

## Ազատ մամուլի առօրյան.

### Ինչպե՞ս կոտորել թերթերի տարածման մենաշնորհը 2004-2006թթ.

1997 թ-ին, երբ թերթերի տպագրության բիզնեսում մրցակցություն գոյություն չուներ, Եվրասիա հիմնադրամը բարձր տեխնոլոգիաներով համարեց «ԳԻՆԴ» տպագրատունը, որը, մրցելով պետության կողմից հովարափորվող «Տիգրան Մեծ» տպագրատան հետ՝ հաջողությամբ սկսեց տպագրել Հայաստանում շրջանառվող թերթերի 50%-ը:

Այս 1991 թ-ից տարեց տարի նվազել է պարբերական թերթերի տպաքանակը և նրանց ընթերցողների թվաքանակը: Դա պայմանավորված էր, մասնավորապես, ոչ բավարար ռեսուրսներով և թերթերի տարածման ոչ արդյունավետ համակարգի գոյությամբ: Թերթերի տարածման մենաշնորհ ունեին «Հայմամուլը» և «Հայփոստը», որոնք խորհրդային տարիներից ի վեր թերթեր տարածող խոշորագույն ընկերություններն էին: Սակայն, նրանք առաջին հերթին տարածում էին երեք հանրապետական թերթերը, շուկայից դուրս մղելով մյուս թերթերի տարածումը:



ք. Գյումրի, Շիրակի մարզ, 2006թ.

«Բլից մեդիան» թերթերի տարածմամբ զբաղվող առաջին կազմակերպությունն է, որը հիմնադրվել է 1988 թ-ին «Լարս» անվանումով, այնուհետև վերանվանվել 2000 թ-ին: 2004 թ-ին, երբ Եվրասիա հիմնադրամը «Բաց հասարակության հինստիտուտ» կազմակերպության հետ համատեղ հայտարարեց «Թերթերի տարածման» ծրագրի մասին, «Բլից մեդիա» ընկերության տնօրեն Արմեն Դավթյանը մեծ ուրախություն ապրեց, քանզի ի վերջո գտնվել էին կազմակերպություններ, որոնք որոշել էին ուշադրություն դարձնել թերթերի տարածմանը: Ծրագրի հեռահար նպատակներից մեկն էր ստեղծել թերթերի տարածման այլընտրանքային կենսունակ և մրցունակ համակարգեր, որոնք կնպաստեին թերթերի լայնամասշտաբ տարածմանը ոչ միայն Երևանում, այլև մյուս մարզերում և կավելացնեին բաժանորդների թիվն ու բաժանորդագրությունից բխող հասույթը: Ի ուրախություն «Բլից մեդիայի» և երեք այլ ընկերությունների, այդ թվում՝ «Օդա Էքսպրես» ՍՊԸ-ի, Գյումրիի կրթության զարգացման կենտրոնի և «Սիմիկյան» ՍՊԸ-ի, Եվրասիա հիմնադրամի ֆինանսական աջակցությամբ Երևանում և մարզերում ստեղծվեցին այդ ընկերությունների ներկայացուցչական գրասենյակներ, դրվեցին տաղավարներ ու բացվեցին կրպակներ, ինչպես նաև իրականացվեցին թերթերի վաճառքով զբաղվող անձանց, փոստատարների, գովազդատուների ու

Եվրասիա համագործակցություն հիմնադրամը Եվրասիա հիմնադրամի հետնորդ կազմակերպությունն է: Այն մասնավոր կառավարվող, ոչ շահույթաբեր տնտեսական հիմնադրամ է, որին աջակցում են ԱՄՆ կառավարությունը և այլ դոնորներ:

1992 թ-ից ի վեր Եվրասիա հիմնադրամը ներդրել է ավելի քան 370 միլիոն ԱՄՆ դոլար և իրականացրել ավելի քան 8400 դրամաշնորհային և տեխնիկական աջակցության ծրագրեր ԱՊՀ 12 երկրներում:

Այս 1992 թ-ից՝ Եվրասիա հիմնադրամը Հայաստանում ներդրել է ավելի քան 30 միլիոն ԱՄՆ դոլար:

Լրացուցիչ տեղեկությունների համար դիմել՝

Եվրասիա համագործակցություն հիմնադրամ

Հասցե՝ 0009, ՀՀ, ք. Երևան, Զարդյան փ. 56  
Ֆեքս՝ (374 10) 58 60 95 / 96

info@epfound.am  
www.epfound.am

հրատարակիչների մասնագիտական կատարելագործման աշխատանքներ:

### Հրատարակչի և ընթերցողի միջև կապը

Թերթը տարածողը հանդիսանում է հրատարակչի և ընթերցողի միջև կապող օղակը: Տարածումը լուրջ աշխատանք է, որի համար պահանջվում են մասնագետներ, որոնք ի գործու են ուսումնասիրել լրատվական դաշտն ու բացահայտել շուկայում արդի համարվող և պահանջարկ ներկայացնող ոլորտները: «Մեզ մտահոգում էր այն, որ չկար թերթ կարդալու սովորություն: Հրատարակիչները ծանոթ չէին, թե սոցիալական որ խավին է հասցնագրված իրենց թերթը, և ինչ միջոցներ են անհրաժեշտ թերթի տպաքանակը բարձրացնելու համար», - նշում է Արմեն Դավթյանը:

«Բլից մեդիան ընթերցողների նախասիրությունները պարզելու նպատակով ուսումնասիրություն անցկացրեց, որի արդյունքում այժմ երիտասարդ ընթերցողների համար տպագրում ենք «3 միլիոն» ամսագիրը», - ասում է «168 Ժամ» թերթի գլխավոր խմբագիր Սաթիկ Սնյրանյանը:

Ոչ պակաս կարևոր էր նաև թերթերը համապատասխան վայրերում ցուցադրելը: «Եթե թերթը տպագրվում է կանանց վերաբերող հարցերը լուսաբանելու նպատակով, ուստի ճիշտ էր այդ թերթի վաճառքն իրականացնել վարսավիրանոցների կամ խանութների մոտ, ուր կանայք շատ են հաճախում», - ասում է «Բլից մեդիայի» տնօրենը: «Ես ուզում եմ, որ իմ թերթի պոտենցիալ ընթերցողն ու թերթում գովազդ տեղադրողն ամենուր տեսնի իմ թերթը», - նշում է տնտեսական հարցեր արծարծող «Դեյլիվոյ էքսպրես» թերթի գլխավոր

խմբագիր Էդուարդ Նադդայանը: «Բլից մեդիան մեզ առաջարկեց թերթը տարածել նաև օդանավակայանում, ուր այն կներկայացվեր արտերկրից ժամանող գործարար մարդկանց», - ավելացնում է նա:

### Թերթերի վաճառքը գյուղական համայնքներում

Թերթերի վաճառքի և բաժանորդագրության մեծ խնդիր կար հատկապես գյուղական շրջաններում: Դժվար էր համոզել գյուղացուն թերթ գնել կամ պատկերացում կազմել գոյություն ունեցող թերթերի տեսակների մասին: «Երբ գյուղացուն առաջարկում էինք բաժանորդագրություն, պահանջվող գումարի փոխարեն նա առաջարկում էր կարտոֆիլ կամ պանիր», - նշում է Արմենը: Իրավիճակը փոխելու համար գյուղերում բացվեցին կրպակներ և դրվեցին տաղավարներ՝ թերթերի տեսակները ընթերցողի դատին ներկայացնելու համար: Մեծ վարպետություն էր պահանջվում նաև մարզերում աշխատող փոստատարներից՝ թերթը ժամանակին ընթերցողին հասցնելու համար: Աշխատանքներն օպերատիվ կազմակերպելու նպատակով, «Բլից մեդիան» համաձայնագիր էր կնքել տաքսի ծառայության հետ, որն օրական հինգ մեքենա էր տրամադրում՝ թերթերը Երևանից մարզեր առաքելու համար: «Այս փաթեթը մենք այսօր ուղարկելու ենք Կոտայքի մարզ», - մատնանշում է «Բլից մեդիայի» աշխատակիցը՝ մատնացույց անելով հատակին դրված թերթերի կապոցը: Այժմ, արդեն նրեք տարի անց, «Բլից մեդիան» տարածում է 145 անուն թերթ և ամսագիր ոչ միայն Երևանում, այլև մարզերում, որոնց բաժանորդների թիվն անցնում է 3500:

### Օրենսդրական բարեփոխումներ

Եվրասիա հիմնադրամը հենարան դարձավ Երևանից դուրս տեղեկատվության հոսքն ապահովելու համար: Հիմնադրամի օգնությամբ՝ չորս ընկերությունները

Սույն հրատարակությունը ստեղծվել է Ամերիկայի ժողովրդի նվիրատվության շնորհիվ, ԱՄՆ Միջազգային զարգացման գործակալության (USAID) աջակցությամբ, որի բովանդակության համար պատասխանատու է Եվրասիա համագործակցություն հիմնադրամը: Այստեղ արտահայտված տեսակետները պարտադիր չէ, որ համընկնեն ԱՄՆ Միջազգային զարգացման գործակալության կամ ԱՄՆ կառավարության տեսակետներին:



կարողացան պայքարել Հայաստանի Հանրապետությունում փոստային կապի ծառայությունների լիցենզավորման մասին ընդունված թերի օրենսդրության դեմ. ըստ դրա սահմանվել էր թերթերի տարածմամբ զբաղվող ընկերությունների գործունեության համար տարեկան տուրք 15000 ԱՄՆ դոլարի չափով: Օրենքի կիրառումը կարգելակեր մասնավոր ընկերությունների թերթերի տարածման աշխատանքները Հայաստանում:

## Հնտագա քայլերը

Ներկայումս բոլոր չորս ընկերությունները մտածում են երկրում թերթեր տարածողների ասոցիացիայի ստեղծման մասին, որը կհամակարգի լրատվական շուկայի ուսումնասիրման աշխատանքները և պարբերաբար խորհրդատվական աջակցություն կտրամադրի թերթերին:

Եվրասիա համագործակցություն հիմնադրամը կոչ է անում գործընկերներին՝ տեղեկատվությունը քաղաքացիներին հասանելի դարձնելու նոր առաջարկներ մշակել:

## Համաձայն 2006թ. ծրագրերի գնահատման արդյունքների.

*Շիրակի մարզում թերթերի վաճառքի կրկնակի աճ է արձանագրվել շնորհիվ Գյումրիի կրթության զարգացման կենտրոնի:*

*Վանաձորում «Սիմիկյան» ՍՊԸ-ն բաժանորդների թիվը 1250-ից հասցրեց 2500-ի:*

*Երևանի Նորքի I և IV զանգվածներում և հարավ-արևմտյան թաղամասում ընթերցողների ավելի քան 15%-ն օգտվում է «Օդա էքսպրեսի» ստեղծած կրպակներից ու փոստատարների ծառայություններից:*

*Լրացուցիչ տեղեկությունների համար դիմել՝*

**Եվրասիա համագործակցություն հիմնադրամ**

**Հասցե՝ 0009, ՀՀ, ք. Երևան,  
Զարթոյան փ. 56  
Հեռ/Ֆաքս՝ (374 10) 58 60 95 / 96**

**info@epfound.am  
www.epfound.am**