

Հայ -ռուսական համալսարան

Ստեփանյան Հայկ Վահանի

**ԺԱՄԱՆԱԿԱԿԻՑ ՎԱԿԵՐԱԳՐԱԿԱՆ ԵՎ ԳԵՂԱՐՎԵՍՏԱԿԱՆ ԿԻՆՈՅԻ
ԾՐԱԳՐԱՎՈՐՄԱՆ ԵՎ ՁԵՎԱԶԱՓԻ ԱՌԱՆՁՆԱՅ ԱՏԿՈՒ ԹՅՈՒՆՆԵՐԸ
ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԵՌՈՒՍՏԱԸՆԿԵՐՈՒ ԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԵԹԵՐՈՒՄ**

ԱՏԵՆԱԽՈՍՈՒ ԹՅՈՒՆ

**Ժ.01.06 - «Ժուռնալ իստիկա» մասնագիտությամբ բանասիրական
գիտությունների թեկնածուի գիտական աստիճանի հայ ցման համար**

**Գիտական ղեկավար՝
բանասիրական գիտությունների
դոկտոր, պրոֆեսոր
Երիցյան Սերգո Սարգսի**

ԵՐԵՎԱՆ – 2018

Բովանդակություն

ՆԵՐԱՃՈՒ ԹՅՈՒՆ 3

ԳԼՈՒԽԱՌԱՋԻՆ

**ԺԱՄԱՆԱԿԱԿԻՑ ՎԱՎԵՐԱԳՐԱԿԱՆ ԿԻՆՈՆ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ
ՀԵՌՈՒ ՍՏԱՇՆԿԵՐՈՒ ԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԾՐԱԳՐԵՐՈՒ Մ**

1.1 Հեռուստատեսությունը յուր ինքնուրույն վավերագրական կինոն 9

1.2 Հեռուստատեսության և ոչ հեռուստատեսության վավերագրական կինո
..... 20

1.3 Հեռուստատեսության վավերագրական կինոյի ձևաչափային
առանձնահատկությունները
ու գործառույթները Հայաստանի հեռուստատեսության
շրջանակներում 33

1.4 Հեռուստատեսության վավերագրական կինոյի ծրագրային
առանձնահատկությունները Հայաստանի
հեռուստաընկերությունների եթերում 58

ԳԼՈՒԽԵՐԿՐՈՐԴ

**ԺԱՄԱՆԱԿԱԿԻՑ ԳԵՂԱՐՎԵՍՏԱԿԱՆ ԿԻՆՈՆ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ
ՀԵՌՈՒ ՍՏԱՇՆԿԵՐՈՒ ԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԾՐԱԳՐԵՐՈՒ Մ**

2.1 Գեղարվեստական կինոյի տեսակները Հայաստանի
հեռուստաընկերությունների ծրագրերում 70

2.2 Հայաստանի հեռուստատեսության սերիալները և ծրագրավորման
առկախնդիրները 81

2.3 Գեղարվեստական կինոյի ծրագրային առանձնահատկությունները
Հայաստանի հեռուստաընկերությունների եթերում 91

ԳԼՈՒԽԵՐԿՐՈՐԴ

**ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ԺԱՄԱՆԱԿԱԿԻՑ ՀԵՌՈՒ ՍՏԱՏՍՈՒ ԹՅԱՆ
ԿԻՆՈՆ ՍԱՐԱՆԸ ԵԹԵՐՈՒ Մ ԵՎ ՀԱՄԱՑԱՆՑՈՒ Մ**

3.1 Գեղարվեստական և վավերագրական կինոյի
հեռուստատեսության լսարանը 103

3.2 Գեղարվեստական և վավերագրական կինոյի համացանցային
լսարանը 110

ԵԶՐԱԿԱՑՈՒ ԹՅՈՒՆՆԵՐ 120

ԱՌԱՋԱՐԿՈՒ ԹՅՈՒՆՆԵՐ 122

Օգտագործված գրականությունը 129

ՆԵՐԱՆՈՒ ԹՅՈՒՆ

Մեր օրերում անհնար է պատկերացնել հեռուստատեսությունը առանց կինոյի՝ թե՛ վավերագրական և թե՛ գեղարվեստական: Կինոն ոչ միայն ժամանակակից հեռուստատեսության ծրագրի անբաժան մասն է,

այլ և արվեստի այն տեսակը, որը մեծապես նպաստել է հեռուստատեսության ստեղծմանն ու կայացմանը: Յեռուստատեսությունը՝ որպես էկրանային ինքնուրույն արվեստ, ձևավորվել է՝ օգտվելով կինոյի կուտակած մեծ փորձից, էկրանավորման, լեզվաոճական, գեղարվեստական արտահայտչամիջոցներից, մոնտաժային հիմունքներից: Բացառությունն չէ նաև Յայաստանի հեռուստատեսությունը: Իր ստեղծման առաջին իսկ օրերից մեծ կինոն չի իջնում փոքր էկրաններից¹:

Սույն ատենախոսության խնդրո առարկան Յայաստանի հեռուստատեսություն-կինո անխազելի կապի ուսումնասիրությունն է, հեռուստաընկերությունների եթերացանցում առկա վավերագրական, գեղարվեստական կինոյի ծրագրավորման և ձևաչափի առանձնահատկությունների հետազոտումը, կինոյի տեսակների, նրա թեմատիկ ուղղվածության, գործառույթների դասակարգումն ու հիմնավորումը:

Թեմայի արդիականությունը: Տեղեկատվական, թվային տեխնոլոգիաների, համացանցի դարաշրջանում տեղի են ունենում փոփոխություններ, որոնք մեծապես ազդում են ինչպես հեռուստատեսային արտադրանքի ձևաչափային և բովանդակային բաղադրիչների, այնպես էլ հեռուստաընկերությունների ծրագրավորման քաղաքականության, ժամանակակից լսարանի ձևավորման, հեռուստատեսության տեխնիկական վերազինման վրա: Տեխնիկական առումով հեռուստատեսությունն այսօր գրեթե չի զիջում կինոյին, քանի որ թվային հեռուստատեսությունը հնարավորություն է ընձեռում հեռարձակելու բարձր որակի հեռուստապատկեր, օգտագործելու նկարահանման թվային տեսախցիկներ, մոնտաժային գերժամանակակից սարքավորումներ, համակարգչային գրաֆիկա և կինոարտադրության այլ հնարքներ:

¹ Յայաստանի հեռուստատեսությունն իր կանոնավոր գործունեությունը սկսել է 1956թ. նոյեմբերի 29-ից, և արդեն առաջին իսկ եթերում ցուցադրվել է գեղարվեստական կինոնկար:

Կինոէկրանի և հեռուստաէկրանի տեխնիկական հատկանիշների նույնականացման, ինչպես նաև տեղեկատվական ազատ դաշտի ստեղծման արդյունքում փոփոխություններ են կրում հեռուստատեսային ծրագրավորումն ու ֆիլմարտադրությունը: Յետևաբար, հաշվի առնելով նաև հեռուստալսարանի նոր սերնդի ձևավորման հանգամանքը, Յայաստանի հեռուստաընկերությունների եթերում առկա վավերագրական և գեղարվեստական կինոյի ծրագրային միտումների, ձևաչափային բազմազանություն, կինոնկարների թեմատիկ ուղղվածություն և բովանդակություն, գործառույթների վերլուծությունը հանդես է գալիս որպես արդիական խնդիր:

Անդրադառնալով թեմայի ուսումնասիրվածությանը՝ նշենք, որ վերջինիս միջառարկայական բնույթը ընձեռում է հետազոտությունների լայն հնարավորություններ: Յայաստանի հեռուստատեսությունը, գործառույթներին, ներկա միտումներին և հեռանկարներին են ուղղված մի շարք արժեքավոր հետազոտություններ: Նշենք Սերգո Երիցյանի² հայտնի ծավալուն աշխատությունները: Կարելի է առանձնացնել նաև հեռուստատեսության պատմությունը, ծրագրավորման, ձևաչափային առանձնահատկություններին, վավերագրական և գեղարվեստական կինոյին, հեռուստատեսության հետկապին ուղղված Աննա Երզնկյանի, Վահագն Չաքարյանի, Վահրամ Միրաբյանի, Աստղիկ Աբրահամյանի, Աստղիկ Ավետիսյանի, Վանիկ Յակոբյանի, Գայանե Փաշայանի, Կարինե Տիտանյանի, Սիրանույշ Գալստյանի, Կարեն Քալանթարի բազմակողմանի ուսումնասիրությունները³:

² Տե՛ս **Երիցյան Ս. Ս.**, Ժամանակակից հեռուստատեսությունն. Բովանդակություն և ձևի որոնումներ, Էդիթ Պրինտ, Ե., 2010, Յայաստանի հեռուստատեսությունն. Չարագման 50 տարի, Տիգրան Մեծ, Ե., 2007, Յեռուստահաղորդում. մտահղացումից մինչև եթեր: (Յեռուստալրագրություն տեսություն և արակտիկայի հարցեր), Էդիթ Պրինտ, Ե., 2007, Յեռուստատեսությունն: Գործառույթները, զարգացման միտումները և հեռանկարները, Մանկավարժ, Ե., 2005, Յեռուստատեսային տերմինների և հասկացությունների տեղեկատվաբանություն, Էդիթ Պրինտ, Ե., 2008:

³ Տե՛ս **Երզնկյան Ա.**, Յայդասական գրականություն և թատրոնի դերն ազգային հեռուստատեսության ձևավորման գործում (հայկական հեռուստատեսության գեղարվեստական հաղորդակցության սկիզբը՝ ազգային գրականություն-թատրոն-հեռուստատեսություն), Մանկավարժ, Ե., 2008, **Закарян В. П.**, Армянское телевидение: этапы развития армянского телевидения и тележурналистики. изд:во РАУ, Е., 2012, **Միրաբյան Վ.**, Ազրեսիվ

Ատենախոսության մեջ հանգամանալից վերլուծության է ենթարկվել նաև արտասահմանյան գրականությունը (Իգոր Բելյան, Սերգեյ Մուրատով, Ռուդոլֆ Բորեցկի, Մարինա Գուդովսկայա, Լյուդմիլա Շեստյորկինա, Քսենյա Շերգովա, Ալեքսանդր Պրոնին, Իգոր Ռոմանովսկի, Գալինա Պրոժոկո, Մայքլ Ռենոլդսայլթ⁴): Հաշվի առնելով Հայաստանում հեռուստատեսային վավերագրական և գեղարվեստական կինոյի ուսումնասիրությանն ուղղված աշխատությունների սակավությունը, փորձ է արվել ներմուծել արտասահմանյան վերլուծաբանների կիրառած մեթոդաբանությունն որոշակի տարրեր:

Ատենախոսության նպատակն է.

ա) Վերլուծել հայաստանյան հեռուստատեսությունում առկա վավերագրական, գեղարվեստական կինոնկարների ծրագրավորման քաղաքականության առանձնահատկությունները, համակարգել ձևաչափային բազմազանությունը:

բ) Հիմնվելով հայ և արտասահմանյան գիտնականների կատարած ուսումնասիրությունների վրա՝ ուղղված հեռուստատեսությունն-կինո կապին, ներկայացնել հնարավորինս ընդգրկուն

հեռուստատեսության հետևանքները, Միտք վերլուծական կենտրոն, Ե., 2012, **Աբրահամյան Ա.**, Հեռուստասկարկ. Ժամանակակից դրսևորումները ՀՀ հեռուստատեսությունում, (թեկն. ատեն.) Ե., 2012, **Ավետիսյան Ա.**, Հեռուստածրագրերի տրափանցականություն. հեռուստահաղորդումների դասակարգման չափանիշներ, ԵՊՀ հրատ., Ե., 2010, **Հակոբյան Վ. Թ.**, Հեռուստատեսային հաղորդակցության արդյունավետությունը, ԵՊՀ հրատ., Ե., 2016, **Пашаян Г.**, Тенденции развития современного телевизионного документального кино (на примере армянских документальных фильмов периода 1991-2010 гг.), (дисс. канд. филол. н.), Ե., 2013, **Տիսանյան Կ.**, Հեռուստատեսություն. հասարակական կարծիքը կառավարում է տեղերը, Էդիթ Պրինտ, Ե., 2007, **Գլստյան Ա.**, Հայացք մեր կինոյի: Պատմությունը և ներկան, Ա.հ, Ե., 2011, **Калантар К.**, Очерки Истории армянского кино. Наири, т.1, Ե., 2004, , Наири, т.2, Ե., 2007.

⁴ Տե՛ս **Беляев И.**, Спектакль документов.Откровения телевидения, М., Гелеос, 2005; Такая жизнь, М., ФГОУ ДПО ИПК работников ТВ и РВ, 2011; **Муратов С.А.**, Документальный телефильм. Незаконченная биография., М., ВК, 2009; **Борецкий Р.А.**, Беседы об истории телевидения, М., Икар, 2011; Бермудском треугольнике ТВ, М., МГУ, ИКАР, 1998; **Голдовская М. Е.**, Творчество и техника, М., Искусство, 1986; Женщина с киноаппаратом // Искусство кино, 1991, № 6; **Шестеркина Л.П.**, Николаева Т.Д., Методика телевизионной журналистики, М., Аспект Пресс, 2012; **Шергова К.А.**, Становление жанров документального телекино, М., Академия медиаиндустрии, 2016; **Пронин А. А.**, Mass-док: презумпция нарративности, Санкт-Петербург., ИД «Петрополис», 2017; **Романовский И.И.**, Масс-медиа. Словарь терминов и понятий., М., Союз журналистов России, 2004; **Прожиго Г.С.**, Концепция реальности в экранном документе, М., ВГИК, 2004; **Renov M.**, Theorizing Documentary - New York&London.: Routledge, 1993.

հետազոտություն՝ հիմնավորված վիճակագրական տվյալներով և փաստերով:

Արեւախոսության խնդիրներն են.

- Կատարել Հայաստանի հեռուստաընկերությունների՝ 2013-2017թթ. ծրագրերի մշտադիտարկում (մոնիթորինգ):
- Սահմանել և ուսումնասիրել «հեռուստատեսային վավերագրական կինո» հասկացությունը՝ ընդգծելով վերջինիս կարևորագույն հատկանիշները:
- Մշակել հայաստանյան հեռուստատեսությունում առկա վավերագրական, գեղարվեստական կինոյի ձևաչափային համակարգի վերլուծության հայեցակարգ:
- Համակարգել վավերագրական և գեղարվեստական կինոյի ծրագրավորման միտումները, քաղաքականությունը, եթերային նշանակությունը, թեմատիկ և բովանդակային առանձնահատկությունները:
- Ուսումնասիրել հեռուստաընկերությունների ծրագրավորման ներկայիս քաղաքականության հանդեպ հեռուստատեսային և համացանցային կինոլսարանի վերաբերմունքը, կարծիքը, դժգոհությունները և ըստ այդմ ձևակերպել հեռուստաօրագրավորման քաղաքականության կատարելագործմանն ուղղված առաջարկություններ:

Աշխատության գիտական նորույթը: Թեմային առնչվող գիտական գրականության վերլուծությունը ցուցադրում է հայաստանյան հեռուստատեսության հանգամանալից ուսումնասիրության անհրաժեշտությունը՝ պայմանավորված ազգային մտածելակերպի, արժեհամակարգի, աշխարհայացքի յուրահատկություններով:

Սույն ուսումնասիրությունը առաջիններից է հայաստանյան հեռուստաընկերությունների եթերում վավերագրական, գեղարվեստական կինոյի, հեռուստատերիալների ծրագրավորման, ձևաչափային առանձնահատկությունների, թեմատիկ ուղղվածության, բովանդակային հիմքի հետազոտության առումով:

Հայաստանի հեռուստաընկերությունների վերջին 5 տարիների (2013-2017թթ.) ծրագրերի մանրագնին ուսումնասիրության հիմքով առաջարկվում է.

- Հեռուստատեսային վավերագրական, գեղարվեստական կինոյի՝ ուսումնասիրված, գիտականորեն հիմնավորված և դասակարգված ձևաչափային համակարգ:
- Հայաստանյան հեռուստաընկերությունների եթերում առկա վավերագրական, գեղարվեստական կինոյի ծրագրավորման արդի միտումների և առանձնահատկությունների վերլուծություն՝ ամրապնդված վիճակագրական լայն հենքով:

Արենափոսություն

գործնական

նշանակությունը:

Հեռուստածրագրավորման՝ աշխատանքում քննված խնդիրների լուծման տարբերակներն ու առաջարկները կարող են կիրառվել Հայաստանի հեռուստաընկերությունների առօրյա և հեռանկարային գործունեության ընթացքում, ինչպես նաև բուհական ուսումնական գործընթացներում:

Հետազոտության մեթոդները:

Վերոնշյալ խնդիրների իրագործման նպատակով օգտագործվել է գիտական մեթոդների համալիր՝ մասնագիտական գրականության վերլուծություն, տեսական և գործնական ուսումնասիրություններ, եթերացանցի մշտադիտարկում, համեմատություններ, արդյունքների համակարգում, սոցիոլոգիական հարցումներ, արտասահմանյան փորձի քննություն: Հետազոտության համար տեսամեթոդական հիմք է հանդիսացել Հայաստանի հեռուստաընկերությունների վավերագրական և գեղարվեստական կինոնկարների, հաղորդաշարերի ուսումնասիրությունը, վերլուծությունը, դասակարգումն ու համապատասխան գործընթացների օրինաչափությունների բացահայտումը: Ուսումնասիրվել են Հայաստանի 12 հեռուստաընկերությունների («Հանրային հեռուստաընկերություն», «Հ2», «Շողակաթ», «Արմենիա», «Արմենյոլգ», «Շանթ», «Կենտրոն», «ԱՐ», «Հ3», «ԱԹՎ», «Արարատ», «Երկիր մեդիա») ծրագրերը:

Ատենախոսության ժամանակագրական ընդգրկումը: Աշխատանքում դիտարկվել են Հայաստանի հեռուստաընկերությունների 2013-2017թթ. ծրագրերը:

Ատենախոսությունը բաղկացած է ներածությունից, երեք գլուխներից, եզրակացություններից, առաջըրկություններից, գրականության ցանկից:

ԳԼՈՒԽԱՌԱՋԻՆ
ԺԱՄԱՆԱԿԱԿԻՑ ՎԱՎԵՐԱԳՐԱԿԱՆ ԿԻՆՈՆ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ
ՀԵՌՈՒ ՍՏԱՆԿԵՐՈՒ ԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԾՐԱԳՐԵՐՈՒՄ

1.1 Հեռուստատեսության ոլորտում վավերագրական կինոն

Մինչ Հայաստանի հեռուստատեսության եթերում ցուցադրվող վավերագրական կինոյի տեսակներին, ձևաչափային առանձնահատկություններին, հատկանիշներին, գործառնություններին, հեռուստաընկերությունների ծրագրային քաղաքականությանն անդրադառնալ ընդհանրաժողովուրդի հետադարձ հայացքներով վավերագրական կինոյի անցած ուղուն՝ պարզելու համար՝ ինչ է իրենից ներկայացնում վավերագրական կինոն, ինչ դերակատարում է ունեցել Հայաստանի հեռուստատեսության կազմավորման գործում և ինչպիսի վիճակում է այն գտնվում այսօր:

Սերգո Երիցյանը գրում է. «Փաստավավերագրությանը կիսեմատոգրաֆիայի տեսակ է, որի հիմքում ընկած է կյանքի իրական պատկերների, մարդկանց, երևույթների, իրադարձությունների արձանագրումն ու ցուցադրությունը: Նրան բնորոշ է իրականության ներկայացման տիպական և ինքնատիպ մոտեցումներ, հասարակական ինչեղություն, որոնք հենված են իրական փաստերի, վավերագրերի, տեսած այնաչարային նյութերի վրա ու կարող են արտահայտվել որպես մեկ միասնական, ամբողջական լրատվություն և արվեստի տեսակ»⁵: Վավերագրական կինոյի մեկնակետը կարելի է համարել 1895թ. դեկտեմբերի 28-ը, երբ Լումիերներ եղբայրները փարիզյան «Գրանդ կաֆեոլ» կազմակերպեցին առաջին վճարովի մասսայական կինոսեսանսը՝ ներկայացնելով իրենց հանրահայտ «Գնացքի ժամանումը» ժապավենը: «Գնացքի ժամանումը» Լա-Միոտա կայարան վավերագրական ֆիլմերի առաջին օրինակներից է, որը սարսափազդու ազդեցություն ունեցավ կինոդիտողների վրա, որոնք երբեք չէին

⁵ Երիցյան Ս.Ս., Հեռուստատեսային տերմինների և հասկացությունների տեղեկատու բառարան, Ե., Էդիթ Պրինտ, 2008, էջ 382:

առնչվել «կենդանի» լուսանկարներին⁶: Կյանքից վերցված նմանօրինակ պատառիկները («նախաճաշող երեխան», «գործարանից դուրս եկող աշխատակիցները» և այլն) փաստավավերագրական կինոխրոնիկայի հասարակ օրինակներ էին: Սակայն ասել, թե այս շրջանում մենք գործ ունենք վավերագրական կինոյի հետ, սխալ է: Տեսականորեն վաղ շրջանի կինոխրոնիկան փաստավավերագրական նյութ է, սակայն լինելով կցկտուր, անջատ և համատեքստից դուրս՝ այն զուրկ է նյութին բազմակողմանի հայացք նետելու ունակությամբ: Ըստ կինոյի տեսաբան Ռ. Բորեցկու՝ «այս շրջանի պարզունակ խրոնիկան չի պարունակում անգամ տեղեկատվություն: Ի տարբերություն շարժվող պատկերների, որոնք ընդամենը մատնանշում են նորաստեղծ տեխնիկական գյուղի հնարավորությունները, ինֆորմացիան սոցիալական բնույթ է կրում»⁷: Այս շրջանում կինոխցիկի ուշադրության կենտրոնում է գտնվում իրադարձությունը որպես այդպիսին, սակայն խնդրի թաքնված շարժառիթները, ընդլայնված համատեքստում նրա նշանակությունը մնում է կադրից դուրս: Վաղ էտապի փաստավավերագրությունը զուրկ է կարևորագույն մի արժեքից, առավել նշանակալի, քան ձայնաշարն է: Նրանում բացակայում է կազմակերպված և մեկնաբանված հեղինակային տեսակետը⁸: Վավերագրական կինոն ավելին է, քան պարզապես իրականության երևույթների արձանագրումը: Ռուս ռեժիսոր-վավերագրող, լրագրող և սցենարիստ Իգոր Բելյանը նշում է. «Ես գիտեմ, որ վավերագրական կինոյի շատ ռեժիսորներ չափից շատ են ապավինում տեսախցիկին՝ հուսալով, որ այն ինքնաբերական միայնակ ունակ է վերլուծելու արձանագրածը: Կարծում եմ՝ դամոկրոնություն է: Նախ և առաջ վավերագրական իրականությունը պետք է փորփրել, քանդել մինչև հիմք և միայն հետո նորից հավաքել»⁹: Վավերագրական կինոն փաստաարձանագրության, վերլուծողականության, ինչպես նաև

⁶ Տե՛ս և Разлогов К., Мировое кино. История искусства экрана. – М., Эксмо, 2011, с. 10.

⁷ Борецкий Р.А., Беседы об истории телевидения, М., Икар, 2011, с. 20.

⁸ Տե՛ս և Рабигер М., Режиссура документального кино: 4-е изд / Пер. С англ. Масловой Е.В. и Караваева Д.Л. – М., ГИТР, 2006, с. 29.

⁹ Беляев И., Такая жизнь, М., ФГОУ ДПО ИПК работников ТВ и РВ, 2011, с. 122.

ստեղծագործական գործընթացների համագումար է: Ոչ խաղարկային կինոյի հանդեպ «վավերագրական» տերմինն առաջին անգամ 1926թ-ին օգտագործել է շոտլանդացի գիտնական և քարոզչության հոգեբանության մասնագետ Ջոն Գրիբսոնը, ով Ռոբերտ Ֆլատերտի «Մոանա» ֆիլմին նվիրված իր գրախոսության մեջ նշել է, որ այն ոգով վավերագրական էր¹⁰:

1920-ական թվականներին վավերագրական կինոյի պատմության առաջադեմ ներկայացուցիչների (Ձիգա Վերտով, Ռոբերտ Ֆլատերտի, Ռոման Կարմեն, Էսֆիր Շուբ, Ալեքսանդր Մեդվեդկին, Ֆորիս Իվենս և այլք) շնորհիվ վավերագրական կինոն աստիճանաբար «բյուրեղացավ»՝ ձեռք բերելով հստակ եզրագծեր: Ձիգա Վերտովը, որի գործունեության արդյունքում ձևավորվեց վավերագրական կինոլեզուն, առաջ քաշեց «կինոիրականության» իր կրեդոն, որով նա բացառեց կեղծ վավերագրությունը. «կյանքը Էկրանին պետք է լինի այնպիսին, ինչպիսին որ կա իրականում»¹¹: Իրեն համարելով Էկրանային ժուռնալիստ՝ Վերտովն անչափ կարևորում էր լրագրողի առկայությունը օպարատորի կողքին, քանզի վերջինս միայնակ լիճակի չէ և՛ որսալու, և՛ արձանագրելու կյանքի իրականությունը: Վերտովը քաջ գիտակցում էր, որ տեսախցիկի առկայությունն ազդում է մարդկանց վրա՝ ստիպելով նրանց «խաղալ», չլինել իրենց բնական վիճակում: Դա է պատճառը, որ նա օգտագործեց լրագրության ողջ գործիքավորումը՝ ստեղծելով կինովավերագրության տարբեր հնարքներ՝ «սովոր տեսախցիկ», «երկարատև դիտարկում», «լրագրողը փոխում է մասնագիտությունը» և այլն: Վերոնշյալ հնարքներն արդիական են մինչ օրս և օգտագործվում են ժամանակակից կինո- և հեռուստավավերագրական ֆիլմերի արտադրության մեջ: Վերտովն առաջին կինեմատոգրաֆիստ-լրագրողն էր, որի մասնագիտական գործունեության կենտրոնում հայտնվեց մարդը¹²:

¹⁰ Ст' у Рабигер М., Режиссура документального кино: 4-е изд / Пер. С англ. Масловой Е.В. и Караваева Д.Л – М.: ГИТР, 2006, с. 30.

¹¹ Борецкий Р.А., Беседы об истории телевидения, М., Икар, 2011, с. 39.

¹² Ст' у ն ու յ ն տեղում

առանձնահատկություններին՝ կինոգետ Աննա Երզնկյանը գրում է. «Անկախ թեմատիկ և բովանդակային առանձնահատկություններին՝ Էկրանային արվեստի դասակարգման հիմքում ընկած է երկու հատուկ, հստակ ենթախումբ՝ խաղարկային և ոչ խաղարկային (վավերագրական)»¹³: Դա է պատճառը, որ 20-րդ դարի մեծագույն հայ տնագործություններին մեկը՝ հեռուստատեսությունը, անտարբեր չմնաց վավերագրական կինոյի նկատմամբ՝ նրան «ընտելացնելով» և դարձնելով իր անբաժան մասը: Այդ գործընթացը, սակայն, բավական բարդ էր և երկարատև: Կինովավերագրող Մարինա Գուդովսկայան գրում է. «Սկզբնական շրջանում հեռուստատեսությունը կինոժամանակագրությունն օգտագործում էր իբրև բանավոր շփման տեսողական լրացում: Բայց նոր տեխնիկայի պայմաններում անմիջապես ի հայտ եկավ կինոժամանակագրության հնարավորությունները: Սուր անհրաժեշտություն դարձավ նոր միջոցի բնույթին համապատասխանող, լրագրության այդ տեսակի լավագույն գծերը պահպանող, բայց և հատկանիշներին տիրապետող սեփական հեռուստաժամանակագրության ստեղծումը»¹⁴:

Արդեն 1950-ական թվականներին, երբ վավերագրական կինոն մուտք գործեց հեռուստատեսություն, և երևան եկավ հեռուստավավերագրական կինոն, որն իր յուրահատկություններով, լեզվով, առանձնահատկություններով տարբերվեց մեծ էկրանային վավերագրական ֆիլմից, ակնհայտ դարձավ կինեմատոգրաֆիայի և հեռուստատեսության առճակատման անխուսափելիությունը: Յեռուստավավերագրության ձևավորմանը զուգահեռ՝ արվեստի և լրագրության տեսաբանների միջև սկսվեցին թե՛ քննարկումներ՝ պարզելու համար վավերագրական կինոյի տեղը էկրանային արվեստներում: Յեռուստատեսության և վավերագրական կինոյի տեսաբան Սերգեյ Մուրատովն իր աշխատություններում է

¹³ Երզնկյան Ա., Հայ դասական գրականության և թատրոնի դերն ազգային հեռուստատեսության ձևավորման գործում (հայկական հեռուստատեսության գեղարվեստական հաղորդակցության սկիզբը՝ ազգային գրականություն-թատրոն-հեռուստատեսություն), Եր., Մանկավարժ., 2008, էջ 7:

¹⁴ Голдовская М. Е., Творчество и техника, М.: Искусство, 1986, с.10.

դիտարկել այդ հակամարտությանը որպես կինոկենտրոն և հեռուստակենտրոն հայացքների բախում: Առաջին դեպքում հեռուստատեսությանը դիտարկվում է որպես կինոյի տեսակ և դասվում կինոարվեստի ոլորտ, երկրորդը մոտեցումը միտված է ճանաչելու հեռուստատեսության անկախությանը կինոյից՝ վերջինս դասելով լրագրության շարքերը:

Իհարկե, վերոնշյալ հակամարտությանը բազմիցս ուսումնասիրվել է տարբեր ժամանակաշրջաններում, սակայն այսօր՝ թվային հեռուստատեսության, գերարագ համացանցի, տեղեկատվական տեխնոլոգիաների համատեքստում շարունակում է լինել արդիական: Կինովավերագրող, պրոդյուսեր Վիտալի Մանսկին նշում է. «Ժամանակակից վավերագրական կինոյի գոյությունն առանց հեռուստատեսության անհնար է այսօր: Ըստ էության ժամանակակից լսարանը տարբերություն չի տեսնում լրագրային ռեպորտաժի և վավերագրության միջև, որտեղ նույն հիմնախնդիրներն են և գաղափարները: Ռեժիսորները ստիպված են դա ընդունել որպես իրողություն, քանի որ մարդիկ կինոթատրոն չեն գնում վավերագրական կինո դիտելու»¹⁵: Այլ կերպ ասած՝ վավերագրական կինոն այժմ մեծապես կախված է հեռուստատեսությունից՝ մի հարթակից, որտեղ ոչ միայն ձևավորվել, այլ նաև հանրությանը հասանելի է դարձել կինովավերագրության նոր տեսակ: Դիտարկենք կինոկենտրոն և հեռուստակենտրոն որոշ մոտեցումներ:

1957թ-ին «Խորհրդային մշակույթ» ամսագրում տպագրված «Հեռուստատեսությունը՝ արվեստ է» հոդվածում հեղինակները հրաժարվում են այն դիտարկել որպես ինքնուրույն երևույթ. «Հեռուստատեսությունը՝ կինոյի զարգացման նոր աստիճան է, ապագայի կինոյի նոր ձևատեսակ»¹⁶: Հետևաբար հեռուստավավերագրությունը կինոարվեստի տրամաբանական շարունակությունն է:

¹⁵ Տե՛ս <https://www.novayagazeta.ru/articles/2000/03/27/9399-vitaliy-manskiy-my-snimaem-putina-takim-kakoy-on-est>.

¹⁶ Борецкий Р., Григорян А., Дмитриев Л. Телевидение – это искусство // Советская культура, 1957, 18 мая, С.7.

Մարինա Գոլդովսկայան իր՝ «Կինոխցիկով կինը» հոդվածում գրում է. «Պատահական չէ, որ վավերագրական կինոն, չնայած նրան, որ այն փաստաթղթային ազդեցություն է, անվանում են արվեստ: Մենք գործունենք պատմության գեղարվեստական ճանաչման գործընթացի հետ՝ իմացությունն ոչ թե չոր, անդեմ փաստերի, այլ մարդկային զգացմունքների, ապրումների աշխարհի միջոցով, որոնք նույնպես պատկանում են պատմությանը»¹⁷: Դժվար է չհամաձայնվել նման տեսակետին, քանի որ վավերագրական կինոն պարունակում է այն բոլոր հատկանիշները, որոնք բնորոշ են արվեստի ստեղծագործությանը՝ իրականության կերպարային պատկերում, ստեղծագործական սկիզբ, արտաքին աշխարհի կամ հեղինակային ներաշխարհի գեղարվեստական ինքնաարտահայտման, վերափոխատվորման գործընթաց կամ արդյունք¹⁸:

Հայտնի ուզբեկ կինոռեժիսոր, օպերատոր Շուհրատ Մահմիդովի կարծիքով՝ «վավերագրական կինոն առաջին հերթին գեղարվեստական, արվեստի ոչ խաղարկային ստեղծագործություն է՝ վավերագրական նյութի վրա ստեղծված, պատմված: Պետք է այն շփոթել լրագրության կամ հրապարակախոսության հետ»¹⁹:

Կինոկենտրոն ուղղության ներկայացուցիչները առավել ասես խոսում են, այսպես կոչված, ոչ հեռուստատեսային վավերագրական կինոյի մասին (մեծ էկրանի համար նախատեսված հեղինակային կինոարվեստ-վավերագրություն), որտեղ ռեժիսոր-վավերագրողն առաջին հերթին արվեստագետ է, ոչ թե լրագրող: Սակայն չպետք է մոռանալ, որ բացի գեղարվեստական արտահայտչամիջոցներից, ստեղծագործական տարրերից, վավերագրական կինոյի կարևորագույն և հենասյունային մասը վերջինիս վավերագրական հիմքն է:

Կինոգետ, պրոֆեսոր Մայքլ Ռենոլդս իր «Վավերագրական կինոյի տեսությունը» աշխատության մեջ ձևակերպում է վավերագրական

¹⁷ Голдовская М., Женщина с киноаппаратом // Искусство кино, 1991, № 6, с. 70-77.

¹⁸ *St' u* Коллингвуд Р. Дж., Принципы искусства/ Пер. с англ. Ракина А.Г – М.: “Язык русской культуры”, 1999, с. 328.

¹⁹ <http://www.fergananews.com/articles/4308>

կինոռեժիսորի գործունեության հիմքում ընկած չորս կարևոր սկզբունք: Դրանք են՝

- *արձանագրում, բացահայտում կամ պահպանում*
- *համոզում կամ գաղափարների առաջմղում*
- *վերլուծում կամ հարցաքննում*
- *արտահայտում*

Առանձնացնելով վերոնշյալ սկզբունքները՝ հեղինակը նշում է, որ կախված վավերագրական ֆիլմի տեսակից, ձևաչափից, թեմայից՝ ռեժիսորի գործունեության հիմքում կարող է ընկնել մեկ կամ մեկից ավել սկզբունք²⁰:

Ինչպես տեսնում ենք, վավերագրական կինոռեժիսորի գործունեության հիմքում ընկած են լրագրության տեղեկատվական և վերլուծական ժանրերին բնորոշ տեղեկատվության հավաքագրման, տարածման, վերլուծության, հասարակական կարծիքի ձևավորման մի շարք գործառնություններ: Ելնելով վավերագրական կինոյի մեծ և փոքր էկրանի տեխնիկական և բովանդակային առանձնահատկություններից ու տարբերություններից՝ մի շարք տեսաբաններ հեռուստատեսային վավերագրական կինոն դիտարկում են կենդանի հեռուստատեսության համատեքստում՝ այն համարելով լրագրության դրսևորում:

Ռուս կինովավերագրող Իգոր Բելյանը կտրականապես հրաժարվում է հեռուստատեսային վավերագրական կինոյի գեղարվեստական ներուճակություններից, ինչպիսի կատարյալ ձևում էլ այն հանդես գա. «Կենդանի հեռուստատեսությունը՝ արվեստ է, այլ 20-րդ դարի լրագրություն, և եթե այն ունակ է արվեստ դառնալու, ապա միայն այն պայմանով, որ նակդարի լինել հեռուստատեսություն»²¹:

Հեռուստավավերագրական կինոն լրագրության ինքնատիպ տեսակ է, որը ընդգրկվելով հեռուստածրագիր, կատարում է լրագրության գործառնություններ: Հեռուստածրագրի շրջանակներում հաղորդումների

²⁰ St' u Renov M., Theorizing Documentary. - New York&London.: Routledge, 1993, p. 21.

²¹ Беляев И., Безусловно фильм // Искусство кино., 1965. № 11. с. 70.

ընդհանուր հոսքում գտնվելով է պայմանավորված հեռուստավերագրական կինոյի պրոտիկան և դրամատուրգիան²²:

Ամերիկոհի լրագրող, վավերագրական կինոյի ռեժիսոր Լորա Փոյտրասը վավերագրական կինոյին տալիս է «Լրագրություն-Պլյուս» բնութագրումը. «Վավերագրական կինոարտադրությունը լրագրություն է, գումարած այնպիսի պատմություններ պատմելու ունակություն, որոնք մարդկային գոյության մասին ինչ-որ ավելի բան են ասում: Վավերագրական կինոն նախատեսված չէ լինելու պարզապես հրատապլուրերի թողարկում»²³:

Արվեստի և լրագրության նման հակամարտության համատեքստում չբացառենք նաև տեսական այն երկակի բնույթ կրող մոտեցումները, որոնք այսօր առավել արդիական են թվում: Դեռևս 1960-ական թթ. կինովավերագրող, օպերատոր Ռոման Կարմենը, խոսելով տեսաֆիլմի մասին, վերջինիս տվել է «կինոլրագրություն» բնորոշումը: Նման մոտեցումն այսօր բավական դիպուկ է: Վավերագրական կինոյի՝ առաջին հայացքից իրար հակադրող տեսակետները զանգվածային մշակույթի ժամանակակից միտումների համատեքստում միմյանց չեն բացառում: Եկրանային ժամանակակից մեդիայի (կինեմատոգրաֆիա, հեռուստատեսություն, համացանցային տեսանյութ) հետազոտություններն այսօր կրում են միջառարկայական բնույթ, որի արդյունքում ձևավորվում է գիտելիքներով անընդհատ հարստացող բազմատեսակետ, բազմաշերտ համակարգ, որը ծնվում է տարբեր գիտությունների հանգույցման արդյունքում²⁴: Այլ կերպ ասած՝ ժամանակակից վավերագրական կինոն իր տեսակներով, ժանրաձևաչափային բազմազանությամբ, առանձնահատկություններով և գործառնություններով անհնար է դասել որևէ ճյուղի: Այն այսօր հանդես է գալիս որպես լրագրության և արվեստի, հեռուստատեսության և կինեմատոգրաֆիայի, հրապարակախոսության և Եկրանային դրամատուրգիայի սինթեզ:

²² Տե՛ս Телевизионная журналистика: Учебник. 4-е издание - М.: «Высшая школа», 2002, с. 201

²³ <http://cmsimpact.org/media-impact/sundance-2015-documentary-or-journalism/>

²⁴ Տե՛ս Пронин А. А., Mass-док: презумпция нарративности - Санкт-Петербург., Из «Петрополис», 2017, с. 5

Վավերագրական կինոն²⁵ մեծ դերակատարում ունեցավ նաև Յայաստանի հեռուստատեսության կազմավորման գործում: Յեռուստատեսությունը կինովավերագրությունից ժառանգեց հաղորդումների ստեղծման լեզուն, ստեղծագործական հիմունքները, Էկրանային կինոհրապարակախոսության հարուստ ավանդույթները ու փորձը:

Անդրադառնալով Յայաստանի հեռուստատեսության պատմությանը՝ կարելի է նշել. «Իր առաջին տարիներին հեռուստատեսությունը հաշվի էր առնում կինոխրոնիկայի հնարավորությունները: Որպես կանոն, ծրագրում տեղ էին գտնում վավերագրական կինոնկարներ, կինոհանդեսների օպերատիվ թողարկումներ: Անհրաժեշտ կինոարտադրության սեփական բազայի բացակայության պատճառով հեռուստատեսությունն իր հասարակական-քաղաքական ծրագրերում ավելի հաճախ էր օգտագործում կինոխրոնիկայի կադրերը, կամ էլ կինոարվեստի ստեղծագործությունը հաղորդացանց էր մտցվում որպես ծրագրի առանձին ամբողջական մաս: Վավերագրական կինոն ակտիվորեն էր նպաստում հասարակական-քաղաքական ծրագրերի ստեղծմանն ու զարգացմանը»²⁶: Մեծ էր նաև վերջինիս դերը հեռուստատեսության մասնագիտացված աշխատակազմի ձևավորման գործում: Յեռուստատեսային մասնագիտությունների կադրային բաժինը մեծապես համալրվել է կինովավերագրությունից²⁷:

Վավերագրական կինոն ոչ միայն դարձավ Յայաստանի հեռուստատեսության կազմավորման խթանիչներից մեկը, այլև նրա

²⁵ Յայաստանում փաստավավերագրական առաջին նկարահանումները տեղի են ունեցել դեռևս 1907թ.: Պահպանվել են Էջմիածնում կաթողիկոս Մաթեոս Իզմիլյանի հուղարկավորության բացառիկ կադրերը (1910թ.): 1920թ. կինոօպերատոր Ա. Լեմբերգի կողմից նկարահանվել է 11-րդ կարմիր բանակի մուտքը Երևան: 1924թ. Ի. Կրասլավսկու ղեկավարությամբ ստեղծվել է առաջին լիամետրաժ \$իլմը՝ «Խորհրդային Յայաստանը»: 1925թ-ին նկարահանվել է ևս երեք կինոնկար՝ «Ալ. Մյասնիկյանի, Գ. Աթաբեկյանի, Ս. Մոզիլսկու հուղարկավորությունը», «ԽՍՀՄ ԿԳԻ-ի նստաշրջանի մասնակիցները Երևանում», «Ձրհեղեղ Երևանում»: 20-30 ական թթ. վավերագրական կինոյի արտադրությունը մեծ թափ է հավաքում՝ հետագայում մեծապես նպաստելով զանգվածային լրատվության կարևորագույն միջոցի՝ հեռուստատեսության ստեղծմանը:

²⁶ Երիցյան Ս.Ս., Յայաստանի հեռուստատեսությունը. Զարգացման 50 տարի, Եր., Տիգրան Մեծ հրատ., 2007, էջ 56:

²⁷ Տե՛ս նույն տեղում, էջ 140:

հետ հաստատելով սերտ կապեր՝ իր հաստատուն տեղը գրավեց վերջինիս կազմում:

1958թ. նկարահանվում է առաջին հեռուստատեսային վավերագրական կինոնկարը՝ «Առաջին նամակը» (ռեժ.՝ Ժ. Ավետիսյան): 1959թ. «Հայ ֆիլմ» ստուդիայի «Հայ կինոխորոնիկա» և հեռուստաֆիլմերի բաժնի հիմքի վրա ստեղծվում է «Երևանի փաստավավերագրական ֆիլմերի կինոստուդիան»: ԵՎՎՍ-ի առաջին ֆիլմերից են «Առատու թյան առաջին տարին» (ռեժ.՝ Վ. Հայկազյան), «Երգում է Ստեփանավանը» (ռեժ.՝ Գ. Բալասանյան), «Հայաստանի քրդերը» (ռեժ.՝ Ջ. Ժամհիրյան), «Ճանապարհ դեպի կյանք» (ռեժ.՝ Ռ. Ֆրանգուլյան), «Արարատյան դաշտի բարիքները» (ռեժ.՝ Գ. Ասլանյան) և այլն:

1960-ական թվականներին վավերագրական կինոն ծրագրային բնույթ է ստանում:

Ավագ սերնդի ներկայացուցիչների՝ ռեժիսորներ Վ. Հայկազյանի, Գ. Բալասանյանի, Ջ. Ժամհարյանի, Լ. Իսահակյանի, Ռ. Ֆրանգուլյանի, կինոօպերատորներ Գ. Ասլանյանի, Գ. Արամյանի, Գ. Սանամյանի և ուրիշների կողքին սկսում են աշխատել նոր սերնդի ռեժիսորներ՝ Ա. Վահունին, Ռ. Գևորգյանցը, Ա. Փելեշյանը, Ա. Ծախբազյանը, Ս. Փոշոտյանը, Պ. Մալայանը, կինոօպերատորներ Բ. Հովսեփյանը, Յու. Բաբախանյանը, Մ. Վարդանովը, Է. Մաթևոսյանը և ուրիշներ:²⁸

Ինչ վերաբերվում է հեռուստատեսություն-վավերագրական կինո ժամանակակից կապին, կարող ենք նշել՝ վավերագրական կինոն այսօր Հայաստանի հեռուստաընկերությունների ծրագրի անբաժան մասն է: Ավելին՝ փոքր Էկրանը կինովավերագրությունը զանգվածային լսարանին հասանելի դարձնող հիմնական հարթակն է Հայաստանում: Պատճառը երկրի սակավաթիվ կինոթատրոնների՝ վավերագրական կինոյի հանդեպ ցուցաբերած պասիվությունն է (2008թ-ից ի վեր կինոթատրոնում վարձույթի հնարավորությունն են ունեցել եզակի ֆիլմեր՝ Վարդան Հովհաննիսյանի՝ «Պատմություններ պատերազմի և խաղաղության օրերից», Էդգար Բաղդասարյանի՝ «Արարատից Սիոն», Արամ Ծախբազյանի՝ «Փրկության քարտեզ»): Այդ մասին է խոսում

²⁸ Տե՛ս <http://haykdfs.com/hy/about-us>

«Մեդիանախաճեռնու թյուր նկերի կենտրոնի» տնօրեն Նուսե Սարգսյանն իր հարցազրույցներից մեկում. «Իմ կարծիքով՝ այսօր Հայաստանում նկարահանվող վավերագրական ֆիլմերից շատերի նպատակը, տարածման քաղաքականությունն իսկզբանե հստակեցված չէ, և այդ է պատճառը, որ դրանց մեծ մասը քնում է դարակներին: Ինչ վերաբերում է այն վավերագրական ֆիլմերին, որոնք պահանջարկ են վայելում արտասահմանյան երկրների հեռուստաընկերությունների, բայց ոչ մեր հեռուստաընկերությունների կողմից, կարծում եմ՝ երկուստեք համագործակցության պակասի և նպատակների անճշտության պատճառ է: Եթե ֆիլմերը արտաքին շուկայում պահանջարկ վայելում են, ուրեմն ներսում դրանց ցուցադրումը գուցե այլ կերպ, բայց պետք է խրախուսված լինի: Այդ ֆիլմերն անպայման պետք է հեռարձակել տեղական հեռուստաընկերությունները. կարևոր է, որպեսզի այդ ֆիլմերը հայ հանդիսատեսը տեսնի: Իհարկե, պաշտպանելով ֆիլմի հեղինակային և հարակից բոլոր իրավունքները: Այսօր վավերագրական կինոն միայն հեռուստատեսությամբ ցուցադրելը բավական չէ, և պետք է մատուցման տարբեր ձևեր և ճանապարհներ գտնել: Հակառակ դեպքում՝ համագործակցությունը կավարտվի՝ «ռեյտինգ չի ապահովում» հայտնի տրամաբանությամբ: Ռեյտինգ ապահովելու համար կարևոր են մատուցման ձևը, ցուցադրության համար ընտրված ժամը և այլն»²⁹:

Մի շարք խնդիրներից զատ, կան նաև դրական տեղաշարժեր: Վերջին տարիներին նկատելի են որոշակի համագործակցային հարաբերություններ հեռուստաընկերությունների և վավերագրական կինոստուդիաների միջև: Նման համագործակցության օրինակ է «Ճողակաթ» հեռուստաընկերության՝ ֆրանս-հայկական զարգացման հիմնադրամի պատվերով նկարահանված «Երկու ճանապարհ» ֆիլմը (ռեժ.՝ Վահե Յան), Բարս մեդիայի «Հանրային հեռուստաընկերության» համար նկարահանած «Իմ Բանակը»³⁰ և «Ճանապարհ»³¹ ֆիլմաշարերը: Նման

²⁹ Մովսիսյան Ռ., Արդի հայկական վավերագրական կինոյի խնդիրներն ու հեռանկարները // Մեդիա նախաճեռնությունների կենտրոն <https://www.slideshare.net/MediaInitiatives/modern-armenian-documentary-filmmaking-arm>.

³⁰ Հաղորդաշարը եթերում է եղել՝ 18/09/16-18/12/16թթ.

համագործակցությունների շնորհիվ Հայաստանի հեռուստաընկերությունների եթերը համալրվում է միջազգային չափանիշներին համապատասխանող վավերագրական որակյալ հեռուստաարտադրանքով, որը մրցակցային դաշտը դարձնում է ավելի բազմազան և պրոֆեսիոնալ:

Այսպիսով՝ Հայաստանի հեռուստատեսություն-վավերագրական կինո կապը զարգացման իր ողջ ընթացքում եղել է ամուր և կարևոր: Վավերագրական կինոն, իրենից ներկայացնելով լրագրության և արվեստի սինթեզ, իր անփոխարինելի տեղն ունի Հայաստանի հեռուստաընկերությունների ծրագրում: Ավելին՝ հեռուստատեսությունն այսօր, թերևս, վավերագրական կինոյի գլխավոր հարթակն է: Հետևաբար կա հեռուստատեսային վավերագրական կինոյի ներկայիս վիճակի, ծրագրային միտումների ու սումնասիրության անհրաժեշտություն:

1.2 Հեռուստատեսային և ոչ հեռուստատեսային վավերագրական կինո

Իգոր Բելյանը գրում է. «Վավերագրական կինոն, ինչպես ցանկացած իրական արվեստ, չի կարող լինել ազգայինից զուրկ»³²: Սակարևոր դիտարկում է, որն ընդգծում է վավերագրական կինոյի մասին ընդհանուր համատեքստում խոսելու անթույլատրելիությունը: Վավերագրական կինոն իր մեջ արտացոլում է ազգային մշակույթը, ավանդույթները, պետության և ժողովրդի խնդիրներն ու առանձնահատկությունները: Յուրաքանչյուր երկրի հեռուստատեսությունում վավերագրական կինոն յուրովի է դրսևորվում. հեռուստածրագրում տեղ են գտնում տվյալ հեռուստալսարանին բնորոշ ձևաչափեր:

Ի հակադրություն արտաքին և ներքին միջարթ հանգամանքների՝ հայ վավերագրական կինոն ոչ միայն չվերացավ, այլև կարողացավ պահպանել իր ձևաչափային-բովանդակային յուրահատկությունը:

³¹ Հաղորդաքարը եթերում է եղել՝ 24/09/17-17/12/17թթ.

³² Беляев И., Такая жизнь, М., ФГОУ ДПО ИПК работников ТВ и РВ, 2011, с. 411.

Ավելի ին՝ վավերագրական կինոն այժմ հայ հեռուստատեսության և կինեմատոգրաֆիայի ու ժեղագույն կողմերից է:

Ինչպես արդեն նշվել է՝ վավերագրական կինոն ընդունված է բաժանել երկու տեսակի՝ ոչ հեռուստատեսային՝ (կամ՝ փառատոնային, հեղինակային, ոչ ձևաչափային) և հեռուստատեսային՝ (կամ՝ զանգվածային, ձևաչափային): Ոչ հեռուստատեսային վավերագրական կինոն իրենից ներկայացնում է հեղինակային կինոարվեստ-վավերագրություն, որն ի սկզբանե ստեղծվում է մեծ էկրանային ցուցադրության համար: Հեռուստատեսային վավերագրական կինոն իր հերթին նպատակ է հետապնդում փոքր էկրանային հեռարձակման:

Խոսելով հեռուստատեսություն-վավերագրական կինո կապի մասին՝ պետք է նշել, որ հեռուստատեսությանը մի հարթակ է, որտեղ դրսևորման հավասար հնարավորություններ ունեն վավերագրական կինոյի և՛ հեռուստատեսային, և՛ ոչ հեռուստատեսային տեսակները: Սակայն վերցնելով հեռուստածրագիրը՝ դժվար չէ նկատել, որ գործնականում դա այնքան էլ այդպես չէ: Ոչ հեռուստատեսային վավերագրական կինոն գրեթե բացակայում է Հայաստանի հեռուստաընկերությունների ծրագրից: Ի սկզբանե նախատեսված չլինելով հեռուստատեսությամբ ցուցադրության համար՝ ոչ հեռուստատեսային վավերագրական կինոն կարող զուրկ է փոքր էկրանին բնորոշ մի շարք հատկանիշներից, որոնք մեծ դեր են խաղում հեռուստածրագիրը կազմելիս: Այսպես՝ ոչ հեռուստատեսային կինո-վավերագրությանը բնորոշ է բազմաշերտ կինոլեզու, որն իրենից ներկայացնում է տեսալսողական արտահայտչամիջոցների, նշանների, կերպարների, կինեմատոգրաֆիկ գաղտնագրի, մոնտաժի և միմյանց միջև իմաստաբանական հարաբերությունների բարդ համակարգ³³: Նման բարդ կինոլեզվի պատճառով սեղմվում է հեռուստատեսային վիճակագրական լսարանը, և վավերագրական ֆիլմը հեռուստածրագրավորման տեսանկյունից դառնում է ոչ պիտանի (ոչ վարկանիշային):

³³ Տե՛ս Степанян А., Киноязык телевидения: особенности восприятия // Научная дискуссия: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. 2016. №9 (48), с. 88-91.

Յեռուստատեսային վավերագրական կինոյի պարագայում մենք գործ ունենք ոչ թե կինոլեզվի, այլ հեռուստալեզվի հետ: Վերջինիս ծագմանը դեռևս 1960-1970թթ-ին անդրադարձել է կինովավերագրող Յերց Ֆրանկը: Յեռուստատեսության զարգացման հեռանկարների համատեքստում Ֆրանկը գրում է. «Կարո՞ղ է արդյոք այս նոր պայմաններում վավերագրական կինոն իր ներկատեսքով մրցակցել հեռուստատեսության հետ: Ամենայն հավանականությամբ կձևավորվի նոր կինոլեզու: Ամեն դեպքում, կարծում եմ, խրոնիկայի, գիտության և արվեստի միասնությունը վավերագրական կինոյին կծառայի նաև ապագայում»³⁴: Յեռուստալեզուն հանդիսացավ վավերագրական կինոյի այդ «նոր լեզուն»: Յեռուստալեզուն, ինչպես նշում է Սերգո Երիցյանը, «զարգացման իր ողջ ընթացքում շատ բան է ժառանգել կինոլեզվից և Էկրանավորման, լեզվաոճական, գեղարվեստական արտահայտչամիջոցների, մոնտաժային հիմունքների առումով բավական նման է նրան, սակայն գլխավոր տարբերությունը բխում է դրանց առջև դրված խնդիրներից ու գործառնություններից. կինոյին բնորոշ է արվեստի, իսկ հեռուստատեսությանը՝ լրագրության գործառնությունները»³⁵: Յեռուստալեզուն ավելի պարզ, հասանելի և դյուրըմբռնելի է լսարանի համար, քանի որ իր մեջ պարունակում է հեռուստատեսության համար կարևոր մեկնաբանության տարրը: Վերջինս ունի բացատրական գործառնությամբ՝ մեկնաբանել տեսաշարը, տալ հավելյալ տեղեկություն: Մեկնաբանության ամենատարածված ձևը հետևադրային ձայնն է, որն ամենևին միակ միջոցը չէ: Որպես օրինակ կարելի է դիտարկել «Երկիր Մեդիա» հեռուստաընկերության նկարահանած «Սևանի կանչը»³⁶ երկմաս տեսաֆիլմը (2017թ., հեղ.՝ Արթուր Մկրտչյան), որի հիմքում ընկած է Սևանալճի ջրի մակարդակի, աղտոտվածության, ձկնատեսակի քանակի և մի շարք այլ հիմնախնդիրների լուսաբանումը: Այստեղ օգտագործվում է մեկնաբանության մի ամբողջ զինանոց, որը տեսաշարի հետ միասին

³⁴ Франк Г., Карта Птолемея: Записки кинодокументалиста – М.: Искусство. 1975, с. 230

³⁵ Երիցյան Ս.Ս, Յեռուստատեսային տերմինների և հասկացությունների տեղեկատու բառարան, Ե., Էդիթ Պրինտ, 2008, էջ 216:

³⁶ Եթերում ցուցադրվել է մաս 1՝ 09/02/17թ., 12/02/17թ., 14/02/17թ., մաս 2՝ 22/02/17թ., 26/02/17թ., 28/02/17թ.

ձևավորում է պարզ և ընկալելի հեռուստալեզու: Յետկարային ձայնի հետ միասին տեսաշարի և թեմայի մեկնաբանությանն են ուղղված հեղինակային սթենդափը, տարբեր մասնագետների հարցազրույց-մեկնաբանությունները, գրաֆիկական և անիմացիոն լուծումները:

Ոչ հեռուստատեսային վավերագրական կինոն, որի հիմքում ընկած են ոչ թելրագրության, այլ արվեստի գործառույթները, բացառում է մեկնաբանությունը կինոլեզվից: Չկա տեսաշարը մեկնաբանելու միտում, յուրաքանչյուր ոք յուրովի պետք է զգա, ընկալի և ինքնիր համար մեկնաբանի հեղինակի կողմից գաղտնագրված սիմվոլները, թաքնված իմաստն ու ասելիքը: Վառ օրինակ են Արտավազ Փելեշյանի վավերագրական ֆիլմերը («Սկիզբ» (1967թ.), «Մենք» (1969թ.), «Տարվա եղանակները» (1975թ.) և այլն), որտեղ հեղինակը օգտագործելով կինոխրոնիկայի կադրեր, «դիստանցիոն մոնտաժի» շնորհիվ ստեղծում է կինովավերագրություն-արվեստ՝ վերիմաստավորելով իրար հետ կարծես կապչուն եցող դրվագները:

Փորձելով ցույց տալ կինոլեզվի և հեռուստալեզվի մոտեցումների տարբերությունը՝ Իգոր Բելյանը գրում է. «Վավերագրական կինոնկարը կառուցվում է համր կինեմատոգրաֆիայի գեղագիտական կարգերի հիման վրա, վավերագրական տեսաֆիլմը ձայնային կինոյի երևույթ է»³⁷: Նման դիրքորոշումը բավական դիպուկ է՝ ոչ հեռուստատեսային վավերագրական կինոյի համար հենասյունային է տեսաշարը, հեռուստատեսայինի համար՝ մեկնաբանված տեսաշարը:

Խոսելով վավերագրական կինոյի տեսակների էկրանային լեզվի առանձնահատկությունների մասին՝ պետք է նշել նաև կարևորագույն այն գործոնները, որոնք նպաստել են վերջիններիս ձևավորմանը: Տարբեր են ոչ միայն հեռուստատեսային և ոչ հեռուստատեսային վավերագրական կինոյի լսարանը, այլ ֆիլմ դիտելու շարժառիթներն ու հանգամանքները: Եթե ցանկանում ենք դիտել ոչ հեռուստատեսային վավերագրական կինո, ապա պետք է ընտրել ֆիլմը նախօրոք, գնալ կինոթատրոն և վճարել տոմսի համար:

³⁷ Беляев И., Спектакль документов. Откровения телевидения - М.: Гелеос, 2005, с. 30.

Տարբեր ուսումնասիրություններ ցույց են տալիս, որ անգամ \$իլմը չհավանելու դեպքում մարդիկ սպասում են նրա ավարտին: Այլ է հեռուստատեսությամբ \$իլմ դիտելը: Հեռուստադիտողը մեծ մասամբ պատահականությամբ սկզբունքով է ընտրում \$իլմը՝ հերթով «թերթելով» հեռուստաալիքները: Յուրաքանչյուր \$իլմ ունի հեռուստադիտողի ուշադրությունը գրավելու համար մի քանի բոլորակներ: Ոչ պակաս կարևոր է նաև կինոդիտման գործընթացն ու հանգամանքները: Կինոթատրոնում ստեղծված են բոլոր պայմանները կինոդիտման գործընթացն առավել հարմարավետ դարձնելու համար: \$իլմ դիտողը պետք է մոռանա առօրյա խնդիրներն ու ամբողջովին խորասուզվի կինոյի աշխարհ: Հեռուստատեսությամբ \$իլմ դիտելը հեռուստադիտողին չի կտրում իր առօրյա հոգսերից ու միջավարից. կարելի է դիտել և նույնիսկ «լսել» հեռուստացույց՝ զբաղվելով կենցաղային գործերով: Պատկերը հեռուստաէկրանին չնայած կարևոր է, այնուամենայնիվ ունի պակաս նշանակություն՝ համեմատած մեծ կինոյի հետ: Եթե անգամ կա անհրաժեշտություն կտրել հայացքը հեռուստաէկրանից, գործողությունների մասին տեղեկություն կարելի է որսալ մեկնաբանությունից³⁸:

Հեռուստավավերագրական կինոն, բացի հեռուստալեզվից, ունի նաև մի շարք կարևոր այլ որակներ, որոնք մեծապես նպաստում են վերջինիս հեռուստաժրագրում հայտնվելուն: Նման որակներից է ձևաչափը: Այն հեռուստատեսային կարևոր հատկանիշ է, վերջինիս գործունեության հայեցակարգ, որն իր մեջ ներառում է հեռուստանախագծերի բովանդակային, գեղագիտական, ծրագրավորման, կազմակերպչական և այլ առանձնահատկություններ:³⁹

Ի սկզբանե *ձևաչափ* հասկացությունը հեռուստատեսությունում օգտագործվում էր որպես քանակական որակ՝ հեռուստահաղորդումների տևողության չափ, մետրաժ, որը պայմանավորված էր հեռարձակման ցանցով և ծրագրով: Այսօր շատերը

³⁸ Տե՛ս Шергова К.А., Становление жанров документального телекино. М., Академия медиаиндустрии, 2016, с. 20.

³⁹ Տե՛ս Երիցյան Ս.Ս., Հեռուստատեսային տեղմիներին և հասկացությունների տեղեկատու բառարան, Ե., Էդիթ Պրինտ, 2008, էջ 267:

շարունակում են այն կիրառել որպես գուտքանակական, երբեմն որպես տեխնիկական նկարագրություն՝ ձևաչափը դիտարկելով որպես արտաքին հատկանիշ: Սակայն ժամանակակից հեռուստատեսությունում ձևաչափն ունի անհամեմատլայն բնորոշում: Այն հեռուստատեսային արտադրանքի տեսածայնային բաղադրիչների տարբերակիչ գծերի ամբողջությունն է, որն իր մեջ ներառում է հաղորդման գրաֆիկական, երաժշտական ձևավորումը, սցենարը, դեկորացիան, գործառույթները և այլ բաղադրատարրեր, որոնց միագումարը բավարար է ստեղծագործությունը յուրահատուկ համարելու համար:

Արտասահմանյան գրականությունում ձևաչափը դիտարկվում է որպես «ֆիլմի/հաղորդման գրանցված օրիգինալ տարբերակ, որը լիցենզավորման հիմունքներով կարող է տարածվել այլ երկրներ՝ ադապտացվելով տեղի հեռուստատեսության կարգերին»⁴⁰: Անհնար է պարզապես վերցնել ձևաչափն ու առանց ձևափոխության ներառել հեռուստաժրագիր: Պետք է հաշվի առնել ոչ միայն հեռուստաընկերության ծրագրային քաղաքականության զարգացման վեկտորները, այլ նաև հեռուստալսարանի առանձնահատկությունները, ազգային ավանդույթներն ու աշխարհայացքը, երկրի մշակութային, գիտական, տեխնիկական ներուժը, քաղաքական դաշտը և այլն: Ուստի անդրադառնալով Հայաստանի հեռուստատեսությանը՝ պետք է նշել, որ հեռուստատեսային վավերագրական կինոյի ոչ բոլոր ձևաչափերն են տեղ գտնում հեռուստաժրագրում, իսկ որոնք հայտնվում են այս կամ այն հեռուստապիքի եթերում, ենթակա են ուսումնասիրության, քանի որ կատարում են հայ հեռուստալսարանին հատուկ գործառույթներ:

Խոսելով վավերագրական կինո-ձևաչափ կապի մասին՝ Իգոր Բելյանը գրում է. «Հեռուստատեսության ծրագիրն ունի տարբեր ձևաչափերի անհրաժեշտություն՝ և՛ տեսաֆիլմաշար, և՛ լիամետրաժ «ինքնաբովանդակ» արտադրանք, և՛ նույնիսկ ֆիլմ իր կարճագույն մետրաժով: Վավերագրական կինոն կստանա իր ճանաչումն ու տեղը հեռուստաժրագրում միայն այն դեպքում, երբ

⁴⁰ Perebinosoff P., Gross. B, Gross L., Programming for TV, Radio & The Internet: Strategy, Development & Evaluation - New York&London.: Focal Press, 2005, p. 85.

հեռուստաընկերությունները կունենան տարաբնույթ ձևաչափ նախատեսող ծրագրային քաղաքականություն, հեռարձակման ճկուն ցանց, որի արդյունքում կստեղծվեն հեռուստալսարանին և նրա պահանջները հաշվի առնող տեղեկատվական, ժամանցային, կրթական և այլ հեռարձակման բաժիններ»⁴¹: Դա է պատճառը, որ ոչ հեռուստատեսային վավերագրական կինոն, որը զուրկ է ձևաչափից, հազվադեպ է հայտնվում հեռուստածրագրում (այն հեռուստածրագրում հայտնվում է մասնավորապես օրացուցային կամ հոբելյանական օրերին): Առհասարակ մեծ կինեմատոգրաֆիայի համատեքստում կա բացասական վերաբերմունք ձևաչափի նկատմամբ, որն ընկալվում է որպես ստեղծագործականը կաղապարող երևույթ: Կինոլեզուն՝ բաց համակարգ է, որն ամեն անգամ նորովի է հայտնագործվում⁴²:

Հեռուստատեսային վավերագրական կինոնկարի հաջորդ կարևորագույն հատկանիշը զանգվածայնությունն է, որը զուգորդվում է այդ ընկալման երկարաժամկետության, պարբերականության և ցիկլայնության հետ: Այլ կերպ ասած՝ հեռուստատեսային վավերագրական կինոնկարը ենթադրում է ոչ թե մեկանգամյա ցուցադրություն, այլ նպատակ է հետապնդում բազմահաճախ հեռարձակման՝ որպես թիրախային խումբ ընտրելով զանգվածային լսարանը:

Դեռևս 1950-ական թվականներին հեռուստատեսությունը կինոյի հետ մեկտեղ ստացավ «միլիոնների արվեստ» բնորոշումը: Այն այսօր շարունակում է կարևոր տեղ գրավել միլիոնավոր մարդկանց կյանքում: Ըստ 2013թ-ի տվյալների՝ Հայաստանի բնակչության 79%-ը որպես տեղեկատվություն ստանալու հիմնական աղբյուր ընտրում էր հեռուստատեսությունը⁴³: Պատկերն այսօր չի փոխվել: Չնայած լսարանի կրճատմանը՝ հեռուստատեսությունը ամենազանգվածային լրտավական միջոցն է Հայաստանում: Ս. Երիցյանը գրում է. «Չանգվածայնությունը հեռուստատեսային այնպիսի որակ է, որը ենթադրում է ծրագրում ունենալ հաղորդումներ՝ նախատեսված

⁴¹ Беляев И., Спектакль документов. Откровения телевидения - М., Гелеос, 2005, с. 219.

⁴² St' u Энциклопедия Постмодернизм, Минск: Интер Прес Сервис, 2001, с. 472.

⁴³ <https://armenpress.am/arm/news/749499/>

ամբողջ լսարանի համար, որոնք իրենց բովանդակությամբ և գեղարվեստական մակարդակով կարող են հնարավորինս լայն լսարան հավաքել»⁴⁴: Անգամ եթե հեռուստաընկերություններն ունեն որոշակի ուղղվածություն՝ քաղաքական, մշակութային, ժամանցային, ծրագրային քաղաքականության հիմքում ընկած է տվյալ ձևաչափում լսարանի սահմանների հնարավորինս ընդլայնման ձգտում: Հեռուստատեսային վավերագրական կինոն, լինելով հեռուստատեսային արտադրանք, ևս ձգտում է զանգվածայնության: Այն ապահովվում է ոչ միայն պարզ, մառչելի հեռուստալեզվի, այլև միջարքայլ գործոնների միջոցով, որոնցից է թեմայի ընտրությունը: Ելնելով Հայաստանի հեռուստատեսության վերջին տարիների ծրագիրը, ստորև ներկայացնենք հեռուստատեսային վավերագրական կինոյի որոշ թեմաներ, որոնք առավել հաճախ են հանդիպում:

1. Գիտահանրամատչելի, կրթական-ճանաչողական, պատմամշակութային թեմաներ

Հայաստանի հեռուստատեսությունում նման թեմատիկ ուղղվածություն ունեցող վավերագրական հաղորդումները զանգվածային լսարանին են ներկայացնում հետաքրքիր առեղծվածային, ճանաչողական պատմություններ Հայաստանի, նրա մշակույթի, պատմության, ճարտարապետության և այլ թեմաների վերաբերյալ, որոնք ի գործ են գրավել ու լայն հեռուստալսարանի ուշադրությունը: Նմանօրինակ վավերագրական հաղորդումներից են «Հանրային հեռուստաընկերության»՝ «Հայաստանի առեղծվածները», «Անծանոթ Հայաստան», «Արվեստակիրներ», «Մատենադարան. ձեռագրերի գաղտնիքները», «Շողակաթ» հեռուստաընկերության «Ազգապատում», «Երկիր Մեդիա» հեռուստաընկերության «Հայոց Պետության Խորհրդանիշները», «Մաշտոցյան Մատենադարան» և այլն:

2. Սուր սոցիալական, հիմնախնդրային արդիական թեմաներ

⁴⁴ Երիցյան Ս.Ս, Հեռուստատեսային տերմինների և հասկացությունների տեղեկատու բառարան, Ե., Էդիթ Պրինտ, 2008, էջ 80:

Նման թեմատիկ ուղղվածություն ունեն հեռուստավերագրական մի շարք տեսաֆիլմեր, որոնք զանգվածային լսարանին են ներկայացնում այժմյան Հայաստանի հրատապ լուծում պահանջող բնապահպանական, տնտեսական, քաղաքական, սոցիալական և այլ հիմնախնդրային թեմաներ: Վառ օրինակներից են «Երկիր Մեդիայի»՝ «Սևանի կանչը», «Հայաստանի գործարանների անգործությունը», «Երբ ծառերը կանգնած չեն մեռնում», «Գյուղացու գարունը» և այլն:

3. Արցախյան պատերազմին, բանակին, ցեղասպանությանը, նրա հետևանքներին վերաբերող թեմաներ

Թեմատիկ այս ուղղվածությունը կարելի է դիտարկել վերոնշյալ խմբերի համատեքստում, քանի որ այն կրում է և՛ կրթական-ճանաչողական՝ և՛ հիմնախնդրային բնույթ: Սակայն թե՛ արվեստում, թե՛ գիտության մեջ արցախյան պատերազմին, ցեղասպանությանը, հայոց բանակին վերաբերող թեմաները հայ ժողովրդի համար դարձել են առանձին մի ուղղություն, որը պահանջում է անհատական մոտեցում: Նման թեմաները ժամանակակից հայ հեռուստալսարանի աֆիլմեսյան գարշապարն է, որոնց անդրադառնալիս պետք է հաշվի առնել մի շարք գործոններ՝ հավանական էմոցիոնալ հզոր դաշտի ստեղծում, խնդրի գերարդիականություն և այլն: Նման թեմատիկ ուղղվածություն ունեցող հեռուստավերագրական հաղորդումներից և ֆիլմերից են «Հանրային հեռուստաընկերության» «Նեմեսիս», «Հարյուրամյակի հերոսամարտը. Մուսալեռ», «Ապրիլից ապրիլ», «Կյանքը սահմանին», «Իմ բանակը», «Նվիրյալները», «Շողակաթ» հեռուստաընկերության «Հայոց ցեղասպանության 1919-1923 թվականները. քեմալական կոտորածներ» հեռուստաֆիլմը և այլն:

Զանգվածայնության ապահովման հաջորդ կարևորագույն գործոնը պարբերականությունն ու եթերային ցիկլայնությունն է:

Սերգեյ Մուրատովը գրում է. «Յեռուստատեսային հեռարձակումը Էկրանային պարբերականություն է»⁴⁵: Անհնար է ապահովել հեռուստատեսային վավերագրական կինոյի զանգվածայնությանը, եթե այն գուրկ է եթերային երկարաժամկետությունից: Դա է պատճառը, որ վավերագրական կինոն խուսափում է խոսել այժմ րոպեական լուծում պահանջող խնդիրների մասին: Յայաստանի հեռուստաժրագրում այսօր կարելի է հանդիպել մի շարք ակնարկաշարերի, հաղորդաշարերի, տեսաֆիլմաշարերի, որոնք նույնպես միտված են ապահովելու հեռուստավավերագրական կինոյի եթերային պարբերականությունը: Նման հաղորդաշարային մոտեցումը հեռուստավավերագրական կինոյին հնարավորություն է տալիս իր կայուն տեղն ունենալու հեռուստաժրագրում, անդրադառնալու տարատեսակ թեմաների՝ պահպանելով ձևաչափային նորմերը, ոճը, ստեղծագործական անձնակազմը, գործառույթները և այլն: «Յեռուստատեսության համար ստեղծված ֆիլմը հաշվարկված է կրկնաբար ցուցադրության համար՝ այլ հաղորդումների շարքում, ինչպես նաև՝ հաշվի առնելով հեռուստատեսային ծրագրի ողջ համատեքստը, նրա ընկալման իրավիճակը և պայմանները»⁴⁶: Ոչ հեռուստատեսային վավերագրական կինոն այս առումով, իհարկե, պակաս զանգվածային է: Այն չունի եթերային երկարաժամկետություն:

Իգոր Բելյանը, խոսելով եթերում ոչ հեռուստատեսային վավերագրական կինոյի մասին, գրում է. «Վավերագրական կինոն արվեստ է: Նրան բնորոշ է մտածողության և պրոֆեսիոնալիզմի այլ մակարդակ: Նման ֆիլմերը մասնակցում են փառատոններին, ստանում մրցանակներ: Լավագույն դեպքում նրանց սպասվում է հեռուստատեսային մեկանգամյա ցուցադրություն: Բայց նման ցուցադրությունը ոչ այլ ինչ է, քան ոչինչ: Վավերագրական կինոն իր բերքը հավաքում է ոչ թե առաջին, այլ գուցե չորրորդ ցուցադրության ժամանակ, երբ շատերն այն տեսնում են»⁴⁷:

⁴⁵ Муратов С.А., Документальный телефильм. Незаконченная биография. - М., ВК, 2009, с.68.

⁴⁶ Յեռուստատեսային ժուռնալիստիկա (խմբ. Գ.Գ. Անանյան), Երևանի համալսարանի հրատ. 2003, էջ 264:

⁴⁷ Муратов С.А., Документальный телефильм. Незаконченная биография. - М., ВК, 2009, с.307.

Չանգվածայնության մասին խոսելիս պետք է նշել նաև այն մեծ պատասխանատվությանը, որն ընկած է հեռուստավարձարական կինոյի ռեժիսոր-լրագրողի ուսերին: Եթե ոչ հեռուստատեսային վավերագրության անկախ ռեժիսորն ազատ է թեմայի ընտրության, լրագրողական հետաքննության մեջ, ապա հեռուստատեսության պարագայում այդ ամենը նախ՝ պետք է համաձայնեցվի հեռուստատեսային խմբագրության և ղեկավարության հետ, ապա՝ ենթարկվի վերլուծության բացասական հնարավոր հետևանքներից խուսափելու համար: Յեռուստաէկրանը ոչ միայն կյանքի հայելին է, այլ նաև խոշորացույցը. Էկրանից հնչած յուրաքանչյուր տեղեկատվությունն իր արձագանքն է գտնում: Կան մի շարք օրինակներ, երբ հեռուստավարձարական կինոյի ստեղծագործական խումբը հրաժարվում է Էկրանից խոսել լրագրողական հետաքննության որոշ բացահայտումների մասին՝ փորձելով չվնասել որոշ անձանց (օրինակ՝ երբ խոսքը ռազմական թեմայի մասին է) խուսափել աննպաստ հետևանքներից ու ռեակցիայից: Կարևոր է նաև Էկրանից բացառել չհաստատված, կեղծված, իրականության հետ կապ չունեցող իրադարձությունները, դեպքերը և այլն: Եթե կենսագրական, իրական փաստերի վրա հիմնված գեղարվեստական կինոյում օգտագործվում են մտացածին դրվագներ՝ վերջինիս դրամատիկ բնույթ հաղորդելու համար, ապա հեռուստավարձարական կինոյում նման մոտեցումն անթույլատրելի է: Յուրաքանչյուր փաստաթուղթ, տեղեկատվություն և, հարցազրույց պետք է ստուգման ենթարկվի, և հեռուստադիտողին ներկայացվի ճշգրիտ փաստեր և իրադարձություններ:

Շարունակելով ժամանակակից հեռուստատեսային վավերագրական կինոյի հատկանիշների թվարկումը՝ նշենք ևս մեկը, որը մեծապես նպաստում է վերջինիս հեռուստատեսային առաջմղմանը՝ առավել դյուրըմբռնելի և հասանելի դարձնելով այն եթերում: Խոսքը մեդիատիրոջ թումբում լայն տարածում գտած ինֆոգվարձանքի (ինֆոթեյնմենթ) մասին է: Ինֆոգվարձանքն իրենից ներկայացնում է ժամանակակից մեդիամշակութային երևույթ, որը ծնունդ է առել տեղեկատվական, հաղորդակցական և զանգվածային-գվարձալի (ժամանցային)

բաղադրիչների բնականոն սինթեզի արդյունքում⁴⁸: Այլ կերպ ասած՝ ինֆոզվարճանքը տեղեկատվության փոխանցող և զվարճանք ապահովող մոդել: Տերմինն առաջին անգամ օգտագործվել է 1980-ական թվականներին ամերիկյան հրապարակախոսական աշխատություններում՝ փորձելով սահմանել հեռուստատեսությունում կատարվող փոփոխություններն ու տեղեկատվության մատուցման զվարճանքային ձևատեսակը: Ինֆոզվարճանքը լայն քննարկումների առարկա դարձավ մեդիա տիրույթում: Անդրեաս Վիտտվենն իր «Ինֆոթեյնմանթ – հեռուստատեսային նորությունը տեղեկատվության և զվարճանքի միջև» աշխատությունում, դառնալով վերջինիս ոճայնությանն ու բնույթին, հարցադրում է. «Ի՞նչ է ինֆոթեյնմանթը, Ի՞նչ ենք մենք հասկանում այդ տերմինի ներքո՝ տեղեկատվության զվարճանքային մատուցում, տեղեկատվական զվարճա՞նք, թե՞ և՛ մեկը, և՛ մյուսը»⁴⁹: Ժամանակակից հեռուստատեսության համատեքստում ինֆոզվարճանքն իրենից ներկայացնում է տեղեկատվության զվարճանքային փաթեթավորման հնարավոր բոլոր հնարքները (թեմատիկ, վիզուալ, բանավոր-հաղորդակցական և այլն): Նման հնարքների օրինակներ են տեսաշարի գրաֆիկական լուծումներն ու անիմացիան, դերասանների մասնակցությամբ բեմականացված տեսարանների կիրառումը, երաժշտական ձևավորումը, սրընթաց մոնտաժը, ստեղծագործության դրամատուրգիական կառուցվածքը և այն ամենը, ինչ հեռուստահաղորդումը/ֆիլմը դարձնում է ավելի «պարզ, թեթև, բարձր, զվարճալի» (Կ.Ս. Ստանիսլավսկու հայտնի ասույթի հետքերով):

Ռուս լրագրող, հեռուստահաղորդավար Լեոնիդ Պարֆյունովը, իր հարցազրույցներից մեկում անդրադառնալով հեռուստատեսային վավերագրական կինոնկարին, նշում է. «Հաղորդումը պետք է լինի զվարճալի կամ կրի ճանաչողական բնույթ: Հակառակ դեպքում հաղորդաշարը չի կարող ապավինել բազմահաճախ ցուցադրության: Կա

⁴⁸ St’ u Драгун Е. М., Влияние массовой культуры на формирование современного инфотейнмента и его социокультурные функции // Вопросы культурологии. 2014. № 9. с. 34-38.

⁴⁹ Wittwen A., Infotainment: Fernsehrichten zwischen Information und Unterhaltung, Bern.: P. Lang, 1995, 42s.

զգացմունքայնությամբ, մոնտաժային հագեցվածությամբ և բարձր տեմպի պահանջարկ: Անհրաժեշտ է նորաձև արտադրանք, իսկ վիզուալ մոդան արագ է փոխվում»⁵⁰: Ինֆոզվարճանքի տարրերն առկա են նաև Հայաստանի հեռուստաընկերությունների վավերագրական հաղորդումներում և ֆիլմերում: Վառ օրինակ է «Հանրային հեռուստաընկերության» «Ճանապարհ» ակնարկաշարը, որը օգտագործելով արևմտյան վավերագրական հեռուստաընկերություններին բնորոշ հնարքներ, փորձում է լինել նորաձև և մուլտիմեդիոն: Ինֆոզվարճանքի տարրերից է դրամատուրգիական կառուցվածքը: Ի տարբերություն դասական ճամփորդական ակնարկների՝ հերոս-հաղորդավարն այստեղ պարզապես չի շրջում Հայաստանի գյուղերով և սարերով՝ ներկայացնելով բնությունը, այլ ի կատար է ածում հստակ նպատակ՝ ուղևոր անցնել Հայաստանի ամենահարավային կետից մինչև հյուսիսային: Սյուժետային այս հնարքի շնորհիվ հեռուստադիտողը, ականատես լինելով հաղորդավարի շարժառիթներին, հաղթահարվող դժվարություններին, սկսում է ապրումակցել նրան՝ ներգրավվելով և վերջինիս հետ անցնելով ողջ ճանապարհը: Կենսագրական պատմությունների, մտորումների շնորհիվ, որոնք հնչում են հերոսի հետկադրային ձայնի տեսքով, ստեղծում է էմոցիոնալ դաշտ, որը ևս միտված է հեռուստադիտողի ուշադրության գրավմանը և պահպանմանը:

Այսպիսով՝ վերոնշյալ Էկրանային հատկանիշները՝ պարզ, մառչելի մեկնաբանված հեռուստալեզու, ձևաչափային մոտեցումը, եթերային երկարաժամկետությունը, պարբերականությունը, ցիկլայնությունը, ինֆոզվարճանքի առկայությունը, անչափ կարևոր և հենասյունային են ժամանակակից հեռուստատեսային արտադրանքի համար: Տեսականորեն որքան էլ փոքր էկրանը հավասար հնարավորություններ ներկայացնի վավերագրական կինոյի և՛ հեռուստատեսային, և՛ ոչ հեռուստատեսային տեսակներին, գործնականում չհամապատասխանելով հեռուստաընկերության ծրագրային քաղաքականությանը, վերջինիս ձևաչափին, գուրկ լինելով վերոնշյալ կարևոր հատկանիշներից՝ վավերագրական ոչ

⁵⁰ Парфенов Л. Г., Наша история богата // Отечественные записки. 2004. № 5(20). с. 24-26.

հեռուստատեսության կինոյի առջև գրեթե միշտ փակ են հեռուստատեսության տանող դռները: Դա է պատճառը, որ ստորև մենք կանդորդառնանք բացառապես Հայաստանի *հեռուստատեսության վավերագրական կինոյի* ձևաչափային և ծրագրային առանձնահատկություններին:

1.3 Հեռուստատեսային վավերագրական կինոյի ձևաչափային առանձնահատկություններն ու գործառույթները Հայաստանի հեռուստատեսության շրջանակներում

Յուրաքանչյուր զանգվածային լրատվական միջոց ստեղծվել է տեխնիկական հայտնագործության արդյունքում⁵¹: Հեռուստատեսությունը բացառությունն է, ավելին՝ իրենից ներկայացնելով կենդանի օրգանիզմ՝ այն գտնվում է բնականոն զարգացման մեջ՝ արձագանքելով յուրաքանչյուր նոր տեխնիկական հեղափոխությանն ու հայտնագործությանը: Եթե 20-րդ դարավերջին կար հստակ ձևավորված և ուսումնասիրված հեռուստատեսային ժանրահամակարգ, որտեղ տեղեկատվական, վերլուծական և գեղարվեստական ժանրերն ունեին ցայտուն կառուցվածք և սահմանափակում, ապա 21-րդ դարում տեղեկատվական և թվային տեխնոլոգիաների, համացանցի զարգացումն ու տարածումը պատճառ հանդիսացան այդ համակարգի ձևափոխմանը: Տեղեկատվության գերարագ հաղորդումը, ինֆո հոսքերի ավելացումը հանգեցրեց հեռուստատեսային ժանրերի միջև հաղորդակցությանն ու տարրափոխանակությանը: Ինչպես նշում է Ս. Երիցյանը, «Ժամանակակից հեռուստատեսությունում ժանրերը հանդես չեն գալիս լիովին մաքուր, այլ անընդհատ փորձում են անցնել մեկը մյուսի տիրապետության սահմանները՝ իրենց ազդեցությունը թողնելով այլ

⁵¹ Տե՛ս Երիցյան Ս.Ս., Հայաստանի հեռուստատեսություն. Չարգացման 50 տարի, Ե., Տիգրան Մեծ հրատ., 2007, էջ 12:

տիրույթներում⁵²: Արդի նման միտումների համատեքստում հեռուստատեսային միջարք տեսաբաններ ժանրային դասական խմբերին ավելացնում են ևս մեկը՝ այն անվանելով փաստավերագրական: Այն իր բնույթով սինթետիկ խումբ է: Նրա մեջ կարող են ընդգրկվել նախորդ բոլոր խմբերի առանձին տեսակներ՝ ուղեկցվելով միայն այդ խմբին կամ հաղորդման պահանջներին յուրահատուկ փաստերով ու վավերագրերով»⁵³: Այլ կերպ ասած՝ փաստավերագրական ժանրն ինքնուրույն չէ՝ այն իր մեջ միավորում է վավերագրական հիմք ունեցող տարատեսակ հաղորդումներ: Փաստավերագրությունը որպես անջատ հեռուստաժանր դիտարկման պատճառն այն է, որ հեռուստատեսային վավերագրական կինոն անհնար է կցել դասական ժանրերից որևէ մեկին: Վավերագրության դաշտը՝ խաղարկայինի և ոչ խաղարկայինի, արվեստի և լրագրության, փաստի և մտացածինի, խրոնիկայի և դրամատուրգիայի խաչմերուկն է: Այն իր մեջ պարունակում է և՛ տեղեկատվական, և՛ վերլուծական, և՛ գեղարվեստական ժանրային տարրեր: Փաստավերագրական ժանրի առկայությունը հնարավորություն է տալիս դասակարգել և ուսումնասիրել ժամանակակից հեռուստատեսության կարևորագույն բաղկացուցիչ մասերից մեկի՝ հեռուստատեսային վավերագրական կինոյի ձևաչափային, ծրագրային առանձնահատկություններն ու գործառնությունները:

Իգոր Ռոմանովսկին իր «Մասս-մեդիա» տերմինների և հասկացությունների բառարանում հետևյալ սահմանումն է տալիս հեռուստատեսային վավերագրական կինոյին. «Հեռուստատեսային ստեղծագործություն, որի հիմքում ընկած է վերջինիս կոմպոզիցիոն կառուցվածքը կազմակերպող վավերագրական-սյուժետային իրադարձություն: Այդպիսի ստեղծագործությունների շարքից են հեռուստասկնարկը, վավերագրական դրաման և այլն»⁵⁴:

⁵² Երիցյան Ս.Ս., Հեռուստատեսային ժանրերի ժամանակակից դրսևորումները, Ե., Մանկավարժ., 2004, էջ 5:

⁵³ Երիցյան Ս.Ս., Հեռուստատեսային տերմինների և հասկացությունների տեղեկատու բառարան., Ե. Էդիթ Պրինտ, 2008, էջ 214:

⁵⁴ Романовский И.И., Масс-медиа. Словарь терминов и понятий. М., Союз журналистов России, 2004, с.102.

Ելևելով վերոնշյալ բնորոշումից՝ փորձենք ուսումնասիրել և դասակարգել Հայաստանի ժամանակակից հեռուստատեսային վավերագրական կինոյի ձևաչափերը՝ մատնանշելով վերջինիս առանձնահատկությունները, իրականացվող գործառույթները և տեղը հեռուստաընկերությունների ծրագրում:

Հեռուստասկնարկ

Հեռուստասկնարկը Հայաստանի հեռուստատեսային տարածված ձևաչափ է, որը կարելի է դիտարկել ինչպես գեղարվեստական, այնպես էլ փաստավավերագրական ժանրերի համառոտում: Այն հեռուստատեսային վավերագրական-սյուժետային ստեղծագործությունն է, որի զարգացումը նախատեսված է իրադարձության, փաստի, մարդկային ճակատագրի՝ դրամատուրգիական կոմպոզիցիոն կառուցվածքի վրա հիմնված գրական սցենարով⁵⁵: Պատմականորեն սկնարկը ձևավորվել է լրագրության շրջանակներից դուրս: Վերջինիս կողմից այն յուրացվել է հետագայում՝ զարգացման իր ընթացքում, երբ տաղանդավոր հրապարակախոսներն ու գրողները մասնակից դարձան զանգվածային տեղեկատվական հոսքերին՝ հանդես գալով որպես հասարակական գործիչներ: Հայ գրականության մեջ բարձրարժեք սկնարկներ են գրել Րաֆֆին («Աղթամարա վանքը»), Միքայել Նալբանդյանը («Հիշատակարանի» որոշ գլուխներ), «Ճանապարհորդությունն Պարսկաստանում»), Վրթանես Փափազյանը («Տուրիստի հիշատակարանից»), Հակոբ Պարոնյանը («Պտույտ մը Պոլսո թաղերուն մեջ») և այլք:

Խոսելով գրական սկնարկի մասին՝ իհարկե, պետք է նշել, որ «վավերագրական» բնորոշումը կրում է պայմանական բնույթ, քանի որ հեղինակն այս պարագայում գեղարվեստական արտահայտչամիջոցներով նկարագրում և պատմում է իրական իրադարձությունների, երևույթների, մարդկանց մասին: Բայց եթե

⁵⁵ Տե՛ս Шестеркина Л.П., Николаева Т.Д., Методика телевизионной журналистики. М., Аспект Пресс, 2012, с.128.

«դասական ակնարկում հստակ, վավերագրական փաստն անցնում է ետին պլան՝ իր տեղը գիջելով հեղինակի տպավորությանը, նրա գնահատականին, հեղինակային մտքին»⁵⁶, ապա հեռուստատեսության պարագայում վավերագրությունը՝ ամրապնդված *արձանագրված* փաստերով և փաստաթղթերով, կարևորագույն տեղ է գրավում: Եթե դասական ակնարկում հեղինակներն օգտագործում էին գրականության լեզվաարտահայտչամիջոցներ՝ գեղարվեստական կերպար ստեղծելով թղթի վրա, ապա հեռուստասկանարկի դեպքում օգտագործելով տեսաձայնային տեխնոլոգիաների բոլոր հնարավորությունները՝ նրանք կերպար են ստանում փոքր էկրանին՝ ոչ միայն արձանագրելով իրադարձությունները, դեպքերը, անձանց, այլ և այդ ամենը *տեսանելի* և *լսելի* դարձնելով հեռուստադիտողին: Դավավերագրության կարևոր որակ է: «Հեռուստասկանարկը բազմաշերտ է: Ճիշտ գտնված և շեշտարված դետալների առկայությունը կարող է դառնալ իրական, համոզիչ կերպար ստեղծելու երաշխիք և փոխարինել մի ամբողջ նկարագրության: Երբեմն աննշան թվացող գծերը՝ շարժուձևի, բնավորության թեխտսքի մեջ, կարող են լինել ամենաբնորոշն ու բնութագրականը հերոսի համար և դառնալ կերպարը կամ երևույթը ներքին ու արտաքին ներդաշնակության մեջ ճիշտ ներկայացնելու լավագույն միջոց, որը կօգնի ընկալելու տեսաձևն ու զգալու ոչ տեսանելին»⁵⁷:

Ինչպես արդեն նշվեց, հեռուստասկանարկը կարևոր տեղ է գրավում Հայաստանի ժամանակակից հեռուստաժրագրում: «Հանրային հեռուստաընկերություն», «Շողակաթ», «ԱՐ», «Երկիր Մեդիան», «Արմենիա» և այլ հեռուստաընկերությունների եթերում կանոնավոր կերպով կարելի է հանդիպել տարբեր դիմանկարային և ճամփորդական հեռուստասկանարկների: Հեռուստաընկերությունների հետաքրքրությունը այս ձևաչափի նկատմամբ պայմանավորված է ոչ միայն տարիների ընթացքում կուտակված մեծ փորձով,

⁵⁶ Кенжегулова Н., Художественно-публицистические жанры журналистики: Электронный курс журналистики «Массовая коммуникация», 2001-2002 гг http://old.unesco.kz/massmedia/pages/4_3.htm.

⁵⁷ Աբրահամյան Ա., Հեռուստատեսային ակնարկի գեղարվեստաարտահայտչական առանձնահատկությունների հարցի շուրջ, «Բանբեր Երևանի համալսարանի», թիվ 3, 2009, ԵՊՀ հրատ. էջ 203-209:

այլ և այն յուրահատուկ գործառույթներով, որոնք նա կատարում է Յայաստանի հեռուստատեսության շրջանակներում:

Անդրադառնալով Յայաստանի ժամանակակից հեռուստասկանարկներին՝ կարելի է նշել, որ վերջին տարիներին տեսանելի է դառնում գեղարվեստական կերպարայնության որոշակի պարզեցման միտումը: Եթե նախկինում դիմանկարային ակնարկում կարևորվում էր անհատի բարոյական և հոգևոր արժեքների ընդգծումը (գեղարվեստական կերպարի ստեղծմամբ), ապա այսօր ավելի առանցքային է դառնում կենսագրականը գեղարվեստորեն ներկայացնելը: Պատճառը մի կողմից՝ ժամանակի թելադրանքն է (այսօր մինիմալիզմը վերածվում է ժամանակակից մարդու կենսակերպի), մյուս կողմից՝ նման մոտեցումն այսօրվա հայ հեռուստալսարանի պահանջի արդյունք է: Ժամանակակից հայ հեռուստալսարանը, որը սովոր է հասարակ և մատչելի լեզվի, կոմերցիոն հեռուստաարտադրանքի, նման տեղեկատվական սրընթաց ժամանակաշրջանում պահանջում է ավելի պարզ և մատչելի արտադրանք: Այնուամենայնիվ, ժամանակակից հեռուստասկանարկներն ունեն հստակ կառուցվածք և իրենցից ներկայացնում են գեղարվեստական ու վավերագրական արտահայտչամիջոցների սինթեզ:

Ժանրի առավել տարածված տեսակը դիմանկարն է, որում հեղինակը անդրադառնում է հերոսի կյանքի հանգամանքներին, միտված է բացահայտելու արարքների դրդապատճառները, վերլուծելու խորը անձնական հատկանիշները՝ կերպարայնորեն ներկայացնելով վերջինիս հոգեբանության և բնավորության նրբերանգները: Վերոնշյալ խնդիրներն իրագործելու նպատակով օգտագործվում են լրագրության ամենատարբեր հնարքներ՝ երկարատև դիտարկում, հարցազրույց, թաքնված տեսախցիկ, արխիվային կադրերի օգտագործում և այլն⁵⁸: Դիմանկարային ակնարկի նպատակն է «ցույց տալ մարդուն իր ինքնաբացահայտման գործընթացում, ընդգծել նրա կյանքի և գործունեության առավել ցայտուն կողմերը,

⁵⁸ Տե՛ս Յեռուստատեսային ժուռնալիստիկա (Խմբ. Գ.Գ. Անանյան), Երևանի համալսարանի հրատ., 2003, էջ 252:

առավել ազույն փաստացիությամբ այնպես ներկայացնել մարդուն, ինչպիսին կա իրականում»⁵⁹: Այսինքն՝ փաստաթղթի հիման վրա (որտեղ «փաստաթուղթ» տերմինը ձեռք է բերում լայն իմաստ և կիրառում) ստեղծել մարդ-անհատի կերպար՝ օգտագործելով գեղարվեստական արտահայտչամիջոցներն ու լրագրության գործիքավորումը (հարցազրույց, ռեպորտաժ, լրագրողական հետաքննություն և այլն):

Հայաստանի ժամանակակից հեռուստատեսության եթերում ցուցադրվող դիմանկարային հեռուստասկևարկի օրինակներից են «Հանրային հեռուստաընկերության» «Ճակատագրով՝ կին»⁶⁰ և «Ճակատագրեր»⁶¹ հաղորդաշարերը (հեղ.՝ Աննա Ավանեսյան):

«Ճակատագրով՝ կին» հեռուստանախագծի հերոսուհիները հայտնի, տարբեր ոլորտներում հաջողության հասած, հարուստ կենսագրություն և վառ անհատականություն ունեցող հայ կանայք են: Այն կենսագրական դիմանկարային հեռուստասկևարկի օրինակ է, որտեղ հեղինակը փորձում է ստեղծել ժամանակակից հայ կնոջ կերպարը՝ ընկերների, հարազատների, գործընկերների պատմությունների, արխիվային նյութերի և անձնական հիշողությունների շնորհիվ, որոնք հերոսուհուն բացահայտում են տարբեր կողմերից՝ որպես մասնագիտության մեջ հաջողություն և հասած անհատականության և որպես կնոջ՝ իր անձնական ճակատագրով: «Ճակատագրեր» նախագծում հեղինակը ևս փորձում է ստեղծել հերոսի/հերոսուհու ամփոփ կերպարը՝ իր և իր մտերիմ մարդկանց պատմություններով, կենսագրության էջերով: Նման կենսագրական դիմանկարային ակնարկաշարերը կատարում են մշակութային-լուսավորչական գործառույթներ: Գալինա Լազուտինան նշում է. «Ակնարկային ժանրերի շնորհիվ լրագրությունը հնարավորություն է ստանում հասարակությանը տալ էմոցիոնալ, ինտելեկտուալ, բարոյական հարստություն՝ ընդլայնելով անհատ մարդու փորձը շատերի, առավել ազույն դեպքում՝ բոլորի համար: Որոշակի առումով

⁵⁹ Երիցյան Ս.Ս., Հեռուստատեսային տերմինների և հասկացությունների տեղեկատու բառարան, Ե. Էդիթ Պրինտ, 2008, էջ 64:

⁶⁰ Եթերում ցուցադրվել է 02/03/15-23/03/15թ.:

⁶¹ Եթերում ցուցադրվել է 18/09/16-30/12/16թ.:

այն լրագրության դաստիարակչական դրսևորում է, եթե, իհարկե, դաստիարակչության ներքո հասկանանք ո՛չ բարոյաբարոզչություն, ո՛չ որոշակի արժեհամակարգի և կարծրատիպերի պարտադրանք, այլ վարքագծի ընտրության ինքնուրույն կողմնորոշում սեփական և այլ մարդկանց կենսափորձի համադրության արդյունքում»⁶²:

Հայաստանի հեռուստատեսության շրջանակներում կան մի շարք ակնարկաչարեր, որոնք մշակութային-լուսավորչական գործառույթներից զատ հայ ժողովրդի, նրա պատմության, աշխարհայացքի, արժեհամակարգի համատեքստում ձեռք են բերում այլ որակ: Կենսագրական նման որակ ունեցող հեռուստաակնարկները, պարունակելով պանդխտության, հայրենադարձության երանգներ, հայ հեռուստալսարանի նկատմամբ կատարում են նաև այսպես կոչված՝ համընդհանուր-միավորող գործառույթներ: Վառ օրինակներից են՝ «Ծագումով հայեր» (հեղ.՝ Մանանա Հակոբյան, «Արմենիա»), «Աշխարհի հայերը» (հեղ.՝ Արտյոմ Երկանյան, «Շանթ»), «Մերոնք» (հեղ.՝ Ռաֆայել Հովհաննիսյան, «Հանր. հեռուստ.»), «Ճակատագրեր օվկիանոսից այն կողմ» (հեղ.՝ Աննա Ավանեսյան, «Հանր. հեռուստ.»), «Դեպի տուն» (հեղ.՝ Մերի Սանահյան, «Շողակաթ»), «Հայկական հետք» (հեղ.՝ Ռուզաննա Ղազարյան, «Երկիր Մեդիա») և այլ հաղորդաչարերը: Այսօր անհնար է դիտարկել Հայաստանն ու հայ ժողովուրդն Արցախից և Սփյուռքից անջատ: Հայ ժողովրդի միասնության գաղափարը կառուցվում է Հայաստան-Արցախ-Սփյուռք եռամիասնության շուրջ: Վերոնշյալ հեռուստանախագծերի հեղինակները հայ հեռուստալսարանին ոչ միայն ծանոթացնում են աշխարհի տարբեր անկյուններում հայկական արմատներ ունեցող անհատների, տարբեր ոլորտներում հաջողությունների հասած անձանց հետ, այլ և արժարժում են հայկական արմատների, հայրենասիրության, ցեղասպանության և նրա հետևանքների, հայ համայնքների, սփյուռքաբանության խնդիրներին վերաբերող կարևոր հիմնահարցեր՝ յուրօրինակ կամուրջ ստեղծելով Հայաստանի, Արցախի և Սփյուռքի միջև: Արտյոմ Երկանյանի «Աշխարհի հայերը» հեռուստահաղորդման հյուր են դարձել բիզնեսի,

⁶² Лазутина Г. В., Распопова С. С., Жанры журналистского творчества., М.Аспект Пресс, 2011, с. 118.

գիտություն, սպորտի, արվեստի, քաղաքականության և այլ ոլորտներում հաջողության հասած հայեր ողջ աշխարհից՝ Լևոն Չայրապետյան, Ավո Ռևելբեյան, Ռուբեն Վարդանյան, Շավո Օդաջյան, Ջոն Սիմոնյան, Կարո Փայլան, Յուրի Օգանեսյան, Գրետա Թասլակյան և այլք: Այն կենսագրական ակնարկ-հարցազրույց է, որտեղ դրամատուրգիայի, արխիվային նյութերի, խրոնիկայի միջոցով ուրվագծվում են հերոսի անհատականությունը, նվաճումները, հայկական արմատները և այլն: Նման լայն աշխարհագրությունն բնորոշ է նաև «Ճագումով հայեր» հեռուստանախագծին, որը ևս, հյուրընկալելով հայկական ծագում ունեցող անհատների տարբեր երկրներից՝ Միշել Լեգրան, Յերնան Կուլյումջյան, Մարկո Խան և այլք, ցույց է տալիս հայ ժողովրդի փոքր, բայց մեծ լինելը: «Մերոնք» հաղորդաշարը մեկ տանիքի տակ է հավաքում Չայաստանի, Սփյուռքի, Արցախի տարբեր ոլորտների գործիչների: «Դեպի Տուև» և «Ճակատագրեր օվկիանոսից այն կողմ» հեռուստանախագծերի հերոսները աշխարհի տարբեր անկյուններում ապրող հայեր են, որոնցից շատերը, հաղթահարելով տարատեսակ խոչընդոտներ, վերադարձել են Չայաստան: «Չայկական հետք» հաղորդաշարը դիմանկարային և ճամփորդական ակնարկաշարերի համադրությունն է, որը պատմում է տարբեր երկրների պատմության, մշակույթի, տնտեսության և այլ ոլորտներում հայերի թողած «հետքի» մասին: Բնույթով իրար մոտ հեռուստասկանարկների բազմազանությունը եթերում վկայում է նման գրոծառույթներ կատարող նախագծերի հրատապությունը Չայաստանի հեռուստատեսությունում:

Ճամփորդական հեռուստասկանարկները (դրանք ուղղված են երկրի աշխարհագրական, պատմական կերպարի ստեղծմանը, ժողովրդի գեղարվեստական նկարագրին, նրա ավանդույթների պատկերմանը) Չայաստանի հեռուստատեսության շրջանակներում ևս կատարում են թե՛ ճանաչողական, թե՛ միավորող գրոծառույթներ:

Նման նախագծերի լավագույն օրինակներից են՝ Ս. Երիցյանի ճամփորդական ակնարկների շարքը՝ նվիրված հայ գաղթօջախներին,

Ռաֆայել Յովհաննիսյանի «Օտար, ամայի, ճամփորդի վրա»⁶³ հաղորդաշարը, Արթուր Գրիգորյանի՝ «Դեպի Արցախ»⁶⁴ նախագիծը, Կարեն Գիլոյանի՝ «Ջավախք՝ Լեռնեցիների օրրան»⁶⁵ և այլն:

Լայն աշխարհագրություն ունեցող ճամփորդական հեռուստասկարկներում հեղինակները զբաղված են օտարություն մեջ հայկականի, ազգայինի որոնմամբ: Նրանք ոչ միայն հնարավորություն են տալիս տեսնել ու աշխարհի տարբեր երկրների պատմամշակութային կոթողներն ու տեսարժան վայրերը, այլ և ծանոթանալ տեղի հայության, հայ համայնքի, երկրի տնտեսական, մշակութային, գիտական կյանքում հայերի ունեցած մեծ ավանդին: Ճամփորդական մի շարք հեռուստասկարկների հեղինակ Արտյոմ Երկանյանը հարցազրույցներից մեկի ժամանակ նշում է. «Ինձ համար առավել կարևոր է տվյալ թեմայի մեջ ազգային շեշտադրությունը: Բոլոր թեմաներին մոտենում եմ «հայկական աչքով»: Այսինքն՝ ինձ պարզապես Փարիզը հետաքրքիր չէ: Փարիզը Փարիզ է: Նորվեգացին էլ նույն այդ Փարիզի մասին ինձանից ավելի լավ կպատմի, ռուսն էլ, քանի որ ավելի լուրջ ռեսուրսներ ունի նման ֆիլմ նկարելու համար: Ինձ հետաքրքրում է «հայկական» Փարիզը: Դա է իմ մոտեցումը, իմ սկզբունքը»⁶⁶:

Հայ հեռուստատեսության շրջանակներում ոչ բոլոր ճամփորդական հեռուստասկարկներն են ուղղված Արցախի և Սփյուռքի աշխարհագրական քարտեզի ուսումնասիրությանը: Կան մի շարք նախագծեր, որոնց նպատակն է մայր Հայաստանի, նրա բնության, ճարտարապետության, պատմամշակութային կոթողների, քաղաքների, գյուղերի, մարդկանց, նրանց խնդիրների և ուսաբանումը: Այդպիսի հեռուստասկարկների շարքից են՝ «Հայաստանի ճամփեքով» (հեղ. Ռաֆայել Յովհաննիսյան, «Հանր. հեռուստ.»), «Ճանապարհ» (հեղ.՝ Իննա Սահակյան, «Հանր. հեռուստ.»), «Երկիրը Երկիր է» (հեղ.՝ Վարդան

⁶³ Ակնարկաշարը եթերում է 2004թ-ից:

⁶⁴ Եթերում ցուցադրվել է՝ 21/09/14-22/05/15թթ.:

⁶⁵ Եթերում ցուցադրվել է՝ 20/09/14-29/03/15թթ.:

⁶⁶ Երիցյան Ս.Ս., Հեռուստահաղորդում. մտահղացումից մինչև եթեր: (Հեռուստալրագրության տեսության և պրակտիկայի հարցեր), Ե., Էդիթ Պրինտ, 2007, էջ 301:

Օնանյան, «Երկիր Մեդիա»), «Նաիրյան արկածներ» (հեղ.՝ Նուսե Ենգուլյան, Կատյա Թովմասյան «ԱրմՆուգ»), «Մեր գյուղի եկեղեցին» (հեղ.՝ Արփինե Սիմոնյան, «Շողակաթ») և այլն:

Այսպիսով, դիտարկելով հեռուստասկսարկը Հայաստանի հեռուստատեսության շրջանակներում՝ կարելի է ընդգծել այն կարևորյուրահատկությունը, որը բնորոշ է բացառապես հայկական հեռուստատեսային վավերագրական կինոյին. հայ ժողովրդի պատմության, աշխարհայացքի, ավանդույթների, արժեհամակարգի համատեքստում հեռուստասկսարկը կարող է ձեռք բերել էմոցիոնալ-ճանաչողական որակ, որը հնարավորություն կտա կատարելու ինչպես մշակութային-լուսավորչական, այնպես էլ համընդհանուր-միավորող գործառույթներ: Հեռուստասկսարկի նման որակը ոչ միայն վերջինիս դարձնում է հեռուստատեսային վավերագրական կինոյի կարևոր և տարածված ձևաչափերից մեկը Հայաստանի հեռուստատեսության մեջ, այլև ամրապնդում է Հայաստան-Արցախ-Սիյունաբ կարևորագույն եռամիասնությունը:

Տեսաֆիլմ

Տեսաֆիլմը վավերագրական հիմք ունեցող ստեղծագործություն է, որը պարունակելով տարբեր ժանրերի հատկանիշներ՝ ստեղծագործությանը պարզևում է տիեզերածավալ բովանդակություն: Այն իրենից ներկայացնում հասարակությանը հուզող, հրատապ, սուր սոցիալական հնչեղություն ունեցող թեմաների ուսումնասիրությանը միտված խոր-վերլուծական, ոչ մակերեսային, ինդրի պատճառահետևանքային կապերը բացահայտող լրագրողական ստեղծագործություն⁶⁷:

Տեսաֆիլմը հեռուստավավերագրության, թերևս, «ամենալրագրողական» բնույթի ստեղծագործությունն է, որտեղ օգտագործվում է լրագրության գրեթե ողջ գործիքավորումը. «Այս

⁶⁷ Տե՛ս Երիցյան Ս.Ս., Հեռուստատեսություն: Գործառույթները, զարգացման միտումները և հեռանկարները, Ե., Մանկավարժ., 2005, էջ 167:

տեսակը հնարավորություն է տալ իս օգտագործել տեսայնուժեի տեղեկատվական լիցքերը, ռեպրոտաժի անմիջականությունը, մեկնաբանության և գրույցի վերլուծողականությունը, ակնարկի զգացակայությունը և այլ ժանրերի արժեքներ՝ դրանով իսկ մեծ ազդեցություն ապահովելով լսարանի վրա»⁶⁸:

Մասնագիտական գրականության մեջ տեսաֆիլմի մասին առաջին հիշատակումները հանդիպում են 1950-ական թվականների կեսերին, երբ վավերագրական կինոն մուտք գործեց փոքր էկրան՝ ստեղծելով հեռուստատեսային-լրագրողական վավերագրության նոր տեսակ: Այս շրջանում լայն քննարկումներ սկսեցին տեսաֆիլմի շուրջ՝ պարզելու համար՝ ինչ է իրենից ներկայացնում տեսաֆիլմը, ինչով է տարբերվում կինոֆիլմից և հեռուստալրագրողական այլ հաղորդումներից: Դիտարկելով տեսաֆիլմը վավերագրական կինոյի շուրջ ծավալված կինոկենտրոն և հեռուստակենտրոն ուղղությունների հակամարտության համատեքստում՝ Իգոր Բելյանս այն համարում է հեռուստալրագրողական ստեղագործություն, որը հեռուստադիտողի հետպետք է խոսի ոչ թե կինոյի, այլ ռեպրոտաժային հեռուստատեսության լեզվով. «Եթե սցենարիստը գրի հեռուստասցենար, այլ ոչ կինոսցենար, եթե օպերատորը հանդես գա որպես հեռուստաօպերատոր, այլ ոչ կինոօպերատոր, ապա դիտողն իրեն կզգա հեռուստադիտող, այլ ոչ կինոդիտող»⁶⁹:

«Հեռուստադիտող» հասկացությունը կարևոր տեղ է գրավում տեսաֆիլմի մասին խոսելիս: Ստեղծելով տեսաֆիլմ՝ ռեպրոտաժային բնույթի լրագրողական հեռուստավավերագրություն, հեղինակը պարտավոր է ճանաչել իր հեռուստադիտողին, հաշվի առնել նրա՝ հեռուստատեսություն դիտելու շարժառիթներն ու հանգամանքները, իմանալ լսարանին հուզող խնդիրներն ու թեմաները: Ինչպես ասել է հոլանդացի հանրահայտ կինովավերագրող Յորիս Իվենսը, «Վավերագրական կինոնկարը ծնվում է երեք անգամ՝ մտքում, նկարահանման ժամանակ և մոնտաժի սեղանին: Տեսաֆիլմի մասին

⁶⁸ Երիցյան Ս.Ս., Հեռուստատեսային տեղմիներին և հասկացությունների տեղեկատվական արտադրանք, Ե. Էդիթ Պրինտ, 2008, էջ 396:

⁶⁹ Беляев И.К., Быть или не быть? // Советская культура, 1965, 18 ноября.

խոսել իս հարկավոր է արձանագրել նաև վերջինիս չորրորդ ծնունդը՝ հեռուստադիտողի գլխում՝ ընկալման պահին»⁷⁰:

Դառնալով տեսաֆիլմի հաջորդ կարևոր առանձնահատկությունը՝ կինոգետ Օլգա Նեչայը նշում է. «Տեսաֆիլմի կարևոր և սկզբունքային յուրահատկություններից է օրվա հեռուստածրագրում վերջինիս ներգրավվածությունը: Ի տարբերություն վավերագրական կինոֆիլմի, որը կարող է ցուցադրվել պատահական կինոթատրոնում, տեսաֆիլմը հեռուստաթերում ժամանակի այսրոպեական իրադարձությունների, օրվանորությունների, ժամանակաշրջանի կոնֆլիկտների հետմեկտեղ ընկալվում է որպես մեկ միասնական «լարման միացում»⁷¹: Այլ կերպ ասած՝ տեսաֆիլմը չի ստեղծվում ընդհանրապես սկզբունքով: Ուղղված լինելով հստակ վիճակագրական և արանին՝ հեղինակը պետք է հաշվի առնի նաև հեռուստաընկերության առանձնահատկություններն ու տեսակը, ծրագրային քաղաքականությունը, հեռուստահաղորդացանցում հաղորդումների հերթագայությունը, ցուցադրման ժամանակահատվածը և այլն: Վերոնշյալ որակներից է կախված տեսաֆիլմի թեմայի ընտրությունը, լեզուն և գործառույթները (ի տարբերություն ժամանցային կինոֆիլմի, ճանաչողական վավերագրական հեռուստաֆիլմի՝ տեսաֆիլմը կատարում է նաև համընդհանուր-միավորող գործառույթներ):

Դիտարկելով ժամանակակից տեսաֆիլմը՝ նշենք՝ վերջինս ոչ միայն չի կորցրել իր արդիականությունը, այլև դարձել է առավել բազմազան և բազմաշերտ: Այսօր մի դեպքում այն կարող է հանդես գալ որպես էկրանային քննարկման նախածեռնող, մյուս դեպքում՝ ընդհակառակը, նկարահանված լինել բանավեճի հետքերով, երրորդ դեպքում՝ ստեղծված լինել որպես կինո-հետազոտություն՝ հաղորդաշար, որը հեռուստադիտողին է ներկայացնում ինդրի տարբեր կողմերը և այլն⁷²:

⁷⁰ Муратов С.А., Документальный телефильм. Незаконченная биография, М., ВК, 2009, с. 158.

⁷¹ Нечай О., Фильм у нас дома: о телевизионном документальном фильме, Минск., Наука и техника, 1974, с. 171.

⁷² Տե՛ս՝ և՛ Муратов С.А., Документальный телефильм. Незаконченная биография, М., ВК, 2009, с. 320.

Հեռուստավավերագրական տեսաֆիլմ առկա է նաև Հայաստանի ժամանակակից հեռուստատեսությունում: Տեսաֆիլմի եթերային առաջմղման գործում մեծ է «Երկիր Մեդիա» հեռուստաընկերության դերը, որը մասնավորապես 2016-2017թթ. ձեռնամուխ եղավ մի շարք որակյալ հիմնախնդրային տեսաֆիլմերի սեփական արտադրությանն ու եթեր հեռարձակմանը: Լրագրողական-վավերագրական բնույթի նման ստեղծագործությունների միջոցով անդրադարձ է կատարվում Հայաստանի բնապահպանության, արդյունաբերության, մշակույթի, գիտության, տուրիզմի, գյուղատնտեսության և այլ ոլորտների սուրսոցիալական, հրատապ և արդիական հիմնահարցերին: «Երկիր Մեդիա» հեռուստաընկերության այս տիպի տեսաֆիլմերից են «Սևանի կանչը», «Հայաստանի գործարանների անգործությունը», «Գյուղացու գարունը», «Պտղաբուծություն», «Հայաստանյան տուրիզմի պերճանքն ու թշվառությունը», «Երբ ծառերը կանգնած չեն մեռնում», «Հայաստանի ջրվեժները», «Հայաստանի ծերացող ավտոպարկը», «Սիրիահայեր. տարանցիկ հայրենադարձություն», «Փոքր Հայաստանի մեծ ֆիզիկա» և այլն:

Հիմնախնդրային տեսաֆիլմը վավերագրական էկրանային լրագրողական հետաքննության արդյունք է, որի հիմքում ընկած են հեռուստատեսային կարևոր սկզբունքներ՝ հեռուստադիտողի «ներկայության պատրանքի» ստեղծում, ներկայացվող նյութի արժանահավատություն, խմբագրության անկողմնակալություն, պատասխանատվություն և այլն:

Ինչ վերաբերվում է հիմնախնդրային տեսաֆիլմի կառուցվածքային առանձնահատկություններին, կարող են նշել, որ մենք գործ ունենք ոչ թե ռեժիսորական, այլ լրագրողական լուծումների հետ, որոնք միտված են թեման հեռուստալսարանին հնարավորինս դիպուկ և բազմակողմանի ներկայացնելու: Տեսաֆիլմի դրամատուրգիան կառուցվում է այնպես, որպեսզի դիտարկվող խնդիրներն ու հիմնահարցերը էմոցիոնալ ռեզոնանս գտնեն հեռուստադիտողի մոտ՝ հանելով վերջինիս անգործության գոտուց:

Դրան են ուղղված հեղինակային տեքստն ու առոգանությունը, տարաբնույթ հարցազրույցների հերթագայությունը, մոնտաժային ռիթմը, բացառիկ կադրերի առկայությունը, վիճակագրական տվյալներն ու գրաֆիկական լուծումները, երաժշտական ձևավորումը և այլն (վառ օրինակ է «Յայաստանի գործարանների անգործությունը» տեսաֆիլմը, որտեղ օգտագործվում են վերոնշյալ բոլոր հնարքները):

Յիմնախնդրային տեսաֆիլմի կարևոր առանձնահատկություններից են վերջինիս սոցիալական նշանակությունն ու լսարանի հետաքրքրությունը: Դա է պատճառը, որ հաճախ նման բնույթի ֆիլմերը տեղ են գտնում հեռուստաժրագրի երեկոյան ժամանակահատվածում:

Գիտահանրամատչելի, կրթաճանաչողական վավերագրական ֆիլմեր

Գիտահանրամատչելի, կրթաճանաչողական վավերագրական ֆիլմերն ու հաղորդումները լայն տարածում են գտել համաշխարհային ժամանակակից հեռուստատեսությունում: Ավելին՝ մասնավորապես նման ուղղվածության ֆիլմերն ու հաղորդաչարերն են շարքային հեռուստադիտողի մոտասոցացվում վավերագրական կինոյի հետ: Յամացանցում որոնելով վավերագրական ֆիլմեր՝ մեզ է առաջարկվում դիտել համաշխարհային առաջատար «BBC», «Discovery», «Animal Planet», «National Geographic», «History» և այլ հեռուստաընկերությունների նկարահանած զանազան հաղորդումներ և ֆիլմեր՝ նվիրված կենդանական աշխարհին, բնությանը, երկիր մոլորակին և նրա խնդիրներին, աշխարհի հրաշալիքներին, տիեզերքին, պատմությանը, գիտության նվաճումներին, արվեստին և այլն: Վերոնշյալ հեռուստաընկերություններն իրենց գործունեությամբ մեծապես նպաստել են վավերագրական կինոյի՝ որպես կոմերցիոն հեռուստաարտադրանքի, առաջմղմանը: Գիտահանրամատչելի, կրթաճանաչողական ֆիլմերը հեռուստավավերագրական կինոյի վիթխարի մասնաբաժինն են, որոնց շուրջ կազմավորվել են վավերագրական կինոյի մասնագիտացված

հեռու ստառնկերություններ, ձևավորվել և շարունակում են ստեղծվել ձևաչափային նոր հաղորդումներ, շուկա-ծրագրեր, որոնք, դուրս գալով հեռուստատեսության սահմաններից, վաճառվում են տեսակավառակների տեսքով, մեդիա-հարթակներում և թվային կինոթատրոններում: Իհարկե, վերոնշյալ հեռուստառնկերությունների նման մասշտաբի ֆիլմարտադրությունը նախատեսում է ոչ միայն ֆինանսական առեւտրի ներդրումներ, այլև պրոֆեսիոնալ մեծ անձնակազմ, տեխնիկական սարքավորումների միամբողջ զինանոց, որը հնարավորություն կտա նկարահանումներ կատարելու թռչնի թռիչքի բարձրությունից, տիեզերքում, օվկիանոսի խորքերում, վայրի բնությունում՝ թե՛ արևի տակ կամ սառնամանիքին և այլն: Ս. Երիցյանն իր «Յեռուստատեսային տերմինների և հասկացությունների տեղեկատու բառարանում» գրում է. «Գիտահանրամատչելի, ճանաչողական վավերագրական ֆիլմերը հարցազրույցների, ռեպորտաժների, մեկնաբանության և լրատվական-վերլուծական այլ ժանրերի օգտագործմամբ պատրաստվող հեռուստատեսային հաղորդումներ են, որոնք սովորաբար անդրադառնում են համընդհանուր հետաքրքրություններ կայացնող հիմնախնդիրների և երևույթների, իրողությունների, բացատրում և պարզաբանում դրանցից սպասվող հնարավոր արդյունքները՝ օգուտները կամ վնասները: Նման հաղորդումների հիմքում են ընկած ուշագրավ գիտական հայտնագործություններ և նորություններ, որոնց նկատմամբ հանրությունը ոչ միայն կարող է հետաքրքրություն ցուցաբերել, այլև գիտելիքի կարիք ունենալ»⁷³: Օգտագործելով լրագրության գործիքավորումը՝ (թաքնված տեսախցիկ, լրագրողական հետաքննություն, ռեպորտաժ և այլն) գիտահանրամատչելի վավերագրական ֆիլմերը զանգվածայնացնում են գիտության, արվեստի, պատմության հիմնահարցերը՝ լսարանի հետ խոսելով ոչ մասնագիտական, հասարակ լեզվով: Կարևոր է հետևել, որ հեռուստադիտողի հետ զրույցը լինի հասանելի և ընթացքում

⁷³ Երիցյան Ս.Ս., Յեռուստատեսային տերմինների և հասկացությունների տեղեկատու բառարան, Ե., Էդիթ Պրինտ, 2008, էջ 54:

չվերածվի նեղ մասնագիտական քննարկման: Հարկորդավարն առաջինն ինքը պետք է ըմբռնի բարդ-խճողական խնդիրները, ընդգծի հետաքրքիր, կարևոր տեսակետները, որոնք համեմատության ունենեի, պատկերների շնորհիվ կարելի կլինի շարադրել պարզ, բուրբուն մատչելի և եզրակացնող⁷⁴:

Գիտահանրամատչելի, կրթաճանաչողական վավերագրական ֆիլմեր առկա են նաև Հայաստանի հեռուստաընկերությունների ծրագրում: Իհարկե, հայկական հեռուստաընկերությունները չունեն այն մարդկային և ֆինանսական ռեսուրսները, ինչ վավերագրական առաջատար հեռուստաընկերությունները, բայց դա խոչընդոտ չի հանդիսանում նախ՝ հեռուստատեսության մեջ ցուցադրվեն օտարերկրյա արտադրության տարբեր վավերագրական ֆիլմեր՝ հաճախ հայերեն կրկնօրինակմամբ («Հանրային հեռուստաընկերություն», «ԱՐ», «Արարատ», «Ծողակաթ») և այլ հեռուստաալիքներ կանոնավոր կերպով ցուցադրում են օտարերկրյա արտադրության բազմաթիվ վավերագրական ֆիլմեր), ապա՝ Հայաստանի հեռուստաընկերությունները ձեռնամուխ լինեն նույնաբնույթ վավերագրական ֆիլմերի սեփական արտադրությանը:

Ինչպես արդեն նշվեց, գիտահանրամատչելի կլինովավերագրությունը ահռելի մի ուղղություն է, որն իր մեջ ներառում է տարաբնույթ թեմատիկ ուղղվածության ձևաչափային բազմազանություն՝ ճանաչողական հարկորդումներ, շոու-ծրագրեր, հեռուստաֆիլմեր և այլն: Հետևաբար պատկերացում կազմելու համար անհրաժեշտ է առանձին-առանձին դիտարկել Հայաստանի հեռուստատեսության մեջ ցուցադրվող կրթաճանաչողական վավերագրության առավել տարածված տեսակներն ու ձևաչափերը:

Ժամանակակից հեռուստածրագրում գիտահանրամատչելի և կրթաճանաչողական ֆիլմերի տարածված ձևաչափերից են պատմավավերագրական հեռուստաֆիլմերն ու հարկորդաշարերը՝ նվիրված հայ անվանի գործիչներին, հայոց պատմության հիմնահարցերին, առեղծվածներին, կարևոր իրադարձություններին և

⁷⁴ Տե՛ս և Цвик В. Л., Телевизионная журналистика: История, теория, практика - М., Аспект Пресс, 2004, с. 253.

այլն: Պատմավավերագրական հեռուստաֆիլմերը նկարահանվում են հստակ սցենարական պլանով և դրամատուրգիայով, որն ուղեկցվում է հետկադրային ձայնի, արխիվային նյութերի, փաստաթղթերի, տարբեր մասնագետների (կախած թեմայի ոլորտից), իրադարձությունների մասնակիցների, ականատեսների, հերոսին ճանաչող մարդկանց վկայությունների համադրությամբ: Գրաֆիկական և անիմացիոն լուծումներով, երաժշտական ձևավորմամբ վավերագրական նման բարդ հյուսվածքը միտված է լինելու հնարավորինս տեղեկատվական՝ կարճամետրաժ կամ լիամետրաժ ձևաչափում հեռուստադիտողին մատչելի ներկայացնելով ավարտուն մի պատմություն: Հաճախ հեռուստադիտողին հուզական լիցքեր հաղորդելու նպատակով օգտագործվում են տարբեր հնարքներ (օրինակ՝ «Հանրային հեռուստաընկերության» «Նեմեսիս» վավերագրական հեռուստաֆիլմի վերջում հայ վրիժառուների՝ իրար հաջորդող լուսանկարներն ուղեկցվում են հորեն Աբրահամյանի «Ես իմ անուշ Հայաստանի» հանրահայտ ասմունքով, որն ինքնին արդեն իսկ հուզական ստեղծագործություն է): Պատմավավերագրական հեռուստաֆիլմ ստեղծվում է ինչպես հայտնի փաստերի, իրողությունների համադրության, այնպես էլ լրագրողական հետաքննության արդյունքում:

Կրթադաստիարակչական, ճանաչողական գործառույթներ կատարող պատմավավերագրական նման հեռուստաֆիլմերի և հաղորդաշարերի օրինակներից են «ԱՐ» հեռուստաընկերության «Մեր մեծերը», «Հանրային հեռուստաընկերության» «Անկախության քրոնիկոն», «Հայաստանի առեղծվածները» հաղորդաշարերը, «Հաղթելով դարը», «Նրա սիրտը լեռներում է. Վիլյամ Սարոյան», «Իլյուզիոն. Համո Բեկնազարյան» հեռուստաֆիլմերը, «Շողակաթ» հեռուստաընկերության «Նվիրյալ անձեր» հաղորդաշարը, «Հայոց ցեղասպանության 1919-1923 թվականները. քեմալական կոտորածներ» հեռուստաֆիլմը, «Երկիր Մեդիայի» «Հայաստանի հանրապետության 100» ֆիլմաշարը և այլն:

Յայ աս տանի հեռու ստառնկերու թյ ու նների եթերու և կրթաճանաչողական վավերագրական ֆիլմերի հաջորդ ձևաչափն է վավերագրական-դրաման (դոկուդրամա): Այն իր կառուցվածքով և գեղագիտությամբ բավական մոտ է պատմավավերագրական հեռու ստաֆիլմերին, սակայն գլխավոր տարբերությունը բխում է ֆիլմում առկա դերասանների մասնակցությամբ բեմադրված խաղարկային կտորներից:

Խաղարկային և ոչ խաղարկային տարրերի փոխհարաբերությունը վավերագրության կարևոր հիմնահարցերից է: Վավերագրական կինոյի տեսաբան Գալինա Պրոժիկոն գրում է. «Կինոյի՝ վավերագրական և բեմադրական ուղղությունների բարդ փոխհարաբերությունը սկզբնավորվել է վաղ ժամանակներում՝ դեռևս խորհրդային տարիներին»⁷⁵: Որպես օրինակ բերելով Արտավազի Փելեշյանի «Մենք» ֆիլմը՝ Պրոժիկոն շարունակում է. «Չնայած ֆիլմում օգտագործվել են խաղարկային, բեմադրական որոշ կտորներ, բարդ է ժապավենը կինովավերագրությունից բացառելը: Նրանում իշխում է կինովավերագրությանը բնորոշ գեղարվեստական մտածողության յուրահատուկ տարերք, այն է՝ նյութի որոշակիորեն օտարացված ինքնուրույնությունը, ուշադրությունը միջկադրային միկրոդրամատուրգիայի ինքնաբուխ երևույթների նկատմամբ, հեղինակային բացմեկնաբանությունը, կինոդիտողի հետ ուղիղ կապը, կադրին այսպես կոչված «ինքնաբերական վստահության» որակի հաղորդման ձգտումը, որն առկա է վավերագրական կինոյի լսարանի մոտ: Պատահական չէ, որ Փելեշյանն արհեստականորեն հնեցնում էր ժապավենը՝ բեմադրված կտորներին խրոնիկայի տեսք հաղորդելու նպատակով»⁷⁶: Յեռու ստատեսության պարագայում (որը ոչ հեռու ստատեսային կինովավերագրությունից վերցրեց խաղարկային կտորների օգտագործման փորձը) մենք գործ ունենք տասնյակ անգամ պարզեցված մեխանիզմի հետ: Եթե փելեշյանական պոետիկայի համար կարևոր էր «ոչ թե կադրի փաստացի բովանդակությունը, այլ նրա

⁷⁵ Прожико Г.С., Концепция реальности в экранном документе. - М., ВГИК, 2004. с. 321.

⁷⁶ Տե՛ս նույն տեղում, էջ 321:

«կերպարային հնչեղությունը», ապա հեռուստավավերագրական ձևաչափային ֆիլմերում նման հնարքն օգտագործվում է որպես ինֆոզվարճանքի տարր՝ կինեմատոգրաֆիկ կտորներով հագեցնելով չոր հետկադրային ձայնը, ինչպես նաև լրացնելով, երբեմն բավարար քանակությամբ վավերագրական նյութերի պակասը (նման մոտեցում օգտագործվում է, երբ իրադարձություններն անհնար է նկարահանել ավանդական մեթոդներով՝ նրանք կա՛մ անցյալում են, կա՛մ գաղտնիացված են): Յեռուստատեսային պրոդյուսեր Ալեքսեյ Վոլինը հարցազրույցներից մեկի ժամանակ դառնալով վավերագրական-դրամային, նշում է. «Յեռուստավավերագրությունն իր հին հասկացությամբ կորցրել է թիրախային լսարանի հետաքրքրությունն իր հանդեպ: Այսօրվա «նորույթը» բոլորին հայտնի հին տեսաշար է՝ համալրված մոնտաժային այլ դրվագներով և հետկադրային տեքստով: Լսել հերթական պատմաբանի կամ էքսպերտի պատմությունը ձանձրալի է: Ել չեմ խոսում այն մասին, որ հեռուստացույց դիտելիս կա նոր պատկեր և *գործողություն* տեսնելու ցանկություն»⁷⁷:

Յայաստանի հեռուստաընկերությունների եթերում հանդիպում են վավերագրական-դրամայի *պատմական-կենսագրական* և *հետաքննական-ռեկրեացիոն* տեսակները:

Կենսագրական վավերագրական-դրաման անհատի կենսագրությանը նվիրված վավերագրական հեռուստաֆիլմ կամ հաղորդում է, որտեղ դասական տարրերից զատ օգտագործվում են խաղարկային կտորներ՝ ցույց տալով հերոսին, նրա ապրումները, կենսագրական դրվագներ, վիզուալիզացված հիշողություններ և այլն: Նման վավերագրական ֆիլմերի օրինակներից են «Յանրային հեռուստաընկերության» «Վահան Տերյան. վիհի եզերքին»⁷⁸, «Ավետիք Իսահակյան. Վարպետը»⁷⁹, «Թումանյան. Եվ սիրտ, և կամք, և միտք»⁸⁰ և այլն:

Վավերագրական-դրամայի հետաքննական-ռեկրեացիոն խումբն իր մեջ ներառում է քրեական պատմություններին, աղմկալի

⁷⁷ <https://rg.ru/2009/06/18/kino-site.html>
⁷⁸ Եթերում ցուցադրվել է՝ 05/11/17թ. ժ՝ 17⁵⁰:
⁷⁹ Եթերում ցուցադրվել է՝ 30/10/15թ. ժ՝ 14⁵⁰:
⁸⁰ Եթերում ցուցադրվել է՝ 08/10/17թ. ժ՝ 18⁵⁰:

հանցագործություններին, չբացահայտված դեպքերին, գաղտնագերծված փաստաթղթերին վերաբերող դետեկտիվային բնույթի հաղորդումներ: Նման հաղորդաշարները լայն լսարանին են ներկայացնում անհայտ պատմություններ՝ ստեղծված լրագրողական հետաքննության արդյունքում: Վավերագրական նյութերն ու փաստաթղթերը ձուլվում են խաղարկային բեմադրական կտորների միջոցով վերարտադրված անցյալի դեպքերի, հանցագործության էպիզոդների հետ: Կինեմատոգրաֆիկ նման հնարքը վավերագրական կինոյին տալիս է դետեկտիվային երանգներ, որը «բորբոքում է» հեռուստադիտողի հետաքրքրությունը: Հայկական արտադրության վավերագրական նման հաղորդաշարերից են «Հանրային հեռուստաընկերության» «Հոլյո Գաղտնի», «Երկիր Մեդիայի»՝ «Գաղտնի թղթապանակ», «Արմենիա» հեռուստաընկերության «20-րդ դար», ինչպես նաև «Հ2» հեռուստաընկերության եթերում ցուցադրվող «Հետաքննությունը վարում են Լեոնիդ Կանևսկիի հետ» ռուսական հաղորդաշարը՝ նվիրված ԽՍՀՄ-ում կատարված հանցագործություններին:

Հայաստանի հեռուստաընկերություններին եթերում գիտահանրամատչելի խմբի վավերագրական ֆիլմերի հաջորդ տեսակը տարաթեմատիկ ուղղվածության ճանաչողական վավերագրական հաղորդաշարերն են՝ նվիրված հայոց բանակին, արվեստին, Հայաստանի քաղաքներին, գյուղերին, բնությանը, արտադրության ճյուղերին և այլն: Որպես օրինակ կարելի է նշել հետևյալ հաղորդաշարերը՝ «ԱԹՎ» հեռուստաընկերության՝ «Անծանոթ Երևան», «Հանրային հեռուստաընկերության» «Հայն ու Հայաստանը», «Իմ բանակը», «Արմենիա» հեռուստաընկերության «Երևան 20-րդ դար», «Արարատ» հեռուստաընկերության «Գիշերը թանգարանում», «Երկիր Մեդիա» հեռուստաընկերության «Հայկական կոնյակ՝ երեկ և այսօր» և այլն: Ռեպորտաժային բնույթի նմանատիպ հաղորդումները կատարում են ճանաչողական գործառույթներ՝ երբեմն բարձրացնելով սուր-սոցիալական հիմնահարցեր:

Գիտահանրամատչելի, կրթականաչոզական վավերագրական ֆիլմերը ամենևին չեն սահմանափակվում վերոնշյալ տեսակներով: Եթե հեռուստասկնարկը և տեսաֆիլմը ստեղծվում են՝ հաշվի առնելով վիճակագրական հստակ լսարանի հետաքրքրությունների շրջանակը, ապա կրթականաչոզական և գիտահանրամատչելի ֆիլմերը հաճախ դառնում են համընդհանուր հետաքրքրության, համամարդկային թեմաներին: Այլ կերպ ասած՝ հետաքրքիր և ճանաչողական վավերագրական հաղորդաչարը՝ նվիրված բնությունը կամ տիեզերքին, հավասար ազդեցություն և կարող է ունենալ տարբեր երկրների հեռուստադիտողների վրա: «Արմնյուզ», «ԱՐ», «Կենտրոն», «Հանրային հեռուստաընկերություն», «Շոզակաթ», «ԱԹՎ» և այլ հեռուստաալիքների եթերում կարելի է հանդիպել նմանօրինակ օտարերկրյա բազմաթիվ ֆիլմերի:

Ազիտացիոն կամ քարոզչական վավերագրություն

Ժամանակակից հեռուստատեսությունը, լինելով ամենամեծ լսարան ունեցող զանգվածային լրատվական միջոցներից մեկը, չէր կարող զերծ մնալ քաղաքական քարոզչական գործընթացներից: Ավելին՝ վավերագրական կինոնկարն իրենից ներկայացնելով քարոզչական գործառույթներ կատարող կատարյալ մեխանիզմ՝ հեռուստատեսության շրջանակներում ձեռք է բերում նոր որակ:

Առհասարակ խոսելով մեդիա տիրույթում քաղաքական քարոզչական գործընթացների մասին՝ կարելի է առանձնացնել վերջինիս մի քանի տեսակ.

1. *Քաղաքական քարոզչություն (պրոպագանդա)* - քաղաքական քարոզչական հարատև մեխանիզմ, որն իրականացվում է զանգվածային լրատվամիջոցների, կուսակցական գործունեության, ցույցերի, հավաքների և հնարավոր բոլոր օրինակական ճանապարհներով ստեղծելով և ձևավորելով քաղաքական համոզմունք,

2. *Փիտր (PR)* – քաղաքական քարոզչական մարքեթինգային քաղաքականություն, որի առաջնահանգապեսը համոզմունքի հանդեպ վստահություն սերմանումն է,

3. *Ագիտացիա* – զանգվածների գիտակցության և տրամադրության վրաներգործող, նրանց հասարակական, քաղաքական կարևոր խնդիրների լուծմանը մասնակից դարձնող քարոզչական գործունեություն, որը, օգտագործելով տպագիր, էկրանային մեդիայի, համացանցի հնարավորությունները (այդ թվում և վավերագրական կինոյի), հասարակությանը մղում է քաղաքական ակտիվության և քվեարկության:

Քաղաքական մեդիաքարոզչական մեխանիզմներն, իհարկե, չեն սահմանափակվում վերոնշյալ տեսակներով, սակայն ելնելով մեր թեմայից, կանգ առնենք ագիտացիոն քարոզչական ապարատի վրա՝ ընդգծելով քարոզչական վավերագրական կինոյի ձևաչափային առանձնահատկությունները Յայաստանի հեռուստատեսության շրջանակներում:

Ագիտացիա (քարոզչություն), լատիներեն *agitation*՝ «դրդել-հուզել-գրգռել-մղել-շարժել-հրահրել» բառից է: Մի շարք տեսաբաններ քարոզչական գործառույթներ կատարող վավերագրական կինոյին տալիս են «ագիտֆիլմ» բնորոշումը: Այն անհատի, կուսակցության գործունեության մասին պատմող քաղաքական բնույթի վավերագրական տեսահոլովակ/ֆիլմ կամ հաղորդաշար է, որտեղ օգտագործվում են հուզականության երանգներ ապահովող մեխանիզմներ, անհատի կամ կուսակցության գործունեության վերելքների և նվաճումների մասին վկայող արխիվային նյութեր, կուսակցական առաջնորդների, ընտանիքի անդամների, համակիրների, գաղափարակիցների մասնակցությամբ հարցազրույցներ անցած և ապագա քայլերի վերաբերյալ: «Չնայած մեր ժամանակներում նվազել է պարտադրանքային մոտեցումն այս գործառույթների իրականացման ընթացքում, բայց որպես դրա շարունակություն այն օգտագործվում է լսարանի գիտակցության և տրամադրության վրաներգործող որոշակի գաղափարների և համոզմունքների միջոցով ոչ միայն հասարակական

կարծիքը ներկայացնելու, այլև հասարակության տարբեր խավերին մասնակից դարձնելու հասարակական-քաղաքական կարևոր խնդիրների քննարկմանը՝ դրանով իսկ ազդելով հասարակական կարծիքի հնարավոր փոփոխությանը և ձևավորմանը»⁸¹:

Քարոզչական գործառույթների կատարող հեռուստավարձաբերական կինոն Յայաստանի հեռուստատեսության եթերում ունի դրսևորման տարբեր եղանակներ և շարժառիթներ: Ազիտացիոն բնույթի վավերագրության տեսակներից է, այսպես կոչված, նախընտրական քարոզարշավային տեսահոլովակները: Յայաստանի հեռուստատեսությամբ նման հոլովակներ ցուցադրվում են նախընտրական շրջանում, որոնք իրենցից ներկայացնում են վավերագրական կադրերի (օգտագործվում են կադրեր կուսակցության՝ տարբեր տարիների հավաքներից, ցույցերից, առաջնորդների ելույթներից և այլն), գրաֆիկական, անիմացիոն, երաժշտական լուծումների, հետկադրային ուղերձի սինթեզ՝ բաց տեքստով քարոզելով և մարդկանց մղելով քվեարկել իրենց օգտին: Յամաձայն ՅՅ հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին օրենքի 11-րդ հոդվածի՝ նման հաղորդումների սփռումը (տեղեկատվական, խմբագրական, փաստավարձաբերական, հեղինակային և քաղաքական կամ քարոզչական այլ նյութեր) հեռուստատեսությամբ պետք է ուղեկցվի էկրանի վրա պարտադիր անընդմեջ լուսագրով՝ «քաղաքական գովազդ» կամ «նախընտրական քարոզչական հաղորդում»⁸²:

Հեռուստատեսային վավերագրական կինոյի քարոզչական գործառույթների կատարող մեկ այլ տեսակ է քաղաքական գործչի կամ կուսակցության գործունեության հոբելյանին նվիրված հաղորդաշարը կամ ֆիլմաշարը: Որպես կանոն, նման հոբելյանական ֆիլմերն ու հաղորդումները զուրկ են բաց քարոզչությունից. վավերագրական ֆիլմի նպատակն է ներկայացնել անհատի կամ կուսակցության անցած ուղին, հաղթահարած դժվարությունները,

⁸¹ Երիցյան Ս.Ս., Հեռուստատեսային տեղեկատվության և հասկացությունների տեղեկատվաբանության, Ե, Էդիթ Պրինտ, 2008, էջ 414:

⁸² Տե՛ս Յայաստանի Հանրապետության օրենքը հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին, հոդված 11 <http://parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=1464>

ծավալած գործունեությունը, այլ տեսանկյունից ներկայացնել քաղաքական գործչին (օրինակ՝ ինչպիսին է նա ընտանիքում, հարազատների, ընկերների շրջապատում) և այլն: Նման նախագծի օրինակ է «Երկիր Մեդիա» հեռուստաընկերության նկարահանած «ՀՀ-125» հաղորդաշարը, որը նվիրված է Դաշնակցություն կուսակցության 125-ամյակին: Այն իր բնույթով գիտահանրամատչելի, ճանաչողական հաղորդաշար է, որը պատմում է կուսակցության հիմնադրման, անցած ուղու, գործիչների մասին: Չկատարելով ուղիղ քաղաքական քարոզչություն, այնուամենայնիվ, բացի ճանաչողական գործառնություններից կա քաղաքական բրենդի ամրապնդման միտում: Մեկ այլ օրինակ է «Կենտրոն» հեռուստաընկերության նկարահանած «Մարդ, որը կառուցում է»⁸³ վավերագրական ֆիլմաշարը՝ նվիրված «Մուլլտի Գրուպ» կոնցեռնի հիմնադիր Գագիկ Ծառուկյանին, նրա գործունեությունը, բարեգործություններին և այլն: Գեղագիտական նման մոտեցումներ ունեցող վավերագրական քարոզչական ֆիլմեր ստեղծվում են նաև նախընտրական շրջանում: Վառ օրինակ է 2013թ-ի նախագահական ընտրությունների նախօրեին «Ռոսիա24» հեռուստաընկերության նկարահանած «Նախագահի տիկնոջ կարգավիճակում» ֆիլմաշարը՝ նվիրված Հայաստանի առաջին տիկին Ռիտա Սարգսյանին:

Վավերագրական կինոնկարը, պարունակելով քարոզչական պայքարի անհրաժեշտ մի ամբողջ գործիքակազմ, ակտիվորեն օգտագործվում է աշխարհում: Այն քարոզչական հզոր գործիք է, որը կարող է օգտագործվել ինչպես արտաքին տեղեկատվական պատերազմներում, այնպես էլ ներքին քաղաքական առողջ պայքարում:

Հայաստանի հեռուստաընկերությունների ծրագրերում քարոզչական հեռուստավավերագրության հաջորդ տեսակը կրոնական քարոզչական հաղորդաշարերն են և ֆիլմերը: Կրոնական քարոզչական գործառնություն կատարող վավերագրության առկայությունը մեծապես պայմանավորված է «Շողակաթ» հեռուստաընկերության

⁸³ Ֆիլմը բաղկացած է 5 մասից: Եթերում ցուցադրվել է՝ մաս 1՝ 18/02/17թ., Ժ. 22⁰⁰, մաս 2՝ 19/02/17թ., Ժ. 22⁰⁰, մաս 3՝ 25/02/17թ., 22⁰⁰, մաս 4՝ 26/02/17թ., 22⁰⁰, մաս 5՝ 04/03/17թ., Ժ. 22⁰⁰:

գործունեությամբ, որը, իրենից ներկայացնելով մշակութային-կրոնական ուղղվածության հեռուստապիք, վավերագրական հաղորդումների միջոցով անդրադառնում է աստվածաշնչյան թեմաներին, առաքելական եկեղեցու ծեսերին, խորհրդին, պատմությանն ու ճարտարապետությանը, հոգևոր հարստությանը և այլն:

Նմանօրինակ վավերագրական հաղորդումներից են «Գործք Առաքելոց» (հեղ.՝ Սուսաննա Պետրոսյան), «Պատկեր և խորհուրդ» (հեղ.՝ Վարդան Դևրիկյան), «Հավատի կյանքը» (հեղ.՝ Սոնա Խաչատրյան), «Եկեղեցի և արվեստ» (հեղ.՝ Հայկ Համբարձումյան) և այլն: Կրոնական քարոզչական բնույթի վավերագրական հաղորդաշարի օրինակ է նաև Հանրային հեռուստաընկերության եթերում ցուցադրված «Հավատի խորհրդավոր ուղին»՝ 12 մասից բաղկացած վավերագրական հաղորդաշարը:

Հիշատակման են արժանի նաև պետության կողմից ստեղծվող վավերագրական \$իլմերը, որոնք ևս քարոզչական գործառնություններ են կատարում: Նման վավերագրության հիմքում ընկած են պատմահայրենասիրական թեմաները, որոնք քաղաքացուն կրթելու, պետության, երկրի պատմության հանդեպ սեր և հարգանք սերմանելու նպատակ են հետապնդում: Կարելի է առանձնացնել ՀՀ նախագահի աշխատակազմի «Հանրային կապերի և տեղեկատվության կենտրոնի» պատրաստած «Պաշարվածները»⁸⁴ և «Սովորական ցեղասպանություն»⁸⁵ փաստավավերագրական \$իլմերը:

Այսպիսով՝ հեռուստավավերագրական կինոյի վերոնշյալ ձևաչափերը՝ հեռուստասկնարկը, տեսա\$իլմը, կրթաճանաչողական տարաբնույթ հաղորդաշարերը, քարոզչական-ազիտացիոն բնույթի \$իլմերը Հայաստանի հեռուստատեսության շրջանակներում կատարում են մշակութային-լուսավորչական, կրթադաստիարակչական, համընդհանուր-միավորող, քարոզչական և այլ կարևոր

⁸⁴ \$իլմում ներկայացվում է Արցախյան պատերազմի տարիների կյանքը Ստեփանակերտում, երբ քաղաքը ռմբակոծվում էր չորս կողմից, իսկ գոյատևելու համար անհրաժեշտ սպայ մանները՝ սևուկ, գազ, լույս, ջուր բացակայում էին:

⁸⁵ \$իլմը Սու մգախթյան ջարդերի մասին է:

գործառույթներ՝ ազդելով ևս արանի արժեհամակարգի, հասարակական կարծիքի ձևավորման վրա: Թվարկված ձևաչափերը հեռուստաալիքների ծրագրային քաղաքականության, ինչպես նաև հեռուստաընկերությունների ֆինանսական և մասնագիտական հնարավորությունների արդյունք են: Այնուամենայնիվ, հայ հեռուստադիտողն այսօր ունի որոշակի ընտրության հնարավորություն: Հեռուստավերագրական կինոն առկա է Հայաստանի գրեթե բոլոր հեռուստաընկերությունների ծրագրում:

Դիտարկենք Հայաստանի հեռուստաընկերությունների վերջին տարիների ծրագրային առանձնահատկությունները՝ պարզելու համար հեռուստավերագրական կինոյի եթերային մասնաբաժինը:

1.4 Հեռուստատեսային վավերագրական կինոյի ծրագրային առանձնահատկությունները Հայաստանի հեռուստաընկերությունների եթերում

«Եթե արվեստի գոյության ձևն առանձին ստեղծագործությունն է, ապա հեռուստատեսության գոյության ձևը ծրագիրն է: Ցանկացած հեռուստահաղորդում «իրացվում է» միշտ ներկա ժամանակում, ոչ միայն այն պատճառով, որ նույնիսկ տեսագրման դեպքում ստեղծվում է հեռարձակման տպավորություն, այլև այն պատճառով, որ հեռուստաարտադրանքը ստեղծվում է հաշվարկված րոպեական ընկալման համար»⁸⁶: Այլ խոսքերով՝ հեռուստատեսային ստեղծագործության մասին խոսելիս հարկավոր է ոչ միայն դառնալ վերջինիս ձևաչափային առանձնահատկություններին, այլև դիտարկել այն հեռուստահաղորդացանցի ծրագրավորման և համակարգման համատեքստում՝ պարզելու համար հաղորդման/ֆիլմի նշանակությունը, ծավալը եթերում, վիճակագրական ևս արանը և այլն:

Ըստ Սերգո Երիցյանի՝ «Հեռուստատեսային ծրագրի պատրաստումը հետևողական, փուլային և անընդհատ գործընթաց է, որը

⁸⁶ Հեռուստատեսային ժուռնալիստիկա (Խմբ. Գ.Գ. Անանյան), Երևանի համալսարանի հրատ., 2003, էջ 246:

պահանջում է երկարաժամկետ ծրագրավորում ինչպես հաղորդումները նախապատրաստելու, այնպես էլ պատրաստելու և եթեր հեռարձակելու համար: Ծրագրավորման հիմքերի հիմքը հաղորդացանց է և դրանում հաղորդաշարերը, սերիալները, առանձին հաղորդումները որոշակի հաջորդականությամբ տեղադրելն է, որը հնարավորություն է տալիս ավելի համակողմանիորեն բավարարել հեռուստադիտողների հետաքրքրություններն ու շահերը»⁸⁷: Հեռուստահաղորդացանցի գրագետ համակարգման և ծրագրավորման արդյունքում յուրաքանչյուր հեռուստահաղորդում/ֆիլմ իր ճշգրիտ տեղն է գտնում եթերում՝ ուղղվելով վիճակագրական իր լսարանի հնարավորինս լայն շերտերին: Հեռուստատեսային տեսաբան, լրագրող Աստղիկ Ավետիսյանն՝ իր «Հեռուստածրագրերի տիպաբանություն. հեռուստահաղորդումների դասակարգման չափանիշներ» աշխատության մեջ նշում է. «Հեռուստահաղորդացանցի պլանավորումը թելադրում է հասկանալ և հաշվի առնել բազմաթիվ իրողություններ, որոնք կախված են պիքի բնույթից, հաղորդումների հրատապությունից և օպերատիվությունից, նույն տիրույթներում հեռարձակվող պիքների հաղորդումներից և այլն»⁸⁸: Ցանկացած հեռուստածրագիր իրենից ներկայացնում է առանձին օղակներից բաղկացած շղթա, որոնք միմյանցից տարբերվում են թեմատիկայով, ժանրով, տեմպով, գեղարվեստական ձևավորմամբ, ռիթմով և այլն»⁸⁹: Նշենք, որ յուրաքանչյուր հեռուստաընկերության ծրագրային քաղաքականության ուսումնասիրության ժամանակ անհրաժեշտ է հաշվի առնել տվյալ հեռուստապիքին բնորոշ կարևորագույն այնպիսի հատկանիշներ, ինչպիսիք են՝ հեռուստապիքի տեսակը, ուղղվածությունը, թեմատիկան, ձևաչափը, լսարանը, որոնք մեծապես ազդում են ծրագրային քաղաքականության և հեռուստահաղորդացանցի համակարգման վրա:

⁸⁷ Երիցյան Ս.Ս., Հեռուստատեսությունը: Գործառնայինները, զարգացման միտումները և հեռանկարները, Ե., Մանկավարժ., 2005, էջ 178:

⁸⁸ Ավետիսյան Ա., Հեռուստածրագրերի տիպաբանություն. հեռուստահաղորդումների դասակարգման չափանիշներ, Ե., ԵՊՀ հրատ, 2010, էջ 23:

⁸⁹ Նույն տեղը:

Ռուս տեսաբան Ռ. Բորեցկին, ուսումնասիրելով հեռուստաձրագրի կառուցվածքային առանձնահատկությունները, առանձնացնում է վերջինիս վեց բաժին՝ փաստագրական, գեղարվեստական, մշակութային-լուսավորչական, կրթական-ուսուցողական, էստրադային ժամանցային և սպորտային⁹⁰:

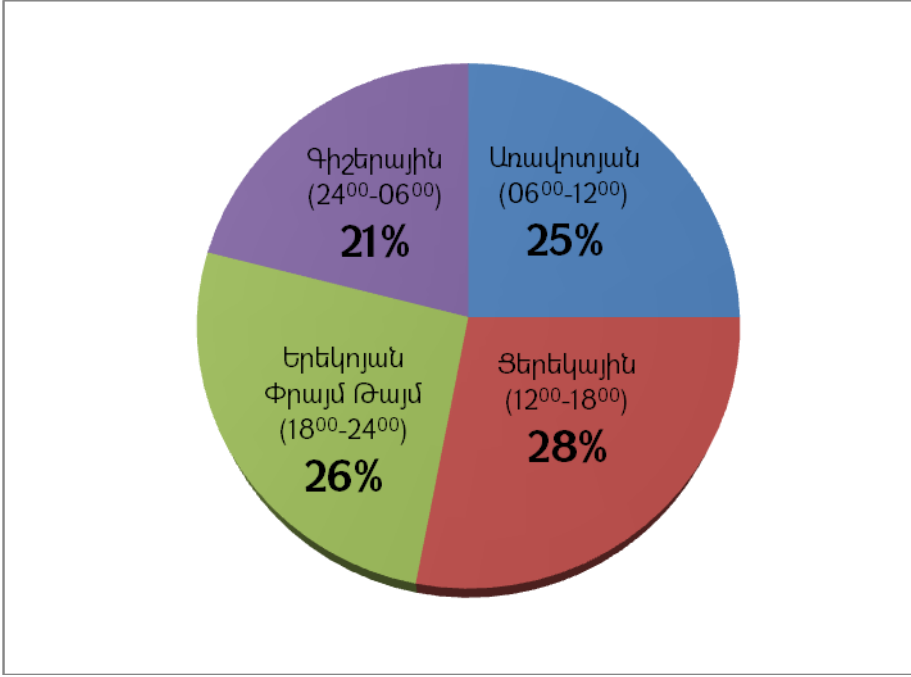
Դիտարկենք Հայաստանի հեռուստատեսության վերջին տարիների ձրագրի փաստագրական բաժինը՝ պարզելու համար հեռուստատեսային վավերագրական կինոյի տեղը հեռուստահաղորդացանցում: Այդ նպատակով ուսումնասիրել և վերլուծել ենք Հայաստանի 12 հեռուստաընկերությունների («Հանրային հեռուստաընկերություն», «Հ2», «Շողակաթ», «Արմենիա», «Արմենյոլ», «Շանթ», «Կենտրոն», «ԱՐ», «Հ3», «ԱԹՎ», «Արարատ», «Երկիր Մեդիա») 2013-2017թթ. հեռուստաձրագրի տարբեր ժամանակահատվածներ, որի արդյունքում տեսանելի է դարձել հեռուստատեսային վավերագրական կինոյի ընդհանուր պատկերը Հայաստանի հեռուստաընկերությունների ձրագրում:

Առաջ անցնելով՝ նշենք՝ Հայաստանի հեռուստաընկերությունների ձրագրում հեռուստատեսային վավերագրական կինոն կազմում է ընդհանուր եթերաժամի միջինը 5-6%, որը ցուցադրվում է չորս ժամանակային հատվածներում (առավոտյան՝ 6⁰⁰-12⁰⁰, ցերեկային՝ 12⁰⁰-18⁰⁰, երեկոյան՝ 18⁰⁰-24⁰⁰ և գիշերային՝ 24⁰⁰-6⁰⁰): «Նման հատվածների առկայությունը թույլ է տալիս ավելի ճկուն դարձնել պլանավորումը տարբեր ժամանակային հատվածներում՝ հնարավորինս ավելի շատ հեռուստադիտողներ ընդգրկելու համար»⁹¹:

Հեռուստավավերագրական կինոյի եթերային նման փոքր ցուցանիշն ունի մի շարք պատճառներ: Որակյալ հեռուստավավերագրական կինոարտադրությունը խրթին և ծախսատար գործընթաց է, որը ոչ միշտ է հեռուստաընկերությանն ապահովում համարժեք վարկանիշով: Դա է պատճառը, որ մի շարք հեռուստաընկերություններ հաճախ կա՛մ հրաժարվում են

⁹⁰ Տե՛ս Բорецкий Р.А. В Бермудском треугольнике ТВ, М., МГУ, ИКАР, 1998, с. 145-146.
⁹¹ Երիցյան Ս.Ս., Հեռուստատեսություն: Գործառնություններ, զարգացման միտումները և հեռանկարները, Ե., Մանկավարժ., 2005, էջ 180:

վավերագրական կինոյի սեփական արտադրությունն ինչ՝ եթեր հեռարձակելով արտասահմանյան վավերագրական հաղորդումներ և ֆիլմեր (*հեռուստահաղորդումների ընդհանուր հոսքում այն փոքր տոկոս է կազմում*), կամ ձեռնամուխ են լինում վավերագրական փոքրածավալ ֆիլմերի և հաղորդումների սեփական արտադրությանը, որոնք մեծ մասամբ կառուցվածքային առումով պարզունակ են և չունեն վիճակագրական լայն լսարան:



Գծապատկեր 1. Վավերագրական կինոյի ցուցադրման ժամանակահատվածների միջին ցուցանիշները Հայաստանի հեռուստաընկերությունների ծրագրում

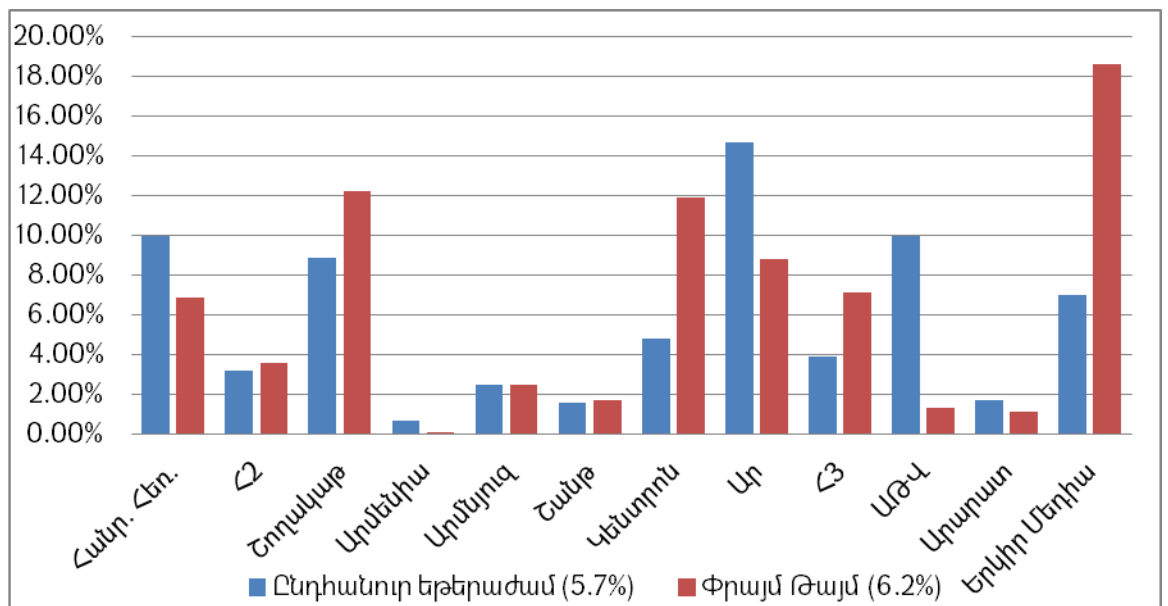
Հայաստանի հեռուստաընկերությունների ծրագրում վավերագրական կինոյի ցածր մասնաբաժնի մյուս պատճառը, թերևս, վարկանիշային կոմերցիոն հեռուստաընկերությունների ծրագրային քաղաքականությունում առկասերիալային գերծանրաբեռնվածության խնդիրն է, որը մեծապես վնասում և խոչընդոտում է ոչ միայն վավերագրական կինոյի, այլ նաև հեռուստատեսային այլ ձևաչափերի՝ եթերային *փրայմ թայմում* հայտնվելուն՝ խախտելով հավասարակշռությունը ծրագրում:

Նման պայմաններում Հայաստանի հեռուստաընկերությունների ծրագրում առկա վավերագրական ֆիլմերի միջինը միայն 25-26%-ն է ցուցադրվում *փրայմ թայմում*՝ կազմելով երեկոյան ընդհանուր ժամանակահատվածի 5-6%-ը: Ավելին՝ վերջին տարիներին նկատելի է եթերում հեռուստատեսային վավերագրական կինոյի կրճատման միտում: Եթե 2014-2015թթ. Հայաստանի հեռուստաընկերությունների ծրագրում շաբաթվա ընթացքում ցուցադրվում էր միջինը 110-120 ժամ հեռուստավավերագրական կինո, ապա 2016-2017թթ. այն կազմում է միջինը 90-100 ժամ:

Ուսումնասիրելով հեռուստավավերագրական կինոյի մասնաբաժինը Հայաստանի հեռուստաընկերությունների ծրագրում՝ կարելի է առանձնացնել հեռուստապլիքների երեք խումբ՝

1. Հեռուստապլիքներ, որոնց ծրագրում վավերագրական կինոն կազմում է ընդհանուր եթերաժամի միջինը **0-4%-ը**:

Այս խմբին են պատկանում «Հ2» (միջինը՝ 2-3%), «Արմենիա» (միջինը՝ 1-2%), «Արմենյոլզ» (միջինը՝ 3-4%), «Շանթ» (միջինը՝ 1-2%), «Հ3» (միջինը՝ 2-3%) հեռուստաընկերությունները:



*Գծապատկեր 2. Հեռու ստավակերագրական կինոն Հայաստանի
հեռու ստառնկերու թյուկնների եթերում (11/09/2017-17/03/2017թթ.)*

«Արմենիան» և «Շանթը» վարկանիշային առումով վերջին տարիների անխախտելի առաջատարներն են: Միմյանց դեմ վարելով վարկանիշային մրցավազք՝ հեռու ստառնկերու թյուկնները նախընտրում են լայնահաղորդ, բազմազան թեմատիկայով ձևաչափ և ծրագրում ընդգրկում են հեռու ստալ սարանին հետաքրքիր և վարկանիշային նախագծեր⁹²: Ծրագրային նման քաղաքականության պայմաններում, հեռու ստատեսային վավերագրական կինոն գրեթե բացառվում է եթերից՝ տեղը զիջելով վարկանիշային նախագծերին և սերիալներին: Դա է պատճառը, որ «Արմենիան» և «Շանթը» ծրագրում վավերագրական կինոյի մասնաբաժնով Հայաստանի հեռու ստառնկերու թյուկնների շարքում ունեն ամենացածր ցուցանիշները: Հեռու ստավակերագրական կինոն ծրագրում տեղ է գտնում մասնավորապես հանգստյան օրերին, երբ եթերում կրճատվում է հեռու ստատերիալների թիվը՝ եթերաժամ ազատելով ձևաչափային այլ հաղորդումների համար:

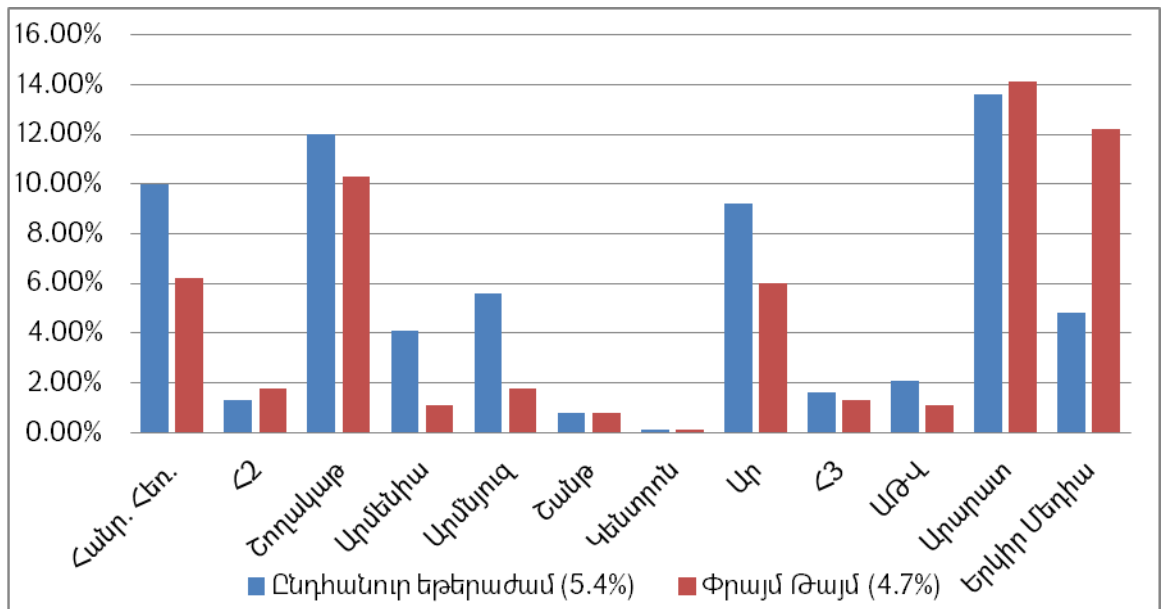
«Արմենյուզը» տեղեկատվական-վերլուծական ուղղվածության շուրջօրյա հեռու ստառնկերու թյուկն է, որը վերջին տարիներին լրատվական թողարկումներին զուգահեռ փորձում է եթերը հարստացնել երիտասարդական բնույթի հաղորդումներով, գեղարվեստական և վավերագրական ֆիլմերով (օտարերկրյա արտադրության): Ծրագրային նման քաղաքականության հիմքում ընկած է լսարանի ընդլայնման ձգտումը (երիտասարդական հաղորդումների միջոցով փորձ է արվում հեռու ստառնկերու թյուկն հանդեպ հետաքրքրությունն առաջացնել երիտասարդ սերնդի մոտ): Ժամանցային տարբեր հաղորդումների, գեղարվեստական ֆիլմերի հետ միասին հեռու ստավակերագրական կինոն միտված է եթերն առավել բազմազան և

⁹² Տե՛ս Երիցյան Ս. Ս., Ժամանակակից հեռու ստատեսությունն. Բովանդակության և ձևի որոնումներ, Ե., Էդիթ Պրինտ, 2010, էջ 122:

բազմաթեմատիկ դարձնել ու: Դա է պատճառը, որ այն փոքր մասնաբաժին է կազմում ծրագրում:

Ինչ վերաբերում է «Հ2» և «Հ3» հեռուստաալիքների ծրագրային քաղաքականությանը, ապա վերջիններիս եթերում հանդիպում են բազմաթեմատիկ և տարաբնույթ տեղեկատվական, վերլուծական, ժամանցային, երաժշտական և այլ հաղորդումներ, գեղարվեստական և վավերագրական ֆիլմեր (մասնավորապես օտարերկրյա արտադրություն):

Համեմատաբար փոքր լսարան ունենալով՝ հեռուստաընկերությունները փորձում են բազմաճաշակ հաղորդումների և ֆիլմերի շնորհիվ հնարավորինս ընդլայնել վիճակագրական լսարանն ու վերջինիս հետաքրքրությունների շրջանակը՝ ծրագրում պարբերաբար անդրադառնալով նաև հեռուստատեսային վավերագրական կինոյին:



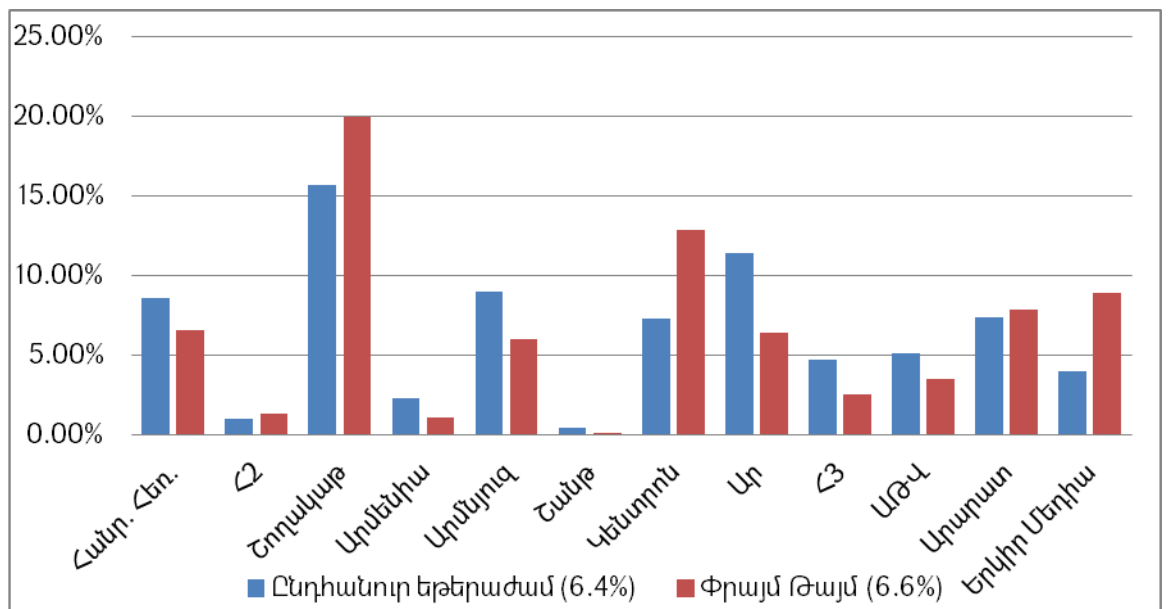
Գծապատկեր 3. Հեռուստավավերագրական կինոն Հայաստանի հեռուստաընկերությունների եթերում (14/03/2016-20/03/2016թթ.)

2. Հեռուստաալիքներ, որոնց ծրագրում վավերագրական կինոն կազմում է ընդհանուր եթերաժամի միջինը 4-8%-ը:

Այս խմբին են պատկանում «Կենտրոն» (միջինը՝ 5-6%), «ԱԹՎ» (միջինը՝ 6-7%), «Երկիր Մեդիա» (միջինը՝ 4-5%) հեռուստաալիքները:

Վերջին տարիներին «ԱԹՎ»-ն գտնվում է վարկանիշային հեռուստաալիքների առաջատար քայտակում: Դա հետևանք է ընդհանուր ուղղվածության ծրագրային քաղաքականության, որտեղ շեշտադրվում է ժամանցային բլոկը: Վարկանիշային հեռուստատերիալների, սիթքոմների, երգիծական հաղորդումների, թոքշոունների հետմիասին, ծրագրում տեղ են գտնում ճանաչողական բնույթի վավերագրական հաղորդումներ և ֆիլմեր («Վայրի բնույթուն», «Անձանոթ Երևան», «Տնից հեռու» և այլն):

Չնայած եթերում վավերագրական կինոյի՝ նախորդ խմբի համեմատ բարձր մասնաբաժնին՝ հեռուստաընկերության ծրագրում ևս նկատելի է սերիալային գերծանրաբեռնվածության խնդիրը: Փայմ թայմում տեղ են գտնում եթերում հեռարձակվող վավերագրական հաղորդումների միջինը 8-9%-ը (մինչդեռ առվույտյան և գիշերային ժամանակահատվածում ցուցադրվում է ծրագրում առկա վավերագրական հաղորդումների միջինը՝ 32% և 33%):



Գծապատկեր 4. Հեռուստավավերագրական կինոն Չայտատանի հեռուստաընկերության ներքին եթերում (14/12/2015-20/12/2015թթ.)

«Կենտրոն» և «Երկիր Մեդիա» հեռուստաընկերությունները, ունենալով քաղաքական ուղղվածություն, ծրագրային բազմաթեմատիկ մարտավարության միջոցով փորձում են ընդլայնել իրենց վիճակագրական լսարանը: Հեռուստաընկերությունների ծրագրում տեղեկատվական, վերլուծական, սոցիալական հաղորդումներից զատ, կարելի է հանդիպել մանկական, երաժշտական, սպորտային հաղորդումների, գեղարվեստական և վավերագրական ֆիլմերի (ինչպես օտարերկրյա, այնպես էլ սեփական արտադրության):

Այս առումով նշենք «Երկիր Մեդիայի» 2016-2017թթ. սեփական արտադրության սոցիալ-հիմնախնդրային տեսաֆիլմերի, ճանաչողական բնույթի պատմավավերագրական հեռուստաֆիլմերի ծավալի աճը: «Երկիր Մեդիա» հեռուստաընկերության՝ վավերագրական կինոյի ծրագրավորման կարևոր առանձնահատկություններից է եթերային փրայմ թայմի համեմատաբար մեծ մասնաբաժինը: Ծրագրում առկա վավերագրական ֆիլմերի և հաղորդումների միջինը 67-68%-ը ցուցադրվում է փրայմ թայմում՝ կազմելով երեկոյան ողջ եթերաժամի միջինը՝ 12-13%-ը:

3. Հեռուստաալիքներ, որոնց ծրագրում վավերագրական կինոն կազմում է ընդհանուր եթերաժամի միջինը 8% և ավելին:

Այս խմբին են պատկանում «Հանրային հեռուստաընկերություն» (միջինը՝ 9-10%), «Շողակաթ» (միջինը՝ 10-11%), «ԱՐ» (միջինը՝ 11-12%), «Արարատ» (միջինը՝ 9-10%) հեռուստաալիքները:

Ուսումնասիրելով վերոնշյալ հեռուստաընկերությունների ծրագիրը՝ կարող ենք փաստել, որ նրանց միավորում է ծրագրային քաղաքականությունում առկամշակութային ուղղվածությունը:

Ի տարբերություն մասնավոր հեռուստաընկերությունների՝ «Հանրային հեռուստաընկերությունը» ծրագրային իր քաղաքականությունը մշակելիս պարտավոր է հաշվի առնել ՀՀ օրենքով սահմանված կարգը: ՀՀ հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին օրենքի 26-րդ հոդվածի 1-ին կետում նշվում է. Մարդու

սահմանադրական իրավունքն ապահովելու նպատակով պետությունը ստեղծում է անկախ հանրային հեռուստառադիոընկերություն, որի գործունեությունն ապահովում է տեղեկատվական, քաղաքական, տնտեսական, կրթական, մշակութային, մանկապատանեկան, գիտական, հայոց Լեզվի եւ պատմության, մարզական, ժամանցային եւ հանրության համար կարևոր ու նշանակալից այլ տեղեկատվական բնույթի հաղորդումների բազմազանություն: Նույն հոդվածի 5-րդ կետի առաջին մասում նշվում է. Չանրային հեռուստաընկերությունը պարտավոր է օրվա եթերաժամի առնվազն երկու երրորդը հատկացնել հայրենական արտադրության հաղորդումներին⁹³: Նման բազմաթեմատիկ, Լայնահաղորդ ծրագրային քաղաքականության մեջ հեռուստատեսային վավերագրական կինոն ձեռք է բերում կարևոր նշանակություն՝ կատարելով մշակութային-լուսավորչական, կրթադաստիարակչական, համընդհանուր-համախմբող և այլ գործառնային: «Չանրային հեռուստաընկերության» ծրագիրը հարուստ է հեռուստավավերագրական կինոյի տարաբնույթ ձևաչափերով, առկա են վավերագրական դիմանկարային, ճամփորդական ակնարկաշարեր, կրթաճանաչողական հաղորդումներ, պատմավավերագրական հեռուստաֆիլմեր, վավերագրական դրամաներ, ինչպես նաև հայերեն կրկնօրինակված արտասահմանյան վավերագրական տարբեր հաղորդումներ և ֆիլմեր:

Եթերում վավերագրական կինոյի համեմատաբար մեծ քանակի պատճառներից է այն, որ «Չանրային հեռուստաընկերության» ծրագրային քաղաքականության հիմքում ընկած է օրացույցային օրերին, հիշարժան ամսաթվերին, իրադարձություններին, ինչպես նաև Չայաստանի և սփյուռքի տարբեր ոլորտների գործիչներին, նրանց հոբելյաններին հեռուստավավերագրական կինոյի միջոցով անդրադառնալու միտումը: Չանրային հեռուստաընկերությունը մեծ դերակատարում է ունենում հեռուստատեսային վավերագրական կինոյի եթերային առաջմղմանը՝ նպաստելով վերջինիս ոչ միայն

⁹³ Տե՛ս Չայաստանի Չանրապետության օրենքը հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին, հոդված 26, կետ 1, կետ 5, <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=3853&lang=arm>

քանակական, այլ նաև որակական աճին: Ինչ վերաբերվում է ժամային առանձնահատկություններին, նշենք՝ ծրագրում առկա վավերագրական կինոյի միջինը 13-14%-ը ցուցադրվում է 6⁰⁰-12⁰⁰, 32-33%-ը՝ 12⁰⁰-18⁰⁰, 14-15%-ը՝ 18⁰⁰-24⁰⁰, իսկ 40-41%-ը՝ 24⁰⁰-6⁰⁰ ընկած հատվածում (վերջին ժամանակահատվածի նման մեծ մասնաբաժինը պայմանավորված է ողջ օրվա ընթացքում ցուցադրված վավերագրական կինոյի գիշերային կրկնություններով):

«Շողակաթ» հեռուստաընկերությունը, լինելով համազգային հոգևոր-մշակութային ուղղվածություն ունեցող հեռուստաալիք, չէր կարող անտարբեր մնալ հեռուստատեսային վավերագրական կինոյի նկատմամբ: Հեռուստաընկերության հաղորդումները և հաղորդման պարունակությունը մանրամասնորեն ծրագրվում է Մայր Աթոռի և «Շողակաթի» ստեղծագործական խորհրդի կողմից: «Շողակաթը» ներկայացնում է թեմաների լայն շարք, որը գրավում է տարիքային բոլոր խմբերին: Հեռարձակման մոտավորապես 30%-ը կրոնական հաղորդումներ են, 20%-ը ուսուցողական, 50%-ը՝ մշակութային և ժամանցային⁹⁴: Ծրագրային նման քաղաքականության շնորհիվ ցուցադրվող հեռուստատեսային վավերագրական հաղորդումների և ֆիլմերի գրեթե կեսը հեռարձակվում է եթերային փրայմ թայմում՝ կազմելով ընդհանուր երեկոյան ժամանակահատվածի 10-11%-ը: Հեռուստաընկերության եթերում ցուցադրվում են մշակութային-լուսավորչական, կրթադաստիարակչական, քարոզչական գործառույթ կատարող տարբեր վավերագրական ֆիլմեր և հաղորդումներ:

«ԱՐ» հեռուստաընկերությունն ունի մանկապատանեկան, գիտակրթական, դաստիարակչական, ճանաչողական հստակ ուղղվածություն⁹⁵: Հեռուստավավերագրական կինոն իր գործառույթներով կարևոր տեղ է գրավում հեռուստաընկերության եթերում: Ծրագրում կան տեղական և արտասահմանյան արտադրության կարճամետրաժ և լիամետրաժ վավերագրական ֆիլմեր,

⁹⁴ Տե՛ս <https://www.armenianchurch.org/index.jsp?sid=1&id=16852&pid=16849>

⁹⁵ Տե՛ս «Մեդիա կենտրոն» հայաստանյան հեռուստաընկերությունների ծրագրային քաղաքականությունը, https://www.youtube.com/watch?v=HvCb9upTRKg&index=42&list=LLNCD_qY30hrhwHtWw2CLqg&t=737s

կրթաճանաչողական հաղորդաշարեր, պատմավավերագրական հեռուստաֆիլմեր և այլն: Ծրագրում հեռուստավավերագրական կինոյի մասնաբաժնով «ԱՐ» հեռուստալիքն առաջատարն է Յայաստանում. վավերագրական կինոն կազմում է ընդհանուր եթերաժամի միջինը 11-12%-ը: Ծրագրային նման քաղաքականությունը թույլ է տալիս հնարավորինս հավասարակշռելու վավերագրական կինոն եթերում՝ այն հասանելի դարձնելով լսարանի գրեթե բոլոր շերտերին (ծրագրում առկա հեռուստավավերագրական կինոյի միջինը 27%-ը ցուցադրվում է առավոտյան, 25%-ը՝ ցերեկային, 19%-ը՝ երեկոյան, 29%-ը՝ գիշերային ժամանակահատվածներում):

«Արարատ» հեռուստաընկերության ծրագրային քաղաքականության մեջ տեսանելի է պատմամշակութային, գաղափարախոսական, ժողովրդական, ազգագրական ուղղվածությունը: Ծրագրում առկա են քաղաքական, մշակութային, գիտահանրամատչելի, ժամանցային բնույթի հաղորդումներ, գեղարվեստական և վավերագրական ֆիլմեր: Մշակութային-լուսավորչական, կրթադաստիարակչական, համընդհանուր-միավորող, քարոզչական գործառույթներ կատարող վավերագրական տարաբնույթ հաղորդումներն ու ֆիլմերը կազմում են ընդհանուր եթերաժամի 9-10%-ը: «Արարատ» հեռուստաընկերության ծրագրում ևս կա վավերագրական կինոյի հավասարակշռված բաշխում՝ ըստ ժամանակահատվածների. հեռարձակվող վավերագրական հաղորդումների և ֆիլմերի միջինը՝ 34%-ը ցուցադրվում է առավոտյան, 33%-ը՝ ցերեկային, 20%-ը՝ երեկոյան, 13%-ը՝ գիշերային ժամանակահատվածներում:

Յայաստանի հեռուստաընկերությունների ծրագրում հեռուստատեսային վավերագրական կինոյի ուսումնասիրության պարագայում կարևոր է դիտարկել նաև օրացույցային օրերի ծրագրային առանձնահատկությունները:

Հեռուստատեսային վավերագրական կինոյի կարևոր որակներից է նյութը հետաքրքիր և դիտարժան մատուցելու ունակությունը: Դա է պատճառը, որ օրացույցային օրերին հեռուստածրագրում

վավերագրական կինոն կարևորվում է եթերում: Հեռուստաընկերություններն այդ թվում և վավերագրական ֆիլմերի, հաղորդումների միջոցով են անդրադառնում այս կամ այն իրադարձությանը, երևույթին, հեռուստադիտողին ներկայացնում հետաքրքիր, ճանաչողական պատմություններ, վավերագրական տեսանյութեր և այլն: Վառ օրինակ է Հայաստանի հեռուստաընկերությունների ապրիլ քսանչորսյան ամենամյա եթերը: Եթե սովորական օրերին հեռուստավավերագրական կինոն կազմում է ընդհանուր եթերաժամի միջինը 5-6%-ը, ապա 2017թ-ի ապրիլի 24-ին այն կազմել է վերջինիս 22%-ը: Նման անսխադեպ աճ է գրանցվել անգամ վավերագրական կինոյի եթերային մասնաբաժնով ամենացածր ցուցանիշ ունեցող «Արմենիա» և «Շանթ» հեռուստաընկերությունների մոտ: Սովորական 1-2%-ի փոխարեն վավերագրական կինոն կազմել է վերջիններիս եթերաժամի համապատասխանաբար 33% և 35%-ը:

ԳԼՈՒԽԵՐԿՐՈՐԴ
ԺԱՄԱՆԱԿԱԿԻՑ ԳԵՂԱՐՎԵՍՏԱԿԱՆ ԿԻՆՈՆ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ
ՀԵՌՈՒ ՍՏԱՆԿԵՐՈՒ ԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԿՐԱԳՐԵՐՈՒՄ

2.1 Գեղարվեստական կինոյի տեսակները Հայաստանի
հեռուստաընկերությունների ծրագրում

Ժամանակակից հեռուստատեսությունն անհնար է պատկերացնել առանց կինոյի: Անգամ այսօր` թվային տեխնոլոգիաների և համացանցի դարաշրջանում, երբ յուրաքանչյուր ոք ամեն պահ կարող է դիտել ամենաբարձր որակի ցանկացած ֆիլմ, գեղարվեստական կինոն շարունակում է մեծ մասնաբաժին կազմել Հայաստանի հեռուստաընկերությունների ծրագրում և ունենալ իրլսարանը:

Կինո-հեռուստատեսություն կապի մասին Ս. Երիցյանը նշում է. «Ի սկզբանե հեռուստատեսությունը շատ բան է փոխառել կինոյից,

ամենակարևորը՝ այն ողջ գիտնացող, որը տարիների ընթացքում սեփականացրեց և դարձրեց սեփական արվեստի անբաժանելի մասը՝ այն անընդհատ զարգացնելով և կատարելագործելով»⁹⁶: Կարևոր է ընդգծել, որ հեռուստատեսությունը կինոյից վերցրեց ոչ թե վերջինիս էություն, այլ նրա առաջնատարրերը՝ կադրը, կինեմատոգրաֆիկ պլանը, տեսանկյունը, տեսախցիկի շարժման հետագիծը, մոնտաժային հիմունքները և այն ամենը, ինչը պայմանականորեն կարելի է անվանել էկրանային արվեստի բառապաշար⁹⁷: Յեռուստատեսությունը, ընդունելով և իր կանոնահամակարգին հարմարեցնելով վերոնշյալ տարրերը, ձեռնամուխ եղավ սեփական էզզվի ստեղծմանը, որի շնորհիվ իր ինքնուրույն տեղը զբաղեցրեց էկրանային արվեստներում:

Ինչպես արդեն նշել ենք, հեռուստաէզզվի և կինոէզզվի գլխավոր տարբերությունը հասարակական տարբեր գործառույթների մեջ է. հեռուստատեսությանը հատկանշական են լրագրության, կինոյին՝ արվեստի գործառույթները: Այնուամենայնիվ, հեռուստատեսության մասին խոսելիս պետք է ընդգծել, որ այն բազմաշերտ, սինթետիկ և բազմաֆունկցիոնալ երևույթ է: Դեռևս 1946թ. ամերիկացի քաղաքագետ Յարոլդ Լասուելն իր «Քարոզչություն, հաղորդակցություն և հասարակական կարծիք» աշխատության մեջ, առանձնացնելով հեռուստալրագրության՝ տեղեկատվության հավաքագրման և տարածման, տեղեկատվության ընտրության և մեկնաբանության, հասարակական կարծիքի ձևավորման և մշակույթի տարածման կարևոր գործառույթները, նշում է՝ հեռուստատեսությունը կազմածոմիացությունն է, որին բնորոշ են ինչպես լրագրության, այնպես էլ մշակույթի ստեղծման և տարածման գործառույթները⁹⁸: Վերջինս իրագործվում է ծրագրային քաղաքականության միջոցով՝ հեռուստահաղորդացանցում ներառելով մշակութային տարբեր հաղորդումներ, այդ թվում՝ վավերագրական և գեղարվեստական ֆիլմեր:

⁹⁶ Երիցյան Ս.Ս., Յեռուստատեսային տերմինների և հասկացությունների տեղեկատու բառարան, Ե., Էդիթ Պրինտ, 2008, էջ 280:

⁹⁷ Տե՛ս Ստեմկին Ս.Վ., Эстетика видео, телевидения и язык кино, СПб., СПбГУКИТ, 2011, с. 12.

⁹⁸ Տե՛ս Lasswell H.D., Lances Smith B. Propaganda, Communication and Public Opinion, New Jersey.: Princeton University press, 1946, p. 82.

Կինոյի և հեռուստատեսության «բարեկամական» կապի մասին լրագրող Ն. Բարաբաշը գրում է. «Հեռուստատեսության շրջանակներում կենսագործունեության բազում ձևատեսակներից զատ՝ հիմնական ողջ տարածությունը գրավում է «խաղը»⁹⁹: Խաղն այս պարագայում ձեռք է բերում լայն իմաստ. նկատի է առնվում ոչ թե հեռուստատեսային տարբեր ձևաչափերում առկա դերասանական խաղը որպես այդպիսին, այլ «խաղը»՝ առհասարակ որպես երևույթ: Տեխնիկական և գեղագիտական սկզբունքների միանմանության շնորհիվ է, որ կինոն համարվում է հեռուստատեսությանը արվեստներից ամենամոտը: Արվեստներից միայն մեկի՝ կինոարվեստի ստեղծագործությունները կարելի է ցուցադրել հեռուստատեսությամբ մեխանիկորեն, չվերափոխելով և զուգում¹⁰⁰:

Կինեմատոգրաֆիայի առանձնահատկությունների դիտարկումը մեր ուսումնասիրության շրջանակներից դուրս է: Մեզ համար կարևոր է հետազոտել Հայաստանի հեռուստաընկերությունների ծրագրային քաղաքականությունը և հեռուստահաղորդացանցում առկա գեղարվեստական կինոյի տեսակները, եթերային մասնաբաժինը, լսարանը:

Մեր օրերում կարող ենք առանձնացնել Հայաստանի հեռուստատեսությամբ ցուցադրվող գեղարվեստական կինոյի երեք տեսակ/ձևաչափ՝ մեծ կինո (ոչ հեռուստատեսային, մեծ էկրանի համար նկարահանված ֆիլմեր), գեղարվեստական հեռուստաֆիլմ և հեռուստատերիալ: Այժմ առանձին-առանձին դիտարկենք դրանք:

Եթե վավերագրական կինոյի ոչ հեռուստատեսային ձևատեսակը գրեթե բացակայում է հեռուստածրագրից, ապա գեղարվեստական կինոյի պարագայում հակառակ պատկերն է. Հայաստանի հեռուստատեսության պատմության առաջին օրից ի վեր՝ գեղարվեստական մեծ կինոն չի իջնում փոքր էկրանից (1956թ-ինոյեմբերի 29-ի ծրագրում առկա էր գեղարվեստական կինոնկար: Մինչ

⁹⁹ Барабаш Н., Телевидение и театр. Игры постмодернизма. М., Ленанд 2015, с. 85.

¹⁰⁰ Տե՛ս Երիցյան Ս.Ս., Հայաստանի հեռուստատեսությունը. Չարագաման 50 տարի, Ե., Տիգրան Մեծ հրատ., 2007, էջ 38:

1956թ-ի դեկտեմբերի 31-ը հեռուստատու դիան հիմնականում ցուցադրել է միայն կինոնկարներ)¹⁰¹:

Այժմ Հայաստանի հեռուստաընկերությունների ծրագրում առկա են տարբեր երկրների արտադրության ֆիլմեր, որոնք ցուցադրվում են ինչպես ռուսերեն, այնպես էլ հայերեն կրկնօրինակմամբ: Վերջիններիս ծրագրում հայտնվել են ունի մի շարք պատճառներ: Մի կողմից՝ գեղարվեստական կինոն եթերաժամը լցնելու գործիք է հեռուստաընկերությունների ձեռքում, մյուս կողմից՝ ֆիլմի հեռուստատեսային հեռարձակումը հեռուստադիտողին պարզևում է յուրահատուկ այնպիսի զգացումներ, որոնք բացառվում են համացանցում ֆիլմը միայնակ դիտելիս: Որպես արդյունք՝ գեղարվեստական մեծ կինոն շարունակում է Հայաստանում ունենալ *զանգվածային լսարան*: Վերջինս իրենից ներկայացնում է տարածության մեջ ապակենտրոնացված անհատներից կազմված տարատեսակ մեծ խմբերի համակցություն, որոնք տեղեկատվական հաղորդակցական ալիքների միջոցով ստանում և ընկալում են ընդհանուր հաղորդագրություն¹⁰²: Այլ խոսքերով՝ զանգվածային լսարանը մեծ խումբ է մարդկանց, որոնք, տարածության մեջ լինելով միմյանցից հեռու, գտնվում են մեկ ընդհանուր տեղեկատվական հոսքում: Հեռուստադիտողը, գտնվելով տանը՝ ավելի մտերմիկ և հարմարավետ պայմաններում, իրեն սկսում է զգալ ինչպես կինոթատրոնում՝ շրջապատված տվյալ պահին նույն ֆիլմը դիտող մարդկանց մեծ խմբով: Չանգվածային նման լսարանի միջև սկսվում է շրջաբերական ռեակցիա, որը դրդում է մարդկանց արտահայտել նմանատիպ զգացմունքներ և ենթագիտակցական հաղորդակցության միջոցով բավարարել հուզական պահանջարկը¹⁰³: Հեռուստադիտողը, իրեն զգալով մեծ լսարանի մի մասնիկ, հեռուստաէկրանից ստանում է կրկնապատկված էմոցիոնալ ազդակներ: Փոքր էկրանին բնորոշ նման «կախարդանքն» է, որ կինոդիտման ժամանակակից մեծ այլընտրանքի պարագայում ստիպում է

¹⁰¹ Տե՛ս նշվ. աշխ., էջ 33:

¹⁰² Տե՛ս Полуэхтова И.А., Телевидение глазами телезрителей, М., ООО «НИПКЦ Восход-А», 2012, с. 14.

¹⁰³ Տե՛ս Мокшанцев Р. Мокшанцева А., Социальная психология. М., Сибирское соглашение, Инфра, с. 383.

մարդկանց ֆիլմեր դիտել հեռուստատեսությամբ՝ չնայած հնարավոր խանգարող հանգամանքներին և գովազդային ընդմիջումներին:

Հայաստանի հեռուստաճրագրում առկա խաղարկային կինոյի հաջորդ տեսակը գեղարվեստական հեռուստաֆիլմն է կամ ավելի ճիշտ կլինի ասել՝ գեղարվեստական հեռուստաֆիլմի ժամանակակից դրսևորումը: Դեռևս 1971թ. Վսևոլոդ Տոլմաչովը սահմանում է. «Հեռուստաֆիլմը բեմադրված խաղարկային ֆիլմ է՝ նախատեսված հեռուստատեսային հեռարձակման համար, որի ստեղծման ժամանակ հաշվի են առնվում հեռուստատեսության տեխնիկական հնարավորությունները և հեռուստադիտողի՝ հեռուստաեկրանից հեռարձակվող պատկերի ընկալման առանձնահատկությունները: Հեռուստաֆիլմի շարքին են դասվում լիամետրաժ և բազմատերևոց ֆիլմերը, որոնք նախատեսված են բազմակի ցուցադրության համար»¹⁰⁴: Հայ հեռուստադիտողը *հեռուստաֆիլմ* հասկացությանը ծանոթ է դեռևս խորհրդային տարիներից: Սկսած 1958թ-ից՝ նկարահանվել և եթեր են բարձրացել բազմաթիվ որակյալ հեռուստաֆիլմեր, որոնք իրենց տեղն են գտել հայկական կինոյի ոսկե ֆոնդում: Հիշատակության են արժանի հեռուստատեսային ֆիլմերի «Երևան» ստուդիայի արտադրության կինոնկարները՝ Ժիրայր Ավետիսյանի՝ «Քայլեր» (1960թ.), «Շրթներկ #4» (1964թ.), «Զրհոքի մոտ» (1970թ.), «Ձորի Միրո» (1979թ.), Կիմ Արզումանյանի՝ «Սայաթ-Նովա» (1960թ.), Արման Մանարյանի՝ «Մորգանի խնամին» (1969թ.), Ռոբերտ Սարգսյանի՝ «Նորից ամառ է» (1975թ.), ինչպես նաև «Հայ ֆիլմ» կինոստուդիայի՝ հեռուստատեսության պատվերով նկարահանած որոշ ֆիլմեր՝ Ներսես Յովհաննիսյանի՝ «Հարսնացուն հյուսիսից» (1975թ.), «Խոհարարները եկել են մրցույթի» (1977թ.), Լևոն Գրիգորյանի՝ «Իմ սիրտը լեռներում է» (1975թ.) և այլն:

20-րդ դարի գեղարվեստական հեռուստաֆիլմի մասին խոսելիս կարևոր է նշել, որ վերջինս ստեղծվում էր բացառապես հեռուստատեսային հեռարձակման համար: Հետևաբար տրամաբանական է, որ գեղարվեստական հեռուստաֆիլմը մեծապես կախված էր անալոգային

¹⁰⁴ Толмачев В. Б., Производство телефильмов, М., Искусство. 1971. с. 8.

փոքր Էկրանի տեխնիկական պահանջներից: Ստանդարտ հստակության հեռուստատեսությունը, Էկրանի 4:3 ֆորմատը զգալիորեն սեղմում էին գեղարվեստական հեռուստաֆիլմի հնարավորությունները: Յեղիակաները խուսափում էին ֆիլմում մեծ քանակությամբ ընդհանուր պլանների և կադրում բարձր դետալայնություն ունեցող օբյեկտների օգտագործումից, հնարավորինս հեռու էին մնում մասսայական տեսարաններից, տարբեր Էֆեկտներից և այլն: Չուրկ լինելով կոմերցիոն մեծ կինոյին հատուկ նյութական ռեսուրսներից՝ գեղարվեստական հեռուստաֆիլմի ստեղծագործական խումբն ու դերասանական կազմը համեմատաբար սեղմ էր: Նկարահանման ընթացքում օգտագործվում էին պակաս քանակությամբ տեսախցիկներ, մոնտաժն ավելի պարզ էր, իսկ իրար հաջորդող տեսարանների քանակը՝ ավելի քիչ: Խիստ էր նաև հեռուստաֆիլմի ստեղծմանը հատկացված ժամանակահատվածը, ինչպես նաև եթերային ժամանակաչափը (խրոնոմետրաժը): Դրամատուրգիական կոմպոզիցիոն կառուցվածքում նախատեսված էին հեռուստադիտողին շեղող գովազդային ընդմիջումներ և այլն:

Ինչ վերաբերում է ժամանակակից հեռուստատեսությանը, ապա գեղարվեստական հեռուստաֆիլմն իր դասական տեսքով բացակայում է այսօր: Թվային տեխնոլոգիական առաջընթացը, համացանցի ստեղծումը, շուկայում 16:9 լայնաֆորմատ, բարձր կետայնությամբ հեռուստացույցերի տարածումը, ստանդարտ հստակության անալոգային հեռուստատեսության՝ բարձր հստակության թվային հեռուստատեսության վերափոխումը պատճառ հանդիսացան գեղարվեստական կինոյի հեռուստատեսային տեսակի ձևափոխությանը: ԿինոԷկրանի և հեռուստաԷկրանի տեխնիկական հատկանիշների նույնականացման համատեքստում «հեռուստաֆիլմ» տերմինը, որը վերաբերում էր հեռուստատեսային հեռարձակման նպատակով ստեղծված գեղարվեստական ֆիլմերին, աստիճանաբար դուրս է գալիս կիրառումից (վերոնշյալ տերմինն այսօր լիովին չի արտացոլում հեռուստատեսային գեղարվեստական ֆիլմի բնույթը: Եթե նախկինում նման որակի ֆիլմերը ստեղծվում էին բացառապես հեռուստատեսային

հեռարձակման համար, ապա այսօր շատ են օրինակները, երբ նման ֆիլմերը նույն հաջողությամբ ցուցադրվում են մեծ էկրանին): Փոխարենը լայն տարածում են գտնում պարզապես «գեղարվեստական ֆիլմ», «բազմասերիանոց ֆիլմ» կամ «մինի-սերիալ» տերմինները (այն շատ է օգտագործվում արևմտյան, մասնավորապես՝ բրիտանական հեռուստատեսությունում):

Ժամանակակից նման միտումներն անհետևանք չմնացին նաև Հայաստանի հեռուստատեսության համար: Եթե նախկինում գեղարվեստական հեռուստաֆիլմը ստեղծվում էր եթերում բազմակի ցուցադրության նպատակով, ապա այսօր՝ համացանցի առկայության պարագայում, նման մոտեցումն իրեն չի արդարացնում: Հեռուստաընկերությունները սեղմել են գեղարվեստական սեփական ֆիլմարտադրության մասնաբաժինը, քանի որ այն այսօր հեռուստադիտողի երկարաժամկետ ուշադրության գրավման և պահպանման գրավական չէ: Փորձելով գերծ մնալ ֆիլմի՝ համացանցային արտահոսքից՝ հեռուստաընկերությունները ձեռնամուխ են եղել ֆիլմերի ստեղծման և հեռարձակման նոր քաղաքականություն մշակմանը: Վերջին տարիներին հեռուստատեսային գեղարվեստական կամ գեղարվեստական բազմասերիանոց ֆիլմերը նախ և առաջ բարձրանում են մեծ էկրան, որտեղ միաժամանակ ցուցադրությունից հետո տեղի է ունենում վերջինիս հեռուստատեսային պրեմիերան: Նման մոտեցումը հնարավորություն է տալիս վճարովի կինոսեսանսների միջոցով փոխատուցել ֆիլմի վրածախսված գումարը կամ նրամիմասը, ինչպես նաև լսարանի զգալի հատվածի մոտ ստեղծելով ֆիլմի հանդեպ մեծ հետաքրքրություն՝ հեռուստատեսային պրեմիերան ապահովել մեծ լսարանով: Օրինակ՝ «Երևան» ստուդիայի «Մի վախեցիր» (ռեժ.՝ Արամ Ծահբազյան, 2007թ.), «Սպանված աղավնի», «Խաչագողի հիշատակարանը» (ռեժ.՝ Հրաչ Քեչիշյան, 2009թ.) բազմասերիանոց ֆիլմերը, որոնք նախ ցուցադրվել են մեծ, այնուհետև փոքր էկրանին («Հանրային հեռուստաընկերության» եթերում): Ավելի թարմ օրինակներից են՝

«Շանթ» հեռուստաընկերության «Որոգայթ»¹⁰⁵ (ռեժ.՝ Ռոման Մուշեղյան, 2015թ.), «Կենտրոն» հեռուստաընկերության «Բախտաբեր»¹⁰⁶ (ռեժ.՝ Վահե Սայան, 2015թ.), «Շարմ» և «Հանրային հեռուստաընկերության» «Կյանք ու կռիվ»¹⁰⁷, «Կյանք ու կռիվ. 25 տարի անց»¹⁰⁸ (ռեժ.՝ Միեր Մկրտչյան, 2016թ., 2017թ.) ֆիլմերը, որոնք ևս մինչև հեռուստատեսային պրեմիերան շրջել են մեծ էկրաններով:

Ի տարբերություն գեղարվեստական հեռուստաֆիլմի, որը տեխնոլոգիական առաջընթացի և համացանցի առկայության պարագայում ենթարկվեց ձևափոխության և հեռուստածրագրում դարձավ հազվադեպ երևույթ՝ հեռուստատերիալները ոչ միայն չվերացան էկրանից, այլև մեծ քանակ կազմեցին ինչպես եթերում, այնպես էլ համացանցում՝ ունենալով մեծ լսարան:

Սերիալը դրամատիկական ստեղծագործություն է, որում սյուժեները զարգանում են բազմաքանակ էպիզոդների հերթագայության արդյունքում, իսկ գլխավոր հերոսների բնավորությունը փոխվում է ժամանակի ընթացքում: Նման մոտեցումն անվանում են «երկարատև պատմողականություն»: Հեռուստատերիալն իր հեռուստադիտողին առաջարկում է հերոսների հետապրել ոչ մեկ-երկու (ինչպես գեղարվեստական կինոնկարը), այլ հարյուրավոր ժամեր¹⁰⁹: Մինչ Հայաստանի հեռուստածրագրում առկա սերիալների ձևաչափերին, նրանց եթերաժամին անդրադառնալը հակիրճ ներկայացնենք համաշխարհային սերիալ արտադրության ժամանակակից միտումները, որոնք թեև մասնակի, բայց իրենց ազդեցությունն են ունենում նաև Հայաստանի հեռուստալսարանի վրա:

Իգոր Բելյանը, խոսելով հեռուստատեսության գեղարվեստական տարրերի մասին, գրում է. «Տեղեկատվական հեռուստատեսությունը մեծ թռիչք է կատարել դեպի առաջ, իսկ գեղարվեստականը՝ վավերագրական և խաղարկային հաղորդումներն ու կինոն, հետ է

¹⁰⁵ Եթերում ցուցադրվել է 04/01/17թ., ժ.՝ 18⁴⁰:

¹⁰⁶ Եթերում ցուցադրվել է 01/01/17թ., ժ.՝ 22³⁰:

¹⁰⁷ Եթերում ցուցադրվել է 28/01/17թ., ժ.՝ 21³⁰:

¹⁰⁸ Եթերում ցուցադրվել է 09/05/17թ., ժ.՝ 21¹⁵:

¹⁰⁹ Տե՛ս Дуглас П., Искусство сериала. Как стать успешным автором на TV. М., Альпина нон-фикшн, 2017, с. 28.

շարտվել քսան տարի: Գուցե հեռուստատեսությունը տեսաթերթ է, ռադիոն է պատկերով, միայն էլ եկտրոնային զանգվածային լրատվական միջոց է և չպետք է հավասարվի կինոյին»¹¹⁰: Վերոնշյալ գրառումից անցել է 18 տարի, և արդեն այսօր ի դեմս համաշխարհային առաջատար հեռուստաընկերությունների դրամատիկական սերիալների՝ կարող ենք արձանագրել հեռուստատեսային կինոարտադրության ոլորտում տեղի ունեցած վիթխարի փոփոխություններն ու որակական աճը: Դրամատիկական հեռուստասերիալը սեզոնային \$որմատիքազմասերիանոց կինոստեղծագործություն է՝ ստեղծված հեռուստատեսային հեռարձակման համար: Յուրաքանչյուր սեզոն բաղկացած է 3-25 էպիզոդներից, որոնք պատրաստվում են նախօրոք գրված և մշակված ամբողջական սցենարական պլանով: Որպես կանոն՝ նման ստեղծագործությունները ենթադրում են \$ինանսական մեծ ներդրումներ՝ արդյունքում ունենալով մեծ կինոյին որակապես չզիջող հեռուստաարտադրանք:

Կինոյի և սերիալի տեխնիկական, բովանդակային բաղադրիչների նման մերձեցման համատեքստում հաստատվել են որակյալ սերիալարտադրության նոր միտումներ, որոնք իրենց մեծ ազդեցությունն են ունենում նոր սերնդի հեռուստապարանի ձևավորմանը: Իհարկե, անորակ և միջին որակի օճառային սերիալներն ու հեռուստանովելները շարունակում են մեծ քանակություն կազմել հեռուստաընկերությունների ծրագրում, սակայն մասնավորապես դրամատիկական հեռուստասերիալներն են զանգվածային մշակույթում վերածվել մեյնսթրիմի (գլխավոր ուղղություն): Առաջատար հեռուստաընկերությունների սերիալարտադրության որակական աճը պայմանավորված էր մի շարք դրդապատճառներով, որոնցից էին՝ գիտատեխնիկական առաջընթացը, մալուխային հեռուստաընկերությունների ստեղծումն ու մրցակցային նոր դաշտի ձևավորումը, հեռուստածրագրավորման նոր քաղաքականության

¹¹⁰ Беляев И.К., Особенности национального телевидения, М., Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2000. с.11.

մշակույթը, կինոյի՝ մեծ քանակությամբ մասնագետների ներհոսքը հեռուստատեսության և այլն:

Սերիալային բուլմը, մասնավորապես նրա սկիզբը, նախ և առաջ կապված է ամերիկյան հեռուստատեսության հետ (*այն բացառապես կոմերցիոն բնույթի է և բոլոր գլխավոր փոփոխությունները տեղի են ունեցել այնտեղ*): Արդեն 1970-ական թվականներին ամերիկյան հեռուստատեսության առաջատար հնգյակի կողքին («*NBV*», «*CBS*», «*ABC*», «*FOX*», «*CW*») ստեղծվեցին մալուխային նորաստեղծ վճարովի հեռուստաընկերությունները («*HBO*», «*USA Network*», «*Showtime*»), որոնք, փորձելով մրցակցել եթերային անվճար հեռուստաալիքների հետ, ձեռնամուխ եղան ծրագրային նոր քաղաքականության մշակմանը՝ շեշտադրելով սեփական արտադրանքի յուրահատուկ և որակյալ լինելը: Մեծ կինոյից հեռուստատեսություն հրավիրվեցին տարբեր մասնագետներ, որոնք ստանալով նյութական մեծ հնարավորություններ, աշխատանքներ տարան որակյալ հեռուստասերիալների ստեղծման համար: Այս շրջանում սերիալների որակական աճի վրա մեծ ազդեցություն ունեցավ նաև տեխնիկական առաջընթացը, որը շատ բան տվեց հեռուստատեսությանը՝ բարձր որակի թվային տեսախցիկներ, մոնտաժային գերձզգրիտ սարքավորումներ, հետարտադրական շրջանում «չոր» պատկերի մշակման նոր հնարավորություններ, բարձր կետայնությամբ հարթ էկրաններ, «*Dolby Stereo*» համակարգով տնային կինոթատրոններ և այլն¹¹¹:

Թվային հեռուստատեսությունը հեռուստադիտողին հնարավորություն է ընձեռեց ստանալ բարձր որակի հեռուստապատկեր: Այս համատեքստում արոճեց որ ելենա Վարդանովան գրում է. «Նոր տեխնոլոգիաները հեռուստաընկերություններին պարգևեցին վիզուալ էֆեկտների մի ամբողջ զինանոց: Առաջարկվող հաղորդումների բազմազանության, գովազդի փոքր ծավալի, պատկերի ավելի լավ որակի շնորհիվ մալուխային ինդուստրիան այսօր վերածվել է եթերային հեռուստատեսության իրական մրցակցի»¹¹²:

¹¹¹ Տե՛ս և Кушнарева И., Как нас приучили к сериалам // Логос, 2013, №3, с. 12.

¹¹² Вартанова Е.Л., Медиаэкономика зарубежных стран, М., Аспект Пресс, 2003, с. 281.

Դրամատիկական որակյալ հեռուստատերիալների փորձեր արվել են նաև Հայաստանի հեռուստատեսությանը նույնպես: Բերենք օրինակներ՝ «Շանթ հեռուստաընկերության» «Սահմանին» (ռեժ.՝ Ռոման Մուշեղյան, 2015թ.), «Արմենիա Պրեմիում» հեռուստաընկերության՝ «Հին արքաներ» (ռեժ.՝ Հարութ Շատյան, 2016թ.), «Հանրային հեռուստաընկերության»՝ «Հոսանքին հակառակ» (ռեժ.՝ Միեր Մկրտչյան, 2017թ.) հեռուստատերիալները: Վերոնշյալ ստեղծագործությունները հայկական արտադրության այլ հեռուստատերիալներից տարբերվում են ոչ միայն տեխնիկական հատկանիշներով (էպիզոդների քանակ, մոնտաժային լուծումներ, սցենարական ամբողջականություն և այլն), այլև թեմատիկ յուրահատկությամբ, ոչ կենցաղային, կինեմատոգրաֆիկ բնույթով. Այսպես՝ «Սահմանին» հեռուստատերիալը հայ գինվորների մասին պատմող դրամա է, որտեղ ներկայացվում են նրանց հերոսություններն ու մարտական ոգին թե՛ ժամանակակից սահմանին: «Հին արքաներ» հեռուստատերիալը խաղարկային, պատմական դրամա է, որի սյուժեն հյուսվում է Մեծ Հայքում ծավալվող դրամատիկ իրադարձությունների շուրջ, «Հոսանքին հակառակը» դետեկտիվային բնույթի թրիլլեր է, որը լարվածության մեջ է պահում իր հեռուստադիտողին: Գեղագիտական նման մոտեցումները բնորոշ չեն Հայաստանի հեռուստատեսությանը, որտեղ տարածված ձևաչափերն են՝ օճառային սերիալները, սերիալային բնույթի հաղորդումները, սիթքոմները և այլն: Որակյալ սերիալ արտադրության փոքրածավալ նման փորձը մի կողմից՝ մրցակցային դաշտում որակական նոր չափանիշների հաստատման միտում է հետապնդում, մյուս կողմից՝ երիտասարդ այն հեռուստալսարանի գրավման փորձ է, որը ծանոթ լինելով ամերիկյան որակյալ սերիալներին, պահանջում է նույնքան որակյալ հեռուստաարտադրանք:

Հայաստանի հեռուստատեսությանը սերիալների ծավալը, եթերային մասնաբաժինն ու նրանց հետևանքներն ուսումնասիրելու համար հարկավոր է ավելի մանրազնիս հայացք նետել հեռուստաընկերությունների ծրագրային քաղաքականությանը:

2.2 Հայ աստանի հեռուստատեսության սերիալները և ծրագրավորման առկախման դրոշմները

Եթե այսօր վերցնենք պրոֆեսիոնալ հեռուստատեսությունը և նենցող ցանկացած երկրի շաբաթվա ծրագիր, մեծ ջանքեր չեն պահանջվի եթերային փրայմ թայմում առկա հեռուստատեսության նկատելու համար: Դեռևս 20-րդ դարի 30-50-ական թվականներին ամերիկյան և լատինամերիկյան հեռուստատեսությունում ծագած օճառային սերիալներն ու հեռուստանովելները գրանցում էին բարձր դիտելիություն՝ հեռուստաընկերությանն ապահովելով վարկանիշային աղյուսակի վերին հորիզոնականները: Սերգո Երիցյանը գրում է. «Հեռուստատեսության նկատմամբ կինոստուդիաները չեն վավերագրական կամ գեղարվեստական հիմքով, բազմաթիվ մասնակիցներով, գործողությունների կատարման սահմանափակ վայրերով՝ նախատեսված հեռուստատեսային ցուցադրման համար»¹¹³: Յուրաքանչյուր սերիալի նպատակն է հեռուստադիտողի ուշադրության երկարաժամկետ գրավումն ու հետաքրքրության պահպանումը ողջ եթերաշրջանի ժամանակ: Տարիների ընթացքում ստեղծվել և ձևավորվել են սերիալների բազմաթիվ տեսակներ ու ժանրեր՝ օճառային սերիալ, հեռուստանովել, բազմասերիանոց հեռուստաֆիլմ, մինի-սերիալ, սիթքոմ (իրավիճակի կոմեդիա), դրամատիկական սերիալ և այլն: Ծրագրում հեռուստատեսության մեծ մասնաբաժինը պայմանավորված էր մի կողմից՝ աստիճանաբար աճող հեռուստաընկերությունների թվով և մրցակցությամբ, որտեղ մասնավորապես հեռուստատեսությանը դարձան եթերաժամը լցնելու և ծրագրային քաղաքականությամբ հեռուստադիտողին գրավելու միջոց, մյուս կողմից՝ հասարակության վրա ազդելու հնարք՝

¹¹³ Երիցյան Ս.Ս., Ժամանակակից հեռուստատեսությունը. Բովանդակության և ձևի որոնումներ, Ե., Էդիթ Պրինտ, 2010, էջ 278:

աշխարհայացքի, արժեհամակարգի, բարոյահոգեբանական դրույթների հաստատման և հասարակության ուշադրության կառավարման հարթակ: Վառ օրինակ են հեռուստանովելները, որոնք ծնունդ առնելով Լատինական Ամերիկայում, ցուցադրվում էին հանրության ուշադրությունը սոցիալական հիմնախնդիրներից շեղելու նպատակով¹¹⁴:

Նման միտումները շարունակվում են մինչ օրս: Սերիալները Հայաստանի հեռուստատեսային ծրագրի անբաժան մասն են, որոնք վերածվել են վարկանիշային մրցավազքի գլխավոր զենքի: Վերցնելով պատահական շաբաթվա ծրագիրը (օրինակ՝ 27/11/17-03/12/17)՝ կտեսնենք, որ աշխատանքային օրերին մասնավոր վարկանիշային հեռուստաընկերությունների առաջատար եռյակի՝ «Արմենիա», «Շանթ» և «ԱԹՎ»-ի հեռուստաալիքների եթերային փրայմ թայմի համապատասխանաբար՝ 63%, 62% և 46%-ը կազմում են հեռուստատերիալները: «Արմենիան», «Շանթը», «ԱԹՎ»-ն լայնահաղորդ, բազմաթեմատիկ ուղղվածության, ունիվերսալ լսարանը որպես թիրախային խումբ ընտրած մասնավոր հեռուստաալիքներ են, որոնք ծրագրում տեղ են տալիս առավել վարկանիշային, զանգվածայնության վայելող հեռուստաալիքների: Ծրագրային նման քաղաքականությունը հանգեցրել է հեռուստահաղորդացանցի սերիալային գերծանրաբեռնվածությանը: Կոմերցիայի տեսանկյունից նման քաղաքականությունն արդյունավետ է և տրամաբանական, քանի որ երեկոյան ժամանակահատվածում սերիալների առկայությունը հեռուստաընկերությանն ապահովում է վարկանիշով, որն անհրաժեշտ է թե՛ հեռուստադիտող և թե՛ գովազդատու գրավելու համար: Մյուս կողմից՝ սերիալների նման քանակը ծրագրում ունի մի շարք բացասական հետևանքներ:

Որպեսզի պարզենք հեռուստածրագրում սերիալների գերծանրաբեռնվածության դրդապատճառներն ու հետևանքները, փորձենք հետադարձ հայացք նետել Հայաստանի հեռուստատեսային

¹¹⁴ Տե՛ս նույն տեղում, էջ 279:

ծրագրում սերիալներ եթերային մասնաբաժնին և անցած ուղու, որը պայմանականորեն կարելի է բաժանել երեք շրջանի:

Առաջինը՝ 1991-1996թթ, կարելի է անվանել «Էներգետիկ ճգնաժամի» շրջան: Նորանկախերկիրը, կտրված լինելով աշխարհից թե՛ տնտեսապես և թե՛ աշխարհագրորեն, հոսանքազրկված էր: Հոսանքի սղուծյան պատճառով 1992-1993թթ հեռուստահաղորդումները սկսում էին ժամը 20⁰⁰ին և ավարտվում 23⁰⁰ին¹¹⁵: Օրական 2-3 ժամ տևող հեռուստահեռարձակման պարագայում հաղորդումների քանակը կրճատվեց 2/3-ով: Այդ սոցիալ-տնտեսական ծանրագույն ժամանակահատվածում կրճատվեց նաև հեռուստատեսային լսարանը: 1993թ. նոյեմբեր-դեկտեմբեր ամիսների տվյալներով հեռուստատեսության վիճակագրական լսարանը կազմում էր 27,4%¹¹⁶: Թվում էր՝ այդ «մութ ու ցուրտ» տարիները սերիալ դիտելու ժամանակը չէր, սակայն հեռուստասերիալն ասես փրկօղակ դարձավ հայ հեռուստադիտողի համար՝ թեկուզ կարճատև ժամանակով կտրելով նրան հոգսերից: Մամուլում պահպանվել են այդ մասին վկայող հեռուստադիտողների կարծիքներ. «...Բոլոր հեռուստասերիալները մի քիչ «ձգված են», բայց օգնում են թոթափել առօրյա լարվածությունը:»¹¹⁷:

«Էներգետիկ ճգնաժամի» շրջանում դեռևս վաղ է խոսել Հայաստանի հեռուստապիքների ծրագրավորման մշակված քաղաքականության մասին: Տնտեսական ծանր պայմաններում Հայաստանի «առաջին» և «երկրորդ» ծրագրերն ի վիճակի չէին ապահովել սերիալների կանոնավոր հեռարձակում: Ավելին՝ հայ հեռուստադիտողը սերիալների ծանոթանում էր մասնավորապես ռուսական հեռուստապիքների միջոցով, որոնք մինչև 90-ական թվականների վերջերը ունեին վիճակագրական լայն լսարան («OPT»՝

¹¹⁵ Տե՛ս Закарян В. П., Армянское телевидение: этапы развития армянского телевидения и тележурналистики. Е.: Изд-во РАУ, 2012. с. 60.

¹¹⁶ Հեռուստատեսային հաղորդումները և հասարակական կարծիքը // Եթերում է երևանը, 1994., №24, էջ 2:

¹¹⁷ Էլ են Մուսայելյան, «Իգառուրան, Մարիան և մենք» // Եթեր, 1995., №38 (71), էջ 1:

76,9%, «PTP» 70,1%)¹¹⁸: Նշենք նաև, որ դեռևս չէր ձևավորվել հեռուստալսարանն իր պահանջներով ու նախասիրություններով: Ընտրությունը քիչ էր, մարդիկ դիտում էին այն, ինչ ցուցադրվում էր հեռուստատեսությամբ. «...ես գերադասում եմ խորհրդային հին հեռուստատերիալները... իսկ այս նորերը դիտում եմ, որովհետև մեր հեռուստատեսությունում այլ ընտրանք չեմ տեսնում»¹¹⁹, - ահա այս շրջանի մեկ այլ հեռուստադիտողի կարծիք սերիալների վերաբերյալ:

Հասարակական կարծիքի ուսումնասիրման կենտրոնի տվյալներով 1994թ-ին ռուսական «Օստանկինո» և «PTP» հեռուստալիքներով ցուցադրվող սերիալներն ունեին հետևյալ վարկանիշը. փետրվար ամսին եթեր բարձրացած «Պարզապես Մարիա» հեռուստատերիալը դիտում էր հեռուստադիտողների 26%, հունիսի վերջին եթեր բարձրացած «Վայրի Ռոզան»՝ 18,3%, «Սանտա-Բարբարա» հեռուստատերիալը՝ 20%-ից ավելին¹²⁰: «Էներգետիկ ճգնաժամի» շրջանը կարևոր դերակատարում ունեցավ սերիալի հանդեպ ուշադրության հաստատման, վերջինիս հեռուստալսարանի ձևավորման վրա:

Հեռուստատերիալների հաջորդ փուլը Հայաստանում կարելի է անվանել «լատինամերիկյան հեռուստանովելներ» շրջան (1996-2006թթ.): 90-ական թվականների կեսերին Հայաստանի հեռուստատեսությունը համալրվում է նորաստեղծ մասնավոր հեռուստաընկերություններով, որոնք եթեր են դուրս գալիս սեփական ալիքներով՝ «Ա1+», «Շանթ», «Ցայգ», «Ինտերկաս», «Մայր Հայրենիք», «ԱՐ», «Այգ», «Արմենիա» և այլն¹²¹: Հեռուստալիքների քանակական աճը հանգեցնում է եթերային բազմազանության. ծրագրում սկսում են հայտնվել սերիալների տարբեր տեսակներ ու ժանրեր՝ ամերիկյան և մեքսիկական օճառային սերիալներ, լատինամերիկյան հեռուստանովելներ, եվրոպական սիթքոմ, ռուսական դասական հեռուստատերիալներ և այլն: Նման լայն ընտրության

¹¹⁸ Տե՛ս Երիցյան Ս. Ս. Հայաստանի հեռուստատեսություն. Չարգացման 50տարի, Ե., Տիգրան Մեծ հրատ., 2007, էջ 110:

¹¹⁹ Էլեն Մուսայելյան, «Իգառության, Մարիան և մենք» // Եթեր, 1995., №38 (71), էջ 1:

¹²⁰ Առջևում Սանտա-Բարբարան է // Եթերում է Երևանը, 1994., №9:

¹²¹ Տե՛ս Երիցյան Ս.Ս., Ժամանակակից հեռուստատեսություն. Բովանդակության և ձևի որոնումներ, Ե., Էդիթ Պրինտ, 2010, էջ 106:

պարագայ ու մ մասնավորապես լատինամերիկյան հեռուստանովելների շուրջ է ձևավորվում սերիալների հեռուստալսարանն իր պահանջներով և նախասիրություներով: Բրազիլական, արգենտինական հեռուստանովելները եթերում դառնում են գերակշռող՝ գրանցելով բարձր դիտելիություն, վարկանիշ և մեծ ազդեցություն լսարանի վրա: Եթերում հեռուստանովելների քանակական կտրուկ աճի պատճառներից էր նաև ռուսական, այնուհետև հայկական հեռուստաընկերությունների կողմից կնքված պայմանագրերը սերիալ արտադրության առաջատար այնպիսի ընկերությունների հետ, ինչպիսիք են՝ բրազիլական «Ռեդե Գլոբոն» և ամերիկյան իսպանալեզու «Տելեմունդոն», որոնց շնորհիվ հայ հեռուստադիտողը հնարավորություն ստացավ դիտելու համաշխարհային բարձր վարկանիշ ունեցող հեռուստանովելները սկզբից՝ ռուսերեն, այնուհետև՝ հայերեն կրկնօրինակմամբ, որն իր հերթին էապես ընդլայնեց հեռուստանովելների լսարանը: Ականատես լինելով սերիալների աստիճանաբար աճող պահանջարկին ու վարկանիշին՝ հեռուստաընկերությունները մշակեցին ծրագրային նոր քաղաքականություն, որտեղ սերիալներին առանձնահատուկ ուշադրություն տրվեց:

2004թ. «Արմենիա» հեռուստաընկերության եթեր բարձրացավ «Կլոն» հեռուստանովելը, որը յուրօրինակ երևույթ դարձավ հայ իրականությունում և ընկալվեց որպես երկակի երևույթ՝ անվեհապահորեն դրական կամ բացարձակապես բացասական: Չնայած իրար հակասող տարաբնույթ կարծիքներին՝ կարելի է արձանագրել՝ հեռուստանովելին հաջողվեց իր հանդեպ գրավել մեծ ուշադրություն և գրանցել բարձր վարկանիշ: Ավելին՝ վերջինիս ազդեցությունն այնքան մեծ էր, որ \$իլմում հնչող արաբական երաժշտությունը, պարերը, հագուստն ու զարդերը, առկա բառապաշարը (օրինակ՝ «Ալլահը քեզ կպատժի») հեռուստաէկրանից փոխանցվեց հասարակությանը:

«Եթե նախկին սերիալների ցուցադրության ժամանակ աղջիկները փորձում էին նմանակել բրազիլացի հերոսուհիներին իրենց գանգուր սանրված քներով, ապա այս հեռուստասերիալից հետո մարդիկ փորձում

են նմանակել ամեն ինչ՝ հագուստից ու զարդերից մինչև պարերն ու խոսքը,- վկայում 16-ամյա հեռուստադիտող մի աղջիկ՝ շարունակելով,- Ես էլ եմ ուզում նրանց նման լինել»¹²²:

Վերադառնալով հեռուստաընկերությունների ծրագրային քաղաքականությունում առկասերիալների գերծանրաբեռնվածության խնդրին՝ նշենք՝ չնայած հեռուստանովելները դարձան եթերի անբաժան մասն ու հեռուստահաղորդացանցի ամենավարկանիշային հատվածներից մեկը, այս շրջանում չի նկատվում սերիալների ծրագրային գերծանրաբեռնվածություն: Վերջիններս հաղորդումների ընդհանուր հոսքում աչքի չեն ընկնում եթերային մեծ մասնաբաժնով և խոչընդոտ չեն հանդիսանում հեռուստատեսային այլ ձևաչափերի երեկոյան ժամանակահատվածում հայտնվելուն: 2004թ-ին, որն անկասկած լատինամերիկյան հեռուստանովելների շրջանի վարկանիշային գաագաթնակետն էր, սերիալներն աշխատանքային օրերին կազմում էին «Յ1», «Արմենիա», «Ծանթ» հեռուստաընկերությունների եթերային փրայմ թայմի համապատասխանաբար միջինը՝ 12%, 17%, 34%-ը:

Հեռուստատեսության եթերում սերիալների զարգացման երրորդ փուլը «հայկական հեռուստասերիալների» շրջանն է (2006թ.-մինչ օրս.): 2000-ական թվականների սկզբին հայկական հեռուստատեսային լսարանում սկսվեց սերնդափոխության գործընթաց՝ սկիզբ դնելով նոր հեռուստալսարանի ձևավորմանը: Աստիճանաբար հայկական հեռուստաեթերը հարստացավ տեղական արտադրության հաղորդաչափերով: Արդեն 2003թ.-ին «Ծանթ» հեռուստաընկերության ջանքերով եթեր բարձրացավ «Վերվարածները» (2006թ-ից՝ «Վերվարածներն ընտանիքում») ընտանեկան երգիծական հեռուստասերիալը, որը մի քանի եթերաշրջանում գրանցելով բարձր վարկանիշ, հող նախապատրաստեց հայկական սերիալ արտադրության համար: 2008-2010թթ. Հայաստանի հեռուստաեթերը կանոնավոր կերպ տեղական արտադրության վարկանիշային բազմաթիվ

¹²² Գրիգորյան Մ. Կլնացված Հայաստան. խելահեղ ժողովրդականությունը նվայելող սերիալը շարունակում է երկրի արաբականացումը // Armenianow.com, 2004: <http://archives.armenianow.com/2004/june18/features/clone/armenianversion/index.php>

հեռուստատերիալ ներով՝ «Որոգայթ», «Բանակում», «Անճանոթը» («Շանթ»), «Դժբախտերջանկություն», «Կյանքի գինը», «Դժվար ապրուստ» («Արմենիա»), «Աննա», «Որբերը», «Հրեշտակների դպրոց, («Հ1») և այլն: 2010թ-ին «Հ1», «Արմենիա», «Շանթ» հեռուստաալիքների աշխատանքային օրերի եթերային փրայմ թայմում հեռուստատերիալ ները կազմում էին վերջինիս համապատասխանաբար միջինը 47%, 58%, 72%-ը: Ծրագրային նման քաղաքականությունը պայմանավորված էր հայկական սերիալների հանդեպլ սարանի մեծ հետաքրքրությունը ամբ:

Ըստ 2011թ. հրապարակված «Այ Փի Էս Սի» քաղաքական և սոցիոլոգիական խորհրդատվությունների ինստիտուտի հետազոտության՝ բնակչության 75-80% դիտում էր հայկական սերիալներ¹²³: Նման բարձր դիտելիությունը բացատրվում է նրանով, որ «ազդեցության գործոնն ու թիրախը նույն մշակույթի, լեզվի, սոցիալական իրականության կրողներն են»¹²⁴: Այլ կերպ ասած՝ հայկական հեռուստատերիալ ները Եկրան բարձրացրին հայլ սարանի ծանոթ հերոսներ, դեմքեր, ինդիքներ, լեզու, թեմաներ և այլն: Չնայած բարձր դիտելիությանը՝ հեռուստալսարանում չկար միանշանակ կարծիք հայկական սերիալների վերաբերյալ: 2011թ-ին հասարակության 61,1% դրական (որից լիովին դրական՝ 16.5%), 38.9% բացասական (որից ծայրահեղ բացասական՝ 19.3%) վերաբերմունք ուներ հայկական սերիալների նկատմամբ:

Հայկական հեռուստատերիալների հանդեպ քննադատական մոտեցում ունեցողների թվում շատ են արվեստագետներն ու մշակութաբանները, որոնք մեղադրում են հեռուստատերիալ ները իրենց հակադաստիարակչական բնույթի, կեղծ-իրականության պատկերման, ընտանեկան ինստիտուտի և լեզվի խեղաթյուրման, ոչ բարոյական արժեքների հաստատման, հայկնոջ կերպարի աղավաղման, անճաշակության, բռնության ու քրեականացված կենցաղի պատկերման

¹²³ Տե՛ս «Այ Փի Էս Սի» քաղաքական և սոցիոլոգիական խորհրդատվությունների ինստիտուտ, ՀՀ իշխանությունների գործունեության գնահատականները. տեսանելիությունը, ձեռքբերումներն ու բացթողումները և զարգացման ռազմավարական առաջարկները, 30 հունիսի, 2011թ.:

¹²⁴ Միրաբյան Վ., Ազրեսիվ հեռուստատեսության հետևանքները, Ե., Միտք վերլուծական կենտրոն, 2012, էջ 51:

մեջ՝ այն համարելով ժամանակակից հեռուստատեսության ամենախոցելի հատվածը:

Սերիալների բովանդակային և որակական առանձնահատկությունները Հայաստանի ժամանակակից հեռուստածրագրավորման կարևոր խնդիրներից է, քանի որ նման մեծ եթերաժամ և զանգվածայնություն ունեցող հեռուստաարտադրանքի թեմատիկ ուղղվածությունը, լեզուն, ներկայացվող արժեքներն ակամայից վերածվում են յուրօրինակ քարոզչության: Հեռուստալսարանի վրա բացասական ազդեցության օրինակ է «Շանթ» հեռուստաընկերության «Որոգայթ» քրեական դրաման, որի՝ եթերում հայտնվելուն զուգահեռ՝ 2008-2009թթ. հանրապետությունում նկատվեց հանցագործությունների կտրուկ աճ՝ շուրջ 5000-ի չափով՝ կազմելով 14339 (մինչդեռ 2005-2007թթ-ին այն կազմում էր 8875-9271¹²⁵): Բացասական ազդեցության մեկ այլ օրինակ է «Արմենիա» հեռուստաընկերության «Դժվար ապրուստ» հեռուստատերիալը (եթերում է եղել 2012-2013թթ.), որին կանանց նկատմամբ բռնության քարոզման մեջ է մեղադրել «Հասարակություն առանց բռնության» կազմակերպությունը: Ըստ նրանց վերլուծության՝ ուսումնասիրված 550 րոպեում կանանց մասնակցությամբ տեսարաններում վերջիններիս նկատմամբ բռնությունների, լացի և ընկճվածության տեսարանները կազմել են 328 րոպե (շուրջ 60%)¹²⁶:

Դառնալով հայկական հեռուստատերիալների թեմատիկ ուղղվածությանը՝ նշենք, որ չնայած վերջիններիս եթերային խտությանը՝ բովանդակային առումով նրանք սակավ են: Սերիալների ընդհանուր թեմատիկ ուղղվածությունը հյուսվում է ներընտանեկան կենցաղային հարցերի շուրջ՝ պարուրված մելոդրամային և քրեական նրբերանգներով: Ուսումնասիրելով հայկական օճառային հեռուստատերիալների սյուժեն ու նրանց զարգացումը՝ կարելի է նկատել մի օրինաչափություն. սկսվելով որպես մելոդրամա և

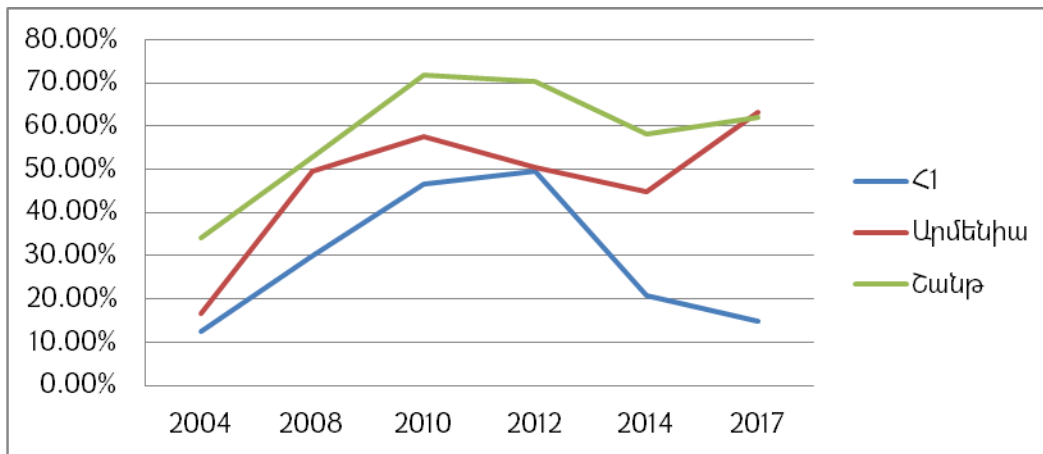
¹²⁵ Հայաստանում հանցագործությունների շոշափելի աճ է // 7or.am, <http://www.7or.am/am/news/view/20082/>

¹²⁶ Ակցիա ընդդեմ «Դժվար ապրուստի» // Iragir.am, 2012, <http://www.Iragir.am/index/arm/0/society/view/69087>

սիրային պատմությունն՝ այն աստիճանաբար վերածվում է քրեական դրամայի: Նման մոտեցման պատճառներից է սերիալներում համատարած շքեղ կյանքի նկարագրությունն ու շաբլոնային պերսոնաժների էկրան բարձրացնելը (օրինակ՝ եթե օլիգարխ, ապա հանցավոր): Վահրամ Միրաբյանն իր «Ագրեսիվ հեռուստատեսության հետևանքները» աշխատության մեջ նշում է. «Չայ աստանում անապահով խավի հոծ զանգվածների տեսանկյունից սերիալները կարող են նաև շքեղ կյանքն իդեալականացնող դեր ունենալ: Իսկ քանի որ ՅՅ տնտեսությունը թույլ չի տալիս լայն զանգվածներին ապրել նման ապրելակերպով, այդ դրվագների կրկնությունը կարող է շքեղ կյանքի հասնելու համար արտագաղթի կամ հակաօրինական գործողությունների պատճառ դառնալ»¹²⁷: Յեռուստածրագրում մեծ տեղ է գրավում նաև ընկերական շրջապատին նվիրված թեմատիկան, որը հաճախ կարելի է հանդիպել սիթքոմներում («Ֆուլ Յաուս», «Դոմինո»):

Ինչպես տեսնում ենք, հեռուստատեսիալները միշտ ունենցել են իրենց անփոխարինելի տեղը Չայ աստանի հեռուստածրագրում: Այսօր վարկանիշային սերիալի առկայությունից է մեծապես կախված, թե Չայ աստանի հեռուստաալիքներն ինչ հերթականությամբ կդասավորվեն ռեյտինգային աղյուսակում: Ժամանակակից սերիալը գեղարվեստական կինոի հեռուստատեսային կարևոր ձևաչափ է՝ ձևավորված իր զանգվածային լսարանով: Եթե 2004թ. հեռուստաընկերությունները ծրագրում ունենալով որակյալ 1-2 սերիալ, կարողանում էին մասնակցել վարկանիշային մրցավազքին, ապա սկսած 2008-2010թթ. (տե՛ս գծապատկեր 5), երբ տեղական սերիալ արտադրությունը հանգեցնում է մրցակցային դաշտի վերակազմավորմանը, հեռուստաընկերությունները մասնավորապես սերիալների քանակական աճի շնորհիվ են փորձում գրավել և պահպանել հեռուստադիտողի երկարաժամկետ ու շարունակությունը:

¹²⁷ Միրաբյան Վ., Ագրեսիվ հեռուստատեսության հետևանքները, Ե., Միտք վերլուծական կենտրոն, 2012, էջ 69:



Գծապատկեր 5. «Հ1», «Արմենիա», «Շանթ» հեռուստաալիքների եթերային փրայմ թայմում սերիալների մասնաբաժին (2004-2017թթ.)

2017թ. Հայաստանի հեռուստաժրագրում շաբաթվա կտրվածքով կարելի է հաշվել շուրջ 16-17 անուն հայկական արտադրության սերիալ, որից կեսից ավելին՝ շուրջ 60%-ը ցուցադրվում է «Արմենիա», «Շանթ», «ԱԹՎ» հեռուստաալիքների եթերում: Ընդհանուր ուղղվածության, վարկանիշային հեռուստաընկերությունների ծրագրում հաղորդումների հերթագայության նման անհավասարակշռությունը պատճառ է հանդիսանում մի շարք բացասական հետևանքների: Ծրագրում սերիալների նման խտության և հագեցվածության պատճառով փրայմ թայմում կրճատվում է այլ հաղորդումների թվաքանակը: Որպես արդյունք՝ ձևաչափային ճգնաժամի պատճառով երիտասարդությունը, որը հոգնել է հայկական միատիպ սերիալներից, աստիճանաբար դադարում է հեռուստատեսությունն դիտել՝ նախապատվություն տալով համացանցին: Բացասական հետևանքներից է նաև վարկանիշային հեռուստաընկերությունների ծրագրային քաղաքականության նույնացումը: Ծրագրում ունենալով միատիպ սերիալներ՝ հեռուստաընկերությունները սեղմում են վիճակագրական լսարանը:

Սերիալների նման մեծ քանակը բացասական ազդեցությունն է ունենում երիտասարդ սերնդի վրա: Ժանրաթեմատիկ և բովանդակային ճգնաժամը վերածվում է ոչ գրագետ լեզվի, խեղաթյուրված արժեհամակարգի քարոզչության:

Որպես լուծում այս պարագայում կարող է դառնալ համաշխարհային սերիալ արտադրության փորձի կիրառումը՝ մասնավորապես մալուխային և արբանյակային հեռուստաընկերությունների ինդուստրիայի զարգացումը: Այսօր «Արմենիա», «Շանթ», «ԱԹՎ» հեռուստաընկերություններն ունեն մի շարք մալուխային և արբանյակային դուստր հեռուստաալիքներ՝ «Արմենիա Պրեմիում», «Շանթ Պրեմիում», «ԱԹՎ»՝ «Կինոման», «Հայ TV», «Թավա TV», «Խաղալիք», «Ֆիլմզոն» և այլն: Խնդիրն այսօր ոչ թե հեռուստատեսային դաշտում հայկական մալուխային հեռուստաալիքների թվաքանակն է, այլ առհասարակ մալուխային հեռուստաալիքների ոչ լիովին ձևավորված լինելը: Հարկավոր է ստեղծել մալուխային հեռուստատեսային այնպիսի դաշտ, որտեղ հեռուստաալիքներն իրենց որակյալ, յուրահատուկ նախագծերով կկարողանան մրցակցել եթերային անվճար հեռուստաալիքների հետ, իսկ հեռուստաալիքների մեծ հատվածը պատրաստ կլինի վճարել այդ որակյալ հեռուստաարտադրանքի համար: Կարևոր է նաև դուրացնել բաժանորդագրության գործընթացը: Օրինակ՝ «Արմենիա Պրեմիում» հեռուստաալիքը հասանելի է միայն «Ucom» ընկերության «U!TV» բաժանորդների համար: Հետևելով համաշխարհային սերիալ արտադրության փորձին՝ հարկավոր է մշակել ծրագրային այնպիսի քաղաքականություն, որի շնորհիվ եթերը կհամարվի թեմատիկ առումով բազմազան որակյալ նախագծերով՝ մայրալիքին հնարավորություն տալով ծրագրում կրճատելու անորակ և միջին որակի սերիալների քանակը:

2.3 Գեղարվեստական կինոյի ծրագրային առանձնահատկությունները Հայաստանի հեռուստաընկերությունների եթերում

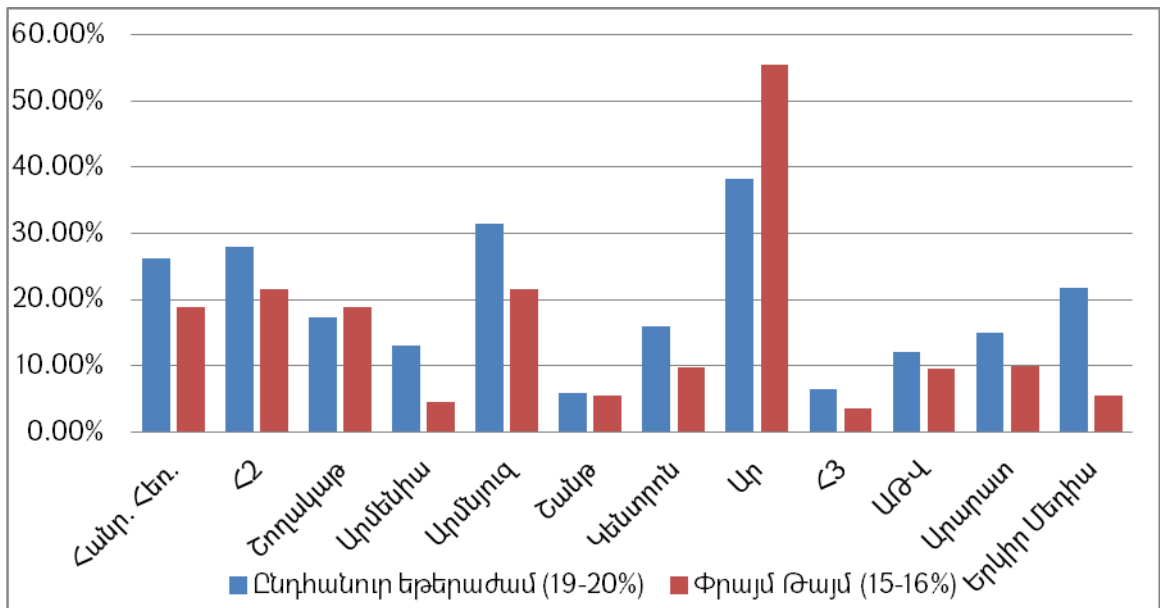
Հայաստանի հեռուստաընկերությունների եթերում առկա գեղարվեստական կինոնկարների մասին Սերգո Երիցյանը գրում է. «Ցանկացած ծրագրային կամ ժամանակային բացը փոքր էկրանին

հեռուստաընկերությունները լրացնում են տարբեր բնույթի և ուղղվածության կինոնկարներով: Մինչդեռ ցանկացած կինոնկարի եթեր հեռարձակումը պետք է ծրագրային մոտիվներ և պատճառներ ունենա»¹²⁸:

Առաջ անցնելով՝ նշենք՝ գեղարվեստական ֆիլմերի ծրագրային քաղաքականությունը որպես այդպիսին՝ իր հիմնավորված մոտիվներով և պատճառներով, բացակայում է տեղական հեռուստաընկերություններում: Ժամանցային մասն ապահովելու համար փոքր էկրան են բարձրանում տարաթեմատիկ, տարբեր ժանրերի ֆիլմեր՝ անկախ հեռուստաալիքի տեսակից, ձևաչափից և այլն (բացառություն են կազմում, թերևս, օրացույցային օրերը, երբ եթեր են բարձրանում հստակ թեմատիկ ուղղվածության և հստակ գործառույթներ կատարող կինոնկարներ): Նման հանգամանքներում խոսել հեռուստաընկերությունների եթերում գեղարվեստական ֆիլմերի ծրագրավորման առանձնահատկությունների մասին անիմաստ է. ծրագրում գեղարվեստական ֆիլմերի առկայության տեսանկյունից գրեթե բոլոր հեռուստաընկերությունները վարում են ծրագրային նույն քաղաքականությունը. հեռուստահաղորդացանց ներառել այնպիսի ֆիլմեր, որոնք տվյալ ժամանակահատվածում կկարողանան որսալ հեռուստադիտողի ուշադրությունը:

2013-2017թթ. գեղարվեստական կինոնկարը Հայաստանի հեռուստաընկերությունների ծրագրում կազմել է ընդհանուր եթերաժամի միջինը 19-20%-ը (տե՛ս գծապատկեր 6):

¹²⁸ Երիցյան Ս.Ս., Հեռուստատեսություն. ակունքներից մինչև ժամանակակից զարգացումներ, Ե., Էդիթ Պրինտ, 2009, էջ 75:



Գծապատկեր 6. Գեղարվեստական մեծ կինոն Յայ աստանի հեռուստաընկերու թյ ու նների եթերում (2013-2017թթ.)

Դա բավական մեծ ցուցանիշ է, եթե հաշվի առնենք այն, որ գեղարվեստական կինոնկարն այսօր չունի վարկանիշային մրցավազքում այն որոշիչ դերը, որն ունենալիս կարող էր զբաղվել կողմից՝ կինոնկար դիտելու մեծ այլընտրանքն է, որ ունի ժամանակակից հեռուստադիտողը, մյուս կողմից՝ հեռուստաընկերությունների ծրագրային նույնացումը. նույն որակի կինոնկար այսօր կարող է ցուցադրվել ինչպես ամենավարկանիշային, այնպես էլ պակաս վարկանիշ ունեցող հեռուստաընկերության եթերում: Այժմ մրցունակ լինելու նախապայմանը ծրագրում յուրահատուկ, չկրկնվող նախագծերի առկայությունն է: Դա է պատճառը, որ վերջին տարիներին վարկանիշային առումով առաջատար հեռուստաընկերությունների ծրագրում («Արմենիա», «Շանթ», «ԱԹՎ») գեղարվեստական կինոն ավելի ու ավելի հազվադեպ երևում է դառնում՝ զիջելով տեղը հեռուստասերիալներին և ժամանցային բլոկը համալրող յուրահատուկ այնպիսի նախագծերին, որոնք առկա են միայն տվյալ հեռուստաալիքի ծրագրում:

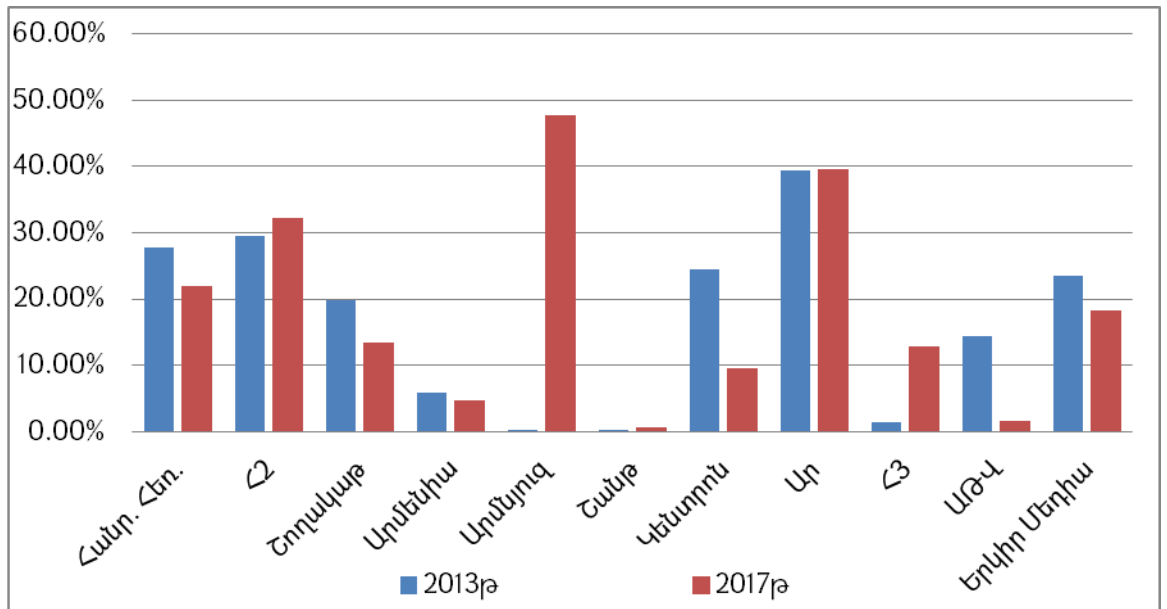
Գեղարվեստական կինոնկարի ծրագրային քաղաքականության տեսանկյունից, թերևս, կարելի է առանձնացնել «Հանրային հեռուստաընկերությանը», որը համաձայն ՀՀ հեռուստատեսության նախփոյի օրենքի 5-րդ հոդվածի՝ իր եթերում կինոնկարները հեռարձակում է հայերեն համաժամանակյա թարգմանությամբ՝ ձայնային կամ լուսագրային եղանակով¹²⁹:

Հայաստանի հեռուստաընկերությունների ծրագրում գեղարվեստական կինոնկարների ծավալի մասին ավելի լայն պատկերացում կազմելու համար դիտարկենք գծապատկեր 7-ը, որտեղ տեսանելի են վերջին 5 տարիների ընթացքում տեղի ունեցած փոփոխությունները: Եթե «Հանրային հեռուստաընկերության», «Հ2», «Շոդակաթ», «Արմենիա», «Շանթ», «ԱՐ», «Երկիր Մեդիա» հեռուստաընկերությունների ծրագրերում գեղարվեստական կինոյի եթերային մասնաբաժինը քիչ թե շատ կայուն է, ապա «Արմենյուզ», «Կենտրոն», «Հ3», «ԱԹՎ» հեռուստաընկերությունները կրել են ահռելի փոփոխություններ. գեղարվեստական կինոնկարների ծավալը կա՛մ կտրուկ աճել է, կա՛մ ընդհակառակը՝ զգալի նվազել: Եթե 2013-2014թթ. «Արմենյուզ» հեռուստաընկերության եթերում գեղարվեստական կինոնկարը գրեթե բացակայել է, ապա 2016-2017թթ. այն կազմել է հեռուստածրագրի գրեթե կեսը (2017թ. «Արմենյուզ» հեռուստաընկերության եթերում գեղարվեստական կինոնկարը կազմել է ընդհանուր եթերաժամի՝ միջինը 45-48%-ը: Ընդ որում կարևոր է նշել, որ ծրագրում առկա կինոնկարների 23-25%-ը ցուցադրվել է երեկոյան ժամանակահատվածում՝ կազմելով վերջինիս փրայմթայմի՝ 49-52%-ը): Հեռուստահաղորդացանցի նման փոփոխությունները պայմանավորված են ծրագրային նոր քաղաքականության մշակմամբ. նախապես «Արմենյուզն» իր ծրագրում տեղ էր տալիս տեղեկատվական-վերլուծական ուղղվածության հաղորդումներին, իսկ այժ՝ մեծ տեղ է գրավում ժամանցային բլոկը՝ ուղղված լսարանի երիտասարդ շերտին:

«ԱԹՎ» հեռուստաընկերության պարագայում հակառակ պատկերն է: Եթե 2013-2014թթ. գեղարվեստական կինոնկարը կազմում էր ընդհանուր

¹²⁹ <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=1464&lang=arm>

Եթերաժամի միջինը 14-15%-ը, ապա վերջին 2 տարիների ընթացքում այն կրճատվել է՝ կազմելով միջինը 1-3%-ը: Պատճառը, ինչպես արդեն նշել ենք, վարկանիշային մրցավազքն է. վերջին տարիներին գեղարվեստական կինոյի ծավալի կրճատմանը զուգահեռ՝ հեռուստաընկերության ծրագրում աճել է երգիծական, երիտասարդական հաղորդումների և վարկանիշային հեռուստատերիալների ծավալը:

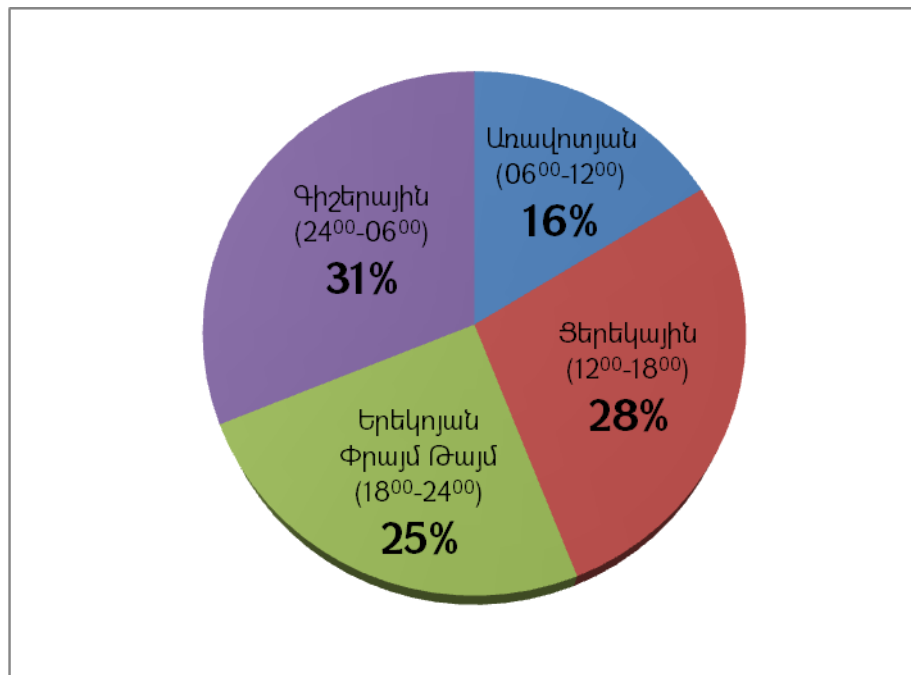


Գծապատկեր 7. Գեղարվեստական մեծ կինոն 3 այս տասնի հեռուստաընկերությունների եթերում 2013 և 2017թթ.

3 այս տասնի հեռուստաընկերությունների եթերում գեղարվեստական կինոնկարների ծրագրավորման, թերևս, միակ օրինաչափությունը եթերային ժամանակահատվածներում հստակ որոշված ժանրային կինոնկարների առկայությունն է: Այլ կերպ՝ հեռուստաընկերությունների ծրագրում այս կամ այն կինոնկարների հայտնվելը պայմանավորված է ոչ թե մշակված ծրագրային մոտիվներով ու պատճառներով, բովանդակային առանձնահատկություններով, այլ վերջիններիս ժանրաթեմատիկ ուղղվածությամբ. յուրաքանչյուր ժամանակահատվածում

տեղադրվում են այնպիսի ժանրային ֆիլմեր, որոնք հետաքրքիր են տվյալ պահին ակտիվ հեռուստալսարանին:

Այսպես՝ առավոտյան և ցերեկային ժամանակահատվածում առավել տարածված են՝ դրամա, մելոդրամա, կատակերգություն և ժանրի ֆիլմերը, երեկոյան ժամանակահատվածում ցուցադրվում են կինոնորույթներ, ընտանեկան, երգիծական ֆիլմեր, կենսագրական, դրամա, պատմական, ֆենտեզի ուղղվածության կինոնկարներ, ինչպես նաև հայկական արտադրության գեղարվեստական ֆիլմեր: Մարտաֆիլմ, դետեկտիվ, թրիլլեր, ֆանտաստիկ ժանրի, ինչպես նաև էրոտիկ բնույթի ֆիլմերը տեղ են գտնում հեռուստաընկերությունների գիշերային ժամանակահատվածում: Գծապատկեր 8-ում կարող ենք տեսնել Հայաստանի հեռուստաընկերությունների եթերում ցուցադրվող գեղարվեստական ֆիլմերի մասնաբաժինը ըստ ժամանակահատվածների. երեկոյան փրայմ թայմում տեղ են գտնում եթերում առկա կինոնկարների միջինը 25%-ը:



Գծապատկեր 8. Հայաստանի հեռուստաընկերությունների եթերում ցուցադրվող գեղարվեստական ֆիլմերի մասնաբաժինը ըստ ժամանակահատվածների (2013-2017թթ.)

Փորձելով ամփոփել Հայաստանի հեռուստաընկերությունների եթերում գեղարվեստական կինոնկարների ծրագրավորման առանձնահատկությունները՝ կարող ենք փաստել՝ գրեթե բոլոր հեռուստաընկերությունները վարում են ծրագրային միանման քաղաքականություն, տարբեր է միայն կինոնկարի մասնաբաժինը եթերում: Որպես արդյունք՝ գեղարվեստական ֆիլմերը, դադարելով լինել վարկանիշային մրցավազքում որոշիչ գործոն, հեռուստաընկերությունների ձեռքում վերածվել են ժամանցային բլոկը հագեցնող, ծրագրային կամ ժամանակային բացը լրացնող երևույթի՝ զուրկ հստակ ուրվագծված ծրագրային մոտիվներից և պատճառներից:

Հայաստանի ժամանակակից հեռուստաընկերությունների եթերում առկա գեղարվեստական կինոնկարների ծրագրավորման առանձնահատկությունների դիտարկումից զատ՝ անչափ կարևոր է անդրադառնալ նաև վերջիններիս թեմատիկ ուղղվածությանն ու բովանդակությանը: Այլ կերպ ասած՝ հարկավոր է հասկանալ՝ հեռուստաընկերություններն ինչ թեմատիկ ուղղվածության և բովանդակության ֆիլմեր են առաջարկում իրենց լսարանին: Դա անհրաժեշտ է նախ և առաջ կինոյի՝ լսարանին ունեցած ներկայիս ազդեցության, ինչպես նաև ծրագրավորման որոշ խնդիրների դիտարկման համար: Վերոնշյալ հարցերին պատասխանելու նպատակով կատարել ենք հետազոտություն՝ ուսումնասիրելով եթերում գեղարվեստական կինոնկարների մասնաբաժնով առաջատար և միմյանցից տարբեր՝ «Հանրային հեռուստաընկերության», «ԱՐ», «Արարատ» հեռուստաընկերությունների՝ 20/03/17-20/04/17թթ. հեռուստածրագրերը:

Այսպես՝ նշված ժամանակահատվածում վերոնշյալ հեռուստաընկերությունների ծրագրերում պարբերաբար կրկնություններով ցուցադրվել է 153 անուն գեղարվեստական կինոնկար, որից 12-ը՝ հայկական արտադրության (ինչպես խորհրդային, այնպես էլ անկախության տարիների): Կարևոր է նշել, որ հայկական արտադրության ֆիլմերը ցուցադրվել են բացառապես «Հանրային

հեռուստաընկերության» եթերում՝ կազմելով վերջինիս ֆիլմացանկի 39%-ը: «Հանրային հեռուստաընկերության» եթերում հայկական ֆիլմերի առկայությունը պայմանավորված է վերջինիս ծրագրային քաղաքականությունում հստակ արձանագրված հայաստանյան մշակույթի տարածման գործառույթներով:

Հայացք նետելով հեռուստաընկերությունների ընդհանուր ֆիլմացանկին՝ կարող ենք նկատել, որ բավական քիչ են կինոնորույթները: 2015-2017թթ. արտադրության կինոնկարները կազմում են ֆիլմացանկի միայն 10%-ը: Ժամանակակից հեռուստատեսությունում նման ցածր ցուցանիշը խոսում է գեղարվեստական կինոնկարների ծրագրավորման առկա խնդիրների մասին: Այն ևս մեկ անգամ ընդգծում է գեղարվեստական կինոնկար-հեռուստատերիալ ուժերի հարաբերակցությունը: Այսօր սերիալն է գեղարվեստական կինոյի դրոշակակիրը, որը և հեռուստաընկերություններին ապահովում է բարձր վարկանիշով: Հեռուստածրագրում գեղարվեստական ֆիլմերը, թեև կազմում են մեծ թվաքանակ, այնուամենայնիվ պակաս նշանակալի են: Տեղեկատվական, թվային տեխնոլոգիաների և համացանցի դարաշրջանում երիտասարդ հեռուստալսարանին բավական խրթին է գրավել վերջին 5-10 տարվա արտադրության ֆիլմերով (վերոնշյալ հեռուստաընկերությունների եթերում 2007-2015թթ. արտադրության ֆիլմերը կազմում են ընդհանուր ֆիլմացանկի 47%-ը): Կարելի է առանձնացնել «Արարատ» հեռուստաընկերությունը, որի ծրագրում վերջին 2 տարիների արտադրության ֆիլմերը կազմում են ֆիլմացանկի 21%-ը: «ԱՐ» հեռուստաընկերությունն իր հերթին առաջատարն է ծրագրում կինոնկարների քանակով: Նշված ժամանակահատվածում վերջինիս եթերում ցուցադրվել է 70 անուն կինոնկար:

Անդրադառնալով հեռուստաընկերությունների եթերում ցուցադրվող ֆիլմերի թեմատիկ առանձնահատկություններին՝ դիտարկենք առավել տարածված ուղղությունները և ծրագրային նշանակությունը:

Բռնու թյան և ագրեսիայի թեմատիկա (23%)

Թեմատիկ այս ուղղվածությունն իր ծավալով ամենամեծն է վերոնշյալ հեռուստաընկերությունների ծրագրում: Այս խմբին են դասվում քրեական, դետեկտիվային, թրիլլեր, մարտաֆիլմ, ռազմական ժանրի կինոնկարները, որոնցում առանցքային է բռնության և ագրեսիայի թեմատիկան: Որպես օրինակ կարելի է նշել «Դոնի Բրասկո»¹³⁰ («Չանրային հեռուստաընկերություն»), «Վ նշանակում է Վենդետա»¹³¹ («ԱՐ»), «Լոս Անջելեսի գաղտնիքները»¹³² («Արարատ») և այլն: Ընդգծենք նաև «Չանրային հեռուստաընկերության» եթերում ցուցադրված «Մի՛ վախեցիր»¹³³, «Թևանիկ»¹³⁴, «Կյանք ու կռիվ»¹³⁵ ֆիլմերը՝ նվիրված արցախյան պատերազմին:

Ժամանցային ուղղվածության կինոնկարներ (22%)

Այս խումբն իր մեջ է ներառում ժանրաթեմատիկ և բովանդակային առումով տարբեր կինոնկարներ, որոնք միտված են ծրագրում լրացնելու ժամանցային բլոկը: Կարելի է նշել և՛ ժամանցային կատակերգություններ՝ «Աստերիքսը օլիմպիական խաղերում»¹³⁶ («Չանրային հեռուստաընկերություն»), «Տղաները Վեգասում»¹³⁷ («ԱՐ»), «Գործակալներն Ա.Ն.Բ.Լ.-ից»¹³⁸ («Արարատ»), և՛ բլոկբաստերային

¹³⁰ Քրեական պատմություն «ՉԴԲ»-ի կրկնակի գործակալի մասին, ով ներթափանցելով մաֆիայի շարքեր՝ փորձում է կալանավորել վերջիններիս: Եթերում ցուցադրվել է 01/04/17թ., ժ. 23⁵⁰, 5⁵⁵:

¹³¹ Ֆիլմը պատմում է այլընտրանքային քառսային իրականության և հաստատված բռնապետության մասին, որտեղ Վ մականունով անհայտ անձը պայքարում է ժողովրդի ազատությունը վերականգնելու համար: Եթերում ցուցադրվել է 20/03/17թ. ժ. 12³⁰, 13⁴⁵:

¹³² Ֆիլմի հիմքում ընկած է ամերիկացի գանգստեր Միքի Քոենի քրեական պատմությունը: Եթերում ցուցադրվել է 26/03/17թ., ժ. 24⁰⁰, 6⁰⁵:

¹³³ Եթերում ցուցադրվել է 08/04/17թ., ժ. 20¹⁵, 06¹⁵, 02/04/17թ. ժ. 20¹⁰, 04¹⁰, 03/04/17թ. ժ. 20¹⁰, 04¹⁵, 04/04/17թ. ժ. 20⁰⁵, 01⁰⁵, 05/04/17թ. ժ. 20¹⁵, 01¹⁵:

¹³⁴ Եթերում ցուցադրվել է 02/04/17թ., ժ. 23¹⁵, 05³⁵:

¹³⁵ Եթերում ցուցադրվել է 01/04/17թ., ժ. 22¹⁰:

¹³⁶ Ֆրանսիական հայտնի կատակերգության՝ Աստերիքսի և Օբելիքսի մասին երրորդ ֆիլմը, որտեղ հերոսները մասնակցում են օլիմպիական խաղերին: Եթերում ցուցադրվել է 17/03/17թ., ժ. 7⁰⁵:

¹³⁷ Տղաներն իրենց ընկերոջ ապագա հարսանիքի առիթով ցանկանում են անմոռանալի ժամանակ անցկացնել Լաս Վեգաս քաղաքում: Որպես արդյունք՝ առավոտյան նրանք ոչինչ չեն հիշում և ստիված են քայլ առ քայլ պարզել՝ ինչ է տեղի ունեցել գիշերը: Առավել ևս, որ փեսացուն է անհետացել: Եթերում ցուցադրվել է 20/03/17թ., ժ. 18²⁵, 21/03/17թ., ժ. 10⁰⁵:

¹³⁸ Արկածային կատակերգություն այն մասին, թե ինչպես են միմյանց հետ աշխատում ամերիկյան ԿՅՎ-ի և խորհրդային Միության՝ ՊԱԿ-ի լավագույն գործակալները՝

Ֆիլմեր՝ «Եգիպտոսի աստվածները»¹³⁹ («Հանրային հեռուստաընկերություն»), «Չորրորդի դիմակը»¹⁴⁰, «Ապագայի սահմանը»¹⁴¹(«Արարատ»): Ծրագրում ժամանցային ուղղվածության կինոնկարների մեծ թվաքանակը պայմանավորված է Լսարանի պահանջարկով, կինոդիտման շարժառիթներով:

Սիրային թեմատիկայի ֆիլմեր (17%)

Սիրո թեմատիկայի տակ ընդգրկվում են ոչ միայն սիրային մելոդրամաներ, այլ նաև կատակերգություն, դրամա, ֆենթեզի և այլ ժանրեր, որտեղ առանցքային է սիրո, հարաբերությունների, զգացմունքների թեման: Որպես օրինակ կարելի է նշել «Երրորդ անձը»¹⁴², «Լուսնի լույսի կախարդանքը»¹⁴³ («Հանրային հեռուստաընկերություն»), «Ես երբեք քոնը չեմ լինի»¹⁴⁴ («ԱՐ»), «Ադլինի դարը»¹⁴⁵ («Արարատ») և շատ այլ ֆիլմեր: Ծրագրում թեմատիկ

փորձելով միմյանց օգնության փորկել աշխարհը: Եթերում ցուցադրվել է 05/04/17թ., ժ. 23⁰⁰, 06/04/17թ., ժ. 14³⁵:

¹³⁹ Եգիպտական դիցաբանության հիման վրանկարահանված ֆենթեզի ժանրի կինոնկար: Եթերում ցուցադրվել է 20/04/17թ., ժ. 21³⁵, 5³⁰:

¹⁴⁰ Հանրահայտ հերոսի՝ Չորրորդի մասին պատմող կինոնկար: Եթերում ցուցադրվել է 02/04/17թ., ժ. 14¹⁵, 03/04/17թ., ժ. 12³⁰, 13⁴⁵:

¹⁴¹ Ֆանտաստիկ ժանրի այս կինոնկարում պատկերվում է մարդկանց և երկիրների խուժած այլ մոլորակայինների պայքարը, որի ընթացքում մայոր Վիլյամ Քեյջը, զոհվելով կռվի դաշտում, հայտնվում է ժամանակային հանգույցում: Տասնյակ անգամ վերապրելով նույն իրադարձությունները՝ վերջինս փորձում է գտնել հաղթանակի բանալին: Եթերում ցուցադրվել է 25/03/17թ., ժ. 17¹⁵:

¹⁴² Սիրո երեք պատմություններից բաղկացած ֆիլմ, որի իրադարձությունները ծավալվում են տարբեր քաղաքներում: Եթերում ցուցադրվել է 06/04/17թ., ժ. 21⁵⁰, 5²⁰, 11/04/17թ., ժ. 21³⁰:

¹⁴³ Պատմությունն մի իլյուզիոնիստի մասին, որին խնդրում են բացահայտել երիտասարդ հմայիչ մի աղջկա կեղծիքը: Վերջինս, ներկայանալով որպես մեդիում՝ փորձում է չարաշահել հարուստ մի ընտանիքի վստահությունը: Եթերում ցուցադրվել է 14/04/17թ., ժ. 21³⁰, 15/04/17թ., ժ. 17⁵⁵:

¹⁴⁴ Պատմությունն հեռուստատեսությունում աշխատող մի կնոջ մասին, ով շրջապատված լինելով երիտասարդ տղամարդկանցով՝ անհանգստանում է սեփական հասուն տարիքի և անհաջող ամուսնության պատճառով: Սակայն հանդիպում է մի երիտասարդ տղամարդու, որի շնորհիվ դարձյալ ձեռք է բերում ինքնավստահություն և սիրո զգացում: Եթերում ցուցադրվել է 30/03/17թ., ժ. 18²⁰, 31/03/17թ., ժ. 10⁰⁵:

¹⁴⁵ Ֆենթեզի ժանրի կինոնկար, որի սյուժեն կառուցվում է Ադլ են անունով մի կնոջ շուրջ, ով օժտված է չժերանալու հատկությամբ: Նա արդեն 100 տարեկան է, սակայն դեռ չի հանդիպել իր սիրուն: Շուտով նա ծանոթանում է տղամարդու հետ, հանուն որի կարող է նորից մահկանացու դառնալ և ծերանալ նրա հետ: Եթերում ցուցադրվել է 29/03/17թ., ժ. 23⁰⁰, 4⁴⁰, 30/03/17թ., ժ. 14⁴⁰:

այս ուղղվածության ֆիլմերի մեծ թվաքանակը պայմանավորված է թիրախային իր մեծ և սարանով:

Մարդկային կամքի, խոչընդոտների հաղթահարման, կյանքի պայքարի թեմա (14%)

Կինոնկարների այս խումբն իր մեջ է ներառում տարատեսակ և տարածանր ֆիլմեր, որտեղ առանցքային է մարդկային կամքի դրսևորման, կյանքի համար մղվող պայքարի, փորձությունների հաղթահարման թեմատիկ ուղղվածությունը: Հեռուստածրագրավորման տեսանկյունից այս տեսակ կինոնկարները կարևոր են իրենց հուզականության, ինչպես նաև ունիվերսալ և սարանի շնորհիվ: Կարելի է առանձնացնել «Փառք առավոտյան»¹⁴⁶, «50/50»¹⁴⁷ («Հանրային հեռուստաընկերություն»), «Քրամերն ընդդեմ Քրամերի»¹⁴⁸ («ԱՐ»), «Նավթ»¹⁴⁹ («Արարատ») և այլ ֆիլմեր:

Պատմական թեմատիկա (10%)

Թեմատիկ այս ուղղվածությանն են վերաբերում ինչպես պատմական բնույթի կինոնկարները՝ «Նորմանները. ասքվիկինգների մասին»¹⁵⁰, «Հենրի Նավարացի»¹⁵¹ («Հանրային հեռուստաընկերություն»), «300 սպարտացիները»¹⁵² («ԱՐ»), այնպես էլ կենսագրական բնույթի

¹⁴⁶ Պատմություն և կնոջ մասին, ով ծանրագույն պայքար է մղում մարդասպանության մեջ մեղադրված իր ամուսնու պատիվը բարձր պահելու համար: Եթերում ցուցադրվել է 20/03/17թ., ժ. 21⁴⁰, 5⁴⁵:

¹⁴⁷ Ֆիլմի սյուժեն կառուցվում է հաջողակ միլիոնատերի շուրջ, ով ունենալով ամեն ինչ երջանկության համար՝ իմանում է իր ծանր և անբուժելի հիվանդության մասին: Եթերում ցուցադրվել է 29/03/17թ., ժ. 21⁴⁰:

¹⁴⁸ Թեդ Քրամերը անչափ տարված է ինչպես նաև իր կարիերայով, չի նկատում, թե ինչպես է քանդվում իր ընտանիքը: Արդյունքում նրանից հեռանում է կինը՝ թողնելով վեցամյա տղային ամուսնու խնամակալությանը: Եթերում ցուցադրվել է 09/04/17թ., ժ. 11⁰⁰:

¹⁴⁹ Ե, Սինթերի «Նավթ» վեպի էկրանավորում: Ֆիլմը պատմում է աղքատի հանքափորի մասին, ով միայնակ դաստիարակելով տղային՝ վերածվում է նավթային մագնատի: Եթերում ցուցադրվել է 09/04/17թ., ժ. 22³⁰, 4³⁵:

¹⁵⁰ Իրական դեպքերի վրա հիմնված պատմական կինոնկար վիկինգների մասին: Եթերում ցուցադրվել է 19/04/17թ., ժ. 21³⁵, 5⁵⁵:

¹⁵¹ 1572թ. տեղի ունեցած՝ Բարդուղիմեոսյան գիշերվա իրադարձությունների էկրանավորում: Եթերում ցուցադրվել է՝ 09/04/17թ., ժ. 23⁰⁰, 6⁴⁰:

¹⁵² Մ.թ.ա 480թ. ծավալված հունա-պարսկական պատերազմի էկրանավորում, որի ընթացքում 300 սպարտացիները քաջարի մարտեր են վարում բազմաազարանոց պարսկական բանակի դեմ: Եթերում ցուցադրվել է 30/03/17թ., ժ. 21⁰⁰:

կինոնկարները՝ «Թագուհի»¹⁵³ («Յանրայ ին հեռուստաընկերություն»), «Վայրի պայմաններում»¹⁵⁴ («Արարատ») և այլն: Այս ուղղվածության կինոնկարները, գեղարվեստական արժեքից զատ, հեռուստալսարանին են պարգևում որոշակի տեղեկատվություն իրական դեպքերի, անձանց վերաբերյալ:

Մանկական թեմատիկա (3%)

Ծրագրում մանկական թեմատիկ ուղղվածության կինոնկարներից են՝ հեքիաթների էկրանավորումները, մանկական լսարանին ուղղված արկածային ֆիլմերը: Կարելի է առանձնացնել՝ «Փիթեր Փեն»¹⁵⁵ («Յանրայ ին հեռուստաընկերություն»), «Արլո: խոսող խոզուկը»¹⁵⁶, «Մեծ և բարի հսկան»¹⁵⁷ («Արարատ») և այլն:

Խոհափիլիսոփայական և բարձրարժեք կինոնկարներ (3%)

Թեմատիկ այս ուղղվածության կինոնկարները, թեև փոքր թիվ են կազմում եթերում, կարևոր են ծրագրավորման տեսանկյունից: Այս խմբի ֆիլմերում առանցքային է մարդկային գոյության, կյանքի իմաստի մտորումների թեմատիկան: Որպես կանոն, այս տեսակ ֆիլմերը հաճախ իրենցից ներկայացնում են կինոարվեստի օրինակներ՝ եթերում կատարելով մշակութային-ուսավորչական գործառնություններ: Թեմատիկ այս ուղղվածության վառ օրինակ է «Երիտասարդություն»¹⁵⁸ («Արարատ») կինոնկարը:

¹⁵³ Ֆիլմի հիմքում ընկած է Անգլիայի թագուհի Էլիզաբեթ II-ի և վարչապետ՝ Թոնի Բլեյրի հետկուլիսյան հարաբերությունների պատմությունը, որը ծավալվում էր արքայադուստր Դիանայի ողբերգական մահվանը հաջորդած բազմաթիվ խնդիրների ֆոնին: Եթերում ցուցադրվել է 17/04/17թ., ժ. 22⁰⁰, 5⁵⁰:

¹⁵⁴ Ֆիլմը պատմում է Քրիստափոր Մաքքենդլեսի իրական պատմությունը, ով հրաժարվելով հարուստ կյանքից՝ իրեն նվիրում է ճանապարհորդություններին և ընկնում: Եթերում ցուցադրվել է 30/03/17թ., ժ. 23⁰⁰, 5³⁰, 31/03/17թ., ժ. 14⁰⁵:

¹⁵⁵ Շոտլանդացի գրող Ջեյմս Բարրի՝ «Փիթեր Փենը Կենսինգստոնյան այգիներում» հեքիաթի էկրանավորում: Եթերում ցուցադրվել է 09/04/17թ., ժ. 19³⁰:

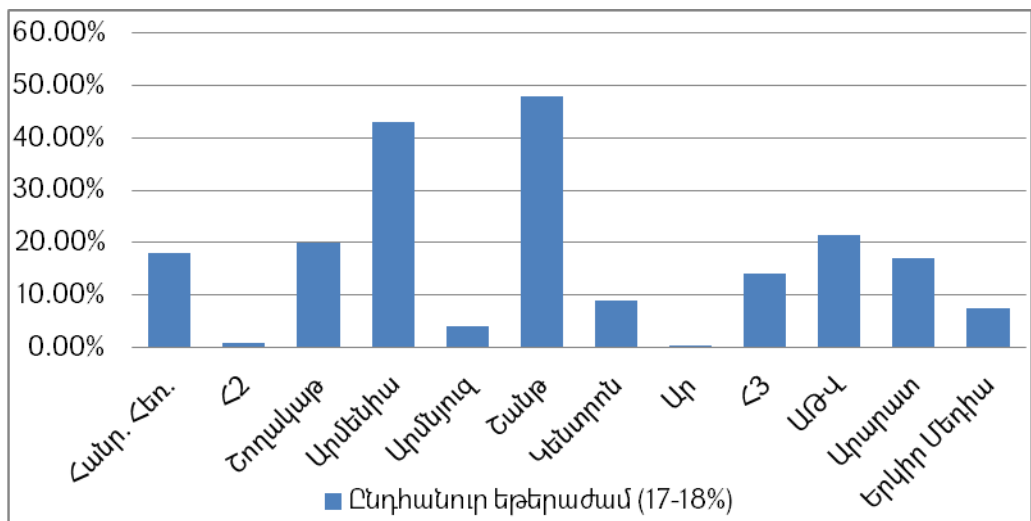
¹⁵⁶ Խոզուկ Արլոն Թալիի աղջկա ընկերն է: Անընդհատ ընկնելով կատակերգական արկածների մեջ՝ նա ուրախացնում է իր շրջապատին: Եթերում ցուցադրվել է 15/04/17թ., ժ. 17¹⁵:

¹⁵⁷ Ռոնալդ Դալլիի համանուն վեպի էկրանավորում: Եթերում ցուցադրվել է 18/04/17թ., ժ. 11²⁰:

¹⁵⁸ Կինոնկարի հիմքում ընկած է երկու տարեց ընկերների պատմություն, որոնք վայելում են իրենց ծերությունը՝ հեգնելով և խորհելով կյանքի մասին: Եթերում ցուցադրվել է 08/04/17թ., ժ. 22⁵⁰, 4¹⁵:

Ինչ վերաբերում է սուր, վիճահարույց թեմատիկ ուղղվածության կինոնկարներին (թմրամոլություն, համասեռամոլություն, հղիության արհեստական ընդհատում և այլն), ապա այս տեսակի ֆիլմերը բացակայում են եթերում:

Յեռուստասերիալների վերաբերյալ նշենք հետևյալը. 2013-2017թթ. դրանք Հայաստանի հեռուստատեսային ծրագրում կազմել են ընդհանուր եթերաժամի միջինը 17-18%-ը: Առաջին հայացքից թվացյալ ցածր ցուցանիշը պայմանավորված է հեռուստաալիքների ծրագրում սերիալների առկայության տարբեր խտություններից՝ «Արմենիա», «Շանթ», «ԱԹՎ» հեռուստաընկերություններն առաջատարն են ծրագրում սերիալների մասնաբաժնով: Յեռուստասերիալները կազմում են վերոնշյալ հեռուստաընկերությունների ողջ եթերաժամի համապատասխանաբար միջինը 44%, 49%, 23%-ը, մինչդեռ «Հ2», «Արմենյուզ», «ԱՐ» հեռուստաընկերությունների ծրագրում սերիալները չեն գերազանցում ընդհանուր եթերաժամի 4%-ը (տե՛ս գծապատկեր 9):



Գծապատկեր 9. Յեռուստասերիալները Հայաստանի հեռուստաընկերությունների եթերում (2013-2017թթ.)

Ինչպես արդեն նշել ենք, հեռուստատերիալները ի տարբերություն գեղարվեստական կինոնկարների, կարող են որոշիչ դեր խաղալ վարկանիշային մրցավազքում: Խոսքը վերաբերում է մասնավորապես սեփական արտադրության նախագծերին, որոնք կարողանում են գրավել և պահպանել հեռուստադիտողի երկարաժամ ուշադրությունը: Վերջին տարիներին նկատելի է օրինաչափություն. ամենադիտված հեռուստաընկերությունների ցանկը մեծապես կախված է եթերում առկա սերիալների վարկանիշային աղյուսակից: Այս առումով կարելի է առանձնացնել տարբեր շրջաններ, երբ ծրագրային քառաբանություն և ծրագրում զանգվածայնություն վայելող սերիալների առկայության շնորհիվ հեռուստաընկերությունները վարել են վարկանիշային հաջող մրցավազք:

Այսպես՝ 2014-2015թթ. եթերաշրջանում «Արմենիա» հեռուստաընկերության ծրագիրը համալրվում է վարկանիշային մի շարք սերիալներով՝ «Չարագատ թշնամի», «Բախտաբեր», «Խիզախ կինը», «Կտակով թագուհին», և սիթքոմներով՝ «Ֆուլ Յաուս», «Տնփեսա-4», «Դոմինո»: Ըստ «Տելեմեդիակոնտրոլ»¹⁵⁹ ընկերության վարկանշային տվյալների՝ 2015թ. ամենադիտված սերիալների առաջատար հնգյակում չորսը «Արմենիա» հեռուստաընկերության վերոնշյալ սերիալներն են (բացառությունը «Շանթ»-ի՝ «Սիրո գերին» է, որը դիտելիությամբ երրորդն էր ցուցակում)¹⁶⁰: Ամենադիտված սիթքոմների ցուցակում ևս գերակշռում են «Արմենիա» հեռուստաընկերության նախագծերը՝ կազմելով առաջատար եռյակը (չորրորդ տեղում է գտնվում «Շանթ» հեռուստաընկերության՝ «Խոպանի տեսությունը» սիթքոմը): Եթերում վարկանիշային սերիալների նման քանակի շնորհիվ 2015թ. «Արմենիան» գլխավորեց հանրապետության ամենադիտված հեռուստաընկերությունների ցուցակը:

¹⁵⁹ Վերջինս արտոնագրված է եվրոպական խոշորագույն հետազոտական ընկերության՝ GFK-ի կողմից:
¹⁶⁰ Որոնք են եղել ամենադիտվող հայկական հեռուստաալիքներն ու հաղորդումները 2015 թվականին. Հեռուստավարկանիշ, <http://www.tert.am/am/news/2016/03/11/prog/1959256> :

Մեկ այլ օրինակ. դիտարկենք Հայաստանի հեռուստատեսության 2016թ-ի մայիս ամսվա եթերը: Ամենադիտված սերիալների հնգյակն ունի հետևյալ տեսքը՝ «Առաջնորդները» («Արմենիա»), «Երանի» («Կենտրոն»), «Աբելի քույրը» («ԱԹՎ»), «Վտանգավոր խաղեր» («Կենտրոն») և «Վերջին հայրիկը» («ԱԹՎ»): Վարկանիշային աղյուսակում «Շանթ» հեռուստաընկերության «Սահմանին» դրամատիկական հեռուստասերիալը միայն յոթերորդն է¹⁶¹: Որպես արդյունք՝ 2016թ-ի մայիսին՝ «ԱԹՎ» հեռուստաընկերությանը հաջողվեց շրջանցել «Շանթին»՝ մայրաքաղաքում դառնալով ամենադիտված երկրորդ ակիբը:

Ըստ «Ադմոսֆեր Արմենիա» ընկերության հետազոտության՝ 15/08/16-19/08/16թ. հեռուստասերիալների վարկանիշային աղյուսակի առաջատար հնգյակում «Կենտրոն» հեռուստաընկերության՝ «Երանի» և «Վտանգավոր խաղեր» հեռուստասերիալները զբաղեցնում են՝ համապատասխանաբար երկրորդ և երրորդ տեղերը¹⁶²: Շնորհիվ այդ փաստի՝ 2016թ. սեպտեմբերին «Կենտրոնը» դիտելիությամբ շրջանցեց «Հանրային հեռուստաընկերությանը»՝ զիջելով միայն «Արմենիային», «Շանթին» և «ԱԹՎ»-ին¹⁶³:

Վերջին հինգ տարիների ծրագրային քաղաքականության թերևս ամենանշանակալի իրադարձությունը կապված է «Շանթ» հեռուստաընկերության գործունեության հետ, որը 2016թ. հոկտեմբերին Էկրան բարձրացրեց հնդկական «Մերժվածը» հեռուստասերիալը՝ սկիզբ դնելով հայկական եթերում՝ հնդկական սերիալների մեծ հոսքին: Վերջինիս բարձր վարկանիշի շնորհիվ «Շանթը» կարողացավ շրջանցել «Արմենիային»՝ գլխավորելով ամենադիտվող հեռուստաընկերությունը ցուցակը¹⁶⁴:

¹⁶¹ Որոնք են եղել ամենադիտվող հայկական հեռուստաակիբներն ու հաղորդումները մայիսին. հեռուստավարկանիշ, <http://www.tert.am/am/news/2016/06/09/tv-programs/2045004> :

¹⁶² Հայաստանում ամենաբարձր վարկանիշն ունեցող հեռուստասերիալները. 15.08.16-19.08.16

<http://admosphere.am/?p=6633&lang=HY> :

¹⁶³ Սեպտեմբեր ամսվա ամենադիտված հայկական հեռուստաակիբներն ու հաղորդումները. Հեռուստավարկանիշ, <http://www.tert.am/am/news/2016/10/14/ratings/2163117> :

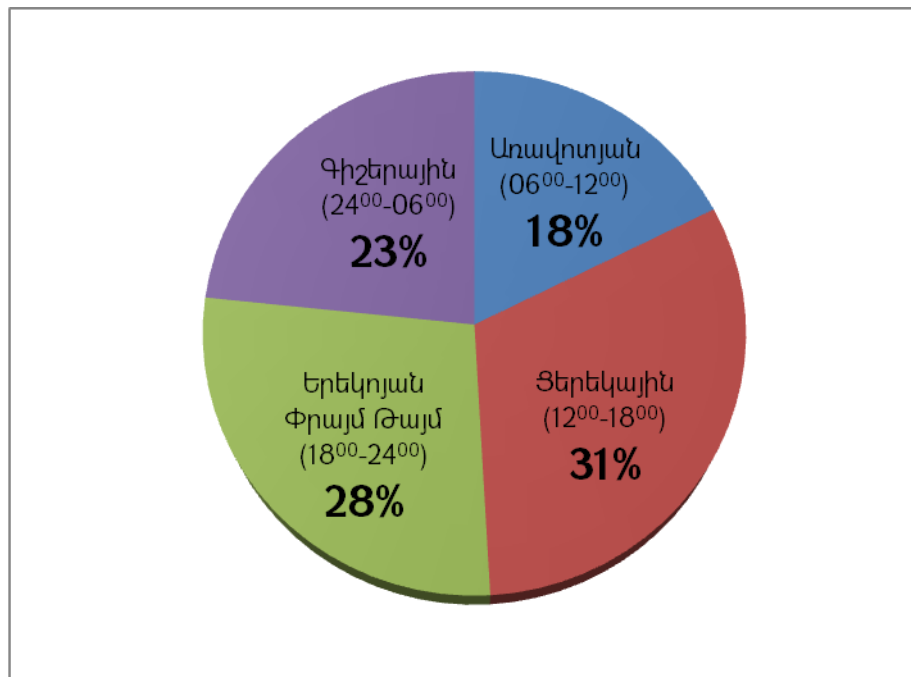
¹⁶⁴ Հայաստանում ամենաբարձր դիտելիությունն ունեցել է «Շանթ» հեռուստաընկերությունը, <http://www.slaq.am/arm/news/1139186> :

Հետևելով «Շանթին»՝ «Արմենիա» և «ԱԹՎ» հեռուստաընկերությունները ևս փոփոխություններ կատարեցին իրենց ծրագրում՝ մեծ քանակությամբ հնկական սերիալներ ներմուծելով եթեր: 2017թ. մարտ ամսվա ամենադիտված հինգ սերիալներից չորսը հնդկական էին՝ (հնգյակն ուներ հետևյալ տեսքը՝ «Մերժվածը» («Շանթ»), «Թռիչք» («Արմենիա»), «Ֆուլլ Յաու 6» («Արմենիա»), «Ի՞նչ կոչել այս սերը» («Արմենիա»), «Հարսիկը» («Շանթ»))¹⁶⁵: Սա աննախադեպ երևույթ է վերջին տարիներին, երբ օտարերկրյա հեռուստասերիալին հաջողվում է վարկանիշով շրջանցել տեղականին՝ այն էլ նման ծավալով:

Բացի հայկական և հնդկական վարկանիշային հեռուստասերիալներից՝ Հայաստանի հեռուստաընկերությունների ծրագրում առկա են նաև սերիալների այլ խմբեր, որոնք, չունենալով մեծ լսարան, մեծ դերակատարում չեն խաղում վարկանիշային մրցավազքում: Դրանցից են ամերիկյան, եվրոպական դրամատիկական սերիալները, լատինամերիկյան հեռուստանովելները, ռուսական դասական սերիալները, որոնք ցուցադրվում են «Շողակաթ», «Արարատ», «Հ3», «Երկիր Մեդիա» հեռուստաընկերությունների եթերում:

Նման սերիալների առկայությունը ծրագրում միտված է հեռուստահաղորդացանցի տարբեր ժամանակահատվածների ժամանցային բլոկի համալրմանը: Գծապատկեր 10-ում կարող ենք տեսնել 2013-2017թթ. Հայաստանի հեռուստաընկերությունների եթերում ցուցադրվող սերիալների մասնաբաժինն ըստ ժամանակահատվածների:

¹⁶⁵ Ադմոսֆեր Արմենիա, 2017թ. մարտի ամենավարկանշային ծրագրերի թոփ 25, <http://admosphere.am/?p=6827&lang=HY> :



Գծապատկեր 10. Հայաստանի հեռուստաընկերությունների եթերում գուցադրվող սերիալների մասնաբաժինն ըստ ժամանակահատվածների (2013-2017թթ.)

Այսպիսով՝ հեռուստասերիալն այսօր Հայաստանի հեռուստաընկերությունների ծրագրի կարևոր հատվածներից է։ Վարկանիշային մրցավազքի մեջ գտնվող առաջատար հեռուստաընկերությունները ծրագրում ներառում են սեփական և օտարերկրյա արտադրության, զանգվածային լսարան ունեցող մեծ թվով հեռուստասերիալներ։ Այս պարագայում, իհարկե, հեռուստատեսային ծրագիրը դառնում է միատիպ, քանզի հեռուստաընկերությունները հաճախ կրկնում են միմյանց քայլերը։

ԳԼՈՒԽԵՐՐՈՐԴ
ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ԺԱՄԱՆԱԿԱԿԻՑ ՀԵՌՈՒՄՏՍԵՍՈՒԹՅԱՆ
ԿԻՆՈԼՍԱՐԱՆԸ ԵԹԵՐՈՒՄ ԵՎ ՀԱՄԱՑԱՆՑՈՒՄ

3.1 Գեղարվեստական և վավերագրական կինոյի հեռուստատեսային լսարանը

Հայաստանի ներկայիս հեռուստատեսային վավերագրական և գեղարվեստական կինոյի՝ ծրագրավորման, ձևաչափային, բովանդակային առանձնահատկությունների ուսումնասիրությունն ից զատ՝ անհրաժեշտ է նաև դիտարկել վերջինիս լսարանը՝ պարզելու համար՝ համապատասխանում է արդյոք հայաստանյան հեռուստատեսությունը լսարանի պահանջներին, կարողո՞ք հետաքրքրություն և վավերագրական և գեղարվեստական կինոյի հանդեպ, գոհ է արդյոք հեռուստալսարանը առաջարկվող ծրագրից և այլն: Սա անհրաժեշտ է նախ և առաջ պարզելու համար, թե ինչ վիճակում է գտնվում հեռուստատեսություն-լսարան կապն այժմ, ճանաչում են արդյոք հեռուստաընկերություններն իրենց լսարանին, թե ոչ:

Կարինե Տիտանյանն իր «Հեռուստատեսություն. հասարակական կարծիքը կառավարում է եթերը» աշխատության մեջ գրում է. «Հասարակական կարծիքն արձագանքում է հեռուստաընկերությունների գործունեությանը, հաղորդումներում արժարժվող խնդիրներին, լրագրողների աշխատանքին, հաղորդում վարելուն և այլ բազմաթիվ նման հարցերի: Այլ խոսքով, հեռուստատեսությունն իր գործունեությամբ հայտնվում է հասարակական ուշադրության կենտրոնում, և հետաքրքիր ու բազմազան փոխհարաբերություններ են ստեղծվում հեռուստատեսություն-լսարան կապի, փոխհարաբերությունների տեսքով: Այստեղ բնական են դառնում նաև այն փոխազդեցությունները, որոնք առաջ են գալիս հեռուստատեսության և լսարանի միջև: Այսպայմաններում հրատապ է մնում ոչ թե այդ փոխհարաբերությունների ու փոխազդեցությունների սոսկ արձանագրումը, այլ այն բազմաթիվ երևույթների վերլուծությունը, որոնք ի հայտ են գալիս այդ ընթացքում»¹⁶⁶:

Հայաստանի հեռուստատեսություն-լսարան կապն ուսումնասիրելու, վավերագրական, գեղարվեստական կինոյի,

¹⁶⁶ Տիտանյան Կ., Հեռուստատեսություն. հասարակական կարծիքը կառավարում է եթերը, Ե., Էդիթ Պրինտ, 2007, էջ 9-10:

հեռուստատերիալների հանդեպ վերաբերմունքն արձանագրելու նպատակով կատարել ենք սոցիոլոգիական հարցում¹⁶⁷, որի արդյունքները ներկայացնում ենք ստորև:

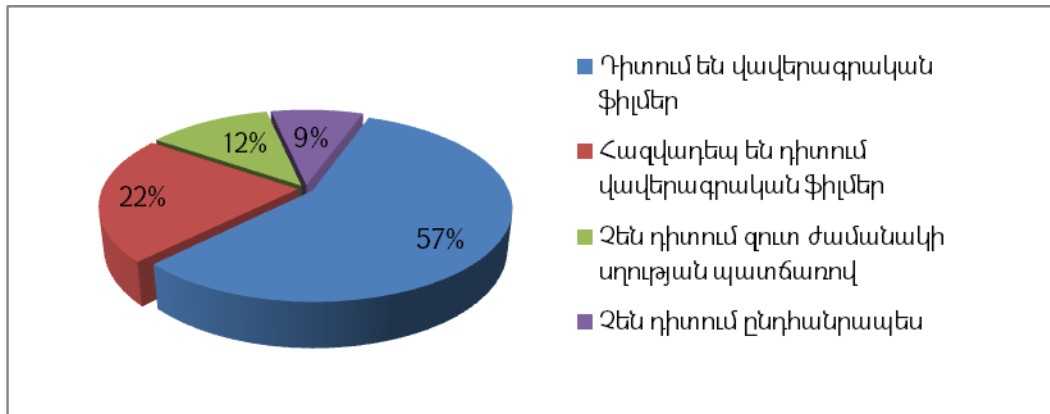
Եվ այսպես՝ հարցման մասնակիցների 73%-ը այսօր դիտում է հեռուստացույց: Մարդիկ, ովքեր չեն դիտում հեռուստացույց, որպես պատճառ նշում են ժամանակի սղուղյունն ու հեռուստադաշտում հետաքրքիր նախագծերի բացակայությունը: Այստեղ նշենք՝ հեռուստացույց չդիտողների 40%-ը (այն կազմում է հարցման ընդհանուր մասնակիցների 11%) այնուամենայնիվ, տարբեր հեռուստանախագծերի հետևում է համացանցում (Հայաստանի հեռուստաընկերությունների թվային լսարանն ավելի մանրակրկիտ կդիտարկենք ստորև):

Ելնելով հարցման արդյունքներից՝ ամենադիտվող հեռուստաընկերությունների քառյակն ունի հետևյալ տեսքը. ամենավարկանիշային հեռուստաընկերությունն է «Արմենիան», որին հետևում է հեռուստադիտողների 78%-ը, 74% է կազմում «Շանթ»-ի լսարանը, «Հանրային հեռուստաընկերության» մասնաբաժինը 69% է, իսկ «ԱԹՎ»-ն՝ 65%: Հարցվածների 35%-ը չունեն հստակ նախասիրություն. վերջիններս չեն հետևում կոնկրետ հեռուստաընկերության և դիտում են այն, ինչը տվյալ պահին ունակ է գրավում է իրենց ուշադրությունը:

Հայաստանյան հեռուստալսարանում այսօր կա հետաքրքրությունն վավերագրական կինոյի հանդեպ: Համաձայն հարցման արդյունքների՝ հեռուստադիտողների 57%-ը դիտում է վավերագրական ֆիլմեր (*տե՛ս գծապատկեր 11*): Վավերագրական կինոյի հայաստանյան հեռուստալսարանի մասին խոսելիս ընդգծենք հետաքրքիր փաստ: Եթե գեղարվեստական կինոնկարներն ու սերիալներն ունեն թվային մեծ լսարան (*մեծ է ֆիլմերն ու սերիալները համացանցում՝ առցանց դիտողների թիվը*), ապա վավերագրական կինոյի պարագայում վերջիններիս թիվը զգալիորեն

¹⁶⁷ Հարցումն իրականացվել է 2017թ. հոկտեմբեր-դեկտեմբեր ամիսներին Երևան քաղաքում: Հարցմանը մասնակցել է 400 մարդ: Հարցման մասնակիցները տարիքային 5 խմբերից են՝ 14-17տ., 18-24տ., 24-35տ., 36-45տ., 45տ. և ավելի:

փոքր է: Հարցին, թե ո՞րն է վավերագրական կինոդիտման հիմնական աղբյուրը, վերջինիս լսարանի միայն 14%-ն է նշել համացանցը: Նման ցածր ցուցանիշը պայմանավորված է վավերագրական կինոյի ընկալման յուրահատկություններով: Լինելով պակաս վարկանիշային՝ այն ավելի խորթն է ընկալման համար, քանի որ ուղղված է մասնավորապես կրթադաստիարակչական և մշակութային-լուսավորչական գործառույթների իրագործմանը: Ի տարբերություն գեղարվեստական կինոնկարների և սերիալների՝ այն պակաս զվարճանքային է և ժամանցային: Դա է պատճառը, որ համացանցում վավերագրական ֆիլմեր դիտողների թիվը քիչ է (համացանցում վավերագրական ֆիլմեր նպատակասլաց փնտրում են միայն դրանց սիրահարները):



Գծապատկեր 11. Հայաստանի հեռուստատեսային լսարանում վավերագրական կինոյի դիտելիության տվյալներն ըստ սոցիոլոգիական հարցման

Վավերագրական կինոյի հեռուստալսարանի մասնաբաժնով առաջատարն է «Հանրային հեռուստաընկերությունը»: Ըստ հարցման արդյունքների՝ այդ մասնաբաժինը կազմում է 68%: «ԱՐ» հեռուստաընկերությունը՝ որպես վավերագրական կինոդիտման հիմնական աղբյուր, ընտրել է լսարանի 41%-ը, «Երկիր Մեդիան»՝ 34%-ը:

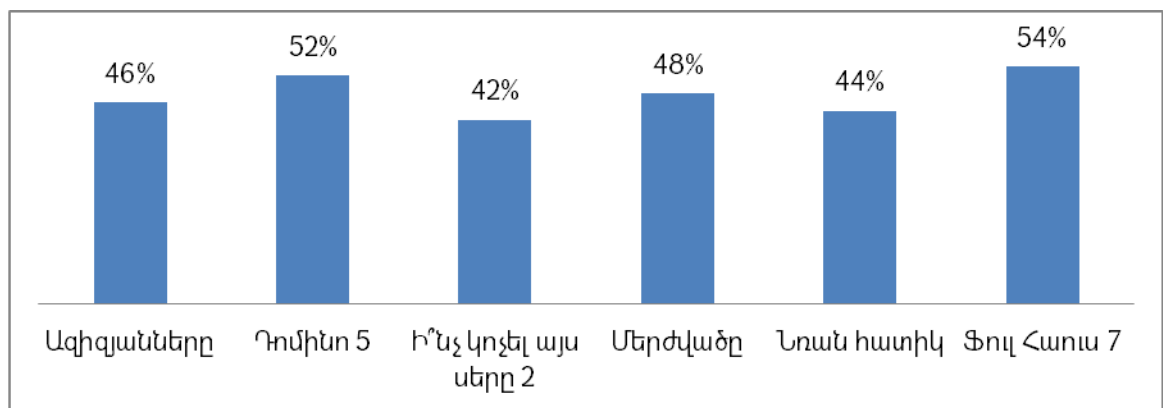
Անդրադառնալով հայաստանյան հեռուստալսարանի՝ վավերագրական կինոյի եթերային մասնաբաժնի, թեմատիկ առանձնահատկությունների, հեռուստաընկերությունների ծրագրային քաղաքականության հանդեպ վերաբերմունքին, նշենք, որ

հեռուստադիտողների 39%-ին բավարարում է վավերագրական կինոյի ներկա քանակն ու որակը, 28%-ը կցանկանար ավելի բարձր որակի վավերագրական հաղորդումներ տեսնել հեռուստահաղորդացանցում, 17%-ը դժգոհ է հեռուստաընկերությունների ծրագրից: Վերջիններիս կարծում են, որ վավերագրական կինոն ցուցադրվում է ոչ հարմար ժամերի, և ծրագիրը պետք է վերանայվի: Հեռուստադիտողների 14%-ը ցանկություն է հայտնել ծրագրում ավելի շատ տեսնել մարդուն զարգացնող, գիտելիքներով հարստացնող, հետաքրքիր հաղորդումներ: Ինչ վերաբերում է թեմատիկ ուղղվածությանը, ապա լսարանի համար հետաքրքիր թեմաներն են՝ կենդանական աշխարհ և բնություն, տիեզերք, Հայաստանի պատմություն և մշակույթ, բացահայտումներ, ճամփորդություններ, կենսագրական ֆիլմեր և այլն: Հանրային հեռուստաընկերության եթերում ցուցադրվող առավել դիտվող վավերագրական հաղորդաչափերն են՝ «Ճանապարհ» (33%), «Օտար ամայի ճամփեքի վրա» (27%), «Նվիրյալները» (24%) և այլն:

Գեղարվեստական կինոյի հայաստանյան լսարանին մասին նշենք՝ հարցման մասնակիցների 85%-ը դիտում է ֆիլմեր (հեռուստատեսությամբ, համացանցում, կինոթատրոնում): Հեռուստատեսությամբ ֆիլմեր է դիտում հարցման հասնակիցների 43%-ը (այն կազմում է հեռուստացույց դիտողների 60%): Վերջիններս ֆիլմեր դիտելիս նախընտրում են հետևյալ հեռուստաընկերությունները՝ «Հանրային հեռուստաընկերություն»՝ 54%, «ԱՐ»՝ 48%, «Շողակաթ»՝ 40%, «Արմենյոկ»՝ 38%, «Արարատ»՝ 35% և այլն: Հարցման ընթացքում Հայաստանի հեռուստաընկերությունների եթերում գեղարվեստական կինոնկարների ծրագրավորման քաղաքականությանն ուղղված դիտողությունները հիմնականում վերաբերվում էին գովազդի մեծ մասնաբաժնին, ինչպես նաև եթերում «կինոնորույթների» սակավությունը:

Հայաստանի ժամանակակից հեռուստալսարանում այսօր նույնպես շարունակվում է հետաքրքրությունը սերիալների հանդեպ: Հեռուստադիտողների 75%-ը դիտում է սերիալ: Նշենք, որ կանայք

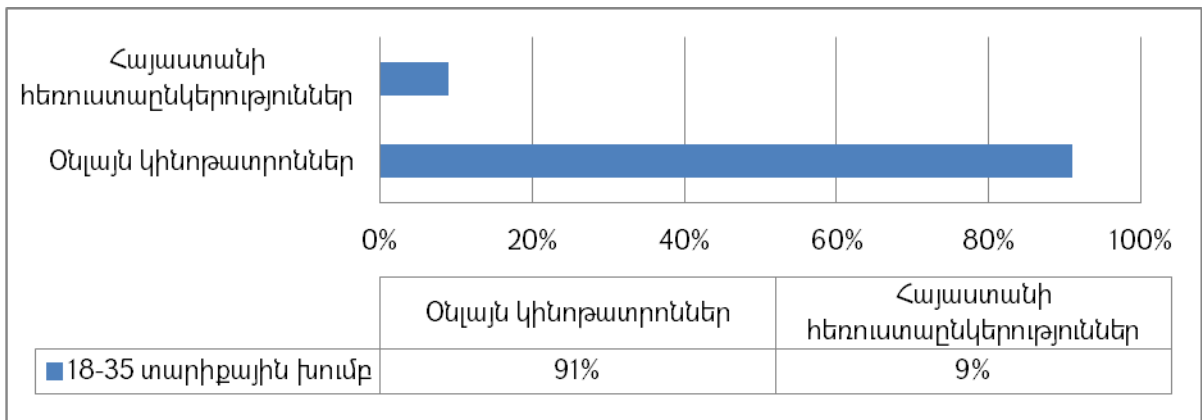
ավելի շատ են սերիալներ դիտում, քան տղամարդիկ: Հեռուստացույց դիտող կանանց 61%-ը դիտում է երկու և ավելի սերիալ: Սերիալի լսարանի առումով առաջատար են այսօր՝ «Արմենիա», «Շանթ», «Հանրային հեռուստաընկերություն», «ԱԹՎ» հեռուստաալիքները: Այսօր հայկական և հնդկական սերիալները շարունակում են եթերում լինել ամենադիտվողը: Ըստ հարցման արդյունքների՝ ամենավարկանիշային սերիալներ են՝ «Ֆուլ Հաուս», «Մերժվածը», «Ազիզյանները», «Դոմինո», «Ի՞նչ կոչել այս սերը», «Նռան հատիկ» (տե՛ս գծապատկեր 12):



Գծապատկեր 12. Ամենադիտված հեռուստասերիալները՝ ըստ հարցման արդյունքների

Հարցման մասնակիցների շարքում հետաքրքրություն կանա ամերիկյան դրամատիկական որակյալ հեռուստասերիալների նկատմամբ: Հարցվածների 31%-ը պարբերաբար դիտում է ամերիկյան սերիալներ: Սերիալների այս տեսակի նկատմամբ առանձնահատուկ ուշադրություն են նկատվում է 18-35 տարիքային խմբի կողմից, որը կազմում է ամերիկյան հեռուստասերիալների լսարանի 71%-ը: Կարևոր է ընդգծել՝ չնայած Հայաստանի մի շարք հեռուստաընկերությունների ծրագրում պարբերաբար հանդիպում են ամերիկյան սերիալներ, այնուամենայնիվ վերջինիս լսարանի ճնշող մեծամասնությունը՝ շուրջ 91%-ը, նախապատվությունը տալիս է

համացանցին՝ ամերիկյան վարկանիշային հեռուստատերիալներ դիտելով առցանց կինոթատրոններում (տե՛ս գծապատկեր 13):



Գծապատկեր 13. Դրամատիկական հեռուստատերիալների լսարանը

Նման միտումի պատճառները, կարծում ենք, Հայաստանի հեռուստաընկերությունների ծրագրավորման քաղաքականության ոչ ճկունությունն է և թվային դաշտում մեծ մրցակցությունը:

Ինչպես արդեն նշել ենք, դրամատիկական սերիալները սեզոնային ձևաչափի բարձր որակի կինոստեղծագործություններ են՝ բաղկացած 3-25 էպիզոդներից: Էպիզոդների նման փոքր քանակի պատճառով դրամատիկական հեռուստատերիալը ունակ է օճառային սերիալների և հեռուստանովելների պես գրավել հեռուստադիտողի երկարաժամյա ուշադրությունը: Որպես արդյունք՝ հեռուստադիտողը, դիտելով սերիալի փոքրաքանակ էպիզոդները, ստիպված է լինում երկար ժամանակ սպասել սերիալի նոր սեզոնին: Ստեղծվում է սպասման համբերություն, ինչը նոր սեզոնի հեռուստապրեմիերայի ժամանակ վերածվում է բարձր վարկանիշի: Հայաստանի հեռուստաընկերությունների դեպքում լսարանի մեծ կորուստ տեղի է ունենում ծրագրային ոչ օպերատիվ քաղաքականության պատճառով:

Մինչ հայկական հեռուստաթեր է բարձրանում ամերիկյան որևէ դրամատիկական սերիալ, վերջինիս լսարանի մեծ մասն արդեն այն դիտած է լինում ժամանակակից առցանց կինոթատրոններում (այսօր ռուսական մի շարք ընկերություններ մասնագիտացված են ամերիկյան

հեռուստատերիալների կրկնօրինակման վրա. «Lostfilm», «Amedia», «Coldfilm», «Кубик в Кубе» և այլ ընկերություններ ամերիկյան հեռուստատերիալի էպիգոդի կրկնօրինակման վրա ծախսում են միջինը 2-3 օր): Որպես օրինակ կարող ենք նշել ամերիկյան «Սև կող»¹⁶⁸ հեռուստատերիալը, որը «Հանրային հեռուստաընկերության» եթեր է բարձացել 2017թ. հոկտեմբերի 9-ից¹⁶⁹: Մինչդեռ ամերիկյան «CBS» հեռուստաընկերության եթերում այն սկսվել է ցուցադրվել 2015թ. սեպտեմբերի 30-ից: Կարծում ենք, այսօր կա ամերիկյան որակյալ դրամատիկական հեռուստատերիալներին ծրագրում ավելի մեծ տեղ տրամադրելու անհրաժեշտություն: Եթերում ունենալով երիտասարդ լսարանին հետաքրքիր հեռուստաարտադրանք՝ ավելի օպերատիվ ծրագրային քաղաքականության դեպքում հնարավոր կլինի պահպանել վերջինիս ուշադրությունը հեռուստատեսության նկատմամբ: Հակառակ պարագայում՝ երիտասարդ լսարանին գրավելու համար ավելի նպատակահարմար է եթեր բարձրացնել լսարանին անձանոթ, բայց դրամատիկական որակյալ սերիալներ, քան ցուցադրել հայտնի վարկանիշային սերիալներ, բայց ուշացումով:

Կրկին Հայաստանի հեռուստաընկերությունների սերիալների մասին նշենք, որ լսարանի 58%-ը դրական է վերաբերվում հեռուստաընկերությունների ծրագրային քաղաքականությանն ու սերիալներին: Սերիալների հանդեպ բացասական վերաբերմունք ունեցողները դժգոհ են եթերում սերիալների քանակից, որակից, գեհիկ և ոչ գրագետ լեզվից, թեմաներից, բացասական ներգործումից և այլն:

Այսպիսով՝ ժամանակակից հայկական հեռուստատեսային լսարանում կա հետաքրքրություն վավերագրական, գեղարվեստական կինոյի, հեռուստատերիալների նկատմամբ: Հաշվի առնելով հեռուստալսարանի հիմնական կարծիքը՝ կարևորում ենք հետևյալ քայլերի անհրաժեշտությունը. 1) ընդլայնել վավերագրական կինոյի

¹⁶⁸ «Սև կող» հեռուստատերիալը պատմություն ունի էջորս բժիշկների մասին, ովքեր աշխատելով Լոս Անջելես քաղաքի հիվանդանոցներից մեկում, ծայրահեղ ծանր պայմաններում պայքարում են հիվանդների կյանքի համար:

¹⁶⁹ <http://news.1tv.am/hy/2017/10/06/Սև-կող-ամերիկյան-սերիալը-հայ-երեն-կրկնօրինակմամբ-Առաջին-ալիքի-եթերում/72374> :

Եթերային մասնաբաժինը՝ բազմաթեմատիկ ուղղվածության հաղորդումներ և ֆիլմեր ներառելով լսարանին ավելի հարմար ժամանակահատվածում, 2) հեռուստահաղորդացանցում ավելի շատ տեղ հատկացնել կինոնորույթներին, 3) կրճատել անորակ, ոչ գրագետ լեզու օգտագործող սերիալների թիվը, 4) եթերում տեղ հատկացնել երիտասարդ լսարանին հետաքրքիր որակյալ դրամատիկական սերիալների համար:

3.2 Գեղարվեստական և վալերագրական կինոյի համացանցային լսարանը

Հայաստանի հեռուստատեսության համացանցային լսարանի դիտարկումը հեռուստաընկերությունների ծրագրային քաղաքականության ուսումնասիրության կարևոր նախապայմանն է: Այսօր «հեռուստացույց դիտել» արտահայտությունը չի սահմանափակվում միայն հեռուստացույց սարքը դիտելով. կարելի է «հեռուստացույց դիտել» համացանցում՝ ուղիղ հեռարձակմամբ, տարատեսակ անշեղանկի և սմարթֆոնների միջոցով՝ նրանց համար նախատեսված հավելվածների և ծառայությունների շնորհիվ, որոնք արդեն հասանելի են Հայաստանում: Ժամանակակից նման տեխնոլոգիաները հեռուստատեսությանը հնարավորություն են տալիս ընդլայնել ու իր լսարանը՝ դուրս գալով հեռուստաէկրանի սահմաններից: Հեռուստատեսություն-համացանց կապի վերաբերյալ Սերգո Երիցյանը գրում է. «90-ական թվականների սկզբին, երբ երևան եկավ համացանցը, շատ արագ պարզ դարձավ, որ այն տեղեկատվությունը լսարանին արագ հասցնող արագ և հետադարձ կապ ունեցող միջոց է¹⁷⁰: Ընդհանուր տեղեկատվական դաշտում տեղի ունեցող փոփոխություններն իրենց ազդեցությունն ունեցան հեռուստատեսային տեղեկատվական համակարգում. անգամ Հայաստանում ոչ ոք չի կարող ժխտել, որ համացանցի կայացումը՝

¹⁷⁰ Տե՛ս Երիցյան Ս.Ս., Հեռուստատեսություն. ակունքներից մինչև ժամանակակից զարգացումներ, Ե., Էդիթ Պրինտ, 2009, էջ 63:

որպես տեղեկատվական աղբյուր, ոչ միայն հարստացնում է հեռուստատեսային տեղեկատվությունը՝ որպես ավելի հրատապ և օպերատիվ տեղեկատվության հնարավորություն, այլև դառնում է լուրջ տեղեկատվական մրցակից, ավելի օպերատիվ միջոց¹⁷¹»: Դրանով իսկ կարելի է բացատրել հեռուստաընկերությունների՝ օրեցօր աճող հետաքրքրությունը համացանցի նկատմամբ, որի արդյունքում հիմք դրվեց հեռուստատեսային նոր, մեծ չափերի հասնող թվային լսարանի ձևավորմանը (Ըստ The State of Broadband-ի ուսումնասիրության՝ 2016թ-ին Յայաստանի բնակչության 62%-ը մուտք ունեւր համացանց)¹⁷²:

Յայստնի է, որ հեռուստաընկերություններն իրենց կայքէջերում ոչ միայն տեղեկատվություն են տեղադրում այս կամ այն հաղորդման վերաբերյալ, այլև ներբեռնում են ամբողջական հաղորդումն իբրև համացանցային տեսանյութ՝ այն հասանելի դարձնելով համաշխարհային հեռուստալսարանին¹⁷³: Օգտագործելով ժամանակակից վիդեո-հոսթինգային տեսահարթակներ՝ հեռուստաընկերություններն իրենց հաղորդումներն ու \$իլմերը հասանելի են դարձնում թվային լսարանին՝ վերջինիս պարգևելով հեռուստացույց դիտելու այլընտրանքային տարբերակ: Յեռուստադիտողը ցանկացած պահի որքան ուզենա, կարող է դիտել վեբ-հարթակում ներբեռնված սիրելի հեռուստանախագծերը, «կիսվել» ընկերների հետ սոցիալական կայքերում և այլն: Այլ կերպ ասած՝ հեռուստաարտադրանքի համացանցային արխիվացման շնորհիվ առաջ է քաշվում, այսպես կոչված, «անձնական հեռուստատեսություն» գաղափարը, որի ժամանակ հեռուստադիտողը հնարավորություն է ստանում կազմելու *սեփական* հեռուստածրագիրը՝ բաղկացած նախընտրելի հաղորդումներից, \$իլմերից, որոնք հասանելի են շուրջօրյա:

¹⁷¹ Տե՛ս Երիցյան Ս.Ս., Յեռուստատեսության զարգացման արդի խնդիրները, Ե., Մանկավարժ., 2004, էջ 6:

¹⁷² The State of Broadband: broadband catalyzing sustainable development, September 2017, https://www.itu.int/dms_pub/itu-s/opb/pol/S-POL-BROADBAND.18-2017-PDF-E.pdf

¹⁷³ Տե՛ս Олешко В. Ф., Психология журналистики, Санкт-Петербург., Издательство Михайлова В. А., 2006, с.188.

Համացանցային տեսահարթակներում հեռուստանախագծերի արխիվացում տեղի է ունենում նաև Հայաստանի հեռուստատեսության ոլորտում: Նման մոտեցումը հայաստանյան հեռուստաընկերություններին հնարավորություն է տալիս հեռուստաարտադրանքը հասանելի դարձնել ոչ միայն թվային լսարանին (այն է՝ դպրոցականներ, երիտասարդներ, օֆիսային աշխատակիցներ, ովքեր չունենալով հեռուստացույց դիտելու ժամանակ, այս կամ այն նախագծին հետևում են համացանցում), այլ նաև սփյուռքին, որի հետաքրքրությունն այսօր հայկական հեռուստատեսության նկատմամբ շատ կարևոր է և հրատապ:

Հայաստանի գրեթե բոլոր հեռուստաընկերությունները այժմ իրենց գրանցված ալիքներն ունեն աշխարհի ամենահայտնի համացանցային տեսահարթակում՝ «Յություբում» (նշենք՝ 01/03/2018թ. դրությամբ՝ www.youtube.com-ը ամենաայցելվող կայքն է հանրապետությունում)¹⁷⁴: Սակայն ուսումնասիրության շրջանակներում դիտարկենք յուրօրինակ այն ալիքները, որոնք ունեն ձևավորված լսարան և ծրագրային քաղաքականություն: 2018թ. ապրիլի 7-ի դրությամբ՝ «Հանրային հեռուստաընկերության», «Արմենիա», «Շանթ» հեռուստաընկերությունների, «ՊանԱրմենիան» մեդիա գրուպի¹⁷⁵ յուրօրինակ ալիքներն ունեն գրանցված համապատասխանաբար՝ 72 հազ, 208 հազ, 292 հազ, 307 հազ. բաժանորդ (*տե՛ս աղյուսակ 1*), ինչպես նաև բարձր դիտելիություն: Վերոնշյալ ալիքներն օրական գրանցված են համապատասխանաբար միջինը 335 հազ, 117 հազ, 397 հազ, 1.1 մլն դիտում (*տե՛ս աղյուսակ 2*):

Հեռուստաընկ.	Գրանց. տարեթիվ	Բաժանորդ .քանակ	Տեսան. Քանակ	Շաբաթ. ներքեռ. գործակից	Ընդհանուր դիտումներ
Շանթ	09/09/10թ.	292,553	17,629	44,6	681,637,101

¹⁷⁴ Տե՛ս SimilarWeb, Top Websites Ranking Armenia, <https://www.similarweb.com/top-websites/armenia>
¹⁷⁵ Պանարմենիանը մեդիա գրուպ է, որն իր մեջ ներառում «Արմենիա», «ԱԹՎ», «Արմնյուզ», «Պանարմենիան TV» հեռուստաընկերությունները: Գրանցված լինելով ամերիկյան US սեգմենտում՝ Պանարմենիան TV յուրօրինակ ալիքը վերաբերվում է Հայաստանի հեռուստատեսությանը, քանի որ այստեղ ներքեռնվում են վերոնշյալ հեռուստաընկերությունների եթեր բարձրացած հեռուստանախագծեր:

ԱրմենիաTV	17/07/12թ.	207,983	3,996	13,4	314,173,772
Հանր. հեռուստ	18/12/13թ.	72,466	18,608	82,9	62,628,491
ՊանԱրմենիան TV	24/02/15թ.	306,966	5,302	32,6	627,815,845

Աղյուսակ 1. Հայաստանի հեռուստաընկերությունների առաջատար յուրթուրյան ավիթների վիճակագրությունը (07/04/2018թ. տվյալներ)

Բաժանորդների և դիտումների նման քանակը հայալեզու թվային լսարանի համար բավական շոշափելի է: Դրանում համոզվելու համար կարող ենք կատարել համեմատությունն ռուսական «Առաջին ավիթի» և հայկական «Շանթ» հեռուստաընկերության յուրթուրյան ավիթների միջև: «Առաջին ավիթը», գրանցվելով ավելի վաղ՝ 2006թ-ի ապրիլի 3-ին, ունենալով տասնյակ անգամ ավելի մեծ վիճակագրական լսարան (աշխարհում ռուսալեզու է համարվում մոտ 245մլն մարդ¹⁷⁶) և գրանցված շուրջ 1.7մլն բաժանորդ, իր ընդհանուր դիտումների թվով գերազանցում է «Շանթին» ընդամենը 122մլն.-ով՝ կազմելով 804մլն ընդդեմ «Շանթի» 682մլն-ի դիմաց: Այս ցուցանիշը խոսում է այն մասին, որ համացանցի հայալեզու փոքրիկ սեգմենտում հետաքրքրությունը հայկական յուրթուրյան կոնտենտի հանդեպ բավական մեծ է:

Հեռուստաընկերություն	Բաժանորդագրություններ			Դիտումներ		
	Վերջին 30 օր 7/03 – 7/04	Օրակ միջին	Տարեկան կանխ.	Վերջին 30 օր 7/03 – 7/04	Օրակա միջին	Տարեկան կանխ.
Շանթ	10,473 (+17.6%)	+350	+125,7 հազ	11,934,990 (+9.6%)	397,833	143,2 մլն
ԱրմենիաTV	3,867 (+5,1%)	+129	+46,4 հազ	3,529,280 (+13%)	117,643	42,4 մլն
Հանր. Հեռուս	12,758 (+52,6%)	+426	+153,1 հազ	10,056,510 (+71,2%)	335,217	120,7 մլն
ՊանԱրմեն. TV	21,308 (+16.6%)	+711	+255,7 հազ	34,293,600 (+49.1%)	1,143,120	411,5 մլն

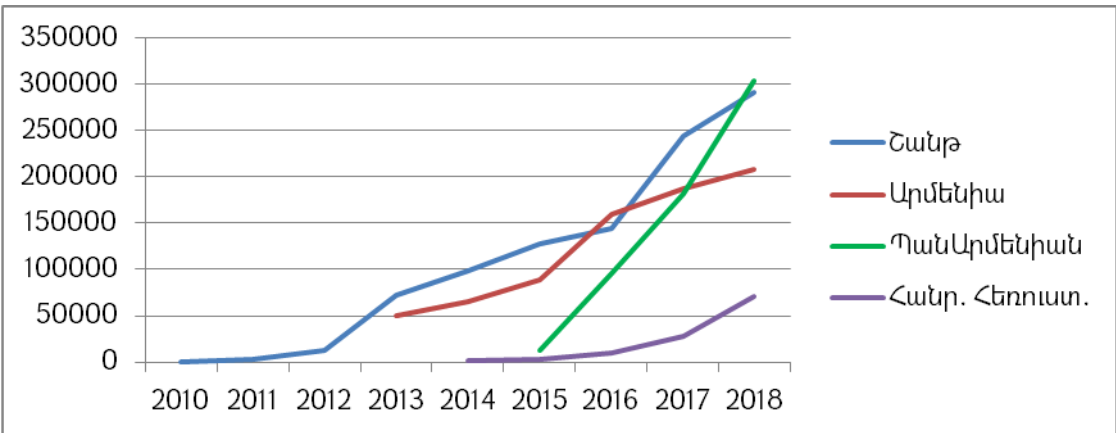
Աղյուսակ 2. Վիճակագրական տվյալներ յուրթուրյան ավիթների բաժանորդագրությունների և դիտումների վերաբերյալ (07/04/2018թ. տվյալներ)¹⁷⁷

¹⁷⁶ Русский язык теряет статус международного , <http://vesti-ukr.com/kultura/208215-rucckij-jazyk-terjaet-status-mezhdunarodnoho>

¹⁷⁷ Վերոնշյալ տվյալներն ու տարեկան կանխատեսումները ներկայացված են ըստ socialblade.com անալիտիկ պորտալի, որը զբաղվում է սոցիալական ցանցերի լսարանի ու սումնասիրությամբ:

Նման բարձր դիտելիությունը պայմանավորված է վերոնշյալ յուրօրյան ալիքների ծրագրային և բովանդակային առանձնահատկություններով: Որքան էլ յուրօրյան ալիքն իր ժանրաթեմատիկ, ձևաչափային, բովանդակային ուղղվածությամբ հանդիսանա մայր ալիքի արտացոլումը համացանցում, միևնույնն է, այն ունի յուրահատուկ լսարան, որի նախաաիրություններից ելնելով՝ կազմվում է յուրօրյան ալիքի սեփական ծրագիրը (յուրօրյան լսարանի 86%-ը նախընտրում է «զվարճանք և հանգիստ» կարգի հաղորդումներ)¹⁷⁸:

Պարզելու համար, թե հայաստանյան թվային տիրույթում հեռուստատեսային որ ձևաչափերի հանդեպ կա հետաքրքրություն, դիտարկենք հեռուստաընկերությունների առաջատար յուրօրյան ալիքների բովանդակային և ծրագրային առանձնահատկությունները՝ ընդգծելով առավել դիտվող և գնահատվող նախագծերը:



Գծապատկեր 14. Հայաստանի հեռուստաընկերությունների առաջատար յուրօրյան ալիքների լսարանի աճի դինամիկան (2010-2018թթ).

«Շանթի» յուրօրյան ալիքի ծրագրային քաղաքականության մեջ փորձ է արված բավարարելու առավել լայն նախաաիրություններով լսարանի պահանջները: Առկա են երաժշտական, կրթադաստիարակչական, երգիծական, առվույտ, հասարակական-քաղաքական ձևաչափի

¹⁷⁸ theRunet - Инфографика: аудитория YouTube в мире, <https://therunet.com/infographics/2574>

հաղորդումներ, հեռուստատերիալներ և այլն: Չնայած նման բազմազանությունը՝ դիտումների մեծ մասնաբաժինն ընկնում է երգիծական, երաժշտական հաղորդումների ու հեռուստատերիալների վրա: Հավասարաչափ ունենալով վարկանիշային ծրագրեր՝ «Շանթ» հեռուստաընկերությունն իր յուրօրինակ էջում փորձում է պահպանել ձևաչափային հավասարակշռություն: Որպես արդյունք՝ ամենադիտված տեսանյութերի տասնյակը բաղկացած է երաժշտական, երգիծական հաղորդումներից ու սերիալներից (ամենադիտվածը՝ «Արենա Live» – Նարե Գևորգյանի կատարմամբ «Մոր երգը գինվորին» կատարումն է 8մլն դիտում)¹⁷⁹: Մեծ դիտելիության տեսանկյունից կարելի է առանձնացնել նաև «Շիլաշ փոթ» մանկական երգիծական կինոժողովածուն, որտեղ ներկայացվում են կատակերգական պատմություններ՝ երեխաների դպրոցական կյանքից, ընտանիքից, ընկերական միջավայրից և այլն (ամենադիտվածը 27/02/2011թ. եթերի հաղորդումն է՝ համացանցային իր 1,8մլն դիտումով): Նշենք նաև բարձր դիտելիությամբ «Խոպանի տեսություն» սիթքոմը (այն իրենից ներկայացնում է կենցաղային բնույթի ընտանեկան երգիծական պատմություն՝ հյուսված Հայաստանում բնակվող մի ընտանիքի շուրջ, որում ապրող տղամարդիկ աշխատում են Ռուսաստանում: Համացանցում ամենադիտված էպիզոդն ունի 1,3մլն դիտում) և «Որոգայթ» գեղարվեստական ֆիլմը՝ նկարահանված համանուն սերիալի հիման վրա (1,1մլն դիտում յուրօրինակ):

Ուսումնասիրելով «Արմենիա» հեռուստաընկերության յուրօրինակ ալիքը՝ վերջինիս ծրագրային և բովանդակային քաղաքականությունը կարելի է բաժանել երկու փուլի՝ սերիալային և հետսերիալային: Որպես հայկական առաջատար յուրօրինակ էջ՝ «Արմենիա TV»-ն ձևավորվեց շնորհիվ բարձր վարկանիշ ունեցող սիթքոմների («Տնփեսա», «Ֆուլ Հաուս», «Դոմինո»): Այդ մասին է խոսում ամենադիտված տեսանյութերի տասնյակը, որտեղ միայն «Ֆուլ Հաուս» սիթքոմի էպիզոդներն են (ամենադիտվածը՝ «Ֆուլ Հաուս 1

¹⁷⁹ Տվյալները ներկայացված են 07/04/2018թ-ի դրությամբ:

սերիա»- 3,5մլ ն դիտում: Ավելի ն՝ «Ֆուլ Յաուս» սիթքոմի ներբեռնված էպիզոդներից 106-ն ու նի առնվազն 1մլ ն դիտում):

2017թ. տեղի ունեցավ «Արմենիա TV»-ի յուրթուրյան ալիքի ծրագրային քաղաքականության փոփոխություն. վարկանիշային հեռուստասերիալները տեղափոխվեցին «ՊանԱրմենիան TV» յուրթուրյան ալիք, անփոփոխ մնացին միայն առավոտյան, հեռուստախոհանոցային, հասարակական-քաղաքական հաղորդումները և ինտելեկտուալ, երգիծական հեռուստախաղերը: Դա հանգեցրեց դիտումների և բաժանորդների թվի անկման: Վերջին 30 օրվա ընթացքում «Արմենիա TV»-ի յուրթուրյան ալիքը նոր բաժանորդների թվով և դիտումներով զգալիորեն գիջում է մրցակիցներին (*տե՛ս աղյուսակ 1*): Նման ձևափոխության շնորհիվ, ակնառու երևում են թվային լսարանի նախասիրությունները: Ինչպես հեռուստատեսություն, այնպես էլ համացանցում վարկանիշային մրցավազքի կարևոր նախապայմանը ծրագրում հեռուստասերիալների առկայությունն է: Չրկվելով սերիալներից՝ վատթարացավ յուրթուրյան ալիքի աճի դինամիկան: Սակայն ճիշտ չի լինի ասել, որ ծրագրային իր քաղաքականության պատճառով «Արմենիա TV»-ն կորցրեց թվային լսարանի մեծ մասը: Այստեղ տեղի ունեցավ ոչ թե լսարանի կորուստ, այլ փոխանցում զարգացման առումով ավելի հեռանկարային յուրթուրյան ալիք՝ «ՊանԱրմենիան TV»: Վերջինս բաժանորդների թվով առաջատարն է Հայաստանի հեռուստաընկերությունների յուրթուրյան ալիքների շարքում: Հանդիսանալով մեդիագրումայ՝ «Պանարմենիան TV» յուրթուրյան ալիքն իր ծրագրում ներառում է «Արմենիա», ԱԹՎ-ի, «Արմենիա Պրեմիում» հեռուստաալիքների վարկանիշային սերիալները: Հեռուստասերիալների նման խտությունն է, որ ապահովում է դիտելիության առումով առաջին ցուցանիշը՝ օրական մոտ 1,1մլ ն. դիտում (*տե՛ս աղյուսակ 2*): Հավելենք, որ 07/04/2018թ. դրությամբ «Պանարմենիան TV»-ի յուրթուրյան ալիք ներբեռնված է շուրջ 26 անուն հայկական արտադրության հեռուստասերիալ: Ամենադիտված տեսանյութերի տասնյակը բաղկացած է «Ֆուլ Յաուս», «Քարե դարդ», «Ռեստարտ 2020» սիթքոմների էպիզոդներից

(ամենադիտվածը՝ «Քարդե դարդ» սիթքոմի տեսահոլովակն է՝ «Մոսո - Տժու մաքարե դարդը»՝ իր 3,7մլն դիտումով):

Ինչ վերաբերում է «Յանրայ ին հեռուստաընկերության» յուր թուրքյան ալիքին, ապա բովանդակային առումով վերջինս արտացոլում է մայր ալիքի ծրագրային քաղաքականությունը: Այս տեղներբեռնվում են տեղեկատվական-վերլուծական, հասարակական-քաղաքական, մշակութային, մանկական, երաժշտական, կրթադաստիարակչական հաղորդումներ, հեռուստատերիալներ և վավերագրական ֆիլմեր/հաղորդումներ: Ամենադիտված տեսանյութերից առանձնացնենք «Լավ երեկո» հաղորդումը, որը երեկոյան երգիծական շոու է («Լավ երեկո» հաղորդման առաջին թողարկումը, որը եթեր է բարձրացել 27/10/2017թ. իր 546հազ. դիտումներով առաջին տեղում է), «Եկեք հասկանանք» թոք շոուն, որում արծարծվում են ամուսնական, ընտանեկան հարաբերությունները (ամենադիտված տեսանյութը՝ «Ուզում եմ հայ տնի լինել» թողարկումն է՝ 471 հազ. դիտումով, որը «Յանրայ ին հեռուստաընկերության» եթեր է բարձրացել 23/02/2018թ.): Ի տարբերություն սերիալների՝ հեռուստատեսային վավերագրական կինոն յուր թուրքյան ավելի քիչ է դիտվում: Պատճառը՝ գեղագիտական այլ սկզբունքներն են: Հեռուստատերիալները ժամանցային բնույթ են կրում, վավերագրական կինոն՝ կրթադաստիարակչական, մշակութային-լուսավորչական: Հեռուստավավերագրական կինոյի՝ «Յանրայ ին հեռուստաընկերության» յուր թուրքյան ալիքի ամենադիտված տեսանյութներն են «Իմ բանակը. արտադրված է Հայաստանում» (154հազ. դիտում), «Նվիրյալները. Էդիկ Մալոյան»՝ (138հազ. դիտում), «Ճակատագրեր. օվկիանոսից այն կողմ – Էմմի» (125հազ. դիտում), «Իմ բանակը. անհայտի մարտիկներ» (113հազ. դիտում) և այլն:

Հեռուստաընկերությունների նախագծերի համացանցային արխիվացման պատճառներից են լսարանի հետ հետադարձ կապի այն հնարավորությունները, որոնք առաջարկում է թվային տեսահարթակը: «Յուր թուրքյան», ի տարբերություն հեռուստատեսության,

հնարավորություն է տալիս հեռուստադիտողին անմիջապես, առանց միջնորդի արտահայտելու իր վերաբերմունքը՝ հավանելով, չհավանելով ու մեկնաբանելով տեսանյութը: Նման վիճակագրությունը հեռուստաընկերությանը թույլ է տալիս ճանաչելու իր լսարանին, իմանալ՝ որ ձևաչափային ծրագրերն են առավել սիրված կամ քննադատվող, լսել իր հեռուստադիտողի առաջարկությունները, դիտողություններն ու կարծիքը:

Որքան մեծ է դրական կամ բացասական գնահատականների թիվը, որքան շատ են մեկնաբանությունները, այնքան ավելի քննարկվող և վարկանիշային են դառնում նախագծերը և՛ հասարակությունում, և՛ թվային տիրույթում:

Աղյուսակ 3-ում պատկերված են հայկական հեռուստաընկերությունների յուրօրինակ առաջատար ալիքների լսարանի ակտիվության վիճակագրությունը: Ինչպես տեսնում ենք, լսարանի ակտիվության առումով առաջատարն է «ՊանԱրմենիան TV»-ին: Պատճառը ծրագրում ամենավարկանիշային հեռուստատեսիվների առկայությունն է (*սերիալն այսօր եթերում ամենավարկանիշային, ամենաքննարկվող և քննադատվող հեռուստատեսային ձևաչափն է*): Ինչ վերաբերում է «Հանրային հեռուստաընկերությանը», ապա մեկնաբանություն թողնելու հնարավորությունը բացակայում է:

Հայաստանի հեռուստաընկերությունների թվային լսարանի վերաբերյալ ավելի լայն պատկերացումներ կազմելու համար դիտարկենք «Հանրային հեռուստաընկերության» յուրօրինակ ալիքի որոշ տվյալներ¹⁸⁰:

Հեռուստաընկ.	Դրական արձագանք (Like)	Բացասական Արձագանք (Dislike)	Դրական արձագանքի %	Մեկնաբան. Ընդ. թիվ
Ծանթ	332,001	29,245	91,9%	9,250
Արմենիա TV	322,928	31,824	91 %	27,774
Պանարմ. TV	488,543	57,958	89,3%	50,718
Հանր. Հեռուստ.	32,850	4,081	88,9%	0

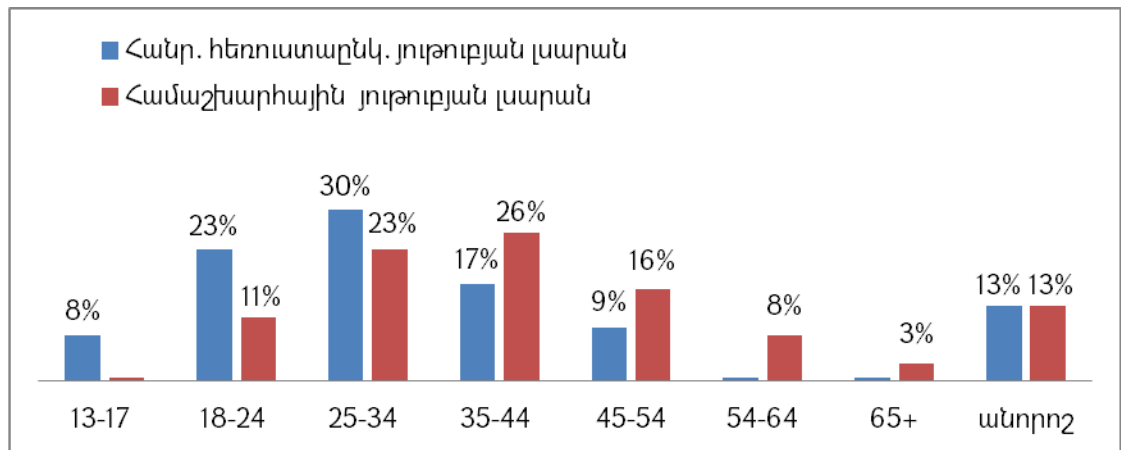
¹⁸⁰ Հանրային հեռուստաընկերության յուրօրինակ էջի վիճակագրական տվյալները մեզ է տրամադրել հեռուստաընկերության վեբ դիզայնի բաժինը:

*Աղյուսակ 3. յուրօրյան ալիքների լսարանի ակտիվություն
վիճակագրությունը¹⁸¹ (1/10/17թ. տվյալներ)*

Ինչպես ողջ աշխարհում, այնպես էլ Հայաստանում, թվային տիրույթում առավել ակտիվ են երիտասարդները: Դրանում համոզվելու համար դիտարկենք գծապատկեր 15-ը, որտեղ կարող ենք տեսնել «Հանրային հեռուստաընկերություն» յուրօրյան ալիքի տարիքային խմբերի վիճակագրությունը և համեմատել համաշխարհային յուրօրյի լսարանի հետ: Ինչպես տեսնում ենք, Հայաստանը համապատասխանում է ժամանակակից միտումներին: Հայաստանի համացանցային լսարանի կեսից ավելին՝ 53%-ը 18-34 տարիքային խմբի բաժանորդներ են:

Հայաստանյան թվային լսարանի մյուս առանձնահատկությունը վերջինիս հանդեպ սփյուռքի հետաքրքրությունն է: «Հանրային հեռուստաընկերություն» յուրօրյան ալիքի դիտումների միայն կեսն է արձանագրվում Հայաստանում, մյուս կեսը կազմում են դիտումները Ռուսաստանից, ԱՄՆ-ից, Ֆրանսիայից, Գերմանիայից, Կանադայից, Վրաստանից և այլն: Սփյուռքի հետաքրքրությունը Հայաստանի հեռուստաընկերությունների նախագծերի հանդեպ ընդգծելու համար նշենք տեսանյութերի դիտման միջին տևողությունը՝ ըստ բաժանորդի: Եթե Հայաստանից դիտելիության միջին տևողությունը 5րոպե է, ապա ԱՄՆ-ից և Կանադայից՝ 10րոպե:

¹⁸¹ *Տվյալները ներկայացված են ըստ seezislab.com պորտալի, որը զբաղվում է յուրօրյան ալիքների տվյալների վերլուծությամբ:*



Գծապատկեր 15. «Չանրայ ին հեռուստաընկերու թյան» յ ու թ ու բ յ ան ալ ի ք ի և
 համաշխարհայ ին¹⁸² յ ու թ ու բ ի և սարանի տարիքայ ին խմբերի վիճակագրու թյ ու ն ը

Այս պիտով՝ այսօր ակնհայտ են դառնում հայկական առաջատար հեռուստաընկերությունների կողմից իրականացվող քայլերը թվային տիրույթում իրենց լսարանն ընդլայնելու ուղղությամբ: Համացանցի հաղորդագրություններն իրենց ազդեցությունն ունեն եթերի վրա. սեփական կամ այլ կայքէջերում տեղադրված նյութերը ոչ միայն արժեքավոր ազդակ են հեռուստատեսային հաղորդումների համար, այլև խթան են դառնում՝ հետևելու հեռուստատեսային լսարանին և հաղորդումներին¹⁸³: Օգտագործելով յուրօրին իբրև նախագծերի արխիվացման հարթակ՝ հեռուստաընկերությունները համացանցում ունեն հայալեզու պրոֆեսիոնալ թվային ալիքներ, որոնք, ունենալով աճի դրական դինամիկա, հնարավորություն են տալիս. նախ՝ ստեղծելու Հայաստանի և սփյուռքի միջև կամուրջ՝ հասանելի դարձնելով հեռուստատեսային երաժշտական, երգիծական հաղորդումներն ու ֆիլմարտադրությունն իր բոլոր դրսևորումներով (սերիալներ, հեռուստաֆիլմեր և այլն), ապա՝ երիտասարդ և թվային լսարանին առաջարկում հեռուստացույց դիտելու այլ ընտրանքային հարթակ:

¹⁸² YouTube Statistics – 2018, <https://fortunelords.com/youtube-statistics/>

¹⁸³ Տե՛ս Կалмыков А.А., Коханова Л.А., Интернет-журналистика, М.: Юнити-Дана, 2005, с. 53.

ԵԶՐԱԿԱՑՈՒ ԹՅՈՒՆՆԵՐ

Այս ափսոսվ, ելնելով կատարված հետազոտություններից՝ հանգեցնեք հետևյալ եզրակացությունների.

1. Ժամանակակից տեղեկատվական, թվային տեխնոլոգիաների, համացանցի՝ հեռուստածրագրավորման, հեռուստատեսային ֆիլմատարությունների և վրաներգած ազդեցությունների համատեքստում՝ վավերագրական և գեղարվեստական կինոնկարները Հայաստանի հեռուստաընկերությունների ծրագրերի կարևորագույն և անփոխարինելի մասն են:
2. Հայաստանի հեռուստահաղորդացանցում վավերագրական կինոնկարները զբաղեցնում են ընդհանուր եթերաժամի միջինը 5-6%-ը՝ կատարելով կրթադաստիարակչական, մշակութային-լուսավորչական, համընդհանուր-միավորող, քարոզչական գործառնություններ:
3. Հեռուստավավերագրական կինոն ձևաչափային բարդ համակարգ է եթերում: Հայաստանի հեռուստաընկերությունների ծրագրերում հեռուստատեսային վավերագրական կինոյի առավել տարածված ձևաչափերն են՝ հեռուստասկնարկը, տեսաֆիլմը, գիտահանրամատչելի, կրթաճանաչողական պատմավավերագրական հեռուստաֆիլմերը, վավերագրական դրաման, ագիտացիոն բնույթի վավերագրական տարբեր հաղորդաչարերն ու կինոնկարները:
4. Նպատակահարմար է ընդունել հեռուստավավերագրական կինոյի վերլուծություն և գնահատման հետևյալ չափանիշները.
 - ձևաչափային մոտեցում,
 - պարզ, մատչելի մեկնաբանված հեռուստալեզու,
 - եթերային պարբերականություն,
 - զանգվածայինություն, երկարաժամկետություն,
 - ցիկլայինություն որակ,
 - ինֆոզվարճանքի տարրերի առկայություն:

5. Հայաստանի հեռուստաընկերությունների ծրագրերում գեղարվեստական կինոնկարները զբաղեցնում են ընդհանուր եթերաժամի միջինը 19-20%-ը: Հարկ է նշել, որ ներկայումս կա գեղարվեստական կինոնկարների ծրագրավորման քաղաքականության վերանայման անհրաժեշտություն, քանի որ կինոնկարները եթերում հայտնվում են առանց հստակ մոտիվներ և պատճառներ ունենալու:
6. 2013-2017թթ. «Արմենիա», «Շանթ», «ԱԹՎ» հեռուստաընկերությունների ընդհանուր եթերաժամի՝ համապատասխանաբար միջինը 44%, 49%, 23% զբաղեցնում են սերիալները: Ծրագրում սերիալների նման ծավալը ձևաչափային ճգնաժամի, հեռուստաընկերությունների ծրագրային քաղաքականության նույնացման, վիճակագրական լսարանի սեղմման պատճառ է հանդիսանում:
7. Հեռուստանախագծերի համացանցային առաջմղումը մեծ ազդեցություն է ունենում հեռուստաընկերությունների այժմյան ծրագրավորման քաղաքականության վրա: Հայաստանյան հեռուստաընկերությունների յուրօրինակ ալիքներն այսօր ոչ միայն հեռուստացույց դիտելու այլ ընտրանքային տարբերակ են, այլև Հայաստանի և Սփյուռքի միջև յուրօրինակ «կամրջի» ստեղծման հնարավորություն:

ԱՌԱՋԱՐԿՈՒ ԹՅՈՒՆՆԵՐ

Ուսուցման ասիի րեւոյ ձայն աստանի հեռուստաընկերութիւններին՝ վավերագրական, գեղարվեստական կինոյի ծրագրավորման ներկայիս վիճակն ու առկա խնդիրները, հեռուստաընկերութիւններին առաջարկում ենք.

1. Վերանայել հեռուստատեսային վավերագրական կինոյի ծրագրավորման քաղաքականութիւնը՝ ընդլայնելով վերջինիս եթերաժամը և բարելավելով ցուցադրման ժամանակահատվածները:
2. Համագործակցային հարաբերութիւններ հաստատել վավերագրական կինոարտադրութիւն մասնագիտացված ընկերութիւններին հետ: Որակյալ արտադրանքի ստեղծմանն ուղղված նման երկկողմանի փոխհարաբերութիւնները կնպաստեն հայաստանյան հեռուստատեսութեւն վավերագրական կինոյի ձևաչափային և թեմատիկ բազմազանութիւնը:
3. Կրճատել հեռուստատեսիւնների քանակը եթերում: Հարկավոր է ձևավորել մալուխային հեռուստադաշտ և ծրագրային յուրահատուկ քաղաքականութիւն ամբաջքի ընկնող մալուխային հեռուստաընկերութիւններ, որոնք ֆիլմարտադրութիւն ունենան կհաստատեն մրցակցային նոր հարաբերութիւններ:
4. Վերանայել եթերում առկա սերիալների թեմատիկ և բովանդակային ուղղվածութիւնը՝ հաշվի առնելով եթերում տարածված հայկական և հնդկական օճառային սերիալների մեծ թվաքանակը:
5. Անհրաժեշտ է ավելի մեծ ուշադրութիւնն դարձնել հեռուստատեսային համացանցային և սարանին: Որպէս նախատիւ դիտարկելով «Շանթ», «Արմենիա TV», «Պանարմենիան TV», «Հանրային հեռուստաընկերութիւն» յուրութիւն ալիքների արդյունավետ գործունեութիւնը, հեռուստաընկերութիւններին առաջարկվում է ամբողջովին և նպատակասլաց կերպով օգտագործել ժամանակակից վիդեո-հոսթինգային տեսահարթակների ողջ գործիքավորումը:

Օգտագործված գրականության ցանկ

Մասնագիտական գրականություն

1. **Աբրահամյան Ա.** Հեռուստատեսային ակնարկի գեղարվեստաարտահայտչական առանձնահատկությունները հարցի շուրջ, «Բանբեր Երևանի համալսարանի», թիվ 3, 2009, ԵՊՀ հրատ. էջ 203-209
2. **Ավետիսյան Ա.** Հեռուստաժրագրերի տրայպանություն. հեռուստահաղորդումների դասակարգչական չափանիշներ, Ե.: ԵՊՀ հրատ., 2010, 118 էջ
3. **Երզնկյան Ա.** Հայ դասական գրականության և թատրոնի դերն ազգային հեռուստատեսության ձևավորման գործում (հայկական հեռուստատեսության գեղարվեստական հաղորդակցության սկիզբը՝ ազգային գրականություն-թատրոն-հեռուստատեսություն), Երևան, Մանկավարժ., 2008, 120 էջ
4. **Երիցյան Ս. Ս.** Ժամանակակից հեռուստատեսություն. Բովանդակության և ձևի որոնումներ, Ե.: Էդիթ Պրինտ, 2010, 856 էջ
5. **Երիցյան Ս.Ս.** Հայաստանի հեռուստատեսություն. Չարգացման 50 տարի, Ե.: Տիգրան Մեծ, 2007, 368 էջ
6. **Երիցյան Ս.Ս.** Հեռուստահաղորդում. մտահղացումից մինչև եթեր: (Հեռուստալրագրության տեսության և արակտիկայի հարցեր), Ե.: Էդիթ Պրինտ, 2007, 364 էջ
7. **Երիցյան Ս.Ս.** Հեռուստատեսային ժանրերի ժամանակակից դրսևորումները, Ե.: Մանկավարժ., 2004, 59 էջ
8. **Երիցյան Ս.Ս.** Հեռուստատեսության զարգացման արդի խնդիրները, Ե.: Մանկավարժ., 2004, 35 էջ
9. **Երիցյան Ս.Ս.** Հեռուստատեսություն. Ակունքներից մինչև ժամանակակից զարգացումներ, Ե.: Էդիթ Պրինտ, 2009, 608 էջ
10. **Երիցյան Ս.Ս.** Հեռուստատեսություն: Գործառույթները, զարգացման միտումները և հեռանկարները, Ե.: Մանկավարժ., 2005, 214 էջ

11. **Երիցյան Ս.Ս.** Յեռուստանեսային տերմինների և հասկացողությունների տեղեկատվաբանական, Եր.: Էդիթ Պրին, 2008, 456 էջ
12. Յեռուստանեսային ժուռնալիստիկա (խմբ. Գ.Գ. Անանյան), Երևանի համալսարանի հրատ. 2003, 394 էջ
13. **Միրաբյան Վ.** Ագրեսիվ հեռուստատեսության հետևանքները, Ե.: Միտք վերլուծական կենտրոն, 2012, 92 էջ
14. **Տիտանյան Վ.** Յեռուստատեսություն. հասարակական կարծիքը կառավարում է թերը, Ե.: Էդիթ Պրինտ, 2007, 322 էջ
15. Առջևում Սանտա-Բարբարան է // Եթերում է Երևանը, 1994, №9
16. Էլեն Մուսայելյան, «Իզաուրան, Մարիան և մենք» // Եթեր, 1995, №38 (71), էջ 1
17. Յեռուստանեսային հաղորդումները և հասարակական կարծիքը // Եթերում է Երևանը, 1994., №24, էջ 2
18. **Барабаш Н.** Телевидение и театр. Игры постмодернизма. М.: Ленанд 2015, 184с.
19. **Беляев И.** Безусловно фильм // Искусство кино. 1965. № 11. С. 70.
20. **Беляев И.** Спектакль документов.Откровения телевидения – М.:Гелеос, 2005, 352с.
21. **Беляев И.** Такая жизнь, М.: ФГОУ ДПО ИПК работников ТВ и РВ, 2011, 424 с.
22. **Беляев И.К.** Быть или не быть? // Советская культура, 1965, 18 ноября.
23. **Беляев И.К.** Особенности национального телевидения, М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2000. 32с.
24. **Борецкий Р., Григорян А., Дмитриев Л.** Телевидение – это искусство // Советская культура, 1957, 18 мая, С.7
25. **Борецкий Р.А.** Беседы об истории телевидения, М.: Икар, 2011, 178 с.
26. **Борецкий Р.А.** В Бермудском треугольнике ТВ, М.: МГУ, ИКАР, 1998, 202 с.
27. **Вартанова Е.Л.** Медиаэкономика зарубежных стран, М.: Аспект Пресс, 2003, 335с.
28. **Голдовская М. Е.** Творчество и техника, М.: Искусство, 1986, 189с.
29. **Голдовская М.** Женщина с киноаппаратом // Искусство кино, 1991, № 6. С. 70-77
30. **Драгун Е. М.** Влияние массовой культуры на формирование современного инфотейнмента и его социокультурные функции // Вопросы культурологии. 2014. № 9. С. 34-38

31. **Дуглас П.** Искусство сериала. Как стать успешным автором на TV. М.: Альпина нон-фикшн, 2017, 370с.
32. **Закарян В. П.** Армянское телевидение: этапы развития армянского телевидения и тележурналистики. Ереван: Изд-во РАУ, 2012. 148 с.
33. **Калмыков А.А, Коханова Л.А.** Интернет-журналистика, М.: Юнити-Дана, 2005, 384с.
34. **Коллингвуд Р. Дж.** Принципы искусства / Пер. С англ. Ракина А.Г – М.: Язык русской культуры, 1999, 328 с.
35. **Кушнарева И.** Как нас приучили к сериалам // Логос, 2013, №3, С. 9-20
36. **Лазутина Г. В., Распопова С. С.** Жанры журналистского творчества.: М.Аспект Пресс, 2011, 320 с.
37. **Мокшанцев Р. Мокшанцева А.** Социальная психология. М.: Сибирское соглашение, Инфра, 408с.
38. **Муратов С.А.** Документальный телефильм. Незаконченная биография. - М.: ВК, 2009, 363 с.
39. **Нечай О.** Фильм у нас дома: о телевизионном документальном фильме, Минск.: Наука и техника, 1974, 239 с.
40. **Олешко В. Ф.** Психология журналистики, Санкт-Петербург.: Издательство Михайлова В. А., 2006, 240с.
41. **Парфенов Л. Г.** Наша история богата // Отечественные записки. 2004. № 5(20). С. 24-26
42. **Полуэхтова И.А.** Телевидение глазами телезрителей, М.: ООО «НИПКЦ Восход–А», 2012, 364с.
43. **Потемкин С.В.** Эстетика видео, телевидения и язык кино, СПб.: СПбГУКиТ, 2011, 111с.
44. **Прожиго Г.С.** Концепция реальности в экранном документе. - М.: ВГИК, 2004, 454с.
45. **Пронин А. А.** Mass-док: презумпция нарративности – Санкт-Петербург.: ИД «Петрополис», 2017, 244 с.
46. **Рабигер М.** Режиссура документального кино: 4-е изд / пер. С англ. Масловой Е.В. и Караваева Д.Л – М.: ГИТР, 2006, 543 с.

47. **Разлогов К.** Мировое кино. История искусства экрана. – М.: Эксмо, 2011, 688 с.
48. **Романовский И.И.** Масс-медиа. Словарь терминов и понятий. М.: Союз журналистов России, 2004, 477 с.
49. **Степанян А.** Киноязык телевидения: особенности восприятия // Научная дискуссия: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. 2016. №9 (48), С. 88-91.
50. Телевизионная журналистика: Учебник. 4-е издание // Редколлегия: Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвик, А.Я. Юровский - М.: «Высшая школа», 2002, 304 с.
51. **Толмачев В. Б.** Производство телефильмов, М.: Искусство. 1971, 256с.
52. **Франк Г.** Карта Птолемея: Записки кинодокументалиста – М.: Искусство, 1975, 231с.
53. **Цвик В. Л.** Телевизионная журналистика: История, теория, практика - М.: Аспект Пресс, 2004, 382 с.
54. **Шергова К.А.** Становление жанров документального телекино. М.: Академия медиаиндустрии, 2016, 127 с.
55. **Шестеркина Л.П., Николаева Т.Д.** Методика телевизионной журналистики. М.: Аспект Пресс, 2012, 224 с.
56. Энциклопедия Постмодернизм, Минск: Интер Прес Сервис, 2001, 1038 с.
57. **Lasswell H.D. Lances Smith B.** Propaganda, Communication and Public Opinion, New Jersey.: Princeton University press, 1946, 435p.
58. **Perebinossoff P., Gross. B, Gross L.,** Programming for TV, Radio & The Internet: Strategy, Development & Evaluation - New York&London.: Focal Press, 2005, 344 p.
59. **Renov M.** Theorizing Documentary - New York&London.: Routledge, 1993, 272 p.
60. **Wittwen A.** Infotainment: Fernsehnachrichten zwischen Information und Unterhaltung, Bern.: P. Lang, 1995, 236s.
61. The State of Broadband: broadband catalyzing sustainable development, September 2017, https://www.itu.int/dms_pub/itu-s/opb/pol/S-POL-BROADBAND.18-2017-PDF-E.pdf

ԷԼ ԵԿՏՐՈՆԱՅ ԻՆ ԱՂՔՂ ՈԼՐՆԵՐ

1. «Այ Փի Էս Սի» քաղաքական և սոցիոլոգիական խորհրդատվություն և ներքին ինստիտուտ, ՀՀ իշխանություն և ներքին գործունեություն անգնահատականները. տեսանելիություն և ընթացքները մեր և արգելափակում և զարգացման ռազմավարական առաջարկները, 30 հունիսի, 2011թ.
2. «Մեդիա կենտրոն». հայաստանյան հեռուստաընկերություն և ներքին ծրագրային քաղաքականություն և ընթացքները, https://www.youtube.com/watch?v=HvCb9upTRKg&index=42&list=LLNCD_qY30hrhwHtWwv2CLqg&t=737s
3. <http://cmsimpact.org/media-impact/sundance-2015-documentary-or-journalism/>
4. <http://haykdfs.com/hy/about-us>
5. <http://parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=1464>
6. <http://www.fergananews.com/articles/4308>
7. <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=1464&lang=arm>
8. <https://armenpress.am/arm/news/749499/>
9. <https://rg.ru/2009/06/18/kino-site.html>
10. <https://www.armenianchurch.org/index.jsp?sid=1&id=16852&pid=16849>
11. <https://www.novayagazeta.ru/articles/2000/03/27/9399-vitaliy-manskiy-my-snimaem-putina-takim-kakoy-on-est>
12. SimilarWeb, Top Websites Ranking Armenia, <https://www.similarweb.com/top-websites/armenia>
13. theRunet - Инфографика: аудитория YouTube в мире, <https://therunet.com/infographics/2574>
14. YouTube Statistics – 2018, <https://fortunelords.com/youtube-statistics/>
15. **Кенжегулова Н.** Художественно-публицистические жанры журналистики: Электронный курс журналистики «Массовая коммуникация». 2001-2002 гг, http://old.unesco.kz/massmedia/pages/4_3.htm
16. Русский язык теряет статус международного , <http://vesti-ukr.com/kultura/208215-rucskij-jazyk-terjaet-ctatuc-mezhdunarodnoho>
17. Ադմոսֆեր Արմենիա, 2017թ. մարտի ամենավարկանշային ծրագրերի թիվ 25, <http://admosphere.am/?p=6827&lang=HY>

18. Ակցիա ընդդեմ «Դժվար ապրուստի» // Iragir.am, 2012,
<http://www.Iragir.am/index/arm/0/society/view/69087>
19. Գրիգորյան Մ. Կլոնացված Յայաստան. Խելահեղ ժողովրդականությունն վայելող սերիալը շարունակում է երկրի արաբականացումը // Armenianow.com, 2004
<http://archives.armenianow.com/2004/june18/features/clone/armenianversion/index.php>
20. Յայաստանում ամենաբարձր դիտելիությունն ունեցել է «Շանթ» հեռուստաընկերությունը, <http://www.slaq.am/arm/news/1139186>
21. Յայաստանում ամենաբարձր վարկանիշն ունեցող հեռուստասերիալները. 15.08.16-19.08.16,
<http://admosphere.am/?p=6633&lang=HY>
22. Յայաստանում հանցագործությունների շոշափելի աճ է // 7or.am,
<http://www.7or.am/am/news/view/20082/>
23. **Մովսիսյան Ր.** Արդի հայկական վավերագրական կինոյի խնդիրներն ու հեռանկարները // Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոն <https://www.slideshare.net/MediaInitiatives/modern-armenian-documentary-filmmaking-arm>
24. Որոնք են եղել ամենադիտվող հայկական հեռուստալիքներն ու հաղորդումները 2015 թվականին. Յեռուստավարկանիշ, <http://www.tert.am/am/news/2016/03/11/prog/1959256>
25. Որոնք են եղել ամենադիտվող հայկական հեռուստալիքներն ու հաղորդումները մայիսին. հեռուստավարկանիշ, <http://www.tert.am/am/news/2016/06/09/tv-programs/2045004>
26. Սեպտեմբեր ամսվա ամենադիտված հայկական հեռուստալիքներն ու հաղորդումները. Յեռուստավարկանիշ, <http://www.tert.am/am/news/2016/10/14/ratings/2163117>