ՀԱՅԿԱԿԱՆ ԵՎ ՀԱՅԱԼԵԶՈՒ ՌԱԴԻՈԿԱՅԱՆՆԵՐԻ ՏԵՂԵԿԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ՄԱՏՈՒՑՄԱՆ ԵՎ ՏԱՐԱԾՄԱՆ ՁԵՎԵՐԸ ՀԱՄԱՑԱՆՑՈՒՄ

ՏԱՐՈՆ ԴԱՆԻԵԼՅԱՆ

Վերջին տասնամյակում բացահայտվել և մշակվել են տեղեկույթի ստեղծման և տարածման տեխնիկական և տեխնոլոգիական բազմաթիվ հնարավորություններ, ձևափոխվել է ավանդական ՁԼՄ-ների աշխատանքը, իսկ համացանցի տիրույթում թերթը, ռադիոն, հեռուստատեսությունը ձեռք են բերել նոր հատկանիշներ, արտահայտչամիջոցներ, մի մասն էլ համացանցի տիրույթում դարձել է նոր մեդիա:

Եթե մինչև 1990-ական թվականները գոյություն ուներ ռադիոհաղորդումների տարածման երեք հիմնական տեսակ՝ եթերային, լարային, արբանյակային, ապա այսօր թվային տեխնոլոգիաների շնորհիվ ռադիոհաղորդումների հեռարձակման համար օգտագործվում են տարբեր տիրույթներ և հենահարթակներ: Համաշխարհային փորձը ցույց է տալիս, որ տնտեսական և տեխնոլոգիական հարամիտման ազդեցության ներքո «առաջատար մեդիակոնցեռնները ոչ միայն ներկայացնում են իրենց ապրանքը թվային միջավայրում, այլ նաև ստեղծում են ստորաբաժանումներ, որոնք միավորում են մեդիաբիզնեսի ավանդական և նոր մոտեցումները»[1]:

Վերլուծելով ռադիոեթերի և համացանցում աուդիոհաղորդումների տարածման տարբերությունները՝ մասնագետները նշում են, որ ռադիոեթերը կարելի է համեմատել հավասարաչափ ուղղագիծ շարժման հետ. լսողը նախապես որոշված հերթականությամբ (անկախ նրանից՝ ուզում է լսել, թե ոչ) ստանում է այն, ինչ նրան առաջարկվում է ռադիոկայանի եթերացանկով: Իսկ համացանցը բնույթով տարատեսակ է և հիմնված է փոխադարձ կապի վրա: «Համացանցում օգտատերն ընտրում է ինչպես շարժման վեկտորը, այնպես էլ նյութի մեջ թափանցման խորությունը»[2]: Հենց այս նախապայմանն է գլխավոր

---

[1] **Вартанова Е.,** Медиаэкономика в условиях конвергенции, Вестник Московского университета, серия 10 (журналистика), 2012, N5, стр. 21. **Vartanova E.,** Mediaekonomika v usloviyax konvergencii, Vestnik Moskovskogo universiteta, seria 10, (zhurnalistika), 2012, N5, str. 21.

[2] **Жаров В.,** О том, как представить радиостанцию в интернете, Ключи к эфиру /2/, Основы мастерства, Москва, 2007, стр. 184. **Zharov V.,** O tom, kak predstavit radiostanciyu v

առանձնահատկություններից մեկը, որը տարբերակում է դնում ավանդական և համացանցային լրատվամիջոցների միջև:

Համացանցի զարգացմանը զուգահեռ կատարվում է նաև ԶԼՄ-ների հարամիտման գործընթաց, երբ կոդային տարբեր արտահայտչամիջոցներ ունեցող ԶԼՄ-ները սկսում են օգտագործել այլ տեսակի ԶԼՄ-ներին հատուկ արտահայտչամիջոցներ և հնարավորություններ: Օրինակ՝ համացանցային թերթն օգտագործում է աուդիո և վիդեո արտադրանքը, ռադիոն՝ տպագիր տեքստը և վիդեո արտադրանքը և այլն:

Դեռևս 1913թ. զանգվածային հաղորդակցության զարգացումն ուսումնասիրող գերմանացի գիտնական Վ. Ռիպլը իր «Կապի հնագույն միջոցները. մասնավորապես Հին Հռոմի օրինակով» ատենախոսության մեջ առաջ քաշեց այն գաղափարը, համաձայն որի՝ ավելի նոր, առավել զարգացած զանգվածային միջոցները չեն կարող դուրս հանել հներին, եթե վերջիններս գտնեն զարգացման ուղիներ[3]: Փաստորեն, նոր տեխնոլոգիաները ավանդական ԶԼՄ-ներին զարգացման հնարավորություն են տալիս, ապահովում են արտադրանքի արդյունավետությունը և մատչելի են դարձնում մեդիանյութի տարածումը, բայց եթե արդեն ստեղծված զանգվածային հաղորդակցության միջոցները չօգտվեն նոր տեխնոլոգիաներից, դուրս կմղվեն մրցակցային դաշտից կամ էլ կկորցնեն իրենց կենսական նշանակությունը: Նկատենք, որ հեռուստատեսության ստեղծումից հետո «ռադիոն կորցրեց իր առանցքային դերը»[4], բայց շնորհիվ իր գլխավոր առանձնահատկությունների՝ ամենահասության, օպերատիվության, շարժականության, հաղորդման թեմաները և ծրագրացանկը հարմարեցրեց մարդկանց առօրյային: Արդյունքում ռադիոն ավելի նեղ ուղղվածության մեջ է մասնագիտանում՝ ներմուծելով թեմատիկ և սուբթեմատիկ հեռարձակում[5]:

Արդի շրջանում համացանցի տիրույթում ռադիոն իր երրորդ ծնունդն է ապրում: Սակայն այստեղ ռադիոյի՝ որպես ավանդական զանգվածային հաղորդակցության միջոցի գոյատևման խնդիրը բավականին բարդ է, քանի որ «աշխարհի տեղեկատվական քարտեզը, որը կառուցված է տեղեկատվական

---

internete, Klyuchi k efiru /2/, Osnovi masterstva, Moskva, 2007, str. 184.

[3] Տե՛ս **Riepl W.,** Das Nachrichtenwesen des Altertums mit besonderer Rücksicht auf die Römer, 1913, Berlin, p.14, http://www.digitalis.uni-koeln.de/Riepl/riepl_index.html.

[4] **Кастельс М.,** Информационная эпоха, экономика, общество и культура, http://culturca.narod.ru/cast.htm. **Kastels M.,** Informacionnaya epoxa, ekonomika, obshestvo I kultura, http://culturca.narod.ru/cast.htm.

[5] Տե՛ս նույն տեղում:

տեխնոլոգիաների խտության սկզբունքով, չի համընկնում ո՛չ ֆիզիկաաշխարհագրական, ո՛չ էլ տնտեսական-քաղաքական քարտեզներին»[6]: Եվ համացանցում ավանդական ռադիոն չի կարող դիմակայել մրցակցությանը, եթե չօգտագործի ժամանակակից տեխնոլոգիական միջոցները և համացանցում առաջխաղացման մեթոդները:

Վերը նշված տեսանկյունից էլ փորձենք վերլուծել համացանցի տիրույթում առկա հայկական և հայալեզու ռադիոկայանների տիպաբանական առանձնահատկությունները: Ի դեպ, մեր կողմից արված բաժանումը պատահական չէ, քանի որ լեզվական առումով հայկական ռադիոկայանների կայքերը և պատրաստած հաղորդումները տարաբնույթ են, իսկ միջազգային և արտասահմանյան որոշ ռադիոընկերություններ համացանցում տեղեկատվություն են ներկայացնում նաև հայերենով:

Այսպիսով, համացանցի տիրույթում գործող ռադիոկայանների կայքերը կարող ենք բաժանել երեք խմբի.

1) **Հայաստանյան ռադիոընկերությունների կայքեր**. այս խմբում ընդգրկված են բոլոր այն ռադիոընկերությունների կայքերը, որոնք Հայաստանի Հանրապետությունում ունեն եթերային հեռարձակման հնարավորություն:

2) **Արտասահմանյան ռադիոընկերությունների կայքեր**. այս խմբում ընդգրկված են արտասահմանյան այն ռադիոընկերությունների կամ կազմակերպությունների մեդիա խմբագրությունների կայքերը, որոնք եթերային հեռարձակում են իրականացնում համապատասխան երկրներում:

3) **Հայկական համացանցային ռադիոկայքեր**. այս խմբում ընդգրկված են հայկական և հայալեզու այն կայքերը, որոնք աշխատում են միայն համացանցի տիրույթում:

Ուսումնասիրելով մոտ 40 կայք՝ դիտարկենք նախ դրանց ներխմբային առանձնահատկությունները, ապա՝ յուրահատկություններն ու տարբերությունները համացանցի համակարգում ընդհանրապես:

Հայաստանյան ռադիոընկերությունների կայքեր. ներկայումս ՀՀ տարածքում եթերային հեռարձակում են իրականացնում Հայաստանի հանրային ռադիոն՝ իր երկու ծրագրերով (հանրային ռադիոյի առաջին ծրագիր, հանրային ռադիոյի երկրորդ ծրագիր՝ «Իմ ռադիո»), և տասնվեց մասնավոր ռադիոընկերություններ, որոնցից երկուսը՝ «Շանթ» և «Միգ» ընկերություն-

[6] **Калмыков А.,** Медиалогия интернета, Москва, 2012, стр. 30. **Kalmikov A.,** Medialogiya interneta, Moskva, 2012, str. 30.

ները, ռադիոհաղորդումներ են հեռարձակում համապատասխանաբար Գյումրի և Վանաձոր քաղաքներում:

Համացանցում հայաստանյան ռադիոընկերությունների առկայությանը և տիպաբանական որոշ առանձնահատկությունների մենք ժամանակին անդրադարձել ենք[7]: Նկատենք, որ 2010թ. կատարված ուսումնասիրություններից հետո էական զարգացումներ են կատարվել հայաստանյան համացանցի ոլորտում, և բազմաթիվ փոփոխություններ են կրել նաև ռադիոընկերությունների կայքերը: Կարծում ենք՝ զարգացումները պայմանավորված են Հայաստանում համացանցի գնի նվազման և որակի բարձրացման հանգամանքով:

Հայաստանյան ռադիոընկերությունների առկայությունը համացանցում արտահայտվում է հետևյալ ձևերով.

- ռադիոընկերությունն ունի սեփական կայք, որտեղ օգտատերերը առանց կարող են լսել եթերով հեռարձակվող հաղորդումները (օրինակ՝ հանրային ռադիո (www.armradio.am), «Ռադիո Հայ» (www.radiohay.am), «Ռադիո Ավրորա» (www.radioaurora.am), «Վեմ» (www.vem.am) և այլն): Այս ընկերությունների հաղորդումները լսելու հնարավորություն կա նաև տարբեր հավելվածների և հարթակների միջոցով, իսկ որոշ հաղորդումների ձայնագրությունները հնարավոր է լսել կամ ներբեռնել կայքի ձայնադարանից:
- Ռադիոընկերությունն ունի սեփական կայք, որտեղ, սակայն, ներկայացված են միայն ընկերության մասին որոշ տեղեկություններ, իսկ առանց հեռարձակում չկա (օրինակ՝ «Արձագանք» ընկերության կայքը (www.ardzaganq.am):

Նշենք, որ ռուսաստանյան ռադիոընկերությունների հաղորդումները վերահեռարձակող կայանները կայքեր չունեն, սակայն որոշ հավելվածների կամ հարթակների միջոցով հնարավոր է լսել «մայր կայանների» հաղորդումները (օրինակ՝ «Ալֆայել» և «Ավտոռադիո» ընկերությունները վերահեռարձակում են համապատասխանաբար «Ռուսկոյե ռադիո», «Ավտոռադիո» կայանների հաղորդումները):

---

[7] Տե՛ս **Դանիելյան Տ.,** Հայաստանյան ռադիոկայանները համացանցում, հոբելյանական գիտական նստաշրջան՝ նվիրված ԵՊՀ-ի հիմնադրման 90-ամյակին, հոդվածների ժողովածու (5), 2010, էջ 108-115: **Danielyan T.,** Hayastanyan radiokayannery hamacancum, Hobelyanakan gitakan nstashrjan՝ nvirvac EPH himnadrman 90-amyakin, hodvacneri zhoxovacu (5), 2010, ej 108-115:

Հայաստանյան եթերային հեռարձակման ոլորտում կատարված ձևաչափային փոփոխություններով պայմանավորված՝ բավականին դինամիկ փոփոխվում են նաև ռադիոընկերությունների կայքերի բովանդակությունը, նյութերի մատուցման ձևն ու լսարանի հետ շփման հնարավորությունները (օրինակ՝ «FM-107» ընկերությունը ջազային երաժշտությունը փոխարինել է նոր՝ լրատվական ձևաչափով):

Արտասահմանյան ռադիոընկերությունների կայքեր. տարբեր երկրներում գործող պետական, հանրային և մասնավոր ռադիոընկերությունները եթերացանկում ընդգրկում են նաև հայերենով հաղորդումներ: Հայալեզու տեղեկատվությունը նրանց կայքերում ներկայացված է հետևյալ կերպ.

- հայերեն հաղորդումներն առցանց հնարավոր է լսել ռադիոկայանի կայքում եթերային ծրագրացանկով նախատեսված ժամի ընթացքում (օրինակ՝ Վրաստանի «Օբյեկտիվի» ընկերությունը շաբաթական հեռարձակում է մեկ ժամ հայերեն ռադիոհաղորդում (http://www.obieqtivi.net):
- Հայերեն հաղորդումները ներկայացված են հայալեզու կայքում, որտեղ առկա է նաև ձայնագրությունների արխիվը (օրինակ՝ Իրանի ազգային ռադիոհեռուստահեռարձակող ընկերության հայերեն ռադիոժամը (armenian.irib.ir), Թուրքիայի հեռուստառադիոհեռարձակման ընկերության «Թուրքիայի ձայն» հայալեզու հաղորդումը (www.trtarmenian.com), «Ազատություն» ռադիոկայանը (www.azatutyun.am):

Նկատենք, որ համացանցում հայալեզու կայքեր ունեն նաև կրոնական տարբեր կազմակերպություններ: Վերջիններիս գործունեությունը նման է միջազգային ռադիոեթերի սկզբունքներին, իսկ տարբերությունը կրոնական թեմատիկան է և դավանանքի քարոզչությունը: Որպես կանոն, կրոնական կազմակերպությունների կայքերը կատարում են քարոզչական գործառույթ: Թիրախային լսարանի համար պատրաստված հաղորդումները ներկայացվում են առանձին կայքերում, որոնք միավորված են հիպերհղումների միջոցով (օրինակ՝ Հայ կաթոլիկ եկեղեցու «Վատիկանի ձայնը» (www.hy.radiovaticana.va/index.asp), «Ռադիո Մարիա» (www.radiomariam.am), Հայ ավետարանական եկեղեցու ռադիոկայքը (www.eeaissy.com/index.php/hy/accueil) և այլն):

Արտասահմանյան ռադիոկայքերի խմբում առանձին ուշադրության են արժանի սփյուռքահայ համայնքների և Սփյուռքում գործող քաղաքական կուսակցությունների կողմից պատրաստված ռադիոհաղորդումները: Պետք է նշենք, որ բազմաթիվ են համացանցային այն տեղեկատուները, որտեղ ներ-

կայացված են արտասահմանում գործող ռադիոխմբագրությունների անունները: Սակայն վերջիններիս մեծ մասը չունի սեփական կայք: Որպես կոնտակտային հասցե՝ տրված են միայն էլեկտրոնային փոստի տվյալները: Ռադիոխմբագրությունների մի մասն էլ օգտվում է տարբեր կազմակերպությունների հաճախություններից՝ ծրագրացանկում ունենալով հեռարձակման կայուն եթերաժամ շաբաթվա ընթացքում: Այս տիպի ռադիոխմբագրությունների մասին փոքրաթիվ տեղեկությունները զետեղված են հիմնականում նրանց հաղորդումները հեռարձակող ընկերությունների կայքերում: Տեղեկույթի տարածման առումով Սփյուռքի ռադիոխմբագրությունները համացանցում ներկայանում են հետևյալ ձևերով.

- ռադիոկայաններն ունեն կայք, որի օգտատերերը հնարավորություն ունեն լսելու կայանի հաղորդումները: Այս կայանների հաղորդումները լսելու հնարավորություն կա նաև այլ հավելվածների և հարթակների միջոցով (օրինակ՝ Լիբանանի «Ռադիո Սևան» (www.radiosevan.com) և «Վանա ձայն» (www.voiceofvan.net):
- Ռադիոխմբագրություններն ունեն ներկայացուցչական էջեր, սակայն հաղորդումների հեռարձակումն առցանց կատարվում է այն ռադիոընկերության կայքի միջոցով, որի եթերային հաճախությամբ ռադիոխմբագրությունները տարածում են իրենց հաղորդումները (օրինակ՝ Ուրուգվայի «Ռադիո Կոմիտաս» (www.gomidas.nt.am), «Ռադիո Արաքս» (www.radioarax.com):
- Ռադիոխմբագրություններն ունեն համացանցային էջ, որտեղ ներկայացված են հաղորդումների ձայնագրությունները (օրինակ՝ «Ռադիո Ակոս» www.agos.com.tr/kategori.php?seo=radyo-agos&detay=4700#), «Ծիծեռնակ» (r4.err.ee/rusaated?saade=123):
- Ռադիոխմբագրությունները չունեն համացանցային էջ, իսկ նրանց մասին տեղեկություններն ընդգրկված են այն ընկերության կայքում, որի եթերային հեռարձակման որոշ ժամանակահատված տրված է հայկական խմբագրության բաժնին: Հաղորդումները հնարավոր է լսել միայն նախատեսված ժամին (օրինակ՝ www.wunr.com):

Պետք է նշել, որ Սփյուռքի որոշ ռադիոխմբագրությունների հաղորդումները պատրաստվում են երկու լեզվով՝ հայերեն և տվյալ երկրի պետական լեզվով: Սփյուռքի առաջին ռադիոխմբագրությունը՝ «Կոմիտաս» ռադիոժամը, հիմնադրվել է 1935թ. օգոստոսի 18-ին Ուրուգվայում: Ռադիոկայանի աշխատանքներն առավել միտված են լեզվական, մշակութային և այլ խնդիրների

լուծման համար միասնական կամուրջը ամրապնդելուն[8], բոլոր սերունդների մեջ հայկական ավանդույթներն ու սովորույթները պահպանելուն: Տարիների ընթացքում տարբեր երկրներում ստեղծվող հայկական ռադիոխմբագրությունները կատարել են գրեթե նույն գործառույթները՝ մշակութային և լեզվական շերտերի պահպանում, տվյալ պետության մեջ հայրենակիցների սոցիալական ինտեգրում, Հայաստանի և համայն հայության հետ կապի ձևավորում և զարգացում: Նկատենք, որ այսօր տեխնոլոգիական ձեռքբերումներն ավելի լայն հնարավորություններ են ստեղծում Հայաստան-Սփյուռք կապի ամրապնդման համար: Եվ չնայած հաճախ է հնչում այն կարծիքը, թե համացանցը արագորեն ազդում է համաշխարհայնացման, միաբևեռ մոլորակի ստեղծման գործընթացի վրա, սակայն նշենք, որ տարբեր երկրներում ապրող, բայց միևնույն ազգության մարդիկ «համացանցի շնորհիվ ստացել են իրենց ազգային մշակույթին և լեզվին հեշտ և ազատ կերպով հաղորդակցվելու հնարավորություն»[9]:

Հայկական համացանցային ռադիոկայքեր. հայկական համացանցային ռադիոկայանների թիվը տարեցտարի մեծանում է, սակայն մեր ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ դրանց մի մասը ժամանակավոր բնույթ է կրում, մի մասն էլ պարբերաբար չի հեռարձակում իր հաղորդումները: Հայկական համացանցային ռադիոկայանների մեծ մասը ժամանցային բնույթի է, սակայն կարելի է նկատել որոշ բովանդակային տարբերություններ: Օրինակ՝ եթե հայաստանյան առցանց ռադիոկայանները հեռարձակում են մեծ մասամբ փոփ երաժշտություն, ապա Սփյուռքում հիմնադրված առցանց կայանները բավականին մեծ տեղ են հատկացնում նաև ազգագրական և ժողովրդական երգերին (օրինակ՝ www.yerevannights.com, www.armenianpulse.com, www.radiotoot.com, www.radioaga.com, http://radioyeraz.com, www.radioyan.com, www.radioayk.com, www.lavradio.am, www.azad-hye.net/radio, www.hairenik.com):

---

[8] Տե՛ս Նշվեց Ուրուգվայի «Կոմիտաս» ռադիոժամի 75-ամյակը, www.armenpress.am/arm/print/606093/: Nshvec Urugvayi “Komitas” radiozhami 75-amyaky, www.armenpress.am/arm/print/606093/:

[9] **Зыков Н.,** Внешнеполитическое вещание в условиях развития глобальных информационных процессов, Вестник Московского университета, серия 10 (журналистика), 2013, стр. 75. **Zikov N.,** Vneshnepoliticheskoe veshanie v usloviyax razvitiya globalnix informacionnix processov, Vestnik Moskovskogo universiteta, seria 10 (zhurnalistika), 2013, str. 75.

Հայկական ռադիոկայքերը տեղեկույթը մատուցում են հետևյալ ձևերով.

- կայքում հնարավոր է լսել առցանց հաղորդումները այսրոպեականության սկզբունքով:
- Առցանց հեռարձակումից բացի՝ պահպանվում են նաև հաղորդումների ձայնագրությունները:

Այժմ դասակարգենք ռադիոկայքերը՝ ըստ տեղեկատվության մատուցման և տարածման ձևի: Ի. Կարպենկոյի տիպաբանական դասակարգման մեջ դրանք ներկայացված են երեք խմբով.

ա. **Ինտրամեդիա ռադիոկայանները** կայքում տեղադրում են միայն հաղորդումների ձայնագրությունները և չունեն առցանց հեռարձակում:

բ. **Ինտերմեդիա ռադիոկայանները** եթերային հեռարձակումից բացի, հաղորդումները հեռարձակում են նաև համացանցում:

գ. **Տրանսմեդիա ռադիոկայանները** զուտ համացանցային ռադիոկայաններ են, որոնք եթերային տիրույթում հեռարձակում չեն իրականացնում[10]:

Մեր կողմից ուսումնասիրված հայկական և հայալեզու ռադիոկայանները կամ ռադիոխմբագրությունները համացանցում ունեն ևս երկու առանձնահատկություն, որոնցից ելնելով՝ կարող ենք ավելացնել տիպաբանական ևս երկու խումբ:

դ. **Մետամեդիա ռադիոկայաններ** կամ խմբագրություններ, որոնք չունեն սեփական կայք, իսկ հաղորդումները հեռարձակում են որևէ ռադիոկայանի եթերում, այդ թվում՝ նաև առցանց: Այս խմբի ռադիոկայանները և խմբագրությունները լավագույն դեպքում ունեն ներկայացուցչական էջ համացանցում:

ե. **Պարամեդիա ռադիոկայաններ** կամ խմբագրություններ, որոնք գտնվում են որևէ ռադիոկայանի համակարգում, որը հաղորդումներ է պատրաստում և հեռարձակում տարբեր լեզուներով: Հաղորդումների հայերեն տարբերակները կամ հայերենով հատուկ պատրաստված հաղորդումները ներկայացված են առանձին կայքում:

Այսպիսով, կարող ենք փաստել, որ չնայած նրան, որ համացանցում տարածության և ժամանակի արգելք չկա, սակայն հայկական ռադիոկայքերի

---

[10] Տե՛ս **Карпенко И.,** Радиовещание в Интернете: теория, типология, специфика журналистской деятельности, Автореферат диссертации, Воронеж, 2009, стр. 15. **Karpenko I.,** Radioveshanie v internete: teoriya, tipologiya, specifika zhurnalistskoy deyatelnosti, Avtoreferat dissertacii, Voronezh, 2009, str. 15.

մեծ մասը դեռևս չի օգտագործում համացանցի տեխնոլոգիական լայն հնարավորությունները, և լսողները չունեն ընտրության լայն հնարավորություններ:

Իհարկե, համացանցում հայկական հաղորդումների բազմազանության կա, սակայն եթե ուշադրություն դարձնենք դրանց՝ ըստ տեղեկատվություն տարածման և մատուցման դասակարգմանը, ապա կնկատենք, որ հայկական ռադիոկայքերը սպառողական շուկայում մեծ պահանջարկ չեն կարող ունենալ, քանի որ սեփական հաղորդումների արտադրանքը, դրանց տարածումը և, ամենակարևորը, արխիվացումն են թվային միջավայրում խթանում կայքերի զարգացումը: Այսօր հայկական լսարանին ուղղված ռադիոկայքերում հարուստ ձայնադարան ունեն Հայաստանի հանրային, Թուրքիայի և Իրանի ազգային հեռարձակողները և «Ազատություն» ռադիոկայանը: Եվ եթե հայկական կայքերի հիմնադիրները չօգտագործեն համացանցի տեխնոլոգիական հնարավորությունները, ապա Ռիպլի օրենքի համաձայն՝ դրանց մեծ մասը դուրս կմղվի մրցակցային դաշտից:

ԱՄՓՈՓՈՒՄ

Հոդվածում հայկական և հայալեզու ռադիոկայանները դիտարկվում են երեք խմբով՝ ՀՀ տարածքում եթերային հեռարձակում իրականացնող ռադիոընկերություններ, արտասահմանյան ռադիոընկերություններ, այդ թվում՝ Սփյուռքի ռադիոխմբագրություններ և զուտ համացանցային ռադիոկայաններ: Ի. Կարպենկոյի՝ տեղեկատվության մատուցման և տարածման ձևերի տիպաբանական դասակարգման երեք խմբերին հեղինակը ավելացնում է ևս երկու խումբ՝ մետամեդիա և պարամեդիա ռադիոկայաններ: Հեղինակը նկատում է, որ եթե հայկական կայքերի հիմնադիրները չօգտագործեն համացանցի տեխնոլոգիական հնարավորությունները, ապա Ռիպլի օրենքի համաձայն՝ դրանց մեծ մասը արագորեն դուրս կմղվի մրցակցային դաշտից:

Բանալի բառեր - ռադիո, համացանց, կայք, Ռիպլի օրենք, ինտրամեդիա, ինտերմեդիա, տրանսմեդիա, մետամեդիա, պարամեդիա:

ФОРМЫ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ И РАСПРОСТРАНЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ АРМЯНСКИХ И АРМЯНОЯЗЫЧНЫХ РАДИОСТАНЦИЙ В ИНТЕРНЕТЕ

ТАРОН ДАНИЕЛЯН

В статье армянские и армяноязычные радиостанции в интернете рассматриваются по трем группам: радиостанции, которые имеют эфирное вещание на территории РА, армяноязычные зарубежные радиостанции, в том числе радиоредакции диаспоры, и армянские интернет-радиостанции. К типологии И. Карпенко по типу репрезентации аудиоинформации в сети автор добавляет еще две группы: метамедиа радиостанции и парамедиа радиостанции. По мнению автора, если в ближайшем будущем радиостанции не будут осваивать новые технологии интернета, то по закону Рипля, они окажутся неконкурентноспособными.

Ключевые слова – радио, интернет, сайт, закон Рипля, интрамедия, интермедия, трансмедия, метамедиа, парамедия.

THE FORMS OF PRESENTATION AND DISSEMINATION OF INFORMATION OF THE ARMENIAN RADIO AND OTHER RADIO-STATIONS BROADCASTING IN ARMENIAN IN THE INTERNET

DARON DANIELYAN

In this article Armenian and other radio-stations are viewed in three groups: radio-stations functioning in the Republic of Armenia, foreign radio-stations broadcasting in Armenian including special radio programs edited for Armenian diaspora, and radio-stations exclusively for the internet.

The author adds two more groups to the Karpenko's types of classification concerning the methods of presenting and spreading of information: metamedia and paramedia radio-stations. The author observes that if the creators of Armenian sites do not employ the technological potential of the Internet then according to Wolfgang Riepl's law most of them will quickly fall behind.

Key words – radio, internet, site, Riepl's law, intermedia, intra-media, metamedia, paramedia.