

ԻՆՏԵՐՆՅՈՒՄ

ՆՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԲԱԺՆԻ ԱՇԽԱՏԱՆՔՆԵՐԻ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՈՒՄ

ՆՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԲԱԺՆԻ ՏՆՕՐԵՆՆԵՐԻ ՀԱՄԱՐ  
ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՎԱԾ  
ՍԵՄԻՆԱՐԻ ՆՅՈՒԹԵՐԻՑ

ԵՐԵՎԱՆ - 2002



Սույն գիրքը պատրաստել է մամուլի աջակցության «Ինտերնյուս» հասարակական կազմակերպությունը: Նախատեսված է անվճար տարածման համար:



Սույն գիրքը տպագրված է USAID-ի՝ Ամերիկայի Միացյալ Նահանգների միջազգային զարգացման գործակալության ֆինանսական օժանդակությամբ

© 2002 Internews

Հեղինակ՝ Ռոբերտ Քենթել

Թարգմանիչ՝ Ռուբեն Գրիգորյան

Խմբագիր՝ Հերիքնազ Հարությունյան

Ձեւավորող՝ Համիկ Մայիլյան

## ՄԱՆԱՆԱ ԱՍԼԱՄԱԶՅԱՆԻ ՆԱԽԱԲԱՆԸ

Թանկագին բարեկամներ,

Գրքույկը, որ հիմա ձեր ձեռքին է, չի կարելի կոչել դասագիրք կամ ուսումնական ձեռնարկ: Սա «Տարածքային հեռուստաընկերություններում նորությունների բաժնի աշխատանքների կազմակերպում» սեմինարի նյութերի սղագրությունն է: Դա «Ինտերնյուսի» կողմից կազմակերպված բազմաթիվ սեմինարներից մեկն է, որ մենք տարբեր թեմաներով անցկացնում ենք՝ սկսած 1992 թվականից:

## ՈՐԲԵՐՏ ՔԵՄԲԵԼԻ ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ

Ըստ էության, լրագրողները մի տեսակ համքարություն են կազմում, որն իր մեջ միավորում է աշխարհի տարբեր մասերում ապրող կանանց ու տղամարդկանց: Մենք բոլորս նույն գործն ենք անում: Տարբերությունը թերևս այն է, թե հատկապես ինչպե՛ս ենք այդ անում: Ես բոլորովին էլ միտք չունեմ ձեզ բացատրել, թե ինչ է նշանակում լրագրությամբ զբաղվել ամերիկյան, անգլիական, իտալական կամ էլ ճապոնական ոճով: Ես մտադիր չեմ ձեզ բացատրել, թե ինչ է լրագրությունը, այլ ուզում եմ խոսել այն մասին, թե ինչպես կարելի է այն ավելի արդյունավետ դարձնել: Ես շատ լավ հասկանում եմ, որ դուք բոլորդ էլ ձեր քաղաքներում բազմաթիվ խնդիրներ ունեք: Հավատացե՛ք, որ ես էլ իմ կայանում շատ խնդիրներ եմ ունեցել: Այդ պատճառով էլ թույլ տվեք նախ մի քիչ պատմել իմ մասին: Ես արդեն 25 տարի զբաղվում եմ լրագրությամբ՝ ռադիոյում, ամսագրերում, բայց իմ կարիերայի լավագույն տարիներն անցել են հեռուստատեսությունում:

Հեռուստատեսությունը երբևէ գոյություն ունեցած զանգվածային ամենահզոր լրատվամիջոցն է: Ռադիոն միայն ձայնի հնարավորություն ունի, մամուլը՝ տեքստի և անշարժ պատկերների (հաճախ՝ ոչ այնքան բարձրորակ), իսկ հեռուստատեսությունը լրագրողին ընտրության լայն հնարավորություն է ընձեռում. կարող ես օգտագործել և՛ ձայնը, և՛ տեքստը, և՛ պատկերը: Սոցիոլոգիական ուսումնասիրությունների արդյունքները ցույց են տալիս, որ աշխարհի շատ երկրներում հեռուստանորություններն ինֆորմացիայի հիմնական աղբյուրն են բնակչության ավելի քան 70%-ի համար: Եվ դա ձեզ վրա, որպես լրատվական ծառայության ղեկավարների, մեծ պատասխանատվություն է դնում: Ես իմ աշխատողներին

անընդհատ ասում են. «Դուք աշխատում եք ձեր համաքաղաքացիների համար, այն ընտանիքի համար, որ ապրում է քաղաքի մյուս ծայրում, երիտասարդների և տարեցների, բոլորի համար»:

Ես աշխատել եմ և՛ խոշոր, և՛ փոքր կայաններում: Հիմա ապրում եմ Օրեգոնի նահանգում, Կալիֆոռնիայից հյուսիս: Այստեղի մեր կայանը համեմատաբար փոքր է. նորությունների բաժնում աշխատում է շուրջ 30 մարդ: Ես սովոր եմ աշխատել այնպիսի բաժնում, որտեղ 80-ից ավելի մարդ կա, և ամեն օր 16 նկարահանող խումբ է աշխատում, բայց նույնիսկ այդ դեպքում հնարավոր չի լինում լուսաբանել բոլոր նորությունները: Դրա համար էլ ես փորձում եմ ձեզ օգնել՝ դառնալու նորությունների բաժնի լավ ղեկավարներ: Դա հատկապես կարևոր է նրանց համար, ովքեր ուժեղ մրցակիցներ ունեն իրենց քաղաքում: Եթե մենք այստեղ, սեմինարի համար փորձենք որեւէ նշանաբան գտնել, ապա դա կլինի այսպիսին. «Փոխվելու խիզախություն ունեցեք»:

Ես դեռ ձեզ չեմ ասել, որ մեր քաղաքում երեք մրցակից ունեն, որոնք նույնպես զբաղված են հեռուստանորությունների թողարկումով, բայց ես էգոիստ եմ, ուզում եմ, որ մեր թողարկումներն ավելի շատ մարդ նայի, քան նրանցը: Եվ հենց դրան է, որ ձգտում ենք հասնել ամեն օր. փորձում ենք ավելի շատ հեռուստադիտող գրավել մեր կողմը, ուզում ենք այնպիսի լրատվությամբ ապահովել մարդկանց, որ մեր լսարանը մեծանա, որի արդյունքում էլ կայանը կարողանա ավելի շատ գովազդատու գրավել իր կողմը և հաջողությամբ զարգանալ: Երբ ձեզ հաջողվի հասնել այս ամենին, դուք հանգիստ կարող եք դիմել գլխավոր տնօրենին՝ ասելով. «Նորությունների բաժնում ինձ ավելի շատ մարդ է պետք, նաև՝ ավելի շատ եթերաժամ նորությունների թողարկման համար»: Խելացի գլխավոր տնօրենը կպատասխանի. «Այո, դու ճիշտ ես»: Այդպիսի առաջընթաց ես նկատել եմ այստեղի որոշ հեռուստակայաններում:

Երեկ երեկոյան ես նայում էի **Ի Ծ Ծ** կայանի լրատվական թողարկումները և պետք է ձեզ ասեմ, որ բացառությամբ, թերեւս, երկու սյուժեի, մնացած բոլոր սյուժեներում ներկա էր Բորիս Ելցինը: Նախագահը հանդիպում է զինվորական ղեկավարության հետ, հետո ինչ-որ գործարար մարդկանց, հետո՝ արտասահմանյան հյուրերի հետ: Միայն մի սյուժե էր մի քիչ տարբերվում մյուսներից. Բորիս Ելցինը կանգնած էր: Մնացած բոլոր սյուժեներում նա նստած էր նույն բազկաթոռին: Ես մտածեցի, թե այսօր, օրինակ, գործադուլ են անում օդային տրանսպորտի դիսպետչերները, իսկ որևէ մեկը գիտի՞ այդ մասին: Դուք գիտե՞ք, որ գործադուլ են անում, այո՞: Այո՛: Բայց եթե դուք երեկ երեկոյան **Ի Ծ Ծ** նայեիք, դա ձեր մտքով էլ

չէր անցնի: Բայց մենք պարզապէս պարտավոր ենք նայել, թե վերջիվերջո ովքեր են այցելել նախագահին: Դա էր այն ամենը, ինչ երեկ մեզ հրամցրին: Ասածս այն է, որ իհարկէ, դա էլ է նորություն: Օդային տրանսպորտի աշխատողների գործադուլն էլ է նորություն: Նույնիսկ այն վտանգը, որ կարող է գործադուլ ծագել՝ նույնպէս նորություն է: Դրա համար էլ ես կարծում եմ, որ **Ի ԾԾ**-ն դեռ շատ բան ունի սովորելու ձեզանից, բարեկամներ, նրանցից, ովքեր աշխատում են անկախ կայաններում:

Մենք պետք է խոսենք բազմաթիվ խնդիրների շուրջ, որոնք առնչվում են այն բանին, թե ինչպէս եք դուք կատարում նորությունների բաժնի ղեկավարի ձեր պարտականությունները և ինչպէս եք վարվում ձեր աշխատակիցների հետ: Մենք կխոսենք այն մասին, թե ինչպէս եք կատարում ձեր պարտքը հասարակության հանդէպ: Մենք կխոսենք նաև շահերի բախման մասին, որոնք ի հայտ կգան աշխատանքի ընթացքում: Կխոսենք նաև բարոյական խնդիրների մասին, որոնց այս կամ այն կերպ առնչվելու եք դուք: Ինչպէս եք գովազդում ձեր սեփական նորությունները, ինչպէս եք դրանք ներկայացնում: Կխոսենք նաև այն մասին, թե ինչպէս պետք է լրագրող ընդունել աշխատանքի: Իսկ ամենակարևորը, ինչի մասին մենք պետք է խոսենք, այն է, թե որտեղից պետք է հայթայթել նորությունը: Ես նույնիսկ հույս ունեմ, որ ձեզանից որևէ մեկը շաբաթվա վերջում կգանգահարի **Ի ԾԾ** և իր փորձը նրանց կփոխանցի:

Մի բանի մասին ուզում եմ զգուշացնել: Ես ամեն բան չգիտեմ: Եվ ձեր բոլոր հարցերի պատասխաններն էլ չունեմ: Բայց ես կջանամ:

**ՈՌԲԵՐՏ ՔԵՄՔԵԼ**

## 1. Միաժամանակ քանի՞ աթոռի են նստած

### (նորությունների բաժնի տնօրենի պաշտոնական պարտականությունները)

Նորությունների ծառայության ղեկավարի աշխատանքը շատ կարևոր է: Մենք ապրում ենք ինֆորմացիայի դարում: Եվ դուք ինքներդ ձեզ պետք է հմուտ նավարար զգաք տեղեկատվության հոսքի մեջ: Ձեր ուսերին ընկնում է մի մեծ պատասխանատվություն և՛ ձեր աշխատակիցների, և՛ ձեր կայանի հանդեպ, և՛ ամենակարևորը, բոլոր այն մարդկանց հանդեպ, ովքեր ապրում են ձեր քաղաքում: Դուք եք որոշում, թե ինչ նորություններ պետք է ստանան ձեր քաղաքի բնակիչները: Անշուշտ, ես գիտեմ, որ ձեզանից շատերը տեսախցիկներ չունեն, և աշխատողի պակաս էլ կա: Հենց դրանից ելնելով՝ դուք ամեն օր պետք է լուծեք մի կարևոր խնդիր, թե հատկապես ո՞ր նորություններն են, որ պետք է եթեր հեռարձակվեն: Պետք է խոստովանեմ, որ ես նույնպես ամեն օր ստիպված եմ լուծել նման խնդիրներ: Այդ ամենը երբեմն մարդու հուսահատության է հասցնում: Ես ամեն օր 3 ժամ ուղիղ եթերով նորություններ եմ հեռարձակում: Եթե դուք օրվա ընթացքում ընդամենը 15 րոպե եք հեռարձակում նորություններ, պարզ է, որ այդ ընթացքում քիչ լուրեր կարող եք տեղավորել: Երեք բան կա, որոնց մասին պետք է լավ հիշել:

**Առաջին. նորությունն աշխույժ բան է:** Լրագրության մեջ ամենագրավիչն այն է, որ դուք ամեն օր տարբեր բաներ եք անում: Սյուժեների բովանդակությունները տարբեր են և տարաբնույթ, և դուք վերածվում եք մի տեսակ «ամեն ինչից գլուխ հանողի», որը պարտավոր է այդ թեմաներից ինչ-որ բան հասկանալ և ամեն օր վարժվել: Երբ դուք հասնեք այն վիճակին, երբ բառացիորեն ապրեք լրագրությամբ, նրանով սնվեք և նրա հետ քնեք, այսինքն, երբ աշխատանքից տուն գնաք և ճանապարհին մտածեք, թե վաղն ինչ նորություններ եք լուսաբանելու, երբ խանութ գնաք և ձեզ հետաքրքրի, թե ինչի մասին են խոսում մարդիկ, այ՛, միայն այդ ժամանակ դուք իրականում կառնչվեք կյանքին և հասարակության հոգսերին: Որպես նորությունների բաժնի ղեկավար՝ դուք պարտավոր եք ձեր ձեռքը մշտապես պահել հասարակության զարկերակին, այն մարդկանց զարկերակին, որոնց մեջ դուք ապրում եք:

**Երկրորդ. այդպիսի օրերը կամ կանոն չկա, որ նորությունը պետք է ձանձրալի լինի:** Ձեր խնդիրն էլ հենց այն է լինելու, որ ձեր նորություններն ամեն կերպ հեռու պահեք այդ մակարդակին իջնելուց:

**Եվ վերջինը, թերևս ամենակարևորը. հեռուստատեսային նորությունը նախ և առաջ մարդիկ են:** Մարդիկ, մարդիկ և դարձյալ՝ մարդիկ: Դա նշանակում է, որ դուք նորությունների

ձեր թողարկումներում առաջին հերթին սյուժեներ եք նկարահանում մարդկանց մասին և ոչ թե պաշտոնյաների: Ես ձեզ ցույց կտամ, թե ինչպես կարելի է մարդկանց միջոցով, մարդկանց մասին սյուժեներ նկարահանել, միաժամանակ՝ եթեր տալ պաշտոնական լրատվություն:

Ես ձեր ուշադրությունն ուզում եմ հրավիրել նորությունների բաժնի վարիչների համար նախատեսված մի քանի բնորոշ պարտականությունների վրա: Նորությունների ծառայության լավ բաժնի վարիչ լինելու համար պետք է լինել լավ ուսուցիչ, լավ մարզիչ, պետք է լինել լիդեր՝ առաջնորդ, պետք է լավ կազմակերպիչ լինել: Որոշ դեպքերում գուցե անհրաժեշտություն ծագի ստանձնել նաև ծնողական պարտականություններ: Դուք ստիպված կլինեք միաժամանակ նստել մի քանի աթոռի:

Ստորև ներկայացնում ենք նորությունների ծառայության ղեկավարի պարտականությունների և պատասխանատվության բնորոշ կողմերը:

### **ՆՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԲԱԺՆԻ ՏՆՕՐԵՆԸ՝**

1. Պատասխանատու է բաժնի ամենօրյա գործունեության համար:

2. Մշակում է լրատվական հաղորդումների ստեղծագործական հայեցակարգը՝ նկատի ունենալով բաժնի տեխնիկական և ստեղծագործական հնարավորությունները, և այդ ամենը համաձայնեցնում է հեռուստաընկերության գլխավոր խմբագրի և գլխավոր տնօրենի հետ:

3. Ամեն օր իրականացնում է ծառայության վարչական և ընդհանուր ղեկավարությունը, լրատվական բլոկների պատրաստման ժամանակ հսկում նորությունների թողարկման որակը:

4. Հսկում է պլանավորված, ինչպես նաև արտակարգ թողարկումների՝ ժամանակին հեռարձակմանը, հետևում է թողարկումների հազեցվածությանը, խրոնոմետրաժին, տեխնիկական եւ կադրային ապահովվածությանը:

5. Հսկում և հաստատում է լրատվական թողարկման սյուժեների հերթականությունը:

6. Խմբագրում է լրագրողների տեքստերը, անհրաժեշտության դեպքում նայում նկարահանված և մոնտաժված նյութը, իհարկե՝ մինչև եթեր հեռարձակելը:

7. Թողարկման բովանդակությունը որոշելիս սերտ համագործակցում է պրոդյուսերի և թողարկման կոորդինատոր խմբագրի հետ:

8. Թղթակիցներին նկարահանումների ուղարկելուց առաջ քննարկում է կարևոր սյուժեները:

9. Մասնագիտական որակի բարձրացման և հեռուստաընկերության նորությունների թողարկման առանձնահատկությունների պահպանման նպատակով մշտական կապ է պահպանում բաժնի աշխատակիցների հետ:

10. Կորորդինացնում է նորությունների ծառայության գործունեությունը հեռուստաընկերության մյուս ենթակառուցվածքների հետ:

11. Ըստ հաստիքացուցակի՝ ձևավորում է նորությունների ծառայության աշխատակազմը և դրանք համաձայնեցնում հեռուստաընկերության գլխավոր տնօրենի հետ:

12. Հսկում է նորությունների ծառայության աշխատանքային անհրաժեշտ և բավարար պայմանների առկայությանը՝ ելնելով աշխատանքի քանակային և որակական պահանջներից:

13. Կազմում է աշխատակազմի աշխատանքային գրաֆիկը և հսկում դրա իրականացմանը:

14. Իրականացնում է նորությունների ծառայության աշխատակիցների կատարած աշխատանքի քանակի և որակի հաշվառումը և ժամանակին հաշվետվություն է ներկայացնում հեռուստաընկերության տնօրինությանը՝ հասանելիք աշխատավարձի չափերի մասին:

15. Հսկում է, որ չխախտվեն աշխատանքային օրենսգրքի հիմնադրույթները:

Հնարավոր է, որ այստեղ ինչ-որ բան բաց է թողնված, որ կարելի էր ընդգրկել ձեր պարտականությունների ցանկում: Բայց պետք է ասեմ, որ այդ աշխատանքը երբեք մինչև վերջ չի կատարվում: Այդ առումով հատկապես հատկանշական է հեռուստալրատվությունը, քանի որ այն ընթանում է 7 օր անընդմեջ և 24 ժամ շարունակ, եթե անգամ նորությունների թողարկումը հեռարձակվում է երկու օրը մեկ:

Մինչև այլ թեմաների արժարժմանն անցնելը, ես ուզում եմ խոսել ընդհանուր առմամբ լրագրողի պարտականությունների մասին:

Հիշեցե՛ք, որ լրագրողը պետք է գործի անկախ:

Լսել եմ, որ շատերդ այստեղ ուզում եք իմանալ և հասկանալ, թե ինչպես զբաղվել լրագրությամբ՝ առանց իշխանությունների և այն մարդկանց միջամտության, ովքեր ձեր սեփական կայանում զբաղվում են գովազդի վաճառքով: Ես նույնպես երբեմն կանգնում եմ նման խնդիրների առջև: Անցյալ շաբաթ, օրինակ, ինձ դիմեց վաճառքի բաժնի մի աշխատակից: Լինում է, որ զանգահարում է ինչ-որ պաշտոնյա, բողոքում է: Սակայն մենք փորձում ենք անդրդվելի լինել, և ի վերջո այդ բոլոր խնդիրները լուծվում են:

Հիշում եմ, այստեղ իմ վաղ այցելություններից մեկի ժամանակ քաղաքներից մեկում միլիցիոները բողոքում էր, իբր հեռուստատեսությունը, քաղաքի բոլոր պատահարները



ցուցադրելով, մի տեսակ, կարծես, նման դեպքեր է հրահրում: Սա, ինքնին, բավականին հիմար տեսակետ է: Բայց պարզվում է, որ հեռուստատեսությունը նրանց համար դժվարություններ է ստեղծել. գործն իրոք շատացել է, և նրանք, հասկանալի է, մեղավոր են փնտրում:

Մեր աշխատանքում շատ կարևոր է ցանկացած պարագայում ինքնուրույն և անկախ գործել: Այդպիսով դուք կարժանանաք ոչ միայն հեռուստադիտողների, այլ նաև պաշտոնյաների հարգանքին: Նրանք կամաց-կամաց հաշվի կնստեն ձեր արած գործի և այն բանի հետ, որ ներկայացված նորություններում կարող են լինել իրենց համար ոչ այնքան հաճելի սյուժեներ: Ցավոք, երբեք մինչև վերջ, հարյուր տոկոսով չի հաջողվում որևէ մեկին ինչ-որ բանում համոզել: Բայց կան մեծ քանակությամբ թեմաներ, որ կարելի է և պետք է լուսաբանել:

**ՀԱՋՈՐԴՆ ԿԵՏԸ, ՈՐԻ ՎՐԱ ԵՍ ԿՈՒՋԵՆԱՅԻ ՁԵՐ ՈՒՇԱԴՐՈՒԹՅՈՒՆԸ ՀՐԱՎԻՐԵԼ, ԲԺԻՇԿՆԵՐԻ՝ ՀԱՅՏՆԻ՝ «ՄԻ՝ ՎՆԱՍԻՐ» ԿԱՆՈՆՆ Է:**

Լրագրողն ի՞նչպես կարող է որևէ մեկին վնաս պատճառել: Առաջին հերթին՝ իր սխալով: Կարող էք ինչ-որ մեկին վարկաբեկել: Միաժամանակ, չէք կարող հրաժարվել ձեր սյուժեից սոսկ այն մտահոգության պատճառով, որ վստահ չէք, թե ինչ հետևանք կարող է ունենալ սյուժեի հեռարձակումը: Իհարկե, եթե դուք համոզված եք, որ ձեր սյուժեում ամեն ինչ ճիշտ է, և որ դուք ճշտորեն հաղորդում եք փաստացի տեղեկություն:

Ամեն դեպքում, նման սյուժեներ պատրաստելիս հազիվ թե դուք ձեզ հանգիստ զգաք: Այնուհանդերձ, կրկին դառնանք այս կետերից առաջինին, այսինքն՝ պետք է փնտրել ճշմարտությունը և հաղորդել առավել լիարժեք և ամբողջական ձևով:

## **2. Ինչու է դա արվում**

### **(նորությունների արտադրության նպատակը)**

Ես հիմա կուզենայի անդրադառնալ այն հարցին, թե հանուն ինչի ենք մենք այդքան չարչարվում, ում է պետք մեր աշխատանքը: Ձեզանից ոմանք այստեղ հիշեցրին, թե որքան դժվար է լրագրող գտնելը, երբ միջոցներ չկան նրանց վճարելու: Լրագրողի պարտականությունը և նպատակն առաջին հերթին հասարակայնությանը տեղեկատվությամբ ապահովելն է: Այդպե՞ս է: Բացի դրանից, մենք կատարում ենք որոշակի կրթական

աշխատանք, այսինքն, ինչ-որ չափով, եթե կուզեք, լուսավորում ենք հասարակայնությանը (խոսքս, անշուշտ, քարոզչական գործունեության մասին չէ): Ծիշտ է, հեռուստանորությունները զվարճացնելու որոշակի ֆունկցիա ունեն, բայց դա խաղ կամ շոու չէ: Հուսով եմ, դուք դեռ չեք մոռացել, որ չկա այնպիսի օրենք, ըստ որի՝ նորությունները պետք է ձանձրալի լինեն:

Մեր հեռուստաընկերության նորությունների բաժնի պատերին բազմաթիվ հետաքրքիր բաներ կան փակցված, որոնց մեջ այսպիսի մի գրություն կա. «Նախ՝ եղեք լավագույնը, իսկ հետո՝ դարձեք առաջինը»: Եթե դուք կարծում եք, որ հասել եք կատարելության, ուրեմն չափանիշների սանդղակը վեր բարձրացնելու ժամանակն է: Լավ թղթակիցը փաստերը հավաքում է, իսկ իսկական թղթակիցը դրանք ըմբռնում է: Ասածներս գովազդի կամ կարգախոսի են նման, այդպես չէ՞: Եվ իրոք, այս ամենն ինքնագովազդի պես մի բան է, որի մասին կխոսենք մի քիչ ավելի ուշ:

Նորությունների բաժինը մի մեծ թիմ է, որը պետք է ունենա մեկ միասնական քաղաքականություն: Ձեր քաղաքականությունը նաև այն թեմաներն են, որոնք դառնում են ձեր ուշադրության առարկան, նաև այն է, թե հատկապես ինչպես եք լուսաբանում դրանք: Ահա հեռուստաընկերության քաղաքական առաքելության մի օրինակ: Այդ հեռուստաընկերությունը գտնվում է Ֆլորիդայի նահանգի Օրլանդա քաղաքում, որտեղ տեղակայված է Դիսնեյլենդը: Հեռուստաընկերությունների առաքելության մասին կարգախոսներ գործնականում փակցված են նորությունների բոլոր բաժիններում: Որպեսզի աշխատակիցներն իմանան, թե ինչու և հանուն ինչի են աշխատում և մշտապես հիշեն այդ մասին: Ահա թե ինչպիսիք են այդ կարգախոսները:

**Առաջին կետը սա է. «Մի՛ արեք, այն, ինչ կարելի է չանել»:**

Մի՛ նկարահանեք այն ամենը, որ կարող է չհետաքրքրել ձեր ունկնդիրներին: Ձեր շրջապատում մշտապես ինչ-որ բան է տեղի ունենում. անհրաժեշտ է տարբերել, թե որն է կարևորն ու առաջնայինը, որովհետև ամեն ինչ ընդգրկելը գրեթե անհնար է:

**Երկրորդ կետ. «Նորությունները մարդիկ են, մարդկանց մասին են և մարդկանց համար»:**

Վերցնենք մի պարզ օրինակ: Անցյալ ուրբաթ Բորիս Ելցինն օրենք է ստորագրել կրոնական ազատությունների և խղճի ազատության մասին: Դուք կարող եք մի շատ լավ սյուժե պատրաստել այդ թեմայով, եթե զրուցեք մարդկանց հետ: Պարզապես կարելի է

փողոցում մոտենալ մի կնոջ և հարցնել, թե ինքն ինչ է մտածում այդ օրենքի մասին, կամ, ասենք, ավտոբուսի որևէ վարորդի հարցրեք: Ամեն մեկն իր սեփական կարծիքն ունի, չէ՞: Այսպիսով, դուք մարդկանց միջոցով կարող եք ներկայացնել ինչ-որ նորություն: Ձեզանից ժուռնալիստներից մեկն ինձ ասաց, որ իրենց քաղաքում նորություններ չեն լինում: Քիչ առաջ բերած օրինակը հուշում է, որ կարելի է ցանկացած համազգային նորության վերաբերյալ սյուժե նկարահանել ձեր սեփական քաղաքում: Մարդիկ այդ մասին կխոսեն խանութներում, փողոցներում: Դա հեշտ է, չէ՞:

**Երրորդ կետ. «Ունկնդրի հետ խոսեք մատչելի և պարզ լեզվով»:**

Հեռուստանորությունները մի մեծ բաց ունեն: Նորությունը եթեր հեռարձակելուն պես ավարտվում է, վերջանում: Հնարավոր չէ էջը հետ շրջել, ինչպես լրագրի պարագայում: Հնարավոր չէ տեսաժապավենը հետ պտտել՝ լավ չհասկացված սյուժեն մեկ անգամ ևս նայելու համար: Դրա համար պետք է գրել շատ պարզ: Գրել այնպես, որ բոլորին միանգամից հասկանալի լինի ամեն ինչ: Մի՛ մոռացեք, որ ձեր ունկնդիրը լսելու, տեսնելու և հասկանալու ընդամենը մեկ հնարավորություն ունի: Եթե ձեր ունկնդրի համար ինչ-որ բան պարզ չէ, ուրեմն դուք իզուր եք աշխատել: Դրա համար էլ եղեք պարզ՝ որքան հնարավոր է:

**Չորրորդ կետ. «Մինչև վերջ օգտագործեք տեսագրության հնարավորությունները՝ ՑՈՒՑԱԴՐԵՔ նորություններ»:**

Ձեզանից մեկն ասաց, թե իրենք արդեն տասներեք BETAKAM («Բետական») ունեն, իսկ աշխատողներն ընդամենը տասը հոգի են: Ես կուզենայի ձեզանից փոխ առնել այդ «Բետականները»՝ անձնական օգտագործման նպատակով: Հեռուստատեսությունն առաջին հերթին պատկեր է: Եթերում ավելի ձանձրալի բան չկա, քան էկրանից «խոսող գլուխը»: Ես իմ աշխատողներին ասում եմ, որ ոչ մեկը մեր եթերում տասներկու վայրկյանից ավելի անընդմեջ երևալու իրավունք չունի: Դա լրիվ բավական է, որ նրանք ասեն այն, ինչ ուզում են ասել: Եթե դուք դիպուկ հարց եք տալիս և հավաքել եք ձեզ անհրաժեշտ ամբողջ ինֆորմացիան, բոլորովին էլ պետք չէ, որ հարցազրույցը լրատվական թողարկման մեջ տևի երկու րոպե: Ձեր խնդիրը, ավելի ճիշտ՝ ձեր աշխատակիցների խնդիրն այն է, որ կարողանան ազատվել բոլոր կողմնակի և ավելորդ բաներից՝ թողնելով միայն չոր բովանդակությունը:

ՀԱՐՑ - Եթե ես խոսել եմ որևէ պաշտոնյայի հետ, հետո նա կարող է նեղանալ. «Ես այսքան խոսել եմ, իսկ դուք գրեթե բոլորը կտրել-հանել եք, ես այլևս ձեզ հարցազրույց չեմ տա...»: Այս դեպքում ինչպե՞ս վարվել:

- Ես նման հարց էլի եմ լսել: Օրինակ, Ղազախստանում, երբ դուք խոսում եք կրոնավորի հետ, նրան ընդհատել չի կարելի: Սա իրոք պրոբլեմ է: Բայց կա, ասենք, այսպիսի տարբերակ: Երբ միևնույն հարցազրույցի ժամանակ անդրադառնում եք տարբեր խնդիրների: Չետո այդ հարցազրույցը կարելի է օգտագործել տարբեր սյուժեների մեջ, և եթեր հեռարձակել տարբեր օրերի: Բայց ավելի ճիշտ կլինի, որ նախ որևէ պաշտոնական անձի հետ զրուցեք խղճի ազատության մասին, իսկ հետո նույն բանի մասին խոսեք, ինչպես ես եմ ասում, «իսկական մարդկանց» հետ, այսինքն, այն հասարակ, սովորական մարդկանց հետ, ինչպիսին դուք եք և ես: Մարդկանց հնարավորություն տվեք տեսնել հենց իրենց նման մարդկանց, որոնց հետ նրանք ապրում են, աշխատում: Այդպիսով, որոշ ժամանակ էլ պաշտոնյայի համար կմնա, նրան հնարավորություն տալով՝ լսել սովորական մարդկանց տեսակետը. գուցե դա նրա համար օգտակար լինի:

**Չինգերորդ կետ. «Մեզ համար գոյություն չունի վերացական «լսող» և «դիտող», մենք աշխատում ենք մեր ընկերների, ծանոթների և բարեկամների համար»:**

Մարդկանց վերաբերվեք այնպես, ինչպես կուզենայիք, որ նրանք ձեզ վերաբերվեին, նրանց հետ խոսեք իրենց իսկ լեզվով: Մինչև լուսարձակները վառելը, խցիկները միացնելը և թողարկումը եթեր տալը՝ ձեր հաղորդավարին ասացեք, որ հեռուստադիտողների հետ չխոսի այնպես, ինչպես օտար մարդկանց հետ: Շատ ավելի լավ կստացվի, եթե նա պատկերացնի, թե իր առջև նստած է իր հարևանը, բարեկամը կամ էլ հարազատը: Թող դա զրույց լինի: Շատ մեծ տարբերություն կա հեռուստադիտողների գլխին դասախոսություն կարդալու և բարեկամական զրույցի միջև: Ի՞նչ եք կարծում, ո՞ր դեպքում ունկնդիրը ձեզ ավելի լավ կհասկանա:

**Վեցերորդ կետ. «Չպարտացեք ձեր հեռուստաընկերությամբ, հպարտացեք ձեր մասնագիտությամբ և պատասխանատվությամբ, որ դրված է ձեզ վրա»:**

Զգիտեմ, գուցե զարմանաք, եթե ասեմ, որ աշխարհի բոլոր լրագրողները, այդ թվում նաև իմ աշխատակիցները, դժգոհում են, թե իրենց քիչ են վճարում: Ես էլ իմ աշխատավարձից գոհ չեմ եւ համարում եմ, որ ինձ էլ են քիչ վճարում: Ես նաև մեքենաների, տեսախցիկների պակաս ունեմ, և դեռ ինձամից էլ դժգոհում եմ:

Լրջորեն մտածեք, թե որտեղ եք աշխատում և հպարտացեք դրանով: Դա ձեզ թույլ կտա հոգով ամրապնդվել ու համախմբել բոլորին: Եվ հիշեք, որ թշնամին ոչ թե ձեր կայանում է, այլ ձեր մրցակիցն է, որ ձգտում է ձեզանից ավելի լավ աշխատել և ձեր ունկնդիրին գրավել, իրենով անել:

**Յոթերորդ կետ. «Դարձեք ավելի լավը, քան ձեր մրցակիցն է, քան ձեր քաղաքի այլ ՋԼՍ-ներն են, ավելի լավը, քան երեկ էիք»:**

Երբ իմ նկարահանող խումբն ինչ-որ տեղ է մեկնում որևէ իրադարձություն լուսաբանելու, ես գիտեմ, որ այնտեղ խմբեր են լինելու նաև այլ կայաններից: Ես ուզում եմ համոզված լինել, որ իմ նկարահանող խումբը կվերադառնա՝ իր հետ բերելով ամենալավ սյուժեն: Եվ երբ դա այդպես է լինում, մյուս կայանները տեսնում են, որ իրենցից առաջ են անցել: Ես կուզենայի, որ մենք նրանց ավելի հաճախ հաղթեինք, քան նրանք՝ մեզ: Բայց քաղաքում մեր մրցակիցները լավն են, ուժեղ մրցակիցներ են: Ես ասում եմ՝ լավն են, քանի որ դրանից իրոք շահում են մեր քաղաքի բնակիչները: Որովհետև նրանք նորությունները ստանում են ավելի արագ, ստանում են շատ ավելի հիմնավորված, մանրամասն նորություններ, և հենց դա է մեր խնդիրը, մեր աշխատանքի իմաստը:

### **3. Եվ դուք դա անվանում եք նորություն (ինչ բան է «նորությունը»)**

Այսպիսով, ձեր ունկնդիրը լուրեր է ստանում տարբեր աղբյուրներից: Նորությունը կարող է մարդկանց վրա թողնել և՛ դրական, և՛ բացասական ազդեցություն: Վերցնենք այդ նույն՝ արդեն հիշատակված, ավիադիսպետներին գործադուլը: Դա վատ լուր է բոլոր նրանց համար, ովքեր մտադիր են ինչ-որ տեղ թռչել: Ի՞նչ եք կարծում, ձեր կայաններում որևէ մեկը լուսաբանո՞ւմ է այդ իրադարձությունը, որևէ մեկը գնացե՞լ է օդանավակայան, մարդկանց հետ խոսե՞լ է այդ նյութի շուրջ:

Ասենք, դուք այդ թեմայով սյուժեներ եք պատրաստել: Իսկ ձեզանից որևէ մեկը երբևէ իր մաշկի վրա զգացե՞լ է դրա հետևանքները:

Լրագրողի խնդիրը ճշմարտության որոնումն է: Ազնիվ ու արդար լինելու համար անհրաժեշտ է խոսել բոլորի՝ կոնֆլիկտին առնչվող բոլոր կողմերի հետ: Խնդրեմ, ահա, այդ նույն ավիադիսպետների գործադուլի մասին: Նախ և առաջ, ենթադրում եմ, դուք կցանկանաք խոսել նույն այդ դիսպետներից որևէ մեկի հետ: Հետո կցանկանաք զրուցել այն մարդկանց հետ, ովքեր անմիջապես կրում են այդ գործադուլի հետևանքները, նաև նրանց հետ, ովքեր թռիչքի պետք է մեկնեն, ասենք, մի քսանչորս ժամ ուշացումով և այլն: Կարելի է սյուժե նկարահանել, ասենք, դիսպետների մասին՝ հենց նրա տանը: Միգուցե ինչ-որ մեկն ասի, թե վերջիվերջո բոլորն են այդպես ապրում, մեծ բան ասացիք՝ չեն վճարում: Դա

ճիշտ չէ: Մարդիկ սիրում են նայել ուրիշներին, տեսնել, թե ինչպես են նրանք ապրում, ինչ են անում: Մանավանդ որ նման հնարավորություն ամեն օր չէ, որ տրվում է: Եթե դա կատարվեր ամեն օր, ապա չէր լինի նորություն: Ինչ-որ մեկի ընտանեկան կյանքը ներկայացնելու համար տեղեկատվական առիթ է պետք. դուք հո չե՞ք կարող ամեն օր հենց այնպես մտնել մարդկանց տները:

Եկեք անցնենք այն հարցին, թե ինչ բան է նորությունը: Նորությունը պայմանականորեն կարելի է բաժանել չորս տեսակի.

Դա այն է, ինչ մարդիկ պիտի իմանան (այդ դուք եք որոշում):

Դա այն է, ինչ մարդկանց անհրաժեշտ է իմանալ:

Դա այն է, ինչ մարդիկ ուզում են իմանալ:

Դա այն է, ինչ հետաքրքիր է իմանալ («ոչ պարտադիր» նորությունների շարքից):

Օրինակներ բերեմ: Նորից վերադառնանք ավիադիսպետներների գործադուլին: Ձեր ունկնդիրներն այդ մասին պե՞տք է իմանան, թե՞ ոչ: Անհրաժեշտ է, որ նրանք իմանան այդ մասին, նրանք դրա կարիքը զգո՞ւմ են: Օրինակ, ես ոչ մի տեղ էլ չեմ մեկնում: Ուզո՞ւմ եմ արդյոք ես այդ մասին իմանալ: Մնացածներն էլ կարող են ոչ մի տեղ չթռչել, բայց ունկնդիրների մեծ մասի համար դա պարզապես հետաքրքիր է: Որոշ սյուժեներ կարող են ընկնել մի քանի դասակարգման տակ: Երբ նստում եք պլանավորելու, թե օրվա ընթացքում հատկապես որ սյուժեներն են լուսաբանվելու, ինքների ձեզ հարց տվեք, թե ձեր ունկնդիրն ինչի մասին է պարտավոր իմանալ, ինչն է անհրաժեշտ, ինչ պահանջարկ ունի: Ասենք, ունկնդիրն ուզո՞ւմ է իմանալ, որ կաթի գինը շուտով երկու անգամ բարձրանալու է: Կամ եթե արդեն տեղյակ է, ուզո՞ւմ է ավելի շատ մանրամասներ իմանալ:

Հաջորդ կարևոր հարցը, որ պետք է տաք ինքների ձեզ և ձեր աշխատակիցներին, այն է, թե հեռարձակված սյուժեներն ինչպես են անդրադառնում մարդկանց կյանքի վրա: Կամ էլ՝ որքանով է սյուժեում արտացոլված թեման առնչվում յուրաքանչյուր մարդու: Եկեք որպես օրինակ վերցնենք կաթի գնի բարձրացման հարցը: Ենթադրենք, ինչ-որ մի կնոջ նյութական միջոցներն արդեն չեն բավարարում երեխային կաթ գնելու համար: Այդ սյուժեն կարող է առնչվել, ասենք, ֆերմերի հետ, որը զբաղվում է կաթնատու անասնապահությամբ: Նա հասկանում է, որ գները կարծես բարձրանում են, իսկ թե ուր են գնում փողերը, չգիտի: Եթե անգամ դուք երեխա չունեք, չե՞ք մտածի արդյոք՝ կաթի փոխարեն այլ ընպելիքներ գնելու մասին: Միգուցե դա լավ նորություն է, ասենք, «Կոկա-կոլայի» համար: Այսինքն, դուք

անընդհատ պետք է մտածեք այն մասին, թե ինչպես կարող է ձեր սյուժեյն ազդել այլ մարդկանց կյանքի վրա:

Եվ, երևի, վերջին հանգամանքը, որին պետք է ուշադրություն դարձնել սյուժեի համար թեմա ընտրելիս: Ինքներդ ձեզ հարց տվեք՝ իմ ինչի՞ն է պետք այս պրոբլեմը, և ինչու պիտի այս ամենը հետաքրքրի իմ ունկնդրին: Աշխատեք այդ հարցին պատասխանել ձեր սյուժեով, ձեր ռեպորտաժով:

Եկեք դիտարկենք մի սյուժե Օհայո նահանգի Կոլամբուս քաղաքից (սա Ամերիկայի կենտրոնական մասում է): Այն բարձր դասարանցի մի աղջկա մասին է, որը մազերը ներկել է մի քանի տարբեր գույների, և դրա համար նրան հեռացրել են դպրոցից: Արդյո՞ք արդար են վարվել նրա հետ: Այդ սյուժեյն օրվա նորությունների թողարկման առաջին լուրն էր:

Դպրոցի կանոնների մեջ ոչինչ չի ասված, թե ինչ գույնի պետք է լինեն աշակերտների մազերը: Սկզբում թղթակիցը ներկայացնում է փաստերը, մենք տեսնում ենք աղջկան, նրա սանրվածքը: Ապա՝ հարցազրույցն է աղջկա մոր հետ, և նա ասում է. «Իսկ ի՞նչ է արել իմ աղջիկը. եթե ամենավատ բանը, որ նա արել է, մազերը ներկելն է, դրա համար չարժե դժգոհել: Նա թմրադեղեր չի օգտագործում, որևէ ավազակային խմբի անդամ չէ, ի՞նչ է պատահել»: Այնուհետև հաղորդավարը հայտնում է, որ աղջկա ծնողները մտադիր են այդ առիթով դիմել ինչ-որ կազմակերպության:

Նորությունն էր արդյոք սա: Ունկնդիրը պե՞տք է իմանար այս մասին: Կարիք կա՞ր արդյոք, որ այդ մասին խոսվեր: Անշուշտ, կար: Բայց այս պատմությունն այնքան արտառոց էր, որ բոլորը, ովքեր հեռուստացույցով տեսել էին այդ սյուժեյն, հաջորդ օրը միայն դրա մասին էին խոսում:

Չեռուստադիտողներից շատերը երեխաներ ունեն, որոնք դպրոց են հաճախում, այդպես չէ՞: Ի՞նչ եք կարծում, ընտանիքում քննարկվե՞լ է այն հարցը, թե արժե՞ արդյոք, որ դպրոցական աղջիկը մազերը ներկի, թե՞ չարժե ներկել: Թե՞ դուք կարծում եք, որ ծնողներն այդպիսի նորություններ չեն նայում: Ես կարծում եմ, որ պապիկներն ու տատիկները շատ լավ էլ կարող են այդ հարցը քննարկել իրար հետ. «Ի՞նչ լավ է, որ մեր թոռնիկն այդպիսին չէ...»: Ամբողջ հարցն այն է, թե արդյո՞ք կարելի է մազերի գույնը փոխելու համար աշակերտին դպրոցից հեռացնել: Այն դեպքում, երբ ո՛չ կրթական օրենքներով, ո՛չ էլ դպրոցի կանոններով ոչ մի նման բան նախատեսված չէ: Ի վերջո, աղջկան թույլատրվեց վերադառնալ դպրոց, երբ նա կեղծամ դրեց:

Նորությունների բաժնի տնօրենը կիրառել էր ամենապարզ՝ գայլիկոնի կանոնը, թե քանի մարդու վրա կարող է ազդել այն, ինչի մասին պատմում եք սյուժեում:

Այս աղջկա դեպքում կիրառվել է այլ սկզբունք, քանի որ, փաստորեն, այս պատմությունն առնչվել է միայն տվյալ աղջկա, նրա ծնողների և ընտանիքի հետ: Դրա համար էլ, երբ պրոդյուսերը թողարկման մեջ դա դրել է որպես առաջին սյուժե, նա ցանկացել է այդ փաստի վրա հրավիրել նաև ուրիշ ծնողների ուշադրությունը, որոնց երեխաները նույնպես դպրոցական են: Ո՛չ միայն կոնկրետ այդ դպրոցում սովորող երեխաների ծնողների, այլև ամբողջ շրջանի, ուր հեռարձակվում է ծրագիրը: Ես բնավ էլ չեմ ասում, որ դա ճիշտ է: Եվ բոլորովին պատկերացում չունեմ, թե այդ քաղաքում նույն այդ օրն ուրիշ էլ ինչ է տեղի ունեցել: Միգուցե Բորիս Ելցինն է այցելել այդ քաղաք: Բայց, երևի, բաժնի տնօրենն իրեն հարց է տվել. «Արդյոք մարդիկ խանութներում կխոսե՞ն, կքննարկե՞ն պարոն Ելցինի հանդիպումն օտարերկրյա դեսպանի հետ»:

Մենք ձեզ կներկայացնենք ևս երկու կարճ սյուժեներ, որոնցից մեկը Վաշինգտոն նահանգից է, Սիեթլ քաղաքի շրջանից: Կարծում եմ, ձեզանից շատերը նկարահանել են նմանատիպ սյուժեներ: Փակվել է ցեյուլոզի ֆաբրիկան, մարդիկ կորցրել են աշխատանքը: Եկեք նայենք: Առաջին բանը, որ նկատում ենք, գործարանում տիրող լռությունն է: Այստեղ աշխատում էր 320 մարդ... Ցեյուլոզի ֆաբրիկան փակվել է, որովհետև դադարել է գործել նրա հարևանությամբ գտնվող թղթի գործարանը: Իրադարձության պատմությունը բավականին երկար է: Սկզբում նոր տեխնոլոգիաներ են ներդրվել, հետո ծագել են բնապահպանական խնդիրներ, քանի որ այդ արտադրությունն աղտոտել է միջավայրը և, ի վերջո, Միացյալ Նահանգների նոր, տեխնոլոգիապես ավելի մաքուր ձեռնարկությունները խեղդել են այդ արտադրությունը, և նրանք, ովքեր աշխատում էին հնացած տեխնոլոգիայով, արդյունքում մնացել են անգործ:

Ամենահետաքրքիրն այն է, թե լրագրողն ինչպես է կառուցել սյուժեն: Ֆաբրիկայում աշխատողներ չկան, իսկ մնացած ութ բանվորները բացակայողների մասին այնպես են խոսում, կարծես նրանց ուրվականները շրջում են գործարանի չորսբլորը: Այսինքն, նրանք խոսում են մարդկանց մասին, որոնք ինչ-որ ժամանակ աշխատել են այստեղ, բայց այլևս չկան: Եվ սյուժեում արտացոլված է ոչ միայն փաստը, որ մարդիկ կորցրել են իրենց աշխատանքը, այլ նաև այն պատճառը՝ նոր տեխնոլոգիան, որի հետևանքով նրանք դարձել են գործազուրկ:



Կարելի է հետո այդ սյուժեն շարունակել, նկարահանել մի նոր սյուժե, կարելի է գտնել որևէ մեկին այն մարդկանցից, որ աշխատել է այնտեղ, և պատմել, թե ինչպես են տեղավորվել նոր աշխատանքի և ինչպես են դուրս եկել այդ ծանր կացությունից:

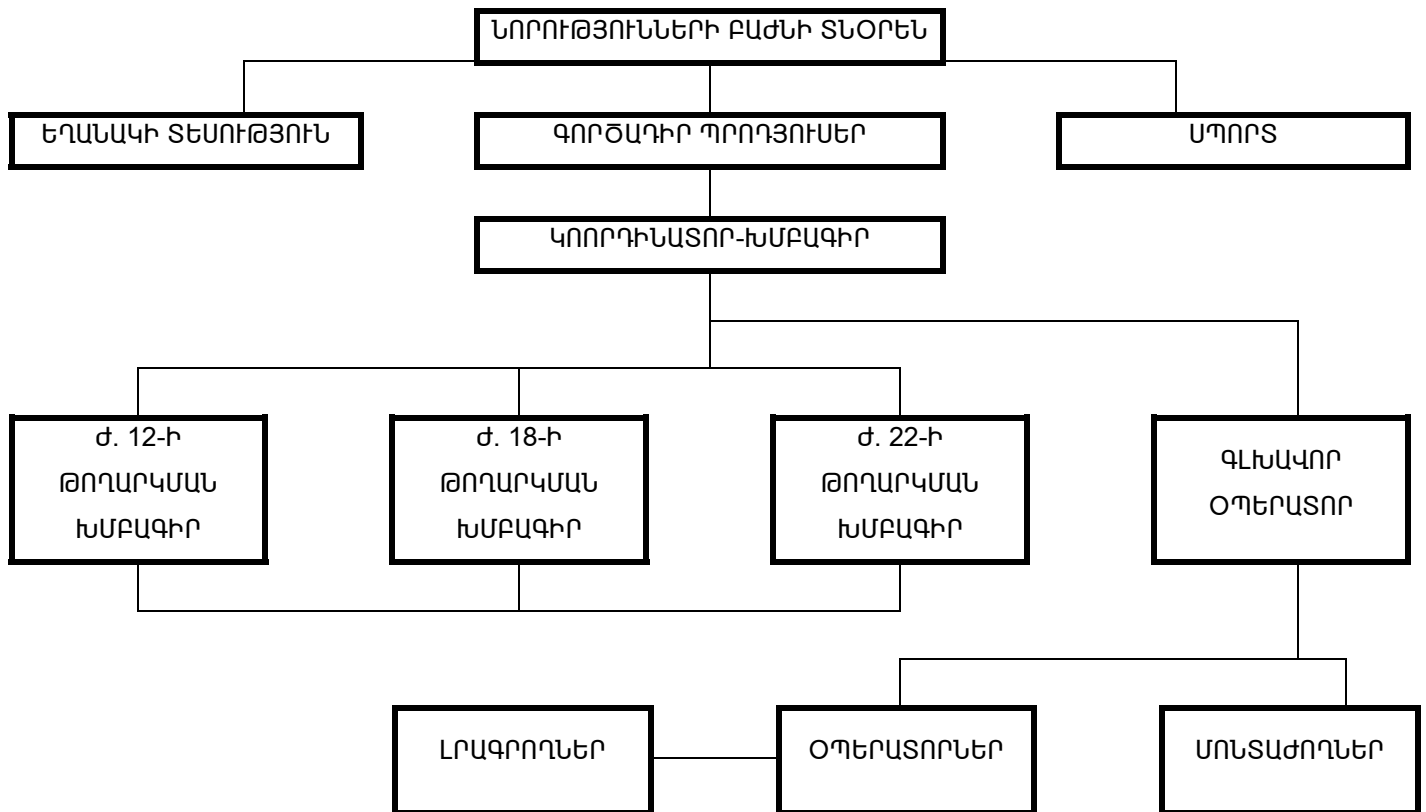
Դա ֆաբրիկայի փակվելու առիթով միակ սյուժեն չէր, որ նկարահանել էր այդ կայանը: Համոզված եմ, որ նկարահանել են մի շարք նյութեր, որոնք այս կամ այն կերպ դասվել են որոշակի ավարտ ունեցող սյուժեների շարքում:

Ահա վերջին սյուժեն, որ ուզում եմ ներկայացնել ձեզ: Այն պատմում է մի փոքրիկ, շատ ազնիվ տղայի մասին, որը փող է գտել. եթե չեն սխալվում՝ մոտ 700 դոլար: Այդ փողը տղան հանձնել է, այսինքն չի պահել իրեն: Սկզբում թղթակիցը մանրամասնորեն պատմում է, թե ինչպես են գտնվել այդ փողերը, ապա ասում է. «Պատկերացնո՞ւմ եք, յոթ հատ հարյուր դոլարանոց՝ 12 տարեկան տղայի ձեռքում»: Հետո դրվում է տղայի սինխրոնը, ուր նա ասում է. «Ընկերս ինձ ասաց՝ փողը պահիր ու սուս կաց, բայց խիղճս ինձ հուշեց փողը տանել և հանձնել ուսուցչին»:

Ահա այս սյուժեն ինչ-որ իմաստով բարոյական դաս է: Այն նկարահանվել է դեպքից 10 օր անց, այսինքն, հեռուստատեսությունում այդ տղայի մասին իմացել են նրա՝ փողը գտնելուց 10 օր հետո: Եվ չնայած դրան, լավ սյուժե են նկարել: Այստեղ այսպիսի նրբություն կա. տղան, ճիշտ է, փողը հանձնել է, բայց օրենքով այսպես է. պետք է սպասել 61 օր, այսինքն երկու ամիս, մինչև որ այդ գումարը կորցնողն ի հայտ գա: Իսկ եթե ոչ ոք մնան բան չհայտարարի, ուրեմն գումարը կտրվի գտնողին, տվյալ դեպքում՝ այս տղային: Սյուժեի վերջում տղային հարցնում են՝ քանի օր է մնացել, նա պատասխանում է՝ 51 օր: Ի՞նչ եք կարծում, 51 օր հետո կայանն այդ թեմայով մի նոր սյուժե կպատրաստի՞, թե՞ ոչ: Հուսով եմ՝ կպատրաստի: Սա նույնպես այնպիսի սյուժեի օրինակ է, որը եթերում տեսնելուց հետո մարդիկ քննարկելու են, խոսելու, պատմելու են իրենց ծանոթներին: Ոմանք ասելու են՝ տե՛ս ինչ ազնիվն է, մյուսները թե՛ ի՞նչ հիմարն է այդ տղան: Ինչ էլ ուզում է ասելու լինեն, կարևորն այն է, որ խոսելու են այդ մասին:

#### 4. Ով՞ ով է և ինչ անելիք ունի

### ՆՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԲԱԺՆԻ ԿԱՌՈՒՑՎԱԾՔԸ



Սա նորությունների բաժնի ստանդարտ կառուցվածքն է: Ես, իհարկե, հասկանում եմ, որ այս պահին ձեզանից ոմանք հաստիքում ընդամենը չորս մարդ ունեն, ինչ-որ տեղ միգուցե 25 հոգի են: Դրա համար էլ, խնդրում եմ, չվախենաք այս գծագրից: Կարծում եմ, նրանք, ում հաստիքներն այսօր քիչ են, երազում են, որ դրանք շատանան, և ջանում են հասնել իրենց նպատակին:

Սա պարզ օրինակ է: Իմ երկրի որոշ հեռուստաընկերություններում այս գծագրի վանդակներն ավելի շատ են և ավելի շատ տեղ են զբաղեցնում, քան այս էջի վրա ներկայացվածը: Բայց չէ՞ որ մեր կայանի նորությունների բաժինն օրական ունի եթերային երեք թողարկում:

Այսպիսով, եթե դուք օրական ունեք ընդամենը մեկ թողարկում, ուրեմն ձեր գծագրի վանդակներից երկուսը ջնջեք: Բայց ես ուզում եմ օրինակով ցույց տալ, թե ինչպես, ունենալով 18 մարդ, կարելի է ապահովել հիրավի լավ լրատվություն:

Այստեղ առաջին մարդն, իհարկե, ղեկավարն է, այսինքն՝ նորությունների բաժնի տնօրենը (լրատվական ծառայության պետը, խմբագիրը կամ գլխավոր խմբագիրը): Հաջորդ վանդակը ներկայացնում է գործադիր պրոդյուսերին: Ես ամեն ինչ մենակ չեմ կարող անել, դրա համար էլ այս մարդը կատարում է տեղակալի պարտականությունները: Հասկանալի է, բաժնի տնօրենն է պատասխանատու է լրատվության բաժնի ողջ աշխատանքի համար, իսկ գործադիր պրոդյուսերը միշտ իր աշխատասենյակում է և մշտապես համագործակցում է բաժնի աշխատողների հետ: Հատկապես այն ժամանակ, երբ բաժնի տնօրենը գլխավոր տնօրենի աշխատասենյակում է և փորձում է ավելի շատ տեսախցիկներ և աշխատողներ պոկել նրանից: Ահա այսպիսին է պրոդյուսերի ծառայողական պարտականությունների ցանկը:

### **ՆՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅԱՆ ՊՐՈԴՅՈՒՍԵՐԸ՝**

1. Պատասխանատու է թողարկման հագեցվածության, ինչպես նաև նյութերի ընտրության, լրատվության որակի և օպերատիվության համար:

2. Ճշգրտում և վերահսկում է լրատվությունը:

3. Կանոնավոր կապ է պահպանում ինֆորմացիոն ծառայության մշտական տեղեկատուների, մամուլի կենտրոնների, ինչպես նաև վարչական, քաղաքական, տնտեսական, ուժային և հասարակական կառույցների, մարզական և մշակութային հիմնարկների պատասխանատուների հետ:

4. Ամեն օր հաստատում է նկարահանումների պլանը, թողարկման սյուժեների նախնական հաջորդականությունը:

5. Սերտորեն համագործակցում է ծառայության տնօրենի և կորրդինատոր-խմբագրի հետ:

6. Հսկում է մոնտաժային տեխնիկայի շահագործմանն ու պահպանմանը, ինչպես նաև բաժնում եղած գրենական և այլ պիտույքների նորմալ վիճակին:

7. Բաժնի տնօրենի բացակայության դեպքում պատասխանատու է ծառայության ամենօրյա գործունեության, որակի, ինչպես նաև ծրագրի ճիշտ ժամանակին եթեր դուրս

գալու համար: Հետևում է և պատասխանատու է, որ նյութերը խնամքով փոխանցվեն համակարգչային արխիվ:

9. Ունի նաև այլ պարտականություններ, որոնք կարող են բխել արտադրական անհրաժեշտությունից, տնօրենի կարգադրությունից և չեն հակասում աշխատանքային օրենսգրքին:

Հաջորդ սանդղակի վրա գտնվող մարդը ձեր բաժնի ամենակարևոր պաշտոնյաներից մեկն է: Կորորդինատոր-խմբագրի գործը կարելի է ինչ-որ չափով նմանեցնել փողոցային երթևեկությունը կարգավորող ոստիկանի աշխատանքին: Սա ամբողջ նորությունների բաժնի ամենանյարդային հանգույցն է, և ինչպես երթևեկության ոստիկանը, նա էլ նկարահանող մի խումբ ուղարկում է մի տեղ, մյուս խումբը՝ մի այլ տեղ և այլն:

### **ԿՈՐՐԴԻՆԱՏՈՐ-ԽՄԲԱԳԻՐԸ`**

1. Նորությունների բաժնի պրոդյուսերի հետ սերտ համագործակցությամբ որոշում է թողարկման բովանդակությունը, ինչպես նաև պատասխանատու է այն բանի համար, որ ծրագիրը ժամանակին հագեցվի բանավոր և տեսագրված լրատվությամբ:

2. Նորությունների բաժնի պրոդյուսերի բացակայության դեպքում կատարում է նրա պարտականությունները և պատասխանատու է բաժնի ամենօրյա աշխատանքի համար:

3. Ամեն օր պրոդյուսերի հետ համաձայնեցնում է նկարահանումների պլանը և ծրագրի նախնական հերթականությունը:

4. Պրոդյուսերի հետ համաձայնեցնում է նկարահանման և մոնտաժի հետ կապված անհրաժեշտ փոփոխությունները:

5. Հեռախոսակապի մեջ է լրատվության աղբյուրների հետ, պատասխանում է հեռախոսազանգերին:

6. Պատասխանատու է ապագա սյուժեների ֆայլերի ամենօրյա համալրման` թեմաների արխիվի համար, անհրաժեշտության դեպքում մեկ անգամ ևս ստուգում է ստացված ինֆորմացիայի հավաստիությունը, ճշգրտությունը և ամբողջականությունը, ինչպես նաև հսկում է աղբյուրին կատարվող հղումների առկայությանը:

7. Նկարահանումների հաստատված գրաֆիկին համապատասխան կորորդինացնում է թղթակիցների, օպերատորների, ռեժիսորների աշխատանքը:

8. Վերահսկում է նկարահանումների ընդհանուր ծրագրի պահպանումը, սյուժեների նախապատրաստման ու ծրագրի մոնտաժման աշխատանքը:

9. Հետևում է նկարահանումների տեխնիկական ապահովվածությանը (մեքենաներ, տեսախցիկներ, տեսաժապավեններ և այլն), վստահված տեխնիկայի անվտանգությանը և բաժնի կարգուկանոնին:

10. Պատասխանատու է համակարգչային արխիվի հագեցման համար, հսկում է, որ այն կատարվի ճիշտ ժամանակին, որ անհրաժեշտ քանակությամբ և որակով կրկնօրինակներ արվեն:

11. Աշխատում է սահմանված ժամանակացույցով և աշխատանքային օրենսգրքի համաձայն:

12. Կատարում է նաև զանազան այլ պարտականություններ՝ ըստ արտադրական անհրաժեշտության և տնօրենի հրահանգների, որոնք չեն հակասում աշխատանքային օրենսգրքին:

Նկատի ունեցեք, որ եթե հաստիքները քիչ են, մեկ մարդը լիովին կարող է համատեղել այս երեք պաշտոնները: Ես ինքս էլ նորությունների ծառայության այն ղեկավարներից եմ, որ չեն սիրում անընդհատ աշխատասենյակում նստել: Ես սիրում եմ, ինչպես ասում են, ձեռքս օրվա իրադարձությունների զարկերակին պահել և սեփական ձեռքերով մի բան անել: Ես աշխատողների պակաս չունեմ, բայց սիրում եմ անմիջականորեն աշխատել նրանց հետ: Ըստ էության, ես իմ անձնական օրինակով ուսուցանում եմ նրանց, մշտապես նրանց եմ փոխանցում իմ գիտելիքները: Պարզապես այնպես եմ անում, որ նրանք հույսները քիչ դնեն ինձ վրա, ինձանից լրացուցիչ ցուցումներ չակնկալեն, իրենց անելիքն իմանան: Չէ՞ որ ես մի օր կարող եմ հիվանդանալ, կամ, ասենք, արձակուրդ գնալ, իսկ նորությունների բաժինը պետք է աշխատի և եթեր դուրս գա նույնիսկ իմ բացակայության պայմաններում: Հենց դա է պատճառը, որ կոորդինատոր-խմբագիրը խիստ անհրաժեշտ է նորությունների ծառայության աշխատանքի համար:

Որքան գիտեմ, ձեզանից ոմանք նորությունների մեկ ժամանոց ծրագիր եմ պատրաստում, բայց ամենաընդունված տևողությունը 20-30 րոպեն է: Տվյալ դեպքում մենք խոսելու ենք ամենօրյա թողարկումների մասին: Բաժնի այն աշխատակիցը, որը մեր գծագրի մեջ նշված է որպես թողարկման խմբագիր, պատասխանատու է նորությունների՝ ժ. 12.00-ի, 18.00-ի, 22.00-ի թողարկումները եթեր հեռարձակելու համար: Սա շատ բնորոշ է Միացյալ Նահանգներին: Հնարավոր է, որ դուք նորությունների թողարկում տեսնեք նաև ժամը 6-ին: Այս թողարկումների արանքում հնարավոր է ունենալ 30 րոպեանոց ևս 2-3 թողարկում: Այսինքն, խմբագիրներից յուրաքանչյուրն անմիջականորեն պատասխանատու է իր թողարկման

բովանդակության համար: Երևի կհարցնեք, թե ինչու են բոլորը՝ բաժնի տնօրենը, կոորդինատոր-խմբագիրը, պրոդյուսերը և թողարկումների խմբագիրը նույն աշխատանքը կատարում: Եկեք այդ խնդրին այլ կերպ նայենք: Ահա այս մարդը, որն անմիջականորեն առնչվում է նորությունների թողարկման հետ, կոորդինատոր-խմբագիրն է, այսինքն այն մարդը, որը կարգավորողի դեր է կատարում: Սա ուղեղն է՝ մտածող համակարգը: Եվ եթե բաժնում բոլորը լավ յուրացրած լինեն իրենց գործը, տնօրենն անելիք չի ունենա: Մյուս կողմից՝ ինչպե՞ս է առհասարակ ընթանում նորությունների արտադրական պրոցեսը: Դուք պետք է մեկնեք ինչ-որ տեղ և ձեռք բերեք այդ նորությունը, քանի որ այն երբեք ինքը չի գա և չի ասի՝ խնդրում եմ, ինձ տեսագրեք ժապավենի վրա: Այսինքն, դո՛ւք պետք է ապահովեք նորությունների հայթայթման պրոցեսը: Դրա համար էլ կոորդինատոր-խմբագրի գլխավոր խնդիրն է նորություններ ձեռք բերել առանց հետաձգման, որպեսզի դրանք կայան հասնեն ճիշտ ժամանակին: Նորությունների՝ կայան հասնելուն պես, պետք է դրանք գրի առնել, մոնտաժել և, ի վերջո, աշխատանքն ավարտել պրոդյուսերի կողմից կոնկրետ սյուժեին հատկացված ժամկետում: Ահա հենց այդ ամենի համատեղումից էլ ծնվում է պատրաստի սյուժեն: Դրա համար էլ թողարկման խմբագիրը պատասխանատու է թողարկման համար, այսինքն, որ նորությունները եթե տրվեն և հասնեն ունկնդրին: Եվ այսպես, կոորդինատոր-խմբագիրը պատասխանատու է նորությունը կայան «մտցնելու», իսկ թողարկման խմբագիրը՝ «դուրս հանելու» համար:

Քիչ հաստիքների դեպքում, կրկնում են, այս բոլորը կարող է անել մեկ մարդ, բայց նա, ինչ խոսք, քիթ սրբելու ժամանակ չի ունենա:

Ինչ վերաբերում է լրագրողներին, այստեղ մի հետաքրքիր հանգամանք կա: Հեռուստակայանում ընդամենը երկու բաժնի աշխատակիցներն են, որ դուրս են գալիս կայանից և աշխատում են դրսում: Դրանք գովազդային գործակալներն են և լրագրողները: Մնացած բոլորը մնում են կայանում, նրա տարածքում: Լրագրողները դուրս են գալիս նորություններ հայթայթելու:

## **ՆՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԲԱԺՆԻ ԹՂԹԱԿԻՑԸ՝**

1. Իր գործունեությունն իրականացնում է տվյալ երկրի մամուլի մասին օրենքին, նորմատիվային փաստաթղթերին և ակտերին համապատասխան:

2. Կանոնավոր կերպով հավաքում, մշակում, վերլուծում է ինֆորմացիան՝ օգտագործելով մամուլի ծառայությունների, լրատվական գործակալությունների, թերթերի, ամսագրերի, հեռուստածրագրերի և այլ նյութեր:

3. Պատասխանատու է հեռարձակման համար առաջարկվող լրատվության հավաստիության, ճշգրտության, ամբողջականության, բարեգույության, ինչպես նաև ժամանակին եթեր տալու համար:

4. Սյուժեների վերաբերյալ գաղափարներ է մշակում, ամենօրյա նկարահանման հայտերն ընդունված կարգով գրանցում է մատյանում:

5. Իր հերթապահության ընթացքում աշխատանքները կատարում է օրվա թողարկման նկարահանումների և մոնտաժի պլանին համապատասխան:

6. Իր հերթապահության ժամանակ, սահմանված նորմաներին համապատասխան քանակով, որակյալ և օպերատիվ ռեպորտաժներ և բանավոր հաղորդագրություններ է պատրաստում:

7. Ռեպորտաժ պատրաստելու համար օպերատորի հետ մեկնում է դեպքի վայր, կամ, եթե կարող է ինքնուրույն նկարահանել, մեկնում է մենակ:

8. Նկարահանման մեկնելուց առաջ ճշգրտում է ինֆորմացիան, նկարահանումների պլանը համաձայնեցնում է բաժնի տնօրենի կամ կոորդինատոր-խմբագրի հետ, օպերատորի հետ նախապես քննարկում է նկարահանվող սյուժեի թեման:

9. Դեպքի վայրում ղեկավարում է նկարահանման աշխատանքները, պաշտպանում է հեռուստաընկերության և իրենց հեռուստադիտողների շահերը, միասնաբար աշխատում է օպերատորի հետ:

10. Իր պարտականությունները կատարում է ըստ հաստատված աշխատանքային գրաֆիկի և աշխատանքային օրենսգրքի:

11. Բաժնի տնօրենի կարգադրությամբ կատարում է արտադրությունից բխող այլևայլ պարտականություններ, որոնք չեն հակասում աշխատանքային օրենսդրությանը:

Մեր գործը հեռուստատեսությունն է, ճի՞շտ է: Եթե մենք աշխատեինք թերթում, մեզ անհրաժեշտ միակ բանը թուղթն ու գրիչը կլիներ: Բայց մեզ օպերատորներ են պետք, մարդ, որին ես կոչում եմ «գլխավոր օպերատոր»: Ինչո՞ւ է նա գլխավոր: Բոլորովին էլ ոչ այն բանի համար, որ նա ամենալավն է, այլ քանի որ նրա վրա բազմաթիվ վարչական պարտականություններ են դրված և սարքավորումների պահպանման ու նորոգման պատասխանատվություն: Նա ապահովում է ոչ միայն նկարահանումները, այլև բոլոր

սարքավորումների աշխատանքային վիճակը: Փոքր կայաններում, ինչ խոսք, նման պաշտոն պարզապես գոյություն չունի: Օպերատորի ձեռքերում է ձեր գործի հաջողության բանալին: Չէ՞ որ հեռուստատեսությունն առաջին հերթին պատկեր է: Ուրեմն հետևեք, որ բոլոր թղթակիցները սերտորեն համագործակցված աշխատեն օպերատորի հետ: Յուրաքանչյուր թղթակից նկարահանումից առաջ պարտավոր է օպերատորին պատմել, թե հատկապես ինչ է ուզում նկարահանել և թեման ինչ տեսանկյունից է ուզում լուսաբանել: Օպերատորը նախապես պիտի իմանա, թե ինչ պատկերներ են պետք թղթակցին: Ես հանդիպել եմ օպերատորների, որոնք թղթակիցներից շատ ավելի լավ լրագրողներ են: Դա իհարկե շատ լավ է, որովհետև այդ դեպքում ես օպերատորին կարող եմ նկարահանման ուղարկել մենակ՝ առանց թղթակցի: Նա հանգիստ կարող է հարցազրույց տեսագրել, իսկ թղթակիցը հնարավորություն կունենա սյուժեի վրա աշխատելու: Այսօր որոշակի իրավիճակներում, հատկապես ոչ մեծ տեսախցիկների առկայության դեպքում մարդիկ ի վիճակի են սյուժե նկարահանել ինքնուրույն, մեն-մենակ: Բայց, անշուշտ, լավագույն տարբերակը նկարահանող խումբ ուղարկելն է, երբ և՛ լրագրող կա, և՛ օպերատոր: Անշուշտ կան մարդիկ, որոնք մեն-մենակ՝ մի ողջ թիմ արժեն: Որոնք ինքնուրույն կարող են գնալ և սյուժե նկարահանել, ոմանք նույնիսկ կարող են տեսախցիկն ամրացնել շտատիվին և նկարահանել սեփական «սթենդափը»:

### **Հեռուստաօպերատորը՝**

1. Նկարահանման է մեկնում թղթակցի հետ:
2. Նկարահանումից առաջ և հետո սերտորեն համագործակցում է թղթակցի հետ, քննարկում է սյուժեները, համաձայնեցնում նկարահանման պլանը:
3. Ռեպորտաժային բնույթի նկարահանումների ժամանակ ստանձնում է նաև բեմադրողի ֆունկցիան՝ դա համաձայնեցնելով թղթակցի հետ:
4. Պատասխանատու է տեղերում նկարահանված նյութի որակի և քանակի համար, ռեպորտաժային բնույթի նկարահանումների ժամանակ հսկում է ձայնագրության որակը:
5. Նկարահանումից վերադառնալով՝ թղթակցին և ռեժիսորին տեղյակ է պահում նկարահանված նյութի քանակի մասին:
6. Նկարահանման մեկնելուց առաջ ստուգում է անհրաժեշտ տեխնիկայի (խցիկ, միկրոֆոն, մարտկոց, շտատիվ և այլն) առկայությունն ու սարքինությունը, անհրաժեշտության դեպքում վերցնում է նաև լրացուցիչ լուսավորման սարքեր:



7. Բաժնի տնօրենին և տեխնիկական ծառայությանը ժամանակին տեղեկացնում է իրեն վստահված՝ նկարահանման, ծայնագրման, լուսավորման և այլ տեխնիկայի անսարքության մասին:

8. Նկարահանումները կատարում է առանց տեխնիկայի շահագործման կանոնների խախտման:

9. Հսկում է, որ ստուդիայում և օպերատորական սենյակում կարգուկանոն լինի:

10. Ուղիղ հեռարձակման կամ ծրագրի տեսագրման ժամանակ կատարում է ստուդիական օպերատորի ֆունկցիա:

11. Հսկում է, որ տեսաապարատները և լուսավորման սարքերը լինեն արդիական, տեխնիկական բնույթի օպերատիվ հարցերը լուծում է տեխնիկական ծառայության և բաժնի ղեկավարության հետ:

12. Ուղիղ եթերից կամ տեսագրումից 30 րոպե առաջ ստուդիան նախապատրաստում է աշխատանքի:

13. Աշխատում է սահմանված գրաֆիկին և աշխատանքային օրենսգրքին համապատասխան:

14. Բաժնի տնօրենի կարգադրությամբ կատարում է արտադրությունից բխող այլևայլ պարտականություններ, որոնք չեն հակասում աշխատանքային օրենսդրությանը:

Եվ վերջում՝ մոնտաժողների մասին: Նորից պետք է ասեմ, որ շատ կայաններում լրագրողներն իրենք են մոնտաժում: Ստուդիաներ էլ կան, որտեղ օպերատորներն են մոնտաժում նկարահանված սյուժեները: Եթե ես ընտրության հնարավորություն ունենայի, կնախընտրեի, որ սյուժեն նկարահանողը հենց ինքն էլ հետո այն մոնտաժեր: Բայց ես գիտեմ, որ բազմաթիվ առավել խոշոր կայաններում, այդ թվում նաև ձեզ մոտ, կան հատուկ մոնտաժողներ, և նրանցից ոմանք իսկապես շատ լավ մասնագետներ են:

Բայց, քանի որ սյուժեների մեծ մասը ստուդիա է հասնում գրեթե միաժամանակ, մոնտաժողներն աշխատում են մեծ ծանրաբեռնվածությամբ: Դա խանգարում է նրանց՝ լավագույն ձևով կատարել իրենց աշխատանքը: Դրա պատճառով օպերատորն է նեղսրտում. ախր մեկնել է, երկու ժամ ցուրտ սառնամանիքին նկարահանել, ամեն կերպ ջանացել, որ լավ նյութ ստացվի, լարել է իրենց բոլոր ուժերը, իսկ հետո ստացվել է, որ եթեր է հեռարձակվել բոլորովին էլ ոչ այն, ինչ ինքը պատկերացնում էր. բոլոր լավագույն կադրերը դուրս են մնացել եթերից:

Եվ այսպես, հարց է ծագում. քանի՞ մարդ պետք է լինի մեր բաժնուն: Մի ղեկավար, մի պրոդյուսեր, մի կոորդինատոր: Եկեք պատկերացնենք, որ դուք օրական եթեր եք հեռարձակում նորությունների երկու թղարկում և, ասենք, ձեզանից նրանք, ովքեր մինչ այդ նորությունների տեսագրված կրկնությունն էին եթեր տալիս, պատրաստվում են ուղիղ եթերով լրատվական թղարկում տալ: Ուրեմն, դրա համար թղարկման երկու խմբագիր է պետք: Իսկ լրագրողները քանի՞սը պիտի լինեն: Եկեք վերցնենք միջին թիվը՝ ասենք, հինգ հոգի: Իդեալական կլինի, եթե մենք նույնքան էլ օպերատոր ունենանք, այնպես, որ դրանք լինեն նկարահանող մշտական խմբեր: Նրանք կաշխատեն հերթափոխով, այնպես որ, մեզ հինգ մեքենա պետք չի լինի: Եթերային մեր առաջին թղարկումը ե՞րբ է լինելու: Իրականում ո՞ր ժամին է լրատվական ձեր առաջին թղարկումը եթեր գնում: Ենթադրենք, առաջինը երեկոյան ժամը յոթին, երկրորդը՝ ժամը տասին: Որպես կանոն, գիշերն առանձնապես ոչինչ տեղի չի ունենում: Այսինքն, սկզբունքորեն, այս բոլոր մարդկանց ներկայությունն առավտոյից պարտադիր չէ, այլապես՝ երեկոյի համար այլևս մարդ չի մնա:

Իսկ իրադարձությունների մեծ մասը հենց ցերեկն է տեղի ունենում, երբ ձեր աշխատակիցների փոքր մասն է աշխատավայրում: Դե, հնարավոր է, որ ուշ երեկոյան ինչ-որ տեղ հրդեհ բռնկվի, կամ միգուցե երեկոյան ութին որևէ լուրջ համերգ է տեղի ունենալու: Կամ որևէ ակումբում երեկոյան ինչ-որ կարևոր հանդիպում կա: Եկեք նկարահանող խմբերից մեկը պահենք երեկոյան պատահող նման մի դեպքի համար: Այսինքն, մենք կունենանք գիշերային հերթափոխ՝ մեկ լրագրող և մեկ օպերատոր: Այսպիսով, նկարահանող խմբերը կաշխատեն ցերեկային ժամերին, երբ տեղի են ունենում հիմնական իրադարձությունները: Բացի այդ, ձեր տրամադրության տակ կլինի պահեստային խումբ, որը թղարկման համար կաշխատի ուշ երեկոյան:

Ենթադրենք, կոորդինատոր-խմբագիրն աշխատանքի է գալիս առավտոյան ժամը յոթին: Իսկ երեկոյան թղարկման խմբագրի գալը կեսօրից շուտ՝ անիմաստ է: Ես առավտոյան թռուցկաժողովը կամ պլանավորումն անում եմ ժամը 9-ին: Բայց եթե այդ օրն առավտոյան 7-ին կամ 8-ին ինչ-որ բան տեղի ունենա, և ես այդ մասին մի քիչ ավելի շուտ իմանամ, նկարահանող խումբն էլ ավելի վաղ կմեկնի այնտեղ: Խնդրում եմ, թող ձեռք բարձրացնեն բոլոր նրանք, ում կայանում մոնտաժողներն աշխատում են միայն նորությունների համար և ուրիշ ոչնչով չեն զբաղվում: Եթե դուք այդպիսի մոնտաժողներ ունեք, ուրեմն բոլորովին պարտադիր չէ, որ նրանք աշխատանքի գան կեսօրից շուտ, որովհետև մնալու են մինչև վերջին թղարկման ժամը, այսինքն՝ մինչև երեկոյան ժամը 10-ը: Այնպես որ, նրանք կարող են

գալ ժամը 12-ին: Իսկ եթե նրանք դանդաղ են աշխատում, պարզապես կարող եք նրանց փոխարեն աշխատանքի ընդունել ուրիշներին:

Այսպիսով, մեր այս սխեմայում ընդհանուր առմամբ 16 մարդ է ընդգրկված: Բայց մի մոռացեք, որ մի շարք պաշտոններ կարող է համատեղել մեկ մարդը:

Եթե ձեր կայանը մեծ է, և դուք աշխատողի պակաս չունեք, կարող եք ձեզ թույլ տալ, որ լրագրողը ստանձնի հարցերի առանձին խմբի, որոշակի թեմայի, ասենք՝ միայն կառավարական նորությունների կամ առողջապահական խնդիրների արժարժումը: Փոքր կայաններում, այսպես թե այնպես, դուք անդրադառնում եք բոլոր թեմաներին: Նույնիսկ երբ ես հաստիքների պակաս չունեի, փորձում էի փոխել աշխատանքի կարգը՝ այն տանելով որոշակի ուղղությամբ: Ամեն մի լրագրող ուներ պատասխանատվության իր ոլորտը, բայց՝ ավելի ընդգրկուն մասնագիտացմամբ: Այսպիսով, նրանք կարող էին մշակել կոնկրետ այդ ոլորտին վերաբերող ինֆորմացիան՝ միևնույն ժամանակ կատարելով թղթակցական ընդհանուր աշխատանքներ, այլ կերպ ասած, անհրաժեշտության դեպքում նրանց կարելի էր ուղարկել ցանկացած բնույթի սյուժե նկարահանելու: Որովհետև, օրինակ, եթե ձեր լրագրողը զբաղվում է միայն կառավարական նորություններով և հանկարծ հիվանդացել է կամ արձակուրդ է վերցրել կամ էլի ինչ-որ բան, դուք կարող եք հայտնվել դժվար կացության մեջ: Դրա համար էլ ձեր հաստիքացուցակում գտնվող ամեն մեկը պետք է պատկերացում ունենա այն ամենի մասին, ինչ տեղի է ունենում քաղաքում:

Մենք կիրառում ենք նաև ռոտացիայի սկզբունքը և ժամանակ առ ժամանակ կատարում ենք մարդկանց տեղափոխում: Վերջապես մենք բանական մարդիկ ենք. ո՞վ կուզենա տարիներ շարունակ լուսաբանել կառավարական իրադարձություններ: Մյուս կողմից էլ, լինում են իրավիճակներ, երբ տվյալ բնագավառի փորձառու լրագրողն ի վիճակի է գլուխ հանել դժվար կացությունից, օգնել իր խորհուրդներով, տեղեկատվության աղբյուր հուշել և այլն: Դա շատ է օգնում թիմ ստեղծելու հարցում, որովհետև թղթակիցները սկսում են օգնել իրար, միմյանց հաղորդել իրենց գիտելիքները:

Սկզբում մեր գծագրի մեջ ունեինք մի վանդակ, որտեղ գրված էր՝ «հաղորդավար»: Հաղորդավարներն անմիջականորեն ենթարկվում էին նորությունների ծառայության ղեկավարությանը: Բայց իրականում վարողը պետք է թիմի անդամ լինի: Լավ հաղորդավարն առաջին հերթին պետք է լավ լրագրող լինի: Իմ կայանում ես հինգ վարող ունեմ, որոնք ինքնուրույն նկարահանում են իրենց սյուժեները, քանի որ բոլորն էլ լրագրողներ են:

Շատ կարևոր է, որ ձեր հաղորդավարները՝ ձեր «վարողները», լինեն այնտեղ, այն իրական միջավայրում, որտեղ ինչ-որ իրադարձություն է տեղի ունենում, ցանկալի է, որ մարդիկ նրանց տեսնեն: Դա հաղորդավարին կօգնի ոչ միայն իր աչքերով տեսնել ու ստուգել ամեն ինչ, այլև նրա համար կստեղծի մի մարդու համբավ, որը ոչ թե ստուգիայում նստած տեքստ կարդացող է, այլ աշխատում է իրական պայմաններում: Այդ դեպքում ամեն մարդ, ձեր ամեն մի հեռուստադիտող կարող է ասել. «Նրանք մեզ նման մարդիկ են, նրանք էլ են աշխատում»: Իմ աշխատանքային պրակտիկայում հեռուստակայաններից մեկում ես հանդիպել եմ մի հաղորդավարի, որը կայան էր գալիս ժամը չորսին, կարդում էր նորությունների երկու թողարկում և ժամը վեցն անց կեսին գնում էր տուն: Այդ կայանը մեր մրցակիցն էր: Իմ բոլոր հաղորդավարներն աշխատում են նաև որպես թղթակիցներ: Դուք հաստատ համոզված կարող եք լինել, որ եթե ձեր հաղորդավարին մարդիկ դրսում տեսել են սյուժե պատրաստելիս, հավատացնում են, որ նրանք երեկոյան կնայեն ձեր լրատվական ծրագիրը՝ տեսնելու, թե ձեր թղթակիցն ինչ է ստեղծել:

## 5. Դա իմ գործը չէ (հարակից մասնագիտությունների ուսուցում)

Ասացեք խնդրեմ, ձեր կայաններում կա՞ն մարդիկ, որոնց երբ ասում եք, թե այս բանը պիտի արվի, ձեզ պատասխանում են. «Դա իմ գործը չէ»: Իսկ դուք ի՞նչ եք անում նման դեպքերում: Ֆինանսական պատիժը, կարծում են, խիստ միջոց է: Եթե ձեր հաստիքները քիչ են, ուրեմն անհրաժեշտ է զբաղվել ձեր աշխատողների ուսուցմամբ, որ նրանք կարողանան տիրապետել հարակից մասնագիտություններին: Երբ ես առաջին անգամ Ռուսաստան եկա, տեսա, որ գրեթե բոլոր կայաններում նորությունների ծառայությունը խիստ մասնագիտացված է, յուրաքանչյուրը զբաղվում է կոնկրետ իր գործով: Սակայն ձեզ համար՝ որպես նորությունների ծառայության ղեկավարների, շատ կարևոր է ու խելամիտ՝ ունենալ լրագրողներ, որոնք անհրաժեշտության դեպքում կարողանան նկարահանել: Այդպես չէ՞: Կամ ունենալ օպերատոր, որն ի վիճակի է կատարել նաև լրագրողի դեր, մոնտաժող՝ որը կարող է խցիկը վերցնել ու նկարահանել: Դուք կարծեմ վարորդներ էլ ունեք. Ձեր վարորդներից որևէ մեկը կարո՞ղ է նկարահանել: Ձեր տրամադրության տակ եղած ամենագնահատելի աշխատողը նա է, ով ամեն ինչ կարող է անել: Ես հեռուստատեսությունում ինչ գործ ասես արել եմ: Եվ դա ինձ իրավունք է տալիս ավելի երիտասարդներին սովորեցնել, թե դա ինչպես պետք է անել:

Ինչ վերաբերում է գրեթե բոլոր հեռուստատեսություններում գոյություն ունեցող՝ ռեժիսորի պաշտոնին, մեր ընկերությունում այդ աշխատանքը կատարում է նորությունների պրոդյուսերը: Նա է պատասխանատու եթերում նորությունների արտաքին տեսքի համար:

Դուք ունե՞ք սպորտային մեկնաբանի առանձին հաստիք: Իսկ ի՞նչ կասեք օդերևութաբանների՝ եղանակի տեսությունը հաղորդողների մասին: Ինչքան գիտեմ, ձեզանից միայն երկուսի կայանում կան այդպիսիք: Սոցիոլոգիական ուսումնասիրությունների արդյունքով՝ այն հարցին, թե մարդիկ ինչո՞ւ, հանուն ինչի՞ են նորությունները նայում, տրված պատասխաններում եղանակի տեսությունը միշտ ամենաբարձր տեղերից մեկն է գրավում: Ինձ մոտ եղանակի տեսության բաժնում երեք մարդ է աշխատում:

Ես գիտեմ, որ այստեղի (Ռուսաստանի) կայաններից շատերը չեն կարող իրենց այդպիսի շռայլություն թույլ տալ: Որպես կանոն, կայանների մեծ մասն այստեղ եղանակի տեսությունը ներկայացնում են թվերի տեսքով՝ պարզապես նշելով օդի ջերմաստիճանը և այլն: Որոշ կայաններ նաև եղանակային քարտեզն են ներկայացնում:

Ենթադրում են, որ դա ընդհանուր առմամբ բավարարում է ձեր հեռուստադիտողներին: Ես ձեզ եղանակի տեսությունը հաղորդելու մի ձև էլ կասեմ: Ստեղծում եք եղանակի տեսությունը ներկայացնող ձեր սեփական խումբը: Հավանաբար, ձեր հեռուստադիտողներից շատերն ունեն դրսի ջերմաչափ, մեծ ուշադրությամբ հետևում են եղանակի փոփոխություններին ու նախանշաններին եւ անգամ՝ բարոնետրի ցուցմունքներին: Դուք կարող եք թերթում այսպիսի հայտարարություն տալ. «Ո՞վ է ուզում դառնալ եղանակի ժամապահ: Գրեք մեզ, թե ինչու եք ուզում եղանակի տեսությամբ զբաղվել»:

Իմ կայանում բոլոր սարքերը կան. ռադար, գրաֆիկական քարտեզներ, համաշխարհային մասշտաբով եղանակի բոլոր քարտեզները և այլն: Մեր կայանում եղանակի տեսության ամենագլխավոր հաղորդավարը պրոֆեսիոնալ օդերևութաբան է: Բայց մյուս կայաններում ճիշտ և ճիշտ նույնն է, նրանք էլ ունեն պրոֆեսիոնալ օդերևութաբաններ, այսինքն ամենուրեք միևնույն բանն է: Հենց դրա համար էլ, բացի եղանակի մասին հաղորդվող գիտական տեսությունից, մենք ամբողջ շրջանով մեկ ունենք նաև արտահաստիքային օդերևութաբաններ: Ամեն օր այդ կամավոր օդերևութաբանները (իսկ նրանք բավական մեծաթիվ են) մի քանի անգամ զանգահարում են հեռուստակայան և մեզ տեղեկացնում, թե իրենց բնակավայրում առավոտյան, ցերեկը, երեկոյան կամ գիշերն ինչքան է եղել օդի ջերմաստիճանը, որքան անձրև է տեղացել նախորդ օրվա ընթացքում և այլն: Նրանք ձեզ կհաղորդեն, ասենք, Կրասնոյարսկի հյուսիս-արևմտյան մասում կամ էլ Կրասնոյարսկից 30 կմ հեռու գտնվող մի գյուղում եղանակի փոփոխությունների մասին: Եվ դա կանեն միանգամայն անվճար:

Կհարցնեք՝ իսկ ի՞նչ շահ ունեն նրանք դրանից: Բանն այն է, որ մենք եթերում հնչեցնում ենք նրանց անունները: Մենք մոտավորապես այս կարգի մի բան ենք ասում՝ թե այսինչ մարդը հաղորդեց, որ Կրասնոյարսկի այնինչ շրջանում անցած օրվա ընթացքում 120մմ տեղումներ են եղել, օրը ջերմաստիճանն էլ եղել է այսքան...:

Դուք կարող եք հարցնել, թե մարդկանց ինչի՞ն է պետք իմանալ այն, ինչն անցել-զնացել է: Մարդկանց հետաքրքրում է եղանակի կանխատեսումը: Այդ հարցը մի պարզ պատասխան ունի: Դուք այսօր իրար հետ եղանակի մասին խոսելիս ի՞նչ եք ասել միմյանց. ցուրտ է, անձրև է գալիս: Այնպես որ, մարդիկ ուզում են իմանալ եղանակի մասին նույնիսկ այն դեպքում, երբ խոսքը նախորդ օրվա մասին է: Այսօր նրանք աշխատանքից տուն կգնան և կուզենան իմանալ, թե որքան անձրև է տեղացել անցնող օրվա ընթացքում: Կամ ինչ եղանակ է

այն շրջանում, որտեղ ապրում է իրենց ընկերուհին, որն անձրևի պատճառով չի կարողացել երեխայի հետ գրոսնել:

Ես ձեզ չեմ առաջարկում եղանակի կանխատեսում չտալ, քանի որ եղանակի կանխատեսումն, անկասկած, առաջին պատճառն է, որի համար մարդիկ եղանակի տեսություն են նայում: Բայց այս ձևով դուք ավելի կշահագրգռեք մարդկանց՝ առաջարկելով ավելի հետաքրքիր, հավելյալ ինֆորմացիա: Մարդկանց մի զգալի մասը ամառանոց, հողամաս ունեն, և նրանց համար բոլորովին էլ անհետաքրքիր չէ իմանալ, թե որքան անձրև է տեղացել հատկապես այն շրջանում, որտեղ նրանց ամառանոցն է: Պարտադիր չէ ամեն անգամ ներկայացնել կամ հնչեցնել ձեր կամավոր օգնականների անունները: Բայց ձեզանից ոչ այնքան հեռու ընկած մի քաղաքում ապրող մարդիկ, ովքեր ընդունում են ձեր հեռուստաազդանշանները, հանկարծ ձեր ծրագրում լսում են իրենց քաղաքի անունը, և իմանալով, որ համաքաղաքացիներից մեկն է ձեզ տրամադրել այդ տեղեկությունը, ուշադիր հետևում են ձեր խոսքին և հասկանում, որ դուք հոգ եք տանում իրենց մասին, որ իրենց կողքին եք, որ ձեզ համար միևնույն չէ, թե ինչ է կատարվում իրենց մոտ: Եվ այնուհանդերձ, ես չեմ պնդում, որ դրա վրա պետք է մեծ ջանքեր թափել և շատ ժամանակ տրամադրել: Ձեր քաղաքի շուրջը գտնվող 40 ավաններից ամեն օրվա համար հերթով ընտրեք երեքը: Հանոզված են, որ ձեզանից շատերն իրենց հաղորդումները հեռարձակում են նաև իրենց քաղաքի սահմաններից դուրս:

Հիմա՝ սպորտի մասին: Այն, ինչ հիմա ասելու են, ձեզ կարող է զարմանալի թվալ, բայց հասարակական կարծիքի հարցման արդյունքներով՝ լուրերի թողարկման մեջ հետաքրքրությունների առաջնայնության տեսակետից սպորտը շատ ցածր տեղում է գտնվում: Չնայած դրան, յուրաքանչյուր թողարկման մեջ սպորտային լուրերին 3-5 րոպե ժամանակ է հատկացվում: Անձամբ ես, օրինակ, սպորտային լուրերը կտեղադրեի լրատվական հաղորդման ամենավերջում: Կարծում են, մարդիկ նախ պետք է տեսնեն լուրերի ողջ թողարկումը, իսկ նրանք, ուն հետաքրքրում է սպորտը, թող սպասեն մինչև թողարկման վերջը:

## 6. Աշխատել հաճույքով (աշխատելու շարժառիթները)

Նորությունների բաժնի տնօրենի աշխատանքը մի բարդ խնդիր ունի: Ամենայն հավանականությամբ, ձեզանից շատերը նախկինում լրագրող են եղել: Հիմա դուք տնօրեն եք, մենեջեր եք, բայց մասնագիտությամբ՝ նույն լրագրողն եք: Իսկ որևէ մեկը սովորե՞լ է, թե ինչպես կարելի է տնօրեն լինել: Ինձ էլ չեն սովորեցրել, և երբ ես առաջին անգամ դարձա նորությունների բաժնի ղեկավար, բոլորովին պատկերացում չունեի, թե ինչ են անելու: Միակ մարդիկ, որոնցից ես ինչ-որ բան կարող էի սովորել, ինձանից առաջ եղած տնօրեններն էին: Որոշ մարդկանցից ես օգտակար և լավ բաներ իմացա. օրինակ, ինչպես պետք է վերաբերվել աշխատակիցներին, անձնակազմին, ինչ կարելի է նրանցից ակնկալել և այլն: Ես նրանց մեջ տեսա նաև վատ բաներ, որոնցից պետք է խուսափել: Օրինակ, երբ ես հեռուստաընկերություններից մեկում թղթակից էի, բաժնիս ղեկավարը բավական անզուսպ և տաքարյուն մարդ էր, և պատեհ-անպատեհ՝ բաժնի աշխատողների գլխին վիրավորանքներ էր թափում, անընդհատ բղավում էր բոլորի վրա և այլն: Բոլորը նրանից վախենում էին: Քանի որ այդ վախեցողներից մեկն էլ ես էի, ինքս ինձ խոսք տվեցի, որ երբ ինքս ղեկավար դառնամ, երբեք չեմ բղավի կամ ծայսն չեմ բարձրացնի նրանց վրա, ովքեր աշխատում են ինձ մոտ: Հատկապես՝ կողմնակի մարդկանց ներկայությամբ: Նման վարքագծով ոչնչի էլ չես հասնի: Հակառակը, մարդկանց բարոյական մեծ հարված կարող ես հասցնել:

Եվ այսպես, ի՞նչ միջոցներով կարելի է մարդկանց շահագրգռել, և ինչը կարող է խթան դառնալ այն մարդկանց համար, ովքեր աշխատում են քո կայանում: Ի՞նչ եք կարծում, կարո՞ղ եք նշել գեթ մի բան, որ մարդկանց համար ուժեղ խթան լինի: Ո՞վ ասաց գովեստը: Շա՛տ լավ է: Այդ խթանը երկրորդ տեղում է: Ես հիմա մի թերթիկ կբաժանեմ, որի վրա բերված է հաճույքով աշխատելու 12 խթան:

### ***Առաջին խթանն, իհարկե, փողն է:***

Եթե հիշում եք, այսօր առավոտյան արդեն ասացի, որ իմ աշխատողները համարում են, որ իրենց բավարար չափով չեն վճարում: Ես համաձայն եմ նրանց հետ: Փողն, անկասկած, աշխատելու ամենահզոր խթաններից մեկն է, առաջին շարժառիթը: Մարդկանց դուր է գալիս, երբ իրենց վճարում են:



Եթե դուք սիրում եք ամեն օր ինչ-որ նոր բան անել, եթե դուք սիրում եք ձեր աշխատանքը, եթե ձեզ դուր է գալիս լրագրողի լինելը, ուրեմն հրաշալի է, չէ՞, որ դուք զբաղվում եք ձեր սիրած գործով, և դրա համար ձեզ դեռ վարձատրում էլ են, այնպես չէ՞:

***Երկրորդ խթանն, ինչպես ասացինք, գովեստն է:***

Մի անգամ մենք մի մեծ կայանում, որտեղ ես աշխատում էի, աշխատակիցների մեջ հարցում անցկացրինք, թե իրենք ինչ են սիրում կամ ինչ չեն սիրում: Պարզվեց, որ հարցմանը մասնակցողների ճնշող մեծամասնությունը սիրում է, երբ իրեն գովում են, նրանք ուզում են լսել այն մասին, որ իրենք լավ են աշխատում:

Ապա մտածեք. չէ՞ որ ինքներդ էլ կուզենայիք, որ ձեր գլխավոր տնօրենը ժամանակ առ ժամանակ ասեր, որ դուք լավ եք աշխատում: Հատկապես, եթե նա ձեզ քիչ է վճարում:

Եթե այդ մասին լրջորեն մտածեք, գիտե՞ք ինչ կստացվի: Դուք միշտ այնքան զբաղված եք, որ պարզապես ժամանակ չեք գտնում մարդկանց ասելու, որ իրենք լավ են աշխատում: Վերջին անգամ ե՞րբ եք որևէ մեկին ասել, որ նա լավ է աշխատում: Երբ դուք գովում եք մարդու աշխատանքը, ասո՞ւմ եք նաև, թե ինչու եք այդպես կարծում: Դա շատ կարևոր է, քանի որ, եթե հիշում եք, նորությունների բաժնի տնօրենի ֆունկցիաներից մեկն էլ ուսուցիչ լինելն է:

Բոլորն էլ առավոտյան պլանավորում են անցկացնում խմբագրություններում: Այ, դա նախորդ օրվա թողարկման մասին խոսելու շատ հարմար պահ է: Դուք ընտրում եք որևէ սյուժե և ասում, թե ահա այս ռեպորտաժը լավն էր, և բացատրում եք բոլորին, թե ինչու եք այդ ռեպորտաժը լավը համարում: Այդժամ մյուսները հասկանում են, թե իրենց տնօրենի ուզածը որն է: Ենթադրենք, ինչ-որ բան սխալ է արվել, թերություններ կամ բացթողումներ են եղել: Մենք ջանքում շատ կարևոր է նմանօրինակ իրավիճակը 180 աստիճանով շրջել և ասել, թե ինչպես այդ նույն բանը կարելի էր ավելի լավ անել: Դա կոչվում է կառուցողական քննադատություն:

Այս եղանակով ձեր աշխատակիցներն ամեն օր մի նոր բան կիմանան, մի նոր բան կսովորեն: Նմանատիպ սյուժեներ հանդիպում են մշտապես: Եթե մի ամիս հետո ճիշտ նույնանման մի սյուժե ի հայտ գա, և ձեր մարդիկ արդեն կիմանան, թե ինչպես անեն, որ դուք գոհ մնաք: Ես ուզում եմ ընդգծել այն հանգամանքը, որ այսօր դուք սովորում եք այն, ինչ արված է երեկ, որպեսզի վաղն այն ավելի լավ անեք:

***Երրորդ խթանը վախն է:***

Չեմ կարծում, որ սա աշխատանքը խթանելու լավագույն ձևն է: Բայց միշտ էլ ձեզանից որևէ մեկի մոտ կգտնվեն մի երկու ենթակա կամ աշխատակից, ովքեր պարզապես չեն ուզում աշխատել: Նրանց կարելի է հեռացնել, բայց այդ դեպքում փոխարինող է պետք, պետք է մարդ գտնել, որը փոխարինի հեռացվածին: Դուք խոսում էիք այն մասին, թե ինչ դժվար է անհրաժեշտ մարդկանց գտնելը, մարդկանց, ովքեր աշխատանքի քիչ թե շատ փորձ ունեն: Այդ պատճառով, մինչ վերջնական վճիռ կայացնելը, ես կփորձեի մարդկանց որևէ կերպ վերադաստիարակել, սովորեցնել, ամեն օր ջանադրաբար աշխատել նրանց հետ՝ աշխատանքի նկատմամբ նրանց վերաբերմունքն ինչ-որ չափով փոխելու համար: Եթե դա ձեզ հաջողվի, ամենահեշտ ձևը դա է:

***Չորրորդ խթանը բարդ առաջադրանքներն են:***

Ձեր ենթակաների մեջ կա՞ն այնպիսիք, ովքեր հպարտանում են, երբ ստիպված են լինում հաղթահարել անհաղթահարելի: Ես կարող եմ նույնիսկ ասել, որ շատերը սկսում են հեռուստատեսությամբ զբաղվել և մնում են այդ աշխատանքին, որովհետև նրանց դուր է գալիս դժվարություններ հաղթահարելը: Նրանք դառնում են խնդիրները լուծող մարդիկ: Նրանք չեն ասում՝ դա հնարավոր չէ անել: Նրանք հարցնում են՝ ինչպե՞ս անել: Ինչպե՞ս կարելի է առանց քաղաքապետի հետ կոնֆլիկտներ ունենալու՝ սյուժե նկարել առկա խնդիրների մասին:

***Չաջորդ խթանը սեփական գործի արժևորումն է եւ պատասխանատվությունը:***

Կարծում եմ, ամեն մարդ էլ ուզում է զգալ, որ այն գործը, որով նա զբաղված է, ինչ որ արժեք ունի: Այդպես չէ՞: Նույնիսկ եթե ինչ-որ մի տատիկ առավոտները փողոցն է ավելում, պետք է զգա, որ ինքը մարդկանց համար շատ անհրաժեշտ ու կարևոր գործ է անում: Անգամ եթե հաջորդ առավոտյան նա ստիպված է լինում նույն բանն անել:

Երբ մարդկանց վրա որոշակի պատասխանատվություն եք դնում, փաստորեն դուք ստիպում եք, որ նրանք իրենց զգան թիմի առավել կարևոր անդամ: Այսպես թե այնպես, մեծ մասամբ, ձեր հաստիքները քիչ են, այլ կերպ ասած՝ մարդիկ ստիպված են ավելի ակտիվորեն մասնակցել ընդհանուր գործին և ավելի շատ պարտականություններ վերցնել իրենց վրա: Ես նկատել եմ, որ երբ մարդիկ որոշակի պարտականություններ են ստանձնում և ծանրաբեռնվում են դրանցով, ավելի խորն են զգում, որ թիմի մասնիկ են կազմում և որ այդ թիմում կարևոր դեր ունեն:

### **Մի խթան ևս՝ համբավ, ճանաչում:**

Ասացեք խնդրեմ, երբ ձեր աշխատակիցները որոշակի համբավ են ձեռք բերում, դուք ինչպե՞ս եք գնահատում նրանց վաստակը: Հռչակո՞ւմ եք, ասե՞նք, շաբաթվա լավագույն թղթակից: Ի՞նչ կարծիքի եք մի փոքրիկ հուշանվերի կամ փոխանցիկ մրցանակ սահմանելու մասին:

Կարելի է, օրինակ, շաբաթական մեկ անգամ ամփոփել շաբաթվա աշխատանքները, որոշել, թե ում ռեպորտաժն էր ամենահաջողվածը, կամ էլ ում նկարահանումներն էին ամենալավը, և բոլորի ներկայությամբ հանձնել որևէ մրցանակ: Դա կարող է մի փոքրիկ, ոչ թանկարժեք բան լինել, բայց դրանով մարդիկ կհասկանան, որ դուք հետևում եք իրենց գործին, դիտում և հավանում եք նրանց աշխատանքը: Հավանական է, որ ձեզ մոտ կան և՛ փորձառու աշխատողներ, և՛ ավելի պակաս փորձառու մարդիկ. այ՛, հենց այս կերպ դուք կարող եք խթանել նրանց աշխատանքը, ոգևորել նրանց:

Ահա աշխատանքը խթանելու և արժանիքների գնահատման մեկ այլ եղանակ ևս: Օրինակ՝ լավագույն նկարահանող խումբը, թղթակիցը և օպերատորը թող հնարավորություն ստանան իրենց կանանց հետ ամիսը մեկ անգամ հեռուստակայանի հաշվին ռեստորանում ճաշելու: Խոսքը տարեկան ընդամենը 12, թեկուզ 24 անգամ ընկերության հաշվին ճաշելու մասին է: Որտեղի՞ց միջոցներ գտնել: Բայց չէ՞ որ գովազդի բաժին կա, որը կարող է պայմանավորվել տվյալ ռեստորանի հետ: Դիմեք ձեր գլխավոր տնօրենին: Միշտ էլ կարելի է մի քանի վայրկյան տեղ գտնել՝ այդ ռեստորանի խեղճ հոլովակները ծրագրում տեղավորելու համար:

Շատ ավելի հեշտ է աճեցնել սեփական լրագրողներին, որովհետև նրանք գիտեն, թե դուք ինչ եք ուզում իրենցից և հատուկ պատրաստման կարիք չեն զգում, ինչպես դրսից եկած մարդիկ:

### ***Հաջորդ խթանը ներգրավումն է:***

Ասացեք խնդրեմ, երբ դուք առավոտյան թռուցկաժողով եք անցկացնում, ձեզանից որևէ մեկը խրախուսո՞ւմ է թղթակիցներին, օպերատորներին, որ նրանք ակտիվորեն մասնակցեն պլանավորման աշխատանքներին և լիովին արտահայտվեն այս կամ այն հարցի շուրջ: Կարողանո՞ւմ եք արդյոք խրախուսել մարդկանց մասնակցությունը: Չէ՞ որ նրանք ժամանակ առ ժամանակ հետաքրքիր գաղափարներ են ունենում: Սկզբունքորեն, դուք նույնիսկ պետք է պահանջեք, որ լրագրողները թռուցկաժողովներին ներկայանան որևէ նոր մտահղացմամբ:

Այդպե՞ս է, թե՞ ոչ: Դուք սահմանո՞ւմ եք որոշակի չափ, թե նրանք ժողովի գալիս քանի հետաքրքիր գաղափար պիտի մտքներուն ունենան:

Եթե գաղափարները գործնականում կիրառելի չեն, միանգամից մի՛ ասեք, թե դուք չենք կարող դա իրագործել: Պետք է պարզապես հարցնել՝ իսկ ինչպե՞ս կարող ենք դա իրականացնել: Գործի մեջ հնարավորին չափ շատ մարդկանց ներգրավելու պատճառները շատ են: Դրա համար նախ պետք է այնպես անել, որ նրանք ինչ-որ գաղափարներով գան այդ հանդիպումներին: Առաջին հերթին դուք լրատվության համար նոր մտահղացումներ կստանաք: Երկրորդ՝ ձեր աշխատակիցները գործի կգան, ինչպես ասում են, մարտական լիակատար պատրաստվածությամբ: Դրա համար բոլորովին էլ պարտադիր չէ մարդկանց ամեն օր հարցուփորձ անել, բայց անհրաժեշտ է, որ նրանք մշտապես մտածեն լրատվության մասին: Ես գիտեմ կայաններ, որտեղ աշխատակիցներից ամեն շաբաթ պահանջում են գրավոր ներկայացնել ոչ պակաս, քան տասը մտահղացում սյուժեների վերաբերյալ: Այստեղ վատն այն է, որ մարդիկ գլուխներն ազատելու համար իրար հետեւից կշարեն պարզունակ, էժանագին գաղափարներ: Իսկ ձեզ կարգին սյուժեներ են պետք: Դրա համար էլ ես երբեք թվաքանակ չեմ սահմանում, թե քանի սյուժե պետք է ներկայացնել, այլ պարզապես մեր խորհրդակցությունների ժամանակ ջանում եմ, որ մարդիկ հնարավորություն ունենան արտահայտվելու այն հետաքրքիր գաղափարների շուրջ, որ պտտվում են նրանց գլխում:

***Նվիրվածություն կամ օրինապահություն. չգիտեմ, թե ինչպես է ավելի լավ անվանել:***

Եթե ձեր հեռուստաշուկայում մեկ ուրիշ կայան էլ է գործում, մտածե՞լ եք երբևէ՞ չգնա՞մ արդյոք այնտեղ աշխատելու: Անհրաժեշտ է հասնել այն բանին, որ ձեր աշխատակիցներն առավելագույն նվիրվածություն հանդես բերեն ձեր և ձեր կայանի հանդեպ: Անշուշտ, դժվարություններ կարող են լինել, եթե մյուս կայաններն ավելի շատ վճարեն, կամ էլ մարդուն ավելի բարձր պաշտոն առաջարկեն մեկ այլ հեռուստաընկերությունում: Բայց այս տարիների ընթացքում ինձ համար հաստատապես պարզ դարձավ, որ ձեր անձի և հեռուստաընկերության հանդեպ նվիրվածությունը ձեռք է բերվում միայն փոխադարձ հարգանքի ճանապարհով: Դուք պրոֆեսիոնալ հարգանք դրսևորեք ձեր աշխատակիցների նկատմամբ, և նրանք, ամենայն հավանականությամբ, ձեզ նույն կերպ կպատասխանեն: Նրանց կյանքում ձեր կայանը չափազանց կարևոր մի վայր է, ես կասեի նույնիսկ, որ դա մի ամբողջական թիմ է, հարազատ ընտանիք:

***Եվ իհարկե, այստեղ մի հրաշալի կետ էլ կա, որին ասում են «ձրի կերուխում»:***

Ես, օրինակ, այստեղ՝ Ռուսաստանում, մի կայան գիտեմ, որն ամիսը մեկ անգամ աշխատողներին ապահովում է մսով: Մի ամբողջ տավար են բերում կայան և բաժանում աշխատողների միջև: Ես անձամբ եմ տեսել, դա կատարվել է աչքիս առաջ: Իմ հարցին, թե դա ի՞նչ բան է, պատասխանը եղավ՝ «ձրի կերուխում»: Այլ կայաններում «ձրի կերուխումի» տարբերակներից են այցելություններն ատամնաբուժարան կամ վարսավիրանոց, անվճար հագուստ կամ ներկայացման տոմսեր բաժանելը և այլն:

***Եւ վերջին խթանը սա է՝ աշխատանք, աշխատանք և դարձյալ՝ աշխատանք:***

Կարծում եմ, որ այդպես կարելի է աշխատել մի շատ կարճ ժամանակ: Դուք երբևէ նկատե՞լ եք, թե օրը որքան արագ է անցնում, երբ զբաղված եք լինում նորություններով: Նայում եք ժամացույցին, և շատ անսպասելի պարզվում է, որ արդեն կեսօր է: Հաջորդ անգամ էլ ժամացույցին նայելիս տեսնում եք, որ արդեն երեկոյան վեցն է: Դա նրանից է, որ դուք շատ զբաղված եք, այդպես չէ՞: Սա հենց այն պատճառներից մեկն է, որի համար ես սիրում եմ զբաղվել նորություններով. աչքդ չես հասցնում թարթել, մեկ էլ տեսնում ես՝ օրն անցավ: Հենց դրա համար էլ, եթե ձեր աշխատակիցները գործով զբաղված լինեն, քիչ ժամանակ կունենան կյանքից բողոքելու կամ էլ իրար հետ վիճաբանելու: Մենք մի այսպիսի ասացվածք ունենք. «Աշխատանքը միշտ ձգվում է այնքան, որքան նրա համար հատկացված ժամանակն է»:

Եթե դուք սյուժե նկարահանելու հանձնարարություն եք տալիս և ասում, որ մեքենան անպայման պետք է վերադառնա մեկուկես ժամ հետո, որքան էլ զարմանալի է, միևնույն է, սյուժեն հասցնում են նկարահանել: Այնպես որ, ես խստագույնս խորհուրդ եմ տալիս ձեզ՝ անվերապահ սահմանել առաջադրանքը կատարելու ժամկետները, որովհետև դուք պետք է տեխնիկան օգտագործեք առավելագույն արդյունավետությամբ: Ցերեկային հերթափոխի օպերատորը պետք է կայան վերադառնա ժամանակին, որպեսզի երեկոյան հերթափոխի մոնտաժողները հասցնեն անցնել իրենց աշխատանքին:

Խթանների կապակցությամբ հարցեր կամ այլ կարծիքներ կա՞ն:

ՌԵՊԼԻԿ ՏԵՂԻՑ - Նորություններում կոմերցիոն բնույթի սյուժեների դիմաց վճարման կարգի մասին:

- Ես գիտեմ, որ գործնականում դա (սյուժեի համար դրամ վերցնելը) դեռ որոշ տեղերում գործում է, բայց շատ շատերը, այդ թվում և ես, գտնում եմ, որ նման բան երբեք չի կարելի անել: Քիչ ավելի ուշ ես կասեմ թե ինչու:

## 7. Աշխատավարձերը

Մենք աշխատավարձը սահմանում ենք՝ ելնելով հեռուստատեսային շուկայում ընդունված մակարդակից: Ավելի խոշոր կայաններում աշխատավարձերն ավելի բարձր են, քանի որ նրանք գովազդի ավելի շատ պատվերներ են ստանում: Փոքր կայաններում, բնականաբար, լրագրողներն ավելի քիչ են ստանում: Ընդհանրապես, երբ որոշում ենք, թե մարդը որքան աշխատավարձ պետք է ստանա, առաջին հերթին հաշվի ենք առնում նրա աշխատանքային փորձը: Այստեղ կարող են դժվարություններ լինել, որովհետև երիտասարդ լրագրողները, որոնք բավարար փորձ չունեն, մեծ թիվ են կազմում, բայց դե, սկզբունքորեն ճիշտ է, որ երեք տարի աշխատած ժուռնալիստի աշխատավարձն ավելի բարձր լինի, քան մեկ տարի աշխատածինը:

Երկրորդ կարևոր հանգամանքը պարտականությունների ծավալն է: Նրանք, ում պարտականությունների ծավալը մեծ է, համապատասխանաբար պետք է ավելի բարձր վճարվեն:

Երրորդ հանգամանքը պաշտոնն է: Միացյալ Նահանգների հեռուստակայաններում շատ հաճախ ամենաբարձր աշխատավարձը ստանում են երկու հոգի. լրատվական բաժնի տնօրենը և հաղորդավարը: Հաջորդը գործադիր պրոդյուսերն է, որը ստանում է տնօրենի կամ հաղորդավարի աշխատավարձի մոտավորապես 80 %-ի չափ: Հետո կորդինատոր-խմբագիրն է: Նա, ամենաշատը, ստանում է պրոդյուսերի աշխատավարձի 70 %-ի չափ:

Զմռանանք, որ դուք պետք է ստեղծեք նաև խրախուսման որոշակի համակարգ աշխատանքային առաջխաղացման համար: Խնդրում են հաշվի առնել նաև այն, որ այս գումարները ոչ մի դեպքում վերջնական ու խստորեն սահմանված չեն: Մենք արդեն խոսել ենք, որ աշխատավարձերի չափի վրա կարող են ազդել բազմաթիվ հանգամանքներ: Առավել փորձառուն շատ է ստանալու, պակաս փորձառուն՝ քիչ:

Լրագրողի աշխատավարձը կարող է տատանվել առավելագույն աշխատավարձի 50-60%-ի, իսկ օպերատորինը՝ 35-50%-ի սահմաններում:

ՀԱՐՑ - Իսկ ինչո՞ւ է հաղորդավարն այդքան բարձր աշխատավարձ ստանում:

- Որովհետև հաղորդավարը նորությունների բաժնի դեմքն է, նա, ում ամեն օր տեսնում է ունկնդիրը:

ՀԱՐՑ - Իսկ եթե հաղորդավարը նաև լրագրող է:

Դա այսպես է. նա վաստակում է այնքան, որքան լրագրողը, դրան գումարած՝ հաղորդավարի աշխատավարձը: Եթե ձեր հաղորդավարը լավն է, նորմալ հաղորդակցվում է ունկնդրի հետ, մարդիկ նրան սիրում են, դուք նման մարդուն չեք ցանկանա կորցնել, որովհետև այդ դեպքում կարող եք կորցնել նաև ձեր ունկնդրին: Եթե քաղաքում լրատվական լավագույն ծրագիրը ձերն է, միևնույն է, չմոռանաք, որ մարդիկ նորությունները դիտում են ոչ միայն հանուն լրատվության, այլև ակնկալում են, որ էկրանին կհայտնվի իրենց ծանոթ ու համակրելի մեկը: Հաղորդավարները հեռուստացույցի շնորհիվ հաղորդակցվում են հանդիսատեսի հետ, դառնում նրանց տան մշտական հյուրը: Միայն թե ոչ մի դեպքում ձեր հաղորդավարներին չասեք, որ նրանք բաժնի ամենակարևոր աշխատակիցներն են: Չնայած, իրականում հենց այդպես էլ կա: Որովհետև, առանց նրանց՝ ձեր ունկնդիրների թիվն, ամենայն հավանականությամբ, շատ ավելի պակաս կլիներ: Այդ տեսակետից շատ զարմանալի է, որ ձեզ մոտ շատ հեռուստաընկերություններում մեկից ավելի հաղորդավարներ են աշխատում: Ինչո՞ւ եք նրանց փոխում: Իրականում դուք պետք է ձգտեք հասնել այն բանին, որ ձեր ունկնդրի համար սովորություն դառնա ամեն օր նույն ժամին նույն մարդուն տեսնելը: Մենք, օրինակ, այնտեղ ենք հասել, որ թողարկման հենց սկզբում ունկնդրին տեղեկացնում ենք, որ այսինչ հաղորդավարն արձակուրդում է, կամ էլ, պարզապես, դա նրա հանգստյան օրն է, որպեսզի ունկնդիրը հեռուստացույցի առջև չնստի ու սկսի ենթադրություններ անել, թե ինչ է պատահել իր ծանոթ հաղորդավարին:

Ես ձեզ մի բան էլ եմ ուզում ասել. Միացյալ Նահանգների որոշ հեռուստակայաններում լրատվական բաժնի տնօրենն ավելի քիչ է վարձատրվում, քան հաղորդավարը: Եթե բաժնի տնօրենը ստանում է, ասենք, 100%, հաղորդավարը ստանում է 200 %: Սա ևս մի ապացույց է, թե ինչ կարևոր է եթերում ծանոթ մարդու դեմքը:

Ահա թե մոտավորապես ինչ տեսք ունի աշխատավարձի ցուցակը:

<b>ՊԱՇՏՈՆԸ</b>	<b>ՏԱՐԵԿԱՆ ՄԻՋԻՆ ԱՇԽԱՏԱՎԱՐՁԸ</b>
Նորությունների բաժնի տնօրեն	\$ 34.412
Տեխնիկական տնօրեն	\$ 19.426
Մոնտաժող	\$ 16.469
Նորությունների հաղորդավար	\$ 25.481
Գործադիր պրոդյուսեր	\$ 25.792
Նորությունների բաժնի թղթակից	\$ 16.002
Օպերատոր	\$ 14.606
Մարզական մեկնաբան	\$ 21.363
Եղանակի տեսության մեկնաբան	\$ 23.731
Կոորդինատոր-խմբագիր	\$ 18.389
Թողարկման պրոդյուսեր/խմբագիր	\$ 17.800

### **8. Երբ լավ լրագրողները վատ բաներ են անում (էթիկա, օբյեկտիվություն և ճշգրտություն)**

Հիշո՞ւմ եք, մենք խոսել ենք այն մասին, որ լրագրողը պետք է անկախ լինի: Եթե դուք ձեր լրագրողին թույլ եք տալիս, որ նա գովազդով զբաղվի, դրանով դուք հատում եք այն սահմանը, որից այն կողմ լրագրողները կորցնում են իրենց անկախությունն ու անաչառությունը և դադարում են անել այն, ինչի համար դուք նրանց ընդունել եք աշխատանքի: Ես, օրինակ, կփորձեի կոմերցիոն գործունեությանը եկամուտ շահելու այլ ճանապարհներ գտնել՝ սեփական աշխատակիցներիս խրախուսելու համար: Դուք ինքներդ եք ասում, որ չգիտեք, թե հաջորդ շաբաթ ինչ է լինելու: Ենթադրենք, պատրաստում եք սյուժե (կոմերցիոն) մեքենաների վաճառքով զբաղվող ինչ-որ մեկի, ինչ-որ տեղական գործարարի մասին: Հաջորդ շաբաթ տվյալ առևտրականից մեքենա գնած մի մարդ մեքենայի անիվների անսարքության պատճառով վթարի է ենթարկվում և մահանում է: Հիմա դուք ո՞նց պիտի այդ սյուժեն պատրաստեք:



Խնդրում են, թող ձեռք բարձրացնեն նրանք, ովքեր լրատվական թողարկման համար վճարովի՝ «կոմերցիոն» սյուժեներ են պատրաստում: Ներկաների գրեթե կեսը, այնպես չէ՞:

Ձեր հեռուստաընկերությունները դեռ շատ երիտասարդ են, բայց ես կարծում եմ, որ նրանք կամաց-կամաց կհասկանան, թե որքան կարևոր է՝ ունկնդրի առաջ չկորցնել հեղինակությունը: Պարզ է, եթե հայտնի դառնա, որ դուք որոշակի սյուժեների համար փող եք վերցնում, դուք կկորցնեք ձեր հեղինակությունն ու հարգանքը այն մարդկանց աչքում, ովքեր նայում են ձեր նորությունները: Այլ կերպ ասած՝ դուք կկորցնեք ձեր հեռուստադիտողին, ձեր լսարանը, այսինքն այն, ինչը բոլորից շատ է հետաքրքրում գովազդատուին: Այդպիսով, ի վերջո, դուք ավելի շատ գումար կկորցնեք, քան կարող էիք ստանալ այսպես կոչված կոմերցիոն սյուժեներից: Դուք կընկնեք փոսի մեջ, որն ինքներդ եք փորել ձեզ համար:

ՌԵՊԼԻԿ - Իսկ եթե հայտարարենք, որ տվյալ սյուժեի հովանավորն այսինչն է կամ այնի՞նչը: Չէ՞ որ քաղաքական ծախվածությունն ավելի վատ բան է, քան բացահայտ վճարվող կոմերցիոն սյուժեների պատրաստումը:

- Ես գիտեմ, որ այստեղ՝ ձեզ մոտ, շարունակվում է այդ մտայնությունը, դա դեռևս չի վերացել, և որ կյանքն է այդպես թելադրում: Բայց դուք լրագրողներ եք, դուք պետք է մասնագիտական արժանապատվություն ունենաք:

ՌԵՊԼԻԿ - Քաղաքական գովազդը շատ ավելի վատ բան է:

- Այդ հարցի համար հեշտ պատասխան չունեն: Երբ մեզ մոտ խոսք է բացվում նորությունների թողարկման մեջ քաղաքական գովազդ տեղադրելու մասին, ես արգելում եմ, պարզապես թույլ չեմ տալիս: Քանի որ մենք դեռ պետք է լուրեր, սյուժեներ պատրաստենք այդ թեկնածուների մասին, և ես չեմ ուզում մեր հեռուստադիտողին շփոթության մեջ գցել ինչ-որ կեղծ տեղեկատվությամբ: Մենք մեր քաղաքական գործիչներին թույլ ենք տալիս գովազդային ժամանակը գնել նորությունների թողարկման սկզբում կամ ավարտին, բայց ո՛չ նորությունների թողարկման մեջ: Ի՞նչ եք կարծում, ինչո՞ւ են քաղաքական գործիչներն ուզում գովազդվել ձեր նորությունների թողարկման ժամանակ: Որովհետև նրանք գիտեն, թե ինչ գորեղ, ինչ ազդեցիկ է հեռուստատեսային լրատվությունը:

Միշտ էլ ինչ-որ մեկը կփորձի ձեզ մեքենայությունների մեջ ներքաշել: Դուք պետք է մեծագույն լրջությամբ վերաբերվեք բոլոր նրանց, ովքեր փորձում են խցկվել նորությունների ձեր թողարկման մեջ:

ՉԱՐՑ - Իսկ ինչպե՞ս եք դուք վերաբերվում «արյունալից» սյուժեներին:

- Այդ առիթով ես իմ լրագրողներին պարզապես տալիս եմ երկու չափանիշ. նախ՝ եղեք ճշգրիտ, երկրորդ՝ լավ ճաշակ դրսևորեք: Ես բնավ էլ չեմ ուզում էկրանին տեսնել արյան գետեր, ես չեմ ուզում տեսնել ինչ-որ տեղից դուրս բերվող դիակ: Մենք որոշակի սահմանափակումներ ենք դրել. եթե դիակը ծածկված է (մեզանում գործածում են սինթետիկ տոպրակներ), կարելի է ցուցադրել, եթե ոչ՝ արգելված է: Թերևս, կարելի է միայն այն դեպքում, երբ դա անչափ կարևոր է սյուժեի համար: Սովորաբար, մենք փորձում ենք ցուցադրել զոհի՝ դեռևս կենդանի ժամանակվա լուսանկարները:

Ինչ վերաբերում է անչափահասներին, նկատի ունեն հանցագործներին, ապա մենք օրենքով կարգավորվող որևէ հանձնարարական չունենք, բայց, այնուամենայնիվ, ունենք վարվելակերպի մեր սեփական կոդեքսը, որի համաձայն՝ եթերում չենք ցուցադրում և չենք տալիս այն հանցագործի անունը, որը դեռ անչափահաս է, այսինքն 18 տարեկանից ցածր (մեզ մոտ 18 տարեկանից ցածրն անչափահաս է համարվում): Իհարկե, եթե նրան չեն դասել չափահաս հանցագործների կարգին, այսինքն չեն դատում են ըստ այն կարգի, որոնց վրա արդեն չեն տարածվում անչափահասների իրավունքները, այսինքն՝ խիստ ծանր հանցագործներ են: Մենք դա հիմնավորում են նրանով, որ երիտասարդի կյանքը դեռ առջևում է, և ամբողջ կյանքում այդ պիտակը կրելու անհրաժեշտություն չկա: Բացառություն են կազմում այն դեպքերը, երբ խոսքը սպանության կամ այլ ծանր հանցանքի մասին է: Իսկ եթե հանցանքը մեքենա փախցնելն է, դա այնքան էլ լուրջ բան չէ:

Ինքնասպանությունները մենք չենք լուսաբանում, բացառությամբ այն դեպքերի, երբ ինքնասպանը որևէ հայտնի դեմք է, օրինակ՝ եթե քաղաքապետն է ինքնասպան եղել:

## **9. Որտեղից ստանալ նորությունը (տեղեկատվության աղբյուրները)**

Ձեզանից ոմանք ինձ ասացին, որ իրենց քաղաքներում ընդհանրապես նորություններ չկան: Եկեք միասին պատասխան գտնենք այն հարցին, թե որտեղից կարելի է նորություններ հայթայթել, երբ այդպիսիք չկան:

Կիսով չափ հաջողած կլինեք, երբ որոշեք, թե հատկապես ինչն էք համարում նորություն: Նորություններն ամեն տեղ են և ամենուրեք: Անհրաժեշտ է ուշադիր նայել շուրջը, տեսնել, թե ինչ է կատարվում ձեր քաղաքում:

Եկեք տեսնենք, թե դուք սովորաբար որտեղից եք քաղում նորությունը:

Դրանք մասնավոր աղբյուրներն են, զանազան կազմակերպությունների լրատվական բաժինները, լրատվական ծառայությունները, լրատվական-տեղեկատվական գործակալությունները, այլ ՁԼՄ-ները, ականատեսների վկայությունները, հեռախոսային հարցումները:

Լրատվության մի կարևոր աղբյուր էլ ձեր ունկնդիրն է, նրանք, ովքեր հավանում են ձեր հեռուստաընկերությունը: Ես առաջարկում եմ ունկնդրին անպայման հայտնել ձեր հեռախոսահամարը, որպեսզի նա կարողանա ձեզ զանգահարել: Ձեռք բերեք ավտոմատ պատասխանիչ ունեցող հեռախոս: Հետևեք, որ վերջին մարդը երեկոյան կայանից դուրս գալուց առաջ անպայման դա միացնի: Շատ հավանական է, որ ամեն օր, ամեն առավոտ դուք մեկ-երկու շատ լավ գաղափար ստանաք որևէ սյուժեի կամ ռեպորտաժի համար: Հասկանալի է, նպատակահարմար է, որ ցերեկներն ինքներդ մոտենաք հեռախոսին: Բացի դրանից, երբ եթեր եք դուրս գալիս նորությունների թողարկմամբ, վերջում ունկնդրին հիշեցրեք ձեր հեռախոսահամարը: Դա հեռուստադիտողին կհիշեցնի, որ դուք ուզում եք լսել իրենց, որ նորություններն արվում են իրենց մասին և իրենց համար: Դա շատ հեշտ է անել: Ի լրումն այն ամենի, ինչ ցուցադրում եք էկրանին, թող որևէ մեկը կադրից դուրս դիմի հեռուստադիտողին, որ եթե նրանք հրապարակման արժանի ինչ-որ բան տեսնեն, զանգահարեն այս կամ այն համարով և այդ մասին տեղեկացնեն երբ որ կուզենան՝ ցերեկը կամ գիշերը: Երբ մարդիկ տեսնեն, որ դուք արձագանքում եք իրենց հեռախոսազանգերին, կսկսեն ավելի հաճախակի զանգահարել:

**10. Ինչպես բաշխել խորիզն ու խմորը,  
որ «նորություն» կոչվող գաթան համեղ ստացվի  
(նորությունների թողարկման կառուցվածքը, սյուժեների տեսակները)**

**Սյուժեների տեսակները:** Եկեք գոյություն ունեցող սյուժեների տեսակներից առաջինը կոչենք նախապատրաստվող սյուժե: Սա այն սյուժեն է, որ դուք պատրաստում եք մինչև իրադարձությունը՝ դրանով, թերևս, ծանուցում տալով գալիք իրադարձության մասին:

Երկրորդ տեսակը իրական ժամանակի մեջ ընթացող սյուժեն է, երբ ինչ-որ իրադարձություն տեղի է ունենում այսօր:

Իսկ երրորդ տեսակը՝ շարունակող, թեման ամփոփող սյուժեն է, այսինքն ինչ-որ իրադարձությունների արդյունքներով պատրաստված սյուժեն:

Սյուժեների առաջին տեսակն արվում է ունկնդրին շահագրգռելու, սպասողական տրամադրություն ստեղծելու նպատակով: Դա մարդկանց հնարավորություն է տալիս տեղեկանալ, թե ինչին պետք է պատրաստ լինել: Շատ հնարավոր է, որ ձեր մրցակիցը զբաղվում է բացառապես ընթացիկ օրվա նորություններով: Ուրեմն, մինչ նրանք կսկսեն այդ թեմայով սյուժե պատրաստել, դուք նրանցից մեկ-երկու օրով առաջ ընկած կլինեք և արդեն եթերում նրանց նկատմամբ առավելություն կունենաք: Ես մի օրինակ բերեմ: Ենթադրենք, ձեր քաղաքում ալկոհոլիզմի խնդիրներին նվիրված խոշոր գիտաժողով է տեղի ունենում, որտեղ պետք է հրապարակվեն նոր ուսումնասիրությունների արդյունքները: Դուք գիտեք, որ դա վաղը պետք է լինի, և հենց վաղը էլ կարելի է հանգիստ պատրաստել սյուժեն: Բայց եկեք սյուժեն այսօր պատրաստենք: Քննենք պրոբլեմը նախապես. դիմենք փորձագետներին, մասնագետներին, դիմենք հիվանդանոցներին և պարզենք, թե ինչպիսին է այսօր իրավիճակը: Թո՛ղ այդ պրոբլեմն այսօր իսկ մարդկային դեմք ստանա: Հարցրեք ձեր մասնագետներին, թե իրենց կարծիքով ինչ պետք է անել խնդրի լուծումը գտնելու համար: Եվ երբ ձեր սյուժեն արդեն եթեր գնա, դուք կարող եք ասել, որ վաղը գիտաժողով է տեղի ունենալու, որտեղ պետք է հրապարակվեն վերջին ուսումնասիրությունների արդյունքները, և որ ձեր լրագրողը փորձել է պարզել, թե ինչ է տեղի ունենում քաղաքում այսօր, տվյալ պահին: Վաղը, երբ գիտաժողովը սկսվի, դուք այն առաջվա պես կլուսաբանեք և հենց այնտեղից էլ կստանաք այդ նոր ուսումնասիրությունների արդյունքները: Այսպիսով, դուք արդեն ունեք նախապատրաստող սյուժե և ունեք սյուժե «իրական ժամանակով»: Իսկ հաջորդ օրն արդեն կարող եք նաև որպես շարունակություն՝ ամփոփիչ սյուժե պատրաստել:

Ահա այստեղ է, որ պետք է նստել և մտածել, թե այդ թեման ինչպես կարելի է օգտագործել հետագայում: Դուք սկսում եք ընդամենը մեկ սյուժեից՝ քաղաքում ընթացող գիտաժողովի մասին, և ահա, անսպասելիորեն, նույն իրադարձության մասին ունեք երեք տարբեր սյուժեներ: Փաստորեն, դուք տեղեկացրել եք ձեր լսարանին, թե ինչ է տեղի ունենալու վաղը, դուք պատմել եք ունկնդրին, թե ինչպիսին է այսօրվա իրադարձությունը և այդ ռեպորտաժի ավարտին էլ հայտնել եք, որ վաղը նրան պատմելու եք բուն գիտաժողովի մասին: Այնուհետև գիտաժողովը սկսվում է, դուք ստանում եք նոր տվյալներ, իմանում

արդյունքների մասին, գրուցում եք փորձագետների, մասնագետների հետ և այլն, իսկ իրադարձության հաջորդ օրը դիմում եք սովորական մարդկանց՝ պարզելու համար, թե նրանք ինչ են մտածում տվյալ խնդրի մասին: Եվ հաջորդ օրն էլ դուք պատրաստ կլինեք այդ թեման շարունակող որևէ սյուժե պատրաստել: Երբեմն մենք դրան ասում ենք «քամել»: Դուք փորձում եք թեմայից «քամել»՝ ինչ հնարավոր է: Որովհետև դատարկ, առանց նորությունների օրեր էլ են լինում: Ենթադրենք, գիտաժողովի հաջորդ օրը քաղաքապետարանում հրդեհ է բռնկվել: Իսկ դուք նկարահանող խումբ չունեք, որն ի վիճակի լինի նկարահանել ալկոհոլիզմի թեմային նվիրված սյուժեի շարունակությունը: Չնայած, սկզբունքորեն, այդ սյուժեի շարունակությունը կարելի է նկարահանել նաև մեկ օր, նույնիսկ մեկ շաբաթ հետո: Չէ՞ որ խնդիրը մնում է, այն չի կարող ինչ-որ տեղ անհետանալ: Հո բոլորը չէ, որ դիտում են նորությունների բոլոր թողարկումները, այդպես չէ՞:

Մի փոքրիկ օրինակ էլ բերեն: Ձեր քաղաքում փակվում է մի մեծ գործարան: Դուք ուզում եք այդ թեմային, այդ սյուժեին վերադառնալ նաև ապագայում: Այդ փաստից մեկ շաբաթ անց կարող եք մի սյուժե պատրաստել և պատմել, թե ինչ է տեղի ունեցել անցած մեկ շաբաթվա ընթացքում: Այնուհետև, մեկ ամիս հետո, պատմել այն մասին, թե արդյո՞ք մարդիկ տեղավորվել են աշխատանքի, թե՞ դեռ աշխատանք են փնտրում և այլն: Այդ թեմային կարող եք անդրադառնալ նույնիսկ մեկ տարի հետո: Այնպես որ, եթե իմ քաղաքում այսօր մի նշանակալից բան է տեղի ունենում, ես դա նշում եմ հաջորդ տարվա օրացույցի վրա: Այսինքն, փաստորեն, իրադարձությունից մեկ տարի հետո: Իհարկե, շատ հնարավոր է, որ երբ մեկ տարի անց այդ օրը գա, այնքան իրադարձություններ տեղի ունենան այդ նույն օրվա ընթացքում, որ բոլորովին ժամանակ չունենան մտածելու դրա մասին: Բայց ամեն դեպքում օրացույցն ինձ հիշեցնում է, որ մեկ տարի առաջ մենք լուսաբանել ենք այդպիսի մի իրադարձություն և հենց այդ առիթով էլ կարող ենք մի սյուժե պատրաստել: Նորությունների առնչությամբ ունկնդրի հայտնած ամենամեծ բողոքը սա է. «Ես այդպես էլ չիմացա, թե այդ ամենն ինչով ավարտվեց», «Ես այլևս երբեք չտեսա այդ մարդուն», «Ես էլ ոչ մի տեղ չլսեցի այդ իրադարձության մասին» և այլն:

Պետք է հիշեցնել ունկնդրին, թե ինչ է կատարվում:

Նա, ով նորություններ է դիտում ամեն օր, կհասկանա, թե ինչի մասին է խոսքը: Մենք երբեմն գործածում ենք, ասենք, այսպիսի բառեր կամ արտահայտություններ՝ «դուք, իհարկե, հիշում եք, որ...» և այլն: Եթե հիշում են, շատ լավ է: Իսկ եթե չեն հիշում, ուրեմն մենք հիմա կպատմենք նրանց: Դուք հո նրանց շարունակ նույն բանի մասին չե՞ք պատմում, չէ՞ որ դուք

նրանց նոր տեղեկատվություն եք տալիս. «Ահա թե ինչ տեղի ունեցավ այն ժամանակվանից հետո, երբ...»: Էլի՞ հարցեր կան:

Այդուհանդերձ, ուզում եմ ձեզ նախազգուշացնել: Երբ ձեզ մահու չափ ձանձրացրած լինի որևէ նյութ, թեմա, ենթադրենք՝ ՍՊԻԴ-ի մասին սյուժեները, և, ասենք, ձեր լրագրողներն արդեն տանել չեն կարող այդ թեման, նման դեպքերում հիշեցեք գայլիկոնի կանոնը, ըստ որի՝ այն պահին, երբ այդ թեման ձեզ մահու չափ ձանձրացրած է լինում, ունկնդիրը նոր-նոր միայն սկսում է ուշադրություն դարձնել դրան: Ես դա միանգամայն անկեղծ եմ ասում: Դուք բազմիցս կհամոզվեք, որ այդպես է: Խոսակցությունների, զրույցների ընթացքում ավելի ու ավելի շատ մարդիկ են իմանում այդ թեմայի մասին, և նրանց մեջ ցանկություն է առաջանում ավելին իմանալ: ՍՊԻԴ-ի թեման մենք սկսել ենք լուսաբանել 80-ական թվականներից, և հիշում եմ, որ այն մեզ մահու չափ ձանձրացրել էր, որովհետև մենք դրա մասին խոսում էինք տարիներ շարունակ: Ախր, էլի ինչքան կարելի է մարդկանց պատմել նույն բանը, որ ՍՊԻԴ-ով չվարակվելու համար պետք է պաշտպանիչ միջոցներ կիրառել և ստերիլիզացված ներարկիչներ օգտագործել: Բայց, ինչպես երևում է, այդ բոլորը դեռևս շատ քիչ է եղել, քանի որ ՍՊԻԴ-ը դեռ կա ու կա:

### **Մի քանի խոսք ոճի մասին**

Իմ երկրում՝ Ամերիկայում, մի հին կատակ կա այն մասին, որ հեռուստատեսությունները նախատեսված են երրորդ կուրսի ուսանողների համար: Իսկ ընդհանրապես, եթե լուրջ մոտենանք, պետք է խոսել պարզ լեզվով: Պետք չէ մարդկանց ցույց տալ, թե ինչ հարուստ բառապաշար ունես, և գործածել այնպիսի բառեր, որոնք մի քանի մարդ միայն կհասկանան: Որովհետև ձեր գլխավոր խնդիրը տեղեկատվության իմաստը հաղորդելն է: Երբեք չմոռանաք, որ ունկնդիրն ընդամենը մեկ հնարավորություն ունի հասկանալու համար, թե ինչ եք ուզում ասել իրեն: Երբ նա մամուլում կարդում է ձեր ոճական գլուխգործոցը, ցանկացած պահի կարող է նորից կարդալ անհասկանալի պարբերությունը: Հեռուստատեսությունը նման հնարավորություն չի ընձեռում: Եթե ունկնդիրը հենց առաջին անգամից ձեզ չհասկացավ, համարեք, որ դուք կորցրիք նրան: Դուք պետք է ոչ միայն խոսեք, այլև հասնենք այն բանին, որ դիմացինը ձեզ հասկանա: Դրա համար էլ չի կարելի գրել գիտական ոճով, առավել ևս՝ ինչ-որ պաշտոնական-գրասենյակային լեզվով: Ես, օրինակ, միշտ մտածում եմ, որ գրում եմ բենզինի լցակայանի բանվորի համար: Եթե նա կարողանա հասկանալ ինչի մասին է սյուժեն, մնացած բոլորն էլ կհասկանան:

## **Թողարկման կառուցվածքը**

Եկեք խոսենք այն մասին, թե ինչպես պետք է կառուցել թողարկումը: Դուք մեծ մասամբ նորությունների թողարկումը տեղավորվում եք 15-20 րոպեի մեջ: Սովորաբար, այն, ինչ դուք կարևորագույն նորությունն եք համարում, դրվում է թողարկման սկզբում: Ակնարկային բնույթի, ավելի երկար, ավելի մեծ ծավալ ունեցող նորությունները հաճախ դրվում են միջին մասում: Թերևս, որևէ մշակութային նորություն կամ նման բաներ անցնում են թողարկման վերջ: Միգուցե դա ինչ-որ մարզական ռեպորտաժ լինի, իսկ հետո արդեն՝ եղանակի տեսություն: Սա բավականին տիպական սխեմա է նորությունների թողարկման համար: Բացի այդ, թողարկման մեջ լինում է նաև գովազդային բլոկ: Ենթադրենք, այդ ամբողջ թողարկումը տևում է 20 րոպե:

Մեզանում, որպես կանոն, գովազդը դրվում է նորությունների թողարկումների արանքներում, ընդ որում՝ մեկից ավելի: Մենք ունենք երեք գովազդային ընդմիջում՝ երկուական րոպեով: Ամենակարևորը հեռուստադիտողներին ժամանակին հայտնելն է, թե նրանք ինչ են դիտելու գովազդից հետո, այսինքն, նրանց գայթակղել՝ նորությունների հաջորդ մասը նայելու: Մենք դա կոչում ենք անոնս՝ ծանուցում, կամ «խայժ»: Դա մի 20 վայրկյան է խլում: Այդ ընթացքում դուք կարող եք ունկնդրին հայտնել երկու-երեք սյուժեի մասին, որոնք նա տեսնելու է գովազդից հետո: Դուք դրա համար ընտրում եք իրարից խիստ տարբեր սյուժեներ, որոնք հասցեագրված են մարդկանց միանգամայն տարբեր խմբերի, որպեսզի ինչքան կարելի է շատ մարդ գրավեք:

Գոյություն ունեն լսարանի ուսումնասիրության բազմաթիվ ճշգրիտ տվյալներ, որոնք շատ կոնկրետ ցույց են տալիս, թե երբ է մարդը սեղմում հեռակառավարման վահանակի կոճակը՝ ալիքը փոխելու կամար: Այն երկու ամենավտանգավոր պահերը, երբ դուք կարող եք կորցնել ձեր լսարանը, թողարկման ամենասկիզբն է (եթե դա ձանձրալի սյուժե է) և ահա սա, երբ տրվում է գովազդային բլոկը (եթե դուք ունկնդրին չեք արել լավ, հրապուրիչ առաջարկություններ, հանուն որոնց նա պատրաստ է վերադառնալ ձեր նորություններին):

Նորությունների ամեն մի թողարկումից հետո ձեր ունկնդիրների մեջ պետք է մնա լավ տրամադրություն, թեթևության զգացում: Թողարկման ընթացքում դուք նրանց բավական ծանրաբեռնել եք ամեն տեսակի խնդիրներով ու բարդություններով: Դուք նրանց պատմել եք քաղաքում կատարված հանցագործությունների մասին: Վերջապես մի լավ բան պիտի լինի՞,

թե՞ չէ: Դրա համար էլ, գոնե, նորությունների թողարկումն ավարտեք ընկալման համար բավականաչափ պարզ ու հաճելի մի որևէ բանով:

Արդեն այստեղ մեկն ասաց, որ վերջում մենք կարող ենք հայտնել, թե ինչի մասին ենք պատմելու վաղը: Շատ կարևոր է, որ ունենդիրն իմանա, թե ձեր լրատվական բաժնից ինչ կարող է ակնկալել ապագայում:

Բացի այն սյուժեների ծանուցումից, որոնք հեռուստադիտողները տեսնելու են հաջորդ թողարկման ժամանակ, շատերը հիշեցնում են տվյալ օրվա կարևորագույն իրադարձությունների մասին: Որպես կանոն, սկզբում տրվում է եղանակի տեսությունը, հետո հիշեցնում էք օրվա իրադարձությունները և տալիս ապագա սյուժեների անոնսը: Շատ հաճախ, հրաժեշտ տալուց անմիջապես առաջ, նորությունների հաղորդավարը պարզապես հայտնում է, թե հաջորդ թողարկմանը հեռուստադիտողներն ինչ են տեսնելու:

Բացի այդ, ես ձեզ առաջարկում եմ թողարկումը սկսել և ավարտել, երբ հաղորդավարը կադրի մեջ է: Հիշեցեք՝ ծրագրի հաղորդավարները տանտերերն են. նրանք պետք է դիմավորեն և ճանապարհ դնեն հյուրերին, այսինքն՝ ներկա լինեն ծրագրի սկզբին և ավարտին:

Հիմա եկեք վերցնենք մեր ծրագիրը և դարձնենք նորությունների մեկ ժամանոց թողարկում: Այդ դեպքում մեր թողարկումն այսպես չի վերջանա: Վերջում անցած օրվա հիմնական սյուժեները թվարկելու վրա 30 վայրկյան ծախսելու փոխարեն՝ մենք կծախսենք 1րոպե 30 վայրկյան: Մենք այստեղ կարող ենք որոշ տեսագրություններ ցույց տալ: Այս դեպքում նրանք, ովքեր հենց նոր են միացրել հեռուստացույցը, հնարավորություն կունենան իմանալու օրվա գլխավոր իրադարձությունները:

Եթե մենք նորությունների մեկ ժամանոց թողարկում ունենք, սպորտը լավ կլինի դնել ծրագրի վերջում: Մարդիկ, ովքեր ուզում են մարզական լուրերը դիտել, ոնց էլ լինի, կնստեն ու կսպասեն, թե երբ են դրանք հատնվելու: Բայց մենք, միևնույն է, դեռ շատ ազատ տեղ կունենանք: Ի՞նչ էք կարծում, չբռնե՞նք ու մի առանձին խորագիր տանք առողջապահության մասին: Ինչպես հիշում եք, մենք արդեն խոսել ենք այն մասին, որ առողջությունը մի բան է, որ միշտ հետաքրքրում է բոլորին: Եթե դուք մեկ ժամանոց ծրագիր ունեք, թերևս տեղին կլինի մի լավ փորձագետ բժիշկ գտնել, որը կանոնավոր կերպով գա ստուդիա և մեկնաբանություններ տա զանազան հարցերի մասին: Այստեղ կարևոր է հիշել ահա թե ինչ. եթե դուք մի նոր խորագիր եք սկսում տալ, ապա պետք է դա անել ամեն օր միևնույն ժամին: Այնպես, որ մարդիկ սպասեն այդ խորագրին, և որ դուք էլ հուսախաբ չանեք նրանց սպասումները:



Բայց դուք կասեք՝ հնարավոր չէ շաբաթական հինգ օր լուսաբանել առողջապահության խնդիրները: Եկեք դա անվանենք հատուկ ռեպորտաժ կամ նույնիսկ՝ ոչ թե ռեպորտաժ, այլ հատուկ խորագիր: Այսօր այդ խորագրի տակ առողջությունն է, վաղը դուք այստեղ կպատմեք՝ ինչպես պաշտպանվել խուլիզաններից: Ստուդիա հրավիրեք ոստիկանության մի աստիճանավորի, որևէ իրավապահի: Դա ինֆորմացիա է, որն օգտակար կլինի ունկնդիրների համար: Վաղը չէ մյուս օրը, գուցե, դուք կպատմեք պարենային մթերքների մատակարարման մասին: Ասենք, ուրբաթ կամ հինգշաբթի երեկոյան, այն օրվա նախօրյակին, երբ մարդկանց բազմությունները լցվեն ամառանոցները, դա կարող է լինել սյուժե այգեգործության մասին, բանջարանոցների մասին և այլն:

## **ՆՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՏՊԱՎՈՐԻՉ ԹՈՂԱՐԿՄԱՆ ՊԱՐՏԱԴԻՐ ԲԱՂԱԴՐԻՉՆԵՐԸ**

### **1. Ակտիվ անհատականություն**

Ի՞նչ ենք հասկանում «ակտիվ անհատականություն» ասելով: Ձեզ պետք է հաղորդավար, որը որոշակի անձնական վերաբերմունք դրսևորի ունկնդիրների հանդեպ: Շատ բնական է, երբ մարդ ցույց է տալիս իր անհատականությունը: Ոչ ոք չի ասում, որ հաղորդավարը պետք է քարացած նստի և իրենից խոսող գլուխ ներկայացնի:

### **2. Սգենարական խոսք և թողարկման ոճ**

Պետք է ձգտել այն բանին, որ մարդիկ նորությունների ձեր թողարկումն ինչ-որ բանով առանձնացնեն մնացած բոլորից: Այդ դեպքում ձեր լեզուն և ոճը նույնպես պետք է ինչ-որ բանով տարբերվեն մյուսներից: Այսինքն՝ աշխատեք տարբերվել:

### **3. Ստուդիայի հաղորդավարների և դրսի թղթակիցների երկխոսության զուգակցումը (ուղիղ եթերում)**

Երրորդ ու չորրորդ կետերը, որ վերաբերում են իրադարձության վայրից կենդանի ռեպորտաժի համագործակցությանը ստուդիայի հաղորդավարի հետ, կարող ենք առժամանակ մոռանալ, քանի որ, ինչպես երևում է, դուք այդ կարգի սարքավորումներից այնքան էլ հարուստ չեք: Գուցե դուք ի վիճակի չեք կապվել հենց դեպքի վայրում գտնվող ձեր լրագրողի հետ: Բայց, թերևս, դուք ի վիճակի եք ձեր լրագրողներից մեկին ստուդիա

հրավիրել, որպեսզի այդ լրագրողն ինքը ներկայացնի իր նյութը: Դա տվյալ ռեպորտաժը կառանձնացնի մյուսների շարքից:

#### 4. Հետևողական և ճանաչելի գրաֆիկական ոճ

Ինչ վերաբերում է գրաֆիկային, հիմնական կանոնը սա է. դուք պետք է աչքի ընկնեք: Դուք պետք է հասնեք այն բանին, որ կայանի խորհրդանիշը՝ լոգոտիպը, առկա լինի ամեն տեղ, ձեր օգտագործած ամեն մի գրաֆիկական ներդիրի մեջ:

#### 5. Միջադնուկ (ինտերշում)

Միջադնուկը շատ կարևոր բան է ռեպորտաժի մեջ: Ձգտեք հասել այն բանին, որ ձեր օպերատորների, ձեր լրագրողների միկրոֆոնը միշտ միացած լինի՝ ինչ էլ որ նրանք նկարելու լինեն: Այդ ժամանակ դուք մոնտաժի ժամանակ մի ալիքով թողնում եք թղթակցի ձայնը և սինխրոնները, իսկ մի ուրիշ ալիքի վրա դնում եք միջադնուկը: Միջադնուկը գրանցում եք մակարդակի մոտավորապես 10 %-ի չափով: Իսկ լրագրողի ձայնը, բնականաբար, վերարտադրելիս հասնում է գրոյին: Այս հավասարակշռության դեպքում միջադնուկը չի խլացնում թղթակցի ձայնը, բայց դուք շարունակում եք դա ընկալել: Ադնուկն օգնում է աշխուժացնել սյուժեն: Եվ շատ ավելի բնական է՝ պատկերը տեսնել միջավայրի բնական ձայների զուգակցմամբ, քան՝ մեռելային լռության մեջ: Եթե դա, ասենք, պարզապես հաղորդավարի խոսք է ինչ-որ մի տեսաշարի հետ, ենթադրենք՝ որևէ նիստի պատկերմամբ, այնուամենայնիվ, նույնիսկ այս դեպքում պատկերին ուղեկցող ձայները կարող են տրվել 10%-ի չափով:

#### 6. Սյուժեում գրաֆիկական տարրերի օգտագործում

Ենթադրենք, դուք տեսամագնիտոֆոն չունեք սյուժե պատրաստելու համար: Այդուհանդերձ, կարելի է օգտագործել քարտեզներ, քաղաքի հատակագիծը, ձեր շրջանի քարտեզները: Մենք շատ հաճախ օգտվում ենք պարզապես քաղաքի քարտեզ-սխեմայից՝ ցույց տալու համար, թե որտեղ է տեղի ունեցել այս կամ այն իրադարձությունը: Նույնիսկ ամենահասարակ գրաֆիկայի օգտագործումը դիտողին հնարավորություն է տալիս գոնե մի քիչ հանգստանալ՝ էկրանին երկար ժամանակ նույն մարդուն նայելուց:

#### 7. Երաժշտություն

Եվ վերջապես՝ երաժշտությունը: Կան սյուժեներ, որոնք իրենք իրենցով արդեն խոսուն են, և երաժշտությունը տեղին չէ: Բայց, անշուշտ, կան ակնարկային բնույթի սյուժեներ, որոնք ուղղակի պահանջում են երաժշտության օգտագործում: Շատ հաճախ դրանք սյուժեներ են, երբ երաժշտությունն իսկապես հնչում է: Բայց, դրանից բացի, դուք պետք է երաժշտություն ունենաք ծրագրի սկզբի, ծրագրի ներսում տարանջատումների և այլնի համար: Մենք այսպիսի մի հասկացություն ունենք՝ նորությունների բլոկի մուտք, երբ մենք դուրս ենք գալիս գովազդային ընդմիջումից և վերադառնում ենք նորությունների բովանդակությանը: Դա ընդամենը 3 վայրկյան է, բայց դա լսողական հիշեցում է դիտողներին, որ նորությունները վերսկսվում են: Դրա վրա երկար ժամանակ չի ծախսվում, բայց դա օգնում է էկրանի մոտ վերադարձնել այն ունկնդիրներին, ովքեր հեռացել են հեռուստացույցից, մյուս սենյակ են գնացել և այլն:

Սրանք շատ հասարակ բաներ են, բայց շատ հաճախ մենք՝ որպես նորությունների բաժնի տնօրեններ, դրանց մասին մոռանում ենք:

#### Թողարկման կառուցվածքի տարբերակները

Սա մի վարժություն է, որ դուք հետագայում կարող եք կատարել ձեր սեփական աշխատակիցների հետ: Այստեղ ճիշտ ու սխալ պատասխաններ չկան:

Եվ այսպես, ձեր կայանում երեք նկարահանող խումբ կա: Դուք ունեք նորությունների մեկ թողարկում՝ 20 րոպե: Այն հեռարձակվում է երեկոյան ժամը իննին: Ստորև թվարկված են բոլոր իրադարձությունները, որոնք կատարվում են տվյալ օրվա ընթացքում:

Ժամանակը	Իրադարձության բեման	Ռեպորտաժի տեսակը	Ռեպորտաժի տևողությունը
06.00	Երկգլխանի այծի ծնունդ:		
09.20	Հրդեհ ծննդատանը: Երկու մարդ անհայտ կորել են:		
10.00	Թեկնածուի մամուլի ասուլիսը:		
10.00	Գազանանոցի կենդանիներին բերում են դպրոց:		
10.00	Մի տղամարդ կծել է շանը և բանտ է ընկել:		
10.30	Երեք մեքենա վնասվել են վթարից այն բանի հետևանքով, որ բեռնատարից սեխեր են թափվել:		
Վաղը	Եղանակի տեսության համաձայն՝ վաղն առատ ձյուն է տեղալու, ձյան շերտը հասնելու է մինչև մեկ մետրի:		
11.40	Երկաթուղային կայարանում ռումբ է պայթել: Երկու մարդ զոհվել է, 11–ը՝ վիրավորվել:		
13.00	Դպրոցականների էքսկուրսիա հրուշակեղենի ֆաբրիկա:		
14.30	Քաղաքապետի հանդիպումը ԱՄՆ-ից եկած պարախմբի հետ:		
15.00	Կահույքի նոր խանութի բացում:		
19.00	Գործարար մարդու սպանություն. Խանութը կողոպտված է:		
19.00	Պարային խմբի համերգ:		

Նորությունների թողարկումը (20 րոպե տևողությամբ) պետք է կառուցել այս իրադարձություններից՝ դրանք դասավորելով ըստ գերապատվության, որոշելով ռեպորտաժի տեսակը և տևողությունը:

Իրադարձությունները դասավորված են ըստ ժամանակի՝ օրվա ընթացքում: Այստեղ կան թե՛ պլանավորված, թե՛ չնախատեսված իրադարձություններ: Դուք ի վիճակի չեք լուսաբանելու բոլոր դեպքերը: Դուք պետք է մտածեք, թե ինչպես արդյունավետ կերպով օգտագործեք ձեր երեք նկարահանող խմբերը, որպեսզի լուսաբանեք ձեր հեռուստադիտողի համար ամենակարևոր, ամենահետաքրքիր իրադարձությունները: Ձեզանից ամեն մեկը կարող է իրեն փորձել, բայց արդյունքում մենք պետք է ունենանք կառուցվածքի մի քանի տարբերակ (ամեն խմբից մի տարբերակ): Ենթադրենք, ձեր քաղաքը միջին մեծության է, շատ փոքր չէ, բայց և Մոսկվայի չափ էլ չէ:

**Բոլոր իրադարձությունները չէ, որ դուք լուսաբանելու իրավունք ունեք:**

***Իրադարձության մատուցման ձևերը***

1. Ռեպորտաժ
2. Հաղորդավարական տեքստ և տեսաշար
3. Հաղորդավարական տեքստ տեսաշարերի հետ և մեկ հարցազրույց
4. Բանավոր ինֆորմացիա
5. Հաղորդավարական տեքստ և գրաֆիկական պատկեր

Իսկ հետո մենք կտեսնենք, թե ինչ ստացվեց և կլսենք առաջին երեք խմբերի տարբերակները:

**1-ին խումբ:** Մեր կարծիքով, քաղաքում ամենաողբերգական դեպքը պայթյունն է երկաթուղային կայարանում, որի հետևանքով զոհվել են երկու և վիրավորվել 11 մարդ:

Ապա պատմում ենք հրդեհի մասին, որտեղ տուժել են երկու հոգի, և որի մասին դեռևս ամբողջական պատկերացում չուներ: Միանգամից անցնում ենք էկոլոգիական խնդիրներին, որի առիթը երկզլխանի այծի ծնվելու փաստն է: Քանի որ քաղաքապետի պաշտոնի համար քվեարկվող թեկնածուն պետք է այս իրադարձությունների գնահատականը տա, մենք նրա սյուժեն դրեցինք չորրորդ տեղում, որովհետև ժամանակի առումով նա դեռ տեղյակ չէր երկաթուղային կայարանում տեղի ունեցած պայթյունի մասին, հետևաբար նա կարող էր խոսել միայն քաղաքի էկոլոգիական խնդիրների և ծննդատան հրդեհի մասին:

Սակայն այս իրադարձությունների կապակցությամբ դժվար է պատկերացնել, որ երբ քաղաքում այդպիսի արտակարգ իրադարձություններ են տեղի ունենում, քաղաքապետը

հանգիստ մի կողմ է քաշվել և հանդիպում է ինչ-որ պատվիրակության հետ: Դրա համար էլ մենք պարզապես կցուցադրենք քաղաքապետի լուսանկարը և կասենք, որ այս արտասովոր ու ողբերգական իրադարձությունների պատճառով հանդիպումը չի կայացել, քաղաքում սուգ է հայտարարված: Այստեղ ինձ 30 վայրկյան է պետք:

Հաջորդ բլոկը պատմում է գործարարի սպանության և խանութի թալանի մասին: Քաղաքում կատարված մի դեպքի մասին ևս. մի տղամարդ կծել է շանը և հայտնվել բանտում: Մենք տալիս ենք ռեպորտաժ իրադարձության վայրից: Նման բաները բացառելու համար հարկավոր է շատ ժամանակ տրամադրել աճող սերնդի դաստիարակությանը: Այս առնչությամբ մենք պատմում ենք դպրոցում կազմակերպված գազանանոցի մասին, կենդանաբանական այգուց այնտեղ բերված կենդանիների մասին:

Երրորդ բլոկը պատմում է երեխաների այցելության մասին հրուշակեղենի ֆաբրիկա: Բացի այդ, այնուամենայնիվ, մենք հանդգնեցինք պատմել նաև վթարի մասին՝ բանավոր ինֆորմացիայի ձևով, և տվեցինք եղանակի տեսություն, որպեսզի մարդիկ իմանան, որ վաղն առատ ձյուն է տեղալու:

**2-րդ խումբ:** Մենք սյուժեները բաժանել ենք բլոկների:

Ռումբի պայթյուն, այն էլ մարդկային զոհերով, մեզանում ամեն օր տեղի չի ունենում: Ես կարծում եմ, որ դա շատ նշանակալից սյուժե է, որը սկզբունքորեն բոլորին է հուզում:

Այնուհետև, դարձյալ կարևոր մի սյուժե է գալիս, քանի որ հրդեհներ էլ ամեն օր չեն պատահում ծննդատներում: Դա հրատապ ռեպորտաժ է, դրա համար էլ մենք դա դնում ենք երկրորդ տեղում:

Մենք եղանակը երրորդ տեղում դրեցինք, որովհետև ամեն օր չէ, որ մեկ մետր ձյուն է գալիս. դա հո խաղ ու պար չէ՞: Չէ՞ որ վաղը բոլորը պետք է աշխատանքի դուրս գան, ոմանք մեքենայով են գնալու: Այստեղ էլ կարելի է խոսել էկոլոգիայի մասին: Սա կլինի հաղորդավարական տեքստով տեսաշար: Ցույց կտանք փողոցներ, պարզապես փողոցներ, քաղաքը: Բոլոր դեպքերում, մենք կարող ենք այստեղ ասել, որ եղանակին դեռ կվերադառնանք թողարկման վերջում, ավելի մանրամասն կխոսենք:

Երկրորդ բլոկում տրվում է գործարարի սպանությունը և խանութի կողոպուտը: Դե, գործարար են սպանել. որպես ինֆորմացիա դա հետաքրքիր է: Բայց արժե՞ մանրամասնել, թե ինչպես են նրան սպանել: Դա ոչ մեկին չի հուզում, գլխավորն այն է, թե նա ինչ «հեղինակություն» է: Ինչքան հասկացա՝ հենց նրա խանութն էլ թալանել են:

Չետո գալիս է պատգամավորության թեկնածուի մամուլի ասուլիսը: Այստեղ ամեն բան կախված է նրանից, թե նա ինչ է ասում այդ ասուլիսի ժամանակ: Ենթադրվում է, որ նա ինչ-որ կարևոր բան է ասում: Նրան մենք այս տեղում դրեցինք, և ես կարծում եմ, որ դա ռեպորտաժ կլինի:

Սրանց հաջորդում է «տղամարդը կծել է շանը» սյուժեն: Ինչպես տեսնում եք, սա այնքան էլ սովորական դեպք չէ. սովորաբար շներն են կծում մարդկանց: Ես կարծում եմ, որ դա ռեպորտաժ կլինի:

Չետո գալիս են սեխերը: Ընդհանրապես, այս երկու նյութն էլ ոչ միայն հետաքրքիր են, այլ նույնիսկ՝ օգտակար: Ով գիտե, մեկ էլ տեսար՝ ուզեցիր շանը կծել: Սեխերն էլ ռեպորտաժի ձևով կարելի է ներկայացնել: Ասեն ինչու: Միայն խոսքով պատմելը, ճիշտ է, հետաքրքիր է, բայց ավելի դիտարժան կլինի հարցազրույցն այն վարորդների հետ, ում վրա լցվել են այդ սեխերը, և ականատեսների հետ, որոնց աչքի առաջ թափվել են սեխերը և վթարվել մեքենաները:

Այնուհետև՝ անոնս:

ԱՄՆ-ից եկած պարային խմբի ելույթը: Սա բանավոր է տրվում, իսկ հետո մենք տալիս ենք կենդանի պարը:

Չետո դարձյալ ռեպորտաժ է գալիս. ամեն օր չէ, որ փղերը գալիս են դպրոց՝ երեխաների մոտ: Այստեղ հետաքրքիր է երեխաների վերաբերմունքն այն փաստին, որ գազանանոցն իրենց հյուր է եկել:

Իսկ այժը պարզապես հետաքրքրական սյուժե է: Մենք դնում ենք երկզվխանի այծի մասին պատմող ռեպորտաժը: Վերջում վերադառնում ենք եղանակին:

**3-րդ խումբ:** Իսկ հիմա մենք կներկայացնենք հաջորդականություններից լավագույնը:

Առաջին սյուժեն ռումբն է, սա միանշանակ է: Չետո ծագեցին ամենաբուռն վեճերը, քանի որ մեր կարծիքով՝ նշանակալիության տեսակետից մարդկանց համար երկրորդ տեղում ձյունն է: Դա վերաբերում է բացարձակապես բոլոր մարդկանց: Բայց, ի վերջո, մենք որոշեցինք դրանով բացել երկրորդ բլոկը, քանի որ դա նախ լավ «խայծ» կլինի, իսկ երկրորդ՝ անոնսներում՝ սկզբում և գովազդից առաջ, կանդորադառնանք աննախադեպ առատ ձյանը: Այսպիսով, մենք որոշեցինք շարունակել քրեական թեման, մանավանդ որ ծննդատան հրդեհի ժամանակ երկու մարդ անհայտ կորել էր: Գործարարի սպանությունն արդեն իսկ «խայծ» է այն պարզ պատճառով, որ տեղի է ունեցել ժամը 19.00-ին՝ մեր թողարկումից ընդամենը 2 ժամ առաջ, իսկ խանութը, որտեղ նրան սպանել են, հեռու է գտնվում:

Սրանից հետո, թերևս, երկու սյուժե կլինի այն մասին, թե ինչպես են կոմունալ ծառայությունները պատրաստվում ձյան տեղումների, ինչ դժվարություններ կարող են ծագել:

Հետո՝ այժր: Սա ասես բնության յուրատեսակ կատակը լինի շրջակա միջավայրն աղտոտող մարդկանց հանդեպ, քանի որ մուտանտները ծնվում են էկոլոգիական անբարենպաստ պայմանների պատճառով:

Երրորդ սյուժեն շարունակում է կենդանիների վրա մարդու ներգործության թեման, քանի որ հենց մարդն է կծել շանը, անմեղ տեղը նեղացրել է կենդանուն:

Երկրորդ բլոկը բացվում է դպրոց եկած կենդանիների մասին հետաքրքրական սյուժեով, քանի որ ամեն օր չէ, որ գազանանոցը դպրոց է գալիս:

Հետո պարախմբի հետ հանդիպման և համերգի 5 վայրկյանանոց տեսաշարի տակ գնում է դրանց մասին պատմող հաղորդավարական տեքստը:

Իսկ վերջին տեղում սեխերն են: Սա մենք վերջում ենք դրել, քանի որ կարծում ենք, որ կարելի է անել հետաքրքիր և զվարճալի սյուժե: Նախ, արդեն ասացինք, որ լավ պատկերաշար կլինի, երկրորդ՝ ծիծաղելի կլինի, քանի որ մարդիկ չեն տուժել, միայն մեքենաներ են վնասվել: Հետո գալիս է եղանակը:

Ինչ վերաբերում է թեկնածուի ասուլիսի մասին վեճերին և թե ինչպես պետք է ժամը 10-ին հասցնենք չորս իրադարձությունն ակարել, մենք այդ ասուլիսը չենք էլ նկարի, քանի որ վերոհիշյալ բոլոր իրադարձություններն էլ հասկանալի է, թե ինչի մասին են, իսկ թեկնածուն այնքան էլ հասկանալի չէ:

### **Փորձենք ամփոփել:**

Բոլոր 3 խմբերն էլ նույն սյուժեներն ունեին, որոնք կամ ընդգրկվում էին հաղորդման մեջ, կամ չէին ընդգրկվում: Ընդամենը 7 տարբերակ կար: Հասկանալի է, որ ծրագիր կազմող ամեն խումբ կարծում է, որ իր ծրագիրն ամենալավն է: Հիշենք, որ չկան հաղորդումը կազմակերպելու ճիշտ կամ սխալ եղանակներ: Բայց կան նորությունների թողարկումը կազմակերպելու եղանակներ, որոնք ավելի արդյունավետ ու հետաքրքրական են, քան մյուսները:

Այսպիսով, ահա մեր քվեարկության արդյունքները: Ամենից շատ ձայներ տրվել են հետևյալ հերթականությանը. պայթյունը՝ 2 րոպե, ծննդատան հրդեհը՝ 1.40, եղանակը՝ 40 վայրկյան, գործարարը՝ 30 վայրկյան, թեկնածուն՝ 1.20, շունը՝ 1.10, սեխերը՝ 1 րոպե, այստեղ



զնուն է բանավոր ծանուցում՝ անոնս, պարային խումբը՝ պարզ չէ քանի թույն, գազանանոցը՝ 1.10, այծը՝ 1.20, եղանակը:

Այս խումբը հավաքել է 9 ձայն:

Երկրորդ տեղը գրավեց երրորդ խումբը, որն առաջարկել էր հետևյալ հաջորդականությունը. անոնս՝ 30 վայրկյան, ռունբը՝ 2 թույն 40 վայրկյան, հրդեհը՝ 2 թույն, «խայծը»՝ սպանությունը՝ 40 վայրկյան, ձյունը՝ 2 թույն, այծը՝ 1.50, մարդն ու շունը՝ 1.30, կենդանիները դարոցում՝ 1.20, քաղաքապետն ու պարերը՝ 50 վայրկյան, սեխերը՝ 1.30, եղանակը:

Նրանք ստացել են 7 ձայն:

Լավ, եկեք հիմա գանք ամենասկզբից: Մեր իրադարձությունների ցուցակում կան թեմաներ, որոնց մասին մենք նախապես գիտենք նախօրոք պլանավորել ենք լուսաբանել: Տվյալ դեպքում մենք նախապես չգիտեինք, որ աշխարհ էր գալու այդ այծը, և որ հրդեհ էր բռնկվելու: Մենք գիտենք, որ թեկնածուն ելույթ է ունենալու, քանի որ մեզ նախապես հայտնել են: Ահա դա կարելի է պլանավորել: Գազանանոցի մասին գիտենք, որ դարոց այցելելու ինչ-որ միջոցառում պիտի լինի, եւ ես կարող եմ դա պլանավորել: Ես գաղափար չունեմ այն մասին, որ ինչ-որ մեկը շանը կծելու միտք ունի: Ես չգիտեմ, որ վթար է տեղի ունենալու: Ես չգիտեմ, որ պայթյուն պիտի լինի: Ես գիտեմ, որ երեխաներն էքսկուրսիա պիտի գնան հրուշակեղենի ֆաբրիկա: Ես գիտեմ, որ քաղաքապետը պիտի հանդիպի պարային խմբի հետ: Ես գիտեմ, որ նոր խանութ է բացվելու: Ես պատկերացում չունեմ, որ սպանություն է տեղի ունենալու: Բայց ես գիտեմ, որ համերգը լինելու է: Եվ ես գիտեմ, որ նորությունները պետք է եթեր տամ ժամը 21-ին:

Այսինքն, նախօրոք օրն իմ պլանում կլինի միայն 6 կետ, որոնց մասին ես նախապես գիտեմ: Ես գիտեմ ժամերը՝ երբ եմ դրանք տեղի ունենալու: Բայց ես ընդամենը երեք նկարահանող խումբ ունեմ: Երբ ես իմանում եմ, որ լույս աշխարհ է եկել այդ երկգլխանի այծը, ես գիտեմ, որ այծին նկարելու համար ես մի ամբողջ օր ունեմ, եթե նա մինչ այդ չսատկի:

Մեր թռուցկաժողովը սկսվում է առավոտյան ժամը 9-ին: Հենց ժողովի ընթացքում մեզ զանազահարում և ասում են, որ հրդեհ է բռնկվել: Ամմիջապես այնտեղ է ուղևորվում առաջին նկարահանող խումբը: Մենք չգիտենք, թե որքան լուրջ է այդ հրդեհը: Բայց մենք գիտենք, որ

ամբողջ քաղաքն այդ մասին խոսելու է, քանի որ շատերն են այդ ծննդատանը պառկած եղել կամ այնտեղ եղել են որպես այցելուներ: Ես հիմքեր ունեմ կարծելու, որ դա լուրջ սյուժե կլինի:

Խորհրդակցության ավարտին մենք դեռ էլի երեք սյուժե ունենք, որ պետք է նկարահանել: Ես գիտեմ, որ թեկնածուն ժամը 10-ին է խոսելու: Ես կգնա՞մ: Ինչո՞ւ չէ: Չէ՞ որ ես երկու նկարահանող խումբ էլ ունեմ:

Եկեք պարզապես պատկերացնենք, որ թեկնածուի հետ հանդիպումը շատ կարճ պիտի լինի, որովհետև մենք գիտենք, որ նա ժամը 11-ին ուրիշ քաղաք է թռչելու: Իսկ ես նախորդ օրն ի՞նչ եմ արել: Ես հարցրել եմ կամ հենց իրեն՝ թեկնածուին, կամ նրա շրջապատից որևէ մեկին, թե ինչի մասին է նա մտադիր խոսել: Եվ եթե ինձ ասել են. «Մենք ձեզ չենք ասի, որովհետև դա լուրջ բան է», ես նրանց կպատասխանեմ. «Դե, այդ դեպքում մենք հավանաբար չենք գա, ես այդքան շատ նկարահանող խմբեր չունեմ, որ ուղարկեմ՝ ուր պատահի»: Ես խորամանկում եմ: Եվ նրանք զիջում են. «Դե լավ, մենք ձեզ կասենք, նա խոսելու է կրթության մասին»: Իսկ ես պատասխանում եմ. «Շնորհակալություն, մենք կաշխատենք գալ»: Բայց ես գիտեմ, որ տվյալ թեկնածուն սրանից առաջ էլ է հրապարակավ խոսել կրթության մասին, և հազիվ թե որևէ նոր, կարևոր բան ասի իր այս ելույթում: Ես արդեն գիտեմ, որ մենք այնտեղ չենք գնա: Եթե հետո հանկարծ պարզվի, որ նա ինչ-որ կարևոր բան է ասել, ես դեռևս ժամանակ ունեմ այդ մասին տեղեկատվություն ստանալու և եթե տալու: Տվյալ դեպքում էականը միայն տեղեկատվությունն է: Այսինքն, ես դա կարող եմ տալ որպես հաղորդավարական տեքստ՝ արխիվային կադրերի ուղեկցությամբ: Եթե որևէ իմաստ կա, որ այդ նորությունը եթե տրվի, ես որևէ կերպ դրա հնարը կգտնեմ:

Եթե հետագայում թեկնածուի մամուլի քարտուղարը հարցնի՝ «Այդ ինչո՞ւ չեկաք», ես կարող եմ ասել, որ մենք այդ ժամանակ հրդեհն էինք նկարում, կամ էլ կգտնեմ մի որևէ այլ հիմնավորում:

Այսպիսով, իմ տրամադրության տակ առաջվա պես դեռ երկու նկարահանող խումբ կա: Երկրորդ խումբը ես ուղարկում եմ իր բնույթով մի բուլրովին այլ սյուժե նկարահանելու՝ գազանանոցը հյուր է գալիս դպրոցին: Երբեք չմոռանաք, որ երկու բան միշտ դուր է գալիս դիտողներին. դրանք կենդանիներն են և երեխաները: Ինչո՞ւ: Սիրունիկ են, հետաքրքրական, մարդիկ միշտ սիրում են նայել փոքրիկ երեխաներին: Եվ կարելի է երդվել, որ բոլոր ծնողները սիրում են, երբ իրենց երեխաներին ցույց են տալիս հեռուստացույցով: Առավել ևս՝ տատիկներն ու պապիկները, հորաքույրներն ու քեռիները: Եվ երբ երեխան դպրոցից տուն է

դառնում և ասում. «Մայրի՛կ, մայրի՛կ, իսկ մեզ այսօր հեռուստատեսությունից նկարահանել են», մայրիկը հապճեպ վերցնում է հեռախոսը, շտապ զանգահարում բոլոր բարեկամներին ու ծանոթներին. «Գիտե՞ք, այսօր երեկոյան իմ տղային են ցույց տալու, անպայման կնայեք»:

Ենթադրենք, այդ դպրոցում 200 երեխա կա: Արդյունքում քանի՞ մեծահասակ կնայի նորությունների ձեր թողարկումը՝ հույս ունենալով տեսնել իր երեխային: Ուստի միշտ մտածեք, թե որ սյուժեն կարող է ձեր կողմը գրավել դիտողներին:

Ես գիտեմ, որ երբ դուք կազմում էիք նորությունների թողարկման ձեր տարբերակը, որոշ խմբեր այս սյուժեն ընդհանրապես չէին ընդգրկել: Իսկ ես հաստատ կվերցնեի այսօրինակ նյութը:

Հաջորդ սյուժեն շատ արտասովոր է: Մեր երկրում շատ հաճախ են կատակով ասում, թե մարդը կծել է շանը: Բայց իրականում դա այնքան տարօրինակ ու անսովոր եղելություն է, որ նորություն է համարվում: Բայց, դարձյալ, այս պատմությունը պատմելու համար ես դեռ մի ամբողջ օր ժամանակ ունեմ: Եթե ես մտադիր եմ պատրաստել այդ սյուժեն, դրա համար տարբերակներ ունեմ: Ես կարող եմ նկարահանել հենց շանը, մարդուն, որին ձերբակալում ու ոստիկանական տեղամաս են տանում, և օրվա մի որոշ ժամի ես կարող եմ դրանով զբաղվել:

Միանգամայն անսպասելիորեն մենք իմանում ենք վթարի մասին: Ամեն օր էլ վթարներ են տեղի ունենում, չէ՞: Ես կարող եմ մի նկարահանող խումբ ուղարկել, որ նա պարզապես քաղաքում շրջի ու վթարներ նկարի: Բայց ես դա չեմ անի, քանի որ դա նշանակում է զուր ծախսել նկարահանող խմբի ջանքերը, բացի այն իրավիճակներից, երբ ինչ-որ մեկը տուժել է: Եվ այդ հանգամանքներում էլ ես դեռ մտածում եմ՝ արժե՞ արդյոք դեպքի վայր գնալ: Այս դեպքում շուռ է եկել բեռնատարը և սեխերով լցրել ամբողջ ճանապարհը: Լավ պատկեր է, չէ՞: Անսովոր: Ես դեռ երրորդ նկարահանող խումբն էլ ունեմ, ուստի ասում եմ. «Գնացեք և 20 վայրկյանանոց տեսագրություն բերեք»: Հավանաբար մարդիկ թռցնում են այդ սեխերը. եկեք նրանց էլ նկարենք: Խոսեցրեք բեռնատարի վարորդին, իմացեք, թե ինչ է մտածում այս կապակցությամբ: Այսպիսով, երրորդ խումբը մեկնում է այնտեղ:

Հիշո՞ւմ եք նորությունների տեսակները, որոնց մասին խոսել ենք: Այն, ինչ անհրաժեշտ է իմանալ, այն, ինչ պետք է իմանալ, այն, ինչ հետաքրքիր է իմանալ: Սա, բոլոր դեպքերում, պարզապես հետաքրքրաշարժ, գրավիչ սյուժե է, և դա իմանալու ոչ մի անհրաժեշտություն չկա: Եվ եթե ոչ ոք չի տուժել, առավել ևս, դրա մասին պատմելու անհրաժեշտություն չկա: Մարդիկ ուզո՞ւմ են դա իմանալ: Թերևս, եթե արդեն ինչ-որ մեկից լսել են դրա մասին: Բայց բոլոր դեպքերում այդ սյուժեն կընկնի միայն թողարկման ամենավերջում:

Պայթյուն կայարանում: Վիճակը փոխվում է: Հիմա ի՞նչ ենք անելու: Նկարահանող խմբերից մեկը, ամենայն հավանականությամբ, դեռ հրդեհի վայրում է, քանի որ երկու մարդ անհայտ կորել է, և իմ խումբը սպասում է՝ չե՞ն հայտնվի արդյոք նոր տեղեկություններ նրանց մասին: Սյուս խումբը դեռ դպրոցում է, որտեղ գազանանոցից բերված կենդանիներն են: Ես կարծում եմ, որ մեկուկես ժամվա ընթացքում նրանք բավականաչափ կադրեր նկարել են և խոսել են մարդկանց հետ, և ամենայն հավանականությամբ արդեն ազատվում են: Իսկ երրորդ խումբն արդեն փողոցում է և վթարն է նկարահանում: Այդ պահին նրանք էլ պետք է իրենց գործն ավարտած լինեն, քանի որ ես նրանց առաջ խնդիր եմ դրել՝ նկարել ընդամենը 20 վայրկյան: Այ հիմա, այս իրավիճակում ի՞նչ եմ ես անում: Ես հանգիստ կարող եմ երկրորդ խումբն ուղարկել երկաթուղային կայարան: Օրվա սկզբում ես կարծում էի, թե գազանանոցը դպրոց տանելու արդյունքում մենք լիարժեք ռեպորտաժ կունենանք, քանի որ այնտեղ երեխաներ են, լավ պատկերներ: Բայց հիմա ես մտածում եմ՝ արդյո՞ք այդ սյուժեն կմնա այդ տեսքով: Ես դեռ չգիտեմ, թե որքան լուրջ է իրավիճակը կայարանում, բայց ես գիտեմ, որ այնտեղ տուժածներ կան: Ես գիտեմ, որ այս կամ այն կերպ քաղաքի երկաթուղային կայարանը շատ աչքի ընկնող տեղ է, բոլորն էլ ինչ-որ ժամանակ, թեկուզ մի անգամ այնտեղ եղել են: Եվ մենք դեռ չգիտենք՝ էլի՞ է ռումբ պայթելու, ասենք, օդանավակայանում կամ քաղաքապետարանում: Եվ ես գիտեմ, որ այդ ռումբի մասին լուրերն արդեն տարածվել են քաղաքում: Այս պահին ես արդեն փաստորեն ճշգրիտ գիտեմ, որ դա թողարկման առաջին սյուժեն է լինելու, բացառությամբ այն դեպքի, եթե ամերիկացիներն ատոմային ռումբ նետեն ինչ-որ երկրի վրա: Ուստի, երրորդ նկարահանող խումբը, որն ուր որ է վերադառնալու է, նույնպես կմեկնի երկաթուղային կայարան:

Ես անում եմ այն, ինչը մենք անվանում ենք խմբերի կրկնորդում: Օրվա առաջին սյուժեն մեզ համար ամենակարևոր սյուժեն է: Այս առումով դուք ուզում եք ամեն կողմից պաշտպանված լինել, որպեսզի այդ սյուժեն լուսաբանվի ինչպես հարկն է:

Բայց, ամեն դեպքում, ես մի հետաքրքրաշարժ սյուժե էլ ունեմ՝ երեխաների էքսկուրսիան շոկոլադի ֆաբրիկա: Ես ինքս կուզենայի այնտեղ գնալ ու նկարել: Հենց այն պատճառով, որ դա հետաքրքիր, գրավիչ սյուժե է: Կարո՞ղ եք պատկերացնել, թե ինչպես է երեխաների խումբը շրջում հրուշակեղենի ֆաբրիկայում. հենց միայն նրանց դեմքերին նայեք: Մեքենաները, հարահոսներն աշխատում են... լավ տեսարան է:

Բայց ես պետք է սպասեմ, տեսնեմ ինչպես են զարգանում իրադարձությունները կայարանում: Դրա համար էլ իմ երկու խմբերը հիմա աշխատում են մի սյուժեի վրա: Ընդ

որում, որպեսզի նրանք 100 տոկոսով չկրկնօրինակեն մեկը մյուսին և նույն բանը չնկարեն, ես նրանց որոշակի ուղղություն եմ տալիս: Մի խմբին ես ասում եմ՝ ձեր խնդիրը փաստերը լուսաբանելն է. ի՞նչ է տեղի ունեցել, և ինչպես է ոստիկանությունը վարում հետաքննությունը: Երկրորդ խմբին ես ասում եմ՝ ձեր խնդիրը տուժածներն են, ականատեսները: Սյուժեի առաջին մասը կլինի պաշտոնական և փաստական կողմը, իսկ երկրորդը կլինի սյուժե մարդկանց մասին: Երբ երկրորդ խումբը վերջացնի նկարահանել կայարանի դեպքի պաշտոնական վարկածը, կարող է ուղևորվել հրուշակեղենի ֆաբրիկա: Ինչպես արդեն ասացի, առավոտյան ես մտադիր էի դրանից ռեպորտաժ սարքել, որովհետև դա լավ տեսաշար է: Բայց հիմա ես հնարավորություն չունեմ այդ անելու, քանի որ ավելի կարևոր սյուժեներ են հայտնվել ռեպորտաժի համար: Ուստի ես խմբին տալիս եմ հետևյալ ցուցումը՝ գնացեք և աշխատեք այնտեղ 20 րոպե: Ֆաբրիկայի, երեխաների նկարահանումը, մի երկու շատ արագ հարցազրույց մի քանի մարդու հետ, բայց ոչ մի դեպքում՝ ֆաբրիկայի տնօրենի: Որովհետև սա սյուժե է երեխաների մասին: 20 րոպեի ընթացքում նրանք կնկարահանեն անհրաժեշտ ամեն բան և նորից ազատ կլինեն:

Երեխաներին ես այստեղ հատկացնում եմ, թերևս, մեկ րոպե:

Մյուս սյուժեն՝ մյուս պատմությունը, որի մասին ես նախապես գիտեմ, քաղաքապետն է: Քաղաքապետին մենք չտեսանք ո՛չ հրդեհի ժամանակ, ո՛չ պայթյունի վայրում: Եթե նա այնտեղ լիներ՝ կա՛մ հրդեհի, կա՛մ պայթյունի վայրում, իմ խումբն անպայման նրա հետ կխոսեր, կհարցներ, թե նա ինչ է մտածում այդ առիթով: Անշուշտ, օրվա գլխավոր սյուժեի մեջ կարևոր է լսել քաղաքի համար 1 մարդու խոսքը: Այդ պատճառով, առաջին խումբը ես ուղարկում եմ քաղաքապետի մոտ, որը հանդիպում ունի պարային խմբի հետ: Ահա այստեղ մենք նրան կարող ենք հարց տալ պայթյունի վերաբերյալ: Ես, փաստորեն, հնարավորություն ունեմ այդ հանդիպման ընթացքում նրան հարցեր տալ և՛ ռումբի, և՛ հրդեհի մասին, բայց ես, ամենայն հավանականությամբ, հարցեր կտամ միայն պայթյունի վերաբերյալ: Ինչո՞ւ: Որովհետև ինձ պետք չէ քաղաքապետը՝ մի թողարկման երեք սյուժեներում: Ես կարող եմ պարզապես մեջբերել նրա խոսքը, եթե դա շատ անհրաժեշտ լինի:

Այստեղ մենք հարցազրույց ենք պատրաստում: Բացի այդ, մենք քաղաքապետի հետ խոսում ենք ոչ միայն պայթյունի մասին, այլ նաև տեղում ընթացող իրադարձության մասին: Սա ևս հետաքրքրաշարժ սյուժեների շարքից է: Քանի որ համերգը՝ պարախմբի ելույթը, ես հետո էլ կարող եմ նկարահանել, այդ պատճառով այս խմբին ես ցուցում եմ տալիս՝

նկարահանել հարցազրույց քաղաքապետի հետ և հանձնել երկրորդ խմբին՝ կայարանի սյուժեի համար: Իսկ առաջին խմբին մնում է այս՝ համերգի սյուժեն:

Բայց ինձ ժամանակ չի մնա խանութի բացման վերաբերյալ ինչ-որ բան անելու համար: Ես երեք լուրջ սյուժե ունեմ, որոնք պետք է ռեպորտաժի ձևով պատրաստել, և դեռ էլի ինչ-որ դեպքեր են պատահում: Դրա համար, կներեք, այսօր մենք խանութի բացմանը գնալ չենք կարող: Նոր խանութի սյուժեն ես, սկզբունքորեն, մեկ շաբաթ հետո էլ կարող եմ նկարահանել: Ասենք, թե ինչպես է անցել աշխատանքային առաջին շաբաթը: Ես այստեղ մեկ ամիս հետո էլ կարող եմ գալ:

Այսպիսով, ես մի քիչ ազատ ժամանակ եմ ունենում, երբ ոչ մի նոր բան չկա, և բոլոր խմբերը հնարավորություն ունեն աշխատելու, գրելու և սյուժեները պատրաստելու: Ես գիտեմ, որ ժամը 7-ին սկսվելու է համերգը: Ես կուզենայի այնտեղ խումբ ուղարկել, քանի որ մենք արդեն մասամբ արժարժել ենք այդ թեման, մենք ունենք քաղաքապետի հանդիպումը խմբի հետ:

Բայց հետո հանկարծ գալիս է սպանության մասին լուրը: Եվ ես պետք է ընտրություն անեմ: Իսկ ընտրությունը կախված է նրանից, թե հիմա ինչ փուլում են մյուս սյուժեները: Բացի դրանից, էլի մի բոլորովին անսպասելի բան՝ լուր այն մասին, որ ծյունամրիկ է լինելու: Ես կարծում եմ, որ մարդիկ դրա մասին պետք է իմանան: Ամենաձայրահեղ դեպքում ես կարող եմ պարզապես տեքստով ասել, որ մրրիկ է լինելու:

Ահա այստեղ էլ, այս պահին, ես էլի ստիպված եմ մի որոշում ընդունել: Ի՞նչ եք կարծում, սպանությունը պե՞տք է լուսաբանել: Առանց այն էլ օրվա ընթացքում արդեն շատ բան է տեղի ունեցել: Իսկ քաղաքում, փաստորեն, սպանությունն արտասովոր երևույթ է: Եթե ես մարդկանց ուղարկեմ, ի՞նչ եք կարծում, երեկոյան ժամը 9-ի մոտ մենք բավականաչափ ինֆորմացիա կունենա՞նք: Օրինակ դուք նկարահանող խումբ կուղարկեի՞ք: Ոստիկանությունն ամեն դեպքում զբաղվելու է այդ սպանության հետաքննությամբ, համենայն դեպս՝ առաջին երկու ժամվա ընթացքում: Ես կարիք չունեմ այնտեղ նկարահանող խումբ ուղարկել անմիջապես, լուրն առնելուն պես:

Ես հանգիստ կարող եմ մարդկանց ուղարկել՝ համերգի սկիզբը նկարահանելու: Համերգից իմ ուզածն ընդամենը պարից մի կտոր է, որ եթեր կզնա փոքրիկ նախաբանով: Տվյալ դեպքում 15 վայրկյան է պետք, որ ներածական խոսք գրվի: Մեր օպերատորը 45 վայրկյանանոց տեսաշարը կարող է բավական հեշտ և արագ մոնտաժել: Ո՞ր խումբն ուղարկեմ այդ գործի համար: Հավանաբար ամենալավ տարբերակն առաջին խմբին

ուղարկելն է: Բայց, բոլոր դեպքերում, համերգի առաջին համարը վերջանալուն պես խումբը պիտի հավաքի իր սարքերն ու գնա սպանության վայրը: Այստեղ ինձ պետք է 40 վայրկյանանոց տեսաշար: Գուցե դրանից ես օգտագործեմ 30-ը: Արդյո՞ք ինձ կհաջողվի այդ պահին հարցազրույց անել ոստիկանության աշխատակիցներից մեկի հետ: Ենթադրենք, իմ բախտը բերի, և դա հաջողվի:

Հա, ես այծին էի մոռացել: Հիմա ես դրա հետ գործ ունե՞մ, թե չէ: Ես կարծում եմ, որ թերթում այծի լուսանկարը կտպեն, և ես հաստատ գիտեմ, որ իմ մրցակիցներն ամենայն հավանականությամբ դա կդնեն թողարկման սկզբում: Հուսով եմ, որ ես մի քիչ ավելի խելոք կգտնվեմ: Չմոռանաք, որ նույնիսկ մեր խմբում սա նորությունների նույն թողարկման արդեն իններորդ տարբերակն է: Ուրեմն ինչպե՞ս անենք այդ այծի հարցը. գնա՞նք, թե՞ չէ: Երևի թե՛ չէ:

Երեկոյան ժամը 7-ին հանկարծ գլխումս միտք է ծագում՝ աստված իմ, շան մասին եմք մոռացել: Կարծում եմ, որ դրա մասին միայն տեքստային տեղեկատվություն կտամ: Հուսով եմ, մարդը շնից այնքան էլ մեծ կտոր չի պոկել և հետո էլ, ամենայն հավանականությամբ, հարբած է եղել:

Ինչ խոսք, երկգլխանի այծը հետաքրքիր կլիներ նկարել ու ցույց տալ, հետաքրքիր կադր կլիներ է: Բայց եթե ես դա նկարահանելու հնարավորություն չունեմ, ծայրահեղ դեպքում ես կարող եմ դրա մասին հաղորդել: Եվ կարող եմ իմ հեռուստադիտողներին խոստանալ, որ այծին վաղը ցույց կտանք: Այդպիսով ես արդեն վաղվա համար ինչ-որ խայծ նետած կլինեմ:

Բազմաթիվ կարծիքներ կան այն մասին, թե ինչպիսի կառուցվածք պետք է ունենա նորությունների թողարկումը: Եվ չկան ճիշտ ու սխալ պատասխաններ, չկա ոսկե կանոն: Դրա համար էլ նորից ու նորից դիտեցեք նորությունների թողարկումները և ձեր մեջ որոշեք, թե դրանցից որն է ամենից ավելի հարմարը ձեզ համար: Ինքներդ ընտրեք, թե որն եք համարում հեռուստադիտողի համար ամենահետաքրքիր նյութը:

## 11. Մի քանի օգտակար խորհուրդ այն մասին, թե ինչպես գրել և կարդալ եթերի համար

1. Սյուժեն մի սկսեք «ինչպես և պետք էր սպասել» բառերով:
2. Սյուժեն մի սկսեք «զարմանալի կերպով» բառերով:
3. Սյուժեն մի սկսեք ասելով՝ «ի հավելումն այսինչ քանի մասին երեկվա ռեպորտաժի...»:

4. Սյուժեն մի սկսեք անհայտ կամ քիչ ծանոթ մարդու անունով:
5. Նյութի առաջին նախադասության մեջ մի գործածեք «երեկ» բառը:
6. Սյուժեն մի սկսեք «մեկ այլ», «դարձյալ մեկը», «մեկ անգամ ևս» բառերով (սյուժեն պետք է հետաքրքրական լինի ինքնին):
7. ՓԱՍՏԱԿԱՆ ՍԽԱԼՆԵՐ ՄԻ՛ ԱՐԵՔ:
8. Երկար բառեր մի՛ գործածեք:
9. Գրեք այնպես, ինչպես խոսում եք:
10. Նորությունները լավ կամ վատ մի բնորոշեք. տեղատարափ անծրևները միաժամանակ կարող են վատ լինել հանգստացողների և լավ լինել ֆերմերների համար:

***Եթեր տրվող տեքստի ընթերցումը***

Եթեր տրվող տեքստը տարբերվում է լրագրային տեղեկատվությունից: Եթերում հնչող տեղեկատվության մեծ մասը կայան է գալիս տպագիր աղբյուրներից: Դա մեր առջև երկու խնդիր է դնում: Առաջինը՝ նորից գրել այդ տեղեկատվությունը եթերում կարդալու համար, երկրորդ՝ դրանց կյանք ներշնչել: Կարծում եմ, բոլորն էլ մոտավորապես գիտեն ինչպես գրել «եթերային» տարբերակը: Համար առաջին կանոնը սա է. գրեք այնպես, ինչպես խոսում եք: Ես կուզենայի ձեր ուշադրությունը հրավիրել այն հարցի վրա, թե ինչպես կարդալ տեքստը: Դա կարող է լինել և՛ նորություն, և՛ հայտարարության տեքստ, և՛ հարցազրույց եթերում: Ահա մի քանի կանոն.

1. Միշտ նախապես կարդացեք տեքստը:
2. Համոզվեք, որ տեքստը պատրաստ է եթերում կարդալու համար:
3. Դրեք հնչերանգային և տրամաբանական շեշտերը:
4. Կարդացեք սկիզբը՝ մշակելով ձայնը:
5. Պատկերացրեք այն, ինչի մասին ասվում է տեքստում:

Ներգործական սեռի բայերի գործածությունն ավելի լավ կարտահայտի իրադարձային տեղեկատվությունը: Եթեր դուրս գալուց առաջ ինքներդ ձեզ ասացեք. «Այսօր ես գվարճալի կլինեմ»: Կամ՝ «Այսօր ես նորություններ կպատմեմ», «Այսօր ես ինքս ինձ նման կլինեմ և ուրիշ ոչ մեկի»: Սա որոշակի տրամադրություն կստեղծի և՛ ձեր, և՛ հեռուստադիտողների մեջ: Հիշեցեք այս արտահայտությունը.

Ես ուզում եմ այս տեղեկատվությամբ ձեզ .....



Սա այն ձևն է, որով դուք ցանկանում եք ունկնդրին ներկայացնել եթերային տեքստը: Կարդալիս մի մոռացեք ձեր առաջարկած տրամադրության մասին: Եթե տեքստը մի քանի «կտորից» է, ամեն մեկի համար համապատասխան ազդեցություն կանխորոշեք: Ահա մի քանի օրինակ.

տրամադրել	գովել	պարզևատրել	զգուշացնել	հրավիրել
վանել	հաճոյանալ	նվաստացնել	կարգի հրավիրել	շնորհավորել
համոզել	շողոթորթել	հրապուրել	գայթակղել	հետաքրքրել

Սրանցից մի քանիսը կարող են ձեզ հարմար լինել: Ամեն մի պարբերության վերևում գրեցեք այս բառերից մեկը. եթե ձեզ հաջողվի պահպանել յուրաքանչյուր պարբերության տրամադրությունը, նյութն անմիջապես կենդանություն կստանա: Այս անելիս դուք չեք «կեղծում», պարզապես եթերում տրվող հաղորդման մեջ տրամադրություն եք դնում: Դուք ամեն անգամ յուրովի եք ներկայանում՝ հրավիրելով կամ զգուշացնելով, զարմացնելով կամ գրավելով:

Վերընթերցեք նյութը, արտագրեք, եթե անհրաժեշտ է՝ նշումներ արեք, «ձեր լեզուն բացեք» և տրամադրություն հաղորդեք:

## 12. Ինքնագովազդ, ինքնագովազդ և դարձյալ՝ ինքնագովազդ

Իսկ հիմա եկեք խոսենք լրատվական հաղորդումների գովազդի՝ ինքնագովազդի մասին: Հինգ տարի առաջ, երբ ես կայաններում խոսում էի լրատվության գովազդման մասին, այդ առթիվ ինձ ասում էին. «Մեզ գովազդ պետք չէ, մեր մասին առանց այդ էլ բոլորը գիտեն»։ Ես շատ ուրախ եմ, որ հիմա բոլորն էլ հասկանում են, որ ինքնագովազդը լրատվության վարկանիշը բարձրացնելու հիանալի միջոց է: Լրատվությունը ձեր հեռուստաընկերության ամենակարևոր արտադրանքն է, այնպես որ, եթե դուք նարմջի հյուսիս և բջջային հեռախոսներ եք գովազդում, պարզապես ծիծաղելի է սեփական նորությունները չգովազդելը:

Գոյություն ունի ինքնագովազդի մի քանի տեսակ:

Կերպարի (իմիջի) գովազդ. սա այն է, թե ինչպես եք ուզում, որ ձեզ ընկալեն ձեր ունկնդիրները: Դուք ուզում եք նրանց հաղորդել նորությունների ծրագրի ձեր նախընտրած

կերպը, տպավորությունը: Իհարկե, այստեղ գլխավորն է նորությունների ծրագիրն այնպես կազմել, որ այն համապատասխանի ձեր էությանը: Դուք ստիպված եք լինելու ձեր ամենօրյա գործունեությանը հավաստել ձեր իմիջը:

Պատկերացրեք, թե դուք ձեր լրատվական թողարկման գովազդն եք անում:

Հեռարձակվող ծրագրերում դա որտե՞ղ կտեղադրեք: Եթե դուք դա դնեք լրատվական թողարկումից անմիջապես հետո, խելացի չի լինի, քանի որ դիտողները հենց նոր են նայել նորությունները: Իսկ ձեր նպատակը նրանց գրավելն է՝ դիտելու ձեր լրատվական ծրագիրը:

Օրվա ո՞ր ժամին ձեզ ամենից շատ հեռուստադիտողներ կտեսնեն: Լավագույն ժամի՞ն: Ենթադրենք, նորությունների ձեր թողարկումը ժամը 9-ին է: Այդ դեպքում միգուցե դուք կուզենաք ձեր ինքնագովազդներից մի քանիսը տեղադրել նորությունները ցույց տալուց առաջ: Հնարավոր մյուս տեղը առավոտյան լավագույն ժամն է:

Եթե դուք մտադիր եք ինքնագովազդ նկարահանել, կարող եք օգտագործել նկարահանման ընթացքում գտնվող ռեպորտաժներից հատվածներ: Դա կներկայացնի ձեր նորությունների թիմի աշխատողներին իրենց աշխատանքի ընթացքում: Մնացած ամեն ինչ դուք կարող եք նկարահանել նորություններ ձեր սեփական խմբագրությունում:

Ինքնագովազդի մյուս տեսակը թեմատիկ ինքնագովազդն է:

Սա սյուժեի գովազդն է. մեկ կամ մի քանի սյուժեների, որոնք կլինեն ձեր ծրագրում: Օրինակ՝ չճանաչված թռչող օբյեկտների մասին հատուկ ռեպորտաժի գովազդ: Այդպիսի գովազդի համար կընտրվի մի ցայտուն տեսահատված այն ռեպորտաժից, որը ցույց եք տալու նորություններում: Սովորաբար այդպիսի սյուժեները պատրաստվում են ավելի երկար ֆորմատով, դրանք նկարահանվում են նախապես, ոչ թե եթեր տալու օրը: Այնպես որ, դուք կարող եք դրանց վրա ավելի մանրամասն ու ջանադիր աշխատել: Դուք ի վիճակի կլինեք դա նախապես գովազդել եթեր տալուց մեկ, երկու, նույնիսկ երեք օր առաջ: Մի բան էլ ասեն թեմատիկ ինքնագովազդի մասին: Մենք խոսեցինք փորձագետների՝ ասենք, անասնաբույժների կամ բժիշկների, պարբերաբար ստուդիա հրավիրելու մասին, որպեսզի նրանք շաբաթը մեկ ելույթ ունենան նորությունների ձեր ծրագրում: Այդպիսի թեմատիկ սյուժեները կարելի է գովազդել ամեն շաբաթ, քանի որ ձեզ նախապես հայտնի կլինեն այդ սյուժեների թեմաները, և դուք կկարողանաք նախապատրաստել թեմատիկ գովազդը: Սա նորությունների թողարկման ամենաառաջին սյուժեն չի լինի, և հեռուստադիտողը ստիպված կլինի նայել ամենօրյա նորությունները:

Ինքնագովազդի երրորդ տեսակը որակականն է: Այդ տիպի ինքնագովազդ դուք ցույց եք տալիս ինչ-որ բան եթե հեռարձակելուց հետո: Դա հիշեցնում կամ ամփոփում է տվյալ մյուսը: Օրինակ, հեռուստաընկերությունը հիշեցնում է, որ մի ուրիշ ցանցի անդամ է դարձել, որ ծրագրերում փոփոխություններ են կատարվել, և որ նորությունների աշխատակիցները մի քիչ այլ պարտականություններ ունեն:

«Որակական» ինքնագովազդ ստեղծելու եղանակներից մեկը ձեր հեռուստալսարանի օգտագործումն է: Ձեր նկարահանող խումբը դրսում ինչ-որ բան նկարահանելիս կարող է հենց փողոցում կանգնեցնել անցորդներին և հարցնել՝ արդյոք նրանք նայո՞ւմ են ձեր նորությունները: Եվ եթե նրանք ասեն՝ այո, մենք նայում ենք, ուրեմն թող բացատրեն, թե ինչու են նայում, ինչն են հավանում և այլն: Դուք կունենաք մի քանի այդպիսի հարցազրույց, դրանք իրար կմիացնեք, և ձեր քաղաքի հեռուստադիտողների մի խումբ ձեր քաղաքի մյուս բոլոր բնակիչներին կբացատրի, թե ինչու են իրենք հավանում ձեր նորությունները: Բոլոր առումներով շատ ավելի լավ է, որ մեկ ուրիշը ձեր դիտողներին ասի, որ իրենք հավանում են լուրերի ձեր թողարկումները, քան թե դուք բացատրեք, որ հիանալի նորություններ եք սարքում:

Սեփական եթերում նորությունների նախագովազդ տալուց բացի, կան նաև նորությունների վրա ուշադրություն հրավիրելու ուրիշ շատ միջոցներ: Ցուցանակները: Բացի ընկերության խորհրդանիշից՝ լոգոյից, ու նորությունների նշանաբանից, կարելի է նաև ցուցանակ սարքել. «Այսօր ինձ ցույց են տալու ժամը 9-ի նորություններում»: Մեքենաների վրա փակցնելու այդպիսի ցուցանակներ են մվիրում օրինակ նրանց, ում հետ հարցազրույց են անցկացնում: Կրծքանշաններ, մակագրություններով վերնաշապիկներ: Թա՞մն է: Բանալիներ կախելու շղթաներ, կախազարդեր: Ձեր հեռախոսահամարով պիտակ պատրաստեք և համոզեք բջջային հեռախոս ունեցող մարդկանց՝ դրանք փակցնել իրենց հեռախոսներին: Եթե նրանք որևէ հետաքրքիր բան տեսնեն, գուցե անմիջապես ձեզ զանգահարեն:

Գովազդ ավտոբուսների վրա: Շատերը երթևեկում են ավտոբուսով, ոչ թե սեփական մեքենայով: Ավտոբուսների արտաքին պատերին, շարժական գովազդային վահանակների վրա, ներսում՝ լուսամուտների վերևում նույնպես կարող եք տեղադրել ձեր կայանի գովազդը, օրինակ, ձեր լոգոն, նորությունների թողարկման ժամը, հաղորդավարների լուսանկարները: Այնպես որ, կարևորը ձեզ գովազդելու ոչ մի հնարավորություն բաց չթողնելն է: Թող ձեր

նորությունները նույնքան հայտնի լինեն, որքան շների՝ «Պեդիգրի» ֆիրմային պահածոները կամ «Մալբորո» սիգարետները:

Ամերիկյան կայանների մեծ մասում կա բաժին, որն ինքնագովազդներ է սարքում թե՛ նորությունների, թե՛ «օճառային օպերաների», թե՛ ֆիլմերի, թե՛ մանկական հաղորդումների համար: Բայց իմ կայանում գովազդը սարքում են նորությունների բաժնում: Դուք ուրիշներից լավ գիտեք, թե հատկապես ինչ եք արել, ինչ փաստեր և ինչ մարդկանց պետք է ցույց տալ: Մի՛ մտածեք, որ դրանք ինչ-որ հավելյալ պարտականություններ են: Դրանք ձեր պարտականությունների մի մասն են:

### 13. Ծանուցումներ օրվա ընթացքում

Շատ հեռուստաընկերություններ բացի սովորական նորությունների ծրագրերից, օրվա ընթացքում անում են և կարճ թողարկումներ: Որպես կանոն՝ դրանք արվում են ուղիղ եթերով, թերևս մի 30 վայրկյան: Այսինքն, ամեն մի նորության համար տառաջիորեն երկու-երեք հակիրճ նախադասություն, որ կարդում է ստուդիայի հաղորդավարը: Երբեմն հաղորդավարական տեքստը գնում է փոքրիկ տեսաշարին զուգահեռ: Անկեղծ ասած, դա որոշակի ջանքեր է պահանջում: Բայց եթե դուք օրվա ընթացքում, լինի դա տեսագրված թե ուղիղ եթերով, ի վիճակի եք եթեր դուրս գալ թեկուզ օրական երեք անգամ, դա հնարավորություն կտա ստեղծելու սպասման որոշակի զգացողություն, նախապատրաստվածություն երեկոյան թողարկմանը, քանի որ ամեն մի հակիրճ թողարկումը հաղորդավարն ավարտում է երեկոյան ավելի ընդարձակ տեղեկատվության խոստումով:

Կարելի է կարճ թողարկումների համար օգտագործել ոչ թե երեկոյան նորությունների հաղորդավարներին, այլ ձեր թղթակիցներին, որոնք հենց նոր են վերադարձել իրադարձության վայրից: Դա շատ հանգիստ կարող են անել թե՛ հաղորդավարները, թե՛, նույնիսկ, հատուկ դեպքերում, անձամբ դուք կարող եք դուրս գալ եթեր: Այս պարագայում գլխավոր խնդիրը տեղեկատվությունը ժամանակին եթեր հեռարձակելն է:

Մոտ մեկ ամիս առաջ մեզ մոտ տեղի ունեցավ մեծ հրդեհ պայթյունով: Մենք դրա մասին լսեցինք ոստիկանական ռադիոյով, այնտեղ ուղևորվեց շտապօգնությունը: Մենք կանչեցինք հաղորդավարներից մեկին, ուղարկեցինք ստուդիա և հանձնարարեցինք այնտեղ սպասել: Ես վերցրի հեռախոսը, զանգահարեցի իմ իմացած աղբյուրին, որպեսզի տվյալ պահի տեղեկատվությունը ստանամ հնարավորինս շուտ: Ինֆորմացիան շատ սուղ էր, քանի որ

դեպքը տեղի էր ունեցել ընդամենը 10 րոպե առաջ: Բայց ես այդ տեղեկատվությունը փոխանցեցի հաղորդավարին, և մենք եթեր տվեցինք այն ամենը, ինչ գիտեինք տվյալ պահին: Եվ հավելեցինք. «Յետևեք մեր թողարկումներին, ավելի ուշ մենք ձեզ առավել մանրամասն տեղեկություն կտանք»:

Կես ժամ հետո մենք ավելի շատ տեղեկություններ ունեցինք: Մենք նորից եթեր դուրս եկանք՝ դարձյալ հաղորդավարով, ընդարձակ տեղեկատվությամբ: Այդ ընթացքում արդեն երկու նկարահանող խումբ մեկնել էր դեպքի վայր: Եվ երրորդ անգամ, երբ մենք պատրաստվում էինք եթեր դուրս գալ, մենք արդեն տեսանյութ ունեցինք: Հուն նյութ՝ առանց մոնտաժի: Եթե դուք նախապես պլանավորում եք՝ ինչպես եք նկարահանելու, շատ հաճախ հում նյութը հնարավոր է լինում հենց այդպես եթեր տալ: Մերոնք այնտեղ հարցազրույցներ էլ էին արել: Նկարահանված առաջին ժապավենը նրանք պարզապես տվել էին տաքսու վարորդին, վարորդն այն բերել էր կայան, և մենք արդեն եթեր տալու նյութ ունեցինք:

Չորրորդ անգամ, երբ մենք եթեր էինք դուրս գալիս, մենք արդեն այնտեղ սարքավորում ունեցինք դեպքի վայրից ուղիղ եթեր դուրս գալու համար: Ես արդեն լիքը տեսանյութ ունեի, և երրորդ ու չորրորդ անգամ եթեր դուրս գալու արանքում մոնտաժողը հասցրել էր գործի անցնել և դրանք քիչ թե շատ նորմալ տեսքի բերել: Նորից հաղորդավարը եթեր դուրս եկավ ստուդիայից, իսկ հետո ուղիղ կապի մեջ մտավ դեպքի վայրի թղթակցի հետ: Այն ժամանակ, երբ նա պատմում էր դեպքի ընթացքը, մենք արդեն կայանից միացրինք տեսագրությունը: Այնտեղ՝ դեպքի վայրում, թղթակիցն արդեն անցկացնում էր կենդանի հարցազրույց՝ դեպքի մասին ամենաթարմ տեղեկատվությամբ: Իսկ ավելի ուշ մենք այդ բոլորը ցուցադրեցինք նորությունների երեկոյան թողարկման մեջ:

Ես երբեք չեմ մոռանում, որ մեզ պետք է ինքնագովազդ: Դեռ առաջին անգամ եթեր դուրս գալուց առաջ մենք արդեն տեսագրում էինք մեր սեփական եթերը: Այսինքն, երկժամանոց եթերի վերջում ես ժապավենի վրա ունեի այն բոլոր նյութերի տեսագրությունը, որոնցով մենք եթեր էինք դուրս գալիս՝ ամենաառաջին հաղորդումից մինչև դեպքի վայրի հետ ուղիղ կապը: Ես այդ տեսաժապավենը հանձնեցի այն մարդուն, որը զբաղվում է մեր կայանի գովազդով, ասելով, որ ինձ դրանից պետք է 30 վայրկյանանոց հոլովակ: Մենք արդեն պատրաստել էինք գրաֆիկական հորինվածք, որն ամեն վայրկյան հեշտությամբ փոխակերպվում էր՝ կախված նոր տեղեկատվությունից, և միշտ պատրաստ էր օգտագործման: Այդ պատճառով էլ հոլովակը շատ արագ պատրաստվեց: Այն հավաստում էր,

որ մենք առաջինն էինք դեպքի վայրում, առաջինը մենք այդ լուրը հրապարակեցինք, և երբ մի լուրջ բան է կատարվում, հեռուստատիտոլը կարող է մեզ վրա հույս դնել:

Այդպիսով մեր մրցակիցներն իսկապես «ջախջախված» էին:

## 14. Վաղվա պաշար թողնել (արխիվ, գրաֆիկա և շատ ուրիշ բաներ)

Հիմա ես ուզում եմ ձեզ պատմել, թե ինչպես է պետք հայթայթել ձեր քաղաքում տեղի են ունեցող նորությունները և հատկապես նրանք, որոնք ակնկալվում են: Ամեն ինչ սկսվում է օրագրերից, օրացույցներից և այլն:

Ես ձեզ խորհուրդ եմ տալիս ունենալ ինչքան կարելի է շատ թղթապանակներ:

Հարցնում եք՝ ինչո՞ւ: Վերցնում եք 31 առանձին թղթապանակ ու ամսվա 1-ից մինչև 31 օրերով համարակալում: Վերցնում եք ևս 12 թղթապանակ և վրաները գրում ամիսները: Հետո վերցնում եք էլի մի թղթապանակ, որի մեջ կարող եք դնել պարզապես հետաքրքրաշարժ տեղեկություններ, որոնք կապված չեն որևէ ամսաթվի հետ:

Ես վերցնում եմ թերթերը, դրանք աչքի անցկացնելիս տեսնում եմ, թե էլի ինչ պետք է տեղի ունենա: Ենթադրենք, նախատեսված է ինչ-որ համերգ, որը տեղի է ունենալու ամսի 9-ին: Ես կտրում եմ տեղեկատվությունն այդ մասին և դնում 9 համարի թղթապանակի մեջ: Միգուցե հաջորդ երկուշաբթի՝ ամսի 6-ին, քաղաք է գալու չինական պատվիրակությունը: Էլի՝ կտրում եմ տեղեկատվությունն այդ մասին և դնում համար 6 թղթապանակի մեջ: Ես հարցնում եմ բոլոր թղթակիցներին՝ ինչ-որ զարգացում, ինչ-որ առաջխաղացում կա՞ այն սյուժեների գծով, որոնք մենք արդեն լուսաբանել ենք: Կա՞ն արդյոք թեմաներ, որոնք մենք արդեն գիտեք. ասենք, որևէ գործ, որ դատարան է հանձնվում: Դրա մասին գրառումը մտնում է համապատասխան օրվա թղթապանակը: Գրառումները, նշումները կարելի է անել, իհարկե, նաև օրագրում: Բայց եթե այդ գրքույկը մեկը մի տեղ խոթի, դուք կորած եք: Թղթապանակը կորցնելն ավելի դժվար է, բայց եթե մեկը դա կորցնի, դուք պարզապես նրան կհեռացնեք և վերջ: Իսկ եթե դուք կորցնեք ձեր սեփական օրագիրը, դուք ձեզ հեռացնել չեք կարող: Թղթապանակներից կարող եմ օգտվել բոլորը: Իսկ մեն-միակ գրքույկը բոլորին չի հասնի:

Բացի այդ, թերթից կտրած նյութը թղթապանակի մեջ գցելն ավելի հեշտ է, քան ընդհանուր նոթատետրում մի բան մանրամասն գրառելը:

Ասենք թե մեկ ամիս հետո՝ նոյեմբերին, մթերային մի մեծ խանութ է բացվելու: Ուրեմն այդ տեղեկությունը ես դնում եմ «նոյեմբեր» մակագրությամբ թղթապանակի մեջ: Այսպիսով, ժամանակի հետ թղթապանակները լցվում են տվյալ օրվա իրադարձությունների մասին տարբեր տեղեկություններով: Երբ դուք հասնում եք հոկտեմբերի 31-ին, վերցնում եք նոյեմբերի թղթապանակը, և նոյեմբերյան տեղեկություններն արդեն կարելի է բաժանել այն թղթապանակների մեջ, որոնք արդեն ազատվել են նախորդ ամսվա օրերից: Եվ նորից եք սկսում: Այսինքն, մարդը միշտ գիտի՝ որտեղ փնտրել իրեն անհրաժեշտ տեղեկությունը:

Բացի այդ, կան սյուժեներ, որոնք, ենթադրենք, այսօր չեք կարողացել լուսաբանել և ոչ մի պատկերացում չունեք՝ ինչպես դա պլանավորել, ո՞ր օրվա համար, բայց կուզենայիք ինչ-որ մի ժամանակ դրան անդրադառնալ: Այսինքն, ձեր առաջին թղթապանակը պետք է լինի հնարավոր սյուժեների թղթապանակը: Եվ երբ դուք դատարկ օր եք ունենում, քաղաքում առանձնապես ոչ մի բան տեղի չի ունենում, դուք վերցնում եք այդ թղթապանակն ու ասում. «Իսկ ինչո՞ւ մենք այսօր սրանով չգբաղվենք»:

Այս թղթապանակում դուք կարող եք թեմաներ հավաքել այն սյուժեների համար, որոնք միշտ էլ կարելի է սարքել: Դուք հասկանո՞ւմ եք, թե խոսքս ինչի մասին է: Այո՛, «մշտադալար» թեմաների, որոնք կարելի է նկարահանել ուզածդ րոպեին, առանց որևէ հատուկ առիթի:

Այսպիսով՝

1. դուք երբեք սյուժեների պակաս չեք ունենում,
2. դուք ունենում եք սյուժեներ՝ որոշակի օրերին տեղի ունեցող իրադարձությունների մասին,
3. դուք պլանավորում եք ապագայի համար,
4. դուք ունենում եք սյուժեներ, որոնք կարելի է լուսաբանել ավելի ազատ օրերին:

Հավատացեք, այս համակարգը շատ լավ է աշխատում: Այս պարագայում ձեր ոչ մի աշխատակից չի կարող արդարանալ, թե չգիտեր, որ դա պատահելու է, քանի որ այդ ամբողջ տեղեկատվությունը մշտապես բոլորի ձեռքի տակ է: Հիշեցեք, որ պետք է խրախուսեք, քաջալերեք ձեր թղթակիցներին և օպերատորներին, որ նրանք նախ՝ թեմաներ առաջադրեն, և երկրորդ՝ դրանք մինչև վերջ մշակեն:

## 15. Անձնակազմի կառավարումը

### *Ինչպես աշխատանքի ընդունել*

1. Խուսափեք աշխատողներ ընդունել, երբ ճգնաժամային իրավիճակում եք:
2. Ճշգրիտ իմացեք՝ ում եք փնտրում:
3. Ընտրություն կատարեք մի քանի թեկնածուներից:
4. Ջրուցեք բոլոր թեկնածուների հետ:
5. Նախապես հայտարարություն տվեք:
6. Նախապես կազմեք աշխատանքային ժամացուցակ:
7. Սահմանեք դիմումների հանձնման վերջնական ժամկետ, հստակ բացատրեք, թե երբ և որտեղ կարող են թեկնածուներն աշխատանք ստանալու դիմում ներկայացնել:
8. Սահմանեք պաշտոնը:

### *Ջրույցի ընթացքում*

1. Հետևեք, թե ինչպես և ինչ է ասում թեկնածուն:
2. Աչքի անցկացրեք թեկնածուի ինքնակենսագրականը:
3. Լսեք ձայներիզները, եթե թեկնածուն հավակնում է պաշտոն ստանալ ծրագրային բաժնում:
4. Ընտրեք լավագույն թեկնածուներին (3-4 հոգու), որոնք ամենից շատ են համապատասխանում ներկայացվող պահանջներին:

### *Նախապատրաստվեք զրույցին*

1. Բոլոր թեկնածուներին տվեք նույն հարցերը:
2. Ստուգեք երաշխավորագրերը (առնվազն երեքը):
3. Լրացուցիչ երաշխավորագրեր պահանջեք, եթե դրա անհրաժեշտությունը կա:

### *Որոշում ընդունեք՝*

դրան մասնակից դարձնելով տվյալ պահին աշխատող մյուս աշխատակիցներին:  
Նոր աշխատակցին աշխատանքի ընդունելուց հետո **գրադվեք նրա ուսուցմանը:**



1. Եղեք նրա ուսուցիչը:
2. Նրա հետ ամենօրյա (պաշտոնական և ոչ պաշտոնական) կապ պահպանեք:
3. Ամենօրյա փոքրիկ խորհրդակցություններ անցկացրեք:
4. Ամեն տարի նայեք և գնահատեք անցած տարում կատարած աշխատանքի

հաշվետվությունը:

5. Տարվա ընթացքում ձեզ համար նշումներ արեք նոր աշխատակցի աշխատանքի մասին:

6. Քննարկեք աշխատանքի ուժեղ և թույլ կողմերը:
7. Հստակեցրեք առաջիկա տարվա նպատակները:
8. Կազմեք գրավոր պլան, որը պետք է ստորագրեն և՛ ղեկավարը, և՛ աշխատակիցը:

### ***Կարգապահություն***

#### ***Եթե որևէ խնդիր է ծագում՝***

1. այն գրավոր շարադրեք,
2. աշխատակցին տեղեկացրեք այդ մասին,
3. խնդիրը լուծելու միջոցներ առաջարկեք,
4. խնդրի լուծման համար որոշակի ժամանակ սահմանեք:

## **16. CNN նորությունների ծառայության հիմնադիրներից մեկի՝ Թեդ Քեվինուի պատմածը**

Ես հիշում եմ, դա պատահեց կեսգիշերին մոտ, 1980 թվականի հունիսի սկզբներին: Ատլանտայում այնքան շոգ էր, որ ես ամբողջովին սառը քրտինքի մեջ էի և չէի կարողանում քնել: Այն ժամանակ ես գործադիր պրոդյուսեր էի աշխատում նոր ստեղծված կաբելային գծում, որը կոչվում էր «Նորությունների կաբելային ցանց» (CNN - Cable News Network): Ամբողջ աշխարհը շատ ուշադիր հետևում էր այդ ցանցի զարգացմանը: Բոլոր մասնագետները միաբերան պնդում էին, որ դա անհնար է անել: Ես, ընդհանուր առմամբ, նրանց հետ համամիտ էի, բայց և այնպես, ստիպված էի դրանով զբաղվել: 10 օր էր մնացել այն օրվան, երբ մենք առաջին անգամ պետք է իրական ռեժիմով կաբել մտնեինք: Իսկ ես ոչ

մի կերպ չէի կարողանում այնպես անել, որ մի ծրագրից սահուն կերպով, առանց ընդհատումների անցում կատարվեր մյուսին:

Ես այդ գիշեր լրջորեն մտածում էի՝ փասա-փուսես չհավաքե՞մ ու կորչեմ անհայտ ուղղությամբ: Երևակայությանս մեջ պարզորոշ գծագրվում էր մեր լիակատար կործանումը, խայտառակությունը համաշխարհային հասարակության աչքում և այդ անհաջողության համար ամբողջ պատասխանատվության բեռը՝ իմ ուսերին: Ճամպրուկներս արդեն դասավորված էին, և ես փաստորեն վճռել էի, որ արևի առաջին ճառագայթների հետ տնից դուրս եմ գալու և կորչեմ անհայտ ուղղությամբ: Թող թերթերում ինչ հոդվածներ ուզում է լինեն, միայն թե ես կարողանամ թաքնվել այդ ամբողջ խայտառակությունից:

Ոչ վաղ անցյալում Միացյալ Նահանգների Արևմտյան ափին ես հեռուստատեսային մի ահավոր պարտություն էի կրել: Բայց մինչ այդ դեպքը, նախորդ տարիներին, Նյու Յորքում, որպես հեռուստատեսային նորությունների տնօրեն, ես բազմիցս շատ մեծ հաջողություններ էի ունեցել: Այնտեղ ինչին ձեռք էի զարկում՝ տառացիորեն ոսկու էր փոխվում: Իսկ Միացյալ Նահանգների բոլոր անկախ կայանների մեջ մեր նորություններն ամենաբարձր վարկանիշն ունեին: Մենք լավ մարդկանց էինք ընդունում աշխատանքի, նրանց ինչպես հարկն է ուսուցանում էինք, մեր լրագրողների թիմը լավագույնն էր Միացյալ Նահանգներում:

Նյու Յորքում ինձ մոտ թղթակից էր աշխատում Ջոն Միլլեր անունով մի մարդ: Նրա հետ մեր հանդիպումն այսպես էր ստացվել: Մեր թղթակիցներից մեկը որոշակի թեմայով մի նյութ պատրաստելու համար մեկնել էր Նյու Ջերսի նահանգ, բայց բերել էր մի բոլորովին այլ սյուժե: Այն հարցին, թե որտեղից է գտել այդ սյուժեն, նա պատասխանեց. «Ինձ մի տղա հուշեց, որը հեծանիվ էր քշում, դեկի վրա էլ ռադիոընդունիչ էր կպցրել»: Ես նրան նորից ուղարկեցի Նյու Ջերսի՝ այդ պատանուն գտնելու և այստեղ բերելու համար: Այդպես նորությունների բաժին բերեցին 14 տարեկան մի տղայի: Դա Ջոն Միլլերն էր: Ես Ջոնին հարցրի՝ կարո՞ղ է նա մեզ մոտ աշխատել դպրոցի պարապմունքներից հետո: Մենք ստացանք նրա մոր համաձայնությունը, և Միլլերը սկսեց աշխատել: Նրան զանազան հանձնարարություններ էինք տալիս: Իսկ բառացիորեն մի քանի ամիս հետո սկսեցինք ինքնուրույն առաջադրանքների ուղարկել: Միակ բանը, որ երբեք չէինք անում, այն էր, որ Ջոնի դեմքը ցույց չէինք տալիս: Այսինքն, նա հարցեր էր տալիս, հարցազրույց էր վարում, բայց մենք երբեք ցույց չէինք տալիս, որ այդ ռեպորտաժներն անողը 14 տարեկան տղա է: Հիմա Ջոն Միլլերը երեսունն անց է, Միացյալ Նահանգների ամենահայտնի և, անկասկած, ամենահարգված ու ամենաբարձր վարձատրվող լրագրողներից մեկը: Հիմա նա կարծեմ

աշխատում է էյ-Բի-Սի-ում: Նույնիսկ լավ վաստակող լրագրողի չափանիշներով՝ նա շատ մեծ փողեր է ստանում, մոտավորապես տարեկան կես միլիոն դոլարի չափ:

Երբ դուք կադրեր եք ընտրում, երբ դուք մարդ եք ընդունում աշխատանքի, մոռացեք ամեն ինչի, բոլոր չափանիշների, տարիքի, կողմնակի բոլոր բաների մասին: Կարելուրն այն է, որ նա տաղանդ ունենա:

Մեր ալիքով հեռուստաբանավեճ ունեինք: Յենց նոր էին ընդունել ներգաղթի մասին օրենքը, և դրա շուրջ քննարկումներ էին ընթանում: Շատ էին լինում գրգռված, չարացած զանգեր, և գլխավոր տնօրենը կարգադրեց կրճատել եթեր տրվող բանավեճների ժավալը: Այն ժամանակ ես ասացի՝ կամ դուք չեղյալ եք համարում ծրագրի ծավալի կրճատման մասին ձեր կարգադրությունը, կամ ես հեռանում եմ:

Ինձ թվում է, որ երբ ձեր գլխավոր տնօրենի հետ դուք արդեն այսպիսի խոսակցություններ եք սկսում, թե կթողնեք կզնաք և այլն, ուրեմն վիճակն այլևս երբեք չի լավանա: Ես գիտեմ, որ որ դա ի վերջո ավարտվում է հեռանալով, և ես հեռացա այդ աշխատանքից: Բայց ես ինձ համար դաս քաղեցի. նույնիսկ եթե դու մի քանի տարի աշխատել ես մի տեղում, որը սիրում ես, որն ինքդ ես ստեղծել քո ձեռքերով, բայց երբ հանկարծ որոշում ես մի ինչ-որ վճռական քայլ անել, ապա, բոլոր դեպքերում, բախտի անիվը պտտվում է ի վնաս քեզ:

Այդ պահից սկսած՝ իմ կարիերան ներքև գլորվեց: Դա մի երկար վայրընթաց ոլորապտույտ էր. ես իրար հետևից սխալներ էի գործում, մի քանի տարի շարունակ ինձ հետապնդում էին անհաջողությունները: Այդ ընթացքում ինձ առաջարկեցին նորությունների բաժնի ղեկավարի պաշտոն Օկլեյնդի կայանում՝ Սան Ֆրանցիսկոյի շրջաններից մեկում:

Ես ուզում եմ ասել, թե որքան որ կարևոր է, թե ո՛ւմ ես աշխատանքի ընդունում, նույնքան կարևոր է, թե ո՛ւմ ես հեռացնում աշխատանքից: Եվ ճիշտ այդպես էլ կարևոր է, թե ում չե՛ս հեռացնում և ում չե՛ս ընդունում աշխատանքի:

Երբ ես հայտնվեցի Սան Ֆրանցիսկոյում, իմացա, որ նախորդ տնօրենի օրոք բաժնում մեծագույն խնդիրներ էին ծագել ենթակայանների հետ, և նրան փաստորեն դուրս էին արել կայանից: Ես խորապես հասկացա, որ աշխատակիցներին ինչ-որ կերպ հատուցել է պետք է:

Ամերիկյան հեռուստատեսությունում կոորդինատոր-խմբագրի պաշտոնը բավականին լուրջ պաշտոն է, քանի որ այդ մարդիկ ամբողջությամբ տնօրինում են նկարահանող խմբերի աշխատանքը՝ թե ով ուր պետք է գնա և ինչ նկարահանի: Երբ ես աշխատանքի ընդունվեցի, կոորդինատորն ինչ-որ ժամանակավոր մարդ էր, որից գլխավոր տնօրենն ուզում էր

ազատվել: Ես կարծում եմ, որ եթե դու զբաղեցնում ես այնպիսի պաշտոն, ինչպիսին նորությունների բաժնի ղեկավարինն է, գլխավոր տնօրեններին լսելը բավական վնասակար քան է: Բայց այդ պահին ես, չգիտեմ ինչու, նրա ազդեցության տակ ընկա և թույլ տվեցի, որ այդ մարդը գնա: Գործնականում ես արեցի այն քայլը, ինչի մասին հենց նոր ձեզ զգուշացրի, որ չանեք: Այսպիսով, ես ստիպված եղա շտապ կերպով նրան փոխարինող գտնել: Գլխավոր տնօրենն ասաց, որ մի լավ մարդու գիտի, որը մի ուրիշ կայանում է աշխատում, որն առաջ էլ աշխատել է այս կայանում, ուզեցել է բաժնի վարիչ դառնալ, իսկ երբ այդ պաշտոնին մեկ ուրիշին են դրել, նեղացել ու գնացել է: Այստեղ արդեն ես դեպրեսիայի մեջ ընկա, քանի որ զգացի, որ սխալ եմ կատարել՝ գլխավոր տնօրենի խորհրդով կոորդինատորին աշխատանքից ազատելով: Եվ մեծագույն թուլությանս պահին ես տնօրենի առաջարկած մարդուն աշխատանքի ընդունեցի:

*Երբեք աշխատանքի մի՛ ընդունեք որևէ մեկին, որն անձամբ ձեր նկատմամբ հավատարմություն, նվիրվածություն չի տածում:*

Հիմա իմ բաժնում սկսեց աշխատել մի մարդ, որն անձամբ իմ նկատմամբ նվիրվածության ոչ մի զգացում չունեի, այլ նվիրված էր գլխավոր տնօրենին: Այսինքն, ես աշխատանքի ընդունեցի իմ սեփական փոխարինողին: Իմ աշխատակիցներն իսկույն հասկացան, որ քանի որ այս մարդուն աշխատանքի է ընդունել ինքը՝ գլխավոր տնօրենը, նշանակում է հենց նրան էլ միտք ունեն դարձնել բաժնի ղեկավար, իսկ ինձանից ուզում են ազատվել ոչ հեռու ապագայում: Այդ պատճառով, ինձ լսելու փոխարեն նրանք սկսեցին նայել այդ պարոնի բերանին, իսկ ես բաժնում կորցրի ողջ իշխանությունս: Ուստի նորից եմ կրկնում:

*Ցանկացած մարդ, որին դուք աշխատանքի եք վերցնում, պետք է թեկուզ որոշ չափով զգա, որ հենց ձեզ է ինչ-որ բանով պարտական և ձեր նկատմամբ պետք է նվիրվածության ինչ-որ զգացում ունենա:*

Հետագայում էլ իմ դժբախտություններն ու պրոբլեմները շարունակվում էին, կարիերաս անկում էր ապրում, հոգեբանորեն և կենսական առումով ես բազմաթիվ դժվարություններ էի կրում: Բարդությունը նաև այն էր, որ ինձ համար անձանոթ միջավայր էի ընկել: Նյու Յորքը ես վերից վար գիտեի, ես այնտեղ եմ ծնվել ու մեծացել, իսկ Կալիֆոռնիայում նորեկ էի: Միացյալ Նահանգներում մարդկանց տեղափոխությունը քաղաքից քաղաք, մի շուկայից մյուսը, ավելի փոքրերից դեպի ավելի մեծերը՝ սովորական երևույթ է: Այսինքն, մարդիկ մշտապես հայտնվում են այնպիսի իրավիճակներում, երբ

աշխատում են իրենց համար անձանոթ մի քաղաքում: Նրանք տվյալ վայրի պատմության կրողը չեն: Նրանց ամբողջ իմացածն այն է, ինչ տեսանելի է աչքով: Այդ պատճառով էլ հեռուստատեսային ամբողջ բիզնեսը, ամբողջ այդ մթնոլորտը դառնում է շատ միատարր, միօրինակ, քանի որ ամեն մեկն իր հետ բերում է իր արդեն փորձած հնարքները, այսինքն բոլորը նմանվում են իրար: Երբ ես Նյու Յորքում լրատվական բաժին էի ղեկավարում, աշխատանքի էի ընդունում միայն նրանց, ովքեր ծնվել և մեծացել էին Նյու Յորքում, ովքեր գիտեին այդ քաղաքը, ովքեր սովոր էին նրան, ովքեր ինչ-որ տեղ մեկնելու մտադրություն չունեին:

Եվս մի խորհուրդ կադրերի ընտրության վերաբերյալ:

*Աշխատանքի ընդունեք այնպիսի մարդկանց, ովքեր արմատներով կապված են այն վայրի հետ, ուր պետք է աշխատեն:*

Պետք է ասել, որ քանի դեռ ես աշխատում էի Նյու Յորքում, ես չէի փորձում որևէ փորձված պրոդյուսեր կամ թղթակից գտնել դրսից, ոչ այդ քաղաքից: Ի՞նչ էի ես ջանում անել: Ես փորձում էի գտնել հետաքրքիր, փայլուն, հույս ներշնչող երիտասարդների և սանդուղքի ամենաստորին աստիճանից սկսած՝ աճեցնել նրանց: Այնքան էլ լավ չէր լինում, եթե նրանք հենց նոր էին ավարտած լինում համալսարանի հեռուստալրագրության ֆակուլտետը: Որովհետև, սկզբունքորեն, նրանցից իմ ուզածն այն էր, որ երբ ես նրանց ասեի, թե սա այսպես պետք է անել, նրանց գլխում կողմնակի մտքեր չծագեին այն մասին, թե դա ուրիշ ինչ կերպ կարելի է անել: Ես չէի ուզում, որ նրանք որևէ լրացուցիչ կրթություն ունենային, առավել ևս, որ նրանց թիկունքում կանգնած լինեի նորությունների ինչ-որ նախկին ղեկավար, որը նրանց բոլորովին այլ բան սովորեցրած լինեի:

Իրավիճակն այսպիսին էր. երբ ես ասում էի, թե սա այսպես պետք է անել, նրանք գիտեին, որ դա է այդ անելու միակ միջոցը:

- Եթե քաղաքական գործիչը չի ուզում ձեզ հետ զրուցել, շրջվում ու հեռանում է ձեզանից, խոսափողը ձեռքներիդ վազեք նրա հետևից ամբողջ փողոցով մեկ,- ասում էի ես նրանց: Իսկ եթե նա չցանկանա պատասխանել ձեր հարցերին, դրանք գրեք թղթի վրա, փակցրեք նրա դռանը և ձեր ունկնդիրներին ասացեք՝ ահա այն հարցերը, որոնց նա չուզեց պատասխանել. ես սրանք թողնում եմ նրա դռանը:

Քանի որ ես հեռուստամոլություններ վարելը սովորել էի միանգամայն ինքնուրույն, ինչ-որ բարձրարվեստ, արտիստիկ մոնտաժն ինձ չէր հետաքրքրում: Ես պարզապես թույլ էի

տալիս նկարահանել իրապես տեղի ունեցող իրադարձությունը, էկրանին ցուցադրել, թե ինչպես է իմ թղթակիցը հարցազրույց վերցնելու համար ընկել քաղաքական գործչի հետևից:

Այդ պատճառով, միակ բանը, որ ես ուզում էի պահպանել՝ էկրանի վրա հենց ծրագրի ակտիվության բարձր աստիճանն էր: Իսկ դրան կարելի է հասնել միայն եռանդով, որ դուք ծրագրի մեջ դնում եք հենց սկզբից: Եթե դուք ամեն մի սյուժեի մեջ, այն բանի մեջ, ինչ տեղի է ունենում էկրանի վրա, ներդրել եք ցածր մակարդակի ջանք ու եռանդ, իմացեք, որ ամբողջ ծրագիրը դատապարտված է տաղտուկ գոյության: Եթե հանկարծ ժամը իննին ես տեսնում էի, որ ամեն ինչ աշխատում է լավ սարքի զցած մեխանիզմի պես, ամեն ինչ խմբագրված է, ընթացքում ամեն ինչ մոնտաժվում է, ամենքը գիտեն ինչ է տեղի ունենում, ինչի համար և այլն, և այդ ամենն ուր որ է կհայտնվի էկրանին կոկիկ վիճակում, առաջին բանը, որ ես անում էի՝ գլխիվայր շուռ էի տալիս ծրագիրը սկզբից մինչև վերջ, որպեսզի ակտիվության նոր թափ հաղորդեմ նրան:

Երբ թողարկման պրոդյուսերը սկսում էր ասել՝ հերիք է, ես այլևս ի վիճակի չեմ այսպես աշխատել, ես ուժասպառության եզրին եմ, ես նրան ասում էի՝ այ՛ն հիմա արդեն դու լրագրող ես դարձել: Վե՛ր կաց, դուրս արի փողոց և ռեպորտաժ արա: Ես գիտեի, թե ինչպես պետք է կարճ սյուժե սարքել, դրա համար էլ, երբ նրանք սկսում էին ձգձգել սյուժեն, երկարաբանություններ թույլ տալ, որովհետև պարզապես ծուլանում էին մի ավելորդ անգամ տեղից շարժվել, ես հայտարարում էի, որ մենք փոխում ենք ծրագրի ֆորմատը, որ այն պետք է կազմված լինի բացառապես կարճ սյուժեներից: Հենց որ դուք նորից սկսեք հասկանալ, թե ինչ է կարգապահությունը, այն ժամանակ մենք գուցե մտածենք սամձերը մի քիչ թուլացնելու մասին:

Վերջերս մենք մի շատ մեծ բանավեճ ունեցանք այն մասին, թե ինչպես պետք է ապրի լրագրողը: Այսինքն, պե՞տք է, որ մարդիկ իրենց ամբողջ կյանքն անցկացնեն նորությունների բաժնում, կպած լինեն այդ աշխատանքին և այլն: Չե՞ որ նրանք իրենց ընտանիքն ունեն, իրենց կյանքը և ընդհանրապես, նրանք պետք է ունենան նորմալ՝ 8-ժամյա աշխատանքային օր, իսկ հետո տուն վերադառնան, ավելի լայն պատկերացում կազմեն կյանքի մասին, քան նորությունների բաժնի չորս պատերի մեջ է: Բայց խնդիրն այն է, որ այն մարդիկ, ովքեր ավելի լայն աշխարհայացք ունեն, բայց ուզում են աշխատել 8 ժամ, նորությունների իմ բաժնում պետք չեն: Ինձ պետք են այն մյուսները՝ աշխատանքի խենթերը, որոնց զոռով էլ չես կարող կտրել այն բանից, ինչով զբաղվում են:

Դուք ուզում եք լինել լա՞վը, թե՞ ուզում եք լինել մեծ: Եթե դուք ուզում եք մեծ լինել, ուրեմն ամեն ինչ պետք է զոհաբերեք աշխատանքին:

Վերադառնանք Կալիֆոռնիա: Վերջիվերջո ես ինչ-որ ձևով ըմբռնեցի Կալիֆոռնիան, այն ներկայացնելու հիանալի ձև մշակեցի, կարողացա ցույց տել, թե ինչպես և ինչով է ապրում այս համայնքը: Ըստ էության, մենք արմատապես փոխեցինք ծրագրի ֆորմատը: Նոր ոճը լավ էր հարմարվում այդ վայրերին: Մեր կարծիքով, եթե այնտեղ մարդիկ գտնում են, որ իրենք դրախտում են ապրում, ուրեմն թող այդ կարծիքին էլ մնան, ուրեմն նրանց պետք է այդ մասին ասել: Բայց ես այնքան էի ազդվել իմ աշխատանքի սկզբնական շրջանի դժվարություններից, որ ի վերջո պարզապես դիմում գրեցի գլխավոր տնօրենին և հեռացա կայանից:

Երբ դուք ինքնական հեռանում եք աշխատանքից՝ առանց մեկ ուրիշ աշխատանք ունենալու, դա շատ լուրջ սխալ է:

Այդպիսով, աշխատանքը կորցնելուց հետո ես վերադառնում եմ Նյու Յորք, բայց գնալու տեղ չունեի, իջևանել էի ընկերոջս տանը, որն ապրում էր Նյու Յորքի ամենաահավոր հետնաբակերում: Ես վստահ էի, որ դրանով իմ կարիերան վերջացած է, և ինձ համար ամեն ինչ արդեն անցյալ է: Ահա այսպես անցնում էին իմ օրերը, երբ ծանոթներիցս մեկը, որն այն ժամանակ զբաղվում էր կինոյով, մի օր ինձ ասաց. «Գիտե՞ս, Ատլանտայում թեղ թերներ անունով մի մարդ կա, որը մի փոքրիկ կայան ունի և երազում է շուրջօրյա նորությունների հեռուստացանց ստեղծելու մասին»: Ես մտածեցի, որ օրական 24 ժամ լրատվությունն անհնար է. նախ՝ ոչ ոք դա չի նայի, երկրորդ՝ ո՞վ է այդ թեղ թերները: Նրա մասին ոչ ոք ոչինչ չգիտեր, բացառությամբ այն բանի, որ նրա կայանում նորությունները պատրաստվում էին շատ ինքնատիպ եղանակով: Այնտեղ նորությունները հաղորդում էր ինչ-որ մի կոլեկտիվ կոմիտե, իսկ թողարկման ընթացքում հաղորդավարի աթոռին մի շուն էին նստեցնում, որի դնչին հագցված էր լինում իրենց ամենահայտնի հաղորդավարներից մեկի դիմակը: Այն ժամանակ ես, միևնույն է, ոչ մի անելիք չունեի, աշխատանք չունեի, և երբ ինձ լավ պաշտոն առաջարկեցին, ես համաձայնեցի: Բայց ինձ ծանոթ մի մեկնաբան ասում էր. «Ինչո՞ւ ես գնում, քո ինչի՞ն է պետք այդ Ատլանտան, այստեղ մեկն ուզում է դուրս գալ կայանից, պարզապես նրա տեղը զբաղեցրու և վերջ»: Ես այն ծանոթիս, որն ինձ հուշել էր թերների նախագծի մասին, ասացի, որ վերջ, ես ոչ մի տեղ էլ չեմ գնա, կսպասեմ, մինչև Նյու Յորքում մի հարմար գործ ճարեմ: Բայց Նյու Յորքում ես աշխատանք չստացա, քանի որ իմ թեկնածությունը մերժեցին:

Ահա այս վիճակում՝ գործազուրկ, հետնաբակերում հանգրվանած, ես նորից գնացի Ռիսի մոտ և ասացի. «Լսի՛ր, Ռի՛ս, ես միտքս փոխել եմ, եթե այնտեղ՝ նրանց մոտ, մի որևէ պաշտոն մնացել է, ես կգնամ»: Բայց դա ավելի ցածր պաշտոն էր՝ ավագ պրոդյուսերի: Ես համաձայնեցի գնալ Ատլանտա: Այդ ժամանակ արդեն որոշակի պլաններ կային այն բանի վերաբերյալ, թե ինչպես է աշխատելու ցանցը: Ես ձեզ հիմա այդ պլանների մասին որոշ բաներ կպատմեմ: Մասնավորապես, նրանցից մեկի համաձայն՝ հեռարձակվող ծրագրերը շատ երկար պիտի լինեին, այսինքն նրանք ծրագրում էին 6 ժամ տևողությամբ թողարկումներ: Նրանք հրավիրել էին դիզայներ, որը ձևավորել էր իրենց ստուդիան: Այն մոտավորապես հետևյալ տեսքն ուներ. ամեն մի ծրագիր իր հետնավարագույրն ուներ, դրված էին սեղաններ հաղորդավարներից յուրաքանչյուրի համար, իսկ հենց մեջտեղում սարքավորումների մեծ, բաց սրահն էր: Այսինքն, խցիկները մի ծրագրի համար 6 ժամ աշխատում էին, հետո սկսում նկարահանել մեկ ուրիշ ծրագիր՝ շրջանագծով ընդամենը մի պտույտ կատարելով: Ես ասացի, որ դա շատ մեծ սխալ է: Ինչպես հասկացաք, եթե մենք խցիկն այստեղ ենք դնում և նկարահանում այս հաղորդավարին, ըստ էության, էկրանին այդ մի մարդն է երևում: Երբ մենք խցիկը տեղափոխում եք և սկսում նկարահանել մեկ ուրիշ ծրագիր, էկրանի վրա պատկերը նույնն է մնում. ճիշտ նույն ձևով էլի մի մարդ է նստած, թերևս, միայն ֆոնն է փոխված...: Եվ ես ասացի՝ հասկացեք, ախր սա կաբելային հաղորդում է, ուզում եք թեկուզ ափսեով, թեկուզ արբանյակով հեռարձակվի, մեկ է, սա Ատլանտա քաղաքի կաբելային հեռուստատեսությունն է: Երբ մարդիկ տեսնեն, թե ինչ է կատարվում մեր եթերում, կմտածեն. «Ժողովուրդ, սրանք մեզ պարզապես հիմարի տեղ են դրել, սրանց մոտ իրականում ոչ ոք էլ չի աշխատում, ուղղակի այնտեղ ձևի համար մի մարդու նստեցնում են նույն հետնավարագույրի առաջ, եւ այնտեղ ուրիշ ոչինչ էլ չկա»: Ես ասացի, որ մենք շատ ավելի հզոր տեսք պիտի ունենանք, մենք ավելի մեծ պիտի երևանք, քան մինչև հիմա գոյություն ունեցած որևէ հեռուստացանց: Երբ մարդիկ միացնեն հեռուստացույցը և մեզ են նայեն, ասեն. «Այս տղաներն ավելի լուրջ մարդիկ են, ավելի հզոր են, քան մենք կարծում էինք»: Ցավոք, երբ ես դրա մասին խորհրդակցության ժամանակ ասացի, բեմահարդարանքն արդեն պատրաստ էր, ամեն ինչ սարքված էր, փողերը վճարված էին: Ամեն մեկը սկսեց գոռալ մյուսի վրա՝ մեղավորներ փնտրելով և այլն, իսկ ես էլ բղավում էի՝ մի՛ արեք այդ բանը, դա անմտություն է...: Մի խոսքով, բանն ավարտվեց նրանով, որ մենք միահամուռ սկսեցինք իրար վրա գոռալ: Բայց վերջիվերջո ես նրանց համոզեցի, որովհետև ես գոռում էի բոլորից բարձր ու ամենից շատ:



Մենք բոլորովին այլ բան արեցինք. մենք դրեցինք հաղորդավարի սեղանը, հետևի կողմում սարքեցինք լրատվական բաց, հսկայական սրահ, որտեղ մեր հիմնարկում աշխատող բոլոր մարդիկ նստած էին իրենց սեղանների առաջ և զբաղված էին իրենց աշխատանքով, այնպես որ, երբ մարդիկ միացնում էին հեռուստացույցը, տեսնում էին հաղորդավարին՝ մեկին կամ երկուսին, բայց նրանց հետևում երևում էր ամբողջ հիմնարկությունը, մեր ամբողջ ուժը: Եվ տպավորություն էր ստեղծվում, որ մեզ մոտ շատ մարդ է աշխատում, և մենք շատ ուժեղ ենք: Ու թեև դա այդպես չէր, բայց մենք այնպիսի տեսք ունեինք, կարծես մենք աշխարհի ամենամեծ լրատվական գործակալությունն ենք:

ՀԱՐՑ - Դա շա՞տ վաղուց էր:

- 1980 թվականին: Հա, մի լուրջ խնդիր էլ կար: Այն մարդը, որն այնտեղ ինձանից առաջ էր աշխատել և հիմա զբաղվում էր կազմակերպչական գործերով, տեխնիկայից ոչինչ չէր հասկանում: Աշխատանքի ընդունելիս նա հիմնական ուշադրությունը դարձնում էր տեխնիկական հմտության վրա, թե որքան հմտորեն են նրանք շարժում խցիկները, մոնտաժում տեսաժապավենները և այլն: Դա սխալ մոտեցում էր: Նա մտադիր էր աշխատանքի ընդունել տեխնիկական տեսակետից բավական փորձառու մարդկանց Միացյալ Նահանգների միջին շուկաներից և նրանց որոշակի մակարդակի աշխատավարձ վճարել: Բայց նա սխալվեց, քանի որ այն պահին, երբ մեզ պետք էկան այդ մասնագետները, պարզվեց, որ մենք կարող ենք տնօրինել փողերի մի մասը միայն, որոնց վրա հույս ունեինք: Իսկ մեզ երկու անգամ ավելի շատ մարդ էր պետք: Մի ժամանակ ես համալսարանում հեռուստալրագրություն էի դասավանդում և գիտեի, որ այնտեղ շատ ու շատ տաղանդավոր տղաներ կան: Ես առաջարկեցի դատարկ բաներով չզբաղվել, այլ երկու անգամ կրճատել աշխատավարձը, շրջել բոլոր հնարավոր քոլեջները, գտնել համալսարանը նոր ավարտած տղաների, նրանց վերցնել աշխատանքի, բայց վճարել երկու անգամ ավելի քիչ: Այդպես էլ արեցինք: Փաստորեն, շրջելով ամբողջ Ամերիկայի ուսումնական հաստատությունները, երիտասարդների հսկայական բանակ հավաքեցինք, և այսպիսով ծագեց հեռուստալրագրողների դպրոցի գաղափարը՝ հայեցակարգը, որպես այդպիսին: Թեդ Թերները գնում էր ամենակատարյալ, ամենաժամանակակից սարքավորումներ: Մենք դպրոց բացեցինք՝ համալսարանի պես մի բան, բոլորս մի որոշ ժամանակով պրոֆեսորներ դարձանք, սկսվեց ուսումնական գործընթացը: Մենք սովորեցնում ու վարժեցնում էինք նորեկներին, ընդամին, կազմակերպությունում հիանալի մթնոլորտ էր տիրում: Բայց այն

մարդը, որը պատասխանատու էր տեխնիկական կողմի համար, շատ էր ուզում աշխատանքի ընդունել մի քանի փորձառու մարդկանց և այնուամենայնիվ այդպես էլ արեց:

Երբ Սի-Էն-Էն-ը (CNN) եթեր դուրս եկավ, բանը հասավ նրան, որ ընկերությանը որոշ ժամանակ մի պիտակ կպավ. նրա անվան սկզբնատառերը վերծանում էին իբրև «հավի լապշայի ցանց» (Chicken Noodle Network): Ջավեշտականն այն էր, որ եթերային բոլոր սխալները, որ բավական շատ էին, կատարում էին ոչ թե մեր դպրոցի, մեր համալսարանի ուսանողները, այլ այսպես կոչված արհեստավարժները: Ես սա ձեզ ասում եմ, որովհետև երբ դուք աշխատանքի եք ընդունում ինչ-ինչ երիտասարդների և սովորեցնում եք նրանց, որպես արդյունք ստանում եք մի մարդ, որն ինչ-որ բան է սովորել ձեզանից, որը դա հրաշալի յուրացրել է և ձեզ երախտապարտ է այդ ամենն իրեն սովորեցնելու համար:

Քանի որ ես ավագ պրոդյուսերն էի, ես առիթ էի ունենում աշխատանքի ընդունել նաև այնպիսի մարդկանց, ովքեր պետք է գրեին և խմբագրեին: Ինձ բավական փորձառու մարդիկ էին պետք, բայց խնդիրն այն էր, որ այդ ոլորտի փորձառու մարդկանց դեպի Ատլանտա գրավելն անհնար էր: Ոչ ոք չէր ուզում գալ ինչ-որ մի Ատլանտա, որտեղ նրանց շատ ավելի քիչ էին վճարելու: Այդ ժամանակ ես սկսեցի ընդունել նրանց, ովքեր գրում էին թերթերի, ամսագրերի, ընդհանրապես որևէ մամուլի համար: Ես նրանց ստուգում էի. ինձ պետք էր իմանալ ամենագլխավոր բանը՝ ի վիճակի՞ են նրանք արագ գրել: Ես ստիպված եղա նրանց սովորեցնել, թե ինչպես պետք է գրել: Վերջին հաշվով, դա, ինչպես ասում եմ, հո ներդրվիրաբուժությունն չէ:

Բացի այդ, ինձ պետք էին նաև պրոդյուսերներ: Այն հատուկեմտ պրոդյուսերները, որոնց ես կարող էի աշխատանքի ընդունել, այսպես ասած, հեռուստատեսային աշխարհի վտարանդիներ էին, որոնց հեռացրել էին ուրիշ կայաններից, որոնց այլևս ոչ ոք չէր ուզում աշխատանքի ընդունել, մի խոսքով, ովքեր անգործ էին մնացել և թերաժեքության բարդույթի ու այլևայլ անձնական խնդիրների մի ողջ ուսաբեռ ունեին: Բայց նրանցից մի քանիսը, այնուհանդերձ, բավական հմուտ էին: Այո, գուցե նրանց բնավորությունը վատն էր, նրանք կայանում ոչ մեկի հետ չէին համակերպվում, բայց և այնպես, աշխատել՝ նրանք ի վիճակի էին: Բացի այդ, նրանցից ոմանք կանայք և ամուսիններ ունեին, որոնք նույնպես պրոդյուսերներ էին, իսկ երբ մեկը գալիս էր Ատլանտա, մյուսն էլ էր գալիս, և մեկ պրոդյուսերի փոխարեն ես ստանում էի երկուսին:

Եվ այսպես, եկավ այն պահը, երբ սկսեցինք փորձեր անել, ստուգել, թե ինչպես են ծրագրերը հաջորդելու միմյանց: Սկզբում ոչինչ չէր ստացվում. նյութերը կտրտված էին, մեկը

մյուսին ոչ մի կերպ չէր կաչում: Մեր թշնամիներն ու տեխնիկական բաժնի չարակամներն անհամբեր սպասում էին, թե երբ է վերջապես այս ամենը քարուքանդ լինելու, որ իրենք թեթևացած շունչ քաշեն:

Այսպիսով, մենք հասնում էինք այն ահավոր գիշերվան, որի այգաբացի առաջին շողերի հետ ես պատրաստվում էի կապկպած ճամպուրակներով ինչ-որ տեղ չքվել:

Ես ամբողջ գիշեր չէի քնել, ջղագրգիռ և ուժասպառ էի և ժամը չորսին հանկարծ շատ խորը քնեցի: Արթնացա նրանից, որ արևը բարձրացել էր, և շողը երեսիս էր ընկել: Ես հանկարծ հասկացա, թե ինչու իմ ծրագրերը չեն ստացվում: Ճիշտ է, ես պրոոդյուսերներ ունեի, որոնց մեջ կային և՛ լավերը, և՛ մի քիչ ավելի վատերը, և՛ շատ թույլերը, բայց բանն այն էր, որ վատ պրոոդյուսերների պատրաստած ծրագրերը, հակառակի պես, իրար հետևից էին գնում: Այդ ժամանակ ես որոշեցի մեջընդմեջ դնել թույլերին և ուժեղներին: Բացի այդ, այստեղ ես որոշ հանդգնություն դրսևորեցի, որովհետև այն մարդիկ, ովքեր հիմնադրել էին այս ցանցը, մտադրվել էին շատ երկար ծրագրեր անել՝ մինչև 6 ժամ և այլն, իսկ ես ուզում էի նրանց ցույց տալ, թե ինչ եռանդուն, արագ, սրընթաց ծրագրեր կարող են ես անել:

Ես որոշեցի, որ ծրագրում կարելի է օգտագործել այն սյուժեները, որոնք արդեն գնացել են նախորդ թողարկման մեջ. ո՛չ հենց դրանից առաջ եթեր գնացած թողարկման, այլ մեկ ժամվա ընդմիջումով: Այսինքն 2-3 ժամ առաջ լսարանը կամ չէր հասցրել դիտել այդ սյուժեները, կամ արդեն մոռացել էր: Այս փայլուն մտահղացման շնորհիվ ամեն ինչ քիչ թե շատ կարգավորվեց, Սի-էն-էն-ը եթեր դուրս եկավ, և ժամանակի ընթացքում այդ ամենը պսակվեց հսկայական հաջողությամբ:

Ես հիմա շատ արագ կասեմ, թե ինչ շարունակություն և ավարտ ունեցավ այս ամբողջ պատմությունը: Վերջիվերջո ինձ հեռացրին Սի-էն-էն-ից: Եվ դարձյալ այն պատճառով, որ ես շատ անզգույշ եղա մարդկանց աշխատանքի ընդունելիս: Սի-էն-էն-ը այն ժամանակ շատ ակտիվորեն զբաղվում էր լրագրողական հետաքննություններով: Ստեղծվել էին մի քանի հատուկ նկարահանող խմբեր, որոնք ուղարկվել էին զանազան տեղեր, այդ թվում նաև Նյու Յորք: Այդ ասպարեզում մենք մեծ հաջողություններ, մի քանի շատ լավ ծրագրեր ունեինք: Բայց ես՝ անձամբ, միշտ ատել եմ լրագրողական հետաքննությունները, քանի որ դա շատ մռայլ բան է: Մարդիկ, ովքեր ընդունակ են զբաղվել լրագրողական հետաքննություններով, լրագրող չեն դառնում և չեն ծնվում: Նրանց օրգանիզմում հատուկ նյութափոխանակություն է տեղի ունենում, որն օգնում է նրանց դուրս գալ սթրեսից: Իսկ ես սթրեսներ չեմ սիրում: Բայց ես ձեռնարկեցի այդ գործը՝ դարձյալ ինչ-որ մեկի վատ խորհրդով: Եվ քանի որ ես

առանձնապես չեն սիրում Վաշինգտոնի տղերքին, ասացի, որ պետք է այնտեղ խումբ ուղարկել, քանի որ այնտեղ շատ սյուժեներ կան: Ես ուզում էի Վաշինգտոնի տղաներին ցույց տալ, թե ինչ բան է իսկական ռեպորտաժը: Եվ ահա ձեզ արդյունքը. փոխանակ իշխանության գլխավոր նստավայրին մոտիկ՝ Թեդ Թերների կողքին նստելու, ես ուղևորվում եմ Վաշինգտոն: Այստեղ են ասել՝ Յո՛ւն ուր, Ե՛ս ուր:

Ու նորից սկսվեց մարդկանց աշխատանքի ընդունելու պատմությունը: Ես, որ Ատլանտայում ունեցածս հաջողություններից հետո լի էի հանդգնությամբ ու ազարտով, Վաշինգտոնում սկսեցի հարցազրույցով, պարզապես զրուցելով, շատ արագ աշխատանքի ընդունել մեծ թվով մարդկանց, որոնք հիմնականում տպագիր մամուլի համար էին աշխատել: Բայց դրանք արդեն պատանիներ չէին, այլ շատ փորձառու, ինչպես ասում են, ընկած-ելած, շատ խելացի մարդիկ, որ մամուլում աշխատելու համար ամեն բան արել էին: Իսկ ես պարզապես զրուցում էի նրանց հետ, պարզում, թե ինչով են նրանք զբաղվել, իրենցից ինչ են ներկայացնում և այլն: Ես ձեզ զգուշացնում եմ՝ դա շատ լուրջ սխալ է: Ես ինձ այլևս երբեք նման բան թույլ չեմ տա՝ մարդկանց աշխատանքի ընդունել հարցազրույցի հիման վրա: Մարդիկ հարցազրույցի ժամանակ իսկական հրեշտակներ են դառնում: Իսկ զրույցի պարագան՝ երես առ երես խոսակցությունը, ձեր միջև ինչ-որ մտերմիկ կապ է ստեղծում, որից հետո դուք չեք ուզում այդ մարդուն նեղացնել, վշտացնել, քանի որ ձեր միջև որոշակի շփում է եղել: Որպես կանոն՝ արդյունքում դուք աշխատանքի եք ընդունում մարդկանց, նրանք սկսում են ձեզ հետ աշխատել, դուք նրանց ավելի լավ եք ճանաչում, հասկանում, որ սխալ ընտրություն եք կատարել, բայց քանի որ միասին եք աշխատում, դուք այլևս չեք ուզում նրանց հեռացնել: Հիմա ես մարդկանց աշխատանքի են վերցնում այլ կերպ: Երբեմն ես նրանց նույնիսկ տեսած չեմ լինում և պատկերացում անգամ չեմ ունենում, թե ինչ տեսք ունեն նրանք: Մինչև նրանց աշխատանքի վերցնելը՝ ես հիմնական հետևությունների համար հիմք եմ ընդունում տարբեր տեղերից բերված 5-6 երաշխավորություններ: Ընդամին, հիշե՛ք, որ երբեք չի կարելի բավարարվել 2-3 երաշխավորությամբ, 2-3 տեղեկանքով, քանի որ, ասենք, եթե հեռուստակայանն ուզում է ազատվել նորությունների բաժնի իր ղեկավարից, միշտ չէ, որ ձեզ ճշմարտությունը կասի. նրանք նույնիսկ շատ ուրախ կլինեն այդ մարդուն մեկնումեկի վրա «սաղացնել»: Իսկ Միացյալ Նահանգների օրենսդրությունն այնպիսին է, որ եթե մեկի մասին մի վատ բան ասես, կարող ես և դատարան ընկնել: Դրա համար էլ ոչ ոք ոչ մեկի մասին ոչ մի վատ բան ասել չի ուզում:

*Ես ձեզ խստորեն հանձնարարում եմ. մինչև մարդուն աշխատանքի վերցնելը նրա մասին ինչքան հնարավոր է մանրամասն տեղեկություններ հավաքեցեք: Հավատացեք, դուք շատ հետաքրքրական բաներ կարող եք պարզել: Ես արդեն ուրիշ կազմակերպությունների համար էլ եմ դրանով զբաղվել և համոզվել եմ, որ, որպես կանոն, եթե դուք մարդուն այդ կերպ եք աշխատանքի ընդունում, հետագայում բոլորն էլ լավ են աշխատում, և դուք երբեք չեք զղջում:*

Բայց ես, ինչպես արդեն ասացի, այն ժամանակ աշխատանքի էի ընդունում հիմնականում մամուլում աշխատող մարդկանց, և ամեն անգամ, երբ նրանք ձեռք էին գարկում հեռուստատեսային ռեպորտաժի, կարծես նորից նոր՝ հեծանիվ էին հորինում: Ատլանտայի աշխատակիցներին նոր աշխատողներն այնքան էլ շատ դուր չեկան, և նրանք ի վերջո որոշեցին. իսկ ինչո՞ւ չազատվել ընդհանրապես ամբողջ խմբից: Եվ քանի որ ես բարոյական շատ բարձր հովերով էի տարված, փորձեցի այդ մարդկանց փրկել: Երբ ես հրաժարվեցի հեռացնել նրանցից որևէ մեկին, այդ ժամանակ ինձ ասացին. «Շատ լավ, թող փոխզիջում լինի. կեսին կազատենք, կեսը կմնա»: Եվ այստեղ պատահեց այպես, որ հետաքննություններից մեկի ընթացքում բացահայտվեց Սի-էն-էն-ի բարձրաստիճան պաշտոնյաներից մեկի մասնակցությունն ինչ-ինչ մուս Գործերի: Ավելի ճիշտ, նա դարձավ մեր հետաքննության մի մասի օբյեկտը, և այդ մեքենան արդեն ոչ մի կերպ հնարավոր չեղավ կանգնեցնել: Երբ այդ մարդը մոտենում էր ինձ և հարցնում՝ ի՞նչ է, շարունակո՞ւմ եմք աշխատել, ես ասում էի՝ աշխատում ենք, իհարկե, հապա ինչպե՞ս...:

Եվ այսպես, իմ սեփական սխալի հետևանքով, այն պատճառով, որ ես Վաշինգտոն գնացի անձնապես ցույց տալու, թե ինչպես պետք է զբաղվել լրագրողական հետաքննությամբ, այնտեղ՝ Ատլանտայում մնացած մարդիկ շատ ավելի մերձեցան թերմերին: Վաշինգտոնի խմբի հետ այդ տաժանակրությունը շարունակվեց ամբողջ չորս տարի և, ի վերջո, ամեն ինչ վերջացավ: Ինձ Սի-էն-էն-ում ուրիշ աշխատանք առաջարկեցին, որի համար ես պետք է Միացյալ Նահանգներից մեկնեի: Դա ինչ-որ արտասահմանյան աշխատանք էր: Այսինքն, նրանք ինձ այնպիսի մի բան չառաջարկեցին, որին ես համաձայնեի, և ես հեռացա Սի-էն-էն-ից:

Հիմա իմ կյանքը շարունակվում է, այս ու այն կողմ եմ քշվում: Վերջը ստացվեց, որ հիմա ես ձեր առջև ելույթ եմ ունենում, գաղափարներ եմ բաժանում, գնում՝ ուր որ տանում է ինձ իմ տրամադրությունը:

Ես այս պատմությունները ձեզ պատմում եմ ոչ թե անցյալին հետադարձ հայացք գցելու համար, այլ որպեսզի ձեզ մեկ անգամ էլ զգուշացնեմ. շատ հաճախ այն, թե ում եք դուք աշխատանքի ընդունում, ձեր կյանքի առանցքային հարցն է դառնում, որը հաճախ կարող է կանխորոշել ձեր ապագան: Ես ինքս ինձ հետ շատ անգամ եմ վիճել: Չգիտեմ, ասեմ ձեզ, թե չասեմ, բայց ես, ըստ էության, Արևմուտքի բավական հին դեմոկրատիայի ծնունդ եմ: Այնտեղ, խոշոր հաշվով, կարելի է շատ ելույթներ ունենալ, շատ ու շատ բաներ ասել, բավականին ազատ կերպով խոսել կառավարության հասցեին և այլն: Կարող է պատահել, որ ինչ-որ փոքրիկ քաղաքում ինչ-ինչ հարցեր ծագեն տեղական իշխանությունների հետ, բայց, որպես կանոն, դու բավական ազատ ես քո արտահայտությունների մեջ, և այդ կապակցությամբ որևէ հատուկ խնդիր չի ծագում: Այդ իմաստով կարելի է ոչ մի բանից չվախենալ, բացի, թերևս, դատական հայցերից: Ինքնաթիռով այստեղ թռչելիս ես ներքև էի նայում: - Ես արդեն 64 տարեկան եմ,- մտածում էի ես,- ես հիշում եմ և՛ երկրորդ համաշխարհային պատերազմը, և՛ Իոսիֆ Ստալինին, և՛ շատ լավ գիտեմ ԳՈՒԼԱԳ-ի ամբողջ պատմությունը և այլն, հետաքրքիր է, ես կկարողանայի՞ լրագրող դառնալ ահա այս երկրում: Սկզբունքորեն, արևմուտքում ամենակարևորն այն է, որ դու կարող ես շատ հանգիստ խորանալ քո գործի մեջ: Ես հենց այդ էլ սովորեցնում եմ՝ ինչպես սթենդափ անել, ինչպես խցիկով վազել մարդու հետևից և նման բաներ: Բայց այստեղ ես միշտ մի պարզ ուղղում եմ մտցնում. դուք բոլորվին այլ պայմաններում եք գտնվում, ձեր դեմոկրատիան շատ երիտասարդ է: Ես կարող եմ ձեզ ասել՝ ա՛յս արեք, ա՛յն արեք, խցիկը ձեռքներիդ հետապնդեք ձեր քաղաքական գործչին՝ մինչև նա ձեզ վրա ուշադրություն դարձնի... Բայց ես հասկանում եմ, որ դրանով ձեզանից ամեն մեկն իր համար թշնամիներ կվաստակի, իսկ ով գիտի, թե ինչ կլինի այստեղ հինգ տարի հետո: Ուստի ես կարող եմ ասել, թե **կարելի՛ է այսպես անել**, բայց ոչ մի դեպքում չեմ կարող ասել՝ **այսպե՛ս արեք**:

Եվ խնդրում եմ, երբ դուք մարդկանց աշխատանքի ընդունելիս լինեք, հիշեցեք, որ ձեզ պետք է շրջապատեն հավատարիմ, նվիրված մարդիկ, որպեսզի, երբ որևէ ճգնաժամ պատահի, իսկ ճգնաժամը կարող է վրա հասնել երբ ասես, այդ մարդիկ ձեզ հուսախաբ չանեն, մնան ձեզ հետ, ձեզ մեռակ չթողնեն, ձեզ չլքեն:

Մի՛ գործեք այն սխալը, որ ես գործեցի Սան Ֆրանցիսկոյում: Ես ուզում եմ ասել, որ ես ձեզ շատ եմ հարգում, ես ձեզ ամենայն հաջողություններ եմ մաղթում: Ես ցանկանում եմ, որ ձեր դեմոկրատիան ոտքի կանգնի: Եվ ես շատ եմ ուզում, որ այն, ինչ ես պատմեցի, օգնի ձեզ գերծ մնալ այնպիսի սխալներից, որ կարող եք գործել անզգույշ արարքներով: Ինչպես մի

իմաստուն մարդ է ասել՝ բնավորությունը ճակատագիր է: Եթե դուք հավատարիմ մնաք ձեր էությանը, հուսով եմ, որ այս բիզնեսում, այս գործում ձեր կարիերան կլինի մշտական, հաստատուն, հաջողակ: Իմ ճակատագիրն ինձ և՛ վեր է բարձրացրել, և՛ ցած է նետել... Ինչ եղել՝ եղել է: Տոեություն:

**ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ**

Մանանա Ասլամազյանի նախաբանը.....

Ռոբերտ Քենբեյլի ներածությունը .....

1. Միաժամանակ քանի՞ աթոռի են նստած (նորությունների բաժնի տնօրենի պաշտոնական պարտականությունները) . . . . .
2. Ինչու է դա արվում (նորությունների արտադրության նպատակը)
3. Եվ դա դուք անվանում եք նորությո՞ւն (ինչ բան է «նորությունը») . . . . .
4. Ով՝ ով է և ինչ անելիք ունի (նորությունների բաժնի կառուցվածքը) . . . . .
5. Դա իմ գործը չէ (հարակից մասնագիտությունների ուսուցում) . . . . .
6. Աշխատել հաճույքով (աշխատելու շարժառիթները) . . . . .
7. Աշխատավարձերը . . . . .
8. Երբ լավ լրագրողները վատ բաներ են անում (էթիկա, օբյեկտիվություն և ճշգրտություն) . . . . .
9. Որտեղից ստանալ նորությունը (տեղեկատվության աղբյուրները) . . . . .
10. Ինչպես բաշխել խորիզն ու խմորը, որ «նորություն» գաթան համեղ ստացվի (նորությունների թողարկման կառուցվածքը, սյուժեների տեսակները) . . . . .
11. Մի քանի օգտակար խորհուրդ այն մասին, թե ինչպես գրել և կարդալ եթերի համար
12. Ինքնագովազդ, ինքնագովազդ և դարձյալ՝ ինքնագովազդ . . . . .
13. Ծանուցումներ օրվա ընթացքում . . . . .
14. Վաղվա պաշար թողնել (արխիվ, գրաֆիկա և շատ ուրիշ բաներ) . . . . .
15. Անձնակազմի կառավարումը . . . . .
16. CNN նորությունների ծառայության հիմնադիրներից մեկի՝ Թեդ Քեվինուի պատմածը . . . . .