

ՀԱՄԱՑԱՆՅԱՅԻՆ ԳՈՐԾԻՔՆԵՐԻ ԿԱՅԱՑՈՒՄԸ ՈՐՊԵՍ ԼՐԱՏՎԱՍԻՋՈՑ ԱՄՆ ԲԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ՄԵՉ

Էրիկ ՂԱԶԱՐՅԱՆ

Քաղաքագիտության մագիստրոս
Հայ առաջադեմ երիտասարդություն
ՀԿ նախագահ

Բանալի բառեր. բլոգներ, համացանցային գործիքներ, ԱՄՆ նախագահական ընտրություններ, գանգավաճային լրատվամիջոցներ

Համացանցային գործիքները (բլոգներ, սոցիալական ցանցեր) այսօր ամենաարագ զարգացող երևույթներից են: Վերջին տարիներին մենք ականատես ենք լինում, թե ինչպես բազմաթիվ քաղաքական գործիչներ բացում են հաշիվներ տարբեր բլոգային միջավայրերում և սոցիալական ցանցերում: Այսօր բլոգները և սոցիալական ցանցերը լայնորեն կիրառվում են գովազդի, տեղեկատվության տարածման նպատակով կամ որպես լրատվամիջոց: Բլոգները որպես լրատվամիջոցներ ուսումնասիրվել են մի շարք հեղինակների կողմից: Այս աշխատանքի շրջանակներում ուսումնասիրվել են քաղաքական գիտությունների դոկտոր Արթուր Աթանեսյանի ուսումնասիրությունները: Առավել համապարփակ ուսումնասիրվել է “Конфликтные коммуникации и проблемы информационной безопасности աշխատությունը”¹: Աշխատանքում հիմնականում ներկայացված են համացանցային գործիքների կիրառումը ՀՀ անվտանգության տեսանկյունից, վերլուծություններ են անցկացված Հայաստանում և Ադրբեջանում կիրառվող համացանցային գործիքները՝ համեմատելով դրանց արդյունավետությունը: Համացանցային գործիքների կիրառման արդյունավետության բացահայտման համար ուսումնասիրվել են նաև քաղաքական գիտությունների թեկնածուներ Հայկ Սուքիասյանի², Վահան Դիլանյանի³ և այլ հեղինակների աշխատությունները: Ինտերնետի և բլոգների ընդհանուր կիրառման և ինտերնետի զարգացման, տեղեկատվական անվտանգության ուսումնասիրման տեսանկյունից մեծ հետաքրքրություն է ներկայացնում տեղեկատվական անվտանգության փորձագետ Սամվել Մարտի-

¹ Տե՛ս Արտուր Աթանեսյան. “Конфликтные коммуникации и проблемы информационной Безопасности” 2009 г. ЕГУ. Ереван 2009. 333 страниц.

² Տե՛ս Հայկ Սուքիասյան «Տեղեկատվական հասարակություն. Սոցիալ-քաղաքական հիմնախնդիրներ». «Սարվարդ հրատ» ՍՊԸ. Երևան 2009, 267 էջ.

³ Տե՛ս Վահան Դիլանյան “Հայաստանի Հանրապետության պետական կառավարման համակարգի կատարելագործումը տեղեկատվական տեխնոլոգիաների կիրառմամբ”, Երևան 2012, 134 էջ.

րոսյանի լրագրողական վերլուծությունները⁴ և այլ հեղինակների աշխատանքներ: Նշված հեղինակների աշխատություններն ունեն մեծ արժեք քաղաքագիտության համար, քանի որ հիմնված են վիճակագրական տրվյալների, համեմատական վերլուծությունների վրա և կարող են օգտակար լինել համացանցային գործիքները փի առ նպատակներով կիրառել պատրաստվող քաղաքական գործիքների, ՀՀ արտաքին քաղաքականությունը իրականացնող դիվանագետների համար, սակայն վերջիններիս աշխատանքում բացակայում են ուսումնասիրություններ, որոնք կբացահայտեն բլոգների կայացումը որպես լրատվամիջոց: Դա ունի օբյեկտիվ բացատրություն, քանի որ Հայաստանում բլոգների, որպես լրատվամիջոցների, կայացման գործընթացը ամբողջովին չի ձևավորվել: Սա է պատճառը, որ մենք այս խնդրի լուծման համար առաջարկում ենք ուսումնասիրել բլոգների գործունեությունը ԱՄՆ քաղաքականության մեջ, որտեղ բլոգները որպես լրատվամիջոցներ հստակ ներառված են ԱՄՆ օրենսդրությունում, ինչպես նաև ԱՄՆ քաղաքացիները առավել հակված են դիտարկելու բլոգները որպես նորությունների աղբյուր: Համացանցային գործիքների կիրառումը սկսվել է դեռևս 1990-ական թվականների վերջերից, սակայն վերջիններիս՝ քաղաքական նպատակներով կիրառման պատմությունը շատ երիտասարդ է և կարելի է համարել 2004 թ. ԱՄՆ նախագահական ընտրությունները: Որպես այս ամենի հետևանք բլոգների շուրջ առավել ամբողջական ուսումնասիրություններ հանդիպում են ԱՄՆ գիտականների աշխատություններում: Առավել համապարփակ են տեսաբաններ Գիրթ Լոփինսկի⁵, Դուգլաս Ռաշկոֆ⁶, Աքսել Բրանս⁷, Դեվիթ Զլայնի⁸, Ալի-սոն Ալեքսանդրի⁹, Ռոսս Ֆերգիսոնի¹⁰ և այլ հեղինակների աշխատանքները:

⁴ Տե՛ս Սամվել Մարտիրոսյանի հոդվածները «Նորավանք» հանդեսում. Այցելություն 09/02/2012

http://www.noravank.am/arm/articles/detail.php?ELEMENT_ID=12818&sphrase_id=39340

⁵ Տե՛ս Geert Lovink, “0 comments, blogging and critical internet culture”, Routledge, New York USA, 2007, 312 pages., p 2-14.

Geert Lovink. “Dynamics of Critical Internet Culture (1994-2001)”, PhD thesis, English Department, The University of Melbourne, Australia. 2002. 288 pages, p 265-278

⁶ Տե՛ս Douglas Rushkoff. “Open Source Democracy How online communication is changing offline politics” Demos, London, UK. 2003, 66 pages, p 45-56.

Douglas Rushkoff. “Media Virus! Hidden Agendas in Popular Culture”. Ballantine, New York, USA 1996, 344 pages, p.2-8.

⁷ Տե՛ս Axel Bruns. “Gatewatching: Collaborative Online News Production” Peter Lang Publishing, inc., New York, USA, 2005 12 pages, p.25-27.

⁸ Տե՛ս Davit Kline. “Blog!: How the Newest Media Revolution is Changing Politics, Business, and Culture”, CDS Books, New York, USA 2005, 402 pages, p.130.

⁹ Տե՛ս Alison Alexander, Jarice Hanson. “Taking Sides: Clashing Views in Mass Media and Society”, McGraw-Hill/Dushkin; 9 edition, USA (April 24, 2006). 426 pages, p.193.

Թեև վերը նշված հեղինակներից յուրաքանչյուրը անդրադարձել է բլոգներին որպես լրատվամիջոցներ, ներկայացվել է վերջիններիս նմանություններն ու տարբերությունները, սակայն չենք հանդիպում ամբողջական ուսումնասիրություն, թե ինչ նախադրյալների և հանգամանքների պատճառով են բլոգները վերածվել լրատվամիջոցների:

Սույն աշխատանքի նպատակն է բացահայտել ԱՄՆ-ում բլոգների՝ որպես լրատվամիջոցների կայացումը, ինչպես նաև բլոգների և ավանդական ՉԼՄ-ների տարբերությունները: Քաղաքական բլոգների նկատմամբ հետաքրքրության աճը, ինչպես նաև դրանք քաղաքական նպատակներով օգտագործելու առաջին ալիքը բարձրացավ 2001 թվականի սեպտեմբերի 11-ի իրադարձություններից հետո: Համաշխարհային առևտրի շուկաների փլուզումը և ԱՄՆ պաշտպանության նախարարության շենքի վրա հարձակումը հասարակության լայն շրջանակների մոտ ցանկություն առաջացրեցին մասնակցելու համընդհանուր քննարկումներին: Շատերն էլ բավարարված չէին այն ամենով, ինչ տեսնում կամ կարդում էին ավանդական ՉԼՄ-ում: Խնդիրն այն էր, որ ՉԼՄ-ն ի վիճակի չէր իրադարձություններին արագ արձագանքելու և հասարակությանը արագ տեղեկացնելու իրադարձությունների մասին: Իր InstaPundit.com բլոգում Գլին Ռեյնոլդսը նշում է, որ ամենուրեք ”խոսող գլուխներն ասում են,”Մենք պետք է հզորանանք, մենք ստիպված ենք լինելու իրաժարվել մեր ազատությունների զգալի մասից”¹⁰: Ընդհանուր կաղապարներով և միմյանցից քիչ տարբերվող ՉԼՄ-ի ներկայացրած նյութերը արդեն իսկ չէր բավարարում ամերիկացուն, ով ցանկանում էր լսել ոչ միայն իրականության ”օբյեկտիվ” տեղեկություն, այլ նաև իրադարձությունների շուրջ համարձակ մեկնաբանություններ: Իր բնույթով բլոգը հենց այդպիսի հնարավորություն էր տալիս ցանկացած քաղաքացու՝ ազատորեն և առանց խոչընդոտների գրառում կատարելու որևէ իրադարձության շուրջ կամ մասնակցելու նմանատիպ քննարկումներին: Միաժամանակ, բլոգների հեղինակությունը բացատրվում է նրանով, որ այն համեմատաբար հեշտ է բացել և օգտագործել նույնիսկ բլոգներին չտիրապետողների համար¹² : Բլոգներից օգտվող-

¹⁰ Տե՛ս Ross Ferguson, Barry Griffiths. “Thin Democracy? Parliamentarians, Citizens and the Influence of Blogging on Political Engagement” article (pages 366-374). in “UK Politics and The Internet - The First Decade” Volume 59 Issue 2 April 2006. Oxford University press. UK. 8 pages.(p. 370-372)

¹¹ Տե՛ս Matt Welch, Mallory Jensen. “Blogworld and its gravity”. Columbia University, Graduate School of Journalism Volume: 42 Issue: 3, September 1, 2003, pages 1-6(6 pages)p-5

¹² Տե՛ս Richard Kahn “New media and internet activism: from the Battle of Seattle to blogging” article in “new media & society” journal. Copyright © 2004 SAGE Publications London,

ները նաև վստահում էին դրանք, քանի որ դրանք համարում էին կորպորացիաների կողմից կառավարվող ՉԼՄ-ից անկախ մարմիններ¹³: Հասարակության ուշադրությունը մեծացավ հատկապես քաղաքականության մասին գրող բլոգների և բլոգերների նկատմամբ: Գլին Ռեյնոլդսը իր բլոգը բացել էր 2001 թվականի սեպտեմբերի 11-ի իրադարձություններից մեկ ամիս առաջ, սակայն այդ օրը նրա բլոգը օրական 1600 այցելուից հասավ 4200-ի: Իսկ այժմ նրա բլոգը շաբաթական կարդում է 100 000 այցելու¹⁴: Սա խոսում է այն մասին, որ ծայրահեղ և արտակարգ իրավիճակներում հասարակությունը հակված է տեղեկություն ստանալու անկախ և չիկսվող ու չգրաքննվող աղբյուրներից: Դրանով կարելի է բացատրել բլոգների ակտիվությունը 2001 թ. սեպտեմբերի 11-ի ահաբեկչության լուսաբանման ժամանակ: Քաղաքական բլոգները հնարավորություն են տալիս տարածելու նաև չստուգված տեղեկություն, իսկ ավանդական ՉԼՄ-ին հարկավոր է ժամանակ որևէ կարևոր իրադարձության հավաստիությունը ստուգելու և հրապարակելու համար: Բլոգները շատ արագ թարմացվում են մեկնաբանությունների շնորհիվ, և որևէ իրադարձության մասին նորությունը անմիջապես հայտնվում է բոլորի ուշադրության կենտրոնում և քննարկումների արժանանում:

Բլոգներն ունեն ևս մեկ առանձնահատկություն, որը առկա չէ ավանդական ՉԼՄ-ներում: Բլոգներում տեղադրված թեմաների քննարկմանը կարող են ակտիվ մասնակցություն ունենալ բոլոր այցելուները, ինչը հաճախ փաստերի ճշտման առումով իր դրական ազդեցությունն է ունենում: Բրիտանացի ռազմական մեկնաբան Ռոբերտ Ֆիսկը, ով հաճախ բլոգերների կողմից մեղադրվում էր հակաամերիկյան դիրքորոշման և ավելորդ սենտիմենտալության համար, 2007 թ. մարտի 30-ին հայտարարեց, որ Բաղդադի մարդաշատ շուկաներից մեկի ռմբահարումը կատարվել է ԱՄՆ զինուժի կողմից, քանի որ մեքենաների ամերիկյան համարներ են գտնվել շրջակայքում ընկած բեկորների վրա: Ավստրալացի բլոգեր Թիմ Բլերը համարները պատկերող նկարը տեղադրել է իր բլոգում և խնդրել է ռազմարդյունաբերության մասնագետներին ուսումնասիրել դրանք: 24 ժամվա

Thousand Oaks, CA and New Delhi Vol6 (1):87–95 DOI: 10.1177/1461444804039908 pages 87-95 (6 pages)p-91 <http://richardkahn.org/writings/tep/newmediaactivism.pdf>

¹³ Տե՛ս Thomas J. Johnson, Barbara K. Kaye, Shannon L. Bichard, W. Joann Wong. <<Every Blog Has Its Day: Politically-interested Internet Users' Perceptions of Blog Credibility>>, Journal of Computer-Mediated Communication. Volume 13, Issue 1, pages 100–122(23 pages), October 2007.p-103

<http://users.du.se/~jsk/PhD%20oct%2009/earlier%20WIP/internet%20users%20perception%20of%20blog%20credibility.pdf>

¹⁴ Տե՛ս Matt Welch, Mallory Jensen. “Blogworld and its gravity”. Columbia University, Graduate School of Journalism Volume: 42 Issue: 3, September 1, 2003, pages 1-6 (6 pages)p-6

ընթացքում ավելի քան 10 մասնագետներ (օդային ուժերի թռչակառու մասնագետներ, Նախկին ծովայիններ և այլն) սկսեցին նկարագրել զենքերը, և պարզվեց, որ ռմբահարման ժամանակ օգտագործվել են ամերիկյան արտադրության հակառադարային հրթիռներ, ինքնաձիգներ և այլն: Նշանակում է՝ Ֆիսկը ճիշտ էր: Մեկ այլ օրինակ, որ տեղի ունեցավ 2001 թվականի դեկտեմբերին: Նյու Յեմփշիրի տնտեսագիտության և գեոդերային ուսումնասիրության համալսարանի պրոֆեսոր Մարկ Յերոլդը հրատարակեց մի ուսումնասիրություն, համաձայն որի, Աֆղանստանում Ամերիկայի Միացյալ Նահանգների ռազմական գործողությունների հետևանքով զոհվել է 3767 քաղաքացի: Բլոգեր Բոյուս Ռոլստոնը, ով կանադական բանակի պահեստային էր, նշեց Յերոլդի ուսումնասիրության թերի կողմերը և տեղեկացրեց, որ նա միաձուլել է վնասները (օրինակ՝ վիրավորներ, սեփականության կորուստ) մահացու ելքերի հետ: Հաջորդ երկու օրերին բազմաթիվ բլոգերներ Յերոլդի աշխատանքը ”հողին հավասարեցրին”: Արդեն հաջորդ ամսվա ընթացքում Յերոլդի ուսումնասիրությունը The Guardian-ի կողմից համարվեց ոչ թե որպես փաստ, այլ կարծիք, իսկ ՉԼՄ-ը և ՀԿ-ները իրենց աշխատություններում Աֆղանստանում ԱՄՆ ռազմական գործողություններից մահացած քաղաքացիների թիվը նշեցին ոչ ավելի, քան 1000¹⁵:

Նշված օրինակներից պարզ է դառնում, որ բլոգների տրամադրած տեղեկատվության հետևանքով փոփոխման կարող են ենթարկվել պաշտոնական վիճակագրություններ և տեսակետներ: Սակայն նշենք նաև, որ քիչ չեն հանդիպում դեպքեր, որ բլոգները ազդեցությունն են ունենում քաղաքան որոշակի գործընթացների, ինչպես նաև քաղաքական գործիչների ու կազմակերպությունների հեղինակությունների վրա: Սա փաստում է այն, որ նույնիսկ պաշտոնական տեղեկատվությունը կարող է փոփոխման ենթարկվել քաղաքական բլոգերների դերակատարության պատճառով: Նման իրադարձություն եղավ 2002 թվականին, երբ բլոգներում հրապարակվեց Թրենթ Լոթսի մեկնաբանությունը սենատոր Սթրոմ Թուրմոնդի 100-րդ տարեդարձի մեծարման երեկույթի ժամանակ: Նա ասել էր, որ Միացյալ Նահանգները կշահեր, եթե Թուրմոնդը դառնար Նախագահ՝ մասնավորապես նշելով, որ 1948 թվականին իրենց կուսակցությունը (Հանրապետական) ընտրել էր Թուրմոնդին որպես Նախագահի թեկնածու, և ”եթե մեր երկրում հետևեին մեր օրինակին, մենք այսօր չէինք ունենա այն խնդիրները, որոնք ունենք”¹⁶: Լոթսի մեկնաբանությունը անդրադարձ

¹⁵ Տե՛ս նույն տեղը, էջ 6.

¹⁶ Տե՛ս Tanni Haas. “Making it in the political blogosphere: the world's top political bloggers share the secrets to success” The Lutterworth Press, 2011. Cambridge, UK: 179 pages. p.4-5

չառաջացրեց ՉԼՄ-ներում, սակայն մեծ աղմուկ բարձրացվեց լիբերալ և պահպանողական բլոգերների կողմից, և քննադատություններ և քննարկումներ տեղի ունեցան: Խնդիրն այն էր, որ 1948թ. Թուրմոնդի նախընտրական ծրագրերի մի շարք դրույթներ պաշտպանում էին ԱՄՆ-ում միայն սպիտակամորթների՝ ընտրություններին մասնակցելու իրավունքը: Այդ պատճառով Թրենթ Լոթսի հայտարարությունը բլոգերների կողմից դիտարկվեց որպես ռասիստական: Բլոգներին հաջորդեց C-Spain-ի անդրադարձը Թրենթ Լոթսի հայտարարությանը: Միայն միջոցառումից 5 օր հետո բլոգերների քննադատության և քննարկումների արդյունքում ”Նյու Յորք Թայմս” օրաթերթը նույնպես անդրադարձավ վերը նշված թեմային¹⁷: Լոթսին հեռացրեցին Սենատի մեծամասնության ղեկավարի պաշտոնից, իսկ բլոգերները սկսեցին համարվել որպես լրատվամիջոցներ¹⁸: Իսկ Իրաքյան պատերազմը և նախագահական ընտրությունները միայն ավելի կարևորեցին բլոգինգի դերը: Արդեն 2004թ. ԱՄՆ քաղաքական համագումարների և քննարկումների ժամանակ բլոգերները լիազորագրվում էին որպես լրատվամիջոցներ: Այս փաստից որոշակիորեն հստակ դարձավ բլոգերների դերը հասարակությունում. բլոգերները հայտնվում էին ԱՄՆ օրենսդրությունում որպես լրատվամիջոցներ: Բլոգների՝ որպես ՉԼՄ-ի ընկալումը նրանց տալիս էր իրավունքներ՝ միաժամանակ հարկադրելով գործունեություն ծավալելու օրենսդրության սահմաններում:

Թեև բլոգները իրավական դաշտում դարձան ՉԼՄ-ներին համարժեք մարմիններ, սակայն մի շարք առանձնահատկություններով վերջիններս էականորեն տարբերվում են ավանդական ՉԼՄ-ից: Որպես ՉԼՄ-ից տարբերվող հատկություն նշվում է նաև բլոգներում ”համագործակցային նորությունների” կառուցումը, որը հնարավորություն է տալիս ընթերցողին իր ներդրումն ունենալ նորության կառուցման և զարգացման գործում: Այս տարբերություններն էլ հաճախ որոշիչ են լինում քաղաքացիների համար՝ ընտրություն կատարելու, թե ինչ աղբյուրից են ցանկանում ստանալ քաղաքական իրադարձությունների շուրջ տեղեկատվությունը: Յետագոտող Զեվին Ուալսթենը (Kevin Wallsten) ուսումնասիրել է 2004թ. ԱՄՆ նախագահական ընտրությունների ժամանակ քաղաքական բլոգների և ՉԼՄ-ների միջև փոխգործակցությունը, և եկել է եզրակացության, որ տեղեկատվություն ստանալու գործում այս երկու կառույցները փոխկապակցված են, այլ ոչ թե տեղի է ունենում տեղեկատվության միակողմանի հոսք մե-

¹⁷ Տե՛ս նույն տեղում p-5

¹⁸ Տե՛ս Geert Lovink, “0 comments, blogging and critical internet culture”, Routledge, New York USA, 2007, 312 pages, p-4

կից դեպի մյուսը¹⁹: Յետաքրքիր է նաև Պիթ Վելչի եզրակացությունը, նա ուսումնասիրել է հայտնի լիբերալ բլոգեր Atrios-ի և պահպանողական ուղղվածություն ունեցող բլոգեր Instapundit-ի համացանցում գտնվող բլոգերների օրական գործունեությունը և պարզել, որ վերջիններս որևէ հղում չեն տալիս "հակառակորդ ճամբարի" բլոգներին²⁰: Վելչը հարցադրում է անում. "Արդյո՞ք այստեղ կիբեռբալկանիզացիա չի կատարվում, արդյո՞ք մարդիկ չեն ստանում միայն այնպիսի տեղեկատվություն, որը ներկայացված է իրենց աշխարհայացքներին համապատասխան գույներով, և արդյո՞ք վերջիններս չեն ստանում այլ կերպ ներկայացված տեղեկատվություն": Հակառակ փաստն է բերում Յելի համալսարանի պրոֆեսոր Ջեք Բակլինը, ով նշում է, որ նման մեկուսացումը անհնար է, քանի որ բլոգերները պարբերաբար իրար հետ կապ են հաստատում նույնիսկ ուղղակի միմյանց հակադրվելու համար²¹: Ուսումնասիրություններից հետևություն կարելի է անել, որ 2000-ական թվականներից սկսած բլոգները դարձան քաղաքականության վրա ազդեցության գործիք:

ԱՄՆ քաղաքականության մեջ բլոգների գործունեության օրինակները բազմաթիվ են, սակայն կարևոր ենք համարում ուսումնասիրել, թե ինչպես և ինչ սկզբունքներով են աշխատում բլոգերները հասարակության քաղաքական կյանքում ամենակարևոր իրադարձություններից մեկի՝ ընտրությունների ժամանակ: Ռեչիլ Գիբսոնը նշում է, որ համացանցային գործիքները այժմ զարգացվածության այն մակարդակի վրա են, որ կարող են դառնալ ժողովրդավարության զարգացման նոր ճանապարհ, քանի որ հենց այս գործիքներն են թույլատրում հանրությանը առավել արագ կազմակերպվել և հանդես գալ քաղաքացիական նախաձեռնություններով: Դուգլաս Ռաշկոֆֆը նույնպես վեր 2.0 գործիքների զանգվածային կիրառումը դիտում է որպես ժողովրդավարական ճգնաժամից դուրս գալու և վերջինիս զարգացման նոր փուլ: Ամերիկայի Միացյալ Նահանգներում բլոգների՝ քաղաքականության վրա ազդեցությունը մեծացավ հատկապես 2004թ. Ամերիկայի Միացյալ Նահանգների նախագահական ընտրությունների ժամանակ: 2004թ. նախագահական ընտրությունները առաջինն էին, որտեղ բլոգիստները կարևոր դերակատարում ունեցավ: Նախընտրական քարոզարշավի ժամանակ Միացյալ Նահանգներում օրական

¹⁹ Տե՛ս Charlotte Allen . "Political Blogging and Social Media".Article in Journal of Global Business Management. Beaverton: Dec 2010. Volume 6.p.2.
<http://www.jgbm.org/page/25Allen%20.pdf>

²⁰ Տե՛ս Pete Welsch "Revolutionary vanguard or echo chamber?". Indiana University, USA 2003. 19 pages, p.14-19.

²¹ Տե՛ս Lada Adamic, Natalie Glance "The Political Blogosphere and the 2004 U.S. Election", Intelliseek Applied Research Center, Pittsburgh, PA. New York, USA 2005, 15 pages, p.5.

1000-ից ավելի կյուբեր էին գրվում բլոգերների կողմից: ԱՄՆ նախագահական ընտրությունների նախընտրական արշավի ընթացքում հարցվածների 9 տոկոսը նշեց, որ կարդում են քաղաքական բլոգներ բավական հաճախ, սակայն բլոգներ կարդացողների թիվը կտրուկ ավելացավ 2004թ Նախագահական ընտրությունների նախօրեին: Համաձայն 2005թ. "Փյունվ ինտրնետ ընդ Ամերիքըն լայֆ պրոյեքթ (Pew Internet and American Life Project)" ընկերության գեկույցի՝ 2005թ. հունվարին համացանցից օգտվող ԱՄՆ քաղաքացիներից 4-ից մեկը կարդում էր բլոգներ, սակայն նրանցից 62 տոկոսը չգիտեր, թե ինչ է բլոգը:

Ընդհանրացնելով մեր ուսումնասիրությունը՝ գալիս ենք եզրակացության, որ ԱՄՆ-ում բլոգները կայացել են որպես լրատվամիջոցներ հետևապատճառներով.

- Քաղաքական բլոգիսզը ԱՄՆ-ում 2001թ. սեպտեմբերի 11-ին տեղի ունեցած ահաբեկչությունից հետո լրացրեց այն բացը, որ կար հասարակության և համացանցի միջև: Հասարակությունը սկսեց ընկալել, որ կարող է մասնակցություն ունենալ քաղաքական քննարկումներին, պահանջներ ներկայացնի համացանցով և իր կարծիքը հայտնի այս կամ այն հարցի շուրջ²²:

- Բլոգերների շրջանում առկա է համագործակցություն, եթե կա նպատակ հասարակության ուշադրությունը գրավելու որևէ հարցի շուրջ: Եթե ավանդական ՉԼՄ-ի կողմից սկանդալը հնարավոր է մոռացության մատնվի մեկ շաբաթվա ընթացքում, բլոգերները կարող են թեման արդիական պահել և զարգացնել ավելի երկար ժամանակահատված: Սա գրավում է քաղաքացիներին, ովքեր ցանկանում են հետևել իրադարձությունների զարգացմանը:

- ՉԼՄ-ները տրամադրում էին միայն փաստեր, այնինչ հասարակության լայն շրջանակներ հետաքրքրված էին ոչ միայն փաստերով, այլ նաև տվյալ փաստերը տրամադրող հեղինակի կարծիքով: Բլոգների տրամադրած տեղեկատվությունում ներկայացված էր նաև հեղինակի կարծիքը:

- Բլոգների անկախ գործելաոճը քաղաքացիների շրջանում կարծիք է ձևավորում, որ վերջիններս ավելի անկախ և օբյեկտիվ են, քան պետական և մասնավոր ընկերությունների գովազդներից սնվող ՉԼՄ-ը:

²² Տե՛ս 'u Geert Lovink, "0 comments, blogging and critical internet culture", Routledge, New York USA, 2007, էջ 4:

Գրականություն

- Հայկ Սուքիասյան "Տեղեկատվական հասարակություն. Սոցիալ-քաղաքական հիմնահարկեր". "Սարվարդ հրատ" ՍՊԸ. Երևան 2009, 267 էջ:
- Վահան Դիլանյան "Հայաստանի Հանրապետության պետական կառավարման համակարգի կատարելագործումը տեղեկատվական տեխնոլոգիաների կիրառմամբ", Երևան 2012, 134 էջ:
- Артур Атанесян. "Конфликтные коммуникации и проблемы информационной безопасности" 2009 г. ЕГУ. Ереван 2009. 333 стр.
- Alison Alexander, Jarice Hanson. Taking Sides: Clashing Views in Mass Media and Society, McGraw-Hill/Dushkin; 9 edition, USA (April 24, 2006). 426 pages.
- Axel Bruns. Gatewatching: Collaborative Online News Productio Peter Lang Publishing, inc., New York, USA, 2005, 12 pages.
- Charlotte Allen . Political Blogging and Social Media. Article in Journal of Global Business Management. Beaverton: Dec. 2010. Volume 6,p-2 <http://www.jgbm.org/page/25Allen%20.pdf>
- Davit Kline. "Blog!: How the Newest Media Revolution is Changing Politics, Business, and Culture", CDS Books, New York, USA 2005, 402 pages, p.130.
- Douglas Rushkoff. Open Source Democracy How online communication is changing offline politics Demos, London, UK. 2003, 66 pages
- Douglas Rushkoff. Media Virus! Hidden Agendas in Popular Culture. Ballantine, New York, USA 1996, 344 pages.
- Geert Lovink, 0 comments, blogging and critical internet culture, Routlegde, New York USA, 2007, 312 pages.
- Geert Lovink. Dynamics of Critical Internet Culture (1994-2001), PhD thesis, English Department, The University of Melbourne, Australia. 2002. 288 pages.
- Lada Adamic, Natalie Glance, The Political Blogosphere and the 2004 U.S. Election, Intelliseek Applied Research Center, Pittsburgh, PA. New York, USA 2005, 15 pages.
- Matt Welch, Mallory Jensen. Blogworld and its gravity. Columbia University, Graduate School of Journalism Volume: 42 Issue: 3, September 1, 2003, pages 1-6 (6 pages).
- Pete Welsch, Revolutionary vanguard or echo chamber? Indiana University, USA 2003. 19 p.
- Richard Kahn New media and internet activism: from the Battle of Seattle to blogging, article in New media & society, journal. Copyright © 2004 SAGE Publications London, Thousand Oaks, CA and New Delhi Vol6 (1):87-95 DOI: 10.1177/1461444804039908 pages 87-95 (6 pages) <http://richardkahn.org/writings/tep/newmediaactivism.pdf>
- Ross Ferguson, Barry Griffiths. Thin Democracy? Parliamentarians, Citizens and the Influence of Blogging on Political Engagement article (pages 366-374). in UK Politics and The Internet - The First Decade Volume 59 Issue 2 April 2006. Oxford University press. UK. 8 pages.(p. 370-372).
- Tanni Haas. Making it in the political blogosphere: the world's top political bloggers share the secrets to success The Lutterworth Press, 2011. Cambridge, UK: 179 pages.
- Thomas J. Johnson, Barbara K. Kaye, Shannon L. Bichard, W. Joann Wong. Every Blog Has Its Day: Politically-interested Internet Users' Perceptions of Blog Credibility, Journal of Computer-Mediated Communication. Volume 13, Issue 1, pages 100–122, October 2007.
- <http://users.du.se/~jsk/PhD%20oct%2009/earlier%20WIP/internet%20users%20perception%20of%20blog%20credibility.pdf>

Էրիկ ՂԱԶԱՐՅԱՆ

Համացանցային գործիքների կայացումը որպես լրատվամիջոց ԱՄՆ քաղաքականության մեջ

Բանալի բառեր. բլոգներ, համացանցային գործիքներ, ԱՄՆ նախագահական ընտրություններ, գանգավաճային լրատվամիջոցներ

Համացանցային գործիքները (բլոգներ, սոցիալական ցանցեր) այսօր ամենաարագ զարգացող երևույթներից են: Վերջին տարիներին մենք ականատես ենք լինում, թե ինչպես բազմաթիվ քաղաքական գործիքներ բացում են հաշիվներ տարբեր բլոգային միջավայրերում և սոցիալական ցանցերում: Այսօր բլոգները և սոցիալական ցանցերը լայնորեն կիրառվում են գովազդի, տեղեկատվության տարածման նպատակով կամ որպես լրատվամիջոց: Աշխատանքում հիմնականում ներկայացված են համացանցային գործիքների կիրառումը ՀՀ անվտանգության տեսանկյունից:

Erik GHAZARYAN

THE FORMATION OF WEB 2.0 TOOLS AS MEDIA IN USA POLICY

Key words: blogs, web-tools, presidential elections in USA, mass media

In the frameworks of this scientific work the facts that made impact to the enlargement of web 2.0 tools usage as Media in policy are emphasized. 9/11 attacks to the World trade centers and the Pentagon building in USA acted as catalyst for the usage of web 2.0 tools in US policy. After the tragedy the public attention was concentrated not only to the Media, but also to the blogs. The number of visitors of the blogs became competitive with the ones following traditional TV/radio media. After above mentioned events blogs evolved their impact on policy. Several political events proved that the blogs had impact on policy. In the frames of the scientific work the differences between the blogs and traditional media are highlighted. The focus is made on reply to the event, own approach to the event, writing style and the presentation of public opinion.

ЭРИК КАЗАРЯН

ФОРМИРОВАНИЕ ВЕБ 2.0 ИНТРУМЕНТОВ КАК СМИ В ПОЛИТИКЕ США

Ключевые слова: блоги, веб инструменты, президентские выборы в США, масс медиа

В рамках этой научной работы представлены факты, которые способствовали расширению применения веб-инструментов как СМИ в политике США. Террористические атаки на Всемирные торговые центры и Пентагон в США стали катализаторами для применения веб-инструментов на политической арене США. После этой трагедии внимание общественности было сосредоточено не только на традиционные СМИ, но и на блогах. Число посетителей блогов стало постепенно конкурировать с последователями традиционных СМИ. После вышеупомянутых событий блоги постепенно расширили свое влияние на политику. В контексте этой работы были представлены различия между благами и СМИ.