

Ինգա Մարտինյան

Բանալի բառեր՝ ավանդական, նոր մեդիա, տեսաբաններ, հետազոտություն, տպագիր թերթ, գիրք, էլեկտրոնային կրիչ, ինտերնետ, e-books, ինտերնետային լրատվամիջոցներ, կայքեր, սոցիալական ցանցեր:

20-րդ դարը մարդկության զարգացման համար հեղափոխական կարելի է անվանել առնվազն հեռահաղորդակցման միջոցների կտրուկ զարգացման առումով: Եթե դարասկզբին աշխարհը ցնցվեց հեռագրի առկայությամբ եւ առօրեականացված ռադիոհաղորդումներով, դարակեսին սովորական դարձավ հեռուստատեսությունը, ապա դարավերջին ինտերնետի զանգվածային հասանելիությունը կանխորոշեց 21-րդ դարի մարդու կենսակերպը եւ աշխարհի նորացվող կերտվածքը: Ավանդական եւ նոր մեդիաներն սկսեցին մրցակցել, գիտնականները բաժանվեցին երկու խմբի: Նրանց մի մասը ահագանգում էր տպագիր թերթի եւ գրքի մահվան մասին, իսկ մյուսը խոսում էր դրա անհնարինության մասին: Ամեն դեպքում, տեղեկատվական տեխնոլոգիաների զարգացումն ու համացանցի տարածումը ողջ աշխարհում այս կամ այն կերպ ազդում է գրքերի ու մամուլի տպագրության ծավալների վրա: Այս խնդրին անդրադառնում են նաեւ արեւմտյան եւ ռուսական ավանդական լրատվամիջոցների ներկայացուցիչները^[1]: Առաջինը հիմնականում շոշափում է ավանդական մեդիաների կողմից՝ նոր մեդիաների օգտատերերի տրամադրած օպերատիվ տեղեկատվության կիրառության հնարավորությունները եւ դրանց վստահելիության խնդիրները: Ռուսաստանյան փորձագետներն իրենց հերթին անդրադառնում են թվայնացման հետեւանքով ինքնատեղեկացվող հասարակության դարաշրջանի գոյությանը, որտեղ տեղեկատվության աղբյուրի դերում կարող է լինել ցանկացած համացանցային օգտատեր: Մինչ երկու մեդիաների պայքարի վերաբերյալ փաստարկները ներկայացնելը՝ նախ անդրադառնանք պայքարի օբյեկտներին:

Նոր մեդիա տերմինն առաջին անգամ սկսել են օգտագործել 20-րդ դարի վերջին՝ բնութագրելու համար ինտերակտիվ էլեկտրոնային լրատվամիջոցները եւ հոդվածագիրների կողմից տեղեկատվության օգտագործման նոր մեթոդները, որոնք տարբերվում են ավանդական մեդիայից, օրինակ՝ թերթերից: Այսինքն՝ այս բառեզրով բնութագրվում է թվային, ցանցային տեխնոլոգիաների եւ հաղորդակցության զարգացման գործընթացը: Կոնվերգենցիան (տարբեր մեթոդների համակցում, հարամիստում) եւ մուլտիմեդիա խմբագրումները դարձան այսօրվա լրագրության անբաժան մասը: Հին մեդիա ասելով՝ այստեղ պայմանականորեն նկատի ունենանք տպագիր մամուլը, որն առաջացել է տպագրության գյուտից հետո: Գրատպության գյուտը մարդկության պատմության մեջ խոշորագույն հայտնագործություններից մեկն էր: Այն առաջ մղեց կրթությունը, գիտությունն ու գրականությունը: Շնորհիվ տպագիր գրքի՝ մարդկության կուտակած գիտելիքներն սկսեցին ավելի արագ տարածվել: Դրանք ավելի ամբողջական էին պահպանվում եւ փոխանցվում հետագա սերունդներին:

ՄԱԿ-ի Մտավոր սեփականության համաշխարհային կազմակերպության տվյալները հաղորդում են, որ մինչեւ 2040թ. տպագիր թերթերն այլեւս չեն լինի, որ դրանց փոխարինելու են թվային կրիչները: «Մի քանի տարվա ընթացքում տպագիր մամուլը, ինչպիսիք

* Հոդվածն ընդունվել է 25.12.2016:

Հոդվածը տպագրության է երաշխավորել գիտ.դեկավար Բ.Գ.Թ., դոցենտ Ն.Ն.Մարտիրոսյանը:

սին որ կա այսօր, արդեն գոյություն չի ունենա», –ասել է կազմակերպության գլխավոր տնօրեն Ֆրենսիս Հարին: «Դա էվոյուցիա է, ոչ վատ է, ոչ էլ լավ: Ուսումնասիրություններ են անցկացվել, որոնք կանխատեսում են դրանց վախճանը մինչև 2040թ. իսկ ԱՄՆ–ի համար՝ մինչև 2017թ.», – ասել է Հարին[2]: Նա հավելել է, որ այդ էվոյուցիան անխուսափելի է: Հարիի խոսքով՝ ԱՄՆ–ում թվային կրիչներով գրքերն այսօր ավելի լավ են վաճառվում, քան տպագիր գրքերը, իսկ քաղաքներում գնալով ավելի դժվար է դառնում գրադարան գտնելը[3]:

Էլեկտրոնային կրիչներից եւ սովորական տպագիր աղբյուրներից կատարվող ընթերցանության վրա մարդիկ սկսել են գրեթե նույն ժամանակը ծախսել, ինչը պայմանավորված է ոլորակիր համակարգիչ օգտագործողների գործոնով, որոնց 52%-ը նախընտրում է էլեկտրոնային ընթերցանությունը: Նման տվյալներ է պարունակում ամերիկյան Gartner գործակալության անցկացրած հարցումը[4], որին մասնակցել է 1569 մարդ ԱՄՆ-ից, Մեծ Բրիտանիայից, Չինաստանից, Ճապոնիայից, Իտալիայից եւ Հնդկաստանից: Ըստ հարցման՝ անհատական համակարգիչներ օգտագործողների 47%-ը դժվարանում է համակարգչով ընթերցել եւ նախընտրում է տպագիր գրքերը: Հարցման տվյալները վկայում են նաեւ, որ թվային կրիչներով ընթերցանության առաջատարներն առավել երիտասարդ օգտագործողներն են: Բացի այդ՝ տղամարդիկ ավելի են հակված էլեկտրոնային ընթերցանությանը, քան կանայք: Հատկանշական է, որ հարցվածների շուրջ 40%-ը երբեւէ չի օգտվել էլեկտրոնային գրքերից (օրինակ՝ Amazon Kindle-ի ծառայություններից): Մի շարք փորձագետների կարծիքով՝ էլեկտրոնային կրիչները զգալի վնաս են պատճառում «թղթային» արդյունաբերությանը, ինչը նկատելի է արդեն ներկայում, ավելի շատ հրատարակություններ են թվայնացվում, թերթերի տպաքանակը անկում է ապրում, իսկ պլանշետների վաճառքի ծավալներն աճում են: Ակնկալվում է, որ առաջիկա 5 տարում այս շուկան մի քանի անգամ կաճի՝ 2015թ. կազմելով \$49 մլրդ[5]:

«Պատկերացրեք աշխարհն առանց թերթերի: Հնարավոր է՝ դա ավելի շուտ տեղի ունենա, քան դուք կարծում եք: Մի կողմ դրեք թղթի վրա թանաքի գաղափարը, փոխարենը մտածեք համակարգչի էկրանի վրայի բառերի մասին: Հեշտ է նայել այն դրամատիկ փոփոխություններին, որոնք իր հետ բերել է ինտերնետը վերջին մի քանի տարիների ընթացքում եւ մտածել, որ մենք արդեն տեսնում ենք ժուռնալիստիկայի ապագան: Այն ձեռք է բերում այսրոպեականություն, ավելի շատ է անհատականացվում, աճում է ընթերցողի մասնակցությունը, եւ տեղեկատվությունը ստանում է անհատակ խորություն,- ասվում է «Օնլայն ժուռնալիստիկա» գրքում[6]: Pew Research Center-ի վերջին տվյալներով՝ ավանդական լրատվամիջոցներն ամերիկացիների համար սրընթացորեն կորցնում են նորությունների աղբյուր լինելու դիրքերը[7]: Ըստ լսարանի՝ միայն հեռուստատեսությունն է, որ ինտերնետի համար մրցակցող պլատֆորմ է մնում: Եթե ավագ սերնդի միջին ամերիկացու համար ինտերնետը դեռ չի դարձել տեղեկատվության որոնման հիմք, ապա 18-29 տարեկան ամերիկացիների ճնշող մեծամասնության (65%) համար ինտերնետն արդեն երկու տարի է, ինչ դարձել է նորությունների հիմնական աղբյուր՝ այդ գծով իր բաժինը 2006-ից սկսած կրկնակի ավելացնելով: Կոլումբիայի համալսարանում կարդացած իր մի դասախոսության ժամանակ Դանիել Օկրենտը[8] (Daniel Okrent) ամենայն մանրամասնությամբ նկարագրել է այն հաճույքը, որը պարգևում են տպագիր թերթը եւ գիրքը, բայց այնուհետեւ արժանազրել: «Ես հավատում եմ, որ տպագրության բոլոր ձեւերը կմահանան, նրանց դարաշրջանն ավարտված է: Հավանաբար, ես դա չեմ տեսնի, բայց ինձնից երիտասարդները կտեսնեն: 20-30 տարի հետո մենք տպագիր մեդիային կնայենք այնպես, ինչպես այժմ նայում ենք ծիով կամ վագր-

նով, առաջաստանափով ճանապարհորդելուն: Թանաքի ժամանակն ավարտվել է, այն 1 մլրդ դոլար է ծախսում թղթի եւ փոստային ծառայությունների վրա», - ցավով արձանագրում է դասախոսը, որովհետեւ նա տպագիր մեդիային նվիրել է իր կյանքի լավագույն 30 տարիները: Այն տեսաբանները ովքեր քննադատում են նոր տեխնոլոգիայի թանկարժեք լինելը, հեղինակային իրավունքի պաշտպանության խնդիրը եւ այլն, դասախոսն անձամբ երաշխավորում է, որ դրանք ապագայում եւս կլուծվեն:

Ուսումնասիրելով արտասահմանյան բլոգներում, տեսություններում եւ դասախոսություններում զանազան փաստարկները, որոնք հիմնավորում են տպագիր մեդիայի դարաշրջանի ավարտը՝ ներկայացնում ենք դրանցից մի քանիսը[9]:

1. Դրանք շատ անհարմար են մի շարք իրավիճակներում օգտագործելու համար: Ինչո՞ւ մարդ պետք է ստիպված լինի իր երկու ձեռքն օգտագործել գիրք կարդալիս՝ մեկով բռնել, մյուսով՝ թերթել:

2. Գիրքը կարդալուց հետո այն հայտնվում է գրադարակում եւ հավաքում է փոշի, շատ քչերն են մտածում այն դեն նետել կամ տալ ինչ-որ մեկին ընթերցանության:

3. Վերջապես, դա թղթի անտեղի կորուստ է: Դա վնաս է հասցնում շրջակա միջավայրին, օգուտ է տալիս արդյունաբերությանը: Դու չես վճարում գրքում եղած ինֆորմացիայի համար, դու վճարում ես մահացած ծառի համար:

4. Ինչքա՞ն շատ շոշափելի նյութ դու ունես, այնքան շատ շոշափելի նյութ ունի քեզ: Ընդունիր մինիմալիզմը եւ գլուխդ ազատիր անպետք թղթերից:

5. Դրանց հետ ճանապարհորդելը բարկացնող է: Դու կարող ես հետդ վերցնել մեկ գիրք, բայց այն շուտ կարդալ եւ ավարտել ու մնալ առանց գրքի: Դժվար է ճանապարհորդելիս վերցնել մի ամբողջ գրադարակ, բայց շատ հեշտ է վերցնել համակարգիչը: Գրքերը նախատեսված չեն զբոսաշրջիկների համար:

6. Ապագան էլեկտրոնային գրքերինն է, որոնք ավելի կատարելագործված կլինեն, կլինեն սեւ-սպիտակ, առանց մարտկոցների եւ չեն օգտագործի մարտկոցների ուժը, կլիցքավորվեն թերթելուց: Ահա այն փաստարկների խումբը, որոնցով փորձում են ապացուցել, որ թերթը եւ գիրքը ապագա չունեն:

Այժմ անդրադառնանք տեսաբանների մյուս խմբին, ովքեր պնդում են, որ տպագիր թերթը եւ գիրքը չեն վերանա եւ ներկայացնում իրենց փաստարկները: Տեղեկատվական անվտանգության գծով եվրոպական առաջատար փորձագետ Սեբաստիան Մյուլլերն ասում է[10]. «Թերթերը երբեք չեն մահանա, քանի որ հազարավոր կանայք եւ տղամարդիկ դրանց կարիքն ունեն. էլ ինչո՞ւ՞ նրանք առավոտյան պետք է փակեն իրենց դեմքը»: Իսկ փորձագետ Նիլս Լեոպոլդն, այնուամենայնիվ, հիշեցնում է, որ քաղաքացիական լրագրությունը ազդում է լրագրողների աշխատանքի վրա: Նա նկատում է, որ ավանդական լրատվամիջոցները տեղեկություններ ստանալու համար արդեն օգտվում են հայտնի բլոգերների հրապարակումներից: Տեսաբանների այս խումբը արձանագրում է. թվային տեխնոլոգիաներն, անշուշտ, հոյակապ են: Բայց, միաժամանակ, նրանք ներկայացնում են մի խումբ փաստարկներ եւ արձանագրում, որ տպագիր բառը թղթի վրա երբեք չի անհետանա:

Ահա դրանք[11].

1. Տպագրության նկատմամբ պահանջարկը: Հազարավոր հրատարակչություններ գրքեր են տպագրում, որովհետեւ կա դրա պահանջարկը, մարդիկ կարդում են դա, թեկուզ մի հոգի կարդում է մեկ հատոր եւ այն տպագրվում է: Գրքերը կվերանան այն ժամանակ, եթե աշխարհում մահանա վերջին գիրք կարդացող մարդը: Բացի հրատարակումներից՝ աշխարհում բազմաթիվ կոնֆերանսներ եւ EXPO-ներ են կազմակերպում՝ նվիրված գրքին եւ տպագրությանը: Մարդկությունը այնքան խելամիտ կգտնվի, որ չի

հրաժարվի իր պատմության ընթացքում ստացած ամենամեծ պարգևներից մեկից՝ տպագրության գյուտից:

2. Կարիք չկա կարդալու կրիչի վրա կամ համացանցով, մարտկոցները կարող են նստել, Զունգլիներում կամ Էվերեստում կապ կարող է չլինել: Մինչդեռ, դու ամենուր կարող ես քեզ հետ պահել գիրքը:

3. Աչքերի լարումը: Անշուշտ, թվային էկրանը հնարավորություն է տալիս տառաչափի կամ դրա գույնի փոփոխություն, բայց տպագիր եւ ոչ փայլուն նյութը իսկական խրախճանք է քո աչքերի համար:

4. Շոշափելու գործոնը: Հիշենք երգի բառերը՝ գրքի նման ոչինչ չկա: Պատկերացրեք՝ ինչ հաճույք է շրջել էջերը, նշել ինչ-որ բաներ, ծալել ինչ-որ էջեր, արտագրել լավ մասերը, մինչդեռ համակարգչով դա ընդամենը մեկ next կամ copy սեղմելն է:

5. Մեծ գրականությունը: Հետեւելով նախորդ՝ 4-րդ կետին, ինչ-որ մեկը կարող է իսկապես փաստել, որ հավիտենական դասականների, ինչպես օրինակ՝ Դիկենսի, Ռոլինզի ստեղծագործությունները էկրանին կարդալով՝ կարող է գրավել միտքը կամ հուզել հոգին:

6. Հարեանության գործոնը գրախանութներում եւ գրադարաններում: Դուք երբեւէ փնտրել էք որեւէ գիրք գրադարանում եւ մեկ այլ գիրք եք գտել, որն ավելի լավն է դուրս եկել: Կամ երբեւէ միանգամից երկու կամ երեք գիրք չե՞ք վերցրել՝ համեմատելու նրանց հաղորդած տեղեկատվության բովանդակությունը եւ ոճը: Այլ գնորդներ այս գրքի հետ նաեւ գնել են ...չէ՞ որ այդ խոսքերը համացանցում քեզ ոչ ոք չի ասի:

7. Այժմ թղթի կամ թերթի հնարավորություններին անդրադառնանք: Դյուրությունն այն է, որ կտրում ես հոդվածը եւ դուրս գրում այն նոթատետրում, ընդգծում ես, նշում, լուսանցքներ դնում, ամրացնում ես իրար եւ հոդվածների փունջը, որ կտրտել ես, դնում ես կողք կողքի, այնուհետեւ կանաչ լույսիլը թերթի մեջ փաթաթում եւ այն մտցնում թղթե տոպրակի մեջ եւ մի քանի օր հետո այն դառնում է վարդագույն:

8. Թղթի վերամշակման ծրագրերը: Զիկագոյի տարածքում դեղին կամ կանաչ թուղթ նետելու համար հատուկ աղբամաններ են փակցվում դպրոցի բակերում, եկեղեցական ավտոկայանատեղիներում եւ մի շարք առեստրի կենտրոններում: Իսկ դու գիտե՞իր, որ տպագիր թղթից վերամշակվում է 100 տոկոսանոց վերամշակված թուղթ: Իսկ վերամշակված թուղթը մեզ անհրաժեշտ է մարդու կյանքի ընթացքում ամենից շատ այցելված վայրերից մեկում՝ գուգլարանում: Եթե վերանան թերթերը, ապա ինչպես կստեղծեն գուգլարանի թղթերը, կամ ի՞նչ պետք է օգտագործեն մարդիկ:

9. Դուք չեք կարող սովորեցնել ծեր շանը նոր հնարքներ: Այդպես էլ թղթի բնիկները, ովքեր ծնվել են մինչեւ 1980-ականները, միշտ կնախընտրեն թուղթը:

10. Տպագիր բառն ունի հատուկ հեղինակություն: Բոլորի ականջներում հնչում է՝ ի սկզբանե էր բառը: Դրանով էլ պայմանավորված է միայն տպագիր բառին հատուկ հեղինակությունը: Պետք չէ ոտնձգություն անել աստվածաշնչյան այդ ճշմարտության դեմ:

11. Տպագիր պատկերը հազար բառ արժե: Բայց իսկապես գնահատելով յուրաքանչյուր մանրուք՝ այն պետք է ունենա որոշակի մշտականություն եւ չի կարող լինել թռուցիկ պատկեր էկրանի վրա:

12. Տպագիր թերթը կամ գիրքը մի վայր է՝ նորից այցելելու համար: Այնտեղ կարելի է հեշտությամբ վերադառնալ, երբ մեր միտքը ընկալունակ է: Դրան հակառակ՝ ինտերնետը շատ անհանգիստ ընթացքով շտապում է դեպի ոչ մի տեղ: Փիլիսոփան, ով ասում է, որ նույն գետը երկու անգամ չես կարող մտնել, իսկապես տեսաբան է:

Այս գործոնները, ըստ տեսաբանների, երկար ժամանակ կպահեն թերթերն ու գրքերը:

«Ամեն առավոտ ինձ սպասում են The Financial Times-ը, Chicago Tribune-ը, New York Times-ը and Wall Street Journal-ը եւ ես դրանցից իմանում եմ աշխարհի նորությունները: Ես կարդում եմ, թե օրական ինչքան ծառ է կտրվում աշխարհում, եւ ես ինձ մեղավոր եմ զգում դրա համար, որովհետեւ դրանցից ստեղծվում են այս թղթերը, բայց երբ հիշում եմ, թե ինչքան են շրջակա միջավայրին վնաս հասցնում համակարգիչը եւ համացանցը օգտագործողները, ես նախընտրում եմ կարդալ թերթերը: Դրանից բացի՝ ես մի քիչ էլ էգոիստ եմ, ինձ համար թանկ են իմ զգացողությունները, մասնավորապես՝ տպագիր թերթի հաճույքը, շոշափում եմ այն, թերթում եմ, ինձ համար թանկ է այդ ամենը, իսկ դրանք երբեք չեն առաջանում օնլայն կարդալիս: Եւ հետո, իմ ծեր աչքերը այնքան երախտապարտ են ինձ: Եւ մինչ ես մտածում եմ դեպի արդյունավետություն մարդկության անողորմ ճամփորդության մասին, որոնց մասին հաղորդում են նաեւ իմ թերթերը, որպես ավելի նվազ վատնող, ես եկա եզրակացության, որ ես նույնքան մեղավոր եմ, որքան յուրաքանչյուրը», - գրել է ամերիկացի գիտնականներից մեկն իր բլոգում՝ հավելելով, որ իր մեղքը քավելու համար ինքը բոլոր թերթերը տանում է եւ լցնում վերամշակման համար նախատեսված աղբարկղների մեջ:

Հայաստանում եւս նկատելի է ավանդական եւ նոր մեդիաների մրցակցություն: Լրատվական դաշտում վերջին տարիներին արձանագրվեց համացանցային հեղափոխություն: Ընդհանուր ազդեցիկ մրցակցության՝ մեկ տարվա ընթացքում համացանցի կայքի գներն ընկան միջինում մոտ 10 անգամ: Դրան զուգահեռ «Համակարգիչ բլոգերին» ծրագիրը խթանեց տեխնիկայի տարածմանը հանրապետությունով մեկ: Մասնավոր ձեռնարկությունները նույնպես սկսեցին վարկով համակարգիչ տրամադրել՝ ուժեղացնելով էֆեկտը: Շարժական ինտերնետ կայքի զարգացումը դրան զուգահեռ բերեց համացանցի ներթափանցմանը մարզեր: Նման զարգացումները բերեցին համացանցի ազդեցության աճին: Եւ այսօր ինտերնետն Հայաստանում հիմնական տեղեկատվական աղբյուրներից մեկն է: Բացի դրանից, սոցիալական ցանցերի ազդեցության աճի պատճառով համացանցն այսօր նաեւ հանդիսանում է քաղաքական, քաղաքացիական ակտիվությունների հիմնական հարթակներից մեկը: Հայկական զանգվածային լրատվամիջոցներն այժմ ակտիվորեն ինտեգրվել են սոցիալական ցանցերի եւ բլոգների հետ: Գրեթե ողջ ավանդական մամուլն այժմ աշխատում է սոցիալական ցանցերում՝ մեծ տարածման հասնելու համար Facebook-ի, Оdnokлaccнukи.ru-ի եւ այլ ցանցերի այցելուների շրջանում: Թերեւս դրանով է պայմանավորված, որ մի շարք թերթեր իրենց էջերն են ստեղծել սոցիալական ցանցերում, ինտերնետային լսարանին գրավելու միջոցներ են ձեռնարկում, վերակառուցում են իրենց կայքերը: Դրա օրինակներից է «Առավոտ», «Հրապարակ», «Ժողովուրդ», «Հայկական ժամանակ», «Զորքող իշխանություն» թերթերը, որոնք վերակառուցել են կամ վերակառուցում են իրենց կայքերը՝ դարձնելով առցանց՝ փորձելով հետ չմնալ ինտերնետային լրատվամիջոցներից: Կամ «Ժամանակ» թերթը, որն ուներ ձեւավորված լսարան, ուներ նաեւ կայք, որը հանդիսանում էր պարզապես տպագիր նյութերի ինտերնետում տեղադրման հարթակ, առանձնապես քանակական եւ որակական փոփոխություններ չէր ստեղծում: Սակայն, 1in.am կայքի մեկնարկը, որն ակտիվորեն ներկայացված է սոցիալական ցանցերում, բերեց նրան, որ այսօր այն հանդիսանում է առցանց մամուլի առաջատարներից: Հաջորդ փուլում խմբագրությունը նաեւ անցավ ցանցային հեռուստատեսության ձեւավորմանը՝ փաստացի ծածկելով ցանցային այլընտրանքային եւ ավանդական միջոցների հիմնական հնարավորությունները: Այդպես է նաեւ «Ժողովուրդ» թերթի եւ armur.am կայքի, «Հայկական ժամանակ» եւ armtimes.com-ի, «Հրապարակ» եւ hrparak.am-ի դեպքում: Փաստորեն հայկական մամուլի համար սոցիալական մեդիան դառնում է «նավարկության մեջ մնալու» միակ հնա-

րավորությունը: Ավելին՝ եթե տպագիր տարբերակով թերթերն ունեն լավագույն դեպքում տպաքանակի չնվազման միտում, ապա ինտերնետում գրեթե բոլոր ՁԼՄ-ների մոտ դիտվում է լսարանի կայուն աճ: Այդ է պատճառը, որ որոշ ավանդական թերթեր, օրինակ՝ «Չորրորդ իշխանություն» որոշել է տպագրվել ընդամենը երկու օր, փոխարենը ստեղծել է իր կայքը, «Ժողովուրդ» թերթն էլ չի տպագրվում շաբաթ օրերին, փոխարենը՝ ներդրումներն ուղղում են կայքին: Կարծում են՝ տեղեկատվական դաշտի հիմնական զարգացումն այսօր գնում է դեպի ավանդական եւ այլընտրանքային մեդիաների միաձուլում: Մամուլը պետք է օգտագործի ինտերնետը՝ որպես տեղեկատվության աղբյուր, այդ թվում՝ նաեւ որպես սեփական լսարանի դինամիկ ավելացման միջավայր: Եվ հակառակը՝ սոցիալական մեդիաները լրջորեն ազդում են ավանդական ՁԼՄ-ների եւ տեղեկատվական միջավայրի ձեւավորման վրա: Երկրորդն, ինչ այսօր ակնհայտ է, կոմքինացված ՁԼՄ-ների ձեւավորումն է, երբ տպագիր մամուլը ոչ միայն օգտվում է ինտերնետից, այլեւ դառնում է լուսա եւ տեսա-արտադրանքի հեռարձակող: Փաստորեն, ավանդական մեդիաները ստիպված են հաշվի նստելու նոր մեդիաների ոչ միայն առկայության եւ ունեցած կարեւոր դերակատարության հետ, այլեւ որոշ դեպքերում դրանց անփոխարինելիության փաստի հետ եւ ավանդական ու նոր մեդիաների համակեցության ձեւեր որոնել: Իսկ այն ավանդական ՁԼՄ-ները, որոնք չեն հետեւում այս նոր հնարավորությունների զարգացմանը, վաղ թե ուշ դուրս են մղվելու դաշտից:

Ավելացնենք, որ հայկական կայքերի եւ առցանց լրատվամիջոցների քանակը հստակ թիվը դժվար է ասել, որեւէ տեղ չեն հաշվառվում: Փորձագիտական հաշվարկներով՝ Հայաստանում գործում է ավելի քան 200 լրատվական կայք, որոնց մի մասն է միայն ակտիվ, ունի ընթերցողների կայուն քանակ եւ ազդեցության դաշտ: Օրինակ՝,Մեդիամաքսիտ maxmonitor.am համակարգը մոնիթորինգ է իրականացնում մոտ 100 առաջատար լրատվամիջոցների շրջանում: Ի դեպ, տարիներ ի վեր գործել է Circle.am համակարգը, որտեղ գրանցված էր հայկական բովանդակություն կամ պատկանելություն ունեցող կայքերի մեծամասնությունը: Այդտեղ 2013թ. հունվարի 20-ի դրությամբ գրանցված է 224 լրատվամիջոց, որտեղ օրական գրանցվել է մոտ 5 մլն այցելություն, որոնց մոտ 60%-ը Հայաստանից է[12]: Նույն ժամանակահատվածում միայն լրատվական կայքերի այցելությունները կազմում են ողջ հայկական համացանցի այցելությունների կեսը՝ օրական մոտ 2,5 միլիոն այցելություն, որոնց 65%-ն է հայաստանցի օգտատեր[13]: Ասում են, թե լրատվամիջոցների դեկավարների բողոքների պատճառով հիմնադիրները որոշեցին փակել circle.am-ը: Այժմ լրատվական կայքերի դիտումների հետ կապված մոնիթորինգ իրականացնող ամենատարածված համակարգը similarweb-ն է, որը ամեն ամսվա սկզբին հրապարակում է նախորդ ամսվա ընթացքում ամենից շատ այցելուներ ունեցած կայքերը: Այդ համակարգը կիսաբաց ռեժիմով է աշխատում, ինֆորմացիաներ ստանալու համար պետք է գրանցվել եւ գումար վճարել: Ինչ վերաբերում է Հայաստանի տպագիր լրատվամիջոցների թվին, ապա 2016թ. օգոստոսի 31-ի դրությամբ գրանցված եւ հաշվառված են նյութական կրիչի վրա թողարկվող 1330 զանգվածային լրատվության միջոց, որից՝ 876 թերթ եւ 454 ամսագիր: Այս մասին մեր հարցմանն ի պատասխան հայտնեցին արդարադատության նախարարությունից:

ԾԱՆՈԹԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

1. «Անալիտիկոն» հանդես, 2011թ ապրիլ
<http://analyticon.org/ARCHIVE/2011/april/april-2011-new-media.pdf>
2. https://www.gazeta.ru/news/business/2011/10/03/n_2035814.shtml

3. Նույն տեղում:
4. <https://www.theguardian.com/technology/2011/sep/22/tablet-forecast-gartner-ipad>
5. Նույն տեղում:
6. Ռոլանդ Դե Վոլկ, Օնլայն ժուռնալիստիկա, Եր., 2003, էջ 96:
7. <http://actualweb.ru>; <http://people-press.org/report/689/>
8. <http://digitaljournalist.org/issue0002/okrent.htm>
9. <http://www.techmanage.net/T11/011>
10. <http://www.a1plus.am/am/social/2012/03/16/eph>
11. <http://listverse.com/2011/07/03/top-10-reasons-the-newspaper-is-dying/>
12. <http://www.circle.am/?go=catinfo&cat=onelist>
13. <http://www.circle.am/?go=catinfo&cat=news>

ԱՄՓՈՓԱԳԻՐ

Ավանդական և նոր մեդիա. մրցակցություն և համակեցություն Ինգա Մարտինյան

Հոդվածում անդրադարձել ենք ավանդական եւ նոր մեդիայի համակեցության եւ մրցակցության խնդիրներին, պայքարի օբյեկտներին, տպագիր դարաշրջանի ավարտի մասին կանխատեսումներին: Միեւնույն ժամանակ. կան մի շարք տեսաբաններ, ովքեր պնդում են, որ տպագիր թերթն ու գիրքը երբեք չեն վերանա:

РЕЗЮМЕ

Особенности сосуществования и борьбы между старыми и новыми медиа Инга Мартинян

Ключевые слова: *традиционные, новые медиа, теоретики, исследования, газеты, книги, электронные хранения, электронные книги, интернет, СМИ, веб-сайты, социальные сети.*

В статье затрагивается проблема сосуществования и борьбы между старыми и новыми медиа, обозначены объекты борьбы, представлены содержащиеся в зарубежных блогах, теориях и лекциях доводы о завершения эры печатных медиа. Есть также немало теоретиков, настаивающих на том, что печатные газеты и книги не исчезнут.

SUMMARY

Peculiarities of coexistence and struggle between old and new media Inga Martinyan

Keywords: *traditional, new media, theorists, research, newspapers, books, electronic storage, internet, e-books, internet, media, websites, social networks.*

The article touches upon the issue of coexistence and struggle between old and new media, defines the objects of the struggle as well as presents the arguments found in foreign blogs, videos and lectures regarding the end of the print press era. There are also many theoreticians, claiming that print papers and books will never disappear.