

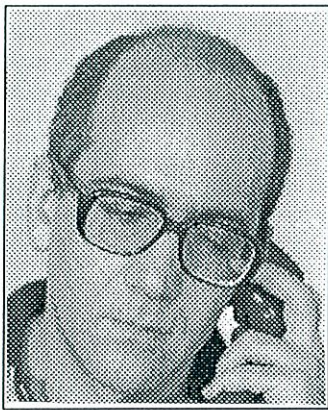
ԲԱՆԱԽՈՍ

ՀՈՒՆԻՍԻ 25, 1997 թվ.

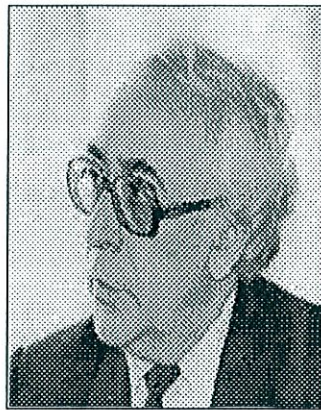
Թիվ 9

Հ Ի Ն Գ Շ Ա Բ Թ Ի . Հ Ո Ւ Ն Ի Ս Ի 1 2

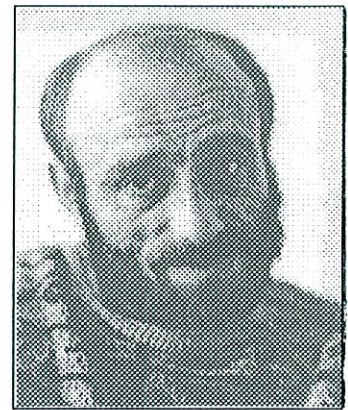
ՄԱՍՈՒԼԻ ԴԵՐԸ ՀԱՍԱՐԱԿԱԿԱՆ ԿԱՐԾԻՔԻ ԶԵՎԱՎՈՐՄԱՆ ՄԵՋ



ԱՐԱՄ ԱԲՐԱՀԱՄՅԱՆ
«Առավոտ» օրաթերթի գլխավոր խմբագիր



ՀԱԿՈՒԲ ԱՎԵՏԻՏԻՅԱՆ
«Ազգ» օրաթերթի գլխավոր խմբագիր



ՄԵՍՐՈՊ ՀԱՐՈՒԹՅՈՒՆՅԱՆ
«Հայաստանի Հանրապետություն» օրաթերթի գլխ. խմբագրի տեղակալ

Իմ տեսակետը փոքր-ինչ տարբերվում է նրանցից, որոնք քննադատում առնչությամբ ընդունված է արտահայտել: Մամուլի հասարակական դերի մասին խոսակցություններն անձամբ ինձ հիշեցնում են իմ մանկությունը, երբ խորհրդային հրապարակախոսության մեջ բռնում բանավեճեր էին ծավալվում, քեռքեր են ստավել կարևոր մեր կյանքում՝ «ֆիզիկաները», քեռք «վիրիկները», այսինքն ճշգրիտ, քեռք հումանիտար ուղղվածություն ունեցող մասնագետներն ու անձինք: Մխրատակ հարցադրումներն առաջանում են այն ժամանակ, երբ տվյալ ոլորտը ճգնաժամ է ապրում ու ստիպված է սովորական լեզվից ու հասակացություններից անցնել, այսպես ասած, «մետալեզվի» մակարդակի: Մամուլը խոսում է մամուլի մասին, քեռքերը պատասխանալիությունը՝ էջ 2)

Օրերս քեռքերից շատերը գրեցին այն մասին, քեռք ինչպես Գյումրիի փողոցներից մեկում պայթել էր գազի մեքենան: Թվում է, քեռք դա ահազանգ է բողբոխ, նաև՝ քաղաքապետարանի, ժողովրդի անվտանգության համար մտահոգ պաշտոնատար անձանց համար, քայց Երևանի փողոցներում այսօր էլ գազի մեքենաները մնում են նույն ձևով՝ մարդաշատ կամ բանուկ երթևեկի պայմաններում, նախկինի նման աշխատում են: Ավելին, կենտրոնական հրապարակից ոչ հեռու տեղակայված մեքենայի մոտ անգամ հրշեջ սարք չկար: Մա այն պատկերն է, որով ես ուզում եմ ցույց տալ, որ մամուլի ազդեցությունը հասարակական կարծիքի, առաջին հերթին՝ պետական պաշտոնյայի վրա այս օրերին հասել է նվազագույնի: Հասարակությունն՝ ինքը, (շարունակությունը՝ էջ 3)

Խոսքս կուզեի սկսել Ֆրանսայի գործակալության վերջերս տարածած մի հարցազրույցի մասին, որտեղ ասվում էր, Թեքերի համաշխարհային ընկերակցությունը, աշխարհի երկրներում օրաթերթերի իրացման ծավալների անկում է արձանագրել: Վերջին տասը տարում Եվրամիության երկրներում այդ անկումը կազմել է 7,7%, Ամերիկայի Միացյալ Նահանգներում՝ 8%, իսկ ըստ մասնագետների կանխատեսումների, Կենտրոնական և Արևելյան Եվրոպայի երկրներում ստացիկա հինգ տարվա ընթացքում օրաթերթերի իրացումը կարող է կրճատվել ավելի քան 36%-ով: Ինձ թվում է, Թեքերի համաշխարհային ընկերակցությունը երևի ծանոթ չէ Հայաստանի իրավիճակին, որտեղ վերջին տասը տարում (շարունակությունը՝ էջ 4)



Արամ Արրահամյանը ծնվել է 1960 թվականին, Երևանում: 1983-ին ավարտել է Կոմիտասի անվան կոնսերվատորիան, 1988-ին պաշտպանել «Միմետրիայի և ասի մետրիայի հարաբերությունը երաժշտության մեջ» թեմայով թեկնածուական թեզ: 1986-91 թվականներին աշխատակցել է ՀՀ պետական հեռուստատեսությանը: 1991-92թթ. և ղեկ է «A-1» ստուդիայի գլխավոր խմբագիրը, 1992-94 թվականներին՝ ՀՀ նախագահի մամուլի քարտուղարը: 1994-ից «Առավոտի» գլխավոր խմբագիրն է:

(սկզբը՝ էջ 1)

նում են մեկը մյուսի հրապարակումներին, լրագրողներն իրարից հարցազույցներ են վերցնում ու վարձում պարզել, արդյոք մամուլն ազդում է հասարակության վրա, արդյոք ազատ է, արդյոք անկախ է, որքանով է անկախ և այլն: Երբ քաղաքում կամ հանրապետությունում առանձնապես հետաքրքիր իրադարձություններ չեն կատարվում կամ էլ մենք չենք կարողանում հայտնաբերել այդ իրադարձությունների մասին լրատվությունը, սակայն սկսում ենք գրել ու խոսել իրար մասին և նման հարցերի շուրջ:

Թույլ ավեր ձեզ հարցնե՛ք. երբ կոմպոզիտորը գրում է իր սիմֆոնիան կամ բանաստեղծը՝ իր սրեճը, ի՞նչ նպատակներ է նա հետապնդում. բարեկամիկ ժողովրդի սոցիալական վիճակը, կերտել գեղեցիկ և հզոր հայրենիք, նպաստել ժողովրդավարական և քաղաքացիական հասարակարգի հաստատմանը: Ըստ ամենայնի, ոչ: Նա պահանջարկ, ներքին մղում ունի ինքնահարստահայտվելու իր մասնագիտության մեջ՝ ոչ ավելին: Եթե դա ամում է տաղանդավոր և արհեստավարժ մարդը, սակայն հասարակությունը գնահատում է և հետևաբար, այսպես թե այնպես, ազդվում է նրա ստեղծագործություններից: Եթե գործը վատ է արվում, սակայն, ինչպիսի բարձր գաղափարներից մզում են խոսքի, միևնույն է, ոչ մի հասարակական ազդեցություն չի ստացվի: Ավելին՝ հասարակության վրա ազդելու նպատակի վրա չափից դուրս մտասկեռվելը հաճախ ստեղծագործական ֆրոստրացիայի է հանգեցնում:

Միթե՞ լրագրողական աշխատանքը այս տեսակետից որևէ բանով տարբերվում է մասնագիտական գործունեության այլ ձևերից: Մեր գործի էությունը, ըստ իս, հետևյալն է. ժամանակին և հնարավորին չափ համալիր ձևով տեղյակ պահել ընթերցողներին, հեռուստադիտողներին, ռադիոլսողներին կատարվող իրադարձությունների մասին: Երբ լրագրողը դուրս է գալիս այդ խնդրի շրջանակներից, նա դառնում է քաղաքական գործիչ, քարոզիչ, գուրու՝ հաջող թե անհաջող՝ դա արդեն ամենևին կարևոր չէ:

Բնականաբար, դուք կտարակեր, որ իրադարձությունների մասին տեղյակ պահելով, լրագրողն, այնուամենայնիվ,

հիմնվում է այս կամ այն արժեքային համակարգի վրա: Դա միանգամայն ճիշտ է: Եվ եթե դուք ինձ հարցնեք, թե ինչպիսի արժեքային համակարգի վրա է հիմնված իմ լրագրողական աշխատանքը, սպասե՛ք, անշուշտ, կպատասխանեմ՝ լիբերալ արժեքների: Ընչու՞նչու մեծ, կարծում եմ, կպատասխանեմ այստեղ ներկա իմ հարզելի գործընկերները: Ամբողջ ցավը, սակայն, այն է, որ ընկերվով ինչ-որ մի գաղափարախոսության ձուլակը, մենք դրանով ինչ-որ չափով սահմանավակում ենք մեր գուտ մասնագիտական հնարավորությունները և, հետևաբար, հրաժարվում ենք մեր պրոֆեսիոնալ պարտքը կատարելուց:

Երբ ես ասում եմ, որ ցանկանում եմ ազդել հասարակության վրա, դաստիարակելով նրան լիբերալիզմի և ժո-

«Եթե մարդը ֆաշիստ է կամ կոմունիստ, ես չպիտի՞ նրան հնարավորություն տամ արտահայտվելու:»

ղովորավարության ոգով, ես այլևս չեմ տարբերվում սովետական «ազիտայրույի» նախկին բազմաթիվ մշակներից: Ինչ է ստացվում. եթե մարդը ֆաշիստ է կամ կոմունիստ, ես չպիտի՞ նրան հնարավորություն տամ արտահայտվելու: Եվ դրանից հետո ազատակա՞ն եմ կոչվելու: Լիբերալիզմը, իմ կարծիքով, ի տարբերություն մնացած բոլոր ուսմունքների, հասարակության առջև խմբարտիվ խնդիրներ չի դնում: Մենք չենք կարող «Պրոլետարներ բոլոր երկրների, միացե՛ք» կարգախոսը թերթի ճակատին փոխարինել «Կեցցեն շուկայական հարաբերությունները» կամ «Գեմոկրատիան որչ մարդկության ասպսզան է» կարգախոսներով: Արժեքային համակարգը, հետևաբար, որքան էլ կարևոր լինի, պետք է հայտնվի, ինչպես ասում են, կադրից դուրս կամ, տնտեսագիտական լեզվով ասած, որպես կարգավորող «անտեսանելի ձեռք»:

Հենց որ մամուլը կամ հեռուստատեսությունը նպատակ են դնում ազդել հասարակության վրա կամ, ավելի պարզ ասած, լվանալ մարդկանց ուղեղները, դրանք դառնում են չափազանց ստորկալի ու անհետաքրքիր: Օրինակ-

ները ձեռքի տակ են: Ես բերեմ մի ցայտուն օրինակ, նախօրոք ներողություն խնդրելով նրանցից, ովքեր ոռաստուսնյան հեռուստատեսություն չեն նայում: Երբ Մերզել Դորենկոն ներկայացնում էր միևնույն իրադարձության տարբեր վարկեժներ, ավելի շատ էր ազդում հասարակության վրա, քան այսօր, երբ նրա նպատակն է բարոյապես ոչնչացնել Չուբայսի և Բերեզովսկու բոլոր բացահայտ և գաղտնի թշնամիներին:

Ես չեմ բացառում, որ աշխարհի լրատվական միջոցների մեծ մասը գործում է հենց հասարակական կարծիքի հետ մանիպուլյացիաներ կատարելու համար և դա ամում է արհեստավարժության այս կամ այն մակարդակով: Ես պարզապես մզում եմ ապացույցել, որ մեր ձգտումը պետք է լինի ընթերցողներին լուրերն ու գոյություն ունեցող կարծիքները փոխանցելը: Եվ այս գործում մենք, այո, հանդիպում ենք բազմաթիվ խոչընդոտների:

Ինչպես և մնացած ոլորտներում, այստեղ էլ ամենաբնական և ամենաազնիվ միջոցները շուկայական մեխանիզմներն են: Դրանք, ցավոք, մեզանում չեն գործում: Ընկան, իմ կարծիքով, հիմնված է պայմանագրային էթիկայի վրա, երբ կողմերն իրենց պարտավորված են զգում կատարել իրենց բանավոր կամ գրավոր խոստումները: Երբ, օրինակ, մամուլի տարածման գործակալությունը վատ է տարածում իմ թերթը կամ ժամկետին ինձ չի տալիս իմ իսկ աշխատած գումարները, և ես չեմ կարող նրան դատի տալ, դա նշանակում է, որ իրավական մեխանիզմները նույնպես չեն գործում: Մասնավորապես, վերջին երևույթի հետևանքն էլ այն է, որ պաշտոնական լրատվությունը անդեմ է և անգույն, իսկ ոչ պաշտոնականը՝ չափից ավելի դուրս գունեղ ու բամբասկոտ:

Նման խնդիրներից է առաջացել այն ճգնաժամը, որի մասին ես խոսում էի երկրի սկզբին, այստեղից էլ այն վիճակը, երբ լրագրությունը, այսինքն, լուր գրելը իր տեղն է գլջում հրապարակախոսությանը, որը հավակնում է ազդել հասարակական կարծիքի վրա: Այստեղից է, որ ազդելու-չազդելու խնդիրը դառնում է սխալաստիկ խոսակցությունների

առարկա:



Հակոբ Ավետիսյանը ծնվել է 1945 թվականին, Բեյրութում: Նախնական կրթությունը ստացել է Հայ բարեգործական ընդհանուր միության Հովակիմյան-Մանուկյան վարժարանում: 1970-ին ավարտել է Երևանի պետական համալսարանի քանասիրական ֆակուլտետը: 1970-77 թվականներին դասավանդել է Բեյրութի տարբեր դպրոցներում: 1970-90թթ. եղել է Բեյրութում հրատարակվող Ռամկավար ազատական կուսակցության «Չարքունք» օրաթերթի գլխավոր խմբագիրը: 1990 թվականին ժամանել է Հայաստան և 1991-ից ցայսօր ստանձնել է «Ազգի» հիմնադիր գլխավոր խմբագրի պաշտոնը:

(սկզբը՝ էջ 1)

Մեկ այլ օրինակ. վաղը Ազատության հրապարակում տեղի է ունենալու ընդդիմության մեծ միտինգ: Դա նվիրվելու է այն բոլոր հարցերին, որոնց մենք ծանոթ ենք և արդեն երբորդ տարին է՝ անընդհատ միտինգներ են տեղի ունենում: Ես ոչինչ չունեմ այդ միտինգի դեմ: Բայց, եթե չեմ սխալվում, առաջիկա օրերին պաշտոնական Հայաստանը ստիպված է ԵԱՀԿ-ի եռանախագահությանը պատասխան տալ կամ իր դիրքորոշումը հստակեցնել Ղարաբաղյան հարցի առնչությամբ: Եվ ես կհուսայի, որ, ասեմք, վաղվա միտինգը նվիրված լինելու դրան, առիթ տար մեր իշխանություններին ասելու, որ սիրելի ներկայացուցիչներ մեծ, հզոր երկրների, տեսե՛ք, մենք դժվարություն ունենք այս երկրում, մեր ժողովուրդը դեմ է զիջումների այն ձևին, որոնք դուք եք առաջարկում: Այդ միտինգը պետք է ծառայեր այդ նպատակին: Բայց կարող եմ վստահեցնել, որ վաղը բնավ այդ հարցը չի բերվելու: Դարձյալ կրկնվելու են այն հարցերը, որոնց մասին խոսել ենք ամիսներ շարունակ: Այնինչ, կրկնեմ, մյուս հարցը շատ ավելի կարևոր էր:

Ինչ ազդեցության մասին կարելի է խոսել, երբ մեր թերթերի ընդհանուր տպաքանակը օրեկան միջին հաշվով չի անցնում երեսուհիգ-քառասուն հազարից: Սա նշանակում է, որ եթե մենք Հայաստանում ունենք երեք-երեքուկես միլիոն ժողովուրդ, ապա մեկ տոկոսին է միայն մատչելի: Մի քիչ էլ ավելացնենք, ասելով, որ թերթի յուրաքանչյուր օրինակ ունի, ասենք, երկու կամ երեք ընթերցող: Այս դեպքում մենք՝ իբրև գրավոր մամուլ, ընդամենը ներագրում ենք ժողովրդի, հասարակության երեք տոկոսի վրա:

Պատկերն, իհարկե, տարբեր կլիներ, եթե մենք համեմատության դնեինք գրավոր մամուլը և զանգվածային լրատվության էլեկտրոնային միջոցները, հատկապես՝ ռադիոն և հեռուստատեսությունը:

Օրերս ես խոսում էի մեր հայանի բաղաբանական գործիչներից մեկի՝ Պարույր Հայրիկյանի հետ, որի թույլտվու-

թյամբ, կուզեի այստեղ մեջբերել նրա մեկ խոսքը: Ի պատասխան իմ այն հարի, թե ինչու՞ բավականին երկար ժամանակ լույս չի տեսնում ԻՄ-ի «Անկախություն» թերթը, նա բացատրեց, որ լույս է տեսնում, բայց շատ քիչ տպաքանակով և ներքին շրջանառության համար: Հարցրեցի, թե արդյոք կուսակցությունը դրանից չի սուժում: Պարզվեց, որ մի քանի անգամ անցկացրած ստուգումներից հետո եկել են այն եզրակացության, որ «Անկախություն» լույսընծայումը ոչ մի ազդեցություն չի ունենում ԻՄ-ի վարկանիշի վրա:

Սա ևս բերում է այն հետևությանը, որ քաղաքական կազմակերպությունները նույնպես չեն կարող շահել, որովհետև նրանց կուսակցական թերթերը չունեն ազդեցություն, չեն կարո-

«Հայաստանում մենք դեռևս չունենք ազատ մարդը»

ղանում ներագրել հասարակական կարծիքի վրա: ուցեև սա է բնականը, չգիտեմ: Ի վերջո, հայտնի է, որ բազմաթիվ երկրներում՝ Եվրոպայում, ԱՄՆ-ում, առաջատար կուսակցությունները չունեն իրենց պաշտոնաթերթերը. նրանք էլ, երևի, նույն ճանապարհն են անցել:

Փաստը մնում է փաստ, որ մեր մամուլը անհրաժեշտ չափով չի կարող ներագրել այսօր Հայաստանում տեղի ունեցող հասարակական, քաղաքական, տնտեսական, ֆինանսական երևույթների վրա: Մի կողմից՝ քանի որ դրան արհամարհական վերաբերմունք ունեն մեր պաշտոնական անձիք: Երբեմն ունեն հատուկ ինչ-որ ռազմավարություն, ասելով, որ եթե չանդադրադադանք գրվածքին, կմոռացվի, կանցնի-կզատվի: Եվ կամ եղել է շրջան, երբ պաշտոնյաները անդադարձել են շատ բիրտ ձևով: Հաճախ է պատահում, երբ տասը փաստ ունեցող ինչ-որ նյութ է տպագրվում մի նախարարության մասին, և փաստերից մեկը, ասենք, սխալ է: Հաջորդ երկու-երեք օրերին ստացվում է գրություն, որտեղ աս-

վում է, որ այսինչ փաստը սխալ է, և դուք, ընդհանրապես, ստախոս եք: Վերջում էլ անպայման ավելացնում են, որ օրենքի այսինչ հոդվածի համաձայն ստիպված եք եռօրյա ժամկետում մեր հերքումը նույնությամբ հրապարակել և այլն: Այստեղ մտնիպույսացիա է կատարվում. ինչ փաստ ճիշտ է, մեկը՝ սխալ, և չես կաող հերքումը չտպագրել, քանի որ հակառակ դեպքում կհետևի նաև դատական ինչ-որ հետապնդում: Ես մեր թերթի փորձառությունից եմ խոսում, երբ մենք ստիպված եղանք Հայկոսպի նախագահի փարիզյան մեկ ելույթը քննադատել և ծաղրել: Հիշեցնեմ, որ այդ պաշտոնյան փարիզյան հանդիպումներից մեկի ժամանակ ասել էր, թե մինչ այդ ինչ-որ երկրում իր մասնակցությամբ համագումարի ժամանակ, իբր, ողջ դահլիճը ոտքի էր կանգնում, Հայաստանին առանձնահատուկ վերաբերմունք էր ցույց տալիս, թե Հայաստանը միշտ կրկնվում էր առաջինը՝ Արգենտինայից հետո: Իհերկե, նման հայտարարությունը փարիզյան մեր թղթակցի համար լավ առիթ էր որպեսզի ձեռք առնե, ցույց տար այդ մարդու տգիտությունը: Այդպես էլ արվեց, թերթում նշելով, որ համագումարի ժամանակ գործել է ընդամենը այբբենական կարգը: Մեկ շաբաթ անց մենք հայտնվեցինք դատարանում. պատվի և արժանապատվության հարց էր դրված: Մենք տանուլ տվեցինք. չկարողացանք դատարանում համոզել, որ այդ մարդն, իսկապես, տգետ է: Եվ այսպես՝ անվերջ:

Մյուսը դեռևս այն դեպքերն են, երբ աշխուժանում է մամուլի շուկան, շրջանակը, ասպարեզը: Հաճախ, իսկ այս վերջերս՝ հատկապես նախագահական ընտրություններից հետո, ընդհանուր ինչ ուզում ես գրի. միևնույն է, քեզ բանի տեղ դնող չկա կամ էլ՝ դատ կբացեն քո դեմ :

Մյուս պատճառներն, իհարկե, շատ են: Նյութական առումով կարելի է ասել, որ թերթերն, իրոք, շատ անմատչելի են, մարդիկ ի վիճակի չեն գնելու: Մյուս կողմից, եթե հարցնեն, թե ինչու է այդքան քանկ, կարելի է բացատրել. ինքնարժեքն է բարձր, , թույլը, տպագրական

(շարունակությունը՝ էջ 4)

ծախսերն են քանկ, տարածող կազմակերպությունը մեծ տոկոսներ է վերցնում, հարկերը խեղդում են: 'Ճիշտ է, վերջերս' սայրիլի մեկից, գրավոր մամուլը ազատվեց ավելացված արժեքի հարկից, բայց հետագայում պարզվեց, որ դա այնքան էլ նպաստավոր բան չէ մեզ համար: Այն մեծ տարբերություն չի տալիս, քանի որ այս դեպքում մենք ստիպված ենք վճարել շահութահարկ, որը շատ ավելի մեծ տոկոս է կազմում: Այսպիսի անհեթեթ վիճակում ենք: Ես չեմ մեղադրում իշխանություններին, որովհետև մեր պահանջն էր, որպեսզի գոնե ավելացված արժեքի հարկից ազատվեինք, սակայն հիմա տեսնում ենք, որ փորձը ուրիշ բան է ցույց տալիս: Դարձյալ պիտի աշխատենք, պահանջենք, որպեսզի ընդհանրապես հարկերից ազատվի մամուլը: Այս դեպքում, գուցե, մի փոքր ինքնաբերական կերպով, և թեթևոր վաճառվեն ավելի մատչելի գներով, քան այսօր:

Իսկ նյութական ամենամեծ դժվարությունն այն է, որ Հայաստանում դեռևս չունենք ազատական շուկա, որտեղ մրցակցություն լիներ, մրցումակ սայրանքներ ունենայինք: Հայաստանում դեռևս չունենք այն շուկան, որտեղ մտայնությունները փոխված լինեին: Մարդիկ չեն ուզում գովազդել, անգամ՝ անվճարից հրաժարվում են, վախենալով տարբեր մարմինների, քրեական տարրերի ուշադրությունը գրավել: Այս մտայնությունն էլ է խանգարում, որպեսզի գովազդային շուկան զարգանա: Հարևան Արդյթեջանում թերթերի մեկ է-ջի գովազդի գինը հազար դոլարի սահմաններում է, այնինչ գովազդի իմաստով ամենաթանկ թերթերից մեկը հան-

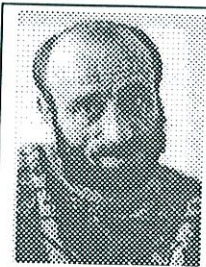
դիսացող «Ազգ» օրաթերթում այն երկու հարյուր դոլարը չի անցնում: Մենք չենք կարող համեմատվել ռուսաստանյան շուկայի հետ, որտեղ մեկ էջի գինը երբեմն անցնում է տսնհինգ-տասնվեց հազար դոլարը: Եկամուտներ չկան, որպեսզի կարողանանք զարգացնել մեր թերթերը, այնպես անել, որ յուրաքանչյուր հարցի մասին մեր սեփական քրեակցությունները տանք, լավ լրագրողներին պահենք մեր կազմում:

Վերջինս մեկ այլ ցավալի երևույթ է մեր մամուլի համար. մեր մոտ պատրաստված, (ես խոսում եմ ոչ միայն մեր թերթի մասին), անուն շահած լրագրողներն այսօր շատ ավելի լավ պայմաններով աշխատում են օտարերկրյա տարբեր գործակալություններում: Այս երևույթի առջև ես չեմ կորող առնել, անանց հնչում կերպով վճարելու:

Կա հարցի մեկ այլ կողմ էլ. Հայաստանում մենք դեռևս չունենք ազատ մարդը: Ունենք Սահմանադրություն, օրենքներ, որոնք ազատության սահմաններն են ճշգրտում, լայն ազատություններ տալիս և այլն: Գրանց մասին չէ խոսքը: Ուղղակի ազատ մարդ, այն քաղաքացին, որը կկարողանա իր խանութ կամ գրասենյակ մտնող յուրաքանչյուր պաշտոնյային, հարկային տասչուրյան կամ ռադիկալության ներկայացուցչին դուրս հրավիրել, ասելով, որ վճարում է պետության նկատմամբ իր հարկերը, տուրքերը, պարքերը, և եթե ասելիք ունեն, սպա թող գնան դատարան: Ունեն՞ք այդպիսիք: Եթե ունենք, քանի՞ հոգի են մրանք մեր հասարակության մեջ: Դժբախտաբար շատ քիչ: Իսկ եթե չունենք, դեռևս չի ստեղծված

ազատ մարդը, նշանկում է ազատ կարծիքը մայրական չի կարող ներգործության վերածվել, որքան էլ որ այն հետաքրքիր, կարողացվող լինի: Իսկ ներգործության լավագույն միջոցը, սպացույցն այն է, երբ տվյալ ընտրության ժամանակ, դա լինի նախագահական, խորհրդարանական, քաղապետական և այլ, յուրաքանչյուր քաղաքացի գնա ընտրի այն մարդուն, որի մասին մամուլից և իր անձնական փորձից գիտի, որ այդ մարդը արժանի է ընտրվելու: Միայն այդ պարագայում մենք կունենանք ներգործում մամուլ, որը կներագրի և որից կզգուշանան թե պաշտոնատար անձը, թե սպազա քաղաքական գործիչը, թե կուսակցությունները, լավ իմանալով, որ առանց այդ հասարակական կարծիքի և վերջինս ստեղծող մամուլի իրենք չեն կարող ընտրվել և ընտրվելուց հետո շարունակել իրենց գործը: Եվ սա չի վերաբերում միայն քաղաքական, այլ նաև տնտեսական, ֆինանսական կյանքին, մայրիակ՝ մարզական կամ մշակութային ոլորտներին:

Այսուհանդերձ, նշեմ, որ վերջին շրջանում, Հայաստանի մամուլի շուկայում ներդրումներ են կատարվում և որոնց արդյունքում մենք տեսնում ենք մեր թերթեր կամ մեր ձև ու բովանդակություն ստացած մամուլ, որոնք փորձում են ընթերցողի, հասարակության լայն խավերին ավելի մատչելի, ընդունելի, գոհացնող նյութ հրատարակել: Դեռևս վաղ է, կարծում եմ, եզրակացության հանգել. բայց ես գոնե մտիկից հետևում եմ, և գտնում եմ, բարձր պետք է հետևենք դրանց արդյունքին:



Մեսրոպ Հարությունյանը ծնվել է 1959 թվականին, Մեղրիում: 1980-ին ավարտել է Երևանի ժողովրդական տնտեսության ինստիտուտը, 1989-ին՝ ԵՊՀ բանասիրական ֆակուլտետը: 1984-90 թթ. աշխատել է Մեղրու շրջանի «Արաքս» թերթի խմբագրությունում: 1990 թվականից աշխատում է «Հայաստանի Հանրապետության» խմբագրությունում, սկզբում՝ տնտեսության բաժնի խմբագիր, 1990-ի դեկտեմբերից՝ գլխավոր խմբագրի տեղակալ: 1997 թվականի փետրվարից կատարում է թերթի գլխավոր խմբագրի պարտականությունները:

(սկզբը՝ էջ 1)

օրաթերթերի ամբողջ իրացումը կրճատվել է մի քանի տասնյակ, եթե չասենք՝ հարյուր անգամ: Որովհետև այսօր Հայաստանի Հանրապետությունում լույս տեսնող օրաթերթերի ընդհանուր ծախսը կազմում է նախկին «Մովետական Հայաստան» օրաթերթի լավ ժամանակների մեկ օրվա տպարանակալի 10-15%-ը:

Այսբանից հետո, գուցե, իրոք, ընդամենը տեսական դատադրություններ են թվում հասարակական կարծիքի ձևավորման վրա մամուլի ազդեցության մասին խոսելը: Այսուհանդերձ, պետք է այդ մասին խոսել և պետք է ասել, որ այս, մամուլը կարող է ու պետք է ազդի հասարակական կարծիքի վրա: Եվ եթե այն չի ազդում հասարակական կարծիքի վրա, հարց է ծագում, թե ինչու էր Անգլիայի ներկայիս վար-

չապետը՝ Տոնի Բլերը, ընտրություններից ստաց կտրում հազարավոր կիլոմետրեր բռնում-հասնում Ավստրալիա, հանդիպում թերթային մագնատ Ռոբերտ Մերթոլին, և համոզում, որ նրա ենթակայության տակ գտնվող անգլիական թերթերը սկսեն բարձր իր կուսակցության օգտին: Եվ ինչպես տեսնում եք, արդյունքներն ակնհայտ են: Բայց սա, իհարկե, Արևմուտքում:

(շարունակությունը՝ էջ 5)

Ի՞նչ հետագա դատողությունները գուցե մի քիչ տեսական թվան: Նախ, որպեսզի պարզենք, մասնավոր Հայաստանում ազդում կամ կարող է ազդել հասարակական կարծիքի վրա, թե ոչ, պետք է պարզենք երկու բան. թերթի հիմնադիրներն ու խմբագիրները ինչ հայացքով և որպես ինչ են մայում այդ թերթին: Կա երկու հայացք. ա) դու թերթին մայում ես իբրև քարոզչամիջոց, բ) թերթին մայում ես իբրև բիզնեսի միջոց:

Այն դեպքում, երբ թերթին մայում ես իբրև քարոզչամիջոց, կատարվում է հակառակ պրոցեսը. թերթի շուկան նեղանում է, ընթերցողների թիվը փոքրանում, ըստ էության, թերթը սկսում է շրջանառել միայն իր կուսակցության շրջանակներում, և ստացվում է, որ մույն մարդիկ իրար ասում են այն բաները, ինչ իրենք արդեն գիտեն: Հասարակական կարծիք այդ թերթը չի կարող ձևավորել:

Երկրորդ՝ թերթին մայում ես իբրև բիզնեսի միջոց: Լավագույն ազատական թերթը ստացվում է այս պարագայում: Բոլոր արտադրանքը, ապրանքը ձգտում ես դարձնել լավագույնը, որ-

պեսզի դիմանա մրցակցային շուկայում: Իսկ դա նշանակում է, որ տալիս ես հնարավորինս ազատ, անաչառ, օպերատիվ լրատվություն, հնարավորինս տալիս ես հասարակության մեջ եղած բոլոր տեսակետները, և քո թերթի արտահայտած տեսակետներով փորձում ես ազդել հասարակական կարծիքի ձևավորման վրա:

Եթե համեմատենք թերթին մո-

«Կա երկու հայացք. ա) դու թերթին մայում ես իբրև քարոզչամիջոց, բ) թերթին մայում ես իբրև բիզնեսի միջոց:»

տեցման այս երկու հայացքները և եթե հիշենք անցած ժամանակաշրջանում մեր թերթերի ունեցած ազդեցությունը թեկուզ հենց վերջին մախրնորական կամ ընտրական արշավների ժամանակ, ապա պարզ կտեսնենք, որ նրանց ազդեցությունը չնչին էր, որովհետև հայաստանյան համարյա ամբողջ մամուլը, այդ թվում՝ ամենազանգվածային լրատվամիջոցը՝ հեռուստատեսությունը գործում էր իբրև

քարոզչամիջոց: Հետևաբար՝ նեղացնում էր իր շուկան, ուստի և՛ չէր կարողանում ազդել հասարակական կարծիքի վրա:

Եթե մենք՝ թերթերի խմբագիրներս սկսենք թերթերին մայել նոր հայացքով, մեր թողարկած արտադրանքին՝ լայն առումով՝ ինֆորմացիային, որ նյութական ձև է ստանում չորս, ուր կամ տասներկու էջանոց թղթի տեսքով, մայել իբրև ապրանքի, որը պետք է դուրս գա և սպառում ունենա ընթերցողների շրջանում, այդ ժամանակ մենք կարող ենք խոսել մեր տպագրանակների մեծեցման և հասարակական կարծիքի վրա ազդելու մասին:

Թող ինքնագովություն չթվա, բայց երբ մենք երկրորդ մոտեցմամբ սկսեցինք հրատարակել թերթ, ընդհամենը մեկ ամսում նրա տպագրանակը կարողացանք բարձրացնել մեկուկես հազարով: Կարծում եմ, որ կունկրես «Հայաստանի Հանրապետությունը» կազդի հասարակական կարծիքի վրա միայն որոշ ժամանակ անց, երբ իր տպագրանակը կհասցնի զոնե քսան հազարի:

ՀԱՐՑԵՐ ԵՎ ՊԱՏԱՍԽԱՆՆԵՐ

-Մեկտեմբերյան հայտնի իրադարձությունների ժամանակ «Ազգը» լռեց, իսկ «Հայաստանի Հանրապետությունը» բավական սուբյեկտիվ էր: Արդյոք դա թերթի խմբագիրներին արված պատվերի կամ սպառնալիքի հետևանք չէր:

Մ. Հ. -Ես ցավում եմ, բայց պետք է ասեմ, որ այդ ժամանակաշրջանում արձակուրդում էի, ուսի որևէ բան չեմ կարող ասել:

Հ. Ա. -Իհարկե, հարց տվողի տպավորության հետ համաձայն չեմ. «Ազգը» արտահայտվել է այդ մասին: Ես ոչինչ չեմ կարող անել, եթե չի արտահայտվել այնպիսի սրությամբ և քննադատական ձևով, ինչպես այլ թերթերում:

-Չե՞ք կարծում արդյոք, որ մեր բոլորի մտահոգության առարկան՝ մամուլի այսօրվա վիճակը հետևանք է գործուն օրենք չունենալուն: ՈՒ՞նենք օրենք, որը բավարար չէ կամ չի ներգործում: Ըստ Չեզ, հնարավոր է արդյոք աշխատող օրենք ունենալը կամ, գուցե, ոչ մի օրենք էլ պետք չէ, ինչպես Միացյալ Նահանգներում է:

Հ. Ա. - Օրենք պետք է, որովհետև այն նաև գլխավորաբար, ըստ երևույթին, մեզ պիտի պաշտպանի: Այլ հարց է, որ օրենք ունենալը բացարձակ բավարար չէ: Պարզվում է, որ ավանդույթները, նախադեպերը շատ ավելի էական ազդեցություն ունեն, քան մույն ինքը՝ գրված օրենքը: Եվ եթե վերջինս կիրարկվում է, նա արդեն

պատմություն, ավանդույթ է ստեղծում, ինչը շատ ավելի կարևոր է:

Ինչ վերաբերում է նոր օրենքին, ապա հայտնի է որ կա երկու մախազի՝ պաշտոնական և լրագրողական տարբերակներ: Առաջինը այդպես էլ երևան չի գալիս և գաղտնի է պահվում, իսկ մյուս՝ այլընտրանքային տարբերակն, արդեն հրատարակվել է, և բազմաթիվ քննարկումներ են գնացել: Կա նաև մեկ այլ կարծիք. որ մեզ բավարարում է ներկա օրենքը, պարզապես դրա վրա պետք է լրացումներ և մշակումներ կատարել, բարեփոխել, բարելավել: Ամեն դեպքում, ըստ իս, անհրաժեշտ է, որ մեզ նման երիտասարդ, ժողովրդավարության ձգտող երկրում ունենալ օրենք, որը կդառնա այն հունը, որով մենք կառաջնորդվենք և ապագայում կունենանք ոչ թե օրենք, այլ ավանդույթներ, որոնք ավելի փորձված ու հուսալի են:

Ա. Ա. -Օրենք պետք է՝ մեկ: Օրենքները պետք է կատարվեն՝ երկու: Պաշտոնական տարբերակից ոչ մի լավ բան չեմ սպասում՝ երբ:

-Պարոն Ավետիսյան, չե՞ք կարծում, արդյոք, որ հարկերի վերացումը կրեթի նրան, որ Չեր թերթը կկորցնի իր անկախությունը և կդառնա կառավարության խամաճիկը:

Հ. Ա. -Այդ մտավախությունը միշտ էլ ունենք, սակայն, այս պարագայում չի խոսվում

(շարունակությունը՝ էջ 6)

սուբսիդիաների, հատուցման, հատկացումների մասին: Այլ այն, որ մեր համախառն տուրքերի և հարկերի գումարը կազմում է քերթի եկամուտների (ոչ թե շահույթի) 58%: Եվ մենք պայքարելու ենք այդ տոկոսների դեմ: Նախկին վարչապետներից մեկը համոզում էր, որ քերթը, ինչպես խանութը, ռեստորանը և այլն, նույնպես գործավարող սուբյեկտ է: Ես աշխատում էի իրեն բացատրել, որ այս պայմաններում գործավարող սուբյեկտ չի կարող լինել նա, բանի որ, եթե իր ասած ազատական շուկան լիներ, այդ պարագայում «Հայմամուլը», որը մեր քերթերի եկամուտների իրացնողն է, իրավունք պետք է չունենար քերթի եկամուտները իր մոտ պահել և անընդհատ ամխսներով շրջանառության մեջ դնել: Ոչ մի ազատական շուկա, և ազատական շուկայում գործավարող սուբյեկտ նման բան չէր հանդուրժի: «Հայմամուլը» պետական մոնոպոլիա է: Նշանակում է պետությունը ինքն է առաջին հերթին խախտում ազատական շուկայի հիմնարար սկզբունքները: Հետևաբար, մենք պայքարում ենք այդ տարապայման հարկերից մեզ քեթևացնելու, ոչ թե պետական նպաստներ ստանալու համար:

-Պարոն Հարությունյան, արդյոք մեծ տպաբանակ ապահովելով կարելի՞ է միանշանակ խոսել ազդեցության ապահովման մասին: Չե՞ք կարծում,

որ ազդեցության հավանականության պարտադիր պայմաններից է լրատվական միջոցի նկատմամբ հավատն ու վստահությունը:

Մ. Հ. -Ինչ խոսք, ավելի կարևոր է վստահությունը. ինչքանով է ընթերցողը վստահում քերթին: Եվ եթե զնալով քերթի տպաբանակն աճում է, նշանակում է ավելի ու ավելի շատ ընթերցողներ են վստահում նրան: Եվ երբ սկսում են վստահել քերթին, առաջանում է երկրորդ վտանգը. արդեն հասարակության մեջ վստահություն ներշնչած քերթին շատերն են փորձում աիրություն անել, հետո այդ քերթն օգտագործելու՝ իրենց քառզույրյունն իրականացնելու համար:

-«Հայաստանի Հանրապետությունը» պետական քերթ է: Ի՞նչ է անում քերթը մամուլի նկատմամբ պետական մարմինների անհարկի վերաբերմուրը վերացնելու համար:

Մ. Հ. -Ըստ իս, ընդհանրապես պետական լրատվամիջոց հասկացությունը արդեն այսօր անհետքայուն է: Հայաստանի Հանրապետությունը եթե պետք է ունենա պետական լրատվամիջոց, ապա միայն ու միայն արտաքին քառզույրյան համար: Դա վերաբերում է թե հեռուստատեսությանը, թե քերթերին: Իմ կարծիքով Հայաստանում պետական մամուլ ընդհանրապես չպետք է լինի:

ԵՐԵՎԱՆԹԻ, ՀՈՒՆԻՍԻ 29-ԻՆ



ՀՀ ԱՐԴՈՒՆԱԲԵՐՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ԱՌԵՎՏՐԻ ՆԱԽԱՐԱՐ

ԳԱՌՆԻԿ ՆԱՆԱԳՈՒԼՅԱՆԸ

ներկայացնում է

«ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ԱՐԴՅՈՒՆԱԲԵՐՈՒԹՅԱՆ ՆԵՐԿԱԻՐԱՎԻՃԱԿԸ ԵՎ ՆՐԱ ՁԱՐԳԱՅՄԱՆ ՀԵՌԱՆԿԱՐՆԵՐԸ»

Հուլիսի 29-ին, ժամը 18:30

Հայաստանի ամերիկյան համալսարանի փոքր դահլիճ

Հասցեն՝ Երևան, Բաղրամյան 40
Հեռ. 27-16-58

Մուտքն ազատ է



ԲԱՆԱԽՈՍ

«Դասախոսությունների շարք» ծրագրի տեղեկագիր

Ծրագրի ղեկավար՝
Վարդան Օսկանյան
Տեղեկագրի համակարգող՝
Հրայր Չորյան
ՀԳԲ ծրագրերի համակարգող՝
Մազդա Աղաբաբյան

Հայաստանի ամերիկյան համալսարան
ՀՀ, ք. Երևան, Բաղրամյան 40
հեռ. 27-16-58
տպաբանակ՝ 99

Հասցեստեր՝