

ՀԵՌՈՒՄՏԱԾՐԱԳԻՐԸ ԵՎ ՆՐԱ ԲԱԺԻՆՆԵՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆԵՐԻ ՀԵՌՈՒՄՏԱԾՐԱԳԻՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՕՐԻՆԱԿՈՎ

Ավետիսյան Ա.

Ուղղահեռուստատեսային ժողովրդատիրության ամբիոնի ասպիրանտ

Աշխատանքում ներկայացված է հեռուստադրագիրն ու նրա բաժինները հայաստանյան հեռուստաընկերությունների օրինակով: Մանրամասն ուսումնասիրված է նաև այդ հեռուստաընկերությունների ծրագրային քաղաքականությունը ըստ ծրագրի բաժինների, քերված են բվային տվյալներ: Խաչի ամենավաղ հայաստանյան հ/ը-ների առանձնահատկությունները, վարվող ծրագրային քաղաքականությունը, և կատարված ուսումնասիրությունների արդյունքները նպատակահարմար է, քերևա, առանձնացնել հեռուստադրագրի հետևյալ բաժինները՝ տեղեկատվական, հրապարակախոսական, գեղարվեստական, երաժշտական, ժամանցային, ուսուցողական և մարզական:

Аветисян А. Телепрограмма и ее разделы на примере армянских телекомпаний. В работе представлена телевизионная программа и ее разделы на примере армянских телекомпаний. Детально изучена также программная политика этих телекомпаний по разделам программы приведены численные данные. Учитывая особенности армянских телекомпаний, программной политики и результаты проведенных исследований, целесообразно выделить следующие блоки программ: информационные, публицистические, художественные, музыкальные, развлекательные, спортивные, учебно-просветительские.

Avetisyan A. TV program and its departments are presented on the example of most popular Armenian TV companies. In the work TV program and its departments are presented on the example of most popular Armenian TV companies. The program policy by the departments of the programs has been investigated in details and data on that has been brought up. Taking into consideration the peculiarities, implemented policy, investigated results, we find it expedient to point out the following departments of a TV program: information, publicity, art, music, leisure, educative and sport program departments.

ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ: Հեռուստատեսության գործունեության հիմքը հեռուստադրագիրն է: Հեռուստատեսային ծրագրերի մասին կան տարբերակային տեսություններ և սահմանումներ [1-3]:

1. Ծրագիրը հաղորդումների «ցուցակ» է, որը եթեր է հեռարձակվում որոշակի ժամանակամիջոցում: Այս դեպքում ծրագիրը կազմելու գործընթացը կրում է սոսկ մեխանիկական բնույթ՝ պայմանավորված հաղորդումների քանակով:

2. Ծրագիրը սոցիալ-քաղաքական կատեգորիա է՝ զաղափարներ արտահայտելու կամ քարոզելու նպատակատիրությամբ միասնական համակարգ: Այս պարագայում արդեն ծրագիր կազմելու իմաստը վերածվում է տեղծագործական աշխատանքի:

Ցանկացած հեռուստադրագիր իրենից ներկայացնում է առանձին օղակներից բաղկացած շղթա, որոնք միմյանցից տարբերվում են բեմականությամբ, ժանրով, տեմպով, գեղարվեստական ձևավորմամբ, ռիթմով և այլն: Հեռուստատեսության կայացման փուլում, քերևա, արդարացված էր հեռուստադրագրի բաժանումը չորս առավել ընդհանուր բաժինների՝ տեղեկատվական, հրապարակախոսական, դրամա և երաժշտական, ինչպես իր տեսական աշխատանքում կատարել էր Ռ. Բորեցկին [4]: Մակայն 1998թ., համադրելով մի շարք երկրների հեռուստատեսությունների ծրագրային քաղաքականությունը, նույն հեղինակը արդեն առանձնացնում է վեց բաժին՝ փաստագրական, մշակութային-լուսավորչական, կրթական-ուսուցողական, գեղարվեստական, էստրադային-ժամանցային և սպորտային [5]:

Մայն աշխատանքում հեռուստադրագիրն ու նրա բաժինները ներկայացվում են հայաստանյան հեռուստաընկերությունների (հ/ը) օրինակով: Մենք ուսումնասիրել ենք առավել մեծ լարան ունեցող հ/ը-ների 2000թ. դեկտեմբեր ամսվա ծրագրային քաղաքականությունը: Դրանք են Հայաստանի ակադեմիա, Պրոմեթևա, Արմենիա, Ար, Ա1+ հ/ը-ները:

Եվ այս պարագայում, Խաչի ամենավաղ հայաստանյան հ/ը-ների առանձնահատկությունները, վարվող ծրագրային քաղաքականությունը, և կատարված ուսումնասիրությունների արդյունքները նպատակահարմար է, քերևա, առանձնացնել հեռուստադրագրի հետևյալ բաժինները՝ տեղեկատվական, հրապարակախոսական, գեղարվեստական, երաժշտական, ժամանցային, ուսուցողական և մարզական: Այժմ անդրադառնանք այս բաժիններին առանձին-առանձին:

Տեղեկատվական

ՀԱՀ, Պրոմեթևա, Արմենիա հ/ը-ները ունեն մեկական տեղեկատվական ծրագիր: ՀԱՀ-ն շաբաթվա առաջին հինգ օրերին ունենում է «Հայրուրի» 5 քաղաքային, ինչպես նաև երկուսը՝ ռուսերեն և անգլերեն լեզուներով: Ընդհանուր առմամբ՝ 125 րոպե տևողությամբ: Աշխատանքային օրերին տեղեկատվական բաժինը զբաղեցնում է հեռուստադրագրի 16,7%-ը, իսկ եթե Խաչի ամենք հանգստյան օրերին լրատվական հաղորդումների սակավությունը, ապա տեղեկատվական բաժինը շաբաթվա կտրվածքով կազմում է հեռուստաթերթի ընդամենը 13,5%: Նույն ցուցանիշը Պրոմեթևայի համար՝ 11,5%, իսկ Արմենիայի համար՝ 15%: Ար հ/ը-ը եթեր է դուրս գալիս օրական 9,5 ժամ, ունի լրատվական 2 հաղորդում, որոնց օրական ընդհանուր տևողությունը կազմում է 140 րոպե (բացի կիրակի օրերից): Տեղեկատվական բաժնի շաբաթական միջինը կազմում է հեռուստադրագրի 21%-ը:

Տեղեկատվական բաժնի պահանջներին առավելագույնս համապատասխանում են Ա1+ հ/ը-ն լրատվական հաղորդումները, որոնք 5-ն են (աղ. 1): Այդ հաղորդումները եթեր են հեռարձակվում որոշակի պարբերականությամբ, աչքի են ընկնում փաստի հրատապությամբ, տեղեկատվության հակիրճությամբ և այլն: Աշխատանքային օրերին Ա1+ հ/ը-ն տեղեկատվական բաժնի եթերային ընդհանուր տևողությունը 3,5 ժամ է, որը բացարձակ արժեքով ամենաերկարն է հայաստանյան հ/ը-ների մեջ, սակայն նրա հարաբերական ծավալը եթերային ժամանակի ընդամենը 12,5%-ն է (տե'ս աղ. 3): Դա պայմանավորված է նրանով, որ Ա1+ -ը շուրջօրյա եթեր է ապահովում:

Գրեթե բոլոր հ/ը-ների առավելագույն լրատվական ծրագրերը մախրող օրվա երեկոյան թողարկումների կրկնություններն են: Հանգստյան օրերին լրատվական հաղորդումներն ավելի սակավ են կամ ընդհանրապես բացակայում են: Ստորև ներկայացնում ենք վերոհիշյալ 5 հ/ը-ների հեռուստածրագրերի տեղեկատվական բաժնիների պատկերը ներկայացնող հակիրճ տեղեկությունների աղյուսակը:*

Աղյուսակ 1

	ՀԱՀ	Պրոմեթևս	Ար	Ա1+	Արմենիա
1. Տեղեկատվական հաղորդումների քանակը	1	1	2	5	1
2. Աշխ. մեկ օրվա ընթացքում տեղեկատվական հաղորդումների քիմը ** մույնը շաբաթ օրերի համար	5+2 (օտար լեզվով) / 4	4/1	4/4	21/21	4/4
3. Աշխ. օրերին տեղեկատվական հաղորդումների ընդհանուր տևողությունը/ մույնը շաբաթ օրերին	125ր/95ր	95ր/35ր	140ր/ 140ր	215ր/ 215ր	145ր/ 145ր
4. Աշխատանքային օրերին տեղեկատվական բաժնի ծավալը %-ով/ մույնը շաբաթ օրերին	16,7%/ 12,7%	15% / 5,5%	24,5% / 24,5%	14,6% / 14,6%	15,5% / 15,5%

* տվյալները ընդկում են 2000թ-ի դեկտեմբեր ամսվա կտրվածքով, ** կիրակի օրերին տեղեկատվական հաղորդումները բացակայում են:

Հրապարակախոսական

Հեռուստահրապարակախոսության երկու ընդհանուր պահանջներն են քարոզչության պարբերական բնույթը և ներկայացվող նյութերից յուրաքանչյուրի ժամրային հստակ ձևավորումը [6]: Հրապարակախոսական հաղորդումն ուղ ընթացքը, ուղղվածությունը, կոմպոզիցիան, սյուժեն, սցենարը, տեքստը, գեղարվեստական ձևավորումը, սովորաբար, կատարվում են հրապարակախոս-լրագրողի անմիջական ղեկավարությամբ:

Հայաստանյան հ/ը-ում հրապարակախոսական առանցքային հաղորդումները եթեր են հեռարձակվում հիմնականում հանգստյան օրերին և զբաղեցնում են տեղեկատվական հաղորդումների եթերաժամերը: Դրանք, ընդհանուր առմամբ, ամփոփում են շաբաթվա հասարակական-քաղաքական, սոցիալ-մշակութային ու տնտեսական անցողաբարձ ընդհանրացնելով դրանք և մախանշելով զարգացման հիմնական միտումները: Այսպիսի հաղորդումներից կարելի է առանձնացնել ՀԱՀ-ի «Օրակարգը», Ար-ի «Յոթ քարը», Արմենիայի «Շաբաթը»: Ար-ի հեռուստածրագրում այդ բաժինը զբաղեցնում է եթերաժամի առավել բարձր տոկոսը (13%): Դա պայմանավորված է այն համազամանքով, որ Ար-ի հրապարակախոսական հաղորդումները կրկնվում են հաջորդ օրը: Ստորև ներկայացնում ենք հայաստանյան հինգ հ/ը-ների ծրագրերի հրապարակախոսական բաժնի պատկերը ներկայացնող աղյուսակը:

Աղյուսակ 2

	ՀԱՀ	Պրոմեթևս	Ար	Ա1+	Արմենիա
1. Հրապարակախոսական հաղորդումների ընդհանուր քիմը	11	5	4	4	3
2. Հրապարակախոսական բաժնի եթերաժամի տևողությունը 1 շաբաթվա կտրվածքով	8,5 ժ.	6 ժ.	8,7 ժ.	5,5 ժ.	5,2 ժ.
3. Հրապարակախոսական բաժնի եթերաժամի տևողությունը %-ով	9,5%	8,2%	13%	3,3%	4,7%

Գեղարվեստական

Ըստ տեսարանների, գեղարվեստական են անվանում հեռուստածրագրի այն բաժինը, որում ներառված հաղորդումները իրենցից ներկայացնում են իրական աշխարհը գեղարվեստական ձևերով [7]: Հեռուստածրագրի գեղարվեստական բաժնի հաղորդումները եթեր են հեռարձակվում հեռուստաշաբաթով և իրենց հաստատում տեղն ու ժամն ունեն ծրագրում: Ցավոք սրտի, հայաստանյան հ/ը-ներում այսօր բացակայում են արհեստավարժ գեղարվեստական հաղորդումները:

Հարկ է նշել, որ հայաստանյան գրեթե բոլոր հ/ը-ների ծրագրի գեղարվեստական բաժինը ներկայացվում է գեղարվեստական ֆիլմերով, հեռուստասերիալներով, մուլտֆիլմերով և շատ քիչ տոկոս կազմող հաղորդաշարերով: Հեռուստածրագրի գեղարվեստական բաժնի հաղորդումներով առավել հագեցած է Ա1+ հ/ը (շաբաթական 112 ժ.): Պրոմեթևս և Արմենիա հ/ը-ների գեղարվեստական բաժնի հաղորդումների ծավալը շաբաթվա բոլոր օրերին գրեթե մույնն է, մինչդեռ Ար հ/ը-ն եթերում տվյալ բաժնի ծավալը հանգստյան օրերին 2 անգամ մեծանում է:

Երաժշտական

Հեռուստածրագրի երաժշտական բաժինը ընդգրկում է հեռուստատեսային համերգները, օպերան, բալետը, էստրադան, երաժշտական հաղորդումները և այլն: Վերջին շրջանում հեռուստածրագրի երաժշտության բաժնի գարգացումը հանգեցրեց հեռուստատեսային նոր որակի ի հայտ գալուն, այն է՝ տեսահոլովակները, որտեղ սինթեզվում են երաժշտությունը, գեղարվեստական ստեղծագործության սյուժեն, կադրային առանձնահատկությունները և այլն:

Հայաստանյան հ/ը-ները աչքի են ընկնում հիմնականում համերգային ծրագրերով: Կարելի է առանձնացնել ՀԱՀ-ի «Առօրինակ»-ը և «Հիթ շքերթը», Ար-ից՝ «Ի դեպ»-ը: Այս հաղորդաշարերն ու միայն երաժշտություն են մատուցում, այլև տեղեկատվություն են հաղորդում տվյալ ստեղծագործության մասին: Այս պարագայում հեռուստածրագրի երաժշտական բաժինը իր վրա է վերցնում մաս տեղեկատվական բաժնի գործառնությունները: Հ/ը-ներից, թերևս, կարելի է առանձնացնել Պրոմեթևսը, որը երաժշտական պարբերական հաղորդաշարեր գրեթե չունի:

Ժամանցային

Ժամանցային բաժինը ներկայումս հեռուստատեսային ծրագրի անբաժանելի մասն է դարձել: Հեռուստատեսությունը արդի փուլում դիտարկվում է մաս մարդկանց ժամանցն ապահովող յուրահատուկ միջոց: Այս առումով, կարելի է նշել հեռուստաշոուներն ու տարաբնույթ զվարճալի և հումորային ծրագրերը, (այս բաժինը սերտորեն կապված է երաժշտության հետ, բայց ամենևին էլ չի կարելի դրանք նույնացնել): Այսօր առավել տարածված է «Talk show» տեսակը: Այս բաժնի կարևոր առանձնահատկություններից մեկն էլ այն է, որ այստեղ հասարակական տարաբնույթ հիմնականիներին մոտենում են մեկ այլ՝ առօրյա կյանքին «ավելի մոտեցված» ձևով: Զվարճալի հաղորդաշարերի մյուս տարատեսակներից է հեռուստախաղը, որը բացի ժամանցային գործառնությունների իրականացումից, մաս ուսուցողական նպատակներ կարող է հետապնդել (մասնավորապես ինտելեկտուալ խաղերը): Վերջին երեք տարիների ընթացքում, ժամանցային բաժնում մեծ տեղ են զբաղեցնում մաս հեռուստալուսավորողները: Ժամանցային հաղորդումներում հիմնականում նկատելի են հեռուստածրագրի մյուս բաժինների տարրերը: Օրինակ, ՀԱՀ-ի «Կեսգիշերային ճեպընթաց», Ար-ի «Տոմար», Արմենիայի «Հակոբ Ռուբինյանի հեղինակային ծրագիրը», Պրոմեթևս-ի «Բարի լույս, Հայաստան» հաղորդաշարերը ունեն և՛ տեղեկատվական, և՛ երաժշտական, և՛ հրապարակախոսական բաժիններ:

Ավելացնենք մաս, որ հ/ը-ները տրամագծորեն տարբեր քաղաքականություն են վարում հեռուստածրագրի ժամանցային բաժնի հաղորդումները կազմելիս: Այսպես օրինակ, եթե Ա1+ ի հեռուստածրագրում այս բաժինը ընդհանրապես բացակայում է, ապա Արմենիայում այն կազմում է շաբաթվա հեռուստածրագրի 1/3-ը (աղ. 3):

Աղյուսակ 3. Հեռուստածրագրի հիմնական բաժինների բացարձակ և հարաբերական (%-ով) ծավալը հայաստանյան հեռուստաընկերությունների ծրագրերում

	Տեղեկատվական	Հրապարակախոսական	Գեղարվեստական	Ժամանցային	Երաժշտական	Ուսուցողական	Սպորտային	Այլ
Ժամ/տոկոս								
1. ՀԱՀ	12/13,5	8,5/9,5	39/44	11,5/13	11/12	3,5/4	0,8/0,9	3
2. Պրոմեթևս	8,5/11,5	6/8,2	39/51	16/21	1,5/2	2,5/3,4	0,5/0,7	2
3. Ար	14/21	8,7/13	27,5/41	13/19,5	1,5/2,2	0,7/1	0,8/1,2	1
4. Ա1+	21,5/12,5	5,5/3,3	112/67	0/0	21/12,5	1/0,5	3,5/2	2
5. Արմենիա	13/12	5,2/4,7	51,5/46	33/29,5	1,8/1,6	4,5/4	0/0	2

Ուսուցողական

Ուսուցողական բաժինը հիմնականում միավորում է գիտահանրամատչելի, ճանաչողական, մշակութաբանական ու որոշ մասնագիտական հաղորդումներ, որոնք նախատեսված են մանուկների, դպրոցականների, ուսանողների համար և պատրաստվում ու եթեր են հեռարձակվում հիմնականում մասնագետների օգնությամբ: Այսօր հայաստանյան հ/ը-ների վարած ծրագրային քաղաքականության արդյունքում ուսուցողական բաժնի ծավալը շատ փոքր է, ինչը գուցե պայմանավորված է նրանով, որ մասնատիպ հաղորդումները ունեն ոչ կոմերցիոն բնույթ (աղ. 3):

Սպորտային

Հեռուստածրագրի առանձին բաժին է մաս սպորտայինը: Այս բաժինը միավորում է սպորտային մրցաշարերի հեռարձակումները, սպորտային ճորություններն ու մեկնաբանությունները: Այն ևս փոքր ծավալ է զբաղեցնում հայաստանյան հեռուստաընկերությունների եթերային ժամանակում: Ներկայացված աղյուսակում նշված թվերը չեն ներառում լրատվական հաղորդումների սպորտային հավելվածները (հակառակ դեպքում սպորտային բաժինն ավելի ծավալային կդառնա ի հաշիվ տեղեկատվականի):

Հայաստանյան հեռուստաընկերությունների վարած ծրագրային քաղաքականությունը պետք է արագորեն արձագանքի հասարակական պահանջմունքների դիմադի փոփոխություններին, մյուս կողմից, տեխնիկական զարգացումներին համահունչ՝ պետք է իր մեջ համատեղի ՉՏՄ-ների մյուս տեսակներին բնորոշ առանձնահատկությունները [8]:

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

- [1] Борецкий Р.А. Телевизионная программа. М., 1993.
- [2] Телевизионная журналистика. / Под ред. А. Юровского. М., 1998.
- [3] Егоров В. Телевидение: теория и практика. М., 1993.
- [4] Борецкий Р.А. Телевизионная программа. М., 1993, с. 19.
- [5] Борецкий Р.А. В бермудском треугольнике ТВ. М.: МГУ, 1998, с. 19-30.
- [6] Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 1998, с. 30-36.
- [7] Гальперина А.А. Телевидение и литература. М.: Искусство, 1989, с. 119.
- [8] Ինտերնետ. am, քիվ 1, 2, 3, Երևան 2000:

МИСТИКА ЧИСЕЛ ИЛИ ПУТЬ ПОСВЯЩЕНИЯ

Арутюнян Н.

Институт философии и права НАН РА

Ищуцему истину человеку числа дают ключ к раскрытию тайны бытия. Являясь символами бытия, числа описывают переход не проявленного ничто в определенное нечто и процесс самоосознания проявленного существа. Развертывание чисел из нуля выражает стремление человека к божественному и вечному и соответствует пути посвящения в таинства жизни как пути приобретения гармоничности, единства и цельности.

Հարությունյան Ն., Թվերի միտոսիկա կամ սրբացման ճանապարհ: Ճշմարտությունը փնտրողին թվերը տալիս են գոյության զաղտնիքը բացող մի բանալի և հաղորդակից դարձնում նրան աներևույթ աշխարհներին: Լինելով գոյի