

Երևանի պետական համալսարան
Ժուռնալիստիկայի ֆակուլտետ

Մուշեղ Հովսեփյան

ՌԱԴԻՈԺՈՒՌՆԱԼԻՍՏԻԿԱՅԻ ՀԻՄՈՒՆՔՆԵՐ.

ՊԱՏՄՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ՏԵՍՈՒԹՅՈՒՆ

(դասախոսություններ)

ԵՐԵՎԱՆ
ԵՊՀ ՀՐԱՏԱՐԱԿՉՈՒԹՅՈՒՆ
2014

ՀՏԴ 070:654.19(042.4)

ՊՄԴ 76.31 ց7

Ռ 141

*Հրատարակության է երաշխավորել
ԵՊՀ Ժուռնալիստիկայի ֆակուլտետի
գիտական խորհուրդը*

Խմբագիր՝ Բ. Գ. Ք., դոցենտ Նադաշ Մարտիրոսյան

Ռ 141 Ռադիոժուռնալիստիկայի հիմունքներ. պատմություն և տեսություն (դասախոսություններ)/ Կազմեց՝ Բ. Գ. Ք., պրոֆեսոր Մուշեղ Հովսեփյանը.-Եր.: ԵՊՀ հրատ., 2014.- 104 էջ:

Դասախոսություններում ներկայացվում են ռադիոյի սկզբնավորումը, զարգացման ընթացքը, ինչպես նաև ՀՀ ռադիոլուրտի ժամանակակից փուլը, գործող մոդելները, ձևաչափերը, ոլորտը կարգավորող օրենսդրական դաշտը:

ՀՏԴ 070:654.19(042.4)

ՊՄԴ 76.31 ց7

ISBN 978-5-8084-1838-7

© ԵՊՀ հրատ., 2014

© Հովսեփյան Մ., 2014

Բովանդակություն

Ներածություն	5
Ռադիոյի ձևավորման նախադրյալներն ու զարգացման ընթացքը.....	8
Ռադիոյի արտահայտչամիջոցները.....	18
Ռադիոյի գործառույթները.....	24
Ռադիոժուռնալիստիկայի ժանրեր	27
Ռադիոն Հայաստանում. ձևավորումն ու զարգացումը.....	38
Հայաստանի հանրային ռադիոն արդի փուլում.....	43
Սփյուռքի և արտերկրի համար տրվող հաղորդումները	
ՀՀ հանրային ռադիոյում	44
ՀՀ մասնավոր FM ռադիոկայանների ձևաչափերը (ֆորմատներ).....	48
Ռադիոշարք, ռադիոալիք, ռադիոհանդես, ռադիոթողարկում	52
Ռադիոն համացանցում	56
Անալոգային հեռարձակումից թվանշայինի անցման անհրաժեշտությունն ու շրջափուլերը Հայաստանի Հանրապետությունում	60
Հայաստանյան ռադիոշուկայի օրենսդրական կարգավորման առանձնահատկությունները	73
Հեռուստառադիոլորտի լիցենզավորումը	
Հայաստանի Հանրապետությունում	85
Գրականության ցանկ	99

ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

Ռադիոն այժմ այնպիսի հզոր տեխնիկական հնարավորություններ ունի, որ «Նիագարայի ջրվեժի մոտակայքում քայլող ճանճի ոտնաձայները կարող են լսելի դառնալ անգամ Ասիայի հեռավոր երկրներում»:¹ Պատկերավոր այս արտահայտությունը մեկ անգամ ևս հաստատում է ժամանակակից փուլում ռադիոյի տեխնիկական և ստեղծագործական հնարավորությունների մասին, որոնք թույլ են տալիս նրան լսարան նվաճել՝ օգտագործելով միայն իրեն յուրահատուկ առանձնահատկություններ: Ռադիոյի օպերատիվությունը և ամենահասությունը թույլ են տալիս ռադիոունկնդրին հաշված վայրկյանների ընթացքում տեղյակ լինելու հանրապետությունում, տարածաշրջանում և աշխարհում տեղի ունեցող առավել հետաքրքիր իրադարձություններին, դեպքերին և փաստերին:

Այժմ աշխարհի զարգացած երկրներում մասնադիոյի հզորությամբ են որոշում տվյալ երկրի հասարակական-քաղաքական, տնտեսական և սոցիալ-մշակութային զարգացման մակարդակը:²

Անցնող հարյուրամյակում աշխարհն ականատես եղավ հեռահաղորդակցման միջոցների աննախադեպ զարգացմանը: Ռադիոյի հայտնագործումը և նրա վերածվելը «անթել հեռագրով» կապի նոր միջոցի՝ հետագա տասնամյակներում լայն կիրառություն գտավ ողջ աշխարհում: Ձևավորման և զարգացման փուլեր անցած զանգվածային լրատվամիջոցը սկզբնական շրջանում մամուլի, իսկ այնուհետև հեռուստատեսության հետ դարձավ հանրային կարծիքի ձևավորման և տարածման կարևորագույն զանգվածային լրատվամիջոցներից մեկը:³

Անցյալ դարի 80-ական թթ. կեսերին «համաաշխարհային սարդոստայնի»՝ համակարգչային ցանցի ստեղծումը, տեղեկատվական տեխ-

¹ Տե՛ս՝ Карнеги Д. Как формировать общественное мнение и как повлиять на людей, Москва, 1995, с. 38.

² Տե՛ս՝ Дугин Е. В зеркале мировой статистики – современные тенденции развития радиовещания / В диапазоне современности /, Москва, 1999, с.189.

³ Տե՛ս՝ Вартанова Е.Л., Медиаэкономика зарубежных стран, М., Аспект Пресс, 2003, стр. 254.

նուլոգիաների բուռն զարգացումը լայն հեռանկարներ բացեցին լրատվության հավաքման և տարածման համար: 1990-ականներին միլիոնավոր մարդիկ հնարավորություն ունեցան ձեռք բերելու լրատվության ստացման և հաղորդման անսահմանափակ ռեսուրսներ: Կարճ ժամանակահատվածում ստեղծվեցին հազարավոր համացանցային «թերթեր» և «ամսագրեր», ինչպես նաև նախադրյալներ առցանց (օնլայն) ռադիոյի հիմնադրման համար:

Անկախ պետականության հռչակումից հետո Հայաստանի Հանրապետությունում ևս հիմնվեցին մինչ այդ նորություն հանդիսացող մի շարք մասնավոր, կոմերցիոն ռադիոկայաններ, Հայաստանում գործող մասնավոր ռադիոկայաններն իրենց լսարանն ընդլայնելու նպատակով սկսեցին օգտվել նաև առցանց ժուռնալիստիկայի հնարավորություններից:

ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի կողմից վերջերս կատարված ուսումնասիրությունները վկայում են, որ տվյալ երկրի սոցիալ-տնտեսական զարգացումը պայմանավորված է, առաջին հերթին, զանգվածային լրատվամիջոցների խիտ ցանցով: Այդ փոխկապակցության կարևորագույն գործոններից են բնակչության աճը, արտադրողական ուժերի կենտրոնացումը, կրթական մակարդակի բարձրացումը, ազատ ժամանակի տեսակարար կշռի ավելացումը, հետաքրքրության աճը մշակույթի, արվեստի, սպորտի և լրատվության նկատմամբ: Այդպիսի գործոնների թվում կարելի է ընդգրկել նաև տվյալ պետության ազգային-էթնիկ կազմի առանձնահատկությունները (լեզուն, գրականությունը, պատմությունը), նրա գեղագիտական և լրատվական պահանջմունքը ռադիոյի ամենօրյա ծրագրերը և հաղորդումները կազմելու համար:

Վերջին երկու տասնամյակներում Հայաստանի Հանրապետությունում ձևավորված ռադիոշուկան որակական և արմատական փոփոխությունների ենթարկեց մինչ այդ մոնոպոլ, պետական ռադիոդաշտը՝ թելադրելով օրինաչափություններ և զարգացման նոր միտումներ: Պլանային տնտեսությունից անցումը շուկայական հարաբերությունների՝ մեծապես փոխեց լրատվամիջոցների նկատմամբ նախկին պատկերացումները, հիմնվեցին մասնավոր ռադիո և հեռուստաընկերություններ:

Նախկին պետական ռադիոն կառուցվածքային և որակական փոփոխություններով թևակոխեց նոր փուլ՝ նախընտրելով աշխարհում լայն տարածում գտած հանրային մոդելը, իսկ անհատ ձեռներեցների և ընկերությունների կողմից հիմնադրվածները նախընտրեցին այլ ձևաչափեր: Այդ մոդելների ընտրությունը պատահական չէր. էլեկտրոնային զանգվածային լրատվամիջոցների շուկայի զարգացման ժամանակակից միտումները այժմ առաջարկում են այնպիսի մոտեցումներ, որոնք բխում են նաև տվյալ երկրի զարգացման առանձնահատկություններից:⁴

⁴ Стів Шейн В.Н., Современная радиожурналистика. теория и практика, Минск, 2010, стр. 129.

Ռադիոյի ձևավորման նախադրյալներն ու զարգացման ընթացքը

XIX դարի վերջին ֆիզիկայի և մեխանիկայի բնագավառում կատարված մի շարք հայտնագործությունները լուրջ նախադրյալներ ստեղծեցին հեռահաղորդակցության բնագավառում կապի նոր միջոցի ստեղծման համար, կապի այնպիսի միջոց, որի շնորհիվ հնարավոր կլիներ հեռավորության վրա հաղորդելու և ստանալու տեղեկատվություն: Էլեկտրամագնիսական ալիքների միջոցով լրատվության հաղորդումը հեռավորության վրա հիմք դրեց նոր կապի միջոցի՝ ռադիոյի ստեղծմանը: Այն XIX դարի վերջին Ռուսաստանում և Անգլիայում, իրարից անկախ հայտնագործեցին ռուս գիտնական Ալեքսանդր Պոպովը և ծագումով իտալացի գիտնական և գործարար Գուլյերմո Մարկոնին:

Սկզբնական շրջանում «անթել հեռագրակապը»՝ ռադիոն, դեռևս չուներ իր գլխավոր հատկանիշներից մեկը՝ զանգվածային լսարանը և, բնական է, չէր կարող ունենալ այն գործառույթները, որոնք հատուկ էին զանգվածային լրատվամիջոցին: Սկզբնական շրջանում դա բացատրվում էր ոչ միայն փոքրաթիվ ռադիոընդունիչների առկայությամբ, այլև լրատվության հաղորդման տեխնիկական հնարավորությունների պակասով, որը թույլ չէր տալիս լրատվությունը հաղորդել բաց տեքստով: Լրատվության հաղորդումը սկզբնական շրջանում կողավորված էր և հասանելի չէր լայն հանրությանը: Լրատվության հաղորդումը ինչպես հեռագրակապի, այնպես էլ ռադիոյի դեպքում իրականացվում էր Մորզեի «այբուբենի» միջոցով:⁵ Զանգվածային լրատվամիջոցին հատուկ նախադրյալներ ռադիոյի համար ստեղծվեցին առաջին համաշխարհային պատերազմի նախօրեին և դրան հաջորդած տարիներին:

Իսկ ռադիոյի նախատիպի առաջին ներկայացումը տեղի ունեցավ 1895թ. ապրիլի 25 (մայիսի 7)-ին Սանկտ Պետերբուրգի ֆիզիկոտեխնո-

⁵ «Այբուբենը» հայտնագործել է ամերիկացի գիտնական Սամուել Մորզեն 1844թ.: Մորզեն ստեղծել էր մեխանիկական մի սարք, որը կետ-գծի միջոցով հեռավորության վրա հաղորդում էր տեղեկատվություն: Այս հայտնագործության շնորհիվ ստեղծվեց հեռագրակապը, որն արագ զարգացում ապրեց ողջ աշխարհում: Հետագայում Մորզեի այս հայտնագործությունը օգտագործեց նաև ռադիոն, որը երկար տարիներ հանդիսանում էր նրա բաղկացուցիչ տեխնիկական մասերից մեկը:

լոգիական ինստիտուտի գիտխորհրդի առջև, երբ ռուս գիտնական Ալեքսանդր Պոպովը գիտական զեկուցում կարդաց նոր կապի վերաբերյալ՝ ցուցադրելով իր հայտնագործությունը, որն անվանել էր «Ամպրոպաչափ»:⁶ Ելույթի վերջում գիտնականը հույս էր հայտնել, որ կապի նոր միջոցը ապագայում կարող է օգտագործվել հեռավորության վրա տեղեկատվություն հաղորդելու համար:⁷

Արդեն 1896թ. մարտին Ա.Պոպովը գործնականում ցուցադրեց իր հայտնագործության հնարավորությունները՝ հաղորդելով աշխարհում առաջին ռադիոհեռագիրը, որը բաղկացած էր ընդամենը երկու բառից՝ «Հենրիխ Հերց»։ Անվանի ֆիզիկոսի անունը, որի աշխատանքների մեծ մասը նպաստել էր Ա.Պոպովի հայտնագործությանը, հաղորդվեց Մորզեի «այբուբենի» միջոցով՝ 250 մետր հեռավորության վրա։ Իսկ Ա.Պոպովի հայտնագործած ռադիոկապի առաջին լայն կիրառությունը տեղի ունեցավ 1900թ., երբ փրկվեց «Ադմիրալ Ապրաքսին» զրահանավը։ Զրահանավը Բալթիկ ծովում գտնվող Գոտլանդ կղզու մոտակայքում վթարի ենթարկվեց և զարնվեց խութերին։ Զրահանավը ռուսական նավատորմի եզակի նավերից էր, որն ապահովված էր ռադիոկապով։ Վերջինիս առկայությունը վճռորոշ դեր խաղաց զրահանավի անձնակազմի փրկության գործում։

1896թ. ծագումով իտալացի գիտնական և գործարար Գուլյերմո Մարկոնին անգլիական կառավարության կողմից պատենտավորեց իր հայտնագործությունը և իրավունք ստացավ հիմնելու ռադիոսաքսավո-

⁶ Ալեքսանդր Պոպովն ուսանողական տարիներին ուշագրավ գրառում էր կատարել իր օրագրում, մասնավորապես նշելով, որ հին հունական առասպելաբանությունը հիանալի դերաբաշխում է կատարել, համաձայն որի ջրի, քամու և կրակի աստվածները երկրորդական դերակատարում ունեն, իսկ կայծակի և ամպրոպի Աստված Զևսը տիրակալ է համարվել։ Մարդկանց հաջողվել է սանձահարել և օգտագործել կրակը, ջուրը, քամին, իսկ հիմա եկել է կայծակի և ամպրոպի սանձահարելու ժամանակը՝ եզրակացրել է Ա.Պոպովը։

⁷ Գյուտի 50-ամյակի կապակցությամբ, նախկին ԽՍՀՄ-ում, իսկ այժմ Ռուսաստանի Դաշնությունում մայիսի 7-ը նշվում է որպես Ռադիոյի օր։ Ռադիոն ունի նաև միջազգային օր, որը հռչակել է ՄԱԿ-ը։ Այն նշվում է 2011թվականից։ ՄԱԿ-ը Ռադիոյի միջազգային օր է հռչակել փետրվարի 13-ը։ Օրը պատահական չէ. 1946թ. փետրվարի 13-ին առաջին անգամ եթերում հեռարձակվեց «ՄԱԿ-ի ռադիոյի» հաղորդումները, որի կայանը տեղակայված էր ՄԱԿ-ի շտաբ-բնակարանում։ ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ն որպես տոնի հիմնադիր կոչ է անում բոլոր երկրներին ակտիվորեն մասնակցել Ռադիոյի միջազգային օրվան և համագործակցել միմյանց հետ։

րումներ արտադրող գործարան: Իսկ Ա.Պոպովի գյուտը, Ռուսաստանի ռազմածովային գերատեսչության պնդմամբ, գաղտնագրվեց և երկար տարիներ օգտագործվեց բացառապես ռազմական նպատակներով:

Ուսումնասիրելով պատմական իրադարձությունները և արխիվային փաստաթղթերը՝ կարելի է գալ հետևյալ եզրահանգման. երկու գիտնականներն էլ իրարից անկախ, ինքնուրույն, միևնույն ժամանակահատվածում, տարբեր երկրներում՝ Ռուսաստանում և Անգլիայում, կարողացել են հայտնագործել տեխնիկական նոր կապի միջոց, որը հետագայում կոչվեց «Ռադիո»:⁸

Եթե Պոպովի գյուտը Ռուսաստանում երկար տարիներ օգտագործվեց հիմնականում ռազմական նպատակներով, ապա Մարկոնիի հայտագործությունը, հատկապես ռադիոհեռագրի ասպարեզում, մեծապես հետաքրքրեց գործարար շրջաններին, որոնց շնորհիվ էլ, նյութական միջոցների ներգրավումով հնարավոր եղավ զարգացնել կապի նոր միջոցը:

Արդեն 1901թ. Մարկոնիին հաջողվեց Ատլանտյան օվկիանոսի վրայով իրագործել ռադիոկապի հնարավորությունները՝ կապ հաստատելով ԱՄՆ-ի և Եվրոպական մայրցամաքի միջև: Կարճ ժամանակամիջոցում Անգլիայում հիմնադրվեցին ռադիոսարքավորումներ արտադրող մի շարք գործարաններ, որոնց միջոցով կազմակերպվեց զանգվածային արտադրություն: Ռադիոտեխնիկայի բնագավառում ունեցած մեծ վաստակի համար Գ.Մարկոնին 1909թ. արժանացավ Նոբելյան մրցանակի:⁹

Ռադիոյի հիմնադրման և հեռարձակման պատմության մեջ իրենց ուրույն տեղն ունեն մաս ամերիկացի գիտնականներ Ալեքսանդր Բելլը և Գի ղը Ֆորեստը, որոնց հայտնագործությունները հնարավորություն տվեցին ամբողջացնելու ռադիոյի տեխնիկական հնարավորությունները և հիմնելու երկրորդ զանգվածային լրատվամիջոցը:¹⁰

⁸ «Ռադիո» տերմինը տեխնիկական կապի նոր միջոցին տրվեց տարիներ անց, որը լատիներեն նշանակում է «ճառագայթներ արձակող»:

⁹ Ռադիոյի զարգացման մեջ մեծ ներդրում ունեցած Գուլյերմո Մարկոնին ռադիոյով փոխանցվող ձայնն անվանել է «Աստծո ձայն»:

¹⁰ Стен "Основы радиожурналистики", под. ред. А.А. Шереля, классический университетский учебник, Москва, 2005, стр. 17.

1876թ. ամերիկացի գիտնական, պրոֆեսոր Ալեքսանդր Բելլի կողմից կատարված հեռախոսի գյուտը հնարավորություն ընձեռեց հեռագրալարերի միջոցով հաղորդել մարդկային ձայնը: Հեռախոսի գյուտը հնարավորություն տվեց ԱՄՆ-ում և Եվրոպական զարգացած երկրներում կայուն կապ հաստատել տարբեր գերատեսչությունների և բաժանորդների միջև: Արդեն 1880 թվականին Նյու-Յորքում հիմնվեցին առաջին աբոնենտային հեռախոսակայանները, որոնք սպասարկման ցանց էին ստեղծել գերատեսչությունների և գործարար մարդկանց միջև: Հեռախոսային կապի միջոցը մեխանիկական էր և սպասարկվում էր հեռախոսավարուհիների միջոցով: Հետագա տարիներին աբոնենտական ցանցը տարածվեց ողջ աշխարհում, ամբողջապես էլեկտրաֆիկացվեց և դարձավ հաղորդակցման ամենակարևոր տեխնիկական միջոցներից մեկը:

Մինչև այժմ էլ ռադիոլսարանի որոշ մասը ռադիոհաղորդումները լսում է լարային ցանցի միջոցով, որը լայն տարածում գտավ XX դարի 30-90-ական թվականներին:

Ռադիոհեռարձակման պատմության մեջ կարևոր իրադարձություն էր 1906թ. ամերիկացի Գի Դը Ֆորեստի կողմից հայտնագործած աուդիոն-էլեկտրավակուումային լամպը, որի շնորհիվ ռադիոսարքավորումների միջոցով հնարավոր եղավ ընդունել և հաղորդել տեղեկություններ, երաժշտություն, աղմուկ: 1908թ. Ֆորեստը Փարիզի Էյֆելյան աշտարակից 500 միլ¹¹ շառավղով կազմակերպեց աշխարհում առաջին երաժշտական հաղորդումը: Հետագայում կատարելագործելով էլեկտրավակուումային լամպի կիրառումը մեծապես նպաստեց ռադիոյի տեխնիկական և ստեղծագործական հնարավորությունների արդյունավետ օգտագործմանը, ռադիոյի նկատմամբ հասարակական լայն շերտերի հետաքրքրության մեծացմանը: Ռադիոյի կիրառման տեխնիկական և ստեղծագործական հնարավորությունները զանգվածային դարձրնելու համար բազմաթիվ երկրներում հիմնվեցին ռադիոսիրողների ակումբներ: Այդ գործընթացներից անմասն չմնաց նաև Հայաստանը:

¹¹ Մեկ միլը հավասար է 7կմ 467մ.:

Արդեն 1920-30-ական թվականներին ռադիոհեռարձակում իրականացվում էր աշխարհի 70 երկրներում, իսկ համաշխարհային ռադիոլսարանը կազմում էր 140 միլիոն մարդ: Այսպիսով, ընդամենը մեկ տասնամյակում ռադիոն դարձավ դիմամիկ զարգացող նոր զանգվածային լրատվամիջոց:

Ձևավորվելով որպես նոր զանգվածային լրատվամիջոց՝ ռադիոն 1930-ական թվականներին սրընթաց զարգացում ապրեց և հեռարձակման շառավղով ընդգրկեց ողջ աշխարհը:

Նախապատերազմյան շրջանում ձևավորվեցին ռադիոյի կազմակերպչական, տեխնիկական և ֆինանսական հիմնական սկզբունքները, որոնց հիման վրա ստեղծվեցին ռադիոյի երեք հիմնական մոդելներ.

ա) մասնավոր (կոմերցիոն),

բ) պետական,

գ) հանրային:

Մասնավոր (կոմերցիոն) ռադիոմոդելն իր «դասական» տեսքով ձևավորվեց ԱՄՆ-ում՝ 1920-30-ական թվականներին: Այդ տարիներին ԱՄՆ-ում հիմնվեցին մեծ թվով ռադիոկայաններ՝ սկսած տեղականից մինչև համապետական, ընդարձակվեց ռադիոունկնդիրների լսարանը: ԱՄՆ-ում ռադիոընդունիչ ուներ յուրաքանչյուր վեց ընտանիքից մեկը, իսկ 1950թ. ամերիկացիների 95 տոկոսն ուներ ռադիոընդունիչ:

Հայաստանի Հանրապետությունում մասնավոր ռադիոկայաններ և հեռուստաընկերություններ կարող են հիմնել միայն իրավաբանական անձինք, այն է՝ սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերությունները:¹²

Պետական մոդելի ռադիոկայանները հիմնադրվեցին 1920-30-ական թվականներին: Այդ ռադիոկայանները զարգացան պետական ֆինանսավորմամբ և պետական վերահսկողության ներքո, որը տարածվում էր նաև ռադիոյի գլխավոր խմբագրությունների ծրագրային քաղաքականության վրա: Պետական ռադիոկայաններ հիմնադրվեցին համարյա բոլոր երկրներում՝ ԽՍՀՄ-ում, Ֆրանսիայում, Գերմանիայում, ճապոնիայում և այլ երկրներում: ԽՍՀՄ-ի կազմում գտնվող Հայաս-

¹² Տե՛ս՝ «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենք, Երևան, 2011, էջ 4:

տանը 1920-ական թվականների կեսերին նույնպես հիմնադրեց պետական մոդելի ռադիոկայան: Անկախության հռչակումից հետո Հայաստանը հրաժարվեց պետական մոդելից և անցում կատարեց (2001-ի հունվար) հանրային մոդելի:

Հանրային մոդելի ռադիոկայաններ: Հանրային մոդելի առաջին խոշորագույն ռադիոկայանը հիմնադրվեց 1920-ական թվականների վերջին Մեծ Բրիտանիայում՝ BBC անվանումով, որը մեծապես կանխորոշեց հանրային մոդելի հետագա տարածումը ողջ աշխարհում: Հանրային մոդելի ռադիոկայանների ֆինանսավորումը կատարվում է բաժանորդների և հարկատուների վճարումներից, գովազդից, ինչպես նաև օրենքով չարգելված մի շարք աղբյուրներից:

Համաձայն ՅՈՒՆԵՍԿՕ այսօր աշխարհում գոյություն ունի մոտ 70.000 հանրային, մասնավոր և պետական մոդելի ռադիո- և հեռուստաընկերություն, որոնցից միջազգային եթերում աշխատում են մոտ երկու հազար հանրային, պետական և մասնավոր ռադիոընկերություններ: Այդ երկրների հեռարձակման շառավիղը բավական ընդարձակ է, սկսած հանրային «ԲԻ-ԲԻ-ՍԻ» ռադիոհեռուստաընկերությունից, որն ունի աշխարհի ամենամեծ ռադիոլսարանը՝ 120 միլիոն միաժամանակյա ռադիոունկնդիր (2010թ. տվյալներով), պատրաստելով շաբաթական 1400 ժամ ռադիոհաղորդում, մինչև ՀՀ հանրային ռադիոն, որը եթեր է հեռարձակում օրական 52 ժամ ռադիոհաղորդում 15 լեզուներով:¹³

Միջազգային ռադիոհեռարձակման զարգացման օրինաչափությունները պայմանականորեն կարելի է բաժանել երեք հիմնական փուլերի.

Առաջին փուլն ընդգրկում է 1920-40-ական թվականները, երբ ձևավորվեցին մի քանի հազար ռադիոկայաններ՝ իրողություն դարձնելով երկրորդ զանգվածային լրատվամիջոցի մուտքը ՁԼՄ համակարգ:

Երկրորդ փուլն ընդգրկում է հետպատերազմյան շրջանը մինչև 1990-ականների սկիզբը, երբ փլուզվեց այսպես կոչված «սոցիալիս-

¹³ Տես՝ Հովսեփյան Մ., Ռադիոշուկայի օրինաչափությունները և զարգացման միտումները Հայաստանի Հանրապետությունում, Երևան, 2002, էջ 194:

տական ճամբարը» և, որը պատմության մեջ մտավ «Սառը պատերազմի ժամանակաշրջան» անվանումով:

Երրորդ փուլն ընդգրկում է ժամանակակից փուլը, երբ աշխարհի տեղեկատվական դաշտում տեղի ունեցան արմատական, անշրջելի փոփոխություններ և հիմք դրվեց տեղեկատվական դաշտերի մերձեցման քաղաքականությանը:

Առաջին փուլ

Ռադիոն բավական արագ է զարգացել: Եթե 1920թ. Եվրոպայում հաշվվում էր մի քանի հազար չկատարելագործված ռադիոընդունիչ, ապա 1930-ական թվականների սկզբներին դրանց թիվը հասավ 36 միլիոնի: Այդ թվականներին կանոնավոր ռադիոհեռարձակում կար արդեն աշխարհի 70 երկրներում, իսկ լսարանի թիվն անցնում էր 140 միլիոնից:

Նախապատերազմյան, ինչպես նաև երկրորդ համաշխարհային պատերազմի տարիներին միջազգային ռադիոհաղորդումներում գերակշիռ տեղ էր զբաղեցնում հականարտող երկրների քարոզչությունը: Այսպես, ֆաշիստական Գերմանիան հաղորդումներ էր պատրաստում հակադիր բլոկի մի շարք երկրների համար, մասնավորապես ԽՍՀՄ-ի, Անգլիայի, Ֆրանսիայի, ԱՄՆ-ի, իսկ ԱՄՆ-ը, Անգլիան և ԽՍՀՄ-ը Գերմանիայի և ճապոնիայի դեմ:

Երկրորդ փուլ

Միջազգային ռադիոհեռարձակման պատմության հաջորդ փուլն ընդգրկում է «Սառը պատերազմի» ժամանակաշրջանը, երբ գաղափարական անգիջում պայքար էր ընթանում «սոցիալիստական ճամբարի» և «կապիտալիստական աշխարհի» միջև:

Արևմտյան ռադիոկայաններն ակտիվորեն քարոզում էին դեմոկրատական արժեքներ, արևմտյան ապրելակերպին և կենցաղին բնորոշ հատկանիշներ, գիտության և տեխնիկայի մասին նորություններ, ինչ-

պես նաև օբյեկտիվ տեղեկատվություն սոցիալիստական երկրներում տեղի ունեցող դեպքերի և իրադարձությունների մասին: «Բի-Բի-Սի», «Ամերիկայի ծայն», «Ազատություն», «Գերմանական ալիք» ռադիոընկերությունների հաղորդումները սոցիալիստական երկրների բազմաթիվ ռադիոունկնդիրների համար դարձել էին լրատվության այլընտրանքային տեղեկատվական աղբյուր, որն օգնում էր լսարանին ճիշտ պատկերացում ունենալու աշխարհում և իրենց երկրում տեղի ունեցող գործընթացների և իրադարձությունների մասին: Չկարողանալով արժանի հակահարված տալ արտասահմանյան ռադիոկայաններին՝ ԽՍՀՄ-ը և սոցիալիստական երկրները խլացնում էին այդ ալիքների հեռարձակումն իրենց տարածքներում:

1970-ական թվականների վերջին «Ամերիկայի ծայն» ռադիոկայանը հաղորդումներ էր պատրաստում ավելի քան 40 լեզուներով՝ շաբաթական 900 ժամ ընդհանուր ծավալով: «Ազատություն» ռադիոկայանը՝ շաբաթական եթեր էր հեռարձակում մոտ 300 ժամ ռադիոհաղորդում: Այդ թվականներին ԱՄՆ-ի ռադիոկայանների հաղորդումների 60 տոկոսն ուղղված էր ԽՍՀՄ-ի և սոցիալիստական երկրների դեմ: Խորհրդային երկրի ռադիոունկնդիրը փորձում էր տեղեկատվական «քաղցը» մեղմել՝ լսելով «Ամերիկայի ծայն» և «Ազատություն» ռադիոկայանների պարբերաբար խլացվող եթերը: «Ամերիկայի ծայն» և «Ազատություն» ռադիոկայաններն ամենօրյա, մշտական հաղորդումներ էին պատրաստում նաև հայալեզու լսարանի համար: 1970-80-ական թվականներին «Ամերիկայի ծայն» ռադիոկայանի համաշխարհային ծառայության միաժամանակյա լսարանը ողջ աշխարհում կազմում էր օրական 17-26 միլիոն ռադիոունկնդիր: Ռադիոկայանը ֆինանսավորվում էր պետության կողմից, թղթակցական կետեր ուներ աշխարհի 80 երկրներում, որի կենտրոնակայանը տեղակայված է երկրի մայրաքաղաք Վաշինգտոնում:

Իսկ «Բի-Բի-Սի» (BBC) ռադիոընկերությունը 1980-ական թվականներին ուներ 11 ստորաբաժանում, որոնց թվում էին՝ «Լուրերի համաշխարհային ծառայությունը», «Եվրոպական երկրների համար հաղորդումներ պատրաստող ծառայությունը», «Անգլերեն լեզվով հաղոր-

դումների ծառայությունը», «Արաբական երկրների համար հաղորդումներ պատրաստող ծառայությունը» և այլն:

Իսկ Գերմանիայի Ֆեդերատիվ Հանրապետությունում արտասահմանյան երկրների համար պատրաստվող նորօրյա ռադիոհաղորդումների սկիզբը դրվեց 1953թ. մայիսին: Արտասահմանյան լսարանի համար հաղորդումներ պատրաստող «Գերմանական ալիք» ռադիոկայանը 1960թ., համաձայն պաշտոնական որոշման, ձեռք բերեց ինքնուրույն, անկախ կառույցի կարգավիճակ և այլևս չէր վերահսկվում կառավարության կողմից:

«Գերմանական ալիքի» կենտրոնակայանը երկար ժամանակ գտնվում էր Քյոլնում: Ֆեդերատիվ և Դեմոկրատական Գերմանիաների միավորումից հետո այն տեղափոխվեց երկրի նոր մայրաքաղաք Բեռլին:

Երրորդ փուլ

Միջազգային ռադիոհեռարձակման ժամանակակից փուլի մեկնակետ համարվում է 1991թ., երբ փլուզվեց ԽՍՀՄ-ն ու փոխվեցին սոցիալիստական երկրների պետական, քաղաքական և գաղափարախոսական կառույցները: Նոր ստեղծված պայմաններում մի շարք խոշորագույն ռադիոկայաններ, որոնք ֆինանսավորվում էին իրենց երկրների կառավարությունների կողմից, էապես կրճատեցին բյուջետային հատկացումներն ու ծախսերը: Օրինակ, «Ամերիկայի ձայն» ռադիոընկերությունը էապես կրճատեց մի շարք հիմնական խորագրեր ունեցող հաղորդումներ, որոնք ուղղված էին Արևելյան Եվրոպայի երկրների լսարանների համար, նույնը կատարեցին «Գերմանական ալիք» և «Բի-Բի-Սի» ռադիոկայանները:

Ներկա փուլում «Ամերիկայի ձայն» ռադիոընկերությունը 52 լեզուներով օրական 120 ժամ ռադիոհաղորդում է պատրաստում աշխարհի բոլոր տարածաշրջանների համար:

Տարածաշրջանային «Ազատություն» (ամբողջական անվանումը՝ «Ազատ Եվրոպա/Ազատություն») ռադիոկայանը, որի կենտրոնակայա-

նը գտնվում է Պրահայում, հեռարձակվում է աշխարհի 21 երկրներում՝ 28 լեզուներով: Ռադիոկայանի հայկական ծառայությունը պատրաստում է նաև սեփական հեռուստահաղորդումներ, իսկ նրա մուլտիմեդիա հնարավորություններ ունեցող կայքը լավագույներից մեկն է մեզանում:

«Բի-Բի-Սի» հեռուստառադիոընկերությունն այժմ էլ համարվում է ամենամեծ ռադիոլսարան ունեցող ընկերությունն աշխարհում, որը լրագրողական հարցումների արդյունքում ճանաչվեց XX դարի աշխարհի լավագույն զանգվածային լրատվամիջոց: Նրա հաղորդումները լսում են 100 երկրների ավելի քան 140 միլիոն ռադիոուկնդիրներ, իսկ ռադիոհաղորդումների օրական եթերային ծավալը կազմում է 140 ժամ:

Ներկա փուլում «Գերմանական ալիք» ռադիոընկերությունը (ԳՖՋ) արտասահմանյան լսարանի համար օրական 100 ժամ ռադիոհաղորդումներ է պատրաստում աշխարհի 30 լեզուներով:

«Ռադիո Ֆրանս ինտերնասիոնալ» ռադիոկայանը, որը 1929թ. հաղորդումներ է պատրաստում արտասահմանյան լսարանի համար, ընդգրկված է «Ռադիո Ֆրանս» պետական ռադիոընկերության կազմում: Ռադիոկայանը հաղորդումներ է պատրաստում աշխարհի 20 լեզուներով՝ օրական 60 ժամ ընդհանուր ծավալով: Ռադիոկայանը մեծ ծավալի աշխատանքներ է տանում, հատկապես, ֆրանկոֆոն երկրների ռադիոլսարանների համար:

«Ռադիո ճապոնիա» ռադիոկայանը, որն արտերկրի համար հաղորդումներ է պատրաստում, 1928թ. ընդգրկված է ճապոնական «Էմ-Էյչ-Քեյ» հեռարձակող կորպորացիայի կազմում: Ռադիոկայանը հաղորդումներ է պատրաստում աշխարհի 22 լեզուներով՝ օրական 65 ժամ ընդհանուր ծավալով: Հեռարձակման ծավալներով և ընդգրկվածությամբ ռադիոկայանը համարվում է աշխարհի 10 լավագույն ռադիոկայաններից մեկը:

Աշխարհում XXI դարի սկզբներին այսպիսին է միջազգային ռադիոհեռարձակման ընդհանուր համապատկերը:

Ռադիոյի արտահայտչամիջոցները

Ռադիոհաղորդման հաջողությունը և արդյունավետությունը մեծապես պայմանավորված են արտահայտչամիջոցների տեղին, նպատակային և արդյունավետ կիրառումամբ: Ռադիոլրագրողի պատրաստած նյութի հաջողությունը նաև լսարանին մատուցելու եղանակների, զգացմունքային ֆոնի, ներագդման ուժի շնորհիվ է ապահովվում:

Ռադիոն իր բնույթով պատկերավոր ծայնային հաղորդակցման միջոց է, այսինքն՝ ծայնի միջոցով ռադիոն ազդում է մարդու երևակայության վրա և հաղորդում անհրաժեշտ տեղեկատվություն: Բնականաբար հարց է առաջանում՝ ի՞նչ է իրենից ներկայացնում «ծայնային պատկերը» և ո՞ր դեպքերում է այն կիրառվում: Հաշվի առնելով ռադիո-ժուռնալիստիկայի տասնամյակների ընթացքում կուտակած հարուստ փորձը՝ «ծայնային պատկերին» տրվել է հետևյալ սահմանումը:

«Զայնային պատկերը՝ ծայնային տարրերի ամբողջությունն է (խոսք, երաժշտություն, ձևավորված աղմուկ), որի միջոցով ունկնդրի մոտ ստեղծվում է միջնորդավորված պատկերացում և ընկալում առարկայի, փաստի, դեպքի, իրադարձության, մարդու բնավորության մասին»:¹⁵

«Զայնային» նյութերը, ըստ արևմտյան ռադիոտեսաբանների բաժանվում են երեք տեսակի: Այն ռադիոնյութը («սփոթ»-ը), որը բաղկացած է միայն նյութը պատմող լրագրողի ծայնից, կոչվում է *voicer*, բառացի՝ ծայնային: Ռադիոնյութը ոչ մի իրական «ծայնային» կտոր կամ աղմուկ չի ներառում:

Մեկ կամ ավելի իրական «ծայնային» կտորներ պարունակող ռադիոնյութը կոչվում է *wraparound* կամ համառոտ՝ *wrap*, բառացի՝ շուրջը փաթաթած, պատած: Անունը ծագում է կառուցվածքից, լրագրողի ծայնը երկու կողմից պատում է իրական ծայնային կտորը: Սրա հիմնական կառուցվածքն այսպիսին է՝ մուտք (իրական ծայնային կտոր), ելք (վերջաբան):

¹⁵ Տե՛ս՝ «Основы радиожурналистики», под. ред. А.А. Шереля, классический университетский учебник, Москва, 2005, стр. 140.

Ռադիոնյութի մեկ այլ հիմնական տեսակ էլ կոչվում է ROSR: Այն անգլերենում հնչում է հետևյալ կերպ՝ Radio On-Scene Report (ռադիո-հաղորդում հենց դեպքի վայրից): Ականատես լրագրողի պատրաստած նյութը հետո վերադառնում է խմբագրություն, որտեղ նյութից 30-40 վայրկյան առանձնացվում և հեռարձակվում է այնպես, ինչպես ռադիո-նյութերի նախորդ երկու տեսակները:¹⁶

Ռադիոժուռնալիստիկայի արտահայտչամիջոցները բաժանվում են երկու հիմնական խմբի:

Առաջին՝ կայուն, քանակական փոփոխման չենթակվող խմբին են պատկանում «ձայնային պատկեր» ստեղծող չորս հիմնական տարրերը՝ խոսքը, երաժշտությունը, ձևավորված աղմուկը (իրական, կամ ստուդիական) և փաստավավերագրական ձայնագրությունը, որը կատարվում է ստուդիայից դուրս: Պետք է նշել, որ փաստավավերագրական ձայնագրությունները ևս իրենց հերթին ներառում են բանավոր խոսք, երաժշտություն և իրական ձայներ (ձևավորված աղմուկ):

Չորս հիմնական տարրերից բաղկացած համակարգը, որը մտնում է առաջին խմբի մեջ՝ անվանում են բնական կամ ձևակազմական արտահայտչամիջոցներ: Դրանք ամփոփ են, կայուն և ենթակա չեն ռադիոլրագրողի սուբյեկտիվ, անհատական ազդեցությանը:

Իսկ երկրորդ խմբի տարրերը, ընդհակառակը, բավականին գործուն են, փոփոխման ենթակա, ամբողջապես կախված ռադիոնյութ պատրաստող լրագրողի կամքից և սուբյեկտիվ ստեղծագործական պահանջներից: Այդ պատճառով այս խմբի մեջ մտնող արտահայտչամիջոցներին անվանում են տեխնիկական կամ ոճակազմական արտահայտչամիջոցներ: Դրանց թվին են պատկանում ձայնային մոնտաժը, ձայնային գրիմը, ձայնային սցենարը, ձայնակազմական տեխնիկական մի շարք հնարքներ:

Ռադիոտեխնիկայի զարգացմանը զուգահեռ ավելանում են նաև ոճակազմական բնույթի արտահայտչամիջոցները, որոնք ըստ անհրաժեշտության և թեմատիկային համահունչ կարող են լայն կիրառություն

¹⁶ Տես՝ Քոհլեր Դ., Ռադիոհեռուստատեսային լուրերի պատրաստման և մատուցման ձեռարկ, թարգմ. անգլերենից, Երևան, 2001, էջ 118:

գտնել, կամ ընդհակառակը՝ դառնալ նվազ օգտագործելի և դուրս մղվել ռադիոհաղորդումների ցանկից:

Այժմ դիտարկենք վերը նշված երկու հիմնական խմբերի արտահայտչամիջոցների յուրահատկություններն ու գործածության առանձնահատկությունները:

Ձևակազմական արտահայտչամիջոցներ.

ա) բանավոր խոսք,

բ) երաժշտություն,

գ) ձևավորված աղմուկ,

դ) փաստավավերագրական ծայն:

Բանավոր խոսքի կիրառման ժամանակ ժուռնալիստի առջև ծառանում են միանգամից երեք խնդիր:

Առաջին՝ բանավոր խոսքի միջոցով, որն հանդիսանում է նաև լրագրողական ուշադրության օբյեկտ, այնքան ճշգրիտ պետք է նկարագրվի և ներկայացվի իրադարձությունը, փաստը, դեպքը, որպեսզի լսարանը անաչառ և ամբողջական պատկերացում կազմի մատուցվող նյութի մասին:

Երկրորդ՝ ռադիոժուռնալիստը պետք է ճիշտ ընտրի անհրաժեշտ հնչերանգը, որը կարող է պարունակել այնքան տեղեկատվություն, որքան մատուցվող նյութը:

Մի առիթով հայտնի դրամատուրգ Բեռնարդ Շոուն նշել էր, որ կա «այո» և «ոչ» գրելու ընդամենը մեկ ձև, բայց կա այն արտահայտելու 50 տարբերակ:

Մարդկության բոլոր լեզուները հենվում են ռիթմի և ձայներանգի վրա, որոնք օգնում են փոխանցել բառիմաստը: Որոշ արևելյան լեզուներ խիստ կախված են հնչերանգից, օրինակ՝ չինարենում մի բառը կարող է ունենալ 4-5 տարբեր իմաստ՝ պայմանավորված բառի արտասանության հնչերանգով:¹⁷

¹⁷ Տես՝ Քոհլեր Դ., Ռադիոհեռուստատեսային լուրերի պատրաստման և մատուցման ձեռարկ, թարգմ. անգլերենից, Երևան, 2001, էջ 107:

Ռադիոյուն ոչինչ այնպես բնական չի ներկայացնում իրականությունը, որքան մասնակցի կամ ականատեսի ծայնը:

Երրորդը՝ ռադիոլրագրողը տեղին և նպատակային պետք է օգտագործի տրամաբանական և քերականական շեշտը:

Լսարանին ներգրավելու համար փորձված լրագրողները, հաճախ, մատուցվող նյութն այնպես են ներկայացնում, որ այն մոտ լինի խոսակցական, հաղորդակցական լեզվին՝ մատչելի դարձնելով հեռարձակվող խոսքն ու ասելիքը:

Գոյություն ունեն ռճական մի շարք հնարանքներ, որոնք օգնում են ռադիոլրագրողին ավելի արդյունավետ և նպատակային կազմակերպելու հեռարձակվող հաղորդումը, լսարանին հնարավորինս ներգրավելու քննարկվող թեմաների շրջանակում՝ ստեղծելով բացախոսության և տարակարծության մթնոլորտ:

Երաժշտություն և ձևավորված աղմուկ:

Առաջին, երբ երաժշտական կտորները և ձայնային աղմուկն ընդգրկվում են տարաբնույթ հաղորդումների մեջ և ծառայում որպես հաղորդման ձայնային բաղկացուցիչ մաս:

Երկրորդը, երբ այն վերաբերում է ոչ միայն հաղորդումների մեթոդաբանությանը, այլև նրա գաղափարա-գեղագիտական հիմքերին:

Երկար տարիներ ռադիոժուռնալիստիկայի տեսության մեջ այն կարծիքն էր իշխում, որ երաժշտությունը և ձայնային աղմուկը հիմնականում պետք է օգտագործել գրական-գեղարվեստական, մանկապատանեկան, երիտասարդական ռադիոհաղորդումներում: Այսինքն, այն ավելի շատ պետք է օգտագործվեր որպես լրացուցիչ ձևավորում և ինքնուրույն դերակատարություն հաղորդումներում չէր կարող ունենալ: Այդ մոտեցումը, իհարկե, սխալ էր, որովհետև անտեսվում էին երաժշտության և ձևավորված աղմուկի ինքնուրույն դրսևորման հնարավորությունները, դերն ու նշանակությունը՝ նրանց հատկացնելով երկրորդական դերեր:

Հոգեբանները վաղուց ապացուցել են, որ երաժշտության միջոցով հաղորդվող տեղեկատվությունը համարժեք է խոսքային տեղեկատվությանը և հավասարապես օգտագործվում է ռադիոհեռարձակումներում:

Այս ամբողջը հավասարապես վերաբերում է նաև ձևավորված աղմուկին, որը նույնպես ունի իմաստային և սյուժետային բազմաթիվ առանձնահատկություններ և դրսևորումներ:

Ոճակազմական արտահայտչամիջոցներ

Քննության ենթարկելով ոճակազմական արտահայտչամիջոցները՝ մենք ընտրել ենք այն տեսակները, որոնք առավել գործածելի և արդյունավետ են: Դիտարկենք դրանցից մի քանիսը:

Ձայնային միզանցքներ:

Այս ձայնային ոճական արտահայտչամիջոցը հաճախակի է օգտագործվում և օգնում լրագրողին ավելի դինամիկ և արդյունավետ կազմակերպելու հաղորդումը: Այս դեպքում խոսքը եթեր հեռարձակվող հաղորդման ժամանակ խոսափողի տեղադրման դիրքի մասին է: Խոսափողը հաղորդման ժամանակ դրվում է կամ ֆիքսված տեղում կամ փոխանցվում է ձեռքից ձեռք, որպեսզի հեռարձակվող ձայնը առավել ընդգծվի և դառնա ձայնային պլանի առաջատար: Այդ ձայնն կամ ձևավորված աղմուկը, որպես կանոն, դառնում է հաղորդման իմաստային, սյուժետային և զգացմունքային հենքի կրողը:

Ձայնային գրիմ:

Այս հնարանքը լրագրողական խոսքին տալիս է զգացմունքային և պատկերային մի շարք յուրահատկություններ, որոնք հաճախ օգտագործվում են մարզական բնույթի, օրինակ՝ ֆուտբոլային խաղեր մեկնաբանելու ժամանակ:

Սոնտաժ:

Որպես տեխնիկական միջոց մոնտաժը ռադիոյում սկսել է կիրառվել դեռևս ռադիոհաղորդումների նախնական ձայնագրությունների ժամանակ: Սոնտաժը լայնորեն կիրառվում է նաև ուղիղ եթերի պայմաններում: Եթեր հեռարձակվող հաղորդումների ժամանակ ձայնային առանձին կտորներ իրար են միացվում ոչ միայն ձայնագրման ստուդիական, այլև ուղիղ եթերի պայմաններում:

Այժմ կան ռադիոմոնիտաժի կիրառության մի շարք տարատեսակներ, որոնցից առավել տարածվածներից են՝

ա) ակուստիկ մոնիտաժ,

բ) զուգահեռ մոնիտաժ,

գ) հաջորդական մոնիտաժ:

Ակուստիկ մոնիտաժ. Այդպես ենք անվանում այն տեխնիկական գործընթացը, որը հնարավորություն է տալիս միացնելու ռադիոնյութի ձայնային տարրերը կամ ձայնային կտորները ռադիոհաղորդման կառուցվածքի մեջ: Ակուստիկ մոնիտաժ ասելով մենք հասկանում ենք նաև բովանդակության և ձայնային կառուցվածքի փոխկապակցությունը:

Զուգահեռ մոնիտաժ դեպքում մենք գործ ունենք ավանդական, համեմատաբար պարզ և այդ իսկ պատճառով առավել հաճախակի հանդիպող ռադիոմոնիտաժի հետ: Այս դեպքում ժամանակի և տեղի առումով տարբեր իրադարձությունների զուգադրումն էականորեն պայմանավորված չէ լրագրողի կամքով և ցանկությամբ: Հեռարձակվող ձայնային կտորները, ինքնստիճյան կարող են հաջորդականություն չունենալ, բայց թեմատիկ առումով օրգանապես կապված լինեն միմյանց: Նման ռադիոհաղորդումների օրինակներ հայկական ռադիո-շուկան շատ ունի, դրանցից են օրինակ Ղարաբաղի ազգային-ազատագրական պայքարին նվիրված ռադիոշարքերն ու ծրագրերը, երբ ազատամարտիկի կերպարը ներկայացնելու համար լրագրողը կատարում է մի շարք նախնական ձայնագրություններ՝ հարազատների, ընկերների, ընտանիքի անդամների հետ: Այս դեպքերում դրվագների հաջորդականություն պահանջող մոնիտաժի մեթոդը կարող է չկիրառվել, որն էլ հեռարձակվող նյութի վրա էական ազդեցություն կարող է չթողնել: Մի խոսքով, զուգահեռ ակուստիկ մոնիտաժ չի պահանջում հատուկ հաջորդականություն ունեցող ձայնային մոնիտաժի ձևեր և մոտեցումներ: Ի տարբերություն զուգահեռ ակուստիկ մոնիտաժի՝ **հաջորդական մոնիտաժ** պահանջում է ձայնային դրվագի իմաստային և զգացմունքային հստակ հաջորդականություն, ինքնուրույնության պահպանում և ներքին տրամաբանական կապ:

Ռադիոյի գործառնությունը

Գործառնությունը տերմինը տեսաբանները թարգմանում են որպես պարտավորություն, նշանակություն, դերակատարություն:

Ռադիոյի գործառնությունների իմացությունն անհրաժեշտ է հաղորդումների հեռարձակման ցանցը հստակ և նպատակային կազմելու, ռադիոկայանի ձևաչափն ընտրելու, հեռարձակվող ծրագրերի և հաղորդումների բովանդակային և կառուցվածքային ցանկը ձևավորելու համար:

I. Տեղեկատվական գործառնություն:

Բոլոր զանգվածային լրատվամիջոցների առաջնահերթ և գլխավոր խնդիրն է նպաստել անհատի և հասարակության և պետության տեղեկատվական պահանջմունքների բավարարմանը:

Տեղեկատվության պարբերական ընդունումը ռադիոունկնդրի կողմից դարձել է անհրաժեշտ պայման և միջոց՝ ապահովելով նրա լիարժեք մասնակցությունը հասարակական կյանքի տարբեր ոլորտներին:

Լրատվական թողարկումները, որոնք բաղկացած են հիմնականում կարճ հաղորդագրություններից, ռեպորտաժներից և հարցազրույցներից, լսարանին տեղյակ են պահում վերջին ժամերին երկրում և արտերկրում տեղի ունեցած և ունեցող դեպքերի և իրադարձությունների մասին:

Լրատվության ապահովումը համարվում է ռադիոյի գործունեության կարևոր ոլորտներից մեկը:

Ռադիոլուրերը, ռադիոժուռնալիստիկայի տեսության մեջ, ընդունված է կոչել «պատմության վայրկյանասլաքներ»: Այդ «սլաքների» աշխատանքը, հատկապես, պատմության «պիկ ժամերին» մեծապես կանխորոշվում է ռադիոյի արդյունավետ աշխատանքով և հանրության տեղեկատվական պահանջարկը սպառիչ բավարարելու կարողությամբ:

Սոցիալ-դաստիարակչական գործառույթ:

Այս գործառույթի իրականացման են կոչված ռադիոյի բազմաթիվ հաղորդաշարեր, ծրագրեր և խորագրեր:

Սոցիալ-դաստիարակչական գործառույթի իրականացման են միտված հաջողությունները, որոնք առնչվում են քաղաքական, տնտեսական, սոցիալական, իրավական, մշակութային և այլ խնդիրներին:

Կարևորվում է նաև հասարակության հոգևոր-կրոնական դաստիարակությունը: Պատահական չէ, որ այդ գործառույթի իրականացման համար հիմնադրվեցին ինչպես առանձին հաղորդաշարեր, այնպես էլ մասնագիտացված ռադիոկայան: Հայաստանում հոգևոր-կրոնական քարոզչություն հեռուստադաշտում իրականացնում է «Շողակաթը», ռադիոդաշտում՝ «Վեմը»:

Ինտեգրատիվ (համախմբման, համագործակցման) գործառույթ:

Ռադիոն, իր էությանը և բնույթով, տիրապետում է հսկայական ինտեգրացիոն, համախմբման հնարավորությունների: Ռադիոհաղորդումների միաժամանակյա և պարբերական ունկնդրումը տարբեր մարդկանց կողմից փաստում է նրանց որոշակի շփման, հաղորդակցման մասին:

Գործառույթի կիրարկման նպատակներից մեկը նաև այն է, որ ռադիոհեռարձակումներն այնպես պետք է կազմակերպվեն, որ լսարանի բոլոր շերտերն ընդգրկված լինեն քննարկվող հարցերի շրջանակներում: Լսարանի ազգային և կրոնական պատկանելիությունից զատ պետք է ուշադրություն դարձնել նաև նրա սոցիալական, սոցիալ-հոգեբանական և տարիքային առանձնահատկություններին:

Ինտեգրատիվ գործառույթ իրականացնող լրագրողի առաջնահերթ խնդիրն է հեռարձակվող նյութի մեջ արտացոլել հանրության պահանջները, կարծիքները, հետաքրքրությունները, ներառելով լսարանի մոտեցումները հասարակությունում տեղի ունեցող գործընթացներին:

Գեղագիտական գործառույթ: Ռադիոյում, այս գործառույթի շրջանակներում, կարելի է առանձնացնել երեք կարևոր գործոններ, որոնք առաջին հերթին վերաբերում են ռադիոժուռնալիստիկայի առավել ներգործուն, տպավորվող օրինակներին: Խոսքը վերաբերում է ռադիոյով

հնչող պատկերավոր խոսքին, երաժշտության մատուցման եղանակներին, նյութի մատուցման գեղագիտական կողմերին ու դրսևորումներին, հնարավոր տեսակետների բազմազանությանն ու բախումներին, իրադարձությունների հստակ ձայնային պատկերներին, որոնք օգնում են լսարանին երևակայության միջոցով ընկալելի դարձնել ներկայացվող նյութի բոլոր մանրամասները և ստեղծել ներկայության պատրանք:

Ժամանակակից ռադիոյի գեղարվեստական, կառուցվածքային և տեխնիկական հնարավորությունները բավական բազմազան են և բազմաշերտ:

Հիմնադրումից ի վեր ռադիոն մշտապես հեռարձակել է արվեստի և գրականության տարաբնույթ տեսակներով և ժանրերով բազմաթիվ ստեղծագործություններ: Այժմ էլ ՀՀ հանրային ռադիոյի «Ոսկե ֆոնդում» պահվում են տասնյակ հազարավոր ձայնագրություններ և հաղորդումներ, որոնք պատրաստվել են ռադիոյի ստեղծագործական և տեխնիկական յուրահատկությունների շնորհիվ և հեռարձակվում են ռադիոյի տարբեր խմբագրությունների, հատկապես, գրական-գեղարվեստական, երաժշտական, Սփյուռքի և արտերկրի համար տրվող հաղորդումների խմբագրությունների կողմից: Տարբեր տարիների ՀՀ ռադիոլուրտում ստեղծված բազմաթեմատիկ և բազմաժանր տարաբնույթ հաղորդումները ժամանակի ընթացքում ձեռք բերեցին գեղարվեստական և գեղագիտական մեծ արժեք, որոնք մեծ պահանջարկ ունեն ոչ միայն Հայաստանում, այլև՝ արտերկրում:

ՀՀ Հանրային ռադիոն, հատկապես, մեծ փորձ ունի գրական ստեղծագործությունների ռադիոթեմականացման ասպարեզում:

Այժմ չկա գրականության և արվեստի բնագավառի որևէ ժանր կամ տեսակ, որն իր արտացոլումը գտած չլիմի ռադիոյում:

Գեղագիտական գործառույթին բավականին մոտ է կրթական *գործառույթը*:

Վերականգնողական (ռեկրեատիվ) գործառույթ:

Ռադիոն չէր կարող չարձագանքել լսարանի պահանջներին և չպատրաստել այս գործառույթն իրականացնող հաղորդումներ:

Այսօր բազմաթիվ մասնավոր ռադիոկայաններ իրենց ունկնդիրներին ներկայացնում են հատկապես զվարճալի-երաժշտական, ժամանցային-հումորային ծրագրերով՝ վարելով երաժշտական-ժամանցային, տեղեկատվական-գովազդային ինքնուրույն քաղաքականություն:

Ռադիոհաղորդումների մի խումբ էլ կապված է խաղարկային ձևերի, մրցույթների, միջոցառումների, վիկտորինաների հետ, որոնց մասնակցելով ռադիոունկնդիրը ստանում է ոչ միայն գեղագիտական և զգացմունքային բավարարվածություն, այլև արժանանում խաղարկվող որևէ մրցանակի: Հայկական ռադիոդաշտում գործող ռադիոկայանների մեծ մասը մշտապես օգտվում է խաղարկային այս ձևերից՝ ձևավորելով ռադիոունկնդիրների մշտական և կայուն բանակ:

Այս գործառույթի իրագործման են միտված նաև ամենօրյա առավոտյան զվարճալի-երաժշտական ծրագրերը, որոնք լսարանին մատուցում են զվարճալի, հումորային պատմություններ, երգիծական և երաժշտական համարներ:

Ռադիոժուռնալիստիկայի ժանրեր

Ռադիոժուռնալիստիկայի ժանրերը, որ ձևավորվել են տասնամյակների ընթացքում, իրենց կայուն ժանրային հատկանիշներով նման են մյուս զանգվածային լրատվամիջոցների ժանրային դրսևորումներին, սակայն ունեն նաև միայն ռադիոյին հատուկ ձևեր և մոտեցումներ:

Իսկ ռադիոժուռնալիստիկայի ժանրային խմբերը բաժանվում են երեք հիմնական խմբերի՝ լրատվական, վերլուծական և գեղարվեստա-իրապարակախոսական:²¹

Ռադիոլրատվական ժանրային խմբում ընդգրկված են ռադիոլուրը կամ հակիրճ հաղորդագրությունը, ռադիոհարցազրույցը, ռադիոռեպորտաժը, ռադիոհաշվետվությունը և մամուլի տեսությունը:

²¹ Տե՛ս՝ “Основы радиожурналистики”, под. ред. А.А. Шереля, классический университетский учебник, Москва, 2005, стр. 182., Смирнов В.В., Современная аналитическая журналистика. Жанры радиовещания в контексте массовой коммуникации. Теория и практика. Ростов-на-Дону, 1999, стр. 56., Վալշենբերգ Զ., Լրատվական ժուռնալիզմ (թարգմ. գերմաներենից՝ Լևոն Սարգսյանի), Երևան, Անկյունաքար, 20013, էջ 150:

Վերլուծական ժանրային խմբում ընդգրկված են ռադիոթղթակցությունը, ռադիոնեկնաբանությունը, ռադիոգրույցը և տեսությունը:

Գեղարվեստա-հրապարակախոսական ժանրային խմբում ընդգրկված են ռադիոակնարկը, ռադիոֆելիետոնը և ռադիոկոմպոզիցիան:

Ռադիոլրատվական ժանրեր

Ռադիոլուր:

Ռադիոժուռնալիստիկայի ժանրերից հատկապես այս ժանրն է ավելի մոտ տպագիր մամուլին, որի հիմքում հասարակական կյանքի առավել նշանակալի փաստերի, դեպքերի և իրադարձությունների անմիջական արտացոլումն է:

Ռադիոն իր բնույթով լինելով օպերատիվ զանգվածային լրատվամիջոց, առանձնապես կարևորում է լուրի ժանրի նպատակային և ժամանակին կիրառումը, որը նրան հնարավորություն է տալիս առաջինը լսարանին տեղյակ պահելու հենց մոր ավարտված կարևորագույն դեպքերը, փաստերը և իրադարձությունները: Լուրերի թողարկումը կազմված է լինում տարբեր բնագավառներից կազմված թեմատիկ բաժիններից: Լրագրողական հեղինակային միջամտությունն այս ժանրում գրեթե բացառվում է:²²

Ռադիոլուրի հատկանիշներից են օպերատիվությունը, հրատապությունը, փաստացիությունը, հավաստիությունը, նորությունը, կոնկրետությունը և իրադարձայնությունը: Այս հատկանիշների շնորհիվ ռադիոլրատվական ծառայությունները կարողանում են օրվա ընթացքում կազմակերպել բազմաթիվ թողարկումներ՝ հընթացս թարմացնելով այն:

Արդի փուլում կան ճանաչված միջազգային ռադիոընկերություններ, որոնք աշխատում են հիմնականում այս ժանրի հատկանիշներով և ձևաչափով, ինչպես օրինակ ռուսական «Մայակ» ռադիոկայանը, որն օրվա ընթացքում պատրաստում է 52 լրատվական թողարկում: Հայաստանում մի շարք մասնավոր ռադիոկայաններ, որոնք աշխատում են

²² Sten` Hyulen P., Kart T., Handbuch Radiojournalisten, DW-Akademie, Berlin, 2010, s.5.

լրատվություն-երաժշտություն-գովազդ ձևաչափով («Երևան», «Արմռադիո», «Ռադիո Վան», «Ավրորա» և այլն) իրենց լրատվական թողարկումները հեռարձակում են ռադիոլուրի ժանրով՝ հընթացս թարմացնելով հաղորդվող նորությունները: Սովորաբար այդ թողարկումները տևում են 3-5 րոպե և համապատասխանում են տվյալ ռադիոկայանի ծրագրավորման «անիվին»: Այս առումով լուրերի թողարկման ավելի մեծ հնարավորություն և ժամանակ ունի Հայաստանի հանրային ռադիոն, «Ռադիոլուր» լրատվական ծառայության միջոցով օրական պատրաստում է 10-12 հիմնական՝ տասից տասնհինգ և մեկ ամփոփիչ թողարկում՝ 25-30 րոպե տևողությամբ:

«Ռադիոլուրը» հանրային ռադիոյի ամենախոշոր ստորաբաժանումներից է: Բացի լրատվական թողարկումներից «Ռադիոլուրը» ամեն օր՝ ժամը 18:00-ին, հեռարձակում է 30 րոպեանոց լրատվական բլոկ՝ օրվա կարևորագույն իրադարձությունների վերաբերյալ:

Կիրակի ժամը՝ 18:00-ին և 22:00-ին, «Ռադիոլուրը» հեռարձակում է տեղեկատվական-վերլուծական ամփոփիչ թողարկումներ:

«Ռադիոլուր» լրատվական ծառայությունը թողարկումներ ունի ոչ միայն Հայաստանի մարզերում, Արցախում, այլև արտերկրում (ԱՄՆ, Ֆրանսիա, Լիբանան, Սիրիա, Ռուսաստան, Վրաստան):

ՀՀ ռադիոշուկայում լուրերի օպերատիվ թողարկման ռեժիմով է աշխատում նաև «Ազատություն» ռադիոկայանի հայկական ծառայությունը, որն օրական պատրաստում և եթեր է հեռարձակում երեք՝ առավոտյան, ցերեկային և երեկոյան լրատվական բլոկներ և մեկ ժամանոց ամփոփիչ լրատվական թողարկում:

Ռադիոժուռնալիստիկայի պրակտիկայում գոյություն ունեն ռադիոլուրի բազմաթիվ տարատեսակներ, որոնցից առավել տարածվածներից է լրահոսային ռադիոլուրը: Հեռարձակված ռադիոլուրը ներառում է դեպքի վայրից կատարված ձայնագրություններ կամ ականատեսի ձայն: Այդպիսի ռադիոլուրը հաճախ հիշեցնում է կարճ ռադիոռեպորտաժ: Ռադիոլուրի հեռարձակման ժամանակ առավել կարևորվում է առաջին նախադասությունը, որի միջոցով փորձ է արվում գրավել ռադիոսնկնդիրի ուշադրությունը:

Ռադիոլուրի պատրաստման ժամանակ հատկապես կարևորվում է նյութի մատուցման լեզուն և ոճը: Նյութը չպետք է ծանրաբեռնվի շատ թվերով, թվարկումներով, անուններով, տերմիններով, իսկ ոճը պետք է լինի հակիրճ, հստակ:

Ռադիոհարցազրույց:

Ռադիոհարցազրույցի ժանրը եղել և մնում է ռադիոյի կարևորագույն ժանրերից մեկը: Ռադիոհարցազրույցը ռադիոժուռնալիստիկայի ամենատարածված ժանրերից մեկն է: Այս ժանրի միջոցով ռադիոլրագրողը կարող է լուսաբանել օրվա հրատապ, բազմաբնույթ և բազմաթվանդակ թեմաներ:

Ռադիոհարցազրույցի նպատակն է՝ իրազեկ գրուցակցից ստանալ հրատապ, օպերատիվ տեղեկատվություն օրվա հասարակական հնչեղություն ունեցող դեպքի, փաստի կամ իրադարձության վերաբերյալ:

Ռադիոհարցազրույցը բաղկացած է երեք հիմնական մասերից՝ ներածական խոսքից, հիմնական մասից և եզրակացություններից:

Ներածական խոսքի մեջ գրուցավար-լրագրողը ռադիոունկնդիրներին ծանոթացնում է քննարկվող նյութին, լսարանին ծանոթացնում գրուցակցի կամ գրուցակիցների հետ՝ նշելով, թե ինչ թեմա են քննարկելու և ինչ տեղեկատվություն կարող են հաղորդել նրանք:

Ռադիոհարցազրույցի հիմնական մասում լրագրողը աստիճանաբար զարգացնում է թեման, բացահայտում հարցազրույցի էությունը, լսարանին հաղորդելով առավելագույն տեղեկատվություն թեմայի վերաբերյալ:

Եզրակացությունում ռադիոլրագրողն ամփոփում և ընդհանրացնում է ռադիոհարցազրույցը՝ հայտնելով կարծիքներ քննարկվող թեմայի վերաբերյալ:

Ռադիոհաղորդումներում հաճախակի է օգտագործվում նաև հիմնահարցային ռադիոհարցազրույցը, որը պարունակում է վերլուծական տարրեր և իրավիճակի գնահատում, իսկ ռադիոհարցազրույց-դիմակարն ամփոփ պատկերացում է տալիս գրուցակցի մասին:

Ռադիոռեպորտաժ:

Ռադիոռեպորտաժը ռադիոժուռնալիստիկայի ամենագործավող ժանրերից է: Ռադիոռեպորտաժում համակցվում են տեղեկատվական ռադիոլուրի առավել ուժեղ կողմերը՝ օպերատիվություն, հրատապություն, հավաստիություն, ինչպես նաև հրապարակախոսական տարրեր՝ իրադարձության գնահատում, իրադարձության զգացմունքային արտացոլում, պատկերավոր նկարագրություն, ռադիոյի արտահայտչամիջոցների ամբողջական օգտագործում:

Ռադիոռեպորտաժի ժանրային հիմնական հատկանիշներն են՝ փաստացիությունը, օպերատիվությունը, հավաստիությունը, որոնք խարսխված են հրատապ տեղեկատվության վրա, իսկ նրա խնդիրն է լուսաբանել դեպքը կամ իրադարձությունը, որը փոխներհյուսված է տեղեկատվական, ժամանակային հոսքի հետ:

Ռադիոռեպորտաժը՝ ականատես-լրագրողի խոսքն է, որը հեռարձակվում է դեպքի վայրից՝ կատարման պահին: Ռադիոլրագրողը պարտավոր է ռադիոնկնդրին վերարտադրել հեռարձակվող իրադարձության իրական պատկերը, օգնի լսարանին ամբողջական և օբյեկտիվ պատկերացում կազմելու իրադարձության վերաբերյալ: Ռադիոռեպորտաժում առանձնապես կարևորվում են հետևյալ տարրերը՝ հավաստիություն, ներկայության պատրանք, նյութի օբյեկտիվ մատուցում:

Գոյություն ունեն ռադիոռեպորտաժի երեք տեսակներ՝ իրադարձային, հիմնահարցային և ճանաչողական: Ժանրի առավել տարածված և սիրված տեսակը՝ իրադարձային ռադիոռեպորտաժն է, որն հաղորդվում է դեպքի վայրից՝ ուղիղ հեռարձակմամբ: Ժանրի դասական օրինակ է մարզական հանդիպումների հեռարձակումները (ֆուտբոլ, բասկետբոլ, ծանրամարտ և այլն):

Հիմնահարցային ռադիոռեպորտաժը սովորաբար սկսվում է որևէ դեպքի վայրից: Օրինակ՝ բանուկ փողոցների խցանումների վերաբերյալ: Հիմնահարցն այս դեպքում լուսաբանվում և հեռարձակվում է կոնկրետ փաստերի հիման վրա:

Ճանաչողական ռադիոռեպորտաժը հիմնականում պարունակում է տեղեկատվություն, բայց կարող է անդրադառնալ նաև որևէ հիմնա-

հարցի: Ժանրի նպատակն է ծանոթացնել ռադիոունկնդրին գիտության, կրթության բնագավառներում, արտադրությունում նորի, առաջավորի մասին:

Ռադիոռեպորտաժը լինելով լրատվական ժանր՝ սահմանային եզրեր ունի ինչպես ռադիոմեկնաբանության, այնպես էլ ռադիոկոմպոզիցիայի հետ: Չնայած որ ռադիոմեկնաբանությունը պատկանում է վերլուծական ժանրային խմբին, իսկ ռադիոկոմպոզիցիան՝ գեղարվեստահրապարակախոսական:

Ռադիոհաշվետվություն:

Ռադիոհաշվետվությունը լինում է երկու տեսակի՝ տեղեկատվական և վերլուծական:

Ռադիոհաշվետվությունը սերտ եզրեր ունի ռադիոտեսության հետ, որից վերցրել է մի շարք տարրեր:

Ժամանակակից ռադիոհաշվետվությունը, ի տարբերություն ոչ վաղ անցյալի, լրագրողին տրամադրում է ստեղծագործելու անհամեմատ ավելի մեծ հնարավորություններ: Ռադիոհաշվետվությունը մեծապես շահում է, եթե հմտորեն և պրոֆեսիոնալ է ներկայացվում մատուցվող նյութը, ճիշտ են ընտրվում ծայնային «կտորները» և հնչեցված գնահատականը օբյեկտիվ է:

Մամուլի տեսություն:

Մամուլի տեսությունը ռադիոլրատվական ժանր է, որն ունի հստակ ընդգծված նպատակներ:

Որպես կանոն, ռադիոտեսաբանը ընտրում և ներկայացնում է օրաթերթերի առավել ուշագրավ հրապարակումները, որոնք աչքի են զարնում թեմատիկ և ժանրային առանձնահատկությամբ:

Առաջատար ռադիոընկերությունները, որպես կանոն, օրվա մամուլի առավել ուշագրավ հոդվածը կամ ռեպորտաժը, առանձին են ներկայացնում, վերնագրելով՝ «օրվա հոդվածը» կամ «օրվա ռեպորտաժը»:

Ռադիոտեսաբանները ներկայացնելով օրվա մամուլը, հաճախ այն մեկնաբանում են, երբեմն էլ բանավեճի մեջ մտնելով նյութի հեղինակի հետ և, որ հաճախակի է պատահում՝ հումորով, երգիծական ոճով քննադատում են նյութում տեղ գտած փաստերն ու տեսակետները:

Վերլուծական ժանրեր

Եթե լրատվական ժանրերում լրագրողի գլխավոր խնդիրը փաստերի և իրադարձությունների հավաստի, օպերատիվ և օբյեկտիվ լուսաբանումն է, ապա վերլուծական ժանրերում, որտեղ նույնպես պարտադիր է օբյեկտիվությունը և հավաստիությունը, անհրաժեշտ է նաև հեղինակային գնահատական, փաստերի վերլուծություն և լսարանի հետ երկխոսություն:

Ռադիոթղթակցություն:

Այս ժանրն ունի մի շարք սահմանային աղետներ լրատվական և վերլուծական ժանրերի հետ, որովհետև իր բնույթով թե՛ լրատվական է, թե՛ վերլուծական:

Ռադիոթղթակցության եթերային տևողությունը 1,5-2 րոպե է, հետևաբար, ծավալային առումով ռադիոթղթակցությունն ավելի ընդարձակ է, քան ռադիոլուրը:

Կարևոր իրադարձությունների լուսաբանման ժամանակ թղթակիցները ռադիոխմբագրություն են ուղարկում հեռարձակվող նյութի երկու տարբերակ՝ ռադիոլուր և ռադիոթղթակցություն, որոնք օգտագործվում են ոչ միայն լրատվական թողարկումների ժամանակ, այլև բազմաբնույթ լրատվական և վերլուծական հաղորդումներում:

Ռադիոթղթակցությունը սովորաբար կարդում է հեղինակը: Իրադարձության հեղինակային ներկայացումն ավելի անմիջական է դարձնում լսարանին նյութի մատուցումը և մեծ ներգործություն ունենում լսարանի վրա:

Ռադիոմեկնաբանություն:

Ռադիոմեկնաբանությունը իրազեկ մարդու, լրագրողի կամ մասնագետի կարծիքն է փաստի, դեպքի կամ իրադարձության վերաբերյալ:

Գոյություն ունի ռադիոմեկնաբանության երկու ձև.

ա. առաջին, երբ մեկնաբանության ժանրի առանձնահատկություններով պատրաստվում է առանձին հաղորդում,

բ. երկրորդ, երբ հակիրճ մեկնաբանությունը մաս է կազմում ավելի մեծ հաղորդման:

Ռադիոմեկնաբանությունը լինում է երկու տեսակի՝ օպերատիվ և հիմնահարցային:

ՀՀ հանրային ռադիոյի լրատվական թողարկումների ժամանակ սովորաբար ընդգրկվում է օպերատիվ մեկնաբանությունը: Չնայած նման մեկնաբանությունը եթերում հնչում է մեկից երեք րոպե, այն պահպանում է ժանրին բնորոշ բոլոր առանձնահատկությունները: Օպերատիվ ռադիոմեկնաբանության մեջ տեղեկատվությունը ունենում է իր հետագա շարունակությունը և զարգացումը: Օպերատիվ, իրադարձային ռադիոմեկնաբանության գլխավոր առանձնահատկությունը՝ կարճ ժամանակահատվածում, ընդամենը մեկ-երկու ժամում անհրաժեշտ նյութի պատրաստումն ու հեռարձակումն է: Այդ անհրաժեշտ պայմաններն էլ կանխորոշում են ռադիոլրագրող-մեկնաբանի ստեղծագործական աշխատանքն ու մոտեցումները:

Ռադիոմեկնաբանության երկրորդ՝ հիմնահարցային ռադիոմեկնաբանությունն պատրաստելիս ռադիոլրագրողն ավելի շատ տեղեկատվություն է հավաքում, քան օպերատիվ մեկնաբանության ժամանակ, որն էլ կանխորոշում է հիմնահարցային մեկնաբանության կառուցվածքը: Եթե օպերատիվ, իրադարձային ռադիոմեկնաբանության ժամանակ բնորոշ է միասնական մոտեցում վերլուծությանը, ապա հիմնահարցային մեկնաբանության ժամանակ անհրաժեշտ են տարաբնույթ հիմնավորումներն ու հետևությունները:

Ռադիոգրույց:

Ռադիոգրույցը ռադիոժուռնալիստիկայի ամենատարածված և կիրառելի ժանրերից է, որը հեռարձակման ցանցում հանդես է գալիս կամ առանձին խորագրով կամ դառնում ռադիոժրագրի բաղկացուցիչ մասերից մեկը: Ի տարբերություն այլ ժանրերի, ռադիոգրույցում գերիշխողը բանավոր խոսքն է:

Ռադիոգրույցի կարևոր առանձնահատկություններից են զրուցակիցների առկայությունը և նրանց անմիջական կապը լսարանի հետ, որոնց միավորում և զրույցի է հրավիրում խոսափողի մոտ գտնվող ռադիոլրագրողը: Ռադիոլրագրողն ունկնդիրներին և ստուդիայի հյուրերին հրավիրում է զրույցի օրվա հրատապ հարցի շուրջ՝ ստեղծելով այնպիսի մթնոլորտ, որի ընթացքում լինում են շահագրգիռ քննար-

կումներ, մտքերի, գաղափարների բախումներ, անզիջում բանավեճեր: Ռադիոգրույցը վարող ռադիոլրագրողի խնդիրն է գաղափարների, մտքերի, կարծիքների համադրման միջոցով քննարկել օրվա հրատապ թեման, հասարակական կարծիք ստեղծել քննարկվող թեմայի շուրջ և լսարանի հետ միասնական ուղիներ որոնել արժարժվող խնդիրների լուծմանը:

Չնայած ռադիոգրույցին հատուկ են ծավալուն ընդհանրացումներն ու հետևությունները, այն մեծապես շահում է, երբ քննարկվում է մեկ հիմնական թեմա:

Տեսություն:

Այս ժանրն աչքի է ընկնում բազմազան և բազմաբնույթ նյութերի հավաքման և մատուցման կարողությամբ և առատությամբ: Բովանդակային առումով ռադիոտեսությամբ կարող են մաս կազմել ռադիոհարցազրույցը, ռադիոլուրը, ռադիոռեպորտաժը և ռադիոակնարկը:

Ռադիոտեսության ժանրային առանձնահատկությունը, առաջին հերթին, տարբեր նյութերի ընդգրկումն է ոչ միայն մեկ թեմայի շուրջ, այլև նրանց հետ տրամաբանական և համադրված կապերի ստեղծումն ու նպատակային կիրառումը, օրինակ «Մայրաքաղաքի թատերական սրահներից և համերգասրահներից» տեսության մեջ ռադիոլրագրողը պատմում է մայրաքաղաքային բեմերի պրեմիերաներից, միաժամանակ պատմելով արտասահմանյան լավագույն բեմերում հանդես եկող մեր դերասանների և երգիչների մասին:

Ռադիոտեսության ժանրով աշխատող լրագրողի գործունեության առանձնահատկություններից է ոչ միայն լսարանին հետաքրքրող նյութերի ընտրությունը և մատուցումը, այլև գտնելու տեսանելի և անտեսանելի այն տրամաբանական կապերը, որոնք միացնում են պատմությունը՝ ժամանակակից կյանքին, անհատի ինքնարտահայտման կերպը՝ հավաքական, ընդհանրական ուղղվածությամբ, մասնակի, տեղական իրադարձությունները՝ ընդհանուր միտումներին:

Գեղարվեստա-հրապարակախոսական ժանրեր:

Այս ժանրային խմբում փոխներհյուսված և փոխկապակցված են անհատի, փաստի, իրադարձության վերաբերյալ տեղեկատվությունը,

հեղինակային գնահատականը, դեպքի, իրադարձության պատկերավոր
նկարագրումն ու մատուցումը:

Ռադիոակնարկ:

Ռադիոակնարկի հիմքում իրական փաստերը, դեպքերը և իրա-
դարձություններն են, որոնց միջոցով բացահայտվում է հերոսի ներաշ-
խարհը, նրա աշխարհընկալումն ու աշխարհընբռնումը կյանքի տար-
բեր ժամանակահատվածներում:²⁴ Փաստացի նյութի միջոցով ներկա-
յացվում են անհատի մտքերը, գաղափարները, ցանկությունները, գոր-
ծողությունները, նախասիրությունները, բացահայտվում նրա հասարա-
կական և անհատական գործունեության առավել տիպական գծերն ու
հատկանիշները:

Ռադիոակնարկում անհատը և նրան շրջապատող իրականություն-
ը կարող են հետազոտության նյութ դառնալ և հետազոտվել տիպա-
կան միջավայրում, տիպական հանգամանքներում, տիպական մեթոդ-
ներով:

Ռադիոակնարկը բաժանվում է երեք տեսակի՝ դիմանկարային,
հիմնահարցային և ճանապարհորդական:

Այս տեսակներից առավել տարածվածներից է դիմանկարային
ռադիոակնարկը: Այս տեսակը հնարավորություն է տալիս ներկայացնե-
լու անհատի կյանքի տարբեր դրվագներ, ինչպես նաև հեղինակային
փաստավավերագրական, նյութի միջոցով ռադիոունկնդրին ամբողջա-
կան պատկերացում տալ իր կերտած հերոսի մասին:

Հիմնահարցային ռադիոակնարկի հետազոտման առարկան հա-
սարակական հնչեղություն ունեցող կոնկրետ հիմնահարցն է, իսկ
ռադիոլրագրողի հավաքած նյութը կարող է դառնալ խնդրի լուծման մի-
ջոցներից մեկը: Հիմնահարցային, հետազոտական ժուռնալիստիկան
ժամանակակից ՁԼՄ-ի կարևոր ուղղություններից մեկն է:

Ճանապարհորդական ռադիոակնարկը ռադիոլրագրողի խոհերն
են իրադարձության, դեպքերի, փաստերի, մարդկային ճակատագրերի
մասին, որոնք դիտարկվում և վերլուծվում են ճանապարհորդության

²⁴ Տես՝ Վայշենբերգ Ջ., Լրատվական ժուռնալիզմ (թարգմ. գերմաներենից՝ Լևոն
Սարգսյանի), Երևան, Անկյունաքար, 2013, էջ 172:

ընթացքում: ճանապարհորդական ռադիոակնարկները հիմնականում օգտագործվում են գիտակրթական նպատակներով, երբ ներկայացվում է որևէ պետություն, տարածաշրջան, աշխարհամաս կամ մարզ:

Ռադիոֆելիետոն:

Ռադիոֆելիետոնը հունորի միջոցով բացասական երևույթների, հոռի, քաղքենի բարքերի և կարծրատիպերի երգիծումն ու քննադատությունն է:

Ռադիոֆելիետոնը կառուցված է խստորեն ստուգված փաստացի նյութերի հիման վրա, ունի իրական հասցեատեր և հաճախ պատկերում է միանգամայն իրական մարդկանց և իրավիճակներ:

Ժամանակակից փուլում այս ժանրին ռադիոլրագրողները քիչ են անդրադառնում, իսկ ժանրի հատկանիշներով հաղորդումներ քիչ են պատրաստվում («Ուրախ եթեր», «Կսմիթներ»): Այնուամենայնիվ, մեր կարծիքով, ռադիոֆելիետոնի ժանրը ժամանակի ընթացքում կվերագտնի իր տեղը հայաստանյան ռադիոէթերում և մենք դեռ առիթ կունենանք ունկնդրելու երգիծական մոր հաղորդաշարեր և ծրագրեր:

Ռադիոկոմպոզիցիա:

Ռադիոկոմպոզիցիան ռադիոհաղորդում է, որը ներառում է հետևյալ տարրերը՝ գրական նյութ, երաժշտություն, ձայնային «կտորներ» և այլն:

Ռադիոկոմպոզիցիաները լինում են երեք տեսակի՝ գրական, գրական-երաժշտական, վավերագրական:

Գրական ռադիոկոմպոզիցիան կազմված է մեկ կամ մի քանի հեղինակների բանաստեղծական կամ արձակ ստեղծագործություններից, որոնք նվիրված են կոնկրետ թեմայի, օրինակ՝ հայրենիքին, բանակին, մորը....:

Գրական-երաժշտական ռադիոկոմպոզիցիայի կազմման ժամանակ նույն սկզբունքներն են կիրառվում ինչ գրականում, ավելացրած երաժշտություն, երգեր: Այս տեսակը բավականին տարածված է ինչպես միջազգային, այնպես էլ հայկական ռադիոէթերում, սակայն վերջին տարիներին գրական-երաժշտական կոմպոզիցիաների քանակը որակապես նվազել է:

Վավերագրական ռադիոկոմպոզիցիան իր կառուցվածքով մոտ է ռադիոակնարկին: Հիմնական տարբերությունը լրագրողական տեքստի աննշան ընդգրկվածությունն է վավերագրական կոմպոզիցիայում:

Ռադիոն Հայաստանում. ձևավորումն ու զարգացումը

Ռադիոհամակարգի ձևավորման նախադրյալները Հայաստանում նախանշվել են դեռևս Առաջին հանրապետության տարիներին, երբ Նախարարների խորհուրդը 1918թ. դեկտեմբերին որոշում է ընդունել հիմնելու պետական նշանակության ռադիոկայան:²⁵ 1919թ. սեպտեմբերին Երևանում հիմնադրված Մարկոնի տիպի ռադիոկայանը, որը պատմության մեջ է մտել «Երևանի ուժեղ ռադիոկայան» անվամբ, ծայնային չէր, տեղեկատվությունը հաղորդել է ռադիոկապի միջոցով և գործել է պատմական կարճ ժամանակահատվածում: Ռադիոկայանն աշխատել է շուրջօրյա. 22 ժամը տրամադրվել է ռադիոհեռագրային կապին, իսկ 2 ժամը (14-16-ը)՝ լրատվական աշխատանքներին: Ստացված հրատապ լրատվությունը փոխանցվել է թերթերին կամ թռուցիկների ու տեղեկատուների ձևով փակցվել Երևանի մարդաշատ վայրերում:

Հանրապետական նշանակության ծայնային ռադիոկայան հիմնելու նպատակով 1920-ական թվականների կեսերին Երևանի պետական համալսարանի տեխնիկական ֆակուլտետում՝ պրոֆեսոր Ա.Անժուրի ղեկավարությամբ ձևավորվել են առաջին ռադիոխմբակները, որտեղ Հայաստանի տարբեր շրջաններից և մայրաքաղաքից պարապմունքների հավաքված երիտասարդ ռադիոսիրողների համար Երևանի պետական համալսարանում կազմակերպվել են հատուկ դասընթացներ: Կարճ ժամանակում ռադիոսիրողի հատուկ դասընթացն ավարտել են ավելի քան 500 ունկնդիրներ, որոնք մայրաքաղաքում և հանրապետության շրջաններում բացել են ռադիոսիրողների խմբակներ՝ ուսուցանելով և նախապայմաններ ստեղծելով Հայաստանում հանրապետական նշանակության ռադիոկայանի հիմնադրման համար:

²⁵ ՀՀ ՊԿՊԱ, ֆ. 201, ց. 1, գ. 486, 1-ին մաս, թ. 142:

Նկատի ունենալով ստեղծված նախադրյալները՝ ՀԿԿ Կենտկոմը 1925 թվականի փետրվարի 23-ին որոշում է ընդունում Երևանում հիմնադրելու հանրապետական նշանակության ռադիոկայան:

Հայաստանի առաջին ռադիոկայանը՝ այժմյան հանրային ռադիոն, հիմնադրվել է 1926թ., որը նույն թվականի սեպտեմբերի 1-ին հեռարձակել է իր անդրանիկ փորձական ռադիոհաղորդումը՝ 25 րոպե տևողությամբ: Առաջին փորձական հաղորդումների ժամանակ հիմնականում հեռարձակվել է ժողովրդական երաժշտություն՝ մայրաքաղաքի լավագույն երգիչ-երգչուհիների մասնակցությամբ, իսկ առաջին ռադիոխոսնակ Պևրոզ Քանանյանը մի քանի անգամ ընդմիջելով երաժշտությունը կարդացել է. «Լսեցե՛ք, լսեցե՛ք, խոսում է Երևանի լայնահաղորդ կայանը» բառերը: Հիմնադրման առաջին ամիսներին Հայաստանի հանրապետական ռադիոկայանի հաղորդումներն անկանոն բնույթ են կրել:

Հայաստանի հանրապետական ռադիոյի կանոնավոր հաղորդումներն սկսվել են 1927թ. հունիսի 15-ից: Հիմնադրման առաջին տարիներին ռադիոկայանի հեռարձակման շառավիղն ընդգրկել է միայն Երևանն ու շրջակա գյուղերը: Ռադիոհաղորդումների լսելիության շառավիղն ընդլայնելու և մասնագիտական կադրեր պատրաստելու նպատակով ՀԽՍՀ Ժողկոմխորհի որոշմամբ հաղորդումների ղեկավարումը հանձնրվել է լուսժողկոմատին, իսկ տեխնիկական սպասարկումը՝ փոստհեռ-ժողկոմատին:

Ունկնդիրների շրջանակը մեծացմանը նպաստել է պետական թատրոնի, կոնսերվատորիայի, մշակույթի տների ռադիոֆիկացումը, հասարակական վայրերում տեղադրվել են բարձրախոսներ, մշակույթի օջախներում ստեղծվել են «կարմիր անկյուններ», որտեղ բնակչությունը հավաքվել է ունկնդրելու հանրապետական ռադիոյի հաղորդումները:

1930-ական թվականներին ձևավորվել են ռադիոյի հասարակական-քաղաքական, արդյունաբերության և գյուղատնտեսության, երաժշտական, գրական-դրամատիկական, մանկապատանեկան հաղորդումների գլխավոր խմբագրությունները:

Հայրենական Մեծ պատերազմի տարիներին (1941-45թթ.) հանրապետական ռադիոն ապահովել է մշտական, իրադարձային լրատվություն՝ եթեր հեռարձակելով մեծաթիվ հաղորդագրություններ, ռեպորտաժներ, հարցազրույցներ, ակնարկներ: Պատերազմի տարիներին հայրենական ռադիոլրագրության ամենամեծ ձեռքբերումներից մեկը զինվորների «խոսող նամակներն» էին, որոնց շնորհիվ հազարավոր մարդիկ գտան իրենց հարազատներին:

Հետպատերազմյան շրջանում ռադիոյում բացվել են նոր խմբագրություններ, ընդարձակվել է ռադիոհաղորդումների հեռարձակման շառավիղը, 1947թ. գործել է տեղեկատվական, երաժշտական երկրորդ ծրագիրը, որի շնորհիվ ստեղծվել են նոր հաղորդաշարեր և ծրագրեր:

Կարևոր էր Սփյուռքի համար տրվող հաղորդումների խմբագրության հիմնադրումը, որի անդրանիկ թողարկումը հեռարձակվել է 1947թ. հոկտեմբերի 10-ին՝ ժամը 19.00-ին՝ կարճալիք հատուկ ծրագրով, սփյուռքահայերին շնորհավորել են Ավետիք Իսահակյանն ու Վահրամ Փափազյանը:

«Գրական ընթերցումներ» հաղորդաշարի ավագ սերնդի՝ Հայկուհի Գարագաշի, Վահրամ Փափազյանի, Հրաչյա Ներսիսյանի, Հրաչուհի Ջինանյանի և ուրիշների կողքին հետագայում ձևավորվել է ասմունքողների նոր սերունդ՝ Խորեն Աբրահամյան, Մետաքսյա Սիմոնյան, Էդգար Էլբակյան, Գարուշ Խաժակյան, Թամար Դեմուրյան, Մարատ Հալաշյան, Սոս Սարգսյան, Վկադիմիր Աբաջյան, Վերա Հակոբյան, Սիլվա Յուզբաշյան, Սվետլանա Խանունյան, Սարգիս Նաջարյան և այլք:

Մինչև 1991թ. հանրապետական ռադիոն լրատվական դաշտում մենաշնորհային կարգավիճակ ուներ, հաղորդումներ էր սփռում հանրապետության ողջ տարածքում, ամենօրյա ռադիոհաղորդումներ էր պատրաստում սփյուռքահայության և արտերկրի օտարալեզու լսարանի համար:

1990-ական թվականների կեսերին Հայաստանի հանրապետական ռադիոն եթերում այլևս մենաշնորհային վիճակում չէր, նրա հետ սկսեցին հաջողությամբ մրցակցել նոր հիմնադրված մասնավոր ռադիոկայանները: Եթերը դարձավ ավելի բազմաբնույթ ու բազմազան:

Մինչև վերջերս ՀՀ հանրային ռադիոն միակն էր, որ ուներ հանրապետական սփռում, այժմ հանրապետական սփռում ունեն մեկ երկու մասնավոր ռադիոընկերություններ՝ «Ռադիո Հայ»-ը և «Երևան»-ը:

Առաջին մասնավոր ռադիոկայանները Հայաստանում հիմնադրվեցին 1990-ական թվականների կեսերին: Այդ տարիներին հանրապետությունն աստիճանաբար դուրս էր գալիս պարտադրված պատերազմից և անցում կատարում խաղաղ, ստեղծագործ աշխատանքի: 1994թ. դեկտեմբերի 5-ին Հայաստանի ամերիկյան համալսարանի մի խումբ ուսանողներ որպես դիպլոմային աշխատանք ներկայացրին մինչ այդ ընդունված չափանիշներին չհամապատասխանող ռադիոօրագրեր, որոնց հիման վրա հիմնադրվեց Հայաստանում առաջին մասնավոր ռադիոկայանը՝ «Հայ FM 105.5»-ը: Արևմտյան ռադիոժուռնալիստիկայի չափանիշներին համապատասխան հիմնադրված ռադիոկայանն աշխատում է լրատվություն-երաժշտություն-գովազդ ձևաչափով: Ձևաչափը՝ ֆորմատը, ռադիոյում երկու իմաստով է օգտագործվում. որպես ռադիոկայանի օրագրերի ամբողջության ձև և ոճ կամ որպես յուրաքանչյուր հաղորդման ձև:²⁶

«Հայ FM 105.5»-ով Հայաստանում սկսվեց մասնավոր ռադիոկայանների ձևավորման գործընթացը: Արդեն մի քանի ամիս անց հիմնադրվեց «Ռադիո Լաստո» ռադիոկայանը, որը եթերային կարճ կյանք ունեցավ, նրան հետևեցին «Արծազանք» ռադիոկայանը, «Ռադիոբուրգը» (այժմ՝ «Արմռադիո»), «Ռադիո Վանը», «Ռադիո Տոսպան» (այժմ՝ «Սիթի FM»), «Ռադիո Հայը», «Ռադիո Շանթը», «Իմպուլս-Մայակը» (այժմ՝ «Լրատվական ռադիո»), «Ռադիո Վեմը» և ուրիշներ: 2013թ. դրությամբ Հայաստանում գործում են 16 մասնավոր, երեք հանրային²⁷ և երկու միջազգային ռադիոընկերություններ, որոնք ռադիոշուկայում ու-

²⁶ Տես՝ Քոկլեր Դ., Ֆորմատ, Ռադիոհեռուստատեսային լուրերի պատրաստման և մատուցման ձեռնարկ, Երևան (թարգմանություն անգլերենից), 2001, էջ 88:

²⁷ ՀՀ հանրային ռադիոն եթեր է հեռարձակվում առաջին օրագրով՝ մետրային, արբանյակային, FM 69,77 ՄՀց, FM 107,6 ՄՀց հաճախականություններով: ՀՀ հանրային ռադիոյի երկրորդ օրագրով եթեր է հեռարձակվում «Իմ Ռադիո» ռադիոկայանը՝ FM 103.8 ՄՀց հաճախականությամբ, իսկ Գյումրի քաղաքում գործում է մարզային «Շիրակ» հանրային ռադիոկայանը, որն եթեր է հեռարձակվում FM 102.5 ՄՀց հաճախականությամբ:

նեն իրենց ուրույն տեղը, եթեր հեռարձակվելու կապուղիները, հեռարձակման շառավիղն ու լսարանը:

Հայաստանի Հանրապետությունում հեռարձակվող ռադիոընկերությունները բաժանվում են երկու հիմնական խմբերի.

- ա. սեփական արտադրանք ունեցող հայաստանյան ռադիոընկերություններ,
- բ. օտարերկրյա ռադիոընկերություններ, որոնք հայաստանյան ռադիոդաշտում տարվող տեղեկատվական և գովազդային քաղաքականության միջոցով զգալի դերակատարում ունեն ԶՀ ռադիոշուկայում:

Սեփական արտադրանք ունեցողները հայաստանյան ռադիոշուկայում մասնագիտացված են օպերատիվ տեղեկատվության, ժամանցային, գիտահանրամատչելի, մարզական, վերլուծական և երաժշտական հաղորդումների մատուցման ասպարեզում, շուկայական հարաբերությունների պայմաններում նրանք կարողացել են գտնել նյութի հեռարձակման այնպիսի ձևեր և մեթոդներ, որոնք օգնում են եթեր հեռարձակելու մրցունակ արտադրանք, ինչպես նաև ակնկալելու շահույթ:

Երկրորդ խմբի մեջ են մտնում այն օտարերկրյա ռադիոընկերությունները, որոնք գովազդային և տեղեկատվական քաղաքականությամբ ակտիվորեն ներգրավված են հայաստանյան էլեկտրոնային լրատվադաշտում: Նրանց շարքում կան լրատվամիջոցներ, որոնք մասնակի օտարերկրյա վերահեռարձակողներ են, ինչպես օրինակ՝ «Ռուսկոյե ռադիո», «Մայակ», «Ավրորա», «Ավտոռադիո» (Ռուսաստանի Դաշնություն) ռադիոկայանները: Իսկ միջպետական պայմանագրով ամբողջությամբ հեռարձակվում են ֆրանսիական «RF1» և «Ազատություն» ռադիոկայանները:

Այժմ Հայաստանի Հանրապետությունում գործում են մի շարք խոշորագույն միջազգային ռադիոկայանների թղթակցական կետեր («Ազատություն», «Ամերիկայի ձայն», «ԲԻ-ԲԻ-ՍԻ» ռադիոընկերություններ):

Այսօր Հայաստանի սահմաններից դուրս բնակվող մեր հայրենակիցները, ինչպես նաև օտարազգիները, օնլայն, շուրջօրյա ռեժիմով

հնարավորություն ունեն ունկնդրելու Լոս Անջելեսում գործող «Երևաննայթս», Բոստոնի «Անկախ ծայնասփյուռ», Մոնրեալի «Նա-րեգ», Փարիզի «Այբ FM», Բեյրութի «Սևան», «Վանա ծայն», Մոնտեվիդեոյի «Ռադիո Արմենիա» և այլ ռադիոկայանների հաղորդումները: Վերջիններս կազմված են հայկական երաժշտական արվեստի լավագույն ստեղծագործություններից, ինչպես նաև Հայաստանում, Արցախում, Սփյուռքում և աշխարհում տեղի ունեցող իրադարձությունների մասին պատմող հայերեն լրատվական թողարկումներից, բազմաթիվ հանրամատչելի և ուսուցողական հաղորդաշարերից և ծրագրերից:

Հայաստանի հանրային ռադիոն արդի փուլում

ՀՀ մայր ռադիոյում որակապես նոր ռադիոհաղորդումների ձևավորման սկիզբը դրվեց դեռևս 1990-ական թվականների սկզբներին, երբ կատարվեցին կառուցվածքային տեղաշարժեր, կրճատվեց այլ ռադիոկայաններից (հատկապես ռուսական) ներմուծվող քաղաքական բնույթի ռադիոհաղորդումների տեսակարար կշիռը՝ աստիճանաբար մեծացնելով տեղական ռադիոծրագրերի ծավալը: Հիմնադրվեցին հասարակական-քաղաքական, սոցիալ-տնտեսական, երիտասարդական մի շարք հաղորդումներ ու ծրագրեր, որոնք նորություն էին ռադիոյում, կազմվեց նոր լրատվական, վերլուծական հաղորդումների ցանց, տեխնիկապես հնարավոր դարձավ ռադիոէթերը դարձնել «կենդանի», եթեր տրվեցին և այժմ էլ շարունակվում են հեռարձակվել հաղորդումներ, որոնք ոչ վաղ անցյալում քաղաքական և գաղափարական նկատառումներով հաճախ արգելվում էին:

Ժամանակակից փուլում առավել մեծ լսարան ունեն ՀՀ հանրային ռադիոյի «Խոսենք հայերեն», «Հատվող եթեր», «Ապրելու բանաձև», «Մեկ գավաթ սուրճ», «Խելք-խելքի», «Մի դերասանի թատրոն», «Ժամանակի վկան» և այլ հեղինակային հաղորդումները:

2001-ին Հայաստանի ազգային ռադիոն վերանվանվեց Հայաստանի հանրային ռադիոյի (ՀՀՌ): 2005-ին ՀՀՌ-ն դարձավ Եվրոպայի հեռարձակողների միության լիիրավ անդամ, ձեռք բերեց այդ միության

բոլոր նախագծերը հեռարձակելու իրավունք: 2007-ին առաջին անգամ՝ «Արևիկ» մանկական երգչախմբով, մասնակցեց և հեռարձակեց «Եվրատեսիլ» մրցույթը:

Ներկայումս ՀՀ-ն իրականացնում է 15 լեզվով օրական 52 ժամ տևողությամբ հաղորդումներ՝ համաշխարհային սփռումով: Միջազգայնորեն ճանաչված միակ ռադիոկայանն է, որն ունի քրդերեն, եզդիերեն, ասորերեն հաղորդումներ: Ունի նաև 8 լեզվով միջազգային համացանցային էջ:

ՀՀ հանրային ռադիոյի գործունեության արդյունավետությունն առավել բարձրացավ պաշտոնական մոլտիմեդիա վեբ-կայքի հիմնադրումից հետո, որի միջոցով ներկայացվում են հաղորդաշարերը, բաժինները, խմբագրությունները: Կայքի միջոցով հնարավորություն է տրվում օնլայն եղանակով ունկնդրելու հանրային ռադիոյի հաղորդումները, ինտերակտիվ կապի միջոցով տեղեկատվական հաղորդակցություն հաստատել ռադիոընկերության տարբեր ստեղծագործական խմբերի և խմբագրությունների հետ: Կայքը մեծապես օգնում է արդյունավետ կազմակերպելու Սփյուռքի համար տրվող հաղորդումների հեռարձակումը, անմիջական կապ հաստատելու սփյուռքի տարբեր գաղթօջախների հետ հատկապես «Կամուրջ» ծրագրի շրջանակում:

Սփյուռքի և արտերկրի համար տրվող հաղորդումները ՀՀ հանրային ռադիոյում

Աշխարհում քիչ թվով պետություններ կան, որոնք ունեն մեծ գաղթօջախներ, և որոնց էթնիկ բնակչության մեծ մասը գտնվում է պետության սահմաններից դուրս: Հայ ժողովրդի մեծ մասը գտնվում է Հայաստանի Հանրապետության սահմաններից դուրս:

ՀՀ հանրային ռադիոն արդեն 60 տարի «Եթերային» կամրջի միջոցով հաստատուն կապ է ստեղծել Մայր հայրենիքի և աշխարհասրբի ու հայության միջև:

Իսկ ամեն ինչ սկսվեց 1944 թվականին, երբ հանրապետական ռադիոն առաջին անգամ փորձնական հաղորդումներ պատրաստեց

Մերձավոր Արևելքում ապրող մեր հայրենակիցների համար: Սփյուռքի մեր հայրենակիցներն առաջին անգամ լսեցին հայրենիքի ծայրը, որը նրանց համար հնչեց իբրև երազ, իբրև կարոտ ու խաբրիկ: Խորհրդային կառավարությունը, հաշվի առնելով Հայրենական Մեծ պատերազմում սփյուռքահայերի գործունե աջակցությունն ու նյութական օգնությունը, թույլատրեց եթերակապ հաստատել Մերձավոր Արևելքում ապրող մեր հայրենակիցների հետ:

«Երևանն է խոսում, Երևանն է խոսում», - այսպես սկսվեցին Սփյուռքի մեր հայրենակիցների համար տրվող առաջին ռադիոհաղորդումները, որոնք հետագայում դարձան մշտական «Եթերային» կամուրջ, օպերատիվ լրատվական կապ հաստատելով Մայր հայրենիքի հետ՝ դառնալով մեր հայրենակիցների կենցաղի անբաժանելի մասը, պապերի օրրանի հետ հաղորդակցվելու միջոց:

Եթերի բացման առաջին խոսքի («Երևանն է խոսում» նախադասությամբ) պատիվն է ունեցել Հայաստանի ժողովրդական արտիստուհի Հրաչուհի Ջինանյանը: Տիկին Հրաչուհու «Եթերային» կյանքում ուշագրավ էր հետևյալ իրադարձությունը. 1962 թվականին, երբ նա այցելել էր Սփյուռք, Երևանի ռադիոկայանի ունկնդիրների հետ հանդիպման, ներկաներից մեկը՝ տպավորված լինելով հաղորդավարուհու աշխատանքով խնդրել է՝ «Կաղաչեմ՝ Երևանն է խոսում, ըսեք»:

1946թ. հունիսի 27-ին հանրապետական ռադիոն ողջունեց զանգվածային հայրենադարձության առաջին քարավաններին: Եթեր տրվեցին մի շարք հաղորդումներ՝ նվիրված այդ իրադարձությանը: 1947թ. հոկտեմբերի 10-ին՝ ժամը 19.00-ին՝ մեր հայրենակիցներին ողջունեցին Ավետիք Իսահակյանը և Վահրամ Փափազյանը:

Անմահ Կոմիտասի «Գարուն ա» երգի՝ հայի հոգու խորքը թափանցող մեղեդու, կոչնակներով բացվող ռադիոյի ծայրը հասավ Լիբանանի, Սիրիայի, Իրանի, Քուվեյթի, Թուրքիայի, Եգիպտոսի, Կիպրոսի, Հորդանանի հայ բնակչությանը:

«Չեմ կրնար թաքցնել ուրախությունս, անընդհատ կուլամ, երբ կլսեմ Հայաստանի ռադիոկայանէն Երևանի ծայրն ու երգերը: Այդ պահուն հպարտ կզգամ ինքզինքս զգալով, որ հայրենիք մը ունիմ, որ օր-օ-

րի կ'առաջադիմէ»:²⁹ Հալեպահայ Ներսես Գալֆայանի խոսքը կարծես խտացնում էր մեր հազարավոր հայրենակիցների իղծերն ու կարոտը, սերը վերագտած հայրենիքի նկատմամբ:

Սփյուռքի համար տրվող հաղորդումների խմբագրությունն աստիճանաբար ընդլայնեց ռադիոհաղորդումների աշխարհագրությունը: 1950-ականների սկզբին բացվեց արաբերեն լեզվով հաղորդումների բաժինը: Հայաստանի ձայնը թափանցեց արաբական երկրներ: Ամենօրյա մեկժամյա այդ ծրագիրը, որը պատրաստում ու ձայնասփռում էին խմբագրության աշխատակիցները, միլիոնավոր արաբ ունկնդիրներին պատմում էր Հայաստան աշխարհի, հայ-արաբական կապերի մասին:

Սփյուռքի հետ կապը մերձեցնելու համար 1957թ. ստեղծվեց արտասահմանի համար տրվող հաղորդումների վարչություն, որի հիմքի վրա 1983թ. ստեղծվեցին երկու գլխավոր խմբագրություններ՝ հաղորդումների ընդհանուր ծավալը հասցնելով 6,5 ժամի, իսկ 1993թ. խմբագրությունները միավորվեցին «Արաքս» ռադիոգործակալության մեջ, որն հետագայում կոչվեց «Հայաստանի ձայն» գործակալություն, իսկ այժմ՝ սփյուռքի և արտերկրի համար պատրաստվող հաղորդումների խմբագրություն:

1955թ. սկսվեցին կանոնավոր հաղորդումներ եթեր հեռարձակվել եվրոպական երկրներում ապրող մեր հայրենակիցների համար: Հայրենիք-սփյուռք կապերի «ոսկի կամրջի» իր առաքելությունը ռադիոն տարեցտարի ավելի մեծացրեց՝ ծրագրերում ընդգրկելով և եթերաժամ հատկացնելով ոչ միայն օտարերկրյա զբոսաշրջիկներին ու Հայաստան այցելած պատվիրակությունների անդամներին, այլև Մայր հայրենիքում ամեն տարի կատարելագործվելու եկած սփյուռքահայ ուսուցիչներին, տարաշխարհի հայ գրականության, մշակույթի, մամուլի, ռադիոյի աշխատակիցներին:

Տարիներ անց՝ 1962թ-ի օգոստոսի 5-ին Հայաստանի ձայնը հասավ Հյուսիսային և Լատինական Ամերիկա:

²⁹ Տես՝ Ոսկանյան Վ., Երևանն է խոսում, այսպես սկսվեց 1947թ. հոկտեմբերի 10-ը, «Եթերում է Երևանը», 1969, 5-ը ապրիլի:

Յուրաքանչյուր օր ՀՀ հանրային ռադիոյի Սփյուռքի և արտերկրի համար տրվող հաղորդումների խմբագրությունը 15 լեզուներով 9 ժամ ռադիոհաղորդումներ է պատրաստում արտերկրի ռադիոունկնդիրների համար, նրանց պատմում Հայաստանի Հանրապետության տնտեսական, սոցիալական, գիտական ու մշակութային կյանքի, մեր պատմության, հայրենիք-սփյուռք առնչությունների ու դրանց սերտացման կենսական նշանակության մասին: Յուրաքանչյուր օր հայերեն, արաբերեն, պարսկերեն, քրդերեն, ռուսերեն, ուկրաիներեն, եզդիերեն, ադրբեջաներեն, վրացերեն, անգլերեն, ֆրանսերեն, գերմաներեն, իսպաներեն, թուրքերեն, ասորերեն լեզուներով հաղորդումներ է ձայնասփռվում հայ և օտարալեզու լսարանի համար՝ օրվա թարմ տեղեկատվությունը հասցնելով աշխարհի ավելի քան 100 երկրներում ապրող մեր հայրենակիցներին ու այլազգի ռադիոունկնդիրներին:

Ամեն օր ճիշտ նույն ժամին եթերում հնչում են «Երևանն է խոսում» բառերը, ռադիոընդունիչների մոտ հավաքելով սփյուռքի հարյուր հազարավոր մեր հայրենակիցների՝ լսելու հայրենիքի մասին հեռարձակվող ամենաթարմ նորությունները:

«Հավատով կամրջենք Սփյուռքը Հայրենիքին» բնաբանը կրող «Կամուրջ» ծրագրի ամենօրյա հաղորդումներում մանրամասն վերլուծության են ենթարկվում ու լայնորեն ներկայացվում Հայաստանի Հանրապետությունում տեղի ունեցող քաղաքական, տնտեսական, սոցիալական նշանակալից դեպքերն ու իրադարձությունները: Խմբագրությունը բազմաթիվ ռեպորտաժներ, հարցազրույցներ, թղթակցություններ է պատրաստում հանրապետության տարբեր մարզերից ու Լեռնային Ղարաբաղի Հանրապետությունից, ակնարկներ՝ մեր ժամանակակիցների և գոհված ազատամարտիկների մասին:

Հայրենիք-սփյուռք կապն առավել ամրապնդելու համար «Կամուրջ» ծրագիրն ամիսը մեկ կամ երկու անգամ «Եթերային» հեռախոսակապ է հաստատում հայաշատ գաղթօջախներում գործող հայկական հասարակական և հոգևոր-եկեղեցական կառույցների պատասխանատուների հետ:

«Կամուրջ» ծրագրի օրակարգային հիմնախնդիրներից է նաև մայրենիի անադարտ պահպանման քարոզչությունը, սփյուռքահայությանը մայրենին ողջ հմայքով հասցնելը, նրա գեղեցկությունն ու հարստությունը հավուր պատշաճի ներկայացնելը: Ցանկալի արդյունքին հասնելու համար խմբագրության լրագրողները եթերից հնչեցնում են միայն ու միայն մաքուր ու անադարտ հայերենը: Ծրագիրն այդ հարցում անում է հնարավորը: Հաղորդումներ են պատրաստվում թե՛ արևելահայերենով, թե՛ արևմտահայերենով, զգալի տեղ են հատկացվում հայոց լեզվի, լեզվաբանության, հայ գրականության ու գրականագիտության հարցերին: Վերջին տասնամյակների ընթացքում խմբագրությանը հաջողվել է ստեղծել հարուստ ծայնադարան: Հեռարձակվող հաղորդումներում բավականին տեղ է հատկացվում ինչպես սփյուռքահայ ժամանակակից բանաստեղծ-գրողներին, այնպես էլ՝ հայ դասականներին:

ՀՀ մասնավոր FM ռադիոկայանների ձևաչափերը (ֆորմատներ)

«Ձևաչափ»՝ ֆորմատ, հասկացությունը առաջին անգամ օգտագործվել է 1950-ական թվականներին, ԱՄՆ-ում: Սկզբնապես այն նշանակում էր ռադիոկայաններում հեռարձակվող երաժշտական ուղղությունների հավաքածու, որը պահպանվեց մինչև 1970-ական թվականները: 1970-ականների կեսերին այդ ուղղություններին ավելացան նաև «News» և «Talk» ձևաչափերը:³¹

«Ձևաչափ»՝ ֆորմատ, հասկացությունը առաջին հերթին, արտահայտում է հեռարձակվող հաղորդման կամ կայանի գործունեության հիմնական սկզբունքներն ու չափանիշները, հիմնական ուղղությունները, որոնք նպատակաուղղված են կոնկրետ լսարանի, նրա լսելիության, տեղեկատվական և գեղագիտական պահանջների բավարարմանը:

³¹ Տե՛ս՝ «Основы радиожурналистики», под. ред. А.А. Шереля, классический университетский учебник, Москва, 2005, стр. 420.

Ըստ ամերիկյան ռադիոտեսաբան Դեյվիդ Քոհլերի՝ այս եզրույթը ռադիոյում օգտագործվում է երկու իմաստով. որպես կայանի ծրագրերի ամբողջության ձև և ոճ կամ պարզապես հաղորդման ձև:³² Այդ կարծիքին են մաս ռուս տեսաբանները:³³

ՀՀ մասնավոր ռադիոլուրտի զարգացմանը նպաստեց կոմերցիոն ռադիոկայաններում կիրառվող համակարգչային ծրագրավորումը, որը հաճախ կոչվում է մաս «ծրագրավորված անիվ»: ՀՀ մասնավոր ռադիոհեռարձակման ցանցի ծրագրավորումն էականորեն տարբերվում է ՀՀ հանրային ռադիոընկերության ծրագրավորումից, որը մասնավոր ռադիոկայանների առանձնահատկությունն ու լսարան գրավելու հնարանքներից մեկը:

FM ձևաչափի ռադիոկայանների հեռարձակման ցանցը, սովորաբար, կազմված է լինում հետևյալ բաժիններից.

- ❖ լուրերի թողարկում,
- ❖ երաժշտություն,
- ❖ գովազդ,
- ❖ եթերի «ձևավորման» տարրերից՝ երաժշտական կոչնակներ, հաղորդումների ծանուցում, ինքնագովազդ և այլն:

Իսկ համաձայն ընդունված կարծիքի, առաջին ձևաչափը՝ ֆորմատը, հիմնադրել են 1950-ական թվականներին: ԱՄՆ-ի Նեբրասկա նահանգի Օմախա քաղաքի ռադիոկայանի երկու աշխատակիցների հնարամտության շնորհիվ ստեղծվեց և հետագայում մեծ ճանաչում ստացավ «Top-40» ձևաչափը:

Այսօր աշխարհում, գոյություն ունեն հարյուրավոր ռադիոձևաչափեր, որոնք պայմանականորեն կարելի է բաժանել երեք խոշոր խմբերի.

- ❖ երաժշտական,
- ❖ լրատվական-երաժշտական,

³² Տես՝ Քոհլեր Դ., Ռադիոհեռուստատեսային լուրերի պատրաստման և մատուցման ձեռարկ, թարգմ. անգլերենից, Երևան, 2001, էջ 88:

³³ Տես՝ "Основы радиожурналистики", под. ред. А.А. Шереля, классический университетский учебник, Москва, 2005, стр. 366, Смирнов В.В., Формы вещания, Москва, 2002, стр. 129, Ружников В.Н., "Маяк" и некоторые вопросы программной деятельности радиовещания: Вестн. Моск. ун-та, Москва, Сер. Журналистика, № 10, 1994, Любосветов Д., Вы слушаете "Маяк" ..., Журналист, Москва, 1992, № 7.

❖ լրատվական:

Աշխարհում գործում են կայուն ձևաչափ ունեցող մի քանի տասնյակ հազար ռադիոկայաններ, որոնց մեջ գերակշիռ տեղ են զբաղեցնում լրատվական-երաժշտական FM ձևաչափով աշխատող ռադիոկայանները: Այս ձևաչափի ռադիոկայանները սկսած 1950-60-ական թվականներից մեծ տարածում գտան ողջ աշխարհում: FM ձևաչափը հնարավորություն է տալիս օպերատիվ թարմ լուրերը, առավելագույնը 3-5 րոպե, ներառել ռադիոկայանի օրվա «ծրագրավորված անիվի մեջ»՝ նրան հատկացնելով կայուն տեղ և ժամաքանակ:

FM տիպի ռադիոկայան առաջին անգամ արտոնագրել է ամերիկացի գյուտարար Էդվին Արմսթրոնգը 1933թ. դեկտեմբերի 26-ին: Արտոնագրումից գրեթե կես տարի անց նա փորձարկումներ անցկացրեց Նյու Յորքում՝ փորձելով FM տիրույթից հեռարձակել երգեհոնային երաժշտություն: Ի տարբերություն AM տիրույթով հեռարձակվածի՝ FM տիրույթից հեռարձակված երաժշտությունը շատ մաքուր էր, բարձր և ավելի լսելի:

FM (Frequency modulation «կապուղային մոդուլյացիա») ձևաչափը եթեր էր հեռարձակվում գերկարճալիք դիապազոնի վերին հաճախականությամբ և երկար տարիներ անհասանելի է եղել նախկին Խորհրդային Միության երկրների ռադիոլսարանի համար: ԽՍՀՄ-ում գործում էր ցածր հաճախականության սեփական ռադիոընդունիչների համար նախատեսված դիապազոնը, որին հասանելի չէր արտասահմանյան «FM» կայանների հեռարձակումները:

ԽՍՀՄ-ում, Մոսկվայում՝ 1964թ. հիմնվեց FM ձևաչափով աշխատող «Մայակ» ռադիոկայանը, որն իր տեսակի և ձևի մեջ նորություն էր և այժմ էլ հաջողությամբ հեռարձակվում է ռուսական ռադիոեթերում:

Հայաստանում գործում են 15 լիցենզավորված FM ձևաչափի ռադիոկայաններ, որոնցից տասներեքը մայրաքաղաքում, երկուսը՝ մարզերում:³⁴

³⁴ «Վեմ» ռադիոկայանը հեռարձակվում է ՀՀ կառավարության որոշմամբ, իսկ «Իմ ռադիոն» հեռարձակվում է ՀՀ հանրային ռադիոյի երկրորդ ծրագրով և մաս է կազմում ՀՀ հանրային ռադիոյին:

ՀՀ-ում գործում են երկու տեսակի FM ձևաչափով ռադիոկայաններ՝ լրատվական-երաժշտական և լրատվական: ՀՌԱՀ-ի կողմից անցկացված անալոգային լիցենզավորման մրցույթներում (2002-2008թթ.) բոլոր ռադիոկայանների ձևաչափը լրատվական-երաժշտական է եղել, հետագա տարիներին երկու ռադիոկայաններ՝ «Արմռադիոն» և «Լրատվական ռադիոն» որդեգրեցին լրատվական ուղղվածությունը:³⁶

Իսկ ՀՀ ռադիոշուկայում գործող մյուս մասնավոր ռադիոկայանները մասնագիտացված են կոնկրետ երաժշտական ուղղությունների ներկայացմամբ և քարոզչությամբ: Այս ձևաչափերը լայն տարածում ունեն ողջ աշխարհում և ունեն մշտական, կայուն լսարաններ: Հայաստանյան ռադիոշուկայում գործող ռադիոկայանների մեծ մասը մասնագիտացված են տարբեր երաժշտական ուղղությունների՝ ռեպ, պոպ, բլյուզ, ջազ և այլն, ներկայացմամբ և քարոզմամբ:

ՀՀ մասնավոր ռադիոկայանների ձևավորումն ու զարգացումը նպաստավոր պայմաններ ստեղծեց նոր խոսք և ասելիք ունեցող հեղինակային հաղորդումների համար:

Մասնավոր ռադիոշուկայում հեղինակային հաղորդաշարերի և ծրագրերի պատրաստման և հեռարձակման առաջատարներից են «Վեն», «Արմռադիո», «Ռադիո Վան», «Լրատվական ռադիո», «Արծագանք» և այլ ռադիոկայաններ:

Մասնավոր ռադիոկայանների պատրաստած հեղինակային հաղորդաշարերն ու ծրագրերը բաժանվում են մի քանի խմբերի. առավել ընդունված են երաժշտական-ժամանցային ծրագրերը: Մնացած մասը հատկացված է լրատվական-վերլուծական, տեղեկատվական-ժամանցային, գրական-գեղարվեստական բնույթի հեղինակային հաղորդումներին: Այս բաժանումները հիմնականում ձևավորվեցին լսարանի հետ անմիջական շփման շնորհիվ:

³⁶ «Իմպուլս» ռադիոկայանը, այժմ՝ «Լրատվական ռադիո», ՀՀ ռադիոշուկայում աշխատում է լրատվական FM ձևաչափով, յուրաքանչյուր 15 րոպեյն մեկ թարմացնելով հեռարձակվող լրատվական բլոկները:

ՀՀ ռադիոշուկայում գործող «Արմռադիոն» աշխատում է օպերատիվ և հրատապ լրատվության ձևաչափով:

Վերջին տարիներին «Արծազանք» ռադիոկայանով եթեր են հեռարձակվում Բեյրութի «Սևան» ռադիոկայանի հեղինակային հաղորդումները (հատկապես, կընդգծեինք «Բաժակ մ'սուրճին շուրջ» հեղինակային հաղորդումը):

ՀՀ-ում գործող մասնավոր ռադիոկայանները բավական մեծ տեղ են հատկացնում խաղարկային ծրագրերին, հատկապես առավոտյան, երեկոյան և գիշերային եթերաժամերին, որոնք վարում են փորձված լրագրողներ, բացառապես ուղիղ եթերի պայմաններում, ակտիվ կապ պահպանելով ռադիոունկնդիրների հետ («Ավտոռադիո», «Ռադիո Ավրորա», «Արծազանք» և այլն): Խաղարկային հաղորդումներում աստիճանաբար ձևավորվեց շփման մի միջավայր, որը ռադիոունկնդրին սկսեց կապել տվյալ հաղորդաշարին, դարձնելով նրա մշտական մասնակիցն ու ունկնդիրը:

Ռադիոշարք, ռադիոալիք, ռադիոհանդես, ռադիոթողարկում

Ռադիոշարք:

Ռադիոշարքը հաղորդումների մի ամբողջություն է՝ թեմայով, խորագրերով, ծրագրավարներով, գլխավոր գործող անձանցով փոխկապակցված: Ռադիոշարքը կազմված է ինքնուրույն հաղորդումներից, որոնք եթեր են հեռարձակվում կոնկրետ ժամանակահատվածում և ունեն բազմաշերտ լսարան: ՀՀ ռադիոլորտում նմանատիպ շարքեր են պատրաստում ՀՀ հանրային ռադիոն, «Վեն», «Արմռադիո», «Լրատվական ռադիո», «Ռադիո Վան», «Արծազանք» ռադիոկայանները: Այդ ռադիոշարքերը կոնկրետ թեմատիկայի շուրջ ապահովում են հաղորդումների պարբերականություն և կայուն լսարան: Քննարկվում են հասարակական հետաքրքրություններ կայացնող հիմնահարցեր՝ տվյալ ոլորտի մասնագետների, անվանի փորձագետների, հասարակական կազմակերպությունների ներկայացուցիչների, ռադիոունկնդիրների մասնակցությամբ: ՀՀ ռադիոեթերում ռադիոշարքերի պատրաստման հաջողված օրինակներ են՝ «Լյուսնես», «Կամուրջ», «Ջարթուցիչ», «Մի դերա-

սանի թատրոն», «Ժամանակի վկա», «Խոսենք հայերեն», «Հոգևոր զրույցներ», «Մտորումներ», «Սա Հայաստան է՝ և վերջ», «Երաժշտական ընդմիջում» և այլն:

Ռադիոայիք:

Դեռևս 1962 թվականին, երբ Հայաստանի հանրապետական ռադիոյում հիմնադրվեց «Երիտասարդություն ռադիոկայանը», լուրջ նախադրյալներ ստեղծվեցին ռադիոյի այս նոր թեմատիկ ձևաչափի զարգացման համար: Նորաստեղծ «Երիտասարդություն» ռադիոկայանը ներկայացնում էր ամենօրյա, օպերատիվ տեղեկատվություն հայ երիտասարդության կյանքի տարբեր բնագավառներից, հետաքրքրաշարժ նյութեր հայ և օտարերկրյա երիտասարդական հանդեսներից և թերթերից, նորություններ միջազգային թեմաներով, մարզական նորություններ, միացումներ հանրապետության տարբեր քաղաքների հետ, ելույթներ, զանազան երաժշտական կոմպոզիցիաներ և էտյուդներ:

Ռադիոթողարկում:

Ռադիոթողարկումը միաժամանակ ներառում է լուրեր, հարցազրույցներ, հաշվետվություն, ռեպորտաժներ, թղթակցություններ, զրույցներ, ակնարկներ, ֆելիետոններ, ռադիոունկնդիրների նամակներ: Ռադիոթողարկման ձևերը հանրապետական ռադիոյի եթերում դրսևորվել են տարբեր ձևաչափերով: Օրինակ, Հայաստանի հանրային ռադիոյի հասարակական-քաղաքական, Սփյուռքի և արտերկրի համար տրվող հաղորդումների, մարզական, երաժշտական, մանկապատանեկան և երիտասարդական հաղորդաշարերը կազմվել և կազմվում են տեքստային, ձայնային և երաժշտական բազմաթիվ կտորներից, որտեղ կա, թե՛ թեմատիկ բազմազանություն, թե՛ ժանրային առանձնահատկություններ և թե՛ լրագրողական վարպետություն:

Տեղեկատվական բնույթի ռադիոհաղորդումներում հիմնական ձև է համարվում լրատվական թողարկումը: Այն ընդգրկում է օպերատիվ, հրատապ տեղեկատվական լուրեր, ուղիղ միացումներ, ամփոփ տեղեկատվություն: Նորությունների թողարկման բնույթը և հեռարձակումը հիմնականում պայմանավորված ռադիոկայանի ձևաչափով, եթեր հեռարձակվող հաղորդումների տևողությամբ, հրատապությամբ,

օպերատիվությամբ: Տեղեկատվական հաղորդումների այս ձևի կիրառումը Հայաստանի հանրային և մասնավոր ռադիոկայաններում էականորեն տարբերվում են միմյանցից: Եթե Հայաստանի հանրային ռադիոյի «Ռադիոլուր» լրատվական ծառայությունն իր թողարկումների հեռարձակման ծավալը կարող է հասցնել մինչև 25-35 րոպեի, ապա մասնավոր ռադիոկայանների լրատվական թողարկումները կարող են տևել ընդամենը 3-5 րոպե: Եթե Հայաստանի հանրային ռադիոընկերությունը լրատվական թողարկումներ պատրաստելու համար հիմնականում օգտվում է սեփական լրատվական ցանցից, ապա լրատվական-երաժշտական ձևաչափի ռադիոկայանները հիմնական լրատվությունը ստանում են Հայաստանի լրատվական գործակալություններից, որն էլ նրանց հնարավորություն է տալիս կարճ ժամանակահատվածում եթեր հեռարձակել առավելագույն թվով լուրեր:

Համաշխարհային և հայաստանյան ռադիոհեռարձակման պրակտիկայում գոյություն ունեն լրատվական թողարկումների հեռարձակման մի քանի ընդունված ձևեր, ինչպիսիք են՝

- ա. ընդհանուր կամ ունիվերսալ բնույթի լրատվական թողարկումներ, որոնք ներառում են տեղեկատվական բնույթի տարբեր թեմաներ՝ պետական-պաշտոնական, հասարակական-քաղաքական, տնտեսական, գիտական, մշակութային, մարզական և այլն:
- բ. թեմատիկ, որն ընդգրկում է տեղեկատվության կոնկրետ թեմա, օրինակ՝ միջազգային լրատվություն, մարզական լուրեր և այլն:

Հայաստանյան ռադիոդաշտում նորությունների պատրաստման, թողարկման և եթեր հեռարձակման քաղաքականությամբ առանձնանում է «Լրատվական ռադիոն», որն ամեն 15 րոպե մեկ թարմացնում է հեռարձակվող լրատվությունը՝ լսարանին մատուցելով ամենաթարմ և օպերատիվ նորություններ:

Լրատվական թողարկումները դասակարգվում են նաև ըստ պարբերականության և արտակարգ հաղորդագրության:

Ռադիոլրատվական թողարկումների կազմման ժամանակ կիրառվում են մի շարք ընդունված մոդելներ, որոնցից մեծապես օգտվում են հայաստանյան ռադիոլրատում գործող բոլոր ռադիոկայանները: Դրանք են.

ա. գլխավոր թեմատիկ բաժիններից բաղկացած լրատվական թողարկման մոդելը,

բ. լուրերի թողարկման անընդհատություն ապահովող մոդելը:

Լրատվական թողարկումների կարևոր թեմատիկ բաղադրիչներ են նաև ռադիոկայանների կոչնակները, հատուկ ընտրված «երաժըշտական կտորները», որոնց ուղեկցությամբ հեռարձակվում են նորությունների խորագրերը, իսկ հաճախ էլ ողջ թողարկումը: Այս բոլորի միասնություն էլ ստեղծում է լրատվական ծրագրերի, մեզ ծանոթ, ամենօրյա պատկերը:

Ռադիոհանդես.

Ռադիոհանդեսն իր բնույթով ուրույն, կայուն պարբերականություն ունեցող թեմատիկ ձևաչափ է, որը մեկ հաղորդման մեջ ընդհանրացնում է տարբեր ժանրային և թեմատիկ առանձնահատկություններ ունեցող ձայնային «նյութեր» և «կտորներ»:

Ռադիոհանդեսի կարևոր հատկանիշներից են հեռարձակվող նյութի թեմատիկ միասնությունն ու մատուցումը, ինչպես օրինակ՝ իրավական, քաղաքական, հոգևոր, մարզական, երաժշտական և այլն: Այս հատկանիշների կիրառմամբ են աշխատում հայաստանյան ռադիոկայանների մեծ մասը, որոնք հեռարձակման ցանցում պարբերաբար ընդգրկում են թեմատիկ միասնական կառույց ունեցող ռադիոհանդեսներ: Եթե մասնավոր ռադիոկայանները, հիմնականում պատրաստում են երաժշտական հաղորդումներ, ապա Հայաստանի հանրային ռադիոընկերությունը, հաշվի առնելով լսարանային պահանջները, ունի ավելի լայն թեմատիկ և ժանրային ընդգրկում, որն էլ հնարավորություն է տալիս տարբեր խմբագրությունների և ստեղծագործական խմբերի ուժերով պատրաստելու ռադիոհանդեսներ:

Ռադիոհանդեսի եթերային տևողությունը սովորաբար 30-40 րոպե է:

Ռադիոհանդեսի նյութի մատուցման ժամանակ հատկապես կարևորվում է հաղորդման ծրագրավարի դերը: Ծրագրավարի գործառնությունները բազմազան են, նա փոխկապակցված ներկայացնում է թողարկման ողջ նյութը, կենդանի կապ է ստեղծում լսարանի հետ, որն օգնում է նրան անմիջականություն հաղորդել թողարկմանը և առավել բազմազան և լսելի դարձնել ներկայացվող նյութը:

Ռադիոն համացանցում (ՀՀ և սփյուռքում գործող ռադիոընկերությունների օրինակով)

Վերջին երկու տասնամյակներում ձևավորված և զարգացում ապրած համացանցը, բարենպաստ պայմաններ ստեղծեց ՁԼՄ-ների համար: Համացանցի հնարավորությունների օգտագործումը բերեց նրան, որ ավանդական ՁԼՄ-ները կարողացան ստեղծել մինչ այդ նախադեպը չունեցող առցանց տարբերակներ, հիմնադրվեցին առցանց մամուլ, ռադիո և հեռուստատեսություն:

Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների բուռն զարգացումը նոր հնարավորություններ և ասպարեզ բացեց զանգվածային լրատվամիջոցների զարգացման, լսարաններ նվաճելու և միջազգային ճանաչման հասնելու համար: Համացանցի զարգացմանը զուգընթաց աճեց նաև կապի որակը, արագությունը, օգտատերերի թիվը: Համացանցի հնարավորությունների օգտագործումը լուրջ մարտահրավերների առջև կանգնեցրեց հեռարձակման հաճախակություններից օգտվող ռադիոկայաններին, որոնք կարճ ժամանակահատվածում կորցրեցին կայուն լսարանը, ինչպես նաև ռադիոազդեցության շառավղի մի մասը: Ժամանակակից մարտահրավերների պայմաններում ավանդական ռադիոն փորձում է որոշակի ճկունություն դրսևորել և գտնել ոչ ստանդարտ մոտեցումներ ու լուծումներ, որպեսզի պահպանի կենսունակությունը:

Միջազգային ասպարեզում առցանց ռադիոյի լավագույն օրինակ է՝ 2000թ-ից ԱՄՆ-ի Կալիֆոռնիա նահանգում գործող «Pandora» (www.pandora.com) առցանց ռադիոն: «Pandora» առցանց ռադիոն խոշո-

րագույնն է աշխարհում և ունի ամսական մինչև 80 միլիոն ակտիվ օգտատեր-այցելու: «Facebook» սոցիալական ցանցում ռադիոկայանի գրանցված խմբի անդամների թիվն անցնում է երեք միլիոնը (2013թ.): Ունենալով երաժշտական համարների ահռելի մեծ ռեսուրս՝ առցանց ռադիոկայանը կարողանում է հաշված վայրկյանների ընթացքում ավտոմատ համակարգով գտնել և ունկնդրին մատուցել ցանկացած երաժշտական համար, ընդունել պատվերներ և երաժշտական համարը հեռարձակել պատվիրված ժամանակահատվածում: Ռադիոունկնդիրը «Pandora»-ի ծառայություններից օգտվելու համար նախօրոք գրանցվում է ռադիոյի վեբ-կայքում՝ նշելով իր էլեկտրոնային փոստի տվյալները: Առցանց ռադիոկայանն ունի վճարովի և անվճար բաժանորդագրային ցանց, որից անվճարը գովազդով է, իսկ վճարովինը՝ առանց գովազդի: Ինչպես նշում է «gazeta.ru»-ն, 2013թ. հունիսին նմանատիպ առցանց ռադիոընկերություն հիմնեց նաև «Apple» ընկերությունը, որի «iradio» առցանց ռադիոն իր տեխնիկական և ստեղծագործական հնարավորություններով գերազանցում է ԱՄՆ-ի հայտնի «Pandora» առցանց ռադիոյին՝ կիրառելով մի շարք նոր գործառույթներ:

Հայաստանի Հանրապետությունում և Սփյուռքում գործող ռադիոկայանների ներգրավվածությունը համացանցում պայմանականորեն կարելի է բաժանել երեք հիմնական մասերի.

ա. համացանցային կայքեր ունեցող ռադիոկայաններ,

բ. համացանցում օնլայն հեռարձակում ապահովող ռադիոկայաններ,

գ. առցանց ռադիոկայաններ:

Այժմ դիտարկենք այդ բաժանումներն առանձին-առանձին: Պետք է նշենք, որ սկզբնական շրջանում՝ 1990-ական թվականների վերջին, ՀՀ-ում գործող ռադիոընկերությունների զգալի մասը կարողացավ ձևավորել և գործարկել համացանցային ռադիոկայքեր, որոնց հիմնական դոմեյնը 1994թ. օգոստոսի 26-ին գրանցված «am» տիրույթն է: Հայաստանի Հանրապետությունում գործող ակտիվ կայքերն ընդամենը տասնհինգ տարվա պատմություն ունեն: Այս կարճ ժամանակահատվածում այդ կայքերը ոչ միայն կարողացան կայանալ, այլև իրենց շուրջն

հավաքեցին բավականաչափ լսարան՝ ձեռք բերելով որոշակի վարկանիշ, ճանաչվածություն և ազդեցություն: Հայաստանյան ռադիոկայաններից համացանցում գործող առավել ակտիվ ռադիոկայքեր ունեն ՀՀ հանրային ռադիոն (www.armradio.am), «Ռադիո Վանը» (www.Radiovan.am), «Երևանը» (www.arradio.am), «Ռադիո Հայը» (www.Radiohay.am), «Վենը» (www.vem.am), «ԱրմՌադիո FM 107» (www.fm107.am), «Լրատվական ռադիոն» (www.impuls.am), «Ազատություն» ռադիոկայանի հայաստանյան բյուրոն (www.azatutyun.am): Հայաստանյան ռադիոշուկայում գործող կայքերը հիմնականում երկլեզու և եռլեզու են, ունեն մի շարք մուլտիմեդիա հնարավորություններ, աուդիո, տեսա-, ֆոտոբաժիններ, ինտերակտիվ հաղորդակցության և ուղիղ եթերի ծառայություններ:

Իսկ առաջին առցանց ռադիոհեռարձակումների սկիզբը ՀՀ-ում դրվեց 2001թ. հոկտեմբերին, երբ «Ռադիո Հայ»-ը «www.radiohay.am» ինտերնետային հասցեով կազմակերպեց առաջին օնլայն հաղորդումները, որոնք որոշ ժամանակ անց տեխնիկական պատճառներով ընդհատվեցին՝ նորից եթեր հեռարձակվելով 2009 թվականից: ՀՀ ռադիոկայաններից «Ռադիո Վան»-ն ունի նաև բլոգային հարթակ, որը բավական ակտիվ է և սիրված ռադիոունկնդիրների կողմից: Նմանատիպ մուլտիմեդիա ռադիոկայքերն՝ իրենց ֆոտո-աուդիո-տեսաշարերով, բավականին մեծ լսարան ունեն: ՀՀ հանրային ռադիոն ունի միջազգային համացանցային էջ՝ 8 լեզվով:

Հայաստանյան ռադիոընկերություններն այժմ լուրջ ուշադրություն են դարձնում շարժական սարքերի համար հավելվածներ ստեղծելու անհրաժեշտությանը, որը հաջողությամբ իրականացնում է «Ազատություն» ռադիոկայանի հայաստանյան ծառայությունը: Հայաստանյան ռադիոշուկայում իր ուրույն ներկայությունն է ապահովել Վիվասել-ՄՏՍ-ի կողմից հովանավորվող լիբանանյան «Սևան» ռադիոկայանը (www.sevan.com), որը օնլայն հեռարձակում ունի ՀՀ-ում՝ «Արծազանք» ռադիոկայանի եթերացանցում և հաճախականությամբ, ինչպես նաև ռադիոհաղորդումներ է պատրաստում ԼՂՀ-ի համար, հեռարձակման շառավղում ընդգրկելով Ստեփանակերտը, Մարդակերտի և Հադրութի

շրջանները: «Սևան» ռադիոկայանի կայքը եռալեզու է և իր մուլտիմեդիա հնարավորություններով լավագույններից է հայկական ռադիոշուկայում:

Հայաստանի Հանրապետությունում և Սփյուռքում գործող ռադիոընկերությունների որոշ մասը, նոր լսարաններ նվաճելու մղումով, իրենց վեբ-կայքերը տեղադրում են նաև սոցիալական ցանցերում, հատկապես՝ «Facebook»-ում օգտատերերի հետ ամփոփական կապ ունենալու, ավելի մեծ լսարան ապահովելու և իրենց ռադիոազդեցության շառավիղը մեծացնելու համար: Այս առումով բավականին ակտիվ են ՀՀ հանրային ռադիոյի, «Վեմ» և «Ազատություն» (նկատի ունենք հայկական ծառայությունը) ռադիոկայանները, որոնք իրենց հեռարձակած հաղորդումներն ամբողջությամբ տեղադրել են «Facebook»-ում, ձևավորել ֆեյսբուքյան խմբեր, որոնք ակտիվ կապի մեջ են ռադիոկայանների հետ:

Վերջին տարիներին բավականին ակտիվացել են սփյուռքում գործող ռադիոկայաններն ու ռադիոժամերը: Ինչպես օրինակ՝ Լիբանանում գործող «Վանա ձայն» (www.radiovoiseofvan.com) և «Սևան» (www.sevan.com), Ուրուգվայի «Ռադիո Արմենիա» (www.radioarmenia.com), ԱՄՆ-ի Բոստոն քաղաքում գործող «Հայկական անկախ ձայնասփյուռը» (www.hayreniq.com), Ֆրանսիայի մայրաքաղաքում գործող «Այբ ՖՄ» (www.aybfm.com), Կանադայի Մոնրեալ քաղաքում գործող «Նարեգ ՖՄ»-ը (www.naregfm.com) ռադիոկայանները և այլն: Պետք է նշել, որ Ուրուգվայի բարձրաստիճան ղեկավարության կարծիքով՝ 1935 թվականից Մոնտեվիդեո մայրաքաղաքում գործող «Ռադիո Արմենիա» (նախկինում՝ «Ռադիո Կոմիտաս») ռադիոկայանն իր հայերեն և իսպաներեն հեռարձակումներով ոչ միայն Ուրուգվայի Արևելյան Հանրապետության լավագույն ռադիոկայաններից է, այլև, ըստ նրանց բնորոշման, լավագույներից է ողջ Լատինական Ամերիկայում:

Բացի վերը թվարկածներից ԱՄՆ-ում գործում է նաև առցանց շուրջօրյա «Երևաննայթս» (Լոս Անջելես) (www.yerevannights.com) ռադիոկայանը, որը եթեր է հեռարձակում ազգային, ազգագրական, ժամա-

նակակից հայ էստրադային երաժշտություն և ունի բավականին մեծ լսարան: «Երևանայթս» առցանց ռադիոկայանն ունի ժամանակակից մուլտիմեդիա, երկլեզու կայք, որը բաղկացած է աուդիո, տեսա-, ֆոտո, օրվա լուրերի և հայկական երաժշտական համարներ պատվիրելու բաժիններից:

Անալոգային հեռարձակումից թվանշայինի անցման անհրաժեշտությունն ու շրջափուլերը Հայաստանի Հանրապետությունում

Տեղեկատվական տեխնոլոգիաները ողջ աշխարհում այնպիսի առաջընթաց են արձանագրել, որ ավարտին է մոտենում հեռարձակման որակական նոր, թվանշայնացման փուլը:

Բնականաբար հարց է ծագում: Ի՞նչ է տալիս մեզ հեռուստառադիոհեռարձակման ոլորտի թվանշայնացումը և, արդյո՞ք, անհրաժեշտություն է առաջացել անցնելու հեռարձակման նոր ձևաչափերի:

Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների զարգացման դինամիկան և նրա տարածման շառավիղը մեկ անգամ ևս փաստեց այն իրողությունը, որ ժամանակակից փուլում էլեկտրոնային զանգվածային լրատվամիջոցների թվանշայնացումը հրատապ անհրաժեշտություն է, այլապես կարող են հայտնվել տեղեկատվական մեկուսացման մեջ:

Ի տարբերություն անալոգային հեռուստառադիոհեռարձակման՝ թվանշայինն ունի մի շարք առավելություններ, որոնք էլ կանխորոշում են նրա զարգացման հետագա ուղիներն ու հեռանկարները հեռուստառադիոոլորտում.

- ա. Գործնականում առանց աղավաղումների հեռուստառադիոլսարանին է հասնում որակյալ ստուդիական ազդանշանը:
- բ. Հաճախության շերտի արդյունավետ օգտագործում. մեկ կապուղու սահմաններում մի քանի ծրագրերի միաժամանակյա հեռարձակում (հեռուստակապուղու 8ՄՀց լայնությամբ մուլտիպլեքսացված թվանշային հոսքը կարող է հեռարձակել 1-6 թվանշային ծրագրեր՝ կախված պահանջվող որակից և ընդունիչի տեղակայման վայրից):

- զ. Անալոգային համակարգերի նկատմամբ հեռարձակման առավել ցածր հզորությունների օգտագործում:
- դ. Շարժական (մոբիլ) ընդունիչներով ազդանշանի որակյալ ընդունում:
- ե. Հանրապետական, մարզային և տեղական միհաճախանի ցանցերի կազմակերպման հնարավորություն:
- զ. Թվանշային ազդանշանի մուտքի միջոցների զարգացման արդյունքում ՀՀ հեռուստալսարանը կունենա «պատվերով» հեռուստատեսություն, որը հնարավորություն կտա ընտրելու ոչ միայն տվյալ հեռուստաալիքը, այլև տվյալ հաղորդումը, ֆիլմը, ծրագիրը, համերգը:
- է. Ինտերակտիվ ծառայությունների կազմակերպման հնարավորություն (հեռուստախանութ, օնլայն ռեժիմով խաղեր, եղանակի տեսություն, տրանսպորտային երթևեկության չվացուցակ և այլն):
- ը. Թվանշային հեռուստառադիոհեռարձակման ցանցերի միացում «Internet» տիպի համակարգային ցանցերին:³⁷
- թ. Բոլոր ծրագրերի միաժամանակյա հեռարձակում մեկ մուլտիպլեքսացված թվանշային հոսքի միջոցով:

Նմանատիպ առավելությունների առկայությունը, կարծես թե, հնարավորություն էր տալիս ողջ աշխարհում թվանշային հեռարձակման մեկ միասնական ստանդարտի ընդունմանը, սակայն տեխնիկական և կազմակերպչական հիմնախնդիրները խանգարեցին իրագործել այդ պարզ և հարմար որոշումը: ԵՎ մենք, ինչպես և գունավոր հեռուստատեսության պարագայում, ունեցանք թվային հեռարձակման մի քանի ձևաչափեր:

Փաստորեն, անալոգային հեռարձակման տարբեր ձևաչափերի համակարգերը «ժառանգեցին» թվային հեռարձակման մի շարք յուրահատկություններ և առանձնահատկություններ:

³⁷ Համաշխարհային առաջատար հեռուստաընկերություններից BBC-ին իր հեռուստահաղորդումներն ամբողջությամբ տեղադրել է համացանցում: Հեռուստառադիոընկերության ղեկավարները գտնում են, որ համացանցում իրենց հեռուստաընկերության ներգրավվածությունը զարգացման նոր հեռանկարներ է բացում:

Եվ որպեսզի ավելի առարկայական ներկայացնենք անալոգայինից թվանշայինի անցման առանձնահատկությունները, անցկացնենք այդ երկու ձևաչափերի միջև մի քանի զուգահեռներ:

Այսպես՝ սև-սպիտակ հեռուստատեսության հիմնական սկզբունքները ձևակերպվել և կյանքի են կոչվել 20-րդ դարի 30-ական թվականներին: Իսկ XX դարի 60-ական թվականներին հեռուստատեսության զարգացումը բերեց գունավոր հեռուստատեսության երեք հիմնական համակարգերի ստեղծմանը. 1961թ.՝ NTSC, 1968թ.՝ SECAM, 1969թ.՝ PAL, որոնք համատեղելի էին սև-սպիտակ հեռուստատեսության համակարգերին: Անալոգային հեռարձակման ակնհայտ առավելությունը հեռուստատեսային համակարգերի հաղորդիչ և ընդունիչ սարքավորումների հարաբերական պարզ լինելն է, որն էլ հնարավորություն էր տալիս դեռևս XX դարի 30-ական թվականներին դրա իրագործումը: Սակայն անալոգային հեռուստատեսությանը բնորոշ են և լուրջ սկզբունքային թերություններ, որոնք սահմանափակում են հեռարձակվող պատկերների որակի հետագա լավացումը:

Ինչպես հայտնի է, թվանշային ազդանշանների վրա հիմնված համակարգերը զգալիորեն զերծ են մնանատիպ խնդիրներից, սակայն հեռուստապատկերների թվանշանացվելուն երկար ժամանակ խանգարում էր նրանց բարձր ինֆորմատիվությունը: Անալոգային գունավոր հեռուստապատկերի՝ թվայինի ուղիղ ձևափոխության դեպքում առաջանում է 270-540 Մբիթ/վ արագությամբ տվյալների հոսք: Եթե հաշվի առնենք, որ ողջ աշխարհում վերերկրյա կամ եթերային հեռուստահեռարձակման համար օգտագործվող հաճախային շերտը 600 ՄՀց-ից պակաս է, ապա անցումն այդպիսի թվային հոսքերի կրերի միանգամայն անընդունելի արդյունքի՝ տասնյակ անալոգային հեռուստաժրագրերի փոխարեն կհեռարձակվեն մի քանի թվային հեռուստաժրագրեր:

Հիմնախնդիրը «մեռյալ կետից» հնարավոր եղավ տեղաշարժել տեսաազդանշանի սեղմման արդյունավետ մեթոդի՝ MPEG-ի մշակման շնորհիվ:³⁸ Արդյունքում՝ անալոգային հեռուստաազդանշանի որակյալ հեռարձակման համար բավարար է թվանշային հոսքի 15 Մբիթ/վ-ից ոչ ավել արագություն, և հետևաբար, մեկ հեռուստակապուղու սահմաննե-

³⁸ Թվանշային հեռարձակման եվրոպական DVB-T բազմականալ կապուղու MPEG մեթոդը մշակվել է Եվրոպական միջազգային ստանդարտացման և էլեկտրոտեխնիկական հանձնաժողովի աշխատանքային խմբի կողմից:

րում հնարավոր է մի քանի թվանշային ծրագրերի միաժամանակյա հեռարձակում:

Հեռուստապատկերների կոդավորման MPEG-2 միջազգային ստանդարտն ընդունվել է 1996թ-ին:

Պետք է նշել, որ վերերկրյա թվանշային հեռարձակման համակարգի ներդրման ինքնարժեքն ավելի ցածր է թվանշային արբանյակային և կաբելային համակարգերի համեմատությամբ՝ թե ցանցերի օպերատորների (անալոգային ցանցի ենթակառուցվածքի առկայություն) և թե հեռուստադիտողի (գոյություն ունեցող անտենաների շնորհիվ) համար:

Թվանշային հեռուստատեսությունն ու ռադիոն, ինչպես և ցանկացած նոր տեխնոլոգիա, առաջավոր արտադրողներ կորպորացիաների պայքարի հսկայական թատերաբեմ է: Պայքարն ընթանում է բոլոր հնարավոր ճակատներով.

1. միասնական ստանդարտի,
2. ազդանշանի մուտքի միջոցի,
3. կոդավորման մեթոդի ընտրության և այլն:

Աշխարհի զարգացած երկրներում (ԱՄՆ, Մեծ Բրիտանիա, Գերմանիա, Շվեդիա, Ֆրանսիա և այլն) ժամանակակից փուլում ձևավորվել և աստիճանաբար տարածում են գտնում թվանշային հեռուստաձևաչափերի չորս հիմնական ուղղություններ.

1. կաբելային,
2. արբանյակային,
3. վերերկրյա,
4. բջջային:

Զնայած ստանդարտների բազմազանությանը, այնուամենայնիվ, ցանկացած պետության համար ռազմավարական նշանակություն ունի վերերկրյա թվանշային ցանցի ձևավորումն ու զարգացումը: Այդ ասպարեզում իրար հետ մրցակցում են թվանշային երեք ձևաչափեր՝

1. Ամերիկյան ATSC (Advanced Television Systems Committee),
2. Եվրոպական DVB (Digital Video Broadcasting),
3. ճապոնական ISDB (Integrated Services Digital Broadcasting):

ԱՄՆ-ում թվանշային հեռուստահեռարձակման ստանդարտն ընտրելիս, առաջնահերթ են համարել հեռարձակվող պատկերի որակն ու մաքրությունը՝ պարտադիր չհամարելով բազմալիք կապուղիներ ունե-

նալու հնարավորությունը: Ի տարբերություն եվրոպականի ամերիկյան ATSC ստանդարտի մեկ կապուղիով եթեր է հեռարձակվում մեկ ալիք՝ օգտագործելով 8-VSB մոդուլյացիան:

Եվրոպայում DVB-T թվանշային ստանդարտն ընտրելիս հաշվի առան ոչ միայն հեռարձակվող պատկերի որակը, այլև բազմալիք կապուղիներից օգտվելու հնարավորությունը, որը հնարավոր է դարձել OFDM մոդուլյատորի շնորհիվ: Այստեղ հաշվի է առնվել եվրոպական երկրներում հեռուստառադիոհեռարձակման գործող բավականին խիտ ցանցի սահմանափակ հնարավորությունները և բազմալիք կապուղիներ ունենալու անհրաժեշտությունը:

Եվրոպական ստանդարտի հիմնական տեխնիկական լուծումներն արտացոլվել են երրորդ՝ ճապոնական ISDB ձևաչափում: Ձևաչափերը միմյանցից հիմնականում տարբերվում են մոդուլացման մեթոդներով և շերտերի լայնությամբ:

Եթե ամերիկյան ATSC թվանշային ստանդարտի հեռարձակվում է 6 ՄՀց (ամերիկյան անալոգային հեռուստատեսության NTSC կապուղու հեռարձակման լայնքն է) լայնք ունեցող կապուղով՝ 19,28 Մբիթ/վրկ. արագությամբ, ապա եվրոպական DVB թվանշային համակարգը 8 ՄՀց դիապազոն ունեցող կապուղիով MPEG-2 շնորհիվ կարողանում է ապահովել 4,98-ից մինչև 31,67 Մբիթ/վրկ. արագություն: Շնորհիվ այդ ճկունության եվրոպական թվանշային ստանդարտը կարող է մեկ կապուղիով եթեր հեռարձակել մեկից մինչև վեց հեռուստածրագիր, իսկ ընդունիչն ազդանշանը կարող է ընդունել մինչև 300 կմ/ժ. արագությամբ ընթացող գնացքներում, մարդատար ավտոտրանսպորտում, ինչպես նաև շարժական ծառայություններ իրականացնող (շտապ օգնության, ոստիկանության, «911») ստորաբաժանումներում:³⁹

Չնայած եվրոպական թվանշային ստանդարտի առավելությանը ամերիկյանի նկատմամբ, այն ունի շատ էական տարբերություն, որը տեխնիկապես և ֆինանսապես բավականին բարդ լուծելի է: Եվրոպականի անցումը բազմականալ կապուղային համակարգին զանգվածային լսարանի առջև դրեց դժվար լուծելի մի խնդիր. հեռուստացույցից օգտվելու և թվանշային ազդանշանը ընդունելու համար հեռուստառադիոտողը հեռուստաընդունիչում պետք է տեղադրի դեկոդեր թվանշային

³⁹ Стен Концепция внедрения наземного телевизионного вещания в России, Москва, 1998.

հեռարձակման ցանցին միանալու համար: Սարքն անհրաժեշտ է անալոգային սիստեմով աշխատող հեռուստացույցների համար, որոնք այժմ բացարձակ թիվ են կազմում հեռուստատարտադրությունում և առաջիկա տասնամյակներում դեռևս դուրս չեն գա արտադրությունից:

Վերը նշված թվանշային ստանդարտներից առաջինը ստեղծվել է ամերիկյան ստանդարտը՝ 1987-1996թթ. ընթացքում, որը ԱՄՆ-ի Կապի ֆեդերալ հանձնաժողովի (FCC) կողմից 1996թ. ճանաչվել է պաշտոնական ստանդարտ:

Եվրոպական DVB թվանշային ձևաչափի մշակման աշխատանքները սկսվեցին 1992թ. և արդեն 1994թ. ընդունվեցին DVB-S և DVB-C արբանյակային և կաբելային կապի թվանշային ձևաչափերը, իսկ 1996թ.՝ վերերկրյա թվանշային հեռարձակման DVB-T ձևաչափը: Այս երեք թվանշային ստանդարտների հիմքում ընկած է միասնական հայեցակարգ և նմանատիպ տեխնոլոգիաներ, ինչը հնարավորություն է տալիս ծրագրերի ձևավորման փաթեթները տեղափոխել հեռարձակման մի ցանցից մյուսին՝ առանց էական ձևափոխումների և հեշտությամբ կառուցել հեռարձակման հիբրիդային արբանյակային-կաբելային-եթերային ցանցեր:

Թվանշային ռադիոհեռարձակման համակարգերը բաժանվում են երկու խմբի՝ առանձին հաճախության տիրույթ պահանջող համակարգեր, որոնց դեպքում հաճախության տիրույթը կարող է օգտագործվել գոյություն ունեցող ռադիոծառայությունների հետ համատեղ: Առաջին խմբին պատկանող համակարգերից է DAB եվրոպական համակարգը, երկրորդ խմբին է պատկանում ամերիկյան IBAC / IBOC համակարգը: Ներկայումս Ռուսաստանի Դաշնությունում կիրառման են ենթարկում եվրոպական ստանդարտը, որը բնութագրվում է հաղորդման ճկուն ցուցանիշներով և օգտագործվում է 30 ՄՀց-ից ցածր հաճախականության տիրույթում:

Ժամանակակից փուլում ութ տասնյակից ավելի երկրներում իրականացվում են թվանշային հեռարձակման ծրագրեր: Այս բնագավառում հատկապես բուռն զարգացումներ են սպասվում 2014-2015թթ.: Մի շարք երկրներում մշակվել են թվանշային հեռարձակման ազգային ծրագրեր՝ կոնկրետ ժամանակացույցով և գործողության պլանով: Ամբողջությամբ թվանշային հեռարձակման անցնելու ժամկետները տարբեր երկրներում տարբեր են: Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների առա-

ջատար Ամերիկայի Միացյալ Նահանգները, որը ընդունել է ATSC ձևաչափը այս ասպարեզում նույնպես ստանձնել է առաջատարի դերը և պարտավորվել մինչև 2012թ. վերջն ամբողջությամբ անցնելու թվանշային հեռուստառադիոհեռարձակման: Իսկ ճապոնիայում թվանշանացվել է խոշոր քաղաքների հեռուստառադիոընկերությունները: Թվանշային նոր ձևաչափի ներդրման եվրոպական առաջատար Մեծ Բրիտանիան անցումն ամբողջությամբ ավարտել է 2012թ., իսկ նրա առաջատար հեռուստառադիոընկերությունը՝ BBC-ին՝ 2010թ.:⁴⁰ Գերմանիան, Իսպանիան, Ֆրանսիան, Յուգոսլիան, Ֆինլանդիան վաղուց սկսել են թվանշային հեռարձակման անցնելու գործընթացը, որը կավարտվի մինչև 2014թ.: Ռուսաստանի Դաշնությունը, որն ընդունել է եվրոպական DVB-T թվանշային ստանդարտը, պլանավորում է թվանշային հեռարձակման գործընթացն ավարտել մինչև 2015թ.:⁴¹

Եվրոպական մի շարք երկրներում՝ Դանիա, Շվեդիա, Գերմանիա, Մեծ Բրիտանիա, Ֆրանսիա, Իսպանիա՝ արդեն գործում է թվանշային ռադիոհեռարձակում, սակայն ամբողջությամբ անցումն անալոգային հեռարձակումից թվանշայինի պլանավորվում է 2010-2015թթ.: Ռուսաստանի Դաշնությունում թվանշային ռադիոհեռարձակումը նախատեսվում է իրականացնել 2010թ., որից հետո աստիճանաբար կկրճատվի անալոգային ռադիոկայանների գործունեությունը:

Այսօր Հայաստանի Հանրապետության հեռուստառադիոհեռարձակման ողջ ցանցը հիմնականում անալոգային է: Հայաստանում հեռուստահեռարձակումն իրականացվում է «PAL» և «SEKAM» անալոգային համակարգերի ձևաչափերով:

Թվանշային ռադիոհեռուստատեսային հեռարձակումը Հայաստանում զարգացման որակական նոր փուլ է նախանշում: Տեղեկատրվական տեխնոլոգիաների զարգացման ներկա պայմաններում անցումն անալոգային հեռարձակումից թվանշայինի մեզանում օրվա հրատապ խնդիր է և այլընտրանք չունի: Հայաստանի Հանրապետությունն այդ անցումն իրականացնում է էվոլյուցիոն ճանապարհով՝ պահպանելով անալոգային եթերային հեռարձակումը, անցումը թվանշայինի կատարելով բնակչության մոտ թվային ընդունիչների տարածմանը զուգահեռ: Սկսած 2008թ.-ից ՀՀ համրային հեռուստատեսությունը և ռադիոն անա-

⁴⁰ Ств' Планы развития Би-би-си , BBC Russian. com, 12.10.2010.

⁴¹ Ств' Телевидение покажут на цифрах, газета "Коммерсантъ", #156, 30.08.2013.

լողայինին զուգահեռ սկսեցին հեռարձակել նաև թվանշային հաղորդումներ:⁴²

Այս գործընթացի սկիզբը հանդիսացավ Հայաստանի Հանրապետության վարչապետի 2004թ. սեպտեմբերի 13-ի որոշումը, համաձայն որի ռադիոհեռուստատեսության բնագավառում հեռարձակման անալոգային համակարգից թվանշայինի անցման ծրագիր մշակելու նպատակով ստեղծվեց միջգերատեսչական աշխատանքային խումբ, որը պետք է մշակեր ռադիոհեռուստատեսային ոլորտում հեռարձակման թվանշային համակարգին աստիճանական անցման համար անհրաժեշտ միջոցառումների ժամանակացույցը և ներկայացներ ՀՀ կառավարության քննարկմանը:⁴³ Այդ ժամանակացույցը մի շարք օբյեկտիվ և տեխնիկական պատճառներով երկարաձգվեց մինչև 2010թ.-ը:

Հայաստանի Հանրապետությունում թվանշային ստանդարտների փուլային անցման գործընթացը սկսվեց 2010թ.-ին և կավարտվի մինչև 2015թ.-ի դեկտեմբերը, ոչ ուշ, քան Ռուսաստանի Դաշնությունում (2015թ.), որն առաջին հերթին պայմանավորված է տեղեկատվական հոսքերից ետ չընկնելու և տեղեկատվական մեկուսացման մեջ չհայտնըվելու համար:

Դեռևս 2006թ. սկզբներին Հեռարձակողների միջազգային միությունը Հայաստանի Հանրապետությանն էր տրամադրել վերերկրյա հաճախությունների ամբողջական ցանկը, որի հիման վրա ՀՀ կառավարությունը մշակեց անալոգայինից թվանշայինի անցման ծրագիր:

2006թ. նոյեմբերի վերջին շահագրգիռ կողմերի միջև տեղի ունեցած քննարկման արդյունքում (ՀՀ տրանսպորտի և կապի նախարարություն, ԵՀԱԿ Երևանյան գրասենյակ) ընդունվեց ծրագիր, համաձայն որի՝ նախանշվեցին Հայաստանի Հանրապետությունում անալոգայինից թվանշայինի անցման հիմնական փուլերն ու զարգացման հեռանկարները:

Վերերկրյա DVB-T ստանդարտի առավելությունները և թվանշային հեռուստահեռարձակման ձևաչափի եվրոպական երկրների և Ռուսաստանի Դաշնության փորձը Հայաստանի համար նախապատվելի

⁴² Տես՝ Գովեսփյան Մ., Ռադիոն և հեռուստատեսությունը Հայաստանի Հանրապետությունում, ՀՀ ԳԱԱ «Հայաստան» հանրագիտարան, Երևան, 2012, էջ 782:

⁴³ Տես՝ Հայաստանի հեռուստառադիոհեռարձակման ոլորտի կարգավորման խնդիրները, միջազգային սեմինար, ՀՌԱՀ, Երևան, 28-29 հոկտեմբերի, 2004թ.:

դարձրեց DVB-T հեռուստաձևաչափի ընտրությունը, իսկ ռադիոհեռարձակման բնագավառում՝ DRM և DAB-T եվրոպական ձևաչափերը:

Ծրագիրն իրագործելու համար անհրաժեշտ է 50-60 մլն. դոլարին համարժեք դրամի ներդնում, որը պետք է կատարվի ոչ միայն պետբյուջեից, այլ նաև շահագրգիռ մասնավոր կազմակերպությունների կողմից:

Տարածաշրջանում հեռուստատեսային թվանշային ձևաչափերի անցման ժամանակացույց մշակելիս Ադրբեյջանը և Վրաստանը նույնպես մտադիր են այն ավարտել 2015թ.:⁴⁴ Հատկանշական է, որ երկու երկրներն էլ նախապատվությունը տվել են եվրոպական DVB թվանշային ստանդարտին: Թե ինչքանով դա նրանց կհաջողվի իրագործել, ցույց կտա ժամանակը:

Անալոգային հեռարձակումից թվանշայինի անցման ընթացքում, հիմք ընդունելով միջազգային փորձը, Հայաստանը ընտրել և կիրառում է մի շարք անհրաժեշտ պահանջներ.

1. հեռարձակման ձևաչափի ընտրություն,
2. անցման փուլերի և դրանց ժամկետների որոշում,
3. ռադիոհաճախության տիրույթի պլանավորում,
4. իրավական բազայի մշակում,
5. թվանշային հեռարձակման ցանցերի համար անհրաժեշտ հաղորդիչ և ընդունիչ սարքավորումների արտադրության կամ ձեռքբերման քաղաքականություն,
6. ֆինանսական հնարավոր աղբյուրների և միջոցների ապահովում,
7. հեռուստառադիոհոլդինգների և ընկերությունների հիմնադրում:

Ինչպես վերը նշեցինք, հաշվի առնելով վերերկրյա DVB-T եվրոպական ստանդարտի առավելությունները և թվանշային հեռուստահեռարձակման ստանդարտի եվրոպական փորձը Հայաստանի Հանրապետությունը ընտրել է DVB-T ձևաչափը, իսկ ռադիոհեռարձակման բնագավառում՝ DRM և DAB-T եվրոպական ձևաչափերը:⁴⁵

⁴⁴ Տես՝ Частные телеканалы в Азербайджане в обязательном порядке переключатся на систему цифрового вещания, интернет портал "Day.az", 01.11.2006.

⁴⁵ Տես՝ Հովսեփյան Մ., Էլեկտրոնային լրատվամիջոցների զարգացման միտումները ՀՀ-ում, ՀՀ ԳԱԱ «Լրաբեր» հասարակական գիտությունների, 2008, N 1, Երևան , էջ 78:

Հայաստանում՝ թվանշային հեռարձակման անցնելիս, խնդիր է դրվում ձևավորել 4-5 հեռուստաօրագրերից բաղկացած մեկ պարտադիր անվճար հեռուստաօրագրերի սոցիալական փաթեթ՝ DVB ստանդարտով հանրապետության տարածքում և արտերկրում արբանյակի միջոցով հեռարձակելու նպատակով:

Հեռուստաօրագրերի սոցիալական փաթեթը ձևավորելիս, բացի Հանրային հեռուստաընկերության օրագրից, մեկ մուլտիպլեքսացված փաթեթի կազմում կհայտնվեն նաև 2-3 գործող մասնավոր հեռուստաընկերությունների օրագրեր, որոնք ստեղծագործական և տեխնիկական առումով պետք է կատարեն հանրային հեռարձակման գործառնություններ: Դրանք պետք է լինեն վճարունակ ընկերություններ, որոնց օրագրերը տեխնիկական հագեցվածությամբ պատրաստ կլինեն հեռարձակվել համատեղ ռեժիմով, միասնական ձևաչափով:

Անալոգայինից թվանշայինի անցման գործընթացի իրավական բազայի մշակման համար առավելապես կարևորվում են այն հիմնախնդիրները, որոնց արդյունավետ լուծումները հնարավորություն կտան Հայաստանում ձևավորելու որակապես նոր ռադիոհեռուստատեսային շուկա՝ իր բոլոր հնարավոր առանձնահատկություններով և յուրահատկություններով: Դրանք են,

- ա. «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենսդրությունում կատարվելիք հիմնարար փոփոխությունները,
- բ. լիցենզավորման դաշտում իրականացվելիք փոփոխությունները:

Հայաստանի Հանրապետության Ազգային ժողովը 2008թ.-ի սեպտեմբերի 10-ին ձայների գերակշիռ մեծամասնությամբ հավանություն տվեց «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքում կատարված փոփոխություններին և լրացումներին, ինչպես նաև նախանշեց անալոգայինից թվանշայինի անցման ժամանակացույցը և շրջափուլերը, համաձայն որի՝ 2010թ.-ից հանրապետությունում կսկսվի հեռուստառադիոտրոսի անցումը թվանշային ձևաչափերի, որի ավարտը 2015թ. է⁴⁶: «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքում

⁴⁶ Տես՝ Լևոնյան Ա., Ազգային ժողովը լրացումներ և փոփոխություններ կատարեց «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքում, // ՀՀ «Հայուր» լրատվական օրագիր, Երևան, 2008, 9 սեպտեմբերի:

2010թ. մայիսի 6-ին լրամշակված անցումային դրույթներով պայմանավորված 2010թ.-ի հուլիսի 20-ից մինչև 2015թ.-ի հունվարի 1-ն ընդունվեց որպես անցումային ժամանակաշրջան՝ հինգ տարի ժամկետով:⁴⁷

Հիմք ընդունելով ՀՀ Ազգային ժողովի կողմից «Հեռուստատեսության և ռադիոյի» մասին ՀՀ օրենքում կատարված փոփոխություններն ու լրացումները, ղեկավարվելով սույն օրենքի 36-րդ հոդվածի 1-ին մասի 3-րդ կետի և 46-րդ հոդվածի 2-րդ մասի դրույթներով՝ «Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովը» 2010թ. հունիսի 28-ի նիստում հաստատեց թվանշային հեռարձակման ցանցի միջոցով հեռուստաձևաչափերի եթերային հեռարձակում իրականացնելու հեռուստաընկերությունների մրցույթի անցկացման կարգը, որն իրականացրեց 2010թ. դեկտեմբերի 16-ին: Հանձնաժողովը, ի տարբերություն անալոգային մրցույթի, լիցենզավորված անձի ընտրության ժամանակ հաշվի առավ հետևյալ պարտադիր չափորոշիչները՝

1. սեփական արտադրության հաղորդումների գերակայությունը,
2. հայրենական արտադրության հաղորդումների գերակայությունը,
3. հեռուստաընկերության բիզնես ծրագրի հիմնավորվածությունը,
4. բազմակարծությունը խթանելու կարողությունը,
5. հայտատուի տեխնիկական և ֆինանսական հնարավորությունները,
6. աշխատակազմի մասնագիտական պատրաստվածությունը:

Անալոգային մրցույթում հանձնաժողովը մշակել էր չորս պարտադիր չափորոշիչներ, սակայն, նկատի ունենալով անցած ժամանակաշրջանում հեռուստաշուկայում տեղի ունեցած որակական փոփոխություններն ու զարգացման տեմպերը, ավելացրեց ևս երկուսը, այն է՝

- ա. հեռուստաընկերության բիզնես ծրագրի հիմնավորվածությունը,
- բ. բազմակարծությունը խթանելու կարողությունը:

2010թ. դեկտեմբերի 16-ին ՀՈԱՀ-ը կազմակերպեց և անցկացրեց լիցենզիա ստանալու 18 մրցույթներ, որոնց մասնակցեցին միայն իրա-

⁴⁷ Տես՝ Ռադիոհեռուստատեսային հեռարձակման թվային հեռարձակման անցման հայեցակարգ, ՀՀ կառավարության #47 որոշում, 12.11.2009:

վաբանական անձինք:⁴⁸ Հայտարարված մրցույթներին մասնակցեցին 22 հեռուստաընկերություններ, ի դեպ, հայտարարված 18 մրցույթներից միայն երկուսում կար մրցակցություն, թիվ 11 մրցույթում «Արմնյուզը» հաղթեց «Ա1+» հեռուստաընկերությանը, իսկ թիվ 8 մրցույթում «Երևան հեռուստաընկերություն» ՓԲԸ-ն հաղթեց «ԱԼՄ»-ին: Ի տարբերություն անալոգային մրցույթների, թվանշայինի անցկացման պարագայում հաղթող ընկերությանը լիցենզիան յոթ տարվա փոխարեն տրվեց 10 տարի ժամկետով: ՀՌԱՀ-ը նույն օրվա նիստում հաստատեց 5 հեռուստաընկերությունների ներկայացրած հայտերը հանրապետական սփռման համար: «Արմենիա», «Երկիր Մեդիա», «Շանթ», «Հ2», «Կենտրոն» հեռուստաընկերությունները վարկանիշային քվեարկության արդյունքում ստացան հանրապետական սփռման իրավունք, իսկ առաջին չորս ընկերությունները նաև արբանյակային հեռարձակման իրավունք: Արբանյակային սփռում ունեցող հեռուստաընկերությունները 2015թ. պետք է պատրաստեն իմիջային, օտար լեզվով հաղորդումներ նաև օտարալեզու լսարանի համար:

Ինչ վերաբերում է թվանշային հեռարձակման ցանցի միջոցով ռադիոժրագրերի եթերային հեռարձակում իրականացնելուն՝ նշենք, որ օրենսդիրը լիցենզավորման մրցույթի անցկացումը նախանշել է 2013թ. հուլիսի 20-ից հետո, երբ ավարտվի ռադիոտվորտում գործող ռադիոկայանների լիցենզիայի գործողության ժամկետները:⁴⁹

Իսկ ինչ վերաբերում է թվանշային հեռարձակման ցանցերի համար անհրաժեշտ հաղորդիչ և ընդունիչ սարքավորումների ձեռքբերման քաղաքականությանը, ապա պետք է նշենք, Հայաստանի նման երկրին, որի բնակչության մեծ մասը դեռևս վճարունակ չէ, անհրաժեշտ է պետական հոգածություն և օժանդակություն: Փորձը ցույց է տալիս, որ նույնիսկ հարուստ երկրներում, որտեղ մարդիկ բավականաչափ գնողունակ են, շատ քչերն են իրենց գումարով ձեռք բերում անհրաժեշտ տեխնիկական սարքավորումներ: Օրինակ, Ֆրանսիայում պետությունը, բնակչությանը հեռուստացույցը թվանշային ցանցին միացնելու համար, վարկ է տրամադրում, իսկ Մեծ Բրիտանիայում հիմնականում

⁴⁸ Տես՝ ՀՌԱՀ-ն այսօր կորոշի՝ որ հեռուստաընկերություններն են ստանալու թվային հեռարձակման լիցենզիա, «Panorama.am», 2010 թ., 16 դեկտեմբերի:

⁴⁹ Տես՝ Ռադիոընկերություններ՝ Երևան, Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի պաշտոնական կայք՝ www.tvrado.am, Երևան, 2013թ., 24 սեպտեմբերի:

թոշակառուներն են պետական օժանդակություն ստանում, մնացածները գնում են ինքնուրույն⁵⁰:

Աշխարհի տարբեր երկրներում տեղի են ունենում զանգվածային լրատվական միջոցների, հատկապես էլեկտրոնային լրատվամիջոցների միավորումներ, սերտաճումներ և տեղեկատվական կապիտալի կենտրոնացում: Շուկայական հարաբերությունների պայմաններում մաս-մեդիայի նման կենտրոնացումներ տեղի ունեցան նաև նախկին խորհրդային Միության երկրներում: Հատկապես վերջին տարիներին, երբ ֆինանսական կապիտալի կուտակման նախնական շրջանը հաղթահարած մի շարք երկրներ (Ռուսաստանի Դաշնություն, Ուկրաինա) կարողացան հիմնել ոչ միայն խոշոր էլեկտրոնային լրատվամիջոցներ, այլև ձևավորեցին միջազգային չափանիշներին համապատասխան բազմաթիվ խոշոր ընկերություններ և հոլդինգներ, որոնք էական դերակատարություն ունեն այդ երկրների քաղաքական և սոցիալ-տնտեսական կյանքում: Դրանցից առավել խոշորները հիմնադրվեցին Ռուսաստանի Դաշնությունում («Գազպրոմ-մեդիա», «ՍՏՍ Մեդիա», «Պրոֆ-Մեդիա» և այլն): Ընդ որում, «Պրոֆ-Մեդիա» ընկերությունը մասնագիտացված է էլեկտրոնային զանգվածային լրատվամիջոցների ասպարեզում և համարվում է այդ ոլորտում Արևելյան Եվրոպայի խոշորագույն մեդիահոլդինգը՝ մեկ միլիարդ դոլար ընդհանուր կապիտալով⁵¹:

Հայաստանում մոր ձևաչափերի անցմանը զուգընթաց հեռուստառադիոշուկայի մրցունակությունը պահպանելու և այդ ոլորտը զարգացնելու համար անհրաժեշտ եղավ նյութական և տեխնիկական միջոցների կենտրոնացում, եղած ռեսուրսների արդյունավետ վերաբաշխում և օգտագործում, որն անհրաժեշտ նախապայմաններ ստեղծեց հոլդինգների և ընկերությունների առաջացման համար: Առայժմ այս ոլորտում նմանատիպ ընկերություն է «ՊանԱրմենիան մեդիա գրուպը», որն ունի անհրաժեշտ բոլոր տեխնիկական և ֆինանսական նախապայմանները՝ վերերկրյա և մալուխային հեռուստաընկերությունների ցանց, FM ռադիոկայաններ, կինոարտադրություն, ամսագրեր, սեփական շենք, գովազդային գործակալություն, արբանյակային կապ և հեռուստառադիո-հեռարձակում:

⁵⁰ Տես՝ Նեյման-Մատկալֆ Ք., Անալոգից թվանշայինի անցման առանձնահատկությունները, // <http://www.media.am>, 2006 թ., 13 դեկտեմբերի:

⁵¹ Տես՝ Сидорова Н., Рафаэль Акопов добавил к трем телеканалам еще и крупнейший интернет-ресурс, информационный портал "Рамблер.ру", 2006, 1 ноября.

Հայաստանյան ռադիոշուկայի օրենսդրական կարգավորման առանձնահատկությունները

Անկախ պետականության հռչակումից հետո Հայաստանի լրատվադաշտում կատարվեցին գաղափարական և կառուցվածքային լուրջ տեղաշարժեր: Ընդունվեցին մի շարք օրենքներ, որոնց միջոցով կանոնակարգվեց նոր ձևավորված լրատվաշուկան և պայմաններ ստեղծվեցին նրանց բնականոն գործունեության համար: Հայաստանի Հանրապետության հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին օրենսդրությունը ժամանակակից փուլում ներառում է Ազգային ժողովի կողմից ընդունված և հանրապետության նախագահի կողմից վավերացված մի շարք գերատեսչական ակտեր ու օրենքներ: ՀՀ հեռուստատեսության և ռադիոյի բնագավառում մինչև այժմ ընդունվել է իրավական դաշտը կարգավորող ութ օրենք, որոնց կիրառումը մեծապես նպաստեց ռադիոընկերությունների գործունեությունը կանոնակարգելուն և պաշտպանելուն («ՁԼՄ-ի մասին», «Լեզվի մասին», «Գովազդի մասին», «Հեռահաղորդակցության մասին», «Հեղինակային իրավունքի և հարակից իրավունքների մասին», «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին», «Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի կանոնակարգ-օրենք», «Լիցենզավորման մասին»):

Տեղեկատվական բնագավառը կարգավորվում է նաև այլ իրավական ակտերով և Հայաստանի Հանրապետության ընդունած միջազգային պայմանագրերով:

Որոշ հիմնախնդիրներ, ըստ մասնագետների, կոչված է լուծելու «ՁԼՄ-ների մասին» ՀՀ օրենքը, որը չնայած բազմաթիվ վեճերի, իր առավելություններն ունի գործող օրենքի նկատմամբ, և էականորեն նպաստում է ոլորտի զարգացմանը: Հայկական օրենսդրության մեջ բազմաթիվ վեճերի առարկա հանդիսացող ճերմակ բիծ էր դիտվում այն, որ «զրպարտության տարածման և վիրավորանքի» խնդիրը կարգավորվում էր ՀՀ քրեական օրենսգրքով: Նոր օրենքի ընդունումից հետո այն կարգավորվում է Քաղաքացիական օրենսգրքով: Մասնագետները նշել են նաև, որ ոլորտի վրա որոշակի բացասական ազդեցու-

թյուն կարող է թողնել այն փաստը, որ օրենսդրորեն ՁԼՄ-ները ոչ միայն պաշտպանված չեն, այլև ստեղծված պայմանները լիակատար ազատություն են ընձեռնում ոլորտը կարգավորող պետական մարմիններին: Մինչդեռ, ըստ փորձագետների, ոլորտը կարգավորող կառույցները պետք է լինեն ՁԼՄ-ների զարգացման համար պայմաններ ստեղծելու և օրենքների պահպանման ջատագով:

Իրավական լրագրության ռուս մասնագետ Ա.Ռիխտերը նշում է, որ «...օրենսդրական ռեֆորմները միշտ չէ, որ կշռադատված են լինում: Հաճախ դրանք չեն ունենում անհրաժեշտ ներգործություն, ինչն արժեզրկում է այդ կարգի նախաձեռնությունների իրականացման բուն գաղափարը»⁵³:

Անկախ պետականության պայմաններում առաջին իրավական փաստաթուղթը՝ «Մամուլի և զանգվածային լրատվության մյուս միջոցների մասին» ՀՀ օրենքն էր, որն ընդունվեց հանրապետության Գերագույն խորհրդի (այժմ՝ Ազգային ժողով) կողմից 1991թ. հոկտեմբերի 8-ին:⁵⁴ Սույն օրենքով մամուլ և զանգվածային լրատվության մյուս միջոցներ են համարվում թերթերը, հանդեսները, փաստավավերագրերը, տեղեկագրերը և պարբերականները, որոնք միանվագ հրատարակվում են 100 օրինակից ավելի տպաքանակով, ինչպես նաև հեռուստառադիոժրագրերը, կինովավերագրերը, որոնք պարբերաբար ստեղծվում և հրապարակայնորեն տարածվում են լուրեր և տեղեկություններ՝ սույն օրենքով սահմանված կարգով: Ըստ օրենքի՝ մամուլ և զանգվածային լրատվության մյուս միջոցներ ստեղծվում և տարածվում են խմբագրությունները, լրատվական գործակալությունները, հրատարակչությունները, զանգվածային լրատվություն թողարկող այլ հաստատությունները, որոնք ազատ են և գրաքննության չեն ենթարկվում: Այս օրենքը հնարավորություն տվեց նոր պայմաններից ելնելով ժուռնալիստիկայի ասպարեզում անցում կատարելու տոտալիտար, ամբողջատի-

⁵³ Стен Рихтер А., Правовые основы журналистики, М., 2007, ст. 156.

⁵⁴ Стен Հայաստանի Հանրապետության օրենքը հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին հարակից օրենքներով, Երևան, 2011, էջ 31:

րական գաղափարախոսությունից դեպի բաց, քաղաքացիական հասարակություն:⁵⁵

Օրենքի առաջին երկու հոդվածներում ամրագրված հիմնադրույթները հետագայում հիմք հանդիսացան մշակելու ավելի կատարյալ օրենսդրական փաստաթղթեր և ամրագրել այդ ոլորտի այն նվաճումները, որոնք ձեռք բերվեցին վերջին տասնամյակի ընթացքում: «ԶԼՄ-ների մասին» ՀՀ օրենքի ընդունումից հետո վերը նշված օրենքը դադարեց գործելուց:

Ռադիոուղորտի կայացման համար կարևոր որակական փուլ էր 1993թ. ապրիլի 17-ին ընդունված «Լեզվի մասին» ՀՀ օրենքը, ուր մասնավորապես սահմանվում էին Հայաստանի Հանրապետության լեզվական քաղաքականության հիմնական դրույթները: Այս փաստաթուղթն ամրագրեց զանգվածային լրատվամիջոցներում հայերենի գերակայությունն ու պետական պաշտպանվածությունը: Ռադիոուղորտի համար օրենքը կարևորվում էր նաև նրանով, որ օրենքի ընդունումից ընդամենը մեկ տարի անց հանրապետությունում հիմնադրվեցին մեծ թվով մասնավոր ռադիոկայաններ, որոնց հայերենի գործածության մակարդակը հեռու է գրական լինելուց, որոնք հաճախ տուրք են տալիս անգլիախառն ու ռուսական առոգանությամբ հայերենին: Ճիշտ է՝ ժամանակի ընթացքում, օրենքի գերակայության պայմաններում ռադիոդաշտը կանոնակարգվեց հայերենի կիրառման առումով, սակայն ռադիոկայանները դեռ շատ աշխատանք ունեն եթերային խոսքը կատարյալ և գրագետ դարձնելու համար: Մայրենիի դերն առավել կարևորվեց, երբ հանրապետական ռադիոտիրություն թույլատրվեց օտարերկրյա հեռուստառադիոընկերությունների գործունեության ծավալումը: Հայերենի գործածության և կիրառման շառավղի պահպանումը դարձավ օրախնդիր, որը օրենքի շրջանակներում կանոնակարգվում է և թույլ չի տրվում մայրենիի հաշվին ներմուծելու օտար հաղորդումներ: Այդ է վկայում նաև սույն օրենքի 4-րդ հոդվածը, ըստ որի հիմնարկները և կազմակերպությունները պարտավոր են օտար լեզվով ելույթների զուգահեռ հայերեն թարգմանություն, միաժամանակ խրախուսելով լրա-

⁵⁵ Նույն տեղում, էջ 32:

տվամիջոցներով հայերենի քարոզչության ու լեզվաշինության զարգացմանը: Այժմ արդեն կարելի է փաստել, որ հանրապետական լրատվամիջոցներում, հատկապես էլեկտրոնայիններում վերջին տարիներին ձևավորվել են հայերենի մատուցման նոր ոճ և մեթոդներ, որոնք հնարավորինս պահպանում են եթերն օտարամոլությունից ու խոսակցական, ժարգոնային կապակցություններից: Մայրենիի անադարտ եթեր հեռարձակման համար հանրապետության ռադիոկայանները դեռևս շատ անելիքներ ունեն, հատկապես դիջեյների լեզվի իմացության և կիրառման որակական աստիճանն անհրաժեշտ եթերային պահանջներին համապատասխանող հայերենին հասցնելու համար:

«Լեզվի մասին» ՀՀ օրենքին օրգանապես կապված է ՀՀ Ազգային ժողովի կողմից ընդունված «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքը, որը սկսեց կիրառվել 1996թ. ապրիլի 30-ից: Այն սահմանում է Հայաստանի Հանրապետության տարածքում գովազդի ստեղծման և տարածման իրավական հիմքերը և նպատակ ունի անհրաժեշտ պայմաններ ապահովել հասարակության, գովազդ սպառողների, գովազդատուների, գովազդի ստեղծման ու տարածման համար: Օրենքում ամրագրված է, որ Հայաստանի Հանրապետությունում գովազդի լեզուն հայերենն է:⁵⁶ Գովազդի լեզվի կարևորությունը մեկ անգամ ևս ամրագրում է լրատվադաշտում առկա իրողությունները և պարտավորեցնում լրատվամիջոցներին չխախտելու օրենքի դրույթները: Այս առումով կարևոր է նշել գովազդի գործունեության հնարավորությունները զանգվածային էլեկտրոնային լրատվամիջոցներում, մանավանդ, որ ողջ աշխարհում լրատվամիջոցները հիմնականում բարգավաճում են գովազդից ստացված շահույթների հաշվին:⁵⁷ Այս գործունեությունը կանոնակարգելու համար գովազդի մասին օրենքի 9 հոդվածն ամբողջովին նվիրված է էլեկտրոնային զանգվածային լրատվամիջոցներում գովազդի կիրառման ձևերին, ըստ որի արգելվում է մինչև 10 րոպե տևողությամբ ռադիոհաղորդումներում և մինչև 20 րոպե տևողությամբ հեռուստահաղորդումներում

⁵⁶ Տե՛ս՝ Նույն տեղում, էջ 94:

⁵⁷ Տե՛ս՝ Кумылганова И.А., Законодательство в сфере рекламы, история регулирования и практика применения; Учебное пособие для студентов, М., факультет журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова, 2011.

մեկ անգամից ավելի գովազդային ընդհատումը: Արգելվում է ռադիոհեռուստատեսային հաղորդման ընթացքում հեռարձակել գովազդ ավելի, քան 20 րոպե մեկ հաճախականությամբ և յուրաքանչյուր մեկ եթերային ժամի հաշվով 14 րոպեից ոչ ավել տևողությամբ: Նման հիմնադրույթները լայն կիրառություն ունեն ողջ աշխարհում, հատկապես ԱՄՆ-ի հեռուստառադիոընկերություններում, որոնք երեկոյան մեկ ժամի համար նախատեսում են 12 րոպե գովազդ: Իհարկե, այս հիմնադրույթների կիրառությունը և գովազդային լեզվի անադարտության պահպանումը հայաստանյան ռադիոընկերություններում դեռևս բավարար մակարդակի վրա չէ, ոչ միշտ է պահպանվում հայերենի՝ որպես գովազդային լեզվի կիրառության աստիճանը: Սա հատկապես վերաբերում է մասնավոր ռադիոշուկային, որը վերահեռարձակելով օտարերկրյա ռադիոընկերությունների հաղորդումները, հաճախ վերահեռարձակում են նաև ռուսերենով և անգլերենով գովազդային հոլովակներ: Գովազդային դաշտի նկատելի անկատարության վրա ազդում է նաև «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» և «Գովազդի մասին» օրենքներում նկատված մի շարք թերություններն ու բացթողումները. մասնավորապես, հստակ ձևակերպված չեն առևտրային և սոցիալական գովազդ հասկացությունները: Այսպես՝ «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի 28-րդ հոդվածի 1-ին կետի «ա» և «բ» պարբերություններում օգտագործվում է «առևտրային գովազդ» հասկացությունը: Գովազդն ընդհանրապես և գովազդը զանգվածային տեղեկատվության էլեկտրոնային լրատվամիջոցներում կարգավորվում է «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքով, ուստի անդրադառնալով նշված օրենքին՝ կտեսնենք, որ «առևտրային գովազդ» հասկացությունը ամրագրված չէ օրենքի 2-րդ հոդվածում, մյուս հասկացությունների շարքում:⁵⁸

Հարցի կարգավորումը կարևոր է նաև այն պատճառով, որ գովազդ հեռարձակելով՝ ՋԼՄ-ն այն հասցնում են հազարավոր սպառողների, և գովազդի՝ օրենքին հակասելու դեպքում կարող են լուրջ վնաս

⁵⁸ Տես՝ «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենք, Երևան, 2011թ., էջ 4:

հասցվել սպառողի շահերին, ասենք, եթե գովազդը պարունակում է կեղծ, մարդու, առողջության համար վտանգավոր տեղեկություններ⁵⁹:

Օրենքում նմանատիպ ձևակերպման կարիք ունի նաև սոցիալական գովազդը: «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքի 13-րդ հոդվածի համաձայն՝ «գովազդակիրը պարտավոր է բնակչության առողջության և առողջապահության, բնության պահպանության, սոցիալական պաշտպանության հարցերով ազգային շահեր ներկայացնող և առևտրային բնույթ չկրող սոցիալական գովազդների համար առաջնահերթ տրամադրել գովազդին հատկացվող տարեկան եթերային ժամանակի (տպագրական մակերեսի) ոչ պակաս, քան 5 տոկոսը»: Նշված հոդվածի առաջին խնդիրը կապված է սոցիալական գովազդի արտադրության և տեղաբաշխման համար խրախուսման բացակայությամբ: Երկրորդ խնդիրը կապված է այդ տեսակի գովազդի համար սահմանված ծավալի վերահսկողության հետ:

«Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքում արմատական էր 2007թ. ապրիլի 9-ին ՀՀ Ազգային ժողովի կողմից կատարված «Հովհարային գովազդի» մասին լրացումը, որի նպատակն էր եթերում արգելել թաքնված և ապօրինի գովազդի ցուցադրությունը: «Հովհարային գովազդի» մասին լրացումով եթերն ազատվեց ալկոհոլի և ծխախոտի գովազդի ցուցադրությունից, որը նորից եթեր վերարձակվեց (թունդ ալկահոլային խմիչքների գովազդ) 2014 թ. մարտին ՀՀ ԱԺ ընդանած օրենսդրական փոփոխությունների հետևանքով:

Հայաստանյան ռադիոշուկայի համար կարևոր խթանիչ հանգամանք հանդիսացավ «Հեռահաղորդակցության մասին» օրենքը, որն սկսեց գործել 1998թ. փետրվարի 17-ից: Եթե նախորդ օրենսդրական ակտերը կանոնակարգում էին հայաստանյան ռադիոշուկայի ստեղծագործական, եթերային, ծրագրային քաղաքականությունը, ապա «Հեռահաղորդակցության մասին» օրենքը կարգավորում է այդ ոլորտում առկա տեխնիկական հիմնահարցերը, դրանք տեղափոխելով իրավական կարգավորիչ դաշտ: Համաձայն ընդունված օրենքի սահմանվում են Հայաստանի Հանրապետության տարածքում հեռահաղորդակցության

⁵⁹ Տես՝ Դոյդյան Շ., ՁԼՄ և օրենսդրություն, Երևան, 2007, էջ 128:

բնագավառում գործունեության իրականացման իրավական հիմքերը, դրա մասնակիցների իրավասությունը և պատասխանատվությունը, ինչպես նաև հեռահաղորդակցության ծառայություններից օգտվողների իրավունքների պաշտպանության նորմերը: Մեր հանրապետությունը այժմ ունի ռադիոհաճախականությունների առումով կապուղիների սահմանափակ տիրույթ, որտեղ գործում են հանրային և մասնավոր ռադիոընկերություններ, ինչպես նաև ռադիոկայաներ, որոնց ծառայություններից օգտվում են հանրային և մասնավոր ռադիոկայանների մեծ մասը: Այս դաշտի կանոնակարգման համար սույն օրենքի 13-րդ հոդվածն ամբողջությամբ նվիրված է ռադիոհաճախականության տիրույթի և հեռահաղորդակցության արբանյակների ուղեծրային դիրքերի օգտագործմանը: Համաձայն սույն հոդվածի ռադիոէլեկտրոնային միջոցների էլեկտրամագնիսական համատեղելիությունը և խանգարումներից պաշտպանությունն ապահովելու նպատակով հեռուստառադիոհաճախականության տիրույթի առանձնացման, ռադիոէլեկտրոնային միջոցների և բարձր հաճախականության ձեռք բերման, ներմուծման և շահագործման, ինչպես նաև Հայաստանի Հանրապետությունում դրանց արտադրության դեպքում մշակման, նախագծման և արտադրության պայմանների իրավունքը վերապահված են կառավարությանը:⁶⁰ Այս հոդվածի կիրարկումը հնարավորություն է տալիս ռադիոեթերը զերծ պահել անորակ ինքնաշեն սարքավորումների շահագագործումից ու վերահսկողության դաշտում պահել ճառագայթահարման ֆոնը:

Նկատի ունենալով, որ մասնավոր ռադիոընկերությունների որոշ մասն իրենց հաղորդակները տեղադրել են բնակելի շենքերի կտուրներին կամ նրանց շատ մոտ, սույն օրենքը պարտավորեցնում է նրանց ճառագայթման աղբյուր հանդիսացող հաղորդակցության միջոցներն անպայման գրանցել, գործել հատկացված հաճախականության շառավղում՝ հնարավորինս վնաս չհասցնելով մոտակայքում բնակվող մարդկանց առողջությանը: Հեռարձակող ընկերությունների վերահսկողությունը կատարվում է պետական կառույցների միջոցով, որոնք տեխ-

⁶⁰ «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենք, Երևան, 2011թ., էջ 4:

նիկական հաղորդակցման միջոցները վերահսկելուց բացի ապահովում են նաև դրանց տեխնիկական շահագործումը:

Հայաստանյան ռադիոշուկայի օրենսդրական դաշտի կարգավորման գործում կարևոր նշանակություն ունեցավ Ազգային ժողովում երկար քննարկումների նյութ դարձած «Հեղինակային իրավունքի և հարակից իրավունքների մասին» փաստաթուղթը, որն օրենքի ուժ ստացավ 1999թ. դեկտեմբերի 8-ին: Սույն օրենքը, ինչպես նշված է 1-ին հոդվածում, կարգավորում է գիտության, գրականության, արվեստի ոլորտների ստեղծագործությունների (հեղինակային իրավունք), կատարումների, հնչյունագրերի (ֆոնոգրամ), հեռարձակող կազմակերպությունների հաղորդումների (հարակից իրավունքներ) ստեղծման և օգտագործման հետ կապված հարաբերությունները:

Հեղինակային իրավունքի կիրառումը հնարավորություն տվեց վճռական պայքար ծավալելու մեծ չափերի հասնող եթերահեռության, առանց թույլտվության հաղորդումների ու ծրագրերի հեռարձակման դեմ, կանոնակարգելու արտասահմանյան ռադիոարտադրանքի մուտքը հանրապետական լրատվաշուկա և դրանց որակական չափանիշների սահմանումը: Օրենքը լրագրողներին հնարավորություն տվեց պաշտպանելու հեռարձակվող նյութերի և ծրագրերի նկատմամբ իրենց հեղինակային իրավունքը: Այդ է վկայում օրենքի 20-րդ հոդվածը, որն ամբողջովին նվիրված է տեսալսողական ստեղծագործության հեղինակային իրավունքի պաշտպանմանը, համաձայն որի տեսալսողական ամբողջական ստեղծագործության հեղինակներն են՝ սցենարի հեղինակը, բեմադրող ռեժիսորը, հատկապես տվյալ տեսալսողական ստեղծագործության համար ստեղծված երաժշտության հեղինակը (տեքստի կան առանց տեքստի), բեմադրող օպերատորը, ինչպես նաև ամբողջական տեսալսողական ստեղծագործության ստեղծմանը պայմանագրով մասնակցած և ստեղծագործական աշխատանքի ուրույն արդյունք ներդրած այլ անձինք:

Հաշվի առնելով վերջին տասնամյակում հայաստանյան լրատվադաշտում տեղի ունեցող փոփոխությունները՝ «Հեղինակային իրավունքի և հարակից իրավունքների մասին» ՀՀ օրենքում կատարվեցին մի

շարք լրացումներ, որոնք ուժի մեջ մտան 2013թ. նոյեմբերի 9-ին: Օրենքում կատարված լրացումները վերաբերում են զանգվածային լրատվամիջոցներում հեղինակային իրավունքների պահպանման առանձնահատկություններին: Օրենքը միտված է լուծում գտնել նաև լրատվադաշտում նկատված բացասական երևույթների դեմ, հատկապես՝ «cope paste»-ի, նախատեսելով վնասի հատուցում՝ 100-200 հազար դրամի չափով: Համաձայն լրամշակված տարբերակի՝ վերատր-պումը թույլատրվում է իրականացնել միայն մեջբերման նպատակն արդարացնող ծավալով, որը կարող է լինել առանց հեղինակի համա-ձայնության և վարձատրության վճարման:⁶¹

Նշված օրենսդրական ակտերը նպաստեցին ամբողջացնելու և կանոնակարգելու հանրապետական էլեկտրոնային լրատվաշուկայում առկա ստեղծագործական և ինտելեկտուալ գործընթացները և նախա-պայմաններ ստեղծեցին հեռուստատեսության և ռադիոյի բնագավառը կանոնակարգող «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի ընդունմանը: Սուտ հինգ տարի տևած խորհրդարանական լսումներից հետո 2000թ. հոկտեմբերի 9-ին Ազգային ժողովը վերջապես ընդունեց «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքը: Եթե նախորդ օրենքները կանոնակարգում էին լրագրողական գործունեության որևէ բնագավառ, ապա այս վերջին օրենքով կազմավորված խորհուրդն ու Ազգային հանձնաժողովը կանոնակարգում են համրային և մասնավոր հեռուստառադիոընկերությունների գործունեությունն ու լիցենզավորու-մը: Սույն օրենքը սահմանում է հեռուստառադիոընկերությունների (հե-ռուստաընկերություններ և ռադիոընկերություններ) կարգավիճակը, կանոնակարգում է դրանց հիմնադրման, լիցենզավորման և ղեկավար-ման կարգը, իրավունքների ու պարտականությունների առաջացման հիմքերը, հեռուստառադիոընկերությունների ստեղծման ու գործունեու-թյան ընթացքում ծագող հարաբերությունները:

Զնայած հնչեցված տարաբնույթ և տարատեսակ կարծիքներին «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքը կիրառվեց, և կարճ

⁶¹ Տես՝ «Հեղինակային իրավունքի մասին» ՀՀ օրենքը մտավ ուժի մեջ, Panorama.am, 10.11.2013 թ.:

Ժամանակահատվածում ձևավորվեցին հեռուստառադիոլորտը կարգավորող երկու հիմնական կարգավորիչ կառույցները, որոնք սկսեցին համապատասխանաբար կանոնական կարգել հանրային և մասնավոր հեռուստառադիո ոլորտները: Օրենքի ուժ ստացած մասնավոր հեռուստառադիոհեռարձակումը կանոնակարգվում է ՀՀ Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի կողմից, որն ունի պետական հիմնարկի կարգավիճակ: Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի գործունեությունը կանոնակարգվում է «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքով, իր կանոնակարգով և Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրությամբ: ՀՀ Հեռուստատեսության ազգային հանձնաժողովի առաջին կազմը նշանակվեց ՀՀ նախագահի կողմից 2001թ. մարտի 19-ին: Իսկ մինչ այդ ՀՀ նախագահի մեկ այլ հրամանագրով 2001թ. հունվարի 19-ին նշանակեց ՀՀ հանրային հեռուստառադիո խորհրդի կազմը, որը կանոնակարգում է Հանրային հեռուստատեսության և ռադիոյի գործունեությունը:

Եթե խորհրդի պարագայում ավելի հստակություն կար և տարիներով կուտակված էր այդ կառույցների հետ աշխատելու համապատասխան փորձ, ապա Ազգային հանձնաժողովի պարագայում եղան բազմաթիվ հիմնախնդիրներ կապված մասնավոր հեռուստառադիոլորտի գործունեության կանոնակարգման հետ: Պատճառն այն էր, որ մինչ այդ ոչ մի օրենք չէր ընդունվել կանոնակարգելու մասնավոր հեռուստառադիո ընկերությունների աշխատանքը: Ազգային հանձնաժողովի ջանքերի շնորհիվ հնարավոր դարձավ կանոնակարգելու մասնավոր ոլորտի գործունեությունը և նրանց հետ հարաբերությունները տեղափոխել իրավական դաշտ: Կարճ ժամանակահատվածում Ազգային հանձնաժողովը ընդունեց 8 ենթաօրենսդրական կարգեր, մշակեց իր գործունեությունը կարգավորող կանոնակարգ, որով էլ հիմք դրեց այդ ոլորտի կանոնակարգմանն ու լիցենզավորմանը: Ազգային հանձնաժողովը, համաձայն սույն օրենքի 37-րդ հոդվածի, իրականացնում է եթերային հաճախությունների հրապարակային և մրցութային հատկացումը, հաստատում է լիցենզիայի ձևը, հատկացնում այն, կազմում և հրապարակում է լիցենզիա ստացածների ցուցակը, հսկում լիցենզիայում նշված պայման-

ների կատարումը, հեռուստառադիոհաղորդումների տեսագրությունների և ձայնագրությունների միջոցով պարզում է դրանց համապատասխանությունը գործող օրենսդրությանը: Իր գործունեության առաջին տարում հեռուստատեսության և ռադիոյի Ազգային հանձնաժողովը առաջին անգամ անցկացրեց հեռուստառադիո ոլորտում գործող ընկերությունների վերալիցենզավորում: 2001թ. օգոստոսին լիցենզավորման ներկայացած 40 ընկերություններից վերալիցենզավորվեցին 38-ը: Ազգային հանձնաժողովը հեռուստառադիոընկերություններին պարտավորեցրեց չխախտել «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքով սահմանված դրույթները, հեռարձակման ժամանակ հաշվի առնել լեզվի և գովազդի մասին օրենքների պարտադիր պայմանները: Իսկ 2002թ.-ին, Ազգային հանձնաժողովը ձեռնամուխ եղավ մասնավոր հեռուստառադիո-դաշտի իրավական կանոնակարգումը մրցույթների հայտարարման ասպարեզում, որի միջոցով պետք է ներկայացվեն Ազգային հանձնաժողովի կողմից մշակված այն հիմնական դրույթներն ու պայմանները, որոնք պարտադիր պետք է կատարեն և իրագործեն այդ մրցույթներում հաղթող ճանաչված հեռուստառադիո ընկերությունները:

Ժամանակակից փուլում հայաստանյան ռադիոշուկան իրավական տեսակետից պաշտպանված է և կանոնակարգվում է Ազգային հանձնաժողովի կողմից: Վերջինիս միջոցով նախադրյալներ են ստեղծված պաշտպանելու և խրախուսելու հայրենական արտադրողին, նախանշելու ռադիոընկերությունների տեղն ու դերը լրատվաշուկայում, նպաստելու ընկերությունների վարած ծրագրային և գովազդային քաղաքականությանը, ոլորտի հետագա զարգացմանը: Իսկ հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի ջանքերի շնորհիվ հնարավոր դարձավ կանոնակարգելու մասնավոր հեռուստառադիոլորտի գործունեությունը և հեռուստառադիոընկերություններին առնչվող բոլոր հարցերը լուծել իրավական հարթությունում:

Նկատի ունենալով մրցույթների անցկացման առանձնահատկությունները նորաստեղծ ՀՀ էլեկտրոնային լրատվաշուկայում՝ նպատակահարմար գտանք լիցենզավորման ողջ գործընթացը ներկայացնել առանձին ենթագլխով՝ կարևորելով օրենսդրորեն կարգավորվող այդ

գործընթացի կարևորությունը հայաստանյան էլեկտրոնային լրատվա-
շուկայի զարգացման տեսանկյունից: Մանավանդ, որ ոլորտի մասնա-
գետներն առանձնապես կարևորեցին մրցույթների անցկացման ան-
հրաժեշտությունն ու բազմակարծության ապահովումը հեռուստառա-
դիոներում: Այսպես՝ ոլորտի մասնագետ Ն.Մարտիրոսյանը նշում է, որ
«Հեռարձակումը կարգավորող օրենսդրությունը պարտավորեցնում է
լինել անկողմնակալ, ապահովել բազմակարծություն, հեռարձակել
որոշակի քանակությամբ տվյալ երկրում արտադրված հաղորդումներ:
Նման սահմանափակումներ է նախատեսում նաև ՀՀ օրենսդրությունը:
Դրանք վերաբերում են գովազդին և օտարալեզու հեռուստառադիոհա-
ղորդումներին, հայրենական արտադրության հեռուստառադիոհաղոր-
դումների քանակին և այլն»⁶²:

Օրենքի 2003, 2004, 2008թթ. լրացումներից հետո ՀՀ Նախա-
գահը հաստատում է նաև հանձնաժողովում թափուր տեղի համալրման
համար մրցութային կարգը (հոդված 45): Հանձնաժողովի անդամի լիա-
զորությունները վաղաժամկետ դադարեցվում են նույնպես ՀՀ Նախա-
գահի հրամանագրով, սակայն միայն օրենքի 45-րդ հոդվածում նշված
հիմքերի առկայության դեպքում: Հարկ է նշել, որ օրենքում նշված հիմ-
քերի ցանկը սպառնիչ է:

Հանրապետության ռադիոշուկայում առկա իրավական դաշտի
կարևորությունն ընդգծելու համար պետք է նշեն, որ տարածաշրջանում
Հայաստանը մինչև 2004թ. միակն է, որ ընդունել էր «Հեռուստատե-
սության և ռադիոյի մասին» օրենքը, ստեղծել համապատասխան խոր-
հուրդ ու հանձնաժողով: Համեմատելու համար փաստեն, որ անգամ
Ռուսաստանի Դաշնությունը մինչև օրս դեռևս չունի նմանատիպ օրենք:
Այս փաստը մեկ անգամ ևս վկայում է, որ հանրապետությունում գործող
էլեկտրոնային զանգվածային լրատվամիջոցների համար ստեղծված
են բարենպաստ պայմաններ և իրավական դաշտ՝ նրանց բնականոն
գործունեությունն ապահովելու և զարգացման միտումներ նախանշելու
համար:

⁶² Տես՝ Մարտիրոսյան Ն., Հեռուստառադիոլրորտի իրավական կարգավորման մի քանի
հարցեր, Ժուռնալիստիկա / տեսության և պատմության հարցեր/, պրակ Ը, Երևան, 2007
թ., էջ 243:

Հեռուստառադիոլորտի լիցենզավորումը Հայաստանի Հանրապետությունում

Հետխորհրդային ժամանակաշրջանում նախկին Խորհրդային Միության հանրապետությունների էլեկտրոնային զանգվածային միջոցների լրատվաշուկայում կատարվեցին ստեղծագործական և կառուցվածքային փոփոխություններ: Հայաստանը նույնպես անմասն չմնաց այդ բնույթի գործընթացներից: Անցման շրջանի դժվարություններով պայմանավորված, մեզանում նույնպես արձանագրվեց էլեկտրոնային լրատվամիջոցների որակական և տեխնիկական զգալի աճ: Արդեն 1990-ական թվականների կեսերին մասնավոր հեռուստառադիոլորտում, սկզբում տարերայնորեն, այնուհետև՝ բնականոն, ձևավորման ընթացքը հանգեցրեց հանրապետությունում տարբեր ձևաչափեր ունեցող հեռուստառադիոկայանների զանգվածային հիմնադրման: Աստիճանաբար ձևավորվեց հանրային և կոմերցիոն ուղղվածություն ունեցող մասնավոր հեռուստառադիոկայանների շուկան, որն սկսեց կարևոր դեր խաղալ հանրապետական լրատվաշուկայում և նախադրյալներ ստեղծեց ոլորտի հետագա կայացման ու զարգացման համար:

Հանրապետական հեռուստառադիոլորտի աշխատանքը կանոնակարգելու, լիցենզավորելու, գործունեության անհրաժեշտ իրավական դաշտ ձևավորելու համար, համաձայն «ՀՀ հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի, ձևավորվեցին երկու համապատասխան կառույցներ՝ ՀՀ հեռուստառադիո խորհուրդը, որը կանոնակարգում է ՀՀ հանրային հեռուստատեսության և ռադիոյի գործունեությունը, և ՀՀ հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովը, որն իրականացնում է մասնավոր հեռուստառադիոլորտի լիցենզավորումն ու մոնիտորինգը:

Հաշվի առնելով հանրապետությունում մասնավոր հեռուստառադիոշուկայի առանձնահատկություններն ու զարգացման միտումները, Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովը կիրարկում է բացառապես դաշտը կարգավորող գործառույթներ. կազմակերպում և կանոնակարգում է եթերային հաճախությունների հրապա-

րակային և մրցույթային հատկացումը, հաստատում է լիցենզիաների ձևերը, կազմում և հրապարակում է լիցենզիայի տերերի ցուցակը, հրսկում է լիցենզիայում նշված պայմանների կատարումը, հեռուստառադիոհաղորդումների տեսագրությունների և ձայնագրությունների օգտագործման միջոցով պարզում դրանց համապատասխանությունը գործող օրենսդրությամբ, ինչպես նաև տեխնիկական միջոցների համապատասխանությունը գործող ստանդարտներին և տրված լիցենզիային:⁶³

Պետք է նշենք, որ հեռուստատեսության և ռադիոյի ոլորտում լիցենզավորումն արմատապես տարբերվում է գործունեության այլ ոլորտների լիցենզավորումից, որը պայմանավորված է առաջին հերթին այդ ոլորտում հեռուստառադիոկապուղիների սահմանափակ քանակությամբ ու սահմանափակ տեխնիկական հնարավորություններով:

Բնականաբար հարց է առաջանում. Ի՞նչու է հեռուստառադիոկապուղիների քանակությունը սահմանափակ և ի՞նչ է նշանակում սահմանափակ ռեսուրսի կապուղի:

Դեռևս անցյալ դարի 20-ական թվականներին, երբ նոր էին ձևավորվում ռադիոոլորտի գործունեության հիմնական ուղղությունները, զարգացած երկրներում, ինչպես, օրինակ, ԱՄՆ-ում, Մեծ Բրիտանիայում, Գերմանիայում, Ֆրանսիայում պետության կողմից նշանակված հատուկ կարգավորիչ մարմինների միջոցով մշակվեց կապուղիների ռաջիոնալ օգտագործման այնպիսի հայեցակարգ, համաձայն որի սահմանվեցին եթերի օգտագործման հնարավորությաններն ու թույլատրելիության սահմանները: Կարգավորիչ մարմինը չափագրելով տվյալ պետության տարածքում կապուղիներով հեռարձակման հնարավորությունները, որոշում էր լիցենզիա ստացած ռադիոկայանների եթեր հեռարձակելու համար նախատեսված ֆիզիկապես սահմանափակ կապուղիները և դրանց թույլատրելիության սահմանները, միաժամանակ արձանագրելով, որ դրանց մեծացման դեպքում կարող է խախտվել տվյալ պետության համար նախատեսված եթեր հեռարձակման հնարա-

⁶³ Տե՛ս՝ Հայաստանի Հանրապետության օրենքը՝ հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին՝ հարակից օրենքներով, Երևան, 2011, էջ 18:

վոր սահմանները և ներթափանցում այլ պետության եթերային տարածք.⁶⁴

1920-ական թվականների վերջերին Ամերիկայի Միացյալ Նահանգներում եթերային հաղորդումներ էին պատրաստում վեց հազարից ավելի ռադիոկայաններ: Այդ ռադիոհաղորդումներն ունկնդրում էին ամերիկյան ընտանիքների ավելի քան 40 տոկոսը: Հաշվի առնելով այդ իրողությունները՝ 1927թ. ԱՄՆ-ի կառավարությունն աշխարհում առաջինը ընդունեց «Ռադիոյի մասին» օրենք, որը նպատակ ուներ կանոնակարգելու շուկայական հարաբերությունների պայմաններում ռադիոկայանների գործունեությունը և այդ հարաբերությունների կարգավորումը տեղափոխել իրավական դաշտ: Համաձայն «Ռադիոյի մասին» օրենքի ստեղծվեց դաշնային հանձնաժողով, որի պարտականություններն էին լուծել հեռարձակողների տեխնիկական խնդիրները, մրցութային եղանակով կազմակերպել հեռարձակման կապուղիների հատկացումը և տնօրինումը, կանխել զանազան ռադիոազդանշանների անօրեն հեռարձակումը եթերում, ինչպես նաև լիցենզիայի տրամադրում մրցույթով հաղթած ռադիոկայաններին՝ համաձայն իրենց հեռարձակման ձևաչափի (դեցիմետրային, մետրային, լարային):⁶⁵

Զարգացած երկրներում ռադիոկայաններին տրամադրված կապուղիների օգտագործումն արդյունավետ դարձնելու և տվյալ պետության սահմաններից դուրս դրանք կանոնակարգելու համար արդեն 1930-ական թվականների կեսերին փորձեր կատարվեցին կապուղիների տրամադրման տեխնիկական չափանիշները համապատասխանեցնելու միջազգային ստանդարտներին: Այդ նպատակով 1936թ. Ժնևում ստեղծվեց Հեռահաղորդակցության միջազգային միություն, որն ամեն տարի կազմում և ազգային պետական կառավարման հեռահաղորդակցության մարմիններին է տրամադրում տվյալ պետության տարածքում հեռուստառադիոհաղորդումների հեռարձակման համար նա-

⁶⁴ Stu' Puxmer A., Лицензирование и ограниченный ресурс частот, В кн. Законодательное регулирование общественного и частного вещания, Ереван, 2002, с.147.

⁶⁵ Stu' История мировой журналистики, под ред. А.Г. Корнилова, Ростов-на-Дону, 2000, с. 279.

խատեսված հաճախությունների ցանկը:⁶⁶ Այդ միջազգային հեռահաղորդակցության ծառայությունից այժմ օգտվում է նաև Հայաստանի Հանրապետության պետական կառավարման հեռահաղորդակցության մարմինը, որին միջազգային միությունը պարբերաբար տրամադրում է Հայաստանի Հանրապետությունում եթերային հաճախությունների ցանկը, որն էլ իր հերթին այն փոխանցում է հեռարձակման հաճախությունների մրցույթ կազմակերպող ՀՀ հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովին:

Համաձայն Ազգային հանձնաժողովի կանոնակարգ-օրենքի ՀՀ յուրաքանչյուր քաղաքացի կամ ցանկացած գրանցված կազմակերպություն հնարավորություն ունի մասնակցելու Ազգային հանձնաժողովի կողմից կազմակերպվող եթերային հաճախությունների մրցույթին, սակայն, նկատի ունենալով կապուղիների ֆիզիկապես սահմանափակ քանակությունը, տվյալ կապուղիով եթեր կարող է հեռարձակվել այն անձը կամ կազմակերպությունը, որը հաղթող է ճանաչվել տվյալ կապուղու համար հայտարարված մրցույթում և լիցենզիայի պահանջներին համապատասխան կարող է վարել ինքնուրույն ծրագրային քաղաքականություն:

Հաշվի առնելով լիցենզավորման բնագավառում ձևավորված միջազգային փորձը, ինչպես նաև հեռուստառադիոկապուղիների սահմանափակ քանակությունը և պետության պարտավորություններն այդ ոլորտում տարակարծության և այլակարծության ապահովումը, Ազգային հանձնաժողովը հնարավոր է դարձնում հեռարձակողների առջև դնել մի շարք պարտադիր պահանջներ և չափանիշներ, որոնք ներառված են նաև լիցենզիա տալու համար նախատեսված պայմանների ցանկում:

Հայաստանի Հանրապետությունում հեռուստահաղորդումների և ռադիոհաղորդումների հեռարձակման լիցենզիա տալու գործընթացը պայմանականորեն կարելի է բաժանել երկու հիմնական փուլերի.

⁶⁶ Տես՝ Նույն տեղում՝ էջ 280:

առաջին՝ 1991-2001թթ. մարտ, երբ հեռարձակման լիցենզիան տրամադրում էր ՀՀ կապի նախարարությունը, հիմնական նախապայման ընդունելով հեռարձակողի տեխնիկական պատրաստվածությունը,

երկրորդ՝ 2001թ.-ի մարտից մինչ օրս, երբ լիցենզիան տրամադրում է ՀՀ հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովը, որն իբրև նախապայման ընդունում է ոչ միայն տվյալ ռադիոկայանի կամ հեռուստակայանի տեխնիկական հագեցվածությունը, այլև նրա վարած ծրագրային քաղաքականությունը, աշխատակազմի պատրաստվածությունը և ֆինանսական հնարավորությունները:

Հեռարձակողին լիցենզիա տրամադրելու դրույթներն արտացոլված են Հայաստանի Հանրապետության «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքում, ինչպես նաև հարակից օրենքներում:

Նախքան հանրապետական մասնավոր հեռուստառադիոկայանների լիցենզավորման գործընթացի բնութագրման անցնելը պետք է նշենք, որ հեռուստառադիոդաշտը կարգավորող օրենքների կազմման և կիրարկման համար հիմք են հանդիսացել եվրոպական երկրներում գործող նմանատիպ միջազգային կոնվենցիաներն ու հիմնական օրենքները: Այդ կոնվենցիաներն ու օրենքներն ընդունած պետությունների էլեկտրոնային զանգվածային լրատվամիջոցների գործունեությունը կանոնակարգվում է միջազգային ընդունված չափանիշներին և նորմերին համապատասխան:

Այդ կոնվենցիաների և օրենքների ընդունման համար իրավական հիմք են հանդիսացել նաև Մարդու Իրավունքների Եվրոպական Կոնվենցիայի 10 հոդվածի առաջին ենթաբաժինը, ուր մասնավորապես նշվում է, որ համաձայն ընդունված Կոնվենցիայի պետությանը թույլատրվում է լիցենզավորելու իր երկրում գործող հեռուստառադիոընկերություններին և տալ գործունեության համապատասխան լիցենզիա: Չնայած դրան՝ Մարդու Իրավունքների Եվրոպական դատարանը միաժամանակ նշում է, որ լիցենզավորման գործընթացը կարող է հանգեցնել պետության կողմից հնարավոր միջամտության հեռարձակող կայանների ազատ արտահայտման իրավունքի և նրանց վարած ծրագրային քաղաքականության վրա: Այսպիսի դեպքերում պետության

կողմից իրականացվող իրավունքների սահմանափակումը պետք է համապատասխանի Մարդու իրավունքների եվրոպական կոնվենցիայի 10 հոդվածի երկրորդ ենթաբաժնին, ուր մասնավորապես ասվում է, որ լիցենզավորման պրոցեսի ցանկացած սահմանափակում, որը դուրս չի գալիս գործող օրենսդրության սահմաններից, պետք է արդարացվի միայն «սոցիալական սուր պահանջի» առկայության դեպքում:⁶⁷

Վկայակոչելով Մարդու իրավունքների եվրոպական կոնվենցիայի համապատասխան դրույթները, ինչպես նաև Հայաստանի Հանրապետության տարածքում գործող օրենքները կարելի է փաստել, որ հանրապետությունում լիցենզավորման գործընթացը Ազգային հանձնաժողովի կողմից կազմակերպվում և իրականացվում է միջազգային չափանիշներին համապատասխան:

Այսպես՝ ՀՀ պետական կառավարման հեռահաղորդակցության մարմինը, օգտվելով Հեռահաղորդակցության միջազգային միության ներկայացրած ցուցակից, կազմում է Հայաստանի Հանրապետության տարածքում հեռուստառադիոհաղորդումների հեռարձակման համար նախատեսված եթերային հաճախությունների ցանկը և պարբերաբար տրամադրում Ազգային հանձնաժողովին: Իր հերթին, Ազգային հանձնաժողովն ըստ անհրաժեշտության, բայց տարին առնվազն մեկ անգամ, հրապարակում է հաճախությունների ամբողջական ցանկը և հայտարարում ազատ (չգրադեցված) հաճախությունների մրցույթ, ամեն տարվա սկզբին սահմանում է մրցույթի անցկացման կարգը, պայմանները և ժամկետները՝ ելնելով եթերային հաճախությունների առկա վիճակից, ինչպես նաև սահմանում՝ լիցենզիա ստացողի համար վճարի չափը և մուծումների կարգը:

Համաձայն «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի 47 հոդվածի՝ լիցենզիան միակ օրինական հիմքն է, որը թույլ է տալիս մրցույթով հաղթողին իրականացնել հեռուստառադիո հաղորդումների արտադրություն, օգտվել որոշակի հաճախականությունից՝ Հայաստա-

⁶⁷ Եվրոպական կոնվենցիան ընդունվել է 1950 թվականի նոյեմբերի 4-ին և ուժի մեջ է մտել 1953 թվականի սեպտեմբերի 3-ին: Ներկայումս այն վավերացված է Եվրախորհրդի բոլոր անդամ պետությունների կողմից: Օրենքների կազմման և կիրարկման համար հիմք են հանդիսացել նաև 1996 թվականին Եվրոպայի Նախարարների հորհրդի համապատասխան որոշումները:

նի Հանրապետության տարածքում հեռուստառադիոհաղորդումների իրականացման նպատակով, բացառությամբ Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրությամբ սահմանված դեպքերի: Հեռարձակման լիցենզիան տրվում է բացառապես մրցութային կարգով՝ հաճախությունների ցանկին համապատասխան:

Լիցենզիա տալու համար Ազգային հանձնաժողովը մշակել է հեռարձակման լիցենզավորման մրցույթի համար համապատասխան դիմում, որտեղ ներառված են «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքի 6-րդ գլխի հոդվածներին համապատասխան դրույթները: Հեռուստառադիոհաղորդումների հեռարձակման լիցենզիա ստանալու համար դիմումում նշվում են՝ դիմողի անվանումը և իրավաբանական հասցեն, հեռուստառադիոհաղորդումների թեմատիկան և մասնագիտացումը, հեռուստառադիոհաղորդումների լեզուն, տվյալներ՝ օգտագործվելիք տեխնիկական միջոցների և սարքավորումների մասին, ինչպես նաև տեղեկանք՝ հնարավոր ֆինանսական աղբյուրների վերաբերյալ:

Իսկ լիցենզիայի տիրոջ ընտրության ժամանակ Ազգային հանձնաժողովը հաշվի է առնում հեռուստառադիոընկերություններում սեփական արտադրության հաղորդումների գերակայությունը, հայրենական արտադրության հաղորդումների գերակայությունը, դիմողի տեխնիկական և ֆինանսական հնարավորությունները, ինչպես նաև աշխատակազմի մասնագիտական պատրաստվածությունը:

Եթե դիմողը հավակնում է ստանալ կաբելային (մալուխային) հեռուստառադիոհաղորդումների իրականացման լիցենզիա, ապա նա պարտավոր է ներկայացնել նաև տեղական ինքնակառավարման մարմինների համաձայնությունը՝ համապատասխան ցանց ստեղծելու ժամանակ տեխնիկական պայմանների իրականացման վերաբերյալ:

Հեռարձակման հաճախականությունն օգտագործելու համար լիցենզիայի տերը մուծում է տարեկան եթերավճար, որի չափը հաշվարկվում է՝ ելնելով միայն հաճախության սպասարկման համար անհրաժեշտ ծախսերից:

Համաձայն սահմանված կարգի և հաշվի առնելով օրենքի համապատասխան հոդվածները՝ ՀՀ Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովը 2001-2002 թվականներին մշակեց ուժ ենթաօրենսդրական ակտ, ինչպես նաև հանձնաժողովի կանոնակարգ-օրենքը,

որոնք հիմք հանդիսացան լիցենզավորման մրցույթի համար նախատեսված պարտադիր պայմանների համար.⁶⁸

Մինչ այդ հեռուստատեսության և ռադիոյի Ազգային հանձնաժողովը 2001թ. օգոստոսին առաջին անգամ վերալիցենզավորեց հանրապետությունում գործող մասնավոր հեռուստառադիոընկերությունները, լրատվադաշտը կանոնակարգելու և կարգավորելու ակնկալիքով: Վերալիցենզավորվեցին գործող 65 հեռուստառադիոընկերությունների առաջին խումբը, թվով 38 ընկերություններ, մյուս խումբը վերալիցենզավորվեց նույն տարվա վերջին: Լիցենզավորման ժամանակ ի հայտ եկան մի շարք խախտումներ, մասնավորապես որոշ ընկերություններ մասնակիորեն խախտում են լեզվի և գովազդի մասին օրենքները, լսարանին են մատուցում անգլիախառն, ռուսախառն առողջանությամբ հեռուստառադիոարտադրանք:

Ելնելով այդ պայմաններից և հաշվի առնելով մայր օրենքի համապատասխան հոդվածները՝ Ազգային հանձնաժողովը մշակել է հաճախությունների մրցույթին մասնակցելու համապատասխան դիմում և տեղեկատվության ձև:

Ըստ հաստատված կարգի Հայաստանի Հանրապետության տարածքում գործող մասնավոր հեռուստաընկերություններն ու ռադիոկայաններն Ազգային հանձնաժողովի կողմից հեռարձակման լիցենզիա ստանալու համար պետք է կատարեն հետևյալ անհրաժեշտ պայմանները:

Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի կողմից մշակված հեռուստահաղորդումների և ռադիոհաղորդումների հեռարձակման լիցենզավորման մրցույթի մասին օրինակելի փաստաթղթերում, որոնք մշակվել են Ազգային հանձնաժողովի անդամների կողմից հաշվի են առնվել տեղական հեռուստառադիոընկայում հայրենական արտադրողի շահերը, սեփական արտադրանք ունեցող հեռուստառադիոկայանների շահերը, տեղական լսարանին ամբողջական, սպառիչ տեղեկատվություն հաղորդելու անհրաժեշտությունը, հեռուստառադիոկայանների կողմից վարվող ծրագրային, երաժշտական և

⁶⁸ Տես՝ Պաշտոնական տեղեկատու, # 2, Երևան, 2002 թ., էջ 34-56:

գովազդային քաղաքականությունը, աշխատակազմի պատրաստվածությունը, ֆինանսական հնարավորությունները և լիցենզիային վճարը: Լիցենզիային վճարի և տեղական լուրերի հեռարձակման հարցերում Ազգային հանձնաժողովը որոշեց տարբերակում դնել մայրաքաղաքային և մարզային ռադիոկայանների միջև: Հաշվի առնելով մայրաքաղաքային և մարզային գովազդային շուկան և լսարանի պոտենցյալ մեծությունը՝ որոշեց մայրաքաղաքային ռադիոկայանների համար լիցենզիային վճարն ավելի բարձր սահմանել, քան՝ մարզայինները:

Հեռարձակման լիցենզիան Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի կողմից տրվում է մրցույթում հաղթած կազմակերպությանը կամ անհատին՝ յոթ տարի ժամկետով: 2010թ. դեկտեմբերի 16-ին ՀՌԱՀ-ի կողմից կազմակերպված և անցկացված թվանշային հեռուստահեռարձակման լիցենզավորման մրցույթներին անդրադարձել ենք սույն աշխատությունում առանձին ենթագլխով:

Արդի փուլում հանրապետական ռադիոշուկայում գործող տասնհինգ լիցենզավորված մասնավոր ռադիոկայաններից տասներեքը գործում են մայրաքաղաքում, երկուսը՝ մարզերում: Վերոնշյալ ռադիոկայանները լիցենզավորված են Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի կողմից և գործում են համապատասխան տիրույթներում: Մասնավոր ռադիոընկերությունների շարքում իր ուրույն տեղն ունի ՀՀ կառավարության թույլտվությամբ գործող «Վեն» ռադիոկայանը, որն եթեր է հեռարձակում հիմնականում հոգևոր-կրոնական, մասնավորապես Հայ Առաքելական եկեղեցուն նվիրված քարոզչություն, ինչպես նաև հոգևոր և դասական երաժշտություն:

Բացի վերը նշված մասնավոր ռադիոկայաններից ՀՀ տարածքում միջպետական պայմանագրով, շուրջօրյա վերահեռարձակվում է ֆրանսիական «PFI» և «Ազատություն» ռադիոընկերությունները:⁶⁹

Հայաստանի հանրային ռադիոյի ծրագրային և հեռարձակման քաղաքականությունը կանոնակարգվում է ՀՀ հեռուստառադիոխորհրդի կողմից:

⁶⁹ Միջպետական պայմանագրով հեռարձակվող հեռուստառադիոընկերությունները Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի կողմից չեն լիցենզավորվում:

Ժամանակակից փուլում Հայաստանի Հանրապետության տարածքում հեռարձակվում են 21 ռադիոընկերություններ:
Ստորև ներկայացնում ենք ամբողջական ցուցակը.

Հայաստանյան ռադիոընկերություններ **Հանրային**

1. Հայաստանի հանրային ռադիո, մետրային, արբանյակային, FM 69,77 ՄՀց, FM 107,6 ՄՀց
2. «Շիրակ» մարզային հանրային ռադիո, FM 102.5 ՄՀց
3. Հանրային ռադիոյի երկրորդ ծրագիր, FM «Իմ ռադիո» ռադիոկայան, 103.8 ՄՀց

Մասնավոր

- | | |
|------------------------------------|---|
| 1. «Ռադիո Երևան», FM 102.0 ՄՀց | 10. «Ռադիո Ավորա», FM 100.6 ՄՀց |
| 2. «Հայ ՖՄ» FM 105.5 ՄՀց | 11. «Ավտոռադիո», FM 89.8 ՄՀց |
| 3. «Ռադիո Հայ», FM 104.1 ՄՀց | 12. «Ռադիո Ջան», FM 90.7 ՄՀց |
| 4. «Ռադիո Վան», FM 103.0 ՄՀց | 13. «Ռադիո Շանսոն», FM 90.2 ՄՀց |
| 5. «Ռուսսկոյե ռադիո», FM 104.9 ՄՀց | 14. «Ռադիո Շանթ», Գյումրի, FM 104.1 ՄՀց |
| 6. «Արծազանք», FM 103.5 ՄՀց | 15. «Լոռու ՄԻԳ», Վանաձոր, FM 103.8 ՄՀց |
| 7. «Արմռադիո FM 107», FM 107.0 ՄՀց | 16. «Վեն», FM 101.6 ՄՀց |
| 8. «Սիթի ՖՄ», FM 106.0 ՄՀց | |
| 9. «Լրատվական ռադիո», FM 106.5 ՄՀց | |

Սիջպետական պայմանագրով աշխատող **ռադիոընկերություններ**

1. «ՖՄ-102.4» Ֆրանսիական ծրագիր, 102.4 ՄՀց
2. «Ազատություն» ռադիոկայան⁷⁰

⁷⁰ «Ազատություն» ռադիոկայանի հաղորդումները հեռարձակվում են «Երևան» և «Ռադիո Հայ» մասնավոր ռադիոկայանների եթերում:

Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի կողմից կազմակերպված հեռուստառադիոկապուղիների համար հայտարարված մրցույթներում ռադիոկայանների կողմից ներկայացրած մրցութային առաջարկների լուրջ խախտումներ և թերացումներ չեղան: Ռադիոկապուղիների համար հայտարարված մրցույթներն անցան ըստ հաստատված կանոնակարգի և նախօրոք սահմանված ժամանակացույցի:

Հանրապետական հեռուստաշուկայում Ազգային հանձնաժողովի կողմից հատկացված լիցենզիաների հիման վրա գործում է 61 հեռուստաընկերություն (2002թ. մարտ – 2013թ. դեկտեմբեր): ՀՀ հանրային հեռուստաընկերության ծրագրային և հեռարձակման քաղաքականությունը կանոնակարգվում է ՀՀ հեռուստառադիոխորհրդի կողմից, իսկ ռուսական «OPT» և «PTP» հեռուստաընկերությունները Հայաստանում վերահեռարձակվում են միջպետական պայմանագրերի հիման վրա: «CNN» մասնավոր հեռուստաընկերությունը վերահեռարձակվում է «ՊանԱրմենիան մեդիա գրուպ» ընկերության կողմից):

Հարկ է նշել, որ մասնավոր հեռուստառադիոկայանների լիցենզավորման ողջ ժամանակահատվածում (2002թ. մարտից - 2010թ. դեկտեմբեր), Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովը հեռուստառադիոլորտում մեծ ծավալի աշխատանք կատարեց և գործող ընկերություններին լիցենզավորեց ըստ նախօրոք կազմված ժամանակացույցի և գործող օրենքի սահմաններում: Չունենալով նմանատիպ աշխատանքների փորձ՝ Ազգային հանձնաժողովն առաջին անգամ հանրապետությունում, որն, ի դեպ, առաջինն էր նաև տարածաշրջանում, կազմակերպեց և անցկացրեց հեռուստառադիոլորտի լիցենզավորում և մոնիտորինգ: Ազգային հանձնաժողովի անցկացրած լիցենզավորման մրցույթների մեծ մասն անցավ հասարակական աննախադեպ ակտիվության պայմաններում, հատկապես հեռուստալորտի լիցենզավորման ժամանակ, երբ որոշ հեռուստաընկերություններ բողոքարկելով մրցույթի արդյունքները դիմեցին դատարան: Սակայն դատական բոլոր միստերի ժամանակ կրկին վերահաստատվեցին Ազգա-

յին հանձնաժողովի կողմից անցկացված մրցույթների արդյունքները և որոշումները թողնվեցին անփոփոխ:⁷¹

Նկատի ունենալով այս ոլորտում առկա իրավական, ստեղծագործական, տեխնիկական դժվարությունները, դաշտը կարգավորող օրենսդրական ակտերի մասնակի անկատարությունը Ազգային հանձնաժողովը գործող հեռուստառադիոընկերություններին հորդորեց հնարավորինս կարճ ժամանակահատվածում վերացնել առկա բացթողումներն ու թերությունները և իրենց կողմից վարվող ծրագրային քաղաքականությունը համապատասխանեցնել գործող օրենքի համապատասխան հոդվածների պահանջներին և ժամանակացույցին, իսկ հաղորդումների հեռարձակումը կազմակերպել տեխնիկական պատշաճ հագեցվածության պայմաններում, գործել իրենց հատկացված տիրույթում, չխախտել այլ հեռուստառադիոընկերությունների հեռարձակման տիրույթները: Ազգային հանձնաժողովը հատուկ ուշադրություն դարձրեց և պարտավորեցրեց լիցենզիա ստացող հեռուստառադիոկայաններին չխախտել լեզվի և գովազդի մասին օրենքները, լսարանին չմատուցել ռուսախառն ու անգլիախառն հեռուստառադիոարտադրանք, իսկ հայրենական արտադրության ծավալը, համաձայն գործող օրենքի, յուրաքանչյուր տարվա համար ապահովել համաձայն ժամանակացույցի: Հեռարձակող ընկերություններին Ազգային հանձնաժողովը հորդորեց արտասահմանյան ընկերությունների հետ կնքել այնպիսի պայմանագրեր, որոնք ապահովում են «ՀՀ հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքում սահմանված պահանջներն ու ժամանակացույցը:

⁷¹ Վճռաբեկ դատարանը 2002թ. հունիսի 14-ի որոշմամբ ՀՀ տնտեսական դատարանի 25.04.02թ. վճիռը թողել է անփոփոխ, իսկ «Ա1+» և «Նոյյան Տապան» հեռուստաընկերությունների բողոքը՝ առանց բավարարման:

Մինչև 2011թ. հոկտեմբեր՝ Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի որոշումները երկու հեռուստաընկերությունները («Ա1+» և «Նոյյան Տապան») դատական կարգով վիճարկել են ևս տասնմեկ անգամ, սակայն դատարանը մերժել է դիմումատուների պահանջը՝ անփոփոխ թողելով Ազգային հանձնաժողովի կողմից ընդունված որոշումները, բացառությամբ տնտեսական դատարանի 2002թ. նոյեմբերի 25-ի որոշման, որով պարտավորեցրեց Ազգային հանձնաժողովին ընդունելու «Նոյյան Տապանի» մերժված հայտը:

2010 թվականի դեկտեմբերին հիմնականում ավարտելով մասնավոր դաշտի լիցենզավորման գործընթացը, Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովը շարունակեց լիցենզավորված հեռուստառադիոկայանների ծրագրային քաղաքականության և տեխնիկական չափանիշների համապատասխանության մոնիտորինգային գործընթացը՝ համաձայն գործող օրենքի:

Լիցենզավորման ողջ ժամանակահատվածում կապուղիների մրցույթին մասնակցող հեռուստաընկերություններն ու ռադիոընկերություններն ունեցան նաև որակական առաջընթացի մի շարք փուլեր: Եթե մրցույթի առաջին ամիսներին մասնակիցների մրցութային առաջարկները հեռու էին կատարյալ լինելուց և զգացվում էր իրավական դաշտում աշխատելու փորձի պակաս, ապա լիցենզավորման հետագա ժամանակահատվածում հեռուստառադիոընկերությունների մեծ մասը կապուղիների մրցույթին ներկայացրին հիմնավոր և կատարյալ մրցութային առաջարկներ, իսկ մայր օրենքի, ըստ իրենց, վիճահարույց դրույթները սկսեցին վիճարկել դատական տարբեր ատյաններում: Օրենքի կիրարկումն ու հետագա փոփոխություններն ու փոխլրացումները նպաստեցին նաև հանրապետական հեռուստառադիոշուկայի հետագա որակական աճին, որն էլ իր հերթին զգալի ազդեցություն ունեցավ հեռուստառադիոընկերությունների վարած ծրագրային քաղաքականության և օրենսդրական դաշտում աշխատելու արդյունավետության վրա: Իր գործունեության ընթացքում Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովն անցկացրել է անալոգային կապուղիներով հեռարձակման 80 մրցույթ (15-ը՝ ռադիո և 65-ը՝ հեռուստատեսային), ինչպես նաև թվանշային հեռարձակման 18 հեռուստամրցույթ, որին անդրադարձել ենք առանձին ենթագլխով:

Մասնավոր հեռուստառադիոլորտում տեղի ունեցող փոփոխությունները մրցակցային դաշտ ստեղծեցին նաև Հայաստանի հանրային հեռուստատեսության ու ռադիոյի համար: Հանրային կառույցի էլեկտրոնային լրատվամիջոցները որակապես վերանայեցին իրենց վարած ծրագրային քաղաքականությունը, որը համապատասխանեցրին հանրապետական հեռուստառադիոշուկայի պահանջներին՝ պատրաստելով մրցունակ և որակապես նոր հեռուստառադիոհաղորդումներ:

Մասնավոր հեռուստառադիոլորտի լիցենզավորումով փաստորեն ավարտվեց նաև անալոգային հեռուստառադիոընկերությունների

կապուղիների տրամադրումը Հայաստանի Հանրապետությունում և արդեն 2009 թվականի վերջերին Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովը ձեռնամուխ եղավ թվանշային հեռուստահեռարձակման համակարգի կիրառման համար նախատեսվող ստանդարտի, ներդրման ժամկետի, անցումային փուլում անալոգային և թվանշային հեռուստահեռարձակման համակարգերի զուգահեռ աշխատանքի տևողության և ՀՀ բնակավայրերում անհրաժեշտ կապուղիների քանակի վերաբերյալ քննարկումներին:

Իսկ 2010 թվականի դեկտեմբերի 16-ին ՀՌԱՀ-ը կազմակերպեց և անցկացրեց թվանշային չափորոշիչներին համապատասխան առաջին հեռուստամրցույթները, որոնք ավարտվելու են 2015թ.: ՀՀ ռադիոտվորտի թվանշային մրցույթների մեկնակետը կտրվի 2016թ. հուլիսի 20-ին:

Հաշվի առնելով մասնավոր և հանրային հեռուստառադիոտվորտում առկա դժվարությունները, գտնում ենք, որ Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովն իր վարած քաղաքականությամբ հնարավորինս պետք է նպաստի մասնավոր հեռուստառադիոտվորտի զարգացմանը, մեթոդական և մասնագիտական ամենօրյա օգնություն ցուցաբերի հայրենական և սեփական արտադրանքի խրախուսման, ծրագրային, երաժշտական, գովազդային քաղաքականության իրագործման համար:

Շուկայական հարաբերությունների պայմաններում հանրապետական հեռուստառադիոտվորտի հետագա զարգացման վրա մեծապես ազդում են նաև նոր տեղեկատվական տեխնոլոգիաների ներդրումը, առցանց ռադիոն, համակարգչային տեղեկատվական բանկի ստեղծումը, մուլտիմեդիան, համացանցը և ցանցային ժուռնալիստիկան: Էլեկտրոնային զանգվածային լրատվամիջոցների հետ մրանց հետագա սերտ համագործակցությունը հնարավորություն կտա ոլորտի առկա հիմնախնդիրները պահել Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի ամենօրյա աշխատանքների ուշադրության կիզակետում, որն էլ իր հերթին խթան կհանդիսանա հայաստանյան հեռուստառադիոընկերություններին ակտիվորեն ինտեգրվելու ինչպես տեղական, այնպես էլ միջազգային հեռուստառադիոշուկաներին:

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ՑԱՆԿ

Հայերեն

1. Հեռուստատեսություն և ռադիո: Լրագրություն և ստեղծագործական մենեջմենտ, Երևան, Երևանի մամուլի ակումբ, Ինտերնյուս, Բաց հասարակության ինստիտուտ, 2000:
2. Հովսեփյան Մ., Ռադիոշուկայի ձևավորման և զարգացման ժամանակակից միտումները Հայաստանի Հանրապետությունում, Երևան, 2002:
3. Վալշենբերգ Ջ., Լրատվական ժուռնալիզմ (թարգմ. գերմաներենից՝ Լևոն Սարգսյանի), Անկյունաքար, Երևան, 2013:
4. Մամուլը և ժողովրդավարությունը, Երևանի մամուլի ակումբ, Եվրոպայի Խորհուրդ, Բաց հասարակության ինստիտուտ, Երևան, 2001:
5. Մարդու իրավունքների և հիմնարար ազատությունների մասին Եվրոպական Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի կիրառման նախադեպերը, Երևանի մամուլի ակումբ. Բաց հասարակության ինստիտուտ, Երևան, 2000:
6. Մենչեր Մ., Լրագրության հիմունքներ, Երևան, 2005:
7. Նեյման-Մատկալֆ Ք., Անալոգից թվանշայինի անցման առանձնահատկությունները, // [http:// www. Media.am](http://www.Media.am), 2006, 13 դեկտեմբեր:
8. Քոհլեր Դ., Ռադիոհեռուստատեսային լուրերի պատրաստման և մատուցման ձեռնարկ, (թարգմանություն անգլերենից), Երևան, 2001:
9. Ջանգվածային լրատվության անկախ միջոցների մենեջմենտ, Երևան, 1996:
10. Ջանգվածային տեղեկատվության բնագավառը Եվրոպայի Խորհրդի փաստաթղթերում, Երևան, Երևանի մամուլի ակումբ, Ֆար-ի և Տասիսի-ի ժողովրդավարության ծրագիր, 2000:

Որոշումներ

1. Вартанова Е.Л., Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики, Учебное пособие, М., Аспект Пресс, 2013.
2. Вартанова Е.Л., Алеексева М.И., Болотова Л.Д., Средства массовой информации России; Учебное пособие для студентов вузов, М., 2011.
3. Васильева Т.В., Осинский В.Г., Петров Г.Н., Курс радиотелевизионной журналистики, С.-Петербург, 2004.
4. Маклеенко М.И., Радиовещание и телевидение США в новом столетии; структура, экономика, стратегии, М., 2010.
5. Основы радиожурналистики, под ред. А.А.Шереля. классический университетский учебник, Москва, 2005.
6. Шеин В.Н., Современная радиожурналистика, теория и практика, Минск, 2010.
7. Хюлен П., Карт Т., Пособие для радиожурналистов, Дойче Велле-Академия, Берлин. 2010

Գերմաներեն, անգլերեն

1. BBC Handb: 2006. www.BBC.com
2. Werner M., Deutsche Welle Rundfunk, Bonn, 2008.
3. Mein H., Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland, Bonn, 1994.
4. Hyulen P., Kart T., Handbuch Radiojournalisten, Deutsche Welle-Akademie, Berlin, 2010.
5. Hoppner R., Deutsche Welle Rundfunk in Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland, Bonn, 2004.
6. Hovsepyan M.M., Peculiarities and Trends of Development of Radio Market in Armenia, Journalism in Armenia: Contemporary issues and challenges, international conference materials, Yerevan, 2003.

7. Hovsepyan M.M., Peculiarities and trends of development of Radio Market in Armenia: digital radio ahead, 2-nd international Radioforum, Iran, Tehran, 2009.
8. UNESCO Statist. Pb . Paris, 2010.

Կայքեր՝ ռադիոկայքեր

www.armradio.am	www.sevan.com
www.radiovan.am	www.media.am
www.radiohay.am	www.radio.sevan.com
www.azatutjun.am	www.voice of van.com
www.BBC.com	www.impuls.am
www.BBC.Russian.com	www.ardzagangh.am
www.pandora.com	www.Deutsche Welle.de
www.hayreniq.com	

ՀՀ ռադիոշուկայի ոլորտը կարգավորող օրենքներ

1. «Մամուլի և զանգվածային լրատվության մյուս միջոցների մասին» ՀՀ օրենք, Երևան, 1991:
2. «Լեզվի մասին» ՀՀ օրենք, Երևան, 1993:
3. «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենք, Երևան, 1996:
4. «Հեռահաղորդակցության մասին» ՀՀ օրենք, Երևան, 1998:
5. «Հեղինակային իրավունքի և հարակից իրավունքների մասին» ՀՀ օրենք, Երևան, 1999:
6. «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենք, Երևան, 2011:
7. «Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի կանոնակարգ-օրենք», Երևան, 2002:
8. «ԶԼՄ-ների մասին ՀՀ օրենք», Երևան, 2003:
9. «Լիցենզավորման մասին» ՀՀ օրենք, Երևան, 2003:

Արխիվներ

1. ՀՀ ՊՊԿԱ - Հայաստանի Հանրապետության պատմության պետական կենտրոնական արխիվ (1919-1920):
2. Հայաստանի Հանրապետության հանրային ռադիոյի ընթացիկ արխիվ (1927-2013):
3. Հայաստանի Հանրապետության հանրային հեռուստատեսության ընթացիկ արխիվ (1985-2013):
4. Հայաստանի Հանրապետության հեռուստատեսության և ռադիոյի Ազգային հանձնաժողովի ընթացիկ արխիվ (2001-2013):
5. Հայաստանի Հանրապետության հանրային հեռուստառադիոխորհրդի ընթացիկ արխիվ (2001-2013):

Մուշեղ Հովսեփյան

ՈԱԴԻՈԺՈՒՌՆԱԼԻՍՏԻԿԱՅԻ ՀԻՄՈՒՆՔՆԵՐ. ՊԱՏՄՈՒԹՅՈՒՆ և ՏԵՍՈՒԹՅՈՒՆ (դասախոսություններ)

Համակարգչային ձևավորումը՝ Կ. Չալաբյանի
Կազմի ձևավորումը՝ Ա. Ստեփանյանի
Տեխ. խմբագրումը՝ Լ. Հովհաննիսյանի

Չափսը՝ 60x84 1/16: Տպ. մամուլ 6,5:
Տպաքանակը՝ 100: