռնաշղթա է, սակայն մեծ մասամբ այդպես չէ: Շատ լրագրողներ պարզել են, որ անաչառ լինելը ազդեցության մեծ ուժ է տալիս իրենց: «Ես պարզել եմ, որ միշտ ավելի լավ է լրատվության աղբյուրների հետ խոսելը, նրանց ասելը, թե ես ինչ եմ անում և ինչ նպատակներ ունեմ», - հետո մեզ ասաց *Բոստոն Գլոուբ-ի* քաղաքական թղթակից Ջիլ Ջուկմանը: Իսկ *Վաշինգտոն Փոստ-ի* թղթակից Ջեյ Մեթյուսը սովորություն ունի իր սկզբնաղբյուրներին ցույց տալ գրվող պատմության սևագիր տարբերակները կամ պլանները: Նա հավատացած է, որ այդպես իր պատմություններն ավելի ճշգրիտ են դառնում և մանրամասները՝ ավելի ստույգ¹²⁸:

Միևնույն ժամանակ, լրագրողները նույնպիսի ճշմարտախոսություն պետք է ակնկալեն իրենց լրատվական աղբյուրներից: Լրագրողների մեծ մասն այն կարծիքին է, որ եթե անունը չնշելու պայմանավորվածություն ունեցող աղբյուրը սխալ տեղեկություններ է հաղորդում՝ մոլորության մեջ գցելով լրագրողին, ապա այդ մարդու անունն անպայման պետք է հրապարակել: Անունը չհայտնելու գործարքի մի մասն էլ հենց ճշմարտախոս լինելու մեջ է:

Գոյություն ունի լրագրողների մի հատուկ տեսակ, որոնք սիրում են տեղեկատվության աղբյուրին մոլորության մեջ գցել: Սա կոչվում է դիմակախաղ: Սա լինում է այն ժամանակ, երբ լրագրողն իրեն ներկայացնում է որպես մեկ ուրիշ անձ՝ ճշմարտությունը չասող աղբյուրից իրական պատմությունը կորզելու համար: «Ծպտված» թղթակցության տեխնիկան բոլորովին էլ նոր բան չէ: Նելլի Բլայի նման մակեռեքլըները (մարդկանց անձնական կյանքի վերաբերյալ բանբասանք և կեղտոտ լուրեր հաղորդողները), որոնց հաջողվել էր այլ նշանակալի նվաճումների կողքին նաև որպես հիվանդ խելագարանոց սողոսկել՝ բացահայտելու, թե որքանով վատ են բուժում հոգեկան հիվանդներին, դիմակախաղն օգտագործում էին դեռ քսաներորդ դարի սկզբում: Այսօր հեռուստատեսությունը հաճախ է օգտագործում դիմակախաղն ու թաքնված տեսախցիկները՝ սխալ արարքներին հրապարակայնություն տալու համար:

Խաբեությունից խուսափելը և լսարանի ու լրատվության աղբյուրների հետ թափանցիկ լինելն ի՞նչ կառաջարկեին դիմակախաղին: Մենք գտնում ենք, որ այս հասկացությունները լրագրողների պրակտիկայից չեն բացառում դիմակախաղը: Դրանք ավելի շուտ նշանակում են, որ լրագրողը պետք է քաղաքացիական անհնազանդությունը ստուգելու տեստ անցկացնի՝ որոշելու համար՝ արդյո՞ք կարիք կա կիրառել հենց այդ եղանակը: Քաղաքացիները ևս

¹²⁸ Walter Lippmann, *Public Opinion* (New York: The Free Press, 1965), 226.

պետք է կիրառեն այս տեսորը, եթե ուզում են գնահատել, թե իրենք ինչ են մտածում դրա մասին: Տեսորը բաղկացած է երեք քայլից.

1. Տեղեկատվությունը պետք է բավականաչափ կենսական լինի հասարակական շահերի տեսանկյունից՝ խաբեությանը դիմելն արդարացնելու համար:
2. Լրագրողները չպետք է դիմեն դիմակախաղի, եթե կա որևէ այլ հնարավոր միջոց իրական պատմությունն իմանալու և ձեռք բերելու համար:
3. Ամեն անգամ, երբ տեղեկատվություն ստանալու համար լրագրողները մոլորության մեջ են գցում տեղեկատվության աղբյուրին, նրանք պետք է իրենց լսարանին անպայման տեղյակ պահեն դրա մասին ու պետք է բացատրեն այդպես վարվելու իրենց դրդապատճառները՝ ներառյալ այն, թե ինչով է տվյալ ինֆորմացիան ձեռք բերելու համար կիրառված խաբեությունն արդարացվում, և ինչքանով է հավաստի, որ գործելու հենց այս եղանակն է եղել փաստերը ձեռք բերելու միակ ճանապարհը:

Նման մոտեցման դեպքում քաղաքացիներն իրենք կարող են որոշել՝ արդյո՞ք լրագրողական անազնվությունն արդարացվում է, թե՛ ոչ: Իսկ լրագրողներն, իրենց հերթին, միանգամայն հստակ հարաբերությունների մեջ են լինում քաղաքացիների հետ, որոնց և առաջին հերթին ուղղված է նրանց հավատարմությունը:

Մենք ավելի երկար խոսեցինք լրագրության մեջ ավելի թափանցիկ լինելու մասին, որովհետև, ի վերջո, այն օգնում է ավելի խորաթափանց և տեղակացված հասարակություն ձևավորելու գործում: Այդպիսի հասարակություն, որն անմիջապես կարող է սկզբունքներով առաջնորդվող լրագրությունը տարբերել անփույթ, անձնական շահեր հետապնդող կեղծ նմանակումներից: Այս կերպ լրագրողները կարող են շուկայում նոր ուժ ներկայացնել՝ դառնալով որակյալ լրագրության ճակատ:

Այս թափանցիկությունը ենթադրում է, որ լրատվության մեջ պատմվում է, թե ինչպես է ստեղծվել տվյալ պատմությունը, և ինչու է այն ներկայացված այնպես, ինչպես կա: Քլինթոն-Լևինսկի սկանդալի տեսության ժամանակ *Նյու Յորք Թայմզ-ը* հենց այդպես էլ վարվեց՝ ընթերցողներին բացատրելով, թե ինչու է Խուանիտա Բրոուդրիք անունով մի կնոջ անհիմն հայտարարությունը միառժամանակ հետ պահվել, և ապա՝ 16-րդ էջում տպագրվել՝ որպես խաղաքարտ: Բրոուդրիքը հայտարարում էր, որ ճիշտ նույն կերպ, քսանմեկ տարի առաջ, Արկանզասում նախագահ Քլինթոնը սեռական ոտնձգություններ է արել իր նկատմամբ, չնայած ինքը հայտարարությամբ հանդես չի եկել ոչ այն ժամանակ, ոչ էլ նույնիսկ Լևինսկու սկանդալի սկզբում: Նա հարցին չէր ցանկանում իրավաբանական ընթացք տալ:

Թղթակիցներ Ֆելիսիթի Բարինգերը և Դեյվիդ Ֆայրբրոունը հարցազրույց անցկացրին իրենց սեփական գործագիր տնօրեն Բիլ Քելերի հետ և նրա տված բացատրությունը մտցրեցին պատմության մեջ: Բրոուդրիքի հայտարարության արժեքը բոլորովին «պարզ չէ...

իրավաբանորեն այն թվում է դատապարտված և միանգամայն անհիմն... Կոնգրեսը չի պատրաստվում նրանից (նախագահից) կրկին հրաժարական պահանջել... և, անկեղծ ասած, մենք բոլորս էլ փոքր-ինչ հոգնել ենք սկադալից»: Քելերի ասածը որոշակի իմաստ ուներ: Քաղաքացիներից ոմանք գուցե և չհամաձայնեն, բայց գոնե հիմա նրանց տրված էր բացատրությունն իրենց ստացած տեղեկատվության վերաբերյալ, և չկար այն կեղծ զգացողությունը, թե այդ լուրն ավելի շուտ օբյեկտիվ իրականություն է եղել, քան մարդկային երևակայության արդյունք¹²⁹:

Այստեղ երկու տարր առանցքային են: Առաջինը՝ լրագրողներն այն կարծիքին էին, որ կարևոր է, որ ընթերցողներն իմանան, թե լրատվության մասին որոշումներն ինչպես են ընդունվում, թե ինչպիսի չափանիշներ են օգտագործվում այդ որոշումներն ընդունելիս: Երկրորդ՝ *Նյու Յորք Թայմզ-ի* գրասենյակում մթնոլորտն այնպիսին էր, որ թղթակիցները միանգամայն ազատ և անկաշկանդ էին զգում իրենց, երբ գրիչները ձեռքներին՝ սեփական գործադիր տնօրենի որոշումը հարցականի տակ էին դնում, որպեսզի իրենց պատմություններում նրա մեկնաբանություններից քաղված մեջբերումներ անեն:

Փաստացիությունը, իրական լինելը, հավաստիությունը: Լրագրողներն ու քաղաքացիները լրագրությունից ավելի շատ թափանցիկություն պահանջելուց բացի, լրատվական հաղորդումների արժեքի մասին դատելիս պետք է փնտրեն մեկ այլ բան ևս: Մայքլ Օրեսկեսը՝ *Նյու Յորք Թայմզ-ի* վաշինգտոնյան բյուրոյի ղեկավարը, առաջարկում է արտաքինից պարզունակ թվացող, բայց իրականում շատ հզոր մի գաղափար ճշմարտությանը հետամուտ լինելու համակարգում, որն է. կատարե՞ք ձեր սեփական աշխատանքը:

Նախագահ Բիլ Քլինթոնի և աշխատակից Մոնիկա Լևինսկու մտերիմ կապին վերաբերող իրավաբանական սկանդալի ժամանակ լրատվական կազմակերպությունները դժվար կացության մեջ հայնտվեցին. ինչպես պետք էր վարվել ուրիշ լրատվական կազմակերպությունների կողմից արված՝ հաճախ պայթուցիկ բացահայտումների հետ, որոնց ստույգությունն իրենք չէին կարող ստուգել և ճշտել: Սովորաբար, գործն ավելի բարդացնելով, նման հայտարարությունները հիմնվում էին անանուն սկզբնաղբյուրների վրա, ինչը նշանակում էր, որ լրատվական կազմակերպությունները նույնիսկ ավելի մեծ պատասխանատվության էին ենթարկվում տվյալ պատմության վավերականության առումով, քան՝ եթե նրանց հաջողվեր որևէ որոշակի տեղից մեջբերում անել: Այդպիսի մի սկզբնաղբյուրի վրա հիմնվելով՝ երեք տարբեր լրատվական կազմակերպություններ հաղորդեցին, որ մի երրորդ կողմի վկա տեսել է նախագահին և Լևինսկուն ինտիմ կապի մեջ՝ պատմություններ, որոնք ինչպես հետագայում պարզվեց, բոլորովին անստույգ էին: Հարց է ծագում՝ պե՞տք է լրատվական կազմակերպությունները հաղորդեին նման բացահայտումներն ու հայտարարությունները, եթե նրանք հանդգլած

¹²⁹ Jay Matthews, interview by Dante Chinni, 12 September 2000.

էին, որ մյուս կազմակերպություններն անպայման այդպես կվարվեն, և, ընդունված լեզվով ասած, պատմությունը «ջրի երես դուրս կգա»:
Օրեսկեսը եզրակացնում է, որ պատասխանը միանշանակ պետք է լինի «ոչ»: «Ճշմարտությունը գրողներն այն մարդիկ էին, ովքեր իրենց սեփական աշխատանքն էին կատարել, ովքեր զգույշ էին մոտենում հարցին, ովքեր հետևել էին սկզբնաղբյուրներից օգտվելու հիմնարար չափանիշներին և իրենց տեղեկատվությունը ստացել էին բազմաթիվ աղբյուրներից: Իսկ այն մարդիկ, ում անհանգստացնում էր, թե ասպարեզում ինչ էր «բաց թողած», եթե միայն կարելի է օգտագործել այդ ահավոր արտահայտությունը, որն այդքան շատ լրագրողական մեղքեր է արդարացնում, այն մարդիկ, ովքեր վախենում էին, թե իրենք տանուլ կտան, փոխանակ փորձեին հնարավորին չափ լավ և արագ աշխատել, մատնված էին բացարձակ թյուրիմացության և խառնաշփոթության»¹³⁰.

Փաստացիությունը խորապես նստած է լրագրության հիմքում: Մամուլի մի քանի հին աքսիոմներ նույն բանն են ասում. «Երբ կասկածում ես, հրաժարվիր»: Պատմությունը «համապատասխանեցնելու» ավանդույթը ևս բխում է միևնույն գաղափարից: Մեկ ուրիշ լրատվական աղբյուրի հայտնած լուրը հրապարակելու փոխարեն, լրագրողները գերադասել են առաջին հերթին իրենց թղթակիցներից մեկին ուղարկել ինֆորմացիան ստուգելու և հաստատելու: Սա մասամբ նաև մեկ այլ լրատվական կազմակերպությանը պարտական լինելուց խուսափելու ձև էր: Ընդսմին, այն ուներ մեկ այլ շատ կարևոր էֆեկտ: Այն պատմությունները, որոնց հավաստիությունը հնարավոր չէր անկախ ստուգման ենթարկել, չէին կրկնվում:

Չամեստությունը: Հինգերորդ և վերջին հայեցակետն այն է, որ լրագրողները պետք է համեստորեն գնահատեն իրենց սեփական հմտությունները և կարողությունները: Այլ կերպ ասած՝ նրանք ոչ միայն պետք է թերահավատ լինեն իրենց տեսածի և ուրիշներից լսածի հանդեպ, այլ, որ նույնքան կարևոր է, պետք է կասկածով վերաբերվեն այս կամ այն բանը հասկանալու իրենց սեփական ունակությանը: Ջեկ Ֆուլլերը նորից պնդում էր, որ լրագրողները «պետք է իրենց դատողությունների մեջ իրենց իմացածի և իմանալու մեթոդի հարցում համեստություն ցուցաբերեն»¹³¹: Իրադարձությունները սխալ մեկնաբանելուց խուսափելու հիմնական ճանապարհը օրինապահ ազնվությունն է սեփական գիտելիքների սահմանների և ընկալման սեփական ունակության վերաբերյալ:

Լրագրության մեջ բազմազանության հարցերին նվիրված հավաքի ժամանակ պատահած մի դեպք մեզ օգնեց օրինակով պարզաբանել այս կետը: Իրադարձությունը, որը նկարագրեց *Նյու Յորք Թայմզ-ի* կրոնական հարցերվ թղթակից Լորի Գուդշտայնը, Միացյալ Նահանգների Կապիտոլի աստիճանների վրա Չոգեգալստյան աղոթքի ծեսի վերականգնման մասին էր: Չավաքվածները նշում էին հավատքի վերականգնումը, կոչ էին անում դպրոցներում մտցնել աղոթքը,

¹³⁰ Felicity Barringer and David Firestone, “On Torturous Route, Sexual Assault Accusation Against Clinton Resurfaces,” *New York Times*, 24 February 1999.

¹³¹ Michael Oreskes, speech delivered at CCJ Washington, D. C., forum, 20 October, 1998.

դատապարտում էին հղիության արհեստական ընդհատումը և հոմոսեքսուալիզմը՝ միանգամայն տիպական ավետարանական նորոգված հավաք: Լրագրի մի թղթակից, որը մեկնաբանում էր այս իրադարձությունը, պատմել էր այս ամենը, բացատրում էր Գուդշտայնը, բայց ավելացրել էր հետևյալ նախադասությունը. «Երբեմն-երբեմն տրամադրությունը թշնամական էր դառնում օրինաստեղծ մարմինների նկատմամբ, ովքեր նստած էին բեմի հետևում գտնվող այդ հոյակերտ շենքում»: Այա թղթակիցը մեջբերում էր արել քրիստոնեական ռադիոյի հաղորդավարի խոսքերից, որը ելույթ էր ունեցել բեմում. «Եկե՛ք աղոթենք, որ Աստված կոտորի Կապիտոլում եղած բոլոր մարդկանց»¹³²:

Թղթակիցը ենթադրել էր, թե հաղորդավարը «slay» ասելով՝ նկատի ուներ «սպանելը»: Սակայն, բացատրեց Գուդշտայնը, «հոգեգալստյան ամեն մի հավատացյալ գիտե, որ Աստծուց որևէ մեկին կոտորել խնդրելով՝ մարդ խնդրում է, որ Աստված հաղթահարի նրա ոգին, կոտորի՝ սուրբ հոգով պատելու իմաստով, աղոթելով, որ նրանք տոգորվեն սիրով՝ Աստծո և Քրիստոսի նկատմամբ»:

Բանն այն է, որ թղթակիցը չգիտեր այդ, իսկ լրատվական գրասենյակում չկար որևէ ավետարանչական, որից կարող էր հարցնել: Մյուս կողմից, գուցե նա չափազանց ոգևորված էր «սուրբ պիղծ բաների» մասին ասելու առիթով, փոխանակ որևէ մեկի հետ հետո նորից ստուգեր, թե արդյո՞ք այդ ռադիոհաղորդավարն իսկապես ամբողջ Կոնգրեսը կոտորելու կոչ էր անում:

«Այս ամբողջ պատմությունը մի շատ տհաճ ուղղում կատարելու պատճառ էր դարձել», - ասաց Գուդշտայնը: Այն նաև մի բնորոշ դեպք է, որն ապացուցում է համեստության անհրաժեշտությունը:

Նշված հինգ գաղափարները միասին կազմում են այն փիլիսոփայության հիմքը, որն ընկած է ստույգությունը ճշտելու դիսցիպլինի հիմքում: Նրանք նաև աջակցում են լրագրողի և քաղաքացու միջև ավելի սերտ հարաբերությունների հաստատելու գործընթացին, որը երկկողմանի շահավետ է: Կիրառելով թափանցիկ, պատմողական շարադրանքի հզոր գործիքները, լրագրողը քաղաքացուն կարևոր տեղեկատվություն է հասցնում, որոնց կողքով նա, հակառակ դեպքում, միգուցե անցներ առանց նկատելու կամ իմանալու: Եվ լրագրողին հաջողվում է դա անել առանց լրատվության փաստացի ամբողջականությունը խաթարելու: Միևնույն ժամանակ, սեփական աշխատանքի մասին ավելի բաց լինելով՝ լրագրողը լուրերը ձեռք բերելու, շարադրելու և ներկայացնելու ժամանակ շահագրգռված է լինում ավելի զգույշ լինել:

Ստույգությունը ճշտելու տեխնիկան, եղանակները: Ակնհայտ է, որ այս հայեցակետերն այնքան առանձնահատուկ չեն, որ բավարար լինեն թղթակցության «գիտական մեթոդ» համարվելու համար: Դրանք նախատեսված են անհատ լրագրողների համար, որպեսզի նրանք կատարելագործվեն իրենց հասկացածի սահմաններում: Բայց մենք կուզենայինք առաջարկել մի քանի կոնկրետ մեթոդներ, որոնք

¹³² Jack Fuller *News Values: Ideas from an Information Age* (Chicago and London: University of Chicago Press, 1996), 350.

կիրառվում են երկրով մեկ տարբեր լրագրողների կողմից: Չնայած առաջարկվածը հանրագիտարանային լինելու հավակնություն չունի, սակայն ցանկացած լրագրող կարող է մշակել լուրերը հավաքելու և ներկայացնելու մի հրաշալի եղանակ՝ որդեգրելով հետևյալ եղանակները:

խմբագրություն՝ թերահավատորեն: Սանտա Ռաուլին՝ Օրեգոն նահանգի Փորտլենդի *Օրեգոնիան* թերթի խմբագիրը, իր լրագրում կիրառում է մի համակարգ, որն ինքը և իր գործադիր խմբագիր Փիթըր Բհատիան անվանում են «դատաքննական խմբագրություն»: Տերմինը գուցե անհաջող է: Ռեյդ ՄաքՔլագիջը՝ Քենթսիկոլտ նահանգի Նյու Լոնդոնի *Ղը Ղեյ (Օրը)* պարբերականի խմբագիրն ու հրատարակիչը, առաջարկել է ավելի լավ տերմին՝ «թերահավատ խմբագրություն»¹³³: Ինչևէ, կարևոր է, որ լրագրողներն ու քաղաքացիները հասկանան դրա էությունը:

Այս կարգի մոտեցման դեպքում պատմությունը «դատաքննության» է ենթարկվում տող առ տող, նախադասություն առ նախադասություն, և խմբագրության են ենթարկվում ոչ միայն պատմությունը հաստատող դրույթները, այլև՝ փաստերը: Ինչպե՞ս ենք սա իմանում: Ինչո՞ւ պետք է ընթերցողը հավատա սրան: Ի՞նչ է ենթադրվում այս նախադասության հետևում: Եթե պատմությունն ասում է, որ մի որոշակի իրադարձություն կարող է հարց առաջացնել մարդկանց մեջ, ապա ո՞վ է դա ասողը: Թղթակի՞ցը: Սկզբնաղբյու՞րը: Քաղաքացի՞ն:

Ամանդա Բենեթը՝ *Օրեգոնիան-ի* գործադիր տնօրենը, ասում է, որ այս աշխատածևը, որը նա սովորել է *Ուոլ Սթրիթ Ջըրնըլ-ից*, նախատեսված է «ոչ այնքան փաստերի սխալներն արմատախիլ անելու համար, որքան համոզված պնդումների և շարադրանքի ենթագիտակցական սխալները վերացնելու համար, մի բան, որ մարդիկ մտցնում են շարադրանքի մեջ զուտ այն պատճառով, որ «իրենք պարզապես գիտեն, որ դա այդպես է»¹³⁴:

Եթե պատմությունն ասում է, որ ամերիկացիների մեծ մասն այսօր անձնական համակարգիչ ունի, ապա խմբագիրը փաստի ճշգրտության հաստատում է պահանջում: Եթե պատմության մեջ գրված է՝ «համաձայն աղբյուրների տվյալների», խմբագիրը հարցնում է. «Ովքե՞ր են աղբյուրները: Դրանք մեկից ավելի՞ են»: Եթե միայն մեկ աղբյուր է եղել, պատմության մեջ պետք է նշվի:

Եթե պատմությունն ասում է, որ Ալ Գորի խոսքերը՝ զբոսանավի նավաբեկությունից փրկված վեց տարեկան Ելիան Գոնզալեսին Կուբա վերադարձնելու մասին, հարցեր են առաջացնում Գորի գաղափարական հետևողականության վերաբերյալ, ապա խմբագիրը հարցնում է. «Ի՞նչ հարցեր» և «Ո՞ւմ մեջ»: Եթե պատասխանը լոկ թղթակիցն ու նրա ընկերներն են, ապա կամ պատմության մեջ այդպես էլ պետք է գրվի, կամ այդ տողը պետք է հանվի:

Ամեն անգամ, երբ նման խմբագրական աշխատանքը հնարավոր է լինում կազմակերպել, խմբագիրն ու թղթակիցն աշխատում են կողք-կողքի նստած, և թղթակիցը ներկայացնում է փաստացի նյութերը:

¹³³ Laurie Goodstein, speech delivered at CCJ Detroit forum, 2 February, 1998.

¹³⁴ Associated Press, “APME President urges Editors to Challenge Stories for Accuracy”, 15 October 1998.

«Որքան ավելի էինք մենք այդպես աշխատում, լրատվական գրասենյակով մեկ այդքան ավելի մեծ վախ էր տարածվում», - ասում էր Ռուփին¹³⁵: Բենեթը սկսեց լրատվական բաժնի մի խումբ թղթակիցների և խմբագիրների ներկայացնել այս աշխատաձևը: «Մարդիկ չգիտեին, որ կարելի է այս տեսակի հարցեր տալ», - ասում էր Բենեթը: Նպատակը, վերջին հաշվով, մեկն է՝ «որ մարդիկ լիովին գիտակցեն, որ այսպիսի հարցեր տալը միանգամայն նորմալ բան է»: Պատմությունների մեջ ավելի շատ բան ընդգրկելու փոխարեն, շատ բաներ դրանցից հանվում էին, եթե դրանք բացարձակապես ստույգ չէին¹³⁶:

Այդ մեթոդը, հավատացած են Բենեթն ու Ռուփին, խմբագիրներին և թղթակիցներին ավելի լավ և մանրակրկիտ աշխատողներ դարձրեց: *Օրեգանիան*-ի թերահավատ խմբագրության նպատակն էր ստեղծել մի այնպիսի մթնոլորտ, ուր եթե ընթերցողները նույնիսկ հարցականի տակ դնեին հենց պատմությունը, ապա երբեք չկասկածեին ո՛չ թղթակցի շիտակության, ո՛չ էլ ազնվության վրա: Այսպիսի խմբագրությունը դառնում է լրատվական գրասենյակում բաց երկխոսության մթնոլորտի մի մաս, որը գործում է թե՛ վերից վար, և թե՛ վարից վեր:

Ճշգրտության ստուգիչ ցուցակ: Դեյվիդ Յարնոլդը՝ *Սան Խոսե Մերկուրի Նյուս* -ի գլխավոր խմբագիրը, մշակել է մի բան, որն ինքը կոչում է *Ճշգրտության ստուգիչ ցուցակ*:

Պատմություն պատմության հետևից կարդալու ընթացքում խմբագիրները ուրիշ հարցերի հետ միասին պետք է պատասխանեն նաև հետևյալ հարցերին.

- Պատմության հիմնական գաղափարը բավարար չափով հիմնավորված է:
- Որևէ մեկը կրկին ստուգե՞լ է, զանգե՞լ է բոլոր հեռախոսահամարներով, այցելե՞լ է բոլոր հասցեներով կամ նայե՞լ է պատմությանը վերաբերող բոլոր վեբ-էջերը: Ճշտվե՞լ են բոլոր անուններն ու անվանումները:
- Պատմությունն ամբողջությամբ հասկանալու համար անհրաժեշտ է հիմնահարցը լուսաբանող լրացուցիչ նյութ:
- Պատմության բոլո՞ր կողմերն են ճշգրտված, և արդյո՞ք բոլոր կողմերի ներկայացուցիչների հետ են կապվել, և արտահայտվելու հնարավորություն տրվե՞լ է նրանց:
- Պատմությունն աջակցո՞ւմ է կողմերից որևէ մեկին, կամ թե՛ նրբորեն արժեքը գնահատող դատողություններ է անում: Որոշ մարդիկ այս պատմությունը հարկ եղածից ավելի շա՞տ կհավանեն:
- Որևէ բան պակասո՞ւմ է կամ բա՞ց է թողնված:
- Բոլոր մեջբերումները ճշգրի՞տ են ու ճիշտ հասցեագրվա՞ծ, և դրանք արտահայտու՞մ են այն, ինչ անհատն իսկապես նկատի է ունեցել:

Յարնոլդի հրապարակած այս ստուգիչ ցուցակը, որ խմբագիրներից ոմանք փակցրել էին իրենց համակարգիչներին, սկսվեց որպես մի փորձ՝ էքսպերիմենտ: Յարնոլդը երեսուն թղթակիցներից ու խմբագիրներից

¹³⁵ Amanda Bennet, interview by author Rosenstiel, 13 April, 2000.

¹³⁶ Sandra Rowe, interview by author Rosenstiel, 13 April, 2000.

կազմված մի խմբի տվեց այս ստուգիչ ցուցակը՝ աշխատելիս օգտվելու համար: Ժամանակի 80 տոկոսի ընթացքում խումբը կարողանում էր աշխատել ըստ այդ ցուցակի: Եվ նրանք 20 տոկոսից ավելի քիչ ուղղումներ էին անում, քան առանց ստուգիչ ցուցակի աշխատողները:

Ուղղումները բավական սուբյեկտիվ չափանիշ են, և խմբագիրներից ոմանք Յարնոլդի ցուցակը խիստ մեխանիստական են համարում: Այնուամենայնիվ, ո՞վ կարող է վիճել տրված հարցերի վերաբերյալ: Սա մի պարզ, ստիպողական քայլ է, որն ուղղված է ապահովելու մեթոդի օբյեկտիվությունը:

Ոչինչ մի՛ ենթադրիր: Հյուսիս-արևմտյան համալսարանի Մեդիլ Լրագրության դպրոցի պրոֆեսոր Դեյվիդ Պրոթեսն օգտագործել է մահվան դատապարտվածների դեպքերը՝ ժուռնալիստիկայի բաժնի ուսանողներին ենթադրվող փաստերի ստույգությունը ճշտելու կարևորությունը սովորեցնելու համար:

Դասերից մեկը սա էր. մի՛ հիմնվեք պաշտոնական անձանց կամ լրատվական հաղորդումների վրա: Հնարավորին չափ մոտեցեք սկզբնաղբյուրին: Հետևողական եղեք: Փաստերով հիմնավորեք:

Ամեն տարի Փրոթեսը ստանում է հազարավոր նամակներ մահվան դատապարտված մարդկանցից, որոնք պնդում են, թե իրենց սխալ են դատապարտել: Ամեն տարի նա ընտրում է նրանցից մի քանիսին և իր ուսանողներին հանձնարարում է քննություն անցկացնել: 1999 թվականին Անտոնի Փրոթերի դիմում-խնդրագիրն այն դեպքերից մեկն էր, որպիսիք Փրոթեսը սովորաբար ներկայացնում էր իր ուսումնաստենց լրագրողներին՝ ցույց տալու համար թերահավատության արժեքը:

«Գուցե իմ մեթոդը հասկանալու լավագույն ձևն այն է, ինչ ես անում եմ ուսանողներին համար, երբ նրանք գալիս են իմ լսարան», - բացատրեց Փրոթեսը հարցազրույցի ժամանակ, երբ մեզ վերջապես հաջողվեց գտնել նրան: «Ես գրատախտակի վրա նկարում եմ մի շարք համակենտրոն շրջաններ: Ամենաեզրային՝ դրսի շրջանում տեղավորվում են երկրորդական աղբյուրի փաստաթղթերը, այնպիսի բաներ, ինչպես օրինակ մամուլի հաղորդագրություններն են... Հաջորդ շրջանը սկզբնաղբյուրից ստացված փաստաթղթերն են, դատական փաստաթղթերն են, վկայությունները և հայտարարությունները: Ներսի երրորդ շրջանն իրական մարդիկ են, ականատեսները: Մենք նրանց հետ հարցազրույցներ ենք վարում՝ իմանալու համար՝ արդյո՞ք փաստաթղթերում եղած ամեն ինչ համապատասխանում է, թե՞ ոչ: Մենք նրանց տալիս ենք այն հարցերը, որոնք, հնարավոր է, առաջացել են փաստաթղթերին ծանոթանալիս: Իսկ ամենակենտրոնական շրջանն այն է, ինչ ես անվանում եմ թիրախներ՝ ոստիկանությունը, իրավաբանները, մյուս կասկածյալները և բանտարկյալը»:

«Դուք կզարմանաք, երբ իմանաք, թե ինչքան շատ բան կա նախնական փաստաթղթերում: Այնտեղ շատ-շատ բան կա, հատկապես սկզբնական կասկածյալները, որոնց կողքով է անցել ոստիկանությունը»:

Փրոթերի գործի ներքին շրջանում Փրոթեսը և նրա ուսանողները գտան Ակստորի Սայմոնին՝ մի կասկածյալ, որին ոստիկանությունը հապշտապ մի կողմ էր դրել: Օգտագործելով Փրոթեսի համակարգված

մոտեցումը՝ փաստաթղթերը և աղբյուրները կրկին ստուգելով, Փրոթեսը և նրա ուսանողները գտան մի եղբորորդի, որը պատահամամբ լսել էր, թե ինչպես Սայմոնը հենց սպանության գիշերը խոստովանել էր, որ սպանությունն ինքն է կատարել: Սայմոնի կատարած հանցանքի դիմաց տրվել էր գերագույնը, այնինչ թյուրիմացաբար մահապատժի պետք է ենթարկվեր Փրոթերը: Եվ ահա, 1999 թվականի մարտի 19-ին Անտոնի Փրոթերը դարձավ հինգերորդ բանտարկյալը, որին անարդարացիորեն դատապարտել էին մահվան Իլինոյի նահանգում և ազատ արձակել Փրոթեսի և նրա ուսանողների լրագրողական հետաքննության շնորհիվ:

Փրոթեսի աշխատանքը հրաշալի կերպով ցույց է տալիս ստույգությունը ճշտելու լրագրողական հետևողական մեթոդի ուժը:

Թոմ Ֆրենչի գունավոր մատիտը: Եթե Փրոթեսի մեթոդը սպառնիչ է, ապա Թոմ Ֆրենչինը զարմանալիորեն պարզ է: Ֆրենչը մասնագիտացած է Ֆլորիդայի *Սենտ Փիթսբըրգ Թայմզ-ի* համար երկար, խորը ուսումնասիրության ենթարկված ոչ գեղարվեստական շարադրանքներ գրելու մեջ: 1998-ին նա շահել է Փուլիցերի մրցանակը Հողվածագրության համար: Նա նաև շատ օպերատիվ և արագ գրող ժուռնալիստ է:

Ֆրենչը մի տեստ ունի, որով ստուգում է իր պատմությունների ցանկացած փաստ ու տվյալ: Նախքան որևէ բան տպագրության հանձնելը, նա վերցնում է մի մեքենագրված օրինակ և գունավոր մատիտը ձեռքին տող առ տող անցնում է պատմության վրայով՝ նշումներ անելով ամեն մի փաստի, տվյալի և հայտարարության կողքին, ինքն իրեն հարցնելով՝ արդյո՞ք կրկին ստուգել է այն, արդյո՞ք ամեն ինչ ճիշտ է:

Անանուն աղբյուրներ: Որպես քաղաքացիներ, մենք բոլորս մեր իմացած տեղեկությունների մեծ մասի համար հենվում ենք ուրիշ աղբյուրների վրա: Այն լրագրողները, ովքեր աչալուրջ հետևում են աշխարհում տեղի ունեցածին նաև մեր անունից, հաճախ իրենց հաղորդագրությունների մանրամասների հարցում կախման մեջ են լինում ուրիշներից: Համոզվելու համար, որ իրենց տեղեկատվությունը հուսալի է, դեռ վաղ ժամանակներից սկսած, լրագրողների շրջանում ընդունված մի ձև կար՝ նշել տեղեկատվության աղբյուրը: Օրինակ՝ պարոն Ջոնսն այս և այս ասաց այնինչ ճառում, էլքս Լոջում, տարեկան հաշվետվության ժամանակ և այլն: Տեղեկատվության հարցում ուրիշներից կախման մեջ լինելը լրագրողներից միշտ պահանջել է մտքի թերահավատ կերտվածք: Նրանք ի սկզբանե որդեգրում են հետևյալ հիշեցումը. «Եթե քո մայրն ասում է, թե սիրում է քեզ՝ ստուգիր այդ»: Եթե տեղեկատվության աղբյուրն ամբողջովին նկարագրվում է, լսարանն ինքը կարող է որոշել՝ լրատվությունը հուսալի է, թե՛ ոչ: Վերջին տարիներին, քանի որ գնալով աճում է անանուն աղբյուրներից ունեցած կախվածությունը, ինչպես օրինակ Քլինթոն-Լեինսկու պատմության ժամանակ, լրագրողները հասկացան, թե որքան կարևոր է հուսալի կանոններ ունենալը, որոնք իրենց և լսարանի անկախությունը կպաշտպանեն տեղեկատվության անանուն աղբյուրներից:

Չո Լեիվելը՝ *Նյու Յորք Թայմզ-ի* գործադիր խմբագիրը, պահանջում է, որ անանուն աղբյուր օգտագործելուց առաջ լրագրողներն իրենց երկու պարտադիր հարց տան.

1. Դեպքի վերաբերյալ քանի՞ անմիջական տեղեկություն ունի անանուն աղբյուրը:

2. Եթե այնդպիսին կա, ապա ի՞նչ դրդապատճառ պետք է ունենա աղբյուրը՝ մեզ մոլորության մեջ գցելու, փաստերն ուռճացնելու կամ կարևոր տվյալներ թաքցնելու համար, որոնք գուցե փոխեին տեղեկատվությունից ստացած մեր տպավորությունը:

Միայն այն բանից հետո, երբ համարում են, թե բավարարված են այս հարցերի պատասխաններով, նրանք օգտագործում են տվյալ աղբյուրը: Այս նրանք աշխատում են տեղեկատվությունը հաղորդել լսարանին հնարավորին չափ սպառիչ կերպով, միաժամանակ նշելով, թե ինչպես են իմացել այդ աղբյուրի մասին (օրինակ, «մի աղբյուր, որը տեսել է այս և այս փաստաթուղթը»), և թե ինչ հատուկ շահ կամ հետաքրքրվածություն կարող է ունենալ այդ աղբյուրը (օրինակ, «Անկախ դատախազի գրասենյակում աշխատող մի աղբյուր»): Ավելի մեծ թափանցիկության հասնելու այս ջանքը բեկումնային գործոն էր, այն տեսակետից, որ դրա շնորհիվ լսարանին հնարավորություն էր տրվում ինքնուրույն դատել, թե որքան վստահելի է լրատվությունը, և որ ավելի կարևոր է, լսարանը ծանոթանում էր իրենց լրատվական ծառայությունը ապահովող կազմակերպության չափանիշներին:

Դեբորա Չաուելը, *Նյուհաուս* լրագրերի Վաշինգտոնյան խմբագիրը, անանուն աղբյուրների վերաբերյալ ունի երկու ուրիշ կանոններ, որոնք գալիս են հաստատելու Լեիվելի սահմանած կանոնները:

1. Երբեք մի՛ օգտագործիր անանուն աղբյուր՝ մեկ ուրիշ անձի կարծիքը հրամցնելու համար:
2. Երբեք մի՛ օգտագործիր անանուն աղբյուր՝ որպես պատմության մեջ նշված առաջին մեջբերում:

Այս երկու գործնական ցուցումներն օգտակար են, նույնիսկ եթե դուք որոշել եք օգտագործել անանուն աղբյուրի առաջարկած նյութը:

Ճշմարտության բազմակի արմատները: Ի վերջո, լրատվական գործընթացում ճշմարտության հասնելու ճանապարհին յուրաքանչյուր ոք իր դերն ունի: Հրատարակիչները և սեփականատերերը պետք է պատրաստակամ լինեն առանց վախի կամ կողմնակալության հեռարձակել և հրապարակել հասարակական շահերը պաշտպանող տեղեկատվություն:

Խմբագիրները պետք է արժեզրկումից պաշտպանեն ազատ արտահայտվելու և ազատ խոսքի հնարավորությունը՝ դիմակայելով իշխանությունների, կորպորացիաների, դատաքննության ընթացքում տարբեր կողմերի, իրավաբանների կամ որևէ այլ լրատվամիջոցի մոլորեցնելու կամ սխալ ճանապարհով տանելու ջանքերին՝ սուտը ներկայացնել որպես ճշմարտություն, կամ պատերազմը՝ որպես խաղաղություն:

Թղթակիցները պետք է համառ լինեն ու կարգապահ իրենց հետևողականության մեջ և աշխատեն հաղթահարել իրենց սեփական հեռանկարային շահերը: Կոմիտեի հավաքներից մեկի ժամանակ Լոնգթայմ Չիկագո TV-ի լուրերի հաղորդավար Քերոլ Մեյրիքը սա բացատրեց հետևյալ կերպ: «Երբ դու ընտանիքիդ հետ նստած ես Գոհաբանական մաղթանքի

(Thanksgiving) օրվա ճաշկերույթին, և սեղանի շուրջ ծավալվել է դասական ընտանեկան վեճերից մեկը, լինի դա քաղաքականության, ռասիզմի, կրոնի թե սեքսի վերաբերյալ, դու շարունակ հիշում ես, որ այդ ընտանեկան բանավեճից քո տեսած մասը միայն այն է, ինչին ականատես ես քո աթոռին նստած տեղից, սեղանի քո կողմից... Դա սահմանափակում է քո տեսանկյունը, որովհետև այդ պահին դու սովորաբար պաշտպանում ես քո տեսակետը... Լրագրողը մի մարդ է, որը սեղանից հեռու է կանգնում և փորձում է իր տեսակետը հասցնել բոլորին»¹³⁷:

Եվ եթե ժուռնալիստիկան գրույց է, ապա այդ գրույցը լրատվություն մատակարարողներից բացի իր մեջ ընդգրկում է նաև քաղաքացիներին: Քաղաքացիները նույնպես ունեն իրենց դերը: Նրանք, իհարկե, պետք է լինեն ուշադիր: Նրանք նաև պետք է լինեն հաստատական: Եթե նրանք հարց կամ խնդիր ունեն, պետք է իրենց հարցերով դիմեն լրատվական կազմակերպություններին: Ինչպե՞ս իմացաք այս բանի մասին: Ինչո՞ւ եք սա գրել: Որո՞նք են ձեր լրագրողական սկզբունքները: Սրանք արդարացի հարցեր են և քաղաքացիներն արժանի են պատասխանի:

Այսպիսով, որպես առաջին սկզբունք, լրագրողները պետք է հավատարիմ լինեն ճշմարտությանը և ամենից ավելի պետք է նվիրված լինեն այն քաղաքացիներին, ովքեր հետամուտ են ճշմարտությանը: Քաղաքացիներին իրենց որոնումներին մասնակից դարձնելու համար լրագրողները պետք է կիրառեն թափանցիկ և տեղեկատվության ստույգությունը ճշտող հետևողական մեթոդներ: Հաջորդ քայլը հարաբերությունների հստակեցումն է տեղեկատվության առարկա հանդիսացող կողմի հետ:

¹³⁷ Carol Marin, speech delivered at CCJ Chicago forum, 6 November 1997.

5. ԱՆԿՈՂՄԱԿԱԼՈՒԹՅՈՒՆ

Երբ Մեգի Գալահերը բակալավրիատի ուսանողուհի էր Յեյլում, իր մի քանի ընկերների հետ որոշեց ստեղծել այլընտրանքային լրագիր: Խուները հոգնել էր այն ամենից, ինչ կոչվում էր *Յեյլ Դեյլի Նյուս -ի* հաստատված տեսակետ, որը հիմնականում արտացոլում էր համալսարանի ղեկավարության և ուսանողության մեծ մասի տեսակետը: Հրատարակելու մեծ ցանկությամբ զինված՝ նրանք վճռականորեն գործի անցան ղեկավարությանը մարտահրավեր նետելու և «գերակշռող հարացույցը, բանաձևը տապալելու» ծրագրով¹³⁸:

Գալահերի համար, սակայն, այլընտրանքայինը չէր նշանակում ազատամիտ: 1980-ականների սկզբին Գալահերը կարծում էր, որ իսկական այլընտրանքային ձայնը քաղաքական աջերին է պատկանում: Նա և նրա ընկերները Յեյլում ոգևորված էին Ռոնալդ Ռեյգանի պահպանողական հեղափոխությամբ և նրանց համոզել էին, որ պահպանողականների ձայները դուրս էին մնացել գերազանցապես լիբերալ մամուլի բանավեճից հետո: Նոր թերթը մի հողված էր նվիրել 1982 թվականին իր խմբագրի՝ Աֆղանստան կատարած ճանապարհորդությանը՝ ակտիվորեն պաշտպանելով սովետական ներխուժման դեմ ծառայած ապստամբությունը: Այդ պատմությունը, ինչպես նաև թերթը առաջ գովազդելու համար նոր ամսագիրն իր առաջին էջում «Յեյլի Ազատ Մամուլ. տեսակետ ունեցող լրագրություն» խորագրի տակ զետեղել էր խմբագրի մի մեծ նկար՝ գլխին չալմա դրած, իսկ ձեռքում AK-47 մարտական հրացան»:

Սա հենց այն տեսակի լրագրությունն էր, որին, ինչպես հաջորդ տասնհինգ տարիների փորձից պիտի համոզվեր Գալահերը, նա լիովին հավատում էր: Քանի նա իր մասնագիտական սանդուղքով վեր էր բարձրանում՝ դառնալով *Յունիվերսալ Պրես Սինդիկատ-ի* և *Նյու Յորք Փոստ-ի* մեկնաբան-թղթակից, ինչպես նա մեզ հետո պատմում էր Մասնագիտության խնդիրներով մտահոգված լրագրողների կոմիտեի համաժողովի ժամանակ, նրա փորձն իրեն շարունակ հետ էր բերում իր քոլեջի լրագրի կարգախոսին՝ «տեսակետ ունեցող լրագրություն»:

Գալահերը հաճախ էր մտածել, թե իրականում դա ինչ նշանակում: Նա բոլորովին չէր ուզում անկողմնակալ երևալ: Ուրեմն ի՞նչն էր նրան զանազանում պրոպագանդիստից կամ քաղաքական ակտիվիստից: Որպես պահպանողական մեկնաբան, նա ընդհանրապես որքանով էր լրագրող:

Հարցը, ըստ էության, գնալով ավելի շուտ վերաբերում է թե՛ ընդհանրապես լրատվությանը, թե՛ տեղեկատվությանը՝ միասին վերցրած: Քանի որ լրագրությունն ավելի ընդարձակում է իր սահմանները և զարգանում է, որպեսզի համապատասխանի 1960-ականների հասարակական շարժումների շնորհիվ ձևավորված ավելի հանդուրժողական հասարակության և նոր հաղորդակցական տեխնոլոգիաների պահանջներին, հարց է ծագում այդ դեպքում ի՞նչն է, որ լրագրությունը լրագրություն է դարձնում: Գնմարտացիությունը և դեպի քաղաքացիներն ունեցած նվիրումը դրա մասերից են: Նույնը

¹³⁸ Maggie Gallagher, remarks delivered at CCJ New York City forum, 4 December 1997. Subsequent quotes attributed to Gallagher are from the same event.

կարելի է ասել և հասարակական պահապանի դերի և հանրային քննարկումների համար ասպարեզի ապահովման մասին: Այդ դեպքում ո՞րն է հայեցակետային լրագրության տեղը: Մի՞թե չեզոքությունը լրագրության սկզբունքներից մեկը չէ:

Պատասխանը հավանաբար չի կարող լինել «այո»: Եթե այդպես լիներ, ապա մեկնաբան-թղթակիցները և խմբագիրներն անմիջապես դուրս կնդվեին մասնագիտության ոլորտից: *Ուոլ սթրիթ ջըրնըլ-ից* Փոլ Գիգոտի կամ *Նյու Յորք Թայմզ-ից* Թոմաս Ֆրիդմանի պես թղթակիցները, որոնք արժանացել են Փուլիցերի մրցանակի, ինչ-որ ձևով ստիպված պիտի լինեին հրաժարվել իրենց լրագրողական դիրքից, երբ դարձան մեկնաբաններ: Կամ ինչպե՞ս պետք է վարվեին ականավոր լրագրողներ՝ *Վաշինգթոն Փոստ-ից* Դեյվիդ Բրոդերի կամ *Լոս Անջելես Թայմզ-ից* Ռոնալդ Բրաունշտեյնի հետ, ովքեր և՛ մեկնաբանություններ են գրում, և՛ աշխատում են որպես թղթակիցներ: Կամ Թոմ Բրոկաուի կամ Ուոլտեր Բրոնքայթի հետ, ովքեր որպես հաղորդավարներ երբեմն հանդես են գալիս նաև մեկնաբանություններով:

Ամեն տարի Փուլիցերի խորհուրդը շնորհում է մի մրցանակ լավագույն մեկնաբանության համար, և այդ մրցանակը գրանցվում է «Լրագրություն» խորագրի տակ: Շատերը կարող են պնդել, թե ամերիկյան լրատվական դաշտի մի շատ ակնառու մաս կազմող այլընտրանքային մամուլն ավելի մոտ է լրագրության պատմական արմատներին, քան մեծ կորպորացիաների սեփականություն հանդիսացող լրագրերը, որոնք հաճախ հայտարարում են, թե ապահովում են չեզոք լրատվություն:

Արժե նորից կրկնել խնդիրը՝ այն պարզ պատկերացնելու համար: Անկողմնակալ կամ չեզոք լինելը լրագրության հիմնական սկզբունքը չէ: Ինչպես մենք բացատրեցինք փաստերի ստույգությունը ճշտելուն նվիրված նախորդ գլխում, անկողմնակալությունը երբեք էլ օբյեկտիվություն չի նշանակել:

Բայց եթե չեզոքությունը լրագրության անկյունաքարը չի հանդիսանում, այդ դեպքում ո՞րն է լրագրությունը՝ ի հակադրություն, ասենք, պրոպագանդայի: Պրոպագանդողները հրատարակում են: Քաղաքական ակտիվիստները հրատարակում են: Ջես Ջեքսոնը թոք-շոու է վարում ձախերի կողմից: Ռաշ Լիմբաուն թոք-շոու է վարում աջերի կողմից: Նրանք լրագրողներ են: Արդյո՞ք ցանկացած ոք, որ հրատարակում է կամ հեռարձակում՝ լրագրող է: Գալահերն ասում է. «Սրանք հարցեր են, որոնց ես ամեն օր բախվում եմ իմ աշխատանքում»: Պատասխանները վերաբերում են «աղբյուրների և իրադարձությունների հետ ունեցած իմ կապին... և որպես լրագրող՝ լսարանի հետ իմ ունեցած հարաբերությանը...»:

«Կարծում եմ, գոյություն ունի երեք չափանիշ, որ ես կիրառում եմ և որոնք ինձ հիշեցնում են իր սեփական տեսակետն ունեցող լրագրող մնալու իմ մեծ ցանկության մասին: Դրանցից մեկն անմնացորդ նվիրումն է ճշմարտությանը... Ես իմ ընթերցողներին երբեք չեմ պատմում մի բան, որի ճշմարտացիությանը ես ինքս չեմ հավատում»:

Ուրեմն, առաջին հերթին, Գալահերն ուրիշ թղթակիցների պես որդեգրում է ճշմարտացիության և տեղեկատվության ստույգությունը ճշտելու բոլոր սկզբունքները:

Ընդամին նա համարում է, որ «մարդ կարող է մոլի կերպով հավատացած լինել մի բանի, հայեցակետային լրագրող լինել և դարձյալ համոզված լինել, որ մարդ ունի արդարամիտ լինելու բարձր պարտականություն՝ նաև այն մարդկան նկատմամբ, ում հետ համաձայն չէ: Սա կապված է սեփական լսարանի նկատմամբ ունեցած պատասխանատվության զգացումի հետ», որը ենթադրում է, թե «ընթերցողների հետ լրագրողը պետք է լինի բաց, լսարանին հստակ շարադրի իր տեսակետները և նախապատվությունները»:

Այլ կերպ ասած, Գալահերը հավատում է, որ առաջին հերթին քաղաքացիների նկատմամբ պետք է հավատարիմ լինել, նրանց հասարակական քննարկման ասպարեզ տրամադրել և բանավեճեր ծավալել ու խրախուսել՝ այլ ոչ թե թույլ տալ, որ մեկ կամ մյուս կողմը հաղթանակած լինի հանրային հրապարակում: «Սա է լրագրողի և պրոպագանդիստի միջև եղած տարբերությունը: Ես չեմ փնտրում լսարանը կառավարելու լծակներ: Ես ձգտում եմ նրանց առաջ բացահայտել աշխարհը և փոխանցել այնպես, ինչպես ես եմ այն տեսնում», - ասում է նա:

Ի վերջո, ի մի բերելով ասածը, Գալահերը եզրակացնում է, որ կարևորը ֆրակցիականությունից հեռու մնալն է.

«Ես կարծում եմ, որ հնարավոր է լինել ազնիվ լրագրող և միաժամանակ՝ հավատարիմ մնալ գործին: Իրականում անհնար է լինել ազնիվ լրագրող և հավատարիմ մնալ որևէ անհատի, մի քաղաքական կուսակցության կամ մի ֆրակցիայի: Ինչո՞ւ եմ ես դա ասում: Ես կարծում եմ, սա վերաբերում է իմ այն խորը համոզմանը, որ լրագրության և մարդու կողմից ճշմարտության ընկալման միջև մի որոշակի կապ կա: Մարդ կարող է համոզված լինել, որ որոշակի բաներ, գաղափարներ, առաջարկություններ՝ բարենպաստ են Ամերիկայի համար, և նա կարող է բացահայտ կերպով հայտարարել դրա մասին: Բայց որևէ քաղաքական կուսակցությանը կամ անձնավորությանը կամ ֆրակցիային հավատարիմ լինելը նշանակում է, որ դու քո առաջնահերթ նպատակը չես համարում քո լսարանը կազմող մարդկանց ճշմարտությունն ասելու առումով հավատարիմ լինելը: Այստեղ արդեն կա տարբեր նվիրվածությունների, հավատարմությունների մի հիմնավոր բախում»:

Գալահերի համար, ուրեմն, ճշմարտության հետևից գնալու և դրա մասին քաղաքացիներին տեղեկացնելու հարցում ամենակարևոր քայլը ոչ թե չեզոքությունն է, այլ՝ անկախ լինելը:

«Որքան ավելի շատ է լրագրողն իրեն իրադարձությունների անմիջական մասնակից և սկզբնաղբյուրներին հավատարիմ զգում, այնքան քիչ նա պետք է իրեն համարի իսկական լրագրող»:

Ահա և լրագրության չորրորդ հիմնական սկզբունքը.

Լրագրողները պետք է պահպանեն իրենց անկախությունն այն ամենից, ինչի մասին նրանք պատմում են:

Սա վերաբերում է նույնիսկ նրանց, որքեր աշխատում են տեսության, քննադատության և մեկնաբանության բնագավառում: Ավելի շուտ ոգու և մտքի այս անկախությունն է, ոչ թե չեզոքությունը, որ լրագրողները միշտ պետք է պահեն իրենց ուշադրության կենտրոնում:

Խմբագրականությանը հարող (editorialist) և հայեցակետային (opinion) լրագրողները, ինչպիսին Գալահերն է, չեզոք չեն: Նրանք միևնույն կերպ հավատարիմ են ճշգրտությանը, տեղեկատվության ստույգության ճշտմանը, լայն հասարակության շահերին ծառայելուն, և բոլոր լրագրողների նման՝ ունեն ինֆորմացիան տեղ հասցնելու միևնույն մեծ ցանկությունը: Կամ, ինչպես Գալահերն է ասում, նրանք ուզում են «խոսել, արտահայտվել այնպես, ասես ուզում են համոզած լինել մեկին, որը համաձայն չէ իրենց հետ»:

Այս չորրորդ սկզբունքն ավելի շուտ գործնական, քան տեսական հիմքեր ունի: Մարդուն կարող է թվալ, թե նա միաժամանակ կարող է թե՛ իրադարձությունների մասին տեղեկացնել, թե՛ դրանց մասնակիցը լինել, սակայն իրականում իրադարձությունների մասնակից լինելն արդեն իսկ մթագնում է բոլոր մնացած պարտականությունները: Դժվարանում է իրերը հեռանկարի մեջ տեսնելը: Ավելի դժվար է դառնում աղբյուրների և տարբեր հակամարտող կողմերի վստահությունը շահելը: Եթե ոչ անհնար, ապա շատ բարդ է դառնում լսարանին համոզելը, թե դու նրանց շահերը գերադասում ես այն թիմի շահերից, որոնց հետ այժմ աշխատում ես: Մի խոսքով, հնարավոր է, որ դուք գաղտնի խորհրդական կամ ճառեր գրող լինեք այն մարդկանց համար, կամ փող վերցնեք այն կողմից, ում մասին գրում եք: Կարծել, թե դա չի խանգարում ձեր լրագրական գործին, պարզապես մեծամտություն է կամ, առնվազն, միամտություն կամ մոլորություն:

Ստրի անկախությունը: Երբ մենք երկրով մեկ գրույցներ էինք անցկացնում տարբեր մասնագիտացումներով լրագրողների հետ, փորձում էինք հասկանալ նրանց մոտիվները, շարժառիթները և մասնագիտական նպատակները, մեզ համար աստիճանաբար պարզ դարձավ, որ Գալահերն արտահայտել էր մի կարևոր, բայց շատ նուրբ գաղափար, որին լրագրողներից շատերը համակարծիք էին: Այնինչ, գաղափարական ներկայանակի մյուս կողմում, օրինակ, Անտոնի Լյուիսը՝ *Նյու Յորք Թայմզ-ի* ազատական հայեցակետային մեկնաբանը, գտնում է, որ տարբերությունը ոչ միայն ճշմարտացիությանը հավատարիմ լինելու մեջ է, այլ նաև՝ թե ինչ հավատամքի է ուղղված այդ հավատարմությունը: «Այն լրագրողները, ովքեր ի վերջո դառնում են կարծիքների մեկնաբաններ, այդուհանդերձ ունեն իրենց տեսակետը... Բայց միևնույնն է, նրանք ամենից բարձր դասում են փաստերը: Ք. Պ. Սքոթը՝ *Մանչեսթեր Գարդիանի (Միացյալ Թագավորություն)* ականավոր խմբագիրը, այսպես է ասում. «Մեկնաբանությունների մեջ մարդն ազատ է, բայց փաստերը սուրբ բան են: Ես կարծում եմ, մենք հակված ենք կոնկրետից ընդհանուրին անցնելու. մենք փաստեր ենք գտնում և դրանցից եզրակացությունների հանգում», շարունակում է Լյուիսը: Սակայն մամուլի սադրիչները, ինչպիսիք Աննա Քուլթերը կամ Ջոն ՄըքԼաֆլինն են, միանգամայն հակառակն են պնդում: Նրանց հետաքրքրում են միայն կարծիքները, այն էլ՝ բղավոցով ասված: Փաստերը, եթե դրանք ընդհանրապես գոյություն ունեն, նրանց

կարծիքով միայն պատահական բաներ են: Նրանք հետևում են Սրտերի Թագուհու խորհրդին. «Սկզբում պատիժը, հետո՝ դատավճիռը»¹³⁹:

Ոգու անկախությունը երբեմն հասնում է գաղափարախոսությունից զուրկ կարծիքագրության՝ արվեստի քննադատների և գրաքննադատների գործի պես: Ջոն Մարտինը, որը մի ժամանակ *Նյու Յորք Թայմզ-ի* պարարվեստի գծով քննադատն էր, ասում էր, որ երբ նա դատողություններ կամ կարծիք էր արտահայտում, նա հավատացած էր, որ կարողանում էր պահպանել մի տեսակ լրագրողական անկախություն: «Ես գտնում եմ, որ իմ առաջին պարտականությունը տեղի ունեցածի մասին տեղեկատվություն հաղորդելն է, իրադարձությունը փաստելը, իսկ երկրորդ հերթին՝ իմ կարծիքն արտահայտելը կամ մեկնաբանություններ տալը, կամ՝ որքան հնարավոր է համառոտ կերպով տվյալ ներկայացման տեղն իր համապատկերում որոշելը: Ես կարծում եմ, որ դա ինչ-որ տեղ նաև լրագրություն է»¹⁴⁰:

Այս քննարկումը, մեր կարծիքով, պարզաբանում է մտցնում նաև մեկ այլ տարածված թյուրակարծության մեջ: Մարդիկ ոչ թե պետք է հարցնեն՝ այս կամ այն մարդը լրագրող է, թե՞ ոչ, այլև պետք է կենտրոնանան կարևոր խնդրի վրա՝ արդյո՞ք տվյալ անձնավորությունը զբաղվում է լրագրությամբ, թե՞ ոչ, արդյո՞ք նրա կատարած աշխատանքը ելնում է ճշմարտությանը, քաղաքացիներին և ընդհանուր հաշվով հասարակությանը հավատարիմ մնալու վճռականությունից և տեղեկատվություն հաղորդելու սկզբունքների նկատմամբ ունեցած խորը հարգանքից, թե՞ հակառակը՝ դրանք շահարկելուց: Ահա թե որ գաղափարներն են լրագրությունը տարբերում, առանձնացնում հաղորդակցության մնացած բոլոր ձևերից:

Կարևորը հետևյալն է. խոսքի ազատության և մամուլի ազատության իմաստն այն, որ դրանք բոլորի համար են, հավասարապես վերաբերում են բոլորին: Եվ միանշանակ է, որ «հաղորդակցություն» և «լրագրություն» տերմինները միմյանցով փոխարինելի չեն: Ցանկացած մարդ կարող է լինել թղթակից: Բայց ամեն ոք չէ, որ լրագրող է:

Էականն այստեղ նրանց՝ մամուլի աշխատակցի փաստաթուղթ ունենալ կամ չունենալը չէ: Խնդիրն այստեղ ավելի շուտ աշխատանքի բնույթի մեջ է:

Ֆիլ Դոնահյուն մեր հավաքներից մեկի ժամանակ ասաց, որ այն մարդը, որը Չեռնոբիլում մտավ բար և ասաց. «Էն բանը պայթեց», այդ պահին թղթակցի դեր էր կատարում: Եթե նա հայտնում էր մի իրադարձության մասին, որին ականատես էր եղել, կամ՝ որի ստույգությունը ճշտել էր, այլ ոչ թե հիմնվում էր ասեկոսեների վրա, ուրեմն նա ինչ-որ տեղ լրագրությամբ էր զբաղվում:

Անկախության էվոյուցիան: Անտիկ հույն փիլիսոփաները հասկացել էին, որ մարդն իր բնույթով քաղաքական էակ է, և որ կազմակերպված հասարակությունը պահանջում է որոշակի կարգի քաղաքական գործունեություն: Նման քաղաքական անցուդարձի խառնարանում է, որ ծնվում են տարբեր պարբերականներ, որոնք հասարակության լայն

¹³⁹ Anthony Lewis, in a note to the authors, 10 October, 1999.

¹⁴⁰ John Martin, in Williar L. Rivers, *Writing Opinion: Review* (Ames, Iowa: Iowa State University Press, 1988), 118.

շրջաններին հրավիրում են մասնակից դառնալ այն քաղաքական վճիռների կայացմանը, որոնք կարող են ազդեցություն թողնել իրենց կյանքի ընթացքի վրա:

Ինչպես մենք ուրվագծել ենք երրորդ բաժնում, որտեղ խոսվում է քաղաքացիների նկատմամբ ունեցած հավատարմության մասին, վերջին երեք հարյուր տարիների ընթացքում լրագրության պատմությունն իրենից ներկայացրել է մի անցում քաղաքական կուսակցությունների հպատակությունից դեպի հասարակական շահերի պաշտպանությունը: «Լրագրողական տեսակետից քսաներորդ դարը կարելի է բնորոշել որպես պրոպագանդայի դեմ պայքար՝ հանուն դեմոկրատիայի, մի պայքար, որն անխուսափելիորեն ծավալվել է «օբյեկտիվ և անկախ մամուլի կողմից», - գրել է Ջեյմս Քերին Կոլումբիայի համալսարանից¹⁴¹:

Ըստ էության, լրագրությունը կողմնակալ նվիրվածությունը փոխարինել է մի նոր տեսակի հավատամքով. լրագրության մեջ տեղ չկա թաքուն նպատակների համար: Խմբագրական և քաղաքական կարծիքներ արտահայտող հոդվածները, որ նախկինում տարբերակված չէին և կազմում էին առաջին էջի նյութ, այժմ լրագրերում առանձնացված են թե՛ իրենց հատկացված տեղով, թե՛ խորագրերով: Լրագրական էթիկային վերաբերող այսօրվա ընդունված կանոնների մեծ մասը, հատկապես այն սկզբունքները, որոնք վերաբերում են թղթակիցների քաղաքական դիրքորոշումներին, ծագել են հենց այս պարզ վճիռներից՝ բաներ, որ այսօր ակնհայտ են թվում:

Անկախությունը գործնականում աշխատելիս: Ժամանակի ընթացքում կանոնները փոփոխության են ենթարկվել և ամրացել այնաստիճան, որ այսօր թղթակիցներին և խմբագիրներին արգելվում է մասնակցել քաղաքական ակցիաներին, ինչպես օրինակ՝ քաղաքականացված խնդիրներին նվիրված հանրահավաքներին: 1989-ին, օրինակ, *Նյու Յորք Թայմզ-ի* Գերագույն Դատարանի թղթակից Կինդա Գրինհաունն ի պաշտպանություն արժանի իրավունքի կազմակերպված «Ընտրության Ազատությունը» ցույցին մասնակցելու համար խիստ քննադատության ենթարկվեց: Նա իր մասնակցությունն անվանեց անանուն ակտիվություն և նշեց այն փաստը, որ ինքն իր վրա ուշադրություն չի հրավիրել: «Ես պարզապես կապույտ ջինսեր և երկար պիջակ հագած կանանցից մեկն էի», - հետագայում ասում էր նա: Բայց *Թայմզ-ը* գտնում էր, որ քայլարշավին մասնակցելը վտանգի տակ էր դնում նրա տեղեկատվությունը, և լրագրողին կշտամբում էր դրա համար¹⁴²:

Գրինհաունի դեպքը պատահեց այն ժամանակ, երբ լրագրությունը գնալով ավելի զգայուն էր դառնում ազատական կողմի մեղադրանքների նկատմամբ: 1960-ականներից սկսած՝ քաղաքական բանավեճի բնույթը փոփոխության էր ենթարկվում, և այդ գործընթացում իրենց մեծ լուծման ունեին ինտելեկտուալ պահպանողականները, որոնք հասարակական բանավեճին նոր գաղափարներ էին ներարկում: Եվ

¹⁴¹ James Carey, *James Carey: A Critical Reader*, ed. Eve Striker Munson and Catherine A. Warren (Minneapolis and London: University of Minnesota Press, 1977), 233.

¹⁴² Carol Emert, "Abortion Right Dilemma: Why I didn't March - A Reporter's Struggle with Job and Conscience", *Washington Post*, 12 April, 1992.

սկսած փոխնախագահ Սպիրո Ազնյուսի բնորոշումից, որ Վաշինգտոնյան լրագրողները հանդիսանում են «նեգատիվիզմ՝ ժխտողականություն շաղակրատող հարուստներ», հանրապետական օրինաստեղծներն ավելի ակտիվ էին հանդես գալիս կողմնորոշում ունեցող մամուլը հաստատելու համար:

1991-ին արդեն թերթերը խիստ կանոններ էին կիրառում կողմնակալ քաղաքական գործունեությամբ զբաղվելու դեմ: Վաշինգտոնի նահանգի Տակոմա քաղաքի *Մորնինգ Նյուս Թրիբյուն-ը* կրթության հարցերով թղթակից Սանդի Նելսոնի աշխատանքը փոխեց՝ նրան ուղարկելով պատճենահանման մեքենայի վրա աշխատելու, որովհետև վերջինս օգնել էր քաղաքային հանրաքվե կազմակերպել սեռական նախընտրության հիման վրա խտրականությունն արգելելու համար: *Ֆեդրալիզի Դեյլի Լեջլը-ը* Այովայում աշխատանքից հեռացրեց երկու խմբագիրների՝ այն բանից հետո, երբ վերջիններս հիմնեցին հակաաբորտային կազմակերպություն: Այդահոյի *Լյուստոնի Մորնինգ Թրիբյունը* և Մասաչուսեթս նահանգի Նորթամփթոն քաղաքի *Դեյլի Դենվիշը Գրգեթ-ը* իրենց աշխատակիցներին արգելեցին մասնակցել Պարսից ծոցի պատերազմի դեմ կամ կողմ կազմակերպված ցույցերին¹⁴³:

Վերարժեքավորված անկախությունը: Նույնիսկ այն դեպքում, երբ անկախության կանոնները գնալով ավելի խստացան՝ 1970, 1980 և 1990-ական թվականներին, կրկին գտնվում էին անհատներ, ովքեր մարտահրավեր էին նետում այդ կանոններին, ընդամին՝ խախտելով դրանք:

1980 թվականին, պահպանողական մեկնաբան Ջորջ Ուիլը, այն ժամանակվա հանրապետականների նախագահության թեկնածու Ռոնալդ Ռեյգանի մոլի սատարողներից մեկը, փաստորեն աջակցում և պատրաստում էր Ռեյգանին նախագահ Ջիմի Բարտերի հետ թեկնածուական բանավեճի համար: Բանավեճից հետո Ուիլը եթեր էր դուրս եկել որպես ABC-ի մեկնաբան և գովաբանել Ռեյգանի ելույթը, ասելով, որ Ռեյգանն «ազնվացեղ» մի անձնավորություն է, որին ճնշման տակ են դրել:

Թաքուն աջակցելը նորությունն չէ: Ուոլթեր Լիփմանը ճառեր էր գրում տարբեր նախագահների համար, որոնց թվում նաև Լիմոն Ջոնսոնի համար: Չնայած, այդ թաքուն խորհրդատվության ուշացած բացահայտումը հետագայում ստվեր գցեց նրա հեղինակության վրա:

Ուիլի դեպքում նորությունն այն էր, որ նա հայտարարում էր, թե իր համար փույթ չէ, թե ով ինչ կմտածի: Երբ նախագահին նախապատրաստելու լուրն ի վերջո հրապարակ եկավ, Ուիլը իր աջակցությանն ուղղված քննադատությունն ուղղակի անվանեց ուռճացնող դատարկաբանություն: «Լրագրությունը (ինչպես պետական ծառայությունը, երբ խոսում է շահերի բախումների մասին) հիմա լցվել է մարդկանցով, ովքեր կարծես «բարոյականության փոքրիկ ջերմաչափեր լինեն», որոնք դեսուդեն են նետվում սրա-նրա ջերմությունը չափելու

¹⁴³ Cassandra Tate, “Outside Activities: When Does A Journalist’s Personal Opinion Become a Public Issue?” *Columbia Journalism Review*, March/April 1991, 13-15.

համար, և ինչպես շփոթված բարոյագետները կասեին՝ տարածում են անմիտ բժախնդրություն և խառնաշփոթ»¹⁴⁴:

Ուիլը գաղափարական փաստարկներ չէր բերում: Նա խոսում էր այնպիսի բանի մասին, որին մարդիկ, անկախ իրենց գաղափարախոսությունից, անվրեպ կարծազանքեին: Ուիլն ուզում էր ասել, որ լրագրության մեջ բարոյականությունը և էթիկան սույեկտիվ և անկատար բաներ են: Միայն մեկ թերություն կար Ուիլի փաստարկում, ճիշտ այն նույն կետը, որը բացահայտում էր, թե ինչու անկախության գաղափարը վերջին հաշվով գործնական, այլ ոչ թե տեսական հիմքեր ունի: Ուիլը Ռեյգանին իր «մարզչություն անելու» փաստը թաքուն էր պահել: Նա չէր ուզում իր ընթերցողներին ասել, որ ինքն օգնել էր նախագահ Ռեյգանի ելույթը պատրաստելու գործում...:

Ուիլի բանաձևը հին է, բայց այն շարունակ բացասաբար է ազդում լրագրողի՝ որպես հեղինակության, հուսալիության վրա: 2000 թվականի նախագահական ընտրությունների ժամանակ *Ուիլի Ստանդարտ-ի* խմբագիր Ուիլիամ Քրիստոլը հաճախ հեռուստատեսությամբ ելույթ էր ունենում որպես հրավիրված մեկնաբան՝ առաջարկելով նախագահության այս կամ այն թեկնածուի դիրքորոշման, մարտավարության և շանսերի հավանականության վերաբերյալ իր գնահատումները: Առաջին փուլի ողջ ընթացքում նա իրեն ներկայացնում էր որպես անկողմնակալ լրագրող: Իրականում, նա Ջոն Մրքթեյմի ոչ պաշտոնական խորհրդատուն էր և աջակիցը: Ուիլի նման, նա ևս աշխատում էր իրեն ուրիշ կերպ ներկայացնել:

Շատերի մեջ մեծ անհանգստություն կա լրագրության ոգու և մտքի անկախության գաղափարի կապակցությամբ: Նրանք մտահոգված են, թե լրագրողական անկախությունը մատնված է հասարակությունից կտրված, մի տեսակ ինքնապարտադրված մենավոր սահմանափակվածության: Ինչպես Էլիոտ Դրիմգերն է ասել իր գիտահետազոտական աշխատանքների գծով գործընկերոջը (*Սան Ֆրանցիսկո Քրոնիքլ-ի* նախկին թղթակիցներից և ապա՝ Քլինթոնի վարչակազմի ժամանակ Սպիտակ Տան աշխատակից)՝ «Կա այսպիսի մի գաղափար, թե դու պետք է մինչև վերջ անկողմնակալ լինես... որ դու պետք է հեռու մնաս քաղաքացիական գործերից, եթե դու լրագրող ես: Եվ ես դա ինչ-որ տեղ անհանգստացնող եմ համարում: Ես չեմ հասկանում, թե ինչու մտահոգված, շահագրգռված քաղաքացի լինելը պետք է հակասի լրագրող լինելուն»¹⁴⁵:

Այս առումով եղան երկու շատ կարևոր պատասխան-արձագանքներ՝ թե լրատվական կազմակերպությունը հեռացել և օտարացել է: Մեկը, ինչպես մենք ցույց տվեցինք քաղաքացիների նկատմամբ հավատարմությունը պահպանելու մասին գլխում, հասարակական լրագրություն կոչվող շարժումն էր, որն ասում էր, թե լրագրությունը չպետք է միայն մատնանշի խնդիրը, այլև պետք է քննի հնարավոր պատասխանները: Գիշտ կիրառվելու դեպքում, շարժման հետևորդներն այս մոտեցումը չեն համարում լրագրողական անկախության սկզբունքի մերժում: Սակայն այս տեսակետի

¹⁴⁴ Mary McGrory, “Casualty: George Will Finds Being a ‘Stablemate to Statesmen’ Can cost”, Washington Post, 12 July, 1983.

¹⁴⁵ Elliot Diringer, interview by William Damoin, Howard Gardner and Mihaly Csikszentmihalyi.

քննադատները պնդում են, որ եթե լրագրողներն այս կամ այն խնդրի ելքի հետ առնչություն են ունենում, նրանք սկսում են համարվել պաշտպաններ: Ինչևէ, այս բաժանումն ի վերջո կախված է այն բանից, թե որքանով ուշադիր և ճիշտ է կատարված աշխատանքը:

Հաջորդ ռեակցիան եղել է լրագրության նկատմամբ հանրության դժգոհությունն օգտագործելը, երբ հրաժարվում են անկախության սկզբունքից և լսարանին հրահրում՝ հանդես գալ այս կամ այն կողմի պաշտպանությամբ: Այս նոր դերում կողմնակալները ստանձնում են «միջնորդի» ֆունկցիան՝ լինում են թոք-շոուներ վարողներ, մեկնաբաններ, հեռուստատեսային կամ ռադիոհաղորդման հյուրեր: Սովորաբար նրանք ներկայանում են որպես անկախ փորձագետներ՝ նախկին ֆեդերալ մեդիադոկտրիններ, իրավունքի գիտնական մասնագետներ և ուրիշ անշահախնդիր պրոֆեսիոնալներ, այնինչ իրականում նրանք լինում են կուսակցության դրածոներ են: Այսպիսի լրագրողներին ավելի շուտ կարելի է նկարագրել որպես «լրատվամիջոցների միջնորդ ակտիվիստներ»: Հաջորդող գլուխներից մեկում մենք ավելի ընդարձակ բացատրություն կտանք լրագրողական հավաքների դերի մասին, բայց հիմա նշենք, որ գնալով ավելի քիչ իսկական մասնագետներ են հանդիպում այս մարդկանց մեջ, քան փորձում են ներկայացնել, և ամենից հաճախ՝ ստույգ և ճշգրիտ լինելը նրանց մեջ ցածր համարում ունի: Այնուամենայնիվ, հասարակության զայրույթը մամուլի վրա ուղղելու փոխարեն, կողմնակալ մոտեցումն աշխատում է օգուտ քաղել դրանից:

Այս երևույթը նկարագրող լավագույն օրինակը թերևս կարելի է ցույց տալ քաղաքական աջերի դեպքը դիտարկելով պահպանողականների լրատվամիջոցների մագնատ Ռուփերտ Մարդոքը ստեղծել է լրատվամիջոցների մի ամբողջ ցանց՝ *Ֆորս Եյուս -ը*, որը գերազանցապես կենտրոնացած էր գաղափարախոսության և բանավեճի վրա: Առաջին զրույցներում *Ֆորս-ի* աշխատակիցները պնդում էին, թե նրանք հավասարակշռություն են ստեղծում՝ եթերը տրամադրելով պահպանողականներին: Այստեղ մտածելու բան կա: Սրանից եզրակացություններ է պետք անել:

Սակայն հրապարակայնորեն, *Ֆորս-ը* փոքր-ինչ ավելի նվազ ինտելեկտուալ փաստարկումներ է բերել: Առաջնորդվելով Ռոջեր Եյլիի խորհուրդներով, որը նախկին քաղաքական օպերատիվ և զովագոյաին գործակալ էր այնպիսի հաճախորդների համար, ինչպիսիք Ռիչարդ Նիքսոնն ու Ջորջ Բուշն էին, *Ֆորս-ն* իր ծրագրերը խնամքով պարուրում է անկախության շղարշով: Նրանց կարգախոսն, օրինակ, հետևյալն է. «Մենք տեղեկատվությունն ենք ապահովում, դուք եզրակացություններ արեք»:

Անհրաժեշտ է տարբերակում մտցնել հայեցակետային լրագրության (որի բնորոշ օրինակները *Ուիքլի Ստանդարտ-ից* Ուիլիամ Սաֆիրի և *Նեյշըն-ից* Թոնի Լյուիսի մեկնաբանություններն են) և կողմնակալ լրագրողների տեղեկատվական աշխատանքի միջև, ինչպիսին օրինակ *Ֆորս-ի* մի քանի ծրագրերն են: Առաջինը հստակ կերպով արտահայտում է իր մտադրությունները և հավատարիմ է մնում մյուս բոլոր լրագրողների սկզբունքներին: Մյուսը հավակնում է ներկայանալ որպես մեկ ուրիշ, չեզոք բան՝ օգտագործելով

հավասարակշռության լեզուն և ձևը, սակայն իրականում զբաղված է քարոզչությամբ:

Ֆորքսի կամ Ռաշ Լինբաուի նման հռետորական մարդկանց հաջողությունն ավելի մեծ ազդեցություն է թողել մնացած ամբողջ մամուլի վրա: Այն դռներ է բացել քաղաքական լրտեսների և հանրահայտ գործիչների համար, իսկ երբեմն էլ՝ երկուսի համար միաժամանակ: *Սի-Բի-Էս Նյուս -ը* փորձ անցկացրեց՝ իր առավոտյան լրատվական շոուներից մեկում հյուրընկալելով Նյու Յորքի նախկին կոնգրեսական Սյուզան Մոլինարին: *Էյ-Բի-Սի Նյուս -ը* վարձեց Քլինտոնի նախկին աշխատակիցներից Ջորջ Ստեֆանոպուլուսին՝ որպես մեկնաբան, նրան հանձնարարելով մեկնաբանել նախագահի վարած քաղաքականությունը: Այդ մեկնաբանությունների ընթացքում Ստեֆանոպուլուսը տարբեր տեղեկություններ էր հաղորդում զանազան մարդկանցից, ում հետ նա նախկինում աշխատել էր, որոնց թվում էր նաև փոխնախագահ Ալ Գորը, ում հետ նա ծառայել էր Սպիտակ Տանը:

Լրագրողական անհատականության այսպիսի աղճատումը և աղոտացումը մեկ ուրիշ հետևանք էլ է ունեցել: Այն փոխել է լրագրողների և նրանց մեկնաբանության առարկա անձանց միջև եղած անձնական հարաբերությունների նկատմամբ եղած վերաբերմունքը: *Նյու Յորք Թայմզ-ն*, օրինակ, Թոդ Փուռզըմին իրավունք էր տալիս լուսաբանել Քլինտոնի ադմինիստրացիայի աշխատանքը նույնիսկ այն բանից հետո, երբ նա անձնական կապի մեջ էր մտել Սպիտակ Տան նախկին մամուլ քարտուղար Դի Դի Մայերի հետ, որի հետ ի վերջո ամուսնացավ: Իրերի այսպիսի դասավորությունը, որը մի քանի տարի առաջ հավանաբար չթույլատրվեր *Թայմզ-ում*, այս անգամ նույնիսկ հետագա մեկնաբանությունների առիթ չհանդիսացավ: Մեկ սերունդ առաջ *Թայմզ-ի* թղթակից Լորա Ֆորմանը ռոմանտիկ կապի մեջ էր մի կողում պացված քաղաքական գործչի հետ, որի մասին նա հաղորդագրություն էր պատրաստում: Երբ *Թայմզ-ում* Ֆորմանի աշխատանքի անցնելուց հետո այդ կապը բացահայտվեց, *Թայմզ-ի* գլխավոր խմբագիր Էյբ Ռոզենտալն ի լուր ամենքի հայտարարեց. «Ինձ համար հոգ չէ՝ դուք փղերի հետ քնո՞ւմ եք, թե՛ ոչ, քանի դեռ դուք կրկեսի լուսաբանմամբ չեք զբաղվում»: Այնինչ, հիմա արդեն, Մայեր-Պուրդում կապն այնքան բացահայտ էր և ակնհայտորեն ընդունելի, որ դարձավ Սպիտակ Տան մասին *Արևմտյան Թեք* հեռուստադրամայի գրավիչ սյուժեներից մեկը: Եվ ինչու ոչ, երբ թույլատրելի էր, որ CNN-ի առաջին արտասահմանյան թղթակից Քրիստիան Ամանպուրը Կոսովոյի պատերազմի լուսաբանման ժամանակ նշանվեց և ապա ամուսնացավ ԱՄՆ Պետական Դեպարտամենտի խոսնակ Ջեյմս Ռուբինի հետ:

Ի տարբերություն Ֆորմանի դեպքի, մեր կարծիքով Մայեր-Պուրդում կամ Ամանպուր-Ռուբին հարաբերությունների պես հարաբերություններն ընդունելի են համարվում այսօր, որովհետև նրանք բաց են: Սակայն իսկապե՞ս դա լավ բան է: Կարելի՞ է ակնկալել, թե լրագրողը ճիշտ կլուսաբանի այն մարդկանց գործունեությունը, որոնց հետ ունի անձնական, նույնիսկ մտերմիկ կապեր: Ինչպե՞ս է հնարավոր սա համատեղել առաջին հերթին քաղաքացուն հավատարիմ լինելու՝ լրագրողի պարտականության հետ:

Բացահայտումն իհարկե կարևոր է: Որպես քաղաքացիներ, մենք իրավունք ունենք իմանալու՝ արդյո՞ք թղթակիցը սերտ կապեր ունի այն

մարդկանց կամ հարցերի հետ, որոնք նա լուսաբանում է: Եվ այնուամենայնիվ, լրագրողներին և անհանգստացած քաղաքադիմերին լսելուց հետո, մենք եկել ենք այն եզրակացության, որ միայն բացահայտումը կամ բացեիբաց հայտարարելը դեռ բավական չէ: Ինչպես հասկանում և ընդունում են Գալահերը, Լյուիսը և մյուսները, ովքեր գրում են իրենց տեսակետն արտահայտելով, կենսականորեն անհրաժեշտ է որոշակի անձնական հեռավորություն պահպանելը՝ իրերն ավելի պարզորոշ կերպով տեսնելու և իսկապես անկախ դատողություններ անելու համար:

Անկախություն հասարակական դասից կամ տնտեսական կարգավիճակից: Անկախության հարցը միայն գաղափարախոսությամբ չի սահմանափակվում: Իհարկե, ավելի հեշտ կլիներ ավելի շուտ գաղափարախոսության, քան մեկ ուրիշ տեսանկյունից այն քննարկելը: Ինչպես մենք ուրվագծել էինք տեղեկատվության ստույգությունը ճշտելու մասին գլխում, կողմնակալության հարցը լուծվում է տեղեկատվության ավելի հստակ մեթոդ մշակելու միջոցով:

Ընդամին, լրագրողների դերն ավելի ընդգրկուն կերպով հասկանալու համար պետք է դիտարկել հակամարտության և փոխկապակցվածություն մյուս տեսակները:

Հիմա, երբ լրագրողներն ավելի լավ փորձառություն են անցնում, ավելի լավ կրթություն են ստանում և աշխարհի որոշ մասերում նաև ավելի լավ են վճարվում, մեկ ուրիշ բարդություն է սողոսկում անկախության հայեցակետի մեջ: Ինչպես Մասնագիտության խնդիրներով մտահոգված լրագրողների կոմիտեի հանդիպման ժամանակ մեզ ասաց *Նյու Յորքի Դեյլի Նյուս -ի* մեկնաբան Խուան Գանգալեսը. «Ամենամեծ խնդիրն այն է, որ ամերիկացի ժողովուրդը հասկանում է, որ կա հասարակական դասի անջրպետ՝ լրատվությունը թողարկողների և լրատվությունը ստացողների միջև: Այն, որ դասային բաժանումն արդեն իսկ դասային կողմնակի ազդեցության դրսևորում է նշանակում ամերիկացիների մեծ մասի նկատմամբ, լինեն նրանք պահպանողական, կենտրոնամետ թե ազատական, ակնհայտ փաստ է: Ուրեմն, եթե նրանք բանվոր դասակարգ են կամ աղքատներ, հասարակության մեջ համարվում են նվազ կարևոր: Ին կարծիքով սա է ամենակարևոր շեղումը»¹⁴⁶:

Վաշինգտոնի Փոստ-ի նամակների բաժնի նախկին աշխատակից Ռիչարդ Չարվուդը միևնույն հավաքի ժամանակ պնդում էր հետևյալը. «Լրագրողները, որպես իմացական վերնախավի անդամներ, իրենց աշխարհայացքը, մտածելակերպը և զանազան ուղղվածությունները ձեռք են բերում գործընկերների և իրենց նմանների հետ շեղումից: Համապատասխանաբար, իրենց աշխատանքն էլ կազմակերպում են այնպես, որ այն համապատասխանի այս նոր բարձր դասակարգի ճաշակներին ու պահանջներին: Պետք է ասեմ, որ բազում ապացույցներ կան, որ մամուլն իր ապագան գերազանցապես կապում է հենց այս դասի հետ, որովհետև այն գնալով ավելի բարձրակարգ է դառնում...»

¹⁴⁶ Juan Gonzalez, CCJ New York City forum, 4 December, 1997

մերժելով կամ հետևում թեղնելով աշխատավոր և ցածր եկամուտ ունեցող մարդկանց»¹⁴⁷:

Նախկին լրագրող Թոմ Միլլրին, որը հիմա Կոլորադո նահանգի Կոլորադո Սփրինգզ քաղաքում մի ավետարանչական քրիստոնեական հաստատության՝ «Ընտանիքն ուշադրության կենտրոնում» կազմակերպության փոխնախագահն է, համաժողովներից մեկի ժամանակ մեզ ասաց, որ հասարակական դասային թեքումը նպաստել է լրատվության կոմերցիալիզացիան՝ առևտրայնացումն արագացնելու գործին: «Լրատվամիջոցների առաջարկած տեղեկատվությունն աղավաղված կերպով է ներկայացնում Միացյալ Նահանգների բնակչության մի ահռելի միջին շերտի կյանքի պատկերը»,- պնդում էր Միլլերին: «Միացյալ Նահանգներում բնակչության մեկ տոկոսին է պատկանում առքուվաճառքի մեջ սովորաբար գտնվող բաժնետոմսերի 35 տոկոսը: Երեկոյան լուրերը նայելով կամ թերթերը կարդալով՝ ձեզ կթվա, թե մենք բոլորս մեզ շատ բավարարված ենք զգում՝ հետևելով CNBC-ի էկրանի ներքևում բաժնետոմսերի արժեքների վազող տողերին»: Ապա շարունակում է. «Նայեցեք հեռուստակայանների առավոտյան շուկաները և ծանոթացեք ամենայն մանրամասնությամբ երկար-բարակ ներկայացված ամենավերջին թողարկման սարքերին ու հարմարանքներին, որոնք կարելի է գնել Կոնդեքսի շուկից: Այնինչ իրականում Միացյալ Նահանգներում ընտանիքների միայն 12.5 տոկոսը տանն ունի մոդեմով համակարգիչ: Առևտրի և լրատվության միաձուլումն այսօր այժման սերտ է և հիմնավոր, որ հնարավոր չի լինում այլևս դրանց ծայրերը զանազանել»¹⁴⁸:

Դասային այս պոտենցիալ առանձնացումն ավելի է ամրանում լրատվության՝ դեպի դեմոգրաֆիապես ավելի բարձր դասակարգն ունեցած ուղղվածությամբ, մի քաղաքականություն, որն այժմ որդեգրում են շատ լրատվական ընկերություններ: Նման ռազմավարության արդյունքը կարող է սպառնալիք դառնալ լրագրության համար ընդհանրապես: Հիմա մարդիկ ավելի շուտ մամուլը համարում են մի հաստատության մաս, որից իրենք օտարացած են, քան՝ հասարակության մի փոխարինող, որը գործում է իրենց շահերից ելնելով և իրենց անունից:

Ամեն դեպքում, լրագրության մեկուսացումից խուսափելու լուծումն անկախության գաղափարից հրաժարվել չի նշանակում: Մեկուսացման դեմ պայքարի եղանակներից մեկը ենթադրում է լրատվական գործի մեջ տարբեր դասերից, տարբեր պատրաստվածության և հետաքրքրություններ ունեցող ավելի շատ մարդ ներգրավելը: Այն լրագրությունը, որը ստեղծվում է ամենատարբեր պատկերացումներ ունեցող մարդկանց համագործակցությամբ, սովորաբար ավելի լավն է լինում, քան այն, ինչ կարող է անել նրանցից որևէ մեկը առանձին վերցրած:

Գուցե, հաշվի առնելով տարբեր լրագրողների առաջարկությունները, համակարգի մեջ պետք է ընդգրկել նաև այնպիսի մարդկանց, որոնք նախկինում բոլորովին այլ կենսափորձ են ունեցել: «Եթե դուք պատրաստվում եք փոխել լրագրողական աշխատակազմի

¹⁴⁷ Richard Harwood, CCJ New York City forum, 4 December, 1997

¹⁴⁸ Tom Minnery, CCJ Ann Arbor forum, 2 February 1998.

բովանդակությունը, ապա պետք է ունենալ մի այնպիսի ծրագիր, որի համաձայն հնարավոր լինի արդեն իսկ տարբեր աշխատանքային փորձ ունեցող մարդկանց ներգրավել գործի մեջ... մի ծրագիր, որը նրանց հնարավորություն կտա որակյալ ձևով ներմուծել իրենց բերած բազմազանությունը», - առաջարկում է Գոնզալեսը¹⁴⁹:

Անկախությունն ռասայից, կրոնից և սեռից: Վերջին երեսուն տարիների ընթացքում ամերիկյան հասարակության բազմազանությունը լրատվական գրասենյակում ապահովելու անհրաժեշտության գիտակցականության աճ է նկատվել: Արհմիութենական խմբերը, ինչպես օրինակ Թերթերի խմբագիրների ամերիկյան ընկերությունը, մի ամբողջ կանոնակարգ է մշակել տեղեկատվական արտադրության մեջ նպատակների բազմազանությունն ապահովելու համար: Տարբեր լրագրողական կազմակերպություններ նորոգել են իրենց խոսքի ոճը՝ դրանից արմատախիլ անելով ռասիստական բառապաշարը: Մինչև այժմ, սակայն, տեղեկատվական արդյունաբերությունը դեռ չի հասել նախանշած նպատակներին: Ինչպես ցույց կտանք անհատի խղճի սկզբունքին նվիրված բաժնում, երբ բազմազանության նշանակությունը նեղացնում և հանգեցնում ենք էթնիկական, սեռային և այլ հարցերի, այդ գաղափարի շուրջ լուրջ խնդիրներ են ծագում: Նշվածները բազմազանության անհրաժեշտ դրսևորումներ են, բայց դրանք չէ, որ կազմում են տեղեկատվական բազմազանության վերջնանպատակը:

Ընդամին, բազմազանության հարցի ներսում մի խնդիր կա, որի դեմ պետք կլինի պայքար մղել առաջին հերթին: Հարցը հետևյալն է. որքանով կարելի է ազգագրական/էթնիկական և սեռային տարբերությունները հավասարեցնել անհանատակության և բարձր մասնագիտական փորձի հետ: Արդյո՞ք մենք այն կարծիքի ենք, թե միայն աֆրո-ամերիկացիները կարող են լուսաբանել աֆրո-ամերիկացիներին, կամ, նույն կերպ՝ ասիացի ամերիկացիներն են, որ կարող են լավագույնս լուսաբանել ասիացի ամերիկացիներին և այլն: Մի՞թե լավ լրագրողը չպետք է կարողանա ամեն ինչ լուսաբանել:

«Ներկայացուցչականության վրա հիմնված բազմազանության փաստարկներն իրենց հիմքում ենթադրում են, որ միևնույն ռասայի կամ սեռի անհատները մտածում են նույնակերպ, որովհետև նրանք ենթարկվում են ռասիզմի կամ սեռային խտրականության միևնույն փորձություններին», - ասում է աֆրո-ամերիկացի գործադիր տնօրեն Փիթր Բելը: «Այս փաստարկն, իմ կարծիքով, աչքաթող է անում կամ նվազագույնի է հասցնում դասի, կրթության, բնակավայրի, ընտանիքի, անհատական հոգեբանության և կրոնի գործոնները, որոնք ձևավորում են յուրաքանչյուր անհատի գաղափարներն ու սկզբունքները... Տեսանելի հատկանիշներն, ինչպիսիք ռասան և սեռն են, ծառայում են որպես կողմնորոշիչներ և, ես կասեի, շատ կոպիտ կողմնորոշիչներ գաղափարների համար... Ի՞նչ է նշանակում՝ ցանկացած հարցի վերաբերյալ ունենալ սևամորթի դիրքորոշում: Պատասխանն իհարկե միանշանակ է՝ նման բան գոյություն չունի»¹⁵⁰:

¹⁴⁹ Gonzalez, CCJ New York City forum.

¹⁵⁰ Peter Bell, CCJ Ann Arbor forum, 2 February, 1998.

Շատ լրագրողներ, նույնիսկ փոքրամասնություն կազմող խմբերի ներկայացուցիչներ, նույն մտավախությունն ունեն: «Պարզապես հայտարարել, թե ձեր լրատվամիջոցում աշխատելու են մի ասիացի, մի սևամորթ և մի հաշմանդամ, և որ այս հազամանքը ձեզ ինչ-որ ձևով իրավունք տա ասելու, թե դուք բազմակարծություն եք ապահովում, նշանակում է կրկին ընկնել դեմոգրաֆիական կողմնորոշիչներով առաջնորդվելու գիրկը», - ասում է NBC News-ի թղթակից Ջոն Յոկենբերին, որն ինքն, ի դեպ, հաշմանդամ է: «Դուք կարող եք շահույթը որոշել դեմոգրաֆիական չափանիշներով, բայց երբեք չեք կարող իմանալ, թե ինչպիսին կլինի իրական բովանդակությունը... Բազմազանության ամենևին էլ չեն հասնում լրատվական գործակալությունում համապատասխան աշխատողներ վարձելով, այլ՝ լրատվամիջոցի լսարանը լավ ճանաչելով, նրանցով իսկապես հետաքրքրված լինելով՝ վերից վար, աջից ձախ և բոլոր տնտեսական մակարդակներում»¹⁵¹:

Այս քննադատությունը շատ լուրջ հարց է շոշափում. ի՞նչ չափով է լրագրողի ինքնությունն ազդում նրա աշխատանքի վրա: Եթե խմբագիրը որոշում է, թե ով ինչ պետք է լուսաբանի՝ գուտ էքնիկական պատկանելությունից կամ մաշկի գույնից ելնելով, արդյո՞ք սա մեկ ուրիշ տեսակի ռասայական կամ էքնիկական ստերեոտիպություն չի նշանակում: Սրանով նա հաստատում է, որ գոյություն ունի այնպիսի բան, ինչպիսին միայն սևամորթների տեսանկյունն է, կամ՝ միայն ասիացիներինը:

Այնինչ, ինչ-որ տեղ, լրատվական գրասենյակի կոշտ նորմերի և նոր, «քաղաքականապես ճիշտ» ուղղափառության միջև ընկած է ավելի հարուստ մի ասպարեզ: Իհարկե, արդեն կան բավականաչափ փաստեր, որոնք վկայում են, որ այն լրատվական գրասենյակները, որոնք բազմազանությունը չեն ապահովում, չեն կարողանում իրենց աշխատանքն անել ինչպես հարկն է: Նրանք անպայման ինչ-ինչ լուրեր բաց են թողնում: Նրանց լուսաբանումների մեջ շատ թերացումներ են նկատվում: *Չիկագո Թրիբյուն-ի* Քլարենս էջը գրում է. «Յոլուսիսային Իլինոյից մի խմբագիր փորձում էր գլուխն ազատել ազգային փոքրամասնությունների մասին լրատվություն ապահովելուց, պատճառաբանելով, որ իրենց քաղաքում իրականում այդպիսիք գրեթե չկան, չնայած նա շատ լավ գիտեր, որ փաստորեն իրենց քաղաքում կա 17 տոկոս լատինաամերիկյան բնակչություն. 17 տոկոս... Վիսկոնսինից մի գյուղական խմբագիր ինձ ասում էր, որ իրենք իրականում չունեն փոքրամասնություն կազմող բնակչություն, այն դեպքում, երբ նրա խմբագրությունն ընդամենը մի քանի քայլ էր հեռու գտնվում հնդկացիների արգելանոց-բնակատեղիից»¹⁵²:

Լրատվության վերաբերյալ ավանդական սահմանումների կարճատեսությունն արդեն իսկ բավականաչափ ապացույց է այն բանի, որ անձնական տեսակետները գույն են հաղորդում լրագրությանը: Լրատվական շատ ընկերություններ, տեսնելով այս պրոբլեմը, օգնության համար դիմում են Մեյնարդ Ինստիտուտի նման կազմակերպություններին, որոնք հատուկ աշխատանքային

¹⁵¹ John Hockenberry, CCJ New York City forum, 4 December, 1998

¹⁵² . Clarence Page, CCJ New York City forum, 4 December, 1998.

սեմինարներ են անցկացնում լրատվական գործակալություններին օգնելու համար, որպեսզի վերջիններս ավելի լավ հասկանան իրենց լսարանի ամբողջական կազմի հոգսերն ու խնդիրները, ու նաև օգնում են ընդարձակել լրատվական կազմակերպությունների տեղեկատվական աղբյուրները:

Դիցուք ընդունում ենք, որ այնպիսի հարց, ինչպիսին ռասայական խնդիրն է, իսկապես նշանակություն ունի լրագրության համար: Այդ դեպքում ինչպե՞ս է հնարավոր համատեղել անհատական հայեցակետերի, տեսանկյունների ազդեցությունն այնքան կարևոր նպատակի հետ՝ ինչպիսին լրագրողական անկախությունն է:

Ֆրակցիականությունից անկախ լինելը ենթադրում է, որ կարելի է դառնալ լրագրող՝ առանց անձնական փորձը մերժելու, ու միաժամանակ, առանց դրա գերին լինելու:

Ամենակարևորը, ինչպես Մեզի Գալահերն է պնդում, հիմնական լրագրողական սկզբունքներին հավատարիմ մնալն է, սկզբունքներ, որոնք կառուցվում են ճշմարտության և այդ ճշմարտությունը հասարակությանը փախանցելու հիմքի վրա: Ինչպես և քաղաքական գաղափարախոսության հարցում, այստեղ ևս հարցը ոչ թե չեզոքությանն է վերաբերում, այլ՝ նպատակին: Ֆրակցիականությունից ազատ լրագրությունը պետք է վեր կանգնի ամեն տեսակի մշակութային և անձնական նախահիմքերից, որ լրագրողները ներմուծում են իրենց գործի մեջ: Ինչպիսի մականուն էլ որ տրվի լրագրողներին՝ բուդդայական, աֆրո-ամերիկացի, հաշմանդամ, միասեռական, իսպանաձին, հրեա, WASP (սպիտակ անգլո-սաքսոնացի բողոքական) կամ թեկուզ՝ ազատական կամ պահպանողական, դրանք բոլորը նկարագրական բնույթ ունեն, ոչ թե՝ սահմանափակող: Կան լրագրողներ, ովքեր և՛ բուդդայական են, և՛ աֆրո-ամերիկացի, և՛ պահպանողական, ոչ թե՝ առաջին հերթին բուդդայական, հետո միայն՝ լրագրող: Ռասայական, էթնիկական, կրոնական և գաղափարական հենքը մեծ մասամբ լրացուցիչ տեղեկություն է հաղորդում նրանց աշխատանքին, բայց ոչ երբեք՝ թելադրում իրենը:

NBC-ի թղթակից Յոքենբերիի թերահավատությունն իր սեփական հաշմանդամության ունեցած ազդեցության վերաբերյալ՝ ապացուցում է, թե ինչպես է աշխատում այս ամենը: Յոքենբերին մի ժամանակ խուսափում էր «հաշմանդամության մասին պատմություններ գրելուց», բայց ավելի ուշ նա հասկացավ, թե ինչ օգուտ կարող էր ինքը բերել հաշմանդամության վերաբերյալ նյութեր պատրաստելիս: «Երբ ես եկա *Դեյթլայն*, ռեժիսորը մոտեցավ և ասաց. «Մենք ուզում ենք մի պատմություն պատրաստել, թաքուն տեսախցիկով նկարահանած մի պատմություն հաշմանդամների մասին՝ աշխատանքի ժամանակ և աշխատանքի ընդունվելիս...»: Չնայած մեջս ոչ մի ցանկություն չկար պիտակավորվելու՝ որպես հաշմանդամների մասին գրող, ես նրան ասացի, որ խտրականության հանդիպելու իմ կենսափորձում այն վճռորոշ դեր չի խաղացել: Ես հանդիպում եմ մարդկանց, ովքեր մի տեսակ թարս են նայում ինձ վրա, և գուցե նրանք այդ ընթացքում ինչ-որ որոշումներ են ընդունում, որ ես երբեք չեմ կարողանում հասկանալ, թե ինչպիսի բացասական ազդեցություն են թողնելու ինձ վրա:

Այս երիտասարդ ռեժիսորը մի կորեացի-ամերիկացի էր Ջո Ռի անունով, նա ինձ ասաց. «Ջոն, երբ դու այդտեղ ես, խտրականություն չի

արվում: Այն տեղի է ունենում քո գնալուց հետո: Ահա թե ինչու ենք մենք օգտագործում թաքնված տեսախցիկներ»¹⁵³:

Արդյունքում ստացվեց մի պատմություն, որը ցույց էր տալիս, թե ինչպես գործատուներն ամեն անգամ անցնում էին անդամալույծ մարդու կողքով և աշխատանքի էին վարձում ոչ հաշմանդամ թեկնածուի: «Մեր համատեղ աշխատանքի արդյունքում ստեղծվեց մի պատմություն, որն իրականում շատ մեծ արձագանք գտավ», - ասում էր Յոքենբերին:

Յոքենբերիի փորձը ցույց է տալիս, որ լրատվական գրասենյակի նպատակը սոսկ քանակական բազմազանություն ստեղծելը չէ. տվյալ դեպքում հաշմանդամության մասին պատմությունը չէր ստեղծվի, եթե հաշմանդամ լրագրողն աշխատեր միայնակ: Լրատվական գրասենյակում բազմազանության առկայության վերջնական նպատակը ինտելեկտուալ տեսակետից այնպիսի մի հարուստ միջավայրի ստեղծումն է, որտեղ ամեն ոք ամուր կառչած է լրագրողական անկախության գաղափարին: Նրանց տարբեր փորձառությունները միախառնվում են իրար՝ ստեղծելով ավելի հարուստ լրատվություն, քան եթե նրանք աշխատեին առանձին-առանձին: Եվ վերջին հաշվով, արդյունքը լինում է աշխարհի ավելի հարուստ, ավելի ամբողջական պատկերը, որ ներկայացվում է հասարակությանը:

Լրագրողը պետք է նվիրված լինի հասարակությանը՝ ճիշտ այնպես, ինչպես նկարագրում է Գալահերը: Լրագրողն անտարբեր կամ անշահագրգիռ անձնավորություն չէ: Նա ցինիկ չէ: Եվ ոչ էլ՝ առանձնացած ու մեկուսացված անհատ: Լրագրողի դերը նախանշված, հատուկ տեսակի մի գործ է՝ նվիրված լինել հասարակությանը տեղեկացված պահել՝ երբեք չդառնալով իրադարձություններից ուղղակիորեն մասնակցող ակտիվիստ:

Գիլ Թելենը՝ *Տամպա Թրիբյուն-ի* գլխավոր խմբագիրը, շատ է մտածել այս դերի մասին: Թելենին հատկապես հետաքրքրել են քաղաքացիական ժուռնալիստիկայի գաղափարները, որոնք նախատեսված են լրագրությունը հասարակության հետ կապելու համար: Բայց նա միաժամանակ նաև մեծ պայքարի մեջ է եղել հրատարակիչների հետ՝ լրագրողական անկախության սկզբունքը պաշտպանելու համար: Ի վերջո Թելենը հեռացել է *Նայթ Ռիդըր* կազմակերպության լրագրից՝ լրատվության և գործարար շահերի բաժանման հարցերի կապակցությամբ:

Թելենը լրագրողի դերը համեմատում էր «նվիրյալ դիտորդի» դերի հետ:

Թե դա ինչ է նշանակում, նա բացատրում էր այսպես. լրագրողը հասարակությունից դուրս, անջատ չի գտնվում: Լրագրողները «փոխադարձաբար կապված են» իրենց համաքաղաքացիների հոգսերի հետ: Եթե քաղաքում կա մի կարևոր խնդիր, որն իր լուծումն է պահանջում և ուսումնասիրվում է տեղական հաստատությունների կողմից, ապա «մենք պարտավոր ենք որպես դիտորդներ այդ խնդիրը լուսաբանել այնքան ժամանակ, որքան այն առտոնին է»: Անպատասխանատու կլիներ հարցը պատահական կերպով լուսաբանելը, կամ՝ այն անտեսելը, որովհետև ձանձրալի է: Լրագրողն

¹⁵³ Hockenberry, CCJ Ann Arbor forum.

ամեն դեպքում պետք է ձգտի օգնել հարցի լուծմանը հասնելու գործին, ասում է Թելենը, և նա պետք է դա անի՝ ստանձնելով պատասխանատու թղթակցի դերը:

Թելենի գաղափարներն իրենց արձագանքն են գտնում ուրիշ լրագրողների արտահայտած խոսքերում ևս: Նրանք ասում են, թե մամուլը մեկ ընդհանուր լեզու, մեկ ընդհանուր հասկացողություն ստեղծող մի ամբողջություն է, մի սոսինձ, որը որոշակիացնում, սահմանում և պահում է հասարակությունը՝ որպես մի սերտ միասնականություն:

Ահա թե իրականում ինչպես են շատ լրագրողներ հասկանում Մասնակից Անկախության դերը:

Սարասոթայի, Ֆլորիդա, *Յերալդ Թրիբյուն-ը* նույնիսկ մի հնարամիտ մեթոդ է մշակել փորձելով պահպանել իր լրագրողների անկախությունը՝ առանց նրանց հասարակությունից մեկուսացնելու: Այդ լրատվական կազմակերպության ամեն մի լրագրող մեկ շաբաթ աշխատում է որպես ընթերցողների ներկայացուցիչ՝ ընդունելով ընթերցողների հեռախոսազանգերը, դրանք փոխանցելով թղթակցին կամ խմբագրին և գրանցելով ամեն մի զանգը՝ իր բողոքի կամ առաջարկության խոսքերով:

Երեք տարի է տևում, մինչև բոլոր աշխատակիցները կատարում են այդ մեկշաբաթյա աշխատանքը, բայց լրագրի գործադիր տնօրեն Ջանեթ Ուիվլըրը համոզված է, որ արժե շարունակել այս ձեռնարկը: Նրա աշխատակիցները զեկուցում են, որ հենց միայն թերթի վերաբերյալ ընթերցողների ռեակցիան լսելով, նրանք ավելի պարզ պատկերացնում են կազմում հանրության և իրենց միջև գոյություն ունեցող հարաբերությունների մասին:

«Կան մարդիկ, որոնց վերաբերյալ ես խիստ մտավախություն ունեմ, երբ նրանց անունների հերթը գա: Ես գիտեմ, թե նրանք ինչպես են վերաբերվում ինձ, և հետաքրքիր է, թե ինչպես կվերաբերվեն հասարակությանը», - ասում է Ուիվլըրը: Բայց սեղանի հանդիպակաց կողմում կա մի մարդ, որը հետևում է ընթերցողների ներկայացուցչի կատարած աշխատանքին, իսկ այն չորս լրագրողների համար, ովքեր ամեն ամիս պետք է կատարեն այդ աշխատանքը, կա նաև կողմնորոշման ծրագիր:

Եվ վերջում ասենք, որ ոչ մի խիստ արգելք որևէ տեսակի անձնական կամ ինտելեկտուալ մասնակցություն ցուցաբերելու դեմ չի կարող երաշխիք լինել, թե լրագրողն անկախ կմնա ֆրակցիականությունից՝ լինի դա քաղաքական թե մեկ այլ տեսակի: Ի վերջո, իսկական լրագրողին կողմնակալ աջակցից բաժանում են սթափ բանականությունը և, առաջին հերթին, քաղաքացիներին հավատարիմ մնալու սկզբունքը: Կարծիք ունենալը ոչ միայն թույլատրելի է, ոչ միայն՝ բնական, այլև արժեքավոր է՝ զուգորդված այն բնական թերահավատության հետ, որով լավ թղթակիցը մոտենում է խնդրո առարկա պատմությանը: Բայց լրագրողը պետք է լինի բավականաչափ խելոք և ազնիվ, որպեսզի հասկանա, որ կարծիքը, անձնական հանգստություններից բացի, պետք է հիմնված լինի ավելի ծանրակշիռ հենքի վրա, եթե այն լրագրողական արժեք է ներկայացնելու: Հարցը մարդուն կամ մարդկանց խմբին հավատալու մեջ չէ: Լրագրությունը մի

արհեստ է, որը հիմնված է տեղեկատվության, իմանալու, հասկանալու և կրթելու վրա: Բացահայտումների այս գործընթացի համար խոչընդոտներ ստեղծելը վերջիվերջո նշանակում է անհավատարիմ լինել հասարակությանը:

Լրագրողական անկախության կարևորությունը նույնիսկ ավելի ակնհայտ է դառնում, երբ մենք քննում ենք լրագրությանը բնորոշ հաջորդ հատկանշական պարտականությունը՝ հասարակության պաշտպանը լինելու դերը:

6. ԻՇԽԱՆՈՒԹՅՈՒՆ ՎԵՐԱՅՍԿՈՒՄԸ ԵՎ ՉԱՅՆԱԶՈՒՐԿՆԵՐԻՆ ԽՈՍՔԻ ԱԶԱՏՈՒԹՅՈՒՆ ԸՆԶԵՌԵԼԸ

1964-ին լրատվության բնագավառում Փուլիցերի մրցանակը, որը լրագրողների ամենաբաղձալի պարգևն է, շնորհվեց *Ֆիլադելֆիա Բյուլեթին-ին*: Մրցանակը պատվի էր արժանացրել *Բյուլեթին-ին*, որովհետև վերջինս բացահայտել էր, որ այդ քաղաքում ոստիկանության սպաները զբաղված էին հենց ոստիկանատնից նենգախաղ՝ դրամաշորթություն (number racket) խաղալով, որն ապօրինի խաղի մի տեսակ է: Պատմությունը նախանշում էր, թե ամերիկյան քաղաքներում ոստիկանական կոռուպցիայի ուսումնասիրության ժամանակ ինչն էր մանրագնին քննարկումների նոր ալիք բարձրացնելու: Մրցանակը կարևոր էր ևս մեկ առումով: Այն ընդգծում էր հրատարակչական գերատեսչությունների կողմից ամերիկյան լրագրության մեջ նոր դարաշրջանի պաշտոնական ճանաչումը:

Փուլիցերի սահմանած նոր անվանակարգը կոչվում էր Յետաքննական տեղեկատվություն: Երկրով մեկ լրագրերի գործադիր տնօրենները, ովքեր Փուլիցերի հանձնախմբի անդամներ էին և գործում էին Կոլումբիայի համալսարանի հովանավորության ներքո, այս նոսրացիան ավելացրել էին մեկ ուրիշ՝ Տեղական լրատվություն անվանակարգի փոխարեն, որն, ըստ նրանց, այլևս կարիք չկար հատուկ գնահատականի արժանացնել: Նրանք նոր շեշտադրում էին տալիս մանուկի նշանակությանը՝ որպես ակտիվիստի, վերափոխողի և բացահայտողի:

Այսպես վարվելով՝ լրագրողական աշխարհը ճանաչման էր արժանացնում մի աշխատածև, որը վերջին տարիներին գնալով ավելի շատ էր կիրառվում լրագրողների նոր սերնդի կողմից: Այնպիսի թղթակիցներ, ինչպիսիք Ուոլիս Տըրնըրը և Ուիլիամ Լամբերթն են Պորթլենդում և Ջորջ Բլիսը Չիկագոյում, վերածնունդ էին կոռուպցիան հետապնդելու և բացահայտելու ավանդույթը, որը մեծապես բացակայում էր Երկրորդ համաշխարհային պատերազմի և դրան անմիջապես հաջորդող տարիների լրատվական պրակտիկայից: Պատերազմի տարիների պատմությունները Աքրիփս Յաուարդից Էռնի Փայլի պես հեղինակներ էին կերտում, ովքեր պատերազմի ժամանակ բարձրացնում էին դաշնակիցների, տոկուն բրիտանացիների և պարզունակ, բայց արի՝ ամերիկացի զինվորների ոգին: 1964 թվականից հետո սա սկսեց փոխվել: Ութ տարի անց, երբ Բոբ Վուդուրդը և Կարլ Բերնշտայնն օգնեցին բացահայտելու Նիքսոնի Սպիտակ Տան Վոթրգեյթի սկանդալը, հետաքննական լրագրությունը հանկարծ սկսեց հռչակ և գրավչություն ձեռք բերել ու կերպափոխել լրագրողական մասնագիտության իմիջը:

Ամբողջ լրագրությունը փոխվեց, հատկապես՝ վաշինգտոնյան լրագրությունը: Ա. Մ. Ռոզենտալը՝ *Նյու Յորք Թայմզ-ի* գլխավոր խմբագիրը, այնքան անհանգստացավ Վոթրգեյթի պատմության մեջ *Վաշինգտոն Փոստ-ի* ունեցած ազդեցիկ դերը տեսնելով, որ կարգադրեց վերակազմավորել իր թերթի վաշինգտոնյան բյուրոն և պաշտոնապես ստեղծել հետաքննական լրագրողների մի հատուկ խումբ: Այնքան ժամանակ, որքան Ռոզենտալն էր լրագրի գլխավոր խմբագիրը, վաշինգտոնյան բյուրոյի ղեկավարի աշխատանքը նույնքան ապահով էր, որքան և ժամրակչիռ էր բյուրոյի հաղորդած հետաքննական տեղեկատվությունը: Ապա, *Սի-Բի-Էս Նյուս-ը* ստեղծեց իր սեփական հետաքննական լրատու ծրագիրը՝ «60 րոպե», որը դարձավ ամենահաջող լրատվական ծրագիրը, որ հեռուստատեսային ցանցը

երբևէ թողարկել էր: Չնոռանանք ասել, որ տեղական հեռուստատեսային լուրերը նույնպես շուտով եթերը ողողեցին սեփական հետաքննական թիմերով՝ այսպես ասած I-թիմերով (I-Team):

Մի քանի հնաոճ լրագրողներ սկսեցին փնթփնթալ: - Հետաքննական լրագրությունը,- քթի տակ ասում էին նրանք,- ավելին չարժե, քան լավ լրավության համար երկու-դուրս վճարվող բառը: Վերջին հաշվով ամբողջ տեղեկատվական աշխատանքն իրենից գրեթե հետաքննություն է ներկայացնում:

Քննադատողների ասածի մեջ ռացիոնալ հատիկ կար: Այն, ինչ Փուլիցերի մրցանակի խորհուրդը պաշտոնապես ճանաչեց 1964 թվականին, իրականում երկու հարյուր տարի է, ինչ զարգացում էր ապրում:

Հետաքննական լրատվության արմատներն իրենց հաստատուն տեղն ունեին դեռ առաջին պարբերականներում, ազատ մամուլի գաղափարի և Առաջին Ուղղման վաղ դրսևորումներում, ինչպես նաև բոլոր լրագրողների ձգտումներում՝ մասնագիտության ողջ պատմության ընթացքում: Այս արմատներն այնքան զորեղ են, որ կազմում են մի հիմնարար սկզբունք:

Լրագրողները պետք է ծառայեն որպես իշխանության անկախ վերահսկողներ:

Այս սկզբունքը հաճախ սխալ է հասկացվում՝ նույնիսկ լրագրողների կողմից, և ըմբռնվում է որպես «հարմարավետը խափանելու» կոչ: Ավելին, ժամանակակից լրագրության մեջ վերահսկելու սկզբունքի չարաշահումի մեծ վտանգ կա, ինչպես նաև շինծու վերահսկողության դրսևորման վտանգ, որն ավելի շատ ուղղված է լսարանին գոհացնելուն, քան՝ նրան ծառայելուն: Եվ գուցե լրագրության վերահսկելու դերին ավելի լուրջ վտանգ կարող է սպառնալ կորպորացիոն կոնգլոմերատների տեսքով, որոնք շատ արդյունավետ կերպով կարող են խափանել մամուլի անկախությունը, որն այնքան պետք է վերահսկելու դերն իրականացնելու համար:

Երբ տասնյոթերորդ դարում տպագրված պարբերականներն առաջին անգամ դուրս եկան անգլիական սրճատներից, դրանք իրենց դերը տեսնում էին հետազոտություններ անելու մեջ: *Պառլամենտի Հետախույզ-ը*, որն սկսեց հրատարակվել 1643-ին, «լրագրության մեջ մտցրեց նորություն ինֆորմացիան փնտրելու և գտնելու համար ջանք թափելու անհրաժեշտությունը»¹⁵⁴: Հաջորդ տարի մի պարբերական, որն իրեն *Լրտես* էր անվանում, ընթերցողներին խոստացավ, որ ծրագրում է «Թագավորության մեծ խաղի մեջ սովորական խաբեբայությունները բացահայտել: Այդ նպատակն իրականացնելու համար այն պետք է գործեր գաղտնի»:

Հետաքննական աշխատանքի այս վաղ փորձերը հանդիսացան այն պատճառներից մեկը, որոնց շնորհիվ մամուլին տրվեց սահմանադրական ազատություն: Առաջին անգամ *Հետախույզ-ի* և *Լրտես-ի* նման պարբերականները կառավարության գործունեությունը դարձնում էին ավելի թափանցիկ: Ամսագրերի՝ հրապարակ գալուց առաջ իշխանությունների ներքին գործերը գերազանցապես ընտրյալներին էին հասնում՝ միայն նրանց, ովքեր պետության հետ գործարար կապի մեջ էին գտնվում, կամ նրանց, ովքեր անմիջականորեն զբաղված էին կառավարության գործերում: Իրենց

¹⁵⁴ John C. Sommerville, *The News Revolution in England: Cultural Dynamics of Daily Information* (New York: Oxford University Press, 1996), 65.

կառավարողների մասին տեղեկատվությունը հասարակության լայն շերտերին մեծ մասամբ հասնում էր անհիմն բամբասանքների կամ պաշտոնական ուղերձների միջոցով միայն:

Բայց, ի տարբերություն հրովարտականների և մունետիկների, որոնք տարածում էին սոսկ այն տեղեկատվությունը, որն իշխանավորներն էին ուզում տարածած լինել, այս նոր պարբերականները ժողովրդին ասում էին, թե իրականում կառավարությունն ինչեր է անում և ինչով է զբաղված: Ժամանակի ընթացքում, որպես լրագրության ամենաառաջին սկզբունքներից մեկը, դա դրվեց հետաքննական լրագրության հիմքում՝ լրագրությունը տարբերակելով հասարակության հետ հաղորդակցության մյուս միջոցներից: Վերահսկիչ դերն էր, որ լրագրությունը դարձրեց, Ջեյմս Մեդիսոնի արտահայտությամբ՝ «ազատության բաստիոն՝ պատվար», ճիշտ այնպես, ինչպես ճշմարտությունը Ջոն Փիթեր Ջենգերի դեպքում դարձավ մամուլի ամենամեծ պաշտպանյալը:

Չեռագա տարիներին, երբ պաշտպանված մամուլի և կառավարական հաստատությունների միջև հակամարտություն ծագեց, Գերագույն դատարանը նորից ու նորից ապավինում էր մամուլի վերահսկող դերին, որպեսզի կարողանար վերահաստատել մամուլի կենտրոնական դերը ամերիկյան հասարակության մեջ: Սկսած *Նիերն ընդդեմ Մինեսոտայի* գործից, որը կառավարությանն արգելում էր որևէ անսազրի հրատարակության վրա արգելք դնել, բացառությամբ այն դեպքերի, երբ խնդիրը «սպառնում էր լինել խիստ ծանրակշիռ և կարող էր անմիջական վտանգ ներկայացնել Միացյալ Նահանգների անվտանգության համար», Դատարանը օրենքում հետևողականորեն ապահով տեղ է հատկացրել լրագրողներին՝ համաձայն որի լրագրողները պաշտպանված են այնպես, որ կարող են ագրեսիվ կերպով ծառայել հասարակության շահերին՝ հրապարակելով կարևոր տեղեկատվություն, որը վերաբերում է հասարակական բարօրության խնդիրներին¹⁵⁵: Չեղափոխությունից հետո ամբողջ երկու հարյուր տարի անց Գերագույն դատարանի դատախազ Ջյուզո Բլեքը դեռևս շարունակում էր իր ուշադրությունը կենտրոնացնել մամուլը վերահսկելու պարտականությունների վրա, երբ գրում էր. «Մամուլն այնպես էր պաշտպանված, որ այն կարող էր մերկացնել կառավարության գաղտնիքներն ու հայտնել ժողովրդին: Միայն ազատ և սահմանափակումներից զերծ մամուլը կարող է արդյունավետ կերպով բացահայտել կառավարության ներսում եղած խաբեությունը»¹⁵⁶: Պետության և ֆեդերալ իրավապաշտպան մարմինների աջակցությամբ 1960-70-ական թվականներին Տեղեկատվության Ազատության ակտի և այսպես կոչված Արևային օրենքների միջոցով մամուլը մուտքի ավելի մեծ հնարավորություններ ձեռք բերեց: Վերջինս հասարակության համար մուտք էր ապահովում դեպի պետական շատ փաստաթղթեր և կառավարության գործունեության ոլորտներ:

Վերահսկելու սկզբունքն ավելին է նշանակում, քան միայն կառավարության գործունեությանը հետևելը: Այն տարածվում է հասարակության բոլոր՝ իշխանություն և ուժ ունեցող հաստատությունների վրա: Եվ դա ճիշտ այդպես է եղել հենց սկզբից: Ինչպես *Լրտեսը* «ընդհատակ» անցավ «Թագավորության մեծ խաղի խաբեբայությունները բացահայտելու համար», տասնիններորդ դարի լրագրող Չենրի Մեյհյուն բաց ասպարեզում մնաց, որպեսզի փաստագրի նույն այդ թագավորության անհայտ, անանուն

¹⁵⁵ *Near v. Minnesota* 283 US 697 (1931).

¹⁵⁶ *New York Times Co. v United States* 403 US 713 (1971).

մարդկանց թշվառ վիճակը: Մեյհյուն թափառում էր Վիկտորիայի ժամանակների Լոնդոնի փողոցներով և տեղեկություններ հաղորդում փողոցային մարդկանց կյանքից *Լանդըն Մորնինգ Զրոնհիքլ-ի* համարներում¹⁵⁷: Այս կերպ նա կոտեն վաճառող աղջկան և ծխնելույզ մաքրող տղային շնորհում էր անհատական դեմք, ձայն և ձգտումներ: Մեյհյուն բացահայտում էր վերջիններիս մարդկայնությունն այն մարդկանց համար, ովքեր սովորաբար նրանց կողքով անցնում էին առանց նկատելու:

Միացնելով ունկնդրության չարժանացած ձայների և չբացահայտված խաբեբայությունների որոնումները՝ լրագրողները, որպես իրենց պատասխանատվության հիմնական սկզբունք, հաստատուն կերպով սահմանել էին հասարակության ստվերոտ անկյունների քննությունը: Նրանց գրանցած աշխարհը գրավում էր հիմնականում անտեղյակ հասարակության երևակայությունը՝ առաջացնելով անմիջական և ոգեշնչված համընդհանուր արձագանք:

Այսօր լրագրողները վերահսկման դերը համարում են իրենց աշխատանքի հիմնական գործառույթը: Տասը լրագրողից ինը հավատացած է, որ «մամուլը քաղաքական գործիչներին հեռու է պահում այնպիսի քայլերից, որ նրանք չպետք է անեն»: Վերահսկողի դերը՝ հասարակությունը տեղեկացված պահելուց հետո, թվով երկրորդն էր հարցմանը մասնակցած լրագրողների պատասխանների մեջ, ուր նրանց առաջարկվել էր պատասխանել այն հարցին, թե ինչով է իրենց մասնագիտությունը տարբերվում հաղորդակցության մյուս տեսակներից¹⁵⁸:

Որքան էլ որ լրագրողները խորը հավատ ունեն դրա նկատմամբ, վերահսկողի դերը հաճախ սխալ է հասկացվում: Դարասկզբին Չիկագոյից լրագրող և հումորիստ Ֆինլի Փիթըր Դանը վերահսկողի սկզբունքը ձևակերպեց այսպես. «հանգստացնել տառապյալներին և տառապանք պատճառել հանգիստ ապրողներին»¹⁵⁹: Դանը կես կատակ, կես լուրջ էր ասել սա, բայց արտահայտությունը մնացել էր մարդկանց հիշողության մեջ: 2000 թվականին, այն օրը, երբ *Սընթ Փոլ Փայնիը Փրես-ը* շահեց Փուլիցեր մրցանակը՝ Մինեսոտայի համալսարանի բասկետբոլի թիմի խաբեբայության սկանդալը բացահայտելու համար, լրագրի սպորտային խմբագիրը նշեց, թե իր դեկավարը որքան է սիրում կրկնել վերոհիշյալ արտահայտությունը¹⁶⁰:

Դժբախտաբար, այն գաղափարը, թե մամուլը գոյություն ունի հարմարավետ ապրողներին տառապանք պատճառելու համար և տառապյալներին հանգստություն պարգևելու համար, բոլորովին աղավաղում է վերահսկողի դերի իսկական իմաստը, և դրան հագցնում է ազատական կամ առաջադիմական շապիկ: Գաղափարը շատ ավելի խորն է, բազմանշանակ ու նրբիմաստ, քան կարելի է բառացիորեն հասկանալ՝ տառապանք պատճառել կամ հանգստացնել ասելով: Ինչպես պատմությունը ցույց է տվել, այն ավելի շուտ նշանակում է վերահսկողություն հասարակության հզոր փոքրամասնության վրա՝ հանուն մեծամասնության՝ բռնակալությունից խուսափելու համար:

¹⁵⁷ For a detailed account of Henry Mayhew's work, see Anne Humphreys, *Travels into the Poor Man's Country: The Work of Henry Mayhew* (Athens, Ga.: University of Georgia Press, 1977).

¹⁵⁸ CCJ and the Pew Research Center for the People and the Press, "Sriking the Balance: Audience Interests, Business Pressures and Journalists' Values" (March 1999), 79.

¹⁵⁹ Finley Peter Dunne, in *Bartlett's Familiar Quotations*.

¹⁶⁰ Emilio Garcia-Ruiz, sports editor of the St. Paul Pioneer Press, quoted his executive editor, Walker Lundy, at the annual Premack Journalism Award presentation, Minneapolis, Minnesota, 10 April 2000.

Վերահսկողի դերի նպատակը իշխանության կառավարման կամ գործադրման աշխատանքները թափանցիկ դարձնելուց էլ հեռու են գնում՝ այդ իշխանության գործունեության արդյունքները հայտնի և հասկանալի դարձնելով: Տրամաբանորեն սա նշանակում է, որ մանուլը պետք է իմանա, թե իշխանության հաստատությունները որտեղ են աշխատում արդյունավետ կերպով և որտեղ՝ ոչ: Ինչպե՞ս կարող է մանուլը հավակնել հզորներին վերահսկելուն, եթե այն հավասարապես չի պատկերում թե՛ հաջողությունները, թե՛ ձախողումները: Անվերջ քննադատությունը կորցնում է իր իմաստը, և հասարակությունը հիմք չի ունենում լավը կամ վատը գնահատելու համար:

Բախի ֆուգայի թեմայի պես, հետաքննական տեղեկատվությունը մեկ հետընթաց, մեկ առաջընթաց է ապրել լրագրության պատմության ընթացքում, բայց երբեք չի վերացել: Այն արձանագրել է Միացյալ Նահանգների պատմության ամենահիշարժան և կարևոր դարաշրջանները:

- Գաղութատիրական Ամերիկայում մանուլն իր նպատակը տեսնում էր զարգացման ընթացքն արգելակող հեռավոր կառավարության կրնկի տակ խեղդվող ժողովրդի խոսնակը լինելու մեջ: Ջեյմս Ֆրանկլինի *Նոր Անգլիայի Ազդարարը* (New England Courant) ստանձնեց վերահսկողի դերը թե՛ կառավարական, թե՛ կրոնական հաստատությունների գործունեության վրա, իսկ գաղութներն ունեին իրենց սեփական *Լրտեսները*: Օրինակ, Իսայա Թոմասի *Մասաչուսեթսի լրտեսը* դիմակազերծ էր անում թշնամու հետ առևտուր անողներին:
- Հեղափոխական մանուլը տեղի տվեց ազգակերտ մանուլին, որը տեղեկություններ էր հաղորդում նոր կառավարության ձևավորման և բնույթի վերաբերյալ: Ֆեդերալները և հակաֆեդերալներն ամենքն էլ ստեղծեցին իրենց լրագրերը տեղեկատվություն հաղորդելու և հասարակական բանավեճ ծավալելու համար՝ այն հիմնարար սկզբունքների վերաբերյալ, որոնց վրա պիտի կառուցվեր նոր երկիրը: Այս կողմնակալ մանուլի ամենակարևոր դերերից մեկն իրենց ընդդիմադիր կուսակցության նկատմամբ վերահսկողություն սահմանելն էր՝ հայտնաբերումների և բացահայտումների մի գործընթաց, որը երբեմն-երբեմն դառնում էր այնքան թունոտ և թշնամական, որ կառավարությունը, նվազ հաջողությամբ, փորձում էր իրավական միջոցներ ձեռնարկել այդ կարգի պրակտիկայի դեմ¹⁶¹:
- Քսաներորդ դարի սկզբում լրագրողների մի նոր սերունդ, որոնց դրոշմվեց «կեղտոտ բամբասանքի սիրահարներ» անունը, հիմքեր ստեղծեցին տեղական, նահանգային և ֆեդերալ մակարդակներում բարեփոխումներ մտցնելու համար: Նրանց մանրամասն հետաքննությունները և կոռումպացված իշխանության մերկացումները՝ երեխաների աշխատանքի չարաշահումից սկսած՝ մինչև քաղաքական կառույցների, երկաթուղային և նավթարդյունաբերողների հոգաբարձուների խորհուրդների մեքենայություններ, հանգեցրին ազգային քաղաքականության մեջ առաջադիմական շարժումների սկզբնավորման:

¹⁶¹ «Հատուկ հանցանքներ պատժելու ակտը» ստորագրված է 1798 թվականին և միտված է եղել 1800 թվականի ընտրությունների ժամանակ ընդդիմություն ստեղծելու Ֆեդերալիստների կուսակցությանը:

Հետաքննական լրագրության փորձի հասունացմանը զուգահեռ՝ առաջ եկան դրա մի քանի տեսակներ: Այսօր կարելի է տարբերել երեք հիմնական տեսակ. ինքնուրույն հետաքննական լրագրություն, վերլուծական հետաքննական լրագրություն և հետաքննական հետազոտությունների մասին լրագրություն: Յուրաքանչյուրն իր մեջ ուսումնասիրություն է պարունակում:

Ինքնուրույն հետաքննական լրագրություն: Ինքնուրույն հետաքննական լրագրությունը նշանակում է, որ լրագրողներն *իրենք են* բացահայտում և գրանցում գործունեություններ, որոնք նախկինում անհայտ են եղել հասարակությանը: Սա հետաքննական լրագրության այն ձևն է, որի արդյունքում բացահայտված նյութի կամ գործունեության վերաբերյալ հաճախ կազմակերպվում են պաշտոնական հասարակական հետաքննություններ՝ դասական օրինակ այն բանի, թե ինչպես մամուլը պետական հաստատություններին և կազմակերպություններին ստիպում է գործել ի շահ հասարակության: Այն կարող է գործադրել ոստիկանական աշխատանքին համանման մարտավարություն, ինչպես օրինակ՝ պետական փաստաթղթերի ուսումնասիրությունը, ինֆորմացիայի աղբյուրների հայթայթումը և նույնիսկ, որոշ հանգամանքներում՝ գաղտնի աշխատանքը կամ գործունեության թաքուն վերահսկումը: Ինքնուրույն հետաքննական լրագրությունը կարող է լինել այնպիսի մաքրեյքերական (muckraker) աշխատանք, ինչպես օրինակ Լինքոլն Ստիվենսի 1904 թվականին հրատարակած *Քաղաքների ամոթը* շարքն էր, որը հանգեցրեց տեղական կառավարման մարմինների ծավալուն բարեփոխությունների կամ Ռեյչըլ Քարսոնի աշխատանքը, որի 1962 թվականին հրատարակված *Լուռ Գարունը* գրքում ներկայացված բացահայտումները միջատների հակաթույների օգտագործման հետևանքների մասին շրջակա միջավայրի պաշտպանության միջազգային շարժման սկիզբ դրեցին:

Այս շարքում կարելի է դասել նաև Ջերի Թոմփսոնին՝ *Նեշվիլ Թենիսիանի* լրագրողներից, որը 1980 թվականին փաստաթղթային հիմքով ներկայացնում էր Կու Կլուս Կլանի բուն էությունն այն օրերին, երբ կազմակերպությունը վերածնունդ էր ապրում: Այս աշխատանքը կատարելու համար Թոմփսոնը մոտ տասնութ ամիս շարունակ թաքցրել էր իր լրագրող լինելը և ներկայացել էր որպես Կլանի համախոհ: Ինչպես նշել է Էդմունդ Լամբեթն իր *Նվիրյալ լրագրություն* աշխատանքում. «*Թենիսիան-ը* միանգամայն բացահայտ կերպով ընդունում էր, թե ինչու էր իրեն անհրաժեշտ անպայման խաբեության միջոցներ կիրառել պատմության նյութը հավաքելու և հրապարակելու համար»: - Ես կարծում եմ, պատմությունը հրապարակելու ժամանակ է, որ դու լրիվ բացահայտվում ես ու տեսնում՝ արդյո՞ք քո հուսալիությունը քննություն բռնում է, թե՛ ոչ,- ասել է Ջոն Սեյգենթալերը՝ *Թենիսիան-ի* հրատարակիչը¹⁶²:

Ժամանակակից ինքնուրույն հետաքննական լրագրության մեջ համակարգչային վերլուծությունների հնարավորությունները հաճախ փոխարինում են լրագրողի անձնական, անհատական ուսումնասիրություններին: 1989 թվականին Փուլիցերի մրցանակի արժանացած Բիլ Դեդմանի *Փողի գույնը* շարքը, որ տպագրվել էր *Ատլանտա Ջորնըլ ընդ Քոնսերթյուշըն-ում*, դրա վառ օրինակներից մեկն է: Այն

¹⁶² Edmund B. Lambeth, *Committed Journalism: An Ethic for the Profession*, 2d ed. (Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press, 1992), 151.

մերկացնում էր Ատլանտայի վարկատու հաստատություններում կիրառվող ռասայական խտրականությունը և ի վերջո հանգեցրեց բանկային վարկային քաղաքականության մեջ երկրով մեկ իրականացված նշանակալից բարեփոխումների: Հետաքննական լրագրությանը նվիրված մի գիրք այս շարքի մասին գրում էր. «Ամենամահերքելի փաստերը Ատլանտայում անշարժ գույքի վարկավորման ժամանակ ռասայական խտրականությամբ առաջնորդվելու պրակտիկայի մասին՝ հանդիսանում են համակարգչային վերլուծության վրա հիմնված փաստաթղթերը, որ վարկատուներից պահանջվում էր ներկայացնել տեսուչներին»¹⁶³: ճիշտ օգտագործելու դեպքում համակարգիչը մեծ ներուժ ունի հետաքննական լրագրության խորությունը մեծացնելու համար, քանի որ դրա շնորհիվ լրագրությունը կարող է անցնել ավանդական հարցազրույցների և զվարճալի պատմությունների սահմանը և ստանալ մեծ քանակությամբ փաստաթղթային տվյալներ:

Վերլուծական հետաքննական լրագրություն: Հետաքննական լրագրության երկրորդ տեսակը վերլուծական լրագրությունն է, որը սովորաբար պահանջում է նույն նախաձեռնող, համարձակ հմտությունները, սակայն մեկնաբանությունները հասցնում է մեկ այլ մակարդակի: Այս երկուսի միջև եղած հիմնական տարբերությունն այն է, որ ինքնուրույն հետաքննական լրագրությունը երևան է հանում և հրապարակում է այնպիսի տեղեկատվություն, որն իրենից առաջ ուրիշները չեն հավաքել՝ հասարակությանը տեղյակ պահելու համար այն իրադարձությունների կամ հանգամանքների մասին, որ կարող են բացասական ազդեցություն ունենալ հասարակական կյանքի վրա: Վերլուծական կամ մեկնաբանող լրագրությունը զարգանում է որպես գաղափարի խորը մտահայեցողության և վերլուծության, ինչպես նաև փաստերի համառ որոնման արդյունք, որն անհրաժեշտ է տեղեկատվությունը նոր, ավելի ամբողջական բովանդակության մեջ ի մի բերելու և ավելի խորը հասարակական ըմբռնման հասնելու համար: Այն սովորաբար վերաբերում է ավելի բարդ թեմաների և փաստերի համահավաքի, քան ենթադրում է դասական բացահայտումը: Այն իրենից ներկայացնում է մի նոր հայացք այս կամ այն բանի վերաբերյալ, ինչպես նաև պարունակում է նոր տեղեկատվություն դրա մասին:

Վերլուծական լրագրության վաղ օրինակներից մեկը 1971 թվականին *Նյու Յորք Թայմզ*-ի և Պենտագոնի փաստաթղթերի հրապարակումն էր: «Փաստաթղթերն» իրենցից ներկայացնում էին Վիետնամական պատերազմում ամերիկյան մասնակցության վերաբերյալ կառավարության կողմից գրված գաղտնի ուսումնասիրությունը: Լրագրող Նիլ Շիհլնից մեծ ջանքեր էր պահանջվել դրանց մեկ օրինակը ձեռք գցելու համար: Հետո *Նյու Յորք Թայմզ*-ի լրագրողներից և խմբագիրներից կազմված մի թիմ, որի անդամները մասնագետներ էին արտաքին քաղաքականության և վիետնամական պատերազմի հարցերով, մեկնաբանեց և փաստաթղթերը դասավորեց այնպես, որ հնարավոր եղավ հասարակությանը մոլորության մեջ գցելու մասին մի դրամատիկ հաշվետվություն ներկայացնել: Առանց այս համադրության և մեկնաբանության՝ Պենտագոնի փաստաթղթերը շատ քիչ բան կնշանակեին հասարակության մեծ մասի համար:

¹⁶³ James S. Ettema and Theodore L. Glasser, *Custodians of Conscience: Investigative Journalism and Public Virtue* (New York: Columbia University Press, 1998), 36, 42.

Այսօր որոշ լրագրողներ փորձում են ընդարձակել վերլուծական հետաքննական աշխատանքի սահմանները: Դոնալդ Բառլեթը և Ջեյմս Սթիլը հայտնի դարձան *Ֆիլադելֆիա Ինքվայրեր*-ում և ապա՝ *Թայմ* ամսագրում մի շարք ծրագրերի մաս կազմող խճճված հարցերի հետևողական քննությամբ: Այսպես օրինակ՝ «*Ամերիկա. որն էր սխալը*» և «*Ամերիկա. ով է գողացել երազը*» հոդվածաշարերը: Երկուսն էլ բազմակողմանի քննության էին առնում, թե ինչպես Միացյալ Նահանգների տնտեսական-քաղաքական համակարգը չէր արդարացրել ցածր եկամուտ ունեցող քաղաքացիների սպասելիքները: Երկուսն էլ հանդիսանում էին տարիների լրագրական աշխատանքի, տնտեսական տվյալների հետևողական և մանրազնին քննության և հարյուրավոր հարցազրույցների արդյունք: Երկու հոդվածաշարերն էլ ելնում էին այն հիմնադրույթից, որ երկիրն աղքատներին չի սատարում:

Այդ գործերն այնաստիճան մեկնողական-բացատրական էին, որ լրագրողներից ոմանք դատապարտում էին դրանք՝ համարելով ավելի շուտ բանակռիվ, քան՝ լրագրություն, որովհետև դրանց հեղինակները մի կողմ էին թողել անկախ դիտորդի դերը և դարձել էին գործի ակտիվիստներ: *Նյուս ուիք-ի* Բոբ Սամուելսոնը *Ամերիկա. ով է գողացել երազը* անվանեց «թափոնային (junk) լրագրություն», որովհետև «այն չի ձգտում տալ տնտեսության հավասարակշռված պատկերը՝ ուժեղ, ինչպես նաև թույլ կողմերը»¹⁶⁴:

Քննադատները ճիշտ են այն առումով, որ այս աշխատանքները հավասարակշռված չէին, որովհետև երկու կողմին էլ հավասար բաժին չէին հատկացրել: Լրագրողներն աշխատել էին բացահայտել տնտեսական միտումների այն կողմը, որը մեծապես աննկատ և չլուսաբանված էր մնացել մյուսների համեմատ, երբ տեղեկատվություն էր հաղորդվում տնտեսական աստիճանասանդղակի վերևում գտնվող մարդկանց նշանակության, ներդրումների, կատարած աշխատանքի մասին, որոնք տնտեսական բուռն զարգացման ակտիվ գործիչներ էին: Նույնիսկ այն լրագրողները, ովքեր գովասանքի էին արժանացրել հոդվածաշարերը, այն կարծիքի էին, թե *Որն էր սխալը* ավելի շատ փաստաթղթային հիմքեր ուներ, քան՝ *Երկրորդը*: Այն բանի ապացույցը, որ առաջին հոդվածաշարում շատ մերկացումներ բազմաթիվ մարդկանց համար հայտնություն էին, այն հերթերն էին, որ կուտակվել էին *Ինքվայրեր-ի* նախասենյակում. հավաքված մարդիկ անհամբեր սպասում էին ամսագրի վերատպված օրինակներին: Դրա ապացույցն էր նաև այն, որ լրագիրն առաջին շաբաթվա ընթացքում ստացավ մոտ 90.000 հեռախոսազանգ: «Մենք երբեք նման բան չէինք տեսել», - ասում է *Ինքվայրեր-ի* այն ժամանակվա գլխավոր խմբագիր Առլեն Սորգանը: Մարդիկ ավելի քննադատաբար վերաբերվեցին երկրորդ հոդվածաշարին, և *Ինքվայրեր-ի* խմբագիր Մաքս Կինգը խմբագրական էջը դարձրեց ասպարեզ համաժողովի բոլոր կողմերի քննադատների համար: Չնայած առաջին հոդվածաշարը փաստագրական լինելու մակարդակով ավելի լավն էր, քան երկրորդը, վերջին հաշվով երկուսն էլ չափազանց կարևոր թեմաների շուրջ հասարակական խոսակցության մեծ ալիք բարձրացրին: Այնուհանդերձ, դրանց շուրջ ծավալված քննադատությունը ցույց է տալիս, թե որքան կարևոր է, որ այս

¹⁶⁴ Robert Samuelson, "Confederacy of Dunces," *Newsweek*, 23 September 1996. Jack Fuller makes a virtually identical argument against *America: What Went Wrong in News Values: Ideas for an Information Age* (Chicago: University of Chicago Press, 1996).

մակարդակի մեկնաբանությունների ժամանակ լրագրողները բավականաչափ հրապարակայնություն տան նաև այլընտրանքային տեսակետներին¹⁶⁵:

Չետաքննական ուսումնասիրությունների մասին լրագրություն:

Չետաքննական երրորդ կատեգորիան հետաքննական ուսումնասիրությունների մասին լրագրությունն է: Այն ավելի ուշ զարգացումների արդյունք է և գնալով ավելի մեծ տարածում է ստանում: Այս կարգի լրագրությունը սնվում է այն տեղեկատվությունից, որը ստացվում է պաշտոնական հետաքննական նյութերի հայտնաբերումից կամ դրանք հայթայթելուց՝ այն գործերի մասին, որոնք ուրիշների, սովորաբար պետական հաստատությունների կողմից արդեն շրջանառության մեջ են դրվել կամ պատրաստվում են: Սա հատկապես լրագրության ընդունված ձև է Վաշինգտոնում, որտեղ կառավարությունը հաճախ ինքն իր հետ խոսում է մամուլի միջոցով: Բայց, անկախ վայրից, պաշտոնական հետաքննությունների ընթացքի մասին լրատվություն միշտ էլ տրվում է: Եվ նման դեպքերում բազմաթիվ պատճառներից դրդված՝ կառավարության ներկայացուցիչները հաճախ են համագործակցում լրագրողների հետ. բյուջետային հատկացումների վրա ազդելու, պոտենցիալ վկաների վրա ներգործություն իրականացնելու կամ հասարակական կարծիք ձևավորելու համար: Օրինակ, Մոնիկա Լևինսկու հետ Նախագահ Քլինթոնի ունեցած մտերիմ կապի մասին տեղեկատվությունն իրականում իրենից ներկայացնում էր անկախ մեղադրող Քենեթ Սթարի գրասենյակի կատարած հետաքննական աշխատանքի արդյունքը՝ հավելված հակառակը պնդող տեղեկատվությամբ, որը թաքուն տրամադրում էր Սպիտակ Տունը և այն մարդկանց փաստաբանները, ովքեր պետք է կանգնեին Դատական խորհրդի առաջ (մարդկանց խումբ, ովքեր որոշում են՝ արդյո՞ք մեղադրվող կողմը պետք է կանգնի դատարանի առաջ, թե՞ ոչ): Մյուս օրինակն այն հաղորդագրությունն է, ըստ որի Ռիչարդ Ջյուլը ռումբ է տեղադրած եղել 1996 թվականին Ատլանտայում կայացած Օլիմպիական խաղերի ժամանակ: Այս տեղեկատվությունը հիմնված էր ոստիկանության և FBI-ի անանուն աղբյուրների հաղորդած լուրերի վրա, որը, սակայն, սխալմունք դուրս եկավ: Դրան հակառակ, Վոթըրգեյթի գործի ժամանակ աշխատանքի մեծ մասը, հատկապես սկզբնական ճգնաժամային ամիսներին, բոլորովին ինքնուրույն հետաքննական ուսումնասիրություն էր, որ կատարում էին լրագրողները: Նրանք պատահածի մասին խոսում էին անմիջական գլխավոր աղբյուրների, այլ ոչ թե հետազոտողների հետ՝ կատարվածի շուրջ նրանց տեսական եզրահանգումների մասին:

1970-ականներից ի վեր հետաքննությունների վրա հիմնված տեղեկատվությունները գնալով շատացել են: Մասամբ սա այն բանի շնորհիվ է, որ հետաքննական բնույթի աշխատանքների քանակն ավելացել է, ու նաև այն պատճառով, որ Վոթըրգեյթից հետո ֆեդերալ և նահանգային կառավարություններն ընդունեցին էթիկայի նոր կանոններ և ստեղծեցին հատուկ գրասենյակներ՝ կառավարության վարքը վերահսկելու համար: Չետաքննությունների վրա հիմնված լրագրության տարածման պատճառներից մեկը նաև այն էր, որ ժամանակի ընթացքում անհայտ, չհրապարակվող աղբյուրներից լրագրողների կախվածությունն այնքան էր մեծացել, որ սկսել էր տազնապալի դառնալ թե՛ լրագրողների, թե՛ կասկածամիտ հասարակության համար:

¹⁶⁵ Arlene Morgan, interview by author Rosenstiel, March 2000.

Լրագրող Սեյմուր Հերշը, *Նյու Յորքըր-ում* հրատարակած իր մի հոդվածում, որն Ազգային անվտանգության գաղտնի գործակալության՝ Միացյալ նահանգների կառավարության էլեկտրոնային լրտեսության ամենակարևոր հավաքողներից մեկի մասին էր, վկայակոչեց անանուն լրտեսի պատմածը, թե ինչպես NSA-ի աշխատանքի գնալով ընկնող որակն անհնար էր դարձրել դիմագրավել փորձառու ահաբեկչական խմբերի և թշնամական պետությունների սպառնալիքները: Սան միկրոհամակարգերում աշխատող կողավորման և ապակողավորման մասնագետ Ուիտֆիլդ Դիֆին արագ որսաց Հերշի անանուն մեթոդի խոցելի տեղը. «Ինձ անհանգստացնում է այն փաստը, որ դուք մեզ հրամցնում եք այն, ինչին գործակալությունն *ուզում* է, որ մենք հավատանք, այսինքն, թե նրանք մի ժամանակ շատ լավն էին, սակայն հիմա դժվարանում է թերթեր կարդալը, Ինտերնետը չափազանց բարդ մի բան է նրանց համար, չափազանց ծանրաբեռնված է, և նրանք չեն կարողանում գտնել իրենց ուզածը: *Գուցե* դա ճիշտ է, բայց նրանք արդեն տարիներ շարունակ նույնն են «ասում»: NSA-ի համար հարմար է, որ իր թիրախները հավատացած լինեն, թե իրենք դժվարության են հանդիպել: Սա չի նշանակում սակայն, թե նրանք իրականում դժվարությունների չեն հանդիպել: Բայց մեզ համար մի լավ առիթ է ներկայանում՝ հանգամանորեն ծանոթանալ այն կարծիքներին, որ թերահավատորեն արտահայտում են ինֆորմացիայի ազդեցիկ աղբյուրները»¹⁶⁶:

Այս տեսակի լրատվության ռիսկը, ինչպես մատնանշում է Դիֆին, այն է, որ դրա արժեքը մեծապես պայմանավորված է լրագրողի խստապահանջությունից և թերահավատ լինելուց: Լրագրողը հարցազրույցի առարկա անձնավորությանը որևէ հայտարարությամբ կամ առաջարկությամբ հանդես գալու մի հզոր հնարավորություն է տալիս՝ առանց հասարակության առաջ հաշվետու լինելու պարտավորվածության: Սա չի նշանակում, թե հետաքննությունների վրա հիմնված լրատվությունը հիմքում սխալ է: Բայց այն հղի է չզհիտակցված ռիսկով: Լրագրողները սովորաբար տեղյակ են լինում հետաքննության մեկ մասին միայն և ոչ էլ իրավասու են ղեկավարելու այն: Հետաքննող ուժերի կողմից շահարկված լինելու շանսերը շատ մեծ են: Հզոր հաստատությունների գործունեությունների վրա վերահսկողի դերում լինելու փոխարեն՝ մամուլը խոցելի է դառնում՝ գործիք դառնալով նրանց ձեռքին: Հետաքննությունների մասին տեղեկատվություն տալը պահանջում է ահռելի աշխատասիրություն: Տարօրինակ կերպով լրատվական գործակալություններին բոլորովին հակառակն է թվում: Նրանք կարծում են, թե կարող են ավելի ազատորեն հաղորդել կասկածների կամ հայտարարությունների մասին, որովհետև պաշտոնական աղբյուրներ են վկայակոչում ինքնուրույն հետաքննություն վարելու փոխարեն:

Հարվարդի Ջոն Ֆ. Քենեդի Կառավարման դպրոցի Բենջամին Ս. Բրեդլի քոլեջի պրոֆեսոր Թոմ Փեթերսոնը փաստագրել է այն փոփոխվող ստանդարտները, որոնց շնորհիվ առաջ է եկել հետաքննական լրագրության այս նոր տեսակը:

-Ուսումնասիրություններից մենք տեսնում ենք,- նա մեզ ասում էր Մասնագիտության խնդիրներով մտահոգված լրագրողների կոմիտեի ժողովներից մեկի ժամանակ, -որ 1970-ականների վերջում արդեն մանրազնին և խորը հետաքննական լրագրությանը փոխարինելու էր եկել լրատվության մի տեսակ, որը հենվում էր աղբյուրների կողմից արված անհիմն, մակերեսային

¹⁶⁶ Seymour Hersh, “The Intelligence Gap,” *The New Yorker*, 6 December 1999, 76.

հայտարարությունների վրա, որոնք չէին զուգակցվում լրագրողի կողմից իսկական, փաստացի հետաքննական աշխատանքների հետ: Այդ միտումն աճեց 1980-ականներին, կրկին վերելք ապրեց 1990-ականներին, և անանուն աղբյուրներից ստացված տեղեկատվության և լրագրողական ինքնուրույն աշխատանքի հավասարակշռությունն աստիճանաբար սկսեց փոփոխության ենթարկվել: Առանց անունների և անանուն սկզբնաղբյուրների օգտագործումը սկսեց ավելի մեծ համամասնություն կազմել, և իհարկե, այդ միտումն իր ամբողջ ուժով երևան եկավ Լևինսկու պատմության ժամանակ»¹⁶⁷:

Նյու Յորք Թայմզ-ից Ջիմ Ռայզընը պնդում է, որ հետաքննական լրագրության մեծ մասը պարունակում է լրագրության բոլոր երեք ձևերի տարրերը: Վուդուորդը և Բերնշտայնը, օրինակ, միշտ ստորագրում էին պետական հետաքննողների հետ միասին՝ միաժամանակ աշխատելով նաև իրենց սեփական քննության վրա: Այնուհանդերձ, տարբերություններ կան՝ լրագրողի աշխատանքն ամբողջովին ինքնուրույն է, վերլուծակա՞ն, թե՞ մեկ ուրիշի հետաքննական աշխատանքի մասին է: Լրագրության ամեն մի առանձին տեսակ ունի իր հստակ պարտականությունները և պարունակում է որոշակի ռիսկեր: Չնայած դրան, շատ հաճախ լրագրողները բավարար չափով չեն գիտակցում դա կամ անուշադիր են այդ տարբերությունների նկատմամբ:

Վերահսկողի դերի թուլացումը: Վերջին երկու դարերում, վերահսկողի դերի վերելքների և վայրէջքների ընթացքում այն աստիճանաբար թուլանում է, և մենք հիմա ականատես ենք լինում դրա նշանակության անկմանը: Վուդուորդի և Բերնշտայնի համբավին հետևում է *60 րոպե* ծրագրի հաջողությունը, որի մեջ թղթակիցներ Մայք Ուոլիսը, Մորլի Սեյֆըրը, Չարի Րիզընը և Էդ Բրեդլին իրենց հեղինակային լրատվական հաղորդման աստղերն են դառնում: Մարդիկ հեռուստացույցը միացնում են իմանալու համար, թե այս շաբաթ ում են բռնելու Մայքը, Մորլին, Չարին և Էդը: Այսպիսով, հետաքննական լրագրությունը, հատկապես հեռուստատեսությամբ, դառնում է միջոց՝ թե՛ հասարակության բարօրությունը, թե՛ առևտրային վարկանիշն ապահովելու համար: Այն ժամանակից ի վեր մոտ երեսուն տարի է, ինչ լրատվական և տեղեկատվական աղբյուրների քանակի աճը ուղեկցվում է հետաքննական ռեպորտաժների հախուռն հոսքով: Միացյալ Նահանգներով մեկ ստեղծվում են տեղական լրատվական կայաններ, որոնք հանդես են գալիս որպես «ի-թիմեր» (ինֆորմացիոն խմբեր) և ամենամայվոդ եթերաժամին (prime-time) հեռարձակվող լրատվական հաղորդումներ, որոնք հեռուստադիտողին խոստանում են ամեն երեկո բացահայտումներ մատուցել: Այսպիսով ձևավորվում է մերկացումներին և բացահայտումներին նվիրված մի մշտական լրատվական կառույցների ներքին ցանց՝ ինֆրաստրուկտուրա:

Ռեպորտաժների մեծ մասը վերահսկող լրագրության տարրեր են պարունակում, բայց կա մի տարբերություն. ծրագրերի մեծ մասը միտված չեն հզոր վերնախավին վերահսկելուն և պոտենցիալ բռնակալական չարաշահումներից հասարակությանը պաշտպանելուն: Հիմնականում դրանք զբաղված են անձնական ապահովության խնդիրներով կամ որևէ մեկի դրամական հարցերով: Ահա prime-time լրատվական հաղորդումների մի քանի տարածված թեմաներ. խաբեբա ավտովերամորոգողներ, լողավազանի ապաշնորհ փրկարարներ, սեքս ստրուկների ահազանգեր, տներ թալանելու խարդախ ծրագրեր, վտանգավոր պատանի վարորդներ:

¹⁶⁷ Thomas Patterson, at CCJ Washington, D.C., forum, 27 March, 1998.

1997-ին կատարված prime-time լրատվական հաղորդումների ուսումնասիրությունը պարզեց, որ հետաքննական լրագրության մեծ մասը աչքաթող է անում այն հարցերի զգալի մասը, որոնք կապված են մամուլի վերահսկող դերի հետ: Նման ծրագրերում տասը պատմությունների շարքում նույնիսկ մեկից ավելի քիչ են այն պատմությունները, որոնք արծարծում են կրթության, տնտեսության, արտաքին հարաբերությունների, ռազմական, ազգային անվտանգության, քաղաքական կամ հասարակական բարօրության ընդհանուր թեմաներ կամ առանձին վերցրած ցանկացած ոլորտ՝ ուր գնում են հանրային փողերը: Պատմությունների կեսից ավելին կենտրոնանում են կենսաձևի, վարքի, սպառողականության, առողջության կամ հայտնի մարդկանց կյանքից դրվագների շարադրանքի վրա¹⁶⁸: Վիկտոր Նյուֆիլդը, որն այն ժամանակ ABC-ի 20/20 ծրագրի գործադիր ռեժիսորն էր, խորհրդին պատմում էր. «Մեր պարտականությունը լրատվություն հաղորդելը չէ: Մեր պարտականությունը լավ ծրագիր պատրաստելն է»¹⁶⁹:

Վերահսկող լրագրության խիստ քննադատության կարևոր թիրախ հաճախ դառնում են անվտանգության հարցերը: Բայց, միևնույն է, «հետաքննական» լրագրության չափազանց մեծ բաժին իրենից ներկայացնում է առօրյա իրադարձությունների նկատմամբ tabloid՝ դեղին մամուլին բնորոշ մոտեցում: Տեղական հեռուստատեսային լուրերը հաճախ իրենց «ի-թմերին» պատվիրում են այնպիսի պատմություններ գրել, ինչպես օրինակ «վտանգավոր դռները», երբ հաղորդման մեջ մասնավորապես խոսվում է դռներ բացել-փակելու վտանգների մասին, կամ՝ «ձեր լվացքի մեքենայի ներսում», որը մի դիտարկում է, թե ինչպես լվացքի մեքենաների մեջ հաճախորդների զգած շորերի կեղտն ու բակտերիաները կարող են փոխանցվել մեկից մյուսին: Կամ վերցնենք թեկուզ հետևյալը. Լոս Անջելեսի հեռուստակայանը երկու ամսով վարձել էր մի տուն, որտեղ ամեն անկյունում տեղադրել էր թաքուն տեսախցիկներ: Նրանք որոշել էին ցույց տալ, որ հնարավոր չէ տան ամբողջ գորգապատ ծածկույթը մաքրել տալ ընդամենը \$7.95 դոլարով: Կամ, 1990-ականներին մի շատ հայտնի հաղորդաշար կար այն մասին, թե ինչպես կրծկալների մեջ տեղադրված մետաղյա լարերը կարող են խրվել կնոջ մարմնի մեջ՝ անհանգստություն պատճառելով նրան:

Զնայած այս լրագրությունն ինքնուրույն հետաքննական աշխատանք է թվում, բայց իրականում այն հաճախ այդպիսին չէ: Նախ, դրանք մեծ մասամբ հետաքննական հաղորդումներ են, որոնց հեռուստալրագրող Լիզ Լիմն այսպես է բնորոշել. «պարզապես մի քիչ ջուր ավելացրեք»: Մատակարարները հեռուստալրատվության խորհրդատուներն են, ովքեր հեռուստակայաններին բառացիորեն առաջարկում են ձեռագրեր, լուսանկարներ, մասնագետներ կամ հենց պատրաստի հարցազրույցներ, որոնք արդեն գրանցված են ժապավենի վրա և հատկապես նախատեսված են վարկանիշ բարձրացնելու համար՝ այն ժամանակահատվածներում, երբ հեռուստակայանների լսարանների թվերն են հաշվարկվում՝ գովազդի գների սահմանման նպատակով: Հեռուստալրատվության ռեժիսորներից ոմանք այսպիսի մերկացում-բացահայտումներն անվանում են «զարգացումը կասեցնող», ընդունելով այն փաստը, որ հետաքննական աշխատանքի առումով իրենք

¹⁶⁸ Project for Excellence in Journalism, “Changing Definitions of News: A Look at the Mainstream Press over 20 Years” (6 March 1998), 3.

¹⁶⁹ Marc Gunther, “The Transformation of Network News: How Profitability Has Moved Networks Out of Hard News,” *Nieman Reports*, special issue, summer 1999, 27.

հեռուստատադիտողների հետ խաղեր են խաղում՝ առանց իրականում նման աշխատանք մատուցելու: Երկրորդ պրոբլեմն այն է, որ բացահայտելով այն, ինչ միանգամայն հասկանալի է կամ սթափ բանականությամբ ըմբռնելի, այսպիսի հաղորդումները նվաստացնում, վարկաբեկում են հետաքննական լրագրությունը: Լրագրությունը նմանվում է ամեն առիթով գայլի մասին գոռացող տղայի: Այն վատնում է հասարակության ուշադրությունը գրավելու իր կարողությունը, որովհետև չափազանց հաճախ է այն օգտագործում մանրուքների վրա: Վերահսկողության իր դերն այս տեսակ լրագրությունը վերածում է մի տեսակ գվարճության:

Լրագրության մեջ կատարված այս շեղումի կարևորությունը չի կարելի թերագնահատել: Հեռուստատեսությամբ, որը լուրեր հաղորդելու լավագույն միջոցն է, հրատապ լուրերի ամսագրերը (prime-time magazine) և Ի-թիմի հեռուստաժամանակը հաջողությամբ փոխարինելու են եկել փաստագրական ֆիլմերին կամ որևէ այլ տեսակի հետաքննական ռեպորտաժներին: Որպես արդյունք՝ լրագրողներից ոմանք սկսել են հարցականի տակ դնել հետաքննական լրագրության ուռճացած դերը: Փեթի Կոլիունը՝ Դենվերում, Կոլորադո, այլընտրանքային *Վեսթուորդ* լրագրի խմբագիրը, քննարկում էր հասարակայնության վրա այդ լրագրության ունեցած ազդեցությունը, հասարակություն, որը փաստը բամբասանքից տարբերելու միջոց փաստորեն չունի: Նա գրում էր. «Ռադիոգրույցները հիմա մեծ քանակությամբ ասեկոսներ են թողարկում և կարծում են, թե հետաքննական լրագրությամբ են զբաղված, որը նորություն է: Բայց, դժբախտաբար, նրանց ունկնդիրները ռադիո դիջեյներից ավելի լավ չեն կարողանում տարբերել, որ իրականում դա այդպես չէ»¹⁷⁰:

Նույնիսկ հետաքննական լրագրությանն ուղղված հասարակության լայն աջակցությունը սկսում է թուլանալ, չնայած դժվար է մանր-մունր բացահայտումներն առանձնանշել որպես դրա հիմնական պատճառ: Հասարակության հետաքրքրությունը կարծես թե կենտրոնացել է մի քանի հետաքննական լրագրողների կիրառած չափանիշների և ձևերի՝ տեխնիկայի վրա: Ինչպես պարզվեց Հանուն Մարդկանց և Մամուլի Փյուն Կենտրոնի աշխատակից Անդրյու Կոուտի ուսումնասիրությունից, մամուլի վերահսկիչ դերի նկատմամբ հասարակության աջակից վերաբերմունքը տարիներ շարունակ մնացել էր հաստատուն, այնինչ 1990-ականներին մամուլն ընդհանուր առմամբ սկսել էր ոչ պոպուլյար դառնալ: Տասնամյակի վերջում, սակայն, նույնիսկ դա սկսեց փոխվել: Կոուտը պարզեց, որ 1997-ին արդեն հասարակությունը դեմ էր այնպիսի ընդունված հնարքներին, ինչպես օրինակ, լրագրողներին ոչ որպես այդպիսիք ներկայացնելը, տեղեկատվության աղբյուրին վճարելը կամ թաքնված տեսախցիկներ կամ միկրոֆոններ օգտագործելը¹⁷¹: Նույն այդ ուսումնասիրության շնորհիվ պարզ դարձավ, որ լսարանի գերակշռող մեծամասնությունը (80 տոկոս) «ընդհանուր առմամբ հավանություն է տալիս լրատվամիջոցների այն պրակտիկային, որի ժամանակ լրատվություն է հաղորդվում և մերկացումներ են արվում գործարար աշխարհում կոռուպցիայի և խաբեբայության, պետական գործակալությունների և այլ կազմակերպությունների գործունեության մասին»: Եվ այնուամենայնիվ, արդեն 1999-ին, ըստ Կահուտի՝ Ամերիկայի բնակչության

¹⁷⁰ Patty Calhoun, at CCJ Chicago forum, 6 November 1997.

¹⁷¹ Pew Research Center for the People and the Press, “Press ‘Unfair, Inaccurate and Pushy’: Fewer Favor Media Scrutiny of Political Leaders” (21 March 1997).

38 տոկոսը գտնում էր, որ լրատվական կազմակերպությունները «վնաս են բերում ժողովրդավարությանը»: Նույն թվով ամերիկացիներ այն կարծիքին էին, որ լրատվական կազմակերպություններն «անբարոյական են»¹⁷²:

Հետաքննական լրագրությունը որպես հետապնդում: Չնայած ամեն տեսակի լրատվություն ուսումնասիրություն է ենթադրում, սակայն այն, ինչ մենք հասկանում ենք հետաքննական լրագրություն անվանման տակ, իր մեջ կրում է նաև բարոյական լրացուցիչ բեռնվածք: Այս տեսակի լրագրությունը հասարակությանը մղում է որոշակի դատողություններ անել բացահայտումների կամ մերկացումների վերաբերյալ և ենթադրվում է, որ լրատվական կազմակերպություններն այս աշխատառճը համարում են կարևոր և հատուկ ջանքեր գործադրելու արժանի: Հետաքննական լրագրությունը ոչ միայն լույս է սփռում քննարկվող պրոբլեմի վրա, այլ, սովորաբար, հետամուտ լինելու արժանի դեպքեր է գրանցում, ազդարարելով, որ տվյալ հարցում ինչ-որ բան սխալ է: Այստեղ լրագրողներն ուշադիր պետք է լինեն, որպեսզի բավարար չափով փաստեր ունենան, հատկապես երբ ինֆորմացիայի տարբեր պատառիկներից հնարավոր է լինում թե՛ բացահայտում, թե՛ սոսկ լրատվական պատմություն ստանալ: Երբ հարց բարձրացավ, որ պետական առողջապահական համակարգի մի տեսուչ բավականաչափ մանրամասն չէր ուսումնասիրել նախագահ Քլինթոնի մոր վարքը սխալ բուժման հետևանքով մահացության մի դեպքի ժամանակ (նա բուժքույր էր), *Los Angeles Times*-ը դրա մասին գրեց որպես բացահայտման մի պատմություն: Պատմության մեջ ասվում էր, որ Քլինթոնը, լինելով նահանգապետ, «մի քանի տարի շարունակ հրաժարվում էր աշխատանքից հեռացնել պետական առողջապահության տեսուչին, որի հակասական հայտարարությունների մեջ կար մի ձևակերպում, որը Քլինթոնի մորն օգնել էր խուսափել հիվանդի մահվան դեպքի կապակցությամբ մանրագնին քննությունից»: Խնդիրն այն է, որ պատմությունն իրականում գրված էր խրթին լեզվով, տեխնիկական տերմիններով լի էր, և դժվար էր դրանից աներկբա եզրակացության հանգել: Քլինթոնն, օրինակ, պարտված լինելով նահանգապետի պաշտոնի համար վերընտրվելու ընտրարշավում, այն ժամանակ, երբ պատահել էր դեպքը, որի մեջ շոշափվում էր նաև նրա մոր անունը, չէր պաշտոնավարում: *Թայմզ*-ի լրագրողներից շատերը, նույնիսկ նրանք, ովքեր զբաղվում էին այդ հարցով, խիստ տարակարծիք էին գրվածի արդարացիության վերաբերյալ և պնդում էին, որ սա մի պատմություն էր, որի մասին հողված էր պետք գրել, ոչ թե՛ բացահայտում (expose): Եթե թերթը պատմությունը գրեր մեկ այլ ձևով, հնարավոր կլիներ խուսափել այս ամբողջ հակամարտությունից: *Թայմզ*ը չէր հասկանում, որ արդյունքում expose-ը մեղադրող կողմի համար մի փաստաթուղթ է, և expose-ի առաջադրած գործը պետք է լինի կասկածից դուրս: Եթե պատմությունն այս քննությունը չէր բռնում, այն անպայման պետք է գրվեր որպես մեկ ուրիշ տեսակի ինֆորմացիոն նյութ:

Դեպքը մատնանշում է մի կարևոր հարց, որը կապված է հետաքննական մոդելի հետ. այս մոդելը կիրառելով լրատվամիջոցը որոշակի դիրք է բռնում տվյալ հարցի վերաբերյալ, ասելով, որ սխալ արարք է կատարվել: Ահա թե ինչու հետաքննական լրագրությունը կոչել են նաև փաստաբանական

¹⁷² Pew Research Center for the People and the Press, “Big Doubts About the Media’s Values” (25 February 1999).

լրագրություն (reporting), կամ ինչպես թղթակից Լես Վիտենն է անվանել այն՝ «զայրույթի լրագրություն»: Ահա թե ինչու Չետաքննող լրագրողներ և խմբագիրներ (Investigative Reporters and Editors) մասնագիտական ընկերակցության անվան սկզբնատառերից կազմված *ire* հապավումը բառ է, որը նշանակում է «զայրույթ»: Քանի որ այն, ինչ հետաքննող լրագրողը բացահայտում է, կարող է հանգեցնել հեղինակության անկման կամ կարող է փոխել հասարակական իրադարձությունների ընթացքը, այն կրում է պատասխանատվության ավելի մեծ բեռ՝ ոչ միայն փաստերի ճշտության հաստատման տեսակետից, այլ նաև տեղեկատվության սկզբնաղբյուրների հաղորդած ինֆորմացիայի բնույթի առումով:

Վերահսկելու սկզբունքն ամենայն պատասխանատվությամբ իրականացնելու համար Բոբ Վուդուրդըն ասում է, որ ինքն աշխատում է բաց պահել իր միտքը: «Չնարավոր է, որ մարդ պատմությունը սկսի՝ կարծելով, թե պետք է հողված գրի, թե ինչպես է քաղաքի առողջապահության դեպարտամենտը տնօրինում պատվաստանյութը..., բայց հետո պարզվի, որ պատմությունն իրականում վերաբերում է քաղաքի կառավարման մեջ տեղ գտած սխալներին ընդհանրապես: Պետք է ամեն ինչը դիտարկել բոլոր կողմերից: Ես սովորաբար ինձ համար կազմում եմ մի ժամանակագրական ցանկ, աշխատում եմ զրուցել ամեն մեկի հետ և կրկնողաբար հարցազրույցներ անցկացնել»:

Տիլադելֆիա Ինքվայրեր-ի թղթակից Լորետա Տոֆանին ապավինում է դեմ առ դեմ զրույցի ներուժին և շատ ժամանակ է ծախսում զրույցների վրա: Մերիլենդի բանտում տարածված բռնաբարությունների շարանի մասին իր պատմության մեջ, որ նա տպագրել էր *Վաշինգտոն Փոստ-ում*, նա բացահայտում էր հանցանքներ, որոնք կատարվում էին բառացիորեն դատական պաշտոնյաների քթի տակ, հանցանքներ, որոնց քաջածանոթ էին թե՛ ոստիկանությունը, թե՛ դատավորները: Այդ տեղեկատվությունը ձեռք բերելու համար նա ամիսներ շարունակ աշխատանքից հետո երեկոներն անց էր կացնում համառորեն դռներ ծեծելով, որպեսզի կարողանա խոսակցության մեջ ներքաշել ամենադժկամությամբ արտահայտվող հնարավոր վկաներին: Ի վերջո նրան հաջողվում է ներկայացնել պատմությունների մի շարք, որը փաստագրում էր Մերիլենդի Պրինս Ջորջ Կալանքի կենտրոնում սովորական դարձած բռնաբարությունները: Վերջում Թոֆանին ներկայացնում է խմբագիրների կարծիքով անհավանական մի բան՝ մի պատմություն, որը հանցանքները փաստագրում էր մեջբերումներով, անուն առ անուն և ձայնագրված՝ հանցագործներին, զոհերին և պատասխանատու պաշտոնյաներին, ովքեր պետք է միջոցներ ձեռնարկած լինեին, որ հանցագործությունները երբևէ տեղի չունենային:

Ինչպես Թոֆանին էր ասում, բոլոր անհրաժեշտ փաստաթղթերը «կառավարությանը մատուցվեցին բառացիորեն արծաթյա սկուտեղի վրա դրված: Այնտեղ կար ամեն ինչ, նաև՝ բժշկական փաստաթղթեր: Այն պարունակում էր զոհերի անունները: Գրված էին և բռնաբարողների անունները»¹⁷³:

Այդ ինֆորմացիայի հրապարակային բացահայտումը կառավարությանը ստիպեց համակարգը փոխել այնպես, որ հնարավոր բռնաբարության դեպքեր չլինեն: Իսկ վերջում կառավարությունը դատական պատասխանատվության ենթարկեց բոլոր բռնաբարողներին:

¹⁷³ “Watchdog Conference: Reporters Wrestle with How to Use Sources,” *Nieman Reports*, fall 1999, 7.

Դրան ավելացրած, մեկ ուրիշ հետաքննող լրագրող Սյուզըն Քելերը՝ Կալիֆոռնիայի *Օրինջ Բաունթի Ռեգիստրը-ից*, ասում է, որ ինքն իր սկզբնաղբյուրների հետ նախօրոք երկար-բարակ քննարկում է այն ամենը, ինչ ընդգրկվելու է հետաքննական լրատվության մեջ: Այս կերպ նրանք իմանում են, որ ինքն ազնիվ է վարվում, ու նաև տեղյակ են լինում, թե ինչի մեջ են իրենք ներքաշվում: -Նախքան որևէ մեկին որպես սկզբնաղբյուր մասնակից դարձնելը,- ասում է նա,- ես պատմում եմ նրանց, թե ինչպես եմ աշխատում: Ես նրանց ասում եմ, որ իրենց պետք է ձայնագրեն: Ես նրանց ասում եմ, որ իրենց մասին ուրիշներից էլ եմ հարցուփորձ անելու, ու չնայած նրանք իմ կարծիքով շատ հաճելի մարդիկ են, ես պետք է ստուգեմ իրենց ասածների ճշտությունը: Ես ասում եմ նրանց. «Եթե դուք համաձայնում եք ինձ հետ խոսել, ուրեմն վերջ: Ձեզ վրա ոչ մի վերահսկողություն իրականում չկա, բայց դուք ինքներդ պետք է որոշեք ձեր մասնակցության չափը: Ձայնագրելու ժամանակ, եթե ուզում եք, որ ես ինչ-որ բան չիմանամ՝ մի՛ ասեք, թե չէ՝ այն կձայնագրվի»¹⁷⁴:

Սկզբնաղբյուրների հետ այսաստիճան ազնվությունը Քելերին հնարավորություն է տվել բացահայտել մի շարք ուշագրավ պատմություններ: Մեկը մերկացնում էր չբերության կլինիկայում կատարվող չարաշահումները, որտեղ մի քանի բժիշկներ գաղտնի և ապօրինի կերպով լրացուցիչ սերմնահեղուկ էին վերցնում իրենց հիվանդներից և վաճառում ուրիշ հիվանդների: Ինչպես և բանտի բռնաբարությունների թեֆանիի պատմության դեպքում էր, այնպես էլ Քելերի պատմությունը մանրամասնորեն փաստագրված էր ռեալ փաստաթղթերով և գործընթացի մեջ խառնված մարդկանց ձայնագրություններով: Եվ սա նույնպես, թեֆանիի հաղորդման պես, շահեց Փուլիցերի մրցանակ:

Փուլիցերի մրցանակակիր Մայքլ Յիլցիկը՝ գործարար աշխարհի հետաքննող լրագրողը *Լոս Անջելես Թայմզ-ից*, ասում է, որ իր աշխատանքի միակ ամենակարևոր մասը «փաստաթղթեր ձեռք բերելն է»: - Մնացածը հրաշալի է գնում,- ասում է նա,- կոնֆիդենցիալ աղբյուրները, գաղտնի հանդիպումները, հետաքննական լրագրության մաս կազմող բոլոր դեկորները, որ կարելի է տեսնել Յոլիվուդում, առկա են: Ամբողջ նպատակը հանգում է այն բանին, որ ամեն ինչ պետք է փաստաթղթի տեսք ունենա: Սկզբնաղբյուրների հետ իրականացվող ամբողջ աշխատանքի իմաստն այն է, որ դու նրանց հասցնես այն կետին, որ նրանք քեզ ցույց տան, թե ինչպես կարելի է ձեռք բերել սևով սպիտակի վրա գրված բաներ:

Յիլցիկը և իր գործընկեր Չաք Ֆիլիսը Փուլիցերը շահեցին մասամբ նաև այն պատմության համար, որը բացահայտում էր, որ Գրեմմիի մրցանակները, որոնք ենթադրվում է, թե բարեգործության համար են նախատեսված, իրականում մեծ շահույթներ են բերում, բայց քիչ բարեգործական հասույթ: Գրեմմիի կազմակերպիչները սպառնացին, թե դատի կտան լրագրողներին և ավելին: «Բայց նրանց ձեռքերը մեզ չհասան, որովհետև մեզ մոտ ամեն ինչ փաստաթղթավորված էր: Երբ կան փաստաթղթերը, բոլոր հոխորտանքներն ու սպառնալիքները ոչինչ չարժեն: Դու ամուր հիմքերի վրա ես կանգնած»¹⁷⁵:

Քսանմեկերորդ դարի սկզբին տեխնոլոգիական հեղափոխությունը և տնտեսական կազմակերպման նոր ձևերը նոր հնարավորություններ են բացում, բայց միաժամանակ սպառնալիք են ներկայացնում անկախ վերահսկող մամուլի համար: Թվային հաղորդակցությունները հնարավորություն

¹⁷⁴ Նույն տեղում, 8:

¹⁷⁵ Michael Heltzik, interview by author Rosenstiel, May2000.

են տալիս, որ տեղեկատվությունը փոխանցվի ավելի արագ ու հեշտ, սակայն մյուս կողմից դրանք հանգեցնում են միջազգային հաղորդակցական կորպորացիաների ստեղծմանը, ինչը մարտահրավեր է նետում նույնիսկ ազգ-պետություն գաղափարին: Ինչպես մենք ուրվագծեցինք ավելի վաղ, շատ դեպքերում այս նոր միջազգային կոնգլոմերատները, ինչպես օրինակ Ջեներըլ Էլեքթրիքը կամ Ուոլթ Դիսնեյը կամ AOL-Թայմ Ուորներ Inc.-ը, լրագրությունը ներգրավել են իրենց ավելի մեծ կորպորացիոն մշակույթի մեջ: Փոխադարձ կախվածությունը AOL Թայմ Ուորների պես ընկերության մեջ այնպիսի անթիվ բազմությամբ ձևեր է ընդունում, որ այդ ընկերությունում աշխատող լրագրողների կողմից ներկայացրած անկախության ցանկացած հայտ շուտով այլևս իրատեսական համարել չի լինի: *Թայմ-ի* թղթակցի համար արդեն ավելի դժվար է դառնում լուսաբանել ոչ միայն AOL-ին, այլ նաև ամբողջ էլեկտրոնային առևտուրը, զվարճալիքները, կաբելային կապը և հեռուստահաղորդակցությունը: Փորձը ցույց է տալիս, որ ժամանակի ընթացքում, երբ այս նոր միջավայրում մեծացած լրատվական գործադիրները հասնեն հրամանատարական դիրքերի, նրանց համար արդեն իմաստ չի ունենա իրենց սեփական ծնողը հանդիսացել կորպորացիայի նկատմամբ վերահսկողի դեր ստանձնելը:

Հարցականի տակ է դրված ազատ մամուլի տեսությունը, որ ծնվել էր Լուսավորչական ժամանակներում, համաձայն որի լրագրությունը մի անկախ ձայն է, որը կարող է վերահսկել հասարակության մեջ գործող հզոր հաստատությունների ազդեցությունները:

«Լրատվամիջոցների ասպարեզում այս մասսայական միաձուլումները բոլորովին այլ նշանակություն են ձեռք բերում, քան մյուս բոլոր տեսակի միաձուլումները», - գրել է Ռիֆկա Ռոզենվեյնը մի հոդվածում, որը նվիրված է *Բրիլզ Քոնթենթ-ում* մասսայական լրատվամիջոցների միաձուլումներին: «Սարքավորումներ արտադրող հինգ կամ վեց գլխավոր ընկերություններ ունենալը բավական է շուկայում ապրանքի գինը և մրցակցությունը կառավարելու համար՝ այնքանով, որքանով գործում են ավանդական տնտեսագիտական տեսության ու հակամենաշնորհային օրենքները: Բայց ուժերի մեծ մասը կենտրոնացնելը՝ լրատվության և գաղափարներ արտադրող հինգ կամ վեց կոնգլոմերատներ ստեղծելու համար, որոնք ունեն շահերի մի մեծ սպեկտր, իր հետևից բերում է շատ և շատ այլ հարցեր: Եվ, ի վերջո, երբ գործը հասնում է արտահայտվելուն, բազմազանության մեջ առաքինություն ևս կա, որը գերազանցում է ամեն տեսակի սարքավորումների մասին տնտեսագիտական տեսությանը»¹⁷⁶:

Պատմությունը խոստանում է, որ բաց հասարակության մեջ շուկայական տնտեսությունն ինքն իր արմատներից վերականգնվելու ունակությունն ունի: Եվ ամերիկյան լրագրության մեջ անկախության կորստի վերաբերյալ շուկայական արձագանքների նշաններ են երևում: 1990-ական թվականների տասնամյակը նշանավորվեց մամուլը վերահսկող, շահույթ չհետապնդող հրապարակումների բովանդակության, խորության և քննադատական որակի բարելավմամբ, ներառյալ *Նայման հաշվետվությունը (Nieman reports)*, *Columbia journalism review-ն* և *American Journalist Review-ն*: 1998-ին լրագրող ձեռնարկատեր Սթիվըն Բրիլը հասկացավ, որ կարելի է ստեղծել

¹⁷⁶ Rifka Rosenwein, "Why Media Mergers Matter," *Brill's Content*, December 1999, January 2000, 93.

զանգվածային բոլոր լրատվամիջոցների աշխատանքը վերահսկող հրապարակումների շահույթով գործող շուկա¹⁷⁷:

Հնարավոր է, որ զանգվածային լրատվամիջոցների վրա այս նորելուկ վերահսկողությունից էլ ավելի կարևոր է այն փաստը, որ իրականում հաղորդակցության նոր տեխնոլոգիաները հրապարակ են հանել այնպիսի միջոցներ, որոնց միջոցով բառացիորեն ցանկացած ոք կարող է վերահսկել և նույնիսկ մրցել արդեն իսկ հաստատված մամուլի հետ:

Նման հնարավորության մի օրինակ է Հասարակական միասնականության կենտրոնը Վաշինգտոնում (Center of Public Integrity), որը հիմնադրվել է 1990 թվականին, Չարլզ Լյուիսի՝ CBS-ի *60 րոպե* հաղորդաշարի երեսունչորսամյա ռեժիսորի կողմից: Իր վրա գործադրվող ճնշումից ընկճված, որովհետև իրենից պահանջում էին եթեր տալ ավելի շատ «զվարճացնող պատմություններ», ոչ թե շատ ժամանակ ու ջանք խլող պատմությունների հետևից ընկնել, Լյուիսը աշխատանքից դուրս է գալիս և հիմնում մի նոր տեսակի լրատվական կազմակերպություն, որի համար «փույթ չէր, թե մեկ գիշերվա մեջ ինչպես կփոխվեին Նիլսենի (Nielsen) վարկանիշները կամ ամենավերջին բաժանորդագրական թվերը»¹⁷⁸: Մարդասիրական կազմակերպություններից ֆինանսական օգնություն ստանալով՝ Լյուիսն իր համախոհ լրագրողների հետ կազմակերպում է սեմինարներ, համակարգիչների ուժը և World Wide Web-ի ընդգրկումը խթանելու վերաբերյալ: 1999-ին արդեն ավանդական լրատվական կազմակերպությունները, որոնք այլևս նման համադրական աշխատանք կատարելու համար աշխատակիցներ չէին պահում, ընտրեցին և օգտագործեցին կենտրոնի պատրաստած հիմնական հաղորդագրություններից քառասունը:

Չնայած Լյուիսի կենտրոնն անկախ լրագրողների նախաձեռնություններից ամենահայտնի կենտրոնն է, կան նաև ուրիշները:

Հետաքննական լրագրության հիմնադրամը դրամաշնորհներ է տալիս անկախ լրագրողներին, որոնք աշխատում են «հիմնական լրատվական կազմակերպությունների պաշտպանությունից և աջակցությունից դուրս»¹⁷⁹: Իսկ Ալիսիա Փաթերսոն հիմնադրամն աջակցող ֆինանսական դրամաշնորհներ է տրամադրում ավանդական լրատվական կազմակերպություններում աշխատող լրագրողներին և խմբագիրներին¹⁸⁰:

¹⁷⁷ Բիլ Կովաչը Nieman Reports-ի հրատարակչին էր 1990-ից մինչև 2000 թվականի հունիսի 30-ը և Brill's Content-ի բողոքների բաժնի տնօրենը, վերջինիս ստեղծումից մինչև 2000 թվականի օգոստոսը:

¹⁷⁸ Center for Public Integrity, brochure (Washington, D. C. 1999).

¹⁷⁹ Այս լրագրողներն ուսումնասիրել են կոռուպցիան, պաշտոնական դիրքի չարաշահումները, հասարակության ցավոտ կողմերը, զանգվածային լրատվամիջոցների քննադատությունը: Վերջին տարիներս հատկապես տարբեր ֆոնդերի աջակցությունը վայելող լրագրողներն են, որ հանդես են եկել տեղեկատվության հիմնական լուրերը կազմող պատմությունների շարադրանքներով՝ այնպիսի թեմաների շուրջ, ինչպիսիք են բանտային չարաշահումները, ամերիկյան թերթերի լրատվության մեջ ռասայական խտրականության միտումները, Միացյալ Նահանգների լրտեսական գործակալության դերը ամերիկյան լրատվամիջոցների աշխատանքում, սոցալախոսության օրենսդրության ազդեցությունը ամերիկյան հնդկացիների վրա, մեքսիկական անտառներում ամերիկյան ընկերությունների կատարած բնապահպանական հանցագործությունները /ռադիոհաղորդումների շարք/, Նյու Ջերսիի համայնքում շրջակա միջավայրի աղտոտման և քաղցկեղով հիվանդների քանակի աճի անբնական բարձր տեմպերը, և Քենեթ Սթարի հետաքննական գործունեությունը, որին նա մասնակից է դարձրել նաև լրագրողներին:

¹⁸⁰ Այս ծրագիրը հիմնական լրատվական կազմակերպություններին տեղեկատվության միաժամանակյա հրատարակության իրավունք է տալիս: Այն ընդգրկում է այնպիսի ոլորտներ,

Սորոսի հիմնադրամի Բաց հասարակության ինստիտուտը վերջերս սկսել է տրամադրել համանման դրամաշնորհներ քրեական արդարադատության գործերի վերաբերյալ հաղորդագրություններ պատրաստելու համար: Լրագրող Դեյվիդ Բըրնհըմը, օգտագործելով համալսարանների շահույթ չհետապնդող ֆոնդավորումն ու օգնությունը, ստեղծել է համակարգչային ծրագիր, որը լրագրողներին հնարավորություն է տալիս համակարգչի օգնությամբ իրականացնել պետական հաշվետվությունների հետաքննական ուսումնասիրություն-հաղորդումներ: Լրագրող Սորտոն Մինցը՝ *Վաշինգտոն Փոստ-ի* երկար տարիների փորձառու հետաքննական թղթակիցը, գրում է TomPaine.com-ի համար՝ շահույթ չհետապնդող մի վեբ-էջ, որտեղ զետեղվում են այնպիսի թեմաների վերլուծություններ, որոնք հիմնական զանգվածային լրատվամիջոցները չըջանցել են: 2000 թվականի նախագահական ընտրությունների ժամանակ Մինցը շարունակ հաղորդագրություններ էր թողարկում ընտրարշավի ժամանակ ծագած այնպիսի հարցերի մասին, որոնք չէին բարձրացվում մյուս լրագրողների կողմից:

Որքան էլ որ հետաքրքիր են այս նոր փորձերը, դրանք դեռ գտնվում են փխրուն և սաղմնային վիճակում: Մասնավոր մարդասիրական օգնության աջակցությունը կարող է վերանալ նույնքան հանկարծակի, ինչպես այն տրամադրվել էր, և այս նոր ձեռնարկումների համար լսարան գրավելու ունակությունը կախված է նրանից, թե որքանով նրանց կհաջողվի գրավել շահույթ հետապնդող լրատվամիջոցների ուշադրությունը, որպեսզի վերջիններս հրապարակեն և հեռարձակեն իրենց կատարած հետաքննությունները:

Գոյություն ունի մի երկրորդ նոր մոդել: Ընտրարշավների Ուսումնասիրության խումբը, որը հիմնվել է Դուայթ Սորիսի կողմից, 1996 թվականին, զանգվածային լրատվամիջոցների շահույթ չհետապնդող խորհրդատվական ընկերություն է: Խմբի նպատակն է լրատվական կազմակերպություններին օգնել ավելի արդյունավետ և ավելի խորը կերպով լուսաբանել աշխարհի քաղաքական փողերի և քաղաքական ընտրարշավների խնդիրները: Սորիսը տեղեկատվությունն օգտագործում է պատմություններ գրելու և վերլուծություններ անելու համար, որոնք նա հետո վաճառում է ավանդական զանգվածային լրատվամիջոցներից իր հաճախորդներին, որոնց շարքում են նաև *ABC Նյուս -ը, CNN-ը, Ռոյթեր-ը, Նյու Յորք Թայմզ-ը, Վաշինգտոն Փոստ-ը, Լոս Անջելես Թայմզ-ը* և *Յու-էս-էյ Թրդեյ-ը*:

«Ես պարզապես չէի կարող ընդունել շահույթ չհետապնդելու մոտեցումը՝ իմ աշխատանքը հենց այնպես բոլորի համար մատչելի դարձնելով», - ասել է Սորիսը: «Ինձ դուր է գալիս մեր գործի մրցակցային բնույթը, և ավելի հաճելի բան չկա, երբ վերցնում ես լրագիրը կամ միացնում հեռուստացույցի նորությունների թողարկումը ու տեսնում քո աշխատանքը, տեսնում, թե ինչպես է մեր հաճախորդներից մեկը կամ մյուսը ցեխ շարտում մրցակցի դեմքին»¹⁸¹:

Անկախ լրագրողական կենտրոնները ցույց են տալիս, թե ինչպես նոր տեխնոլոգիաները կարող են վերակառուցել լրատվության ստեղծման,

ինչպիսիք են ներգաղթի օրենքները, Ամերիկայի երիտասարդության շրջանում և հանցավոր աշխարհում տարածված բռնություններն ու վայրագությունները, ապակարգավորվող և նվազող աշխատանքի շուկայի խնդիրները, առողջապահության կազմակերպման հարցերը, անգրագիտության դեմ պայքարը, աղքատության հաղթահարմանն ուղղված մտահոգությունն ու մշակվող քաղաքականությունը և իրավապահական մարմինների կոռուպցիան:

¹⁸¹ Dwight Morris, interview by author Kovach, April 1998.

արտադրության և հաղորդման ձևը: Իր ներուժով, առնվազն, այն մարտահրավեր է նետում ավանդական լրատվական կազմակերպություններին, և սա նշանակում է, որ եթե հին լրատվամիջոցները իսկապես լուրջ իմաստով հրաժարվեն վերահսկելու իրենց դերից, ապա մյուսները կստանձնեն այն: Նույնիսկ միայնակ համակարգչահեռը (հակերը), որն Ինտերնետով թափառում է տվյալների բանկերում և զրուցարաններում (chat), ի վիճակի է ձևավորել և նույնիսկ թելադրել լրատվության հոսք, ինչպես ցույց է տվել Մաթ Դրաջը:

Տեխնոլոգիայի վերաբերյալ ուտոպիստական հայացքից այն կողմ, սակայն, կան ավելի գործնական տնտեսական հարցեր, որոնք մինչև հիմա անպատասխան են մնացել: Կարո՞ղ է արդյոք այս նոր լրատվամիջոցներից որևէ մեկը հասարակության մի զգալի քանակության ուշադրությունը կենտրոնացնել իր խոսքի շուրջը: Եվ եթե կարող է, ապա նրանք ևս չե՞ն ներքաշվի և գնվի ավելի մեծ կորպորացիոն մշակույթի կողմից, ինչից նոր լրատվամիջոցների հիմնադիրներն այդքան խուսափում են:

Կասկածելու հիմքեր կան: Ցանցային հեռուստատեսության լրատվության բաժիններն առաջարկում են լրատվության նոր տնտեսական կազմակերպման ամենահստակ մոդելը: Դրանք գլխավոր լրագրողական հաստատություններից առաջիններն էին, որ ներառվեցին ոչ լրագրողական մեծ կորպորացիաների մեջ: Եվ այն ժամանակ, երբ սկսեցին տառապել նոր տեխնոլոգիաների նկատմամբ լսարանի կառուցվածքային կորստից, նրանք հեռացան լուրջ վերահսկող գործառույթից և դիմեցին լրատվությանը, նույնիսկ հետաքննական լրատվության նոր մոդելին՝ լրատվությունը որպես ժամանց, զվարճալիք: Այդ մոդելը, որն այս պահին մեր ունեցած միակ փաստն է լրատվության գլոբալ կոնգլոմերացման էֆեկտի վերաբերյալ, հիմնարար կասկածների տեղիք է տալիս՝ արդյո՞ք հետաքննական լրատվությունը կշարունակի գոյություն ունենալ այն մակարդակով, որպիսին մենք այն տեսել ենք վերջին կեսդարյա ժամանակահատվածում:

Վերահսկումը համեմատելի չէ մնացած որևէ այլ դերի հետ: Չնայած այն նման է լրագրության մյուս բոլոր տեսակներին, այն պահանջում է հատուկ հմտություններ, հատուկ խառվածք և լրատվության հատուկ քաղց: Այն նաև պահանջում է զգալի միջոցների տրամադրում, լուրջ խնդիրներ լուսաբանելու ձգտում և մի մամուլ, որն անկախ է ցանկացած այլ շահից, բացի լրատվության վերջնական սպառողն ունենալուց: Անկախ դրան մատուցած ոչ միանգամայն անկեղծ հարգանքի տուրքին, վերահսկողի սկզբունքը, այստեղ ուրվագծած մյուս սկզբունքների հետ միասին, այսօր ավելի շատ խնդիրներ ունի դիմագրավելու, քան երբևէ: Այնուամենայնիվ, ինչպես հետո կտեսնենք, լրագրության, որպես հասարակական լսարանի, ընդլայնվող բնույթը առաջ է բերել հաստատման լրագրության մի նոր ալիք (assertion), որն առավել ևս ընդգծում է ավելի աշխույժ, լուրջ և քննադատական վերահսկող լրագրության անհրաժեշտությունը: Հաջորդ դարաշրջանում մամուլը պետք է վերահսկի ոչ միայն կառավարություններին, այլև՝ ընդարձակվող շահույթ չհետապնդող աշխարհը, կորպորացիոն աշխարհը և նոր տեխնոլոգիաների խթանած՝ հասարակական ծավալվող բանավեճը:

7. ԼՐԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆԸ ՈՐՊԵՍ ՉԱՆՐԱՅԻՆ ԲԱՆԱՎԵՃԻ ԱՄԲԻՈՆ

Քողի Շիրերը, որ նոր էր վերադարձել Եվրոպայից, մի երեքշաբթի երեկո հարմար տեղավորվել էր հեռուստացույց դիտելու: Վաշինգտոնցի ազատ լրագրողն ալիքից ալիք էր անցնում, ապա *Սի-էն-Բի-Սի*-ի վրա կանգ առնելով, մի քանի րոպե դիտեց Քրիս Մեթյուզի «Չարդբոլ» շոուն:

Մեթյուզի հյուրն էր Քեթլին Ուիլիս, որը պնդում էր, թե նախագահ Քլինթոնը Սպիտակ տանն իր նկատմամբ անվայելուչ վարմունք է թույլ տվել: Մեթյուզը փորձում էր խոսակցությունն բացել այն մասին, թե արդյոք Ուիլիսին լռեցնելու համար սպառնալիքի փորձեր չե՞ն եղել: Սակայն շուտով պարզ դարձավ, որ հարց ու պատասխանի նյութը նախագահին ու Ուիլիսի պնդումը չէ, այլ հենց ինքը՝ Շիրերը¹⁸²:

Քրիս Մեթյուզ. Ո՞վ էր այն անձնավորությունը, որը Ռիչմոնդում Ձեզ մոտեցավ այդ առավոտյան, այսինքն՝ լուսադեմին, ներկայացված միջադեպից հինգ տարի անց: Այս հարցը Ձեզ կրկին են ուղղում, քանի որ կարծում են, որ գիտեք, թե դա ով էր:

Քեթլին Ուիլիս. Այո, իսկապես՝ գիտեմ: Կարծում են, որ գիտեմ:

Մեթյուզ. Այդ դեպքում ինչո՞ւ չեք ասում ինձ նրա անունը: Այս ողջ պատմության մեջ դա՛ է կարևորը, ուրեմն՝ անհասկանալի է, թե ինչու... ցանկացել եք հանդես գալ ուղիղ եթերում... այս ծրագրին այսօր մասնակցել... ու չասել, թե Ձեր կարծիքով այդ մարդն ով էր: [Լ]ավ, հարցն ավելի զգույշ ձևակերպեմ: Ինչ-որ մեկը Ձեզ հուշե՞լ է, թե ով կարող էր լինել այդ տղամարդը, ո՞վ կարող էր այդ միտքը Ձեզ հուշել, և ինչո՞ւմ էր կայանում այդ միտքը:

Ուիլիս. Ինձ մի նկար են ցույց տվել և

Մեթյուզ. Եվ ո՞վ էր պատկերված այդ նկարում:

Ուիլիս. Չեմ կարող Ձեզ ասել: Ոչ թե որովհետև ամաչում եմ...

Մեթյուզ. Ես կճանաչեի՞ այդ մարդուն:

Ուիլիս. Այո:

Մեթյուզ. Նա նախագահի ընտանիքի անդամներից կամ մերձավորների՞ց է: Գուցե Ստրոբ Թելբոտին առնչվող մե՞կն է: Կամ ոմն մի Շիրե՞ր:

Ուիլիս. Ինձ խնդրել են չ...

Մեթյուզ. Ձեզ խնդրել են չխոստովանե՞լ:

Ուիլիս. Այո, այդ մասին ինձ զգուշացրել է...

Մեթյուզ. Շատ լավ:

Տազնապած՝ Շիրերը միանգամից հասկացավ Մեթյուզի մտքինը: Բոլորը Վաշինգտոնում խոսում էին այն մասին, որ Շիրերն է մարզավազքի դուրս եկած Ուիլիսին մոտեցել և սպառնացել հաշվեհարդար տեսնել, եթե վերջինս չհրաժարվի նախագահի դեմ ուղղված իր հայտարարությունից: Սա ոչնչով չհիմնավորված ասելոսե էր, հերյուրանք: Գիշտ այն ժամանակ, երբ պիտի տեղի ունեցած լիներ այս «հանդիպումը», Շիրերը Կալիֆոռնիայում էր, սակայն և ոչ մեկը չէր փորձել, գոնե հանուն ճշմարտանմանության, պարզել հորինվածքի այս մասը: Իսկ հիմա նա ընդամենը ստիպված էր դիտել, թե

¹⁸² *Hardball with Chris Matthews*, CNBC News, 11 May 1999, transcript.

ինչպես է Մեթյուզը մտացածին ասեկոսեն եթեր սփռում ի լուր աշխարհի, ընդ որում՝ այն որպես փաստ ներկայացնելով:

Մեթյուզ. Եկեք կրկին դառնանք մարզավազքին՝ այս պատմության ամենագունեղ ու սարսափազդու դրվագին: Ձեզ անսպասելիորեն մոտեցան, երբ դուրս էիք եկել վազելու: Չէիք կարողանում քնել, Ձեր պարանոցն անտանելի ցավում էր. Ձեր առջև անսպասելիորեն հայտնվելով, այս անձանոթ տղամարդը վախեցրեց Ձեզ ... Դուք նրան մինչ այդ երբեք չէիք տեսել:

Ուիլի. Չէի տեսել:

Մեթյուզ. Դե՛, պատմեք՝ ինձ այդ մասին՝ ի՞նչ ասաց: Ավարտին հասցնենք այս պատմությունը:

Ուիլի. Նա գիտեր իմ երեխաների անունները: Հարցրեց, թե ինչպես են: Եվ այդ պահին... այդ ժամանակ սկսեցի հարցնել, թե ով է նա և ինչ է ուզում: Իսկ ինքը, ուղիղ աչքերիս մեջ նայելով, ասաց. «Իբրև թե չե՞ս հասկանում, թե խոսքն ինչի մասին է»: Ապա շրջվեցի ու... ու վազեցի: Աննպատակ փախչում էի, երևի թե շուրջ 100 յարդ անցա, շրջվեցի՝ նա այլևս չկար»:

Մեթյուզ. Իսկ ո՞վ Ձեզ ցույց տվեց այն մարդու նկարը, որն, ըստ Ձեզ, նույն այդ անձնավորությունն էր:

Ուիլի. Ձեքի Ջադը:

Մեթյուզ. *Էյ-Բի-Սի-ի՞ց:*

Ուիլի. Այո:

Մեթյուզ. Եվ Դուք հաստատեցի՞ք այդ անձնավորության ինքնությունը:

Ուիլի. Այո՛:

Մեթյուզ. Ուրեմն, Քոդի Շիրերն էր:

Ուիլի. Չեմ կարող ասել:

Մեթյուզ. Լավ: Բայց Դուք հաստա... Եկեք մի երկու այլ հարցերի անդրադառնանք, որպեսզի ամեն ինչ իր տեղն ընկնի:

Առաջին հեռախոսազանգը հնչեց հաղորդման ավարտից ընդամենը մի քանի րոպե անց: Ձանգահարողը չներկայացավ. խուլ ձայնով հայտնեց Շիրերին, որ նրա կյանքը վտանգի տակ է: Շիրերի նյարդերը լարված էին, սակայն փորձում էր համոզել իրեն, որ գործ ունի ընդամենը «Հարդբոլ» շուկից բացասական լիցք ստացած մի խենթի հետ: Սակայն քիչ անց լսվեց երկրորդ զանգը: Ապա երրորդը: Շիրերի լարվածությունն սկսեց աճել:

Հաջորդ օրը ասեկոսեն հեռարձակում էր պահպանողականների ռադիոկայանի հաղորդավար Ռաշ Լիմբաուն. «Քեթլինն ասում է, թե Քեն Սթարն իրեն խնդրել է չհրապարակել այն անձնավորության ինքնությունը, որը, նրա կարծիքով, Փոլա Ջոնզի գործով վկայություն տալուց երկու օր առաջ սպառնացել էր նրան... Ահա այդ անունը՝ Քոդի Շիրեր, Շ-Ի-Ր-Ե-Ր»¹⁸³:

Լիմբաուն էլ ավելի մեծ աղմուկ կարողացավ բարձրացնել: Այդ օրը Շիրերի տանը մի հեռախոսազանգին մյուսն էր հաջորդում, շուրջ հարյուր զանգ պարունակում էին միևնույն՝ հաշվեհարդարի սպառնալիքը:

Չնայած ողջ պատմության կեղծ լինելուն, այդ երեկո «Հարդբոլի» ընթացքում Մեթյուզը կրկին խաղարկեց Ուիլիի հարցազրույցի առանձին հատվածները, ապա «գնդակը» փոխանցեց *Նյուսուիք-ի* Մայքլ Այսիկովին, *Յու-Էս Նյուս -իմ* և *Ուորլդ Ռիփորթս-ի* Մայքլ Բարոնին, ինչպես նաև Կանանց միջազգային կազմակերպության նախագահ Փատրիշա Այրլենդին:

¹⁸³ Gene Lyons, "Long-Running Farce Plays On," Arkansas Demokrat-Gazette, 26 May 1999.

Շիրերը մի քանի օրով մեկնեց քաղաքից և փորձեց մոռանալ այս տհաճ միջադեպը: -Վաշինգտոնը մի քաղաք է, որ տառապում է ուշադրության կենտրոնացման անկարողությամբ,- խորհում էր նա,- ընդամենը մի քանի օրից այլևս ոչ ոք չի հիշի այս պատմությունը:

Բայց այս դեպքում նա սխալվում էր: Վաշինգտոն վերադառնալուց հետո, երբ կիրակի առավոտյան ցնցուղ էր ընդունում, շենքի վարձակալներից մեկը ներս վազեց լոգասենյակ և ասաց, որ բակում մի զինված մարդ է հայտնվել և ասում է, որ եկել է Շիրերին սպանելու: Շիրերը մտածեց՝ անհաջող կատակ է, սակայն բակ դուրս գալով տեսավ, որ այդ մարդն ուղիղ նշանառության տակ է պահում մեկ այլ բնակչի՝ պահանջելով Շիրերին կանչել:

Միանգամայն անսպասելիորեն այդ զինված մարդը փութկոտ վազեց դեպի իր մեքենան ու... հեռացավ: Շիրերն ընկերների հետ գրի առավ ավտոմեքենայի համարը և ոստիկան հրավիրեց:

Մեկ ժամ անց ոստիկանության աշխատակիցները հայտարարեցին այս տարօրինակ միջադեպի հետաքննման նույնիսկ ավելի տարօրինակ արդյունքները: Խելահեղ զինյալը ոմն Ջենկ Բաքանանն էր՝ Պատրիկ Բաքանանի եղբայրը, նախկինում՝ թոք-շոուի հաղորդավար, Ջանրապետականների աջակից և ռեֆորմիստական կուսակցության կողմից նախագահական ընտրությունների թեկնածու: Ջենկ Բաքանանը նաև հայտնի էր որպես հոգեկան հիվանդությամբ տառապող անձ:

Այդուհանդերձ, Շիրերի համար ամենից առավել գարշելի էր Քրիս Մեթյուզի պահվածքը:

«Եթե նման սխալ թույլ տված լինեի, մի նամակ կգրեի՝ որպես պատճառաբանություն նշելով իմ ծայրաստիճան լարված աշխատանքն ու կհայտնեի իմ ափսոսանքն այդ կապակցությամբ», - ասում է Շիրերը: «Սակայն որևէ մեկից որևէ տեղեկություն չեմ ստացել, նույնիսկ պրոդյուսերից... Իսկ ամենազարմանալին այն էր, որ ամեն ինչ շատ սահուն ընթացք ունեցավ ու հաջորդ երեկոյան նա կրկին եթերում էր»¹⁸⁴:

Այս երկուսը հաղորդումից մի քանի օր անց, սակայն մինչև Բաքանանի հետ կապված միջադեպը, միմյանց հանդիպեցին գնացքում: Թեժ վիճաբանություն ծավալվեց: Մեթյուզը բնավ ցանկություն չէր դրսևորում որևէ կերպ մեղմելու լարվածությունը:

Շիրերի փաստաբանից նամակներ ստանալուն պես Մեթյուզը եթերում իր ափսոսանքը հայտնեց տեղի ունեցածի վերաբերյալ և մեջբերեց փաստաբանի հայտարարությունն այն մասին, որ Շիրերը «որևէ առնչություն չունի տկն Ուիլիի նկարագրած դեպքերի հետ»:

«Այժմ ես զղջում եմ, որ նախապես խոսել ... չեմ խոսել նրա [Շիրերի] հետ, ապա նոր հիշատակել նրա անունը եթերում: Ես չպետք է նման բան անեի՝ առանց այդ փաստերը լրջորեն ուսումնասիրելու», - նշել է Մեթյուզն իր հետագա հաղորդումներից մեկի ժամանակ:

Այդուհանդերձ, Մեթյուզը չի էլ փորձել պարզություն մտցնել այդ պատմության մեջ, իսկ նրա «ափսոսանքն» այդպես էլ չի վերածվել լիարժեք հերքման:

Քրիս Մեթյուզի և Քոդի Շիրերի դեպքը գալիս է հաստատելու, թե որքան կարևոր է ճիշտ ըմբռնել լրագրության հաջորդ տարրը: Բոլոր ժամանակներում՝ սկսած Ջին Ջունաստանի հրապարակներից մինչև գաղութային Ամերիկայի

¹⁸⁴ Cody Shearer, interview with Dante Chinni, June 2000.

պանդոկները, լրագրությունը մշտապես հանդես է եկել որպես հանրային բանավեճի ամբիոն: Հաջինսի հանձնախումբը 1947-ին այս դրույթը դասել է մասնագիտության վճռորոշ սկզբունքների թվին, կարևորության իմաստով դրան երկրորդ տեղը հատկացնելով՝ ճշմարտացիությունից հետո: «Ձանգվածային հաղորդակցության խոշոր գործակալությունները պարտավոր են հանդես գալ որպես հանրային քննարկման ընդհանուր հաղորդակներ», - նշել է հանձնախումբը¹⁸⁵:

Մամուլի վեցերորդ սկզբունքը կամ պարտականությունն այսպես կարելի է սահմանել.

Լրագրությունը պետք է բաց քննարկման ամբիոն դառնա հանրային քննադատության և մեկնաբանությունների համար:

Շիրերի հետ կապված միջադեպը նաև հուշում է, որ նոր տեխնոլոգիաների շնորհիվ էլ ավելի հզորանալով, շեշտակի արագընթացություն ու ազդեցիկություն ձեռք բերելով, այս ամբիոնն այժմ խեղաթյուրելու, ապակողմնորոշելու, ինչպես նաև ազատ մամուլի մյուս գործառույթների վրա գերիշխելու նույնքան մեծ հնարավորություններ ունի:

Ճշմարտացիությանը վերաբերող գլխում մենք արդեն անդրադարձել ենք առաջին պարբերականների ապահոված բնական ֆորումին և նրա նշանակությանը հանրային կարծիքի ձևավորման հարցում: Հանրային քննարկման ամբիոն ձևավորելու այս կարողությունն այնքան զորեղ է, որ ներագրում է լրագրողի գործունեության յուրաքանչյուր ոլորտի վրա, սկսած այն առաջնային տեղեկատվությունից, որով լրագրողը հանրությանն իրազեկում է այս կամ այն միջադեպի կամ համայնքում առկա իրավիճակի մասին: Այդ տեղեկատվություններում հաճախ առկա են հնարավոր հետևանքներին անդրադարձող վերլուծություններ: Համեմատության կամ հակադրման նպատակով կարող է ներկայացվել նաև ընդհանուր համատեքստը, իսկ զուգահեռաբար հրապարակվող խմբագրական հոդվածներում երբեմն կատարվում է տեղեկատվության գնահատում: Թղթակիցները ևս կարող են իրենց սեփական մեկնաբանություններն առաջարկել խնդրո առարկայի վերաբերյալ:

Լրագրողների կողմից օրեցօր օգտագործվող մասնագիտական բոլոր եղանակները կարող են ի սպաս դրվել հանրային ֆորումի ստեղծման ֆունկցիային, ընդ որում հանրության իրազեկման այն ձևերի ընտրության միջոցով, որոնք խթանում են մարդկանց տրամաբանությունն ու դատողությունները: Մարդուն հատուկ բնական հետաքրքրասիրությունը թույլ է տալիս պնդել, որ տեղի ունեցող միջոցառումների մանրամասները ներկայացնելով, ապօրինությունները բացահայտելով կամ ձևավորվող միտումներն ուրվագծելով լրագրողները խթանում են մարդկանց՝ հարցեր տալու ու պատասխաններ փնտրելու ձգտումը: Այն դեպքում, երբ հանրությունը սկսում է արծագանքել վերը նշված բացահայտումներին, ժողովրդի ձայնը գնալով ավելի լսելի է դառնում՝ ռադիոկայաններում ստացվող հեռախոսազանգերի, հեռուստատեսային թոք-շոունների, անհատական կարծիքներ լուսաբանող լրագրային էջերի միջոցով: Բարձրաստիճան պաշտոնյաներն իրենց հերթին, հասու դառնալով աճող ուժգնությանը հնչող այս ձայներին, համապատասխանաբար ձգտում են ընթրնել այս կամ այն

¹⁸⁵ Robert D. Leigh, *A Free and Responsible Press* (Chicago: University of Chicago Press, 1947), 23.

մյուսի շուրջ ձևավորված հասարակական կարծիքի բնույթը: Հենց այս գործընթացն է, որ մեր ժամանակներում օրեցօր վերաստեղծում է անցյալի ֆորումների մթնոլորտը, որում ձևավորվում էին աշխարհի հնագույն ժողովրդավարական հասարակությունները:

Մամուլի այս ֆորումային ֆունկցիան հնարավոր կդարձնի ժողովրդավարության կերտումը նույնիսկ լայնարձակ, խայտաբղետությամբ աչքի ընկնող երկրում, պայմանով, որ պատշաճ ուշադրություն դարձվի «փոխզիջում» կոչվող այն երևույթին, որը Ջեյմս Մեդիսոնի և շատ ուրիշների կարծիքով ժողովրդավարության կայունությունն ապահովող հենակետն է:

Նշվածին այժմ էլ մեծ ուշադրություն է դարձվում հատուկ քարոզչական խմբերի և քաղաքական կուսակցությունների միջոցով: Ամեն տարի միլիոնավոր դոլարներ են հատկացվում հասարակական կարծիքի վրա ներազդելու նպատակով. երբեմն ի գործ են դրվում կիսաճշարտություններ, ժամանակ առ ժամանակ՝ բացահայտ ստեր: Հետևաբար, հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ լրատվամիջոցները հանրային բանավեճի հաղորդակ են ծառայում, նրանք ազնիվ բրոքերի և մրցավարի դերն են ստանձնում: Լրատվամիջոցների այս նոր դարաշրջանում լրագրությունն էլ ավելի մեծ պատասխանատվություն է կրում առևտրայնացված փաստարկների, լրբիզմի և քաղաքական քարոզչության կեղծությունը բացահայտելու համար: Լրագրի խմբագրական հոդվածները, թղթակցի տեսակետը, թոք-շուն, նաև վերլուծական ամսագրում տպագրված ակնարկը լիիրավոր են կարող են պաշտպանել այս կամ այն կարծիքը: Նրանց առաքելությունն է այդպիսին: Սակայն եթե դրանց հեղինակները ցանկանում են լրագրող համարվել, ապա այդ դեպքում չեն կարող փաստերը խեղաթյուրել: Նրանք պարտավոր են սրբորեն հետևել ճշարտացիության ու հանրային շահերի պաշտպանության նույն չափանիշներին, որոնցով ղեկավարվում են սույն մասնագիտության մյուս ոլորտներում: Ինչպես նշվեց, լրագրությունը կոչված է ծառայելու որպես հանրային քննադատության և փոխզիջման համընդհանուր ամբիոն: Սակայն այս նոր դարաշրջանում եթե ոչ ավելի, ապա նույնքան կարևոր է, որ նշված հանրային բանավեճը կառուցվի նույն սկզբունքների հիման վրա, որոնք առանցքային են լրագրության բոլոր մյուս բնագավառներում՝ սկիզբ առնելով ճշարտացիությունից, փաստերից ու ճշգրտումներից: Քանզի փաստերով չամրապնդված համընդհանուր քննարկումը չի կարող կատարել իրազեկման իր հիմնական ֆունկցիան: Կանխակալ ու ենթադրությունների վրա կառուցված բանավեճը կարող է ընդամենը կրքեր բորբոքել:

Նույնքան կարևոր է, որ բանավեճին մասնակից դառնան հասարակության բոլոր հատվածները, այլ ոչ՝ նրա առավել հարուստ կամ ժողովրդագրական առավելություններ ունեցողները միայն:

Ի վերջո, գոյություն ունի ևս մի տարր, որն անհրաժեշտ է լրատվամիջոցների կողմից ձևավորվող հանրային ֆորումն ըմբռնելու համար: Փաստարկումների ծայրահեղ բևեռների վրա սևեռված բանավեճը չի կարող ծառայել հանրությանը, այն քաղաքացիների մեծ մասին իր սահմաններից դուրս է թողնում: Անգամ այն դեպքում, երբ լրատվամիջոցները համընդհանուր քննարկման են առաջարկում առավել տարակարծիք հասարակությանը բնորոշ բազում դիրքորոշումները, նրանք չպետք է անտեսեն այն հանգամանքը, որ ժողովրդավարական կառույցները վերջին հաշվով խարսխված են փոխզիջման վրա: Հանրային բանավեճը պետք է իր մեջ առնի համաձայնության ամենալայն տարբերակները, որոնք ներգրավում են

հանրության գերակշիռ հատվածին և առաջարկում են նրա առջև ծառայած հիմնախնդիրների տրամաբանական լուծումներ:

Ոմանց համար ուղղորդման այս փաստարկը գուցե և հնացած թվա կամ չափից ավելի վերամբարձ, դիտվելով որպես այն դարաշրջանի մնացուկ, երբ ընդամենը մի քանի կետեր էին վերահսկում հանրության իրազեկման աղբյուրները: Հաղորդակցման նոր տեխնոլոգիաներով հարուստ այս նոր դարում արդյոք հնարավոր չէ՞ր լինի, որ Ուլիին լսելուց հետո Մեթյուզը պատասխանելու հնարավորություն ընձեռեր Շիրերին: Այժմ արդեն կարող ենք թույլ տալ, որ միջնորդ-լրագրողը մի կողմ կանգնի, և պայմաններ ստեղծել, որպեսզի ազատ բանավեճ ծավալվի իսկական հանրային հրապարակում, այլ ոչ՝ *ԷՆ-Բի-Սի-ի* կամ *Սի-Բի-Էս Նյուս-ի* ցանկությամբ սահմանված արհեստական մթնոլորտում:

Ահա թե որտեղ է *տեխնոլոգիաներն ընդդեմ լրագրության* բանավեճը մոտենում իր ամենաակնհայտ փիլիսոփայական սահմանագծին:

Ճշմարիտ է, որ մենք ավելի բաց բանավեճի ներուժ ունենք: Եվ որոշ դեպքերում հաճելի է խորհել այն մասին, որ տեխնոլոգիաները նորություններ ձևավորողներին կազատեն իրենց դատողությունները ներկայացնելու և պատասխանատվություն կրելու բեռից: Մեքենաների միջամտությամբ կերտված բանավեճի ծավալումը կկրճատի մարդկանց սխալականության հետևանքները և բոլորիս ավելի բարձր աստիճանի կկանգնեցնի: Ճշմարտությունը բացահայտելու իմաստով կարող ենք հույս դնել փաստերի և գաղափարների շուկայի, այլ ոչ՝ լրագրողների վրա:

Խնդիրը հետևյալն է. ո՞ր չափանիշներն են Մեթյուզին ազատել ճշգրտումներ մտցնելու կամ ավելի լայն հասարակայնության շահերի մասին մտածելու պարտականությունից: Ավելի մեծ թվով հեռուստաալիքներ՝ Ինտերակտիվոթյուն: Միգուցե զուտ տեխնոլոգիական տեսանկյունից սա կարող է տրամաբանական թվալ, սակայն հաղորդակցության և քաղաքական մշակույթի իրական շուկայում ստեղծվում է հանրային քննարկման մի հրապարակ, որին շատ ավելի քիչ են հուզում փաստերի, արդարության և պատասխանատվության կարևորության խնդիրները: Փոխարենը՝ փաստերի տեղում հայտնվում է ցանկացած այլ, «իրացման» տեսակետից ավելի շահեկան «ապրանք»: Ճիշտ ու իրավացի է առավել զորեղը, ավելի մեծաթիվ ռեսուրսների, լսարանի, հռետորական ունակությունների տնօրինողը:

Դժբախտաբար, գործնականում տեխնոլոգիական փաստարկները վեր են ածվում ոչ թե ազատության, այլ բռնակալության թվային համարժեքի: Ազատագրվելու փոխարեն՝ գերի ենք դառնում տեխնոլոգիաներին: Լրագրողների աշխատանքը պարզապես հանգեցվում է տեխնիկայի պատշաճ գործարկման ապահովմանը: Արդյունքում գործ ենք ունենում «*ՅՄԼ 9000 համակարգիչը 2001-ին. Տիեզերական Ողիսական*»-ի հետ:

Հանրային բանավեճն ընկած է Ամերիկայի պաշտոնական լրագրության հիմքում և, ըստ էության, ժամանակային առումով նախորդում է վերջինիս: Ինչպես արդեն նշել ենք, մինչև տպագիր մամուլի ի հայտ գալը պանդոկներում մի գավաթ գարեջրի շուրջ հավաքված մարդիկ քննարկում էին «վերջին նորությունները»: Ստատիկ, տպագիր բառերով արտահայտված լրատվական հաղորդագրություններ չկային, դրանք ընդամենը զրույցի մասն էին կազմում: Ու չնայած մարդկանց զրույցներում անխուսափելի էր տեղեկատվության փոխանակումը, դրանց հիմնական նպատակը գաղափարների և կարծիքների քննարկումն էր:

Տպագիր մամուլի երևան գալու հետ մեկտեղ այս ավանդույթը չանհետացավ, այլ ևս մի քայլ առաջ անցավ՝ ամենավաղ լրագրերում զետեղված ակնարկների տեսք ընդունելով: Նուա Ուեբստերը (որի բառարանում առաջին անգամ սահմանվել է *խմբագրական հոդված* եզրը), նկարագրել է այս հասկացությունն իր *Ամերիկյան Միներվա* պարբերականի ինոգուրալ համարում 1973 թ դեկտեմբերի 9-ին տպագրված «ԴԻՄՈՒՄ ՀԱՆՐՈՒԹՅԱՆԸ» ակնարկում. «Լրագրերը մեր կողմից նորություններ կոչվող երևույթի կրողները չեն միայն. նրանք ծառայում են որպես հանրային փոխհարաբերությունների միջոց, որի օգտագործմամբ այս ընդարձակ Հանրապետության քաղաքացիները հասարակությանը հուզող թեմաների շուրջ մշտական, ընդհանուր բանավեճ և մտքերի փոխանակում են ծավալում»¹⁸⁶:

Հաջորդ դարաշրջաններում լրագրությունը ջանքեր էր գործադրում հանրային բաց ֆորումի գաղափարը վառ պահելու ուղղությամբ: Երբ, ի վերջո, լրագրերի տրամադրության տակ հայտնվեցին առաքման ենթակա «նորություններ», խմբագրական էջը վերածվեց հանրության քննարկումների յուրատեսակ արենայի, ուր զետեղվում էին խմբագրին հասցեագրված նամակներ, իսկ ավելի ուշ երևան եկան հենց ընթերցողների կողմից լրացված էջերը՝ խմբագրական էջերի հարևանությամբ: Հրատարակիչները փորձում էին հանրային բանավեճի այդ յուրօրինակ ամբիոնի գաղափարը պահպանել նաև մի շարք տարրական միջոցների կիրառմամբ: Մինչև 1840-ը *Յյուսթոն Սթար*-ն առաջին պարբերականների շարքում էր, որոնք իրենց նախասարահից դեպի լրատվական սենյակ տանող տարածությունը վերածեցին հանրության ներկայացուցիչների առջև բաց տաղավարի: Տեղաբնակները ոչ միայն ազատ ելումուտ ունեին այստեղ, այլև կարող էին «մի բաժակ ընպել, ընթերցել որևէ հետաքրքիր թերթ և սիգար վայելել»: Մի շարք քաղաքներում խմբագրությունների նախասրահները որպես հանրության հավաքատեղի և ընթերցասրահ օգտագործելու այս ավանդույթը պահպանվեց ևս հարյուր տարի: Լրագիրը ոչ միայն հանրության անբաժան մասն էր, այլև միանգամայն կոնկրետ տեղ՝ մարդկանց հավաքների և քննարկումների համար¹⁸⁷:

Թոմ Ուինչիփի կարծիքով, իր լրագիրը վերոհիշյալ ֆունկցիան կատարելու առումով անհաջողության մատնվեց այն բանից հետո, երբ ինքը կրկին անդրադարձավ Բոստոնի դպրոցական ավտոբուսների հետ կապված ճգնաժամի լրագրային լուսաբանմանը. այդ առիթով *Բոստոն Գլոբ*-ն արժանացել էր 1975 թվականի Փուլիցերյան մրցանակի՝ հանրությանը մատուցած ակնառու ծառայության համար: Լրագրի խմբագիր Ուինչիփը կարծում էր, որ սխալ է գործել, խնդրելով, որ իր թղթակիցները երկու շաբաթ ձեռնպահ մնան ծագած հակասությունը քննարկելուց: Հետագայում հայացք նետելով տեղի ունեցածին, նա համարում էր, որ *Գլոբ*-ի թղթակիցները գուցեև կառուցողական առաջարկություններով կարողանային հանդես գալ ծրագրի իրականացման մանրամասների վերաբերյալ: «Ինչո՞ւ չկարողացանք ավելի մեծ եռանդով վերլուծել ավտոբուսների աշխատանքի ծրագիրը», - հռետորական այս հարցն էր տալիս Ուինչիփը հետագայում: «Կարծում եմ, որ մենք շփոթվեցինք հանրային ցույցերի և լրագրի ընդդիմադիրների

¹⁸⁶ Warren G. Bovee, *Discovering Journalism* (Westport Conn.: Greenwood Press, 1999), 154-55.

¹⁸⁷ Tom Leonard, *News for All* (New York: Oxford University Press, 1995), 152.

հարձակումների ազդեցության տակ: ... Ես տուժեցի իմ իսկ որոշումից, քանի որ սահմանափակեցի իմ լրագրի թղթակիցների գործունեությունը»¹⁸⁸:

Բարդությունն այն է, որ մեր օրերում լրատվամիջոցների՝ որպես հանրային բանավեճի ամբիոնի հասկացությունն արտառոց չափեր է ընդունել: Մինչև 2000 թ. միջին հեռուստատեսային օրվա ընթացքում 178 ժամ ընդհանուր տևողությամբ լուրեր ու հասարակական կյանքին վերաբերող ծրագրեր էին «տեղավորվում» 24-ժամյա ժամանակահատվածում, որից շուրջ 40 տոկոսը՝ թոք-շոուներ¹⁸⁹: Ինտերնետն էլ իր հերթին, հատկապես առավել մեծ արագություն ապահովող *բրոդբենդ տեխնոլոգիայի* (ավտոնոմ կապ) շնորհիվ, բազմապատկում է այդ խտությունը:

Լերի Քլեյմանը, որը Դեմոկրատական կուսակցության պաշտոնյաներին սուր քննադատության ենթարկող Պահպանողական իրավաբանների «Ջուդիշլ Ուոչ» կազմակերպության նախագահն ու գլխավոր խորհրդատուն է, եթերում է *Մի-ԷՆ-ԷՄ*-ի «Քրոսֆայր» [խաչածև կրակ] ծրագրով և իր փաստարկներն է ներկայացնում առ այն, որ նախագահ Բիլ Քլինթոնին երկրորդ անգամ է պետք ինպիչմենթի ենթարկել, քանի որ նա, Սպիտակ Տանը «Ֆայլգեյթի» հակասության վերաբերյալ ստացված էլեկտրոնային հաղորդագրությունները չգտնելով, չի դիմել Արդարադատության դեպարտամենտ և որովհետև հրապարակել է Քեթլին Ուիլիսի անձնական բնույթի նամակագրությունը¹⁹⁰: «Քրոսֆայր»-ում Քլեյմանի հետ զրույցը վարում են ծրագրի հաղորդավարներ՝ լիբերալ-դեմոկրատ Բիլ Փրեսը և պահպանողական Ռոբերտ Նովակը:

Քլեյման. Ամերիկայի պատմության մեջ առաջին անգամ երկրի նախագահը մեղադրվում է հանցանք գործելու համար, և ես կառաջարկեի, Բիլ,...թույլ տվեք միտքս ավարտել ... Եվս մեկ ինպիչմենթի ներկայացման պահը հասունացել է:

Փրես. Կարծում եմ, պետք է նախևառաջ օգտագործենք վճռաբեկության այս հնարավորությունը: Երկրորդ՝ կուզենայի նշել, որ Ձեր այդ գործընկերը ... [Գերագույն դատարանի դատավոր] Անտոնին Սկալիան 1975-ին վճիռ է կայացրել այն մասին, որ «Անձի ազատության ակտը» կիրառելի չէ:

Քլեյման. Նման բան չկա: Նա նման վճիռ չի կայացրել: Չի կայացրել:

Փրես. Փաստորեն, ժամանակին այդպիսին էր նրա կարծիքը, և դրանից հետո նման դիրքորոշումը պաշտպանել են թե՛ հանրապետական, թե՛ դեմոկրատական վարչակազմերը:

Քլեյման. Բիլ, զրույցի այն կետերը, որոնք Ձեզ տրամադրել է Սպիտակ Տունը, սխալ են:

Փրես. Ո՛չ – ո՛չ...

Քլեյման. Նրանք Ձեզ չեն ասել, որ Սպիտակ Տանը գոյություն ունեն ներքին շրջանառության հուշագրեր, որոնք հավաստում են - Քլինթոնի Սպիտակ Տան մասին է խոսքը – որ «Անձի ազատության ակտը» կիրառելի է: Այդ հանգամանքը բացարձակապես չի վիճարկվում:

Փրես. Հակառակը՝ միանգամայն վիճարկվում է:

¹⁸⁸ Tom Winship, “Obvious Lessons in Hindsight”, Media Studies Journal, spring/summer 1998, 4.

¹⁸⁹ Այս հաշվարկները հիմնված են Վաշինգտոն D. C.-ի հեռուստատեսության տվյալների վրա. 10 հուլիսի, 2000թվական:

¹⁹⁰ *Crossfire*, CNN 30 March 2000, transcript.

Քլեյման. Կանոնադրությունը հստակորեն ասում է, որ այն կիրառելի է նախագահական գործադիր մարմնի նկատմամբ:

Փրես. Ձեր թույլտվությամբ ես կուզեմայի դառնալ հենց այդ նամակներին: Վերևում ես մի ամբողջ կապոց ունեմ: Անձնական նամակներ են, դրանց պատճենները ... Քեթլին Ուիլիի ձեռքով գրված...

Քլեյման. Ինչպե՞ս են դրանք Ձեզ մոտ հայտնվել, Բիլ:

Փրես. Ձեր գործը չէ, գրողը տանի:

Քլեյման. Ինչո՞ւ:

Փրես. «Հարգելի պարոն Նախագահ —»

Նովակ. Փրես, դատական ծանուցագիր կարող եք ստանալ:

Փրես. «—1996 թվականի նոյեմբերի տասներեքին: Հարգելի—»

Նովակ. Ձեր ապագայում դատական ծանուցագիր եմ տեսնում:

Փրես. Բոք, միգուցե դադարե՞ս ինձ ընդհատել և թույլ տաս, որ կարդա՞մ»:

Այս շոուն դիպվածաբար է ընտրվել: Սակայն սովորական դարձած ընդհատումները, վիճաբանությունը, խոսքի լարված երանգավորումը և բանավեճի նյութը, որ հանդես է գալիս որպես շատ ավելի անզիջուն քննադատության նուրբ ակնարկ՝ այս բոլորն այնքա՛ն տիպական են նմանատիպ շուուներից ցանկացածի դեպքում:

Ֆորումի և ուտելիքի համար մղված պայքարի միջև որոշակի տարբերություն կա, ճիշտ այնպես, ինչպես բանավեճի համար ամբիոն ծառայող լրագրության և կեղծ լրագրության, որն արհեստական վիճաբանություններ է բեմադրում՝ անառողջ հետաքրքրասիրության ու սադրանքի հրահրման օգնությամբ: Վերջինս մասն է կազմում այն երևույթի, որը գրող Դեբորա Թանենը «Փաստարկման կուլտուրա» է անվանել. լսարան գտնելու և շահութաբերությունն ապահովելու ջանքեր գործադրող ընկերությունների համար այն կատարել է ավտորժալի խայծի դեր:

Այդուհանդերձ, «Փաստարկման կուլտուրայի» շարժիչ ուժը միայն բուն լսարանի նախասիրությունը չէ, այլ ավելի շուտ այն հանգամանքը, որ թոք-շուուները բառիս բուն իմաստով էժան են: Նման մի շուուի ստեղծման հետ կապված ծախսերը տեղեկատվական ենթակառուցվածքի և նորությունների առաքման կազմակերպման համար անհրաժեշտ գումարի կոտորակային մասն են կազմում: Արդյունքում այն, ինչ այլ առիթներով անվանել ենք ռադիո- և հեռուստատեսային թոք-շուուների, վեբ-էջերի, գրուցասենյակների, տեղեկատվական վահանակների և այլ լրատվամիջոցների խառը կուլտուրա, որն այժմ գերիշխում է հաղորդակցության համակարգերում, ավելի շատ աչքի է ընկել մեկնաբանություններ անելու մղումով, քան բուն տեղեկատվության հիմնավորման կամ երբեմն նույնիսկ լուրերի հաղորդման հրամայականով: Հաղորդակցության ասպարեզում ծավալված հեղափոխությունն առավել հաճախ բնութագրվում է նորությունների մատուցմամբ, այլ ոչ՝ տեղեկատվության հայթայթումով:

Երկրորդ, ինչպես մենք նշել ենք մեր նախորդ՝ «Աղավաղման արագություն» աշխատության մեջ, նոր լրատվամիջոցների ֆորումին բնորոշ է մասնագիտական փորձառության արժեզրկումը: Հուսահատ ճիգեր գործադրելով նվազող հեռուստատեսային լսարանն ընդլայնելու կամ վեբ-ցանցում նորը ձևավորելու ուղղությամբ՝ «Փաստարկման կուլտուրան» փորձում է որպես այլընտրանքային լուծում շեշտը դնել անակնկալների վրա: Լսենք, թե ինչպես է *Ֆոքս Նյուս* -ի երեկոյան հեռարձակման գործադիր տնօրեն Բիլ Շայնը մեկնաբանում այն շարժառիթները, որոնց ազդեցությամբ

աշխատանքի է ընդունել Յիդեր Նաուերթին՝ մերօրյա լրատվական կուլտուրայի մաս կազմող երիտասարդ, հաճախ մասնագիտական փորձ չունեցող «մեկնաբանների» աճող դասի ներկայացուցիչներից մեկին: «Երբ առաջին անգամ նրան տեսա, մտքովս անցավ՝ Յիդերը ժողովրդագրության առումով գյուտ է, նա կարող է նպաստել երիտասարդության ներգրավմանը», - նշել է Շայնը *Վաշինգտոն Փոստ*-ին տրված հարցազրույցում¹⁹¹: Այս շարունակում է՝ երիտասարդ մասնագետներն «ավելի մեծ էներգիա են ճառագում: Տարիքն առած տղամարդիկ ու կանայք հակված են հարմարավետորեն տեղավորվելու բազկաթոռներում և հանգստանալու: Իսկ բանավեճ նախատեսող շուրջ պետք է աշխույժով լեցուն լինի»: Անկախ նրանից, որ 29-ամյա Նաուերթը բոլորովին անփորձ էր քաղաքականության, հեռուստատեսության կամ լրագրության մեջ և երբևիցե չէր աշխատակցել Հանրապետական կուսակցությանը, *Ֆրոս-ը*, սովորաբար, գնալով ընդդեմ ճշմարտության, նրան ներկայացնում էր որպես «Յին ու բարի կուսակցության խորհրդատու» կամ նույն «ՅԲԿ-ի ստրատեգ»: «Կարծում եմ, մարդկանց անհրաժեշտ է այդ պիտակը», - մեկնաբանում էր Նաուերթը: Դժբախտաբար, շատ դեպքերում նորելուկ լրագրողների դասը հեռու է մնում մասնագիտական պատասխանատվության գիտակցումից կամ գիտելիքներից. նրանց շրջանում անկհայտ է լուկ հեռուստատեսության ոլորտում աշխատելու բուռն ցանկությունը: Այդպիսով, նոր «կադրերի» կոչումն ամենից հաճախ սահմանափակվում է հեռուստատեսային պրոդյուսերներին իրենց եռանդը, դիրքորոշումները և ծայրահեղականությունը տրամադրելով: Իրադարձությունների զարգացումը վերծանելու կամ բացահայտելու փոխարեն՝ գործի են դրվում չափազանցություններն ու ենթադրությունները, կամ այլ կերպ ասած՝ լրատվամիջոցները հաճախ դրանց անզուսպ կարիքն են ցուցաբերում: «Մասնագետներ» ստեղծելով՝ իրականում լրատվամիջոցները չեն արտացոլում բուն հանրային բանավեճը. նրանք արհեստականորեն կերտում են սեփական բանավեճը՝ հատուկ հեռուստատեսության համար:

Նոր, ավելի ընդարձակ ֆորումի երրորդ հատկությունը կայանում է նրանում, որ այն ոչ միշտ է հաջողում ընդլայնել հանրային քննարկման շրջանակները: Լրատվամիջոցների առավել խոշոր ամբիոնները՝ կաբելային թոք-շոուները, ռադիոժրագրերը և ինտերնետային հիմնական կայքերը հակված են սևեռվելու զգայացունց պատմությունների զարմանալիորեն սահմանափակ տեսականու վրա: Ջուրկ լինելով իրազեկող ենթակառույցներից՝ չեթ-սայթերն ստիպված են կառչել անվերջանալի ու պարզ թեմաներից, որոնք մարդկանց մակերեսային «եղունուտի» հնարավորություն են տալիս, ճիշտ այնպես, ինչպես պոպուլյար սերիալները (Օ.Ջ. Սիմփսոն, արքայադուստր Դիանայի մահը, Ջոն Ֆ. Քենեդի-կրտսերի սպանությունը, Էլիան Գոնսալեսի բանտային մաքառումները կամ Քլինթոն-Լևինսկի սկանդալային պատմությունը):

Շարունակելով իրենց տեխնոլոգիական հնարավորությունների ընդլայնումը՝ լրատվական կազմակերպությունները զարմանալիորեն կրճատում են լուսաբանվող նյութի բազմազանությունը, ոչ թե մեծացնում:

Այդ երևույթի հանրային հետևանքներն ակնբախ են: Ավելի ընդգրկուն հանրային «հրապարակից» դուրս են թողնվում հասարակության առջև ծառայած բազում հույժ կարևոր խնդիրներ: Վերջիններս վերապահվում են մի շարք ավելի մանր լրատվական կոլեկցիաների իրավասությանը: Այն, որ հեռուստատեսային ցանցերը, չկամենալով լուսաբանել հանրային կյանքի

¹⁹¹ Paul Farhi, “The New Face of the Talking Head,” *Washington Post* 25 May 2000.

այնքան կարևոր կողմերը, ինչպիսին է օրինակ քաղաքական որոշումների ընդունման հարցը, դրանք թողնում են կաբելային հեռուստաալիքներին, նշված երևույթի նշաններից մեկն է միայն: Արդյունքում՝ լրատվամիջոցներն այլևս չեն նպաստում հիմնախնդիրների ամբողջականացմանն ու բազմակողմանի լուսաբանմանը: Կասկածի տակ է հայտնվում ամերիկյան մշակույթի առավել աչքի ընկնող հատկանիշներից մեկը, այն է՝ մեծ փորձությունների առկայության դեպքում ժողովրդի ինքնակազմակերպման ունակությունը, որը դրսևորվել է, ասենք, ֆաշիզմի, կոմունիզմի կամ Մեծ դեպրեսիայի վտանգներին դիմակայելիս:

Վերջապես, հարկ է նաև անդրադառնալ բուն քննարկման բնույթին: Լրատվամիջոցների սերը խոսքուզրույցի նկատմամբ՝ ակնհայտորեն վերաճել է բևեռացման նախընտրության: Այսպես կոչված «քննարկումները» շատ հաճախ կապ չունեն լրագրության լուսավորչական առաքելության հետ: Փոխարենը հիմք է ընդունվում այն տեսությունը, թե յուրաքանչյուր մարդ նախընտրում է մի լավ տուրուղմփոցի վկա դառնալ, և բոլոր հիմնախնդիրներն սկսում են անլուծելի թվալ: Փոխզիջումը չի ներկայացվում որպես պատշաճ, ընդունելի այլընտրանք: Այս իրողությունը գրող Մայքլ Քրիչտոնը «Խաչածն կրակի սինդրոմ» է անվանել: Չավեշտալին այն է, որ փոքրաթիվ, սակայն և կրքոտ հետևորդների խումբ ձևավորելով, այս աղմկարարության մրցախաղերը ժամանակի ընթացքում օտարացում են սերմանում այս բանավեճերում իր համար որևէ տեղ չգտնող ավելի լայն հանրության շրջանում:

Քրիչտոնը փորձում է բացահայտել «Փաստարկման կուլտուրայի» էության հակասականությունը. «Դուք պրոտեսցիոնիստ եք ... Չե՞ք կարծում, որ Ձեր շրջագայությունը Մերձավոր Արևելքում ժամանակի անիմաստ կորուստ էր...»: Հարցերի կառուցվածքն ինքնին թելադրում է պատասխանը: Էլ ավելի կարևոր է այն, որ նման հարցերը հանգեցնում են իրականության *կամ/կամ* պարզունակ տարբերակի, որն ըստ էության գրավիչ չէ ոչ մեկի համար¹⁹²:

«Մեր օրերում բոլորիցս ակնկալվում է տեսակետների տարրապատկերի ծայրահեղ կողմերից մեկի ընդունումը: Մենք կամ դեմ ենք հղիության արհեստական ընդհատմանը, կամ՝ կողմ: Մենք կամ ազատ առևտրի կողմնակից ենք, կամ՝ պրոտեսցիոնիստ: Մենք կամ մասնավոր սեկտորի, կամ հզոր կառավարության պաշտպան ենք: Կամ ֆեմինիստ ենք, կամ՝ շովինիստ: Սակայն իրական աշխարհում մեզանից քչերն են հետևում այս ծայրահեղ տեսակետներին: Փոխարենը՝ գործում է տեսակետների հարուստ տարրապատկեր»:

«Փաստարկման կուլտուրայի» նշված հատկությունները (տեղեկատվության մակարդակի նվազում, մասնագետների արժեզրկում, պոպուլիստական սյուժեների սահմանափակություն և սևեռում գերպարզունակ, բևեռացված բանավեճերի վրա) պրոբլեմատիկ են այն իմաստով, որ անջրպետում են լայն հասարակայնությանը բառիս բուն իմաստով հանրային քննարկումից, այն դեպքում, երբ լրատվամիջոցները ոչ միայն պարտավոր են սատար լինել նման քննարկմանը, այլև դրա անհրաժեշտությունն ունեն սեփական գոյատևման համար: Քաղաքականությունը աղմկալից մրցախաղի վերածելով՝ լրատվամիջոցները խզում են իրենց կապը հանրության հետ:

«Ժողովրդավարության հիմքում ընկած է մեծամասնության և փոքրամասնության միջև ձեռք բերված ֆունդամենտալ փոխզիջումը», - 1998-

¹⁹² Michael Crichton, “Mediasarus, speech delivered to National Press Club. 7 April 1993.

ին լրագրողներին տված իր հարցազրույցում նշել է Կալիֆոռնիայի համալսարանի (Բերքլի) ռեկտոր Ռոբերտ Բերդալը¹⁹³: «Այդուհանդերձ, փոխզիջումն անհնարին է դառնում, եթե փորձ է կատարվում ցանկացած հարցին բարոյական հրամայականի հնչողություն հաղորդել», քանի որ այն պարզեցվում է կաղապարային ենթադրություններին համապատասխան, կամ «նրա մատուցման եղանակը նախատեսում է գերազույն շոկային արժեքի ապահովում»: Ստացվում է, որ լրատվամիջոցները մեծամասամբ հենց այսպես էլ վարվում են:

«Բնավ չեն կարծում, որ լրատվամիջոցներն ու թերթերը մեր հասարակության մեջ տարածված ցինիզմի միակ աղբյուրն են», - շարունակում է Բերդալը: «Սակայն փաստ է, որ ցինիզմի ալիքը մեր գլխավերևում է և շատ մեծ վնաս է հասցնում քաղաքացիական հասարակությանը... Այդ քայքայիչ ցինիզմը, որի սկանատեսն ենք բոլորս, անխուսափելիորեն հանգեցնում է անտարբերության և քաղաքացիական անլության: Այն տանում է դեպի նահանջ և ինքնամեկուսացում: Այն տանում է դեպի սևեռում անհատի վրա՝ լայն հասարակության շահերի հաշվին: ... Իմ խորին համոզմամբ, ցինիզմը քայքայում է Ամերիկայի քաղաքացիական հաղորդակցության որակը, խարխլում է ժողովրդավարական ինստիտուտների հիմքը»:

Ինչպես նշում է Բերդալը, մամուլը պետք է հասկանա, որ անկախ լինելը չի նշանակում անջրպետված լինել: Նրա կարծիքով, լրագրողները չպետք է հանդես գան լոկ որպես «դիտորդներ, որոնք պասսիվ դեր են ստանձնում այս կամ հարցի քննարկման ժամանակ»: Այո՛, նրանք անկախ են, բայց և մեծ ներդրում ունեն կատարելու:

Ասվածը բնավ չի նշանակում, թե լայն հանրության ներգրավում նախատեսող ֆորումները չեն կարող նաև կլանող լինել. դրա իմաստը մտքերի փոխանակությունն ավելի իմաստալից դարձնելն է, քննարկման նյութի շուրջ զարգացնելը և որևէ նպատակի, օրինակ՝ լուծում գտնելուն ծառայեցնելը:

«Ջարմանալի է, որ մարդիկ կարծում են, թե լրագրությունը դժոխային իրարանցում բարձրացնելու քաղաքակիրթ ձև է», - հայտնել է գիտահետազոտական խմբի մեր գործընկերներին լրատվամիջոցների գրաքննադատ Ջոն Կացը¹⁹⁴: Իհարկե նկատի չունեն, որ պետք է աղյուսով որևէ մեկին խփել ու գոչել՝ «Ախր դու տխմար ես, տխմար»: Հարկ է մարդկանց խորհելու առիթ տալ, խնդիրներ առաջադրել, որոնց լուծման ընթացքում նրանք կշանան հիմնավորել և պաշտպանել սեփական գաղափարները, ճիշտ այնպես, ինչպես ես պետք է հիմնավորեմ ու պաշտպանեմ իմ գաղափարները»:

Կարճ ասած՝ հանրային բանավեճը չպետք է վերածվի բարձր բղավելու մրցույթի, ուր քաղաքական խայծի նետումը կամ մասնակիցների վիճաբանությունն ընդամենը որպես զվարճանք են ծառայում: Մամուլը դեր ունի խաղալու նման քննարկումներում, այն է՝ ապահովել, որ դրանք լինեն համամասնակցային, երանգավորված, ճշգրտորեն սահմանեն, թե հասարակության որ հատվածում է ծավալվել տվյալ բանավեճը և որոնք են համաձայնության հնարավոր եզրերը:

Լրատվական ֆորումի այսչափ հրամայական դառնալու պատճառներից մեկն այն է, որ լրատվական ընկերությունները բանավեճն ընկալում են որպես

¹⁹³ Robert Berdahl, speech delivered to American Society of Newspaper Editors Credibility Think Tank, San Francisco, 8 October, 1998.

¹⁹⁴ Jon Katz, interview by William Damon, Howard Gardner and Mihaly Csikszentmihalyi.

համայնքների հետ վերակապակցման ուղի, ինչն առավել ևս կարևոր է այդ կապերի թուլացման պայմաններում: Ինչ խոսք, բարձրախոսի մատչելիությունը դեռևս լուծում չէ:

Պատճառների մանրագնին վերլուծմամբ հանդես է եկել *Թրիբյուն Փաբլիշինգ* ընկերության նախագահ Ջեք Ֆուլերը: Թեև քննարկվում են տպագիր մամուլի խնդիրները, սակայն դրանք ընդհանրական են բոլոր լրատվամիջոցների համար:

«Ահա թե ինչպես է ծագում լարվածությունը», - նշել է Ֆուլերը *Մասնագիտության խնդիրներով մտահոգված լրագրողների համաժողովի* ժամանակ: «Դատապարտված է այն լրագիրը, որին չի հաջողվում ողջ խորությամբ արտացոլել իր համայնքի կյանքը: Իսկ այն լրագիրը, որը չի վերլուծում իր համայնքի որդեգրած արժեքները և նախապաշարմունքները, վաղ թե ուշ կորցնելու է իր բարի անունը, քանի որ ակնկալվում է, որ լրագրերն իրենց գործունեության մեջ պետք է դեկավարվեն ազնվության և առաջնորդելու կարողության սկզբունքներով»¹⁹⁵:

Հասարակական ակտիվության խթանիչ ու միաժամանակ հաղորդակ ծառայելը լուրջ խնդիր է, բայց հենց այդ խնդրի լուծմամբ է պայմանավորված լրագրության կայացումը: Այդ խնդիրը կարելի է լուծել, հանձն առնելով ոչ միայն հասարակության անդամներին անհրաժեշտ գիտելիքների և տեսակետների ապահովման պարտականությունը, այլև հանրության զարգացմանն ուղղված համընդհանուր ամբիոնի ձևավորումը:

Բարձր պատասխանատվությամբ օժտված մամուլի գոյության անհրաժեշտությունը ոչ թե նվազում, այլ աճում է ինտերնետի առկայության պայմաններում, որի տեղեկատվական վահանակների, չեթ-սենյակների և մյուս ձեռնարկումների միջոցով ժամանակի մասնավոր գրույցները հանրային շփման ու հաղորդակցման մաս են դարձել:

Վեր-սայթը կոչվում է «Ազատ հանրապետություն» (Free Republic): Ներկայանում է որպես «հասարակության շարքային պահպանողական ներկայացուցիչների օն-լայն հավաքատեղի», որի նպատակն է՝ անդրադառնալ «կառավարության շռայլ օժանդակության տասնամյակներին», արմատախիլ անել կեղծարարությունն ու կոռուպցիան, և այդ ամենն անել հետաքրքիր ու հաճելի մթնոլորտում»: 2000-ի հուլիսի 10-ին կայացած քննարկման նյութն էր «Դավիդյան մասնաճյուղ» աղանդի անդամների վախճանը Տեխասի Վակո տեղանքում, 1993 թվականին: Ջրույցն ընթանում է երեք անձանց միջև, որոնք իրենց անվանում են «Շռայլ դուստր», «Ազատ խոսք» և «S40»:

Շռայլ դուստր. Շատ կուզենայի իմանալ, թե այս մարդկանց («Դավիդյան մասնաճյուղի» անդամներին) սպանելու համար կառավարությունն ինչ պատճառներ ուներ: Միգուցե նպատակ ունեին նախադեպ ստեղծել և զինված հավատացյալներին մոտիկից հետևե՞լ, տեսնելու համար, թե որքանով է նրանց հաջողվել օգտվել մամուլի ընձեռած հնարավորություններից, և քանի հիմարների է նրանց հաջողվել գտնել օրինապահ մարմիններում ու ռազմական կազմակերպություններում:

S40. Ինձ հանգիստ չի տալիս այն հարցը, թե երբ է վերջապես հայտնվելու իսկական, ականատես վկան: Ամերիկացիները, սկսած գաղութարարության ժամանակներից առայսօր, լի են ազատ Ամերիկան պաշտպանելու անկոտրում

¹⁹⁵ Jack Fuller, at CCJ Chicago forum, 6 November 1997.

վճռականությամբ: Որտեղ են այն վկաները, որոնք կարող են ոտքի ելնել ու ասել. «Ես իմ հրամանատարի կարգադրությամբ կրակ արձակեցի Վակոյից փախուստի դիմելու փորձ կատարողների վրա»: Կամ՝ «Այո, ես ուղղաթիռի մեջ էի, երբ հնչեց կրակ բացելու հրամանը»: Կամ՝ «Ես օգնում էի Վինս Ֆոստերի մարմինը մեքենայի պահոցում տեղավորելիս», կամ «Տեսա, թե ինչպես գնդակահարեցին Ռոն Բրաունին՝ գնդակն արձակելով նրա կզակին: Դա սխալ էր, ես հիմարացված էի, սակայն իմ խիղճն այլևս թույլ չի տալիս գաղտնի պահել կատարվածը: Անհնար կլինի շարունակել ապրել այս ծանր մեղքի գիտակցությամբ: Պատրաստ եմ ամեն ինչի՝ հանուն ճշմարտության...»:

Ազատ խոսք. Աստված վկա, դու իրավացի ես: Իսկապե՛ս:

S40. Ես բոլորովին չեմ սիրում այս կամ այն բանի մասին խոսել ինտերնետային բաց ամբիոններից, բայց վստահ եմ, որ կամ միլիոնավոր ամերիկացի «հայրենասերներ», որոնք բնականոն կյանքով են ապրում: Նրանք տարրալուծվել են զանգվածների մեջ և պատրաստ են ամեն ինչ զոհել հանուն այն մարդկանց իրավունքների ու ազատությունների պաշտպանության, ովքեր հավատում են նրանց: Նրանց անունները: Բիլ, Ջոն կամ Մերի: Սովորական, շարքային մարդիկ են, որ ոտքի են ելնելու, երբ հնչի զանգը... Աղոթենք Աստծուն, որ վերափոխումները խաղաղ ճանապարհով կատարվեն:

Նորաստեղծ չեթ-սենյակներն ու տեղեկատվական վահանակներն ի գործ են տարատեսակ զգացմունքների տեղիք տալու, սակայն խոսքն ինտերնետային քննարկումների խմբերի առանձնահատկությունների ու բնույթի մասին չէ: Մասնակիցների դիրքորոշումների ձևավորումը տեխնոլոգիաների հետ չի առնչվում: Մեքենաները չեն կարող փոխել մարդկային բնությունը:

Հարցն այն է, թե ինչ է տեղի ունենում լրատվության մյուս բնագավառներում: Անկախ նոր ֆորումների հարուստ կամ դատարկ լինելու հանգամանքից, նրանք չեն կարող հաջողությամբ իրականացնել փաստերի ու համատեքստի հետ կապված այն որոնումները, որոնք ճշմարտության վերհանման առաքելությամբ առաջնորդվող լրագրության մասն են կազմում: Եթե նրանք, ովքեր ի մի են գալիս և ապա լրատվություն փոխանակում, այլևս միջոցներ և ժամանակ չժախսեն զեկուցելու, հիմնավորելու և համադրելու վրա, եթե նրանք երկյուղ տածեն առ այն, որ դատողության ու տրամաբանության կիրառումը էլիտարիզմի պարսավելի դրսևորում է, կամ՝ որ նոր տեխնոլոգիաները նրանց ձերբազատում են հին բեռներից, այնժամ մեր միակ հույսն ստիպված կլինենք կապել «Ազատ հանրապետության» հետ: Ո՞վ է փորձելու պարզել չեթ-սենյակներից ցանկացածում հնչող պնդումների ճշմարտացիության աստիճանը: Ո՞վ է ուսումնասիրելու բազմազան խմբավորումների գործունեության շարժառիթներն ու դրանց հետևում կանգնած ուժերը: Ո՞վ է պատասխանելու այն հարցերին, որոնք հուզում են նույնիսկ բանակռիվների այս առավել ցասկոտ հերոսներին: Եթե հանրային բանավեճի «հրապարակը» փաստերի և համատեքստի կուռ հենքի վրա խարսխված չլինի, քաղաքացիների առաջադրած բոլոր հարցերը պարզապես հռետորական կլինեն: Բանավեճը կդադարի ուսուցողական լինել. այն ընդամենը կարմատացնի մարդկանց նախապաշարմունքներն ու ոչ ճիշտ ենթադրությունները: Հասարակությունն ավելի քիչ հնարավորություն կունենա մասնակցելու որոշումների ընդունմանը: Հանրային շփումն այլևս չի ծառայի մեր գիտելիքների հարստացմանը: Այն կտարրալուծվի աղմուկի մեջ, որը մերժելի կլինի հանրության մեծ մասի համար:

Այսպիսով, լրագրողական ֆորումն առաջին հերթին պետք է ղեկավարվի լրագրության բոլոր մյուս ասպարեզներում գերիշխող սկզբունքներով, ապա՝ ուղղակիորեն առնչվի Մեդիսոնի սահմանմանը, որով փոխզիջումը ժողովրդավարական հասարակության մեջ կենտրոնական դեր է խաղում: Այդուհանդերձ, եթե ֆորումի առաջնահերթ դերը համարենք լուսավորելը, այլ ոչ՝ բորբոքելը, ինչպե՞ս կարող են լրագրողները լսարանին ներգրավել ու կլանել: Այս հարցին պատասխանելով՝ գործ կունենանք լրագրության հաջորդ տարրի հետ:

8. ՆԵՐԳՐՎՎՈՒՄ ԵՎ ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅԱՆ ԿԱՐԵՎՈՐՈՒՄ

Առաջին հայացքից, Ռոբերտ Մոզեսի բյուրոկրատական տիպարն այնքան էլ համոզիչ չէ: Ավելի քան քառասուն տարվա ընթացքում Մոզեսը կանաչապատ տարածությունների վերահսկիչի, Թրայբորո Բրիջի և Նյու Յորքի թունելների վարչության պետի կարգի պաշտոններ է զբաղեցրել: Նրա անմիջական աջակցությամբ զբոսայգիներ ու ճանապարհներ են կառուցվել, ծրագրվել է համաշխարհային տոնավաճառ: Բայց նա երբևիցե ընտրովի պաշտոններ չի զբաղեցրել և պետական քաղաքականության ձևավորման հետ առնչություն չի ունեցել:

Նյու Յորքի լրագրողներն ու գրաքննադատները պատրաստակամորեն ընդունում են, որ Մոզեսը քաղաքի զարգացման ասպարեզում նկատելի դեր է խաղացել մինչև քսաներորդ դարի կեսերը: Թերթերում և ամսագրերում հատուկ հոդվածներ են տպագրվել՝ Մոզեսի ինքնության ու նրա ծրագրերի վերլուծությամբ: Ընդհանուր առմամբ, սակայն, քաղաքաշինության ոլորտում Ռոբերտ Մոզեսին ավելի փոքր դեր էր վերագրվում, քան այնպիսի հսկաներին, ինչպիսիք էին Մորգանն ու Ռոքֆելերը, Լա Գվարդիան ու Ռուզվելտը: Այնուհետև, 1960-ականներին, *Նյուս դեյ* պարբերականի մի երիտասարդ լրագրող հանրությանը ներկայացրեց մի նոր տեսակետ: Ըստ նրա հետազոտության՝ թերևս ավելի մեծ նշանակություն պետք է տրվեր Մոզեսի անհատականությանը, քան ավելի հզոր մարդկանց ստվերի տակ գործող վարչարարի պատմությանը: Տեղեկատվական ուսումնասիրությունների և հետազոտության յոթ տարիներից հետո Ռոբերտ Կարոն հրապարակեց իր «Իշխանության բրոքեր. Ռոբերտ Մոզեսը և Նյու Յորքի անկումը» վերտառությամբ 1100-էջանոց գիրքը, որը, չնայած իր մեծ ծավալին, արժանացավ «գրավիչ», «անզուգական» և «արվեստի հիանալի գործ» բնութագրումների: Այն արժանացավ նաև 1975-ի Փուլիցերի և Ֆրենսիս Փարքմանի մրցանակների (վերջինս շնորհվում է այն գրքերին, որոնք «երևան են բերում պատմաբանի և արվեստագետի համաձուլումը»):

Բնականաբար, Կարոյի աշխատությունը սոսկ Ռոբերտ Մոզեսի մասին չէր: Այն պատմում էր մի անհատի մասին, որը, գեթ մեկ ընտրության հաղթող չդառնալով հանդերձ, կարողացել էր փոխակերպել Ամերիկայի խոշորագույն քաղաքը: Ընթերցողին էին ներկայացվում Նյու Յորքի քաղաքաշինական ձևավորման քսաներորդ դարի վիթխարի ծրագրերը: Խոսքը նաև քաղաքականություն և գործելակերպ ձևավորող որոշումների հետևում կանգնած ուժերի մասին էր: Իսկ ընդհանուր առմամբ, գիրքը պատմում էր իշխանության նվաճման, օգտագործման և չարաշահման մասին: Կարոյի 1100 էջերում Մոզեսը ներկայանում է դրամատիկ նշանակության կերպարի տեսքով, իսկ Նյու Յորքը՝ որպես շեքսպիրյան թատերաբեմ: Կարոն ինքն ասում է, որ նպատակ ուներ Մոզեսի առանձին օրինակի հիման վրա մեկնաբանել մի շատ ավելի խոշոր երևույթ: Ինչպես կտեսնենք ստորև, սա է հաճախ այն ուղին, որն ընտրում են լրագրողները կարևոր նորությունները համոզիչ և ազդեցիկ դարձնելու համար:

«Ես ձգտել եմ մեկնաբանել քաղաքական իշխանության գործունեության մեխանիզմը, քանի որ քաղաքական հարցերի լուսաբանման ոլորտում մասնագիտացած լրագրող էի և այնպիսի զգացողություն ունեի, որ իրականում չեմ մեկնաբանում այն, ինչը մեկնաբանելու համար ժամանակին ընտրել էի լրագրողի գործը: Դա հենց քաղաքական իշխանության գործունեության

մեխանիզմն էր, և շատ հարցեր, որոնք ինձ համար անհասկանալի էին, առնչված էին Ռոբերտ Սոզես անվանը: Բանն այն է, որ այս մարդը երբևէ ընտրովի պաշտոն չգրադեցնելով, ավելի մեծ իշխանություն ուներ, քան որևէ այլ մեկը՝ լինելու թեկուզ նահանգապետ կամ քաղաքապետ»¹⁹⁶: Այն, ինչ Կարոն իրականացրեց ողջ կյանքում վարչարարությամբ գրադված անձնավորության պատմության հիման վրա, լրագրողները փորձում են անել ամեն օր՝ ավելի փոքր ծավալներով:

Վերոհիշյալից բխում է յոթերորդ սկզբունքը.

Լրագրողները պետք է փորձեն նշանակալին դարձնել հետաքրքիր և կապակցված:

Ցավոք, երբ մարդիկ խոսում են լուրերը գրավիչ և իմաստալից դարձնելու մասին, բանավեճը վեր է ածվում դիլեմայի՝ գրավչությունն ընդդեմ բովանդակալից կապակցվածության: Ո՞րն է պետք շեշտադրել՝ հետաքրքիր, կլանող ու մեր զգացմունքներին ուղղված տեղեկատվությունը, թե՞ ամենակարևոր լուրերը:

Հիմնական շեշտադրության հետ կապված հարցադրումների այս դասական եղանակը՝ տեղեկատվությունն ընդդեմ հետաքրքրական պատմության, կամ մարդկանց համար անհրաժեշտն ընդդեմ ցանկալիի, աղավաղման տիպական օրինակ է: Ինչպես լրագրողներն են ասում՝ լրագրությունը բնավ այս եղանակով չի գործում: Մեր կարծիքով, տարբեր է նաև այն ուղին, որը մարդկանց մերժեցնում է լրատվությանը: Իրականում մարդկանց պետք են երկուսը միաժամանակ. նրանք ընթերցում են մարզական լուրերն ու բիզնես էջերը, *Դը Նյու Յորքեր-ը* և նկարագարո՞ղ գվարձալի պատմությունները, գրքերի տեսությունն ու խաչբառերը: *Նյու Յորք Թայմզ-ի* ցանցում աշխատում են 20-ից ավելի արտասահմանյան գործակալություններ, 50-ից ավելի մարդիկ՝ միայն վաշինգտոնյան գրասենյակում. պարբերականի էջերում լուսաբանվում են քաղաքապետարանում կայացող պաշտոնական հանդիպումները, բայց այն ունի նաև բրիջին առնչվող սյունակ, ռեստորանների տեսության անկյուն, ինչպես նաև տների և սննդին վերաբերող բաժիններ: Նյույորքյան *Դեյլի Նյուս-ը* հայտնի է մարզական լուրերի, հետաքրքրաշարժ լուսանկարների և աշխարհիկ ասեկոսեների իր մասնագիտացմամբ, բայց և համառ մրցակցություն է մղում իր ընթերցողներին արդարադատության կամ պետական կառավարման թերությունների և ձախողումների մասին տեղեկացնելու համար: Հոդվածագրությունն ու տեղեկատվությունն իրարամերժ չեն: Դրանք ավելի արդյունավետ են, երբ ընկալվում են որպես հաղորդակցության «հոսքագծի» երկու կետեր: Մի ծայրում, ասենք, նրբիկ հեքիաթն է, որը հորինում ենք մեր երեխաների համար, և որը միասին անցկացրած մտերմիկ ու հանդարտ ժամանակից զատ որևէ այլ իմաստ չունի: Մյուս ծայրում անմշակ տվյալներն են՝ մարզական հաղորդագրություններ, հանրային տեղեկատվական վահանակներ կամ բորսայական աղյուսակներ, որոնք ընդհանրապես զուրկ են պատմողականությունից:

Լրագրության գերակշռող մասը, ինչպես և հաղորդակցության մեծ մասը, միջին դիրքերում է գտնվում: Լրագրողների խնդիրը պիտի լինի յուրաքանչյուր պատմության նշանակալին հետաքրքրաշարժ դարձնելու ուղիներ գտնել, լուրջ

¹⁹⁶ *Booknotes*, C-Span, 29 April 1990.

և պակաս լուրջ թեմաների պատշաճ հարաբերակցություն սահմանել: Այս միտքը կարելի է հետևյալ կերպ պարզաբանել.

Լրագրությունը հատուկ նպատակով նյութը պատմելու արվեստ է: Այդ նպատակն է՝ մարդկանց տրամադրել այնպիսի տեղեկատվություն, որը նրանց անհրաժեշտ է աշխարհը հասկանալու համար: Առաջնահերթ խնդիր է դառնում այն տեղեկատվության հայթայթումը, որն անհրաժեշտ է մարդկանց՝ իրենց կյանքն ապրելու համար: Երկրորդը՝ նշված տեղեկատվությունն իմաստալից, կապակցված ու գրավիչ դարձնելն է:

Ըստ էության, ներգրավումը քաղաքացիական հանրության առջև լրագրողի ստանձնած պարտավորությունների մասն է կազմում: Ինչպես նշել է ակադեմիական հետազոտություններով զբաղվող մեր գործընկերների հետ հարցազրույց ունեցած մի թղթակից, «Եթե դուք այն մարդն եք, որն ինչ-որ նյութ գտնելով՝ իրեն բավարարված չի զգում այդ բացահայտմամբ այնքան ժամանակ, մինչև չի հաջողում այդ նյութը որևէ կերպ հասցնել մյուսներին, ապա դուք հիրավի լրագրող եք»¹⁹⁷:

Այլ կերպ ասած՝ լրագրողի պարտականությունների թվին է դասվում ոչ միայն տեղեկատվության տրամադրումը, այլև դրա մատուցումն այն տեսքով, որ մարդիկ ցանկություն ունենան լսելու: «Մեր առջև ծառայող հիմնական խնդիրները կապված են այն բանի հետ, թե ինչպես կարելի է գրավել ընթերցողների ուշադրությունը, ընդ որում խոսքը բազմաթիվ ընթերցողների մասին է, ամենաբազմազան ընթերցողների», - ասում է *Յոթնամյա* օն-լայն ամսագրի հեղինակ և նախկին գործադիր խմբագիր Յովարդ Ռեյնգոլդը: «Սպեկտրի մի ծայրում այն է, ինչ առավել կարևոր է համարվում՝ պատերազմը հնարավոր է, թե՞ ոչ, հարկերն աճելու՞ են, թե՞ նվազելու: Իսկ մյուս ծայրում սոսկ հետաքրքրաշարժ տեղեկություններն են... Յոթնամյայի մեծ մասը նշված երկուսի համադրումն են»¹⁹⁸:

Ուրեմն, ինչո՞ւ է ներգրավման խնդիրն այդ աստիճանի աղճատվում: Եթե լրագրությունը կարող է լինել միաժամանակ իմաստալից և կլանող, եթե ընդհանուր առմամբ մարդիկ համաձայն չեն բավարարվել դրանցից միայն մեկով, ինչո՞ւ է լրատվության մակարդակն այդքան հաճախ անկում ապրում:

Գոյություն ունեն մի խումբ գործոններ, որոնք խոչընդոտ են հանդիսանում լրատվությունը հանոզիչ և ազդեցիկ դարձնելու ճանապարհին՝ շտապողականություն, անտեղյակություն, ծուլություն, կաղապարային մտածելակերպ, կողմնակալություն, մշակութային սահմանափակումներ: Լավ հոդված գրելու, ներփակ բուրգի կաղապարից դուրս մտածելու կարողությունը ժամանակի ընթացքում է ձևավորվում: Ըստ էության, դա մի ռազմավարական վարժություն է, որն ավելին է պահանջում, քան կարճ, դեկլարատիվ պնդումների մեջ փաստերի մեխանիկական տեղադրումը: Ժամանակն էլ շքեղություն է, որից այսօրվա լրագրողները գնալով ավելի քիչ կարող են օգտվել:

Ցավոք, մեր օրերում, երբ հանրությունն իր տրամադրության տակ ունի ավելի գայթակղիչ ու հետաքրքիր այլընտրանք, քան լուրերը, և էլ ավելի քննադատաբար է տրամադրվում լրագրության նկատմամբ, լրատվական գործակալություններում շարունակվում են աշխատողների կրճատումները, իսկ ուշադրության կենտրոնում է ոչ թե հոդվածների որակը, այլ դրանց քանակը:

¹⁹⁷ Ray Suarez, interview by William Damon, Howard Gardner and Mihaly Csikszentmihalyi.

¹⁹⁸ Howard Rheingold, interview with Damon et al.

ժամանակ է պահանջվում նաև տվյալ թեմայի ըմբռնման ու մշակման համար: Որակյալ լրագրություն ասելով՝ հարկ է հասկանալ տեղեկատվության կուռ, խորքային վերլուծության արդյունքը, որում առկա են այն միասնական նյութ դարձնող տարրերն ու համատեքստը: Ամեն հոդված չէ, որ պահանջում է Կարոյի աշխատած յոթ տարիները, սակայն պատշաճ աշխատանք կատարելու համար այս կամ այն իրադարձությանը ներկա գտնվելը և անձնական համակարգչի առջև տեղավորվելը բնավ բավարար չէ:

Անգամ եթե թղթակիցներին բավականաչափ ժամանակ է տրամադրվում իրադարձությունները լուսաբանելու և հոդված գրելու համար, անխուսափելիորեն ծագում է լրագրային տարածության կամ եթերային ժամանակի սղության հարցը: Այն պարագայում, երբ լրատվական գործակալություններն այն կարծիքն են պաշտպանում, թե հանրության ուշադրության կենտրոնացման դժվարության պայմաններում պահանջվում է հանդես գալ էլ՝ ավելի հակիրճ հոդվածներով կամ հաղորդումներով, հաճախ լրագրողների առջև ծառանում է իրենց ասելիքն արտահայտելու համար բավարար տարածություն կամ ժամանակ ստանալու խնդիրը:

Պարադոքսալ է այն փաստը, որ ուշադրության կենտրոնացման վերաբերյալ այս ընդունված կարծիքը ոչ միշտ է հիմնավորված. այն ավելի շուտ բացասական, քան դրական ազդեցություն է գործել լրագրության վրա: Այսպես, *Լրագրության կատարելագործման ծրագրի* կողմից մի քանի տարվա ընթացքում իրականացված ուսումնասիրությանը հաստատվել է, որ տեղական հեռուստատեսության այն կայանները, որոնք հիմնականում կարճատև (45 վայրկյանից պակաս) հաղորդագրություններ են հեռարձակում, հակված են կորցնելու իրենց լսարանը: Եվ հակառակը՝ նրանք, որոնց հաղորդագրությունները մեծամասամբ գերազանցում են 2 րոպեն, որպես կանոն, նոր ունկնդիրներ են ձեռք բերում¹⁹⁹:

Հագիվ թե սա միակ օրինակն է, երբ լրագրության նկատմամբ հանրության ակնկալիքների մասին լայն տարածում գտած ենթադրությունները մեզ տանում են ինքնակործանման ճանապարհով:

ԻՆՖՈՉՎԱՐՃԱՆՔԻ ՄԱԳՆԻՍԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ: *Էյ-Բի-Սի Նյուս-ի* հայտնի հաղորդավար Բարբարա Ուոլթերզը վարժ կարեկցանքով զննում է երիտասարդ կնոջը:

- Նա Չեզ համբուրե՞ց:
- Այո, - պատասխանեց Մոնիկա Լևինսկին:
- Այդ պահին ի՞նչ մտածեցիք, - հարցրեց հոգատար մորաքրոջ կեցվածք ընդունած Ուոլթերզը, որին այնքան էլ չէր հաջողվում թաքցնել բուռն հետաքրքրասիրությունը:
- Իր մոտ դա լավ է ստացվում:
- Դուք երևի շատ զգացմունքային եք:
- Ըհը:
- Թե՞ կրքոտ:
- Այո:

¹⁹⁹ Project for Excellence in Journalism, local TV News Project, *Columbia Journalism Review*, “Local TV News: What works, What Flops and Why”, (January 1999), “Quality Brings Higher Ratings, But Enterprise Is Disappearing” (November 1999), “Time of Peril For TV News” (November 2000).

— Իսկ Բիլ Բլինթոնը կրքոտ տղամարդ է, - դեպի գրուցակիցը ճկվելով հարցրեց Ուոլթերզը:

Լևինսկին մի պահ շառագունեց, իսկ Ուոլթերզը ժպտաց: Այնուհետև Լևինսկին պատասխանեց:

— Կարծում եմ, որ նա շատ զգացմունքային է, բազում զգացմունքների տեր: Կարծում եմ նաև, որ նա չափազանց խիստ կրոնական դաստիարակության պայմաններում է մեծացել: Կարծում եմ՝ նա ներքին պայքար է մղում իր զգացմունքայնության դեմ, որովհետև չեմ կարծում, որ նա ճիշտ է համարում դա: Նաև կարծում եմ, որ նա փորձում է զսպել իրեն, բայց այլևս չի կարողանում»:

— Դառնանք այդ առաջին հանդիպմանը, - շարունակեց երեսույոթ տարվա հաղորդավարը, - Ձեզ հետ շատ մտերիմ հարաբերության մեջ եղած ժամանակ նախագահը պատասխանեց մի կոնգրեսականի հեռախոսազանգին: Ի՞նչ էիք զգում այդ պահին:

— Դա ինտիմ թեմա է, - սկսեց 25-ամյա Լևինսկին: - Այդ ամենն իր մեջ հուզականության որոշակի մակարդակ էր պարունակում: Հուզականության և երևի մի քիչ էլ՝ վտանգի, որն առկա էր այդ հարաբերություններում. ճիշտ չէր լինի ձևացնել, թե նման բան չկար:

Էյ-Բի-Սի Նյուս-ի նախապես զովագրված ու մեծ աղմուկ բարձրացրած այս հարցազրույցը Լևինսկու հետ հետևյալ շարունակությունն ունեցավ:

— Դուք կամ նախագահը չէի՞ք անհանգստանում, որ որևէ մեկը կարող է ներս մտնել ու տեսնել ձեզ: ... Թե՞ դա էլ յուրահատուկ սուր զգացողություն էր, - հարցրեց Ուոլթերզը:

Մի պահ հապաղելով՝ նա շարունակեց. «Նախագահին այն տպավորությունն է ստեղծել, որ այս կապը միակողմանի էր, և սիրահետվողը նա էր, ոչ թե Դուք: Սակայն ճշմարիտ է այն, որ Ձեզ էին սիրահետում»:

Եվ ապա՝ «Ու նաև կային գործողություններ, որոնք կատարվում էին Ձեզ՝ որպես կնոջ, գոհացնելու և ուրախություն պատճառելու համար»:

Ուոլթերզը նաև հետևյալ հարցն ուղղեց գրուցակցին. «Հարաբերությունների ընթացքում օրալ սեռական կապը նախագահի համար ավարտին չի հասցվել: Ի՞նչն էր պատճառը: Նա ի՞նչ ասաց»:

Էյ-Բի-Սի-ի երկժամյա հարցազրույցի գրեթե կեսը նվիրված էր այս կարգի հարցերին՝ արդյոք նախագահը լավ է համբուրվում, զգացմունքային է, բացահայտման վտանգն արդյո՞ք նրա սեռա-հոգեբանական մոտիվացիայի մասն էր կազմում: Միայն հաղորդման երկրորդ մասում փաստերի հաստատման ու նաև՝ սահմանադրական նշանակության հարցեր առաջադրվեցին՝ մասնավորապես այն մասին, թե արդյո՞ք Լևինսկին երդման տակ չի ստել ի պաշտպանություն նախագահի, և վերջինս վարձահատույց չի՞ եղել՝ աշխատանքի տեղավորելով նրան:

Երկար սպասված սենսացիոն հարցազրույցը, կարճ ասած, թողարկվեց «Մոնիկայի պատմությունը» վերտառությամբ, որը շատ հետաքրքիր զուգադիպությամբ համընկնում էր Լևինսկու հեղինակած և նույն այդ հարցազրույցի միջոցով գովազդվող գրքի վերնագրին: Տվյալ դեպքում նորությունները միայն սեռական հարաբերություններն ու զգացմունքները չէին շեշտադրում. դրանք նաև հանդես էին գալիս որպես կոմերցիոն նպատակով փոխադարձ գովազդի միջոց: *Էյ-Բի-Սի-ն* օգտագործում էր Լևինսկուն՝ իր

վարկանիշը բարձրացնելու համար: Լևինսկին օգտագործում էր *Էյ-Բի-Սի-Սի*՝ իր գրքերը վաճառելու համար:

Հարավային Կալիֆոռնիայի համալսարանում անգլերենի դասախոս և «Հռչակի հորձանուտում» (Frenzy of Renown) գրքի հեղինակ Լեո Բրաուդին, որի անունը քաջ հայտնի է նաև ազատ ժամանցի կազմակերպման ոլորտում, այն կարծիքին է, թե ինֆոժամանցի ոճով իրականացվող լրագրության հիմնական կողմերից մեկը «նյութը որպես գաղտնիք ներկայացնելն է»: Դուք պետք է հանդես գաք իրազեկ լրագրողի դերում, որն ունկնդիրներին է վստահում իր ունեցած տեղեկատվությունը: Ցավոք, գնալով այդ գաղտնիքն ավելի ու ավելի սկանդալային, կրքեր բորբոքող պատմությունների տեսք է ընդունում», ինչը, իր հերթին, կերտում է «այնպիսի հանդիսատեսի, որը հաճույք է ստանում իր թվացյալ իրազեկությունից» և անհամբեր սպասում է հաջորդ զգայացուցց չափաքանակին²⁰⁰:

Բացահայտված ճշմարտության, սեքսի կամ հայտնի անձնավորությանն առնչվող սկանդալային պատմության տեսքով նորությունները տաբլոիդականության դասական հնարքներ են: Լրատվամիջոցների բովանդակային վերլուծությունը գալիս է հաստատելու Բրաուդիի այն պնդումը, թե սա այն հիմնական մեթոդն է, որի օգնությամբ լրատվությունը վեր է ածվում ժամանցի, իսկ ժամանցը՝ լրատվության: Այստեղ ամենահետաքրքիր պահերից մեկն այն է, թե ինչպես են փորձում այս կարգի խնդիրները լուծել ենթադրաբար լուրջ լրատվական գործակալությունները՝ հայտնվելով *Էյ-Բի-Սի-Սի* և Լևինսկու հետ հարցազրույցի կարգի իրավիճակներում: Դառնանք *Նյուսուիք* ամսագրի տիտղոսաթերթին՝ նոր դարի առաջին 6 ամիսների ընթացքում: Ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ 22 կազմերից 17-ն արտացոլում էին զվարճանքի պատկերներ, կապված էին սեքսի հետ կամ գործածում էին «բացահայտված գաղտնիքների» լեզուն՝ «Էլիան. կալանքից ազատվելու պայքարից անդին», «Պատմություն յուրայինների համար» կամ «Ահա ճշմարտությունը»: Նշված 22 տիտղոսաթերթերից միայն երկուսն էին առնչվում քաղաքականությանը, թեև երկրի նախագահի գործունեության առաջին տարին էր: Երկուսը սեքսուալության մասին էին: Երեքը կապված էին առողջապահության հետ: Երկուսը տեխնոլոգիական բովանդակություն ունեին: Երկուսը վերաբերում էին բիզնեսին, իսկ մյուս երկուսը ներկայացնում էին կուբացի պատանի Էլիան Գոնսալեսի պատմությունը: Չկար ամսագրի գեթ մի թողարկում, որի կազմի վրա տեղ գտած լինեին միջազգային կյանքին առնչվող հարցեր կամ պատկերներ:

Տեղի է ունեցել մեծ փոփոխություն, որն էական է ոչ միայն շաբաթաթերթերի, այլև, թերևս, ընդհանրապես մշակույթի համար: 1977-ին, համաձայն *Լրագրության կատարելագործման ծրագրի* ուսումնասիրության, *Թայմ-ի* և *Նյուսուիք-ի* կազմերի 31%-ը ներկայացնում էր քաղաքական կամ միջազգային կյանքի որևէ ներկայացուցչի: Միաժամանակ, դրա մոտ կեսը՝ 15%-ը, պատկերում էր ժամանցի կամ այլ ոլորտի հանրածանոթ անհատներին: 1997 թվականին այս հարաբերակցությունն արդեն ճիշտ հակառակն էր: Կազմերի վրա պատկերված քաղաքական կամ միջազգային գործիչների թիվը կրճատվեց ավելի քան 60%-ով (տասը կազմից մեկը), իսկ ժամանցի ոլորտինը մեծացավ 40%-ով (տասից ավելի քան երկուսը)²⁰¹:

²⁰⁰ Leo Braudy, speech delivered at CCJ Los Angeles forum, 4 March 1998.

²⁰¹ Project for Excellence in Journalism, “Changing definitions of News” (^ March 1998), 4.

Տվյալների մեկ այլ խումբ այս փոփոխությունն էլ ավելի հստակ է ներկայացնում. երկու հիմնական շաբաթաթերթերը՝ *Թայմ* և *Նյուսուրիք*, միասին վերցրած, 1997-ին յոթ անգամ ավելի հաճախ էին դիմում *Փիփլ* [Մարդիկ] ամսագրի նույն կազմի օգնությանը, քան 1977-ին²⁰²:

Ինչպես նշել ենք վերևում, միայն նշանակալի տեղեկություններ շարադրող լրատվությունը նույնքան անհրապույր է, որքան և ոչ մի կարևոր բան չպարունակողը: Նույնը կարելի է ասել նաև հակառակ տարբերակի մասին:

Ցանկացած ժամանակ կարող ենք վառ օրինակներ գտնել սենսացիոն նյութերի բարձր իրացվելիության վերաբերյալ: Այսպես, Մոնիկա Լևինսկու հետ Բարբարա Ուոլթերզի վարած հարցազրույցը դարձավ *Էյ-Բի-Սի Նյուս-ի* մինչ այդ հեռարձակած հաղորդումներից ամենաբարձր ռեյտինգն ունեցողը:

Սակայն ավելի երկար ժամանակահատվածի վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ տեղեկատվության նշանակությունը գնահատող կազմակերպություններն ավելի բարձր դիրքերում են հայտնվում, քան զվարճանքի մասնաբաժնին նախընտրություն տվողները: Այն դեպքում, երբ Լևինսկու հարցազրույցի սկանդալային երանգավորումը երևան էր գալիս տվյալ պահին հեռուստացանցերով հեռարձակվող բազմաթիվ նորություններում, դեպի ինֆոժամանց կատարված այդ անցումը ոչ միայն չի կասեցրել, այլև ամենայն հավանականությամբ խթանել է ցանցային լրատվության ծրագրերի ունկնդիրների թվի կրճատումը²⁰³: Այդպես է եղել միշտ:

Մինչ 1890-ականների ներգաղթողները քսաներորդ դարում տեղափոխվում էին միջին խավ, դեղին լրագրության սենսացիոնությունն աստիճանաբար իր դիրքերը զիջում էր *Նյու Յորք Թայմզ-ի* ավելի աչալուրջ դիրքորոշմանը: 1920-ականներին Ջոզեֆ Փուլիցերի *Նյու Յորք Սան-ը*, օրինակ, վերածվել էր գրական թերթի: Այն ժամանակ, երբ Բուռն Քսանականների անուրջներին հաջորդելու եկավ Մեծ Դեպրեսիայի մռայլ ժամանակաշրջանը, հայտնի մարդկանց անդրադարձող տաբլոիդների և բանբասանքի դարաշրջանը, որի ներկայացուցիչներից էր, օրինակ, ռադիո և լրագրային թղթակից Վոլտեր Ուինչելը, իր տեղը զիջեց լրջության նոր շրջանին, որը տևեց մինչև Սառը պատերազմի ավարտը: 1960-ականների *Լրագրային մեծ պատերազմները* վերապրած պարբերականները, որոնք ականատես դարձան գրեթե բոլոր քաղաքներում լոկ մեկ լրագրի պահպանման ժամանակներին, բնավ տաբլոիդներ չէին, այլ ամեն քաղաքում լույս տեսնող լուրջ թերթեր՝ *Վաշինգտոն Փոստ*, *Նյու Յորք Թայմզ*, *Լոս Անջելես Թայմզ*, *Ֆիլադելֆիա Ինքվայրեր* և շատ ու շատ ուրիշներ: Նույնը կրկնվեց նաև հեռուստատեսությունում: Հեռուստացանցերում սկսեց գերիշխել լրատվական այն ծառայությունը, որն ուներ ավելի մեծ թվով ներկայացուցչություններ և ավելի լուրջ հանձնառություններ՝ իմաստալից լրատվության ապահովման կապակցությամբ, անկախ նրանից, թե խոսքը 1960-ականների «Հանթլի-Բրինքլիի հաշվետվության» մասին է, 1970-ականների «Վոլտեր Քրոնկայտի հետ *Սի-Բի-Էս-ի* երեկոյան լուրերի», թե 1980-ականների կեսերից մինչև 1990-ականների կեսերը Պիտեր Ջենինգզի մասնակցությամբ հեռարձակված՝ «Աշխարհի նորություններն այս երեկո»-ի:

²⁰² Նույն տեղում, 5:

²⁰³ Pew Research Center for the People and the Press, “Internet Sapping Broadcast News Audience, Investors Now Go Online for Quotes, Advice,” 11 June 2000.

Լրագրության կատարելագործման ծրագրի 1998-ի և 2000-ի միջև կատարած մեկ այլ ուսումնասիրությամբ համանման պատկեր է բացահայտել անգամ տեղական հեռուստատեսային նորություններում: Պարզվել է, որ երկու անգամ ավելի մեծ է նորությունների ավելի որակյալ թողարկումներով հանդես եկող տեղական հեռուստակայանների վարկանիշի աճի, քան անկման հավանականությունը, և, համեմայն դեպս, նման աճի համար նրանք ավելի մեծ հնարավորություն ունեն, քան ցածրորակ լրատվական թողարկումներով հանդես եկող ընկերությունները²⁰⁴:

Փորձը ցույց է տալիս, որ զվարճանքի գործոնի շահարկմամբ լսարանի ներգրավումը, եթե այն դիտելու լինենք որպես լրագրության բիզնես ծրագիր, ավելի երկար ժամանակահատվածի կտրվածքով դատապարտված է ձախողման՝ հետևյալ երեք հասարակ ու ակնհայտ պատճառներով.

Առաջինն այն է, որ մարդկանց միայն ախորժալի կտորներ ու զվարճանք առաջարկելով, նպաստում ենք որոշ մարդկանց «ախորժակի» բթացմանն ու որևէ այլ ակնկալիքների հետաճին: Ասվածը հատկապես արդարացի է այն մարդկանց դեպքում, որոնք սեփական հակումների, ժամանակի սղության կամ հնարավորությունների սահմանափակության բերումով ավելի քիչ են տրամադրված այլընտրանքներ որոնելու: Այս բարդ իրավիճակում են այժմ հայտնվել բազմաթիվ տեղական լրատվական ծրագրեր: «Հարցմանը մասնակցած և տեղական լրատվական հաղորդումները դիտող մարդկանց ավելի քան կեսի համար միևնույն է, թե որ հեռուստակայանն է միացած», ինչպես նշել է իր հաշվետվության մեջ հեռուստադիտողների կարծիքի ուսումնասիրման առաջատար *Ինսայթ Ռիսըրչ* հետազոտական ընկերությունը (Կալիֆոռնիա)²⁰⁵:

Երկրորդ հիմնախնդիրը, որն առաջանում է ինֆոժամանցի ստրատեգիայի իրականացման ընթացքում, կապված է լրատվական կազմակերպության համբավի հետ. ավելի լուրջ տեղեկատվություն հաղորդելու նրա ունակությունը կասկածի տակ է առնվում, իսկ նման տեղեկատվության կարիքը զգացող մարդիկ աստիճանաբար հետ են քաշվում: Այս երևույթն էլ, նախորդի նման, նկատվում է նաև տեղական հեռուստանորությունների դեպքում: Այսպես, *Նորությունների լաբորատորիայի* համար Ինդիանայի համալսարանի հետազոտական խմբի կողմից իրականացված ուսումնասիրությամբ հաստատվել է, որ տեղական հեռուստակայանների լրատվական հաղորդումների լսարանի կորստյան յոթ հիմնական պատճառաբանություններից 5-ը կապված են դրանց բովանդակագուրկ լինելու հետ (մյուս երկու պատճառներն են՝ մարդկանց բացակայությունը տնից կամ չափազանց զբաղված լինելը)²⁰⁶: Այս արդյունքները հիմնավորվում են ոչ միայն բազմաթիվ տեղական լրագրողների ներըմբռնմամբ, այլև հատուկ հետազոտությունների տվյալներով: Ըստ *Ինսայթ Ռիսըրչ-ի* տվյալների՝ «վերջին տասը տարում կրկնապատկվել է տեղական նորությունները դիտել չցանկացողների թիվը»: Պատճառներից մեկը՝ «Հարցվածների կեսից ավելին այն կարծիքին են, որ հեռուստակայանների մեծ մասն անհարկի ժամանակ են վատնում միևնույն լուրերը կրկին ու կրկին հաղորդելու վրա»:

²⁰⁴ Project for Excellence in Journalism, Local TV news project.

²⁰⁵ Insite Research, Television Audience Survey, October 1999, available from Insite Research, 2156 Rambla Vista, Malibu, CA 90265.

²⁰⁶ News Lab Survey, “Bringing Viewers Back to Local TV News: What Could Reverse Rating Slide?” 14 September 2000.

Եվ վերջապես, ինֆոժամանցի ստրատեգիան որպես բիզնես ծրագիր լի է թերություններով, քանզի ձեր հեռուստակայանով հաղորդվող նորությունները զվարճանքի վերածելով, դուք ավելի տեսանելի եք դարձնում ոչ թե ձեր, այլև մյուս լրատվամիջոցների ուժեղ կողմերը: Ինչպե՞ս կարող է լրատվությունը մրցել ժամանցային ծրագրերի հետ՝ վերջիններիս տիրույթ մուտք գործելով: Ո՞րն է դրա իմաստը: Լրատվության արժեքն ու ձգողականությունը բոլորովին այլ բնույթ ունեն: Նրա հիմքում բովանդակության կարևորումն է ընկած: Չնայած ինֆոժամանցի ստրատեգիան բավականին արագ կարող է լսարան ձևավորել և սովորաբար ավելի փոքր ծախսերի հետ է կապված, նրա ապահոված լսարանը մակերեսային է լինելու, քանի որ նրա հիմքում ձևն է, այլ ոչ՝ բովանդակությունը: Այդ կարգի լսարանը նույն արագությամբ իր նախընտրությունը կտա հաջորդ՝ «ավելի ցնցող» առաջարկին, այն պարզ պատճառով, որ ձևավորվել է առաջին հերթին զգացմունքների շահարկման երերուն հիմքի վրա:

Չի կարելի ասել, թե լսարանի ցրվածության կարգի խնդիրները լրագրությունն անհնար են դարձնում. դրանք բարդացնում են լրագրության նպատակների իրականացումը: Նաև՝ տարանջատում են բարեխիղճ լրագրությունն ալարկոտից, լավը՝ վատից, ամբողջականը՝ միայն սենսացիոն բնույթ ունեցողից:

Ինչպե՞ս է, որ լրագրողներն այս ամենը հաշվի չեն առնում: Պատճառներից մեկը հաղորդակցության անբավարարությունն է: Կրթական հոգեբանության ներկայացուցիչներ Ուիլյամ Դեյմոնի ու Յոլվարդ Գարդների կողմից կատարվել է լրագրողների խմբի ուսումնասիրություն, որի ամենացնցող եզրակացություններից մեկն այն է, որ լրագրողներն, ի տարբերություն այլ մասնագետների, թերաճում են մի սերնդի առած դասերը փոխանցել հաջորդին: Բացի այդ, փորձի փոխանակման ու գործնական ուսուցման համակարգի փլուզվելուց հետո, այդ բացը գրեթե ոչնչով չի լրացվել: Լրագրության դասավանդումը գործող լրագրողների կողմից ընդհանուր առմամբ ցածրորակ կամ գոնե վիճելի է համարվում²⁰⁷: Վարսահարդարների ուսուցումն ու վերապատրաստումն ավելի շարունակական բնույթ ունի, քան լրագրողներինը²⁰⁸:

Թերևս, ամենակարևորն այն է, որ ավելի որակյալ լրագրային ծառայության միջոցով լսարանի ուշադրությունը կրկին նվաճելը բարդ է, ժամանակատար ու մեծ ծախսերի հետ կապված: Բնականաբար, երբ լրատվական ինդուստրիան փորձում է լուծել հետզհետե հեռացող լսարաններին նորից ներգրավելու հարցը, այն հաճախ շեշտադրում է կառավարման արդյունավետության խնդիրները. շուկայավարման հատկացումները կտրուկ աճում են, կրճատվում են ծախսերը, փոփոխություններ են տեղի ունենում աշխատակազմում, կամ լրատվության հաղորդման նոր համակարգ է ստեղծվում: Ընթերցողների կորստի խնդրով մտահոգված լրագրային ինդուստրիան 1980-ականներին սկսեց ավելի մեծ ուշադրություն դարձնել թերթերի շարվածքին, դիզայնին և գունային լուծումներին: 1980-ականներին մի շարք խմբագիրների նախաձեռնությամբ ստեղծվում էին անտարբեր ընթերցողների համար հատուկ հատվածներ նախատեսող թողարկումների նախատիպեր, ուր այս կամ այն հոդվածի բաց

²⁰⁷ Everette E. Dennis, “Whatever Happened to Marse Robert’s Drea?: The Dilemma of American Journalism Education,” Gannett Center Journal, spring 1988, 3.

²⁰⁸ Bety Medsger, “Winds of Change Whither Journalism Education,” A Freedom Forum study, July 1996.

թողնված տեղում նշվում էր՝ «Տեքստն այստեղ է լինելու: Տեքստն այստեղ է լինելու: Տեքստն այստեղ է լինելու»: Ոչ մեկի մտքով չէր անցնում նորությունների շարադրանքի պատմողական բնույթը վերանայել:

Առանձին լրագրողների իսկապես հաջողվում է լրատվությունն ուշագրավ ու բովանդակալից դարձնել՝ կարևորը հետաքրքիր ներկայացնելով, իսկ հետաքրքիրը՝ կարևոր: Այդուհանդերձ, ինչպես նշում է Ուիլյամ Դեյմոնը, նրանք մեծամասամբ ինքնուս մասնագետներ են, որոնք հմտացել են փորձի ու փորձությունների բերումով, կամ էլ՝ սեփական նախաձեռնությամբ իրենց գործընկերների գաղափարները փոխառնելով: Լավագույն մոտեցումների տարածումը, սակայն, չի իրականացվում:

ՄԻ ՔԱՆԻ ՆՈՐԱՐԱՐԱԿԱՆ ՄՈՏԵՑՈՒՄՆԵՐ: Եթե միայն լրագրային ինդուստրիան փորձեր բացահայտել իր լավագույն կադրերին, ի մի բերել նրանց իմացությունն ու մտածելակերպը, ապա բոլոր լրատվամիջոցների զինանոցից թարմ գաղափարներ վերհանել, արդյունքում ի հայտ կգային մի շարք նոր մոտեցումներ:

Ո՞ր է մեր լսարանը և ի՞նչ է ցանկանում իմանալ: Հաճախ լրագրողներն իրենց պատմությունը կամ հոդվածն սկսում են «ցրցան տալուց», տվյալների բազաների ամփոփումից, հունի մեջ ընկնելուց, ապա նոր անդրադառնում են վերջին իրադարձություններին: Այս գործելակերպը կարող է հանգեցնել պատմության/հոդվածի որոշակի սահմանափակության:

Որոշ լրագրողներ այժմ այլ մոտեցում են ցուցաբերում: Ցանկացած նախաձեռնություն իրականացնելիս լրագրողները պետք է քննեն, իսկ նրանց լսարանը՝ ի վիճակի լինի հստակորեն ըմբռնելու հետևյալ հարցադրումները.

1. «Ո՞ւմ է հասցեագրված տվյալ պատմությունը կամ հոդվածը: Որո՞նք են մարդկանց այն տարբեր խմբերը, որոնց այս նյութը կարող է հետաքրքրել, թեկուզ՝ միառժամանակ»:
2. «Այդ մարդիկ ի՞նչ կուզենային իմանալ խնդրո առարկայի մասին, որպեսզի կարողանան սեփական դիրքորոշումներն ունենալ առաջարկված նյութի վերաբերյալ»:

Այս հասարակ հարցերն ի գորու են լրջորեն փոխել լրագրության նյութի արդյունավետությունը: Դրանք քննարկումը հասցեագրում են քաղաքացիներին, առաջին հերթին՝ հանրային լսարանին, հեռացնելով այն շահագրգիռ խմբերից, «ներքին շրջանակի» անհատներից ու անմիջական այլ մասնակիցներից:

Դրանք նաև հնարավորություն են ընձեռում լրագրությունն ուղղորդելու դեպի աղբյուրների նոր համակարգ՝ աղբյուրներ, որոնց վրա հույս պետք է դնի նոր գործակալությունը լայն հասարակայնությանը հուզող հարցերին պատասխանելու համար, և որոնք հաճախ սպառված են հին մոտեցումների պայմաններում:

Այս հարցերի միջոցով նյութի լուսաբանումը կտրվում է նախորդ նյութի առօրեականությունից, որն ի դեպ, ամենայն հավանականությամբ, ավելի շուտ նպաստած է լինում լսարանի կրճատմանը, քան՝ համալրմանը:

«Ո՛վ», «ի՞նչ», «ե՛րբ», «որտե՛ղ» «ի՛նչո՛ւ» և «ի՛նչպե՛ս» հարցերի նոր սահմանում: Իմաստ ունի, որ լրագրողները կրկին վերլուծեն «ով», «ի՛նչ», «երբ», «որտեղ» «ի՛նչու» և «ի՛նչպես» հարցերի հիմնական տարրերը: Ֆլորիդայի Փոլյոսեր ինստիտուտի թղթակցող դասախոս Ռոյ Պիտեր Քլարկը հենց այդպես էլ վարվել է: Տարիներ առաջ Քլարկի վրա մեծ ազդեցություն էին գործել *Սիեթլի-ի* խմբագիր և թղթակից Ռիկ Ջալերի գաղափարները, որն այն միտքն էր առաջ քաշում, թե լրագրողներն իրենց հաղորդագրություններում սառեցնում, անշարժացնում են դիմամիկ իրադարձությունները: Ժամանակային հաջորդականությունը հանգեցվում է պարզունակ «երեկ» հասկացությանը: Իրադարձությունների վայրը վերածվում է հողվածի սկզբնասմասում մեխանիկորեն նշվող տողի: Ջալերը ցանկանում էր «հալեցնել» նորությունները, շարժման մեջ դնել ներկայացվող նյութը: Ջարգացնելով Ջալերի մոտեցումները՝ Քլարկն այժմ հաճախ է անդրադառնում վերը նշված արդյունքին հասնելու կոնկրետ ուղիներին:

«Ով»-ը վերաճում է կերպարի: «Ինչ»-ը դառնում է սյուժե: «Որտեղ»-ը ներկայանում է որպես գործողությունների բեմ կամ իրավիճակ: «Ինչու»-ն դառնում է դրդապատճառ կամ հիմնավորում: -Եվ վերջապես, «ի՛նչպես»-ը ներկայանում է որպես շարադրանք, բոլոր տարրերն ի մի բերելու համապատասխան եղանակ,- նշում է Քլարկը²⁰⁹:

«Ռոմեո և Ջուլիետ»-ի նախաբանում Շեքսպիրը սոնետի առաջին ութ տողերի միջոցով ներկայացնում է ողջ պատմության փաստերը, այդ թվում՝ նրա ավարտը, հաճախ շեշտում է Քլարկը: Կարող է հարց ծագել՝ ի՞նչ է մնում ասելու: Քլարկը հետևյալ կերպ է պատասխանում այդ հարցին. «Պիեսի հաջորդ երկու ժամվա ընթացքում իրենց տեղն են զբաղեցնում բոլոր պակասող մանրամասները»: «Մենք հաճախ հաղորդում ենք այս կամ այն նորությունը, սակայն մարդիկ ցանկանում են ավելին իմանալ կատարվածի մասին: Ասենք՝ ի սկզբանե ինչպե՛ս է Սոնիկան հայտնվել Սպիտակ Տանը: Պատմողական նկարագրությունն այն ձևն է, որի միջոցով պատասխանում ենք «ի՛նչպե՛ս պատահեց այդ ամենը» հարցին», - նշում է Քլարկը:

Եթե դրսևորելու լինենք վերը նշված մոտեցումը, այն է՝ «ով»-ը որպես կերպար, «ի՛նչ»-ը՝ սյուժե, «որտեղ»-ը՝ միջավայր և «ի՛նչպես»-ը՝ շարադրանքի պատմողականություն, կկարողանանք տեղեկատվությունը համաձուլել հետաքրքիր նկարագրության հետ: Լրատվությունն այնժամ զուտ տվյալների հաղորդումից կվերածվի իմաստավորված նյութի: Այս արդյունքին հասնելու նպատակով լրագրողից նոր տվյալների հայթայթմանը նպատակաուղղված լրացուցիչ ջանքեր են պահանջվում, ինչպես նաև ավելի մեծ հետաքրքրասիրություն:

Պատմության ներկայացման նոր մեթոդների փորձարկում: Լրագրության մեջ օգտագործվող շարադրանքի ամենատարածված կառուցվածքը զարմանալիորեն սահմանափակ է: Լրագրության բնույթի բարդացման և թեմաների տեսականու ընդլայնման պայմաններում այդ կառուցվածքը լավագույն լրագրողներից շատերի համար այլևս բավարար չէ: «Երբեմն ընդամենը Ա-ից սկսելն ու Ֆ-ով ավարտելն ասելիքդ ներկայացնելու լավագույն ձևը չի կարող լինել», - նշում է *Սի-Քի-Էս Նյուս-ի* աշխատակից Ուիլյամ Ուայթեկերը գիտահետազոտական խմբի մեր գործընկերներին: «Երբեմն հարկ է լինում Ի, Լ, Խ, Ծ, Կ-ն միջնամասից դուրս բերել և

²⁰⁹ Roy Peter Clark, interview by author Rosenstiel, June 2000.

տեղափոխել տեղեկատվության սկզբնամաս, քանի որ հենց դրանք են բուն իմաստի կրողները, և հենց այդպես է տվյալ տեղեկատվությունն առավել հասկանալի դառնում մարդկանց համար ու հետագա խորհրդածության հիմքեր ստեղծում»²¹⁰: Շաբաթը մեկ անգամ լույս տեսնող *Անյըն* [«Սոխ»] ժամանցային պարբերականի հիմնական թղթակից Թոդ Յենսոնը *Օն-լայն Ջորնալիզմ Ռիվյու-ին* հայտնել է, որ իր ամսագրի գավեշտների մեծ մասը ստեղծվում է բազմաթիվ լրագրերին այնքան բնորոշ ժամանակավրեպության շուրջ: Ամսագրում հոդվածներ են տպագրվում, օրինակ, այսպիսի վերտառությամբ՝ «Կոնգրեսը հաստատում է 4 միլիարդ դոլարի հատկացումը հացի և կրկեսների համար», կամ «Կրճատումներ են սպասվում բարի արքայադուստրերի շարքերում, քանի որ երիտասարդ աղջիկներն ուզում են բժիշկ կամ իրավաբան դառնալ»²¹¹:

«Ավազի ժամացույց»: 1990-ականների սկզբներին Քլարկը դիտարկել է նաև մի երևույթ, որն անվանել է «Ավազի ժամացույցի» կառուցվածք: «Խոսքը զուտ շարադրանքի մասին չէ: Ոչ էլ շրջված բուրգի... Սա լրատվության կազմակերպման մի ձև է, որի դեպքում լրագրողը սկսում է նորությունը հայտնելուց, տեղի ունեցածի մասին պատմելուց, ապա կարծես բուրգի մեջ անջրպետող հատված է առաջանում, որին հաջորդում է նկարագրական (շատ դեպքերում՝ ժամանակագրական) շարադրանքի գիծը՝ «Այս միջադեպը տեղի ունեցավ, երբ ...»: Այդ հատվածում լրատվությունը «հալեցվում է» և տրոհվում ավելի դրամատիկ ու հաճախ՝ ճշգրտված մանրամասների:

Հարց ու պատասխանների ապագան: Հանրության հետ հաղորդակցվելու նոր ուղիների ուսումնասիրմանը նվիրված համաժողովում Նյու Յորքի համալսարանի լրագրության ամբիոնի դասախոս և մամուլի կուլտուրայի փորձառու քննադատ Ջեյ Ռոզենը կարծիք է հայտնել, ըստ որի՝ հարց ու պատասխանների մեթոդը հզոր, սակայն լիովին չօգտագործվող հնարավորություն է: Այն լրագրողին ստիպում է տեղեկատվական նյութը կազմակերպել այն հարցերի շուրջ, որոնք կարող են առաջադրել քաղաքացիները: Այն ընթերցողների լայն լսարանին թույլ է տալիս նաև ընդհանուր հայացք նետել պատմության վրա և «մուտք գործել» իրենց իսկ ցանկացած տեղում՝ ստիպված չլինելով այն ընթերցել վերից վար: Իմաստ ունի նշել, որ այս մեթոդը մեծ ժողովրդականություն է վայելում վեբ-սայթերում, ուր գործում են հաճախ առաջադրվող հարցերի (FAQ) էջեր:

Պատմությունը որպես փորձառություն: Մայքլ Յերրը, որի «Հղումներ» աշխատությունը Վիետնամի պատերազմի ժամանակաշրջանում ծնունդ առած լավագույն գրքերից մեկն է համարվում, պատերազմական թղթակցությունը հարստացրել է մի նոր չափորոշիչով՝ մեկ քայլ առաջ մղելով Գեյ Թալիզի «ճանճը պատի վրա» մեթոդը: Բացի նրանից, որ Յերրը բարեխղճորեն ի մի է բերել այդ կարգի թղթակցությամբ նախատեսված բազում մանրամասները, նա նաև արտահայտվելու հնարավորություն է ընձեռել զինվորներին, ապա նյութը կազմակերպել է ոչ միայն նրանց հաղորդածի սոսկական շարադրանքի, այլ զինվորների մտածելակերպի և հոգեվիճակի ուրվագծման հիման վրա: Ինչպես

²¹⁰ William Whitaker, interview by Damon et al.

²¹¹ Jim Benning, “Why Journalists Eat Up the Onion: World Media Shedding Tears of Joy Over the Onion,” *Online Journalism Review*, 2 May 2000.

Ոչել է Ալֆրեդ Կազինը *Էսկվայթ-ուս* տպագրված իր գրախոսականում՝ «Չերիին բոլորից լավ է հաջողվել պատկերել այն հուսահատ դրվածքը, երբ ճակատներում կռվող մարդիկ առերևույթ լավ են ներկայանում՝ ներքուստ իսկական դժոխքի մեջ լինելով»²¹²:

Տաղտկալի նույնաբանություն: Դագ Մարլետը, որը բացի մրցանակակիր խմբագրական ծաղրանկարիչ լինելուց, նաև պիեսների, կինոսցենարների և մեկ վեպի հեղինակ է, կարծում է, որ լրատվության ամենալուրջ խնդիրը «տաղտկալիությունն» է:

«Երբ սկսում ես ձանձրանալ, - ասում է Մարլետը, - «դադարում ես ըմբռնել, և հենց այդ պահից էլ հաղորդակցումը ձախողվում է»²¹³: Չինական պատճառն այն է, որ «այլևս ոչինչ չի զարմացնում»: Թատրոնում այս ձանձրույթը հատուկ անվանում ունի: Կոչվում է «տաղտկալի նույնաբանություն», այսինքն՝ «մարդկանց այն բաներն ասելը, որոնք նրանք արդեն գիտեն»:

«Լրատվության ասպարեզում նույնը վերաբերում է «ցույց տալու փոխարեն երկար-բարակ պատմելուն, դասախոսելուն, խրատականությանը», - շարունակում է Մարլետը: Չեռուստատեսային նորությունների թողարկման այն պահին է, օրինակ, երբ թղթակիցն իր ունկնդիրներին ասում է այն, ինչ նրանք արդեն իսկ տեսնում են»: Դա նաև այն պահին է լրագրում տպագրված հոդվածի մեջ, երբ առաջ անցնելու փոխարեն՝ հոդվածագիրը կանգ է առնում մի առանձին կետի վրա ու պտտվում դրա առանցքի շուրջը»:

Իսկ ինչպե՞ս կարելի է նորությունները զերծ պահել տաղտկալի լինելուց:

Մտապատկերներ: Լուծումներից մեկն է՝ մարդկանց օգնել իրենց սեփական մտապատկերները ստեղծել, այլ ոչ՝ փորձել դա անել նրանց փոխարեն: Աննի Լենգը՝ Ինդիանայի համալսարանի Չաղորդակցման հետազոտությունների ինստիտուտի տնօրեն և հեռահաղորդակցության դասախոս, նշում է, որ գիտական ուսումնասիրություններով հաստատվել է մտապատկերների, այդ թվում փոխաբերությունների ազդեցության ուժը: «Անհնար է որևէ մեկին ավելի սարսափազդու բան ասել, քան՝ «*քո հետևում օձ կա*»: Դա շատ ավելի ուժեղ է ներգործում, քան օձին ցույց տալը»²¹⁴:

Պատմության կապակցումն ավելի խորքային թեմաների հետ. բացահայտում: *Էն-Քի-Սի Նյուս-ի* թղթակից Ջոն Լարսոնն այն միտքն է հայտնում, թե անակնկալը պատմության շարադրման առանցքն է: «Սակայն,- ավելացնում է նա,- հարկ է այդ անակնկալը մարդկանց մատուցել իմաստալից ձևով: Խոսքը նրանց շշմեցնելու և ապշեցնելու մասին չէ»²¹⁵: Լարսոնի *Դեյթլայն* կոչվող հաղորդման մեջ այս երևույթը «բացահայտում» են կոչում: Լարսոնը համարում է, որ բացահայտման լավագույն տարբերակն այն է, երբ շարադրանքը կապակցվում է որոշակի, շատ ավելի խորքային ու անսպասելի թեմաների հետ: Դա տեղի է ունենում, երբ այս կամ այն պատմությունն անմիջականորեն առնչվում է մեզ հետ որևէ տարրական մակարդակում: Ասենք՝ մոր սերն իր

²¹² Alfred Kazin, “Vietnam: It Was Us vs Us: Michael Herr’s *Dispatches*: More Than Just the Best Voetnam Book,” *Esquire*, 1 March, 1978, 120.

²¹³ Doug Marlette, News Lab retreat on storytelling in Washington, D. C., 12 and 14 April 2000.

²¹⁴ Annie Lang, News Lab retreat.

²¹⁵ John Larson, News Lab retreat.

երեխաների հանդեպ, ամուսնու հպարտությունն իր հայրենի երկրով: Հաջողության ու բարօրության հասնելու ձգտումը: Ազահությունը: Ժլատությունը: Լավ պատմությունների հիմքում միշտ ընկած է մի շատ կարևոր բան, որը տեղի է ունենում ամենահասարակ պատճառներով»:

Այս թեմաները չեն հայտարարվում լրագրողի կողմից, այլ ցույց են տրվում կամ բացահայտվում՝ նյութի նկատմամբ լրագրողի ցուցաբերած վերաբերմունքի միջոցով: Այդ վերաբերմունքը կարող է դրսևորվել պատշաճ մեջբերման, հեռուստատեսային դիպուկ կադրի միջոցով, կամ՝ այն հայացքի, որը լուռ փոխանակում են երկու մարդ: «Որակյալ պատմությունները մարդկանց ուղղորդում են դեպի ճշմարիտը, նրանք չեն փորձում պնդել, որ հենց սա է ճշմարտությունը», - նշում է Լարսոնը:

Նյութի այսօրինակ կապակցումն ավելի լայնածավալ թեմաների հետ՝ հենց այն է, ինչ իրականացրել է Կարոն իր «Իշխանության բրոքեր» գրքում, կամ Դեյվիդ Հալբերստամը «Իշխանությունների գոյություն» աշխատության մեջ, կամ Ջ.Գ. Բիսինջերը «Ուրբաթ օրվա լույսեր»-ում, կամ էլ Թոմ Վուլֆը «Ճիշտ բաներ»-ում:

Կերպարը և մանրամասները նորություններում: Մի քանի այլ լրագրողներ կարծիք են հայտնել, որ գործող անձն է այն կարևոր գործոնը, որի միջոցով հնարավոր է գրավել մարդկանց ուշադրությունը: Հաճախ նման կերպար է ստեղծվում աննշան թվացող այն մանրամասների միջոցով, որոնք տվյալ անձնավորությանը մարդկային ու իրական են դարձնում: Երբ նավաբեկության ենթարկված տղայի՝ Էլիան Գոնսալեսի հայրը 2000 թվականին Ամերիկա եկավ որդուն գտնելու ու Կուբա տանելու համար, «ԿԱՐԵ-TV»-ի թղթակից Բոյդ Հափերտի վրա ամենից առավել ազդել էր այն, որ ներգաղթային պաշտոնյաների հետ հարցազրույցում «հայրը նշել էր [որդու] կոշիկի չափսը»: Հափերտի համար «մի նոր լույս սփռվեց այդ անձնավորության վրա», որը բացահայտեց հոր կապը երեխայի հետ, նրա վերաբերմունքը, ինչպես նաև խառնվածքը»²¹⁶:

Չափից ավելի շատ են այն դեպքերը, երբ լրագրողներին չի հաջողվում ըստ պատշաճի բացահայտել մարդկանց կերպարները: Դրանք ստվարաթղթե խամաճիկների են նմանվում, ներկայանում են լոկ լրագրային կադապարի մեջ խցկված անունների և դեմքերի տեսքով խուզարկու, մշտական ընդդիմադիր, բարկացկոտ փոքրամասնության խոսնակ, սգավոր մայր:

Նշվածի հիմնական պատճառներից է այն, որ նշված մարդկանց հնարավորություն չի տրվում արտահայտվել այնպես, ինչպես դա մարդիկ անում են իրական կյանքում: Մեջբերումներն ավելի հաճախ գործածվում են որպես լրագրային միջոցներ, ոչ թե պատմության սուբյեկտների և լսարանի միջև տեղի ունեցող ավելի խորը շփման մի մասնիկ: Մեկ այլ կարևոր գործոն է այն եղանակը, որը կիրառվում է հարցազրույցների հեռուստատեսային նկարահանման ժամանակ: Շատ դեպքերում անգամ մարդկանց արտաքինն է անիրական թվում, երբ նրանց նկարահանում են արհեստական տաղավարներում՝ կատարյալ լուսավորման պայմաններում, կամ ասենք՝ շինության առջև կանգնած ու միկրոֆոններով շրջապատված: Ստացվում է, որ նրանք գոյություն ունեն միայն արհեստական նորությունների աշխարհում, և ավելի շատ նմանվում են ծաղրապատկերի, քան՝ կերպարի:

²¹⁶ Boyd Huppert, News Lab retreat.

Էյ-Բի-Սի-ի «Նայթլայն» հաղորդաշարի հեղինակ Դեյվիդ Տուրիկանոն, որն ինքն է իր հաղորդումների համար նկարահանում, հարցազրույցներ վարում, հոդվածներ գրում և խմբագրում, մշտապես փորձում է իր գործող անձանց պատկերել այն տեսքով, որով նրանք հանդես են գալիս առօրյա կյանքում: Խանութպանները վաճառասեղանի հետևում են, առևտրային գործակալները՝ մեքենաներ վարելիս, գործարարները՝ հանդիպումների շտապելիս, սովորաբար՝ կադրի տևական նկարահանմամբ: Նրա սյուժեները կերպարների փոքրիկ վերլուծություններ են, որոնց ազդեցությամբ լսարանի դիրքորոշումը տվյալ խնդրի նկատմամբ փոփոխվում է, քանի որ միանգամայն անսպասելիորեն տեսանելի են դառնում իրական մարդիկ՝ գործարարներ, այլ ոչ այս կամ այն գաղափարի «քարոզիչներ» կամ որևէ «լոբբիի» ներկայացուցիչներ:

Փոխաբերության կամ թաքնված կառուցվածքի հայտնաբերումը յուրաքանչյուր հոդվածում: Թերևս, ամերիկացի լրագրողներից և ոչ մեկն այնքան հնարամիտ չի գտնվել կարևոր տեղեկատվությունը հետաքրքրաշարժ դարձնելու հարցում, որքան *Էյ-Բի-Սի Նյուս-ի* թղթակից Ռոբերտ Քրալվիչը:

Քրալվիչը նշում է, որ հետևյալ մեթոդն է օգտագործում. յուրաքանչյուր տեղեկատվության մեջ փորձում է գտնել այդ պատմությունը հիշարժան ու ճշմարտացի դարձնող թաքնված նյութը: Ասել է թե՛ խուսափում է բանաձևերից, ամեն մի պատմության նկատմամբ յուրահատուկ վերաբերմունք է դրսևորում և թույլ է տալիս, որ նյութն ինքը հուշի իր սեփական կառուցվածքի բանալին: «Իմ սյուժեներում ես շատ հաճախ եմ դիմում վերացականությանը, և դրանցում հարկ է լինում գտնել այն փոխաբերությունը, որը մարդիկ կհիշեն: Նման է վերարկու կախելու համար նախատեսված կեռիկին: Եթե այդ կեռիկը կա, ապա՝ «Դա կարծես այն երգող ճտերի մասին պատմությունն է, ճի՞շտ է: Ինչի՞ մասին եր խոսքը: Այո՛, հիշում եմ՝ տարադրամի արժեզրկման»:

Քրալվիչի փոխաբերությունները հաճախ շատ անսպասելի են: Ճապոնական տնտեսության դանդաղող զարգացման գաղափարն ընդգծելու նպատակով նա օգտագործում է տեսագրման դանդաղեցումը: *Millenium* [հազարամյակ] բառի գրության բարդությանն անդրադառնալիս՝ պատկերում է դպրոցի խստաբարո ուսուցչին, որը դանդաղորեն հեգում է այդ բառը:

Մեր օրինակների ցանկը դիպվածային է: Մենք այն ներկայացնում ենք սոսկ հուշելու, որ լրագրողները կարող են ավելին անել գաղափարների փորձարկման համար, ներկայացվող ամեն պատմություն եզակի ու յուրօրինակ համարել, ինչպես նաև դիմադրել բանաձևային մտածողությանը: Կարևոր է ըմբռնել, որ նշանակալի նյութը հետաքրքրաշարժ դարձնելը հիմնարար սկզբունք է և պահանջում է լրացուցիչ ջանքեր ու խորհրդածություն:

Շարադրանքը՝ ճշմարտության սպասավոր: Եվ վերջում՝ մի նախազգուշացում: Վերջին տարիներին խմբագիրներն սկսել են նկարագրական լրատվությունը դիտել որպես «սեփական վերաբերմունքն արտահայտող շարադրանք»: Խոսքն այնպիսի գրելաոճի մասին է, երբ նշմարելի են դառնում լրագրողի՝ բենական հուշարարության կարգով հնչող զգացմունքները կամ կարծիքը, ինչպես ասենք հետևյալ, ինքնահղում պարունակող տողերում. «Երբ թեկնածուն սկսեց իր ելույթը, լսելի դարձավ լրագրողների դժգոհությունը...»:

Որոշ դեպքերում կարող է ձևավորվել կայուն դիրքորոշում, որն ինքնըստինքյան դրսևորվում է լրագրողի՝ միմյանց հաջորդող հոդվածներում

կամ հաղորդումներում, անգամ եթե դրանց նյութը միանգամայն տարբեր է: Այդ դեպքում քաղաքական գործիչները հանդես են գալիս միմիայն իշխանության համար մղված պայքարի տեսանկյունից: Նյուտ Գինգրիչը թեթևակիորեն ցնորված է: Բիլ Բլինթոնը երբեք իր խոստումները չի կատարում: Ջորջ Բուշն անկեղծ չէ: Այս կարգի շարադրանքի յուրօրինակ փոխաբերականությունն այնքան զորեղ է, որ կարող է ստվերի տակ թողնել ճշմարտությունը:

Մեթոդները քննության առնելիս կարևոր է հիշել, որ ձևը երբեք չի կարող պայմանավորել նյութի բովանդակությունը, այսինքն՝ մեթոդները ոչ մի պարագայում չեն կարող փոփոխել փաստերը: Լրագրողների կողմից շարադրանքի այս կամ այն ձևի գործածումը պետք է մշտապես ղեկավարվի վերը քննարկված բարեխղճության և ճշմարտացիության սկզբունքներով: Անկախ ներկայացվող նյութի կոնկրետ ձևից՝ հարկ է մտապահել այդ նյութի առավելագույն գրավչության գրավականը՝ նրա ճշմարտացիությունը:

Այս բաժնում մենք քննարկեցինք հանրության ներգրավման հարցերը, սակայն չկա այնպիսի ոլորտ, որտեղ կիրառելի չլինի լրագրության նյութի թե՛ կարևոր, թե՛ հետաքրքրաշարժ լինելու պահանջը: Բազմաթիվ առումներով, այն պատմությունը, որը լսարանին օգնում է ըմբռնել, թե Բիլ Գեյթսի շուկայավարման ստրատեգիան ինչպես է ներագրում մարդկանց կյանքի վրա, նույնքան կարևոր է, որքան մեկ ուրիշը, որն անդրադառնում է նախագահական պաշտոնի հավակնորդի դիրքորոշմանը՝ Ինտերնետի կանոնակարգերի նկատմամբ: Քաղաքացիները կարող են այս սկզբունքի օգնությամբ գնահատել լրագրության ցանկացած ձևի արժեքը: Արդյո՞ք նրանք նշանակալից որևէ բան ստանում են խնդրո առարկայի մատուցման եղանակից: Հայտնի անձնավորության մասին պատմող ակնարկը, որից իմանում ենք այն մասին, թե ինչու են այս կամ այն տիպի ֆիլմեր նկարահանվում Հոլիվուդում, ավելի կարևոր է, քան բամբասանքի սարդոստայնի նմանվող պատումը նույն անձնավորության մասին:

Այսպիսով, ներգրավման ու բովանդակության կարևորության սկզբունքը կարող է պատշաճ ուղեցույց ծառայել կոնկրետ պատմությունների ստեղծման ու շարադրման համար: Իսկ հաջորդ գլխում այս սկզբունքը տեղափոխվում է ավելի լայն համատեքստ՝ ինչպե՞ս ենք որոշում, թե որ պատմությունները պետք է առաջին հերթին լուսաբանվեն:

9. ԼՐԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ԲԱԶՄԱԿՈՂՄԱՆԻՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՀԱՄԱՄԱՍՆՈՒԹՅԱՆ ՇՈՒՐՋ

Մասաչուսեթսի *Ռիսըրչ Բոնյունիքեյշնզ* ընկերության տնօրեն Վալերի Քրեյնը սիրում է անդրադառնալ ստորև ներկայացվող պատմությանն այն մասին, թե ինչպես պետք չէ ուսումնասիրել հեռուստատեսային կամ լրագրային լսարանները: Պատմությունը կաբելային հեռուստատեսության խոշոր ցանցի շուկայագիտական բաժնի ղեկավարի մասին է, որին դիմել էին երիտասարդ հեռուստադիտողների ֆոկուս (թիրախային) խմբերում մի շարք քննարկումներ անցկացնել հետևյալ հարցի շուրջ՝ «Ինչպիսի՞ն է լինելու երիտասարդ մարդկանց լսարանին առաջարկվելիք տեղեկատվական ծառայության հիմնական ուղղությունը»:

Հետազոտողի պատկերացմամբ, որպես ուսումնասիրության միջոցներ, նպատակահարմար կլիներ օգտագործել հարցումների արդյունքների վերլուծությունը, հոգեբանական առանձնահատկությունների արձանագրումը, ինչպես նաև ֆոկուս խմբերը՝ պարզելու համար մարդկանց արձագանքն այս այս կամ իրողությանը: Այդ նույն միջոցների օգտագործմամբ կարելի կլիներ ավելին իմանալ լրատվամիջոցի լսարանի ներկայացուցիչների կյանքի, ինչպես նաև այլևայլ ՁԼՄ-ներից օգտվելու կարգի մասին: Սակայն դրանք չէին կարող փոխարինել մասնագիտական եզրակացություններին կամ գոնե չպետք է օգտագործվեին այդ նպատակով:

Այդուհանդերձ, ղեկավարությունը պնդում էր հարցերի առաջադրման անհրաժեշտությունը, և պասսիվ հայեցողության դատապարտված հետազոտողը սոսկ դիտում էր, թե ինչպես է խմբային քննարկման վարողը հարց տալիս միակողմանի դիտապակու մյուս կողմում սեղանի շուրջ նստած պատանիներին և աղջիկներին. «Ինչպիսի՞ն է լինելու տեղեկատվական ծառայության հիմնական ուղղությունը»:

Ստացված պատասխանն ուղղակի հիացրեց դիտորդին. «Այսինքն՝ ի՞նչ ասել է թե՛ ինչպիսին է լինելու տեղեկատվական հիմնական ուղղությունը: Կարծում եմք, որ դու՛ք պետք է մեզ ասեք, թե այն ինչպիսին է լինելու»²¹⁷:

Եթե ներգրավման ու բովանդակության կարևորության սկզբունքը մեզ օգնում է պարզաբանել, թե լրագրողներն ինչպես կարող են ավելի արդյունավետ դարձնել հաղորդագրությունների և հոդվածների նկատմամբ իրենց մոտեցումները, ապա ստորև ներկայացվող սկզբունքը պարզաբանում է, թե ինչ նյութեր է պետք լուսաբանել:

Ի՞նչ է նորությունը: Ելնելով տարածության, ժամանակի և ռեսուրսների սահմանափակությունից՝ ի՞նչն է կարևոր, իսկ ի՞նչը՝ ոչ, ի՞նչը է պետք ներառել նյութի մեջ, և ի՞նչն է անտեղի: Ինտերնետային անժայրածիր հնարավորությունների պայմաններում ո՞ւմն է վերջին խոսքը:

Այս հարցերը հանգեցնում են թվով ութերորդ սկզբունքին, որի կիրառումը քաղաքացիներն ակնկալում են լրատվամիջոցներից.

**Լրագրողները պարտավոր են ապահովել լրատվության
համամասնությունն ու բազմակողմանիությունը:**

Ինչպե՞ս:

²¹⁷ Valerie Crane, interview by authr Rosenstiel, June 2000.

Հայտնագործությունների դարաշրջանում քարտեզագրությունը հավասարապես արվեստ և գիտություն էր համարվում: Այն մարդիկ, ովքեր մագաղաթի վրա կռացած գծագրում էին ընդարձակվող աշխարհի քարտեզը, կարողացել են բավական մեծ ճշգրտությամբ գծագրել Եվրոպան և նույնիսկ հարակից ծովերը: Այդուհանդերձ, երբ փորձում էին շարժվել դեպի արևմուտք, այսինքն՝ Նոր Աշխարհի այն տարածքները, որոնք բոցավառում էին մարդկանց երևակայությունը, ստիպված էին մեծամասամբ ենթադրությունների վրա հիմնվել: Ինչե՞ր կան այնտեղ: Ոսկու հանքե՞ր: Հավիտենական երիտասարդության աղբյուրնե՞ր: Գուցե աշխարհի ծա՞յրն էր այնտեղ: Դևե՞ր: Նրանց գծագրած հեռավոր մայրցամաքների չափերը մեկ ուռչում էին, մեկ փոքրանում՝ կախված նրանից, թե ովքեր էին, ըստ նրանց, գնելու այդ քարտեզները: Հեռավոր Խաղաղ օվկիանոսի հատվածում նկարում էին հրեշներ, վիշապներ կամ հսկա կետեր, ջանալով «լցնել» այն տեղերը, որոնց մասին ոչինչ չգիտեին: Որքան անհավատալի ու սարսափազդու էին նրանց պատկերած հրեշները, և որքան զարմանալի՝ ոսկու հանքերն ու տեղաբնակ հնդկացիները, այնքան ավելի մեծ էր քարտեզների վաճառքի, ինչպես նաև նրանց՝ որպես քարտեզագրողների, համբավի տարածման հավանականությունը: Սենսացիան նպաստում էր քարտեզների տարածմանը, թեև հետազոտության կամ իմացության համալրման իմաստով դրանք բավականին խղճուկ ուղեցույցներ էին:

Լրագրությունը մեր օրերի քարտեզագրությունն է: Այն քարտեզ է ստեղծում, որը պետք է քաղաքացիներին օգնի նավարկելու հասարակության «ծովում»: Հենց դրանում է կայանում նրա օգտակարությունը և գոյության տնտեսական հիմնավորումը:

Քարտեզագրության այս հասկացության օգնությամբ կարելի է պարզաբանել այն հարցը, թե ինչպիսի նյութեր լուսաբանելու համար է կոչված լրագրությունը: Ինչպես և ցանկացած քարտեզի դեպքում՝ լրագրության արժեքը կախված է նրա ամբողջականությունից և համամասնականությունից: Այն լրագրողները, ովքեր անհարկի ժամանակ ու տեղ են հատկացնում զգայացունց դատավարության կամ հանրահայտ անձնավորությանն առնչվող սկանդալային պատմության լուսաբանմանը, քաջ գիտակցելով դրա անիմաստությունը, բայց և տեղի տալով տվյալ նյութի իրացվելիության գաթակղղությանը, նման են այն քարտեզագրողներին, ովքեր Անգլիան կամ Իսպանիան Գրենլանդիայի մեծությամբ էին ներկայացնում լոկ այն պատճառով, որ դրանք հետաքրքրում էին բոլորին: Տնտեսական կարճաժամկետ իմաստ ունենալով հանդերձ՝ նման մոտեցումն ապակողմնորոշում է ճանապարհորդին և ի վերջո կործանում է մարդկանց հավատը քարտեզագրողի հանդեպ: Այն լրագրողը, որը գրում է «այն, ինչն իր հանոգմամբ ճշմարիտ է», առանց նախապես ստուգելու նյութի հիմնավորվածությունը, նմանվում է հին ժամանակների քարտեզագրող-նկարչին, որի երևակայության շնորհիվ Նոր Աշխարհի հեռավոր անկյուններում ժամանակին բյուր ծովահրեշներ են բնակվել: Լրագրության այն տեսակը, որն իր գործունեության ընթացքում այդ ծավալի ու որակի տեղեկատվական բացթողումներ է թույլ տալիս, նման է սխալ քարտեզի, որն ի գորու չէ ճանապարհորդին ցույց տալու նպատակին հասնելու բոլոր մյուս ուղիները:

Լրագրությունը քարտեզագրության հետ համեմատելով՝ կարող ենք տեսնել, թե որքան կարևոր են համամասնականությունն ու ամբողջականությունը ճշմարտացիության պահպանման համար: Եվ խոսքը միայն առանձին վերցրած հոդվածի կամ հաղորդման մասին չէ: Աղավաղում

պետք է համարվի այն առաջնորդող հողվածը կամ լրատվական հաղորդագրությունը, որը հետաքրքրաշարժ ու դյուրամարս լինելով, տրամաբանական սահմանմամբ որևէ նշանակալի բովանդակություն չի պարունակում:

Միևնույն ժամանակ, օրվա զեկուցագիրը, որը մատուցվում է անցողիկ փաստերի չոր ու ցամաք շարադրանքի տեսքով, առանց մարդկային ու թեթև երանգների, հավասարապես անընդունելի է:

Ակնհայտ է, որ տարածության և ռեսուրսների սղության պայմաններում լրագրողները չեն կարող լուսաբանել այն ամենն, ինչ կցանկանային: Կարող ենք, արդյոք, տեսնել ողջ համայնքն առանձին թերթի էջերում կամ հաղորդման մեջ: Կարող է յուրաքանչյուր անհատ ներկայացվել լրատվամիջոցներում: Արդյոք լրագրի առաջին էջում կամ հեռուստահաղորդման ներածական մասում հնարավոր է ներկայացնել այն ամենի տրամաբանական միաձուլումը, որը հետաքրքիր կամ կարևոր կհամարվեր մարդկանց մեծ մասի կողմից:

ԺՈՂՈՎՐԴԱԳՐԱԿԱՆ ՆՊԱՏԱԿՈՒՂՎԱԾՈՒԹՅԱՆ ԽԱՐՈՒՄԻԿՈՒԹՅՈՒՆԸ:

Քարտեզագրողի օրինակի հիման վրա կարող ենք ավելի լավ ըմբռնել նաև լրատվության բազմազանության հասկացությունը: Եթե լրագրությունը դիտենք որպես հանրային քարտեզագրություն, ապա լրագրային «քարտեզը» պետք է ներկայացնի մեր բոլոր համայնքներին վերաբերող նորությունները, ոչ թե սահմանափակվի ավելի մեծ գրավչություն ունեցող ժողովրդագրական հատվածներով կամ գովազդողներին գոհացնելով: Այլապես կստեղծվեն քարտեզներ, որոնցում ամբողջությամբ բացակայում են մի շարք տարածաշրջաններ:

Ցավոք, փորձը ցույց է տալիս, որ այս սկզբունքն ավելի մեծ դժվարությունների հետ է կապված: Ինչպես նշել ենք քաղաքացիական հավատարմությանը վերաբերող գլխում, 1980-ականներին լրագրերն սկսեցին իրենց ուշադրությունն ավելի մեծ չափով սևեռել բարեկեցիկ ընթերցողների վրա: Այս կապակցությամբ ծագում է համամասնականության համատեքստի փոքր-ինչ ավելի մանրամասն քննարկման անհրաժեշտություն: Նշված գործելակերպի համար գոյություն են ունեցել մի շարք պատճառներ: Քսանհինգ տարի շարունակ իրենց լսարաններն ու գովազդողներին տանուլ տալով հօգուտ հեռուստատեսության կամ այլ լրատվամիջոցների՝ լրագրերն այն եզրակացության հանգեցին, թե տեսագրման դարաշրջանում նրանց արտադրանքի շրջանառության ծավալները կառուցվածքային սահմանափակումների առջև են հայտնվել: Ըստ այդմ, լրագրերը որոշում ընդունեցին, ըստ որի պետք է դառնային շուկայական առանձնահատուկ խորշ լրացնող լրատվամիջոց, որը սպասարկելու է համեմատաբար ավելի բարձր կրթվածության մարդկանց: Երկրորդ կարևորագույն պատճառը կապված էր ծախսերի հետ: Լրագրերն ամեն մի համարը վնասով են վաճառում: Մեկ թերթի դիմաց վճարվող 25 ցենտը կամ նույնիսկ 1 դոլարը ծածկում է ամեն համարի ստեղծման, տպագրման և առաքման ծախսերի փոքր մասը միայն: Մնացածը հատուցվում է գովազդների տեղադրման վարձավճարների հաշվին: Լրագրի յուրաքանչյուր համար, որը վաճառվում էր գովազդողներին ներգրավելու հնարավորություն չունեցող ընթերցողներին, ըստ էության կորստաբեր էր:

Գովազդային գործակալություններն, իրենց հերթին, լրագրերը օգտագործելու մասին որոշումը կայացրեցին հիմնականում վերին խավի ընթերցողներին հասու դառնալու նպատակով: Իսկ բանվորական լսարանին

դիմելու համար նրանք մեծամասամբ օգտվում էին հիմնականում հեռուստատեսության և ռադիոյի ծառայություններից: Ժամանակի ընթացքում լրագրային բիզնեսի ստրատեգները փոփոխեցին իրենց դիրքորոշումը, համարելով, որ լրագրերը բարձրախավ լսարանին ի սպաս դնելը պայմանավորված էր ոչ թե անհրաժեշտությամբ, այլ նպատակահարմարությամբ: Լրագրի առանձին համարի ծախսերի և ամեն բաժանորդից ստացվող միջին եկամուտների հաշվարկը կարող էր արդարացնել հանուն տնտեսական արդյունավետության ողջ հանրությանն ընդգրկելուց հրաժարվելը: Որոշակի թաղամասերից ու շրջաններից ձերբազատվելով՝ լրագրերն այլևս ստիպված չէին լուրջ ներդրումներ կատարել դրանց վերաբերյալ տեղեկատվություն հավաքելու և տպագրելու համար:

Ավելի ու ավելի դժվար էր վիճարկել տնտեսագիտական փաստարկները, կամ նույնիսկ, հաշվի առնելով ընթերցողների լսարանի արտահոսքը դեպի հեռուստատեսություն, այն պնդումը, որ հիշյալ ընթերցողներն այլևս հետ չեն դառնալու: Այդ ուղղությանը դիմադրելը կնշանակեր հավատ ընծայել առ այն երկարաժամկետ ստրատեգիան, որին համամիտ չէին *Ուոլ Սթրիթ-ն* ու ավանդական լրագրության զորեղ ներկայացուցիչների մեծ մասը:

Հեռուստատեսությունն էլ համանման ուղի բռնեց, հատկապես այն բանից հետո, երբ ավելի մեծ թվով հեռուստակայաններ սկսեցին անդրադառնալ նորություններին՝ դրանով իսկ փոքրացնելով առանձին կայաններին հասանելիք եկամուտների մասնաբաժինը: Լարվածությունն ուժգնացվում էր այն փաստի բերումով, որ թե՛ հեռուստակայանները, թե՛ *Ուոլ Սթրիթ-ը* սովոր էին լրատվական հաղորդումների վիթխարի՝ ավելի քան 40% կազմող շահութաբերության: Նախկին եկամուտների մակարդակը պահպանելու նպատակով կայաններն անհավատալիորեն սակավաթիվ լրագրողներ էին պահում իրենց աշխատակազմում և նրանցից գրեթե յուրաքանչյուրից պահանջում էին օրական առնվազն մեկ հոդված կամ սյուժե²¹⁸: Ողջ համայնքին վերաբերող խնդիրների լուսաբանումն անհնարին դարձավ: Փոխարենը՝ նորություններն ուղղվեցին ամենացանկալի հատվածին՝ երիտասարդ կանանց:

Որոշ ժամանակ անց տեսանելի դարձան նպատակային ժողովրդագրական խմբերի սպասարկման տնտեսագիտական տրամաբանության բացթողումները: Սեկն այն էր, որ 1970-ականների վերջին տարիներից սկսած՝ անտեսվում էին այն նոր լսարանները, որոնք համալրված էին ներգաղթածների աճող և Ամերիկայի խոշոր քաղաքների ժողովրդագրական կազմը փոփոխող համայնքներից: Խոսքը բնակչության հենց այն հատվածի մասին է, որը դրանից հարյուր տարի առաջ դարձել էր լրագրության հաջողությունների հենքը: Փուլիցերը, Սկրիպսը և էժան մամուլի մյուս մագնատները ներգաղթած մարդկանց էին տեսնում որպես իրենց հիմնական լսարան: Լրագրերի լեզուն պարզ էր, ներգաղթողների համար հասկանալի: Խմբագրական էջերում հատուկ նրանց համար տպագրվում էին երկրի լիիրավ քաղաքացի դառնալու ուղենիշներ: Նոր ամերիկացիները սովորաբար ուշ երեկոյան, աշխատանքից հետո հավաքվում ու զրուցում էին լրագրերում լույս տեսած նյութերի շուրջ կամ միմյանց համար ընթերցում և ապա քննարկում էին օրվա լուրերը:

²¹⁸ Project for Excellence in Journalism, local TV project, 1999, in Columbia Journalism Review, “Quality Brings Higher Ratings, But Enterprise Is Disappearing” (November 1999).

Քանի որ 1880-ականներին և 1890-ականներին ներգաղթածները նկատելիորեն մերձեցել էին ամերիկյան հանրության կենսակերպին, թերթերն էլ սկսեցին փոխվել նրանց հետ միասին՝ դառնալով ավելի միջնադասային և ձեռք բերելով գրական ուղղվածություն: 1910 թվականի *Նյու Յորք Ուորլդ-ը* շատ ավելի լուրջ լրագիր էր, քան էր՝ դրանից քսան տարի առաջ:

Ութսուն տարի անց լրագրային ինդուստրիան, այժմ արդեն չափազանց մեծ կախման մեջ գտնվելով տնտեսական արդյունավետության խնդիրներից, չկամեցավ նույն կարգի ներդրում կատարել նորագույն ամերիկացիների շրջանում, ինչպես արել էր մեկ դար առաջ:

Եվ քանի որ լրագրությունը որոշում էր ընդունել իր ծառայություններն առաջարկել առավել շահութաբեր ժողովրդագրական հատվածին, նրա գործունեության շրջանակներից դուրս թողնվեցին նաև ամենաերիտասարդ ամերիկացիները: Տպագրվող հոդվածներն աչքի էին ընկնում երկարաշնչությամբ, բարդությամբ, հաճախ դրանք ըմբռնելու համար զգացվում էր համալսարանական կրթության անհրաժեշտություն: Մի շարք քննադատներ, այդ թվում, օրինակ, *Բրուքինգզ Ինսթիթյուն-ի* ներկայացուցիչ Ստիվըն Չեսը, սկսեցին խոսել այն մասին, որ լրագրողներն իրենց սեփական տեղեկատվական աղբյուրների համար են գրում²¹⁹: Չեռուստատեսության դեպքում, ուր շեշտադրվում էին հանցագործություններն ու նաև սադրիչ բանբասանքները, լրատվական թողարկումներն աստիճանաբար կորցրեցին այն որակը, որն ի մի էր բերում ընտանիքի անդամներին, վերածվելով մեկ այլ երևույթի, որից ծնողները ջանում էին հետ պահել իրենց երեխաներին²²⁰: Չանդես գալով հանուն տնտեսական արդյունավետության և շահութաբերության՝ մենք ոչինչ չարեցինք լրատվության պահանջ զգացող նոր սերնդի ձևավորման համար: Այսօր մեր երիտասարդությունն ակնհայտորեն ավելի քիչ է հետաքրքրություն կամ պահանջ ցուցաբերում լրատվության նկատմամբ, քան նախորդ սերունդները²²¹: Թեև մեղավորության ողջ ծանրությունը չի կարելի բարդել միայն լրատվական բիզնեսի ուսերին, սակայն փաստ է, որ նրա մշակած բիզնես ծրագիրը միայն նպաստեց լրատվության նկատմամբ անտարբեր սպառողների ստեղծմանը:

Բոլոր համայնքների հետ շփման մեջ մտնելու խնդիրն, անկասկած, ավելի դժվար էր լուծել 1990-ին, քան՝ 1890-ին: Լսարանի ժամանակի համար մղվող մրցույթն ավելի լարված էր, ավելի բազմազան էին մշակութային տարբերությունները, քան՝ մեկ դար առաջ, երբ ներգաղթողները հիմնականում եվրոպացի էին: Այդուհանդերձ, այժմ գոյություն ունեւր շատ ավելի մեծ թվով տեղեկատվական աղբյուրների ընտրանի, և լրատվական գործակալություններն այն սխալ եզրակացության հանգեցին, թե լրագրերից շրջված լսարանները հետ կդառնան, քանի որ արդեն «ամերիկանացած են»: Մայամիում *Չերալդը* չափազանց ուշ գիտակցեց, որ իր նախկին ընթերցողները չեն վերադառնալու *Չերալդ*, այլ հենց ինքը՝ *Չերալդ-ը*, պետք է փորձի նրանց մոտենալ: Արդյունքում՝ եղավ մի պահ, երբ թերթի վաճառքի ծավալները կտրուկ նվազեցին, որից պարզ դարձավ, որ փոխվել է բնակչության

²¹⁹ The Washington Reporters (Washington, D.C., Brookings Institution, 1981).

²²⁰ Տարբեր մարդիկ են անդրադարձել այս հարցին՝ ներառյալ սույն գրքի հեղինակները, տեղական լրատվական կազմակերպությունները, ֆոկուս խմբերի հեռուստադիտողները՝ տեղական հեռուստահաղորդողների հետ հանդիպումների ժամանակ:

²²¹ Pew Research Center for People and Press, “Internet Sapping Broadcast News Audience, Investors Now Go Online for Quotes, Advice” (11 June 2000).

ժողովրդագրական կազմը, և թերթն ինքը պետք է արձագանքի այդ փոփոխությանը: Լրագրի ավելի քան 435.000-ի հասնող շրջանառությունը (1984) կրճատվեց՝ 1999-ին հասնելով 357.000-ի: Խմբագրությունն սկսեց նոր քաղաքականություն իրականացնել. երևան եկան լրագրի տարատեսակներ, այդ թվում՝ *Էլ Նուեվո Չերալդ-ը*, *Ջուիշ* [իրեական] *Չերալդ-ը* և *Յո-Ս* (երիտասարդներին ուղղված ամսագիր): Չետաքրքրական է, որ դարավերջին *Չերալդ-ի* և *Էլ Նուեվո Չերալդ-ի* միացյալ շրջանառությունը կազմում էր 437.809, այսինքն ավելի մեծ էր, քան նախկին *Չերալդ-ի* հաջողության կիզակետում:

Հնարավոր է արդյոք, որ ամեն ինչ այլ կերպ ընթանար: Կարող էր լրագրությունը խուսափել ավելի լայն զանգվածների հետ այս խզումից և հաջողությամբ կապ հաստատել ամենատարբեր լսարանների, ինչպես նաև երիտասարդության հետ: Դժվար է միանշանակ պատասխանել այս հարցին: Սակայն, մինչ լրագրային ընկերություններն ընտրություն էին կատարում հոգուտ բնակչության էլիտար հատվածների և ծախսերի արդյունավետության, ինդուստրիան, որպես կանոն, նման փորձ չէր անում: Կամ էլ եթե անում էր, ինչպես Մայամիի դեպքում, ապա չափից ավելի ուշ: Քարտեզագրողի հասկացությունը հստակորեն վկայում է սխալմունքի մասին: Մենք քարտեզ կազմեցինք մի քանի տարածաշրջանների համար՝ անտեսելով մյուսները: Բնականաբար, այն մարդիկ, ովքեր իրենց բնակավայրերում գրկված էին նավարկելու հնարավորությունից, դադարեցին այդ մասին մտածել:

Ամբողջական համայնքներ անտեսած լրատվական թողարկումներն ու լրագրերը հիմնախնդիրներ ստեղծեցին նաև նրանց համար, ում նախընտրել էին սպասարկել: Նախևառաջ, վերջիններիս լրատվական իրազեկումն անբավարար էր, քանի որ միտումնավոր բաց էին թողնվում մյուս հատվածներին վերաբերող տեղեկությունները: Նշված հանգամանքը խոցելի էր դարձնում քաղաքացիներին՝ հիմքեր ստեղծելով արդի միտումների ու հենց իրենց կարիքների վերաբերյալ ոչ ծիշտ որոշումների կայացման համար: Վերջին հաշվով, այս ստրատեգիան վտանգում էր շահագրգիռ քաղաքացիների սուր պահանջ զգացող այս նոր կազմակերպությունը: Ըստ *Ուոլ Սթրիթ-ի* վերլուծող-մեկնաբան Ջոն Մորտոնի դիպուկ արտահայտության՝ մենք «իսպառ կերել ենք եգիպտացորենի մեր սերմնացուն»²²²:

Մի քանի ամբողջական համայնքներ դուրս թողնելու բացասական արդյունքներից մեկն էր նաև այն, որ լրագրությունը ստիպված էր տեղեկատվական անհարկի մանրամասներ առաջարկել իր սպասարկած «ընտրյալների» ժողովրդագրական հատվածին: Հողվածներն ավելի երկարեցին ու ծանրացան մանրամասներով, չնայած ուղղված էին բնակչության ավելի փոքր մասի: Որոշ դեպքերում օրաթերթերը հարյուրից ավելի էջ էին պարունակում. դրանք ընթերցելու համար մի ամբողջ օր էր պահանջվում: Հեռուստատեսությունում թիրախային գործունեությունը համանման հետևանքների էր հանգեցնում: Այսպես, ներկայումս տեղական հեռուստակայանով հեռարձակվող ամենօրյա առողջապահական ծրագրերն ավելի շատ շփոթմունք են առաջացնում հեռուստալսարանի շրջանում, քան՝ առողջապահական լրատվությունն ապահովում, քանի որ ձգտում են

²²² John Morton, “Whjen Newspapers Eat Their Seed Corn,” American Journalism Review, November 1995, 52.

լուսաբանել յուրաքանչյուր նոր բժշկական ուսումնասիրությունը, նույնիսկ եթե այն նախնական է:

Այս սխալ գործելակերպը գուցեև հնարավոր լինի շտկել: Սակայն լրագրությունը պետք է արագ կողմնորոշվի և ամենատարբեր համայնքներին իր ծառայություններն առաջարկելու ուղիներ գտնի, չմոռանալով, որ պարտավոր է ծառայել ողջ հանրությանն ընդհանրապես:

Փաստերը վկայում են, որ քաղաքացիները ևս համամիտ են գործելակերպի այդօրինակ շտկմանը: Տարիներ շարունակ, սկսած 1998-ից, *Լրագրության կատարելագործման ծրագրի* աշխատակիցներն ուսումնասիրել են, թե տեղական հեռուստատեսության լրատվության որ տեսակն է բարձր վարկանիշների արժանանում: Տեղական լրատվության դիզայներական խմբի պրոֆեսիոնալներն ամբողջ համայնքին վերաբերող խնդիրների լուսաբանումը նշել են որպես հեռուստատեսային լրատվական կայանի ամենամեծ պարտականություն: Նույն կարծիքն են արտահայտել նաև հարցված հեռուստադիտողները: Թեմաների առավել լայն տեսականի ներկայացնող կայաններն ավելի մեծ շանսեր ունեին բարձրացնելու կամ պահպանելու իրենց լսարանը, քան սահմանափակ, թիրախային ուղղվածություն ընտրածները²²³:

ՓՈԽԱԲԵՐՈՒԹՅԱՆ ՍԱՐՅԱՆԱՓՎԱԿՈՒՄՆԵՐԸ: Ինչպես և բոլոր փոխաբերությունների դեպքում, քարտեզագրման համեմատականն իր սահմանափակությունն ունի: Քարտեզագրումը գիտական հիմք ունի, լրագրությունը՝ ոչ: Քարտեզի հիման վրա կարելի է հաշվարկել այս կամ այն ճանապարհի ստույգ տեղակայումը և գնահատել ցանկացած երկրի կամ նույնիսկ օվկիանոսի ճշգրիտ չափերը: Լրատվական հաղորդագրության պարագծերը միանգամայն տարբեր են: Այն, ինչ մեծ նշանակություն ունի ոմանց համար, անկարևոր է մյուսների պարագայում:

Համամասնությունն ու բազմակողմանիությունը լրատվության մեջ սուբյեկտիվ հասկացություններ են: Այդուհանդերձ, նշված պարագծերի ոչ այնքան որոշակի լինելը չի նշանակում, թե դրանք պակաս կարևոր են, քան քարտեզային ճանապարհների ու գետերի ավելի օբյեկտիվ պարագծերը: Գիշտ հակառակը՝ նշված պարագծերի ապահովման ձգտումն էական նշանակություն ունի լրագրության ժողովրդականության, ինչպես նաև ֆինանսական բարօրության համար: Եվ անկախ այն հանգամանքից, որ համամասնությունն ու բազմակողմանիությունը սուբյեկտիվ հասկացություններ են, դրանց ապահովումը միանգամայն իրագործելի խնդիր է: Այս կամ այն նյութի կարևորության նկատմամբ քաղաքացու և լրագրողի դիրքորոշումներում հնարավոր են զգալի տարբերություններ: Սակայն քաղաքացիները կարող են ընդունել այդ տարբերությունները, եթե համոզված լինեն, որ լրագրողը փորձում է լրատվական իր դատողությունները ծառայեցնել ընթերցողների կարիքներին ու ցանկություններին: Քաղաքացիները պետք է վստահ լինեն, որ լրագրողի կատարած ընտրությունը շահադիտական չէ, այսինքն՝ այդ ընտրությունը պայմանավորված չէ լոկ կոմերցիոն նպատակներով և լրագրողի կողմից շողքորթության դրսևորում չէ: Էականն այն է, որ մարդկանց համար պակաս կարևոր են բոլոր այն դեպքերը, երբ լրագրողները սխալ են գործում կամ այդ սխալները հմտորեն շտկում են կամ էլ միշտ հանդես են գալիս

²²³ Project for Excellence in Journalism, local TV project.

պատշաճ նյութով: Վստահության ձևավորման հիմնական տարրը լրագրողի հստակորեն ընկալվող մղումներն են: Մարդիկ կատարելություն չեն ակնկալում: Փոխարենը՝ ակնկալում են բարի մտադրություններ, ինչպես արդեն նշել ենք քաղաքացիական հավատարմությունը քննարկելիս: Իսկ համամասնության ապահովմանը ձգտելով՝ լրագրողը դրսևորում է հանրության շահերը պաշտպանելու իր հանձնառությունը:

Ազնիվ մարդիկ կարող են չընդունել այս կամ այն նյութի կարևորությունը, սակայն թե՛ քաղաքացիները, թե՛ լրագրողները ճանաչում են չափազանցությունը: Նրանք գուցե համամիտ չլինեն, թե կոնկրետ որ պահին է չափն անցկացվում, բայց միշտ ընկալում են չափազանցության կամ նյութի անհարկի «գունազարդման» եղելությունը: Վերջին տարիներին ճշմարտացիության այդ սահմանագիծը խախտվում է վիատեցնող պարբերականությամբ:

ՉԱՓԱՋԱՆՑՈՒԹՅԱՆ ՄԻՏՈՒՄԸ: Այն ընթացքում, երբ լրատվամիջոցների կուլտուրան ենթարկվում է կտրուկ փոփոխությունների և ապակողմնորոշման, ի հայտ է գալիս չափազանցությունների և սենսացիոնության ոստայնն ընկնելու միտումը: Վերջինս կարելի է անվանել «մերկ մարմնի և կիթառի» սկզբունք:

Եթե հանդիսատեսի ուշադրությունը գրավելու խիստ կարիք էք զգում, կարող եք որևէ մարդաշատ փողոցի անկյունում ստրիպտիզ ցուցադրել ու մերկանալ: Ամենայն հավանականությամբ, նույնիսկ շտապող մարդկանցից շատերը կանգ կառնեն՝ տեսարանը դիտելու: Խնդիրն այն է, թե ինչպես պահել հավաքված մարդկանց ուշադրությունը: Ինչպե՞ս կարելի է խուսափել մարդկանց խռովելուց: Կա մեկ այլ տարբերակ: Ենթադրենք, թե նույն անկյունում կանգնում ու կիթառ էք նվագում: Առաջին օրը գուցե մի քանի մարդ լսի ձեզ: Թերևս ավելի շատ ունկնդիր ունենաք հաջորդ օրը: Կախված այն բանից, թե որքան լավ եք տիրապետում գործիքին, որքան բազմազան ու գրավիչ է ձեր նվագացանկը, ամեն օրվա հետ ձեր լսարանը կարող է աճել: Եթե իսկապես լավ եք կիթառ նվագում, ստիպված չէք լինի բավարարվել միմյանց փոխարինող մարդկանց լսարանով, այսինքն՝ մտածել, թե ինչպես կարելի է նոր մարդկանց ուշադրությունը գրավել, քանի որ հները, կրկնությունից ձանձրացած, հեռացել են:

Ահա այն ընտրությունը, որի առջև են հայտնվել լրատվամիջոցներն այն ժամանակահատվածում, երբ նոր տեխնոլոգիաներն անընդհատ ընդլայնում են իրենց գործունեության կետերի թիվը, և յուրաքանչյուր կազմակերպություն ստիպված է արձանագրել իր լսարանի կրճատման փաստը: Երբ ապագան աղոտ է, և պարզ չէ, թե որքան ժամանակ դեռ կհաջողվի մնալ տվյալ բիզնեսում, եթե միայն շատ արագ նոր լսարաններ չգոյանան, նշված մոտեցումներից ո՞րն էք ընտրելու: Լրատվական կազմակերպությունն ինչ-որ առումով պետք է գործի այս կամ այն հավատամքի կամ փիլիսոփայության համաձայն, քանի որ անցյալի մոդելները կարող են անօգուտ լինել ապագայում:

Լրատվական կազմակերպություններից մի քանիսը, նույնիսկ բավականին լուրջ փորձ ունեցողները, ընտրել են «մերկանալու» ուղին: Մասամբ դրա դրդապատճառն է հանդիսացել այն գաղափարը, թե նորությունները վերածվել են գերարտադրվող ապրանքի: Ինչպես Մասնագիտության խնդիրներով մտահոգված լրագրողների կոմիտեին

հայտնել է *Ուոլ Սթրիթ-ի* վերլուծող-մեկնաբան Ջեյմս Ս. Մարշ-կրտսերը. «Ներկայումս գործ ունենք լրատվական ծրագրերի անհարկի մեծ թվի հետ, ուր առաջարկը հստակորեն գերազանցում է պահանջարկը»²²⁴: Այս դեպքում էլ երևույթի մասնակի պատճառներից մեկն այն է, որ առաջնային հաղորդագրությունների ստեղծումը կապված է մեծ ծախսերի, թղթակիցների մի ամբողջ ցանցի, օպերատորական խմբերի և ողջ աշխարհում գործող գործակալությունների հետ:

Արդյունքում՝ լրատվական ցանցերն զգալիորեն շեղվել են ճշգրիտ լրատվության բիզնեսից: 1997-ի աշնանը *Լրագրության կատարելագործման ծրագրի* կողմից անցկացված ուսումնասիրությամբ հաստատվում է նաև այլ հետազոտությունների արդյունքը՝ ցանցային նորությունների աճն ապահովող արտոնյալ լրատվական ամսագրերն ակնհայտորեն անտեսում են նորությունները: Այս ծրագրերի խթանիչները նորությունների արժեքները չեն՝ բառի ավանդական իմաստով²²⁵:

Ամեն երեկո հեռարձակվող նորությունները նույնպես փոփոխել են իրենց ուղղվածությունը՝ քաղաքացիական ինստիտուտների գործունեությունից ծանրության կենտրոնը նկատելիորեն տեղափոխելով դեպի ժամանցի և հանրահայտ մարդկանց կյանքի ոլորտը²²⁶: 1999-ին, օրինակ, *Էյ-Բի-Սի-Ն* 10 տոկոսով կրճատեց իր լրատվական ծառայության թղթակիցների թիվը: Դուրս մնացածների մեծ մասը նեղ մասնագիտական ոլորտների լուսաբանման տարիների փորձ ունեցող լրագրողներ էին, այդ թվում՝ բժշկական թեմաներին անդրադարձող Ջորջ Սթրեյտը, արտասահմանյան թղթակից Ջիմ Լորին, կրթության հարցերով թղթակից Բեթ Նիսենը և Գերագույն դատարանին առնչվող լրատվությունն ապահովող Թիմ Օ'Բրայենը:

Միաժամանակ, հեռուստացանցը նոր պայմանագիր կնքեց նախկինում երկրի նախագահի օգնական, իսկ այժմ լրագրության ոլորտ մուտք գործած Ջորջ Ստեֆանոպուլոսի հետ, որն ըստ *Էյ-Բի-Սի Նյուս-ի* նախագահ Դեյվիդ Ուեստինի՝ «այժմ կայանում էր որպես լրագրող»²²⁷: Այլ կերպ ասած՝ այն լրագրողները, ովքեր լուսաբանում էին պետական գործակալությունների գործունեությունը, փոխարինվեցին մինչ այդ պետական պաշտոնյա հանդիսացող անձնավորությամբ, որն անշուշտ կարող էր իր տեսանկյունները ներկայացնել տեղի ունեցող երևույթների մասին:

Ինչպես նշում են ցանցային հեռուստատեսության որոշ ներկայացուցիչներ, այն դեպքում, երբ լուրերի հեռարձակման ստորաբաժանումները ողջ աշխարհի մասշտաբով հրատապ, ուշագրավ նորությունների լուսաբանումից հետզհետե հեռացել են, ժամանցային հաղորդումների ստորաբաժանումները «վերադասավորվել» են իրականությամբ թելադրված ծրագրերի ուղղությամբ: *Յոմիսայդ-ի* [Մարդասպանություն], *Լո ընդ Օրդըր-ի* [Օրենքներ և կարգեր] կարգի շուրջն են այժմ ձգտում են ստեղծել «գլխագրերից բխող» իմաստալից հաղորդաշարեր:

«Մենք հասել ենք այն կետին, ուր ժամանցային ստորաբաժանումները նորությունների շուրջ են կառուցվում, իսկ լրատվական ստորաբաժանումները

²²⁴ “Transformation of Network News,” *Neiman Reports*, special issue, summer 1999.

²²⁵ Project for Excellence in Journalism, “Changing Definitions of News: A Look at the Mainstream Press Over 20 Years,” (6 March 1998), 5.

²²⁶ Նույն տեղում:

²²⁷ Lloyd Grove, “The Reliable Source,” *Washington Post*, 17 June 1999.

ժամանցային բնույթ են ստացել», - նշում էր *Էյ-Բի-Սի Նյուս-ի* թղթակից Ռոբերտ Քրուլվիչը 2000 թ. գարնանը²²⁸:

Ընդամենը մի քանի ամսում մենք հայտնվեցինք մի իրավիճակում, երբ ցանցային ծրագրողները բեմականացնում էին «իրականությամբ թելադրված» ժամանցային շոուներ, ինչպիսին է 2000-ի ամռանը հեռարձակված *Սըրվայվր* [Գոյատևողը] հիթային հաղորդումը, ապա աստղերին որպես «հյուրեր» ներգրավում էին իրենց լրատվական հաղորդումներում՝ ինչպես ժամանցային, այնպես էլ լրատվական շոուների վարկանիշը կտրուկ բարձրացնելու նպատակով: Այսպես, *Սի-Բի-Էս-Մ* իր լրատվական բաժնի կողմից թողարկվող առավոտյան շոուի մի քանի խոշոր հատվածներ տրամադրել էր *Սըրվայվր-ի* գովազդման համար, ներառելով նախորդ գիշերը կղզուց ծով նետված մարդու հետ հարցազրույցները: Այդպիսով, կորպորացիայի ժամանցային բաժինը ներկայացնում է նորություններ, որոնք այնուհետև լուսաբանվում են լրատվական բաժնի կողմից: Չնայած *Էյ-Բի-Սի-ի Նայթլայն* ծրագրում աշխատող փորձառու և լուրջ լրագրողների, նորությունների բաժինների մեկնաբանների և հեռուստատեսային բոլոր երեք ցանցերի մի շարք հիանալի թղթակիցների առկայությանը, մեծանում է այն փաստերի թիվը, որոնք հիմնականում հաստատում են Քրուլվիչի կարծիքի ճշտությունը:

Երբ *Էյ-Բի-Սի Նյուս-ը* 2000 թվականի գարնանը կինոաստղ Լեոնարդո ԴիԿապրիոյին առաջարկեց հարցազրույց վարել նախագահ Բիլ Բլինթոնի հետ շրջակա միջավայրի պաշտպանության վերաբերյալ և հետագայում ժխտեց այն հանգամայնքը, որ նման որոշում էր ընդունվել աշխատակազմի անհամաձայնության պայմաններում, արդյունքում երևան եկած վերաբերմունքը ո՛չ թե բարկությունն էր լուրջ համարվող հեռուստացանցի անկում ապրած չափանիշների կապակցությամբ, այլ ծաղրն ու հեզմանքը՝ նորությունների բաժիններում ձևավորված մտածելակերպի քառսայնության նկատմամբ: *Էյ-Բի-Սի-ի* լրատվական ծառայության աշխատակիցներից մեկն այսպիսի բովանդակությամբ անանուն մամակ էր ուղարկել *Վաշինգտոն Փոստ-ին*. « Բոլորովին պարտադիր չէ լրագրող լինել՝ հեռուստատեսությամբ նման կոչման արժանանալու համար: Մեր վստահությունն ու ճանաչումը վայելող հեռուստատեսային դեմքերը, որոնք մեզ մատուցում են լրատվության մեր օրաբաժինը, ոչ այլ ինչ են, քան տարեկան մի քանի միլիոն եկամուտ ունեցող հանրահայտ անհատներ: Այստեղ կիրառվող լրագրության բնույթն, ըստ էության, ավելի քիչ է առնչվում քաղաքացիական պարտականությունների և հանրային պատասխանատվության բարձր նպատակներին, քան այն հարմար եղանակներին ու ձևերին, որոնց օգնությամբ կարելի է Տադանդն ի ցույց դնել բոլորին»²²⁹:

«Երևի թե ժամանակն է, որ հեռուստակայանները ձեռք քաշեն նորություններից և դրանք թողնեն կաբելային և տպագիր լրագրության իսկական պրոֆեսիոնալների հայեցողությանը, որոնք հավատարիմ են մնում իրենց գործի չափանիշներին», - գրել է Ռենդըլ Շոթենբերգը *Էդվորթսայզինգ Էյջ* [Գովազդի դարաշրջան] ամսագրում: Ինչպես նշում է *Նեշնլ Ջըրնլ-ի* թղթակից Ուիլյամ Փաուերը՝ «Արդեն շատ վաղուց հանրությունը հասկացել է, որ

²²⁸ Krulwich made this remark at a gathering on storytelling in Washington D. C., organized by News Lab, a television think tank, on 14 April 2000.

²²⁹ Howard Kurtz, “The Leo Interview: Why Hardly Anyone Cares,” Washington Post, 1 May 2000.

հեռուստացանցային նորություններն այլևս լուրջ նշանակություն չունեն, և դադարել է մտահոգվել այդ կապակցությամբ»:

ՇՈՒԿԱՅԱՎԱՐՈՒՄՆ ԸՆԴԴԵՄ ՇՈՒԿԱՅԱՎԱՐՄԱՆ: Ինչպե՞ս կարելի է դիմադրել սենսացիոնությանը և պահպանել լրատվության համամասնությունը: Ինչպես արդեն նշվել է, մենք չենք կարծում, որ հարցի լուծումը լրագրողին շուկայական իրականությունից մեկուսացնող պատճենի հետևում դնելն է: Պատասխանի կարևոր մասն է կազմում հանրության մշտապես փոփոխվող ճաշակների, պահանջմունքների և զարգացման ուղղությունների առավել լիարժեք ըմբռնումը:

Սակայն շուկայի ուսումնասիրության ամենատարածված ձևերի վրա հիմնված ժամանակակից դիրքորոշումները ոչ միշտ են հուսալի: Ավանդական շուկայական ուսումնասիրությունը սպառողներին առաջարկում է ընտրություն կատարել կանխատեսելի այլընտրանքային տարբերակների միջև: Այս մարզական կոշիկները նարնջագու՞լյն կնախընտրե՞իք, թե՞ երկնագույն: Ատամի մածուկը փափուկ շշո՞վ, թե՞ պարկուճով: Մածո՞ւկ, թե՞ գել:

«[Մարդիկ հակված են] ընտրություն կատարել տարբերակների սահմանափակ թվից: Դուք արդեն իսկ սահմանել եք կատարվելիք ընտրությունների շրջանակները», - ասում է *Փրինստոն Սըրվեյ Ռիսըրչ Ըսոշիիթս-ի* ներկայացուցիչ Լի են Բրեյդին: «Այնպես որ, նրանք իրականում ձեզ չեն ասում, թե ինչն է իրենց դուր գալիս: Նրանք հակված են արձագանքելու ձեր սահմանափակ տարբերակներին և ձեզ յուրօրինակ աստիճանակարգություն առաջարկելու»²³⁰:

Քննենք տիպական մի հարցում, 20 րոպե տևողությամբ, ասենք՝ 15 կամ 18 հարցերով: Սովորաբար այդ հարցերից միայն երկուսն են հարցվողին անկախ պատասխան տալու հնարավորություն ընձեռում: Մնացածը կամ կառուցվում են մի քանի տարբերակից ընտրություն կատարելու, կամ հարցման շրջանակներում ներկայացվող այս կամ այն պնդման հետ համաձայնելու հիման վրա:

Նորությունները հակադրվում են տարբերակների ստատիկ համակարգի քննությանն առնչվող ավանդական շուկայական ուսումնասիրության մեծ մասին, քանի որ փոփոխվում են ամեն նոր օրվա հետ:

Շուկայական ուսումնասիրության առավել էժան և տարածված ձևերից մեկը հանդիսացող ֆոկուս խմբերը թույլ են տալիս գործածել ավելի բաց, որոշակի պատասխաններ չպարտադրող հարցեր: Դրանք նաև մեծ ժողովրդականություն են վայելում, քանի որ լրագրողներին թույլ են տալիս դիտարկել իրենց արտադրանքի մասին զրուցող լսարաններին: Սակայն դրանք ևս չափազանց սահմանափակ են: «Ժամանակ առ ժամանակ ֆոկուս խմբում կարող է այնպիսի գաղափար կամ ձայն հնչել, որը երբեք ձեր մտքով անգամ չի անցել», - նշում է Բրեյդին: «Յետևաբար, դրանք կարող են շատ օգտակար լինել, եթե ելնում եք զրոյական մակարդակից»²³¹:

Յուրաքանչյուր ոք, ով վերլուծել է ֆոկուս խմբի աշխատանքը, կարող է հստակորեն տեսնել դրա՝ որպես լրատվության քննության միջոցի, սահմանափակությունը: Նախ՝ ֆոկուս խմբերի հիմքն այնքան էլ գիտական չէ: Ծայրաստիճան բարդ է ֆոկուս խումբը ներկայացուցչական դարձնել կամ

²³⁰ Lee Ann Brady, interview by author Rosenstiel, June 2000.

²³¹ Նույն տեղում:

կազմակերպել միմյանց լրացնող երկու ֆոկուս խմբեր՝ ի ապահովումն օբյեկտիվության հիմնական սահմանման: Մեկ-երկու անձանց միջամտությամբ քննարկումը կարող է շեղվել իր նյութից, ֆոկուս խմբի վարողը ևս անգիտակցաբար կարող է խումբը մղել դեպի նախապես սահմանված պատասխան:

Հավանաբար սա ամենակարևոր հանգամանքն է, որ մարդիկ մեծամասամբ ֆոկուս խմբերը չեն օգտագործում «բաց», կադապարներ չնախատեսող գաղափարների հետազոտման համար: Փոխարենը՝ նման ֆոկուս խմբերում հաճախ քննարկումներ են կազմակերպվում այն ենթադրությունների կամ տարբերակների փորձարկման համար, որոնք արդեն իսկ քննության են առնվել տվյալ կազմակերպության կողմից: «Ֆոկուս խմբերն ասպարեզ մտան այն գաղափարների խթանման նպատակով, որոնք այնուհետև պետք է զտվեին և պատշաճ մակարդակով անցկացվող ուսումնասիրության շրջանակներում քննության առնվեին, ապա կիրառվեին բնակչության ավելի մեծ հատվածների նկատմամբ», - նշել է լրատվամիջոցների փորձառու հետազոտող Լեո Բոգարտը: «Չկար որևէ ակնկալիք, որ ինչ-որ մեկը պետք է եզրակացությունների հանգի կամ ծրագրեր կազմի ընդամենը մի քանի մարդու ասածների հիման վրա»: Այսօր «դրանց օգտագործումը սխալ ճանապարհով է ընթանում»²³²:

Ավանդական շուկայական ուսումնասիրության վերը նշված կառուցվածքային սահմանափակության հետ մեկտեղ կարևոր է հաշվի առնել, որ լսարանները կարող են անգամ հստակ չգիտակցել, թե ինչու են նախապատվություն տալիս լրագրության այս կամ այն տեսակին: «Եթե դուք մարդկանց առաջարկում եք համեմատել ատամներ մաքրելու մածուկն ու գելը,- նշում է Լեոյի ՄըկԳիլը՝ *ԷՄ-Բի-Սի Նյուս-ի* նորությունների լսարանի հետազոտությունների նախկին ղեկավարը, - դա իհարկե ավելի կոնկրետ է, քան Թոմ Բրոքոյի կամ Փիտեր Ջենինգզի միջև եղած էական տարբերությունները պարզելու փորձը»: -*ԷՄ-Բի-Սի Նյուս-ում*, - շարունակում է ՄըկԳիլը,- ինքն էլ, իր գործընկերներն էլ լավ են յուրացրել նման կարգի երևակայական աշխատանքի նկատմամբ քննադատորեն վերաբերվելու կանոնը: «Մեզանում կատարվում էր թվային տվյալների առողջ տեսակավորում»²³³:

Շուկայական ուսումնասիրությունն առանձնապես արդյունավետ է, երբ հարկ է պարզել, թե որն է ամսագրերում հոդվածների կազմակերպման լավագույն եղանակը: *ԷՄ-Բի-Սի-Ն* հայտնագործել է, որ երեկոյան ժամը 11-ին հեռուստադիտողներին դեպի իր մասնաճյուղային գործակալություններն «ուղարկելու» ամենաճիշտ եղանակը հեռարձակման ավարտին տվյալ օրվա կամ շաբաթվա պատկերը ցույց տալն է: *Դեյթլայն-ը* իր նյութերն այնպիսի ժամանակային կառուցվածքով էր ներկայացնում, որ դրանց հեռարձակումը համընկնում էր մյուս ցանցերով հաղորդվող առևտրային գովազդի հետ: Ինչպես մեկնաբանում է ՄըկԳիլը՝ «Հաճախ դրա արդյունքում ունենում էինք վարկանիշի բարձրացում 2 միավորով, կամ՝ 1.8 միլիոն ընտանիքների ներգրավում: Շուրի մեծ մասի ընթացքում հասնում էինք 12 վարկանիշի և 14 կետի վարկանիշ էինք ապահովում մեր մասնաճյուղերին»:

²³² Leo Bogard, interview by author Rosenstiel, June 2000.

²³³ Larry McGill, interview by author Rosenstiel, June 2000.

Սակայն, երբ գործը հասնում է նորությունների բովանդակությանը, ինչպե՞ս պետք է գնահատենք այս կամ այն նյութի կապակցությամբ արձագանքը, որը մինչ այդ չենք կանխատեսել կամ հաշվի չենք առնել: Այդպիսին է հեռուստատեսային նորությունների փորձը: Այս լրատվամիջոցը բազում առիթներ է ունեցել հաջորդ օրվա՝ ռուսերի ճշտությամբ ներկայացվող զեկուցագրերի միջոցով պարզելու, թե մարդիկ ինչ են նախընտրում դիտել: Այն հնարավորություն ունի նաև իմանալու, թե առանձին հաղորդման որ պահին են հեռուստադիտողները փոխում տվյալ ալիքը: Այսպիսով, լրատվամիջոցն սկսել է փոփոխել լրատվական հաղորդումների պարագծերը՝ ձգտելով ընդլայնել յուրաքանչյուր հաղորդման լսարանի շրջանակները:

Այնուամենայնիվ, այս ստրատեգիան իրականում մեծ արդյունք չի ապահովել լսարանների խորացող կրճատումը կանխելու համար: Հեռուստացանցերի երեկոյան լուրերի ունկնդրումն ընտանիքներում 1980 թվականին գրանցված 75%-ից 1998-ին հասել է 47%-ի: 1990-ականների վերջին տեղական կայաններով հեռարձակվող նորությունների դիտումը ևս սկսեց կրճատվել, թեև կոնկրետ տվյալների հավաքագրման հնարավորություն չի եղել:

Տեղի ունեցածը թերևս կարելի է անվանել մարդկանց միայն մի մասի համար ցանկալի նորությունների տրամադրման պարադոքս:

«Լրատվական կազմակերպություններն ընկել են իրենց իսկ լարած թակարդը», - նշում է *Էն-Քի-Սի-ի* և մի շարք այլ լրատվամիջոցների հետ համագործակցած շուկայական հետազոտող Ջոն Քերիմ²³⁴: «Որոշ ժամանակ նրանք, հետևելով վարկանիշի տվյալներին, ավելի մեծ թվով նիշեր ստանալու համար նորանոր ջանքեր են գործադրել, ապա խճողվել են որոշակի ուղղվածության սյուժեների այդ հորձանուտում... Արդյունքում լրատվական ամբազրերն այժմ մնացել են ավելի տարեց, սենտիմենտալ, նորանոր սենսացիաներ ակնկալող լսարանի հույսին»: Իսկ ավելի լայն լսարանի մեծ մասը հեռացել է ասպարեզից: «Ինչ-որ իմաստով, հեռուստացանցի աշխատողներին հայտնի է նշված խնդիրը, սակայն նրանք չգիտեն, թե ինչպես կարելի է դուրս գալ ստեղծված իրավիճակից»²³⁵:

Իսկ ի՞նչ կլինի, եթե վերադառնանք «փոխկապակցված հանրության» գաղափարին կամ լրատվական այն հաղորդագրությանը, որը Ա.Ս. Ռոզենթալն իր *Նյու Յորք Թայմզ-ի* գործադիր խմբագիր եղած ժամանակ «նորությունների և տեղեկատվության շվեդական սեղան» էր անվանում: Կամ, ինչպես թերթի խմբագիր Դեյվ Բրոգինն էր արտահայտվում լրագրային էջի շարվածքի վերաբերյալ՝ «Եթե չկա մի հողված կամ պատմություն, որն ի գորու է լսարանի ավելի քան 15%-ին հատաքրքրելու, հարկ է ապահովել բավականաչափ պատմությունների առկայությունը, որպեսզի յուրաքանչյուր ոք ուզենա կարդալ դրանցից գոնե մեկը: Բովանդակության նմանատիպ ընտրության միջոցով լրատվական կազմակերպությունները կարող են ավելի վստահ լինել, որ իրենց հաղորդած նորությունները նաև համամասնական կլինեն»:

Նորից փորձենք անդրադառնալ քարտեզագրության համեմատականին: Եթե լրագրությունը մարդկանց տրամադրում է միայն այն տեղեկատվությունը, որն ստանալու ցանկությունը նրանց կողմից նախապես հայտնվել է,

²³⁴ John Carey, interview by author Rosenstiel, June 2000.

²³⁵ Նույն տեղում:

ստացվում է, որ նրանց իրազեկում ենք միայն համայնքի այն հատվածի վերաբերյալ, որին նրանք արդեն իսկ ծանոթ են:

Ուրեմն շուկայական ուսումնասիրության ո՞ր տեսակը կարող է նպատակահարմար ու արժեքավոր լինել: Լրագրողները, քաղաքացիները և հետազոտողները միասին հետևյալ պատասխանն են առաջարկում՝ այն ուսումնասիրությունը, որը խթանում է լրագրողների դատողություններն ու եզրահանգումները, այլ ոչ թե փոխարինում, անտեղի դարձնում դրանք: Այլ կերպ ասած՝ անհրաժեշտ է լրագրության շուկայի հետազոտման այնպիսի համակարգ ստեղծել, որը հնարավորություն կտա մարդկանց որպես քաղաքացիների ընկալելու և մեզ բուրդիս ավելի շատ բան պատմելու նրանց կյանքի մասին: Ինչպե՞ս եք ապրում: Ինչպե՞ս է անցնում ձեր օրը: Որքա՞ն ժամանակ է ձեզանից խլում աշխատանքի գնալ-գալը: Ի՞նչն է ձեզ մտահոգում: Ի՞նչ հույսեր և ի՞նչ երկյուղներ ունեք ձեր երեխաների առնչությամբ: Այսպիսի տարաբնույթ և բաց հարցերով պետք է ղեկավարվի ցանկացած շուկայական ուսումնասիրություն: Դրանց պատասխանները խմբագիրներին հնարավորություն կտան ընթանելու, թե ինչպիսին պիտի լինի լրատվության «փաթեթավորումը», որպեսզի համամասնորեն ու բազմակողմանիորեն համապատասխանի համայնքին և նրա պահանջումներին:

Այս կարգի ուսումնասիրություն է մշակում Վալերի Քրեյնը Մասաչուսեթսի *Ռիսորչ Բոնյունիքեշնգ* ընկերությունում: Քրեյնի հետազոտական աշխատանքն ընթանում է երկու հիմնական մոտեցումների դրսևորմամբ, որոնցից ոչ մեկն ավանդական չի կարելի համարել:

Առաջինը լուրջ, խորքային հարցազրույցների և ապա՝ ավելի լայնամասշտաբ հարցումների միջոցով փորձում է պարզել, թե մարդկանց հասնող նորությունները նրանց կենսական ո՞ր կարիքներն են բավարարում: Ըստ էության, սա նորությունների ֆունկցիային անդրադառնալու քանակական եղանակ է: «Որոշ մարդկանց համար սա նշանակում է՝ կապի հաստատում համայնքի հետ: Մյուսների համար՝ կյանքի որակի բարձրացում (ավելի առողջ, անվտանգ կամ հարմարավետ ապրելակերպ): Կամ՝ որոշում կայացնելու, ընտրություն կատարելու հնարավորություն: Կամ էլ՝ հանրային ճանաչման արժանանալու ձև», - ասում է Քրեյնը: «Նա քննարկման է ներկայացնում իր կողմից բացահայտված տասներկու տարբեր պահանջումներ, սակայն դրանց ծավալներն ու առաջնահերթությունը տարբեր են՝ կախված տվյալ համայնքից, ինչպես նաև լրագրության այն որակից, որն առկա է եղել տվյալ վայրում»²³⁶:

Քրեյնը ճիշտ է համարում ոչ թե այնպիսի հարցի առաջադրումը, թե որ թեմաներն են մարդկանց համար ավելի հետաքրքիր, այլ այն քանակական վերլուծությունը, որը հիմնված է մարդկանց կողմից լրատվական ծառայություններից օգտվելու պատճառների և մղումների վրա: «Չափից ավելի հազվադեպ են մարդիկ [լրատվական ընկերություններում] խորհում քաղաքացիների պահանջումների մասին», - այսպիսի կարծիք է հայտնում Քրեյնն իր հաճախորդների մասին:

Երկրորդ. Քրեյնը հետազոտում է, թե ինչպես են ապրում տվյալ համայնքի մարդիկ, օգտագործելով այն մոտեցման տարբերակը, որը երբեմն կոչում են ապրելակերպի և զարգացման միտումների հետազոտություն: Այս կարգի հետազոտությունը որպես կանոն բնակչության հատվածները խմբավորում է ոչ թե սոսկ ժողովրդագրական հատկանիշներից ելնելով, այլ՝

²³⁶ Crane, interview.

ըստ դիրքորոշումների և վարքագծի: Նրա ուսումնասիրության առարկաներ են դարձել թվով 15 տարբեր ոլորտներ, այդ թվում առողջապահությունը, կրոնը, աշխատանքային գործունեությունը, սպառողական և ընտանեկան հարաբերությունները, կրթությունը, ապա ի հայտ են բերվել տվյալ ոլորտի ու տեղանքի հիմնական խնդիրներն ու միտումները:

Ընդհանուր առմամբ նրա հետազոտությունը, որը միտված էր պարզելու, թե ինչու են մարդիկ օգտվում լրատվական ծառայություններից, և բացահայտելու նրանց կենցաղի խորքային հիմնախնդիրներն ու զարգացման միտումները, լրագրողներին ուղղություն է տալիս վերջիններիս մասնագիտական դատողությունների կիրառման կարգի վերաբերյալ: -Սակայն հետազոտությունը,- նշում է նա,- պետք է ոչ թե գրավի այդ դատողությունների տեղը, այլ լրացնի ու հարստացնի դրանք: Լրատվական բաժնի նախկին տնօրեն էլ Թոմպկինսը, որն այժմ հեռուստատեսային հեռարձակման դասընթաց է վարում Փոյնտեր ինստիտուտում, այն համոզումներն է հայտնել, որ Քրեյնի հետազոտությունը ցույց է տալիս լրագրողներին, թե «ինչպես են ապրում համայնքները, ում նկատմամբ են հավատարմություն դրսևորում. կարևորվում է ոչ թե այն, թե մարդիկ ինչ են նախընտրում դիտել, այլ դրա պատճառների վերհանումը²³⁷: Ըստ Թոմպկինսի՝ Քրեյնի աշխատանքը «ուղեցույց է ծառայում նորությունների մատուցման կարգի համար, սակայն չի սահմանում, թե ինչ հոդվածներով կամ հաղորդումներով պետք է հանդես գա լրագրողը»:

Օրինակ, չնայած հետազոտությունների մի մեծ մաս հաստատում է, որ մարդիկ քաղաքականություն չեն սիրում, Թոմպկինսը նշում է. «Քրեյնի ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ նրանց մտահոգում են իրենց համայնքին վերաբերող հարցերը, սակայն նրանք վստահություն չեն տածում քաղաքական ինստիտուտների նկատմամբ: ... Ոչ թե բուն թեման է, որ նրանց հոգնեցրել է, այլ այդ թեմայի նկատմամբ դրսևորվող մոտեցումները»:

Սկոտ Թալալը (*Ինսայթ Ռիսորչ*, Կալիֆոռնիա) հատուկ մեթոդների համակարգ է մշակել հեռախոսով հարցումներ անցկացնելու համար. այս դեպքում ավելի բաց հարցեր են առաջադրվում զրուցակիցներին, և ապա թվայնորեն ձայնագրվում է նրանց պատասխանը՝ հարցաշարերը գրավոր լրացնելու փոխարեն:

Գրեյսթուն Բոնյունիքեյշնգ-ի աշխատակից Ջոն Քերին զբաղվում է ազգագրական հետազոտությունների իրականացմամբ: Ազգագրությունը, որը մարդաբանության մի ճյուղ է, գործում է անմիջական, տեղերում իրականացվող դիտարկումների միջոցով: Քերին բառացիորեն այցելում է մարդկանց տները և որոշակի ժամանակ նրանց հետ անցկացնելով՝ դիտարկում է, թե ինչպես են նրանք փոխգործողության մեջ մտնում լրատվամիջոցների և տեխնոլոգիաների հետ: Նա մարդկանց տներում ներկա է գտնվել օրվա ընթացքում, նախաճաշին, ճաշին, վաղ առավոտյան, նույնիսկ՝ ուշ երեկոյան:

Քերիի աշխատանքի արդյունքում երևան եկած եզրակացությունները հեռուստատեսության մասին ավանդական պատկերացումներից շատերը շրջում են գլխիվայր: Այսպես, չնայած այն հանգամանքին, որ բազմաթիվ սոցիոլոգիական հետազոտություններ առաջ են քաշել մի շարք տեսաբանների կողմից «տեսողականի գերակայություն» կոչված հասկացությունը կամ այն դրույթը, համաձայն որի՝ հեռուստատեսությամբ ցուցադրվող պատկերներն

²³⁷ Al Tompkins, interview by author Rosenstiel, June 2000.

ավելի զորեղ են, քան խոսքը, Քերիի ուսումնասիրությունը վկայում է, որ «չատ հաճախ մարդիկ չեն դիտում, այլ սոսկ լսում են հեռուստատեսային նորությունները: Ձգալի թվով մարդիկ սովորություն ունեն թերթ կարդալ և միևնույն ժամանակ՝ հեռուստացույցի լրատվական ծրագիրը միացնել: Նրանք ուշադրություն են դարձնում հեռուստատեսային հաղորդմանը, երբ այնպիսի մի բան են լսում, որն ամենայն հավանականությամբ զուգորդված պիտի լինի կարևոր պատկերների հետ»: Տեղեկատվությունը խոսքով չամրապնդված պատկերների վերածելը մեծ սխալ կլիներ:

Քերիի ուսումնասիրությունը նաև առաջ է քաշում այն միտքը, որ կարևոր համարվող հաղորդագրության սպասման մեջ մարդկանց մի փոքր ավելի երկար պահելը միանգամայն հակադարձ ազդեցություն կարող է ունենալ: «Խորապես սխալվում են նրանք, ովքեր կարծում են, թե մարդիկ կարող են երկար ժամանակ հեռուստացույց դիտել: Մարդկանց սպասման մեջ պահելը մեծագույն սխալ է: Մարդիկ չեն սպասում»: Այս կարգի հաղորդագրությունները՝ «Արդյոք վաղն անձրևե՞լո՞ւ է: Դե, այս գիշեր ցուրտ է լինելու, իսկ յոթ ռոպեից Ջիմը կշարունակի եղանակի տեսությունը»՝ մարդկանց ամենայն հավանականությամբ կվանեն հեռուստատեսային էկրանից: Հիրավի, Քերիի դիտարկումները ցույց են տալիս, որ առևտրային գովազդների հայտնվելու պես՝ հեռուստադիտողների մեծ մասն անմիջապես փոխում է ալիքը²³⁸: Քերիի կարծիքով, նախընտրելի է մարդկանց ամենից շատ հուզող տեղեկատվությունը, ինչպիսին է, ասենք, եղանակի տեսությունը, ապահովել մշտապես, լրատվական ողջ հաղորդման ընթացքում, թեկուզ՝ լուսագրերի միջոցով»:

Հանգուցյալ Քերոլ Նիլանդը՝ Տեխասի Օսթին քաղաքի լրատվական բաժնի տնօրեն, որը հայտնի էր նաև որպես «ավանդական իմաստության» քննադատ, այդ մոտեցման կողմնակիցն էր: Նա եղանակի տեսությունը կրկնում էր ողջ լրատվության ընթացքում, ելնելով այն ենթադրությունից, որ մարդիկ միզուցե ողջ կես ժամվա ընթացքում չմնան էկրանի առջև, սակայն եթե հաջողվի ավելի մեծ թվով մարդկանց իրագեկել, ապա ժամանակի ընթացքում կձևավորվի առավել հավատարիմ և ընդարձակ մի լսարան:

«Կարծում են, ապագայում ստիպված կլինենք հրաժարվել երեսուն և վաթսուն ռոպե տևողությամբ հաղորդումներից», - առաջարկում է Քերին: «Կարելի է հինգ ռոպեանոց կրկնվող հաղորդումներ հեռարձակել», որոշ ժամերին՝ ավելի երկար սյուժեներով, ինչպես ռադիոյում, ուր վերջին լուրերն ու եղանակի տեսությունը կրկնվում են ամեն 8 կամ 12 ռոպեն մեկ, կամ Ազգային ռադիոյի հաղորդումներում, ուր սեղմ, վերնագրային լրատվությունն ու ավելի երկար մեկնաբանությունները միաձուլված են հանդես գալիս:

Այնուամենայնիվ, այս հասկացություններն առայժմ այնքան հեռու են ավանդական շուկայական հետազոտությունների շրջագծից կամ նույնիսկ՝ ավանդական ռեյտինգներից ու շրջանառության տվյալներից, որ գրեթե նշանակում են հետազոտության բնույթի ու լրագրության գործունեության ողջ փաթեթի վերաստեղծում:

Լրագրողներից շատերը դիմադրում են շուկայական հետազոտությունների անցկացմանը: «Այս դեպքում, ըստ իս, գործում է այսպես կոչված ոսկե լարի առասպելը», - ասում է Քրեյնը: Ձավեշտականն այն է, որ լրագրողները մարդկանց կյանքի դիտորդական հետազոտությունների իրականացման ավելի մեծ հմտություններով են օժտված, քան դա ընդունելի է

²³⁸ Carey, interview.

թվում բուն լրագրության համար: Դրա հետ մեկտեղ, լրագրողներն այդ անելու որևէ կարգ կամ ավանդույթ չեն մշակել: Առերևույթ, նույնիսկ խուսափում են նման փորձերից:

Եթե լրագրությունը մոլորության մեջ է հայտնվել, դրա պատճառը մեծապես թաքնված է մարդկային կյանքի համար նրա նշանակության կորստյան մեջ, ընդ որում խոսքը ոչ միայն ավանդական լսարանի, այլև գալիք սերնդի մասին է: Հուսանք՝ մեզ հաջողվեց ցույց տալ, որ լուրջ պատճառներից մեկն է նաև լրագրողների անվստահությունը լուրերի համամասնության ու բազմակողմանիության ապահովման սեփական կարողության նկատմամբ: Ինչպես և հնագույն քարտեզների դեպքում, երբ աշխարհի մեծ մասն անհայտության մեջ էր մնում, ժամանակակից լսարանները գործ ունեն մի լրագրության հետ, որը բաց է թողնում ոչ գրավիչ ժողովրդագրական խմբերի կամ թեմաների տեղը՝ դրանց լուսաբանումն իր ուժերից վեր համարելով:

Լուծումը չպետք է փնտրել այն հարթություն վերադառնալու մեջ, ուր լրագրությունը սոսկ բնագդաբար է գործում: Թերևս կարողացանք ներկայացնել այն նոր քարտեզագրողների խումբը, ովքեր ստանձնել են մերօրյա մարդկանց ապրելակերպի և լրատվությանը ներկայացվող պահանջների չափագրման մեթոդների մշակումը: Նրանք ապահովում են առավել կարևոր մեթոդներից մեկը, որն անհրաժեշտ է լրատվական կազմակերպության համար՝ ավելի համամասնական ու բազմակողմանի տեղեկատվություն տրամադրելու և լսարաններ ներգրավելու իմաստով: Մնում է, որ լրագրողները փորձեն այն կիրառել:

Գոյություն ունի ևս մեկ տարր, որը կապողակ է ծառայում բոլոր մյուսների համար: Խոսքը վերաբերում է այն ամենին, ինչ տեղի է ունենում հենց լրատվական սենյակի ներսում:

10. ԼՐԱԳՐՈՂՆԵՐԸ ԽՂԵԻ ՊԱՏԱՍԽԱՆԱՏՎՈՒԹՅՈՒՆ ԵՆ ԿՐՈՒՄ

Մեթ Սթորինը գիտեր, որ խնդիր ունի լուծելու: Մարդկանց դուր էր գալիս նրա թերթի էջերում քաղաքաշինական հարցեր մեկնաբանող թղթակիցը՝ վերջերս աշխատակազմին միացած մի երիտասարդ կին: Նրա նյութերն ուղղված էին քաղաքի միջին դասի սևամորթ ներկայացուցիչներին՝ մի համայնք, որին ներգրավելու իմաստով *Բոստոն Գլոբ-ը* վաղուց ի վեր դժվարություններ էր ունեցել: Չափազանց գեղեցիկ գրելաճ ուներ: Հրատարակված բանաստեղծությունների հեղինակ էր: Նրա աշխատանքում արտահայտվում էր լրագրողի խիզախությունն ու մոտեցումների իդեալիստական բնույթը: Նրա շնորհիվ լրագիրը ձեռք էր բերում նորանոր ընթերցողներ, ամրանում էր նրանց կապը թերթի հետ:

Խնդիրն այն էր, որ Փատրիշա Սմիթի հոդվածները երբեմն *չափից ավելի* լավն էին թվում:

Հաճախ այնպես էր ստացվում, որ նրա ստեղծած կերպարներն ասում էին շատ ճիշտ բաներ, այն էլ՝ ճիշտ ժամանակին: Նրանք ավելի շուտ փողոցային հռետորների տպավորություն էին թողնում, քան իրական մարդկանց: *Գլոբ-ի* գլխավոր խմբագիր Սթորինը կասկածում էր, որ այդ ամենն ինչ-որ չափով երևակայության արդյունք կարող է լինել: Եվ նրա կարծիքը կիսում էին խմբագիրներից և թղթակիցներից մի քանիսը:

Իրադրությունն իսկապես բարդ էր: Փատրիշա Սմիթն ամերիկյան լրագրության նորելուկ աստղ էր, մրցանակակիր. նրա երիտասարդ աֆրո-ամերիկյան ձայնն ավելի ու ավելի մեծ հնչեղություն էր ստանում: Դրությունն էլ ավելի էր բարդանում այն հանգամանքի բերումով, որ խմբագրության լրատվական սենյակի բազմաթիվ աշխատակիցներ տարիներ շարունակ կասկածանք էին ցուցաբերել մեկ այլ, նույնիսկ ավելի հայտնի թղթակցի՝ Մայք Բարնիկլի հանդեպ, համարելով, որ վերջինս էլ մեղքի բաժին ուներ այնպիսի նյութեր ստեղծելու հարցում, որոնք, ըստ լրագրողների հին ասույթի, չափից դուրս լավն էին ստուգման ենթակա լինելու համար: Սա նոր երևույթ չէր: Տասնամյակներ շարունակ քաղաքային թեմաների մեկնաբանությամբ հանդես եկող լրագրողները, որոնք խորամուխ էին լինում ամերիկյան քաղաքների բարերում, տաքսիներում և վաճառատներում ձևավորվող փիլիսոփայությանը, խոսում էին դրա նշանակալիության ու համոզչության մասին, մինչդեռ նրանց գործընկերներից շատերը համարում էին, որ թույլ է տրվում փաստերի գունազարդում և չափազանցում: Որոշ լրագրողներ նաև այն կարծիքն էին հայտնում, թե քաղաքային թղթակիցներն ինքնին մի ժանր են ստեղծել, որը միջանկյալ դիրք է զբաղեցնում լրագրության և նովելի միջև: Այս երևույթը տվյալ մասնագիտության բարձրաձայն չարտահայտվող մութ կողմերից մեկն էր:

Սթորինը զգում էր, որ հարկ է կարգուկանոն հաստատել: Նախևառաջ, քաղաքային թերթը կոչված էր փաստացի տվյալներ հրապարակելու: Գործի դրվեց հատուկ կանոնակարգ, ըստ որի բոլոր լրագրողների, հատկապես թեմատիկ թղթակիցների աշխատանքը ենթակա էր վերստուգման: Ապա, երբ կուտակվել էին բավականաչափ «կասկածելի» նմուշներ, նա Սմիթին տեղեկացրեց այն մասին, որ վերջինիս նյութերը վերանայվում են: Արդյունքում հաստատվեցին խմբագրի վատթարագույն ենթադրությունները: Սմիթն

ընդունեց այն փաստը, որ օգտագործում էր մտացածին, հորինված սյուժեներ: Յետագայում նա հանդես եկավ մի հոդվածով, ուր նշում էր, թե համոզված է եղել, որ ներկայացնում է ճշմարտությունը, սակայն մեկ այլ, ավելի խորքային հարթության վրա: Գեղարվեստական գրելաոճը, ըստ Սմիթի, պարզապես ճշմարտությունն ասելու մեկ այլ միջոց էր:

Ապա իրավիճակն էլ ավելի վատթարացավ: Անսպասելիորեն երևան եկան ռասայական խտրականության մեղադրանքներ, ճիշտ այնպես, ինչպես ենթադրում էին Սթորինն ու նրա աջակիցները: Ամմիջապես սկսեց հնչել՝ «Իսկ ինչո՞ւ նույնը չարվեց Բարնիկլի դեպքում» հարցը: «Արդյոք պատճառն այն չէ՞ր, որ նա սպիտակամորթ է»: Յաջորդած մի քանի ամիսների ընթացքում փորձության ենթարկվեց այն ամենն, ինչ առնչվում էր սկզբունքների, դեկավարման և շահութաբերության վերաբերյալ Սթորինի համոզմունքներին: Բացասական լիցք ունեցող այս համբավը, Սթորինի և մյուսների կարծիքով, ընթերցողների և բարկացած գովազդատուների հեռանալու հետևանքով կարող էր թերթին միլիոնավոր դոլարների կորուստ պատճառել: Բանը կարող էր հասնել անգամ Սթորինի պաշտոնանկությանը: Առավել մեծ սրությամբ դրվեց այն հարցը, թե՞ եթե Սթորինը չի հավատում այս ամենին, ապա ինչի՞ն է հավատում:

Այնուհետև *Գլոր-ը* սկսեց տարակուսել, որոշակի քայլեր ձեռնարկեց, ապա նորից սկսեց երկմտել: Ի վերջո և՛ Բարնիկլին, և՛ Սմիթին թույլ տրվեց ազատվել աշխատանքից: Սակայն գեթ մեկ քայլ անելը, անկախ այն երկմտանքից, որն առկա էր այդ քայլն անելիս, ավելի մեծ խիզախություն էր պահանջում, քան ոչինչ չանելը: Չտրորված արահետով միշտ էլ ավելի դժվար է անցնել:

Վերջին հաշվով, լրագրությունը կամքի դրսևորման եղանակ է:

Քանի որ գոյություն չունեն լրագրային օրենքներ, կանոնակարգումներ, արտոնագրում և պաշտոնապես հաստատված ինքնավերահսկման կանոններ, և քանի որ լրագրությունն իր բնույթի բերումով կարող է ոչ օբյեկտիվ լինել, վիթխարի նշանակություն է ստանում լրագրողական էթիկան և անհատ լրագրողի, ինչպես նաև առանձին լրատվական կազմակերպության վերաբերմունքը գործի նկատմամբ: Այս հանգամանքը մեծ դժվարությունների կհանգեցնեց ցանկացած մասնագիտության դեպքում: Սակայն լրագրության պարագայում պատասխանատվությունն էլ ավելի է մեծանում, եթե նկատի ունենանք լրագրողի դերը հանրության սպասարկման հարցում՝ գործունեության մի ոլորտ, որն արդարացնում է նրա միջամտության իրավունքը, ինչպես նաև լրագրության գործարարության ֆունկցիան, որը կոչված է ֆինանսավորելու այդ գործունեությունը: Վիճակը բարդանում է նաև այն պատճառով, որ նույնիսկ Ինտերնետի մեր դարաշրջանում լրագրողների ճնշող մեծամասնությունը մինչև օրս ընդգրկված է խմբիշխանական կառույցներում, քանի որ լիարժեք լրատվական կազմակերպության ստեղծումը հաճախ կապված է անհաղթահարելի ծախսերի հետ: Նման խմբիշխանությունների աստիճանակարգային կառուցվածքը սովորաբար ավելի է բարդացնում էթիկայի, խղճի հարցերին կամ վերացական այլ խնդիրներին անդրադառնալու և անհատ լրագրողների ձայնը լսելի դարձնելու փորձերը: Քանի դեռ ամեն քաղաքում կշարունակեն գործել ընդամենը 3-4 լրատվական հեռուստակայան և մեկ լրագիր, լրագրողական էթիկան պաշտպանելու համար մենք չենք կարող հույս դնել սոսկ շուկայական կարգավորման վրա:

Անկախ նրանից՝ գիտակցում ենք ասվածի կարևորությունը, թե ոչ, երբ ամեն բան արդեն ասված ու արված է, այս կամ այն ամսագիրը, հեռուստատեսային ծրագիրը, վեբ-սայթը կամ լրագիրն ընտրելիս մենք իրականում մեր ձայնն ենք տալիս այն լրագրողի իրավասությանը, ազնվությանն ու դիրքորոշմանը, որը պատրաստել է այն:

Արդյունքում հանգում ենք այն վերջին սկզբունքին, որն ըմբռնել են մերօրյա լրագրողներն իրենց աշխատանքի առնչությամբ և որը մենք՝ քաղաքացիներս, ընկալում ենք մեր լրատվամիջոցների ընտրությունը կատարելիս: Սա ներկայացված սկզբունքներից ամենավերացականն է, սակայն կապակցում է բոլոր մյուս սկզբունքները:

Լրագրողներն անձնական խղճի պատասխանատվություն են կրում:

Յուրաքանչյուր լրագրող, անկախ նրանից՝ լրատվական սենյակում է, թե քննարկումների դահլիճում, պարտավոր է ունենալ էթիկայի և պատասխանատվության անհատական զգացում կամ այլ կերպ ասած՝ բարոյական դիրքորոշում: Դեռ ավելին, լրագրողը պարտավոր է բարձրաձայն հնչեցնել սեփական խղճի ձայնը և նույն բանն անելու հնարավորությունն ընձեռել նաև մյուսներին:

Նշվածն ապահովելու իմաստով էական նշանակություն ունի բաց լրատվական սենյակի առկայությունը, որի միջոցով ի կատար են ածվում այս գրքում ներկայացված բոլոր սկզբունքները: Գոյություն ունեն բազմաթիվ խոչընդոտներ, որոնք դժվարացնում են այնպիսի լրատվության ապահովումը, որը հիրավի կարող է համարվել ճշգրիտ, արդարացի, հավասարակշռված, քաղաքացիների շահերին ուղղված, անկախ և խիզախ: Սակայն գործադրած ջանքերն ապարդյուն են անցնում, եթե բացակայում է բաց մթնոլորտը, որը մարդկանց հնարավորություն է տալիս կասկածի տակ առնել միմյանց ենթադրությունները, ընկալումներն ու նախապաշարմունքները: Մենք անհրաժեշտ ենք համարում, որ մեր լրագրողներն ազատ և նույնիսկ քաջալերված զգան՝ բացեիբաց արտահայտելու իրենց կարծիքը և, օրինակ, ասելու՝ «Ըստ իս, այս հոդվածի հիմնական միտքը ռասիստական հնչողություն ունի», կամ՝ «Շե՛ֆ, դուք սխալ որոշում ընդունելու շեմին եք»: Միայն այն լրատվական սենյակում կարող են նորությունները ճշգրտորեն կանխատեսել և արտացոլել ամերիկյան մշակույթի բազմազան ու տարատեսակ հեռանկարներն ու պահանջումները, որտեղ բոլորն անխտիր հնարավորություն ունեն ընդհանուր քննարկման առաջադրել իրենց բազմազան տեսակետները:

Պարզ ասած՝ լրատվական կազմակերպություններում աշխատող անձինք պետք է անձնական պատասխանատվություն ստանձնեն անհամաձայնությունն հայտնելու կամ կասկածի տակ առնելու խմբագիրների, սեփականատերերի, գովազդատուների, նույնիսկ՝ քաղաքացիների և պաշտոնական իշխանությունների դիրքորոշումները, եթե այդպես են պահանջում արդարությունն ու ճշմարտությունը:

Այս գրքում էթիկային վերաբերող առանձին բաժին չկա: Պատճառը հենց այն բարոյական չափորոշիչի, դատողությունների, երանգավորման, ճաշակի և բնավորության այն որակի մեջ է, որը մենք ընկալում ենք այս կամ այն ամսագիրը, լրատվական հաղորդումը կամ վեբ-սայթը նախընտրելիս: Էթիկան ներհյուսված է լրագրության բոլոր տարրերի մեջ, իսկ մենք՝ շարքային քաղաքացիներս, այն ավելի սուր ենք ընկալում, քան նույնիսկ լրագրողները,

որոնք երբեմն անջրպետում են էթիկան՝ դիտելով այն որպես մեկուսացված թեմա:

Չիկագոյի լրատվական հեռուստակայանի հաղորդավար Քերոլ Մարինը *Մասնագիտության խնդիրներով մտահոգված լրագրողների հանձնախմբի* անդրամիկ համաժողովում հանդես է եկել հետևյալ հայտարարությամբ. «Կարծում եմ, լրագրողն այն անձն է, ով հավատում է մի իրողության, որից շատերը կուզենային երես թեքել»²³⁹:

Այդուհանդերձ, սեփականատերերից էլ այս իմաստով շատ բան է պահանջվում: Լրատվական կազմակերպությունները և, որ նույնիսկ ավելի կարևոր է մերօրյա կոնգլոմերատային լրատվամիջոցների աշխարհում, նրանց հիմնադիր-ընկերությունները պետք է անհատական պատասխանատվության շեշտադրմանն ուղղված կուլտուրա ձևավորեն:

Կարևոր է նաև, որ ղեկավարները պատրաստակամություն դրսևորեն լսելու, ոչ թե սոսկ կառավարման հնարքների միջոցով մի կողմ դնելու ծագած հիմնահարցերն ու մտահոգությունները:

1993-ին, երբ *ԷՆ-Բի-Սի-ի* «Ղեյթլայն» ծրագիրը պատրաստում էր իր «Մոտալուտ պայթյուն» սյուժեն, անդրադառնալով այն փաստին, որ *Ջեներալ Մոթորզ-ի* բեռնատարների գազի բաքերը վթարների ժամանակ հակված են հրկիզվելու ու պայթելու, հաղորդավարն այդ առիթով իր մտահոգությունը պետք է հայտնե: Թեև թղթակից Միշել Գիլենը զուգահեռաբար ապահովել էր ավտովթարների փաստացի կադրերը, որոնք ներկայացնում էին հրկիզված մեքենայում փակված վարորդներին, նա քաջատեղյակ էր, որ *ԷՆ-Բի-Սի-ի* կողմից անցկացված տեսուերով այդ արդյունքները չէին հաստատվել: Ըստ այդ տեսուերի՝ նման դեպքերում ընդամենը մի փոքր բոց էր առաջանում, որը տևում էր սոսկ 15 վայրկյան, ապա կրակն ինքն իրեն հանգչում: Երբ Գիլենն իմացավ այն մասին, որ հեռուստացանցը պատրաստվում է անցկացնել լրացուցիչ տեսուեր, որոնք պետք է որ ավելի դրամատիկ լինեին, նա արեց մի բան, որը չէր արել տվյալ ծրագրում իր աշխատանքի նախորդ յոթ ամիսների ընթացքում: Նա այցելեց իր ղեկավար Ջեֆ Դայմոնդի տուն և հայտնեց իր մտավախությունները: Նա ցանկանում էր, որ նոր տեսուերը դադարեցվեն:

Դայմոնդը պատասխանեց, որ կարծում է, թե նոր նկարահանումները մեծ տպավորություն կգործեն և միայն կհարստացնեն հաղորդումը: Մի քանի օր շարունակ այս երկուսի միջև կրկին ու կրկին շոշափվում էր այս հարցը. ի վերջո Դայմոնդը հանդեպ Գիլենին՝ վերարտադրելու տեսուային վթարը, մանավանդ որ ծրագրի պրոդյուսերները վստահեցնում էին նրան, թե թղթակցի մտահոգությունները տեղ կգտնեն վերջնական հեռարձակման մեջ: Որոշեցին տեսուը «ոչ գիտական» պիտակել, ապա բոլոր եզրակացությունները թողնել փորձագետների իրավասությանը:

Այնուամենայնիվ, սյուժեում Գիլենի մտահոգություններն արտացոլված չէին: Չէին հիշատակվում կրակի բռնկման, տևողության և ինքնուրույնաբար հանգչելու մանրամասները: Այսպես թե այնպես, Գիլենը համաձայնեց ներկայացնել սյուժեն՝ հակառակ սեփական բնագղներին, քանի որ, ինչպես ինքն էր ասում՝ «մի պահ է գալիս, երբ պետք է հավատ ընծայես քո ղեկավարի հանդեպ, և եթե նա պնդում է, որ այսպես է ճիշտ, և ինքը պատասխանատու է թե՛ իմ շահերը, թե՛ ծրագրի շահերը լավագույնս պաշտպանելու համար, ապա

²³⁹ Carol Marin, CCJ Chicago forum, 6 November 1997.

ես պետք է հավատամ նրան»²⁴⁰: Գիլենը սխալվում էր, և մտացածին պայթյունների կապակցությամբ հեռարձակված մտահոգությունների արդյունքում *Էն-Քի-Սի Նյուս-ը* հայտնվեց իր պատմության մեջ ամենացածր հորիզոնականում:

Այս միջադեպը ցույց է տալիս, թե որքան նուրբ կարող է լինել բարոյական դիրքորոշում հասկացությունը: Խիղճը մեղմացման ու խլեցման ենթակա չէ, ինչպես դա տեղի ունեցավ «Դեյթլայն»-ի դեպքում: Այն հարկավոր է դասել ամենագնահատելի հատկությունների թվին: Խղճի պաշտպանության բեռը չպետք է ծանրանա միայն անհատի վրա, այլապես այն կարող է նահանջել ճիշտ այնպես, ինչպես նահանջեցին Գիլենի մղումները: Եթե Գիլենի առարկություններն արժանանային պատշաճ ուշադրության, *Էն-Քի-Սի Նյուս-ը* կխուսափեր այն տհաճություններից, որոնք ի վերջո հանգեցրին լրատվական բաժնի նախագահ Սայքլ Գարտների պաշտոնաթողությանը:

Այս պահանջի ներառումը լրագրության կերտման գործընթացներում մեկ այլ բնույթի լարվածություն է առաջացնում: Անհրաժեշտության բերումով, լրատվական սենյակները ժողովրդավարության նմուշներ չեն կարող ծառայել: Նրանք ավելի շատ հակված են գործելու որպես չկարգավորված բռնապետական օղակներ: Ամենավերին ղեկավարը ստիպված է ընդունել բոլոր վերջնական որոշումները՝ թողարկելով տվյալ սյուժեն, թե՞ հրաժարվել դրանից, պահպանելով նզովյալ մեջբերումը, թե՞ դուրս թողել այն: Լրատվական խոշոր կազմակերպությունները, ինչպիսիք են թերթերի մեծ մասը, ինտերնետային հրատարակիչները կամ հեռուստակայանները, պարզապես իրենց առջև դրված ժամկետների մեջ տեղավորվելու հնարավորություն չեն ունենա: Ասվածին ավելացնենք նաև ժամանակակից լրատվական սենյակներում նկատվող կորպորատիվ կուլտուրայի ձևավորման միտումը, քանի որ լրատվության գործարար և բուն տեղեկատվական կողմերն ավելի ու ավելի սերտորեն են համատեղվում թիմային շրջանակներում: Այս հանգամանքը որոշակիորեն հեշտացնում է գործունեության կառավարումը: Բայց լրատվական սենյակների այսօրինակ մոնոկուլտուրան հակասում է անհատի խղճի սկզբունքին, որից սերում են մյուս արժեքները՝ ճշգրտությունը, քաղաքացիների շահերի կարևորումը, ինչպես նաև ինտելեկտուալ բազմամշակութայնությունը, որն էական է մեր համայնքների կենսագործունեության լիարժեք լուսաբանման համար: Չարկ է, որ ոլորտի ղեկավարները, նույնիսկ այն դեպքում, երբ վերջին խոսքն իրենցն է, ըմբռնեն դոմենը բոլորի առջև բաց պահելու անհրաժեշտությունը: Ինչպես ասում է Բոբ Վուդվորդը, իր մասնագիտական կենսագրության ընթացքում ինքը մի բան լավ է յուրացրել. «Լավագույն լրագրությունը հաճախ ի հայտ է գալիս կառավարման օղակներին հակազդելու արդյունքում»²⁴¹:

Որոշ իմաստով մեներջերների խնդիրը պետք է լինի իրենց խոշոր և ավելի փոքր շահերի միջև եղած տարբերության ընկալումը: Գիշտ է, հանդարտ ու համասեռ լրատվական սենյակն ավելի դյուրին է կառավարել, սակայն լրատվական ընկերության առավել նշանակալի և վերացական շահերը պահանջում են այնպիսի կուլտուրայի առկայություն, որն ավելի բարդ է իր բնույթով: Լրատվական սենյակում անհատ լրագրողների խղճի ձայնը լսելի

²⁴⁰ Benjamin Weiser, “Does TV News Go Too Far? A Look Behind the Scenes at NBC’s Truck Crash Test,” *Washington Post*, 28 February 1993.

²⁴¹ Bob Woodward, Nieman Fellows seminar, Harvard University, fall 1998.

դարձնելը դժվարեցնում է թերթի գործունեության կազմակերպումը: Փոխարենը՝ ապահովվում է տեղեկատվության առավելագույն ճշգրտություն:

Բարոյական գիտակցության այս հասկացության նկատմամբ բազմաթիվ լրագրողներ, եթե չասենք՝ նրանց մեծ մասը, խորին հավատով են լցված:

«Յուրաքանչյուր լրագրող պետք է հաստատի իր սեփական կանոնները, իր չափանիշները և իր իսկ մասնագիտական կենսագրության մոդելը», - մեր հետազոտողներին հայտնել է Բիլ Քըրտիսը²⁴²:

Ստանձնելով լրատվամիջոցների գրաքննադատի մասնագիտությունը՝ Ջոն Կացը հստակորեն ըմբռնում էր վերը նշված մտքի արդարացիությունը, ընդ որում ոչ միայն լրագրողների, այլև ավելի մեծ չափով լրագրության քննադատության առնչությամբ: Կացն ուղղակի անհրաժեշտ համարեց էթիկայի իր անձնական կանոնակարգի մշակումը: «Կարծում եմ՝ անհրաժեշտ է սեփական աշխատանքը կազմակերպել բարոյական համատեքստում, եթե ցանկանում ենք, որ այն իսկապես իմաստավորված լինի: Ինչ էլ որ անելու լինենք, մեր աշխատանքը պետք է բարոյապես բավարարի մեզ», - նշել է նա մեր գործընկերների հետ զրույցում²⁴³:

Լրագրողների մեծ մասը շատ ավելի պարզ վերաբերմունք է դրսևորում խնդրի նկատմամբ, քան Կացը: Նրանք սոսկ համարում են, որ լրագրությունը բարոյական ակտ է, և գիտակցում են, որ իրենց ողջ փորձը և արժեքներն ուղղություն են տալիս այն ամենին, ինչ իրենք անում կամ չեն անում այս խնդրի առնչությամբ: «Իմ սեփական զգացողությունների և ստացած դաստիարակության ... նաև, ըստ երևույթին, իմ զգացմունքային և ինտելեկտուալ զարգացման բերումով տարիների ընթացքում ձևավորվել են մի շարք կայուն սկզբունքներ, որոնց հետ ես հաշվի եմ նստում մինչև օրս», - նշել է Թոմ Բրոքաուն մեր հետազոտողների հետ զրույցելիս²⁴⁴:

Բազմաթիվ լրագրողների համար այս բարոյական չափորոշիչը հատկապես մեծ նշանակություն ունի, քանի որ ինքնին հիմք է ծառայել այս մասնագիտությունն ընտրելու համար: Շատերն սկսել են հետաքրքրություն ցուցաբերել լրագրության նկատմամբ դեռևս վաղ տարիքում, հրապուրվելով նրա հիմնարար տարրերով, այսինքն՝ համակարգի անարդարության ու հնարավորությունների անհավասարության լուսաբանման, մարդկանց միջև շփում ստեղծելու, հանրության ձևավորման գաղափարներով: Հանրության և մանուկի հարցերով զբաղվող *Փյու Ռիսըրչ Սենթր-ի* հետ համատեղ անցկացված հարցման շրջանակներում այս գործոնների կարևորությունը վեր է դասվել լրագրության բոլոր մյուս հիմնարար գործոններից՝ գրեթե 2:1 հարաբերակցությամբ²⁴⁵: Կարճ ասած՝ լրագրությամբ գործնականորեն զբաղվողների համար այս մասնագիտությունը բարոյական նշանակալի կշիռ ունի:

Այսպես մտածող լրագրողները մեծապես կարևորում են իրենց զբաղմունքի բարոյական կողմը, քանի որ հենց այդ մոտեցումն է նրանց օգնում կողմնորոշվելու էթիկական կշիռ ունեցող որոշումների գորշ տարածություններում: Ինչպես մեզ հայտնել է Քերոլ Մարինը՝ «քանի որ նորություններին անմիջականորեն վերաբերող օրենքներ չկան, ... ստացվում

²⁴² Bill Kurtis, interview by William Damon, Howard Gardner, and Mihaly Csikszentmihalyi.

²⁴³ Jon Katz, interview by Damon et al.

²⁴⁴ Tom Brokaw, interview by Damon et al.

²⁴⁵ CCJ and the Pew Research Center for the People and the Press, “Striking the Balance: Audience Interests, Business Pressures and Journalists’ Values” (March 1999), 6.

է, որ դու ինքդ պետք է դառնաս քո գործունեության կողմնացույցը և սահմանես այս կամ այն քայլն անել-չանելու հարցը»²⁴⁶:

Երբ մենք հանդես ենք գալիս որպես լսարան, ուղղորդվում ենք այն որոշումներով, որոնք լրագրողներն ընդունում են այս կամ այն նյութը հաղորդելու, դրա հաղորդման եղանակների վերաբերյալ: Ելնելով դրդապատճառների բարդ զուգորդումից՝ մենք ղեկավարվում ենք նաև լրատվության նոր «փաթեթների» ընտրություն կատարելիս, սակայն բոլոր դեպքերում բարոյական արժեքներն այդ ընտրության պարտադիր մասն են կազմում: Մենք ձգտում ենք տեղեկատվություն ստանալ, սակայն այդ ընթացքում մեզ համար նույնքան կարևոր է համոզվել, որ գործ ունենք հիմնավորված, ազնիվ, հեղինակավոր լրատվության հետ, և որ լրագրողների մոտեցումները ձևավորվել են մեր շահերի պաշտպանության հենքի վրա:

Քննենք այն փորձառությունը, որը Մարինն ունեցել է Չիկագոյում:

1997-ի սկզբներին Մարինն աշխատում էր *Էն-Քի-Սի-ի* կողմից սեփականած ու ղեկավարվող *WMAQ* հեռուստակայանում, որպես նորությունների ծրագրի հաղորդավար: Նորությունների գծով պատասխանատու Ջոել Չիֆոլուդը տարված էր ժամը 18-ին եթեր տրվող նորությունների թողարկման վարկանիշը բարձրացնելու գաղափարով: Չիֆոլուդը, որի անունը ժամանակին հայտնի դարձավ Մայամիի *Ֆրես* մասնաճյուղը թիվ մեկ հեռուստակայան դարձնելու կապակցությամբ, ծրագրում էր նմանատիպ մի ձեռնարկում սկսել նաև Չիկագոյում: Մտածում էր նորությունների թողարկման ավարտին մեկնաբանություններով հանդես գալու համար ներգրավել Ջերի Սպրինգերին, որը ժամանակին Ցինցինաթի տխրահռչակ քաղաքագլուխն էր, իսկ այժմ զբաղվում էր թոք-շոուների կազմակերպմամբ: Սպրինգերը տեղացի էր: Նա արտասովոր սիրային եռանկյունիների և բուռն հակամարտությունների մասին պատմող իր հեռուստատեսային շոուները ձայնագրում էր անմիջապես *WMAQ*-ի տաղավարներում:

Երբ հայտարարվեցին Չիֆոլուդի ծրագրերը, *WMAQ* –ի աշխատակազմը լուրջ մտահոգությունների մեջ հայտնվեց: Ի՞նչ է՝ այսուհետ պետք է հոգեբանական ցնցումների շոունե՞ր հաղորդեն: Նրանք համարում էին, որ կարևոր գործ են անում, մի բան, որն ուղղված է հանրության շահերին: Ի վերջո, Մարինը վճռեց, որ հարկ է միջամտել: Նրա կարծիքով, *WMAQ* –ը գահավիժում էր անորակության անդունդը: Դեկավարության կողմից Մարինն արդեն մեկ անգամ հայտնվել էր փորձաշրջանում, քանի որ հրաժարվել էր առողջապահական նյութեր հաղորդելուց (նման պայմանավորվածություն էր ձեռք բերվել հեռուստակայանի և մի տեղական հիվանդանոցի միջև՝ գովազդային ժամանակ գնելու պայմանով): Իսկ հիմա՝ այս Սպրինգերը: Մարինը սեփական անձի վերաբերյալ պատրանքներ չունեց: Նա սուրբ չէր: Սակայն լրագրողներն ապրում ու մեռնում են հանուն էթիկական արժեքների նվիրյալներ համարվելու իրավունքի: Այդ համբավն է նրանց միակ հարստությունը: Մարինը որոշեց ազատվել աշխատանքից:

Երբ Մարինը հեռուստախցիկի առջև հայտարարեց իր որոշումը, սրահում հնչեցին նրա գործընկերների բուռն ծափահարությունները: Եվ այդ ամենը կարելի էր տեսնել կենդանի եթերում: Շատերն արտասվեցին: Բոլորի համար չափազանց մեծ նշանակություն ուներ այն փաստը, որ հանրային գործիչն ընդունակ է բարոյական նման դիրք բռնել սեփական աշխատանքի

²⁴⁶ Marin, CCJ Chicago forum.

առնչությամբ: Մարինը փոխադրվեց մեկ այլ հեռուստակայան, և նրա հեռանալուն զուգահեռ՝ *WMAQ* –ից հեռացան նաև մեծ թվով հեռուստադիտողներ:

Հետագայում Մարինը «խորապես ցնցված էր» հանրության արձագանքով, հատկապես «նամակների և էլեկտրոնային հաղորդագրությունների քանակով ու որակով: ... Մարդիկ երկար, իմաստալից նամակներ էին ուղարկում, և դրանցից շատերում շոշափվում էին երեք պարտադիր թեմաներ: Նրանք բացատրում էին իրենց վերաբերմունքը լրատվության նկատմամբ: ... Նրանք ներկայացնում էին իրենց ինքությունը ժողովրդագրական այս կամ այն խմբի տեսանկյունից: ... Նրանք մեկնաբանում էին բարոյական այն երկընտրանքը, որի առջև հայտնվել էին»:

«Բանն այն է, և ի դեպ, Չիկագոյում բնակվող իմ ծանոթ փաստաբանն էլ այդ կապակցությամբ ինձ հատուկ նամակ էր գրել, որ մեզանից յուրաքանչյուրն իր կյանքի ընթացքում հայտնվում է այսպես կոչված *Սպրինգերի որոշում* կայացնելու անհրաժեշտության առջև: Ես գրուցել եմ մասվածառների հետ, ովքեր չեն ցանկանում թերակշռել միսը, և նրանցից մեկի հետ, որին գործից ազատել եմ: Չրուցել եմ անշարժ գույքի բանկային գործակալի հետ, որը հրաժարվում էր Լեյք Ֆորեսթում անցկացվող հողատարածքի գնահատումների հովանավորությունից և արդյունքում զրկվել էր Չիկագոյի բանկերում ունեցած երկու խոշոր հաշիվներից»²⁴⁷:

Կամքի ու սկզբունքների խնդիրները, որոնք ծառանում են լրագրողների առջև, լրատվություն սպառողներին համար էլ խորթ չեն, և այս կամ այն լրագրողի ու նյութի արժանահավատության ու հուսալիության մասին մեր դատողությունների միջոցով մենք ձգտում ենք գտնել դրանց արտացոլումը:

Ազնվության կուլտուրան: «Խղճի թելադրանքով գործելու լրագրողների ունակությունը շատ ավելի կարևոր է, քան բոլոր այն սկզբունքները, որոնց նրանք հավատում են և որոնք ներմուծում են իրենց աշխատանքի մեջ», - Մասնագիտության խնդիրներով մտահոգված լրագրողների համաժողովում հայտնել է «Լրագրերի գիլդիայի» նախագահ Լինդա Ֆոլին: «Մեր գործունեության մեջ ավելի մեծ նշանակություն ունի արժանահավատությունը, քան օբյեկտիվությունը: ... Լրատվության մշակման սենյակում պետք է այնպիսի կուլտուրա հաստատվի, որը լրագրողներին ազատ և բաց քննարկումներ անցկացնելու հնարավորություն ընձեռի»²⁴⁸:

Դոնալդ Շրայվերը՝ Նյու Յորքի Աստվածաբանական միության ճեմարանի պատվավոր նախագահը, վերջերս խմբագրել է լրագրողական էթիկային վերաբերող չորս գիրք և հետևյալ միտքն է արտահայտել մասնավորապես Ֆլորիդայի *Փոյնթըր Ինսթիթյութ-ի* կողմից պատրաստված թեմատիկ ձեռնարկի կապակցությամբ. «*Փոյնթըրի* մշակած լրագրողական էթիկայի ամփոփագրի ամենաօգտակար հատվածը լուսաբանում է այն անցումը, որ տեղի է ունենում էթիկայի նկատմամբ «ստամոքսային արձագանքումից» դեպի կանոնների կիրառում և մտածողության, հիմնավորումների հասունություն: Այս աստիճանակարգության զագաթում իր տեղն է գտել նրանց այն պնդումը, ըստ որի «համագործակցությունն էական նշանակություն ունի»: Այսինքն՝ հարկ է հողվածը համաձայնեցնել ձեր գործընկերների հետ: Հաշվի առնելով

²⁴⁷ Նույն տեղում:

²⁴⁸ Linda Foley, CCI Ann Arbor forum, 2 February 1998.

ամենուրեք գործող վերջնաժամկետները և գրեթե բոլոր լրատվական սենյակների լրագրողների միջև ծավալվող մրցակցությունը, այս խորհուրդն իսկապես հազվագյուտ է: Այդուհանդերձ, եթե լրագրությունը քաղաքացիների միջև երկխոսությունն ծավալելու միջոց է, ապա կարծում եմ ճիշտ կլինի, եթե նման երկխոսությունն սկսվի հենց լրատվական սենյակից»²⁴⁹: Հետաքրքիր է այն, որ լրագրության պատմության մեջ ընդունված ամենավաղ ու ամենաբարդ որոշումներից մի քանիսը երևան են եկել հենց այն աղոտ համագործակցության շնորհիվ, որի մասին խոսում է Շրայվերը: Երբ Քետրին Գրեմը որոշում կայացրեց 1971-ին Պենտագոնի փաստաթղթերը հրապարակելու մասին, գործընթացը չափազանց մատչելի ու բաց էր: Գրեմը պետք է որոշեր, թե արդյո՞ք *Վաշինգտոն Փոստ-ը* պետք է իրավաբանորեն պատժելի ռիսկի դիմի՝ տպագրելով Պենտագոնի գաղտնի փաստաթղթերը, մանավանդ որ Արդարադատության դեպարտամենտն արդեն իսկ *Նյու Յորք Թայմզ-ի* դեմ հայց էր ներկայացրել դատարան՝ նմանատիպ փաստաթղթերի հրապարակումը կասեցնելու նպատակով: Ահա թե ինչպես է Գրեմն ինքը նկարագրում տվյալ իրադրությունն իր ինքնակենսագրական գրքում.

Բենը [Բրեդլի] իրեն այնպես էր զգում, կարծես ճզմված լիներ մի կողմից խմբագիրների և թղթակիցների, մյուս կողմից՝ իրավաբանների միջև: Առաջինները համերաշխ ճակատ էին կազմել ի պաշտպանություն *Թայմզ-ում* նշված փաստաթղթերի հրապարակման և հենց *Թայմզ-ի*, ելնելով մամուլի ազատության իրավունքից, իսկ իրավաբանները որոշակի պահից ի վեր սկսեցին փոխզիջումային տարբերակ առաջարկել, ըստ որի՝ *Վաշինգտոն Փոստ-ը* պետք է ձեռնպահ մնար փաստաթղթերն ուրբաթ օրվա համարում տպագրելուց, ապա տեղեկացներ գլխավոր դատավորին՝ դրանք գալիք կիրակի օրը հրապարակելու մտադրության մասին: Հովարդ Սայմընզը, հարյուր տոկոսով հրապարակման կողմ լինելով, լրագրողներին ժողովեց իրավաբանների հետ ուղղակի քննարկում անցկացնելու նպատակով:

[Դոն] Օբերդորֆերն այդ կապակցությամբ նշում էր, որ տվյալ փոխզիջումային նախաձեռնությունը «մինչև այժմ իմ հանդիպած գաղափարներից ամենագարշելին է»: [Չալմերզ] Ռոբերտսի կարծիքով, *Վաշինգտոն Փոստ-ը* դրանով իսկ կհայտնվեր գլխավոր դատավորի առջև «սողացողի դիրքում», իսկ այդ նյութերը տպագրելուց հրաժարվելով՝ ընդամենը երկու շաբաթով կհետաձգեր իր թոշակի անցնելը, հնարավորություն կստանար աշխատանքից ազատվել «սեփական ցանկությամբ» և թերթի վախկոտությանը վերաբերող մեղադրանքների տարափ կառաջացներ: Մյուրի Մարդերն ասում էր. «Եթե *Վաշինգտոն Փոստ-ը* չտպագրի այդ նյութերը, որպես կազմակերպություն այն կհայտնվի շատ ավելի վատ դրության մեջ, քան եթե ձեռնարկի այդ քայլը», քանի որ «լրագրի մասնագիտական հեղինակությունն ընդմիջտ կկործանվի անվճռականության այդօրինակ դրսևորման հետևանքով»: Իրավաբաններին հիշեցնելով փաստաթղթերը հրապարակելու վերաբերյալ [Դանիել] Էլսբերգին տրված խոստումը՝ [Բեն] Բադդիկյանն ասում էր. «Որևէ բան հրապարակելու իրավունքը հաստատելու միակ ուղին այն

²⁴⁹ Donald W. Shriver Jr., "Meaning from the Muddle," *Media Studies Journal*, spring/summer 1998, 138.

հրապարակելն է»: ... Ջին Փատերսոնը ... ինձ առաջին նախագուշացումը ներկայացրեց այն մասին, թե ինչպիսին կարող են լինել հետևանքները, ասելով, թե ես պարտավոր եմ ապացուցել նյութը տպագրելու որոշման իրավացիությունը, և որ ինքը «հուսով է, որ ես լիովին հասկանում եմ, որ «խաղաքարտին լրագրի ճակատագիրն է դրված»:

«Աստված իմ, մի՞թե կարծում եք, որ ամեն ինչ այդքան լուրջ ընթացք կարող է ստանալ», - հարցրեցի ես:
- Այո,- պատասխանեց Ջինը,- ինքը հենց այդպես էլ կարծում է:

... Վախեցած և լարված՝ շունչ քաշեցի ու ասացի. «Թող այդպես լինի: Արի անենք այդ: Արի տպագրենք այդ նյութը»²⁵⁰:

Ինչպես դրանից տասնյոթ տարի անց գրում էր *Նյու Յորք Թայմզ-ի* խմբագրության հոդվածագիր Էնտոնի Լյուիսը.

«Չետագայում այս դրվագը բազմիցս ուսումնասիրվում էր, և ինչպես իրավունքի տեսությանն առնչվող մի հոդվածում նշել են Կոլումբիայի համալսարանի Իրավաբանական դպրոցի դասախոսներ Չարոլդ Էդգարն ու Բեննո Շմիդտ-կրտսերը, այն նշանավորել է ամերիկյան լրագրության «մի ամբողջ դարաշրջանի ավարտը».: Ըստ նրանց՝ դա մի դարաշրջան էր, ուր նկատվում էին «քաղաքական գործիչների և մամուլի միջև ձևավորված սիմբիոտիկ փոխհարաբերություններ».: Սակայն այժմ, Վիետնամի պատերազմին վերաբերող գաղտնի նյութերը տպագրելով, պաշտոնական թերթերը «ցույց են տվել, որ մամուլի մեծ մասն այլևս չի կամենում հանդես գալ սոսկ որպես [կառավարական օղակների] դիպվածային քննադատություն հնչեցնող գործընկեր, որն ընդհանուր նպատակների նվիրյալը լինելով, հարկ եղած դեպքում պետք է վերածվի ընդդիմախոսի»:

Պենտագոնյան փաստաթղթերի հրապարակումից մեկ տարի անց *Վաշինգտոն Փոստ-ը* ստանձնեց *Ուոթըրգեյթի* լրագրողական հետաքննությունը²⁵¹:

Ինտելլեկտուալ բազմամշակութայնությունն իրական նպատակ է: Լրատվական սենյակում ծավալվող բաց երկխոսության գաղափարն ընկած է այն ամենի հիմքում, ինչը լրատվության որակով մտահոգված հանրության ավելի ու ավելի մեծ հատվածներ բազմամշակութայնության խնդրի և համամասնական լրագրության առանցքային տարր են համարում:

«Արդյոք գոյություն ունի՞ լրատվական սենյակի կուլտուրա», - այսպիսի հարց առաջադրեց *Էյ-Բի-Սի-ի* լրագրող Չարլզ Գիբսոնը *Մասնագիտության խնդիրներով մտահոգված լրագրողների հանձնախմբի* համաժողովներից մեկի ժամանակ: «Դուք մեկմեկու բարդ խնդիրներ առաջադրո՞ւմ եք, զրուցո՞ւմ եք միմյանց հետ, փոխադարձ ճնշում գործադրո՞ւմ եք»²⁵²:

²⁵⁰ Katharine Graham, *Personal History* (New York: Alfred A. Knopf, 1997), 449.

²⁵¹ Anthony Lewis, Eleventh Annual Frank E. Gannett Lecture, Capitol Hilton Hotel, Washington D.C., 28 November 1988.

²⁵² Charles Gibson, CCI Ann Arbor forum, 2 February 1998.

«Ես ձեզ կպատմեմ, թե ինչպես է ամեն ինչ տեղի ունենում իմ լրատվական սենյակի քրիստոնյաների դեպքում», - պատասխանել է *Դետրոյտ Ֆրի Պրես-ի* ներկայացուցիչ և Փուլիցերյան մրցանակակիր Դեյվիդ Էշլենֆելդերը, որը քրիստոնյա է և Դետրոյտի արվարձանում գործող և շաբաթաթերթ թողարկող աստվածաշնչյան ուսումնասիրությունների մի խոշոր խմբի անդամ: «Նրանք չեն խոսում միմյանց հետ: Վախենում են ծաղրի ենթարկվելուց: Բայց նրանք կան, և ես գիտեմ նրանցից շատերին: Մենք մի տեսակ ընդհատակյա կյանք ենք վարում, խոսում ենք միմյանց հետ և այդ շփումը պահպանում ենք մեր ներսում: Այս վերջերս, սակայն, մեզ ավելի ու ավելի է հուզում այն հարցը, թե ինչու ենք սահմանափակվում միայն մեր նեղ շրջանակում ծավալվող խոսակցություններով»²⁵³:

Ավանդաբար, լրատվական սենյակի բազմամշակութայնության գաղափարը մեծամասամբ սահմանվել է ազգային, ռասայական և սեռական ներկայացուցչականությանը վերաբերող թվային տվյալների ապահովման հարթության վրա: Լրատվական ինդուստրիան զգալի ուշացումով է ըմբռնել այն փաստը, որ լրատվական սենյակները պետք է առավելագույնս մոտենան լայն հանրության մեջ նկատվող ավանդույթներին և կազմին: Այսպես, Լրատվության խմբագիրների ամերիկյան ընկերությունը 1978 թվականին պաշտոնապես հայտարարեց, որ ամերիկյան լրագրերում աշխատող փոքրամասնությունների թվաքանակը պետք է արտացոլի ընդհանուր բնակչության համապատասխան տոկոսային հարաբերակցությունը՝ մի նպատակ, որն այժմ էլ չի իրականացվել: Այս կարգի նպատակները, ինչպես նաև դրանց իրականացման ձախողումը, կարևոր նշանակություն ունեն: Հարաբերակցային տվյալներն արդարության սկզբունքի դրսևորումներ են, ինչպես նաև անհրաժեշտ քայլ՝ դեպի որակյալ լրագրությունը, ուրեմն և քաղաքացիական գիտակցությունն ու համընդհանուր ժողովրդավարության հաստատումը²⁵⁴:

Անհատի խղճի ավելի լայն համատեքստում խնդիրը քննելիս, սակայն, բազմամշակութայնության այս ավանդական սահմանումը չափազանց սահմանափակ է: Այն պարունակում է միջոցն ու նպատակը շփոթելու վտանգներ: Փոքրամասնությունների ավելի մեծ թվով ներկայացուցիչներ լրատվական բաժնում ներգրավելը բազմամշակութայնության թիրախային միջոցն է, ոչ թե նրա ընդհանուր նպատակը: Իսկ ընդհանուր նպատակը շատ ավելի ճշգրիտ ու արդարացի լրատվական կազմակերպության ձևավորումն է: Ազգային, սեռական և ռասայական ներգրավման տվյալները դրան հասնելու եղանակներ են: Բայց դրանք ինքնին ոչ մի արդյունքի չեն հանգեցնի, եթե ներգրավումից հետո էլ լրատվական սենյակում տիրող մթնոլորտը նրանց պարտադրի թելադրվող որոշակի մտածելակերպի հետևել: Տեղական լրագիրը կամ հեռուստակայանը կարող է, ինչպես նախագահ Բիլ Բլինթոնն էր սիրում կրկնել, «Ամերիկայի տեսքն ընդունել», սակայն այն չի ներառի հանրության մտածելակերպը, հետևաբար չի ըմբռնի նրա խնդիրներն ու չի էլ կարողանա դրանք լուսաբանել:

Բազմամշակութայնության գերագույն նպատակը պետք է համարել ոչ միայն համայնքի նմանությամբ կերտված լրատվական ծառայության գոյությունը, այլ դրանում բազմամշակութայնության դրսևորման համար

²⁵³ David Ashenfelder, CCJ Ann Arbor forum, 2 February 1998.

²⁵⁴ American Society of Newspaper Editors, "1999 Newsroom Census: Minority Employment Inches Up at Daily Newspapers."

նպաստավոր, բաց ու ազնիվ մթնոլորտի ապահովումը: Խոսքն այստեղ չպետք է լինի ռասայական կամ սեռական բազմազանության մասին: Ոչ էլ՝ գաղափարախոսական կամ թվային-հարաբերակցային տարատեսակության: Հարկ է ապահովել այն, ինչ մենք *ինտելեկտուալ բազմամշակութայնություն* ենք կոչում. հենց սա է երաշխավորում բոլոր մյուս տարատեսակները և իմաստավորում դրանք:

Մեծանում է այն մարդկանց թիվը, ովքեր բազմամշակութայնության համար պայքարելով, գալիս են հենց այս կարգի եզրահանգումների: «Շատ հաճախ մենք բազմամշակութայնությունը սահմանել ենք ... սեռերի և գենետիկական այլ տվյալների տիրույթներում, այսինքն՝ համարելով, որ մարդիկ ոչ մեծ արտաքին տարբերություններ ունեն, սակայն ըստ էության նույն կերպ են մտածում», - նշում է Մերսեդես դե Ուրիարտեն, որը լրագրություն է դասավանդում Տեխասի համալսարանում: «Այդ կապակցությամբ մենք հղումներ ենք կատարում այն աղբյուրներին, որոնք իրենց հերթին արձագանքի նման կրկնում են այն մտքերը, որոնք մեզ ավելի դյուրին և հաճելի է լսել, քանի որ չափազանց նեղանում են երկու կողմերի բանավեճի շրջանակները»:

-Սակայն,- նշում է դե Ուրիարտեն, «ինտելեկտուալ բազմամշակութայնությունն է, որն առայսօր դժվարանում ենք ընդգրկել նորություններում: Ինտելեկտուալ բազմամշակութայնությունն ըստ ամերիկյան մշակույթի գիտնականների՝ այն հասկացությունն է, որն ամերիկացիների համար առավել դժվար է ընդունել»²⁵⁵:

Ցավոք սրտի, ինտելեկտուալ բազմամշակութայնության այս հասկացությունը դժվար են ըմբռնում նաև մեներգները: Մի շարք հանգամանքների բերումով՝ ակնհայտ է այնպիսի լրատվական սենյակների կազմավորման միտումը, որոնցում մտածողությունը համապատասխանեցվում է դեկավարի դիրքորոշումներին:

Անհատի խղճի դեմ ուղղված ճնշումը: Գոյություն ունեն զանազան գործոններ, որոնց ազդեցության ներքո լրատվական սենյակներն ավելի ու ավելի համասեռ են դառնում: Դրանցից մեկն, օրինակ, մարդու էությունն է: «Խմբագիրները հակված են աշխատակիցներին հավաքագրելու իրենց իսկ պատկերով: Եթե ինչ-որ պատճառով դուք խմբագրին դուր չէք գալիս, նշանակում է՝ երբեք առաջ չեք գնա: Այլ կերպ ասած՝ մասնագիտության ներսում տեղի են ունենում ինքնասելեկցիայի գործընթացներ», - հանձնախմբի համաժողովներից մեկի ժամանակ մեզ հայտնել է Նյու Յորքի *Դեյլի Նյուս-ի* թղթակից Խուան Գոնսալեսը²⁵⁶:

«Այս երկրում գործում է աշխատանքի ընդունելու մի համակարգ, որը գրեթե վերացնում է մարդկային ռեսուրսների հնարավոր ռիսկայնությունը: Այն մարդիկ, ովքեր հայտնվել են այսպես կոչված *հիմնական հոսքից* դուրս ..., հենց այն անձինք են, որոնք երբևէ իրենց դրսևորելու հնարավորություն չեն ստանում», - ասում է *Դետրոյտ Նյուս-ի* պահպանողական թևի թղթակից Թոմ Բրեյը²⁵⁷:

²⁵⁵ Mercedes de Uriarte, CCJ St. Petersburg forum, 26 February 1998.

²⁵⁶ Juan Gonzalez, CCJ New York City forum, 4 December 1997.

²⁵⁷ Tom Bray, CCJ Ann Arbor forum, 2 February 1998.

Մեկ այլ խնդիր է բյուրոկրատական իներցիայի այն տեսակը, որը հաստատվում է ցանկացած կազմակերպությունում: Իներցիան մարդկանց դրդում է ցանկացած հանգամանքներում անել այն, ինչ արվում է սովորաբար: Առօրեականությունը վեր է ածվում երկնային դրախտի: Այսպես է լինում, որովհետև լրատվական կազմակերպությունները՝ իրենց գործարար, հանրային, արտադրական և այլ շահերի հետ մեկտեղ, բարդ են ու աստիճանակարգված: Ավելի դյուրին է ընկնել մի գործընթացի հունի մեջ, որը, թերևս, կարելի է *կասկադային ռացիոնալիզացիա* անվանել և որը կարող է լրջորեն վտանգել ու ապակողմնորոշել անհատի խղճի զգացումը: Հոգվածը «պետք է» հենց հիմա լույս տեսնի, նույնիսկ եթե այն ամբողջովին ճշտված չէ. սահմանված է վերջնաժամկետ, որը խախտելն անհնար է: Միգուցե չարժե՞ բանավեճի թեժ պահին այդ ուղղությամբ մտածել ու որևէ բան ձեռնարկել: Մեր արտադրական կարողությունն այս համարում թույլ չի տալիս նման երկարության հոդված տպագրել: Եվ այլն, և այլն:

Որոշ լրագրողներ բոլոր ժամանակներում աշխատել են կազմակերպություններից դուրս: Դեկավարվելով միմիայն սեփական պատասխանատվության զգացումով՝ այս անհատներն ընտրված թեմաները լուսաբանելիս հետապնդում են ուղղամիտ, երբեմն՝ անհատականացված նպատակներ և պարբերաբար ի հայտ են բերում ոչ այնքան հաճելի ճշմարտություններ, որոնցից մյուս լրագրողները խուսափում են, անտեսում են դրանք կամ ուղղակի չեն նկատում: Խոսքն այնպիսի անհատների մասին է, ինչպիսիք են Թոմաս Փեյնը, Ջորջ Սելդսը, Ի.Ֆ. Սթոունը կամ ավելի ուշ շրջանում՝ Դեյվիդ Բըրնհեյմն ու Չարլզ Լյուիսը:

Ինչպես նշեցինք, շատ ավելի հեշտ է այնպիսի լրատվական սենյակ ղեկավարել, որի անդամները գործում ու մտածում են միամնան: Վերջին հաշվով, լրատվական սենյակները ղեկավարվում են արտադրական տարածքների պահանջներին համապատասխան: Դրանք պետք է լրացնեն եթերային որոշակի ժամանակահատվածներ, վեբ-տարածություն կամ լրագրի էջեր: Նման մթնոլորտում դժվար չէ գալ այն եզրակացության, որ լավն է այն հոդվածը կամ հաղորդումը, որն ավարտին է հասցվել: Այն չափով և իմաստով, որ լրագրի թողարկման կամ հեռուստատեսային շոուի հեռարձակման հետ կապված ամենօրյա աշխատանքը հոսքագծի է նման, հրամայական պահանջ է դառնում ողջ գործընթացը հնարավորին չափ հարթ ու արդյունավետ դարձնելը:

Լրատվական սենյակ, ուր խիղճն ու բազմամշակութայնությունն իրենց արժանի տեղն ունեն: Նորություններ պատրաստող մարդկանց համար թերևս ամենամեծ դժվարությունը կապված է այն հանգամանքն ընդունելու հետ, որ իրենց լրատվական սենյակի որակն է որոշում կազմակերպության երկարաժամկետ բարօրությունը, այլ ոչ՝ նրա արտադրողականությունը: Երկարաժամկետ շահերի ապահովման անհրաժեշտությունը լրագրողներին ներքաշում է լրատվական սենյակների ավելի բարդ ու ու խնդրահարույց կուլտուրայի մեջ: Սեփականատիրոջ, խմբագրի կամ ցանկացած այլ մակարդակի ղեկավարի որակական հատկանիշները մեծապես բնորոշվում են նրանով, թե որքանով է նրանց կառավարման մեջ ներհյուսված վերոհիշյալ երկարաժամկետ առողջացման գաղափարը:

Զնայած գոյություն ունեցող լուրջ խոչընդոտներին, լրագրության պատմությունը հարուստ է համագործակցության և հակամարտությունների (երբեմն նույնիսկ հատուկ խրախուսվող) դրվագներով: Լրատվական

բիզնեսում ներգրավված որոշ անհատներ, թվում է, ինքնաբերաբար մղվում են դեպի լրատվական սենյակների այնպիսի կուլտուրա, ուր մարդիկ ազատ ու խրախուսված են՝ գործելու իրենց խղճի մտքը:

Ընդունելի մոդել է նշված կուլտուրայի այն կառուցվածքը, երբ դրա հստակ ցուցադրումն ամենավերևից տարածվում է դեպի վար, հանրության խորքը՝ օրինակելի դառնալով բոլորի համար: Թերևս ամենավառ օրինակն է այն պատմությունը, որը ներկայացնում է Դեյվիդ Չալբերստամը՝ մինչ այդ *Նյու Յորք Թայմս-ի* հրատարակիչը դարձած Օրվիլ Դրայֆուսի հետ իր առաջին հանդիպման մասին:

1962 թվականի սկիզբն էր, երևի թե փետրվար ամիսը: Ես Կոնգոյում էի գտնվում նախորդ հուլիս ամսից և հետ էի կանչվել Նյու Յորք՝ ինձ շնորհված պարգևն ստանալու համար: Մի տղամարդ մոտեցավ իմ սեղանին և ներկայացավ Օրվիլ Դրայֆուս: «Իմացա, որ այստեղ եք, - ասաց նա, - և ցանկացա հայտնել իմ հիացմունքը Ձեր աշխատանքով, քաջատեղյակ լինելով բոլոր այն վտանգների մասին, որոնց ենթարկվում եք: Յենց դա է, որ այս թերթը դարձնում է այնպիսին, ինչպիսին որ կա»: Ամենից էականն այս զրույցում այն էր, թե ինչ վերաբերմունքով ու պարզությամբ կարող է նման խոսակցություն տեղի ունենալ հրատարակչի և լրագրողի միջև, ինչն ինքնին տվյալ լրատվական սենյակն առանձնացնում է ցանկացած այլ լրատվասենյակից»²⁵⁸:

Քաղաքացիների դերը: Հավասարման վերջին տարրը կապված է այն բանի հետ, թե ինչպես են համայնքի անդամները, քաղաքացիները, ներգրավվում գործընթացին: Ինչպիսի՞ պարտականություններ ունեն նրանք: Լրագրողներից հաճախ ստացվում է հետևյալ պատասխանը. «Եթե լրատվությունը ձախողվում է, եթե այն անբողջովին սենսացիոն է կամ ավելի հակված է ինֆոժամանացի նմանվելու, վերջին հաշվով գործ ենք ունենում քաղաքացիների շահերի պաշտպանության ձախողման հետ»: Երբեմն ասում են, որ եթե մարդկանց ավելի որակյալ լրագրություն պետք լիներ, ապա շուկան այն կապահովեր: Ինչպես արդեն առիթ ենք ունեցել տեսնելու, այս եզրահանգման պրոբլեմայնությունը կայանում է նրանում, որ լրագրությունը կատարյալ շուկայի ներգործությամբ չի ձևավորվում: Հեռուստատեսությամբ մեր ստացած տեղական լուրերի տեսակը, օրինակ, զգալիորեն պայմանավորված է *Ուոլ Սթրիտ-ի* կողմից պահանջվող շահութաբերության մակարդակով: Լրատվության գործադիր ղեկավարներից իմանում ենք, որ լրագրի բնույթի վրա մեծ ազդեցություն ունեն սեփականատիրոջ արժեքներն ու սկզբունքները: Լրագրողների ամենօրյա որոշումների որակը մեծ չափով կախված է խմբագիրներից և լրատվական սենյակի կուլտուրայից: Այստեղ նշանակալի դեր է խաղում նաև լրատվական բիզնեսի կազմակերպման ձևը: Հեռուստատեսային կայանները, որոնք արտոնագրված են հանրային հեռուստաալիքներում, մեծամասամբ խմբիշխանության օրինակով են կառուցված: Ինտերնետը չափազանց երիտասարդ է և գործ ունի չափազանց փոքր լսարանի հետ, որպեսզի կարողանա ներգործություն ունենալ շուկայական այս իրողությունների վրա:

Շուկան քաղաքացիներին չի մատակարարում, ինչպես հաճախ ասվում է, սոսկ նրանց անհրաժեշտ լրատվություն: Մարդիկ ստանում են նաև *Ուոլ*

²⁵⁸ David Halberstam, interview by author Kovach, 10 June 2000.

Մթիտ-ի, սեփականատերերի, լրագրողների վերապատրաստման և լրատվության կոնվենցիաների թելադրանքով հանրությանը հասցված նորությունները:

Եթե ցանկանում ենք փոխել այս իրադրությունը և եթե լրագրողի շփումը հանրության հետ իմաստավորված ենք ուզում տեսնել, ապա լրագրողի և քաղաքացու միջև նոր հարաբերություններ պետք է ձևավորվեն: Լրագրողները պետք է իրենց լսարաններին հրավիրեն ներկա լինելու նորությունների թողարկման գործընթացներին: Ինչպես մանրամասնեցինք ճշգրտման անհրաժեշտությանը վերաբերող գլխում, նրանք պետք է ջանքեր գործադրեն իրենց անձն ու աշխատանքը նույնչափ թափանցիկ դարձնելու ուղղությամբ, որքան նույն այդ թափանցիկությունը պահանջում են լուսաբանվող մարդկանց և հզոր կազմակերպությունների դեպքում:

Այս կարգի մոտեցումը կարող է լրագրողի և քաղաքացու միջև նոր հարաբերությունների սկիզբ դնել: Այդ դեպքում լսարանի առանձին ներկայացուցիչները հնարավորություն են ստանում գնահատելու այն սկզբունքները, որոնցով ղեկավարվում են լրագրողներն իրենց աշխատանքը կատարելիս: Նրանք ապահովված են այնպիսի տեղեկատվությամբ, որը համեմատության և ընտրության հնարավորություն է ընձեռում: Շատ կարևոր է նաև այն հանգամանքը, որ այս մոտեցումն ընթերցողին տրամադրում է ելակետ, որի հիման վրա նրանք կարող են որոշել, թե արդյո՞ք լրագրության հենց այս տեսակն են իրենք ցանկանում սատարել ու խթանել:

Այս իմաստով քաղաքացիները որոշակի պատասխանատվություն են կրում: Նրանք պետք է մի կողմ դնեն նախապաշարմունքները և լրագրողի աշխատանքը գնահատեն, ելնելով նրանից, թե այդ աշխատանքը նպաստո՞ւմ է հասարակության ձևավորմանն իրազեկ մասնակցություն ունենալու իրենց կարողությանը: Սակայն այն եղանակները, որոնց օգնությամբ լրագրողներն իրենց աշխատանքը կազմակերպում են հանրության ներգրավումն ապահովելու համար, չպետք է սահմանափակվեն լոկ անհրաժեշտ բովանդակության մատուցմամբ, այլ ներկայացնեն կատարված աշխատանքի սկզբունքները: Այս դեպքում լրագրողները կորոշեն, թե արդյոք հանրությունը կարո՞ղ է հանդես գալ որպես խթանող ուժ՝ որակյալ լրագրության համար:

Շուկայական պահանջարկն ակնհայտորեն մերօրյա հասարակության ձևավորման առավել հզոր գործոնն է: Պետք է որ պարզ լինի, որ լրագրողների շահերից է բխում անել ամեն բան՝ այս գրքում նկարագրվող լրագրության համար շուկա ստեղծելու նպատակով: Խոսքն այնպիսի լրագրության մասին է, որն ընդունում և կիրառում է մի շարք սկզբունքներ, որոնք օժանդակում են մեր աշխարհի և այդ աշխարհում մեր տեղի մասին պատկերացում կազմելուն ծառայող հուսալի, ժամանակին մատուցվող, համամասն, բազմակողմանի նորությունների տրամադրմանը: Այդ ուղղությամբ առաջին քայլը պետք է լինի այնպիսի միջոցի մշակումը, որը շուկան կերտողներին հստակորեն ցուցադրի, թե ինչպես ենք մենք աշխատում և ինչ մղումներից ելնելով ենք որոշումներ ընդունում:

Ի՞նչ է այս ամենը նշանակում քաղաքացիների համար: Ավելի ճիշտ՝ ի՞նչ պետք է քաղաքացիներն ակնկալեն լրատվական կազմակերպությունից: Եվ ի՞նչ պետք է անենք, եթե համարելու լինենք, որ չենք ստանում այն, ինչ ցանկանում ենք ստանալ:

Այս հարցերը կարևոր են: Լրագրության հիմունքները քաղաքացիներին վերաբերում են ճիշտ այնպես, ինչպես դրանք վերաբերում են լրագրողներին, այն պարզ պատճառով, որ նշված սկզբունքները բխում են այն դերից, որ

լրատվությունը խաղում է մարդկանց կյանքում, այլ ոչ թե մասնագիտական ինչ-ինչ դրույթներից:

Այդ իմաստով լրագրության հիմունքները հանդես են գալիս որպես քաղաքացու իրավունքների հրովարտակ, իսկ լրագրողների դեպքում՝ պարտականությունների ցանկ:

Իմաստ ունի խոսել այն մասին, թե ինչպես մենք՝ քաղաքացիներս, կարող ենք պարզել լրագրության հիմունքների առկայությունը մեզ մատուցված նորություններում:

Քաղաքացու իրավունքների հրովարտակը ճշմարտացիության շուրջ: Մենք իրավունք ունենք ակնկալել, որ հաղորդագրության կամ հոդվածի ազնվության ապացույցն ակնհայտ լինի: Ասվածը նշանակում է, որ ճշտման գործընթացը, այսինքն այն, թե ինչպես և ինչու են լրագրողներն ընդունել իրենց որոշումները, պետք է թափանցիկ լինի: Մենք պետք է հնարավորություն ունենանք գնահատելու ներկայացված տեղեկատվության արժեքն ու հնարավոր կողմնակալությունը:

Այս պատասխանատվությունն ըստ արժանվույն դրսևորելու համար լրատվական նյութն ինչպիսի՞ տարրեր պետք է պարունակի: Հոդվածը կամ սյուժեն պետք է հստակ պատկերացում տան տեղեկատվության աղբյուրների և դրանց հրապարակման հիմքի մասին: Պետք է ներկայացվի նյութի կարևորությունը: Անպատասխան մնացած կարևոր հարցերը պետք է նոթագրվեն: Եթե այս կամ այն սյուժեն հակասական հարց է առաջադրում, բնական պետք է համարվի թեմայի շարունակությունը: Այլ հոդվածների միջոցով հանրային քննարկումն իր շարունակությունը պետք է գտնի, այնպես որ ճշմարտությունը երևան հանող գործընթաց ծավալվի: Այլ կերպ ասած՝ նորությունները չպետք է միայն գրավեն մեզ, այլև բարդ խնդիրներ առաջադրեն և ստիպեն մտածել:

Ասվածն իր հերթին նախատեսում է երկկողմանի գործընթաց: Քաղաքացին պարտավոր է լրատվությանը վերաբերվել քննախույզ մտքով, այլ ոչ թե գոյություն ունեցող կարծիքի հաստատումը տեսնելու ցանկությամբ:

Քաղաքացիների հանդեպ դրսևորվող հավատարմության շուրջ: Բնական է ակնկալել այնպիսի ապացույցներ, որոնք հիմնավորում են տվյալ նյութի պատրաստված լինելը նախևառաջ մեր օգտագործման համար:

Ասել է թե՛ հոդվածներն ու հաղորդումները պետք է պատասխաններ առաջարկեն մեր՝ քաղաքացիներիս հարցերին, այլ ոչ թե սահմանափակվեն քաղաքական կամ տնտեսական համակարգի ղեկավար անձանց շահերով: Դրանցում պետք է նաև արտացոլված լինեն ողջ համայնքի կենսագործունեությունն ըմբռնելու ջանքերը:

Հավանաբար, նշվածի գնահատման լավագույն եղանակն այն է, թե ժամանակի ընթացքում որքանով է լրատվությանը հաջողվում խուսափել կաղապարային մտածողությունից: Լրատվության մեջ ստերեոտիպները սովորաբար այն բնութագրումներն են, որոնք կարող են ճշմարիտ լինել որոշ դեպքերում, սակայն այդպիսին չեն կոնկրետ պարագայում: Որպես օրինակ կարելի է բերել հետևյալ տարբերակը. տեղական հանցագործների մասին պատմող հոդվածն իր ուշադրությունը սևեռում է համայնքի միայն մի մասի վրա, մինչդեռ փաստերը վկայում են, որ հանցագործությունը տարածված է ողջ համայնքում: Որպես կանոն, ստերեոտիպային մոտեցումն աշխատանքի ձախողման մասին է խոսում:

Մենք պետք է ակնկալենք այնպիսի օրինակներ տեսնել, որոնցում լրատվական ընկերությունը ժամանակ առ ժամանակ ռիսկի է ենթարկում իր սեփական շահերը՝ հետամուտ լինելով հանրությանը կարևոր տեղեկատվություն մատուցելուն՝ նորությունների, գեղարվեստական և առևտրային տեսությունների, սպառողական և այլևայլ ոլորտների լուսաբանմամբ:

Մետրին Գրեմն այդպես էլ վարվեց՝ որոշում ընդունելով Պենտագոնի փաստաթղթերի տպագրության մասին, սակայն ամեն օր նույն բանն են անում շատ ու շատ այլ մարդիկ, երբ քննադատական հոդված են տպագրում գավազդատու ռեստորանի մասին կամ հանդես են գալիս տեղական խոշոր արդյունաբերության գործունեությանը վերաբերող անզիջում վերլուծությամբ:

Քաղաքացիների հանդեպ հավատարմություն ասելով՝ հասկանում ենք նաև այլևայլ խմբավորումների, փոխկապակցված գործընկերության կամ շահերի բախման լուսաբանումները, եթե դրանք առնչվում են որոշակի սյուժեի: Այս դեպքում խոսքը կարող է գնալ նաև հենց լրագրողների լոբբիստական նախաձեռնությունների, կառավարության նկատմամբ նրանց կազմակերպված ճնշման մասին, եթե դրանք ծառայում են միմիայն սեփական գործարար շահերին: Մենք միանգամայն իրավացիորեն պետք է պահանջենք, որ մեր լրատվության մատակարարն իր գործունեության ընթացքում նույնքան թափանցիկություն ցուցաբերի, որքան պահանջում ենք իշխանավորներից ու հզոր կազմակերպություններից:

Անկախության շուրջ: Մենք իրավունք ունենք ակնկալելու, որ մեկնաբանները, թղթակիցները, հոդվածագիրները և բոլոր լրագրողներն ընդհանրապես պետք է ծառայեն քաղաքացիների ծավալած բանավեճի հանգուցալուծմանը, այլ ոչ թե առանձին խմբավորման շահերին կամ կանխորոշված նպատակին:

Անկախությունն անելիք չունի խմբավորումներին կամ սեփական շահերին առնչվող մեկնաբանություններում: Դա նշանակում է, որ մենք պետք է ձգտենք այն իրավիճակի հաստատմանը, երբ հանրապետականները ժամանակ առ ժամանակ քննադատության են ենթարկվում պահպանողական մեկնաբանների կողմից, իսկ դեմոկրատները՝ ազատականների կողմից:

Անդրադառնալով այն դրույթին, ըստ որի լրագրողի առաջնահերթ պարտականությունը հանրության շահերին ծառայելն է, հարկ ենք համարում նշել, որ ընդունելի չէ լրագրողների մասնաբաժնային հավատարմությունը, թեև նրանք պարտավոր չեն նաև չեզոք դիրքերում մնալ: Մենք կուզենայինք վստահ լինել, որ լրագրողները ճառեր չեն գրում կամ գաղտնի խորհրդատվություն չեն մատուցում նրանց, ում մասին քննադատական հոդվածներ են տպագրում:

Քանի որ մենք հույս ենք դնում մեկնաբանների օժանդակության վրա, որպեսզի կարողանանք լիովին ըմբռնել քաղաքացիների առջև ծառացող բարդ խնդիրները, կուզենայինք նրանց հոդվածներում կամ հաղորդումներում գտնել բավարար վկայություն այն մասին, որ նրանք ուսումնասիրել են այս կամ այն խնդրին առնչվող բոլոր տեսակետները:

Իշխանության վերահսկման շուրջ: Մենք իրավունք ունենք ակնկալելու, որ իշխանության առավել կարևոր և բարդ կենտրոնները կենթարկվեն վերահսկողության: Բացի կառավարությունից, հասարակության մեջ գոյություն ունեն այլ ինստիտուտներ և անհատներ, որոնց ձեռքում եղած տնտեսական, հանրային, բարոյական և քարոզչական լծակներն ու իշխանությունը

հավասար կամ նույնիսկ գերազանցում են պետական կառույցների կողմից գործարկվող իշխանությունը:

Քանի որ մամուլի հետաքննական դերը զգալի իշխանություն է նախատեսում, մենք պետք է վստահ լինենք, որ այդ իշխանությունը գործարկվելու է մեծագույն զգուշությամբ և պատշաճությամբ: Ասել է թե՛ լրատվական կազմակերպությունների վրա դրված է կարևոր և նոր, հանրության պարագծերին ներագդող իրողությունների բացահայտման պատասխանատվությունը: Իրավունք ունենք ակնկալելու, որ լրատվամիջոցների վերահսկողական դերը լիովին կարտացոլի նրանց կողմից հանրային շահերի պաշտպանության պարտավորությունը: Այսինքն՝ լրատվական կազմակերպությանը շնորհված իշխանությունը չի վատնվի այնպիսի մանր ու արհեստականորեն փքված սկանդալների վրա, ինչպիսիք են, ասենք, մանրէների ոչ վնասակար մակարդակը սառեցված յոգուրտի մեջ և հյուրանոցային գույքի ու սպիտակեղենի թույլատրելի աղտոտվածությունը: Փոխարենը՝ լրատվական կազմակերպությունները պարտավոր են իրենց ժամանակն ու ռեսուրսները հատկացնեն լուրջ հիմնախնդիրներին, դեպքերի անսպասելի շրջադարձներին և հանրությանն սպառնացող վտանգների բացահայտմանը: Այդպես վարվեց, օրինակ, «Նյու Յորք Թայմս»-ը՝ ամիսներ անց անդրադառնալով 2000 թվականի նախագահական ընտրությունների ժամանակ Հանրապետականների կողմից Ֆլորիդայում ընտրությունների չներկայացած անձանց թվի հաշվարկման խոշոր խախտումներին:

Հանրային բանավեճի ամբիոն: Լրատվական կազմակերպությունները պարտավոր են ստեղծել մի շարք ուղիներ՝ հանրության հետ շփումն ապահովելու նպատակով: Նման ուղիներ կարող են ծառայել նամակները, էլեկտրոնային փոստը, հեռախոսակապը, ընթերցողի մեկնաբանությունների համար նախատեսված լրագրային սյունակները, հանրության ներկայացուցիչներին հողվածների առաջարկություններով հանդես գալու հնարավորության ընձեռումը, ինչպես նաև օմբուդսմենները: Այս ուղիները պետք է նաև ներառեն լրատվամիջոցների աշխատակազմի անդամների պարբերական այցելությունները հանրային հավաքների այնպիսի վայրեր, ինչպիսիք են՝ համաժողովները, քաղաքացիական ակումբները, թեմատիկ քննարկումները: Կարևոր նշանակություն պետք է տրվի նաև նրանց մասնակցությանը փոխգործուն հեռուստատեսային և ռադիոհաղորդումներին: Նմանատիպ շփումների արդյունքը կլինի այն, որ ժամանակի ընթացքում լրատվական թողարկումներում կարևորագույն խնդիրների շուրջ ծայրահեղ, բևեռայնացված դիրքորոշումների հետ մեկտեղ կարտացոլվեն նաև լայն հասարակայնության տեսակետներն ու արժեքները: Եթե իրագործելի է փոխզիջման ժողովրդավարական իդեալը, ապա լրատվամիջոցներին վերագրվող հանրային բանավեճի ամբիոնի ֆունկցիան պետք է նպաստի հանրային փոխըմբռնման այնպիսի մթնոլորտի ձևավորմանը, որում փոխզիջումը հնարավոր կդառնա:

Վերը նշված ակնկալիքները նախատեսում են նաև լուրջ պատասխանատվություն: Որպես քաղաքացիներ, մենք պարտավոր ենք մտքի ձկունություն ցուցաբերել լրատվության նկատմամբ, պատրաստ լինել ընդունելու նոր փաստերն ու մեր ուշադրությանը ներկայացվող

տեսակետները: Մենք պատասխանատու ենք նաև հանրային ֆորումներին մեր ակտիվ մասնակցությունը բերելու, կամ լրատվամիջոցների խմբագիրներին նամակների կամ էլեկտրոնային փոստի միջոցով մեր կարծիքը հայտնելու համար: Այլ կերպ ասած՝ լրագրության տարրերն այն սկզբունքներն են, որոնք կիրառելի են ինչպես քաղաքացիների, այնպես էլ լրատվական բիզնեսի անդամների դեպքում, ընդ որում այս փոխհարաբերության պահպանման նպատակով քաղաքացիները պետք է բարեխիղճ լինեն պարտականությունների իրենց բաժինը կատարելու իմաստով:

Համամասնականության և ներգրավման շուրջ: Մենք իրավունք ունենք ակնկալելու, որ լրագրողները քաջատեղյակ պետք է լինեն մեր՝ քաղաքացիներին առջև ծառայած հետևյալ դժվարությանը. մենք զգում ենք մեր հանրության կարևորագույն խնդիրների և զարգացման ուղղությունների մասին ժամանակին մատուցվող, լիարժեք տեղեկատվության անհրաժեշտությունը, սակայն մեր տրամադրության տակ չունենք բավականաչափ ժամանակ և միջոցներ այդ էական տեղեկատվությանը հասու դառնալու համար:

Այս իմաստով, իրավունք ունենք կարծելու, որ լրագրողները իրադարձությունների ու տեղեկատվության ձեռքբերման իրենց եզակի հնարավորությունները կօգտագործեն առկա տեղեկատվական նյութն այնպիսի համատեքստում ներկայացնելով, որը կգրավի մեր ուշադրությունը, և ժամանակի ընթացքում կկարողանան ճիշտ գնահատել իրենց կողմից ներկայացվող իրադարձությունների ու զարգացման միտումների ճշմարիտ նշանակությունը մեր՝ հանրության անդամներիս, կյանքում: Հարկ է, որ դադարենք տեսնել անցողիկ նշանակության խնդիրների խաղարկումն ու աղավաղումը առևտրային նպատակներով: 1997-ին մի քանի շաբաթ շարունակ համապետական և տեղական մամուլը շնչակտուր լուսաբանում էր բասկետբոլի մրցումների մեկնաբան Մարվ Ալբերտի դեմ հարուցված դատական հայցը, որն ավելի շատ կապված էր ամբաստանյալի սեռական հակումների և սանրվածքի, քան ազգային որևէ նշանակություն ունեցող խնդրի հետ: Պարզապես ռեյտինգային նկատառումներով նմանատիպ նյութերին անդրադառնալը նշանակում է լսարանի շահագործում, այլ ոչ թե սպասարկում, և ժամանակի ընթացքում սովորաբար հանգեցնում է մարդկանց և լրատվամիջոցների օտարացմանը:

Որպեսզի մենք՝ քաղաքացիներս, ի գորու լինենք առողջ և բանիմաց որոշումներ կայացնել մեր կյանքի զանազան կողմերին առնչվող խնդիրների շուրջ, պետք է լիարժեք ու ճշմարտացի լրատվություն ստանանք, որն արտացոլում է ինչպես մեր հանրությանն սպառնացող իրական վտանգները (օրինակ՝ հանցագործությունը), այնպես էլ հանրային կյանքի այն կողմերը, որոնք հաջողությամբ են գործում: Մեր հաջողությունները նույնքան ակնհայտ պետք է լինեն, որքան և մեր ծախսողումները:

Ուշադիր ընթերցողն անշուշտ կնկատի, որ մեր կողմից շարադրված՝ քաղաքացիների իրավունքների թվարկության մեջ բացակայում են լրագրության տարրերից երկուսը՝ ճշգրտումն ու խիղճը: Պատճառը հետևյալն է. երբ փորձում ենք վերահաստատել այս կամ այն տարրն այն տեսանկյունից,

թե ինչպես պետք է քաղաքացիներն ընկալեն նշված իրավունքը, որոշ դեպքերում մատուցման դյուրինությունն ապահովվում է մի տարրը մյուսների բաղկացուցիչ մաս ներկայացնելու միջոցով: Այս համատեքստում փաստերի ճշտման գործընթացը վեր է ածվում նորությունների ճշմարտացի վերարտադրության սկզբունքով ղեկավարվելուն և քննվում է ճշմարտացիության խորագրի ներքո: Նույն կարգով, խղճի գործոնը մասն է դառնում այն փոխգործողության, որը տեղի է ունենում քաղաքացիների և լրատվություն մատուցողի միջև լրատվական կազմակերպության հանրային բանավեճի ամբիոն հանդիսանալու ընթացքում, ապա և համապատասխանաբար լուսաբանվում է է հենց հանրային ֆորումի համատեքստում:

Ի՞նչ կարող ենք անել մենք՝ քաղաքացիներս, եթե մեր այս իրավունքները չեն իրականացվում: Մասնավորապես, ի՞նչ քայլերի կարող ենք և պարտավոր ենք դիմել, եթե լրագիրը ներկայացնում է գործարարության կամ քաղաքականության ոլորտում տեղի ունեցած կեղծիքի մի դեպք, սակայն հետամուտ չի լինում իր իսկ առաջադրած հակասական խնդիրների հանգուցալուծմանը: Նախևառաջ, իհարկե, համապատասխան արձագանքն առավել արդյունավետ կարող է լինել կառուցողական մոտեցման, այլ ոչ թե դատապարտող բնույթի դեպքում: Երկրորդ՝ եթե նշված թերացումն անտեսվում է լրատվամիջոցի կողմից, հարկ է այն կրկին հնչեցնել, միգուցե մի քանի ճանապարհներով: Օրինակ, եթե էլեկտրոնային փոստով ուղարկված հաղորդագրությունն անպատասխան է մնացել, հարկ է այն կրկին ուղարկել, հեռախոսազանգով կամ նամակով հայտնել նկատված վրիպումը՝ տեղեկացնելով նաև լրագրի խմբագրին: Ինչպե՞ս պետք է վարվենք, եթե լրատվական կազմակերպություններին քաղաքացիներին կողմից հասցեագրված արձագանքը, մեկնաբանությունները, գաղափարները կամ քննադատությունն անտեսվում են: Իրավունքն իմաստավորված է միայն այն ժամանակ, երբ այն ընկալվում է որպես իրավունք: Նման դեպքերում հարկ է հետ քաշվել: Հրաժարվել բաժանորդագրումից: Դադարել հաղորդումը կամ հեռուստաալիքը դիտել: Իսկ ամենակարևորը՝ հստակորեն գրել լրատվամիջոցի ներկայացուցչին՝ նման որոշում ընդունելու պատճառների մասին: Շուկան թերանում է իր ֆունկցիան կատարել, եթե մենք՝ քաղաքացիներս, պասսիվություն ենք ցուցաբերում, համակերպվում ենք բացասական երևույթի հետ, քանի որ ավելի լավ տարբերակ չենք տեսնում: Նախընտրելի այլընտրանքն ի հայտ է գալիս միայն այն դեպքում, երբ մենք գործում ենք, հնչեցնում ենք մեր ձայնն ու տրամաբանությունը:

Վերջում կարող է այնպիսի տպավորություն ստեղծվել, որ, ինչպես Քերոլ Մարինն է ասում՝ «նորություններին վերաբերող օրենքներ գոյություն չունեն»:

Սակայն մեր կողմից ձեռնարկված հետազոտական աշխատանքն ու լրագրողների և քաղաքացիների հետ մեր գրույցները ցույց են տվել, որ իրականում լրատվության հոսքի և լրագրության դերի մասին որոշակի գաղափարներ են ձևավորվել: Այդ գաղափարները մերթ նահանջել, մերթ կրկին կարևորվել են, սխալ են մեկնաբանվել կամ գործածվել՝ հաճախ հենց դրանց անունից հանդես եկողների կողմից: Այդուհանդերձ, այդ գաղափարներն արհեստական հասկացություններ չեն: Լրագրության հիմունքները թրծվել ու

փորձարկվել են տեղեկատվության մրցակցող ձևերի շուկայում երեք հարյուրամյակների ընթացքում: Դրանք սերում են լրագրության այն գործառույթից, որն էական նշանակություն ունի մարդկանց կյանքի համար:

Լրագրությամբ զբաղվողները պետք է այդ հիմունքները գործածեն իրենց աշխատանքում էթիկայի կանոնակարգ հաստատելու նպատակով: Ժամանակը հուշում է, որ դրանցից շեղվելիս մենք գնում ենք վտանգավոր ճանապարհով:

Այս գրքում ներկայացված լրագրության հիմունքները մեր ժառանգած լրագրության տեսության հետ միասին կազմում են նոր դարաշրջանի լրագրության հենքը, լրագրություն, որի առանցքային հատկանիշներն են համադրության վրա հիմնված իմաստավորվածությունը, ճշգրտումը և անվերապահ անկախությունը:

Այս հիմունքները նաև ապահովում են միակ պաշտպանությունն ընդդեմ այն ուժի, որն սպառնում է կործանել լրագրությունը և դրանով իսկ թուլացնել ժողովրդավարական հասարակությունը: Խոսքն այն ուժի մասին է, որի ազդեցությամբ լրատվությունը կարող է կուլ գնալ առևտրայնացված խոսքի հորձանուտին:

Պատմությունն արդեն ցույց է տվել, թե ինչ է պատահում այն հասարակությանը, որի քաղաքացիները գործում են սեփական հետաքրքրությամբ թելադրված տեղեկատվության հիման վրա, անկախ նրանից՝ բռնապետության քարոզչության մասի՞ն է խոսքը, թե՞ սիբարիտների վերնախավի արձակած որոշումների, որոնցով հացահատիկն ու կրկեսները փոխանակվում էին ինքնիշխանությամբ:

Հետաքրքրական է այն փաստը, որ նշվածի հետ համամիտ է Համաշխարհային բանկի նախագահ, ծանրակշիռ տնտեսագետ Ջեյմս Դ. Վուլֆենսոնը: 1999-ին Համաշխարհային լրատվության խորհրդին ուղղված ելույթում նա նշալ է, թե մերօրյա աշխարհում արդարացի տնտեսական զարգացման առավել խոշոր խոչընդոտը կոռուպցիան է, իսկ ազատ մամուլը «արդարացի տնտեսական զարգացման առանցքում է գտնվում»: Նա նաև դառնությամբ նշել է, որ վեց միլիարդ մարդ հասու չեն ազատ մամուլին, իսկ այն 1, 2 միլիարդը, որոնց համար ազատ մամուլը մատչելի է, այնպիսի լրատվական ծառայություն են ստանում, որն ուղղված է ոչ թե հանրության շահերին, այլ մասնավոր շահութաբերության ապահովմանը:

Քաղաքակրթությունն ի հայտ է բերել բոլոր մյուսներից հզոր մի գաղափար՝ մարդիկ կարող են իրենք իրենց կառավարել: Եվ ապա այդ գաղափարը սատարելու նպատակով նույն քաղաքակրթությունը ստեղծել է տեղեկատվության չգրված տեսությունը, որը կոչվում է լրագրություն: Այս երկուսը միասին են անկում և վերելք ապրում: Այս գիրքն ըստ էության նշված տեսության արտաբերման փորձ է:

Մեր մեծագույն հույսը բնավ կապված չէ ապագան դեպի անցյալ շրջելու հետ, քանի որ վերջինս երբեք այնքան պայծառ չի եղել, որքան մարդիկ այն հիշում են: Սակայն թվային դարաշրջանում, երբ մարդիկ բուռն հավատով են լցվում տեխնոլոգիական և կորպորատիվ վերածննդի նկատմամբ, մեր ազատությունն իսկապես վայելելու համար հարկ է չնոռանալ անցյալը կամ նրա արդյունք հանդիսացած լրատվության տեսությունը: Մենք արդեն իսկ ստիպված ենք եղել երկու վիթխարի պատերազմների միջով անցնել և դիմակայել վերջին դարում նշված կարգի տեխնոլոգիական ուտոպիայի դեմ ուղղված Սառը պատերազմը: Ոչ մի երաշխիք չկա, որ կկարողանանք փրկվել, եթե մի նոր պատերազմ սկսվի:

ԵՐԱԽՏԻՔԻ ԽՈՍՔ

Այս գիրքը միայն մեր աշխատանքի արգասիքը չէ: Այն պարտական է *Մասնագիտության խնդիրներով մտահոգված լրագրողների հանձնախմբի* առաջին երեք տարիների գործունեությանը, ինչպես նաև այն 1200 լրագրողներին, ովքեր աջակցել են գրքի ստեղծմանն իրենց հեղինակությամբ, ժամանակի ու ջանքերի ներդրմամբ: Գրքի տեղեկատվական համալրմանն են նպաստել ավելի քան 300 մարդ, ովքեր մեր համաժողովներին մասնակցելով՝ մեզ էին հասցնում իրենց մտքերը, հարյուրավոր այն անձինք, ովքեր պատրաստակամորեն արձագանքում էին մեր հարցումներին, ինչպես նաև շուրջ հարյուր անհատներ, ովքեր մասնակցում էին ակադեմիական ոլորտի մեր գործընկերների վարած, ժամեր տևող հարցազրույցներին: Այս գրքում մենք նպատակ չենք ունեցել բանավիճելու այն մասին, թե ինչպիսին պետք է լինի լրագրությունը, այլ փորձել ենք ուրվագծել այն ընդհանուր հարթությունը, որի վրա արդեն իսկ հայտնվել են լրագրողները: Քանի որ լրագրողներն այսչափ անկախ են, նրանք միշտ էլ դիմադրել են այս գաղափարներն ի մի բերելու փորձերին կամ անգամ՝ դրանք գիտակցաբար, հետևողականորեն կիրառելուն: Սակայն շփոթմունքի այս ժամանակներում, երբ կասկածի տակ են դրվել լրագրության և տեղեկատվություն տրամադրող բոլոր մյուս ձևերի միջև եղած տարբերությունները, կարծում ենք, թե նպատակի և մասնագիտական դրույթների հստակությունն առավել կարևոր է, քան երբևէ: Կարևոր է այն լրագրողների համար, ովքեր սկսել են տեղի տալ այդ կասկածներին և լցվել են անվստահությամբ: Կարևոր է լրատվական սենյակ նոր-նոր մուտք գործող սերնդի համար: Կարևոր է հանրության անդամների համար, ովքեր բազմիցս հայտնել են *վստահելի* լրատվություն ստանալու իրենց ակնկալիքը: Ահա այսպիսին է եղել մեր մտադրությունը: Եթե մեզ գոնե մասամբ հաջողվել է այդ անել, ապա միայն նրանց օժանդակության շնորհիվ: Եթե ոչ, նշանակում է՝ ձախողել ենք նաև նրանց ջանքերը:

Մասնավորապես, կուզենայինք մեր երախտիքը հայտնել այդ մարդկանցից մի քանիսին: Առաջին հերթին հարկ ենք համարում նշել Դանթե Զինիի անունը՝ մի մարդ, որը հանդես է եկել որպես մեր գործընկերը, հետազոտողն ու խորհրդատուն: Հանձնախմբի գործունեության կազմակերպման, հարցումների տվյալների մշակման և հանձնախմբի կատարած այլ աշխատանքների իրականացման հարցերում չափազանց մեծ աջակցություն է ցուցաբերել էմի Միչելը, որը ներդրել է իր բարձր պրոֆեսիոնալիզմը, կազմակերպվածությունն ու բարեխղճությունը: Մեր ընկերներն ու մտերիմները ևս վճռորոշ դեր են խաղացել իրենց խրախուսանքով, խորհրդատվությամբ, խմբագրական օժանդակությամբ ու ուղղորդմամբ, այդ թվում՝ Ջեյմս Քերին, որը մշտապես խթանել է մեր գաղափարներն ու երևակայությունը, Ռոյ Փիտեր Քլարկը, Թոմ Գոլդենստայնը, Դեյվիդ Հալբերստամը, Ռիչարդ Հարվուդը, Ջիմ Նոթընը, Ջրնիվա Օվրիոլսերը, Սանդրա Ռոուն, Մեթյու Ստորինը և Մարկ Թրեհանտը:

Գրքի ստեղծման համար մեծ նշանակություն է ունեցել *Լրագրության կատարելագործման ծրագրի* աշխատակազմի՝ Նենսի Անդերսոնի, Ստեյսի

Ֆորսբերի, Քրիս Գալդերիի, Կառլ Գոտլիբի և Ջոն Սաշեկի աջակցությունը: Կարևոր է եղել նաև Հարվարդի համալսարանի *Նիման Ֆելոուշիփ* ծրագրի ներկայացուցիչ Ջուլի Դեմպստերի աջակցությունը: Բնականաբար, մեր աշխատանքի ուղղորդման իմաստով մեծագույն դեր է խաղացել մեր կենտրոնական հանձնախումբը: Մեր մեծ երախտիքի խոսքն ենք հղում բոլոր այն համալսարաններին, լրագրերի խմբագրություններին և անհատներին, այդ թվում՝ *Փարք Ֆաունդեյշն-ին*, որոնք իրենց աջակցությունն են ապահովել տարածքի տրամադրման, կազմակերպչական աշխատանքի իրականացման և մի շարք դեպքերում նաև՝ մեր համաժողովների ֆինանսավորման հարցերում: Շնորհակալություն ենք հայտնում մեր գործակալ Դեյվիդ Բլեքին՝ նրա ցուցաբերած վստահության և եռանդի համար, ինչպես նաև մեր խմբագրին՝ Բոբ Մեքոյին, այս ձեռնարկման նկատմամբ դրսևորած հավատի համար:

Այս աշխատանքն անհնար կլիներ նաև առանց այն մեծ աջակցության, թե՛ ֆինանսական և թե՛ անհատական, որն ապահովել են *Փյու Չերիթբլի Թրաստս* հիմնադրամի ներկայացուցիչներ Ռեբեկա Ռիմելը և Դոն Քիմելմանը. նրանց վստահությունն ու հավատը մեր մշտական ուղեկիցներն են եղել այս նախաձեռնության իրականացման ողջ ընթացքում:

Եվ վերջապես, մենք մեծապես պարտական ենք այն լրագրողներին, ովքեր նախորդել են մեզ, աջակցել են Առաջին Ուղղման կերտմանը և ապա իմաստավորել այն իրենց աշխատանքով: Նրանց ժառանգությունը մեզ պարտավորեցնում է ստանձնել ազատ ու անկախ լրագրության պատասխանատվությունը և իրականացնել նրա առաքելությունը՝ հանուն մարդկանց ինքնակառավարման:

Հեղինակների մասին

Բիլ Կովաչը Հարվարդի Լրագրողների Նիման հիմնադրամի նախկին տնօրենն է և Էլիջայի ծխական «Լավջոյ» [Սիրո վայելք] մրցանակաբաշխության հաղթողը, ինչպես նաև Բրիլլ հոդվածի օմբուդսմենը: Նա նաև *Ատլանտա ընդ քընսթիթյուշն* ամսագրի խմբագիրն է և Վաշինգտոնի *Նյու Յորք Թայմզ* խմբագրության տնօրենը: Ներկայումս Կովաչը Մասնագիտության խնդիրներով մտահոգված լրագրողների հանձնախմբի նախագահն է:

Թոմ Ռոզենշթայլը եղել է *Լոս Անջելոս Թայմզ-ի* լրատվության քննադատ և *Նյուսուիք-ի* կոնգրեսական թղթակից: Ներկայումս նա Լրագրության Կատարելագործման Ծրագրի ղեկավարն է: Միասին նրանք *Ուառչի Սպիդ-ի* [Աղավաղման արագության]՝ «Ամերիկան խառնաշփոթ լրատվամիջոցների դարում» գրքի հեղինակներն են: Երկուսն էլ բնակվում են Վաշինգտոնում:

Թարգմանիչ՝ Անալյա Բաբայան
Խմբագիր՝ Յերիքնազ Չարությունյան
Կազմի ձեւավորումը՝ Նատալի Չարությունյանի

«Ինտերնյուսը» խորին շնորհակալություն է հայտնում հեղինակներ Բիլ Կոլաչին եւ Թոմ Ռոզենշթայլին՝ այս գիրքը հայերեն թարգմանելու եւ հրատարակելու իրավունքը տրամադրելու համար: