

ԼՐԱԳՐՈՂԻ
ԳՐԱԴԱՐԱՆ



Վերներ Մայեր

ԼՐԱԳՐԱՅԻՆ
ԳՈՐԾ

Հ Ա Տ Ո Ր Ի I

ԵՐԵՎԱՆԻ
ՄԱՍՄՈՒԼԻ ԱԿՈՒՄԲ

ԲԱՅ ՀԱՍԱՐԱԿՈՒԹՅԱՆ
ԻՆՍՏԻՏՈՒՏ

Վերներ Մայեր

ԼՐԱԳՐԱՅԻՆ ԳՈՐԾ

Հ Ա Տ Ո Ր Ի I



«Վան Արյան»
Երեւան
2001

Վերներ Սայերի «Լրագրային գործ» գիրքը մի ձեռնարկ է, որ նախատեսված է ինչպես համալսարանների ժուռնալիստիկայի ֆակուլտետների ուսանողների, այնպես էլ լրագրողների եւ հրատարակիչների համար:

Ձեռնարկի հրատարակությունն իրականացրել է Երեւանի մամուլի ակումբը՝ Բաց հասարակության ինստիտուտի օժանդակության հիմնադրամի հայաստանյան մասնաճյուղի ֆինանսական աջակցությամբ:

Թարգմանիչներ՝ **Արմինե Աղաջանյան, Արմինե Դարությունյան, Արփինե Ստեփանյան, Նաիրա Սուքիասյան** («Քրոնոս» թարգմանչական կենտրոն)

Խմբագիր՝ **Մեսրոպ Դարությունյան**

Համակարգչային ձեւավորումը եւ էջադրումը՝ **Նարա Մենդելի եւ Արմինե Սուքիասյանի** Ծրագրի տնօրեն՝ **Բորիս Նավասարդյան**

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

VI	ԳԼԽԱԳԻՐ, ՎԵՐՏԱՌՈՒԹՅՈՒՆ, ՎԵՐՆԱԳԻՐ, ԽՈՐԱԳԻՐ	6
VII	ԱՐԽԻՎԱՅԻՆ ԱՇԽԱՏԱՆՔ	34
VIII	ՄԱԿԵՏԱՎՈՐՈՒՄ. ԱՎԵԼԻՆ ՔԱՆ ՄԻԱՅՆ ԾՐԱՐ	60
IX	ՆՈՐ ՏԵԽՆԻԿԱ	126
X	ԳԵՐՄԱՆԻԱՅԻ ՄԱՍՈՒԼԻ ԽՈՐՀՈՒՐԴ	140

VI
ԳԼԽԱԳԻՐ, ՎԵՐՏԱՌՈՒԹՅՈՒՆ,
ՎԵՐՆԱԳԻՐ, ԽՈՐԱԳԻՐ

Անձայն բղավել մրցակցության դեմ...

Դյուրըմբռնելի, ճիշտ եւ աշխույժ
պետք է լինեն նրանք...
SZ-ի լրատվական էջերի վերնագրերը

Վերնագիր. միայն ախորժաբեր պատա՞ռ
Ինչպես շարժել ընթերցողի հետաքրքրությունը

Բառախաղեր
Որքա՞ն չարածճի կարող են լինել վերնագրերը

Հայացք հին լրագրերին
Ինչպես է ծնվել գլխագիրը

Անձայն բղավել մրցակցության դեմ....

Երկխոսություն լրագրային արքա Քեյնի եւ խմբագրի միջեւ.
Քեյն. «Ինչու՞ հետազոտության գլխագիրը եռասյունակ չի»
խմբագիր. «Լուրը դրա համար բավական մեծ չէր»
Քեյն. «Միայն բավական մեծ գլխագիրն է լուրը բավական
մեծ դարձնում»:

(«Քաղաքացի Քեյնը» ֆիլմից)

Լրագրողներն իրո՞ք այդպես են մտածում: Թե որքան կարելու է
լուրը, միայն մենք ենք որոշում. մենք այն կարելու ենք դարձնում
գլխագրի միջոցով: Ուրեմն, եթե չլիներ գլխագիրը, տարբեր իրա-
դարձություններ ընթերցողի կողմից ընդհանրապես չէի՞նք գիտակց-
վի: Իսկ ինչպե՞ս է դա. հեղինակավոր մարդի՞կ են գլխագիր սար-
քում, թե՞ գլխագրերն են նախ հեղինակություն սարքում:

Իհարկե խորագիրը* կարող է որել թեմա կամ անձ գերընդօժել,
կարելությունը ուռճացնել, նշանակալիություն ձեւացնել: Սա մի
վտանգավոր հնարավորություն է: «Նոյե Ցյուրիխեր Ցայթունգ»-ը ա-
ռաջ գիտակցաբար հրաժարվում էր հաղորդագրության որել ման-
րամասն վերնագրերի մեջ տեղադրել, որպեսզի չմիջամտի ընթեր-
ցողի հետաքրքրությանը: Շվեյցարացիները գերադասում էին ընտ-
րական հաղորդման մասին գրել չափազանց չեզոք.

«Բունդեսրաթի Թեսսինյան թեկնածուն»

(Ինչը NZZ-ին չէր խանգարում տեքստին կարծիք ու գործնական
արտահայտություն խառնել):

Շոպենհաուեր.

«Բովանդակության միացագիր»

Այս ընթացքում Ցյուրիխում նույնպես գրեթե հրաժարվել են ընդ-
հանուր ամփոփող վերնագրերից: Հիմա այլ կերպ հնարավոր էլ չէ.
ընթերցողին բովանդակության մասին հստակ տեղեկություն է
պետք՝ պիտակ, սպասվելիք լուրի համառոտում, մի խոսքով՝ «բո-
վանդակության միացագիր», ինչպես Արթուր Շոպենհաուերը՝ այո,
այո, հայտնի փիլիսոփան, անվանել է կատարյալ վերնագիրը: Բո-

* Խորագիր.- Rubrik, ruber - լատ. «կարմիր»: Նախկինում կարմիր գրված, կարմիր
տպագրված վերնագիր, բաժին, սյունակ, առարկա (Մաքենզեն «Գերմանական բա-
ռարան»): Խորագիրը հավասարապես գործածվում է վերնագիր բառի փոխարեն:

վանդակության վերաբերյալ տվյալի, նախնական տեղեկատվության պահանջն ավելի մեծ է, քան երբեւէ՝ որպես ուղեցույց գերտեղեկացված հասարակության բառերի խառնաշփոթում:

Վոլֆ Շնայդերն իր «Բառերը կերտում են մարդկանց» գրքում հաշվարկել է, որ միջին հաշվով յուրաքանչյուր քաղաքացու վրա ճարճատելով տեղում է ընդհանուր առմամբ 24000 բառ, եթե նա իրոք օրեկան 43 ռուպե լրագիր է կարդում, 125 ռուպե հեռուստաէկրանի առջեւ նստում եւ 47 ռուպե ռադիո լսում, ինչպես դեռ մի քանի տարի առաջ պնդում էին վիճակագիրները: Դեռ չհաշված գործնական թրթակցությունը եւ սպառողի ուշադրությունը որսալու՝ թուցիկների, ցուցանակների կամ լուսային վիճակների հուսահատ փորձը: Իսկ բառերի հարծակումը շարունակում է աճել: Եվ դրա դեմ պայքարում լրագիրը պետք է հաղթող դուրս գա:

Այս ամբողջ աղմուկի մեջ համրացել են նաեւ գլխագրերը, որոնց տակ ընդհանուր բառագործածության մեջ հասկանում ենք ոչ միայն առաջին էջի գլխավոր վերնագիրը, այլեւ բոլոր աչքի ընկնող, աչք ծակող վերնագրերը: Նախկինում կային փողոցային վաճառողներ, ովքեր բարձրագույն հայտարարում էին օրվա սենսացիան. «Սպանություն շոգեբաղնիքում» կամ գոնե հետաքրքրություն էին առաջացնում: «Կարդացեք այսօրվա համարում», - բղավում էին նրանք առանց նշելու, թե ինչ պետք է կարդանք: Տողի որակի չափանիշ էր դառնում նույնիսկ այն, թե գլխագրերը որքան լավ կարող էին արտասանվել, հայտարարվել: Սակայն աստիճանաբար երթեւեկության աղմուկը խլացրեց վաճառողների ձայնը: Թե՞ դրա պատճառն այն էր, որ փողոցային վաճառողի չսիրված աշխատանքն աստիճանաբար ստանձնեցին արտասահմանցիները, ովքեր դժվարանում էին գերմաներեն խոսել: Լրագրերն այսօր ամփոս են առաջարկվում, եթե ձեռք չեն բերվում «համր վաճառողից»՝ ինքնասպասարկման թիթեյա ավտոմատից, որի վրայի գլխագիրը կամ լավագույն դեպքում փոքրիկ պլակատը փորձում է անձայն բղավել մրցակցության դեմ եւ անցորդներին մոտ կանչել, դիմել նրանց:

Լրատվամիջոցներ ուսումնասիրողների թվերը

Որքա՞ն ընթերցողների է գայթակղում գլխագիրը

Փողոցային վաճառքի թերթերի համար առաջին էջի գլխագրերը որոշում են նրա օրվա հաջողությունը: Ծայրահեղ դեպքերում, եւ

դա ցույց են տվել «համր վաճառողների» հետազոտությունները, ընթերցողների 20-30%-ը որոշակի թերթ գնելիս գայթակղվում է գլխազրով: «Չաջողության մնան թվերը, սակայն, իրոք բացառիկ դեպքեր են», - ասում է Գերհարդ Ունհոլցերը՝ լրատվամիջոցների հետազոտման «Ինֆրատեստ» հաստատության (Մյունխեն) գործադիր տնօրենը: Նույնիսկ եթե, նրա տվյալներով, ընդհանուր տպաքանակի, այսինքն՝ ոչ միայն «համր վաճառողների» հաճախորդների մոտավորապես միայն 10%-ն է գլխազրի շնորհիվ գնելու վերջին խթանը ստանում, ապա այդ խթանը բուլվարային թերթերի համար կենսական կարեւորություն ունի: Ընդ որում, լրատվամիջոցներ հետազոտողներն ու լրագրողները գիտակցում են, որ վերջին խթանին պետք է որոշ բաներ նախորդած լինեն. կարեւոր է ոչ միայն գլխազիրը, այլև առաջին էջի ամբողջ խառնուրդը: Կարեւորը բոլոր վերնագրերի ազդեցությունն է, եթե ուզում ես ընթերցողին գրավել ու պահել: Ամեն դեպքում, հետաքրքիր կլիներ նաեւ ուսումնասիրել, թե քանի ընթերցողի կվանի եւ մի այլ թերթի կնդի այն գլխազիրը, ուր գրավում է մյուսներին: Ցավոք, դրա վերաբերյալ թվեր չկան:

Բաժանորդագրային լրագրերի համար առաջին էջի վերնագրերը նույնպես այնքան կարեւոր են, որ հաճախ դրանց ձեւակերպման վրա խմբագիրների մի ամբողջ խումբ է ջանք թափում: Վերջապես գլխազիրը, որպես կանոն, քաղաքական ասույթ է, որը ընթերցողների փոխարեն նախօրոք ընտրություն է կատարում եւ նրանց ասում. այստեղ է օրվա ամենահետաքրքրականն ու ամենակարեւորը: Իսկ այն տողը, որը դա հաղորդում է, պետք է համապատասխանի իրադարձությանը, թերթի տոնին, էջի, ինչպես նաեւ ողջ լրագրի տպագրական ոճին:

Ինչպես բուլվարային թերթերը, այնպես էլ բաժանորդագրական լրագրերը դրանից բացի գիտեն, որ ամեն տեսակի վերնագրերն ավելի շատ են կարդացվում, քան տեքստերը: Որեւէ լրագիր թերթողը վերջում կրկնակի անգամ ավելի վերնագրերի է ծանոթանում, քան հոդվածների: Դա պարզվել է ամերիկյան հետազոտություններով: Նման թվեր ստացվել են նաեւ Գերմանիայում: Եթե Գերհարդ Ունհոլցերը դուրս բերի միջին թվերը, ապա որպես ամենահամոզիչը կանվանի հետեւյալները՝ 100 ընթերցողից, որպես կանոն, 70%-ն ընկալում է լավ տեղադրված հոդվածի վերնագիրը, բայց միայն 50%-ն է կարդում թղթակցությունը, ռեպորտաժը: Բնական գործընթաց. վերնագրի հիման վրա առանձին մարդիկ որոշում են՝ որ նյութն է իրենց համար կարեւոր:

Որքան էլ մեծ լինի գլխագրերի, ընդհանրապես վերնագրերի նշանակությունը, գիտնականներ էմիլ Դովիֆատն ու Յուրգեն Վիլ-

կեն «Լրագրության տեսություն» գրքում վերնագրերին (2-րդ հատոր, էջ 139) ընդամենը 10 տող են նվիրել.

«Հայացքը որսալու համար կարելու է նաև հետաքրքրաշարժ գլխագրերն ու վերնագրերը: Կարճ, հասկանալի եւ հրապարակախոսական ազդեցիկությամբ նրանք պետք է ամփոփեն որեւէ լուրի էությունը, որեւէ իրադարձության նշանակալից կամ կարծիք-հոդվածի հիմնական միտքը: Ընդհանուր առմամբ, ձեւավորվել են գլխագրերի ձեւակերպման որոշակի կրկնվող տիպեր: Ընդ որում, խմբագիրը պետք է հաշվի առնի, թե որքան մեծ ազդեցություն կարող են ունենալ գլխագրերը ընթերցողի վրա արդեն իսկ լրագրի բովանդակության ընկալման եւ մեկնաբանման ժամանակ»:

Այսպիսով, ինչի՞ իրավունք ունի եւ ի՞նչ պետք է անի խմբագիրն՝ ընթերցողներին որսալու եւ նրանց տեղեկատվության հոսանքով ուղեկցելու համար: Լրագրերը պե՞տք է իրենց գլխագրերը դարձնեն էլ ավելի մեծ, էլ ավելի գունավոր, էլ ավելի սենսացիոն, էլ ավելի ագրեսիվ: Արդյոք պետք է, որ նրանք ավելի շա՞տ տեղեկատվություն տեղավորեն իրենց վերնագրերում, թե՞ ավելի քիչ, ինչի մասին նույնպես մտածում են: Սովորական տողերը դեռ ժամանակակի՞ց են: Սկզբից ղեկավար սկզբունքների մասին հարցնենք այնտեղ, որտեղ գլխագրերը գլխագիր չեն կոչվում:

Դյուրըմբռնելի, ճիշտ եւ աշխույժ պետք է լինեն նրանք...

SZ-ի լրատվական էջի վերնագրերը

Ի՞նչ է պատահել: Ով ինչ է արել: Այս հարցերի ամենակարճ պատասխանը մեծ մասամբ արդեն պիտանի վերնագիր է համենայն դեպս լրատվական էջի որեւէ հոդվածի համար:

Որքան մեծ է իրադարձությունը, նույնքան կարճ է հաճախ ձեւակերպումը: Մի պատմական իրադարձություն մեզ դրա օրինակն է տրամադրում. օգոստոս 1991: Արտակարգ իրավիճակի ինքնակոչ մի կոմիտե Մոսկվայում իշխանագուրկ է արել նախագահ Միխայիլ Գորբաչովին: Հաջորդ օրը SZ-ն գրում է.

Միխայիլ Գորբաչովը տապալվել է

**Արտակարգ դրության կոմիտեն ստանձնում է կառավարության գործերը / Նոր նախագահ Յանաև. «Երկիրը մահացու վտանգի մեջ էր»
Բորիս Ելցինը խոսում է ձախ ուժերի կողմից պետական հեղաշրջման մասին եւ համընդհանուր գործադուլի կոչ անում / Տանկերը շրջափակում են Մոսկվայի կենտրոնը**

Ամենակարեւոր W-երը իհարկե գտնվում են նախա եւ ենթատողերում: Այս կառուցվածքային օրինակը տասնյակ տարիներ պահպանում է լրագրերի մեծ մասը: Մեծ իրադարձությունները համապատասխանորեն մեծ ծավալով են ծանուցվում, եթե նույնիսկ լրագրերը գիտակցում են, որ ծանուցվող լուրը վաղուց տարածվել է ռադիոյի եւ հեռուստատեսության միջոցով: Հնարավորության դեպքում լրացուցիչ տեղեկություն է ավելացվում:

«Աուգսբուրգեր Ալգեմայնե»-ն նույնպես տալիս էր Գորբաչովի անունը, բայց ընդարձակում էր ասելիքը.

Հակաբարեփոխականները տապալում են Գորբաչովին Կրենլը հայտարարում է արտակարգ դրություն

Նախկին նախագահը ձերբակալված է - Մոսկվայում շրջում են տանկերը - Բորիս Ելցինը համընդհանուր գործադուլի կոչ է անում

«Ֆրանկֆուրտեր Ռունդշաու»-ն գրում էր.

Գորբաչովի տապալումից հետո իշխանության բացահայտ պայքար

Տանկերը պաշարված են պահում Մոսկվան Ելցինը սկսում է պայքարը

Վերջապես TAZ-ը ձեւակերպում է.

Տանկեր պերեստրոյկայի փոխարեն Գորբաչովը տապալվել է

77 ամիս հետո հիմնապարատչիկները վերջ տվին Գորբաչովի դարաշրջանին / Չայտարարվել է արտակարգ դրություն / Ցուցարարները ընդդեմ գինուժի / Ելցինը հանընդհանուր գործադուլի կոչ է անում / Գորբաչովը ձերբակալված է

Չետաքրքիր է, թե այդ ժամանակ ինչ էր անցել TAZ-ի աշխատակազմի մտքով. «Դա, իհարկե, մեր հիմնական խնդիրն է՝ լուրս ուղղակի չվերարտադրել», - ասաց Անդրեաս Ռոստեկը՝ այն ժամանակ գլխավոր խմբագրության վերնագրերի պատասխանատուն: Գլխագրերը պետք է նոր մուտք առաջարկեն դեպի տեղեկատվությունը: Դրա համար տեղեկությանը նախորդում են երկու ուժեղ հասկացություն, երկու հետաքրքրաշարժ բառ, որոնք ամենակարճ ձևով նկարագրում են իրադրությունը Մոսկվայում:

Արժե փոխառնել նաև TAZ -ի մյուս միտքը. «Չետաքրքրաշարժ բառերը պետք է պարունակեն դիպուկ արտահայտություն, ոչ թե հետաքրքրաշարժություն հանուն հետաքրքրաշարժության», - ասում է Ռոստեկը: Նա չի հիշում, որ TAZ -ում երբեք է բացականչական նշան գործածված լինի: Խուսափում էին նաև հարցական նշաններից: Այս ամենի հիմնական միտքն է. «Արտահայտման մեջ նույն լրջությունը, ինչ որ այսպես կոչված որակյալ լրագրերում: Սակայն մենք փնտրում ենք այլ ձեւ, որը, չնայած անընդհատ մաղող տեղեկատվության անձրեւի, կհասնի ընթերցողին ...»:

Վերադառնա՞նք «Ջյուդոյչե Ցայթունգ»-ին եւ շարունակենք տեղեկանալ նրանց վերնագրաշինության ներքին կանոններին:

Ինչպես շատ այլ լրագրերում, վերնագրերը հասնում են փորձարկման ստենդին. աշխատանքային օրերին՝ ուշ կեսօրին, շենքի հինգերորդ հարկի մեծ գրասենյակի մի անկյունում վերնագրերի համար թուղցկաժողովի են հավաքվում պատասխանատու խմբագիրները, գլխավոր խմբագիրը (եթե տեղում է) եւ ամենակարեւոր բաժինների ներկայացուցիչները:

Քարտուղարությունն արդեն նախապատրաստել է քննարկումը եւ իմի է բերել 1-ին եւ 2-րդ էջերի բոլոր նախատեսվող բազմասյունակ վերնագրերը: Նախ եւ առաջ առաջին էջի բացման-ձեւավորման խորագիրը: Խորագիր (ռուբրիկա)՝ մի բառ, որը հարավային Գերմանիայի հրատարակչությունում, ի տարբերություն Գերմանիայի հյուսիսի, դեռ հաճույքով է գործածվում: Այն սերում է դեռ Գութենբերգի ժամանակներից:

Ռուբրում նշանակում է կարմիր. այսպես էր Գութենբերգի Աստվածաշնչում տպագրվում վերնագրի տողը: Բառը փոփոխվել է, դարձել «ռուբրիկա» եւ այսպես էլ մնացել մինչ օրս: «Գլխագիր», այս անվանումը հազվադեպ են գործածում SZ-ի խմբագրությունում:

Վերնագրերի թռուցկաժողովը տասնյակ տարիներ առաջ ներմուծել է SZ-ի գլխավոր խմբագիր Վերներ Ֆրիդմանը, եւ այն շատ լրագրերի համար այսօր հուսալի պրակտիկա է դարձել: Դրա իմաստն է. խմբագիրները, որոնք մշակում են նյութը, հավանաբար խորացած են նյութի մեջ՝ հիմա արդեն անմասնակից գլուխները պետք է միանան խորհելու, ստուգեն ազդեցությունը, ավելի լավ լուծում փնտրեն: Ո՞րն է այժմ SZ-ում լավի ու վատի, թույլատրելիի եւ անթույլատրելիի չափանիշը:

Մենք 150 աշխատանքային վերնագիր, այսինքն՝ խմբագրության նախագիծ, համեմատեցինք այն բանի հետ, ինչ հաջորդ օրը գրված էր SZ-ում: Որպես կանոն փոփոխությունները վերնագիրը դարձնում էին ավելի կարճ, ավելի պարզ, ավելի ձիգ եւ ավելի մատչելի: «Յամենատաբար հազվադեպ է պատահում, որ վերնագիրն ամբողջովին վերանայվի», - ասում է լրատվության ղեկավար Պետեր Բլեխշմիդտը:

Ավելի հասարակ, կարճ, պարզ, կենդանի. խոսքը սրա մասին է, սրան են ձգտում: Ե՛լ ինչի վրա են ուշադրություն դարձնում: Պետեր Բլեխշմիդտի հետ զրույցի ժամանակ երեւան են գալիս մի քանի հիմնական կանոններ, որոնք ամենուր պատկանում են լավ լրագրության այբուբենին: Նրանք, ի դեպ, շատ չեն տարբերվում նրանից, ինչ տարիներ առաջ Յուլոգ Դայրինգը՝ ժամանակին SZ-ի գլխավոր խմբագրության անդամներից մեկը, ասում էր նույն թեմայի վերաբերյալ: Այսօր, ինչպես այն ժամանակ, նույն կարծիքն է տիրում.

«Չափավոր հեռագրային ոճը թույլատրելի է: Վերնագրում պարտադիր չէ, որ անպայման ամբողջական նախադասություն լինի. «Ձեռնարկությունների ծախսերը պետք է նվազեցվեն»։ դա կարող է առանց այլեւայլության պարզեցվել»:

ՖԴՊ. Ձեռնարկությունների ծախսերը նվազում են

Գորբաչովը տապալվել է. սա վաղակատար ներկա է: Բայց սովորաբար վերնագրերը իրենց ասելիքն ասում են ներկայով. «ԲԴՄ-ը պլանավորում է...» «Գերմանացիներն ուզում են...», «Բոննը սպառնում է...» Անկատար անցյալ ժամանակածեւից հրաժարվում են

նույնիսկ այն դեպքում, երբ այն ուղեկցվում է ժամանակի մասին տվյալով. «Երեկ խորհրդարանում. կանցլերը հայտարարում է...»: Բացառություններ հնարավոր են: Ուրեմն խոսքը պետք է լինի մի ակնհայտորեն վաղուց տեղի ունեցած իրադարձության մասին, որ անկատար անցյալ պարտադրի: Մենք մի օրինակ գտանք Բավարիային նվիրված էջում.

Հայտնաբերվել է գերեզման՝ արժեքավոր հրերով

Նախնադարյան բավարացին խոճկոր էր ուտում Գտածոների վայրը՝ կարծես «երկրի պատմության բաց գիրք»

Կետադրական նշաններ. SZ-ի լրատվական էջերի 150 վերնագրերում, որոնց մենք հետևում էինք արդեն նախագծերից սկսած, հաճախ հայտնվում է միջակետ կամ բութ, բայց ոչ մի ստորակետ, ոչ մի բացականչական: Եթե նախադասությունը պետք է տրոհվի ստորակետներով, ապա Բլեխշմիդտի համար այն արդեն չափազանց ընդարձակ է ձեւակերպված: Բացականչական նշանը խմբագրության համար ուշադրության «կոպիտ բռնոցի» կլիներ:

Հարցական նշանները վերնագրում ցանկալի չեն SZ-ի լրատվական էջերում: «Մեզ մոտ դրանք չկան», - ասում է Պետեր Բլեխշմիդտը: Իսկ ինչպե՞ս վարվել, եթե պետական հեղաշրջումից հետո իրավիճակն անկանխատեսելի է, երբ ոչ ոք չգիտի՝ արդյո՞ք պետության ղեկավարը ձերբակալված է: Նույնիսկ նման դեպքում SZ-ում հարցական նշան չի դրվում: Գորբաչովի դեպքում այսպես էր գրված. «...իբր ձերբակալված է»: Բլեխշմիդտի համար ընդունելի են նման ձեւակերպումներ. «Հակասական լուրեր...» կամ «Իշխանության պայքար ...»:

Չակերտներից SZ-ում նույնպես պետք է խուսափել: Պատճառը՝ վերնագրում արտահայտումները հիմնականում պետք է սեղմվեն, այսինքն՝ կրճատվեն եւ փոփոխվեն: Այդ պատճառով չակերտները, որոնք լրիվ ճշգրիտ ասույթի նշան են, անթույլատրելի են: Ելքը՝ SZ-ն անվանում է աղբյուրը, դա նրա համար չափազանց կարելոր է, իսկ հետո բերում է կրճատ արտահայտությունն առանց չակերտների.

Ֆրիդրիխ Վիլհելմ 1-ին եւ Ֆրիդրիխ 2-րդ կայսրերը կրկին հանգչում են Պոտսդամում

Շթուլիտ. «Պրուսականությունը ոչ փառաբանել, ոչ էլ նգովել»

Վերնագրում հարցական նշանի վերաբերյալ խմբագրությունն անգիջում է: Նույն լրագրի մյուս բաժինները այդքան խիստ չեն: Վերնագրերում մենք գտնում ենք մեջբերումներ չակերտներում, անընդհատ բախվում ենք մի ժամանակ դատապարտելի հարցական նշանների՝ ինչպես սպորտում, այնպես էլ ֆելիտոններում կամ զանազանի բաժնում:

Մարգարաշտը պատրաստ է, թիմը նույնպե՞ս

Որքանով են կարելոր Չեխովյան մարդիկ

Կառնավալային կատակաճառ՝ արվե՞ստ է, թե՞ ոչ

Վերջին վերնագրում նաեւ միջակետ է հայտնվում, որը այլ լրագրեր չափազանց հաճախ են գործածում.

Ավագանու անդամ Հայնց. սրտի կաթվա՛ծ

Բացականչական նշանը հազվադեպ է ներս սողոսկում: Բայց պատահում է: SZ-ի հին աշխատողները ասում են. «Դա որոշ բաներ փափկեցնում է»:

Հիմնական կանոնները մեկ անգամ եւս՝ գլխատողերի ձեւով կրճատված.

- ▶ Հեռագրային ոճը վերնագրերում թույլատրելի է
- ▶ Չվախենալ ներկա ժամանակաձեւից
- ▶ Չգուշանալ կետադրական նշաններից
- ▶ Հարցական նշան ոչ լրատվական էջում
- ▶ Կրճատված մեջբերումներ առանց չակերտների՝ բայց երբեք առանց արդյուրը նշելու:

AZ. Փնտրվում է նոր տեսակետ

«Փնտրվում է մի նոր տեսակետ, նոր հայեցակետ, որը դուրս է գալիս զուտ լրատվության շրջանակներից», - ասում է դոկտոր Ուլվե

Ցիմերը՝ «Աբենդոցայտունգի» գլխավոր խմբագիրը: Իհարկե, համաշխարհային կարեւորություն ունեցող այս իրադարձությունը՝ «Հեղաշրջում Կրենլում», իշխում է նաեւ AZ-ի տիտղոսային էջում: Առօրյայի համար գործում են այլ կանոններ:

«Աբենդոցայտունգը» առաջին էջի բացման, ձեւավորման համար պարտադիր չէ, որ օրվա ամենակարեւոր թեման փնտրի, այլ այն, որը դիմում եւ հուզում է մարդկանց մեծամասնությանը», - ասում է Ցիմերը: Հաճախ հետաքրքիրն ու կարեւորը համընկնում են, եթե ոչ, ապա գլխագրային թուցկաժողովը բոլոր բաժիններում շատ երկար փնտրում է մի լուր, որը ենթադրվում է, որ կարող է դառնալ քաղաքի խոսակցության նյութը: Ցիմերի օրոք, ի դեպ, ընդհանուր առմամբ փոքրացվեց բացման վերնագրի տպագրական տառաչափը: «Ոչ մի ընթերցող դրա համար չի գանգատվել»:

Երբ Ցիմերը վերհիշում է ամենահաջողված գլխագրերը, նրա համար կրկին ու կրկին պարզ է դառնում. «Մենք սենտիմենտալ եւ խեղկատակ երգիչների հետնորդներն ենք»: Ամենամեծ հետաքրքրությունն առաջացնում են աղետները, մահվան դեպքերը, անսպասելի իրադարձությունները: Բուլվարային թերթը կանգ չի առնի նույնիսկ հույզերի առաջ. «Ով ուզում է ընթերցող որսալ, պետք է քակարդներ դնի: Գլխագրերն ու վերնագրերը այդպիսին են», - սովորեցնում է Ուվե Ցիմերը: Ամենահաճելին նրա համար այն է, երբ դրան ավելանում է նաեւ մի պտղունց հումոր կամ գոնե կախաղանվածի դառն հումոր: «Եղեք առողջ՝ այլապես բժիշկ Քյոլը ձեր արյունը կքամի» վերնագրում էր AZ-ն, երբ հայտնի դարձավ առողջապահության ոլորտում միջոցների խնայողության ողջ ծավալը: AZ-ը գլխագրում անկաշկանդ կդիմի ընթերցողին, նախարարին, ֆուտբոլային աստղին, եթե թեման պահանջում է դա: Գլխավորը. «Վերնագիրը պետք է գրգռի ախորժակը, կարդալու քաղցը»:

Այստեղ նույնպես անփոփենք գործի հանգամանքները. Հեռագրային ոճ, ներկա ժամանակածեւ՝ հանգիստ օրաթերթերի այս կանոնները նմանապես գործում են բուլվարային թերթերի համար: Ոչ մի առարկություն հարցական նշանի կամ չակերտների դեմ: Սակայն պետք է զգուշանալ ուժեղ ազդանշանների անընդհատ չարաշահումից: Արդեն տարիներ առաջ Գյունթեր Պրինցը՝ այն ժամանակ «Բիլդի» խմբագրության տնօրենը, մեծ հաճույքով կվերացներ բացականչական նշանը. «Ես այն, ինչպես սկանդալ բառը, ավելորդ եմ համարում: Բոլոր զանգվածային վաճառքի թերթերն այն չափազանց հաճախ են գործածում»: Ութսունական թվականներին դրանք գործածվում էին նույնիսկ այն պատահարների դեպքում, որոնք արդեն մեծ քաղաքի առօրյա էին դարձել:

Հարձակումն բանկի վրա

30 ամիս շիկահերի համար

Այսպես գրել էր «Բիլդը»: Սա անվանում էին «բացականչական ժուռնալիստիկա»: Այժմ բոլորը փոքր-ինչ ավելի զգույշ են վարվում դրա հետ: Այս տպավորությունն առաջանում է համենայն դեպս բուլվարային թերթերն աչքի անցկացնելուց: Բայց եթե ինքնաբերաբար առաջանում է մի հնչուն, հիշվող բացականչություն, ապա կարելի է հաճույքով բացականչական նշան դնել եւ իրոք գոհ լինել: Վաղուց մոռացվել է արդեն թոշակի անցած խմբագիրների հորդորը՝ վերնագրերում գնահատական չդնել: Հիմա բուլվարային թերթերում կշտամբում են, զարմանում ու նաեւ գովում, անկաշկանդ բոլոր աստիճանների գնահատականներ տալիս:

Ի՞նչ լավ է

Նախագահը փախստականների մոտ

Վերնագրերի բովանդակությունը փոխվում է. դեռ գերակշռում են լրատվական բնույթի վերնագրեր: Բայց շատերին մերկ հաղորդագրությունն այլեւս չի բավարարում: Նույնիսկ ամենալուրջ լրագրերը օգտագործում են բուլվարային թերթերի միջոցները. ամենուր հետաքրքրաշարժ արտահայտություններ եւ «հնարախոսություններ», փորձ՝ ցույց տալու, թե ինչ է տեղի ունենում որեւէ իրադարձությունից հետո ...

Եվ բացի այդ ամենից, փողոցային վաճառքը բոլորի համար է կարելուր դառնում՝ համակարգչային ամսագրերի համար նույնքան, որքան ժամանցային ամսագրի կամ օրաթերթերի համար: Շուրջբոլորը գործում է այն, ինչ գրում է «Շթերնի» հեղինակ Ռայներ Ֆաբիանը ամսագրերի առաջին էջի նշանակության մասին.

«Ով ասելիք ունի, ուզում է շատերին ասել: Քանի որ լուրը, որը տեղ չի հասնում, արժեք չունի: Պարբերականի համար սա նշանակում է. այն պետք է վաճառվի, եւ այն էլ մեկ առ մեկ, միլիոնապատիկ քանքերով: Եվ քանի որ ոչ մեկից չես կարող պահանջել, որ աչքը փակ գնում կատարի, ապա լրագրողները հին վաճառականների նման ցուցափեղկում ստիպված են ցուցադրել իրենց ունեցածը: Ճակատանկարները՝ լավ գեղագարդված, ընթերցողին առա-

ջարկում են գվարճանք, նորություն, կյանքի օգնություն, կենսուրախություն եւ, պետք է հուսալ, ճշմարտություն: Եթե վերնագրային էջը չկարողացավ տեսախայծ հանդիսանալ, ապա խմբագրությունը կարող է փասա-փուսան հավաքել»:

Տարբերությունը. բոլորն են ուզում գրավել ընթերցողին, միայն թե բուլվարային մամուլը եւ լրագրերը դա անում են տպագրական տարուներից զրեթե չկաշկանդված, գրավիչ բառերով հրապուրված, կատաղի վճռականությամբ՝ աչքի ընկնել լուրերի հորձանուտում: Գրավիչ խոսք է միտքդ եկել: Խնդրե՛մ: Հանրաճանաչ դեմքերը միշտ պահանջարկ ունեն. երբեմն բարեկամ լինելն էլ է արդեն բավական՝ գլխագրում հայտնվելու համար. «Դժբախտ դեպք Շտեֆֆի Գրաֆի եղբոր հետ»:

Լուրջ, թե միայն արտաքին էֆեկտի համար՝ բոլոր թվարկած դեպքերում իշխում է հին կանոնը. ամենակարեւոր ասելիքը՝ գլխավոր տողում, պարզաբանումները, լրացումները, հավելվածները՝ ստորին տողում: Բայց այդ դեպքում, ցավոք, հաճախ պատահում է, որ առաջին նախադասությունը կրկնում է վերնագիրը.

Կանադան նախապատրաստում է «դարի հավաքույթը»

SAD, Օտտավա

Կանադան նախապատրաստվում է «դարի հավաքույթին»: ...

Վերնագիրը միայն ավտորժաբեր պատահան

Ինչպես են շարժում ընթերցողի հետաքրքրությունը

Ամենից կարեւորը վերնագրում: Այդպես էլ մնա՞: Որոշ դեպքերում լավ չէ՞ր լինի արդյոք, եթե խորագիրը իրոք միայն ավտորժաբեր պատահան լիներ: Որքա՞նն է չափազանց: Այս հարցերում տեսանելի են ծայրահեղ հակասություններ:

«Ձյուղդոյչե ցայթունգում»-ում լրատվական էջի վերնագիրը պետք է պարունակի առատ գործնական արտահայտություններ, որպես կողմնորոշման օգնություն ընթերցողի համար: Վերջիվերջո SZ-ն ամենածավալուն գերմանական օրաթերթն է: Եվ քանի որ հնարավոր չէ ամեն ինչ կարդալ, ապա վերնագիրը պետք է լինի բովանդակության ընդարձակ ցանկ:

«Ոչ թե ամբողջ պատմությունը հայտնել, այլ մանրամասների միջոցով հրապուրել: Մենք ուզում ենք գրգռել ընթերցողի հետաքրքրությունը»,- վերջերս ասում են ոչ միայն բուլվարային լրագրերի խմբագիրները: Բացի այդ, վերնագիրը չպետք է ծանրաբեռնված լինի մանրամասներով. վերնագրում 10 բառից ավելին ընթերցողն ընդհանրապես չի ընկալում:

Կան մի քանի միջոցներ դրան հասնելու համար, դրանց թվում մեկը, որը գործնականում հարյուրավոր տարիների վաղեմություն ունի՝ Ինչպես եւ Ինչու վերնագրերը: Վերցնենք մի քանի համդեսներ ու օրաթերթեր, որոնք դրված են սեղանին.

«Շթերնի» տիտղոսային էջը.

**ԻՆՉՈՒ ԵՆ
տղամարդիկ
տղամարդկանց
սիրում**

Նայենք «Ձյուղդոյչե Ցայթունգ»-ում.

Ավելի քան 20 խանութների եւ ֆիրմաների տերեր կանգնած են ավերակների առաջ

**Ինչպես Նոյքիրխենը խորասուզվեց
հեղեղի ալիքի մեջ**

Մինչ 4 մետր բարձրությամբ ջրի պատը մեքենաներն իրար վրա էր դիզում եւ ամբողջ բնակարաններ դատարկում

«Ֆրանկֆուրտեր Ալգեմայնե».

Այստեղ Ստալինը սենեկապետ էր

Վիեննական հուշեր ցարական եւ սովետական Ռուսաստանի մասին

Միայն տասներկուերորդ պարբերությունում ենք տեղեկանում, որ Ստալինը 1913-ին Վիեննայում գրանցման մի բլանկում որպես մասնագիտություն նշել է «սպասավոր»: Օրաթերթում, թե «Ֆրայ-ցայթ Ռեվյուում»՝ ամենուր ինչու-վերնագրեր. հետաքրքրություն չարժող, որեւէ թեմա շոշափելու մի անասելի հարմար միջոց: Ինչու՞ անմիջապես ամեն ինչ ասել: Ինչպես կամ ինչու-տողերը ոչ այլ ինչ են, քան հարց, որն անմիջապես պատասխան է նախագուշակում. հետեւյալ հողվածում այն կկարդանք:

Լրագրային գործիչները այն գնահատում էին արդեն երեսնամյա պատերազմի ժամանակ: Առաջին ինչպես-տողը մենք հայտնաբերել ենք Շտեթինյան մի լրագրում, 1630-ի հուլիս-օգոստոսին (գոթական շրիֆտ).

Ինչպես Շվեդիայի թագավորն իր արմադայով ...

Աստիճանաբար ակնհայտ է դառնում մի միտում: Գոյություն ունի, կոպիտ դասակարգման դեպքում, վերնագրերի 3 տարատեսակ.

- ▶ 1. Ինֆորմացիան ամբողջապես: Գլխավոր տողը ամփոփում է ամենակարեւորը, այն համառոտ է ձեւակերպված, բայց այնուհանդերձ բովանդակության ընդարձակ տեղեկություն է. «Գորբաչովը տապալվել է»: Իսկ թե արդյո՞ք խաղերը թույլատրելի են կախված է թեմայից:
- ▶ 2. Թերի ինֆորմացիա: Այս վերնագիրը գլխավոր տողում նշում է թեման, բայց W-երը եւ հարցերը անպատասխան է թողնում: Այն ուզում է հետաքրքրությունը շարժել: «Նախնադարյան բավարացին խոճկոր էր ուտում», գրում է Բավարիային նվիրված էջը: Հետաքրքրություն շարժողը միայն կանխագուշակում է. «Ինչ էր ուտում նախաբավարացին հատկապես հաճույքով...»
- ▶ 3. Դասական վերնագրի հակոտնյան, հետաքրքրություն շարժողը: Գլխավոր տողում ոչ մի W չկա: Որոշ, բայց ոչ բոլոր կարեւոր տեղեկությունները առաջարկվում են նախա-

եւ ենթատողերում: «Սա աչք է ծակում», հաղորդում է մի վերնագիր «Շթերնում»: Միայն ենթատողում է պարզաբանվում, որ այստեղ խոսքը մի հսկայական ֆոտոցուցահանդեսի մասին է:

Չարաճճիությունը վերնագրում վաղեմի ավանդույթներ ունի: Ամենահիասքանչ օրինակները «Ջյուդոյչե Ցայթունգ»-ը տրամադրել է դեռ տասնամյակներ առաջ: Այնտեղ, հատկապես տեղական նորությունների խմբագրությունում, կրքոտ կերպով այնքան էին հղկում տողերը, մինչեւ բառախաղ, պատկեր, համեմատություն ստացվեր, մինչեւ ընթերցողը ժպտար, իսկ գավառում լրագրողն իր առաջ նպատակ դներ՝ ես էլ այդպես կանեմ: Մենք անցյալից բերել ենք այդ խաղացկուն վերնագրերից մի քանիսը ...

Բառախաղեր

Որքա՞ն չարաճճի կարող են լինել վերնագրերը

Հրատարակչության ճաշարանում Բերնհարդ Պոլակին գրեթե չէիր տեսնի: Իր ժամանակ՝ 1945-ից մինչեւ 1970-ը, որպես SZ-ի տեղական խմբագիր, նա կեսօրին ընդմիջում չէր անում. հենց վաղ կեսօրին նրան թանկ էր յուրաքանչյուր րոպեն՝ որպեսզի լռության մեջ կարողանար խնամքոտ կրթով խմբագրել եւ աշխատել վերնագրերի վրա...

Խնամքոտ կրթով՝ սա նրա աշխատելու ոճն էր. Պոլակը փորձում էր պրպտող համբերությամբ դուրս կորզել թաքնվածը, բացահայտել բառախաղը: Մյունխենի Ջենդլինգեր փողոցի թիվ 80 շենքի 3-րդ հարկի նրա գրասենյակը այսպես դառնում էր մի ուսումնական արհեստանոց՝ բառախաղերի համար, հատկապես վերնագրերում:

Անշուշտ, ուրախ, չարաճճի վերնագրերը ըստ էության նորություն չէին: Բայց ամեն դեպքում 2-րդ համաշխարհային պատերազմից հետո դրանց հաճույթը նորից պետք է հայտնաբերվեր: Նացիստական ժամանակների պրոպագանդայի փրփուրը դեռ ականջներին՝ մարդիկ սկզբում սիրում էին զսպվածություն, կարծիքի եւ լուրի խիստ բաժանում, որը բառախաղի դեպքում ջնջվում է: Նոր օբյեկտիվությունը, նոր ազատությունը վերջապես այստեղ նույնպես

թույլ տվեցին ֆելիետոնիստական պոռթկումներ: Իսկ Պոլակն ի ծնե ֆելիետոնիստ էր, որի համար էլ Վերնեթ Ֆրիդմանը՝ SZ-ի համահրատարակիչը, նրա վրա այդ պարտականությունը դրեց. «Մյունխենի նման քաղաքում մեզ տեղական խրոնիկայի մասում ֆելիետոնիստ է պետք», - ասում էր Ֆրիդմանը: Այսպես Պոլակը հայտնվեց իր գրասեղանի մոտ, այսպես տեղական խրոնիկան դարձավ բառախաղահրապարակ: Ցիտատների հետ ձեռնածություններ անելով, երգերի վերնագրերը տարփոխելով, ծանոթ հասկացությունները մի քիչ աղավաղելով, փոփոխելով՝ նա գրում էր վերնագրեր, ինչպիսիք սրանք են (հիարկե, միշտ գործնական, պարզաբանող ենթավերնագրերով):

Նա պճնվում էր այլոց հայրերով

(Մեղադրյալ, որն իրեն հանրահայտ մարդկանց որդին էր ձեւացրել)

Հիմա բարակավիզ աքլորը վարպետ դերձակ է

(Ընդգծված բարեկազմությունը տղամարդկանց նորածնություն մեջ)

(Գերմ. ասացվածք. Այստեղ բարակավիզ աքլորն է խոհարար՝ նշանակում է մարդիկ այստեղ կիսասոված են ապրում - ծ.թ.)

Ձիարշավը նրանց հաղթածին է

(Աշխույժ եռուզեռ ձիարշավական դպրոցներում)

Իսկ «պտղիկները» միրգ են յուրացնում

(Պատանի գողերը մթերային շուկայում)

Եթե միայն հուրը լիներ. ասում է հրշեջ խումբը

(Թղթակցություն հրշեջների բազմազան խնդիրների մասին)

Կենդանիների համար նրանք դմնեղուռ են ընկնում

(Կենդանիների պաշտպանության միության հավաքում)

Մազեր կտրելը ծկեւու առիթ

(Կալանավորը փախչում է ոստիկանության վարսավիրանոցից)

Այստեղ հրացանն է նշան բռնվում

(Ձենքի ստուգման ծառայությունում)

Բախի ջրերով Ատլանտյան օվկիանոսից այն կողմ
(Մյունխենի Բախի անվան երգչախմբի շրջագայությունը)
(Բախ. գերմաներեն նշանակում է առվակ – ծ.թ.)

Ինչ է ոտքի կանգնեցում բալետի տնօրենը
(Յուրախաղերի շաբաթվա ծրագրերը)

Երեկոյան կինը ցնցոտիներով է դուրս գալիս
(Մոդայի ցուցադրում.
Գերմաներենում՝ ծոպ ու ցնցոտի նույն բառի տարբեր նշանակությունն են - ծ.թ.)

Անգլիսապտույտ խարդախուհին
(Նա ոստիկանությունից փախավ տանիքով)

Օ, մայիս՝ հեծեծում են էքսկուրսանտները
(Մառախլապատ շաբաթվա վերջ)

Չեչտ բան չկարծեք՝ ամեն ինչից երեք-երեք
(Ձրույց ծնողների հետ՝ եռյակի ծնվելուց հետո)

Նրանք գարշահոտ գազանմակ նետեցին ու գոլորշիացան
(Ոստիկանական հաղորդագրություն)

Ձեռնաքաշը ձեռք է քաշել աղքատությունից
(Գողը մեղադրյալի աթոռին)

Չազարավոր չչակներ՝ ոռնալու բան
(Նախապատրաստություն հակաօդային պաշտպանության համար)

Ամեն օր՝ ժամը 4-ից, կարճ շրջագայություն Մյունխենով
(Չաղորդում փողոցների մաքրման մասին)

Պոլակը հետո միայն իմացավ, որ իր վերնագրերը մի ամբողջ դպրոց էին: Ամենուր, որտեղ հնարավոր էր SZ կարդալ, երիտասարդ լրագրողները, ովքեր նոր էին սկսում իրենց կարիերան, Պոլակի բառախաղերը ընդունում էին որպես տիպօրինակ, քանի որ չկային դասագրքեր, որտեղ նրանք կարողանային գտնել, թե ինչպիսին պետք է լինի վերնագիրը: Պոլակի ոճն այսօր այլևս չի համապատասխան

նում ժամանակին ու լրագրերին: Իրոք, մենք այսօր ավելի սառն ու կոպիտ ենք դարձել, թե՞ մոռացվել է կատակաշինության արվեստը: Որպես օրինակ բերենք կրկին «Շթերնին»: Երբ Յենրի Լանենին հարցրին մի առանձնահատուկ ինքնատիպ վերնագրի մասին, նա անվանեց սա.

Օմարն ու մանգաղը

Արմատային մեկ հնչյունի փոփոխությամբ մուրճը դարձել է օմար (գերմ.՝ Hammer- մուրճ, Hummer - օմար): Սա մի ռեպորտաժի վերնագիրն էր, որը պատմում էր Օնասիսի ժառանգներից մեկի՝ մի մոսկվացի նավատիրոջ հետ հարսանիքի մասին: Լանենը իհարկե անմիջապես նշեց, որ չարաճճի գլխավոր վերնագիրը պետք է լրացվի գործնական նախատողով կամ ենթատողով, որոնք ճշգրիտ կասեն, ինչի մասին է խոսքը՝ որ մի միլիարդատիրուհի ամուսնանում է մի կոմունիստական ֆունկցիոների հետ:

Որպես հանրագումար՝ նաեւ համեմատաբար կոշտ թեմաների դեպքում բառախաղային վերնագրերը կարող են թույլատրելի լինել, եթե սրախոսությունը ճիշտ է, եթե կատակը տեղին է: Սակայն հիմարության եւ հիմարեցնելու միջեւ տարբերությունը հենց չարաճճի վերնագրերում է սարսափելի փոքր: Գործնական վերնագիրը, եթե բովանդակությամբ ծուռ էլ լինի, պարտադիր չէ, որ աչքի ընկնի: Բայց անտաշ սրախոսությունն աչք է ծակում, ցավ է պատճառում: Խաղը պետք է համապատասխանի թերթի կամ գոնե բաժնի ոճին: Տարբեր թեմաներին նվիրված, տեղական խորհրդակալի էջերում դա կարելի է անել. քաղաքականությանը նվիրված էջն էլ դրանից չի հրաժարվում, ինչպես երեւում է մեծ լրագրերից:

Պոլակի լրացումը.

«Երեւի Դուք պետք է նաեւ հիշատակեք, որ նաեւ տեղական մատուցում կան թղթակցություններ եւ ռեպորտաժներ, որոնց դեպքում կատակը տեղին չէ: Օրինակ.

Սպանությունը նրան մահու չափ ուրախացնում էր

այդպես չի կարելի»:

Բայց ինչպե՞ս են հասնում բառախաղին, իմպրովիզացիային: Դրան օգնու՞մ են այն ձեռնարկները, որոնք այնպիսի վերնագրերի միջոցով, ինչպիսիք են «Ասա ավելի դիպուկ», առաջարկում են լրացուցիչ բառեր եւ խթաններ: Բերնհարդ Պոլակը այս հարցին պատասխանում է՝ գլուխը բացասաբար շարժելով: Ոչ, նման գրական

գրգռիչ միջոցներ նա երբեք չի օգտագործել, նա դրանց կարիքը չի էլ զգացել: Նրան օգնում էր վերոհիշյալ խնամքոտ կիրքը: Տողից տող անցնելով՝ տեքստում ավելի լավ արտահայտություններ փնտրելով՝ ձեռավորվում էին նաեւ բառախաղերը, մտահղացումները վերնագրի համար:

Բառերի հետ այսպես են խաղում...

Որոշ խմբագիրներ նախ իրենց համար համառոտ թեզիսներ են գրի առնում: Ի՞նչ պետք է վերնագրում անպայման ասվի: Տվյալ հատվածում խոսքը

- ▶ **Գլխատողի**
- ▶ **Վերնագրի**
- ▶ **Բառերի եւ բառախաղերի**

մասին է: Սա գրանցվում է: Ի՞նչ անել հետո: Բառախաղ ստանալու համար պետք է հենց բառերի հետ խաղալ, դրանք տարափոխել, շուռուճուռ տալ: Պետք է փորձել ամեն ինչ.

որեւէ հակադրություն, կոնտրաստ, գուցե որեւէ դարձվածքի հետ կապված

Երկարները չեն ուզում երկար ժամանակ նեղություն կրել
(Չաղորդում չափազանց մեծ չափսեր ունեցող մարդկանց հոգսերի մասին - «Մյունխեներ Մերկուր»)

Միավորված ազգերը՝ բաժանված
(Լարվածություն միավորված ազգերում. Առաջնորդող հոդված FAZ-ում)

որեւէ տարբերակ, աղավաղում, համահնչունություն, խաղ հնչյունների հետ

Խփող խաղը նմանվեց խփռոցի
(Չաղորդում մի հատկապես կոպիտ ձեռնագնդակ - խաղի մասին / AZ)

որեւէ դարձվածք, մեջբերում

Բավարիայում պանրի գործը բուրդ է

(Պետական ստուգողների բողոքները: Հաղորդագրությունը նույնպես սկսվում էր բառախաղով. Բավարիայում պանրից վատ հոտ է գալիս / SZ)

որեւէ պատկեր, փոխաբերություն
Նա կորցրեց գլուխը, որովհետեւ ուզում էր պահպանել դեմքը
(Դատական գործ. սպանություն՝ հեղինակությունը կորցնելու վախից / «Ֆրենկիշե պրեսսե»)

որեւէ հանգ, բաղաձայնույթ

Աղավնիները դունդունում են, քաղաքացիները մրթմրթացնում (SZ)

Կաթը կայտառեցնում է տկար տղամարդկանց
(Գովազդային սլոգան, որը բազմիցս փոխառվել է գերմանական լրագրերի կողմից որպես վերնագիր)

սազական հանրաճանաչ երգ, շյազեր ...

Կարճ, պարզ, ազդեցիկ

Ձարգացման ուղղություն վերնագրերում.

ավելի զուսպ, ավելի համառոտ, ավելի չարաճճի

Հիմա բուլվարային շունչ է փչում նաեւ ամենալուրջ լրագրերից (տես «Լուրեր» գլխում): Այդ շունչը հատկապես զգացվում է վերնագրերում: Տեղեկատվության հորձանուտում կոնկրետ թեմայի նկատմամբ հետաքրքրություն առաջացնելու փորձերում հիմա նաեւ բաժանորդագրական լրագրերը ծայրահեղության աստիճանի են հասցնում այն հնարավորությունները, որոնք մինչ այժմ օգտագործում էին միայն բուլվարային թերթերը: Այդ հնարավորությունների թվին են պատկանում ամենագործնական համառոտությունը եւ ամբարտավան խաղացկունությունը, ինչպես նաեւ գրավիչ ու հետաքրքրություն շարժող բառերով եւ բացականչություններով խաղը:

Այսպես է կառուցվում արդեն տասնյակ տարիներ շարունակ իր վերնագրերը «Շպիգելը»՝ գրավիչ բառերը որպես գլխավոր վերնագիր: Ենթատողերում, որոնք կոչվում են նաև հանգույց, հետևում է բովանդակության յուրատեսակ շարադրում. մենք տեղեկանում ենք, թե բանն ինչ է:

Աղետներ

Ամբողջովին թաց հացահատիկի շտենարան

Ջրհեղեղի առասպելի առեղծվածը վերծանված է: ԱՄՆ-ի երկրաբանները մերծանելովյան նստվածքներում մի ահռելի հեղեղաալիքի հետքեր են հայտնաբերել:

Նախկինում խմբագրությունը նշանաբանի, այսինքն՝ միասյունակ հողվածի ենթատողերի համար պետք է սահմանափակվեր երկու տողով, մինչդեռ հիմա դրանք հաճախ չորսը կամ հինգն են:

Վերնագրի այս տիպը՝ գրավիչ բառեր վերնագրում, բացատրությունը ենթատողում, ավելի ու ավելի հաճախ ենք գտնում այլ բաժիններում՝ տեղական խորհրդակալում, ռեպորտաժների էջում, քաղաքականության, նաև սպորտի մեջ: Մի օրինակ SZ-ից.

Անօգնական, ոչ միամիտ, անզոր

«Կառլսրուեն» պարտվում է «Շալկեից» 0:1 հաշվով եւ բարդություններ առաջ բերում

«Վոխեն» ակնհայտորեն գնահատում է վերնագրերի այս տեսակը.

Անազնիվ օյիններ

Խաբեություն եւ խարդախություն աշխատանքից ազատելուց. ֆիրմաները երիտասարդեցնում են իրենց աշխատակազմը սոցիալական դրամարկդի հաշվին: Այդ պարզում են դատախազները

Այսպիսի վերնագրերում դեր է խաղում հետեւյալ դատողությունը. Բառերի առաջարկը վերնագրերում հաճախ չափազանց ճոխ է:

Նախատող, գլխատող, ենթատող, հետո հանգույցը, որը կրկնում է ամենակարեւորը:

Այսպիսով աչքը ստիպված է լինում ճեղքել-անցնել տեղեկատվության մացառուտը:

Փոքր-ինչ պարզեցնենք.

Նախատողեր. Դրանք վերացվում են կամ ներկայացվում ավելի մեծ տառատեսակով, քան մինչ այժմ, արտահայտման ձևի մեջ մնում են չափազանց հակիրճ, երբեմն սահմանափակվում են միայն մի նշանագրով. Արտասահման, Գերմանիա, Բավարիա... Չափազանց շատ մարդկանց կողմից նախատողերը անտեսվում են: Տպագրվելիք նյութի (copytest) մի փորձից.

**Ընտրությունների արդյունքները. բուրգերների
կուսակցությունը պարզ մեծամասնություն է ստացել**

Ձախերը տանուլ են տալիս Շվեդիայի ընտրությունները

Հարցման մասնակիցների 65%-ը կարդացել է գլխավոր տողը, եւ միայն 35%-ը՝ նախատողերը: Հաճախ նախատողերը կարդացողների թիվը էլ ավելի փոքր է:

Վերնագրի մյուս կառուցվածքը՝ գրավիչ բառերը գլխավոր վերնագրում, W-երը ենթատողում, թույլատրում է մի նոր դրամատուրգիա, ձեւը ազդում է բովանդակության վրա: Մենք ստիպված չենք W-երը հողվածի առաջին պարբերությունում մեկ անգամ եւս կրկնել, ինչպես ընդունված էր մինչ այժմ (տես «Հանգույց» գլխում): Աշխույժ վերնագիրը օգնում է հաղորդագրությունը նույնպես աշխույժ դարձնել:

Վերջում եւս մի հետադարձ հայացք. շատ բան այն ամենից, ինչ մենք գործածում ենք մեր օրերում, մի ժամանակ արդեն գոյություն է ունեցել: Գլխագիրն, օրինակ, գոյություն ուներ շատ ավելի վաղ, քան ստեղծվել է այդ բառը: Զուգադիպությունը պահանջում է, որ մենք այս թեմայի վերաբերյալ մեջբերեինք Պոլակ անունով մի լրագրողի, որն ապրել է ավելի քան 100 տարի առաջ եւ SZ-ի վերոհիշյալ Պոլակի հետ կիսում է ոչ միայն անունն, այլեւ վերնագիր ստեղծելու հավեսը ...

Հայացք հին լրագրերին

Ինչպես է ծնվել գլխագիրը

Վիեննա 1867: «Մի ինքնատիպ նորամուծություն ... կար վերնագրերում: Նրանց համար հոգածու խնամք էին տանում: Խմբագրության ժողովներում, որոնցում ներգրավվում են բոլոր խմբագիրները, եւ որտեղ համատեղ քննարկվում է թերթերի կազմությունը, ամենայն եռանդով ու լրջությամբ խորհրդակցում էին վերնագրերի մասին՝ ոչ միայն առաջնորդող հոդվածի, այլ բոլոր կարեւոր իրադարձությունների, որոնց մասին պետք է տեղեկացվեին ընթերցողները, այնպես, ինչպես օրվա ամենակարեւոր հարցերի շուրջ: Իսկ լավագույն վերնագրի համար միշտ տրամադրվում է հատուկ հոնորար՝ տասը կրեյցերի չափով՝ վարձատրության եւ քաջալերանքի համար, ինչպես կատակով ասվեց... Անկասկած է, որ վերնագրերը օրաթերթում որոշակի հետաքրքրություն են առաջացնում եւ գտել են իրենց ընթերցողներին»:

(Հայնրիխ Պոլակ «30 տարի մի լրագրողի կյանքից», լույս է տեսել Վիեննայում)

Վերնագրեր ստեղծելու ժողովները, իրենց այսօրվա ընդունված ձեւով, գոյություն ունեին ուրեմն ավելի քան 100 տարի առաջ: Այն ժամանակ գլխագիր բառը կարծես դեռ ընդունված չէր թերթում: Մի քանի տարի անց այն պետք է որ այնտեղ առանձնացած լինի, որտեղից էր այն Հայնրիխ Պոլակը. առաջին անգամ մենք այդ բառը գտանք մի գրքում, որը 1878-ին լույս էր տեսել Վիեննայում, Պեստում, Լայպցիգում եւ հենց Յ.Յ. Վելեի՝ սիրո եւ ընթերցման արժանի «Լրագիր» ձեռնարկում.

«Վերնագիրը կամ այսպես կոչված գլխաբառը, որը տեղեկացնում է հոդվածի բովանդակության մասին, միշտ ցանկալի հավելում է: Երբ որեւէ թղթակցությունում բազմաթիվ թեմաներ են արժարժվում, դրանց անվանումը հոդվածի վերելի գլխագրում հեշտացնում է ընթերցման ջանքերը խմբագրի համար: Հասարակության համար վերնագրերն ու վերտառությունները միշտ ցանկալի են: Նա սիրում է այդ եղանակով մի հայացքով աչքի անցկացնել մենյուն...»:

Ահա, ուրեմն գլխաբառ բառից է առաջացել գլխագիրը: Նախկինում տպագրված տեքստի սկզբում գրված էր մի նշանաբառ, դրանից հետագայում ստացվեց կես նախադասություն, մի տող, գլխատող: Եվ այն շատ արագ իրեն դրսևորեց որպես աչքի ընկնող վերնագրի ընդհանուր արտահայտություն եւ այն էլ ոչ միայն հրապարակման առաջին էջում:

Սակայն սկզբում գլխագիրը պարզապես անսաթվի եւ վայրի նշման տող էր, որը բովանդակության վերաբերյալ ոչ մի նշում չէր տալիս:

Այն հին, դաժան ժամանակներում, երբ տիրում էր երեսնամյա պատերազմը, մարդիկ անշուշտ ազատ ժամանակ ունեին կարդալու համար, բայց այնուամենայնիվ տպագրիչները գնալով ավելի ու ավելի իրենց պարտքն էին համարում մեծ վերնագրերի միջոցով դիմել ընթերցողներին եւ նրանց ուշադրությունը հրավիրել այն աղետի վրա, որը պետք է ծանուցվեր: Ի դեպ, արդեն անցյալում հակում կար ներկա ժամանակաձեւի նկատմամբ: Վերնագիրը կազմելիս, ինչպես եւ այսօր, որպես պատմելաձեւ նախընտրում էին ներկա ժամանակաձեւը: 1634թ. «Վոխենթլիխե Յայթունգեն» շաբաթաթերթի 100-րդ համարում ներկայացնում էին մի պատերազմական հաղորդագրություն հետեւյալ վերնագրով.

Թիվ 100, 1634 թվական

Վոխենթլիխե Յայթունգեն

Դուքս Բերնհարդտը եւ

**Ֆրանսիացիները / հարձակվում եւ հաղթում են կայսրին
Յունգարիայում՝ Լադենբուրգի մոտ, Նեքերի ափին կործանում են
10 կայսերական զունդ, գերեվարում 48 դրոշ /
վիրավոր կայսրը հեռանում է Նեւբուրգ:**

Ամսօրյապես դրա տակ եւս մի բան, ինչ այսօր անվանում ենք գծանշում. մի աղետի մասին հաղորդագրության ծանուցում թերթի ներքին մասում.

**Հիմնավոր զեկույց / մեծ ջրհեղեղ Ջուլշթայնում / այնտեղ խեղդվել է
ավելի քան 30 հազար մարդ**

Որն է նախընտրելի՝ փոքրիկ գլխաբառերը, թե՞ ճոխ գլխագրերը: Այս հարցի շուրջ բոլոր ժամանակներում լրագրային գործիչների հայացքներն իրարից շատ են տարբերվել:

Սակայն եղան դեպքեր, որոնք նույնիսկ սովորաբար հանգիստ լրագրերին ուղղակի ստիպեցին գլխագիրը տպել ամբողջ առաջին էջի բոլոր սյունակների լայնքով մեկ: «Մյունխեներ Նոյեսթե Նախրիխթեն»-ի 1914թ. հունիսի 29 համարից.

Արքղուքս գահաժառանգը եւ նրա հարսնացուն սպանված են

**Ձախողված մահափորձ ռումբով - Սպանվել են ատրճանակի կրակոցներից -
Սահափորձ կատարողները ձերբակալված են**

Ամփոփենք.

Գլխագրերը՝ ոչ միայն փողոցային վաճառքի թերթերում են դառնում ավելի ճշան: Այսօր դրանք երբեւէ եղածներից ամենաբուռն են, ինչպես ձեւի, այնպես էլ բովանդակության առումով: Իսկ որոշ բաներ, ինչին առաջ բուլվարային թերթերում դժկամությամբ էին նայում, մուտք է գործում նաեւ օրաթերթերի մեջ:

Միայն վերնագրերի տոնայնություն չէ, որ փոխվում է, դառնում ավելի հանդուգն, ավելի անպարկեշտ, ավելի սառը կամ խաղացկուն: Ձեւավորվում են նաեւ վերնագրերի նոր ձեւեր, որոնք ազդում են ամբողջ հողվածի կառուցվածքի վրա:

- ▶ **Նախատողեր.** Դրանք վերացվում են կամ գրվում ավելի մեծ տառատեսակով քան մինչ այժմ: Շուկայագետները պարզել են, որ նախատողերը ի գիտություն չեն ընդունվում, եթե փոքր են գրված:
- ▶ **Գլխավոր տող.** Գործնական, զուտ տեղեկատվությամբ սահմանափակված ձեւը կարող ենք գտնել միայն լրատվական էջերում: Դրան հակառակ ավելի բազմաթիվ են դառնում հետաքրքրություն շարժողները, խաղերը, զրավիչ բաները, եթե թույլ է տալիս թեման, նույնիսկ տնտեսական բաժնում:
- ▶ **Ենթատողեր.** Մեծանում է մինչ այժմ հանգույցին բնորոշ խնդիրները ենթատողերին փոխանցելու հակումը: Վերնագրում հայտնվում են ամենակարեւոր փաստերը. հանգույցն ու գլխավոր տողը բեռնափվում են պարտադիր նյութերից եւ կարող են հետեւել սեփական օրենքներին: Ընդ որում, ձեւը ազդում է բովանդակության վրա, հանգույցը այլեւս գլխավոր վերնագրի կրկնությունը չէ: Լրագրերը, եթե ամեն ինչ լավ է ընթանում, դառնում են ավելի աշխույժ եւ ձերբազատվում են քարացած ձեւերից:

- **Վերնագրերի տպագրությունը.** Հազվադեպ են դառնում ճաշակի հարցերին վերաբերող քննարկումները, ասենք, տողերի մասին. պետք է բոլորը նո՞ւյն մեծության լինեն, որքա՞ն ազատ տարածություն կարող է մնալ տողերում: Մի կողմից մեծանում է տպագրական խաղեր խաղալու ցանկությունը, մյուս կողմից՝ համակարգիչը պարտադրում է որոշակի հավասարեցում: Պարզության նպատակով սահմանափակվում են սյունակների նախօրոք տրված լայնությամբ, ձեւակերպում մակրո-հրամաններում, որոնք պահպանում են ստանդարտ լայնություններն ու չափերը: Բայց համակարգչային պրոֆեսիոնալները հայտնաբերում են արգելված ելքեր, նվազեցնում բառերի եւ տողերի հեռավորությունները, որպեսզի ստիպված չլինեն կրճատել, փքում են տողերը կամ սեղմում: Շատ դեպքերում խորագիրը անկասկած ավելի աշխույժ է դառնում, բայց ոչ ավելի գեղեցիկ՝ համեմայն դեպս ոչ ըստ վերացող գրաշարերի ձեւի զգացման:

Գրականություն

Գլխագրեր/վերնագրեր.

Althen, Adolf W.,
Überschriften mit Kolorit, in: Praktischer Journalismus (hearsgegeben von der Deutschen Journalistenschule), S. 148
Bayerische Staatsbibliothek, Signatur: 65 2508, 65 2225
Baskette, Floyd K./ Sissors, Jack Z.,
The Art of Editing, S. 36-88, Macmillan Publishing Co., New York,
Collier Macmillan Publishers, London
Fux, Heimo,
Überschriften mit Hand und Fuß, in: Praktischer Journalismus, S. 71 – vgl. Althen Adolf W.

Վերնագրի պատմություն

Schneider, Wolf / Esslinger, Detlef
Die Überschrift, List Verlag, München 1993
Schöne, Walter,
Die deutsche Zeitung des siebzehnten Jahrhunderts in Abbildungen, Faksimiledrucke 1940, Otto Harrassowitz, Leipzig
Bayerische Staatsbibliothek, Signatur Z 39.312(3)
Schöne, Walter,

Die Relation des Jahres 1609, Faksimiledrucke 1940, Otto Harrassowitz, Leipzig

Bayerische Staatsbibliothek, Signatur Z 39.312-2

Wehle, J. H.,

Die Zeitung – ihre Organisation und Technik, Wien – Pest – Leipzig 1878

Bayerische Staatsbibliothek, Signatur 8. Eph. pol 69

VII ԱՐԽԻՎԱՅԻՆ ԱՇԽԱՏԱՆՔ

Գտնել տեղեկության հանքավայրը

SZ-ի արխիվում
Միլիոնավոր լրագրերի կտրածոների առջեւ

SZ-ի տվյալների բազան
Էլեկտրոնային արխիվ

Լյուդվիգ Մեսցինգերի չկարված
էջերի հավաքածուն
Արխիվ բոլոր նրանց համար, ովքեր այն չունեն

Գերմանական գրադարանները
Առաջին օգնությունը գրադարակից

Լազերային սկավառակներ
Էլեկտրոնային գրքեր

Տվյալների ճեպընթացում
Սպիտակ Տնից մինչեւ Մյունխենի
քաղաքային խորհրդի շենքը

Գտնել տեղեկության հանքավայրը

Ամերիկացիներն արխիվը «դիարան» են կոչում: Մի սարսափելի անուն: «Դիարանը» դատական բժշկության մեջ այն վայրն է, որտեղ ճանաչվում է անհայտ մեռելների ինքնությունը:

Մենք դրան այլ կերպ ենք նայում: Ելնելով երկարատև փորձից՝ մեզ համար արխիվը գանձարան է: Մեզ հարկավոր են երեկվա գիտելիքները՝ նոր բան հայտնաբերել կարողանալու համար: «Թերթի արխիվը խմբագրության հիշողությունն է, իսկ առանց լավ հիշողության լավ թերթ չի լինում», - ասում է Յերբերտ Յեսը, որը տասնամյակներ շարունակ ղեկավարել է «Ջյուդոյչե Ցայթունգ»-ի արխիվը: Դիարան: Յեսը տեսնում է նաև այլ նախապաշարվածություններ ու առարկում է.

«Թերթի արխիվը փոշի չէ, գունարած գործերի թղթապանակներ, գունարած կյանքից կտրված բյուրոկրատներ, ուլքեր գործերն ու փոշին հավարասարաչափ տեղաբաշխում են հազարավոր արկղիկներում: Թերթի արխիվը մեռած գրանցավայր չէ, որտեղ գրվածը՝ կարգին տեսակավորված, մոռացության գիրկն է ընկնում, որպեսզի արթնացվի միայն քմահաճ բվեճների կողմից: Թերթի արխիվը կենդանի բան է, այժմեականություն: Եթե նույնիսկ որեւէ գործ կոնսերվացվում է, ապա այն կորած բան չի դառնում, այլ մնում է գործ, որը ցանկացած ժամանակ կարող է կենդանանալ, որը սպասում է, որ նորից այժմեական կդառնա»:

Յերբերտ Յեսը խոսում է թղթերի արխիվի մասին: Որ մեռած գիտելիքի մեջ կենդանություն կա, վերաբերում է նաև համակարգչին, գրքին կամ էլ գործին. գրադարաններում ու արխիվներում կամ էլ տվյալների բազաներում ուսումնասիրություններ կատարելը, անցյալը փորփրելը, երեկվա ականատեսների զեկույցները հայտնաբերելը, առաջին ձեռքից պատմությունը բացահայտելը իսկական արկած է: Օրինակ, հաճելի էր այս գրքի համար Բավարիայի Պետական գրադարանում այնքան փնտրել, մինչեւ կգտնվեր Վիեննայում 1878 թվականին լույս տեսած Ժուռնալիստիկայի մի դասագիրք, որում «գլխագիր» բառը հավանաբար առաջին անգամ է տպագրվել ու այսօրվա իմաստով կիրառվել: Եվ ոչ թե տանջանք, այլ հաճույք էր, այդ գրքին նվիրված լավագույն հոդվածներ կարդալը: Գիշտ նույնպիսի հաճույք ու արկած է, որը գրեթե մոլուցքի կարող է հասցնել, էկրանին էլեկտրոնային հանրագիտարան կանչելը, այնտեղ մի գլխաբառից մյուսին անցնելն ու դրա հետ մեկտեղ նաև ֆիլմեր դիտելը կամ ձայներ լսելը:

Մենք գիտեցիք ենք կուտակում, նյութ ենք հայթայթում: Որ հետո 12 հոդվածից 13-րդը կկազմվի՝ հնարավոր է: Նման աշխատանքներ, որոնց վերելում կարող է գրված լինել «մեր հանձնարարությունները հատուկ թղթակցություն արխիվից» անվանումը, ունեն իրենց հիմնավորումը: Քանի որ հաճախ անհրաժեշտ է մինչաշտմյան գիտելիքն ամփոփել համատեսությունն ձեռով:

Սա արխիվի օգտագործման մի հնարավորություն է: Ոչ հազվադեպ, սակայն, տեղի է ունենում հետելյալը. լրագրողները շտապ փաստաթղթեր են պահանջում: Նրանք ամեն ինչ կարողում են, իրենց համար նշումներ անում ու նյութից ոչ մի նախադասություն, ոչ մի տող, ոչ մի թիվ չեն գործածում: Բայց նրանք եւս լավագույնս օգտագործել են արխիվը կամ տվյալների բազան՝

- ▶ որպես խթան, կարդալու այն, ինչ արդեն գրվել է թեմայի մասին՝ նորի մասին ճիշտ դատել կարողանալու համար,
- ▶ հնարավոր փորձագետների անուններ կամ որոշակի թեմայի շուրջ հարցազրույցի համար ամենահետաքրքիր զրուցակիցներին գտնելու եւ
- ▶ հարցազրույցի նախապատրաստվելու. զրուցակցին հակասությունների մեջ բռնել կարողանալու կամ իմաստի փոփոխությունը ճիշտ գնահատելու համար:

Այս դեպքում երթը արխիվ, տվյալների բազայում փնտրտուքը, որպես կանոն, փորձնական պրպտում է: Դրա օգնությամբ լրագրողները ցանկանում են գտնել տեղեկատվության հանքավայրը:

Մի գեղեցիկ օրինակ պրակտիկայից: Մենք ուսանողների հետ կանգնած էինք արխիվում, երբ կարկուտ սկսվեց: Անմիջապես նյութեր խնդրեցինք «Աղետներ/ կարկուտ» թեմայի մասին: Երեք կամ չորս թերթ բավական էր. մեր առջեւ արդեն դրված էր այն տեղեկությունը, որը մեզ պետք էր, «Բայերիշե Շթաաթսցայթունգ» թերթից մի քաղվածք՝ «Կարկուտի պատճառած վնասները գնալով մեծանում են» վերնագրով: Թերթը թվարկում է վնասի դեպքերը, թվում է ապշեցուցիչ քանակով մանրամասներ: Որպես աղբյուր հենց երրորդ տողում նշվում է Բավարիայի ապահովագրական ընկերության՝ կարկուտից ապահովագրելու ծառայության անվանումը: Դրանով պարզվում է ուսումնասիրությունների երթուղին: Այնտեղ ապահովագրական պալատում փորձագետներ են նստած: Այն ժամանակ, երբ լրահաղորդները հրատապ իրադարձություններին են արձագանքում, պատկերում հենց նոր հասցված վնասը, մյուսները հարցուփորձ կանեն ապահովագրական ընկերությանը. քանի՞ կարկ-

տային օր է եղել այս տարի, որքա՞ն մեծ է եղել վնասը: Ի դեպ, իմանում ենք, որ կան կարկուտի հասցրած վնասները պաշտոնապես գնահատողներ, այսինքն՝ մասնագետներ, որոնք զբաղվում են վնասներով: Վերջում ապահովագրական ընկերությունն ասում է. «Կարկուտի բարձր ակտիվությունը տարիներ առաջ եղանակի փորձագետների կողմից հաստատված կլիմայական փոփոխությունների եւս մեկ ապացույցն է»: Այստեղ յուրաքանչյուր ոք սրում է ալանջները. սա մի հատուկ պատմություն կարող է դառնալ:

Այսպիսով, հաճախ, ինչպես այս դեպքում, ուսումնասիրության սկիզբը անծանոթ տարածքում շուրջկալումով որս է: Տարվում ես, գայթակղվում, սխալ ճանապարհներով գնում: Իսկ հետո տեղի է ունենում այն, ինչը արխիվի աշխատակիցները դիպուկ այսպես են նկարագրում. երբեմն միայն գտնելուց հետո ես իմանում, թե ինչ ես փնտրել:

Այս մասնավոր դեպքում կարկուտի հասցրած վնասների մասին ընդհանուր նյութ էինք փնտրում: Իսկ վերջացրինք կլիմայական փոփոխությունների կամ նույնիսկ կարկուտը ուսումնասիրող մասնագիտության մասին դիտարկմամբ:

Հետո պետք է շարունակել պրպտել ավելի խորը, ավելի հիմնովին, ավելի արագ, քան երբեւէ: Մեզ պետք են խորքային գիտելիքներ: Մենք պետք է ավելի կարճ ժամանակում ավելի շատ նյութ վերամշակենք ընթերցողի համար, որն իր առավոտյան թերթից ուզում է իմանալ ավելին, քան հեռուստաէկրանին երեկվա տեսածն է: Նոր W-երը պատասխաններ են պահանջում: Ի՞նչ է թաքցված դրա հետեւում: Ինչո՞ւ, ինչի՞ համար է այս ամենը: Ի՞նչ հետեւանք դա կունենա:

Կան շատ ճանապարհներ այս W-երին պատասխանելու համար: Դրանցից մեկը արխիվն է: Մենք պետք է սովորենք օգտագործել բոլոր այս ճանապարհները: Իսկ հիմա կան շատ, ավելի շատ ճանապարհներ, քան դեռ մի քանի տարի առաջ: Մենք ինֆորմացիայի ձեռքբերման ավելի շատ տեխնիկական հնարավորություններ ունենք, քան մեզանից առաջ լրագրողների ցանկացած սերունդ: Նույնիսկ տանն արդեն վաղուց տառացիորեն հնարավոր է մտնել ամբողջ աշխարհի միլիոնավոր տվյալների բազաներ:

Կան շատ ճանապարհներ, բայց ամենահինը չի վերացվում: Կմնան նաեւ գրապահոցներն ու թղթերի արխիվները: Դրանք ունեն իրենց առաջադրանքը եւ երկար ժամանակով դեռ անփոխարինելի են: Այն օգնում է առաջ գնալ ու ժամանակ խնայել որոնելիս, երբ ճանաչում ես դրա կառուցվածքը:

SZ-ի արխիվում

Միլիոնավոր լրագրերի կտրածոնների առջև

Արդյոք արխիվը գանձարա՞ն է, թե՞ դիարան, կախված է իհարկե պահված գիտելիքի կանոնավորությունից, ծավալից, արագ հասանելիությունից, բայց եւ հարցերի որակից, որոնք մենք տալիս ենք: Օրինակ պրակտիկայից.

SZ-ի արխիվում երկար ժամանակ առնվազն երեք մետր բարձրությամբ մի աշտարակ կար՝ կառուցված լրագրերի կտրածոներով լեցուն 36 արկղից. դրանք բացառապես Ֆրանց Յոզեֆ Շտրաուսի մասին նյութերն էին: Սա պարզ է դարձնում, որ անիմաստ է արխիվից պահանջել. «Ամեն ինչ Շտրաուսի մասին, խնդրում եմ»: Ով դա ցանկանա, անօգնական կկանգնի անընդգրկելի ծավալի առջև:

Ընդհանուր առմամբ SZ-ի արխիվը իր տնօրինության տակ ունի բազմաթիվ թերթերի ու ամսագրերի ավելի քան 12 մլն կտրածոներ: Մոտակա տարիներին այդ թիվն այլեւս այդպես արագ չի ավելանա, քան նախկինում. համակարգիչը ստանձնում է աշխատանքի էական մասը: Առանց այդ էլ թղթերի համար տեղը նեղ էր: Այդպես ստացվեց նոր բաժանումը.

- ▶ Համակարգչում կուտակվում են SZ-ի բոլոր հոդվածները
- ▶ Մյուս թերթերից ու ամսագրերից նյութերը պահվում են ինչպես նախկինում՝ իբրեւ բնագրից կտրածոներ:

Դրսից ամեն օր դեռ գալիս է թղթերի մի վիթխարի կապոց: 29 օրաթերթ ու ամսագիր՝ Գերմանիայից, դրան ավելացրած 17՝ արտասահմանից, կարդացվում ու գնահատվում է «Աբենդցայթունգից» մինչեւ «Wallstreet Journal»: Տեղական մեծ թերթերից կտրվում-հանվում է ամեն կարելուր բան, մյուսներից դուրս է բերվում ամենահետաքրքիրը:

Թղթի հիշողությունը կազմված է բաժիններից, որոնք մոտավորապես համապատասխանում են թերթերի բաժիններին, ասենք՝ քաղաքականություն, մշակույթ, տեղական նորություններ, սպորտ, խառը նյութեր: Բաժանումը շարունակվում է այբբենական կարգով: Ժամանակակից պատմության կարելուր անձանց մասին փաստաթղթերը, եթե համապատասխան շատ նյութ է հավաքվում, բաժանվում են 10 ուղորտների.

1. Ճառեր, հարցազրույցներ, մամուլի ասուլիսների հրապարակումներ
2. Ընդունելություններ, կոնֆերանսներ, այցելություններ
3. Ուղեւորություններ
4. Նամակներ, պահանջներ, հանրագրեր, օրենքներ
5. Կենսագրություն/ ընդհանուրը
6. Կենսագրություն/յուրահատուկը, դատավարություններ, պատմություններ
7. Հարձակումներ, մեծարումներ, նկարագրական ռեպորտաժներ
8. Ընտանիք
9. Տարօրինակ դեպքեր
10. Մեջբերումներ

10-րդ թղթապանակում տեղ են գտնում այն ասույթները, որոնք ավելի ուշ հաստատ պետք կգան: Օրինակ՝ Ֆրանց Յոզեֆ Շտրաուսի խոսքը, թե ինքը կզերադասի անմաս աճեցնել Ալյասկայում, քան դառնալ Գերմանիայի կանցլեր: Այստեղ կարելորդ այն է, որ արխիվի աշխատողը լրագրողի մտածելակերպ ունենա ու առաջին թղթապանակի ճառերի կույտից հեռատեսորեն դուրս բերի այն, ինչը հետո գրող գործընկերները որպես սրամիտ խոսք, պոնտ, որպես հատկապես բնորոշ ասույթ հաճույքով կօգտագործեն:

Ով կողմնորոշվում է համակարգում եւ, օրինակ, պետք է որեւէ քաղաքական գործչի մահախոսականը պատրաստի, նախ եւ առաջ կպահանջի թիվ 7 թղթապանակը՝ հարձակումներ, մեծարումներ, նկարագրական ռեպորտաժներ: «Ֆրանկֆուրտեր Ալգեմայնե»-ում համապատասխան դոսիեն կոչվում է «Դիմանկարներ»:

Օրինակ՝ Յերբերտ Վեհների թեման կրկին անգամ հիշատակվում է անցյալից: Թիվ 7 թղթապանակի առաջին թերթերն արդեն մեզ ասում են, թե ինչպես է նրան հետմահու տեսնում լրագրային աշխարհը: Նա «հակասական բնավորություն էր», «վերին աստիճանի ռազմավար», իսկ երբ նա հարվածում էր, դա անում էր «առանց խնայելու, խորն ու տեսական վիրավորանք հասցնելով», գրում էր «Ֆրանկֆուրտեր Ալգեմայնե»-ն: «Շպիգել» համար նա «գերմանական սոցիալ-դեմոկրատիայի սրբապատկերն» էր, SZ-ը նրան անվանում էր «ԳԴԴ-ի պատմության վճռական քաղաքական գործիչներից» մեկը, իսկ «Ցայթուն» մենք Յելնուտ Շմիդտից լսեցինք, որ Յերբերտ Վեհները «անվրեպ հոտառություն ունեցող հայրենասեր» էր, «սուր ու կծու մարդ»: Գնահատականներ, որոնք գալիք սերնդին կօգնեն Վեհներին դասակարգելու:

Մեծ թեմատիկ խմբերն, օրինակ՝ «ԳԴՀ», հազարավոր գլխաբանների են ստորաբաժանված: Պարտադիր չէ, որ մենք դրանք իմանանք: Քանի որ մեզ պետք չէ վավերագրերի հետ աշխատողին հրահանգել որոնման ճանապարհը: Կարելորն այն է միայն, որ մենք շուրջկալումով որսի տարածքը ճշգրիտ նշենք: Դա նշանակում է, որ մենք պետք է ճշգրիտ հարցնենք ու ասենք, թե մեր ուզածն ինչ է: Որպես կանոն, մենք ավելին ենք ստանում, քան մեզ հարկավոր է: Եվ հենց այդ ժամանակ է սկսվում իսկական հայտնաբերման արկածը ինչպես թերթերի սարում, այնպես էլ տվյալների ճեպընթացում:

SZ-ի տվյալների բազան

Էլեկտրոնային արխիվ

SZ-ի արխիվում գլխապատույտ առաջացնող բարձրության մի սանդուղք կա: Այն օգտագործվում է ամենավերելի քարտադարաններից արխիվային թղթապանակներ հանելու համար: Սանդուղքը դեռ կա, նրա վրա շարունակում են բարձրանալ խմբագրության կարիքների համար: Բայց դրանից առաջ ու դրանից հետո փաստագրագետները նստում են էկրանի մոտ ու լրագրերից կտրածոներ փնտրում էլեկտրոնային շտեմարանի խորքերում:

Ինչպես ասվեց, այն ամենը, ինչ կա SZ-ում՝ առաջնորդող հոդվածներից մինչև կարճ հաղորդագրություններ, պահվում է համակարգչում:

Ի՞նչ է մտածում այդ մասին այն մարդը, ով տասնամյակներ շարունակ ղեկավարել է թղթային արխիվը:

«Ինչու են ես կողմ էլեկտրոնային արխիվին. վերանում է նույն նյութը մի քանի տեղ պահելու անհրաժեշտությունը, ավելի հարմար է նյութերը փոխկապակցելը, վերանում է նյութերը տեղադրելու միապաղաղ աշխատանքը, փաստագրագետից ավելի շատ բան է պահանջվում, ինչը բարձրացնում է նրա ինքնագիտակցությունը», - գրում է արխիվային գործի հին վարպետ Յերբերտ Յեսը: «Ավելի քիչ թուղթ է հավաքվում: Էլեկտրոնային արխիվի ամենամեծ առավելությունն այն է, որ գործերը, թղթապանակները կարող են ավելի կուռ պահվել»: Պաշտպանական ճառ՝ էլեկտրոնիկայի օգտին, որը տվյալներ մշակողները կարող են պատին փակցնել: Այստեղ նոր տեխնիկայի կողմնակից է մեկը, ումից դա անպայման չէին սպասում:

Բայց մեթոդների փոփոխությունն անհրաժեշտ էր: Թղթային արխիվի աճը զուտ տեղի առունով սահմանափակված է: Եվ այստեղ պետք է օգնի համակարգիչը:

Տվյալների բազայի ստեղծումը հնարավոր դարձավ, քանի որ առանց այդ էլ թերթերում շարվածքը համակարգչի միջոցով է կատարվում, եւ յուրաքանչյուր տպված բառ հայտնվում է տվյալների բազայի հիշողությունում: Վերջինս արխիվային նպատակների համար մշակելը մի տքնաջան աշխատանք էր, որն այդպես էլ անհայտ մնաց խմբագրությանը: Լրագրողների համար կարելորդ հետեւյալն է.

Չելա Շնիդտը, որը ստեղծել է SZ-ի էլեկտրոնային արխիվը, պահպանել է լրագրային կտրածոների մինչայժմյան դասակարգությունը: Իսկ դա համակարգիչների համար ինքնըստինքյան հասկանալի չէ: Այստեղ պետք է ոչ թե տեխնիկի պես մտածել, այլ՝ լրագրողի:

Ով տվյալների բազայի օգնությամբ տեղեկություն է փնտրում, իսկ դա շատերի համար վաղուց արդեն ինքնին հասկանալի աշխատանք է, գիտի ընթացակարգը: Օրինակ, մենք ընտրում ենք Ամերիկայի նախագահի անունը: Համակարգիչը հայտնում է 3871 գրանցումների մասին: Հետագա գլխաբառերի միջոցով մենք կարող ենք նեղացնել թեման, սակայն դրանից հետո էլ դեռ չենք կարող իմանալ՝ արդյոք առանձին հաղորդագրության դեպքում խոսքը նախագահի որեւէ արտահայտությամբ, նրա դեմ քննադատական առաջնորդող հոդվածի՞, թե՞ պարզապես որեւէ իրադարձության վերարտադրման մասին է: Գուցե մեզ առաջարկվում է սոսկ մի տնտեսական թղթակցություն, որտեղ նրա անունը միայն հարեւանցի է հիշատակվում:

Այսպիսի հարցերի շատ տվյալների բազաներ անպատասխան են թողնում: Օգտագործողներին ոչ մի ուրիշ բան չի մնում, քան առանձին հաղորդագրություններ կանչելը, իսկ դա ժամանակ ու փող արժե:

Դրան հակառակ, SZ-ի տվյալների բազան այնպես է նյութը մաղում, դասավորում, ստորաբաժանում, ինչպես պետք է լրագրողներին: Հիշենք. թղթային արխիվում կան ստորաբաժանումներ, ենթաթղթապանակներ, դոսյեներ. այս ստորաբաժանումը պահպանվում է ճշտությամբ:

Մենք կարող ենք ոչ միայն գլխաբառեր, այլև թեմաներ կանչել: Համակարգիչը կատարում է նախնական ընտրությունը ըստ ցանկության: Վերադառնանք ամերիկայի նախագահին: Տվյալների բազան նյութերի առատությունից դուրս է բերում, օրինակ, ամեն ինչ նրա ուղեւորությունների մասին: Կամ նրա վերջին ճամբարը: Այս անգամ կանչում ենք վերջին տարվա մեծարումներն ու հարձակումներն:

րը. 3871 հողվածից 28-ը այս կատեգորիայից է: Էլի դեռ շատ է: Մենք սահմանափակում ենք ու խնդրում միայն այն նյութը, որ լույս է տեսել SZ-ի ռեպորտաժների ու կարծիքների էջերում՝ դրանք 3-րդ ու 4-րդ էջերն են: Այնուամենայնիվ համակարգիչը վերջում ստիպված է տպել տասը հողված. ընդհանուր առմամբ՝ 19 խիտ մեքենագրական էջ, յուրաքանչյուրը՝ մոտ 70 նիշով: Այս մասին Յեսը.

«Եթե ես նախօրոք ասել եմ, որ արխիվն ապագայում ավելի քիչ թուղթ կհավաքի, ապա այն ապագայում զանգվածորեն թուղթ կարտադրի»: Դա այդպես է. օգտագործողը շատ նոր տպված թուղթ է տանում իր հետ՝ ուրիշ լրագրերից կտրածոների հետ մեկտեղ: Սկզբում տպված թղթերը մեքենագրական պատճենների էին մնան: Բայց լրագրողները համակարգչից հողվածը պահանջում են այնպես, ինչպես որ այն եղել է թերթում՝ տողերի սովոր լայնությամբ, վերնագրով: Դա հնարավոր է: Սակայն առայժմ առանց լուսանկարների: Ապագան այստեղ մույնպես կատարելության կհասցնի:

Ընտրության շրջանակները սեղմելու անհրաժեշտությամբ փոխվում են նաև աշխատանքային սովորությունները: Նախկինում խմբագրությունն իր քարտուղարուհիներին էր հանձնարարում պատվիրել ու բերել պահանջվող փաստաթղթերը: Այժմ խմբագիրներին հաճախ կտեսնես արխիվում փաստազրերի կողքին կանգնած՝ եկրանին անձամբ ընտրություն կատարելու համար:

Յեկա Շմիդտ. «Անձնական շփումը միշտ օգտակար է. մեկը մյուսին հուշում է գլխաբառը, որն օգնում է առաջ գնալ»: Այսպես թուղթ էլ է խնայվում:

Անմիջապես ապագայի մի վիճելի հարց է առաջանում.

- ▶ Արդյո՞ք ապագայում յուրաքանչյուր լրագրող պետք է հնարավորություն ունենա իր մոնիտորից տվյալների բազա ընկղմվելու, որպեսզի անձամբ փնտրի իր նյութը:
- ▶ Թե՞ ավելի լավ է, որոնումը նաև ապագայում թողնել փաստագրագիրներին, որոնք լավ ծանոթ են տվյալների բազայի սիստեմատիկային ու գիտեն տեղեկությունների ձեռքբերման ամենաարագ ճանապարհները: Դեռ ավելին, ովքեր գիտեն նաև, թե որտեղ է ավելի լավ փնտրել: Որտեղ ասելով՝ նկատի ունենք տվյալների այլ բազաներ, որոնք այսօր հասանելի են դրա համար սարքավորված ամեն մի համակարգչից: Վաղուց արդեն էկրանը դարձել է ամբողջ աշխարհից գիտելիքներ ընդունող կայան: Տվյալների ճեպընթացի միջոցով որոնումը, սակայն, մեծ փորձ է պահանջում, իր

հերթին գիտելիքներ է ենթադրում: Հակառակ դեպքում որոնումը թանկ կնստի:

Այստեղ տեսանելի են դառնում 80-ական եւ 90-ական թթ-ի երկու հիշարժան զարգացումներ.

- ▶ Արխիվային աշխատողների մասնագիտությունը հիմնովին փոխվել է: Նրանք դարձել են փաստագրագիրներ: «Բայց մենք միշտ էլ դա ենք եղել», - առարկում է Կլաուս Շումանը, որը որպես նյութերի գլխավոր ընթերցող ավելի քան 30 տարվա ընթացքում ստեղծել է կտրածոների արխիվը: «Մենք գիտենք, թե ուր պետք է զանգահարել»: Ճիշտ է: Բայց հիմա ավելի շատ բան է պահանջվում նրա մասնագիտությունից: Համակարգիչները ցույց են տալիս, որ անհրաժեշտ են նաեւ տեխնիկական գիտելիքներ, բայց դրանք բավական չեն: Ավելի շատ գիտելիք է հարկավոր քան երբեւէ, ավելի շատ գիտելիք հաղթահարելու համար. բոլոր նոր աղբյուրները յուրացնել կարողանալու համար:
- ▶ Նախկինում մեծ մասամբ ներհրատարակչական արխիվները բացվում էին արտաքին աշխարհի համար, իրենց նյութն էին առաջարկում, գրավում հաճախորդին: «Արխիվները պահպանվելիք տեղեկատվական նյութի համար անպետք իրերով լցված պահեստավայրեր չեն», - ասում է Դելա Շմիդտը: Այժմ տեղեկատվությունը դառնում է նաեւ ապրանք: Մեկ ուրիշին փոխանցելու համար վարձավճար է պահանջվում: Մինչ հիմա արխիվի պատասխանը հաճախ ձրի ծառայություն էր: Սակայն տեխնիկական թանկ է: Հրատարակչությունները նույնպես ցանկանում են ծածկել իրենց ծախսերը: Եվ այդպիսով, նրանք հայտնաբերեցին հնարավորություն՝ ոչ միայն վաղվա, այլեւ երեկվա նորությունները վաճառելու:

SZ-ի բաժանորդներն, օրինակ, հարցումների դեպքում երկու հոդվածների պատճեններ ձրի են ստանում: Մնացած ամեն ինչ հաշվվում է: 15 րոպե որոնումն արժե 50 մարկ: Դրան ավելանում են նաեւ պատճենահանման համար վճարները: Մեկ ժուռնալիստական հետաքննության նվազագույն գինը 50 մարկ է:

Նույնն են վճարները FAZ-ում: Ծախսերը զգալիորեն աճում են, երբ փնտրվում է ոչ միայն հրատարակչության համակարգչում, այլեւ ուրիշ տվյալների բազաներում: Ընդ որում, դեռ չպարզաբանված են հեղինակային իրավունքին վերաբերող շատ հարցեր:

Տվյալների բազաների մասին ավելին կասվի հաջորդ գլուխներից մեկում: Այստեղ նախ եւ առաջ հետամուտ լինենք փաստաթղթերի թեմային ու այն հարցին, թե ի՞նչ պետք է անել, երբ մեծ արխիվից օգնություն խնդրելու հնարավորություն չկա:

Լյուդվիգ Մունցինգերի չկարված էջերի հավաքածուն

Արխիվ բոլոր նրանց համար, ովքեր այն չունեն

Լեստոտյից մի ուսանողական խումբ է գալիս մեր քաղաք: Քանի՞ բնակիչ ունի աֆրիկյան այս երկիրը: Իսկ ինչպե՞ս է կոչվում մայրաքաղաքը: Միացյալ Ազգերի Կազմակերպության գնահատմամբ Լեստոտոն ունի 1,58 մլն բնակիչ: Իսկ մայրաքաղաքը կոչվում է Մազերու:

Ստքի թռիչք դեպի տեղական ֆելիետոնը. հայտարարված է կլոր սեղանի շուրջ գրական գրույց: Խոսելու են հանդիսատեսից խուսափող գրող Պատրիկ Ջյուսքինդի մասին: Ո՞րն էր նրա ամենամեծ բեմական հաջողությունը: «Կոնտրաբասը»: Իսկ ինչպե՞ս կարելի է կապվել Ջյուսքինդի հետ: Յյուրիխի «Դիոգենես» հրատարակչության միջոցով:

Դեպքեր լրագրողական առօրյայից: Ինչպե՞ս կարելի է սակայն նման տեղեկություններ ստանալ, եթե սեփական տանդ կտրածոների հավաքածու չկա, այլ՝ ընդամենը մի քանի հանրագիտարան, որոնք ամենավերջին տվյալները չունեն:

Վերելում տրված հարցի պատասխանը ստանում ենք Լյուդվիգ Մունցինգերի չկարված էջերի հավաքածուից: Սա արխիվ է բոլոր նրանց համար, ովքեր արխիվ չունեն. մամուլի ծառայություն, որը կգտնեք գրեթե յուրաքանչյուր քաղաքում՝ թերթերում, գրադարաններում: Առաջարկվում են կենսագրություններ եւ քաղաքականության, տնտեսության, մշակույթի, սպորտի, մինչեւ իսկ պոպ երաժշտության մասին աշխարհի ամենակարեւոր փաստերը: Այն հիմնադրել է 1913-ին՝ դոկտոր Լյուդվիգ Մունցինգեր ավագը, Բեռլինում: Նա մի ժամանակ լրագրող էր Մյունխենում, հետո՝ «Բադիշե Լանդեսգայթունգ»-ի գլխավոր խմբագիրը, ավելի ուշ՝ արտասահմանյան թղթակից: Նա գիտեր, թե ինչ է պակասում խմբագրությունների. շատ թերթեր իրենց տրամադրության տակ չունեն ծավալուն

ու մշտապես այժմեականացող արխիվ: Այդ բացը ձգտում է լրացնել նրա չկարված էջերի հավաքածուն, որը մեր օրերում ամեն շաբաթ թարմացվում է նոր պրակներով եւ տվյալներով:

Միայն կենսագրությունների արխիվը, ներառյալ սպորտն ու պոպուլյը, ընդգրկում է համարյա 30000 անուն: Դոկտոր Լյուդվիգ Մունցինգերը՝ ֆիրմայի հիմնադրի որդին, այսօր իր որդու՝ Էռնստի հետ միասին ղեկավարում է արխիվը. «Մենք սկզբունքորեն հիմնվում ենք հրատարակված նյութի կամ անմիջական մասնակիցների տեղեկությունների վրա, որոնք սակայն պետք է զգուշությամբ վայելել եւ, ոչ հազվադեպ, այլ տեղեկությունների հետ համեմատության մեջ կշռադատել եւ որոնք մշտապես պետք է ճշտել հարցումների միջոցով»: Մունցինգերը ուզում է որպես աշխատանքային օգնություն առաջարկել. հնարավորին չափ «շատ տվյալներ՝ հնարավորին չափ քիչ տեղ զբաղեցնելով»: Չնայած դրան՝ կենսագրությունները չեն սահմանափակվում կարճ տվյալներով:

Ձյուսքինդի դեպքում, օրինակ, Մունցինգերը մեջբերում է նաեւ քննադատ Յոախիմ Կայզերից: Ձյուսքինդի ոճը «գրելու՝ աննկատ փայլուն պրոֆեսիոնալիզմի ու մշակման սահուն, համադրական, գեղարվեստական արհեստի եղանակի մի խառնուրդ է՝ ժամանցային թեթևության միտումով»: Մեջբերման ենթակա նախադասություններ:

Նաեւ 1946-ին մահացած դերասան Յայնրիխ Գեորգեին նվիրված էջը նրա մահից տասնամյակներ հետո պետք է նորացվեր: Կարելոր լրացում, որը հանրագիտարանների մեծ մասում դեռ չի կարող զետեղված լինել. 1994-ին հայտնաբերվել է Յայնրիխ Գեորգեի՝ մինչ այդ անհայտ գերեզմանը, նա երկրորդ անգամ է թաղվել՝ այժմ Բեռլինի Ցեհլենդորֆ գերեզմանատանը գտնվող ընտանեկան գերեզմանոցում:

8 թղթապանակ է ընդգրկում Մունցինգերի չկարված էջերի «Արդի երկրներ» հավաքածուն՝ շուրջ 250 պետությունների մասին տեղեկություններով՝ Աբու Դաբիից մինչեւ Կիպրոս: Դրանք պարունակում են ամեն ինչ, ինչ պետք է իմանա թերթը, երբ որեւէ քիչ հայտնի պետության անունը անակնկալ իրադարձության (քաղաքական փլուզում, աղետ) տեղավորում են զլխագրերում: Ամբողջացման համար կա նաեւ ժամանակային արխիվ՝ առանձին պետությունների էական իրադարձությունների ժամանակագրությամբ:

Հեղինակավոր ծառայություն: Ինչպես SZ-ը, այնպես էլ FAZ-ը եւ համեմատաբար մեծ թերթերի մեծ մասը, կենսագրական իրենց թղթապանակներում ներփակում են նաեւ Մունցինգերի կենսագրությունները: Չկարված էջերի հավաքածուն կա արդեն Գերմանիայի

ավելի քան 700 գրադարաններում՝ Ասիսենում, Աալենում, Ահաու-գում, ինչպես նաև Քսանթենում, Ցվայբրյուքենում կամ Ցվիզելում, այսինքն՝ ոչ միայն մեծ քաղաքներում:

Կարելոր քայլ է արված արդեն մի այլ ուղղությամբ: Մուլնցինգերը վաղուց բացել է արխիվը համակարգչային տեխնիկայի համար: Բոլոր ծառայությունները հնարավոր է պատվիրել էկրանային տեքստի, իսկ 1997-ի մայիսից՝ նաև Ինտերնետի միջոցով: 9,80 գերմանական մարկ՝ յուրաքանչյուր հաղորդման, այսինքն՝ յուրաքանչյուր կենսագրության կամ երկրների ծառայության յուրաքանչյուր հրատարակության համար: Մուլնցինգերի արխիվը հնարավոր է բացել նաև տվյալների այլ բազաների միջոցով, այսպես օրինակ, SZ-ը կամ «Շպիգել»-ը եւ ռադիոն այդ հավաքածուն ունեն իրենց էլեկտրոնային արխիվում: «Չաճախորդների քանակը, որոնք կենսագրական արխիվը եւ (կամ) մյուս ծառայություններն ստանում են ամեն ամիս այժմեականացող լազերային սկավառակի միջոցով, մշտապես աճում է»,- զեկուցում է Լյուդվիգ Մուլնցինգերը: Թե ինչ կարող են անել լազերային սկավառակներն, ավելի ուշ մանրամասն կնկարագրվի այս գրքում: Չհեռանալով թղթերի թեմայից՝ զննենք գրադարանները:

Գերմանական գրադարաններ

Առաջին օգնություն գրադարակից

Մենք կարող ենք ելնել նրանից, որ ամեն քաղաքում ավելի շատ գրադարաններ կան, քան կարելի է գտնել հեռախոսային գրքում: Գրադարաններ, որոնք գուցե թաքնված են որեւէ ինստիտուտի, թանգարանի կամ հիմնարկի անվան տակ: Այստեղ 3 օրինակ Մյունխենից. նացիստական ժամանակաշրջանի ու պատերազմի մասին փաստաթղթեր կգտնեք ժամանակակից պատմության ինստիտուտում: Տեխնիկական զարգացման մասին տեղեկացեք Գերմանական թանգարանում: Զինվորական պատմությանը կարելի է ծանոթանալ Բունդեսվերի բարձրագույն դպրոցում:

Ընդհանուր առմամբ Գերմանիայի Դաշնային Հանրապետությունում կա ավելի քան 3000 հասարակական եւ 320 գիտական գրադարան: Սակայն թիվը թերագնահատված է: Վիճակագրությունը, օրինակ, հաշվառում է միայն համալսարանական գրադարանները, բայց ոչ առանձին ինստիտուտների մասնագիտական գրապահոցները:

Միայն Մյունխենում 700 գրադարանային հիմնարկ կա: Գրադարան բառից, ընդ որում, դիտավորյալ ենք խուսափում: Որոշ մասնագետների համար իսկական գրապահոցը սկսվում է 10000 հատորից: Այդ գրապահոցների ցանկը գետեղված է «Մյունխենի գրադարանները» գրքում: Գլխաբառերի ցանկը սկսվում է «Կեղտաջրեր» բառով: Այդ մասին գրականություն կարելի է գտնել երեք հիմնարկներում՝ Կենդանաբանության եւ հիդրոբիոլոգիայի ինստիտուտում, Բավարիայի կենսաբանական փորձերի հիմնարկությունում եւ Բավարիայի ջրային տնտեսության վարչությունում: Ցանկը ավարտվում է «Բջջաբանություն» բառով: Այս բնագավառի մասին ավելի մանրամասն կարելի է իմանալ համալսարանի ֆիզիոլոգիական ինստիտուտում, կենդանիների անատոմիայի ինստիտուտում կամ անմիջապես կլինիկական բջջագիտության ինստիտուտում: Կարելի է նաեւ եկեղեցիները. նույնիսկ բուլվարային թերթերը երբեմն օգտակար ուսումնասիրություններ են անում արքեպիսկոպոսական միաբանության կամ ավետարանական եկեղեցու գրադարաններում, երբ եկեղեցական տարվա օրերը կամ մեծ եկեղեցական իրադարձությունները, ինչպես պապի ուղեւորությունները, դա անհրաժեշտ են դարձնում:

Դրական փորձը ցույց է տալիս, որ լրագրողների հարցումները մեծ մասամբ իզուր չեն անցնում, երբ նրանք գրականության որոնման ժամանակ ըմբռնում կամ առաջին օգնություն են ակնկալում: Այս գրքի հեղինակին, համեմայն դեպս, տասնամյակների ընթացքում ոչ մի տեղ չեն մերժել: Համարյա միշտ գտնվել է մի մասնագետ, որն օգնել է իր խորհրդով եւ ավելի շատ ջանք է գործադրել, քան սպասվել է:

Ապագայում մենք լավ խորհրդի կարիք ավելի շատ կունենանք, քան այսօր: Տեխնիկական բացում է փնտրման նոր ուղիներ, սակայն դրանք դժվար հասանելի են: Փորձենք սկսել տվյալների բազայից՝ տնային գործածության համար, էլեկտրոնային գրքերից:

Լազերային սկավառակներ

Էլեկտրոնային գրքեր

Ժամանակակից համակարգիչները կարող են խոսել, հաչել, դայլայլել, բանաստեղծություն արտասանել, հարաբերականության տեսությունը բացատրել, ֆիլմից տեսարան ցուցադրել, Աստվածա-

շունչը փորփրել: Նրանք չափազանց շատ բանի են ընդունակ, բայց դրա համար պետք է սնվեն լազերային սկավառակներով: Դրանք արծաթագույն պսպղացող սկավառակներ են, որոնք ճիշտ այնպիսի տեսք ունեն, ինչպիսի այն լազերային սկավառակները, որոնք տարիներ առաջ գրավեցին ձայնապնակների տեղը: Մինչև վերջերս դրանք միայն երաժշտության ու լեզվի համար էին: Այժմ դրանք կուտակում են նաև տեքստեր, լուսանկարներ, շարժվող պատկերներ:

12 սանտիմետր տրամագծով յուրաքանչյուր սկավառակի վրա տեղավորվում է շուրջ 660 մլն նիշ: Դա 30 կամ ավելի գրքերի բովանդակություն է: Միայն մեկ սկավառակի վրա: Նրա համար դեռ որևէ գործածական անուն չեն գտել, այլ միայն տեխնիկական անվանում՝ CD-ROM նշանակում է «Compact Disc-Read only memory», այսինքն՝ պահպանող սկավառակ, միայն կարդալու համար:

Առաջին օրինակը լազերային սկավառակի վրա «Էնկարտա» հանրագիտարանն է (Ամերիկա), 1997-ից՝ նաև գերմաներեն լեզվով, գիտակաների գովասանքին արժանացած: Առաջարկվում է 27511 հոդված՝ գիտության բոլոր բնագավառներից՝ լրացված 33 կարճամետրաժ տեսաժապավենով: Եվ շուրջ 700 լուսանկար: Եվ 560 աշխարհագրական քարտեզ: Եվ...

Էլեկտրոնային գիրքը մեզ հնարավորություն է տալիս լսելու թռչունների դայլայլը, երաժշտական նմուշներ կամ ամերիկյան նախկին նախագահների ձայները, մենք տեսնում ենք աստղագնացների լուսնի վրա, «շնորհակալություն» բառը լսում ենք 60 լեզվով: Եվ այս ամենը միայն մեկ լազերային սկավառակի վրա:

Նյութը որքանով է պիտանի լրագրողական աշխատանքի համար: Օրինակ, մեզ պետք է տեղեկանալ Պերուի մասին: Որոնման առաջին արդյունքը՝ 320 տող տեքստ միայն այս պետության մասին, յուրաքանչյուր տողում գրեթե 80 նիշ: Ամենասկզբում Պերուի դրոշը: Մկնիկի ստեղին մեկ սեղմում՝ «կլիկ», եւ մենք լսում ենք ազգային հիմնը: Քիչ հետո տիպիկ ազգային երաժշտություն Պերուից: Մինի երկրագնդի վրա մատնացույց է արվում Պերուի դիրքը: «Կլիկ»՝ մենք մոտեցնում ենք պետության քարտեզը: «Կլիկ»։ Էկրանին մայրաքաղաք Լիմայի փոքրիկ քարտեզն է: Բայց եկեք չտարվենք տուրիզմով: Ի՞նչ գիտի «Էնկարտան» պետության նախագահի մասին: Իսկ երկրում ահաբեկիչների՞ մասին: Ամեն ինչի մասին մանրամասն նյութ կա, որը բացվում է վայրկենապես:

Լավ էլեկտրոնային տեղեկատուների ամենակարեւոր առավելությունը. մենք կարող ենք բոլոր հոդվածները սանդղեքել՝ նաև որոշակի բառերով ու բառակապակցություններով, որոնք որևէ գլա-

խաբառերի ցանկում չեն անվանվում: Մեր ստանդարտ թեսթը. մի նկարիչ կար, որը կտրել էր իր ականջը: Ի՞նչ էր նրա անունը: Եթե անունը լեզվիդ վրա չէ, ապա շատ դժվար կլինի այն գտնել թղթե հանրագիտարանում: Էլեկտրոնայինում դա խնդիր չէ: Մենք տալիս ենք «նկարիչ» եւ «ականջ» բառերը. «Էնկարտան» մկնիկի մեկ «կլիկով» մատնանշում է Վինսենթ Վան Գոգ անունը:

Մենք առնվազն տասնյակ ընդհանուր տիպի հանրագիտարանների ընտրություն ունենք: Մեծ հրատարակչություններն արդեն շուկա են հանել նաեւ հատուկ տեղեկատուների մի ամբողջ շարք՝ երաժշտության, պատմության, արվեստի, բժշկության կամ տիեզերագնացության մասին: Կամ ուղղագրության ռեֆորմի մասին:

Մի օրինակ արվեստից. «Ազգային պատկերասրահի նկարները / Բեռլինի Պետական թանգարանները» լազերային սկավառակը (Կ. Գ. Ջաուր հրատարակչություն, Մյունխեն) հնարավորությունների ցուցադրանմուշ է: Ընդհանուր առմամբ այս էլեկտրոնային կատալոգը ցույց է տալիս 19-րդ եւ 20-րդ դարերի արվեստի 3600 գործ, գումարած 1500 կենսագրություն ու հազարավոր տեխնիկական ծանոթագրություններ: Արվեստի գործերը հայտնվում են էկրանի մեծությամբ: Ամենակարելորդ որոնման շնչակտուր հնարավորություններն են: Մենք կարող ենք նկարիչներին կանչել այբբենական կարգով, բայց եւ ծննդյան վայրով կամ երկրորդական մասնագիտությունով: Այդ ամենը վայրկենապես: Օրինակ, քանի՞ մյունխենյան նկարիչ կարելի է գտնել բեռլինյան թանգարաններում: Նրանք 61-ն են: Ով մոռացել է որեւէ արվեստագետի անուն, կարող է գտնել գլխաբառերով: Հիշում ենք մի նկար, որի վրա պատկերված է մեծահասակ մի կին՝ սայլակ քաշող շան հետ: Համակարգչի վրա հավաքում ենք որոնման բառերը՝ կին, սայլակ, շուն, եւ մեզ տանում են Հայնրիխ Ցիլլեի նկարի մոտ:

Կ. Գ. Ջաուրը արդեն թողարկել է 10 այդպիսի CD-սկավառակներ արվեստի մասին. օրինակ՝ Ռուսական ավանգարդ կամ Քյոլնի Վալ-ռաֆ-Ռիխարթցի անվան թանգարան: Դրա հետեւում կանգնած է մի հսկայական ձեռնարկություն՝ DISKUS անունով (das Digitale Informations-System für Kunst und Sozialgeschichte), նշանակում է՝ արվեստի եւ հասարակական պատմության թվային տեղեկատվական համակարգ: Այս անվան տակ թանգարանները, արխիվներն ու գիտական ինստիտուտները գերմանական արվեստի տվյալների բազա են ստեղծում, որը պետք է հանգեցնի համաշխարհային համագործակցության ու մի օր հասանելի դառնա նաեւ ինտերնետով:

Թռիչք դեպի ֆիլմ. վերցնենք Microsoft-ի «Սինեմանիան»՝ կինեմատոգրաֆի ամերիկյան հանրագիտարանը, շուրջ 20000 ֆիլմով,

բովանդակության մասին տեղեկություններով, քննադատություններով: Բացենք «Կասաբլանկան»: Իսկապես ի՞նչ է ասել Համֆրի Բոգարտը Ռիկի դերում՝ Ինգրիդ Բերգմանին: Մենք իմանում ենք ֆիլմի դերակատարների ցանկը, ստանում ենք ամենակարելուր քննադատությունները, մենք կարող ենք շարունակելով իմանալ բոլոր հայտնի դերասանների կենսագրությունները, բայց կարող ենք այս ամենը բաց թողնել եւ անմիջապես ֆիլմից մի հատված նայել ու բնօրինակով լսել ֆիլմի հայտնի մասը: Այսպես, Բոգարտը կանգնած է դաշնամուրի մոտ, մի բաժակ շամպայն է լցնում եւ անգլերեն ասում է Ինգրիդ Բերգմանին. «Here's looking at you, kid»: ... Այս հանրագիտարանը խորհուրդ է տրվում յուրաքանչյուր հեռուստատեսային կամ կինոխմբագրությանը:

Որո՞նման հնարավորությունները կարելի է ընդլայնել: Ձեւավորման ընթացքում են բառարանների միացյալ ամբողջ համակարգեր: Նման սեղանի տվյալների բազաների համար նախատիպ հանդիսացավ LexiROM-ը՝ Բրոքհաուզ եւ Լանգենշայդտ հրատարակչությունների համատեղ արտադրանքը: Մի միակ CD-սկավառակը պարունակում է Մայերի երեքհատորանոց հանրագիտարանը եւ Դուդենի բառարանի երեք հատորները, այն է՝ ուղղագրական, օտար բառերի, իմաստային նմանությունների բառարանները: Գագաթնակետը՝ դրա հետ միասին փաթեթում 2 Լանգենշայդթ բառարաններ՝ գերմաներեն-անգլերեն եւ անգլերեն-գերմաներեն: Հինգ հազար բառ՝ ոչ միայն ընթեռնելի, այլեւ հնչյունավորված: Եվ դա բրիտանական եւ ամերիկյան անգլերենով:

Լավ կլինի, որ այս էլեկտրոնային հանրագիտարաններն ապագայում հնարավոր լինի օգտագործել ամեն խմբագրության համակարգից: Ոչ, դրանք մեզ պետք չեն մի առանձին բառ, թիվ կամ անսաթիվ ճշտելու համար: Դրա համար գիրքն ավելի արագ միջոց է: Այն հետաքրքիր է դառնում, երբ գլխաբառից գլխաբառ ես ուղեւորվում, երբ զբոսնում ես գիտելիքների շտեմարանում. Պերուի տուրիզմից դեպի ահաբեկչություն, ֆիլմի դեպքում գուցե՝ կենսագրությունից դեպի քննադատություն: Վերջին հաշվով հավաքվում է մի քանի տասնյակ էջ նյութ:

Որ բոլոր՝ էկրանին հայտնվող տեքստերն ու լուսանկարները կարող են տպվել, ինքնին հասկանալի է: Նոր էլեկտրոնային հանրագիտարանները, դրանից բացի, բաղադրված համակարգ են առաջարկում: Նույնիսկ մեծ տվյալների բազայից կարելի է այժմեականացնել CD-սկավառակի տվյալները: Իսկ գնե՞րը: 1997-ի դրությամբ. «Cinemanía»-ն արժե 100 մարկ, Microsoft-ի «Encarta»-ն կամ Բերթելսմանի «Discovery»-ն՝ մոտ 200-ական մարկ, «Nationalgalerie»-ն՝

249 մարկ. սա դեռ մատչելի է անձնական օգտագործման համար: «Encyclopedia Britannica»-ն (1450 մարկ) հիմնականում միայն խմբագրությունները կարող են իրենց թույլ տալ գնել:

Ամենուրեք ստեղծվում են նաեւ հանրային CD-ROM-գրադարաններ՝ համալսարաններում, քաղաքային գրադարաններում: Ամենահետաքրքիր հնարավորությունները լրագրողներին տրամադրվում են Ամերիկայում: Նրանք կարող են էլեկտրոնային եղանակով նայել հարյուրավոր ամսագրեր: Այս առումով մենք Գերմանիայում դեռ ամենասկզբում ենք գտնվում. CD-սկավառակներով դեռ շատ քիչ թերթեր կամ ամսագրեր կարելի է ստանալ:

Մյուս քայլն ինտերակտիվ կապն է: Մեծ գրադարաններում կամ թերթերում, ինչպես SZ-ը, տեղեկատվական ծառայություններ են հիմնվում, որտեղ համակարգչային որոնումներ են կատարում աշխարհի տվյալների բազաներում: Առանձին հետաքննություններն արժեն 50-ից 150 մարկ: Սա ինքնարժեքային գին է գրադարանների ծառայությունից օգտվողների համար: Ով համակարգիչ ունի, նրա մատներն իհարկե քոր են գալիս՝ գիտելիքների տվյալների ճեպընթացի մուտքն ինքնուրույն փնտրելու համար:

Տվյալների ճեպընթացում

Սպիտակ տնից մինչեւ Մյունխենի քաղաքային խորհրդի շենքը

Տվյալների ճեպընթացը, որի մասին այդքան շատ է խոսվում, կփոխի լրագրողական աշխատանքը, կթեթեացնի, կբարելավի, սակայն այս հանգամանքը շատ լրագրողներ դեռ նկատի չեն առնում: Կամ՝ դրա համար շանս չունեն:

Մինչդեռ զարգացումը գլխապտույտ արագությամբ է առաջ ընթանում. այսօր արդեն մենք մեր համակարգիչներով կարող ենք աշխարհի այժմեական գիտելիքն էկրանի վրա բերել՝ Ամերիկայի նախագահի հենց նոր արտասանած ճառի տեքստը, խլացման մասին նոր տեղեկությունները, եղանակի տեսությունը Ասիայից: Մենք կարող ենք ընտրությամբ մտնել այլ աշխարհամասերի տեղեկատվական գործակալություններ, էկրանին բացել նաեւ հեռավոր համակարգիչների հանրագիտարաններ, որեւէ հողված կարողալ «Շափգեւից» կամ «Ցյուրիխեր Նոյե Պրեսսե»-ից:

Դրա համար օգնականներ կան. իրենց ծառայություններն են առաջարկում, այսպես կոչված, պրովայդերները, որոնց նաեւ տան տերեր են անվանում: Սրանք մասնավոր միջնորդներ են, որոնք իրենց կենտրոնական համակարգչի միջոցով բացում են հարյուրավոր կամ հազարավոր տվյալների բազաների մուտքը: Սա կարող է բանկ արժենալ:

Ալբերտսո Նյուրնբերգերը՝ Համբուրգի DPA-ից, մեզ համար՝ Գերմանիայի ամենափորձառու փաստաթղթային լրագրողը, հաշվել է. գերմանական որեւէ տեքստային տվյալների բազայում 15 րոպե փնտրելն առաջացնում է միջին հաշվով 65 կամ 70 մարկի հասող ծախս:

Նյուրնբերգերը կազմել է «Գերմանական մամուլի գործակալության» (dpa) տվյալների բազան: Այն պարունակում է վերջին երկու տարիներին ուղարկված բոլոր հաղորդագրությունները՝ բազային ծառայությունը, երկրների ծառայությունները եւ տվյալների բազայում փնտրելու համար հատուկ նախապատրաստած փաստաթղթերը: Կանչվելու պատրաստ են ավելի քան մեկ միլիոն լրիվ տեքստեր:

Լրատվական միջոցների օգուտը. dpa-ն Դաշնային հանրապետության ժամանակագիրն է, որը հետամուտ է լինում ամեն ինչի, ինչ կարող է նշանակություն ունենալ հասարակության համար: Գործակալությունն ավելի շատ իրադարձությունների մասին է տեղեկացնում, քան որեւէ թերթ, եւ այն, որպես կանոն, ավելի ընդգրկում է հայտնում, քան դա կարող է անել մամուլը: Նախարարի ճառը թերթում գուցե հակիրճ նշվի, իսկ dpa-ն հաղորդում է ճառի հատվածները:

Եթե որեւէ արտասովոր բան պատահի՝ մի սենսացիոն առեւանգում, թերթերն իրենց, այսպես կոչված, պարտադիր նյութերը, երեկվա դեպքերի մասին հաղորդագրությունները կհամառոտեն մինչեւ նվազագույն չափը: Նման դեպքերում չտպագրված է մնում շատ բան այն ամենից, ինչ հանգիստ օրերին գուցե նույնիսկ առաջին էջի գլխագիր դառնար: Նաեւ այդ նյութը, որը հարկադրված հայտնվել է խմբագրությունների թղթաղբի զամբյուղներում, պահպանված է գործակալության էլեկտրոնային հիշողությունում:

Պետք է նաեւ իմանալ, որ dpa-ն երկրամասային ծառայություններ ունի. ամեն դաշնային երկրամասում՝ մեկական: Բնականաբար նրանք իրենց տարածքից ավելի մանրամասն են հաղորդում, քան բազային ծառայությունը: Թեսթ. մենք տեղեկություններ ենք փնտրում Շվեդվիգ-Յոլստայն դաշնային երկրամասի Կրյումել ատոմակայանի մասին: Բազային ծառայությունը առաջարկում է երեք հաղորդագրություն, իսկ երկրամասայինը՝ 14: Այսպիսով, նաեւ այս կողմնակի ճանապարհն է օգնում լրացուցիչ տեղեկություն ստանալուն:

Ավելի կարելոր է ցանցի ստեղծումը: Ամեն գլխաբառ խաչածե-
վում է մի ուրիշ հասկացության հետ: Օրինակ, ի՞նչ է ասել կանցլերը
Կանաչների մասին: Կամ. Մարբուրգում չիփ-քարտերն այսուհետև
կիրառվելու են նաև քաղաքային տրանսպորտում: Այսինքն՝ դրան-
ցով կարելի կլինի վճարել քաղաքային ավտոբուսով երթելակելու
համար: Էլ որտե՞ղ կան նման պլաններ: Տվյալների բազան հղում է
10 հաղորդագրություններ, եւ դրանցից մեկը մեզ տալիս է չիփ-քար-
տերի ամենակարելոր մասնագետներից մեկի անունը, որին կարելի
է զանգահարել՝ զրույցի խնդրանքով: Հին հաղորդագրություններն
այսպես հանկարծակի շատ կենդանի են դառնում, մեզ հանգեցնում
անունների եւ միաժամանակ տեսանելի դարձնում զարգացու-
մը, փոփոխություններն ու փոխադարձ կապը:

Նյութերգրերի տվյալների բազան նորարարական աշխատանք
էր: Սակայն պետք է սովորել էլեկտրոնային փնտրում կատարել.
Մյունխենի Գերմանական լրագրողական դպրոցում ժբ-ի տվյալնե-
րի բազայի հետ աշխատանքը ուսանողների արդեն մի քանի սե-
րունդների համար դասացուցակի առարկա է:

Էկրանային տեքստ. նոր վերելք՝ նոր անունով

Տվյալների բազաների մի քանի համակարգեր կան, որոնցում
մատչելի գումարների դիմաց կարելի է զբոսնելու զնալ:

Օրինակ, էկրանային տեքստը, որն այսօր կոչվում է T-online: Այս
ծառայությունն առաջացել է արդեն 1983-ին, գրեթե մահաչափ քն-
նարկվել, ծաղրվել, թերագնահատվել: Մինչդեռ էկրանային տեքս-
տը ինտերնետի նախորդն էր. մի էլեկտրոնային կապի համակարգ
յուրաքանչյուրի համար՝ Տելեկոմի կողմից գործարկվող ու սպա-
սարկվող ցանց: Այն իրավասու է միայն կապի, բայց ոչ բովանդա-
կության համար: Այն ամենը, ինչ կարելի է գտնել այդ ծառայությու-
նում՝ բացի տեխնիկական օգնությունից, առաջարկում են շուրջ
2900 մասնավոր ֆիրմաներ ու գործարարներ, հանրային հիմնարկ-
ներ, հասարակական թերթեր ու ամսագրեր: Ընդ որում T-online-ը
տանիքն է, որի տակ հնարավոր է նաև մուտքը ինտերնետ եւ էլեկտ-
րոնային փոստ:

Իր սկզբնական տարիներին էկրանային տեքստը կարող էր
կանչվել բացառապես հեռուստացույցերի միջոցով: Բայց գերմա-
նացիները չէին ուզում իրենց հեռուստացույցը կիրառել ոչ ուղիղ
նպատակով: Երբ անձնական համակարգիչը մուտք գործեց տներն

ու դարձավ նաև T-online-ի ընդունման կայան, էկրանային տեքստը նոր ձեւում նշանակալի վերելք ապրեց: Այն 1997-ին իր շուրջ մեկուկես միլիոն օգտվողներով դարձավ գերմանական ամենամեծ ինտերակտիվ կապի ծառայությունը: Մեզ համար կարևոր է որ թերթերի եւ ամսագրերի մի ամբողջ շարք վճարի դիմաց իր արխիվները բացում է T-online-ի միջոցով: Ի թիվս մյուսների, մենք հայտնաբերեցինք այս անունները: Շպիգել, Ֆոկուս, Ցայթ, Դի Վոխե, Բեռլիներ Ցայթունգ, Թագեսշիփզեյ, Ֆրանկֆուրտեր Ալգեմայնե, Ֆրանկֆուրտեր Ռունդշաու, Նոյե Ցյուրիխեր, Ռայն-Մայն-Ցայթունգ, Շթութգարթեր Ցայթունգ, Չյուդդոյչե Ցայթունգ: Մուտքի եւ որոնման համար, որպես կանոն, վճար է պահանջվում. օրինակ՝ մեկ րոպեի համար 60 փՖենինգ: Թեսթ «Շպիգելում»: Քանի՞ հոդված կա ինչպես Չայաստանի, այնպես էլ Վրաստանի մասին: Էլեկտրոնային արխիվը 11 հաղորդագրություններ է անվանում: Իսկ ինչքա՞ն հաճախ է վերջին տարիներին «Բեռլիներ Ցայթունգ»-ը հիշատակում Մյունխենը: Ուղիղ 3552 անգամ: Այժմ հարցերը պետք է նեղացվեն գլխաբառերի միջոցով: Մյունխենը եւ պատկերասրահը. քանակն արդեն նվազում է մինչեւ ութը: Եթե մենք ցանկանանք կարդալ կամ պատճենահանել հոդվածը, ապա նոր վարձեր պետք է վճարել՝ ամեն առանձին աշխատանքի համար մինչեւ երեք մարկ:

Դրամական գործարքներ, գնումներ, էլեկտրոնային բանավեճեր, համակարգչային ակումբներ, չվացուցակների մասին տեղեկություններ, տոմսերի նախնական պատվիրում. շատ բան ձրի է արվում, հատկապես հանրային հիմնարկների կողմից: Մի քանի փորձ.

Ինչպե՞ս իմանամ շաբաթվա վերջում, երբ բոլոր վարչությունները փակ են, երիտասարդների գործազրկության վերջին թվերը: Մենք ընտրում ենք աշխատանքի տեղավորման վարչությունն ու հասնում մինչեւ «Գործազուրկներ ըստ ընտրված հատկանիշների» վիճակագրությանը, որն արդեն առկա է նորավարտ ամսվա համար:

Բունդեսբազի մի պատգամավոր ծանուցել է նիստին իր մասնակցության մասին: Ինչպե՞ս շուտափույթ ստանամ նրա կենսագրությունը: Այն շուրջօրյա հասանելի է Բունդեսբազի Online-ծառայությունում:

Մեզ պետք է շտապ զանգահարել մի գործընկերոջ, որը Ռոզենհայմի մոտ մի գյուղում է ապրում, այսինքն՝ արդեն քաղաքից դուրս: Էլեկտրոնային հեռախոսագիրքը խուզարկում է Ռոզենհայմի մոտակայքը եւ գտնում համարը. երբեմն չնայած սխալ գրված ազգանունի՝ օրինակ մի «Ո»-ով «ՈՆ»-ի փոխարեն: Գիշտ նույն կերպ մենք կարող ենք կանչել Մյունխենի Բալան փողոցում ապրող գրեթե բոլոր Մայեր-ների անունները, որոնք հեռախոս ունեն: Նրանք ընդհանուր

առնամբ 5-ն են: Հակառակը, մենք չգիտենք ոչ բնակավայրը եւ ոչ էլ փողոցը, միայն անունը՝ Գյոթեի անվան թանգարան: Մի քանի վայրկյանից գտնոււմ ենք: Երկու թանգարան կա, մեկը՝ Դյուսելդորֆում, մյուսը՝ Շթյուլբերգախում: Գյոթե անունը անվանվում է 429 անգամ: Էլեկտրոնային հեռախոսագրքի մուտքն այժմ անվճար է:

Մի քանի դուլարով աշխարհի շուրջը

Շարունակենք ընթանալ տվյալների ճեպընթացով: Այժմ դուրս ենք գալիս միջազգային ասպարեզ: Միանում ենք աշխարհի ամենամեծ տվյալներ հայթայթողին՝ ավելի քան հինգ միլիոն բաժանորդ ունեցող CompuServe-ին: Գերմանիայի կենտրոնական բաժանմունքի նստավայրը Մյունխեն-Ունթերհախինգում է: CompuServe-ի միջոցով ընդամուր առնամբ տրամադրվում է շուրջ 3000 տվյալների բազաներ: Ահա շատ հնարավոր թեստերից կրկին մի քանիսը.

- ▶ Հարցում Սպիտակ Տանը, գրադարանում:

Փնտրվում է Ամերիկայի նախագահի ճառի տեքստը կամ մամուլի ասուլիսի արձանագրությունը: Խնդրեմ, ինչ ուզում եք:

- ▶ NASA (Օդագնացության եւ տիեզերական տարածության հետազոտման ազգային վարչություն, ԱՄՆ). Կա՞ արդյոք հաջորդ Շաթլի մեկնաթռիչքի չվացուցակը: Ստանում ենք մամլո թղթապանակը, որը սովորաբար տրվում է միայն ԱՄՆ-ում:

CompuServe-ն ունի բազմազան հատուկ ծառայություններ, որոնք ցանկալի է ունենալ գերմանական խմբագրական համակարգերի համար.

- ▶ Արագ փնտրում առանձին դեպքում. հարկավոր է գրել առաջնորդող հոդված, այժմեականացնել սեփական թղթակցությունը, տեղեկանալ հարցազրույցի պատրաստվելու համար: Օրինակ, ի՞նչ կա այսօր Հայաստանի մասին աշխարհի ամենակարեւոր լրատվական գործակալություններում: Մենք մուտքագրում ենք համապատասխան գլխաբառը: CompuServe-ն փնտրում է աշխարհի ամենակարեւոր ծառայություններում, օրինակ «Agence France Press»,

DPA, «Kyodo Press» (ճապոնիա), «ԼՁԸՅ-ՁԸհհ» (Ռուսաստան) կամ «Սինհուա» (Չինաստան) եւ վայրկենաբար հաղորդում է. Հայաստան գլխաբառի վերաբերյալ կա 14 հաղորդագրություն: Ծառայությունը, որը սա հնարավոր է դարձնում, կոչվում է News Grid, որն թարգմանվում է որպես «տեղեկությունների մաղ»:

- ▶ Համաշխարհային փնտրում իբրեւ տեւական հանձնարարություն. այն թեման, որով այժմ զբաղվում ենք, մեզ երկար է հետաքրքրելու: Դա կարող է լինել որեւէ ընթացք, տիեզերաթռիչք, օրեր տեւող մեծ մարզական միջոցառում, բնական աղետ, քաղաքացիական պատերազմ աշխարհի որեւէ մասում: Այժմ CompuServe-ին հանձնարարում ենք հավաքել այն ամենը, ինչ այսօրվանից սկսած՝ այդ մասին կհաղորդեն «Washington Post»-ը եւ «Reuters»-ը կամ ուրիշ աղբյուրներ: Միայն տեղեկանալու համար: Նորից մի քանի «կլիկը» ստեղծելի վրա բավական է, որ CompuServe-ն հավաքի այն, ինչ նշված լրատվական միջոցներում լույս կտեսնի մեր թեմայի վերաբերյալ: Դա նույնիսկ թանկ չէ: Հավաքելն անվճար է, միայն կանչել-հանելու ժամանակ է պետք վճարել: Ծառայության անունն է ENS (Executive News Service):

Իսկ այժմ սուպեր ցանցը՝ տվյալների ճեպընթացի ամենակարելու մասը՝ առասպելական Ինտերնետը: Մի ցանց, որն անթիվ-անհամար, միլիոնավոր համակարգիչներ է իրար միացնում ամբողջ աշխարհում: Դրա հետեւում մասնավոր առաջարկող կանգնած չէ, ինչպես CompuServe-ի դեպքում, չկա մեկը, որ փնտրելու ժամանակ օգտվողին ճանապարհներ ցույց տա: Ինտերնետը միացյալ համակարգ է, տվյալների մի հսկայական պահեստ, որում տերերն իրենք պետք է գլուխ հանեն: Մեծ մասը անվճար է: Այնտեղ մենք կգտնենք տեղեկությունների ամենաճոխ առաջարկներ Սպիտակ Տանից, բայց եւ Մյունխենի քաղխորհրդի շենքից, մենք կարող ենք հասնել համալսարանական գրադարաններին, լրատվական ծառայություններին ամբողջ աշխարհում: Այստեղ ինչ ասես՝ չկա: Դալայ-Լամայի կենտրոնը Դհարասալայում, ճապոնիայի սահմանադրությունը, նորություններ արաբական քաղաքականության մասին, Ամերիկայի նախագահի հանդիպումների օրացույցը, Սպիտակ Տան հեռախոսագիրքը, Հոնկոնգի համալսարանի գրադարանը. Ինտերնետի հասցեների ամենածավալուն գիրքը չի կարող թվել այն ամենը, ինչ առաջարկվում է: Այստեղ ամեն ոք պետք է ըստ սեփական պահանջ-մունքի մշակի հնարավոր ուղիների ցանկը:

Ի՞նչ արժե էքսկլուսիվան տվյալների ճեպընթաց ավտոուղիներով:

T-Online-ն, օրինակ, 1997-ին ութ մարկ հիմնական վճար էր պահանջում, ապա հեռախոսավարձը, գումարած հաղորդման ծախսերը՝ ընդամենը 2-8 պֆենից գումարներ: Մասնավոր առաջարկողներն առանձին վճար են գանձում, բայց դա նախօրոք է ծանուցվում: CompuServe-ը հաշվում է 9,95 դոլար ընդհանուր վճար: Ինքնին հասկանալի է, որ պետք է վճարվի հեռախոսային կապը մինչև հաջորդ հանգուցակետը՝ լավագույն դեպքում ներքաղաքային զանգի սակագներով: Հինգ ժամվա օգտագործումը ձրի է, դրանից ավելը՝ վճարովի: Հատուկ ծառայությունները հատուկ վճար են պահանջում: Մեծամասամբ կարող ես մեկ ժամի համար մի քանի դոլարով պրծնել, եթե որևէ թանկ հատուկ տվյալների բազա չես ընկնում: T-Online-ն ու CompuServe-ը միացնում են Ինտերնետին: Փորձը ժամանակ ու փող է խնայում: Ամեն դեպքում այդ ծառայությունները դեռ մատչելի գներով են թույլատրում փնտրելը: Այստեղ ամեն մեկն ինքը պիտի հաշվարկի. արդյո՞ք ցանկալի պատմությունն արդարացնում է նման ծախսը:

Բոլոր ցանցերում կա մատչելի էլեկտրոնային փոստ, այսինքն՝ վարյկենական արագությամբ մյուս մասնակիցներին հաղորդագրություն ուղարկելու հնարավորություն՝ բնականաբար պայմանով, որ հասցեատերը նույնպես միացած լինի էլեկտրոնային ցանցին եւ համապատասխան սարքեր (համակարգիչ, հեռախոս, մոդեմ) ունենա:

Բացի այդ, խմբագրություններում հարց է առաջանում. ո՞վ պետք է այս ամենը օգտագործի կամ օգտագործելու իրավունք ունենա: Յուրաքանչյուր աշխատակի՞ց: Մի քանի թերթեր դա փորձել են եւ շուտով հրաժարվել: Արագ գտնելու համար լավ մասնագիտական գիտելիքներ են հարկավոր ինչպես համակարգչային, այնպես էլ համապատասխան մասնագիտական ոլորտից: Բժշկական շտեմարանում հարցում կատարելիս պետք է իմանալ, որ «մահացությունը» անգլերեն «mortality» է կոչվում կամ որ «խլացումը» պետք է փնտրել «sudden loss of hearing» անվան տակ: Լինի դա թերթ, թե էլեկտրոնիկա, նախ եւ առաջ անհրաժեշտ է մշակել որոնման ռազմավարություն, նախքան հարցնել սկսելը: Քանի որ համակարգչի դեպքում ժամացույցն աշխատում է. սխալ ճանապարհները թանկ են նստում: Մեծ խմբագրություններն այս առաջադրանքներն անշուշտ կհանձնարարեն մինչայժմյան արխիվի համապատասխան մասնագիտական բաժինների խմբագիրներին: Ավելի փոքր խմբագրություններում մուտքը նույնպես կթույլատրվի միայն հատուկ կրթություն ունեցող խմբագիրներին:

Իսկ ի՞նչ են անում նրանք, որոնց հույսը հենց իրենք են՝ որպես ազատ լրագրող: Մենք շատերին ենք ճանաչում, ովքեր մեծ ջանքերի միջոցով մտել են գործի մեջ եւ ցույց են տալիս. քիչ փողով կարելի է այնուամենայնիվ շատ բանի հասնել:

Այսպիսով, արդյո՞ք լրագրողական աշխարհն անախորժ կերպով էլ ավելի է բարդանում: Անկասկած, գիտելիքի ձեռքբերման մեր ճանապարհները փոխվում են: Բայց դա նշանակում է, որ մենք նոր շաներ ենք տեսնում: Եվ նոր մասնագիտություններ՝ փաստագրային լրագրողներ, տեղեկատվության մասնագետներ, տեղեկատվական միջնորդներ:

Սեփական առձեռն արխիվ.

Ինչպես կարգուկանոն պահպանել առանց թղթապանակների

Ձայրացուցիչ է, երբ թեև գիտես, որ ինչ-որ բան իմացել ես, բայց այլևս չգիտես՝ որտեղ են գտնվում համապատասխան թղթերը: Կարճ ասած, երբ առկա նյութը կարծես լուծվել է օդում:

Մի ժամանակ գիտնականի կամ բանաստեղծի սեղանին նոթաթղթերի արկղիկ էր դրված: Մտահղացումները, թվերը, մեջբերումները գրառվում էին ու գցվում արկղիկի մեջ. քաոս՝ գոյացման պրոցեսում: Դրված հեռախոսային համարները զայրացնում են իրենց գրողին, որը մոռացել է, թե ու՞մն են այդ համարները:

Օգտակար կարգուկանոնը սկսվում է նրանով, որ զոնե ամենակարելուր համարներով մի անձնական հեռախոսային ցուցակ են հիմնում: Եվ դրանում մի քանի տարվա ընթացքում վստահորեն տեղ են գտնում շատ համարներ, որոնք չես գտնի հեռախոսագրքում: Դրա համար լավագույնս հարմար է փոփոխվող էջերով գրքույկ: Կարելուր է նաև օրացույց՝ ժամկետների, տվյալների, մտահղացումների, նախաձեռնությունների համար: Թեմաների ցուցակ, որոնք պլանավորում ես սկսել: Դա իհարկե պարտադիր չէ թանկ, կաշվեկազմ տարեգիրք լինի: Բայց ինչ անել լրագրերից կտրածոների՝ սեփական աշխատանքների եւ այն հոդվածների հետ, որոնք ցանկանում ես պահպանել:

Գրեթե ամեն լրագրող սկսում է կառուցել իր արխիվը՝ մեծամասամբ թղթապանակների ձեռով: Թերթային հոդվածները հավաքվում են ու տսնծվում կազմելով առանձին թերթեր: Շուտով դա ծանձրալի աշխատանք է դառնում: Չտսնծված կտրածոները կուտակվում

են, թերթերը, որոնք դեռ պետք է մշակվեն, տզեղ կույտերի են վերածվում: Ինչը որտե՞ղ է: Եվ ու՞ր դնել: Թղթապանակների միջոցով կանոնավորությունը բավականին դժվար է կամ բոլորովին անպահպանելի: Սեփական աշխատանքները պետք է մշտապես պահել գործերի մեջ: Մնացած նյութը, որն ընդամենը կարճ ժամանակով է պետք գալու, ավելի լավ է տեղավորել կախովի քարտարանում: Կտրածոները դրվում են թափանցիկ պատյանների մեջ, թղթապանակները մնում են համատեսելի՝ եթե իհարկե հավաքողն իր մեջ ուժ է գտնում մերթ ընդ մերթ դիտումների ժամանակ այլևս անպետք նյութը դուրս նետելու:

Անձնական արխիվը հարկավոր է. գոնե այս մի պատճառով՝ թեմաները վերադառնում են: Ով մեկ անգամ գրել է նամականիշերի մասին, հաջորդ առիթի դեպքում գուցե նորից այս թեմայի համար որպես հեղինակ առաջադրվի: Երբ հետո ստացվի մամուլի նյութ, այն կփոխանցվի այն աշխատակցին, որը դրանով հետաքրքրվում է: Այսպես են ծնվում մասնագետները:

Անձնական արխիվը պետք է: Նաեւ համակարգիչների դարաշրջանում: Այժմ այն բաղկացած է ոչ միայն երեկվա թղթից: Կրկին գործածելի տեքստերով դիսկետները նույնպես պետք է կարգավորել: Առձեռն գրադարանը, չնայած ամբողջ էլեկտրոնիկային, չի կորցնի իր նշանակությունը: Քանի որ գիտելիքի ձեռքբերման շատ ճանապարհներ կան: Եվ մենք պետք է օգտագործենք բոլորը:

Գրականություն

Nürnberg, Albrecht,
Datenbanken und Recherche, in der Reihe: Journalismus & Praxis, Verlag Rommerskirchen, Remagen – Rolandseck 1993

VIII

ՄԱԿԵՏԱՎՈՐՈՒՄ. ԱՎԵԼԻՆ ՔԱՆ ՄԻԱՅՆ ԾՐԱՐ

Էջադրում. զգացողության արգասի՞ք
Նախագգուշացում նեղ շարվածքից
Այն ինչ գտնվում է տողամիջում ...

Հիմնադրույթներ էջի ձեւավորման համար
Այսպես է առաջնորդվում ու շեղվում աչքը

Լուսանկարներն իբրեւ հայացքի խայծ
Թխսի եւ ճտերի հարցը

Նկարների տեքստեր. ինչպես խոսեցնել
լուսանկարը...

Այսպես են դիտվում լուսանկարները
Կես վայրկյանում ընկալվում է ամենակարեւորը...

Ինչպես կառուցել նկարների տեքստերը
Ամենակարեւորը միշտ սկզբից

Քաղվածքներ AP-ի ձեռնարկից
Սխալ տեքստերը աղճատում են նաեւ նկարները

Տպագրության հիմնական դասընթաց
Թերթի պատրաստում

Հարդարանք լրագրի դեմքի համար
Կարեւորագույն հիմնական հասկացությունները

Էջադրում/Մակետավորում

Էջադրում. զգացողության արգասիք

Թերթերը նյութը հավաքում եւ գնահատում են նաեւ առանց բաների: Նրանք գործածում են նրբերանգներով հարուստ լրագրային լեզու, որում հեշտ է սխալ նրբերանգ որսալ: Ի՞նչն է չափազանց ցածրաձայն, չափազանց ձանձրալի կամ չափազանց բարձրաձայն: Ներգործությունների վերաբերյալ տեսակետները շատ են տարբերվում միմյանցից: Այնուամենայնիվ ամեն ոք հասկանում է, թե ինչ են ասում նշանները.

Հոծ շարվածք, շեղագիր, տառերի մեծություն, ընդգծումներ, գույն՝ սրանք արտահայտչականությամբ լի ազդակներ են, սա ո՛չ լեզվական հաղորդակցություն է, այսպիսով՝ անձայն բացատրություն, ամեն դեպքում ավելին, քան ընդամենը ծրար: Տպագրական միջոցներն իրենք են հաղորդագրություն դառնում: Նրանք աչքի համար որոգայթ կամ ուղեմիշ են դնում, նրանք առաջնորդում են, շեղում կամ շեշտադրում: Արդեն հաղորդագրության տեղադրումը ցույց է տալիս, թե նրան ինչ կարելություն է տրվում: Այդ պատճառով լրագրային գործի գիտնական՝ հանգուցյալ Էմիլ Դովիֆատի համար էջադրումը «քաղաքական կամքի ձեւավորման ակտ» էր:

Այդ կամքի ձեւավորումը հաճախ կատարվում է շատ կամայականորեն: Էջադրումը համարվում է զգացողության արգասիք: Ելը ձեւավորելիս ուրիշ ինչպե՞ս կարելի է որոշում կայացնել, եթե ոչ բնազդաբար: Լրագրի այս ոճական խնդիրների համար ընդհանրապես կարո՞ղ են հաստատուն կանոններ լինել կամ առնվազն՝ հենակետեր:

Դրանք կան:

Յուրաքանչյուր թերթ ունի իր սեփական չգրված օրենքները: Նրանք հիմնվում են ավանդույթի եւ թանկ փորձարարությունների վրա, որոնք գաղտնի են պահվում մրցակիցներից: Այստեղ մենք հարցուփորձ ենք արել մի քանի անվանի գործընկերների դիրեկտիվների մասին: Երկարամյա փորձն արդարացնում է միջոցները: Բայց արդյո՞ք նրանք դրանով իսկապես նպատակահարմար են դառնում:

Սակայն կան նաեւ գրված օրենքներ: Ամենից առաջ՝ Ամերիկայում: Այնտեղ հաճույքով բանաձեւի է վերածվում այն, ինչն այլուր որոշվում է ձեւի զգացողությամբ: Լրագրության գիտնական գերմանացի Դովիֆատն ու իր գործընկեր Օտտո Գրոթը դեռեւս տասնամյակներ առաջ վկայակոչել են այնտեղի կուտակած փորձը: Սակայն նորը մինչ օրս լրիվ չի գետեղվել մեր դասագրքերում: Օրինակ՝ ո՞վ գիտի, որ տողերի օպտիմալ լայնությունը կարելի է հաշ-

վարկել, ինչպես Վիրջինիայում ուսուցանում էր իր գործի մեծ վարպետ պրոֆեսոր Էդմունդ Առնոլդը: Թերահավատությունը, բնականաբար, տեղին է: Արդյո՞ք made in USA տպագրությունը տեղափոխելի է գերմանական պայմաններ: Փորձում ենք: Եվ ահա պարզվում է, որ թեսթերն ու ավանդույթը, գործնական փորձն ու գիտական արդյունքները շատ դեպքերում համընկնում են:

Դա հիմք է անհրաժեշտ բանավեճի համար. որտե՞ղ է մեր սխալը: Ի՞նչն են մյուսներն ավելի լավ անում: Ի՞նչն է անհրաժեշտ: Ի՞նչն է դյուրացնում ընթերցանությունը: Մակետավորումը վերջապես ավելին է, քան ռացիոնալությունը: Խոսքը տպագրական միջոցների լրագրական նպատակներին հարմար կիրառելու՝ այդ նշանների լեզվի քերականության մասին է:

Մենք պետք է իմանանք հիմնական կանոնները եւ դրանց ավելի լավ տիրապետենք, քան նախկին սերնդի լրագրողները: Քանի որ նրանք դեռ ունեին գրաշարներ եւ էջ կապողներ, որոնք կապարե շարվածքը դարձնում էին պատրաստի էջ եւ այդ ընթացքում հաճախ պահպանում հին, օրինակ՝ բառերի եւ տողերի միջեւ նվազագույն հեռավորությանը վերաբերող կանոնները, այնպես որ խմբագիրները դա չէին էլ նկատում:

Գրաշարներ այլեւս չկան: Հիմա մաւե վերանում են էջ կապողները, որոնց ավելի ուշ անվանեցին հավաքողներ: Մակետավորողները կան տեխնիկական ծառայողներն իրենց վրա են վերցնում համակարգչի էկրանի վրա կատարվող էջադրումը: Իհարկե, դա պետք է վերապահվի տեխնիկներին, բայց դա սոսկ ցանկություն է, հույս: Մենք կարող ենք համոզված լինել. խմբագրական համակարգերը որքան ավելի դյուրացնում են էջադրումը, այնքան ավելի հաճախ են այդ աշխատանքը ստանձնում խմբագիրները կամ օգնականները, որոնք թեւ փորձ ունեն համակարգչի հետ աշխատելու, բայց չունեն գրաֆիկական ձեւավորման հիմնավոր գիտելիքներ: Մխալները, որ տեղ են գտնում այդ դեպքում, գուցե աչք չեն ծակում, բայց դժվարացնում են կարդալը:

Մենք պետք է իմանանք հիմնական կանոնները՝ մակետավորողի հետ բանավիճելու եւ սխալներից խուսափել կարողանալու համար: Այդ բանավեճը կարող է սկսվել այն տարրից, որն Էդմունդ Առնոլդի համար էջի կարեւորագույն փոփոխական մեծությունն է՝ տողի լայնությունից:

Նախագրուշացում նեղ շարվածքից

Շատ բաժանորդագրական լրագրերի համար, որոնք ցանկանում են, որ իրենց լրագիրը այք չգրգռի, սա հիմնական օրենք է՝ սյունակների լայնությունը միշտ նույնն է մնում: Առավելությունը. միասնական չափերը հեշտացնում են տեխնիկայի աշխատանքը:

«Սյունակների լայնության փոփոխությունն աշխուժություն է մտցնում ձեւավորման մեջ», - դրան հակառակ ասում են փողոցային վաճառքի թերթեր ձեւավորողները: Բազմազանությունն անհրաժեշտ է գոնե լուսանկարների պատճառով: Բայց հիմա մեր առջև ծառանում է էջի ձեւավորման հիմնախնդիրը.

Ո՞ր լայնությունն է լավագույնս ընկալելի այքի համար, ի՞նչն է ընթերցանությունն առավել ակտիվացրել դարձնում: Ո՞ր լայնությունն է ամենահեշտ, ամենաարագ կարդացվողն ու ամենաքիչ հոգնեցնողը:

FAZ-ի տիպի թերթերը բավական ճիշտ ուղի են բռնել, եթե իհարկե առաջնորդվենք էդմունդ Առնոլդի ուսմունքով: Նա դա արտահայտում է մի բանաձեւով, որին հանգել է մեծ թերթերի ընթերցողներին վերաբերող ուսումնասիրություններով: Այն հայտնվում է բազմաթիվ դասագրքերում.

► O = այբուբեն՝ բազմապատկած 1,5-ով

Դա նշանակում է. Առնոլդի համար տողի O օպտիմալ լայնությունը ստացվում է, երբ այբուբենը (փոքրատառերով) բազմապատկում ենք 1,5-ով: Լատինական այբուբենն ունի 26 տառ. այն բազմապատկած 1,5-ով, ստացվում է 39 միշ:

Էդմունդ Առնոլդ. «Տողի օպտիմալ լայնությունը սկզբում հաստատվել է տպագրիչների կողմից, որոնք առաջնորդվում էին բնագործ եւ փորձով: Երբ գիտական հետազոտությունը հանձն առավ այս խնդիրը, պարզվեց՝ մեր պապերի բնագործ ճիշտ էր»:

Բոլոր տպագրիչների ոչ միայն պապը, այլեւ նախապապը՝ Յոհան Գենսֆլայշը՝ Գութենբերգից, հանգել էր նույն եզրակացությանը: Նա իր Աստվածաշնչի էջերը բաժանել էր երկու սյունակի: Յուրաքանչյուրը, միջին հաշվով, ունի 36 տառ եւ բառամիջյան տարածություններ (ընդ որում, կապակցված տառերն՝ այսպես կոչված կցագրերը, հաշվվում էին որպես մեկ տառ): Մտածելու տեղիք է տալիս այն, որ տողի լայնության հարցում ժամանակակից մակետավորողներն, ամերիկյան տպագրիչներն ու Գութենբերգը նույն եզրակացության են հանգել:

Եկեք Առնոլդի բանաձեւը վերածենք տպագրական միավորների.

- ▶ 43 նիշը 8 կետ բարձրության տառատեսակով (ինչպես այստեղ), ունի 6,4 սանտիմետր երկարություն*:

Տարբերություն կա⁶, թե տառատեսակն ինչ չափսի է: «Ո՛՛ջ», ասում է Առնոլդը: «Կանոնը գործում է բոլոր կապակցված տեքստային բլոկների համար»: Աչքը հարմարվում է տառի մեծությանը (չափի՝ մեջ) եւ ավտոմատ կերպով փնտրում հարմար տարածություն: «Եթե 10 կետ բարձրությամբ տառը դիտվում է 38 սանտիմետր հեռավորությունից, ապա այն նույն ազդեցությունն է թողնում, ինչ որ 12 կետ բարձրությամբ տառը 46 սանտիմետր հեռավորությունից», պարզել է անգլիացի տպագրիչ Յերբերտ Սպենսերը: Այսպիսով, տառի մեծության հետ կարող է մեծանալ տողերի լայնությունը: 10 կետ բարձրության տառատեսակով 39 նիշն արդեն պահանջում է 9,9 սանտիմետրանոց տող:

Առնոլդը ավելի է ընդարձակել բանաձեւը.

- ▶ **Նվազագույն՝ Օ հանած 25 տոկոս**
- ▶ **Առավելագույն՝ Օ գումարած 50 տոկոս**

Սրա համաձայն, 8 կետաչափ տառի դեպքում նվազագույնը շուրջ 5 սանտիմետր լայնությունն է, իսկ առավելագույնը՝ 10 սանտիմետր. այն, ինչ դրանից ավել է կամ պակաս, դժվարացնում է կարդալը:

Բայց ինչո՞ւ: Եթե աչքն ընկալում է կարդալու բնականոն արագությամբ, այն հարթացույցի պես շարժվում է այս կողմից այն կողմը, ձախից աջ, աջից ձախ՝ ասես հետեւում է գնդակին թենիսի խաղաղաշտում:

ճոճանակի տարուբերումները, սակայն, այնքան էլ հարթ չեն ընթանում, որքան կարող է թվալ: Որոշ չափով վարժված ընթերցողը տառ առ տառ չի կարդում, նա մի բառից ցատկում է մյուսին: Ըստ ուսումնասիրությունների, աչքը ժամանակ առ ժամանակ մոտ մի քառորդ վայրկյան դադար է տալիս՝ տեքստը ընկալելու համար: Երբեմն հայացքը ետ է սահում տողով, որպեսզի ընկալի բովանդակությունը: Շատ լայն տողերի դեպքում, ասում են ընթերցումը հետա-

* Տառի չափսը տրվում է կետերով, տողի երկարությունը՝ սանտիմետրերով: Եթե դուք ծանոթ չեք տպագրական չափահամակարգին, տեղեկացեք, խնդրեմ հետեւյալ էջում «Պարոն Ֆուրնյեի կետերը...»:

զոտողները, վերընթերցումների թիվն աճում է: Մինչ աչքը մի տողի վերջից կսահի մյուսի սկիզբը, գերկարճաժամկետ հիշողությունը հաճախ նորից մոռանում է նոր կարդացածը: Ուրեմն՝ ետ դեպի նախկին տողը: Կան էլ հայացքը, չափազանց երկար տողերի դեպքում, սայթաքում է եւ անմիջապես չի գտնում, թե որտեղից պետք է շարունակի:

Մյուս կողմից՝ եթե նեղ շարվածքի դեպքում աչքերի ճոճանակային տարուբերումը չափազանց արագ եւ կարճ է դառնում, աչքերն ավելի շատ են լարվում եւ ավելի հաճախ են ստիպված լինում քառորդ վայրկյանով դադար վերցնել: Այսպիսով, հետազոտողները միաձայն ասում են. չափազանց նեղը եւ չափազանց լայնը արգելակում են ընթերցանության արագությունը:

Նեղ շարվածքի մասին ասվածը հաստատում են շուկա ուսումնասիրողները եւ մեր սեփական աչքերը: Խնդրեմ նայեք այս տեսքատերին.

**Բեռլինում
առանց օթեանի**

- Ուրբաթ օրը **նյուրնբերգցիներն** անօգնական կանգնած էին Բեռլինի օդանավակայանում: Օթեան չէր պատվիրվել, իսկ հյուրանոցները հայտնում էին՝ տեղ չկա: Համարների հարցով, ճիշտն ասած, պետք է զբաղվեր գործադիր տնօրեն Շեֆերը, բայց նրան ակունքը մինչեւ իսկ

*...«Նա սիրող հայր էր»,- միաձայն հավաստում են նրա երկու ամուսնալուծված կանայք:
Այստեղ գեսին նկարված է իր երկրորդ կնոջ դաստիարակությունը*

**Կիրակի
առավոտյան առատ
նախաճաշի համար.
Այս մինչեւ գետին
հասնող թեթեւ
խավավոր
գործվածքից
լողախալաթով
դուք մշտապես
ախորժալի
տեսք ունեք
(Լուի Ֆերո)**

- ▶ **Ձախի օրինակը՝** հաճախակի տողադարձերը եւ բառերի միջեւ անհավասար հեռավորությունը, որն անհրաժեշտ է տողերի երկարության հավասարեցման համար, շփոթեցնում են աչքը:
- ▶ **Մեջտեղի օրինակը՝** ավելի լավ է, այսպես կոչված, դրոշային շարվածքը, որի դեմ ընթերցանությունն հետազոտողները ոչինչ չունեն՝ բացի նրանից, որ ընթերցողները հավանաբար դրան նախ պետք է վարժվեն:

- ▶ **Աջի օրհնակը՝** դրոշային շարվածքը հատկապես լավ ընթեռնելի է համարվում, երբ այն մաշվում է դեպի աջ եւ ձախ, դրված է տողի մեջտեղում, ինչպես այստեղ:

Նեղ շարվածքի համար նույնպես գոյություն ունի նվազագույն չափ՝ 2,7 սանտիմետր, որից պետք չէ անցնել: Տողը այնուամենայնիվ պետք է պարունակի նվազագույնը 3 բառ, եւ ցանկալի է՝ ոչ շատ կարճ:

Ե՞րբ է տողը չափազանց նեղ: Վստահելի հատկանիշ. երբ բառերի միջև աչքի ընկնող մեծ դադարներ են բացվում: Բառամիջյան տարածությունն ամեն դեպքում չպետք է նկատելիորեն ավելի մեծ լինի, քան տողերի հեռավորությունը: Ամենաշատն այստեղ են մեղանչում, մնացած դեպքերում գերմանական թերթերի սյունակների ավանդական լայնությունը գտնվում է օպտիմալի սահմաններում:

Այն, ինչ գտնվում է տողամիջում ...

Եթե նույնիսկ աչքն ունակ է ինքնուրույնաբար փնտրել ընթերցանության համար հաճելի հեռավորությունը, գոյություն ունեն սահմաններ, որոնք նվազեցնելն անցանկալի է: Դաշնային Հանրապետության թերթերում այն տատանվում է 7 եւ 9 կետի միջև՝ «տեքստային (հիմնական) տառաչափի», նորմալ տեքստի համար: Միտումը դեպի մի փոքր ավելի մեծն է: 7 կետաչափից պակաս տառաչափերն աչքի փոշի են, շատ հազվադեպ են գործածվում:

Օրհնակ, «Աբենդցայթունգում» 9 կետը հիմնականում տեղադրում են 10 կեգելի վրա, մի հիմքի, որը 0.375մմ-ով մեծ է տպատառից: Տասնորդական միլիմետրերն անգամ ներգործում են: Այն, ինչ գտնվում է տողամիջում՝ տողերի հեռավորության բաժանարար սպիտակը, բարելավվում է ընթեռնելիությունը:

Առնուլդ. «Առանց տողանջատի շարվածքը սեղմված եւ ճնշող տպավորություն է թողնում: Ընթերցողն իրեն լավ չի զգում. եւ դժբախտ ընթերցողը, նույնիսկ պատճառը չիմանալով, չի կարող երկար ժամանակ ընթերցող մնալ: Չափազանցված տողանջատը նույնպես վատ է: Տողերի միջև չափազանց մեծ տարածությամբ յուրաքանչյուր շարվածքի բլոկ աչքին փլուզված է թվում»:

Կես կետն Առնուլդի համար հենց այն մեծությունն է, որ բարելավվում է ընթեռնելիությունը: Ուրեմն այստեղ տեսությունն ու փորձը

նույնպես համընկնում են: Կես կետը նույնիսկ երկու տասնորդական միլիմետր էլ չէ: Այնուամենայնիվ ստորակետին հաջորդող թվերը հեշտորեն գումարվում են: Եթե կես կետը ներմուծվի որպես ստանդարտ տողանջատ, խմբագրությունը տեղ կկորցնի: Այնտեղ, որտեղ նախկինում կարող էր տեղավորվել 100 տող, կտեղավորվի միայն 94-ը:

Խիտ շարվածքի մասին շատ է խորհել նաև ծագումով գերմանացի տպագրիչ Ռոլֆ Ֆ. Ռեհեն, որը հեղինակության հասավ Ամերիկայում: Նայենք նրա գրքում. Ռեհեի համար միանշանակ է, որ խիտ շարվածքը համեմատաբար ավելի դանդաղ է կարդացվում: Տեմպն աճում է լրացուցիչ տողանջատի դեպքում:

Տողերի հեռավորության չափավոր մեծացումը միշտ ավելի նախընտրելի է, քան դրա բացակայությունը: Դա վերաբերում է բոլոր տառատեսակներին: Նաև այլ դեպքերում սպիտակը տեքստերի սյունակներում դյուրացնում է ընթեռնելիությունը: Այդ պատճառով Ռեհեն խորհուրդ է տալիս երկար տեքստը շարունակ ընդմիջել պարբերություններով:

Չտաված տարածությանը հնարավոր է ավելին ձեռնարկել: Սպիտակն ընդգծում է. երբ, օրինակ, տեքստային սյունակի սահմաններում պարբերությունների սկզբում ազատ տեղ է թողնվում, ինչպես «Ֆոկուսից» այս օրինակում.

ՋՈՆ ԷԼԻՈՒ ԳԱՐՂՆԵՐ

- **ՃՆԱԵԼ Է** 1943-ի ապրիլի 20-ին անգլիական Ֆոնթնել Մազնայում
- **ՉԲՐՈՒԵԼ Է** քաղաքականին վաղ ռեժիսսանսի եւ քարոկկոյի երգչախմբային երաժշտությանը
- **60-ական ԹԱՍԱՆՆԵՐԻՑ** Մոնտեվերդիի նվագախմբի հետ միջազգային հաջողության է հասել եւ 1990-ին հիմնել *Orchestra Révolutionnaire et Romantique*
- **1991-ին ՍՍՍՆՉՆԵԼ Է NDR-ի** սինֆոնիկ նվագախմբի ղեկավարությունն: Կրկ աստիճանը բողել է 1996-ի օգոստոսի 1-ին ը
- **ՍԵՆՏԻՍԱՆ** ապրում է իր ընտանիքի հետ Վիլշիդի մի ազատական, որը մշակում է կենսաբանական-դիսանիկական եղանակով:

Սպիտակը որպես տպագրական ոճական միջոց, անշուշտ, փոքր-ինչ թերագնահատված է: Դրան գումարած՝ այն շատ տեղ է գրավում: Իսկ ո՞ր օրաթերթն այն ունի: Սակայն ընդգծելու, աշխուժացնելու համար խմբագիրը հաճախ օգտագործում է տարրեր, որոնք այնքան լավը չեն, որքան թվում է ...

Շեղատառ. չափազանց նուրբ է՝ գեղեցիկ լինելու համար

Երբ լրագրողներն ուզում են իրենց ասելիքը փոքր-ինչ նրբացնել, երբ նրանք զրուցում են, նոթագրում, իրենց տեսակետն են շարադրում, երբ նրանք ցանկանում են տպագրված տեքստի մեջ

բարձրացնել ձայնը եւ ընթերցողի ուշադրությունը բեւեռել որեւէ բառի վրա, ապա շատ թերթերում նրանք դեռ հաճույքով օգտվում են շեղամիջոցից՝ *շեղատառից*:

Թերթի տեղական բաժնի գլխավոր հոդվածները, նկարների տակի բացատրախոսքերը, ռեպլիկներն ու այսպես կոչված խայտաբղետ, թեթեւ հաղորդագրությունները տրվում էին եւ տպագրվում են թեթեւակիորեն թեք տառերով: Ասում են թե նույնիսկ կան խմբագիրներ, ովքեր իրենց թղթակիցներին համապատասխան տեքստերի դեպքում խորհուրդ են տվել. «Դե, փորձեք այդ ամենը գրել շեղատառերով»: Այս շրիֆտի միջոցով մեկնաբանվող հավելումներն անջատվում են լուրերից, այն ցույց է տալիս՝ այստեղ անցնում ենք սուբյեկտիվ մոտեցման:

Այսպես էր նախկինում: Ահա շատ թերթերում մենք ապարդյուն փնտրեցինք ծանոթ շեղատառը: Այն ավելի ու ավելի քիչ է գործածվում: Օրինակ «Վելթն» ասում է. «Տեքստում մենք այս տառատեսակը հազվադեպ ենք օգտագործում, գրեթե երբեք»:

Պրակտիկները նկատել կան իրենք են փորձել իրականացնել այն, ինչն արձանագրում է Ռոլֆ Ռեհեն.

Շեղատառը դանդաղեցնում է ընթերցանության տեմպը՝ մեկ րոպեում 14-ից 16 բառի:

Արգելակու՞մ աչքի համար: Դա էլ կարելի է օգտագործել: Այն, ինչ ավելի երկար հատվածների դեպքում խոչընդոտում է, առանձին բառերի դեպքում կարող է օգտակար լինել: Շեղատառ նախադասության մեջտեղում. այստեղ հայացքը կանգ է առնում, սա է *սայթաքելու շենքը*. ընթերցողը ցնցվում է մի վարորդի պես, որը հարթ երեսպատված ավտոճանապարհով երկար երթեւեկելուց հետո հանկարծակի հայտնվում է խորդուբորդ փողոցում: Այսպես, մեկ առանձին բառ, որն ընթերցողի ճոճանակի տարուբերման ժամանակ հեշտորեն կարող էր բացթողնվել, ընդգծվում է նախադասության մեջ: Մի համեստ-ամենկատ միջոց՝ աչքի ընկնելու համար: Նախկինում համապատասխան տեղերը տպվում էին ցրիվ շարվածքով: Այսօր դա կաչուն եւ հմառճ է համարվում, այն պատառների է վերածում նախադասության պատկերը: Կես դար առաջ Դոլֆիֆատը հաճույքով կիրառում էր ցրիվ շարվածքը: Իր գործերի նոր հրատարակություններում այն այլևս չեք գտնի. դրանցում այն փոխարինվել է նրբագեղ շեղատառով: Մեջբերում «Լրագրային ուսմունք» գրքից.

Հարկ է, որ էջադրումը *ամենակարելորդ* գրավչորեն ներկայացնի: Մնացած *ամեն ինչն* այն պետք է *համատեսելիորեն* դասավորի՝ ըստ արժեքի ...

Սակայն խմբագրությունները վարանելով են հրաժարվում շեղատառից, որպես հիմնական տառատեսակ՝ թերթոնի բաժնում: Բոլոր դեպքերում, այն դյուրացնում է տեքստի որոշակի մասերի՝ ռեպլիկների կամ քննադատությունների ճանաչելիությունը: Բայց գրաշարները շատ այլ շրիֆտեր ունեն՝ լուրերը գրույցներից, հարցերը պատասխաններից, հեշտը դժվարից տարբերակելու համար:

Անտաշ. սելը չափազանց շատ է

Իսկ եթե ուզում ենք ընդգծել: Եթե տեքստում որոշ բառեր գրվում են **հոծ**, ապա դա մեծ մասամբ անտաշ է թվում: Իսկ ինչպիսի՞ն է հոծ շարվածքն ամբողջ պարբերությունների համար: Արդյո՞ք այն երբեմն զգալիորեն չի մեղմացնում տեքստային երկար սյունակների սարսափազդու գորշությունը: «Մեր տեքստում հոծ շարվածք չկա», ասում են մեզ գործընկերները «FAZ»-ից: «Հոծը կարելորդում է ինքն իրեն: Սակայն մեզ համար, ըստ էության, ամեն ինչ կարելորդ է հավասարապես: «Վեւտը» նույն կարծիքի է: Հերթապահ խմբագիր Ֆրիցցե. «Մենք հոծ գրեթե չենք գրում, ծայրահեղ դեպքում՝ նկարների մակագրությունները: Բայց նրանք չպետք է չափազանց երկար լինեն. հոծը պարզապես էլեգանտ չէ»:

Գիտնականները միշտ չէ, որ նույն հակակրանքն ունեն: Ռոլֆ Ռեհե. «Հոծն ավելի լավ է կարդացվում, քան շեղը, բայց այն պետք է գործածվի սահմանափակ քանակությամբ՝ աչք չհոգնեցնելու համար»: Անգլիացի Հերբերտ Սպենսեր. «Շեղը վատացնում է ընթերցելիությունը, հոծ շարվածքը դա չի անում: Կիսահոծը նախընտրելի է շատ ընթերցողների համար»:

Էդմունդ Առնոլդը խորհուրդ է տալիս հոծն օգտագործել որպես գունային կետեր՝ հիմնից տասը սանտիմետր հեռավորության վրա՝ առանց հաշվի առնելու իմաստը: Ընթերցողը վարժվում է դա դիտելու որպես գրաֆիկական ոճական միջոց, բայց ոչ որպես հատուկ կարելորդության ազդանշան: Առնոլդ. «Հոծը՝ գույն է»:

Ժամանակակից մակետավորողներն այլևս նրան համակարծիք չեն: Ձեր շուրջբոլորը նայեք. գերմանական թերթերում հոծ շարվածքը գնալով ավելի քիչ է կիրառվում:

Մեծատառ եւ սկզբնատառ (լապտերիկ)

Ի՞նչ կարելի է անել այն դեպքում, երբ անպայման ուզում ենք խուսափել հոծ շարվածքից, բայցեւայնպես ունենք ընդգծման կարիք. օրինակ՝ հողվածի առաջին բառերում: Իրենց ծառայությունն են առաջարկում ՄԵԾԱՏԱՌԵՐԸ:

SZ-ը մեծատառերով է սկսում նկարների մակագրությունները եւ փոքր հաղորդագրությունները, օրինակ՝ «Այսօրվա մարդիկ» սյունակում «FAZ»-ն այս կերպ է ներկայացնում տեղանունների տողերը, այլ թերթերը՝ թղթակիցների անունները:

Այնինչ, այս գլխում մեջբերված ընթերցանության վերաբերյալ՝ հետազոտողները միաբերան նախազգուշացնում են.

ՄԵԾԱՏԱՌԵՐԸ ԵՐԿԱՐ ՇԱՐԿԱԾՔԱՅԻՆ
ՀԱՏՎԱԾՆԵՐՈՎ ԸՆԹԵՐՑԱՆՈՒԹՅԱՆ ՇԱ-
ՐՈՒՆԱԿԱԿԱՆ ԱՐԳԵԼՔ ԵՆ:

Դրան հակառակ, շատ սիրված է լապտերիկը՝ գերմեծատառը, որը բնորոշ էր միջնադարի ամենագեղեցիկ գրքերին, սակայն այսօր նույնպես ծառայում է իբրեւ զարդամիջոց: Առաջին պարբերությունում սկզբնատառը նաեւ ազդանշան է դառնում. «Ուշադրություն, այստեղ է սկսվում հոդվածը»: Սա կարող է օգտակար, ավելին՝ անհրաժեշտ լինել, եթե տեքստը չի սկսվում անմիջապես վերնագրի տակից:

Է դիմբուրգի հին բուրգի բլրակի դիմաց գտնվող մի բարձրության վրա դեպի վեր՝ քամուց զգզված շոտլանդական երկինք է խոյանում հեռվից երեւացող հեքիաթային մթին մի դոյակ: Բարձր ֆրոնտոններ ու ելուստներ, կապարեպատ աշտարակներ, նորգոթական պատուհաններ. Fettes College՝ Մեծ Բրիտանիայի հռչակավոր մասնավոր դպրոցներից մեկը:

...

Էլիտայի ձեւավորումը որպես ծրագիր

Թե որտեղ է ժամանակին սերտել լեյբորիստների ղեկավար Տոնի Բլեյերը.

շոտլանդական մասնավոր դպրոց Ֆեթես Քոլեջում/
Ռայներ Լյուկեն

Վախ չափազանց շատ տեքստից

Որպեսզի երկար տեքստերը չձանձրացնեն, դրանք ներկայացվում են ավելի փոքր չափաբաժիններով՝ միջանկյալ տողերով: Դրանք ակնառու կերպով պետք է տարբերվեն հաղորդագրությունների վերնագրերից, եթե անգամ դրան հասնում ես միայն տառաչափի փոփոխությամբ: Նպատակահարմար է դրանք եզրից դեպի ձախ տեղաշարժելը:

Միջանկյալ վերնագրերը (կամ միջանկյալ խորագրերը) դրվում են երկու պարբերությունների միջև, ուշադրություն են հրավիրում այն բանի նկատմամբ, ինչը սպասվում է, հետաքրքրություն են արթնացնում, հրապուրում են ընթերցման, դրդում՝ հետաքրքրվել հետագա տեքստով: Ուրեմն օգտակար, կարելուր բան է:

Երևան է գալիս մի խնդիր: Հաճախ միջանկյալ տողեր են դրվում տեքստի մեջ՝ իբրև օպտիկական տարրեր, գունային բծեր, իբրև երկար էջաշարվածքների ընդհատում: Միջանկյալ տողերը տեքստի մեջ կարող են շփոթեցնել. դրանք պարտադրաբար առաջ չեն տանում, դրանք նախ եւ առաջ ընդհատում են: Ելք. այդ տպագրական տարրերը, նաև «Ֆլեշը», տեղադրվում են այնպես, որ չընդհատեն ընթերցման ընթացքը: Օրինակ՝ սյունակների միջև:

Խմբագրությունների բառագործածության մեջ պետք է հստակ տարբերակենք.

- ▶ Միջանկյալ վերնագրերը ուշադրություն են հրավիրում հաջորդող հատվածների վրա եւ դրված են պարբերությունների միջև:
- ▶ Միջանկյալ տողերը, նաև «Ֆլեշը», ընթացիկ տեքստում հետաքրքրություն են առաջացնում. գուցե մեջբերում լինեն, ինչպես ստորել բերվող օրինակում օրինակում: Դրանք չեն վերաբերում հետևող պարբերություններին, այլ ուշադրություն են հրավիրում ողջ հոդվածի վրա եւ պետք է ճանաչելի դարձվեն որպես ներդրված բլոկ՝ գծերի կամ տեղադրման միջոցով: Ակնառու է միտումը. աչքի ընկնել, բայց ընթերցանությանը չխանգարել: Երբեմն տեքստի կողքին բացականչություններ կամ ասույթներ են դրվում. միշտ այնպես, որ աչքը ստիպված չլինի տեղից-տեղ ցատկել:

Պողպատագործ, որը միայն մի նպատակ է ունի՝ մնալ «Փյունիկ» դժոխքում:

«Եթե ածուխն ու պողպատն էլ հատվեն, ապա մենք 20 տոկոս գործազուրկ կունենանք»

Դա միայն Դիտեր Ջոնի ցանկությունը չէ: 6000 գործընկերներ ժամեր շարունակ համբերատար սպասում են Դորտմունդի պլանձաձուլարանի փակված արտադրամասի գերեզմանային ցրտի պայմաններում: Սպասում են իրենց գործարանի մահապատժի՞ն, թե՞ զուցե՝ հրաշքով փրկությանը:

Ինչպես պողպատագործներից շատերը, Դիտեր Ջոնը իր հետ գործարան է բերել ողջ ընտանիքը: Նրա կինը՝ Բրիգիտեն ուղիղ

Բուլվարային թերթերը դրանով բոլորովին չեն բավարարվում: Որքան ավելի շատ տպագրական կոսմետիկա գոյություն ունի. ռաստերային երանգներ եւ նեգատիվներ (որոնք 12 կետից փոքր տառաչափի դեպքում ավելի դժվար են ընթերցվում, քան նորմալ տեքստը), կան ընդգծումներ, զունավորումներ եւ հոծ գծեր կողքից, իսկ երբեմն բոլորը միաժամանակ է հանդիպում. ընդգծված հոծագիր հանգույց, դրա վերելում զունային ռաստերային երանգ: Հարց է ծագում. ինչքա՞նն է չափազանց շատ:

Էդմունդ Անուլը դրա համար խորհուրդ է տալիս 5 դուլարանոցով թեպք, որը կիրառվում է նաեւ գերմանական գծանկարիչների կողմից: 5 մարկանոց թղթադրամը նույնպիսի ներգործություն ունի. տեղաշարժեք այն թերթի էջի վրայով՝ յուրաքանչյուր դիրքում այն պետք է ծածկի ամենաքիչը երկու աշխուժացնող տարր՝ գծեր, հոծագիր, վերնագրեր: Կա նաեւ 5 մատի փորձը. մի ձեռքը դրեք թերթի էջի մեջտեղում՝ առանց մատները շատ բացելու: Հիմա արդեն պետք է ընդգրկվեն էջի առնվազն երեք էական տարր:

Սակայն խնդրում ենք՝ ստուգեք նաեւ, թե արդյո՞ք այն, ինչը դուք շոշափում եք մատներով կամ թղթադրամով, իսկապես էական է:

FAZ-ի հրատարակիչների կոլեգիայի նախկին խորհրդատու դոկ. Ռոբերտ Յելդը ոչ անհրաժեշտ տպագրական տարրերի դեպքում խոսում է օպտիկական աղմուկի մասին: Այս նույն բառերն օգտագործում է Էդմունդ Անուլը, որը սակայն պահանջում է ոչ թե հանգիստ պահպանողական ձեւավորում, այլ գործառնական տպագրություն: Ոչ անհրաժեշտ տարրերը նրա համար խանգարող աղմուկ են, որոնք ինչպես սխալ ձայնը ռադիոյում՝ խանգարում են լուրի հաղորդմանը:

Էջերին նայելով, խորհուրդ է տալիս Էդ Առնոլդը, խմբագիրները պետք է իրենց հարցնեն, թե ի՞նչ խնդիր է լուծում գործածվող յուրաքանչյուր տպագրական միջոց. արդյո՞ք այն նպատակահարմար է: Եթե ոչ՝ ապա հեռացնել: Այն, ինչ օգուտ չի տալիս, մեծ մասամբ վնասակար է: Եթե մի տարր նպատակահարմար է ճանաչվել, ապա միեւնույն է, պետք է հարցնել. արդյո՞ք իր խնդիրը չի կարող կատարել ավելի լավ, ավելի արագ, ավելի արդյունավետ, ավելի ռացիոնալ:

Առնոլդի ցանկությունը ո՞րն է. էջը պետք է լավ ձեւավորված լինի, ոչ թե պճնված: Չհրաժարվել ոչնչից՝ ինչ նպաստում է ընթերցելիությանը, եթե անգամ դա թանկ է, բայց բաց թողնել այն ամենն, ինչն անօգուտ աղմուկ է:

Ամփոփում

► Շրիֆտի մեծությունը.

8 կետաչափը ընդունված է, սակայն սկսում է համարվել չափազանց փոքր:

Շրիֆտի լայնությունը.

Հնարավորին չափ վեց ցիցերոյից (2.7 սանտիմետրից) ոչ պակաս:

► Շեղագիր.

Գնալով ավելի քիչ է կիրառվում: Շատ պիտանի է առանձին բառ ընդգծելու համար:

► Հոծ շարվածք.

Ավելի ընթերցելի է, քան շեղագիրը: Գնալով ավելի խնայողաբար է կիրառվում: Հիմնական դիրք՝ հոծ տպագրել միայն այն, ինչն արժանի է ընդգծվելու:

► Մեծատառեր.

ԲԱՐԴԱՅՎԱԾ ԸՆԹԵՌՆԵԼԻՈՒԹՅՈՒՆ

► Ցրիվ շարվածք.

Բ ա ռ դ ա ց վ ա ծ ը ն թ ե ռ ն ե լ ի ու թ յ ու ն

► Սկզբնատառ.

Միրված է որպես զարդարանք, ապահով՝ որպես սկզբի ազդանշան:

Հիմնադրույթներ էջի ձեւավորման համար

Այդպես է առաջնորդվում եւ շեղվում աչքը ...

Լրագիր ընթերցողի հայացքը, երբ նա նոր էջ է բացում, բնագղաբար դեպի վեր եւ ձախ է ուղղվում եւ ճանապարհին ոչ մի խոչընդոտ չի առաջանում: Առաջինն ի՞նչ կարդացիք այս էջին: Անշուշտ «Հիմնադրույթներ էջի...» բառերը՝ տեղադրված քառակուսու՝ լրացուցիչ ուշադրություն գրավողի կողքին:

Ձախն՝ աջից առաջ. Էդմունդ Առնոլդի այս դրույթը, որը նա որպես աշխատանքային սկզբունք շեշտակիորեն խորհուրդ է տալիս յուրաքանչյուր մակետավորողի, ինքնաբերաբար հասկանալի է հնչում: Այն այդպիսին չի եւ ամենուր չի ընդունվում: Քանի որ Առնոլդը հակաճառում է մի հին տպագրական դրոգմայի: Մինչ օրս կարծում եւ ուսուցանում էին.

▶ **Ընթերցողի հայացքը սկզբում ընկնում է էջի վերեւի աջ քառորդին:**

Այս տեսությունը նույնպես ծագում է Միացյալ Նահանգներից: 1927-ին Էմիլ Դովիֆատն ամերիկյան ժուռնալիստիկայի մասին մի աշխատության մեջ գրել է.

Ըստ հոգեբանա-տեխնիկական փորձերի արդյունքների, ամենաձգողական հայեցակետը («օպտիկական կենտրոնը») գտնվում է ոչ թե էջի մեջտեղում, այլ՝ թերթի երեք քառորդ բարձրության վրա, մոտավորապես հինգերորդ եւ վեցերորդ սյունակում:

Դովիֆատի լրագրային ուսմունքի նոր հրատարակության մեջ այս տեսակետը կրկնվում է.

Հոգեբանական ուսումնասիրությունները ... դեռ Առաջին համաշխարհային պատերազմից առաջ ցույց են տվել, որ էջի չորս դաշտերի բաժանման դեպքում աչքն առաջին հերթին եւ ամենահաճախ հայացքն ուղղում է վերեւի աջ կողմի դաշտին:

Ընթերցողի հետաքրքրությունը տոկոսային հարաբերությամբ բաժանվում է այսպես.

28	33
16	23

Դովիֆատն այս թվերը վերցրել է կայսերական ժամանակներից, սակայն միաժամանակ չի համաձայնել դրանց: Տպագրության հետագա զարգացման հետեւանքով «այս կոպիտ բաժանունը համարվել է հնացած»: Նկատի ունենալով մեծ նկարներն ու մեծածավալ վերնագրերը՝ այդ բաժանունն «առանց այն էլ չէր կարող ուժի մեջ մնալ»: Մասնագետները համաձայն են նրա հետ, բայց գովազդային գործակալությունները, միեւնույն է, պահպանում էին դրսից աջ կողմը: Եվ կա մի ուժգին զգացողություն, որն այսօր էլ դեռ ասում է. ինչ-որ բան կա աչքի՝ դեպի աջ պտույտի մեջ ...

Զգուշացում հետադարձ ընթացքից

Էդմունդ Առնոլդի համար, դրան հակառակ, ամենակարեւոր տեսադաշտը («առաջնային օպտիկական արեալը») միանշանակ վերին ծախս անկյունն է՝ «գլխավոր օպտիկական շրջանը»: Դրան մենք սովորում ենք մանկությունից: Կարդում ենք ձախից աջ, վերելից ներքեւ:

Վերջին սյունակի վերջին պարբերության ճանապարհին՝ նպատակ հանդիսացող տարածքին, աչքը ուժեղ մագնիսների ազդեցության տակ հեշտությամբ է շեղվում, առաջնորդվում ու գայթակղվում, սակայն միայն վարանելով է հետադարձ ընթացք կատարում: Երբ ցած տանող ճանապարհի մի հատվածն արդեն ետեւում է, աչքը տիաճությամբ է նորից դեպի վեր եւ դեպի ձախ մազլցում:

Հիշենք. աչքը չի սիրում հետադարձ ընթացքը եւ հեշտությամբ է շեղվում: Այն պարտադիր եւ բացառապես չի նայում դեպի աջ կամ ձախ, այլ այնտեղ, ուր նրան մոզուհու պես կանչում է ամենամեծ էֆեկտը:

Մի օրինակ վերապահենք: Շատ թերթերում հոդվածները կառուցվում են հետեւյալ նախագծով. վերնագրի գլխավոր տող, ենթատող, հանգույց, տեքստ.

1000 Briefe landen zerrissen im Kasten

Verärgerte Kunden – Maschinen und dünne Umschläge schuld

Jeden Tag werden in München rund 1000 Postsendungen verteilt, die bei den Empfängern kaum Freude aufkommen lassen: Die Sendungen sind beschädigt. Aufgerissene Kuverts, oder gar der Inhalt im angegriffenen Zustand – Entschädigung erhalten die Kunden dafür nicht.

Gibt es aus irgendeinem Grund einen Stau, sind Beschädigungen die unerbittliche Folge. Das konnte früher nicht geschehen, als Briefe bei uns noch handverteilt wurden.

Beschädigungen entstehen aber auch, weil die Postkunden zu dünne Kuverts verwenden, gegenstände in die Briefumschläge legen, oder für bestimmte Sendungen nicht verstaute.

Die Postboten in München tragen tagtäglich im „Schnitt“ etwa 1,5 Millionen Briefe aus. Zum Leidwesen

ligkeit der Zustellung. Die Postboten jedenfalls seien, sagt Pressesprecher Reinhold Groß, verpflichtet.

Ըստ Առնոլդի, հայացքը սկզբից ձգվում է ամենաուժեղ տարրի՝ հզոր մագնիսի կողմից: Եվ ապա անմիջապես սահում տակի ավելի մանր տողին:

Եի՞շտ է:

«Մեր՝ առանձին հրատարակությունների թեսթերը ցույց են տվել, որ ենթավերնագրերը հազվադեպ են կարդացվում ... Այդ պատճառով նրանք պետք է առնվազն լինեն գլխավոր վերնագրի մեծության կեսի չափ», - ասում է Կլաուս Յուրգեն Ֆրիցշեն «Կելթից»:

«Աբենդցայթունգն» իր հետազոտությունների ժամանակ ստացավ նույն արդյունքը: Մնացածներն էլ կարծես նույնն են հայտնաբերել:

Դիտարկենք գերմանական թերթերը. ենթավերնագրերի թիվը նվազում է կամ մեծանում է նրա տառաչափը:

Այն, ինչ շուկայի հետազոտողները միայն վերջերս բացահայտեցին, դեռ տարիներ առաջ Առնոլդն առաջարկել էր որպես հիմնական կանոն.

Սկզբում ծանրը, հետո թեթևը:

Իսկ սա տպագրության մեջ նշանակում է. ծանր տարրերը պետք է լինեն թեթևների վերելում կամ դրանցից ձախ: Քանի որ դրանք են առաջին հերթին կարդացվում: Ստորել բերված հոդվածի նախատողերն էլ, չնայած ընդգծված լինելուն, հաստատ բաց են թողնվում շատերի կողմից:

Übersetzung W. Engländers Königin auf ihrer Reise durch die Öländer Arabians

Für die Scheichs ist Elizabeth II. ein »ehrenwerter Gentleman«

Drei Wochen lang reist die Queen durch den Orient – mit neuen Roben

Englands Königin Elizabeth II. (52) wird auch über 20 Jahre Regentschaft jetzt vordringend zum Mann. Und zwar offiziell. Denn im Arabischen werden nur noch Männer, die sich einige wichtige Scheichs ausgesucht haben



Natürlich soll das königliche Paar bleiben, gute wirtschaftliche Kontakte mit dem Ölproduzenten zu knüpfen

Verheiratet soll die Monarchin auch George mit dem Schwestern Hardy James, Norman Hartnell und Ian Towns wegen ihrer

Օրինակ Ա

Die vier Wochen lang durch den Orient reist die Königin Elizabeth II. wird auch über 20 Jahre Regentschaft jetzt vordringend zum Mann. Und zwar offiziell. Denn im Arabischen werden nur noch Männer, die sich einige wichtige Scheichs ausgesucht haben



Verbotene Liebe
a la „Koromo und Auka“
und a la
„Der englische Patient“:
Grundmuster
männlicher Paranoia



Der große Traum

Männer surfen, Mädchen lieben – Prosa: Geschichten im Kino

Von Marieluise Schwesinger

Prosa: Gefährlich und Dornschädel

Die Hölle liegt im Inneren. Nicht nur die nackte Natur, sondern auch die menschliche Seele ist ein gefährliches Terrain. Und das ist die zentrale These von „Der große Traum“ von Marieluise Schwesinger. Die Hölle liegt im Inneren. Nicht nur die nackte Natur, sondern auch die menschliche Seele ist ein gefährliches Terrain. Und das ist die zentrale These von „Der große Traum“ von Marieluise Schwesinger.

Die Hölle liegt im Inneren. Nicht nur die nackte Natur, sondern auch die menschliche Seele ist ein gefährliches Terrain. Und das ist die zentrale These von „Der große Traum“ von Marieluise Schwesinger.

Die große Natur im Inneren. Nicht nur die nackte Natur, sondern auch die menschliche Seele ist ein gefährliches Terrain. Und das ist die zentrale These von „Der große Traum“ von Marieluise Schwesinger.

Die große Natur im Inneren. Nicht nur die nackte Natur, sondern auch die menschliche Seele ist ein gefährliches Terrain. Und das ist die zentrale These von „Der große Traum“ von Marieluise Schwesinger.

Die große Natur im Inneren. Nicht nur die nackte Natur, sondern auch die menschliche Seele ist ein gefährliches Terrain. Und das ist die zentrale These von „Der große Traum“ von Marieluise Schwesinger.

Geschichte ist ein gefährliches Terrain. Und das ist die zentrale These von „Der große Traum“ von Marieluise Schwesinger.

Ընթերցողի ետընթաց հաշվելու դեպքում «10 - 9 - 8 - 7», աչքն ուզում է հնարավորին չափ անմիջապես մեծ տառաչափից՝ դրա տակ կամ դրա կողքին գտնվող հաջորդ ավելի փոքրին անցնել: Վերելում տրված ձեւավորումը չի պահպանում դա, եւ դառնում է խառնաշփոթ:

Այստեղ հետեւենք աչքի՝ խոչընդոտներով վազքին: Ընթերցողը նետվում է վերնագրի գլխավոր տողի վրա: Հայացքն ինքնաբերաբար սահում է ենթատողին, ապա հեղինակի անվանը, իսկ մեծատառը ձախ այլունակում անմիջապես դրանից հետո ազդանշան է տալիս. խնդրեմ սկսեք այստեղից: Բայց սպասե՛ք. չէ՞ որ վերնագրի վերելում կան նկարներ եւ նախավերնագիր: Ուրեմն, սկզբից ո՞ւր: Իսկ հիմա կրկին ետ դեպի սկզբնատառը: Մահացու թռիչք աչքի համար: Ո՛ւմ կզարնացնի, որ այդ ժամանակ ընթերցողները հաճախ բաց են թողնում հողվածի գլխամասի տարրերից մեկը, ինչպես ապացուցում են առանձին լրագրերի ուսումնասիրությունները:

Ենթադրենք, որ այդպես է. այքը կամենում է: Բայց կարճատև հիշողությունն անենայն հավանականությամբ թույլ է ...

Այդ պատճառով վերնագրերը պետք է հնարավորին չափ, ինչպես ենթադրում է անունը, դրվեն հողվածի վերնամասում, համենայն դեպս ոչ շատ հեռու նրա սկզբից: Սովորությանը վարժված այքը վերնագրից անցնում է հաջորդող սյունակներին: Ցավալի է, երբ տեքստն իրականում այլ տեղից է սկսվում, ինչպես ցույց է տալիս Բ օրինակը: Աջում վերնագիրն է, ձախից ամենածայրում՝ նկարի կողքին, սկիզբը:

Օրինակ Բ

Kommt sie wieder? Fliegt sie raus?

Margarethe Schreinemakers

Das Millionen-Spiel

Die Frau auf dem Foto hat wieder Millionen gewonnen. Sie ist die Gewinnerin des Millionen-Spiels. Sie hat sich für den Gewinn entschieden. Sie hat sich für den Gewinn entschieden. Sie hat sich für den Gewinn entschieden.

Präsident Barack Obama

Margarethe Schreinemakers

BARACK OBAMA

Այստեղ մենք շեշտակիորեն պաշտպանում ենք կարճ ճանապարհներով էջադրումը: Դրան ոչ ոք չի հակաճառի. բայց չնայած դրան՝ նաեւ ժամանակակից էջադրումը նորից ու նորից դրդում է թռիչք բարձրության, արգելավազքի եւ թռիչք երկարության.

Ռո՛պ. հայացքն երբեմն ստիպված է էջի ներքեւից թռչել դեպի վեր, որ կարողանա շարունակել կարդալ:

Եվ ստոպ. հողվածի մեջ հանդիպում են ներառված բլոկներ, արկղիկներ լրացուցիչ տեղեկություններով: Դրանք իբր պետք է հայացքը որսան: Սակայն դրանք ավելի շուտ որոգայթներ չե՞ն արդյոք: Ընթերցողն այժմ ընդմիջարկումների վրայով ցատկի՞ եւ ավելի ուշ վերադառնա դրա՞ն (ինչը նա այդքան տհաճությամբ է անում): Թե՞ հենց տեղում ձեռնամուխ լինի տեքստը տեքստում կարդալուն. վտանգելով ընթերցանության հոսքի անընդհատությունը եւ փոխկապակցությունների ամբողջությունը:

Եվ եւս մեկ անգամ հո՛պ. պահանջվում է նաեւ թռիչք երկարություն, լավագույն դեպքում միայն էջից էջ, սակայն պատահում է նաեւ շատ ավելի հեռու, եթե հողվածն առանց շարունակության գլուխ չի գալիս: Ընթերցողների միայն 30 տոկոսն են որոշում նման ցատկ կատարել, մյուսները հրաժարվում են, ինչպես հաստատում է Առնոլդը: Անշուշտ, որոշ բաներ կարելի է սպասել ընթերցողից: Սակայն այստեղ նույնպես հարց է ծագում՝ ինչքա՞ն է արդեն չափազանց շատ:

Էջի վրա՝ Z-ոլորապտույտում

Եվս մեկ անգամ անդրադառնանք Առնոլդի ասածին: Ամփոփ ձեռով նրա ցուցումները շատ համեստ են հնչում: Շուկայի հետազոտումը եւ գործնական փորձը դրանց չեն հակասում:

- ▶ Սկզբում ծանրը, հետո թեթևը:
- ▶ Չախից աջ: Եվ վերելից ներքեւ:
- ▶ Հնարավորին չափ ոչ մի հետադարձ ընթացք, ոչ մի երկար ճանապարհ կամ երկար ցատկեր:

Սա վերաբերում է էջի դետալներին, բայց եւ՝ նրա ողջ ձեւավորմանը: Սակայն սա չպետք է էջադրման միապաղաղության պատճառ դառնա: Շատ վարիացիաներ են հնարավոր: Ընդունենք. աչքը բնագոյաբար նայում է վերեւ, ձախ կողմ: Հենց այդ պատճառով էլ ուժեղ մագնիսները ընթերցողին պետք է ձգեն աջ անկյուն, որն էդմունդ Առնոլդի համար, հակառակ բոլոր միջայթմյան ուսմունքների, վտանգավոր անմշակ դաշտ է:

Անշուշտ աչքը հետզհետե դեպի աջ ներքեւ է ճանապարհվում: Հենց այդ պատճառով էլ ներքեւի ձախ անկյունը պետք է մի փոքր զարդարվի: Վերելում աշխույժ, ներքեւում ձանձրալի՞: Իհարկե ո՛չ:

Մագնիսները պետք է այնպես տեղաբաշխվեն, սովորեցնում է Առնոլդը, որ ընթերցողը վերելից ներքեւ, ձախից աջ՝ դեպի էջի բոլոր անկյունները ձգվի: Իդեալական դեպքում աչքը ոլորանով սահում է տեքստի վրայով, որը նման է շրջված «S»-ի՝ ամենագեղեցիկ գիծը, որը մարդ ի վիճակի է գծել: Այդ գիծը կարող է զիզգագ դառնալ. գլխավորն այն է, որ ընթերցողը թեթեւ ձեռքով առաջնորդվի ողջ էջով եւ երբեք, երբեք չհանդիպի խոչընդոտի:

Արդյո՞ք զիզգագը կարող է կանոնավոր սանդուղքի վերածվել: Շատ թերթեր կիրառում են դա. հոդվածներն իրար տակ շարվում են այնպես, որ նրանց վերնագրերը սանդուղքի աստիճանների տպավորություն են գործում: Սակայն ամենավերելիցը միշտ ամենաուժեղն է, ինչը բնականաբար չի նշանակում, որ դեպի վար ամեն ինչ ավելի փոքր պետք է դառնա եւ գնալով փոքրանա: Էջի ստորին կեսն էլ իր կշռի կարիքն ունի: Բլոկանման էջադրումը, որի ժամանակ հոդվածները կարող են նաեւ եզրագծվել, անկասկած համատեսելի է: Սրա մասին Վերներ Ֆրիդմանը՝ «Աբենդցայթունգի» համագուցյալ հիմնադիրը.

«Այն ամենն, ինչ հնարավոր է լավ կտրել-հանել, նաեւ լավ էջադրված է»:

Սանդուղքները կամ բարձր ծխնելույզները, որոնք իրար վրա դիզված միասյունակ հաղորդագրություններն են, շատերի վրա միապաղաղության տպավորություն են թողնում: Ինչո՞ւ թույլ չտալ տեքստային բլոկներին խաչաձեւվել կամ միմյանց մեջ մտնել: Ամեն ինչի մասին կարելի է բանավիճել, այդ բոլորը կարող է համապատասխանել Առնոլդի հիմնական կանոններին: Տարբերակներ, ինչպես ասվեց, բավականաչափ կան:

Ամեն դեպքում, ավելի հեշտ է գտնել եւ պահպանել Z-ոլորտատույտը, քան այն, ինչի մասին մի ժամանակ երազել է Էմիլ Դովիֆատը: Նա խոսում էր ոսկե հատվածի մասին: Եթե հաջողվեր էջի օպտիկական գծերը՝ վերնագրերը, սյունակները այնպես տեղաբաշխել, «որ համեմատաբար ավելի փոքր հատվածն ավելի մեծի նկատմամբ այնպիսի հարաբերակցության մեջ գտնվի, ինչպես վերջինս՝ ամբողջի նկատմամբ, ապա կառաջանա այն բնական բավականությունը, այն ճիշտ համաչափությունը, որը փնտրում եւ գտնում է ցանկացած լավ էջադրող»:

Ո՛չ, պարոն պրոֆեսոր: Մակետավորողներից, խմբագիրներից եւ ոչ մեկն, ում հարցուփորձ ենք արել այս աշխատանքի համար, ամենօրյա աշխատանքում երբեւիցե գիտակցաբար չի մտածել ոսկե կտրվածքի մասին: Ըստ նրանց, այն արհեստական-արվեստային սեղմիրան կլիներ: Առաջնային են այլ բաներ: Ինչքա՞ն թեմաներ պետք է տեղավորվեն էջում: Ինչքա՞ն տեղ է հարկավոր յուրաքանչյուր պատմության համար: Տեղի այդ պահանջը բավարարելի՞ է: Տպագրական հավասարակշռությունը պետք է պահպանվի. չնայած դրան՝ ինչպե՞ս կարելի է պատմությունները տեղավորել ըստ իրենց նշանակության: Իսկ ինչքա՞ն տեղ կպահանջեն նկարները:

Վերջին հարցը նախկինում գրեթե չէր տրվում՝ որքան ժամանակ է անցել դրանից: Նկարները ուղեկից պատկերազարդումներ էին, որոնք ձեւվում էին ըստ պահանջի կամ արտատպվում էին միասնական ֆորմատով: Այսօր նրանք մրցում են տեքստի հետ: Նկարները նույնպես ասույթ են: Նրանց համար գործում են նույն օրենքները, ինչ որ էջի այլ բաղկացուցիչ մասերի:

Լուսանկարներն իբրև հայացքի խայծ

Թխսի եւ ճտերի հարցը

Նախկինում երբեք այդքան շատ չի լուսանկարվել, ինչպես այսօր, երբեք այսքան շատ լավ նկարներ չեն եղել. եւ նախկինում երբեք այսքան լավ նկարներ օրական չեն տպվել. միայն մյուսխեսնյան հինգ օրաթերթ միասին մեկ շաբաթվա վերջում առաջարկում են 350 լուսանկար. մի սովորական շաբաթվա վերջում:

Հեռուստատեսության կամ գեղարվեստական տպագրության ամսագրերի միջոցով օպտիկապես երես առած ընթերցողը նաեւ ավելի բարձր պահանջներ է ներկայացնում պատկերագարողներին որակին: Սկզբի համար միեւնույն է (բայց միայն սկզբի համար), թե ինչ են դրանք արտահայտում. նկարներն առաջին թուղիկ հայացքից մուգ բիծ են, որ աչքի են ընկնում թերթի գորշ գույնի մեջ, եթե նույնիսկ բովանդակությունը դեռ կռահելի չէ: Աչքին ընկնելուց մինչեւ խայծը կուլ տալը միայն մի փոքր քայլ է. այն անկասկած տեղի է ունենում, երբ ասելիքն այնպիսին է, որ միանգամից դիմում է դիտողին:

Նկարի տեղադրմամբ, վերջապես, նաեւ որոշվում է, թե աչքը որտեղից կներթափանցի էջի մեջ. հենց այնտեղից, ուր մի հատկապես աչքի ընկնող լուսանկար՝ իր բովանդակությամբ, իր ֆորմատով կամ իր մեծությամբ ստվերում է թողնում կողքի վերնագրերը: Նկարներով կարելի է ղեկավարել հայացքը: Այն նախապայմանով, որ հիշենք թխսի եւ իր ճտերի պատմության մասին, ինչպես դա հասկանում են Էդմունդ Առնոլդը եւ շատ մակետավորողներ. էջի վրա մեկ նկարն իր չափով պետք է գերազանցի մնացածին: Այն միաժամանակ պետք է լինի ատրակցիոն, մեկնարկային դաշտ եւ հայացքի խայծ: Մեծ նկար. դա թուխսն է: Իսկ շուրջը գտնվող ավելի փոքր նկարները՝ հնարավորին չափ տարբեր մեծությամբ, ճտերն են:

Ասենք «Ցայթի» մակետավորողների խոսքերով. «Նկարների հարցում պետք է խուսափել համաչափությունից, որպեսզի հստակորեն հայացքի խայծ գոյանա»:

Բուլվարային թերթերի խմբագիրները այստեղ միայն կարող են գլխով համաձայնության նշան անել: Ուրեմն. բովանդակալից տեսարանները՝ մե՞ծ, մանրամասները՝ փո՞քր: Դա թյուրիմացություն կլիներ: Գործնականում նախընտրում են վարվել լրիվ հակառակ կերպ. էջի ծանրության կենտրոնը գուցե խոսելիս մոլեգին շարժումներ անող ճառախոսի լուսանկարն է, դրա կողքին փոքր նկար՝ շուկայի հրապարակի, որտեղ նա խոսել է: Կամ. գահավիժել է մի ինք-

նաթիռ: Մեծ լուսանկարը ցույց է տալիս պոչի մասի մի կտոր, որը մխրճվել է հողի մեջ: Փոքրը՝ ինքնաթիռի բեկորներով սփռված մարգագետնի տեսարանը:

Պատկերահանդեսների խմբագիրները թխսերի այս տեսակի համար հորինել են «որպեսզի-նկարներ» անունը: Այս նկարները ներկայացվում են, որպեսզի ցույց տան, թե ինչ տեսք ունի իրադարձության վայրը: Գերմանական լրագրողների դպրոցի նախկին ղեկավար Յուրգեն Ֆրոհներն այստեղ հետեւյալ սկզբունքն է ճանաչում. ոչ միայն թխսի ֆորմատը, այլև պատկերված առարկաներն ու անձինք պետք է նկատելիորեն ավելի փոքր լինեն, քան մեծ լուսանկարի վրա: Այլապես պատկերները կրկին միապաղաղ տպավորություն կթողնեն: Այդ պատճառով. առանձին տեսարանը՝ մեծ, համայնապատկերը՝ փոքր:

Իհարկե հնարավոր է այնպիսի դեպք, երբ համաչափությունը ցանկալի էլ անհրաժեշտ լինի: Ստանդարտ դեպք. ներկայացվում են կանցլերի պաշտոնի համար երկու թեկնածու. այստեղ պատշաճությունը պահանջում է յուրաքանչյուրին հավասար քառակուսի սանտիմետր տարածք տրամադրել: Համայնապատկերը միանգամայն կարող է ավելի հետաքրքիր լինել, քան մանրամասնը. միշտ որոշիչ կլինեն նկարի բովանդակությունն ու լրագրողական նպատակը:

Որ լուսանկարն էլ ընտրվի որպես թուխս՝ յուրաքանչյուրն ուռճացնելու շնորհիվ ավելի լավը կդառա:

Ալեն Հատ՝ անգլիացի ակնառու ձեւավորող.

«Մի մեծ լուսանկար ավելի մեծ տպավորություն է թողնում, քան դրա կես չափը ունեցող երկու լուսանկար միասին վերցրած»:

Հարկավոր է միայն 6 X 9 սանտիմետր չափսով ոչինչ չասող մի լուսանկար մեծացնել մամուլի ֆորմատի (18 X 24), որպեսզի զգանք կախարդական ազդեցությունը: Նույնիսկ միջին որակի սիրողական լուսանկարներն արդեն արհեստավարժ տեսք են ստանում: Սա պատահականությունն է, սա ապացուցված է ֆիզիկական բանաձևերի շղթաներով. ավելի մեծ = ավելի լավ:

Սակայն մեծացնելը միայն բավական չէ: Նկարը նաեւ պետք է խմբագրվի: Ինչպես տեքստում ոչ պիտանին հեռացվում է, կարելորդ անհրաժեշտության դեպքում՝ շեշտադրվում: Թե ինչպես դա պետք է արվի, ավելի ուշ կշարադրվի մանրամասն: Ահա սկզբից Գերմանական լրագրողական դպրոցի միայն երեք հիմնական կանոնները.

Նկարը նկարի մեջ հայտնաբերել: Անհրաժեշտ տեսարանը ընտրել որպես հատված: Հեռացնել անպետք գորշ երանգներն ու նկա-

րի անկենդան տեղերը. դրանք կարելի է թողնել միայն, եթե դրանցով պետք է արտահայտվեն որոշակի զգացողություններ. օրինակ՝ հեռավորության կամ լքվածության:

Տարօրինակ ֆորմատներն աչքի են ընկնում: Դրանք օպտիկական բարեբարություն են: Եթե հնարավոր է՝ երբեմն մի ծայրահեղ լայնակի ֆորմատ կամ ուղղահայաց ձգված նկար: Սակայն միշտ միայն այն ժամանակ, երբ լուսանկարն աղաղակում է նման կտրվածքի մասին, եթե բովանդակությունն այդ ոչ միայն թույլ է տալիս, այլև պահանջում: Յուրաքանչյուր լուսանկար պետք է ստանա այն ֆորմատը, որն իրեն պետք է:

Կտրել՝ ոչ թե կտրատել: Եթե հասել է դրան, ապա ոչ թե մի փոքր խուզել, այլ կտրել: Անհրաժեշտ կլինի պրոֆիլի կտրածո: Հարկ չկա անվճռականորեն հեռացնել ծոծրակի մի փոքր հատված, այլ կիպ աչքի անկյունի մոտից կտրել:

(Կտրել՝ սակայն սա միայն նշանակում է. փնտրել կտրվածք: Սա պետք է ասվի զգուշության համար ուսանողներին եւ հրատարակչությունների կամավոր աշակերտներին: Բնօրինակը երբեք մի ավերեք մկրատով: Մասնագետը լուսանկարը թղթով կամ թղթի շերտերով այնպես է ծածկում, որ ցանկալի հատվածը ճանաչվի, ընդգծվի մնացած նկարից: Նշումներ կատարելու համար պետք է օգտվել միայն փափուկ մատիտից, որի նշումները հետո հեշտորեն կհեռացվեն):

Սակայն լուսանկարի ներգործության ուժը չի որոշվում իր մակերեսի քառակուսի սանտիմետրերով: Բովանդակությունը, ֆորմատը, լուսաստվերային կոնտրաստները կարող են ծանրակշիռ դարձնել: Իսկ դա հանգեցնում է տեղադրման հավասարակշռվածության:

Ամենից քիչ ձգտում են հավասարակշռված անհավասարակշռությանը: Ոչ մի հավասարակշռություն: Սակայն էջը չպետք է նաեւ աչքի զարնող ասիմետրիկ լինի. այն չպետք է ոչ դեպի ձախ, ոչ էլ դեպի աջ կախված լինի կամ վերելի մասը ծանրաբեռնված:

Սակայն մեծ լուսանկարների քաշը կարող է տառացիորեն պատին դեմ տալ վերնագրերը. նկարները հայացքի թիվ 1 խայծեր են: Լուսանկարից աչքն անմիջապես սահում է տեքստի մեջ, երբեմն վերնագրերի կողքով, առանց դրանք ի գիտություն ընդունելու:

Բայց հայացքը պատահաբար կարող է նաեւ շեղվել սրան վերաբերող տեքստից. երկարածիզ գծերի, շարժման ընթացքի միջոցով, որոնք սլաքի պես մի որոշակի ուղղություն են մատնանշում: Մի գնացք է շարժվում ձախից աջ, մի ձեռք է ցույց տալիս հեռուն. եւ ահա աչքն արդեն սահում է այնտեղ, ուր ձեռքն է ցույց տալիս: Դա խանգարող հանգամանք է, երբ հայացքն այդ ձեռով սխալ տեղ է

ուղղվում, հեռացվում այն հողվածից, որին վերաբերում են նկարները: Այդ դեպքում հայացքն ուղղակիորեն օղակաձև պտույտ պետք է կատարի՝ սկիզբը վերագտնելու համար:

Միայն այս պատճառով է առաջացել հին կանոնը, որ նկարները չպետք է դրվեն եզրային սյունակներում, եթե նրանց երկարաձիգ գծերը տանում են դեպի դուրս, երբ լուսանկարը դեպի դուրս է նայում: Ժամանակակից մակետավորողները առարկում են. սա մեծացնում է էջը, սակայն դրա դեմ հակակրանքն այնքան խորն է խմբագիրների շրջանում, որ նրանք գերադասում են շրջել պատկերը, նկարը հայելային պատկերով տպել, որ հայացքին ցանկալի ուղղությամբ տան: Նկարը շրջելը տեխնիկապես խնդիր չէ, բայց հաճախ այդպիսին է աչքի համար: Ծանոթ դեմքերը թվում են փոխված, եւ ընթերցուղը չի ընկալում, թե ինչու է այդպես: Սակայն հաճախ նա ձեռնածությունը նկատում է մատնող մանրամասներից. կրծքին փակցված թաշկինակի սխալ կողմում գտնվելուց, ձեռքի ժամացույցից, պիջակի կոճակներից, որոնք այնտեղ չեն, որտեղ իսկապես պետք է լինեին: Տիպ է, երբ նույն նկարը հաջորդ առավոտյան հայտնաբերվի մրցակից թերթում: Չշրջված:

Նկարի մակագրության արտաքին ձեւն էլ որոշ ազդեցություն ունի այն բանի վրա, թե արդյոք ընթերցողը կընդունի՞ այն:

Մագնիսական ուժ կարող է ունենալ մի հին օժանդակ միջոց, որից սակայն վերջին տարիներին շատ նկարազարդ հանդեսներ կրկին հրաժարվել են. մի փոքր վերնագիր, մի գլխագիր նկարի եւ տեքստի համար: Դա, ըստ Առնոլդի փորձի, ընթերցողների թիվը ավելացնում է 25 տոկոսով:

Եթե այդպես է, ուրեմն վերնագրի նախատող է պետք: Այն կարող է դրվել անմիջապես տեքստի վերելում կամ հենց նրա կողքին: Այն որպես հայացքի խայծ կարող է նաեւ զետեղվել նկարի մակագրությունում.

L

*Շվարած կանգնած է այս մանկիկը
Հնդկաստանի ջրհեղեղից տուժած
շրջանում: Նա փրկվել է աղետից,
բայց ոչ՝ կարիքից:*

Գրեթե սովամահ վիճակում այս երեխային գտել են Մավրիտանիայում: Նրան կարողացել են փրկել շտապ օգնության հիվանդանոցում:

Նախատողերը կարող են դրվել ամեն տեղ. բայց ոչ լուսանկարի վերելում: Քանի որ այդ դեպքում դրանք չեն կարողացվում: Դա միաձայն ասում են շուկան հետազոտողները եւ Էդմունդ Ամնուլը: Սա նաեւ համապատասխանում է նրա սկզբունքին՝ սկզբում ծանրը, հետո թեթևը: Սկզբում ի գիտություն է ընդունվում նկարը, ապա՝ դրա ներքեւի տեքստը: Վերադառնալ վերին տողին՝ աչքն հաճախ այլեւս չի ուզում:

Նաեւ նկարի ներքեւի մակագրությունը հնարավորին չափ չպետք է տեղադրվի լուսանկարի վերելում, ասել է Թեդ Ամնուլը:

Գործնականում սա միշտ չի պահպանվում, սակայն խնդիրը հայտնի է: Դեռ տարիներ առաջ Վոլֆ Յեկմանը՝ այն ժամանակ «Աբենդցայթունգի» գլխավոր խմբագրի տեղակալը, իր գործընկերներին ուղղված շրջաբերականում հիշեցնում է.

Տիաճ է եւ ենթագիտակցության մեջ հետզհետե ծայրագույն հակակրանք է առաջացնում, երբ ընթերցողը հարկադրվում է տարբեր հնարավորություններով նկարի շուրջը փնտրել դրան վերաբերող տեքստը:

Այդպես է. հաճախ տեքստերը բառացիորեն պարունակում են լուսանկարի շուրջըլորը, դրված են ձախից վերելում, աջից ներքելում կամ նկարի կողքին՝ միջին մասում, ինչպես հարմար լինի: Իսկապե՞ս դա խանգարում է ընթերցողին: Թե ինչպես է նա դրան վերաբերվում, մեզ ասում են Սաարբրյուկենի սպառնման եւ վարվելաձեւի հետազոտության ինստիտուտի գիտնականները.

Տեքստային մասն առավել հաճախ ֆիքսվում է նկարի ներքելում կամ նրա աջ կողմում: Թեեւ տարբերությունն ամրագրման հաճախականության մեջ այլ տեղաբաշխումների նկատմամբ բավականին չնչին է: Միջին հաշվով այն կազմում է 10%:

Սա կարող է եւ շատ չէ: Սակայն ինչո՞ւ հրաժարվել տասը տոկոսից: Այսօր թերթերն այս տեսակետից այլեւս նվիրելու բան չունեն:

Եթե այժմ օպտիկական առումով հասել ենք առավել հնարավորին, եթե ձեւը ճիշտ է, ապա լուծված է խնդրի միայն մի մասը: Հիմա արդեն խոսքը նկարի ասելիքի մասին է: Լուսանկարներն անխոս տեղեկություններ են: Սակայն տեղեկացնելը լրիվ առանց բառի չի լինի: Կարելու է նկարի մակագրությունը: Եվ այն այսօր շատ ավելի շատ է կարելուրվում, քան մի քանի տարի առաջ ...

Նկարների տեքստեր. Ինչպես խոսեցնել լուսանկարը ...

Ղեկավարը որպես նկարների տեքստեր գրող. սա այլևս անսովոր բան չէ: «Բունթե» ամսագրում Ֆրանց ժոզեֆ Վագները իր գլխավոր խմբագիր եղած ժամանակ ինքն էր զբաղվում ամենակարեւոր պատմության ամենակարեւոր նկարներով եւ դրանց համար մակագրություններ էր գրում: Նույնն էր մյունխենյան «Աբենդցայթունգում»: Այնտեղ ամեն օր կեսօրից հետո գլխավոր խմբագիրը, իր տեղակալը կամ հերթապահ խմբագիրն աշխատում են առաջին էջի նկարի վրա. նրանք են, որ դրա համար տեքստ են ձեւակերպում:

Այս հարցում շատ բան է փոխվել. մի քանի տարի առաջ նկարների մակագրությունները գրվում էին ավելի շուտ «ձախ ձեռքով», երբեմն նույնիսկ առանց նայելու (նկարը վաղուց կլիշեների բաժնում էր լինում), հիշողությամբ կամ գործընկերներին ուղղված մի քանի հարցերով՝ «Դրա վրա ի՞նչ էր պատկերված»... Այժմ նկարներին ավելի լքջորեն են վերաբերվում, քան նախկինում, եւ սա նույնչափ տարածվում է նկարի մակագրության վրա: Ո՛չ, այնպես չէ, որ միայն նկարն ավելին ասի, քան հազար բառը: Երբեմն այն շատ համր է դառնում, եթե բացակայում է տեքստը: Այն հաճախ դեռեւս չհայտնագործված ձգողության լրագրողական միջոց է, մագնիս, ամեն դեպքում հայացքի խայծ: Նկարների վրայից աչքը սահում է նկարների մակագրությամբ: Վերջինս կամուրջ է դառնում պատկերի եւ ռեպորտաժի միջեւ, լավագույն դեպքում՝ այն անգամ նախակարապետ է, որը ծանուցում է, ուրվագծում, գովազդում է պատմությունը եւ խոսեցնում նկարը: Արդյո՞ք սա պետք է կարճ եւ հակիրճ կատարվի: Թե՞ նկարի մակագրությունը պետք է լեփլեցուն լինի առատ տեղեկատվությամբ:

Ինչ է պահանջում «Շպիգելը»...

«Շպիգելը» հետեւում է, որ նկարների մակագրությունը ծայրահեղ համառ լինի: Մեկ սյունականոց նկարների դեպքում պետք է բավական լինի երկու տող, որի համար կան ներհրատարակչական խիստ հրահանգներ: Հոծագիր գործնական տողում նկարագրվում է, թե ինչ է ցույց տալիս նկարը: Որպես կանոն խուսափում են նույնիսկ անուններից: Ապա հետեւում է ավելի բարակ տառատեսակով, այսպես կոչված, զարդարող տողը՝ մի ցիտատով, գուցե բառախաղով կամ մի քանի հետաքրքրական գլխաբառերով՝ պատմության միտումնի վերաբերյալ: Օրինակ, ներկայացվում են երկու արեւելագերմանական քաղաքական գործիչներ. անուններին ավելացված է միայն երկու բառ.

Մա՞րքսը, թե՞ շուկան:

Արդեն գիտենք, թե որն է այստեղ վիճահարույց հարցը: Սակայն «Շպիգելը» խստորեն սահմանում է, որ ցիտատները քմահաճ չքաղվեն տեքստից: Եթե նկարի վրա որեւէ անձ է պատկերված, ապա զարդարող տողի ուղիղ խոսքը պետք է մեջբերվի նրանից եւ ոչ այլ մեկից: Նախկինում այստեղ սխալներ են թույլ տրվել եւ փոխատուցվել են դատավարությունների գնով: Այլ կերպ չէ նաեւ այլ հանդեսներում:

Անձանց թվարկման համար նույնպես կան ներհրատարակչական կանոններ, որոնք կարելի է կարդալ «Գրելաձեւեր. «Շպիգելի» ֆորմալիզմները» կարմիր կազմով բրոշյուրում.

Հավասարապես կարելոր մի քանի անձինք նկարի մակագրությունում սկզբունքորեն թվարկվում են ձախից աջ: Բացատրությունները, ինչպիսիք են՝ ձախից կամ ձախից աջ, դառնում են ավելորդ: Երկու կամ ավելի անձանցից առավել կարելորդ միշտ առաջինն է անվանվում, անհրաժեշտության դեպքում՝ պարզաբանմամբ

Հոգեբան Լեյզրաֆ (աջից), «Շպիգելի» խմբագիր.

«Կան հիվանդներ, որոնց մենք իրավունք չունենք դուրս գրել»

Հաճախ տեքստը բավական չէ բոլոր անունները կամ դեպքի վայրը անվանելու համար: Այդ դեպքում «Շպիգելը» աստղիկով հղում է ծանոթագրությունը, որում ավելացվում են պակասող տվյալները կամ օրինակ՝ տրվում են հարցազրույց վարող լրագրողների անձերը, որոնք նույնպես երեւում են լուսանկարում: Ծանոթագրությունն էլ միշտ չէ, որ գրված է էջի ներքեւում, այն հաճախ գտնվում է նկարի կողքին, վերեւում կամ ներքեւում, որի հետեւանքով ընթերցողի աչքը ստիպվում է շրջանաձեւ պտույտի ...

Գերմանական շատ թերթեր հետեւում են «Շպիգելի» նկարների մակագրությունների հակիրճության օրինակին: Մի քանի հետաքրքրաշարժ բառ հոծացվում կամ լրացվում են առաջ է դրվում: Ապա միջակետին հետեւում է ասելիքը կամ պատկերված անձի անունը: Աստեղային ժամ է, երբ տեքստ գրողը մտաբերում է նաեւ որեւէ ալիտերացիա.

Հետաքրքրասեր, սիրունիկ, գաղտագողի. մի փոսիկ...

Բուժի/միջակետի հնարքը

Որքան էլ տարբեր լինեն գերմանական թերթերը, նրանց բուլղոհմ միավորում է հակվածությունը բուֆին (կամ միջակետին): «Ջյուդ-դոյչե Ցայթունգ»-ում եւ «Ֆրանկֆուրտեր Ալզեմայնե»-ում, նաեւ «Լայպցիգեր Ֆուքսցայթունգ»-ում, «Շթերնում» ու «Շպիգելում» կամ «Բիլդ ամ Ջոնթագ»-ում կան այսպիսի մակագրություններ:

Իշխանուհի Գլորիա ֆոն Թուրնը եւ տաքսիները. սա արդեն կատակ չէ:

Որ բուրով մակագրությունը համագերմանական, մինչեւ իսկ միջազգային գործածության հնարք է դարձել, շատերն արդեն չեն էլ նկատում: Այն իսկապես որոշ առավելություններ ունի. ստիպված ես հակիրճ լինել եւ ըստ հանգամանքների խնայել բայը, ընդ որում, չափազանց կարծությունից այլեւս չի իմացվում, թե վերջապես որտեղ է վերջանում կատակը իշխանուհի Գլորիայի համար: Ոչ միայն այդ պատճառով, Վոլֆ Շնայդերը՝ նախկինում Յամբուրգի Յենրի Նաննենի անվան լրագրողական դպրոցի ղեկավարը, դեմ է բուֆին: Նա հանպատրաստից մեր ծայնագրիչի վրա թելադրեց.

Նկարի՝ բուրով մակագրությունը 1923-ին հորինել է «Թայմը», իսկ 1947-ին «Շպիգելը» փոխ է առել: Այդ ժամանակից ի վեր այն գործածվել է միլիոնավոր անգամ եւ գրեթե ողջ գերմանական մամուլի կողմից ընդունվել իբրեւ միակ երջանկացնող մակագրությունը:

Եթե նույնիսկ այդ տեխնիկան լավը լիներ, աստիճանաբար այն անտանելի կդառնար: Քանի որ այս ձեւը ինքնատիպության ծայրահեղ հակոտնյան է: Բայց այն երբեք լավը չի եղել, քանի որ այն բաց է թողնում նկարի տակի մակագրության վճռորոշ տարրը եւ ձգտում է ոչ թե հասկանալի լինել, այլ ինքնատիպ՝ ցանկացած գնով:

Բուրը (կամ միջակետը) գերմաներենում կարող է դրվել միայն այն ժամանակ, երբ այն, ինչ հետեւում է նրան, իսկապես նախորդածի հետեւանքն է՝ տրամաբանական, հոգեբանական կամ ժամանակագրական: Մեկը ինչ-որ բան է ասում: Ապա տրված է պատասխանը: Կամ. սա նախապայմանն է: Իսկ սա հետեւանքը: Բուրի հնարքը հատկապես զայրացուցիչ է դառնում, երբ հետո տողատակի ծանոթագրությամբ դեռ նոր պետք է պարզաբանվի, թե ինչ կա նկարում:

Ամերիկյան «Թայմ» լրագիրը մինչ օրս չի հոգնել բուրից եւ նույնպես ջանում է ժլատության չափ համառոտ լինել: Սա ծայրահեղություն է: «Բունթում» այլ կերպ են մտածում ...

ԻՆՋ Է պահանջում «ԲուՆԹԵՆ».

«Սեզանից չպետք է վրիպի ոչ մի երանգ»

«ԲուՆԹԵՆ» պատահական համարներից մեկը թերթելիս մեր հայացքը գրավեց մի մեծ նկար, մի լուսանկար, որը ծածկում էր պրակի մեկուկես էջ. արդյունաբերող Ֆիլիպ Ռոզենբալը՝ մի սեյնյակում, որը կարծես լեցուն է արվեստի գործերով եւ մանր-մունր հնոտի իրերով: Նախքան մեր՝ պատմության մեջ խորամուխ լինելը նկարի մակագրությունն ասում է ամենակարեւորը. մանրամասներ, որոնք հետո ռեպրոտաժում այլեւս չեն հանդիպում:

Արկածախնդիրը.

իր աշխատասեյնյակում Ֆիլիպ Ռոզենբալն ունի հիշողություններ իր կյանքի 73 տարիներից: Մի պրոպեւեր՝ որպես ժամացույց: Հենրի Մուրի քանդակը ձեռքերում եւ ճենապակուց բազում օբյեկտներ գրադարակում. արվեստի գործեր իր ձեռնարկությունից:

Իսկ ո՞րն էր «ԲուՆԹԵՆ» աշխատակիցների մտահղացումը: Ահա հատվածներ Ֆրանց Յոզեֆ Վագների հետ՝ մի հարցազրույցից.

«Նկարի տեքստը կարելու է: Քանի որ նրանով մենք մուտք ենք գործում պատմություն: Այսպիսով, այն վերնագրից հետո դառնում է մեր պատմության երկրորդ ամենակարեւոր վաճառողը: Երբեմն նույնիսկ առաջինը: Քանի որ այն հաճախ կարդացվում է մուտքից առաջ:

Մուտքն ու նկարի մակագրությունը պետք է հաղորդակցվեն, համաձայնեցված լինեն, լրացնեն միմյանց:

Առաջին կանոնը. ես պետք է տեսած լինեմ նկարը, որը ես պետք է մակագրեմ: Գունավոր նկարների դեպքում ես անգամ խնդրում եմ տալ բնօրինակը եւ ոչ թե՛ թույլ սեւ-սպիտակ պատճենը: Ամենավատ սխալներն ու բացթողումները պատահում են, երբ մեկը ինչ-որ բան է նկարագրում, ինչը մա ընդհանրապես չի տեսել: Պատճենի վրա մեր աչքից կարող են վրիպել կարեւոր նրբություններ. օրինակ այն, որ սեղանին կարմիր գինի էր դրված, այլ ոչ թե՛ հանքային ջուր:

Ծիշտ է. մենք դիտողի համար բարձրաձայն կարդում ենք նկարը: Իրենք իրենց առաջարկող մանրամասներից մենք կարող ենք հրաժարվել: Որ պատկերված մարդու վերնաշապիկը կապույտ է, դիտողն ինքն էլ է տեսնում: Մենք բացատրում ենք ամեն կարեւոր բան,

սակայն նախ եւ առաջ ընդգծում ենք հատուկը: Թե ի՞նչ կա նրա ձեռքում, ի՞նչ է դրված նրա կողքին: Ոչ մի դեպքում իրավունք չունենք ելնել նրանից, որ ընթերցողն արդեն կարդացել է պատմությունը մինչեւ նկարի տեքստին հասնելը: Մի՛ նախադրեք իմացությունը: Նկարի տեքստը պատմության սկիզբն է:

Երբ ընթերցողը սկսի կարդալ, նա չպետք է նորից հանդիպի նկարի մակագրությունում եղած փաստերին: Քանի որ այդ դեպքում պատմությունը նրան կասկածելիորեն ծանոթ կթվա: Որտե՞ղ նա կարող է արդեն կարդացած լինել այս կամ այն մանրամասնը: Այդ պատճառով նկարի տեքստը պետք է լրացուցիչ տեղեկություններ պարունակի, որը հիմնական պատմության մեջ այլեւս չի հայտնվում:

Օրինակ՝ մենք դիտում ենք գրող Զիգֆրիդ Լենցի աշխատասենյակը, նկարագրում ենք նրա գրքերը, ուշադրություն ենք հրավիրում շուրջբոլորը գտնվող ծխամորճների եւ նշումների վրա: Լրացուցիչ տեղեկությունը, որը միայն նկարից չի կարող երեւալ. սա է այն սենյակը, որտեղ քսան օր նա աշխատել է իր մեծ ճառի վրա...

Նորածեության նկարները եւ ավտոմեքենաների էջերի համար լուսանկարները, բնականաբար, այլ լրացուցիչ տեղեկատվության կարիք ունեն: Նրանք պետք է բացատրեն ամեն ինչ, ինչի մասին դիտողը կարող էր հարցնել: Ինչպես ասվեց. նա նկարի տեքստը կարդում է պատմությունից առաջ: Հիշենք դա: Նաեւ՝ հանուն պատմության»:

Այսքանը՝ Ֆրանց Յոզեֆ Վագներից ...

Նկարը բարձրաձայն կարդալ... Դուրս բերել կարելորդ... սրանք բնագոյային իմացություններ են, կանոններ գործնականից: Դրանցից որոշները բխում են ինքնաբերաբար, երբ աչքի է անցկացվում այն, թե ինչպես է աչքն առաջնորդվում, թե ինչպես են կարդացվում նկարները: Այդ պատճառով նախ մի փոքր գիտություն...

Այսպես են դիտվում լուսանկարները

Կես վայրկյանում ընկալվում է ամենակարելորդ...

Հեղինակի դիմաց նստած էր մի երիտասարդ կին, որը կրում էր յուրատեսակ մի սաղավարտ՝ նշանահայակով: Նա նկարներ եւ թերթի էջեր էր դիտում: Իսկ մի խցիկ ճշգրտորեն արձանագրում էր, թե ուր է ընկնում նրա հայացքը:

Մի գրավիչ փորձ՝ ցուցադրված Սաարլանդի համալսարանի սպառնան եւ վարվելաձեւի հետազոտման ինստիտուտում, ավելի ուշ կրկնված Մյունխենի տեխնիկական հսկողության միության կողմից. ակնթարթները տրոհվում են առանձին քայլերի, փուլերի: Հայացքին հնարավոր է հետեւել: Այն, ինչ պարզ է դառնում դրանից, հերքում է նկարի դիտման մասին որոշ գիտական դրույթներ, որոնց մինչ այժմ հավատում էին եւ փոխանցում ուսանողներին.

- ▶ **Դրույթ 1.** Հայացքը նկարի մեջ է սահում **Ներքեւի** ձախ անկյունից:
- ▶ **Դրույթ 2.** Սկսում է **վերեւի** ձախ անկյունից ...

Ներքեւում ձախից. այս դրույթի հեղինակը Հայնրիխ Կյոլֆլինինն է՝ արվեստի պատմության գերմանացի մեծ մասնագետներից մեկը: Իր 1941-ին լույս տեսած «Մտորումներ արվեստի պատմության մասին» գրքում գրված է.

... վճռական հակվածություն կա՝ պատկերման իմաստով վեր բարձրանալ ձախից աջ եւ հակադիր շեղագծով ներքեւ սահել ...

Այս երեխայի լուսանկարը ըստ Կյոլֆլինի այսպես կդիտվեր.

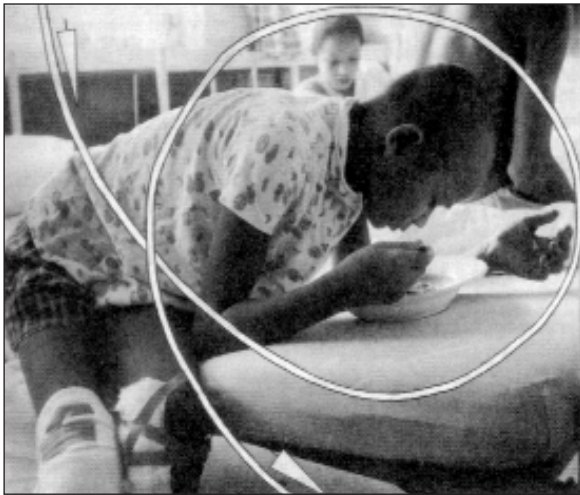


Ներքեւի ձախ անկյունից դեպի վերեւի աջ անկյո՞ւն:

Բոլորովին այլ տեսակետ է ներկայացնում Էդմունդ Առնոլդը՝ ամերիկացի այն տպագրիչը, որից բազմիցս մեքեբրուններ ենք արել այս գրքում (եւ որն էջի ձեւավորման թեմայի վերաբերյալ հեղինակի վրա ավելի մեծ ազդեցություն է թողել, քան որեւէ այլ մեկը): Նա ներկայացնում է դրույթ 2-ը. մեկնակետը **վերելի** ձախ անկյունն է: Էդմունդ Առնոլդ.

«Լուք» ամսագրի եւ այլոց փորձերը մեզ ցույց են տվել, որ դիտելու ժամանակ հայացքը նկարի վրայով անցնում է լայնաթափ ոլորապտույտով: Աչքը լուսանկարի մեջ մտնում է ուղիղ վերելի ձախ անկյան տակից: Ժամացույցի սլաքի հակառակ ուղղությամբ հայացքը մի շրջան է կատարում, ապա գալարագծով ընթանում եւ նկարից հեռանում ներքեւի աջ անկյան մոտակայքում»:

Այսպիսի տեսք ունի այն օղակը, որ հայտնաբերել է «Լուքը».



Վերելի ձախ անկյունից լայնաթափ ոլորապտույտով դեպի ներքեւի աջը ...

Սակայն Առնոլդի համար էական տարբերություն կա, թե արդյոք նկարը միայն արագ նայվո՞ւմ է, թե՞ ուշադիր ընթերցվում, մանրամասների տրոհվում: Օրինակ, եթե անձինք պետք է նմանեցվեն, նկարը կարդացվում է ճիշտ այնպես, ինչպես որեւէ տեքստ. վերելից ներքեւ, ձախից աջ: Խմբագրին ինքնաբերաբար թելադրվող եզրա-

կացությունը նկարների տեքստագրման համար, ըստ Առնոլդի. «Նկարի ազդեցիկ մակագրություններն սկսվում են այնտեղից, որտեղից ցանկանում է ընթերցողը. ձախից ամենավերելուն»: Եթե անձանց մի քանի շարք է կանգնած իրար հետեւից, նկարի տեքստը պետք է սկսի ամենավերելինից եւ վերջանա ամենամերքելի շարքում: Մյուս կողմից, Առնոլդը դեմ է եւ նույնիսկ ցանկանում է, որ գլխավոր անձը նույնացվի որեւէ հատուկ նշանի օգնությամբ, եթե դա հնարավոր է: Օրինակ՝ նահանգապետը թափահարում է գլխարկը: Հիմա կարիք չունենք ասելու, թե նա ձախից որերորդն է, հիմա կարող ենք սկսել այդ տեսարանից. գլխարկը թափահարելով նա ողջունում է ... Ձախից նրա կողքին ... Աջից կանգնած է...

Ձախից աջ. նկարի տեքստում ամենաերեւացողը՝ ամենասկզբից: Ինչպես կպարզվի, այս նախադասությունները մենք կարող ենք ընդունել: Սակայն ինչ վերաբերում է նկարի դիտման ժամանակ ոլորապտույտներին. ներեցեք, պարոն Առնոլդ, ցավում ենք, պարոն Վյոլֆլին. ընթերցման ուսումնասիրությունը երկուսին էլ հերքում է:

Այն քչերը, ովքեր մինչ այժմ զբաղվել են դրանով, մեծ մասամբ վկայակոչել են Յարբուս անունով մի հետազոտողի. Ալֆրեդ Լուկյանովիչ Յարբուս՝ Մոսկվայի տեղեկատվության խնդիրներով զբաղվող ինստիտուտից: Այնտեղ աչքի շարժումներին հետեւել են բարդ մեթոդներով. օրինակ՝ էլեկտրոնային չափումներով: Դրա համար աչքի խռոչի ներսի եւ դրսի անկյուններում արծաթե թիթեղիկներ են հարմարեցվել: Լարվածության տարբերությունից ելնելով՝ աչքի շարժման մասին հետեւություններ են արվել: Սկզբից Յարբուսի գիտափորձի արդյունքները փոքր-ինչ անորոշ են հնչում.

«Ամփոփելով՝ ես պետք է ընդգծեմ, որ հերթականությունը, որով դիտողի ուշադրությունն անցնում է մի կետից մյուսը եւ տվյալ կետում հապաղելու տեւականությունը կախված են օբյեկտից եւ այն հարցադրումից, որով դիտողը մոտենում է նկարին»:

Փոքր-ինչ ավելի պարզ ասած. թե ինչպես կդիտվի նկարը, կախված է նրա բովանդակությունից: Եվ այն բանից, թե ինչ է փնտրում դիտողը:

Գուցե, անգիտակցաբար, նկարի ամենագունեղ տեղե՞րն են դիտվում: «Բոլորովին,- ասում է Յարբուսը: - Աչքի շարժումների բոլոր զրանցումները ցույց են տվել, որ ոչ մուգ, ոչ էլ վառ տարրերն ուշադրություն չեն գրավում, եթե այնտեղ չեն ենթադրվում կարելու տեղեկություններ»:

Եվս մեկ անգամ պարզեցված. աչքը փնտրում է նկարում ամենահետաքրքիրը: Միայն գունային տարրերը չեն հրապուրում, այնտեղ նաեւ ասելիք պետք է ենթադրվի:

Սկսվեց Յարբուսով: Այս գրքի հեղինակին հղել էին նրան դեռ այն ժամանակ, երբ Սաարլանդի համալսարանում արդեն վաղուց կար Սաարբրյուկենի սպառման եւ վարվելաձեւի հետազոտման ինստիտուտն ու վերելում հիշատակված տեսախցիկը: Դրա օգնությամբ Սաարբրյուկենը հաստատել, ընդլայնել եւ խորացրել է այն ամենը, ինչը մատնանշել է Յարբուսը: Ուրեմն կարող ենք կանգ առնել այն բանի վրա, որ հայացքը ավտոմատ կերպով օղապտույտ չի կատարում, այն դիտելու ժամանակ թույլ է տալիս իրեն «ղեկավարել»՝ ամենահետաքրքիր թվացող տեղեկատվությամբ:

Ինչպե՞ս հանգեցին դրան: Սա պետք է ավելի ստույգ պարզաբանվի, քանի որ դրա հետեւում թաքնված են նոր լրագրության նոր տեսության, գիտականորեն վերանայված տպագրության մոտեցումները, որոնք ընթերցումից հոգնած ընթերցողի համար հեշտացնում են տեքստերի ըմբռնումը: Իսկ դրա համար ամենակարեւոր տեղեկությունները վերջին տարիներին ստացվել են Սաարլանդի համալսարանի սպառման եւ վարվելաձեւի հետազոտման ինստիտուտից, որտեղ դոկտոր, պրոֆեսոր Վերներ Կրյոբեր-Ռիլի ղեկավարությամբ ամենից առաջ հետազոտվում են գաղտնի գաթակղիչները՝ գովազդի միջոցները:

Ելակետն է. պատկեր դիտելու ժամանակ գործում են նույն օպտիկական եւ հոգեբանական օրենքները, ինչ որքան տեքստ կարդալիս: Այդ մասին՝ Վերներ Կրյոբեր-Ռիլն ու իր այն ժամանակվա աշխատակից Գունդոլֆ Մայեր-Յենթելը «Գովազդ. սպառողների վարվելակերպի ղեկավարում» գրքում.

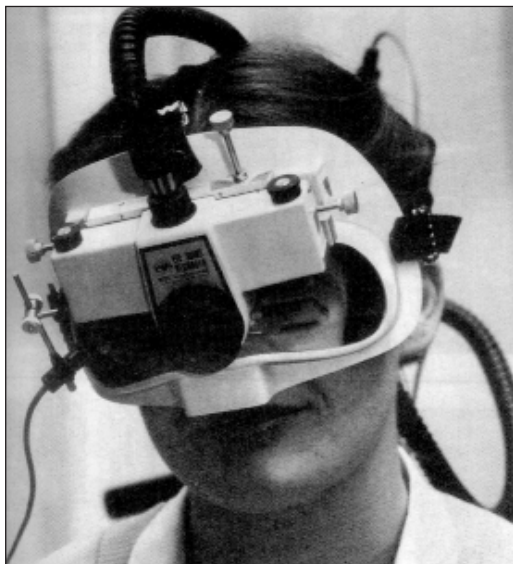
«Տեսողական որևէ օբյեկտ դիտելիս թվում է, որ աչքերը մեկ հայացքով ընդգրկում են օբյեկտը կամ հավասարաչափ սահուն դրա վրայով: Այս սուբյեկտիվ տպավորությունը խաբուսիկ է: Հայացքը զննում է օբյեկտը անկանոն թռիչքներով, որոնք հազվադեպ են գիտակցվում դիտողի կողմից: Հայացքի այս անկանոն շարժումը հետեւյալ պատճառն ունի. հայացքը սկզբից հապաղում է դիտողի համար կարեւոր կետի վրա: Ապա այն կտրուկ կերպով ցատկում է հաջորդ կետին, այնտեղ մի փոքր կանգ առնում, այնտեղից թռիչքածեւ տեղափոխվում եւ այլն: Հայացքի հապաղումը մի կետի վրա անվանվում է ֆիքսա-

ցիա, դրանց արանքում արագ ցատկերը՝ ընդհատումներ: Ուրեմն՝ հայացքի ընթացքը բաժանվում է ֆիքսացիաների եւ ընդհատումների: Ֆիքսացիան տևում է 200-ից 400 միլիվայրկյան, ընդհատումը՝ 30-ից 90 միլիվայրկյան»:

Այսպիսով, արագ ընդհատումներով աչքը սլանում է ինչպես տեքստի վրայով, այնպես էլ լուսանկարների: Իսկ խցիկի օգնությամբ, որին շատ արագ վարժվում են փորձարկվող անձինք, բացահայտվում են հայացքի ինտրիզները:

Բարդ է հնչում, եւ իսկապես բարդ է: Սակայն պարզ եւ իրազննելի է արդյունքը. ժապավենի վրա լույսի ճառագայթը կես սանտիմետրի ճշգրտությամբ ցույց է տալիս, թե այդ ակնթարթներում ինչ է ֆիքսվում, ըմբռնվում եւ դրանով իսկ ընկալվում: Սաարբրյուկենցիները դա ցուցադրեցին հեղինակին: Փորձին մասնակցող անձը դիտում էր ստորեւ բերված լուսանկարները, իսկ խցիկը արձանագրում էր, թե որ դետալներն էր նա դիտում եւ ինչ հերթականությամբ: Փորձարկվող անձը միայն մեկն էր: Սակայն նրա նման է վարվում գերակշռող մեծամասնությունը, ասում են վարվելաձեն ուսումնասիրող գիտնականները:

Հայացքի ճանապարհը, միայն ամենակարելուր ցատկերը, Սաարբրյուկենցի ինստիտուտի թույլտվությամբ տեսաժապավենից լուսանկարվել է հետեւյալ էջերի համար.



Այս սարքով հետեւում են հայացքին: Թե ինչպես է այն աշխատում, նկարագրում են Կրյոբեր-Ռիլը եւ Սայեր-Յանթելը իրենց «Գովագոլ» գրքում. «Փոքրիկ լամպի օգնությամբ փորձարկվող անձի աջ աչքի մեջ լույսի ճառագայթ է ուղղվում: Լույսի այս ճառագայթը անդրադարձվում է եղջերաթաղանթից եւ հայելային համակարգի միջոցով ուղղվում օբյեկտիվի ճառագայթների հոսքի մեջ, որով նկարահանվում է փորձարկվող անձի տեսադաշտը: Խառը պատկերը՝ տեսադաշտն ու լույսի ճառագայթը, տեսագրվում է տեսաժապավենի վրա: Տեսագրությունը վերարտադրելիս, այսպիսով, տեսնում ենք անձի տեսադաշտը, որի մեջ շարժվում է լույսի մի ճառագայթ, որը ցույց է տալիս հայացքի ընթացքը՝ ֆիքսացիան եւ ընդհատումները:»



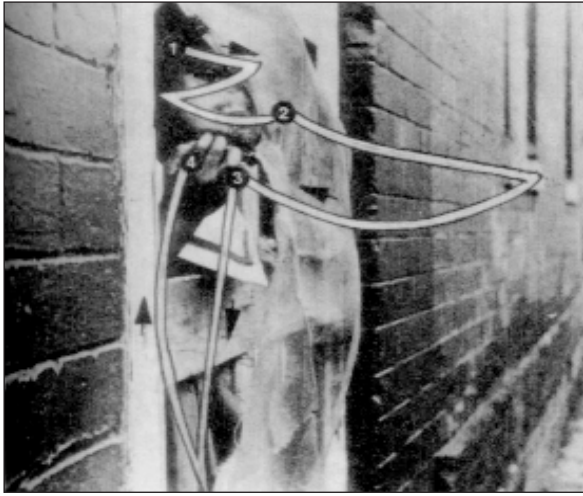
Հայացքը անմիջապես փնտրում է ամենահետաքրքիրը՝ դեմքը եւ աչքերը:



Հիմա աչքը չափում է տեսադաշտը, թեքվում դեպի աջ, ետ վերադառնում դեմքին...



Համայնապատկերի դիտում դեպի ներքել (որն ըստ սաարբրյուկենցիների փորձի, այնքան էլ տիպիկ չէ). նկարի խորությունն ու լայնքը ընդգրկվել են: Ետ դեպի ամենակարելորդ ...



Առաջին հայացքից. հայացքը նկարը հատում է կատաղի զիզագազով:
Իրականում աչքը կողմնորոշվում է՝ նպատակը գիտակցելով:
Այն, ինչ ընկալվում է առաջին ֆիքսացիաների ժամանակ,
ամենալավն է տպավորվում:



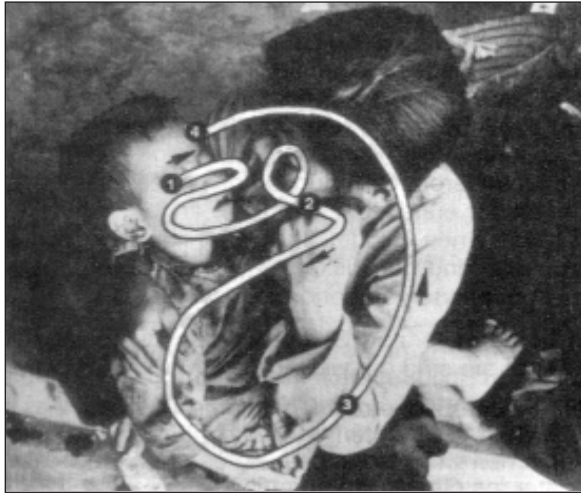
Ստուգիչ փորձ. այս լուսանկարի վրա (տեսարան ճամփեզրից,
վիետնամ) հայացքը կրկին նախ եւ առաջ փնտրում է
պատկերվածների դեմքերը:



Հիմա ընկալվում են մարդկանց մարմիններն ու հագուստը:



Եվս մեկ անգամ քնած երեխայի աչքերն իրենց վրա են բեռնում դիտողի աչքերը:



Ակնթարթի չորս փուլերը. ուշադրությունը կենտրոնանում է երկու կերպարների վրա: Թե ինչ կա ետին պլանի վրա աջ եւ ձախ կողմում, արդեն առաջին հայացքից ըմբռնվում է մոտավոր գծերով:

Կարելորն առաջին վայրկյանն է ...

Խնդրեն, ստուգեք ինքներդ. ի՞նչ եք մտապահել նախորդ էջերի նկարներից, բացի դեմքերից: Աչքի անցկացրեք, խնդրեն, լավ նկարագարողված մի լրագիր. ի՞նչ եք ի գիտություն ընդունում ամենից առաջ: Ամեն ինչ վկայում է այն մասին, որ դուք ձեզ կպահեք այնպես, ինչպես Սաարբրյուկենի փորձի մասնակիցները, որ նաեւ ձեզ համար է ասված այն, ինչ հայտնաբերել են վարվելաձեւերն ուսումնասիրող գիտնականները.

- ▶ Գրեթե միշտ, նախքան տեքստը կարդալը, սկզբից նայում են նկարները:
- ▶ Նկարներն ավելի լավ են մտապահվում (հիշվում), քան բառերը:
- ▶ Նկարներն ավելի հարմար են հուզական վերաբերունք արթնացնելու համար, քան բառերը:
- ▶ Լուսանկարի սահմաններում աչքն առաջին իսկ պահից ուղղվում է ամենակարելորին, ամենաինֆորմատիվին. եթե պատկերված են անձինք, հիմնականում դեմքին:

Իսկ ոլորանները, օդապտույտներն ա լա վյուֆֆլինի կամ Առնոլդի: Որտեղի՞ց է մուտք գործում աչքը:

«Թե որտեղից է սկսվում նկարի գնումը. ծախս կողմի վերելից, թե աջի ներքելից, համեմատաբար միեւնույն է»,- ասում է Գունդուֆ Մայեր-Յենցելը: «Դեպի լուսանկար տանող առաջին քայլի համար կարող է որոշիչ դառնալ պատահականությունը. դա, օրինակ, կախված է նրանից, թե թերթն ինչ դիրքով է պահված, ինչպես է թերթվում: Առաջին հայացքը ծառայում է կողմնորոշվելուն, ամենահետաքրքիրը փնտրելուն: Մուտքից ավելի կարելու է առաջին դադարը, առաջին ֆիքսացիան, առաջին կանգառը՝ նկարի որեւէ մանրամասն գննելու համար: Ֆիքսացիաներին առանձնահատուկ հետաքրքրություն է բաժին ընկնում: Աչքի կտրուկ ցատկերի ժամանակ գործնականում որեւէ տեղեկատվություն ընկալվել չի կարող»:

Նախորդող էջերի լուսանկարների դեպքում ցույց են տրվել միայն աչքի առաջին ցատկերը: Քանզի դրանք են ամենակարեւորը: Մայեր-Յենցելը:

«Նկարը դիտելու առաջին ակնթաթը որոշիչ է: Ինչն այդ ժամանակ՝ ընթերցելու առաջին եւ չորրորդ դադարների միջեւ, ընկալվում է, հիշողության մեջ պահպանվում է ավելի լավ, ավելի ամուր, քան այն, ինչ հետո է հայտնվում տեսադաշտում»:

Ո՞րն է նկարում ամենագրավիչը, ամենաձգողը: Այստեղ Սաարբոյուկենցիները նույն փորձն ունեցան, ինչ որ ավելի շուտ նրանց մոսկվացի գործընկերները. եթե լուսանկարում մարդիկ են պատկերված, ապա ամենից առաջ ֆիքսվում են դեմքերը, իսկ դրանցում՝ աչքերը: Սա վերաբերում է նաեւ կենդանիների նկարներին: Յարբուսն իր փորձի մասնակիցների առջեւ դնում էր առյուծի գլխի եւ գորիլլայի արծանի նկարներ. եւ ապա մի տեսք՝ այստեղ դիտողի աչքերը նկարի մեջ կրկին փնտրում են նախ եւ առաջ աչքերը: Ձեռքերը նույնպես հայացքի խայծ են՝ աչքերից հետո կարեւորությամբ երկրորդը:

Առաջին պահը որոշիչ է, իսկ հետո այլեւս շատ ժամանակ չի մնում: «Լուսանկարը դիտվում է ամենաշատը 5-10 վայրկյան», - ասաց մեզ «Ցայթից» մի մակետավորող: Տասը վայրկյան. ըստ Մայեր-Յենցելի դա չափազանց երկար է: Նրա փորձը.

«Տեղեկատվության միջին հագեցվածությամբ լրագրային նկարների համար (ինչպիսին են այս գլխի լուսանկարները»:

րը) երկու վայրկյան դիտելն արդեն վերին սահման է: Ի-հարկե կարող է պատահել, որ հատուկ հետաքրքրության դեպքում հայացքը կրկին վերադառնա եւ մի երկու վայրկյան կանգ առնի դրա վրա»:

Ամենակարեւորը զտվում-դուրս է բերվում: Բայց երկրորդական դետալները նույնպես դեր են խաղում: Վերներ Կրյոբեր-Ռիլ.

«Նման երկրորդական դետալներ են ետին պլանի անձինք կամ լրացուցիչ բնապատկերները: Դրանք ընկալվում են առանց հատուկ ուշադրության եւ ռացիոնալ չեն վերանշակվում: Այդուհանդերձ, նրանք ազդում են գովազդի փաստարկային ներգործության վրա»:

Գովազդ բառը այստեղ կարող է ջնջվել. այս իմացությունը գործում է ցանկացած տիպի նկարների համար. հետին պլանը միայն անգիտակցորեն է ընկալվում, բայց շատ դեպքերում հենց այն է նկարին տրամադրություն հաղորդում: Իսկ վերջինս որոշում է նաեւ, թե ինչպես կընդունվի նկարը եւ նրանում պարունակվող լուրը: Ընդ որում, նկարներն արդեն միայն կենսաբանորեն այլ կերպ են վերանշակվում, քան տեքստերը: Կրյոբեր-Ռիլ.

«Սովորական աջլիկ մարդկանց մոտ ուղեղի ձախ կիսագունդը հիմնականում ծառայում է վերացական-լեզվական մտածողությանը, աջ կիսագունդը՝ կոնկրետ-պատկերային մտածողությանը: Այսպիսով, լեզվական եւ պատկերային տեղեկություններն ուղեղի տարբեր գործունեություն են առաջ բերում, նրանք վերանշակվում եւ պահպանվում են ըստ տարբեր կանոնների: Ընդ որում՝ կան զգալի անհատական շեղումներ»:

Որպեսզի հետեւեն ուղեղում տեղի ունեցող այս ռեակցիային, Սաարբրյուկենում չափվում են նաեւ մաշկի էլեկտրական ազդակները, որոնք հայտնում են, թե պատկերը դիտողին որքան ուժգին է ակտիվացնում, ներքուստ գրգռում: Երբեմն նկարն ազդում է նույնիսկ կոֆեինի մման, պարզել են Կրյոբեր-Ռիլը եւ գործընկերները.

«Գրգռիչ նկարներով (օրինակ էրոտիկ) նկարազարդ լրագրերի աչքի անցկացումը բարձրացնում է դիտողի ակտիվացման մակարդակը: Ակտիվացում ասելով՝ հասկանում ենք ներքին ոյուրագրգռության կամ աշխուժության աստիճանը:

Անձի աշխուժության վրա նույնպիսի ազդեցություն է ունենում, օրինակ, մեկ բաժակ թեյը կամ սուրճը: Առաջացրած ակտիվությունն երկու դեպքում էլ հանգեցնում է տրված տեղեկատվության ավելի լավ ըմբռնման ու վերամշակմանը:

Կրյոթեր-Ռիլը հիմնականում հայտարարություններ է ուսումնասիրել: Սակայն արդյունքները կարող են տեղափոխվել ցանկացած տեսակի պատկեր-տեքստ համադրումների վրա, բացի այդ, դրանք համընկնում են այն բանի հետ, ինչը ենթադրել են տալիս փորձն ու լրագրողական բնագոյը: Հիմա առաջ են գալիս եզրահանգումներ:

Ինչպես կառուցել նկարների տեքստերը

Ամենակարելիորը միշտ սկզբից...

Նկարները հայացքի խայծն են: Աչքը որսում է նրանց ուղղությունը մինչև տեքստը կարդալը: Սրանում հետազոտությունն ու լրագրողական բնագոյը համընկնում են: Երբ սկզբից դիտվում է մեծ նկարը, նախքան աչքը կցատկի տեքստին, ապա

- ▶ ... նկարի մակագրությանը բաժին է ընկնում նույնատիպ առաջադրանք, ինչպես որել է թղթակցության հանգույցին, ներածությանը: Այն պետք է լինի համտեսը, ընթերցողին ներքաշի գլխավոր տեքստի մեջ: Բայց նա չպետք է նախօրոք պատմի բոլոր W-երը:
- ▶ ... նկարի մակագրությունը չպետք է որել գիտելիք ենթադրի, որը կփոխանցվի միայն դրան վերաբերող հոդվածից:

Ընթերցողի համար կարդալ լուսանկարը...

Հենրի Նանենը՝ պատկերագարի լրագրերի մեծ մասնագետը, նույն մտքին էր, ինչ Ֆրանց Յոզեֆ Վագներն այսօր: Գլխավոր խմբագիրների հետ զրուցելիս մենք անընդհատ լսում էինք մեջբերված այն նախադասությունները, որոնք նա քարոզում էր դեռ շատ տարիներ առաջ: Որպես հիմնական օրենք արձանագրենք այն, ինչ նա մեզ ասում էր.

«Նկարի մակագրության համար գործում է մի դրույթ, որը շատ որոշիչ է, բայց հաճախ նկատի չի առնվում: Նկարի տեքստերը պետք է ընթերցողի համար կարդան նկարը. դա նշանակում է, որ նրանք պետք է նկարագրեն, թե ինչ է պատկերված լուսանկարում: Նրանք չպետք է նկարի վերաբերյալ միայն հարասություններ տան կամ խորքային տեղեկություններ: Նրանք պետք է բարձրաձայն կարդան նկարը, որպեսզի պարզ դառնա. ովքե՞ր են պատկերված մարդիկ, ի՞նչ են անում նրանք: Եվ մենք դա պետք է բեմական կերպով նկարագրենք: Նշումը ձախից աջ. պարտադիր անհրաժեշտություն չէ, եթե տեքստը դա այլ ձևով պարզ է դարձնում անձի, նրա հագուստի, ժեստերի նկարագրությամբ...

Նկարի մակագրություններից պետք է նմանապես իմացվի՝ որտե՞ղ եւ ե՞րբ է նկարահանվել լուսանկարը: Որեւէ ֆելիետոնիստական դատարկաբանություն այստեղ ավելորդ է: Պետք է նաեւ խուսափել այնպիսի բառերից, ինչպիսիք են սենսացիոն կամ արտակարգ: Եթե նկարը սենսացիոն է, ապա դա հաստատելու համար ածականներ պետք չեն: Ես նույնիսկ կարծում եմ, որ հուզիչ նկարի տակ զուսպ մակագրությունը իսկական լարվածություն է առաջացնում»:

Ձախից աջ՝ պարտադիր անհրաժեշտություն չէ, ասում է Նաննենը: Հայացքն, ըստ հանգամանքների, տարբեր ուղղություններով է սահում: Այն, ինչ դրա վերաբերյալ հայտնաբերել է վարվելաձևի ժամանակակից հետազոտությունը, մյուսխեսնյան շուկայագետ դոկտոր Ռոլֆ Մարտին Վիմմերն ամփոփում է այսպես.

Հայացքի ընթացքի համար գոյություն ունեն հստակ առաջնայնություններ.

- ▶ Նկարը տեքստից առաջ
- ▶ Անձինք բնապատկերներից կամ ետին պլանից առաջ
- ▶ Դեմքերը մարմնից առաջ
- ▶ Աչքերը, բերանը, քիթը առաջին հերթին:

Չնայած դրան՝ աչքը շեղվում է նկարի մակագրությունից: Յարբուսի մոսկովյան հետազոտությունների խումբը փորձի մասնակիցներին ցույց էր տալիս, օրինակ, «Անակնկալ այցելություն» նկարը:

Մի տղամարդ մտնում է սենյակ: Բոլորի հայացքները նախ ուղղվում են նրա դեմքին: Երբ հետազոտողները ուզում էին իմանալ

«Ի՞նչ են անում նկարի անձինք» եւ այդպիսով աչքին փնտրելու առաջադրանք էին տալիս, այդ ժամանակ հայացքի ուղին փոխվում էր: Այժմ մեթոդիկ կերպով ուսումնասիրվում էր տեսարանը: Առնվազն երկրորդ հայացքը թույլ է տալիս իրեն ղեկավարել, եթե ընթերցողը եւս մեկ անգամ վերադառնում է նկարին: Օրինակ՝ պատկերված արքայադստեր ականջօղերի, քաղաքական գործչի նոր ակնոցի կամ որեւէ այլ՝ սկզբում աչքի չընկնող դետալի մատնանշումը, դրդում է աչքին եւս մեկ անգամ զննել նկարը: Այս անգամ՝ ուղղված մի նպատակի: Հրաշալի է, եթե մեզ հաջողվում է հայացքին դրդել վերադառնալու նկարին :

Նույնիսկ կենդանիների նկարների դեպքում աչքերը մագնիսի նման ձգում են հայացքը: Եթե նկարում շատ մարդիկ կան, ապա, որպես կանոն, ուշադրությունը կենտրոնանում է ամենաակնառու, ամենահայտնի, ամենամտերիմ կերպարի վրա: Եթե իրար կողքի կանգնած են մի քանի հավասար կարեւոր եւ մեծ անձինք, ապա (այդ մի քիչ առաջ իմացանք Թեդ Առնոլդից) մենք նրանց զննում ենք ձախից աջ: Եվ վերելից ներքեւ:

Այսպիսով, մենք տեքստով հետեւում ենք այն շրջադարձին, որն աչքը կատարում է նկարի միջով: Սկզբում ամենից աչքի ընկնողը, ամենակարեւոր անձը: Հետո ընթացքը շարունակվում է ձախից դեպի աջ:

Կրկնենք դա Հեքմանի մի շրջաբերականով, որը նա գրել էր որպես «Աբենդցայթունգի» գլխավոր խմբագրի տեղակալ. «Բազում անձանց դեպքում՝ սկզբունքորեն ձախից: Բացառությունները միայն այն դեպքում, երբ ստիպում է տրամաբանությունը.

«Ֆրանց Բեկենբաուերը (աջից) երկրպագուների հետ»:

Նաեւ համեմատաբար քիչ հայտնի անձնավորությունների դեպքում խորհուրդ է տրվում նշել, թե ով ով է: Իհարկե դժվար է գծել այն սահմանը, որից այն կողմ նման մատնանշումն ավելորդ է: Նկարի այսպիսի մի տեքստ

«Հովհաննես Պողոս 2-րդը (ձախից) ողջունում է Էլիզաբեթ Թագուհուն»

իհարկե հիմարություն կլիներ»:

Սկզբունքորեն նկարների մակագրությունների համար գործում է նույն դրույթը, ինչ որ լուրերի համար. յուրաքանչյուր առաջացած հարց պետք է պատասխան ստանա: Յուրաքանչյուր՝ լուսանկարում

նկատելի կերպով երեւացող անձ պետք է հնարավորին չափ նույնացվի:

Հաճախ բավական է նաեւ առանց անունների ասել, թե նկարում էլ ով է երեւում: Այստեղ կանգնած են կանցլերը եւ Կրեմլի ղեկավարը, նրանց միջեւ՝ մի կլոր գլխով պարոն, որը հայտնվում է նաեւ պետական այցին վերաբերող ավելի ուշ լուսանկարներում: Բնականաբար, տեքստը ավելացնում է, որ նկարում երեւացող այդ մարդը Մոսկվայից եկած գլխավոր թարգմանիչն է:

Անհրաժեշտության դեպքում պետք է հարցում արվի լուսանկարչից, գործակալությունից: Միանշանակ է. նկարներն այսօր ավելի հիմնավոր են հետաքննվում, քան նախկինում: Լուսանկարչից նույնպես համապատասխան տեղեկություններ են պահանջվում:

Էրվին Դունքերը՝ «Համբուրգեր Աբենդբլաթ»-ից, սա ձեւակերպել է որպես կանոն մեր գրքի դեռ առաջին հրատարակության համար.

«Կոպիտ սխալ է՝ տեքստը կենտրոնացնել միայն գլխավոր անձի վրա եւ ընթերցողից թաքցնել, թե ովքեր են մյուսները: Սա խանգարող ազդեցություն ունի:

Առաջադրանք տալիս լուսանկարիչներից ամեն անգամ պարտադիր պետք է պահանջել. բերել ոչ միայն լուսանկարները, այլեւ բոլոր անձանց եւ վայրերի անվանումները: Եվ դրանք պետք է ճիշտ լինեն»:

Որեւէ տեղեկության չպակասելու դեպքում էլ դեռ նկարի մակագրությունը հաջող չէ: Էրվին Դունքեր.

«Նկարի մակագրության լեզուն. առանց էպիկականի: Այն կարող է հրաժարվել երկրորդական նախադասություններից, բայց եւ չպետք է գրված լինի ստակատոյով, քանի որ դա հոգնեցնում է: Սրամտությունը բարերար կլինի:

Նկարի մակագրությունը՝ կազմված հինգ ձեռագիր տողից, համարյա միշտ ավելի լավ է, քան 50 տողանոցը: Բայց երբ միայն մերկ տեղեկատվությունը, օրինակ, անունների թվարկումն արդեն 5 տող է զբաղեցնում, ապա մի քանի լրացուցիչ տողեր պետք է հոգան ընթեռնելիության համար»:

Գյուներ Գրասի մի լուսանկար

Հաճախ նկարի մեկնաբանության մեջ լրացուցիչ տեղեկություններ են խցկում: Լրատվական ամսագրերը մեզ ժամանակ առ ժամանակ դրա փայլուն օրինակներն են ներկայացնում. Գյուներ Գրասը ուշադրության արժանացավ: Նրա հրատարակչությունը տարածեց մի հետաքրքիր լուսանկար, որը հաճախ էր արտատպվում. Գրասն աշխատանքի ժամանակ: Օրաթերթերը բավարարվեցին նշումով.

«Անդորր՝ գովազդային աղմկարարությունից առաջ. Գյուներ Գրասը (67) Ռատցեբուրգի մոտ գտնվող Բեիլենդորֆի իր աշխատասենյակում»:

(«Դի Վեյթ»)

«Գյուներ Գրասն իր Բեիլենդորֆյան արվեստանոցում: Այս էջի լուսանկարները վերցվել են հատուկ ուրվագրից, որով Շթայդլ հրատարակչությունը գարնանը հայտարարեց աշնանային նորույթի՝ «Ընդարձակ դաշտ»-ի մասին»:
(«Ջյուդդոյչե Ցայթունգ»)

Նկարի մակագրությունը «Շթերնում» բավարարվում է հինգ տողով. այն նույնիսկ ավելի կարճ էր, քան «Ջյուդդոյչե Ցայթունգ»-ինը: Բայց մինի տեքստից «Շթերնում» ստացվեց հեղինակի մի փոքրիկ դիմանկար, համենայն դեպս մի փոքրիկ զեկույց նրա աշխատանքային սովորությունների մասին.

«Խոսքի դարբնոց. Իր արվեստանոցում Գրասը նախընտրում է գրել անբիոնի մոտ կանգնած: Ձեռագրերը նա մեքենագրում է հին «Օլիվետտիով»:

«Բունթեն» ցույց է տալիս նմանատիպ մի լուսանկար: Ամբիոն, գրամեքենա, բազմաթիվ գրքեր: Գրասը խորասուզված աշխատանքի մեջ, թիկունքով դեպի դիտողը: Այս ամենը պատմվում է.

«... իր Բեիլենդորֆյան արվեստանոցի գրքերի քառսին նա թիկունք է դարձրել: Իր ձեռագրերը նա հետո մեքենագրում է «Օլիվետտիով»:

Գրամեքենան. եւ աչքն արդեն ետ է ցատկում դեպի լուսանկարի մանրամասները:

Մեկ անգամ նայելը բավական չէ...

Ամփոփենք.

Լուսանկարները, եթե ամեն ինչ լավ է ընթանում, դիտվում են երկակի ձեւով..

- ▶ Առաջին անգամ մենք կարծես տեղեկանում ենք առանց նպատակի. ի՞նչ կա նայելու: Ընդ որում, մենք համենայն դեպս անգիտակցորեն, գուցե սովորույթի ուժով, ուղեւորվում ենք դեպի որոշակի կետեր՝ բավականին հաստատուն հերթականությամբ. նախ դեմքերը, եթե մարդիկ են պատկերված, ապա ձեռքերը, մարմինը: Ինչպես միշտ. ամենակարեւորն առաջին հերթին:
- ▶ Երկրորդ անգամ աչքը նպատակաուղղված փնտրում է նկարի մանրամասները, եթե այն առաջնորդվում, գայթակղվում, դեկավարվում է մակագրությամբ: Յետո մնացած ամեն ինչ մնում է ձախ կողմում, հետո մենք ուզում ենք գտնել այն, ինչի նկատմամբ տեքստը շարժում է մեր հետաքրքրասիրությունը: Օրինակ, գրված է. «արքայադուստրը կրում է տարօրինակ ականջօղեր»: Աչքն անմիջապես ետ է ցատկուն նկարի մեջ. ի՞նչ տեսք ունեն այդ ականջօղերը:

Ուրեմն ճիշտ չէ, երբ անընդհատ ասվում է, իբր մեկ նկարը ավելին է ասում, քան հազար բառը: Հաճախ մի քանի նախադասություն է պետք բովանդակությունը յուրացնելու համար: Այլապես որոշ լուսանկարներ համր են մնում, կարելու մանրամասներ անտեսվում են, եթե մակագրությունը մեր ուշադրությունը դրա վրա չի բեւեռում: Մեկ անգամ նայելը շատ դեպքերում բավական չէ: Մենք լուսանկարը դիտում ենք այնպես, ինչպես մեզ ուղղորդում է նկարի մակագրությունը:

Հետևություն այս գիտելիքներից.

- ▶ Այո, կան լուսանկարներ, որոնք բացատրության կարիք չունեն, որոնք երեւի երկրորդական նկարագրողումներ են: Գոնե կարելու լուսանկարների՝ հայացքի խայծի համար, մակագրություններ են հարկավոր, որոնք մեզ մի փոքրիկ պատմություն են պատմում, որոնք մեզ համար կարող են լուսանկարը: Որոնք լրացուցիչ տեղեկություն են առաջարկում եւ մեզ եւս մեկ անգամ ձգում նկարի մեջ: Երկրորդ հա-

յացքը կարող է ամենակարեւորը լինել: Քանի որ այն օգնում է հայտնագործություններ անել: Նկարների նման մակագրությունները փոքր-ինչ ավելի տեղ են պահանջում. գուցե երկուսի փոխարեն՝ չորս տող, քան մակետավորողները սովորաբար պատրաստ են տրամադրել: Այն մենք պետք է նվաճենք:

Ինչ այստեղ ասվեց, հնչում է ինքնըստինքյան հասկանալի: Բայց այդպես չէ: Լուսանկարներին դեռեւս վերաբերվում են իբրեւ լրացուցիչ տեղեկատվության, իբրեւ պատմության երկրորդական բաղկացուցիչ մասի: Նկարի տեքստերը բավարարվում են համառոտ ասելիքով. չափազանց համառոտ ասույթով:

Եկեք չնոռանանք. մեծ լուսանկարը դիտվում է գլխավոր տեքստից առաջ: Այսպիսով, նկարի մակագրությունն ունի հանգույցի, ներածության, ուշադրություն գրավողի գործառնություն: Այն դիմում է ընթերցողին, դարձնում ուշադիր, քաշում նրա թելքից, ձգում դեպի պատմությունը:

Նվազագույն պահանջը. երբ մենք դիտում ենք նկարը, տեքստը չպետք է որեւէ անպատասխան հարց թողնի: Լրատվական գործակալություններում սա ինքնին հասկանալի պարտականություն է: Նրանք պետք է նկարի վերաբերյալ խմբագրությանը տրամադրեն տեղեկատվության մի փունջ՝ ըստ ցանկության ընտրություն կատարելու համար: «Associated Press»-ն, օրինակ, դրա համար ունի շատ հաստատուն կանոններ:

Քաղվածքներ AP-ի ձեռնարկից

Սխալ տեքստերը աղճատում են նաեւ նկարները

Տեքստը նկարի կարեւոր բաղկացուցիչ մասն է: Ուղղակի այն շատ հաճախ, այսպես ասած, «ձախ ձեռքով է» գրվում: Նույնիսկ ամենասեղմ նկարի համար պետք է ժամանակ տրամադրվի՝ հասկանալի եւ AP-ի պահանջներին համապատասխանող տեքստ կազմելու համար:

Ձանձրալի, թերի կամ սխալ տեքստերը աղճատում են նաեւ նկարը: Ակտիվ, բովանդակալից տեքստերը, ընդհակառակը, օգ-

նում են լրագրի խմբագրին: Դրանք հեշտացնում են ընտրությունը եւ այսպիսով մեծացնում շանսը՝ նրան մեր նկարը վաճառելու: Տեքստը պետք է նկարագրի նկարը եւ այն բացատրի ընթերցողին: Մեր նկարի տեքստն, ուրեմն, չպետք է այսպես հայտարարի. «Այսօր առավոտյան այրվել է մի ամբար», այլ այն պետք է ակտիվ ձեւով ներկայացնի, մոտավորապես այսպես. «Հրշեջները փորձում են հանգցնել կրակը, որն այսօր առավոտյան ավերեց մի ամբար»:

Յուրաքանչյուր տեքստ պետք է բովանդակի հայտնի W-երի պատասխանները.

- ▶ «Ի՞նչ» է երեւում նկարում:
- ▶ «Ո՞վ» է երեւում նկարում:
- ▶ «Ե՞րբ» կատարվել լուսանկարումը:
- ▶ «Որտե՞ղ» է կատարվել նկարահանումը:
- ▶ Լրացուցիչ. տեքստը պետք է որքան հնարավոր է կարճ պատասխանի «Ինչու՞» հարցին՝ դիմելով պատմությանը:

Գրելուց հետո յուրաքանչյուր տեքստ, նախքան նկարին ամրացվելը, պետք է մեկ անգամ եւս աչքի անցկացվի: Ընդ որում, պետք է ուշադրություն դարձվի.

- ▶ Արդյոք տեքստը հե՞շտ է կարդացվում, այսինքն՝ լավ հասկանալի՞ է:
- ▶ Գուցե մի քանի ածական եւս ավելո՞րդ են:
- ▶ Իրո՞ք տեքստը պարունակում է բոլոր անհրաժեշտ տվյալները:
- ▶ Արդյոք բոլոր անձինք նկարում ճիշտ նույնականացվա՞ծ են, ձախից ա՞ջ:
- ▶ Բոլոր հատուկ անունները ճի՞շտ են գրված:
- ▶ Տպագրական բոլոր սխալները ուղղվա՞ծ են:

Պետք է պահպանել եւս մի քանի կանոն: Ամենակարեւորը. ոչ մի տեքստ չպետք է կազմվի, քանի դեռ գրողն անձամբ չի տեսել նկարը: Բացի այդ.

- ▶ Խուսափենք լուսանկարված անձանց վարվելաձեւեր ենթադրելուց կամ հատկանիշներ վերագրելուց, որոնք կարող են մեզ գրապարտության մեջ մեղադրելու տեղիք տալ:
- ▶ Խուսափենք լուսանկարված անձանց «բերանով» խոսելուց. «Հելմուտ Շմիդտը կարծես ոչ էլ ասում»: Անձանց կամ մամլո ասուլիսների նկարների համար բավական է տեքս-

տում կարճ հղում անել գլխավոր թեմային, ինչպես դա գրված է AP-ի հաղորդագրությունում:

- ▶ Խուսափե՛ք նաեւ լուսանկարված անձանց վերագրել հույզեր, տրամադրություններ, զգացումներ: Նկարն ինքը պետք է խոսի: Կարիք չկա ասելու, որ պարտվողն իրեն վիատված է զգում, կամ որ քաղաքական գործիչը զայրացած տեսք ունի: Ծիշտ կլինի գրել, թե ինչ է անում պարտվողը կամ քաղաքական գործիչը լուսանկարվելու պահին, այսինքն՝ նկարագրել նկարը: Եթե նա մեզ համար կեցվածք է ընդունել, ապա դա պետք է տեքստում բացե՛րաց ասել: Չարժե ինչ-որ բան ձեւացնել: Լրագրերի դեպքում մենք պարտավորված ենք անաչառ եւ ճշմարտացի զեկուցել:
- ▶ Խուսափե՛ք նկարի տեքստերում անձաշակ կամ անտակտ վրիպումներից: Մենք իրավունք չունենք ինչ-որ մեկին ծաղրել: Սրամիտ տեքստերի դեմ առարկություններ չկան, եթե սուբյեկտն ու օբյեկտը համապատասխանում են: Լուրջ իրադարձությունների մասին չեն սրախոսում:
- ▶ Կարճ նախադասությունները հեշտացնում են ընթերցումը: Տեքստերը պետք է ուղղակի արտահայտվեն, իսկ դրա համար ամենահարմարը կարճ նախադասություններն են: Երկար, բարդ նախադասություններն ընթերցողին անվստահություն են ներշնչում:

Տպագրության հիմնական դասընթաց

Թերթի պատրաստում

Վարժությունների այս բաժինն առաջին հերթին նախատեսված է ուսանողների եւ կամավորականների համար: Գործնական մարդկանց համար ամենից առաջ հետքերքրական կլինեն այս հավելվածի առաջին էջերը: Նրանք նկարագրում են շարվածքի պատմության զարգացումը եւ աղյուսակի միջոցով ցուցադրում տպագրական տառատեսակների մեծության վերահաշվարկի թվերը:

Շարվածքի պատմության մի գլուխ Արճիճե ժամանակի վերջը

Անկասկած, վերջին տասնամյակները մամուլին ավելի շատ նորամուծություններ են բերել, քան ամբողջ դարը միասին վերցրած: Ներկա կամ մոտ ապագա թռիչք կատարելու համար պատմական մի թափավազք բավական օգտակար է թվում: Սկսենք Յոհան Գենսֆլայշից.

Նրա գյուտի հետեւանքն եղավ, ինչպես ասում է կանադացի փիլիսոփա Մարշալ ՄաքԼահանը, «ուժի եւ կրքի աննախադեպ պոռթկում»: Այն վառեց գիտության վառողը, այն ակնհայտ կերպով ապացուցեց, որ հաճախ մեխանիկական մեքենայական գործընթացներն են, որ հնարավոր են դարձնում հոգեւոր գործընթացները:

Գենսֆլայշն, որ ավելի հայտնի է Գութենբերգ անվամբ, ավելի քան 500 տարի առաջ աշխարհին պարզեւեց շարժական տառերով տպագրության արվեստը: Նրա գրքերը «աշխարհի առաջին շարժական ուսուցման մեքենաներն էին» (ՄաքԼահան): Իսկ գերմանացի փիլիսոփա Գեորգ Քրիստոֆ Լիխտենբերգի խոսքերով ասած՝ արճիճը շարվածքի տառարկղում աշխարհն ավելի շատ փոխեց, քան ոսկին, եւ ավելի, քան արճիճը՝ հրացանում:

Գութենբերգը գրաշարելիս չէր շտապում: Նա ուզում էր պահպանել ձեռագրի գեղեցկությունը եւ օրերով աշխատում էր իր Աստվածաշնչի ամեն մի էջի վրա: Սակայն նա ռահվիրա էր, նա ստեղծեց այն հրթիռը, որը վեր խոյացավ: Նրա շարժական տառերը հարաբերականորեն արագ հնարավոր դարձրին ժամում շարել մի քանի հարյուր, վերջապես 1500 տառ: Աշխարհի ռեկորդը սահմանվեց 19-րդ դարում: Շարվածքի տառարկղի մի արհեստավարժ այն ժամանակ կարողացավ՝ երկու ձեռքով տառերը վերցնելով, ժամում շարել 3000 տառ: Միջին 1500-ը մինչեւ մեր ժամանակները համարվում էր ձեռքով շարելու տարիֆային նորմ:

Այն միտքը, որ մեքենան կարող է ստանձնել գրաշարելու բարդ գործողությունը, երկար ժամանակ անհեթեթություն էր համարվում: Բայց չնայած դրան՝ հարյուր տարի առաջ նշանավոր տեխնիկները, իհարկե, գլուխ էին ջարդում դրա վրա:

Դեռ 1885-ին գերմանական «Տպագրական տարեգիրը» ուն Ծթմար Մերգենթալերի հայտնագործության մասին այսպիսի կարծիք էր հայտնում. մնում է ցավել, որ նման մեքենաների վրա «վավերացվող հնարամիտ մտահղացումները՝ գրատպության առումով պետք է աննպատակ անվանվեն, այսպիսի գյուտն արժանի է ավելի պրակ-

տիկ գործի»: Այսինքն՝ անհնար է տառերը մեքենայաբար շարժել:

Բայց դրանք շարժվեցին: Օթմար Մերգենթալերը՝ Ամերիկա արտագաղթած մի շվաբ, իր առաջին գրաշար մեքենան պատրաստեց 1884-ի հուլիսի 26-ին: Նա այն բազմիցս վերաշինեց, եւ այն գործեց: Մեքենան տարիների ընթացքում բազմապատկեց շարվածքի արագությունը՝ մինչեւ ժամում շուրջ 5700 տառ:

Սակայն Մերգենթալերից մինչեւ հիսունական թվականների կեսն ընկած տասնամյակների ընթացքում տպագրության առաջխաղացումը դժվար թե կարելի է բուռն անվանել: Ակսել Շփրինգերը դա հասկացավ մի քանի տարի առաջ նույնիսկ ընտանեկան նկարների օրինակով.

«Ինձ մոտ մի լուսանկար է պահպանվել, որտեղ պատկերված ենք ես պատանի հասակում եւ հայրս՝ մեր «Ալթոնայեր Նախրիխթեն» լրագրի շենքում տպագրական մեքենայի մոտ: Մեր կողքին մի մորուքավոր տպագրիչ: Ես ունեմ մի նոր լուսանկար, որտեղ պատկերված են ես տղայիս հետ տպագրական մեքենայի առաջ մեր այսօրվա համբուրգյան խմբագրության շենքում: Միակ տարբերությունն այն է, որ տպագրիչն այլեւս մորուք չունի, բայց մեքենան սկզբունքորեն միայն աննշան փոփոխություններ է կրել»:

Այնինչ հնարավոր է, որ տպագրիչը կրկին մորուք կրի, բայց հին մեքենաները շուտով այլեւս չեն լինի:

Ապագան սկզբից բավարարվում է առանց համակարգչի. հիսունական թվականների վերջին գերմանական ձեռնարկություններում կառուցվեցին առաջին գրաշար մեքենաներն առանց գրաշարների: Պետք էր ընդամենը տեղադրել ծակոտիներով ժապավեն, եւ մեքենաներն աշխատում էին մարդկանց վերահսկողության ներքո եւ ավելի արագ որոշում կայացնում, քան մարդը, որը հիմա արդեն որպես հսկիչ կանգնում էր կողքին: Այս գրաշար ավտոմատների առավելագույն հզորությունը մեկ ժամում 15.000-18.000 տառ էր:

Համակարգչային կառավարմամբ գրաշար մեքենաների նոր սերնդի հզորությունը վերջապես հասնում է ժամում 24.000 տառի: Փորձագետների կարծիքով 30.000-ը վերին սահմանն է:

Չնայած դրան՝ հնարավոր է ավելի արագ: Քանի որ կարելի է նաեւ առանց արձիճի: Այս մետաղը, որը մի ժամանակ շարվածքից նույնքան անբաժան էր, որքան փայտն ատաղձագործից, փոխարինվեց մի անկշիռ ճառագայթով, լույսով, որը ֆոտոշարվածքի ժամանակ ձեւավորում է տառերը եւ մի ժամում կարող է արտադրել մի քանի միլիոն տառ:

Կրկնենք այս ամենը.

- ▶ Ձեռքի շարվածքի դեպքում մի տառը կցվում է մյուսին. ժամում առավելագույնը 1500 միշ:
- ▶ Մեքենայական շարվածքի դեպքում. ստեղների միջոցով, ինչպես գրամեքենայի վրա, տառածեղեր էին միակցվում եւ ձուլվում որպես տող: Համակարգչային կառավարումն էլ ավելի բարձրացրեց արագությունը. ժամում մինչեւ 24.000 տառ: Արդյունքը միշտ մետաղ էր. տեքստային շարվածք, որից կազմվում էր էջը:
- ▶ Ֆոտոշարվածքի դեպքում արձիճը վերացվեց: Տվյալների մշակումը այժմ արտադրում էր ցանկացած չափի տառեր լուսազգայուն թղթի վրա: Արդյունքը լուսակայված շարվածասյուներ էին, թղթաշերտեր, որոնք մոնտաժի ժամանակ սոսնձվում էին էջերի:

Այսօր ամեն ինչ վաղուց իր դարն ապրել է:

Բայց մնանք տպագրության հետ: Մեծ փոփոխությունները սկսվում են չափման ամենափոքր միավորից...

Նորին մեծություն Ֆուռնիեի կետերը ...

Որտե՞ղ է ֆրանսիական կայսեր ոտքը դեռ հիմք հանդիսանում բարդագույն տեխնիկական հաշվարկների համար: Մեզ մոտ, տեղեկատվության վերամշակման արդի արդյունաբերությունում՝ լրագրերի տպարանում: Նա կա եւ առայժմ կմնա՝ չնայած բոլոր բարեփոխումների:

Ավանդական չափման համակարգը ծագում է մոնսեյյոր Պյեր Սիմոն Ֆուռնիեից, ծնված 1712-ին Փարիզում, որը ֆրանսիական թագավորական ոտքը գրաշարության նպատակներով բաժանեց մասնիկների՝ կետերի: Նրա համակարգը 1795-ին բարելավվել է Ֆիրմին Դիդոյի (Firmin Didot) կողմից եւ պահպանվել մինչ օրս: Կետերն ավելի փոքր են, քան միլիմետրերը, իսկ դա հենց այն էր, ինչ հարկավոր էր Գուբեներգի հետնորդներին: Դրանք դրսևորեցին իրենց որպես հարմար չափման մեծություն տպագրական չափումների աշխատանքում: Դրանց հաստությունը վերջապես միլիմետրի հազարերորդականի ճշգրտությամբ սահմանվեց որպես գերմանական արդյունաբերական նորմ (DIN=Deutsche Industrie-Norm):

- ▶ 1 կետը = 0,376065 մմ

Պահպանվել է նաև Ֆուռնիեի 12-անոց համակարգը: Այսպես ստացվեց մեծությամբ հաջորդ հաշվարկային միավորը.

▶ 12 կետը = 1 Ցիցերո = 4,513 մմ

Գուբենբերգի ենթավարպետներից մեկը՝ Պետեր Շյոֆերը, Ցիցերոնի նամակները տպագրել էր մի տառատեսակով, որի մեծությունը մոտավորապես 12 կետ էր: Եվ նրա աշխատանքի վերնագիրը այդ շրիֆտին տվեց իր անվանումը՝ Ցիցերո:

Այսպես մնաց մինչև 1978թ: Հետո պաշտոնապես ներմուծվեց մետրական չափման համակարգը: Այն չէր կարող լինելիս դուրս մղել Ֆուռնիեին. հաճախորդների եւ համակարգիչների հետ շփվելիս հաշվարկներն այժմ կատարվում են միլիմետրերով. ձեռնարկության ներսում սակայն շարունակում են օգտագործել կետը: Թերեւս այժմ փոքր-ինչ կլորացված: Նոր վերահաշվարկային միավորը պետք է հեշտացնի աշխատանքը նրա հետ:

▶ 1 կետը = 0,375 մմ

Հարմար մեծություն է: Հիմա ամենուր դրանով են հաշվարկում: Նախկինի հետ համեմատած՝ այն բազմապատկելիս ստորակետից հետո որոշ չափով կլոր թվեր է տալիս:

▶ 8 կետը = 3,0 մմ

▶ 12 կետը = 4,5 մմ

Նաև տպատառերի առանձին չափսերի հին անվանումներն են փոխառվում համակարգչային ժամանակաշրջան՝ ներքին օգտագործման համար: Բայց միայն անվանումները: Համակարգիչը գործ չի ուզում ունենալ հին կամ նոր կետերի հետ. այն պահանջում է մեծությունների սեփական համակարգ՝ 0,25 մմ մվազագույն հիմնական միավորով:

Սա շփոթեցնող է հնչում: Եվ այս ամենն անշուշտ շփոթեցնող է տեխնիկայի համար: Դրան հակառակ, պարզ են հետեւություններն ուսանողների եւ կամավորականների համար. այն, ինչ ժառանգել են նորին մեծություն Ֆուռնիեն եւ ընկերները, պետք է շարունակել սովորել: Բարեբախտաբար դա շատ չէ: Վերահաշվարկային թվերը կարիք չկա հիշելու: Դրա համար գոյություն ունեն աղյուսակներ:

Մեր տեսությունը կազմվել է մյուսխենցի տպագրիչ եւ շարվածքի փորձագետ Էկեհարտ Շունախեր-Գեբլերի կողմից, որը մասնակցել է տպագրական չափահամակարգի բարեփոխման հարցերով զբաղվող բազում վճռորոշ հանձնաժողովների աշխատանքին: Ինչը սկզ-

բուն խորհուրդ էր համարվում, այժմ շատ ձեռնարկությունների համար արդեն նորմ է:

Յին անվանումը	Կետեր (Դիոյեի կետերը)	մմ
Achtelpelt	1	0,375
Fehl	5	1,875
Nehpelle	6	2,25
Kolohel	7	2,625
Felt	8	3,0
Borgla	9	3,375
Kotpus	10	3,75
Rnehlghder	11	4,125
Glaceto	12	4,5
Mittel	14	5,25
Tertla	16	6,0
Text	20	7,5
Doppelglaceto	24	9,0
Doppelmittel	28	10,5

Ուշադրություն դարձրեք խնդրեն. ամերիկյան տարբեր համակարգչային ծրագրեր հաշվում են Pica-Points-երով, որոնք Դիոյեի կետերից շեղվում են միլիմետրի մասերով:

Բոլոր նրանց համար, ովքեր ուզում են ամենայն ճշգրտությամբ իմանալ. խնդրեցեք, որ ձեզ թանգարանում կան հին տպագրատանը մի տառ ցույց տան: Այն մետաղյա հենք ունի: Արճճե շարվածքում դա ոտք է անվանվում: Տառաչափը ցույց է տալիս ոչ թե տառի, այլ ոտքի բարձրությունը: Կեզելը ֆոտոշարվածքի դեպքում վերանում է: Յինա չափվում է տպատառերի փաստացի բարձրությունը:

Չարդարանք լրագրի դենքի համար

Կարեւորագույն հիմնական հասկացությունները

Նշումներով շարվածքացուցակ

Ձեռագրի վրա շարվածքացուցակ է նշվում. դա հեռավոր արձի-

ճե ժամանակներում նշանակում էր, որ խմբագրությունը շարվածքի համար անհրաժեշտ նշումներ էր անում ձեռագրի լուսանցքում: Այսպես որոշում էին տպագրական միջոցները, լրագրի դեմքի համար կոսմետիկական շրիֆտի մեծությունը, տառատեսակը, տողերի լայնությունը: Այսօր թղթե ձեռագրում նման բան հազվադեպ է պատահում: Հիմա դրա համար կան համակարգչային հրահանգներ:

Տառաչափը շարունակում են տալ կետերով (պունկտերով, կրճատ՝ **p.**): Գործնականում համակարգչային ծրագրերում նախօրոք որոշվում են ստանդարտ մեծություններ՝ տեքստի, նկարների մակագրությունների, վերնագրի համար: Նաեւ տառատեսակի մասին խմբագիրները հիմնականում այլեւս կարիք չունեն մտածելու: Նրանց խմբագրության համակարգի ծրագիրը սովորաբար սահմանում է այս ամենը սովորական դեպքերի համար, որից իհարկե բացառիկ դեպքերում կարելի է շեղվել:

Հիմնական (տեքստային) տառատեսակ

6 եւ 12 կետերի միջեւ ընկած ամենագործածական չափերը դեռեւս կոչվում են հիմնական տառատեսակներ (ծ.թ.- գերմաներենում կոչվում է «հացի տառատեսակ»): Մի պարզ հասկանալի պատճառով. մի ժամանակ գրաշարը դրանցով հոգում էր իր հանապազօրյա հացի խնդիրը:

Շարվածքի լայնություն

Համակարգչին անցնելը հարկադրեց, որ միլիմետրերը կամ սանտիմետրերը տողի լայնության չափման միավոր դառնան: Մինչեւ վերջին տարիներս հաշվում էին կետով եւ Ցիցերոյով: Շատ լրագրերում սյունակների (էջաշարվածքի) լայնությունը միշտ նույնն է մնում. միասյունակ, երկսյունակ եւ այլն...

Շրիֆտներ (տառատեսակներ)

Ինչ վերաբերում է շրիֆտներին. յուրաքանչյուր տպարանում դուք կգտնեք օրինակների մի գիրք, որը ցուցադրում է առկա ձեւերը: Դրանք շատ անվանումներ ունեն, օրինակ՝ Excelsior, Times կամ Helvetica: Սակայն գործնական պարապմունքի ժամանակ ձեզ պետք կլինի հիշել ամենաշատը մի կես դյուսիմ անուն: Նույնիսկ բուլվարային լրագրերն են սահամանափակվում մի քանի շրիֆտով. դրանցից համեմատաբար թեթեւները վերապահվում են ֆե-լիետոնին:

Օրինակներ.

Arial. Սեփական կապիտալի ներուժը ամրապնդելու համար Բերտելսմանը դիմում է նաև իր աշխատակիցներին... (Arial)

Times. Սեփական հոգրությունը մեծացնելու համար Բերդ Լուսմանը դիմում էր նաև իր աշխատակիցներին... (Times.)

Helvetica. Սեփական հոգրությունը մեծացնելու համար Բերդ Լուսմանը դիմում էր նաև իր աշխատակիցներին... (Helvetica)

Շրիֆտների ընտանիք

Ցանկացած ձեւի եւ չափի համար, բացի այդ, գոյություն ունի հնարավորությունների մի ամբողջ գարնիտուր: Որպես կանոն առկա են առնվազն երեքը. օրինակներ.

սովորական

(նորմալ) շրիֆտի գարնիտուր եւ շրիֆտի ընտանիք

կիսահոծ **շրիֆտի գարնիտուր եւ շրիֆտի ընտանիք**

շեղատառ *շրիֆտի գարնիտուր եւ շրիֆտի ընտանիք*

Շրիֆտի վարիացիա

Շրիֆտի վարիացիաները կարող են կոմբինացվել. **հոծ շարվածքի** միջոցով կարող է շեշտվել մի առանձին բառ: Նույն ազդեցության կարելի է հասնել, երբ տեքստում հանկարծ հայտնվում է *շեղատառը*:

Ում սա դուր չի գալիս. որեւէ հասկացություն, որը պետք է աչքի ընկնի, երբեմն **ց ր ի վ շ ա ր վ ա ծ ք ո վ** կամ ՄԵԾԱՏԱՌԵՐՈՎ (ԳԼԽԱՏԱՌԵՐՈՎ) է տպվում. ժամանակակից տպագրիչների աչքին՝ ցավալիորեն հնաճ լուծում:

Ներսի տողազուլս

Հիմա նայեք, խնդրեն, լրագրերի պարբերությունների սկզբի տողերին: Նրանք ուղղանկյունով ներս են քաշված տողի ձախ եզրից: Սա պարզ է դարձնում. այստեղ նոր հատված է սկսվում: Ուղղանկյան լայնությունը համապատասխանում է տառի բարձրությանը:

Օրինակ՝

ԶԱԳՍ-ի ճանապարհին մի ամուսնական զույգ Օսնաբրյուքի մոտ՝ Ռիստերում, մահացել է: Փեսացուն եւ հարսնացուն իրենց ճանապարհին չէին նկատել զնացքի ուղեփակոցով չփակված անցման կարմիր լույսը, զնացքը բախվել է նրանց եւ 270 մետր քարշ տվել: Մեքենան երկու մասի է բաժանվել:

(ddp)

Շպացի (Ուղղանկյուն)

ո Շպացին կարող է նույնպես տպվել որպես տեսանելի ազդանշան, մի քանի տող ընդգրկել եւ այդպիսով դառնալ օպտիկական թմբկահարված:

Լուսանցքի եզրից

Շատ լրագրեր հանգուցում հրաժարվում են ներսի տողազլխից գեղեցկության պատճառով: Վերնագրերը հազվադեպ են տողերը լրացնում մինչեւ վերջ. առաջանում են սպիտակ բծեր. դրանից պետք է ակնհայտորեն տարբերվի ներածության տեքստի խիստ հանդարտ բլոկը:

Կոշկակարի աշակերտ

Մի քիչ ավելի խորամանք տեքստի մեջ: Այդտեղ կարող է պատահել հետեւյալը. սյունակն այնպես է վերջանում, որ նրա ամենամեքքեւի եզրում սկսվում է մի նոր պարբերություն:

Ինչպես այստեղ: Այդ դեպ-

Պոռնկորդի (բիճ)

Շատ ավելի վատ է մյուս դեպքը. պարբերության վերջին տողը չի տեղավորվում տեքստի առաջին սյունակում եւ պետք է դրվի հաջորդ սյունակ-

քում ընթերցողը պետք է վերցատկի դեպի հաջորդ սյունակը: Ներքեւի սկզբի տողը կոշվում է կոշկակարի աշակերտ եւ նախկինում անթույլատրելի էր: Այսօր այն հանդուրժվում է: Կոշկակարի աշակերտը խանգարող հանգամանք է միայն մասնագետների համար:

կում:

Նման տողն անպատշաճորեն կոշվում է պոռնկորդի եւ անպատշաճ էլ տեսք ունի: Պետք է հնարավորին չափ խուսափել դրանից:

Տողամիջյան հեռավորություն, սեղմ շարվածք

Սեղմ շարվածք. սա նշանակում է, որ տեքստում տողերը խիտ կպած են իրար, առանց տողամիջյան տարածության: Դա արգելակում է մեր ընթերցելու արագությունը: Անվանի տպագրիչները քարոզում են այս գրքում. օդեղեն, նոսր շարվածքն ավելի ընթեռնելի է: Կարելի՞ է այստեղ նույնպես փոքր-ինչ խորամանկել:

Ենթադրենք՝ մի պոռնկորդի ունենք վերացնելու: Կամ տեքստը

մի տողով կարճ է: Նախկինում այդպիսի տեքստը ընդարձակվում էր. էջկապը, որը կազմում էր էջը, տեքստի մի փոքրիկ հատվածում տողամիջյան հեռավորությունը մեծացնում էր. եւ ահա խանգարող անցքն արդեն փակված էր: Համակարգիչներում նույնպես տեխնիկապես հնարավոր է խաղալ տողամիջյան հեռավորության հետ՝ այն փոխելով տեքստի միայն մի հատվածում: Բայց դա արդի տպագրության մեջ համարվում է տեքստի պատկերի անթույլատրելի փոփոխություն: Նույնիսկ եթե այն աննկատ է թվում:

Նեգատիվ / Ռաստր

Լրագրում գրվում է սեւով սպիտակի վրա: Բայց դա կարող է նաեւ շրջվել, եթե մի վերնագիրը պետք է մյուսներից տարբերվի: Սպիտակ շրիֆտ սեւ հիմքի վրա. սա նեգատիվ է.

Երրորդ ալիքի հեռուստածրագրերը

Սեւ երանգները կարող են ավելի մեղմացվել տարբեր ուժգնության գորշ գույնով. այդ դեպքում տեխնիկայում խոսքը ռաստրավորված նեգատիվի կամ գորշ նեգատիվի մասին է: Բայց այդ ժամանակ ընթեռնելիությունն ավելի եւ ավելի է վատանում:

ՕՐՎԱ ԹԵՄԱՆԵՐԸ

Գորշ-պոզիտիվ

Շրիֆտի վրա դրվում է ռաստր, գորշ երանգ: Դրանից այստեղ ստացվեց գորշ պոզիտիվ: Սա միայն վերապահմամբ է խորհուրդ տրվում 12 կետից ցածր շրիֆտների համար: Ռաստրի վահանակը կարող է դառնալ ծածկոց, որը ընթեռնելիությունը զգալիորեն նվազեցնում է: Ամենագեղեցիկն այն է, երբ նեգատիվը կամ ռաստրը հնարավոր է գունավոր տպել: Այդ ժամանակ հաստատ կարելի է հասնել նրան, ինչին ուզում ենք հասնել. վերնագիրն աչքի կընկնի, կողքի տեքստից պարզորոշ կտարբերվի: Սա, օրինակ, անհրաժեշտ է դառնում, երբ էջում վերնագրերն իրար կողքի են:

ՎԵՐՋԻՆ ԷՋ

Այս գորշ պոզիտիվի դեպքում խոսքը էջագլխի մասին է: Այն ժամանակի հետ ավելի է կարելորվում: Էջագլխիները լրագրի տրոհումը համատեսելի են դարձնում:

Գույնը

Գույնը կարող է որեւէ հայտարարության գովազդային ուժը մեծացնել շուրջ 65%-ով, ասում են շուկայագետները: Այն մանապես ավելի աշխույժ ու հրապուրիչ է դարձնում խմբագրական էջերը: Սակայն նրա ազդեցության զգալի մասն ապարդյուն է անցնում, երբ էջադրումից հետո, էջը պատրաստելուց հետո է միայն որոշվում, թե այժմ ինչը պետք է գունավոր տպագրվի: Նախօրոք պլանավորումն այստեղ նույնպես անհրաժեշտ է. գույնը պահանջում է այլ տպագրական միջոցներ, քան սեւ-սպիտակը: Եվ այն պետք է օգտագործվի նպատակասլաց խնայողությամբ: Սրա մասին երկու մասնագետների կարծիքը.

Յուրգեն Ֆրոներ.

«Գույնը պետք է զգույշ օգտագործել: Գույնը մեծացնում է թեմայի ուշագրավությունը՝ կարելորելով այն: Գույնն ամենուրեք, դրան հակառակ, ոչ մի տեղ օգուտ չի բերում»:

Էդմունդ Առնոլդ.

«Եթե էջը սեւ ու սպիտակով լավը չէ, ապա այն գունավոր էլ լավը չի լինի... Խնդրեն, մեկ էջում ոչ ավելի, քան երեք գունավոր մակերես. եւ դրանք էլ հնարավորին չափ իրարից հեռու»:

Յուրգեն Ֆրոներ.

«Թեւ գունավոր վերնագրերը ուշադրություն են գրավում, սակայն դժվար են կարդացվում: Դրանք պետք է 1-2 ցիցերոյով ավելի մեծ գրվեն սեւ տողերի ընթեմնելիության աստիճանին հասնելու համար: Գունավոր ընդգծումներն ավելի թույլ ազդեցություն են թողնում, ուրեմն պետք է ավելի հաստ լինեն, քան սեւերը: Ընդգծումը պետք է ամենաշատը այնքան հաստ լինի, որքան ընդգծված շրիֆտը: (Եթե դուք, օրինակ, լատինական Լ տառը (l) դնեք երկարու-

թյամբ, ապա կստանաք գծի հաստությունը): Ավելի թեթև ներգործություն կունենա ընդգծման համար կիրառված կավճե երիզը»:

Էդմունդ Առնոլդ.

«Տեքստի շարվածքը, այսինքն՝ ինքը շրիֆտը, չպետք է գունավոր տպագրվի: Վերնագրերի համար այն նույնպես հազվադեպ է խորհուրդ տրվում: Որպեսզի շրիֆտը ընթեմելի մնա, գույնը պետք է շատ վառ լինի. իսկ այդ ժամանակ այն սովորաբար շեղում է աչքը: Գույնն ավելի շուտ պետք է օգտագործվի որպես սեւ գույնով տպագրված տեքստի ֆոն... Բայց դրա համար այն պետք է թուլացվի»:

Էջադրում/Մակետավորում

Նախկինում խմբագրությունը տպարան էր ուղարկում գծագրված մակետ՝ էջի կառուցվածքի միլիմետրի ճշգրտությամբ պլան, ձեւվածքի թերթ՝ տպագրության նրբարվեստ աշխատանքի համար: Արդյո՞ք այն այսօր դեռ պետք է, եթե էջը ստեղծվում է խմբագրությունում՝ համակարգչի էկրանին:

Շատ օգտակար է, երբ խմբագրությունը կարող է տեխնիկներին գոնե սեւագիր էսքիզով ցույց տալ իր պատկերացումները: Նույնքան կարեւոր է նաեւ, որ մենք ինքներս մեր համար այդ գծագրի միջոցով պարզենք, թե ինչ ենք ուզում տեղադրել եւ թե ինչպես է դա կատարվելու: Նույնիսկ ամենապարզ էսքիզը տեսանելի է դարձնում մտադրություններն ու ազդեցությունները: Մենք մնում ենք այն կարծիքին, որ խմբագիրները պետք է էջի պատկերն աչքի առաջ ունենան, մինչեւ տեխնիկներին ձեւավորումը հանձնարարելը: Քանի որ նրանք են կարեւորությունը սահմանողը, «լուրերի աստիճանակարգը» որոշողը, ինչպես դա ասում է պրոֆեսոր Դովիֆատը: Նրա համար էջադրումը «քաղաքական կամքի ձեւավորման միջոց» էր:

Էջի ձեւավորման համար նախապատրաստական աշխատանքների վերաբերյալ Յուրգեն Ֆրոնները, որպես գերմանական ժուռնալիստական դպրոցի ղեկավար, ուսանողներին տալիս էր հետևյալ խորհուրդները.

- ▶ Ամենակարեւոր նախապատրաստական աշխատանքը. կազմեք մատյան ձեր տեքստերի մասին: Գրանցեք այն ա-

մենը, ինչ պետք է տեղադրվի ձեր էջում: Ավելի լավ է անմիջապես գրասեղանի մոտ լրագրողի հետ քննարկեք հոդվածի անհրաժեշտ երկարությունը, քան էջատելիս շտապելով կրճատեք: Գրողից պահանջեք, որ նա պայմանավորված ձեռագիրը միանգամից համապատասխան կերպով գրի, այսինքն, որ նա պահպանի նախօրոք տրված միջերի, բառերի կամ տողերի թիվը:

- ▶ Այն դեպքում, երբ մակետավորելիս լուսանկարները դեռ պատրաստ չեն. տեղեկացեք սպասվող ֆորմատի մասին: Տիպիկ անակնկալ է, եթե դուք նախատեսել եք լայնակի ֆորմատ, իսկ լուսանկարիչը բերում է նեղ, բարակ, բարձր ֆորմատ: Ծայրահեղ դեպքում նայեք երեւակված ժապավենը:
- ▶ Տեղեկացեք, թե ինչպիսի տեսք ունեն հայտարարությունները ձեր եւ ձեր կողքի էջում: Այլապես կարող է պատահել, որ նկարը՝ նկարի եւ վերնագիրը՝ վերնագրի կողքին լինի: «Աբեճդցայթունը» մի անգամ մի պատմություն էր հրատարակել երգչուհի Պենիի մասին: Խմբագրի բախտը չէր բերել, որ անմիջապես դրա կողքին դրված էր «Պենի» սուպերմարկետի հայտարարությունը: Նայեցեք նաեւ ինչպես է ձեւավորված հարեւան էջը: Դուք անշուշտ չեք ուզում, որ, օրինակ, 4-րդ եւ 5-րդ էջերը բացարձակապես մույն ձեւով կազմված լինելու պատճառով տպագրական զույգերի տպավորություն թողնեն:
- ▶ Ձեր մակետը միշտ գծագրեք 1:1 մասշտաբով: Դրա համար դուք պետք է ձեզ համար պատրաստել տաք մակետի համապատասխան ֆորմատի թերթեր. եւ երբ դուք հետո կանցնեք մաքրագիր գծագրին, միանգամից մի քանի պատճեններ հանեք. բնագիրը ուղարկվում է տեխնիկին, պատճենը մնում է ձեզ մոտ, իսկ երրորդ կամ չորրորդ պատճենը հավանաբար կօգտագործվի փոփոխությունների համար:
- ▶ Դուք պետք է նկարեք էսքիզ նաեւ այն դեպքում, երբ ձեր խմբագրությունում մակետավորողներ կան. դա կարող է երկուսի համար էլ հեշտացնել աշխատանքը: Գծանկարիչը տեսնում է ձեր պատկերացումը եւ կարող է այն նպատակահարմար ձեւով փոփոխել: Եթե ձեր էսքիզը տեխնիկների համար համակարգչի մոտ պետք է ծառայի որպես վերջնական նախօրինակ, քանի որ մաքրագծագրող մասնագետներ չկան, ապա դուք ստիպված եք որոշ չափով ճշգրիտ գծագրել:

Գրականություն

- Arnold, Edmund C.,
Modern Newspaper Design, Harper & Row, New York - London
Gorbach, Rudolf Paulus,
Textgestaltung am PC und Mac, Ravensburger Buchverlag, 1992
Kroeber-Riel, Werner/Meyer-Hentschel, Gundolf,
Werbung – Steuerung des Konsumentenverhaltens, in der Reihe
Konsum und Verhalten, Bd. 1., Physika-Verlag, Würzburg - Wien
Meisser, Michael,
Zeitungsgestaltung – Typographie, Satz und Druck, Layout und
Umbruch, List Verlag, München 1992
Meyer-Hentschel, Gundolf,
Erfolgreiche Anzeigen – Kriterien und Beispiele zur Beurteilung
und Gestaltung, Gabler Praxis, Wiesbaden 1988
(Erkenntnisse der Lese-Forschung, wichtig auch für die redaktionelle Textgestaltung)
Stiebner, Erhardt D./Leonhard, Walter,
Bruckmann's Handbuch der Schrift, Bruckmann Verlag, München
1977
Dovivat, Emil / Wilke, Jürgen,
Zeitungslehre, Neubearbeitete Auflage 1976. Bd. II, Seite 132:
"Umbruch und Aufmachung ". Sammlung Göschen
Grüsser, O.-J.,
Grundlagen der neuronalen Informationsverarbeitung in den Sinnesorganen und im Gehirn, Sonderdruck aus "Informatik-Fachberichte", Bd. 16, GI – 8. Jahrestagung, Springer-Verlag, Berlin – Heidelberg 1978
Hutt, Allen,
Newspaper Design, Oxford University Press, London-New York,
1971
Rehe, Rolf F.,
Typography: how to make it most legible, Design Research International, Carmel, Indiana, USA 1974
Yarbus, Alferd L.,:
Eye Movements and Vision, Plenum Press, New York 1967 (in der Bibliothek der Technischen Universität München unter der Katalog Nr. 68 A 273)

IX ՆՈՐ ՏԵԽՆԻԿԱ

Համարձակ գուշակություններ,
որոնք կատարվեցին

Ցանկությունների ցուցակ ապագայի համար
ինչ պետք է կարողանա խմբագրական
համակարգերի հաջորդ սերունդը

Համարձակ գուշակություններ, որոնք կատարվեցին

Մեկ անգամ եւս պետք է ասել. վերջին քսան տարիներին թերթերում ավելի շատ բան է փոխվել, քան ամբողջ վերջին դարում: Գութենբերգյան դարաշրջանը՝ արճիճե ժամանակաշրջանը վերջացել է: 80-ական թվականներին լրագրողների սեղանից վերցվեց մտերիմ գրամեքենան եւ փոխարինվեց համակարգչով: Առաջին խմբագրական համակարգիչները դեռ 1972-ին հայտնվեցին «Westdeutsche Allgemeine» թերթում: Այն ժամանակ կատաղի վիճում էին նոր սարքերի օգտակարության մասին: Դեռ 1980-ին լրագրողների «Die Feder» ամսագրում գրված էր. «Քանի որ այսօր արդեն կարելի է ասել. միեւնույն է, թե համակարգի որ տեսակով ենք այժմ աշխատում, նոր տեխնիկայի առավելությունը կապարե շարվածքի նկատմամբ ժուռնալիստիկայի առումով հավասար է զրոյի»:

Վատթարագույնը կանխարգելու համար 1978-ին որոշում կայացվեց «Համակարգչային կառավարմամբ տեքստային համակարգերի ներմուծման ու կիրառման մասին տարիֆային պայմանագրի» վերաբերյալ: 15 հոդվածի 1 պարբերությունը սահմանում է.

(1) «Համակարգչային կառավարմամբ տեքստային համակարգերի ներմուծումը, ինչպես եւ դրանց ծրագրավորումը չպետք է սահմանափակի լրագրողական աշխատանքը, հատկապես խմբագրության՝ բովանդակային ու գրաֆիկական ձեւավորման հնարավորությունը ...»:

Միեւնույն ժամանակ, ոչ ոք այլեւս չի ցանկանում վերադառնալ արճիճե ժամանակաշրջան: Լրագրողների շուրջ 95 տոկոսը (մոտավոր գնահատում, որը սակայն ճիշտ կարող է լինել) խմբագրությունում եւ տանը աշխատում է համակարգչով: 1997-ին Գերմանիայում 17 խմբագրական համակարգ կար, եւ շատ բան կախված է այն բանից, թե սարքերն ինչքանով են համապատասխանեցված լրագրողների կարիքներին, այլապես դժգոհությունը նախաձրագրավորված է: Մեքենաների նոր սերունդ է մուտք գործում խմբագրություններ. սարքեր, որոնք գնալով ավելի շատ բան են կարող, քան մի ժամանակ կարծում էին: Գնալով ավելի շատ, բայց ոչ բավական, ինչպես ցույց կտա հետեւյալ գլուխը:

Ո՞րն է գալիքը:

Համարձակ գուշակումները կատարվել են: Ամենահամարձակներից մեկը Ա. Ֆեթց անունով մի գրողի կանխագուշակությունն էր՝ հրապարակված 1907-ի դեկտեմբերի 3-ին «Աուգսբուրգեր Աբենդցայթունգ»-ի հատուկ հավելվածում: Թերթը գտնվում է հեղինակի արխիվում: Ֆեթցը, ուրեմն, այսպես էր նկարագրում ապագան. «Ոչ մեր գլխավոր, ոչ էլ հատուկ թերթերն ու շտապ լուրերն այսօր այլևս հնացած, թանկ ու դժվար ձեռով չեն բազմացվում ու տանից տուն տարվում կամ առավել եւս փոստատարի կողմից անձրեւի ու ձյան տակ հասցվում հեռավոր գյուղերը, կալվածքներն ու անտառային տնակները: Յուրաքանչյուրն իր տանը սեփական տեղեկատվական շրջանակ ունի»: Ընդ որում, պատմողը մի սարքի վրա պետք է ցույց տված լիներ, որը շատ նման էր մեր մոնիտորներին: Ֆեթցը շարունակում է շատախոսել. «Օրվա ամենավերջին լուրերը կենտրոնական կետերում հեռագրային ձեռով ու միայն մեկ անգամ են տպվում: Միաժամանակ հեռագրերը փոխանցվում են բոլոր ընթերցողներին՝ տեղեկատվական ժապավեններով: Այսպես ամեն ոք մշտապես տեղեկացված է, թե ինչ է տեղի ունեւում երկրագնդի վրա»:

Պարոն Ֆեթցը նույնիսկ մի անգամ՝ 1907-ին, գործածել է հեռուստացուցային կապ բառը: Ոչ միայն առանձին լուրեր, ամբողջ թերթեր են այսպես հաղորդվում: Ինչպիսի հանճարեղ մարգարե. վիդեոտեքստ, T-Online, Ինտերնետ. այս ամենը տեղեկատվական շրջանակներ են, ինչպես 1907-ին դրանց մասին երագում էր լրագրողը: Ֆեթցը սակայն հեղափոխությունը սպասում էր միայն 2407-ին:

Մեր դարի 60-ական թվականներին դոկտոր Յելլը՝ տեղեկատվական տեխնիկայի մեծ գյուտարարներից մեկը, ապշեցրեց այս գաղափարով. չէ՞ որ կարելի է թերթի արտադրությունը ամբողջովին ապակենտրոնացնել եւ տպել առանձին ընթերցողի տանը: Նա մտածում էր յուրատեսակ հեռապատճենիչների մասին՝ դեռ շատ, շատ ավելի շուտ, քան վրա հասավ ֆաքսային հեղափոխությունը: Նրա տեսիլը նույնպես իրականացվում է օնլայն ծառայությունների ու համապատասխան տվյալների բազաների օգնությամբ: Ամեն դեպքում՝ ապագան դեռ անակնկալներ ունի պատրաստած, թեւս մասնագետները համամիտ են, որ թղթե թերթը դեռ երկար ժամանակ ոչնչով հնարավոր չի լինի փոխարինել: Միայն թե պետք է վերանայել նրա առաջադրանքը: Այժմեականությունը հեռուստատեսության եւ ռադիոյի գործն է: Թերթն ի՞նչ կարող է դրան հակադրել: Խորքային թղթակցությունն է՞ր: Յուրաքանչյուր խմբագրություն խորհում է այդ մասին: Տեխնիկան փոփոխություն է հարկադրել եւ նաեւ փոխել լրագրողի մասնագիտությունը: Սակայն նա, ինչպես մի անգամ գրել

էր «Տայթը», «փայտամշակման արհեստանոցի թեփագործ չէ»: Լրագրողները փոխանցում են տեղեկություններ, հայացքներ, վերլուծություններ՝ թղթի միջոցով, ինչպես եւ մոնիտորի վրա: Եվ դա աշխատանքային տեղերում, որոնք թերեւս վաղը միայն կհնարվեն:

Կաց, դրանք արդեն հնարվել են: Մյուս գլուխը թվարկում է, թե ինչ է ցանկալի եւ արդեն հնարավոր խմբագրության աշխատանքային տեղում:

Ցանկությունների ցուցակ ապագայի համար

Ինչ պետք է կարողանա խմբագրական համակարգերի հաջորդ սերունդը

Պահանջվում է մի կախարդական սարք, որը ոչ միայն կծառայի որպես հարմարավետ գրամեքենա ու ոչ միայն կկատարի նախկին գրաշարանոցի բոլոր առաջադրանքները: Մենք պետք է ավելին պահանջենք՝ ավելի շատ խմբագրական տեխնիկա:

Մենք մեզ համար խմբագրական համակարգ ենք ցանկանում, որը միաժամանակ

- ▶ կտեսակավորի ստացվող լուրերը եւ այն էլ շատ ավելի լավ, քան երբեւիցե
- ▶ հնարավոր կդարձնի մուտքը արխիվներ
- ▶ որպես սրբագրիչ կհսկի տեքստը եւ
- ▶ կստանձնի կառավարման եւ քարտուղարական աշխատանքները:

Պահանջները շատ չե՞ն արդյոք: «Տեխնիկապես ամեն ինչ հնարավոր է», - ասում են մեզ Դարմշտադտի IFRA*-ի մասնագետները,

* IFRA ինստիտուտը, որը այստեղ դեռ բազմիցս կմեջբերվի, հրատարակչությունների եւ խմբագրությունների համար մոր տեխնոլոգիաների ներդրման խորհրդատվություն է իրականացնում: Ինստիտուտը կազմակերպում է սեմինարներ եւ կոնգրեսներ, հրատարակում հետազոտական աշխատանքներ: Հապավումը նշանակում է. «INCA – FIEJ – Research Association»: INCA-ն իր հերթին նշանակում է. «International Newspaper Colour Association»: FIEJ-ը ֆրանսիական հասկացության հապավումն է. «Fédération Internationale des Editeurs des Journaux»: Նստավայրը՝ Դարմշտադտ, Վաշինգտոնպլատո 1:

ինչպես Ձիգֆրիդ Դիրգարդտը: Այժմ խմբագրությունը պետք է իմանա, թե ինչ է ցանկանում: Եվ նա դա պետք է ասի: Մեզ համար նմուշ. «Ձյուդդոյե Ցայտունգ»-ի «Չերմես» խմբագրական համակարգը: Այն արդեն զարմանալիորեն շատ բան է հնարավոր դարձնում:

Հետ վերադառնանք: Մինչայժմյան համակարգերի օգնությամբ նախ եւ առաջ վերացավ գրաշարանոցը: Այժմ խմբագիրներն իրենց տեքստերը մոնիտորի վրա էին շարում եւ արդեն նաեւ ստանձնում գրաֆիկական ձեւավորման մի մասը: Տառատեսակն ու տառի մեծությունը սահմանվում էին մակրո հրամաններով, այսինքն՝ փնջավորված հրամաններով: Մնացածը ստանձնում էին տեխնիկները: Նրանք կատարում էին ձեւավորումը: Առաջին տարիներին դա նշանակում էր. լուսանկարային շարվածքում, մոնտաժողները թղթե շարվածայուները միմյանց սոսնձելով, պատրաստի էջեր էին կազմում: Ինչպես ասացինք՝ դա մի ժամանակ էր:

Այսօր մոնիտորի վրա ոչ միայն առանձին տեքստեր, հողվածներ կան վերնագրեր են ստեղծվում: Այսօր ամբողջ էջն է կառուցվում էկրանի վրա՝ լուսանկարներով ու բոլոր բաղկացուցիչ մասերով: Դրա անվանումն է՝ ամբողջական էջադրում: Միայն այսպես կարող է արդյունավետ դառնալ թերթերի թանկ արտադրությունը:

Հրատարակչությունների համար արտադրությունը, ամբողջական էջերի կատարյալ էջադրումը միանշանակ առաջնային է: Այն, ինչ պահանջվում է խմբագրության համար, ճիշտն ասած, միայն փող արժե եւ ոչինչ չի բերում: Մեր փորձը. ավելի լավ խմբագրական տեխնիկան ամբողջ թերթն ավելի լավն է դարձնում: Այս դեպքում՝ ավելի լավ նշանակում է ավելի շատ հնարավորություններ ունենալ, քան մինչ այժմ:

Կատարյալ գրամեքենա. համակարգիչն արդեն այսօր այդպիսին է: Երբ 80-ականներին սարքերը ներմուծվեցին, խմբագիրները հաճախ անօգնական կանգնում էին բազմաթիվ ստեղներով ստեղնաշարի առաջ: Բոլորի համար ամեն ինչ նոր էր: Այս ընթացքում լրագրողների 90 տոկոսը խմբագրություններում սկսել է աշխատել համակարգիչներով: Շատերը դրանից զատ դեռ մի անհատական համակարգիչ էլ տանն ունեն: Նրանք գիտեն՝ իրենց ինչ է պետք: Բոլոր գործառնությունները, որոնք առաջարկում է անհատական համակարգիչը՝ փնտրել, բառեր փոխանակել, նախադասության մասեր ապահովել ու պահպանել, էջի նշված մասը տեղափոխել, մենք ուզում ենք վերագտնել նաեւ խմբագրության համակարգչի ստեղնաշարի վրա: Ոչ մի խնդիր: Սակայն որոշ բան պետք է ավելացնել:

Տեսակավորման կատարյալ մեքենան

Այնտեղ, որտեղ Հարավգերմանական հրատարակչությունում («Ձյուդդոյշեր Ֆերլագ», Մյունխեն) հեռատիպերն են, դեռ մինչև 1997-ը բազմաթիվ դարակներով պլաստմասե մի պահարան էր դրված: Այնտեղ ներսում դեռ 30 տարի առաջ բաշխվում էին տեղեկությունները՝ քաղաքականության, մշակույթի, սպորտի բաժինների համար, Բավարիայի խմբագրության, հերթապահ խմբագրի համար եւ այլն: Իսկ հետո արբանյակների միջոցով ստացվող լուրերը հաղորդում էին լրաբերները:

Արդեն խմբագրական համակարգերի առաջին սերունդը դա վճռականորեն փոխեց: Համակարգիչը ստանձնեց լուրերի հոսքի դեկավարումը գործակալության համակարգչից դեպի խմբագրի համակարգիչ: Սկզբում գործակալություններից ստացվող հաղորդագրությունները մի քանի հիմնական խմբերի են ստորաբաժանվում՝ քաղաքական, տնտեսական, զանազան եւ այլն: Դա պետք է այդպես մնա, որպեսզի յուրաքանչյուր ոք, ամենից առաջ հերթապահ խմբագիրները, կարողանան ընդհանուր պատկերացում ստանալ: Բայց այս, մոտավոր բաժանումն այլևս չի բավականացնում: Ապագա խմբագրական համակարգերը մուտք գործող լուրերի հոսքը ավելի լավ կդեկավարեն, կտեսակավորեն, կստորաբաժանեն, քան մինչ այժմ: Ապագայում նոր ստորաբաժանումների, նոր բաժինների, նոր առարկաների ներմուծումը չպետք է պրոբլեմ լինի՝ ժամերի, օրերի, շաբաթների համար կամ նույնիսկ ընդմիջտ:

Ինչու՞:

Մի ինքնաթիռի առեւանգում է տեղի ունենում: Պատասխանատու խմբագիրները ստիպված են ամեն անգամ հետազոտել ու վերստուգել ամբողջ ստացված տեքստը. արդյո՞ք նոր բան կա: Մեծ է վտանգը, որ մի լուր կանտեսվի: Այժմ հնարավոր է կարգավորել, որ մի որոշակի թեմայի վերաբերյալ բոլոր հաղորդագրությունները գտվեն՝ դուրս բերվեն: Ամեն ինչ ֆուտբոլի, եվրոյի, Հյուսիսային Կորեայի մասին. համակարգիչը լուրերի հոսքը ուղղում է դեպի նոր ուղիներ՝ ըստ պահանջի, եւ նախ եւ առաջ համատեսություն է առաջարկում: Այդ մասին մեր գրույցի ժամանակ Ուլրիխ Շուլցեն՝ «Ձյուդդոյշե Ցայտունգ»-ի հերթապահ խմբագիրը, կանչեց բոլոր գործակալությունների վերջին 24 ժամվա հաղորդագրությունները «լրատվամիջոցների» մասին: Հայտնվեց մի երկար, էկրանը ծածկող ցուցակ:

Նրա ղեկավարությամբ 1996-97-ին SZ-ում ներմուծվեց Ունիսիսի՝ Գերմանիայում մինչ այդ դեռ անծանոթ «Ջերմես» համակարգը: Շուլցեն առաջինների շարքերում էր, ովքեր «Բեռլիներ Թագեսշպիգել» եւ «Ֆրանկֆուրտեր Ալլգեմայնե» թերթերում խմբագրական համակարգեր կառուցեցին: Շատերը, նաեւ հեղինակը նրանից են սովորել:

«Ջերմեսում» արտակարգ է. երբ մի նոր լուր է ստացվում մյուսներն ամփոփելիս, մոնիտորի ներքեւի մասում դա ծանուցվում է տեղեկատվական տողի միջոցով: Նույնիսկ հնարավոր է որոշ բան նախածրագրավորել: Այսօր Գերմանիայի կանցլերը մամուլի ասուլիս է տալիս: Դրա վերաբերյալ յուրաքանչյուր նյութ՝ ստանալուն պես պետք է ամփոփվի եւ ցուցակի մեջ ընդգրկվի: «Ջերմեսը» դա կատարում է: Այդ նոր ստորաբաժանումը թերեւս միայն մեկ անգամ պետք գա: Ճիշտ նույն կերպ, խմբագրությունը կարող է որոշել որոշակի ժամկետով սահմանված ենթախմբեր հիմնել. ամեն ինչ որեւէ մեծ դատավարության մասին՝ 10 օր շարունակ: Այսպես ապահովվում է, որ պատասխանատուն, օրինակ, կարճատեւ արձակուրդից հետո, կարողանա արձանագրել, թե ի՞նչ է կատարվել այդ ընթացքում: Մի օրինակ մեզ համար. CompuServe համակարգը՝ համաշխարհային ինտերակտիվ ծառայություն: Այստեղ հաճախորդը կարող է սեփական թղթապանակ կազմել տալ. ամեն հրատապ բան չինական վարչապետի մասին, օրինակ, մեծ գործակալություններից կամ թերթերից: Հաղորդագրությունները հավաքվում են առնվազն 14 օր շարունակ:

Այստեղ միշտ օգտակար է ժամկետ նշանակել, որպեսզի հիշողությունը չգերծանրաբեռնվի: Ամերիկյան լրատվական գործակալություններում նույնպես արդեն նկատվել է, որ նրանք որոշակի իրադարձությունների, օրինակ, Սիմֆոնի դատավարության համար իրենց ենթախմբերն էին առաջարկում: Այսպիսով, միտումը. լուրերի հեղեղը համակարգչի օգնությամբ ավելի համատեսելի կդառնա:

Հիմնարկի արխիվը մոնիտորին

Մի ժամանակ մի անսագիր կար, որը միայն նախատվում էր, իսկ հետո փակվեց: Այն կոչվում էր «Տանգո»: Խմբագիրները առնվազն մի պատճառով հաճույքով են հիշում այն: «Տանգոն» այն ժամանակ լրագրողներին տրամադրում էր տեխնիկական հագեցվածությամբ ամենահետաքրքիր աշխատանքային սեղանը: Համակարգիչը միաժամանակ գիտելիք ձեռք բերելու մեքենա էր: Խմբագրությունը

մուտք ուներ լազերային սկավառակների հանրագիտարաններ, ֆիրմաների ներքին տվյալների բազաներ ու ամբողջ աշխարհի ինտերակտիվ ծառայություններ:

Կարդացեք, խնդրեն, «Արխիվային աշխատանք» գլխում. լազերային սկավառակների հանրագիտարանները անպայման խորհուրդ են տրվում՝ ձայնով, նկարներով ու ֆիլմերով: Սեփական առկա արխիվներն այսպիսով հրաշալի օգնություն են: «Տանգոն» յուրաքանչյուր մոնիտորից նաեւ մուտք ունի թերթերի կարելու հողվածներ՝ պահված տվյալների սեփական բազայում: Նույնիսկ մուտքը հեռավոր ինտերակտիվ (Online) ծառայություններ հնարավոր էր յուրաքանչյուր առանձին խմբագրի համար:

Կրկին որպես օրինակ «Ձյուդդոյչե Ցայթունգ»-ը: Այնտեղ խմբագրական եւ արխիվային համակարգերը դեռ անջատ են: Խմբագրությունն ինչպես միշտ նյութ է կանչում. չէ՞ որ SZ-ի բոլոր հոդվածները տարիներ ի վեր պահվում են էլեկտրոնային հիշողությունում: Առաջարկը մեծ է, երբեմն չափազանց մեծ: Դա մի հետաքրքիր հետեւանք ունի: Դարավերջմանական հրատարակչության («Ձյուդդոյչե Ֆերլագ») արխիվի թռչակառու ղեկավար ու անվիճելի հեղինակություն Շերբերտ Չեսը մի մասնագիտական նիստում մի փոքր ծաղրեց.

«Եթե ես մինչ այդ ասել եմ, որ արխիվն ապագայում ավելի քիչ թուղթ կհավաքի, ապա այն ապագայում զանգվածորեն թուղթ կարտադրի: Մինչ այժմ արխիվի աշխատակցի համար ամենակարեւոր աշխատանքային պիտույքը թղթերի մեծ զամբյուղն էր: Այսպես նա կարող էր տեղեկատվական հորձանուտը փոքր-ինչ կառավարելի դարձնել: Խմբագրին այժմ թղթի այդ զամբյուղը պետք է՝ արխիվից նրան ուղարկվող համակարգչային տպագրվածքներից ազատվելու համար»:

Պրակտիկայում դա հետեւյալ կերպ է լինում. ի պատասխան հարցման հաճախ 10 կամ ավելի հոդվածներ են տպվում: Երջանկացած հեռանում են թղթերի մի կույտով, որը սակայն, ավելի մոտիկից ծանոթանալու ժամանակ, միայն մասամբ է հետաքրքիր լինում: Արդյո՞ք ապագայում նպատակահարմար չէր լինի հենց խմբագիրներին հնարավորություն տալ խմբագրության մոնիտորից սուզվել հրատարակչության տվյալների բազա, հոդվածներ ընտրել, էկրանին կարդալ եւ հետո միայն ամենակարեւորը տպել: Սա SZ-ի առանձին համակարգիչներից հնարավոր է արդեն այսօր: Որոշ հրա-

տարակչություններում սեփական մոնիտորինգ դեպի արխիվ՝ այս առաջ ճանապարհը մի քանի տարուց ի վեր բաց է բոլորի համար:

ԷԼԵԿՏՐՈՆԱԿԻՆ ԱՐՔԱԳՐԻՋ

Այստեղ նախ եւ առաջ մի քանի տխուր խոսք պետք է ասել հին գրաշարի հիշատակին: Համակարգիչը նրան դուրս մղեց: Մենք հիմքեր ունեինք նրանից շնորհակալ լինելու: Գրաշարը խմբագրությունը փրկում էր որոշ ձախողումներից: Նա, ինչպես պարզվեց, սրբագրման գաղտնի ատյան էր:

Մի ժամանակ հեռագրիչի վրա մեծատառեր չկային: Հաճախ գրաշարին թույլ էր տրվում դրանք ձեռագրում ավելացնել այնտեղ, որտեղ դա պահանջում էր ուղղագրական բառարանը: Գրաշարը որոշ բան հարթում էր: Այսպես կոչված՝ ձեռնարկության գրելաձեւի դեպքում նույնպես կարելի էր վստահել նրա փորձին. արդյոք AIDS-ը մեծատառերով է գրվում, ինչպես «Չյուդդոյչե Ցայթունգ»-ում, թե՞ Aids ձեւով, ինչպես «Աբենդցայթունգում»: Նույնն է անունների գրելաձեւի դեպքում: Տհաճ է միայն, երբ նույն թերթի առաջին էջում անունն այլ կերպ է գրվում, քան չորրորդ էջի խմբագրական հոդվածում: Գրաշարը պետք է մտապահեր այն գրելաձեւը, որի վերաբերյալ թերթի ներսում համաձայնության են եկել: Նախկինում ինչքան հաճախ էր պատահում նաեւ, որ գրաշարը էջադրման սեղանին մոտենում էր ու խմբագիրների ուշադրությունը հրավիրում որեւէ տրամաբանական անճշտության, որեւէ ակնհայտ սխալ թվի վրա. «Հնարավոր բան չէ ... »:

Գրաշարը դեռ ավելին էր անում: Նա հոգ էր տանում, որ շարվածքը նաեւ հեշտ կարդացվի: Համակարգիչները, դրան հակառակ, այսօր երբեմն տողերում հսկայական անցքեր են բացում, որոնք խանգարում են կարդալուն, եւ տողադարձի ժամանակ բառերը հաճախ մասնատվում են սարսափելի ձեւով: Մենք թերթերում տողադարձերի ենք հանդիպում, որոնք մարդկային ուղեղը հազիվ թե կարողանար հորինել. ձայնա-գրանշան, ճանապարհ, հոգեբ-ույժ:

Իհարկե, գրաշարներն էլ էին իրենց հերթին սխալներ անում: Տառեր էին շփոթում, նախադասության մասեր բաց թողնում կամ կրկնակի շարում: Մեկը կոչվում էր դիակ, իսկ մյուսը՝ հարսանիք: Բարեբախտաբար, հաջորդ վերստուգող ատյան էլ կար: Գրաշարից հետո սրբագրողն էր ձեռնամուխ լինում հոդվածին ու վերացնում այն, ինչ անտեսվել էր կամ սխալ արվել: Ուղղման ժամանակ նույնպես կարող էին նոր սխալներ առաջանալ: Հիշենք կապարե ժամանակաշր-

ջանի պրակտիկան, որը շատերի համար այժմ արդեն աննկարագրելի անցյալ է. մի միակ մոռացված բառ լրացնելու համար հաճախ անհրաժեշտ էր կրկին անգամ շարել մի ամբողջ պարբերություն: Այդ ընթացքում հնարավոր էր էլի ինչ-որ բան մոռացվել, եւ դա արդեն կոչվում էր տպագրական սխալի սատանա: Դրա համար յուրաքանչյուր սայթաքող կարող էր ներվել: Տպագրական սխալի այս սատանա՛ն: Դրան ընթերցողը ըմբռնումով էր մոտենում: Տեխնիկայի սխալ է, խմբագրության մեղքը չէ:

Այժմ շատ թերթերում վերացվում են սրբագրիչների հաստիքները: Իսկ եթե դրանք դեռ կան, ապա հաճախ հրաժարվում են նրա օգնությունից՝ ժամանակ խնայելու համար: Երբ էջադրման ժամանակ ամեն ռոպեն թանկ է, երբ դեռ կարելի է հասցնել հրապարակել ֆուտբոլային խաղի արդյունքը, քաղաքական բանավեճի շրջադարձը, ամենավերջին հաղորդագրությունը, ապա շատ խմբագիրներ տեքստը արձակում են՝ շրջանցելով սրբագրիչներին: Կոճակի սեղմումը բավական է, եւ հողվածը ներհոսում է ստեղծվող էջի մեջ:

Սրբագրիչները պետք է ուղղեին տեխնիկայի սխալները: Բայց չէ՞ որ նրանք պատասխանատու չեն լրագրողների ուղղագրության համար, ասում են հրատարակիչները: Ինչ խմբագիրներն իրենք են գրել էկրանին, մուտքագրել համակարգիչ, մնում է այնպես, ինչպես գրվել է: Տպագրական սխալի սատանան, այսպիսով, քշվել է: Սա մարգարեության պես է հնչում: Բայց սպառնալիք է դառնում:

Ձիգֆրիդ Մարունը՝ մի ժամանակ WAZ-ի գլխավոր խմբագիրը, դրան այսպես է նայում. «Տպագրական սխալները, որոնց պատճառը տեխնիկական էր, անհետանում են: Տեսանելի են դառնում խմբագրության սխալները, իսկ դրանք կրկնակի տհաճ են»:

Առանց սրբագրիչի թերթերի փորձառությունները տարբեր են: Մենք ծանր հոգոց ենք լսում. «Նույնիսկ, երբ խմբագրությունից երեք հոգի են նյութը կարդում, սխալները չհայտնաբերված են մնում»: Լրագրողները ուշադրությունն ուղղում են բովանդակության վրա եւ ոչ միշտ՝ «շփոթված» տառերի: Մյուսխենում հիշում են հետեւյալ դեպքը. ԱՄՆ-ից՝ մի հողվածի ընդհանուր վերնագրում. Օկլահոմայի փոխարեն Օկլակոմա էր գրված: Հաջորդ հրատարակությունում նույն սխալը. կես դյուսին խմբագիրներ այն չէին նկատել:

Ի՞նչ կլիներ էլեկտրոնային սրբագրիչի դեպքում: Դիտենք նույն Օկլահոման: Մեր կողմից փորձարկված միայն մեկ սրբագրման ծրագիրը չճանաչեց Օկլահոման, մյուսների դեպքում բռնկվեցին նախազգուշացնող ազդանշանները: Օրինակ՝ կապույտ գույնով ցույց է տրվում. զգու՛յշ, անձանոթ բառ: Բայց օգնությունը սահմանափակ է: Մեկ անգամ եւս հետեւենք Ուլրիխ Շուլցեին. «Տեխնիկական

ամեն ինչ չէ, որ կարող է: Այստեղ մարդը վերջին ատյանը պետք է մնա»: Նույնիսկ եթե էլեկտրոնային սրբագրիչները, անկասկած, գնալով ավելի կատարյալ են դառնում: Տողադարձի ժամանակ խմբագրությունը կարող է նույնիսկ ընտրել՝ արդյոք այն պահպանողական, գեղագիտական, թե՞ արմատական լուծում է ցանկանում: Այնուհանդերձ, սխալներն անխուսափելի են: Երբ ուղղագրություն է պահանջվում, սրբագրման ծրագրերը հաճախ խճճվում են այնպիսի բառերի դեպքում, ինչպես «ամեն երրորդը»: Ե՞րբ մեծատառ, ե՞րբ փոքրատառ: Յուրաքանչյուր երրորդը՝ յուրաքանչյուր երրորդ անձն է... Իսկ դա չի կարող տարբերել մեզ հայտնի ոչ մի համակարգ: Շատ ավելի կարելու է. սխալները միշտ չհայտնաբերված են մնում, երբ դրանք տեքստային փոխկապակցության մեջ իմաստալի են հնչում: Ոչ մի ազդանշան չի վառվում, երբ գրված է «Նա կարեկցանք չգտավ»: Սակայն պետք է լիներ. Նա կարեկցանքս գտավ: Մեր եզրակացությունը. ուղղման ժամանակ համակարգիչն ամեն դեպքում օգտակար օգնական է, որին սակայն պետք է աչալուրջ հսկել: Տարափոխելով Լենինին. էլեկտրոնիկան լավ է, վերահսկումն ավելի լավ:

ԷԼԵԿՏՐՈՆԱՅԻՆ քարտուղարուհին

Հերթապահ խմբագիրների մոտ ենք դա դիտում. լավ խմբագրական համակարգերը նրանց համար առօրյա հաշվառում են կատարում, հետեւում արտադրության ընթացքին: Նախկինում նրանք ստիպված էին գնալ գրաշարանոց եւ անձամբ հավաստիանալ աշխատանքի ընթացքին: Այսօր համակարգիչն է հաղորդում, թե որ էջն է պատրաստ, որն է սկսվել, եւ ով չի պահպանում աշխատանքային գրաֆիկը: Հնարավոր է նույնիսկ պարզել, թե ինչ է դեռ պակասում առանձին էջերում:

Բայց հիմա մենք, բացի այդ, նաեւ էլեկտրոնային քարտուղարուհի ենք ցանկանում, որը հանդիպումներ կնշանակի, կհետեւի ու կհիշեցնի դրանց մասին: Որը մեզ կնախագգուշացնի, երբ դատարանում անհրաժեշտ կլինի տեղեկանալ, թե երբ է տեղի ունենալու սպասված դատավարությունը: Արձակուրդային ցուցակները նույնպես կարող են վստահվել էլեկտրոնիկային, որը տեսանելի է դարձնում գրաֆիկական հատումները: Նամակ գրելը մի այլ հոգս է: Մենք թերթեր գիտենք, որոնք դեռ շարունակում են վարվել այսպես. խմ-

բազիրները նամակները ձեւակերպում են խմբագրության համակարգչի վրա: Այն տալիս է ոչ պիտանի արտատպվածքներ: Այսպիսով, քարտուղարուհին իր անձնական համակարգչի վրա ամբողջը մեկ անգամ եւս մուտքագրում է: Դժվարին կրկնակի աշխատանք:

Գրեթե ամեն հրատարակչությունում իրար կողքի բազմաթիվ համակարգչային համակարգեր են գործում, օրինակ, հայտարարությունների եւ կառավարման համար: Շուտով բոլոր հաշվիչ մեքենաները կկարողանան թղթակցել միմյանց հետ: IFRA-ն հաղորդում է կապի նոր համակարգի՝ «Ինֆրանետի» մասին: Անունը պատահական չի հիշեցնում «Ինտերնետը»: Իրականացվում է նույն գաղափարը: «Ինտերնետը» միացնում է տարբեր ձեւի ու տարբեր ծրագրային լեզուներով աշխատող համակարգիչներն ամբողջ աշխարհում: «Ինֆրանետը» նույնը անում է հիմնարկության ներսում. այն կամուրջ է գցում առկա բոլոր համակարգերի միջեւ: Ամենապարզ օրինակը պրակտիկայից. հերթապահ խմբագիրը անախորժ զուգադիպություններից խուսափելու համար ցանկանում է իմանալ, թե ինչպիսի տեսք ունի հայտարարությունը, որը միանում է տեքստին: «Ինֆրանետով» բոլոր տեքստերը կարող են նախապատրաստվել նաեւ այնպես, որ պիտանի լինեն արխիվներում, Ինտերնետում կամ լազերային սկավառակների վրա՝ հետագա օգտագործման համար: Դա մինչ օրս կամ դժվար էր կամ՝ չափազանց թանկ:

Այստեղ նախապայման է, որ ապագա խմբագրական համակարգերն արագ ու գերազանց հաղթահարեն ամբողջական էջերի էջադրումը: Դրա մասին հոգում են հրատարակչությունները: Մեծ հրատարակչություններում այս աշխատանքի համար մակետավորողների ու տեխնիկների են գործի դնում: Փոքր եւ միջին թերթերում տպագրական ձեւավորումը ստանձնում են նաեւ խմբագիրները. նոր առաջադրանքներ են ի հայտ գալիս, որոնք շատերի համար հավելյալ աշխատանք են դառնում: Առաջանում է համակարգչի հայտնի ֆեյնոմենը. դետալներում այն հեշտացնում է աշխատանքը: Ընդհանուր առմամբ, մեզանից ավելի շատ ժամանակ ու ջանք է պահանջվում:

Մինչեւ հիմա մենք խոսում էինք միայն այն մասին, թե ինչ կարող է անել տեխնիկան: Մի քանի նախադասություն, սակայն, անհրաժեշտ է ասել նաեւ այն հարցի վերաբերյալ, թե մեզ ինչ է թույլատրելի: Իհարկե, կանոնները տարափոխվում են: Որոշ գործակալություններում արգելված է մասնավոր նյութ պահել խմբագրական համակարգում: Այստեղ մի առաջարկ՝ համակարգչային կոդեքսի համար՝ բազում թերթերի չգրված սկզբունքների հավաքածու...

Համակարգչային կոդեքս

► Մենք իրավունք ունենք ամեն ինչ կարդալ, ոչինչ չփոխել

Խմբագրության յուրաքանչյուր անդամ մուտք ունի յուրաքանչյուր այլ բաժին՝ տեղեկություն ստանալու համար: Ի՞նչ կա, ինչպիսի՞ն են վերջին տեղեկությունները: Դրանից բխում են հետևյալ պարտականությունները:

Մենք իրավունք ունենք կարդալ ընդհանուր հասանելի բաժինների բոլոր տեքստերը՝ բայց առանց փոխելու իրավունքի: Նաեւ այն ժամանակ, երբ պատահաբար հանդիպում ենք գործնական կամ ուղղագրական սխալների: Ամեն դեպքում, անհրաժեշտ է հայտնել պատասխանատու մշակողներին կամ հերթապահ խմբագրին: Դեպքեր պրակտիկայից. մի սխալ գրված անուն հետագայում ուղղվել էր տեքստում, բայց նկարների մակագրություններում ու հավելյալ միջարկություններում այն սխալ էր մնացել:

- Տեքստերը խմբագրությունից դուրս գալուց, այսինքն՝ տեխնիկային հանձնվելուց հետո, նույնիսկ հեղինակների կողմից այլեւս չեն կարող փոփոխվել կամ ուղղվել՝ առանց մշակողներին կամ հերթապահ խմբագրին տեղեկացնելու: Պատճառը նույնն է. հետագա փոփոխությունները կարող են խառնաշփոթ եւ դրանով մոր սխալներ առաջացնել:
- Գործակալության հոդվածների պատճենահանումն է միայն անսահմանափակ թույլատրվում: Այլ տեքստերի պատճենահանումը, որպես կանոն, ենթադրում է հեղինակների հետ համաձայնեցում կամ նրանց թույլտվություն:
- Որեւէ այլ բաժնում, մի այլ գրասեղանի վրա, արդեն միացված տերմինալ օգտագործողը չպետք է շարունակի աշխատանքը մեկ ուրիշի նշանաբառով: Այստեղ գործում է ամեն դեպքում սեփական նշանաբառով գրանցվելու սկզբունքը: Չարաշահման վտանգ:
- Խմբագրության անդամների անհատական դարակները, որքանով որ դրանք դեռ գոյություն ունեն, սկզբունքորեն փակ են մնացած բոլորի համար: Գերատեսչության ղեկավարները պետք է ելնեն այն բանից, որ անհատական դարակում պահված տեքստերը դեռ պետք է մշակվեն հեղինակի կողմից եւ այդ պատճառով չեն հաստատվել մշակման համար: Ծայրահեղ դեպքը կարելի է պատկերացնել, երբ ստիպված եք համակարգի մենեջերներին խնդրել՝ անհատական դա-

րակից մի հողված արձակել: Օրինակ, խմբագրության որե-
ւէ անդամ հիվանդ է, չի կարող ծառայության ներկայանալ
եւ պատրաստի հողվածը դեռ չի հանձնել պատասխանա-
տու բաժնին: Նախկինում այսպիսի դեպքում պարետն էր
բացում կողպված գրասեղանը: Ամեն ինչ արդեն պատահել
է: Ժամանակակից համակարգերում խմբագիրները կարող
են պահել անհատական տեքստերը դիսկետների վրա:

- ▶ Շատ անհատական դարակներ պայթում են: Էքստրենալ
դեպքերում առանձին աշխատակիցների կողմից հարյուրից
ավելի հողվածներ են պահպանվում, ինչը ծանրաբեռնում է
ամբողջ համակարգը: Առավելագույն սահմանը՝ 20 կամ 30
հողված: Խնդրվում է վերացնել հին նյութը: Չէ՞ որ այն կա-
րելի է արտագրել սկավառակի վրա եւ տուն տանել:

Խմբագրություններում նման ցուցումների վերաբերյալ դեռ
պետք է բանավիճել: Դրան հակառակ, ընդհանուր լրագրային աշ-
խատանքի համար կա մի կոդեքս, որն ընդունվում է բոլորի կող-
մից...

X
ԳԵՐՄԱՆԻԱՅԻ ՄԱՄՈՒԼԻ ԽՈՐՀՈՒՐԴ

Լրագրողական պատշաճություն. ի՞նչ է դա

**Հրապարակախոսության սկզբունքները
(Մամուլի խորհուրդ)**

Լրագրողական պատշաճություն. Ի՞նչ է դա

Գերմանական մամուլի խորհրդի ու մամուլի միությունների համագործակցությամբ մշակված մամուլի կանոնագիրքը (վարքականոնը) սահմանում է չափանիշներ լրագրողական պատշաճության ու ազնվության վերաբերյալ: Ինչպե՞ս բանը հասավ դրան:

Մամուլի խորհուրդը հիմնադրվեց ինքնապաշտպանական նկատառումով: Վարչապետ Կոնրադ Ադենաուերի օրոք ներքին գործերի նախարար Ռոբերտ Լեիրը ներկայացրեց օրինագիծ, որը վերահսկիչ ատյանների օգնությամբ մամուլի ձեռք ու ոտքը ավելի պինդ պետք է կապեր:

Լեիրի գրոհը ձախողվեց: Մամուլը բրիտանական օրինակով ուրոշեց անցնել ինքնահսկման, առանց պետական վերահսկողության՝ մի հանձնաժողովի միջոցով, որին անդամակցում են անկախ անհատներ: Նրանք հրավիրվում են լրագրողների ու հրատարակիչների միությունների կողմից: Մամուլի խորհրդի խնդիրն է բացահայտել մամուլի գործունեության թերությունները, բայց եւ ապահովել, որպեսզի չխոչընդոտվի լրատվական աղբյուրների մատչելիությունը: Այն չի կարող պատիժ սահմանել, այլ կարող է միայն պարսավել ու հրապարակայնորեն նկատողություն անել: Շատ լրագրեր պարտավորվել են առիթի դեպքում հանդիմանությունը հրապարակել:

Մամուլի վարքականոնը ընդլայնվում է հրապարակախոսական աշխատանքի վերաբերյալ ցուցումներով: Այնտեղ մասնակի դեպքերի հիման վրա սահմանվում են աշխատանքային չափանիշներ:

Հրապարակախոսական հիմնադրությունների լիակատար նմուշները՝ բոլոր դիրեկտիվներով եւ բողոքարկման կարգով հանդերձ, պետք է ձեռքի տակ ունենա ամեն մի խմբագրություն: Չնչին վճարի դիմաց Գերմանական մամուլի խորհուրդը (Գերհարդ-Ֆոն-Արե-Շթրասե 8, 53111, Բոնն) դրանք ուղարկում է:

Մամուլի օրենսգիրքը առաջին անգամ հրապարակվել է 1937-ին, որպես լրագրողի առօրյայի ղեկավար սկզբունք: Սիա 1996-ի փետրվարի 14-ի վերջին ձեւակերպման տեքստը...

Վարքականոն մամուլի համար

Հրապարակախոսության սկզբունքները

Գերմանիայի Դաշնային Հանրապետության հիմնական օրենքով երաշխավորված մամուլի ազատությունը ներառում է տեղեկատվության, կարծիքների եւ քննադատության անկախությունն ու ազատությունը: Հրատարակիչները, խմբագիրներն ու լրագրողները մասնագիտական գործունեության ընթացքում պետք է մշտապես զգան հասարակության առաջ իրենց պատասխանատվությունը եւ մամուլի հեղինակությունը պահպանելու իրենց պարտքը: Նրանք պետք է լրագրողական պարտականությունների կատարմանն ի սպաս դնեն իրենց ընդունակություններն ու համոզմունքները եւ բացառեն անձնական կամ կողմնակի շահերի ազդեցությունը:

(Տպագրվում է համառոտ տարբերակը)

Հոդված 1.

Ճշմարտությունը հարգելը եւ հասարակությանը ճշմարտացի տեղեկատվություն տալը մամուլի բարձրագույն սկզբունքներն են:

Հոդված 2.

Հրապարակման համար նախատեսված ինչպես տեքստային, այնպես էլ լուսանկարային նյութերի հավաստիությունը պետք է ստուգվի նախապես՝ հանգամանքներին համապատասխան մանրակրկիտությամբ: Մշակումը, խորագրերը կամ լուսանկարների մակագրությունները չպետք է աղավաղեն կամ նեղացնեն նյութի իմաստը: Փաստաթղթերից մեջբերումներ անելիս պետք է լիովին պահպանել դրանց իմաստը: Չհաստատված տեղեկությունները, լուրերը եւ ենթադրությունները պետք է հստակ նշվեն՝ որպես այդպիսիք: Խորհրդանշական լուսանկարները պետք է ունենան մակագրություններ՝ տեղեկացնելով, որ լուսանկարը փաստագրական չէ:

Հոդված 3.

Եթե պարզվում է, որ հրապարակված հաղորդագրությունը կամ պնդումը անստույգ է, ապա այն հրապարակող մամուլի օրգանը կամ

ռադիոն (հեռուստատեսությունը) պետք է անհապաղ համապատասխան ձեռով տեղյակ պահեն այդ մասին իրենց ընթերցողներին (ունկնդիրներին):

Յոթերորդ 4.

Նորությունները, տեղեկատվությունն ու լուսանկարները չպետք է ձեռք բերվեն անազնիվ մեթոդներով:

Յոթերորդ 5.

Գաղտնիությունը, որի շուրջ պայմանավորվածություն է ձեռք բերվել վստահելի գրույցի ժամանակ, պետք է խստագույնս պահպանվի:

Յոթերորդ 6.

Մամուլում աշխատող ցանկացած անձ պետք է պահպանի զանգվածային լրատվամիջոցների հեղինակությունն ու վարկը, ինչպես նաև մասնագիտական գաղտնիքը, կարող է օգտվել վկայություն տալուց հրաժարվելու՝ օրենքով նախատեսված իր իրավունքից եւ չհրապարակել իր տեղեկատվության աղբյուրները՝ առանց վերջիններիս բացահայտ համաձայնության:

Յոթերորդ 7.

Մամուլի պատասխանատվությունը հասարակության առջև պահանջում է, որպեսզի նյութի հրապարակումը պայմանավորված չլինի երրորդ անձերի մասնավոր կամ առելտրային շահերով: Յոթերորդակիցներն ու խմբագիրները պետք է մերժեն նման փորձերը եւ հետեւեն խմբագրական նյութերի եւ գովազդային հարպարակումների հստակ սահմանազատմանը: Գովազդը, լինի դա տեքստի, լուսանկարի, թե նկարի ձեռով, պետք է հստակ նշվի որպես այդպիսին:

Յոթերորդ 8.

Մամուլը հարգում է մարդու մասնավոր եւ անձնական կյանքը: Սակայն, եթե մասնավոր կյանքում մարդու վարքագիծը հակասում է հասարակական շահերին, ապա այն կարող է քննարկման առարկա դառնալ մամուլում: Ըստ որում, անհրաժեշտ է հետեւել, որպեսզի

նյութի հրապարակումը չդիպչի որեւէ երրորդ անձի շահերին եւ նրա անձնական կյանքի առնձեռնմխելիությանը:

Չոդված 9.

Անհիմն, մասնավորապես՝ զրպարտարչական բնույթի պնդումների ու մեղադրանքների հրապարակումն անհարիր է լրագրողական պատշաճ վարվեցողության կանոններին:

Չոդված 10.

Այն տեքստերի եւ լուսանկարների հրապարակումը, որոնք իրենց բովանդակությամբ եւ ձեւով կարող են լրջորեն վիրավորել մարդկանց որոշակի խմբերի բարոյական կամ կրոնական զգացմունքները, անհամատեղելի է մամուլի պատասխանատվության սկզբունքի հետ:

Չոդված 11.

Անհրաժեշտ է հրաժարվել բռնության եւ դաժանության անհարկի ցուցադրումներից: Ռեպորտաժների հրապարակման ժամանակ անհրաժեշտ է պահպանել երիտասարդներին ավելորդ հուզումներից զերծ պահելու սկզբունքը:

Չոդված 12.

Անթույլատրելի է խտրականությունը՝ ըստ սեռի, ցեղային, էթնիկական, կրոնական, սոցիալական կամ ազգային պատկանելության:

Չոդված 13.

Չետաքննությունների եւ դատավարությունների լուսաբանությունը պետք է անկողմնակալ լինի: Ուստի ընթացիկ դատավարությունների ժամանակ մամուլը հողվածներում եւ լուսանկարների մակագրություններում նյութը մատուցում է այնպես, որ պահպանվի չեզոքության սկզբունքը: Մինչեւ դատարանի վճիռ կայացնելը չի կարելի կասկածյալին ներկայացնել իբրեւ մեղադրյալ: Եթե մեղադրյալը կամ դատապարտյալը երիտասարդ է, ապա նկատի առնելով նրա ապագան, հարկ է խուսափել նրա անունը կամ լուսանկարը հրա-

պարակելուց, որ կարող է հիմք ծառայել նրան ճանաչելու համար (բացառություն են առանձնապես ծանր հանցագործությունները): Եթե լուրջ հիմնավորում չկա, ապա հարկ է խուսափել դատարանի վճիռը հրապարակելուց՝ մինչև այդ մասին պաշտոնական հայտարարությունը:

Չոդված 14.

Բժշկական թեմաներ լուսաբանելիս անհրաժեշտ է խուսափել նյութի սենսացիոն մատուցումից, որը կարող է ընթերցողի մեջ չարդարացված վախ կամ հույս արթնացնել: Նախնական փուլում գտնվող գիտական հետազոտությունները չի կարելի ներկայացնել իբրև ավարտված կամ գրեթե ավարտված:

Չոդված 15.

Որեւէ կարգի ծառայություն ընդունելը կամ մատուցելը, որ կարող է բացասաբար անդրադառնալ հրատարակչության կամ խմբագրության՝ որոշում կայացնելու ազատության վրա, անհարիր է մամուլի հեղինակության, ազատության ու խնդիրների հետ: Նա, ով թույլ է տալիս կաշառել իրեն՝ տեղեկություններ տարածելու կամ չտարածելու նպատակով, անազնիվ եւ մասնագիտական սկզբունքներին դեմ է գործում:

Չոդված 16.

Գերմանիայի Մամուլի խորհրդի կողմից արված նկատողության հրապարակումը, հատկապես՝ զանգվածային լրատվության այն միջոցներում, ում հասցեին արվել է այն, համապատասխանում է իրադարձությունների ազնիվ լուսաբանման ըմբռնմանը:

Վերներ Մայեր

ԼՐԱԳՐԱՅԻՆ ԳՈՐԾ
Հ Ա Տ Ո Ր Ի I

Werner Meyer

ZEITUNGSPRAKTIKUM

Ծավալը՝ 8.75 տպ. մամուլ: Տպաքանակը՝ 500

Տպագրվել է «Վան Արյան» հրատարակչատանը