
ՀԵՌՈՒՍՏԱՏԵՍԱՅԻՆ ԾՐԱԳՐԱՎՈՐՄԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐԸ

ՅԱՆԻԿՅԱՆ 3. Վ.

Ծրագրավորումը հեռուստատեսային գործունեության հիմքն է, որն ապահովում է եթերային ամբողջականությունը և հեռուստա-
ընկերությունների զարգացման նոր հնարավորություններ ստեղծում:

Եթերային ժամանակի սահմանափակությունը հեռուստաընկե-
րությունների առջև խնդիր է դնում մշակելու հստակ և կայուն ծրագրային
քաղաքականություն, որը նպատակ ունի արտացոլելու հասարակության
արժեքային համակարգը՝ ներգործելով նրա վրա և, ի վերջո, փոփոխելով այն:

Չնոռանանք, որ հեռուստաընկերության գործունեության հիմնական
նպատակն է այնպիսի եթեր ապահովելը, որն ընդունելի կլինի
հասարակության կողմից, կդառնա նրա ապրելակերպի մի մասը և
կհամապատասխանի հասարակության մեջ գերիշխող արժեքներին:

Եթերային հնարավորությունները առավել արդյունավետ օգտագործելու
համար անհրաժեշտ է փնտրել մատուցման այնպիսի ձևեր, որոնք թույլ կտան
հաղորդումը հեռուստադիտողին հասցնել ավելի նպատակամետ: Այդ
հաղորդումների ամբողջականությունն ինքնին հեռուստատեսային
ծրագրավորման հիմքն է, որն արտահայտելով իրավիճակը՝ փորձում է որևէ
ազդեցություն ունենալ հասարակության վրա¹: Այս առումով էական
նշանակություն ունի «ծրագրայնություն» եզրույթի ուսումնասիրությունը. այն
հեռուստատեսության ստեղծագործական և արտադրական գործունեության
ձև է, ելքի հնարավորություն դեպի հեռուստալսարան: Փաստորեն, տվյալ
դեպքում հեռուստահաղորդումը, անցնելով երկար ճանապարհ, հասնում է
հեռուստադիտողին²:

Նշենք, որ ծրագրավորման հիմնական խնդիրներից է հաղորդումները
տեղավորել այն հստակ եթերային ժամանակահատվածում, որն
ամենահարմարն է հեռուստադիտողի համար, քանզի յուրաքանչյուր
հաղորդում ի սկզբանե ունի իր նպատակային լսարանը, որին
համապատասխան և ձևավորվում է: Ծրագրավորումն իրականացնելիս հարկ
է հաշվի առնել նպատակային լսարանի առանձնահատկությունները՝ տարիք,
սեռ, զբաղվածություն, նախասիրություններ, գերիշխող արժեքներ և այլն:
Լսարանի մանրակրկիտ ուսումնասիրությունից հետո միայն կարելի է անդ-
րադառնալ իրագործման ուղիներին՝ հաղորդումների համար որոշակի
պարբերականություն սահմանելով:

¹ Երիցյան Ս. Ս., Հայաստանի հեռուստատեսություն. զարգացման 50 տարի, Ե., 2007, էջ 120-121:

² Տիտանյան Կ. Ն., Հեռուստատեսություն. հասարակական կարծիքը կառավարում է եթերը, Ե., 2007, էջ 197-198:

Հեռուստատեսային ծրագիրը հեռուստատեսային ողջ գործընթացի հանրագումարն է՝ ամբողջական տեսքով: Այլ կերպ ասած, «ծրագիրը էկրանային պարբերականների՝ տնտեսապես, գաղափարապես և քաղաքականապես սահմանված բովանդակային ձևն է՝ տարածության և ժամանակի մեջ կազմակերպվող, տարբեր թեմաներով և ժանրերով նյութեր՝ պայմանավորված ալիքի յուրահատկությամբ, նյութատեխնիկական հնարավորություններով, արտադրական ստեղծագործության կազմակերպման մակարդակով և ուղղված է դասակարգված լսարանին»³:

Լայն առումով ծրագրավորումը կարելի է բաժանել երկու մասի՝ հաղորդումների պատրաստում և եթեր հեռարձակում: Առաջին հատվածը, թերևս, կարելի է անվանել կանխատեսում, որը թույլ է տալիս ծրագրել եթեր տրվող հաղորդումների բնույթը, ուղղվածությունը, տեսակները, ժանրերը:

Ծրագրավորումը, որպես կանոն, հեռուստաընկերություններում նախընտրում են կամ տարեկան, կամ էլ սեզոնային կտրվածքներով՝ այդ ամենին, բնականաբար, նպատակաուղղելով ստեղծագործական և տեխնիկական հնարավորությունները⁴:

Անկասկած, յուրաքանչյուր հեռուստաընկերություն հաշվի է առնում իր հնարավորությունները և կատարում կանխատեսումը՝ ելնելով այն ուսումնասիրություններից, որոնք կամ իրականացնում են հեռուստաընկերությունները, կամ էլ օգտվում այլ ընկերությունների ծառայություններից (դիտարկում իրականացնող ընկերություններ): Դրանք կարող են լինել սոցիոլոգիական հետազոտություններ, ժողովրդագրական ուսումնասիրություններ, սոցիալ-տնտեսական, քաղաքական և այլ բնույթի վերլուծություններ: Այս ամենն էլ հիմք է տալիս իրականացնելու հեռանկարային պլանավորումը, որտեղ պետք է տեղ գտնեն հիմնական հաղորդաշարը, հաղորդատեսակները՝ ոչ միայն իրենց անվանումներով, այլև թեմա-տիկայով, իրականացման վայրերով, պատասխանատուներով: Բնական է, որ նման պլանում հնարավոր է ամրագրել հասարակա-կան-քաղաքական, սոցիալ-տնտեսական, մշակութային հիմնական խնդիրները, դրանց անդրադարձի պարբերականությունը: Հեռուստաընկերությունը, ունենալով հստակ մշակված տեսլական, ինչպես նաև գաղափարախոսություն, եթերային ոճ, մատուցման ձևեր և իր ուրույն գործելաոճը, կարող է կատարել երկարաժամկետ ծրագրավորում, որը հեռուստատեսության կայունության ապացույցն է:

Պակաս կարևոր չէ նաև պատմական տարեթվերին, հորեյաններին, ավանդական տոնակատարություններին, քաղաքական, տնտեսական, մշակութային կյանքի զարգացումներին և այլ կարևոր իրադարձություններին վերաբերող հստակ ծրագրավորումը: Հեռուստաընկերությունը պետք է

³ Борецкий Р. А. В Бермудском треугольнике ТВ // <http://www.pseudology.org>

⁴ Երիցյան Ս. Ս., նշվ. աշխ., էջ 123-124:

հնարավորինս մրցունակ լինի իր նպատակային լսարանի ուշադրությունը գրավելու համար: Անշուշտ, յուրաքանչյուր հեռուստաընկերություն ջանում է արձագանքել կարևոր իրադարձություններին (բազմաթիվ և բազմաժանր մատուցման ձևերով)⁵:

Մրցունակ լինելու անհրաժեշտ նախապայմանն է ճշգրիտ և մանրակրկիտ իրականացվող ծրագրավորումը: Սակայն հաճախ իրավիճակը թելադրում է ծրագրավորման նոր կանոններ՝ արդեն իսկ մշակված և գործող ծրագրավորման բնույթն անհապաղ փոփոխելու անհրաժեշտությամբ պայմանավորված: Այդ անհրաժեշտության ի հայտ գալը հիմնականում կապվում է արտաքին և ներքին միջավայրերի փոփոխության հետ: Արտաքին միջավայրից եկող ազդակները հաճախ հանգեցնում են ծրագրավորման եթե ոչ ամբողջական, ապա մասնակի փոփոխության: Նմանատիպ ազդակներ կարող են լինել մի շարք իրադարձություններ, որոնց կարևորությունը թույլ է տալիս փոփոխել ծրագրավորումը: Այսպես, քաղաքական ակտիվ և անսպասելի իրավիճակներում լսարանը ասես ինքն է պահանջում որոշակիորեն քաղաքականացնել եթերը (այդ պարագայում ամեննին անհրաժեշտ չէ որևէ կուսակցական-գաղափարական դիրքորոշում և վարքագիծ ցուցաբերել):

Արտաքին միջավայրից եկող ազդակի դերում հաճախ կարող է հանդես գալ հեռուստալսարանը, ավելի ճիշտ՝ նրա նոր պահանջները:

Ներկայիս հեռուստալսարանը շատ բժախնդիր է և պահանջկոտ: Նրան այլևս չեն բավարարում կարծրացած և հնացած մեթոդներով մատուցվող նյութերը: Այժմ նա ունի ավելի մեծ այլընտրանք, քան առաջ: Այսօր նա է թելադրում «խաղի կանոնները»: Եթե լսարանը ուզում է, որ եթերը դառնա ավելի գործուն, հետաքրքրաշարժ, գրագետ և մասնագիտացված, ուրեմն պետք է դառնա այդպիսին, այլապես հեռուստաընկերությունը կսկսի կորցնել իր լսարանը՝ դրանով իսկ ազդարարելով իր փլուզման սկիզբը⁶: Հետևաբար, այսօր հեռուստաընկերությունները պետք է պատրաստ լինեն ցանկացած պահի փոփոխել եթերը և քայլել ժամանակի պահանջներին համընթաց:

Պետք չէ անտեսել այն փաստը, որ յուրաքանչյուր հեռուստաընկերության գործունեություն որոշակիորեն կախված է տվյալ մրցակցային դաշտում տիրող մթնոլորտից և իրավիճակից: Խնդիրն այն է, որ մրցակցի կողմից փոփոխվող ծրագրավորման գործընթացը հանգեցնում է սեփական ծրագրավորումը փոփոխելու անհրաժեշտությանը: Երբ մրցակիցն ունենում է ավելի հետաքրքիր և հազեցած եթեր, ոչ միայն կարողանում է պահպանել իր լսա-րանը, այլև նրա համար հնարավոր է դառնում նվաճել նոր հորիզոններ: Բնականաբար, մրցակցի գործունեությունն ուղղված է լինում հակառակորդի լսարանը գրավելուն:

⁵ Борецкий Р. А. О некоторых вопросах программирования. Доклад на конференции: Принципы многопрограммного телевидения, М., 2000, с. 39-40.

⁶ Борецкий Р. А. Архитектура программирования (РТ, 2001, N 22, с. 62-63).

Կա նաև մեկ այլ վտանգ՝ նույնացում մրցակցի հետ, երբ մրցակիցն իր ծրագրավորումը փոփոխում է այնպես, որ հակառակորդի եթերը կորցնում է իր յուրօրինակությունը, քանզի մեկ այլ հեռուստաընկերություն սկսում է մատուցել նույն բովանդակության եթեր: Այդ պարագայում հեռուստաընկերությունը հայտնվում է մի իրավիճակում, երբ հնարավոր է լուծման երկու տարբերակ՝ կամ ծրագրավորման բովանդակությունն անփոփոխ թողնել (վստահելով բարեխիղճ լսարանին), կամ փոփոխել ծրագրավորումը (ավելացնել նոր տարրեր եթերային բովանդակության մեջ):

Հարկ է նշել, որ «փոփոխություն» ասելով ամենևին պետք չէ ընկալել արմատական նորարարություններ կամ էլ առանցքային տարրերի փոփոխություն: Ամենևին, հեռուստաընկերությունը հավատարիմ մնալով իր իսկ ոճին, կարող է սոսկ ավելացնել կամ մասնակիորեն փոփոխել որոշակի տարրեր՝ եթերը դարձնելով ավելի գրավիչ: Հեռուստատեսության ծրագրավորումը հնարավոր է փոփոխության ենթարկել նաև ներքին միջավայրի մի շարք գործոնների ազդեցությամբ, որոնց մեջ ամենից ազդեցիկը կարող է լինել հեռուստաընկերության գաղափարական փոփոխությունը, երբ վերանայվում են հեռուստաընկերության գործունեության փիլիսոփայությունը, առանցքային գաղափարները: Դա անվերապահորեն կհանգեցնի եթերի ոճային փոփոխության: Երբեմն ժամանցային հեռուստաընկերությունը, որի հաղորդումները միշտ ուղղված են եղել երիտասարդ լսարանին, սկսում է իր եթերային ժամանակի ավելի մեծ բաժինը հատկացնել լրատվական բնույթի հաղորդումներին: Այս գործընթացի ազդեցությունը կախված է անձնակազմի մասնագիտական գրագիտության աստիճանից: Այդ ամենը կարող է հեռուստաընկերությանը հնարավորություն ընձեռել պահպանելու իր լսարանը, այն համալրել նորով: Մա հնարավոր է միայն այն դեպքում, երբ եթերի ժանրային փոփոխությունը կատարվում է աստիճանաբար, ճիշտ չափաբաժնով մատուցվող միևնույն ժանրային բովանդակության հաղորդումներով: Այս հարցում սակավ կարևոր չէ հաղորդումների ճիշտ դասավորությունը՝ ըստ որոշակի հերթականության: Անշուշտ, հաղորդումներն օրվա եթերում ունեն որոշակի հերթականություն: Ձեռքի տակ ունենալով պատրաստի հաղորդումներ՝ հեռուստաընկերությունը փորձում է գտնել դրանց ճիշտ տեղը եթերային տարածության մեջ⁷:

Այսպիսով, հեռուստահաղորդումների ցանցը պետք է անդրադարձնի եթերի ամբողջականությունը և հաշվի առնի մի շարք գործոններ, մասնավորապես, ժանրային-թեմատիկ առանձնահատկությունները՝ պահպանելով որոշ համամասնություններ: Էական նշանակություն ունի նաև հաղորդումների հասցեագրումը՝ մի կողմից՝ բոլորին, մյուս կողմից՝ սոցիալ-ժողովրդագրական խմբերին ուղղված բազմաժանր ծրագրերի տեսքով: Կարևոր է նաև լսարանի վարքագծի և պահանջների հաշվառումը: Վարքագիծը ենթադրում է, որ հեռուստացանցը պետք է հաշվի առնի ամեն

⁷ Երիցյան Ս. Ս., նշվ. աշխ., էջ 94-95:

ինչ, անգամ ամեն մի մանրուք, օրինակ, երբ են տանը երեխաները, տղամարդիկ, կանայք, ինչպես նաև միանգամյա և պարբերական եթեր ունեցող հաղորդումների որոշակի փոխհարաբերությունները, որոնք թույլ կտան եթերում ունենալ ոչ միայն պարբերական, այլև միանգամյա հաղորդումներ՝ տեսաֆիլմերի, տեղեկատվական և վերլուծական հետաքրքիր հաղորդումների տեսքով: Այնտեղ պետք է հստակ արտացոլվեն ինչպես պարբերականության համակարգը, այնպես էլ կրկնությունների մեխանիզմը: Հաղորդացանցն անդրադարձնում է ամբողջ հաղորդաշրջանի բոլոր առանձնահատկությունները՝ ամեն մի հաղորդման համար որոշակի պարբերականության սահմանումով⁸:

Ծրագրերը սովորաբար կազմվում են շաբաթվա կտրվածքով, թեպետ առանձին հեռուստաընկերություններ իրենց ծրագրային կառուցվածքը լսարանին են ներկայացնում անգամ մեկ կամ երեք ամսվա ժամանակահատվածը նկատի ունենալով: Օրացուցային պլանավորումը հաղորդումներն ավելի է մոտեցնում արտադրական փուլին, երբ դրանք կոնկրետանում են՝ ընդգրկելով թեմաները, ժանրերը, տեխնիկական խնդիրների լուծումները, այսինքն՝ այն որոշակի ծրագիրը, որը ներկայացվելու է լսարանին:

Հեռուստաաշխարհում այսօր միտում է նկատվում օրվա տարբեր ժամերին լսարանի պահանջմունքներին համապատասխան տալ, այսպես կոչված, «բլոկային լուծումներ»՝ մեկ ընդհանուր առանցքով. երբ, մի կողմից, հաշվի են առնվում օրվա տվյալ ժամանակահատվածի հեռուստադիտողի նախասիրությունները և հետաքրքրությունները, մյուս կողմից, թողարկվում են ամբողջ լսարանին ուղղված լուրեր, փոքրիկ մեկնաբանություններ, հետաքրքրաշարժ նյութեր:

Բլոկային հաղորդումները կարող են օգտակար լինել հեռուստադիտողի համար՝ նրան կողմնորոշելով բազմաժանր հեռուստատեսության բավորանքում, ընտրելու այս կամ այն հաղորդումը:

Եվ, որպես կանոն, այսօր բոլոր հեռուստաընկերությունները ձգտում են իրենց հեռարձակումները դարձնել շուրջօրյա, որը ևս լրացուցիչ դժվարություններ է ստեղծում ծրագրավորողների համար: Ուստի, ծրագրավորելիս հարկ է հաշվի առնել մի շարք գործոններ: Այս պարագայում պետք է նկատի ունենալ ծրագրի ուղղվածությունը, գաղափարագեղարվեստական հակվածությունը՝ տվյալ օրվա ծրագրի թեմատիկ և ժանրային բազմազանության հազեցվածությամբ:

Որևէ հաղորդման տեղը որոշելիս, անկասկած, ծանրութեթն է արվում, թե ինչ է եթեր տրվում դրանից առաջ և հետո, այսինքն՝ այն ինչպես կրկնալվի ներծրագրային համատեքստում, թե որքանով է հարմար տվյալ հաղորդման տեղը եթերային տարածության մեջ, և որքանով է այն ազդեցիկ: Ուստի

⁸ Հարությունյան Մ., Հեռուստատեսություն և ռադիո: Լրագրություն և ստեղծագործական մենեջմենթ, Ե., 2000, էջ 242-243:

պետք է գտնել այն հստակ ժամանակահատվածը, որն ամենահարմարը կարող է լինել հնարավոր լսարանի համար:

Որևէ հաղորդում ծրագրելիս անհրաժեշտ է հաշվի առնել նաև այդ նույն ժամանակահատվածում մյուս հեռուստաընկերություններով սփռվող հաղորդումները: Հարց է առաջանում. արդյո՞ք ճիշտ է միննույն ժամին մի քանի հեռուստաընկերությունների եթերում միանման և միաժանր հաղորդումների հեռարձակումը: Նշենք, որ ոչ ռիսկային քաղաքականություն վարելու պարագայում հեռուստաընկերության համար ավելի նպատակային կլինի իր եթերում տեղադրել մրցակցի միննույն եթերային ժամանակահատվածում հեռարձակվող նյութից տարբեր ժանրային հաղորդում: Օրինակ, եթե մրցակցից հեռուստաընկերության եթերի տվյալ ժամա- յին տիրույթում վերլուծական հաղորդում է, ապա իր համար ավելի նպատակային կլինի գեղարվեստական-խաղարկայինը հեռարձակել:

Սակայն, եթե հեռուստաընկերությունը վարում է ռիսկային և ինքնավստահ ծրագրային քաղաքականություն, նրա համար առաջնային է դառնում մրցակցից լսարան «փախցնելը»: Կայուն և հավատարիմ լսարանի դեպքում ռիսկերը նվազում են, սակայն պահպանվում է լսարանի կորստի ռիսկայնությունը, քանի որ լսարանի համար ստեղծվում է այլընտրանք: Այս պարագայում որևէ հաղորդում ծրագրելիս պետք է հաշվի առնել գոնե դրա բովանդակությունը, ժանրը և ձևը, թե ում է ուղղված, և երբ է նպատակահարմար այն եթեր հեռարձակելը: Փաստորեն, այս ամենը թույլ է տալիս հասկանալ ինչպես ներծրագրային, այնպես էլ միջծրագրային ծրագրավորման յուրահատկությունները⁹: Բնականաբար, միշտ չէ, որ կարելի է իրագործել նման հաղորդումները միմյանցից հեռացնելու սկզբունքը, քանի որ հաճախ դա տեխնիկապես անհնար է: Այսպես, երեխաների լսարանին ուղղված հաղորդումները հեռուստաընկերությունները ձգտում են տեղադրել ծրագրի միննույն ժամանակահատվածում: Իհարկե, կարելի է այսպես վարվել. այդ դեպքում հեռուստաընկերությունը պետք է առանձնահատուկ ուշադրություն դարձնի տվյալ հաղորդման որակին: Այստեղ, անկասկած, շատ բան կախված է լսարանի ընտրությունից, թե նա որ ալիքը կնախընտրի դիտել:

Նշենք որ, միաժամանակ տարբեր ալիքներով եթեր տրվող և չդասակարգված լսարանին ուղղված հաղորդումները մակետավորվում են նմանության սկզբունքով՝ ժանրային առավելագույն բազմազանությամբ: Եվ ընդհակառակը, հստակ, որոշակի լսարանին (մասնագիտությունը, կրթությունը, սեռը, հետաքրքրությունները, տարիքը) հասցեագրված հաղորդումները մակետավորվում են տարբերության սկզբունքով:

⁹ Ситников В. П. Техника и технологии СМИ: печать, теле-видение, радиовещание, М., 2006, с. 86-87.

Արդի հեռուստատեսությունն ունի զարգացման մի շարք միտումներ, ինչպես, օրինակ, բազմազանությունը, որը ժամանակի ընթացքում ավելի ու ավելի ընդլայնվում է: Ավելին, հեռուստատեսության թվայնացումը այս գործընթացում ի հայտ է բերում նոր երևույթներ: Մենք գործ ունենք հեռուստահաղորդակցման նոր ենթակառուցվածքների և նոր ՁԼՄ-ի հետ: Միննույն լսարանի համար, փաստորեն, աշխատում են բազմաթիվ ՁԼՄ-ներ, ավելի շատ տարբեր հեռուստահեռարձակողներ, կաբելային ցանցով, նաև առցանց ռեժիմով աշխատող հեռուստաընկերություններ:

Այսպիսով, արդի հեռուստատեսության զարգացման հիմնական տարրերից են մրցակցությունը (այլընտրանքի առաջացում) և լսարանի պահանջների ավելացումը: Իրենց գոյությունն ապահովելու համար հեռուստաընկերությունները պարտավոր են եթերային աշխատանքներն իրականացնել ժամանակին համընթաց՝ հաշվի առնելով տվյալ շրջանի պահանջներն ու հիմնախնդիրները:

Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների զարգացման պայմաններում պարզապես անհնար է դառնում «հին ու բարի» մեթոդներով իրականացնել հեռուստատեսային ծրագրավորումը: Իսկ եթերը պահանջում է նորարարություն, նոր շունչ:

Այնուամենայնիվ, անկախ ժամանակի պահանջներից մի բան մնում է անփոփոխ. մասնագիտական և ճշգրիտ ծրագրավորումը հեռուստաընկերության գոյության առանցքային կետերից է:

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТЕЛЕВИЗИОННОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ

ЯНИКЯН Я. В.

Резюме

Программирование—последовательный поэтапный процесс создания телевизионной программы. Проблема планирования и структурного оформления программы сводится (в социально-психологическом аспекте) к возможно более тесному сближению генеральных целей и задач (основной предмет воздействия) с групповыми установками аудитории (центральный объект). Тенденциями развития современного телевизионного программирования являются появление новых альтернатив, повышение мобильности программирования, взаимозависимость телевизионного программирования от определенных внешних факторов.

DEVELOPMENT TRENDS IN TELEVISION PROGRAMMING**Y. YANIKYAN****Abstract**

Programming is a consistent staged process of creating television programs. Planning and designing a program in terms of social psychology is similar to bridging the main aims and objectives with the group dispositions of the audience.

Trends in the development of modern television programming include new alternatives, increased mobility of programming, as well as interdependence television programming on certain external factors.