

---

---

ՆՈՐ ԵՎ ԱՎԱՆԴԱԿԱՆ ՄԵԴԻԱՆ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ. ՓՈԽԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ  
ԿՈՆՎԵՐԳԵՆՑԻԱ

ՍՈՂՈՄՈՆՅԱՆ Գ. Ա., ՄԱՅՍՈՒՐՅԱՆ Հ. Ա.

Համացանցային տարածության կայացումը հանգեցրել է ավանդական ՁԼՄ-ների գործունեության զգալի փոփոխությունների՝ առաջացնելով նոր մարտահրավերներ: Այդ իրողությամբ պայմանավորված՝ լրագրության տեսության մեջ ի հայտ են եկել մեդիաալոնգիտի հետագա զարգացման կանխատեսման տարբեր մոտեցումներ<sup>1</sup>: Հայտնի է, որ ավանդական մեդիան հազվադեպ է փոխարինվել նորով, այն միշտ հարկադրված գոյատևել է նորի հետ՝ տեխնոլոգիաների ազդեցության ներքո փոխելով կարգավիճակը և գործառույթները:

Թերևս այդ իրողության գիտակցմամբ՝ մեդիաալոնգիտի հետագա զարգացման կանխատեսման կոնվերգենցիոն մոտեցումը, մեր կարծիքով, ավելի իրատեսական է: Ժամանակի ընթացքում արդիականությունը կորցնելու, հնանալու և կատարելագործված տեխնոլոգիաներով փոխարինվելու հատկությունն ավելի բնորոշ է ՁԼՄ-ների բովանդակության հասանելիությունն ապահովող գործիքներին, տեղեկատվության փոխանցման տեխնոլոգիաներին: Ուստի ավանդական մեդիան չի մահանում, այլ միայն ենթարկվում է կոնվերգենցիայի<sup>2</sup>: Ասել է, թե տեղեկատվական նոր միջոցները երբեք չեն փոխարինի հներին. նրանք միշտ հարկադրված կլինեն որոնելու նոր ձևաչափեր և կիրառության ոլորտներ:

Չնայած առցանց ռեսուրսների քանակական աճին՝ հեռուստատեսությունը մնում է տեղեկատվության հիմնական աղբյուր և շարունակում է գրավել քաղաքական գործիչների և գործարարների ուշադրությունը: Այդ իրողությամբ պայմանավորված՝ հեռուստաալիքների ծրագրային ցանցը հաճախ ծառայում է բիզնեսին և հեռուստաալիքը ֆինանսավորող անձանց քաղաքական շահերին: Հարց է ծագում՝ ո՞ր մնաց հեռուստատեսության սոցիալական պատասխանատվությունը: Հակիրճ մեջբերում «Հեռուստատեսային ժուռնալիստիկա» դասագրքից. «Մոսկվայի պետական համալսարան կատարած այցի ժամանակ

---

<sup>1</sup> Skú Gilder G. *Life after Television: The Coming Transformation of Media and American Life*, New York, 1994, p. 51-67; Jenkins H. *Convergence Culture: Where New And Old Media Collide*, New York, 2006, p. 6-7:

<sup>2</sup> Riepl W. *Das Nachrichtenwesen des Altertums: mit besonderer Rücksicht auf die Römer*, Leipzig-Berlin, 1913.

հեռուստատեսության սեփականատեր մեծահարուստներից մեկը հայտարարեց հետևյալը. «Ինֆորմացիան և գվարճանքը ապրանք են, իսկ մենք կոմերցիոն հեռուստատեսություն ենք: Մեզ մի դիմեք ժողովրդի լուսավորության և դաստիարակության հարցերով»<sup>3</sup>:

Մեզանում ևս իրականությունը շատ տարբեր չէ: Եթե Արևմուտքն արդեն գիտակցել է, որ հեռուստատեսության «շնորհիվ» հեռուստադիտողը վտանգավոր հետզարգացում (դեգրադացիա) կարող է ապրել, և վաղուց հրաժարվել է «վախ+սեքս+սենսացիա» նշանաբանից, ապա մեզանում որոշ հեռուստաընկերություններ կարծես կրկնում են Արևմուտքի արդեն մերժած ճանապարհը: Եռարձակման ընդգրկունության և հասանելիության առումով առաջատար է Հայաստանի հանրային հեռուստաընկերությունը: Այն հիմնականում գործում է պետական բյուջեի միջոցների հաշվին: Համոզված ենք՝ մրցունակ հեռուստատեսություն ունենալու համար ֆինանսավորման տարբեր աղբյուրներ պիտի լինեն, որովհետև լավ հեռուստատեսությունը ենթադրում է ֆինանսական մեծ հնարավորություններ և հոսքեր:

Արդի շրջանում Հայաստանի հեռուստատեսությունը զգալիորեն կրում է նոր ՏՀՏ-ների ազդեցությունը. ընդլայնվում է մալուխային-արբանյակային հեռարձակումը, ի հայտ են գալիս նոր իրողություններ, ավարտվել է թվայնացման գործընթացը և այլն:

Դիտարկենք՝ ինչպես են տվյալ երևույթներն անդրադարձել մեր երկրի հեռուստահեռարձակման համակարգի գործունեության վրա: Վերջին մի քանի տարիների ընթացքում Հայաստանի ռադիոհեռուստատեսային հեռարձակման համակարգին առնչվող ամենանշանակալի իրադարձություններից մեկը դարձավ անալոգային հեռարձակումից թվայինին անցնելու գործընթացը: Դրա իրականացման դեռևս ամենավաղ փուլում սպասվում էր, որ, տրամադրելով նոր հնարավորություններ, թվանագումն զգալիորեն կփոխի երկրի հեռարձակման դաշտը: Այդպես էլ եղավ, որը հիմք է տալիս ասելու, որ թվային տեխնոլոգիաների, համացանցի հասանելիության ու ցանցային ռեսուրսների պահանջվածության պայմաններում Հայաստանի ավանդական ՁԼՄ-ների գործունեությունը և մրցունակությունն ապահովելու ուղիների որոնման առումով առաջատարը հեռուստատեսությունն է՝ պայմանավորված մի շարք հանգամանքներով.

<sup>3</sup> Հեռուստատեսային ժուռնալիստիկա, Ե., 2003, էջ 11:

**ա) այլ ՁԼՄ-ների համեմատությամբ՝ հեռուստատեսության բարձր վարկանիշը.** Հայաստանի բնակչության ստվար հատվածը հեռուստատեսությունը համարում է տեղեկատվության հիմնական աղբյուր.

**բ) բնակչության աղքատության բարձր մակարդակը.** պաշտոնական տվյալների համաձայն՝ երկրի բնակչության մոտ մեկ երրորդը աղքատ է, և հասարակության այդ պատկանելի շերտը հազիվ թե հնարավոր համարի օգտվել վճարովի հեռուստատեսության ծառայություններից: Հետևաբար նա պետք է ապավինի անվճար «սոցիալական փաթեթին» («must carry»)<sup>4</sup>, որը ներառում է վերգետնյա եթերային հեռարձակման միջոցով եթեր տրվող հեռուստաձայնագրեր: Հայաստանում, խոսքի ազատության պաշտպանության կոմիտեի գնահատմամբ, թվային հեռարձակման անցնելուց հետո երկրի բնակչության շուրջ 50%-ը սահմանափակվելու է «սոցիալական փաթեթի» ծառայություններով.

**գ) սովորույթի գործոնը կամ ավելի վաղ անվճար տրամադրված ծառայությունների դիմաց չվճարելու ցանկությունը:**

Հեռուստատեսության և համացանցի հասանելիության ժամանակակից ձևերից մեկը հեռարձակման ոլորտում հայտնի «երկակի» մոդելն է՝ երկրորդ էկրանի առկայությամբ. հեռուստատեսությունը տրամադրում է հիմնական կոնտենտը, իսկ համացանցին միացված համակարգիչը կամ բջջային սարքավորումը ծառայում է որպես օժանդակ տարր: Շարժական սարքերի համար հատուկ կոնտենտի ստեղծումը ոչ միայն կարող է նպաստել հեռուստատեսությամբ տեսածն ինտերնետային տիրույթում քննարկելուն, այլև համացանցի օգտվողի մեջ առաջացնել հեռուստացույց դիտելու ցանկություն:

Մեզանում հեռարձակման այս մոդելները դեռևս թույլ են զարգացած: Հեռուստաալիքների գործունեությունը շատ հաճախ սահմանափակվում է պաշտոնական կայքի գոյությամբ կամ պասիվ ներկայությամբ այնպիսի սոցիալական մեդիահարթակներում, ինչպիսիք են «Twitter»-ը և «Facebook»-ը: Այդ իսկ պատճառով հայկական հեռուստաալիքների առցանց տարբերակները տեղեկատվության օպերատիվ հաղորդման և լսարանի քանակի առումով հիմնականում չեն կարողանում մրցակցել ցանցային մեդիայի հետ: Մակայն այստեղ ևս նկատելի են որոշ դրական տեղաշարժեր: Այսպես, ինտերնետային կապի արագության մեծացմանը զուգընթաց՝ Հայաստանի հեռուստաալիքները սկսեցին իրենց էջերը բացել «YouTube»-ում: Հեռուստաարտադրանքը ներբեռնելու

<sup>4</sup> Ձեկույց՝ Հայաստանում անալոգայինից թվային հեռարձակման անցնելու գործընթացի վերաբերյալ: Խոսքի ազատության պաշտպանության կոմիտե, ԵԱՀԿ, Ե., 2014, էջ 22:

և այն դիտելու պարզ ու հարմար եղանակը հեռուստաընկերության համար իր արտադրանքին երկրորդ կյանք տալու, եթե այն հեռարձակման սահմաններից դուրս գալու, հեռարձակվող նյութերի հանդեպ լսարանի նոր շերտերի ուղարկությունը հրավիրելու լավ հնարավորություն է:

Դրանից բացի, բջջային հեռախոսների շուկայի զարգացմանը զուգընթաց, զարգանում է նաև բջջային հեռուստատեսությունը: Իրական ժամանակային ռեժիմում հեռարձակվող հեռուստատեսային ալիքներ դիտելու հնարավորությունից բացի՝ Հայաստանի բջջային օպերատորների բաժանորդները տարաբնույթ տեսահոլովակներ, ֆիլմեր, մուլտֆիլմեր, հեռուստատեսային ծրագրեր ձեռք բերելու հնարավորություն են ստացել:

Իրողություններ, որոնք, արձանագրելուց զատ, պետք է նաև գիտականորեն քննել, վերլուծել և արժևորել՝ այն համոզումով, որ նաև այդպես պետք է հասնել ցանկալի արդյունքի, ինչի ակնկալիքն ունի նորոշյա մեդիասպառողը:

## НОВЫЕ И ТРАДИЦИОННЫЕ МАСС МЕДИА В АРМЕНИИ: ВЗАИМОВЛИЯНИЕ И КОНВЕРГЕНЦИЯ

СОГОМОНЯН Г. А., МАЙСУРЯН А. А.

### Резюме

Становление интернет-пространства привело к значительным трансформациям в деятельности СМИ. С учетом этой новой реальности конвергенционный подход в прогнозировании дальнейшего развития медиасферы представляется более реалистичным. В настоящее время телевидение Армении переживает новый этап развития: расширяется кабельно-спутниковая трансляция, возникают новые элементы интерактивного телевидения, завершен процесс оцифровки.

## NEW AND TRADITIONAL MASS MEDIA IN ARMENIA: INFLUENCE AND CONVERGENCE

G. SOGHOMONYAN, A. MAYSURYAN

### Abstract

The elaboration of the internet space has led to considerable transformations of traditional Mass Media activity bringing new challenges. Realizing this reality the convergence approach towards the prediction of mediasphere development is more realistic. Nowadays Armenian television is highly influenced by new ICTs: cable-satellite broadcasting has been expanded, new elements of interactive television have emerged, the process of digitalization has finished.