

## **ԵՐԵՎԱՆԻ ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՍԱՏՍԱՐԱՆ**

**ԱՍԼԱՆՅԱՆ ԿԱՐԼԵՆ ԿԱՐԵՆԻ**

**ՀՀ ՀԱՆՐԱՅԻՆ ԵՎ ՄԱԱԿՈՒՐ ՌԱԴԻՈԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ  
ԾՐԱԳՐԱՅԻՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ.  
ՉԻՍԱԽՆԴՐԵՐ ԵՎ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐ**

**Ժ. 01. 06 - «ԺՈՒՆԱԼԻՍՏԻԿԱ» մասնագիտությամբ բանասիրական գիտությունների  
թեկնածուի գիտական աստիճանի հայցման ատենախոսության**

**ՍԵՂՄԱԳԻՐ**

Ատենախոսության թեման հաստատվել է Երևանի պետական համալսարանում:

Գիտական դեկան՝

բանասիրական գիտությունների  
դոկտոր, պրոֆեսոր

### ՀՈՎԱԵՓՅԱՆ ՍՈՒՇԵԴ ՄԱՅԻՍԻ

Պաշտոնական ընդդիմախոսներ՝

բանասիրական գիտությունների  
դոկտոր, պրոֆեսոր

### ԱԼՈՅԱՆ ԼԵՍՂՐՈՒԾ ԱՐԱՄԻ

բանասիրական գիտությունների  
թեկնածու

### ՊԵՏՐՈՍՅԱՆ ՎԱՐԴԱՒՅԻ ԳԵՎՈՐԳԻ

Առաջատար կազմակերպություն՝

Խ. Աբովյանի անվան հայկական  
պետական մանկավարժական  
համալսարան

Պաշտպանությունը կայանալու է 2012 թ. հունիսի 20-ին՝ ժամը 13<sup>00</sup>-ին,  
ԵՊՀ-ում գործող՝ ԲՈՅ-ի գրականագիտության 012 մասնագիտական խորհրդի  
նիստում:

Հասցեն՝ ք. Երևան 25, Աբովյան 52<sup>ա</sup>, ԵՊՀ-ի հայ բանասիրության ֆակուլտե-  
տի մասնաշենք, թիվ 202 լսարան:

Ատենախոսությանը կարելի է ծանոթանալ ԵՊՀ-ի գրադարանում:

Սեղմագիրն առաքված է 2012թ. մայիսի 19-ին:

Մասնագիտական խորհրդի  
գիտական քարտուղար՝  
բանասիրական գիտությունների  
դոկտոր, պրոֆեսոր

ԱԼ. Ա. ՄԱԿԱՐՅԱՆ

## ԱՇԽԱՏԱՍԹԻ ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԲՆՈՒԹԱԳԻՐԸ

Ատենախոսությունը նվիրված է ՀՀ հանրային և մասնավոր ռադիոընկերությունների ծրագրային քաղաքականության արդի խնդիրներին ու զարգացման միտումներին: Աշխատության մեջ գիտաքննորեն ներկայացվել են հայաստանյան ռադիոշուկայի ժամանակակից փուլի օրինաչափությունները, զարգացման միտումներն ու հեռանկարները: Ուսումնասիրվել են ՀՀ ռադիոդաշտում վերջին տարիներին կատարված բարեփոխումները, օրենսդրական դաշտում կարգավիրման առանձնահատկությունները, հեռահաղորդակցման տարրեր կառուցմերում Հայաստանի Հանրապետության ստանձնած միջազգային պարտավորությունների կատարման ընթացքը: Քննության է ենթարկվել նաև «ծրագրային քաղաքականություն» հասկացությունը, որիվ են սահմանումներ, ներկայացվել ծրագրային քաղաքականության հիմնական բաղադրիչները: Աշխատությունը մի փոքր է՝ համապարփակ պատկերացում տալու Հայաստանի Հանրապետությունում գործող հանրային և մասնավոր ռադիոկայանների ծրագրային քաղաքականության վերաբերյալ, վերլուծելու դրանց հնարավոր ազդեցությունը թեմատիկ և ընդհանուր ուղղվածություն ունեցող հաղորդումների մշակման վրա:

Հանրային և մասնավոր ռադիոընկերությունների գործումներությունը կանոնակարգող մարմինները՝ Հանրային հեռուստառադիխորհուրդը ու Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովը, ռադիոընկերությունների գործումներության հիմքում խիստ կարևորում են ծրագրային քաղաքականության արդյունավետ և նպատակային նշակումն ու մատուցումն: Մեր երկրում գործող շուրջ երկու տասնյակ ռադիոընկերությունների ծրագրային քաղաքականությունն աշխատության մեջ վերլուծվել է հենց այդ համատեքստում:

### ԹԵՍԱՅԻ ՎՐԴԻԱԿԱՍՈՒԹՅՈՒՆՆ ՈՒ ԳՈՐԾԱՎԿԱԸ ՆՇԱԱԿՈՒԹՅՈՒՆԸ

Ատենախոսության թեման հնարավորություն է տալիս գիտաքննորեն ներկայացնելու ՀՀ հանրային և մասնավոր ռադիոընկերությունների ժամանակակից ծրագրային քաղաքականությունը: Մեզանուն թերևս առաջին անգամ է ուսումնասիրվում, հանակարգվում, վերլուծաբար ներկայացվում ՀՀ ռադիոընկերությունների ծրագրային քաղաքականության արդի փուլը: Աշխատանքում ներկայացվում են ՀՀ հանրային և մասնավոր ռադիոընկերությունների ծրագրային քաղաքականության առանձնահատկությունները, հանրային և մասնավոր մոդելների կիրառման անհրաժեշտությունն ու նպատակահարմարությունը ՀՀ ռադիոդաշտում: Գիտական ուսումնասիրման առարկա են դարձել ՀՀ ռադիոների հաղորդումների ծրագրավորման ցանցն ու մատուցման առանձնահատկությունները:

Թեմայի արդիականությունը պայմանավորված է՝

1. ՀՀ ռադիոդուրսում անալոգայինց թվանշային ստանդարտների անցման անհրաժեշտությամբ.

2. ՀՀ տարածում առկա հայրենական ռադիոընկերությունների գործումներության շառավղի ընդլայնմամբ.

3. Տնտեսական, հատկապես գովազդային ոլորտում տեղի ունեցող տեղաշարժերով, որոնք մեծապես ազդում են ռադիոընկերությունների գործումներության վրա:

Աշխատանքում վերլուծությունների միջոցով ներկայացվել են ՀՀ ռադիոհամակարգի գործումներության հիմնական սկզբունքներն ու ուղղությունները, ինչպես նաև դրա զարգացման հեռանկարները: Ուսումնասիրության տեսական մասը կարող է կիրառվել ուսումնական այնպիսի հաստատություններում, ուր կան «Ժուրնալիստիկա», «Հրավարանություն» մասնագիտությունների բաժիններ և ֆալուլտետներ: Հանրային

և մասնավոր ռադիոկայանների արդի փուլի վավերագրությունն օգտակար կարող է լինել «Ռադիոլրագրություն», «Արդի հայ ԶԼՄ-ներ», «ԶԼՄ-ներ և օրենսդրություն», «Հեռահաղորդակցության հիմունքներ» և այլ առարկաների ուսումնասիրության ու դասավանդման համար:

## ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՈՒԹՅԱՆ ԱՌԱՐԿԱՆ, ՆՊԱՏԱԿՆ ՈՒ ԽՆԴԻՐՆԵՐԸ

Ատենախոսության ուսումնասիրության առարկան Հայաստանի հանրային և մասնավոր ռադիոընկերությունների վարած ծրագրային քաղաքականության տեսակներն ու սկզբունքներն են: Աշխատության նպատակն է ներկայացնել վերջին տարիներին ՀՀ ռադիոեթերում հեռարձակված հաղորդումների ծրագրավորման առանձնահատկություններն ու բովանդակային դրսուրումները, ռադիոլորտը կարգավորող օրենսդրական դաշտի կայացման անհրաժեշտությունն ու գործունեության շառավիղը:

Ատենախոսության նպատակն է՝

- Վերլուծել ՀՀ հանրային և մասնավոր ռադիոընկերությունների ծրագրային քաղաքականության հիմնական ուղղությունները և զարգացման միտումները.
- Հասկանալ ռադիոընկերությունների վարած տնտեսական, հատկապես գովազդային քաղաքականության հիմնական սկզբունքները.
- Դիտարկել օրենսդրական դաշտի կարգավորման մեխանիզմները ՀՀ ռադիոդաշտում.
- Անդրադարձալ անալոգայինից թվանշայինի անցման անհրաժեշտությանն ու զարգացման փուլերին:

Ատենախոսության խնդիրն է պարզել ՀՀ ռադիոընկերությունների վարած ծրագրային քաղաքականության ներկա փուլի մոտեցումներն ու դրսուրումները, ռադիոդաշտի զարգացման միտումները: Ռադիոկայանների ներկայացրած մրցութային առաջարկները, ինչպես նաև ծրագրային քաղաքականության գործնական իրականացումն ուսումնասիրելով՝ պատկերացնել ստանալ դաշտի ներկայի վիճակի, որակարգավորման վրա ազդող գործոնների մասին:

## ԹԵՍԱՅԻ ՄՇԱԿԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ ԵՎ ԱՇԽԱՏԱՆՔԻ ԳԻՏԱԿԱՆ ՆՈՐՈՒՅԹԸ

Աշխատությունը դիտարկել է Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի արխիվները, ռադիոկայանների հիմնադիրների ներկայացրած հայեցակարգերը, ապա ռադիոեթերի տևական վերլուծության արդյունքում համադրել, զուգահեռներ անցկացրել ներկայացվող առաջարկների, մրցութային փաթեթների և եթերում դրանց գործնական կիրառման միջև: Հայաստանյան ռադիոշուկայի արդի փուլի ձեռքբերումներն ու բացքողումներն ի ցույց դնելու համար դրանք դիտարկել են համաշխարհային փորձի շրջանակում: Առաջ են քաշվել ինչպես օրենսդրական, այնպես էլ բովանդակային ու կառուցվածքային մի շարք նոր նոդելներ, որոնք գործնական նշանակություն կարող են ունենալ ոլորտը կարգավորող նախինների համար, մանավանդ որ թվային հեռարձակմանն անցնելու նպատակով 2013 թվականին ծրագրվում է մշակել ռադիոհեռարձակումը կազմակերպելու նոր սկզբունքներ ու մոտեցումներ:

Նյութն առավել համապարփակ ներկայացնելու նպատակով ուսումնասիրվել են ինչպես հետխորհրդային, այնպես էլ արևմտյան երկրների օրենսդրությունը, թեմատիկ գրականությունը, տարբեր հանդեսներում լույս տեսած հրապարակումները:

Աշխատանքի գիտական նորույթն այն է, որ առաջին անգամ գիտաքննորեն վերլուծում է ՀՀ հանրային և մասնավոր ռադիոընկերությունների վարած ծրագրային քաղաքականությունն իր ամբողջականության մեջ: Մեզանում դարձյալ առաջին անգամ քննարար ներկայացվում է ռադիոհաղործումների պատրաստման ու մատուցման հիմնական սկզբունքներն ու առանձնահատկությունները, մանրամասն անդրադարձ է կատարվում ժամանակակից ռադիոհաղործումների ծրագրավորմանն ու եթերային քաղաքականությանը, ինչպես նաև ռադիոդաշտում առկա հիմնախնդիրներին ու գարգաման հեռանկարներին:

Թեև ՀՀ հանրային և մասնավոր ռադիոկայանների վարած ծրագրային քաղաքականությունը դեռևս լիարժեք ուսումնասիրության նյութ չի դարձել, այնուամենայնիվ կան այդ թեմային առնչվող որոշ հրապարակումներ: Անենից առաջ նշելի է, որ Հայաստանյան ռադիոհամակարգի 20-րդ դարի գարգացման օրինաչափություններն ու միտումներն ուսումնասիրվել են պրոֆ. Ս. Դովեսիյանի կողմից<sup>1</sup>: Դայ հրականության մեջ ռադիոհամակարգի սկզբնավորման ու գարգացման վերաբերյալ գիտական ուսումնասիրման մեջ հեղինակը ներկայացրել է ՀՀ ռադիոհամակարգի գարգացման հիմնական շրջամաները, դրանց առանձնահատկությունները Հայաստանի առաջին Հանրապետության, Հայաստանի խորհրդանական տարիներին և անկախության հռչակումից հետո: Ռադիոհամակարգի առանձին ոլորտներին վերաբերող հիմնարար ու ժամրակշիռ ուսումնասիրություն է գրել պրոֆ. Ս. Երիցյանը<sup>2</sup>, ուշագրավ են նաև երիտասարդ գիտականներ Ա. Ավետիսյանի<sup>3</sup> թեկնածուական ատենախոսություններուն:

Որպես ուղեմիջ ունենալով վերոհիշյալ ուսումնասիրությունները՝ գիտական համակողմանի վերլուծության ենք ենթարկել այն բոլոր հրապարակումները, որոնցում այս կամ այն չափով արծարծվել են ռադիոընկերությունների վարած ծրագրային քաղաքականությանը նվիրված հիմնախնդիրներ: Այդ նպատակով ատենախոսության մեջ տեղ են գտնել նիմէն այժմ հրատարակված հայ և օտարալեզու հեղինակների հիմնական աշխատությունները, հայաստանյան մի շարք լրագրողական կառուցների կատարած գիտագործնական ուսումնասիրությունները, էլեկտրոնային լրատվամիջոցների կայքերում գետեղված տեսակետների և գնահատականների վերլուծությունն ու համակարգումը: Նկատի ունենալով, որ հայրենական ուսումնասիրողները հիմնականում անդրադարձել են ռադիոոլորտի առանձին հիմնախնդիրներին ու հայկական ռադիոդաշտի 20-րդ դարի իրողություններին, գնահատել են դրանց որոշ առանձնահատկություններ, ընդհանրական գծերով արժմութել ռադիոյի ծրագրային քաղաքականության դրսուրման առանձին դրվագներ, փորձ է արվել վերլուծություն գնահատել ժամանակակից ռադիոհաղործավորման սկզբունքներն ու առանձնահատկությունները, դրանք ներկայացնել անփոփ և համակարգված: Ուսումնասիրվել են նաև որուսանցանական եվրոպական ու ամերիկյան ռադիոընկերությունների վարած ծրագրային քաղաքականության հիմնական ուղղություններն ու տեսակները՝ դրանք գուգադրելով հա-

<sup>1</sup> Տես Դովեսիյան Ս., Ռադիոշուկայի օրինաչափությունները և գարգացման միտումները ՀՀ-ում, Երևան, 2002, 272 էջ:

<sup>2</sup> Տես Երիցյան Ս., ժամանակակից հեռուստատեսություն. Բովանդակության և ձևի որոնումներ, Երևան, 2010, 856 էջ:

<sup>3</sup> Տես Ավետիսյան Ա., Հեռուստագրերի տիպաբանություն (Հեռուստատեսությունը հասարակական նոր հարաբերությունների ձևավորման պայմաններում), Թեկնածուական ատենախոսության սեղմագիր, Երևան, 2010, 26 էջ:

<sup>4</sup> Տես Դամիելյան Տ., Ռադիոյի արդի փուլի օրինաչափությունները և գարգացման միտումները Հայաստանի Հանրապետությունում, Թեկնածուական ատենախոսության սեղմագիր, Երևան, 2011, 26 էջ:

յաստանյան դաշտում գործող հանրային ու մասնավոր ռադիոընկերությունների վարած ծրագրային քաղաքականությանը:

## ԱՇԽԱՏԱՎԱՔԻ ՏԵՍԱԿԱՆ-ՄԵԹՈԴԱԲԱՆԱԿԱՆ ՐԻՄՁԸ

Աշխատանքը կատարված է ժուրնալիստիկայի տեսության ուսումնասիրման ժամանակակից մեթոդներով ու սկզբունքներով: Այն շարադրված է համեմատական, պատմաքննական, համադրման մեթոդներով՝ փորձելով քննել ուսումնասիրվող նյութի հիմնական դրսնորումները, խորային առնչությունները:

Աստեղախոսության համար հիմք են հանդիսացել ՀՀ հանրային և մասնավոր ռադիոընկերությունների 2000-2012 թվականների գործունեության վերաբերյալ առկա նյութերը, ինչպես նաև փորձագիտական կարծիքները, մեր կողմից հրականացված հարցախույզները, սոցիոլոգիական հարցումներն ու այլուսակները, էլեկտրոնային լրատվաճիշոցների կայքերում հրապարակված դիտարկումները: Շրջանառության մեջ են դրվել հայրենական ռադիոընկերությունների վարած ծրագրային քաղաքականության վերաբերյալ կուտակված արդիվային նյութերն ու վակերագրերը: Աստեղախոսության համար աղբյուրագիտական հիմք են ծառայել ՀՀ հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի ու ՀՀ հանրային հեռուստառադիտուրիդի փաստաթոթային տվյալները, «Ինտերնյուս» հասարակական կազմակերպության, Երևանի մամուլի ակումբի, ինչպես նաև մի շարք միջազգային կազմակերպությունների հետազոտություններն ու սոցիոլոգիական հարցումները, հանրային և մասնավոր ռադիոընկերությունների ծրագրային քաղաքականության վերաբերյալ մի շարք փաստաթոթեր:

## ՈՒՍՈՒԱՍԻՐՈՒԹՅԱՆ ՓՈՐՁԱՔՆՍՈՒԹՅՈՒՆԸ

Աստեղախոսության հիմնադրույթներն արտացոլված են հանրապետության գիտական հանդեսներում և ժողովածուներում տպագրված հոդվածներում: Ուսումնասիրությունը քննարկվել է Երևանի պետական համալսարանի ժուրնալիստիկայի ֆակուլտետի ռադիոհեռուստատեսային ժուրնալիստիկայի ամբիոնում ու Երաշխավորվել հրապարակային պաշտպանության:

## ԱՇԽԱՏԱՎԱՔԻ ԿԱՌՈՒՑՎԱԾՔԸ

Աստեղախոսությունը կազմված է ներածությունից, համապատասխան տրոհումներ պարունակող երեք գլուխներից, եղակացություններից և գրականության ցանկից:

## ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

Ներածության մեջ համառոտ ներկայացված են հարցի պատմությունը, ատենախոսության նպատակներն ու խնդիրները, աշխատանքի մեթոդաբանական հիմքը, հիմնավորված են թեմայի արդիականությունն ու գիտական նորույթը:

## ԳԼՈՒԽ ԱՌԱՋԻՆ

### ՀՅ ՌԱԴԻՇՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԾՐԱԳՐԱՅԻՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՍՈՒԹՅԱՆ ԺԱՄԱՍԱԿԱԿԻՑ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐԸ

Ատենախոսության առաջին գլուխը բաղկացած է երկու ենթագլխից:

Առաջին ենթագլխուն («ՀՅ հանրային և մասնավոր ռադիոընկերությունների ծրագրային քաղաքականության իրականացնան ձևաչափերը») կատարված են մի շարք դիտարկումներ, որոնք ընդհանրական պատկերացում են տալիս «ծրագրային քաղաքականություն» հասկացության վերաբերյալ:

ՀՅ ռադիոհեռարձակման սկզբնավորման փուլից ծրագրային քաղաքականության մշակումը եղել է օրակարգային խնդիր: Ինչպես հայկական ռադիոյի, այնպես էլ հեռուստատեսության հիմնադրման առաջին տարիներին տպագիր տարբերակով սկսեցին լույս տեսել ռադիոյի և հեռուստատեսության ծրագրերը՝ շաբաթական պարբերականությամբ<sup>5</sup>: Այդ թերությունը, որը լույս է տեսնում մինչ օրս, մասնագիտական վերլուծությամբ ներկայացվում է տվյալ լրատվամիջոցի՝ գաղափարական և բովանդակային ուղղվածությունը, այն, թե թիրախային որ լսարանի համար է աշխատում հեռարձակողը, ինչ չափարաժիններով է մատուցելու լրատվական, կրթական, ժամանցային ու այլ բնույթի հաղորդումները և այլն: Հարցերի և դրանց պատասխանների մշակման այս ամբողջական համակարգ՝ սկսած հաղորդումների ժամանակամիջոց մինչև թեմատիկ առանձնահատկությունները, լեզվածականից մինչև լսարանայինն ու վարկանիշայինը, կարելի է անվանել ծրագրային քաղաքականություն:

Ոլորտի տեսաբանները տարաբնույթ գնահատականներ են հնչեցնում վերոնշյալ հասկացության վերաբերյալ: Դրանցից է, օրինակ, այն, որ ծրագրային քաղաքականությունը բնորոշվում է եթերի կազմակերպման այնպիսի մեթոդով, որի շնորհիվ ապահովում է եթերի կոմերցիոն և ոչ կոմերցիոն (լրատվական, սոցիալ-քաղաքական ու մշակութային-կրթական) ծրագրերի ներդաշնակությունը<sup>6</sup>: Այլ խոսքով՝ ծրագրային քաղաքականությունը նաև հաղորդումների, երաժշտության, նոյնիսկ գովազդի հեռարձակման հաջորդականությունը, ժամանակի ամբողջությունը: Ուստի ծրագրային քաղաքականությունը որոշակի հնաստով լսարանի հետ աշխատելու ձև է կամ նույնիսկ հետադարձ կապի միջոց: Ի վերջո, նշված հաջորդականությունը ենթադրում է նաև որոշակի պարբերականություն և հերթագոյնություն, այսինքն՝ այս քաղաքականության շնորհիվ հեռարձակողը ձևավորում է լսարանը, ընտելացնում որոշակի սկզբունքների, նաև ձևավորում պահանջարկ:

Մեր գնահատմամբ՝ ծրագրային քաղաքականության մշակման վրա առաջնային ազդեցություն են ունենում բաժնետերերի

- բիզնես նպատակները,
- հետաքրքրությունների, նախասիրությունների շրջանակը:

Ելնելով սրանից՝ ծրագրային քաղաքականության հիմքում դիտարկել ենք «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՅ օրենքով ամրագրված հեռուստառադիոընկերության տեսակները, որոնք երկուսն են՝ հանրային և մասնավոր: Առաջինի դեպքում խոսքը հասուն կարգավիճակ ունեցող հիմնարկի մասին է, իսկ մասնավոր ռադիոկայանների հիմնադիրները ֆիզիկական կամ իրավաբական անձինք են:

<sup>5</sup> Տես Երիցյան Ս., Սարության Ս., Հեռուստառադիոերերի գաղտնիքերը, Երևան, 2000, էջ 63:

<sup>6</sup> Տես Ավտիսիյան Ա., Սիյունորում հեռարձակող հեռուստառանկերությունների ծրագրային քաղաքականությունը, «Հեռուստատեսությունը և հասարակությունը» գիտաժողովի նյութերից, Երևան, ԵՊՀ ժուռնալիստիկայի ֆակուլտետ, 21.02.2012:

Իհարկե, ծրագրային քաղաքականությունը մշակելիս վճռորոշ կարող են լինել նաև լսարանի պահանջները: Այստեղ է, որ հաճախ բախվում են լայն զանգվածների ճաշակն ու իհմնադիրների սկզբունքայնությունը: Մի կողմից մասնավոր հեռարձակողն ինքնաֆինանսավորվող է և պետք է նաև եկամուտ ունենա, մյուս կողմից էլ տեղի տալով լսարանի պահանջնունքներին՝ աստիճանաբար հեռանում է իհմնադրման նպատակներից<sup>7</sup>: Իսկ փորձը ցույց է տալիս, որ «լսարանի պահանջ» հասկացության վրա երեսն կարող են ազդել վերահսկողությունից դուրս որոշ հանգամանքներ, ինչպիսիք են, օրինակ, բնակչության կրթական, ինտելեկտուալ և հաճախ նաև սոցիալական մակարդակները:

Սեր ուսումնասիրությունները համադրելով միջազգային փորձի, փորձագետների, տեսարանների վերլուծությունների հետ՝ առանձնացրել ենք ծրագրային քաղաքականության արդյունքում հաղորդումների թեմատիկայի ընդգծված ուղղությունները.

- տեղեկատվական-վերլուծական,
- մշակութային,
- երաժշտական,
- երիտասարդական,
- մանկական,
- ժամանցային,
- կրոնական-հոգևոր,
- մարզական,
- ընդհանուր կամ խառը բնույթի,
- ինտերակտիվ (հատկապես թվային հեռարձակման դեպքում):

Վերջինը Յայաստանում գործնականում կիրառում են միայն կարելային հեռարձակում կազմակերպող ընկերությունները: Մյուս օրինաչափությունների կիրառման ուսումնասիրությունը հանգամանորեն կատարված է աշխատության հաջորդ գլուխներում:

Բառարանային սահմանման՝ ծրագրային քաղաքականությունը հեռուստառադիմումների իհմնական թեմատիկան, ուղղվածությունը, տեսակները, ժամրային կառուցվածքը, հաղորդումների պատրաստման և հեռարձակման առանձնահատկությունները որոշող սկզբունքներն են<sup>8</sup>: Յենց բուն ռադիոհնաշափի մասին հանդիպում է նաև այլ ձևակերպում, ըստ որի՝ այն համարդությունն է ժամրային, թեմատիկ բնույթի հասկացությունների, որոնք ձևավորում են հեռարձակման հայեցակարգը<sup>9</sup>: Յետք առաջարկան է, որ մրցակցության գրեթե անսպաս դաշտ ունեցող ամերիկյան ռադիոհնաշափում աստիճանաբար ավելի ու ավելի կիրառական է դառնում ծրագրային քաղաքականության, այսպես ասած, «փոխարացման» մոդելը, ըստ որի՝ օրվա հեռարձակման ցանցը կազմակերպվում է՝ իհմնականում հաշվի առնելով այլ ռադիոհնաշափումների հաղորդումների ժամային պարբերականությունը<sup>10</sup>: Առաջին տպավորությամբ մի փոքր տարօրինակ թվացող այս մոդելն իրականում կարող է աշխատել բարեկան արդյունավետ: Սկզբունքն այն է, որ ռադիոհնաշափությունները, հետևելով միմյանց օրվա հեռարձակման ցանցին, այնպիսի համամասնությամբ ու եթերային այն ժամերին են բաշխում հաղորդումները, որ չլինեն թեմատիկ, բովանդակային, ժամրային և այլ

<sup>7</sup> Տես Փեդոտովա Լ., Общественное мнение и журналистика, М., 2011, с. 24.

<sup>8</sup> Տես Երիցյան Ս., Մարության Ս., Յեռուսալամիդիութերի գաղտնիքերը, Երևան, 2000, էջ 62:

<sup>9</sup> Տես Վարդանոս Ե., Медиаэкономика зарубежных стран, М., 2003, с. 331.

<sup>10</sup> Տես Մակենո Մ., Радиовещание и телевидение США в новом столетии. Структура, экономика, стратегия, М., 2011, с. 52.

բնույթի համընկումներ: Ավելի որոշակի՝ եթե մեկի եթերում նորությունների թողարկումն է, մյուսն արդեն վերլուծականն է հեռարձակում, մեկով երաժշտությունն է, մյուսն ինտերակտիվ հաղորդմանն է անցել և այլն: Այս ձևաչափի շնորհիվ լսարանն զգալի շահում է, չի հոգնում, չի ձանձրանում՝ միաժամանակ մի քանի կայաններով որսալով, օրինակ, նույն իրադարձության նախն պատմող ռեպորտաժը: Ավելին, այդպես նաև լսարանի համար մեծանում է տարբեր հեռարձակողների արտադրանքը համեմատելու հնարավորությունը:

Սամանագիտական գրականության մեջ թերևս ամենալայն ուսումնասիրության արժանացած ամերիկյան փորձը համգեցրել է քաղիումներությունների ձևաչափերի մոտ երկու տասնյակի համոր տեսակավորման<sup>11</sup>: Աստեղ ախտության մեջ առանձնացրել ենք այն ձևաչափերը, որոնք առավել կենսունակ են հայաստանյան ռադիոհամակարգում:

- **Լրատվական-վերլուծական ռադիո:** Ցուրաքանչյուր ժամագլխին ապահովում է լրատվական թարմ թողարկումներ: Դիմքում ռադիոլուրերի արտադրության մեջ բազան է: Ամեն օր հեռարձակվում են հարցազրույցներ, բանավեճեր քաղաքական, հասարակական ուղղվածության թեմաների շուրջ, մամուլի տեսություններ...<sup>12</sup> Որպես կանոն, լսարանը 30 տարեկանից բարձր է, քաղաքականապես ակտիվ, կրթական բարձր ցենզ ունեցող նարդիկ: Այլընտրանք է ժամանցային բնույթի ռադիոկայաններին:

- **Ընդհանուր կամ խառը բնույթի ռադիո:** Այն փորձում է համարել միաժամանակ մի քանի ձևաչափեր, ապահովել լրատվություն, երաժշտություն, հետ չպահել ունկնդիրներին նաև վերլուծական բնույթի հաղորդումներից: Ծրագրերի թեմատիկան լայն է՝ կրթական, մանկական, առողջապահական և այլն: Ըստ մեր ուսումնասիրությունների՝ այս ձևաչափն աստիճանաբար գիշում է դիրքերն ինչպես տեղական, այնպես էլ հետխորհրդային տարածքի և այլ երկրների ռադիոհուկաներում: Դիմնական բացատրությունն այն է, որ ծրագրային նման քաղաքականություն մշակելը պահանջում է նյութական մեջ ներդրումներ, հսկայական աշխատուժ, տեխնիկական միջոցներ և այլն:

- **Ժամանակակից ռադիո չափահանքերի համար:** Դիմնական թիրախային լսարանը 25-ից 34 տարեկան մարդիկ են, ինչը գովազդատունների համար ավելի գրավիչ է դարձնում ռադիոկայանը: Երաժշտական ուղղվածությունը փոփ-ռոքն է՝ երբեմն համեմված թեմատիկ գրույցներով: Նորությունների թողարկումները կարծ են, զգալիորեն ապաքաղաքականացված, ուշադրություն է դարձվում մարզական իրադարձություններին:

- **Ժամանակակից երաժշտություն (հիթային ռադիո):** Եվրոպայում այս ձևաչափն ստացել է պայմանական՝ «TOP (լավագույն) 40» անվանումը: Այս ռադիոկայանի երաժշտական ուղղվածությունն արտահայտված է անվանման մեջ: Դիմնական լսարանը մինչև 18 տարեկան պատանիներն ու աղջկներն են: Այս ձևաչափի ռադիոկայանների ծրագրային քաղաքականության առանձնահատկությունը լրատվական-վերլուծական հաղորդումների անկարևորությունն ու երկրորդական նշանակությունն է: Հեռարձակման ցանցի կազմակերպումը պետք է լինի արագ, ոիթմիկ: Ձևաչափն ունի տարատեսակներ՝ կախված երաժշտական ուղղվածությունից, ինչպես, օրինակ, ռետրո հիթ, ազգային հիթ և այլն:

<sup>11</sup> Տե՛ս Վարդանոս Ե., Медиаэкономика зарубежных стран, М., 2003, с. 186.

<sup>12</sup> Տե՛ս Վարֆоломеев В., Новости на информационном радио, Радио: музыкальное, новостное, общественное, М., 2001, с., 196-197.

Պայմանավորված արդեն հիմնադիրների հետաքրքրություններով՝ ռադիոշուկայում իրենց ուրույն տեղն ունեն թեմատիկ ձևաչափեր՝ հոգնոր, կրթական, մշակութային և այլն: Յատկանշական է, որ ոչ մեծ ժամանակում կազմակերպություններով, բայց գործում են թեմատիկ ռադիոկայաններ:

Այստեղից կարելի է եղուակացնել, որ ծրագրային քաղաքականությունը (այս դեպքում առհասարակ լրատվածիցոցի՝ լինի դա տպագիր թե էլեկտրոնային) ստեղծագործական, գաղափարական, ֆինանսական ուղղվածության հայեցակարգ է, որը մշակելիս հիմնադիրների համար սկզբունքային ենք համարում ի սկզբանե ունենալ մի քանի կարևոր հարցերի պատասխանները, որոնք կիմնավորեն ռադիոընկերություն ստեղծելու առաքելությունը.

ա) Ինչո՞ւ հենց այս ձևաչափը.

բ) Ո՞րն է պատկերացրած մոդելի կայացման փուլը.

գ) Ինչպե՞ս, ի՞նչ մեթոդներով պետք է հասնել դրան:

Ծրագրային քաղաքականությունը, ենթադրելով հստակ ժամանակացույց և հաղորդումների ցանցի որոշակի հերթագայություն, ինքնին կարող է ընկալվել նաև որպես ռազմավարական պլանավորում, այսինքն՝ որոշակի ժամանակահատվածի համար մշակված ուղեցույց՝ հեռարձակողի դեկավարման սկզբունքների, մենքնենքի, մարքերինի, շուկան նվաճելու, գաղափարական նպատակների և այլնի մասին:

Երկրորդ ենթակայում («Օրենսդրական կարգավորման դրսուրումները ՀՀ հանրային և մասնավոր ռադիոընկերություններում») տրված է «ծրագրային քաղաքականություն» հասկացության իրավական բնութագրումը, ներկայացված են դաշտի իրավական կարգավորման խնդիրները:

«Ծրագրային քաղաքականություն»-ը՝ որպես հասկացություն, սահմանել է «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքը՝ «Հեռուստառադիրորդումների հիմնական թեմատիկան, ուղղվածությունը, տեսակները, ժամանակահատվածը, հաղորդումների պատրաստման և հեռարձակման առանձնահատկությունները»<sup>13</sup>: Օրենքի կարգավորման առարկաների ցանկում հեռուստառադիրագիրը բնորոշվում է որպես հեռարձակման համար նախատեսված նախագիծ կարգավորված հաջորդականությամբ հեռուստառադիրորդումների, գովազդի և այլ նյութերի ամբողջություն: Ըստ այս օրենքի՝ հեռուստառադիրությունները հաճախականությունների արտոնագրերի նրանց համար պարտավորվում են ներկայացնել ծրագրային քաղաքականության հստակ փաթեթ: Հեռուստառադիրությունների հեռարձակման արտոնագրի ստանալու համար դիմումի մեջ, ըստ օրենքի, նշվում են հեռուստառադիրությունների թեմատիկան ու մասնագիտացումը, պարբերականությունը, ինչպես նաև հաղորդումների առավելագույն ծավալը: Իսկ Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովը՝ ՀՌԱՅ-ը, արտոնագրատիրոջ ընտրության ժամանակ, ի թիվս մի շաբթ գործնների, հաշվի է առնում սեփական և հայենական արտադրության հաղորդումների գերակայությունը: 2009 թվականին «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքում կատարված փոփոխություններից և լրացումներից հետո այս շաբթը համալրվեց նաև ծրագրային քաղաքականության առնչվող այլային գործններով, ինչպիսիք են մրցութային հայտում ներկայացված հաղորդումների բազմազանությանը, բիզնես ծրագիրն ու դրա իրատեսականությունը և այլն<sup>14</sup>:

<sup>13</sup> Տե՛ս ՀՀ օրենքը «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին», 09.10.2000:

<sup>14</sup> Տե՛ս ՀՀ օրենքը «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին, 28.04.2009:

- Ծրագրային քաղաքականությունն օրենսդրությամբ կարգավորելու համար «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքի 9-րդ հոդվածն ամրագրում է հայրենական արտադրության հաղորդումների կոնկրետ ժամաքանակ՝ հեռուստաշարուալիքի ամրոց եթերաժամի առնվազն 65 տոկոսը:

Պահպանելով հայրենական արտադրության հաղորդումների սահմանված եթերաժամը՝ «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքը հեռուստառադիոընկերություններին նախակինում արգելում էր օտարերկրյա հեռուստառաջոկայանների հաղորդումների 50 տոկոսից ավելիի վերահեռարձակում։ 2001 թվականին օրենքում տեղ գտած խմբագրումներն այս սահմանափակումը հանել են՝ թույլ տալով տեղական ռադիոընկերություններին օտարերկրյա ռադիոկայանների հաղորդումները վերահեռարձակել պայմանագրային հիմունքներով՝ պահպանելով արտոնագրման պայմանները, հայրենական արտադրության հաղորդումների պահանջվող եթերաժամը, ինչպես նաև վերահեռարձակումից առաջ այդ մասին գրավոր տեղեկացնելով ՀՈԱՀ-ին<sup>15</sup>։ Որոշ փորձագետներ այս նորմը կարևորում են նաև հայրենական արտադրության հեռուստառադիոհաղորդումներ արտադրողի պաշտպանության տեսակետից<sup>16</sup>։

Նույն՝ «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքով կարգավորվում էին մի շարք այլ չափանիշներ ևս, սահմանափակումներ՝ վկաս ռադիոհաղորդումների ազատությունից մինչև լեզուն, սակայն «ծրագրային քաղաքականություն» հավաքացույցում ըստ էռթյան մի ճամապարհ է՝ դաշտում ապահովելու հավասարակշռությունը, խուսափելու թեմատիկ «կուտակումներից», ինչպես նաև հստակ պատկերացում կազմելու, թե կոնկրետ ինչ գործունեություն է ծավալելու տվյալ լրատվամիջոցն արտոնագրի վավերականության ընթացքում։

Ծրագրային քաղաքականության հետ կապված՝ առանձին պահանջներ ու սահմանափակումներ են նախատեսված Հանրային հեռուստառադիոընկերության համար, որը չի մասնակցում արտոնագրերի մրցույթին։ 28-րդ հոդվածում՝ վերնագրված «Հանրային հեռուստառադիոընկերության կարգավիճակը, գործունեության սկզբունքները», ամրագրվում է, որ Հանրային հեռուստառադիոընկերությունը պարտավոր է մշակել ու իրականացնել ծրագրային քաղաքականություն, որը, ըստ օրենքի, ենթադրում է լսարանին մատուցել այնպիսի հաղորդաշարեր և հաղորդումների տեսակներ, որոնցում հաշվի են առնվում Հայաստանի տարբեր տարածաշրջանների, ազգային փորձամասնությունների, հասարակության տարբեր շերտերի ու սոցիալական խմբերի շահերը։ Հանրային հեռուստառադիոընկերությունը պարտավորվում է ապահովել հեռարձակվող հաղորդումների բազմազանությունը՝ հնարավոր հաղորդաշարերի և հաղորդումների տեսակների տեսքով։ Հայրենական արտադրության հաղորդումների պարտադիր ժամաքանակը հանրայինի դեպքում օրվա եթերաժամի առնվազն երկու երրորդն է։

Ասենախոսության այս ենթագիտում հանգամանորեն քննված են նաև ռադիոընկերությունների գործունեությունը կարգավորող մարմիններին վերաբերող խնդիրներ՝ կապված դրանց կազմավորման, անաշառության երաշխիքների և այլ հարցերի հետ։

<sup>15</sup> Տե՛ս ՀՀ օրենքը «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին, 24.10.2001։

<sup>16</sup> Տե՛ս Հովհաննեսյան Ա., Զանգվածային լրատվական միջոցները և նրանց խնդիրների կարգավորումը օրենսդրությամբ, Երևան, 2010, էջ 54։

ԳԼՈՒԽ ԵՐԿՐՈՌԴ

ՀԱՍՏԱՅԻ ՌԱԴԻՈՎԵՐԱՐՈՒԹՅԱՆ ԾՐԱԳՐԱՅԻ ՔԱՂՋՔԱԿԱՍԽԹՅԱՆ  
ՍԿՁԲՈՒՆՔԵՐԸ ԵՎ ՕՐԻՆԱԿԱՓՈԽՅՅՈՒՆՆԵՐԸ

Աշխատության այս գլուխը ևս ներառում է երկու ենթագլուխ:

Առաջին Ենթագույքը («ՀՀ հանրային ռադիոընկերության ծրագրերի թեմատիկ-հորիզոնական ուղղվածությունը») նվիրված է Հանրային ռադիոյի ծրագրային քաղաքականության, ժամանակի և թեմատիկ առանձնահատկությունների ըննությանը :

Հանրային հեռարձակողների ծրագրային քաղաքականությունը մշակելը կրկնակի պատասխանատու և բարդ աշխատանք է: Մի կողմից օրենսդրական պահանջները բազմակարծության, անաչառության, հասարակության տարրեր խավերին ընդգրկելու առողմով, մյուս կողմից էլ հասարակական մեծ պահանջարկը՝ պայմանավորված ինչպես սփոռման մեծ գոտինվ, այնպես էլ դիտարկելով հանրային հեռարձակողը որպես պետության մի կառուլց<sup>17</sup>:

Յանրային ռադիոընկերություններն ըստ էռթյան մասնավոր հեռարձակողների հետ մրցակցության մեջ չեն եկամուտների, գովազդային շուկայում: Խոսքն ավելի շատ վերաբերում է մրցակցությանը լսարան գրավելու ասպարեզում: Յանրային ռադիոն այս իմաստով ունի շատ կարևոր առաջնայնություն՝ հաճրապետության մասշտաբով սփռման ամենամեծ գոտին է: Այսօր Յանրային հաղորդակաների թիվը հաճրապետության գրեթե ամբողջ տարածքով հասնում է 80-ի: Ավելի մատչելի լեզվով՝ խոսքը FM ՍՀԿ տիրույթի 80 հաճախականությունների մասին է: Չնայած աստիճանաբար վերացող հեռարձակման այս տեսակին՝ Յանրային ռադիոն շարունակում է ծրագրերի սփռումը քաղաքային լարային ցանցով, ինչպես նաև միջին, կարծ և գերկարծ հաճախականություններով:

Հանրային ռադիոն Հայաստանում հիմնադրված առաջին էլեկտրոնային լրատվա-միջոցն է, իսկ այսօր՝ նաև ամենաերկարակյացը<sup>18</sup>: Կենսագրության ավելի քան 85 տարիները, սուսկ որպես լրատվամիջոց լինելուց բացի, Հանրային ռադիոյին այսօր հաղորդում են պատմական արժեք: Եվ հենց այս պատճառով է, որ, կարծում ենք, ինչ-որ տեղ նաև Վերահնաստավորվում է Հանրայինի առաքելությունը: Հանրային ռադիոն շարունակում է մնալ հանրապետության խոշոր ռադիոկայանը, որտեղ կուտակված է տեխնիկական, կադրային, արդյունաբանական աշխատավայր բազա: Հատկա-պես կրթական, երաժշտական, մշակութային և մանկապատճենական հաղորդումներ արտադրող խմբագրությունները աներկեայրեն արհեստավարժ մասնագետների դարպնոց են: Վերջին տարիներին Հանրային ռադիոյն ներկայացնելու համար արտադրած հաղոր-դումների ծավալը տարեկան կտորմանը է շուրջ 20 հազար ժամի:

Հանրային ռադիոյի ծրագրային քաղաքացիության համար չ շնորհ չ ուղարկ ազատաշխատ աշխատավայր կազմակերպությունը առաջ է լուսավորության մողեր կայուն է, այսպես ասած՝ «հրովարական»՝, այսինքն՝ եթերաժամի որևէ հատվածը, որևէ հաղորդում, որպես կանոն, հասցեագրված է կոնկրետ լսարանի: Բացի այդ՝ ռադիոկայանը չի հրաժարվում ուղիղ եթերին մեծ տեղ հատկացնելու սկզբունքից, ինչն ավելի անմիջական է դարձնում լսարանի հետ կապը: Սեր հաշվարկներով՝ այսօր Յանրային ռադիոյի հաղորդումների շուրջ 40 տոկոսը եթեր է հեռարձակվում ուղիղ ռեժիմով: Կենդանի եթերի նմականան միտրումները, որ նմատվում են 1999 թվականին՝ Ազատին գործում հոգ-

<sup>17</sup> Ст. Скалькина М., Программная политика общественной радиостанции, Радио: музикальное, новостное, общественное, М., 2001, с. 162.

<sup>18</sup> Տե՛ս Հովհաննես Մ., Ուսադիրությունը և պատմագիտությունը Հայության մեջ, Եղանակ, 2002, էջ 22:

կանացված ահարեկչությունից հետո, այսօր նահանջել են՝ վերստին մեծացնելով ուղղի երերի տոկոսային հարաբերակցությունը:

Պայմանականորեն Հանրային ռադիոյի արդի շրջանը կարող ենք բաժանել երկու շրջափուլի՝ 2002 թվականից մինչև 2008-ը, երբ ռադիոյի տնօրին Արմեն Ամիրյանը նյութական ու նյութատեխնիկական ամբողջ ռեսուրսներն ուղղեց ռադիոն ամբողջությամբ թարմացնելու, վերազինելու ինչպես կադրերով և տեխնիկապես, այնպես էլ նոր գաղափարներով, մոտեցումներով։ Այս շրջանում էր, որ ռադիոն աստիճանաբար ազատվեց կարծրատիպային դարձած ու մեր կարծիքով էլ՝ կերծ ավանդականի անվան տակ գործող, բայց իրականում լճացած, իրականության զարկերակը կորցրած հաղորդաշարերից, խնբագրություններից։ Արդիականացվեց երաժշտական ֆոնդը։ Իսկ երկրորդ շրջափուլը սկսվեց 2008 թվականին, երբ Հանրային ռադիոյի դեկավարությունը պաշտոնապես հայտարարեց նոր երերաշրջանի մասին։ Այժմ արդեն պետք է գործնականում կյանքի կոչքեր այն ամենը, ինչի համար անցնող տարիներին ստեղծվել էն քիչ թե շատ բավարար նախադրյալներ։

Հանրային ռադիոյի Առաջին ծրագրի ծրագրային քաղաքականությունը, ըստ թեմատիկ ուղղվածության, հնարավոր է բաժանել հետևյալ ուղղությունների։

- լրատվական, վերլուծական.
- հասարակական, քաղաքական, սոցիալական.
- երաժշտական.
- երիտասարդական.
- մանկապատանեկան.
- հոգևոր.
- կրթական.
- մշակութային.
- ժամանցային.
- գովազդային։

Երկրորդ ենթագլխում (**«Հանրային ռադիոյի Երկրորդ հեռարձակման ցանցի ծևագրման առանձնահատկությունները»**) հանգամանորեն վարուժվել են Հանրային ռադիոյի հաղորդումները թեմատիկ հենց այս տարանջատումներով։

Հանրային ռադիոյի ամենօրա **լրատվական** հիմնական հաղորդումը «Ռադիոլուր»-ն է։ Յինք տարուց ավելի է, ինչ այս հաջողությամբ անրապնդում է իր դիրքերը ռադիոեթերում։ Յիմնականում պայմանավորված իրենից անկախ այնպիսի հանգանաճներով, ինչպիսիք են հանրության վստահության պակասը հանրային հեռարձակողների կատանամբ, նյութական միջոցների սղությունը, այնուամենայնիվ, Հանրային լրատվականը կարողացավ կայուն լսարան ծևակորե։ Կարծում ենք՝ հիմնական շեշտադրումները, որ այսօր պետք է կատարվեն լրատվական ծառայությունը բարելավելու ուղղությամբ, ավելի շատ ոճային բնույթի են։ ժամանակն է թերևացնել հաղորդման լեզուն, անցնել լրատվական բառապաշտիք, հրաժարվել ավելորդ պաթետիզմից, խոսքի անհարկի շեշտադրումներից, կարծուացած արտահայտություններից։

**Հասարակական, սոցիալական** բնույթի ծրագրերը Հանրային ռադիոյի արդի փուլի ամենաբույլ բլոկներից են։ Այստեղ Հանրային հեռարձակողն էական բացքորումներ ունի խնբագրությունները թարմացնելու, արդիականացնելու, նոր հաղորդաշարեր, ինչու չէ, ռադիոինքներ երևան բերելու գործում։

Ինչպես երիտասարդական, այնպես էլ **ժամանցային** ուղղվածության հաղորդումները Հանրային ռադիոյում անընդհատ կանգնած են մրցակցությանը դիմանալու բարդ խնդրի առջև։ Մինչև մասնավոր ռադիոկայանների ստեղծումը, երբ հանրապետական հեռարձակողն ըստ եւրյան դաշտում մենաշնորհային դիրքում էր, այսպիսի

հարցերի քննարկումը արդիական չել: Որպես այդպիսին՝ ժամանցային բռույթի կառող էին դիտվել լավագույն դեպքում երգիծական ռադիոհանեսները, որոնք Հանրային ռադիոյի ծրագրերի անբաժան մասն են եղել: Այսօր, սակայն, բավարարվել այդքանով, կնշանակի հշակել ռադիոն ներ լսարանի համար նախատեսված լրատվամիջոց:

Հանրային ռադիոյի արդի փուլի, մեր համոզմամբ, ամենակայացած, արհեստավարժ, միաժամանակ նորարար, համարձակ ու հեղափոխական խմբագրությունը երաժշտական հաղորդումներին է: Ուստի կայացած հաղորդումների տարեկան ընդհանուր ծավալի առյուծի բաժնը՝ շուրջ 4 հազար ժամ, ընկում է հենց այս խմբագրությանը: Տարաբնույթ համերգներից զատ այս ժամաքանակը ներառում է նաև մոտ մեկ տասնյակ հեղինակային հաղորդումներ: Հանրային ռադիոյի երաժշտական քաղաքականության մեջ բեկումնային ու հավաքնություն կատարվեց 2008 թվականին: Ուստի կայացած դեկավարության որոշմամբ՝ երերում հնչող երաժշտության ծանրակշիռ մեծամասնությունը՝ շուրջ 90 տոկոսը, դարձավ հյակական:

Նույն մոտեցմամբ ուսումնասիրվել են նաև Հանրային հեռուստառադիոներության ենթակայությամբ գործող ռադիոկայանների աշխատանքը: «Ուստի Զազ»-ի փակումից հետո շուրջ մեկ տարի է՝ Հանրային ռադիոյի երկրորդ ծրագիրն անցել է ծրագրավորման ուղղահայաց՝ «Ժամանակակից հիթ» մոդելին: Թիրախային լսարան 18-ից 30 տարեկան երիտասարդներն են, չեն արտադրվում որևէ տեսակի հաղորդումներ՝ երերաժամը լցնելով միայն երաժշտությամբ: FM 103.8 ՄՇց հաճախականությամբ այսօր հեռարձակվող երաժշտության ճնշող մեծամասնությունը փոփ ժանիք է, ծրագրավորված է զատ երաժշտական ուղղության և ազգային պատկանելության, օրինակ, «հյակական հիթ», «ռուսական հիթ», «սիրված հիթ», «ռետրո հիթ» և այլն:

Հանրային հեռուստառադիոներության կազմում է գործում նաև «Շիրակի հանրային ռադիոներություն»-ը, որն իրականացնում է Շիրակի հանրային ռադիոյի հեռարձակումը սփռման երկու տարածքներում՝ FM 102.5 ՄՇց հաճախականությամբ Գյումրի և FM 101.1 ՄՇց հաճախականությամբ Անսահա քաղաքներում: Մարզային հանրային հեռարձակողը յուրահատուկ երևոյթ է հյակական ռադիոշուկայում, սակայն Շիրակի հանրային ռադիոն առաջմ միակն է:

## ԳԼՈՒԽ ԵՐՐՈՐԴ

### ՀՀ ՍԱՍԱՎՈՐ ՌԱԴԻՈԿԱՅԱՍՆԵՐԻ ԾՐԱԳՐՅԻՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆԻԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ԴԻՄՈԽԻԿԱԿԱՆ ԵՐԵՎԱՆ

Ատենախոսության երրորդ՝ եզրափակիչ գլուխը բաղկացած է երեք ենթագլխից: Առաջին ենթագլխի՝ («ՀՀ Սայրաքաղաքային մասնավոր ռադիոկայանների համակարգի ծևավորման սկզբունքները»), ուսումնասիրությունների համար հիմք են ծառայել ոչ միայն երևանյան մասնավոր ռադիոկայանների երերի մշտադիտարկումները, այլև այն մրցության առաջարկները, որոնք ռադիոներությունների հիմնադիրները ներկայացնել են ՀՌԱԴ-ին:

«Ուստի Երևան»-ը հանրապետությունում ամենամեծ սփռման գոտի ունեցող մասնավոր ռադիոկայանն է: Իր մրցության առաջարկում հիմնադիրը ներկայացրել էր ավելի քան 120 անուն ռադիոհաղորդումներով կազմված ծրագրային փաթեթ՝ բովանդակային և թեմատիկ ուղղություններով: Ցավոք, նյութատեխնիկական և արհեստավարժ կադրերի մեջ բազա ունեցող «Ուստի Երևան»-ը ևս, ինչպես այս ենթագլխում ներկայացված մի շարք ռադիոկայաններ, հետագա գործունեության ընթացքում

աստիճանաբար անցավ ուղղահայաց ծրագրավորման՝ 24 ժամ հեռարձակելով միայն Երաժշտություն: Սակայն, ի տարբերություն այս ձևաչափում գործող «Ընդ ռադիո»-ի, «Ռադիո Երևան»-ի դեպքում նկատելի է Երաժշտական խմբագրության հոգատար վերաբերմունքը լսարանի նկատմամբ, ընտրվող կատարումների բարձր ճաշակը, ժամրերի համամասնությունը:

Հայկական մասնավոր ռադիոկայայանների ստեղծման ու զարգացման պատմությունը շարադրելիս շրջադարձային ենք համարում 2001 թվականին «Վեճ» ռադիոկայանի հիմնադրումը, որն աննախարեա բարձր որակ բերեց հայկական ռադիոլուսական մեջնորդը, ամեն գնով ու հնարավորությամբ լսարանը մեծացնելու նոլուցքը: FM 101.6 ՄՅց հաճախականությամբ հեռարձակվող «Վեճ» ռադիոկայանի հեռարձակման ցանցի առանցքում բարձրարժեք երաժշտությունն է հոգևոր և դասական:

Երկրորդ ենթագլուխ («ՀՅ մարզային մասնավոր ռադիոկայայանների ձևաչափի բաղկացուցիչները») դիտարկված են մարզային մասնավոր ռադիոկայայանների ծրագրային քաղաքականության առանձնահատկությունները՝ հաշվի առնելով նաև հանգանքը, որ այդ ռադիոկայայանները տեղային լսարանի պահանջներ պետք է բավարարեն:

Հայաստանում գործում է մարզային մասնավոր երկու ռադիոկայան՝ մեկը՝ Գյումրիում, մյուսը՝ Վանաձորում: Շիրակի մարզի Գյումրի քաղաքն ընդգրկող FM 104.1 ՄՅց ռադիոհաճախականությամբ «Շանթ» հեռուստառադիրընկերության «Ռադիո Շանթ» ռադիոկայանը հեռարձակում սկսել է 1999 թվականից՝ լուրեր և երաժշտությունը ձևաչափով<sup>19</sup>: «Ռադիո Շանթ»-ի ծրագրային քաղաքականությունը ՀՊԱՀ-ին ներկայացված մրցության փաթեթում բնորոշվել է որպես առանց առանձնահատուկ ուղղվածության՝ հաշվի առնելով այն հանգանանքը, որ ռադիոկայանը միակն է քաղաքում՝ որպես մասնավոր հեռարձակող, և պետք է առավելագույն հաշվի առնի լսարանի բոլոր շերտերի հետաքրքրություններն ու շահերը: Պաշտոնական տվյալներով՝ 2011 թվականի հունվարի 1-ի դրությամբ Գյումրի քաղաքի մշտական բնակչությունը կազմել է շուրջ 146 հազար մարդ<sup>20</sup>: Նման փոքր ծավալի լսարանի համար տեղական ռադիոյի գործարկումը, մեր գնահատմամբ, ինքնին խիստ դժվար է, գովազդային շուկա գրեթե գոյություն չունի, որպես լրատվամիջոց ռադիոյի հանդեպ հետաքրքրության պակաս է նկատվում և այլն: Մինչեւ հեռուստառեսության պարագայում հակառակն է, եթե կա գործնական օրինակ, թե ինչպես նույն իիմնադիրներին պատկանող «Շանթ» հեռուստաղեկերությունը, սկսելով հեռարձակումը Գյումրիից, այսօր կենտրոնական գրասենյակը տեղափոխել է Երևան՝ դառնալով մայրաքաղաքում գործող առաջատար հեռուստաղեկերություններից մեկը:

Ինչպես Լոռու մարզի Վանաձոր քաղաքում հեռարձակվող «ՄիԳ» ռադիոկայանի մրցության առաջարկում է Աերկայացվել, 2003 թվականից սկսելով 43 տոկոս հայրենական արտադրության հաղորդումների ծավալից՝ այսօր ռադիոկայանն ապահովել է այդ ծրագրերի գերակայություն՝ ընդհանուր երեաժամուն հասցնելով դրանք 70 տոկոսի: Դրական ենք գնահատում այն հանգանանքը, որ շուրջ երեք տասնյակի հասնող հաղորդումներում ռադիոկայանը սկզբունքորեն պահպանում է լոկալ լսարանի համար աշխատելու մոտեցումները, հաշվի առնում այդ տարածաշրջանի բնակչության նախասիրությունները, ցանկությունները:

<sup>19</sup> Տե՛ս Պաճիելյան Տ., Գյումրի և Վանաձոր քաղաքների ռադիոկայայանների գործունեության մի քանի հացեր, «Բանբեր», 3, Վանաձոր, 2008, էջ 65:

<sup>20</sup> Տե՛ս ՀՅ Ազգային վիճակագրական ծառայության ժողովրդագրական տվյալների բազա, [www.armstat.am/am/?nid=420](http://www.armstat.am/am/?nid=420)

Ընդհանրացնելով և հաշվի առնելով Լոռու և Շիրակի մարգերում մասնավոր ռադիոհուկայի հրողությունները, զարգացման օրինչափություններն ու միտումներ՝ կարծում ենք, որ կարգավորող մարմինն առաջմն պետք է որոշակի արտոնություններ սահմանի մարզային մասնավոր ռադիոկայանների գործունեությունը խթանելու նպատակով։ Մասնավորապես նվազեցվեն սեփական և հայրենական արտադրության հաղորդումների համար «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքով սահմանված ժավալները, որոշակի ազատականացումներ կատարվեն գովազդային քաղաքականությունը կարգավորող օրենսդրության մեջ, համրային հեռարձակողի հետ համագործակցության համար արդյունավետ ստեղծվեն։ Իսկ մրցութային առաջարկների համար ներկայացվող պահանջների մեջ մարզային մասնավոր հեռարձակողների դեպքում, կարծում ենք, պետք է որոշակիացվի և հսկատորեն ամրագրվի տվյալ տարածաշրջանի բնակչությանը որպես թիրախային լսարան ընդունելու մոտեցումը, ինչը կենքադրի նաև ծրագրային քաղաքականության մեջ համապատասխան փոփոխություններ ու շեշտադրումներ։

Երրորդ ենթագլուխությունն ու շրջափկությունը («ՀՀ ռադիոընկերությունների անալոգայինից թվայինի անցման անհրաժեշտությունն ու շրջափկություն») նվիրված է ռադիոհուկայի կարգավորման վերջին փուլին։ Հայաստանի հեռուստառադիտուկայի կարգավորման գործընթացքում շրջադարձային են «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքում 2010 թվականին կատարված փոփոխություններն ու լրացումները, որոնց հիմնական նպատակը ուղղությունացման գործընթացին նախապատրաստելն է։ Թեև իրավական տերմինաբառնությամբ նոր օրենքը չի ընդունվել, սակայն 2010-ին կատարված փոփոխություններով կարելի է ասել, որ օրենքը ամբողջությամբ փոխվեց, ընդ որում լրացված հոդվածով մայր՝ 2000 թվականի հոկտեմբերի 9-ի ՀՕ-97 օրենքը շարադրվեց նոր իսմագրությամբ։ Մինչև թվայնացման գործընթացին վերաբերող դրույթները քննելը նախ՝ առանձնացնենք այն հիմնական փոփոխությունները, որոնք սկզբունքային նշանակություն ունեն դաշտի կարգավորման համար։

Առաջին խիստ անորոշ է ռադիոընկերությունների ճակատագիրը լիցենզավորման մասով, քանի որ նոր օրենքի առաջին հոդվածով, որը սահմանում է կարգավորման առարկան, որպես այդպիսին նշվում է նիսայն հեռուստաընկերությունների լիցենզավորման և դեկավարման կարգը՝ որևէ անդրադարձ չկատարելով ռադիոընկերություններին։ Հնչում են փորձագիտական գնահատականներ, թե կենտրոնացնելով հեռուստաընկերությունների վրա՝ օրենտիր աչքարող է առել ռադիոկայանները<sup>21</sup>։ Արդեն իսկ լրացել են հանրապետության գործեթ բոլոր՝ 12 մասնավոր ռադիոկայաններին տրված 16 լիցենզիաների գործողության ժամկետները<sup>22</sup>։ ՀՈԱՐ-ը ժամանակավոր լուծում գտավ, չանցկացրեց անալոգային կապույթների նոր նրոգույթներ՝ հնարավորություն տալով ռադիոընկերություններին ներկայացվող հայտի հիմնան վրա երկարագել արտոնագրերի գործողության ժամկետները՝ առավելագույնը մինչև 2013 թվականի հունիսի 20-ը։ Բոլոր ռադիոկայաններն էլ օգտվեցին այս հնարավորությունից և երկարացնին իրենց լիցենզիաներ առավելագույն ժամկետով<sup>23</sup>։ Եվս երկու ռադիոկայանների արտոնագրերի գործողության ժամկետներն էլ ավարտվում են գորեթե նոյն շրջանում՝ 14 օրվա տարբերությամբ։ Այսինքն՝ ռադիոընկերությունների թվային հեռարձակման

<sup>21</sup> Տես՝ Հարությունյան Ս., Բա ռադիոընկերություններ՝ պարոնայք..., «Առավոտ» օրաթերթ, Ելամ, 19. 09. 2008, էջ 4:

<sup>22</sup> 12 ռադիոկայաններին տրված է գործունեության 16 արտոնագրեր, քանի որ երկու ռադիոկայաններ մեկից ավելի բնակավայրերի ընդգրկումով հեռարձակում իրականացնում են նի քանի հաճախականություններով։

<sup>23</sup> ՀՈԱՐ-ի պաշտոնական կայք, [www.tvradio.am](http://www.tvradio.am)

անցնելու մրցույթները պետք է կազմակերպվեն ոչ ուշ, քան 2013 թվականի հուլիսը: Անցումային այս դրույթներով օրենքը որոշակիացնում է, որ 2013 թվականի հուլիսի 20-ից ռադիոյի թվային հեռարձակումն ապահովելու համար օրենքով կասահմանվեն ռադիոռողներությունների լիցենզավորման կարգն ու պայմանները, այդ թվում՝ թեմատիկ ուղղվածությունն ու քանակը: Իսկ մինչև դա եթեր հեռարձակվող ռադիոկայանների համար գործունեության հիմքը կշարունակի մնալ ներկայիս լիցենզիան:

ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

Կատարված հետազոտությունների արդյունքում հանգել ենք հետևյալ եզրակացությունների:

1. Վերջին տասնամյակում Հայաստանի Հանրապետությունում ձևավորվել է մոտենական նոր հարաբերություններով ու մոտեցումներով պայմանակիրված ռադիոհամակարգ, որի արդյունքում հիմնվել են ծրագրային ինքնուրույն քաղաքականություն իրականացնող նոր տեսակի ռադիոռոմելություններ:

2. ՀՅ մասնավոր ռադիոկայանների ծրագրային քաղաքականության արդի փուլում նկատվում են ապաքաղաքականցվելու միտունմեր՝ իշխանությունների հետ ինչ-ինչ խնդիրներից խոսափելու համար: Լրատվական հաղորդումները հիմնականում շրջանցում են ներքաղաքական թեմաները, իրադարձությունները՝ հիմնականում օգտվելով պատուհական և միջազգային լրահոսից: Եթերում մեծ է հասարակական, վերուժական հոդվածության առանձին հաղորդումների բացը:

3. Ծուրզ Երկու տասնյակ հայաստանյան ռադիոկայանների ճնշող մեծամասնությունը հեռարձակման արտոնագրեր ստանալուց հետո գործնականում չեղվում է Երկայնացված մրցութային առաջարկների պահանջների կատարումից: Որոշ դեպքերում հիմնադիրները ներկայացնում են ծևական բնույթի միանման նախագծեր՝ տարածնույթ անվանումներով, ժամերով և ուղղվածություններով հաղորդումներ, որոնք, որպես կանոն, մնում են թղթի վրա: Ուղղութային հայաստանյան ռադիոկայանները հայաստանի պահանջների, հետաքրքրությունների միայն նվազագույն շրջանակը:

4. Հայաստանյան ռադիոկայանների գործնաեւությունն արդի փոլում բնութագրվում է բավականին բարձր մրցակցային միջավայրով, սակայն լսարանային թույլ թիրախավորմամբ և ռադիոռուկերությունների ոչ հստակ ու արդյունավետ ռազմավարությամբ: Շուկայում չկան ընդգծված առաջտարներ և մեծ ժողովրդականություն կայելողներ՝ բազարությամբ ՀՀ Հանրային ռադիոյի:

5. Յերարձակման արտնագրեր ստանալու դիմաց կարգավորող մարմնին տրված խոստումները չկատարելու հետևանքով այսօր խախտվել է լսարանի առողջ համամասնությունը. ռափիլսողների ծանրակշիր մասը պատաճներ են, որոնց համար ժամանակավոր զվարճանքի միջոց, ժամանց են դառնում ինտելեկտուալ նվազագույն մակարոսակ պահանջող ինտերակտիվ ընուլիք հաղողությունը ու ծրագրեր:

6. Οι πολιτικές διαχείρισης απαιτούνται για την εφαρμογή των προτυπών που έχουν στόχο την ανάπτυξη της οικονομίας και την ανάπτυξη της γεωπονίας.

7. Հայաստանյան ռադիոհոլորտի անհրաժեշտաբար անցումն անալոգային չափանիշներից թվայինի՝ ստեղծագործական և տեխնիկական նոր խնդիրներ է առաջադրել ծրագրային քաղաքականություն վարող ՀՀ հանրային և մասնավոր ռադիոհռնկերություններին: Այս գործընթացը շարունակական բնույթ ունի, որը հնարավորություն է տալիս ռադիոհռնկերություններին հընթացս մշակելու ստեղծագործական և տեխնիկական նոր նոտեցումներ:

8. Հայրենական ռադիոհեռարձակողները, օգտվելով ուղղահայաց ծրագրավորման առավելություններից, մեծ չափարաժին են հատկացնում երաժշտության՝ հաճախ չվճարելով հեղինակներին հեռարձակվող երաժշտության համար, միաժամանակ խախտելով «Հեղինակային իրավունքի և հարակից իրավունքների մասին» ՀՀ օրենքը:

9. ՀՀ համրային և մասնավոր ռադիոհռնկերությունների ծրագրային քաղաքականության բաղկացուցիչ մաս են կազմում անաղարտ հայերենով եթեր հեռարձակվող հաղորդումները: Ներկա փուլում հայրենական ռադիոհեռերը դարձել է կիսագրագետ հայերենի, ժարգոնային արտահայտությունների, քաղենի խոսակցությանը հատուկ արտահայտչամիջոցների միջավայր: Ռադիոյի զարգացման արդի փուլում այս խնդրին ավելանում է նաև օտարալեզու, հատկապես ռուսերենով հաղորդումների շեշտակի աճը: Մասնավոր ռադիոկայանները, օգտվելով «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքում արված այն բացառությունից, թե հաղորդումների լեզուն կարող է հայերենը չլինել, «թե դրանք նախատեսված են Հայաստանում ապրող ազգային փոքրամասնությունների համար, որոշ դեպքում, ինչպես, օրինակ, «Ռադիո Վան», «Ռադիո Ազորա» և այլ ռադիոկայանները, իրենց եթերում ռուսերենով հաղորդումների ծավալը հասցել են 50 տոկոսից էլ բարձրի:

10. Հայաստանյան ռադիոհոգիկան պասիվ է տեղեկատվական ժամանակակից տեխնոլոգիաների կիրառման տեսամելյունից: Այս առումով բացահայտ առաջտար է «Ազատություն» ռադիոկայանի հայկական ծառայությունը, որի համացանցային կայքը՝ [www.azatutyun.am](http://www.azatutyun.am) հասցեով, նոր սերնդի ռադիոյի գերժամանակակից մի հարթակ է: «Ազատություն»-ը, սակայն, տեղական լրատվամիջոց չէ, մինչդեռ հայկական ռադիոհռնկերությունների նվաճումներն այս ոլորտում լավագույն դեպքում սահմանափակվել են ինտերնետային՝ օնլայն հեռարձակմանը:

Հաշվի արնելով վերոնշյալ եղորակացությունները, մեր կողմից իրականացված հետազոտություններն ու դիտարկումների արդյունքները, ինչպես նաև գործնական ոլորտում կուտակած փորձը՝ նպատակահարմար ենք համարել ներկայացնել մի շարք առաջարկություններ.

1. 2013 թվականին թվային ռադիոհեռարձակմանն անցնելու նպատակով սահմանվելիք լիցենզավորման կարգում և պայմաններում ստեղծել օրենսդրական նախապայմաններ, որպեսզի նայրաքաղաքից հեռարձակվող ռադիոկայանների առնվազն 50 տոկոսն ապահովվի հանրապետության բոլոր նարգերի ողջ ծածկույթով սիրում:

2. Օգտվելով հեռարձակման թվային ցանցի ընծեռած հնարավորություններից՝ հանրապետության յուրաքանչյուր մարզի համար հայտարարել առնվազն մեկ ռադիոհաճախականությունով հաղորդումների հեռարձակման լիցենզիայի մրցույթ:

3. «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի 26-րդ հոդվածի 5-րդ մասը լրացնել պարբերությամբ՝ հեղինակային իրավունքները պահպանելով՝ մարզային մասնավոր ռադիոկայաններին թույլ տալ օգտվելու Համրային հեռուստառադիոհռնկերության երաժշտական և ռադիոթատրոնի ֆոնդային ծայնադարաններից:

4. Ներկայիս օրենսդրությամբ ՀՈԱՀ-ը ըստ էության հետևում է միայն հեռարձակողների ներկայացրած մրցութային փաթեթների տեխնիկական բնույթի հարցերի ա-

պահովմանը, ինչպես, օրինակ, առանց հանձնաժողովին տեղյակ պահելու վերահեռարձակում իրականացնելը, հայրենական արտադրության հաղորդումների կամ գովազդի սահմանված ծավալները խախտելը և այլն: Մինչդեռ մեր համոզմանք՝ հանձնաժողովը պետք է հնարավորություն ստանա վերահսկելու մոցութային առաջարկների բովանդակային մասի կատարումը, տուգանքներ սահմանի ռադիոկայանի հիմնադիրների կողմից նախապես հայտարարված ծրագրային քաղաքականությունից շեղվելու համար: Յակառակ դեպքում այսորվա պատկերը կարող է կրկնվել նաև արտոնագրման հաջորդ մոցույթներից հետո:

5. Առավել մեծ տարածում գտած ուղղահայաց երաժշտական ծրագրավորումը սահմանափակելու նպատակով առաջարկում ենք այսուհետև շուրջօրյա անդադար հեռարձակվող երաժշտությունը չփառարկել որպես սեփական արտադրության ռադիոհաղորդում:

6. Դաշտը կարգավորելու համար էական ազդեցություն կունենան ռադիոհռնեկերությունների թեմատիկ ուղղվածությունների ու քանակի սահմանումը, որը պետք է ավարտվի մինչև թվային հեռարձակմանն անցնելու համար լիցենզավորման հաջորդ մոցույթն անցկացնելը: Յայրենական օրենսդրությունը դրա օրինակն արդեն ունի հեռուստաընկերությունների թվային հեռարձակման փուլին անցնելիս, երբ ամեն մի կապուղու համար սահմանվեց կոնկրետ ուղղվածություն: Կարծում ենք՝ նոյն մոտեցումը պետք է սկզբունքային լինի նաև ռադիոհեռարձակումը թվայնացնելիս:

7. Յանրային ռադիոյին առաջարկում ենք վերահմաստավորել արտասահմանի համար տրվող հաղորդումների խմբագրության նպատակներն ու առաքելությունը՝ օտար լեզուներով տրվող հաղորդումները առաջին հերթին դիտարկելով որպես տեղեկատվական պատերազմներում քարոզական գործիք, ինչպես նաև օբյեկտիվ և համակողմանի լրատվություն հաղորդելու միջոց:

8. Յայաստանյան ռադիոկայանները ներկայացված չեն կամ մոցունակ չեն միջազգային գանգվաճային լրատվամիջոցների շուկայում և սոցիալական ցանցերում: Կարծում ենք՝ ռադիոհռնեկերությունների հիմնադիրները պետք է բավարար ուշադրություն դարձնեն այս ոլորտին, որն ամբողջ աշխարհում համարվում է խիստ հեռանկարային:

## ԱՏԵՆԱԽՈՍՈՒԹՅՎԸ ԹԵՍԱՅՈՎ ՐԱՍՏԱՐԱԿՎԱԾ ՀՈՂՎԱԾՆԵՐ

1. ««Ծրագրային քաղաքականություն» հասկացությունը «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքում», «Գիտական հոդվածներ» (բանասիրություն), Վանաձոր, 2011, էջ 268-273:

2. «Հեռուստառադիջուկայի իրավական կարգավորումը և պաշտպանությունը ՀՀ օրենսդրությամբ», «Մխիթար Գոշ», թիվ 1-3, Վանաձոր, 2012, էջ 92-94:

3. «Յայաստանյան հեռուստառադիջուրությունը կարգավորող և վերահսկող մարմինները», «Դատական իշխանություն», թիվ 3 (152) Երևան, 2012, էջ 56-60:

4. «Հեռուստառադիջուկայի թվայնացման օրենսդրական հիմքերը, զարգացման միտումները», «Արդարադատություն», թիվ 2 (17), Երևան, 2012, էջ 34-37:

**Асланян Карлен Каренович**

**«Программная политика общественных и частных радиокомпаний: Проблемы и тенденции развития»**

**Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности «Журналистика».**

**Защита состоится 20 июня 2012 г. в 13<sup>00</sup> на заседании Специализированного Совета ВАК 012, действующего по адресу: г.Ереван, ул. Хачатура Абовяна 52/А, ЕГУ, корпус филологического факультета, аудитория**

**Резюме**

Диссертация посвящена современным проблемам и тенденциям развития общественных и частных радиокомпаний РА. В работе представлены закономерности, тенденции развития и перспективы современного этапа армянского радиорынка. Исследованы проведенные за последние годы реформы в радиосфере, особенности урегулирования законодательной сферы, процесс выполнения принятых РА международных обязательств в различных телекоммуникационных структурах. Проанализировано также понятие «программная политика», даны дефиниции, представлены основные компоненты программной политики.

**Во введении** коротко представлены история вопроса, цели и задачи исследования, методологическая основа работы, обоснованы актуальность и научная новизна темы.

**Первая глава («Современные тенденции программной политики радиостанций РА»)** состоит из двух подглав. Деятельность армянских радиостанций на данном этапе характеризуется довольно обширной конкурентной средой, но слабым средоточием аудитории и нечеткой и неэффективной стратегией радиокомпаний. На рынке нет явно лидирующих и пользующихся большой популярностью радиостанций, за исключением Общественного радио РА.

В первой подглаве («Форматы осуществления программной политики общественных и частных радиокомпаний РА») проведен ряд наблюдений, дающих общее представление о понятии «программная политика». С самого начального этапа радиотрансляций РА разработка программной политики являлась основной задачей. В первые годы основания как армянского радио, так и телевидения, с недельной периодичностью стали издаваться в печатной форме программы радио и телевидения. В этой газете, которая издается и по сей день, специально представляются идеальная и содержательная направленность данного средства информации, то, для какой именно аудитории работает транслятор, в каком объеме будут подаваться информационные, образовательные, развлекательные и другие передачи и т. д. Весь этот комплекс вопросов и разработки ответов на них – начиная с жанрового многообразия передач до тематических особенностей; от стилистики до аудитории и рейтинга – можно назвать **программной политикой**.

Во второй подглаве («Проявление законодательного упорядочения на общественных и частных радиостанциях РА») дается правовая характеристика понятия «программная политика», представлены задачи правового упорядочения.

**Вторая глава («Принципы и закономерности программной политики общественной радиокомпании»)** также включает две подглавы. Первая подглава («Тематико-горизонтальная направленность программ общественных радиокомпаний РА») посвящена ана-

лизу особенностей программной политики, жанровых и тематических особенностей Общественного радио.

Разработка программной политики общественных трансляторов является вдвойне ответственной и сложной работой. С одной стороны, законодательные требования, плюрализм мнений, беспристрастность в вопросе охвата разных слоев общества; с другой стороны, - большой общественный спрос, обусловленный как широтой сферы распространения, так и рассматриванием общественного транслятора как одну из структур государства.

Во второй подглаве («Особенности формирования Второй трансляционной сети Общественного радио») подробно исследуется работа радиостанций, действующих под подчинением Общественной телерадиокомпании.

**Третья глава («Проблемы развития частных радиостанций РА»)** состоит из трех подглав.

На современном этапе программной политики частных радиостанций РА заметны тенденции к аполитизации. Информационные передачи часто обходят внутриполитические темы и события, пользуясь в основном официальной и международной информацией. В эфире не хватает передач, имеющих общественную, аналитическую направленность. Подающее большинство из приблизительно двух десятков армянских радиостанций после получения лицензий на трансляцию, уклоняется от выполнения конкурсных требований.

Основой для исследований в первой подглаве («Принципы формирования системы частных столичных радиостанций РА») послужили не только постоянные просмотры эфира ереванских частных радиостанций, но и конкурсные предложения, представленные НКТР учредителями радиокомпаний.

Во второй подглаве («Компоненты формата областных частных радиостанций РА») рассматриваются особенности программной политики областных частных радиостанций с учетом того фактора, что эти радиостанции должны удовлетворять требования местной аудитории.

Третья подглава («Необходимость и циклы перехода радиокомпаний РА от аналогичного к цифровому») посвящена последнему этапу упорядочения радиорынка. Звучат экспериментальные оценки типа того, что, сосредоточившись на телекомпаниях, законодательство упустило из виду радиостанции. Уже истекли сроки действия выданных почти всем 12-ти частным радиостанциям 16-ти лицензий. НКРТ нашла временное решение: не провела новых конкурсов, предоставив возможность радиостанциям на основе представляемых заявок продлить срок действия максимум до 20 июля 2013 года. Все радиостанции воспользовались этой возможностью и продлили свои лицензии на максимальный срок. Срок действия лицензий еще двух радиостанций заканчивается почти в тот же период, с разницей в 14 дней, то есть: конкурсы перехода радиостанций на цифровую трансляцию должны быть проведены не позже июля 2013 года. Конкретизируя это положение, для обеспечения цифровой радиотрансляции с 20 июля 2013 года законом будут установлены порядок и условия лицензирования радиокомпаний, в том числе тематическая направленность и количество. А пока основанием для деятельности транслируемых в эфир радиостанций будет служить нынешняя лицензия.

**Выводы, вытекающие** из основных результатов исследования, содержат также конкретные предложения по вопросу упорядочения сферы.

**В конце диссертации** представлены **список** использованной литературы и **приложение**.

Aslanyan Karlen K.  
"The Issues and Tendencies of the Development of the  
Program Policy of  
the RA Public and Private Radio Stations "

Dissertation is devoted to the study of the issues and tendencies of the development of the program policy of the RA public and private radio stations. In this work the author scientifically presents the regulations of the Armenian radio market in the contemporary stage, its tendencies of development and prospects and also the recent amendments done in the field of RA radio, the peculiarities in the sphere of legislative regulation and the procedure of fulfillment of the international obligations undertaken by RA. The dissertation is an attempt to give a broad perception of the program policy of the national and private radio stations which are at work in the area of the Armenian Republic as well as to analyze their possible influence on the cultivation of the programs that have thematic or general value.

Dissertation consists of introduction, three chapters with subparts, conclusions and references.

In **Introduction** the author briefly presents the history of the issue under study, the aims and problems of the dissertation, the methodological basis of the work, the modernism and scientific novelty of the theme are also substantiated.

The **first chapter** of the dissertation entitled ("The Contemporary Tendencies of the Program Policy of the Radio Stations in RA") consists of two subchapters. The activity of the Armenian radio stations in the contemporary stage is characterized by highly competitive atmosphere but it has weak audience targeting and the tactics of radio stations is not clear and productive. There are no leading and popular radio stations in the radio market except the Public radio. The overwhelming majority of the radio listeners are teenagers who enjoy the interactive programs and broadcastings of low level

In the **first subchapter** entitled ("The Patterns of Realizing the Program Policy of the Public and Private Radio Stations in RA") are carried out a number of researches which give general understanding about the notion of "program policy". In the first years of foundation of the Armenian radio and TV the printed weekly programs of radio and television began to appear. This newspaper is printed up to now and has the ideological tendency and professional analysis. The whole system of all those questions and their cultivated replies beginning from the genre variety up to thematic peculiarities, including language ,style and reputation can be called *program policy*.

The program policy is the succession of broadcasting programs, music and even advertisements as well as the entity of time which supposes a certain periodicity and turn and forms an audience, their demands, adapts them to certain principle.

In the **second subchapter** entitled ('The Expression of Legislative Regulations in the Public and Private Radio Stations in RA') is given the legal characteristics and regulations of the notion "program policy".

The **second chapter** entitled ("The Principles and Regulations of the program Policy of the Public Radio") includes two more subchapters. The **first subchapter** entitled ("The Thematic-Horizontal Tendency of Public Radio of RA") is devoted to the study of the program policy and genre and thematic peculiarities of the Public radio. On one hand there are legal demands of pluralism, impartiality and involvement of broad layers of the society and on the other hand there is great public demand which is conditioned by the widespread area of broadcasting as well as by observing the national broadcaster as an official institution.

Public broadcasting stations are not in competition with the private radio stations in the sense of incomes and in advertising market but in obtaining an audience. In this sense the Public radio has great leadership. Today the number of programs broadcasted by the Public radio in the whole area is 80. In a simple language the above mentioned refers to FM Uhc 80 frequency. The model of the program policy of the Public radio is so-called "horizontal" which means that the part of any broadcast as a rule is addressed to a certain audience. Besides the station is not giving up the principle of attaching great importance to the live broadcasting. According to our calculations nearly 40% of the programs of the Public radio is broadcasted in a direct way. The reduction of the alive broadcast which was noticed after the terroristic act carried out in the National Assembly today has retreated and the percentage of the live broadcasting has increased.

In the **second subchapter** entitled ("The Peculiarities of the Formation of the Second Broadcasting Network of the Public Radio") the author of the dissertation has thoroughly studied the thematic divisions of the programs of the Public radio. The work of the radio stations which work under the supervision of the Public radio station is analyzed in the same way.

The **third chapter** entitled ("The Issues of the Development of the Program Policy of the Private Radio Stations in RA") consists of three subchapters. In the contemporary stage the news broadcastings on the whole avoid domestic political themes, events , instead they mainly use official and international news. In broadcasted programs there is a great gap of social and analytical tendency. The vast majority of approximately two dozen Armenian radio stations in some cases present similar projects of formal nature, i.e. programs with different names, genre and tendencies which as a rule remain on the paper.

In the **first subchapter** entitled (The Principles of the Formation of the System of the Private Radio Stations in RA) are studied the permanent observations of the broadcast of the private radio stations in Yerevan and suggestions for competition presented to the ARNC.

In the **second subchapter** entitled ("The Components of the Format of the Private Radio Stations in the Regions of RA") the author observes the peculiarities of the program policy of the radio stations in the regions on condition that those stations must satisfy the demands of the local audience.

The **third subchapter** entitled ("The Necessity and Circle Stage of the Transition from Analogical to Numeric for the Radio Stations in RA") is devoted to the last stage of the regulation of the radio market.Expert estimators insist that the legislature has concentrated on the TV companies ignoring the radio stations. The deadline for the 16 licenses given to the 12 private radio stations in the republic has already completed. The ARNC found a temporary solution by not organizing a new competition for the analogical communicating ways and thus gave the radio stations an opportunity to lengthen the term of the functioning of the licenses based on the presented application utmost to the 20 of June,2013. All the radio stations took the advantage from this opportunity and lengthened their licenses to the utmost term. The term of functioning of two more radio stations is completed approximately at the same time in difference of 14 days. It means that the competition of the radio stations for passing to the numeric broadcasting must be organized not late than in July, 2013. With the help of these provisions the law specifies that on July 20, 2013 all the procedures and conditions for obtaining licenses will be legally defined in order to guarantee numeric broadcasting of the radio stations as well as the thematic tendency and quantity. But before it the present license will still be the basis for the established activity of the broadcasting radio stations.

**Conclusions** which are done based on the main results of the dissertation also include precise suggestions for the regulation of this field.

In the final part of the dissertation the **bibliography** is attached.