

ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ ՄԵԴԻԱՆԵՐԻ
ԹՎԱՅՆԱՑՄԱՆ

ՔԱՐՏԵԶԱԳՐՈՒՄ



OPEN SOCIETY
FOUNDATIONS

ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ ՄԵԴԻԱՆԵՐԻ ԹՎԱՅՆԱՑՄԱՆ ՔԱՐՏԵԶԱԳՐՈՒՄ

ՀԱՇՎԵՏՎՈՒԹՅՈՒՆԸ ՊԱՏՐԱՍՏՎԵԼ Է ԲԱՑ ՀԱՍԱՐԱԿՈՒԹՅԱՆ
ՀԻՄՆԱԴՐԱՄՆԵՐԻ ԿՈՂՄԻՑ

ՀԵՂԻՆԱԿՆԵՐ՝

Աշոտ Մելիքյան, Մեսրոպ Հարությունյան, Արթուր Պապյան,
Սուրեն Դեհերյան և Մարտին Այվազյան

ԽՄԲԱԳԻՐՆԵՐ՝

Մարիուս Դրագոմիր, Մարկ Թոմփսոն (Բաց հասարակության
հիմնադրամի ԶԼՄ-ների գծով ծրագրերի խմբագիրներ)
և Ռիտա Ռուդուշա (ռեգիոնալ խմբագիր)

ԽՄԲԱԳՐԱԿԱՆ ՀԱՆՁՆԱԺՈՂՈՎ՝

Են Յինգ Չան, Քրիստիան Ս. Նիսեն, Դուշան Ռելժիկ, Ռասլ
Սաուրվուդ, Դամիան Տամբինի

Խմբագրական հանձնաժողովը խորհրդատվական մարմին է: Դրա
անդամները պատասխանատվություն չեն կրում այն հաշվետվության
մեջ պարունակվող տեղեկությունների և գնահատականների համար:

«ԲԱՑ ՀԱՍԱՐԱԿՈՒԹՅԱՆ ՀԻՄՆԱԴՐԱՄՆԵՐԻ» ԶԼՄ-ՆԵՐԻ ԳԾՈՎ
ԾՐԱԳՐԵՐԻ ԱՇԽԱՏԱԿԱԶՄ՝

Մեյջինդեր Քաուր՝ օգնական, Գորդանա Յանկովիչ՝ տնօրեն

«ԲԱՑ ՀԱՍԱՐԱԿՈՒԹՅԱՆ ՀԻՄՆԱԴՐԱՄՆԵՐԻ» ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ
ԾՐԱԳՐԻ ԱՇԽԱՏԱԿԱԶՄ՝

Վերա Ֆրանց՝ ծրագրի ավագ մենեջեր, Դարիուս Կուպլինսկաս՝
տնօրեն

ՀԱՅԵՐԵՆ ԹԱՐԳՄԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ՝

Հայկ Պետրոսյան

12 նոյեմբերի, 2013թ.

Բովանդակություն

Մեդիաների	4
Թվայնացման քարտեզագրում	4
Ամփոփ տեղեկանք հաշվետվության մասին	6
Հայաստանում մեդիաների թվայնացման քարտեզագրում	6
Ընդհանուր տեղեկություններ	9
Սոցիալական ցուցանիշներ	11
Տնտեսական ցուցանիշներ	13
1. Լրատվության սպառումը, թվայնացման գործոնը	14
1.1 Թվային տեխնոլոգիաների հաղթարշավը	14
1.2 Առավել նախընտրելի լրատվամիջոցները	20
1.3 Նորություններ մատուցողները	24
1.4 Եզրակացություններ	30
2. Թվային ՁԼՄ-ները և հանրային կամ պետական հեռարձակողները	32
2.1 Հանրային ծառայությունը և պետական հաստատությունները	32
2.2 Հանրային ծառայությունների մատուցումը	37
2.3 Եզրակացություններ	40
3. Թվային լրատվամիջոցները և հասարակությունը	41
3.1 Օգտագործողների հրապարակած նյութերը (ՕՀՆ)	41
3.2 Թվային ակտիվիզմ	44
3.3 Եզրակացություններ	47
4. Թվային ՁԼՄ-ները և լրագրությունը	48
4.1 Ազդեցությունը լրագրողների և խմբագրությունների վրա	48
4.2 Հետաքննական լրագրություն	54
4.3 Սոցիալական և մշակութային բազմազանություն	57
4.4 Քաղաքական բազմազանություն	60
4.5 Եզրակացություններ	64

5.	Թվային մեդիան և տեխնոլոգիաները.....	66
5.1	Հեռարձակման հաճախականային տիրույթ.....	66
5.2	Թվային վերահսկողություն	71
5.3	Հեռահաղորդակցություն	73
5.4	Եզրակացություններ	74
6.	Թվային բիզնեսը.....	76
6.1	Մեփականության իրավունքը.....	76
6.2	Լրատվամիջոցների ֆինանսավորումը	82
6.3	Մեդիա բիզնես մոդելներ	86
6.4	Եզրակացություններ	88
7.	Քաղաքականություն, օրենքներ և կարգավորողներ	89
7.1	Քաղաքականություն և օրենքներ.....	89
7.2	Կարգավորողները	104
7.3	Պետության միջամտությունը	115
7.4	Եզրակացություններ	124
8.	Անփոփիչ եզրակացություններ	127
8.1	Մեդիան այսօր	127
8.2	Մեդիան վաղը.....	128
9.	Առաջարկություններ	130
9.1	Քաղաքականությունը	130
9.2	Լրատվամիջոցներին վերաբերող օրենսդրությունը և գործունեության կարգավորումը	132
	Հապավումների, դիագրամների, աղյուսակների և կազմակերպությունների ցանկ.....	134
	Օգտագործված հապավումները	134
	Նկարներ և դիագրամներ.....	135
	Աղյուսակներ.....	135
	Ընկերություններ ու կազմակերպություններ.....	136

Մեդիաների թվայնացման քարտեզագրում

«Ճշմարիտ լրագրության հիմքում ընկած արժեքները, մարդկանց հուսալի և բավարար տեղեկատվություն ստանալու պահանջը, ինչպես նաև նման տեղեկատվության նշանակությունը առողջ հասարակություն և ամուր ժողովրդավարություն կառուցելու գործում»։ սրանք են այն հիմնական գաղափարները, որոնք պետք է կողմնացույցի պես ուղղորդեն նրանց, ովքեր ուզում են գնահատել զանգվածային լրատվության դաշտում տեղի ունեցող փոփոխությունները:

Էլեկտրոնային լրագրության մասնագիտական ստանդարտները դեռ ձևավորման փուլում են: Նոր տեխնոլոգիաները շոշափելի ազդեցություն են ունեցել լրագրության վրա՝ զարգացած երկրներում, և այդ ազդեցություններն զգացվում են նաև պակաս զարգացած հասարակություններում:

«Մեդիաների թվայնացման քարտեզագրումը» մի ծրագիր է, որի շրջանակներում աշխարհով մեկ մանրամասնորեն ուսումնասիրվում են ոլորտում տեղ գտած փոփոխությունները և միջոցներ են ձեռնարկվում գիտնականների, քաղաքական գործիչների, մանկավարժների և ստանդարտներ սահմանող պաշտոնատար անձանց միջև կամուրջներ կառուցելու ուղղությամբ: Միևնույն ժամանակ ծրագիրը նպաստում է նրան, որ թվային լրատվության ասպարեզում պակաս զարգացած երկրներում ոլորտի հիմնական գործող անձինք մասնակցեն և (կամ) նպաստեն ոլորտի զարգացմանը: Միևնույն ժամանակ այս ուսումնասիրության արդյունքում կուտակվում են անհրաժեշտ տվյալներ ու տեղեկություններ, որոնք թույլ են տալիս խրախուսել ու հիմնավորել առաջարկվող փոփոխությունները և դրանց շուրջ բանավեճ ծավալել:

«Բաց հասարակության հիմնադրամների» ՁԼՄ-ների գծով ծրագիրը տարբեր երկրներում ականատես է եղել այն բանի, թե ինչպես են բարեփոխումները և միջավայրը ազդում ՁԼՄ-ների վրա՝ փոխելով դրանց աշխատանքի մեթոդները և ապահովելով նյութական անկախության հնարավորությունը, միևնույն ժամանակ հավատարիմ մնալով բազմակարծության, թափանցիկության, մտքի արտահայտման և տեղեկատվության ազատության, հանրության

առջև պատասխանատվության և խմբագրական անկախության սկզբունքներին և մասնագիտական բարձր ստանդարտներին:

«Մեդիաների թվայնացման քարտեզագրում» ծրագիրը, իր առջև ունենալով վերը նշված արժեքները, աշխարհով մեկ գնահատում է ՁԼՄ-ների համար ստեղծված այն հնարավորությունները կամ խոչընդոտները, որոնք պայմանավորված են հետևյալ հանգամանքներով.

- անալոգայինից թվային հեռարձակման անցումը,
- նորությունների տարածման համար նոր հարթակների ձևավորումը,
- ավանդական հեռարձակման ու հեռահաղորդակցության համատեղումը:

60 տարբեր երկրներում տիրող իրավիճակին անդրադարձած այս ծրագրի շրջանակներում ուսումնասիրվել է թվարկված փոփոխությունների ազդեցությունը ՁԼՄ-ների հիմնական «արտադրանքի»՝ քաղաքական, տնտեսական և սոցիալական լուրերի վրա:

«Մեդիաների թվայնացման քարտեզագրում» հաշվետվությունները յուրաքանչյուր երկրում պատրաստվում են տեղական հետազոտական կազմակերպությունների կամ գործընկերների կողմից: Միասին այս հաշվետվությունները կձևավորեն հզոր տեղեկատվական ռեսուրս, որն այդքան անհրաժեշտ է թվային լրատվամիջոցների դերը ժողովրդավարական գործընթացներում գնահատելու համար:

Բացի առանձին երկրներում իրավիճակը նկարագրող այս հաշվետվությունների, «Բաց հասարակության հիմնադրամների» ՁԼՄ-ների գծով ծրագիրը պատրաստել է այլ ուսումնասիրություններ թվային լրատվամիջոցների մասին: Համապատասխան հաշվետվությունները հրապարակվել են **«MDM Reference Series»** խորագրով:

Ամփոփ տեղեկանք հաշվետվության մասին Հայաստանում մեդիաների թվայնացման քարտեզագրում

Վերջին տարիները Հայաստանում ակնատես եղան ինտերնետի արագ զարգացմանը ոչ միայն մայրաքաղաքում և մարզկենտրոններում, այլ նաև հեռավոր գյուղերում: Մա հատկապես նկատելի էր 2010–2011թթ., երբ ինտերնետ-օգտագործողների թիվն աճեց գրեթե 40 տոկոսով: Մասնագետների գնահատականների համաձայն, դա պայմանավորված էր մի շարք հանգամանքներով, այդ թվում՝ շուկայում նոր մատակարարների ի հայտ գալով և աճող մրցակցության պայմաններում գների նվազեցմամբ, մարզերում և գյուղական բնակավայրերում ինտերնետի մատչելիության բարելավմամբ, համակարգիչների ապառիկ վաճառքով, ինչպես նաև բջջային կապի միջոցով ինտերնետից օգտվելու հնարավորությամբ: Այդուհանդերձ, բնակչության ընդհանուր թվում ինտերնետ-օգտագործողների տոկոսը դեռ զգալիորեն ավելի մեծ է Երևանում, քան մարզերում: 2011 թ-ի տվյալների համաձայն, այդ ցուցանիշը Երևանում կազմել է 43%, երբ հանրապետության այլ քաղաքներում այն կազմել է 33%, իսկ գյուղերում՝ 13%:

Ինտերնետի տարածմանը զուգահեռ ի հայտ են գալիս և զարգանում զանգվածային նոր լրատվամիջոցներ: Վերջին տարիներում ի հայտ են եկել հարյուրավոր առցանց (օնլայն) պարբերականներ՝ էապես մեծացնելով զանգվածային լրատվության շուկան և դարձնելով այն անհամեմատ ավելի բազմազան: Նոր լրատվամիջոցները հաջողությամբ մրցակցում են ավանդական ՁԼՄ-ների հետ և կարողացել են կարճ ժամանակահատվածում առաջ անցնել տպագիր մամուլից և ռադիոյից իրենց ընթերցողների (ունկնդիրների) թվով: Օնլայն լրատվամիջոցներն ունեն ակնհայտ առավելություն լրատվության արագության և ծավալների անսահմանափակության առումով: Ավելին, դրանց թողարկման ծախսերն էապես ավելի ցածր են, քան լրագրերինը և հեռուստատեսային հաղորդումներինը:

Զանգվածային լրատվության ոլորտի հիմնական խաղացողները, և առաջին հերթին՝ ավանդական ՁԼՄ-ները, լավ հասկանում են, որ ստեղծված իրավիճակում առանց թվային

տեխնոլոգիաների և օնլայն ռեսուրսների պարզապես անհնար է մրցակցել ու գոյատևել: Ահա թե ինչու ՁԼՄ-ներն ակտիվորեն սկսել են արդիականացնել իրենց ինտերնետային կայքերը և իրականացնել համապատասխան աշխատանքներ՝ ձևավորելով մուլտիմեդիական պլատֆորմներ, խմբավորելով տեքստային, լուսանկարային և տեսաձայնային ինֆորմացիան և մատուցելով այն այնպիսի ֆորմատով, որ համատեղելի լինի տարբեր թվային սարքերի, այդ թվում՝ բջջային հեռախոսների ծրագրերի հետ:

Չնայած նոր լրատվամիջոցների արագ զարգացմանը, հեռուստատեսությունը շարունակում է մնալ տեղեկատվության հիմնական աղբյուրը բնակչության գրեթե 90 տոկոսի համար: Դրանից հետևում է, որ անալոգայինից թվային հեռարձակմանն անցումը, որը պլանավորված է 2015 թվականին, չափազանց կարևոր է հեռուստատեսության համար: Այդուհանդերձ, թվային հեռարձակման լիցենզիաների հատկացման նպատակով 2010 թվականին կարգավորող մարմնի կողմից անցկացված մրցույթի արդյունքում հանրապետական և մայրաքաղաքային հեռուստաընկերությունների թիվը 22-ից կրճատվեց մինչև 18-ի:

Այս ուսումնասիրության շրջանակներում անցկացված հարցազրույցների ժամանակ փորձագետներից ստացված կարծիքների համաձայն, ո՛չ «Ռադիոհեռուստատեսային հեռարձակման թվային համակարգին անցնելու հայեցակարգը» (որն ընդունվել է կառավարության կողմից 2008 թվականին), ո՛չ էլ «Հեռուստատեսության ու ռադիոյի մասին» նոր օրենքը (որն ընդունվել է Ազգային ժողովի կողմից 2010 թվականին) նպատակ չեն հետապնդում ազատականացնելու հեռարձակման ոլորտը, այլ հակառակը՝ նպաստում են նրան, որ իշխանությունները բացարձակ վերահսկողություն ունենան նոր ձևավորվող թվային դաշտում բոլոր հեռարձակողների վրա:

Բացի օնլայն լրատվամիջոցներից, ընթացիկ խնդիրների քննարկման համար ինֆորմացիայի փոխանակման կարևորագույն միջոց են դարձել սոցիալական ցանցերը, մասնավորապես՝ «Ֆեյսբուքը»: Հայաստանում «Ֆեյսբուք» օգտագործողների թիվը կտրուկ աճեց 2012 թվականի խորհրդարանական ընտրությունների ժամանակ: Եթե 2012 թվականի հունվարին Հայաստանում կար «Ֆեյսբուքի» 193,000 գրանցված օգտագործող, ապա երկու ամիս հետո այդ թիվն ավելացավ ևս 100,000-ով, իսկ 2013 թվականի սեպտեմբերին օգտագործողների թիվը հասավ 362,000-ի: Գրեթե բոլոր քաղաքական ուժերը և պատգամավորական ու նախագահական թեկնածուները ներկայացված էին «Ֆեյսբուքում»՝ դրանով իսկ հաստատելով, որ ընդունում են տվյալ սոցիալական ցանցը որպես ընտրողների հետ հաղորդակցվելու և նախընտրական քարոզչության հզոր պլատֆորմ:

Այս ուսումնասիրությունը ցույց տվեց, որ ընդհանուր առմամբ թվայնացումը ավելացրել է լրատվամիջոցների և դրանց կողմից առաջարկվող տեղեկատվության բազմազանությունը, ինչպես նաև նպաստել է բազմակարծության դրսևորմանը: Մինչև ժամանակ, կարգավորող մարմինների անբավարար անկախությունը, լրատվամիջոցների սեփականության հետ կապված հարցերում թափանցիկության բացակայությունը, հեռարձակման ոլորտը կարգավորող օրենսդրության անկատարությունը, ինչպես նաև թվայնացման գործընթացի

դանդաղ տեմպերը խանգարում են զանգվածային լրատվության ոլորտի զարգացմանը: Լրատվության հիմնական աղբյուրը՝ հեռուստատեսությունը, շարունակում է մնալ իշխանությունների համապարփակ վերահսկողության տակ: Լրատվամիջոցների վրա գործադրվող քաղաքական ճնշումը հանգեցնում է համատարած թաքնված գրաքննության, որի ազդեցությունն ամենից շատ զգացվում է հեռուստատեսային լրատվական ու քաղաքական հաղորդումների վրա: Լրատվամիջոցների մեծ մասը կախվածություն ունեն խոշոր բիզնեսից և քաղաքական վերնախավից, որոնց հետ նրանք արդեն սերտաձել են:

Դրական փոփոխություններ կյանքի կոչելու համար սույն հաշվետվությունում ներկայացվում են մի շարք առաջարկություններ: Առաջինը, պետք է արագացվի հեռարձակման հետ կապված այնպիսի օրենսդրական ակտերի ընդունումը, որոնք կտան իրական երաշխիքներ բազմակարծության ու բազմազանության համար: Երկրորդը, «Հեռուստատեսության ու ռադիոյի մասին» օրենքը և «Զանգվածային լրատվության մասին» օրենքը պետք է ենթարկվեն փոփոխությունների ու լրացումների՝ բոլոր տեսակի ԶԼՄ-ների սեփականության հետ կապված հարցերի թափանցիկությունն ապահովելու համար: Երրորդը, հեռարձակման ոլորտը կարգավորող մարմնի անդամների ընտրության ու նշանակման կարգը պետք է կատարելագործվի՝ կարգավորողի անկախությունն ապահովելու համար: Չորրորդը, պետք է մշակվի թվային հաճախականային միջակայքերի հատկացման այնպիսի թափանցիկ ընթացակարգ, որը թույլ կտա ապահովելու հանրային շահերի պաշտպանությունը: Վերջապես, պետք է իրականացվեն բաց հանրային քննարկումներ և հանրության իրազեկման այլ միջոցառումներ՝ թվային ֆորմատի անցնելու գործընթացին հանրության իրազեկվածությունն ապահովելու համար:

Ընդհանուր տեղեկություններ

Հայաստանը գտնվում է Կովկասի հարավում և սահմանակից է Վրաստանին, Ադրբեջանին, ինչպես նաև տարածաշրջանի «ամենաազդեցիկ» պետություններին՝ Իրանին ու Թուրքիային: Հայաստանի Հանրապետությունը անկախություն է հայտարարել 1991 թվականի սեպտեմբերի 21-ի հանրաքվեով: Հետսովետական շրջանում հանրապետության կյանքի վրա ազդող հիմնական հանգամանքներից մեկն է եղել զինված հակամարտությունը Ադրբեջանի հետ մեծամասամբ հայաբնակ Լեռնային Ղարաբաղի¹ համար: Հակամարտությունը մինչ օրս վերջնական լուծում չի ստացել: Մեկ այլ ցավոտ խնդիր է Հայաստանի և Թուրքիայի միջև հարաբերությունները. այստեղ առկա է անհամաձայնություն պատմական իրադարձությունների, մասնավորապես օսմանական իշխանությունների կողմից 1915 թ-ից մինչև 1918 թ. ընկած ժամանակահատվածում մոտ 1.5 մլն հայերի սպանության, շուրջ. Հայաստանը որակում է այդ իրադարձությունները որպես ցեղասպանություն, իսկ Թուրքիան հերքում է դրանք: Այս լարվածության ուժեղացմանը նպաստում է այն, որ Թուրքիան, սկսած 1993 թ-ից, աջակցել է Ադրբեջանին Լեռնային Ղարաբաղի հակամարտությունում: Հայաստանը և Թուրքիան երբեք դիվանագիտական հարաբերություններ չեն ունեցել, և նրանց սահմանները շարունակում են փակ մնալ: 2009 թ-ի հոկտեմբերին Հայաստանի և Թուրքիայի կառավարությունները համաձայնեցին կարգավորել հարաբերությունները, սակայն Թուրքիան հայտարարեց, որ սահմանի բացումը կախված կլինի Լեռնային Ղարաբաղի հակամարտության կարգավորման ընթացքից:

Հանրապետության զարգացման համար մեկ այլ լուրջ խոչընդոտ էր 1988 թվականի դեկտեմբերի 7-ի ադետալի երկրաշարժը, որին ավելացան երկարատև էներգետիկ ու տնտեսական ճգնաժամերը՝ հանգեցնելով մոտ 800,000 մարդու արտագաղթի:²

1 Լեռնային Ղարաբաղի ինքնավար շրջանը, որը բնակեցված է հիմնականում հայերով, ձևավորվել է Սովետական Ադրբեջանի կազմում 1923 թ-ին: 1988 թ-ի փետրվարին շրջանի օրենսդիր մարմինը ընդունում է Հայաստանի հետ միավորվելու մասին որոշում: Հայաստանը խրախուսում է այդ որոշման կայացումը: Որոշման հրապարակումը բերում է զինված հակամարտության Ադրբեջանի և Լեռնային Ղարաբաղի ու վերջինիս աջակցող Հայաստանի միջև: 1994 թ-ի մայիսին ստորագրվում է հրադադարի մասին համաձայնագիր: Այդուհանդերձ, հակամարտությունը դեռ լուծում չի ստացել չնայած ԵԱՀԿ Մինսկի խմբի բոլոր ջանքերին:

2 Աշխատանքի միջազգային կազմակերպություն, «Հայաստան. միգրացիա և զարգացում», Երևան 2009 թ., տես՝ http://employment.am/up/attach/attach_arm10.pdf (հայերեն) (ղիտվել է 2013 թ-ի հունիսի 10-ին):

Հայաստանի տնտեսությունն աստիճանաբար հաղթահարում է դժվարությունները և 2002 թ-ից սկսում է արագ զարգանալ (ապահովելով տարեկան միջինում 11.6 տոկոս աճ) մինչև 2008 թ-ի համաշխարհային ֆինանսատնտեսական ճգնաժամը:³ 2009 թ-ին տնտեսությունն առաջին անգամ հետաձգեց (14.2 տոկոսով): Արտահանման ու ներկրման ծավալներն անկում ապրեցին համապատասխանաբար 32.8 և 25 տոկոսով:

Պակասեցին նաև սփյուռքից եկող դրամական փոխանցումները: Ըստ Համաշխարհային բանկի տվյալների, 2006 թվականին սփյուռքից պաշտոնական խողովակներով եկող դրամական փոխանցումների ընդհանուր ծավալը գերազանցում էր 1 մլրդ ԱՄՆ դոլարը կամ հանրապետության ՀՆԱ-ի 19 տոկոսը: Ճգնաժամի արդյունքում դրամական փոխանցումների ընդհանուր ծավալը 2009 թվականին կրճատվեց 31 տոկոսով, իսկ միայն ՌԴ-ից ուղարկվող փոխանցումների ծավալը՝ 34 տոկոսով:⁴

ՀՆԱ-ի աճը վերականգնվեց վերջին երեք տարիների ընթացքում: ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայության տվյալների համաձայն Հայաստանի ՀՆԱ-ն գերազանցել է 10 մլրդ ԱՄՆ դոլարը 2011 թ-ին, ինչը ներկայացնում է 9.4 տոկոսի աճ՝ 2010թ-ի համեմատությամբ: Տնտեսությունը 2011 թ-ին աճել է 4.6 տոկոսով և շարունակել է աճել 2012 թ-ին՝ թերևս ավելի ցածր տեմպերով (3.8 տոկոս): Աճը հիմնականում պայմանավորված էր գյուղատնտեսությամբ, հանքարդյունաբերությամբ (գունավոր մետաղներ), ինչպես նաև թեթև արդյունաբերությամբ (սարքաշինություն, տեքստիլ):

Հայաստանի հիմնական առևտրային գործընկերը Եվրոպական Միությունն է (ԵՄ), որի հետ ապրանքաշրջանառությունը կազմել է ընդհանուր արտահանումների մոտ 50 տոկոսը և ներկրումների ավելի քան 30 տոկոսը: Հայաստանի և ԵՄ-ի միջև ասոցացման պայմանագրի շուրջ բանակցություններն սկսվեցին 2010 թ-ին: Ինչպես Հայաստանը, այնպես էլ ԵՄ-ն նախատեսում էին ավարտել ասոցացման պայմանագրի շուրջ բանակցությունները մինչև նոյեմբերին Վիլնյուսում կայանալիք «Արևելյան գործընկերության» գագաթաժողովը:⁵ Այդուհանդերձ, 2013 թվականի սեպտեմբերի 3-ին, ՌԴ Նախագահ Վլադիմիր Պուտինի հետ Մոսկվայում կայացած բանակցություններից հետո ՀՀ Նախագահ Սերժ Սարգսյանը հայտարարեց, որ Հայաստանը մտադրություն ունի միանալու Մաքսային միությանը, որի մեջ են մտնում Բելառուսը, Ղազախստանը և Ռուսաստանը: Այս հայտարարությունը վերջ դրեց ԵՄ ասոցացման շուրջ տարվող բոլոր բանակցություններին:⁶

3 ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայություն, «Տնտեսական ճգնաժամը և աղքատությունը. իրավիճակը ՀՀ աշխատանքի շուկայում», Երևան 2011 թ. տես՝ http://www.armstat.am/file/article/poverty_2011a_2.pdf (հայերեն) (ղիտվել է 2013թ-ի հունիսի 10-ին):

4 ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարություն, «Հայաստանի տնտեսության մասին հաշվետվություն, 2010թ.», տես՝ <http://edrc.am/resources/useful-resources/useful-publications> (ղիտվել է 2013թ-ի հունիսի 10-ին):

5 «Հայաստան-ԵՄ ասոցացման համաձայնագրի շուրջ բանակցությունները մոտենում են ավարտին», հոդված «News.am» կայքում՝ <http://news.am/eng/news/145414.html> (ղիտվել է 2013թ-ի հունիսի 10-ին):

6 «Հայաստանը միանալու է Ռուսաստանի կողմից առաջնորդվող մաքսային միությանը», Ռադիո Ազատ Եվրոպա-Ռադիո Ազատություն, 3 սեպտեմբերի, 2013թ., տես՝ <http://www.rferl.org/content/armenia-customs-union/25094560.html> (ղիտվել է 2013թ-ի սեպտեմբերի 30-ին):

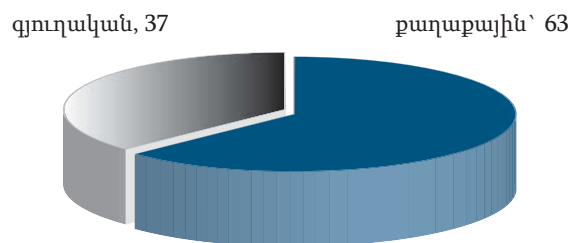
Սոցիալական ցուցանիշներ

բնակչություն՝ 2,871,771 մարդ (հոկտեմբեր 2011թ.)

տնային տնտեսություններ՝ 763,600 (հոկտեմբեր 2011թ.)

Նկար 1.

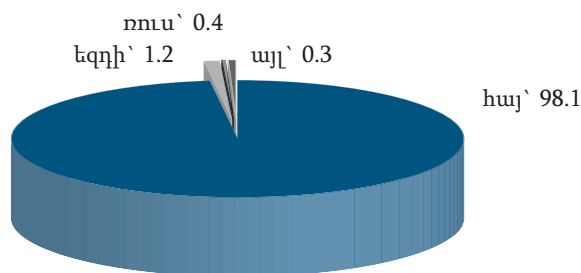
գյուղական-քաղաքային բնակչության հարաբերակցությունը (%), 2011թ.



աղբյուրը՝ «Բնակչության մարդահամար» 2011թ.⁷

Նկար 2.

Էթնիկական կազմը (որպես ընդհանուր բնակչության %), 2011թ.



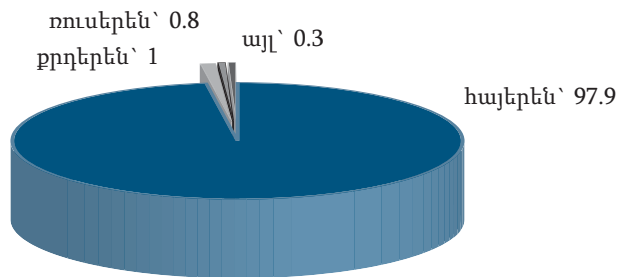
ծանոթագրություն՝ «այլ» կատեգորիայի մեջ մտնում են ասորիները, ուկրաինացիները, քրդերը, հույները, վրացիները և այլոք,

աղբյուրը՝ «Բնակչության մարդահամար» 2011թ.⁸

7 ՀՀ ԱՎԾ, «2011 թվականի մարդահամարի նախնական արդյունքները», տես՝ <http://armstat.am/file/doc/99475033.pdf> (հայերեն) (դիտվել է 2013թ-ի հունիսի 10-ին):

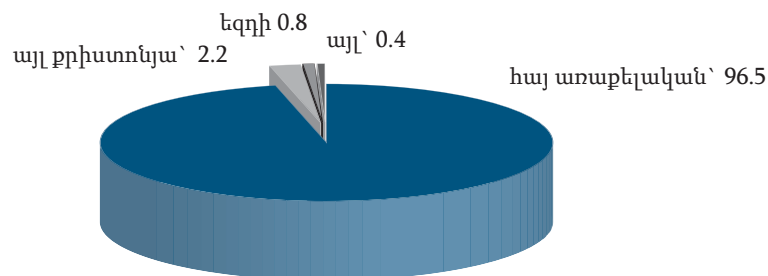
8 ՀՀ ԱՎԾ, «Սոցիալ-տնտեսական իրավիճակը Հայաստանում 2013 թ-ի հունվար-մարտ ամիսներին. սոցիալական ու ժողովրդագրական ոլորտը», տես՝ http://armstat.am/file/article/sv_03_13a_520.pdf (հայերեն) (դիտվել է 2013թ-ի սեպտեմբերի 28-ին):

Նկար 3.
Բնակչության կազմն ըստ մայրենի լեզվի (որպես ընդհանուր բնակչության %) 2011թ.



աղբյուրը՝ «Բնակչության մարդահամար» 2011թ⁹

Նկար 4.
Բնակչության կազմն ըստ կրոնական դավանանքի (որպես ընդհանուր բնակչության %), 2011թ.



աղբյուրը՝ «Բնակչության մարդահամար» 2011թ¹⁰

9 ՀՀ ԱՎԾ, «Սոցիալ-տնտեսական իրավիճակը Հայաստանում 2013 թ-ի հունվար-մարտ ամիսներին. սոցիալական ու ժողովրդագրական ոլորտը», տես՝ http://armstat.am/file/article/sv_03_13a_520.pdf (հայերեն) (դիտվել է 2013թ-ի սեպտեմբերի 28-ին):

10 ՀՀ ԱՎԾ, «Սոցիալ-տնտեսական իրավիճակը Հայաստանում 2013 թ-ի հունվար-մարտ ամիսներին. սոցիալական ու ժողովրդագրական ոլորտը», տես՝ http://armstat.am/file/article/sv_03_13a_520.pdf (հայերեն) (դիտվել է 2013թ-ի սեպտեմբերի 28-ին):

Տնտեսական ցուցանիշներ

Աղյուսակ 1.

Տնտեսական ցուցանիշներ, 2005–2014 թթ.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012 ^e	2013 ^f	2014 ^f
ՀՆԱ (ներկայիս գները, մլրդ ԱՄՆ\$)	4.900	6.384	9.206	11.662	8.648	9.260	10.138	2013 ^f	10.325	10.287
ՀՆԱ մեկ շնչի հաշվով (ներկայիս գները, ԱՄՆ\$)	1,523	1,982	2,853	3,605	2,647	2,806	3,042	2014 ^f	3,037	2,996
Համախառն ազգային եկամուտ (ՀԱԵ) մեկ շնչի հաշվով (ներկա գները ԱՄՆ\$)	4,210	4,940	5,760	6,340	5,390	5,620	6,100	n/a	n/a	n/a
Գործազրկություն (ընդհանուր աշխատուժի %)	31.2	27.8	28.7	16.4*	18.7	19.0	19.0	19.0	18.5	18.0
Սղաճ (միջին տարեկան % նախորդ տարվա համեմատ)	0.6	2.9	4.5	9.0	3.5	7.2	7.6	2.5	4.2	4.0

Ծանոթագրություն՝ «e» - հաշվարկային, «f» - կանխատեսում, «n/a» - տվյալ չկա: ՀՀ ԱՎԾ համաձայն 2008թ-ից հետո ստացված տվյալները անհամատեղելի են նախորդ տարիների տվյալների հետ: 2001–2007 թթ. օգտագործվող մեթոդաբանությունը հիմնվում էր գործազրկության բացված սահմանման վրա, ինչպես որ դա առաջարկվում էր Աշխատանքի միջազգային կազմակերպության (ԱՄԿ) կողմից անցումային փուլում գտնվող երկրների համար: Սկսած 2008 թվականից գործազրկության մակարդակը հաշվարկվել է ԱՄԿ-ի ստանդարտ սահմանման հիման վրա, ինչպես որ դա արվում է ԵՄ-ում: Այդ իսկ պատճառով հետագա տարիների համար հաշվարկված տվյալները տարբերվում են 2001–2007թթ. ժամանակահատվածի տվյալներից, որոնք հաշվարկվել են գործազրկության բացված սահմանման հիման վրա:¹¹

Աղբյուր՝ ՀՀ ԱՎԾ, Հեռահաղորդակցության միջազգային միություն (ՀՄՄ), հունվար 2012թ.

11 ՀՀ ԱՎԾ, «Գործազրկության մակարդակը», տես՝ <http://www.armstat.am/en/?nid=126&id=08010> (ղիտվել է 2013թ-ի հունիսի 10-ին):

1. Լրատվության սպառումը, թվայնացման գործոնը

1.1 Թվային տեխնոլոգիաների հաղթարշավը

1.1.1 Թվային սարքավորումներ

Հեռահաղորդակցության միջազգային միության (ՀՄՄ) վերջին տվյալների համաձայն տնային տնտեսությունների 96.6 տոկոսը 2009 թվականի դրությամբ ունեին հեռուստացույցներ, սակայն որևէ տեղեկություն չկա այն մասին, թե այդ հեռուստացույցների քանի տոկոսն է նախատեսված թվային ազդանշաններ ընդունելու համար: Քանի որ արտագաղթի պատճառով տնային տնտեսությունների թիվը պակասել է (841,000-ից 2005թ-ի դրությամբ մինչև 837,000-ի 2009 թ-ի դրությամբ), պակասել է նաև հեռուստացույց ունեցողների թիվը, սակայն միայն 1.7 տոկոսով:¹²

Սեփական համակարգիչների թիվը կտրուկ ավելացել է: 2005թ-ից մինչև 2010թ. ընկած ժամանակահատվածում սեփական համակարգիչ ունեցող տնային տնտեսությունների թիվը եռապատկվել է (5.5 տոկոսից հասնելով 17.8 տոկոսի): Շրջադարձային տարի կարելի է համարել 2009 թվականը, երբ համակարգիչ գնած տնային տնտեսությունների թիվն ավելացավ 43,506-ով (ավելի քան 5 տոկոսով), ինչը հիմնականում պայմանավորված էր նրանով, որ կառավարությունը վերջ դրեց ինտերնետ-ծառայությունների մենաշնորհին, ինչ էլ իր հերթին բերեց ծառայությունների գների նվազեցմանը (տես 1.1.2 Բաժինը):

Ռադիոընդունիչ ունեցողների մասին ՀՄՄ տվյալներ կան միայն 2005 թվականի դրությամբ. 243,049 տնային տնտեսություն կամ ծխերի ընդհանուր թվի 28.9 տոկոսը: Լրատվության սպառման վերաբերյալ «Հետազոտական ռեսուրսների կովկասյան կենտրոնի» (ՀՌԿԿ) կողմից իրականացված ուսումնասիրության համաձայն 2011 թ-ին բնակչության ավելի փոքր տոկոսն է օգտվել ռադիոյից: Ուսումնասիրությանը մասնակցած ՀՀ 1,420 բնակիչներից միայն 20 տոկոսն ուներ տանը ռադիոընդունիչ և 16 տոկոսը՝ ավտոմեքենայում, այնինչ

12 ՀՄՄ տվյալները Հայաստանի վերաբերյալ, քաղվածք, 2011թ-ի հունիսի 2-ի դրությամբ:

հարցվածների 97 տոկոսն ուներ աշխատող հեռուստացույց, իսկ 32 տոկոսը՝ համակարգիչ: Հարցվածների մոտ 90 տոկոսն օգտվում էր բջջային հեռախոսներից:¹³

Աղյուսակ 2.

Տներում առկա սարքավորումները, 2005–2010 թթ.

	2005		2006		2007		2008		2009		2010	
	թիվ HH*	% THH**	թիվ HH	% THH	թիվ HH	% THH	թիվ HH	% THH	թիվ HH	% THH	թիվ HH	% THH
հեռուստացույց	826,703	98.3	n/a	n/a	808,849	96.6	820,514	98.3	808,581	96.6	n/a	n/a
ռադիո	243,049	28.9	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
համակարգիչ	46,312	5.5	56,723	6.8	69,657	8.3	85,392	10.2	128,898	15.4	165,795	21

Ծանոթագրություն՝ «n/a» – տվյալ չկա, *«HH» – սարքն ունեցող տնային տնտեսությունները, **«THH» – բոլոր տնային տնտեսությունները

Աղբյուրը՝ ՀՄՄ, հունվար 2012թ.

1.1.2 Պլատֆորմներ

Եթերային անալոգային հեռարձակումն ամենատարածված պլատֆորմն է հեռուստատեսության համար: Բնակչության ավելի քան 96 տոկոսը կամ այլ կերպ ասած՝ հեռուստացույց ունեցող բոլոր անձինք օգտվում են այս անվճար ծառայությունից:

2009 թվականին 84 հեռուստատեսային ընկերություններ (հանրապետական, մայրաքաղաքային և մարզային) հեռարձակում էին իրականացնում ՀՀ տարածքում: Սակայն, միայն «Հանրային հեռուստատեսություն» ու «Հանրային ռադիոն» հնարավորություն ունի հեռարձակելու ամբողջ հանրապետության տարածքով՝ ներառելով բոլոր բնակավայրերը:¹⁴

Մայրաքաղաքում եթերային հեռարձակում իրականացնող բոլոր 18 հեռուստատեսային ընկերություններն իրենց ծածկույթի մեջ ներառում են Երևանի ամբողջ բնակչությանը:¹⁵ Մարզերից յուրաքանչյուրում հեռարձակվում է հինգից վեց հեռուստաալիք: Երևանի հարևանությամբ գտնվող քաղաքներում ու գյուղերում իրավիճակն այլ է. բացի մարզային և հանրապետական ալիքներից, այնտեղ հնարավորություն կա դիտելու նաև Երևանի մի շարք ալիքներ:¹⁶

13 Հետազոտական ռեսուրսների կովկասյան կենտրոն (ՀՌԿԿ), «Հայաստան, 2011թ., Լրատվության վերաբերյալ հանրության կարծիքի ուսումնասիրություն», 2011 թ., հունվար-փետրվար ամիսներ, տես՝ http://www.crrc.am/store/armmedia/CRRC_Ar-Media_2011_Presentation_English.pdf (դիտվել է 2012թ. հունիսի 20-ին):

14 Էկոնոմիկայի նախարարություն, «Հայաստանում ռադիոհեռուստատեսային հեռարձակման թվային համակարգին անցնելու հայեցակարգ», 2009թ., էջ 6, տես՝ <http://www.mineconomy.am/arm/73/e45b2284f31a5d43294dd22d94b008e6/download.file.html> (հայերեն) (դիտվել է 2012թ. հունիսի 20-ին) (այսուհետ՝ Էկոնոմիկայի նախարարության հայեցակարգ):

15 Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի կողմից 2010 թվականի դեկտեմբերին թվային հեռարձակման թույլտվությունների տրամադրման մրցույթից հետո Երևանում հեռարձակում իրականացնող հեռուստաընկերությունների թիվը 2011 թվականի հունվարի 20-ի դրությամբ 22-ից իջավ 18-ի:

16 Էկոնոմիկայի նախարարության հայեցակարգ, էջ 6:

Հայաստանում կաբելային հեռուստատեսությունն սկսեց տարածվել արբանյակային հեռուստատեսության հետ միասին, իսկ 2006 – 2009 թվականներին արբանյակային ունեցողների թիվն ավելացավ: Սակայն, 2010 թվականին վիճակագրությունը փոփոխվեց ի օգուտ կաբելային հեռուստատեսության, և այժմ դրանց միջև տարբերությունը կազմում է միայն 10 տոկոս (տես աղյուսակ 3-ը): Հայաստանում «AGB Nielsen Media Research»-ի ներկայացուցիչ Խորեն Բադալյանը կարծում է, որ դա պայմանավորված է նրանով, որ կաբելայինի գներն ավելի մատչելի են, իսկ առաջարկվող փաթեթներն՝ ավելի գրավիչ, քան արբանյակայինը:¹⁷

Հեռուստատեսության ռադիոյի ազգային հանձնաժողովից (ՀՌԱՀ) ստացված ինֆորմացիայի համաձայն կաբելային հեռարձակման լիցենզիա են ստացել 43 հեռուստաընկերություններ, սակայն տեղեկություններ չկան այն մասին, թե դրանցից քանիսն են իրականում գործում: Չորս հայկական հեռուստաընկերություններ հեռարձակում են իրականացնում արբանյակով՝ «Հանրային հեռուստառադիոընկերությունը», («Eutelsat», «W1», «Hotbird» և «Intelsat Americas»), «Շանթը» («Hotbird»), «Արմենիան» («Hotbird») և «Երկիր մեդիան» («Hotbird»):¹⁸

2006 թվականի Ժնևի պայմանագրի համաձայն Հայաստանն ստանձնել է մինչև 2015 թվականի հունվարի 1-ը անալոգային հեռարձակումը դադարեցնելու պարտավորություն:¹⁹ 2013 թվականի հունիսի 14-ին, «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքում կատարված փոփոխությունների ու լրացումների համաձայն, անալոգայինից թվային հեռարձակման անցնելու վերջնաժամկետը երկարաձգվել է մինչև 2015 թվականի հուլիսի 1-ը: Այս քայլը կառավարության կողմից հիմնավորվել է «շոշափելի տեխնիկական, նյութական և ֆինանսական դժվարություններով», որոնք ի հայտ են եկել հեռարձակման անալոգային համակարգից թվայինին անցման ընթացքում:²⁰

Կառավարության կողմից հաստատված հայեցակարգի համաձայն, պետությունը կֆինանսավորի չորս անվճար մուլտիպլեքսորների տեղակայման և շահագործման ծախսերը:²¹ Դրանցի երեքը (յուրաքանչյուրը՝ վեց հեռուստատեսային և չորս ռադիո կայաններով) կծառայեն մայրաքաղաքին, իսկ չորրորդը (ութե հեռուստատեսային կայաններով Երևանում, մեկ մարզային հեռուստատեսային կայանով և չորս ռադիո կայաններով) կօգտագործվի հանրապետության մարզերում հեռարձակում իրականացնելու համար: Կառավարության աղբյուրների համաձայն, անցման այս ամբողջ պրոցեսի ընդհանուր ծախսը կկազմի

17 Հարցազրույց «TV MR AM»-ի գլխավոր տնօրեն Խորեն Բեգլարյանի հետ («AGB Nielsen Media Research»-ի պաշտոնական լիցենզիա Հայաստանում), Երևան, Հայաստան, 28 հուլիսի, 2011թ.

18 Տվյալները վերցված են հեռուստաընկերությունների պաշտոնական կայքերից, տես՝ <http://www.1tv.am>, <http://www.shant-tv.com>, <http://www.armeniatv.com> և <http://www.yerkirmedia.am> (ղիտվել է 20 հունիսի 2012թ.)

19 Հեռահաղորդակցության միջազգային միություն (ՀՄՄ), «Digital broadcasting set to transform communication landscape by 2015», տես՝ http://www.itu.int/newsroom/press_releases/2006/11.html (ղիտվել է 18.09.2011թ.)

20 ՀՀ «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքում 2013 թ-ի հունիսի 14-ի փոփոխություններն ու լրացումները, տես՝ <http://www.parliament.am/drafts.php?sel=showdraft&DraftID=30636> (ղիտվել է 9 օգոստոսի, 2013թ.):

21 Էկոնոմիկայի նախարարության հայեցակարգ

մոտ 30 մլն ԱՄՆ դոլար: Հայտնի է, որ այդ գումարը հատկացվելու է փուլերով, սակայն ֆինանսավորման աղբյուրները դեռ պետք է որոշվեն ու հաստատվեն:²²

Աղյուսակ 3.

Հեռուստաալիքների ընդունման անալոգային և թվային պլատֆորմները
2006–2011թթ.

Ընդունիչներ	2006		2007		2008		2009		2010		2011	
	No UP	% TVUP	No UP	% TVUP	No UP	% TVUP	No UP	% TVUP	No UP	% TVUP	No UP	% TVUP
Եթերային*	1,872,425	96.0	1,874,831	96.0	1,890,345	96.8	1,889,813	96.8	1,892,212	96.8	1,895,603	96.8
– որից թվային	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
կաբելային**	19,504	1.0	72,259	3.7	82,019	4.2	87,852	4.5	125,104	6.4	281,990	14.4
– որից թվային	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	66,462	3.4	125,329	6.4
արբանյակային*	58,513	3.0	60,541	3.1	101,547	5.2	101,518	5.2	87,964	4.5	80,288	4.1
– որից թվային	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	66,462	3.4	80,288	4.1

Ծանոթագրություն՝ «UP» – չորս տարեկանից մեծ քաղաքաբնակ այն անձանց թիվը, ովքեր ունեն համապատասխան սարքավորում, «TVUP» – չորս տարեկանից մեծ քաղաքաբնակ անձանց տոկոսային հարաբերությունը, «n/a» — տվյալ չկա: Տվյալները վերաբերում են հիմնական հեռուստացույցին այն տներում, որտեղ կան մեկից ավելի հեռուստացույցներ: Ներկայացված են տվյալներ միայն քաղաքային բնակչության համար. ամբողջ բնակչության վերաբերյալ տվյալները բացակայում են:

Աղբյուրը՝ «AGB Nielsen Media Research», ՀՀ ԱՎԾ, 22 մայիսի, 2012թ.

Ինտերնետային հեռուստատեսությունը (IP) և «3G» բջջային ինտերնետային ցանցերն սկսել են զարգանալ Հայաստանում: «IP» հեռուստատեսությունը մուտք գործեց Հայաստան 2009թ-ին: Այս ծառայությունը մատուցող առաջին և մինչ օրս միակ ընկերությունը «Ucom»-ն է, որն ունի չորս բաժնետեր՝ գործարարներ Ալեքսանդր Եսայանը, Հայկ Եսայանը և Արամ Խաչատրյանը, ինչպես նաև «IUNetworks» ընկերությունը: «UCOM»-ի 76-ալիքանոց փաթեթի ամսական վարձը կազմում է 8,500 դրամ կամ 23 ԱՄՆ դոլար:²³ «IP» հեռուստատեսությունը ներկայումս հասանելի է միայն մայրաքաղաքի մի շարք շրջաններում: Ընկերության տնօրեն Հայկ Եսայանի խոսքերով, մինչև 2011թ-ի վերջ ծառայությունը հասանելի էր արդեն Երևանի ամբողջ տարածքում, իսկ ընկերությունն ուներ ավելի քան 22,000 բաժանորդ: 2012 թ-ին «Ucom»-ն սկսեց ծառայություններ մատուցել նաև մարզերում:²⁴

Ռադիո հեռարձակումը Հայաստանում հիմնականում կենտրոնացած է Երևանում: Ռադիոկայանները հիմնականում հաղորդում են երաժշտական ու ժամանցի ծրագրեր և որպես կանոն՝

22 «Գնե՛լ, թե՛ չգնե՛լ նոր հեռուստացույց. Հայաստանի հեռուստադիտողները հեռու չեն մաս թվայնացման գործընթացից», «JNews.am», 22 հունիսի, 2011թ, տես՝ <http://www.jnews.am/en/armenia-digitalization-process> (դիտվել է 10 հունիսի, 2013թ.):

23 Միջին տարեկան փոխարժեքը վերցված է ՀՀ ԱՎԾ կայքից՝ <http://armstat.am/am/?nid=126&id=17010> (դիտվել է 11 նոյեմբերի, 2012թ.):

24 «Ucom» ՄՊԸ պաշտոնական կայք՝ <http://new.ucom.am/en/uTVHome.html> (դիտվել է 20 հունիսի, 2012թ.):

լուրերի կարճատև թողարկումներ: «AGB Nielsen's»-ի ներկայացուցիչ Խորեն Բեգլարյանի կարծիքով, ռադիոլսարանը Հայաստանում երբեք կանոնավոր կերպով չի ուսումնասիրվել:²⁵ Հետխորհրդային շրջանում պարբերական ուսումնասիրություններ չեն անցկացել տարեկան կտրվածքով, իսկ կատարված ուսումնասիրությունները, ինչպես օրինակ՝ ՀՌԿԿ-ինը, կրում են միանվագ բնույթ (տես 1.1.1 բաժինը):

Հայաստանում կան «FM» հաճախականությամբ հեռարձակող 19 ռադիոընկերություններ, որոնցից 17-ը գործում են Երևանում: Տեղական ռադիոընկերություններ կան հանրապետության միայն երկու այլ քաղաքներում՝ Վանաձորում և Գյումրիում: Ռադիո հեռարձակում հանրապետության ամբողջ տարածքում իրականացնում է միայն «Հայաստանի հանրային հեռուստառադիոընկերության» և երկու մասնավոր ընկերությունների՝ «ԱՐ ռադիո ինտերկոնտինենտալի» և «Ռադիո հայի» կողմից:²⁶ Երկու մասնավոր ռադիոկայաններն էլ բացի երաժշտական ու ժամանցի ծրագրերից ունեն նաև նորությունների թողարկման ու վերլուծական ծրագրեր:

Ռադիոհեռարձակման համակարգերի թվայնացումը հետաձգվել է ֆինանսավորման հետ կապված խնդիրների պատճառով: Մույն ուսումնասիրության շրջանակներում կազմապերպված հարցազրույցներից մեկի ժամանակ Էկոնոմիկայի նախարարության մի պաշտոնյա ասել է, որ կառավարությունը կանդրադառնա ռադիոյի թվայնացմանը հեռուստատեսության թվայնացման գործընթացն ավարտելուց հետո:²⁷

Աղյուսակ 4.

Ինտերնետ-ծառայությունների և բջջային կապի բաժանորդների տոկոսն ընդհանուր բնակչության մեջ 2005–2010 թթ-ին

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
ինտերնետ	5.2	5.6	6.0	6.2	15.3	37.0
– որից լայնաշերտ	0.06	n/a	0.13	0.16	0.19	2.68
բջջային կապ	10.4	41.0	61.0	75.9	84.9	125.0
– որից «3G»	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a

Ծանոթագրություն՝ «n/a» - տվյալ չկա

Աղբյուրը՝ ՀՄՄ հաշվետվություն Հայաստանի մասին, քաղվածք՝ 2 հունիսի, 2011թ.

Ինտերնետի արագ տարածումն սկսվեց 2009թ-ի վերջերին, երբ Հանրային ծառայությունները կարգավորող հանձնաժողովը որոշեց դադարեցնել ծառայությունների միակ մատակարար

25 Հարցազրույց «TV MR AM»-ի գլխավոր տնօրեն Խորեն Բեգլարյանի հետ («AGB Nielsen Media Research»-ի պաշտոնական լիցենզիա Հայաստանում), Երևան, Հայաստան, 28 հուլիսի, 2011թ.

26 Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի (ՀՌԱՀ) պաշտոնական կայք՝ www.tvradio.am (դիտվել է 2011թ-ի սեպտեմբերի 12-ին):

27 Հարցազրույց Սիմոն Աղաջանյանի հետ, Հայաստանի Հանրապետության տարածքում հեռուստառադիոհաղորդումների հեռարձակման թվային համակարգի ներդրման հարցերով միջգերատեսչական հանձնաժողով, ՀՀ Էկոնոմիկայի նախարարություն, Երևան, 12 օգոստոսի, 2011թ.

«Արմենթել» մենաշնորհային կարգավիճակը: Երկու նոր ընկերությունների՝ «GNC-Alpha»-ի և «Fibernet Communications»-ի մուտքը հայկական շուկա թույլ տվեց ոչ միայն նվազեցնել ծառայության գները, այլ նաև առաջարկել կապի այլընտրանքներ և բարելավել ծառայության որակը: Մինչև 2009 թվականը կապն ապահովվում էր միայն Վրաստանի տարածքով անցնող մեկ կաբելով. փոխարենը այժմ կան մի քանի օպտիկամանրաթելային կաբելներ ինչպես Վրաստանի, այնպես էլ Իրանի տարածքներով: Բացի դրանից, ինտերնետ ծառայության մեծածախ գներն ընկել են գրեթե ութ անգամ:²⁸

Ինտերնետի տարածումը հասավ անհավանական տեմպերի այս ուսումնասիրության իրականացման ժամանակահատվածում՝ սկսելով 6.2 տոկոսից 2008 թվականին, 15.3 տոկոսով մտնելով 2009 թվական, և հասնելով 37 տոկոսի 2010 թվականի վերջում: Հանրային ծառայությունները կարգավորող հանձնաժողովի տվյալների համաձայն, Հայաստանի բնակչության կեսից ավելին, այսինքն մոտ երկու մլն բաժանորդ, 2010 թվականին հնարավորություն ունեին օգտվելու ինտերնետից, այդ թվում՝ բջջային կապի միջոցով: «Հայաստանի ինտերնետ հասարակություն» ՀԿ-ի կողմից 2011 թվականին իրականացված ուսումնասիրությունը ցույց տվեց, որ Հայաստանում մոտ 200,000 տնային տնտեսություններ հնարավորություն ունեն օգտվելու լայնաշերտ ինտերնետից:²⁹

Այդուհանդերձ, ինտերնետն անհամաչափորեն ավելի շատ է տարածված քաղաքներում, քան գյուղերում: ՀՌԿԿ-ի կողմից 2011 թվականին հրապարակված ուսումնասիրության արդյունքները ցույց են տալիս, որ ինտերնետից օգտվելու հնարավորություն ունեն հարցմանը մասնակցած անձանցից 43 տոկոսը՝ Երևանում, 33 տոկոսը՝ հանրապետության այլ քաղաքներում, և միայն 13 տոկոսը՝ գյուղական բնակավայրերում: Ամենից շատ ինտերնետից օգտվում են երիտասարդները. 21-25 տարեկանները ցանցում անցկացնում են միջինում օրական 5.5 ժամ, իսկ 60 տարեկան և ավելի մեծ տարիքի անձինք՝ օրական 2.1:³⁰

Հայաստանում գործող երեք բջջային օպերատորները՝ «Արմենթելը», «Վիվասելը» և «Օրանժ-Արմենիան» տրամադրում են ինտերնետ կապի «3G» և «GSM» ծառայություններ: Հանրային ծառայությունները կարգավորող հանձնաժողովի (ՀԾԿՀ) անդամներից մեկը նշեց, որ հիշյալ ծառայությունների ծածկույթն ընդգրկում է հանրապետության տարածքի գրեթե 100 տոկոսը:³¹ «3G» ծառայությունն օգտագործող բաժանորդների թիվը 2009 թվականից մինչև 2010 թվականը աճել է 155,000-ից մինչև 240,000-ի:³²

28 «Էլ-համայնքի քարտեզ. Հայաստանում համացանցից համակարգչով օգտվում է բնակչության մեկ երրորդը», «JNews.am», 28 փետրվարի 2011թ., Երևան, տես՝ <http://www.jnews.am/en/node/869> (ղիտվել է 10.06.2013թ.)

29 «Հայաստանում 200,000 տուն ինտերնետ ունի», «PanArmenian.Net», տես՝ <http://www.panarmenian.net/eng/news/75013> (ղիտվել է 2012թ-ի մարտի 15-ին):

30 ՀՌԿԿ, Հայաստան, 2011թ., «Լրատվության վերաբերյալ հանրության կարծիքի ուսումնասիրություն», տես՝ http://www.crrc.am/store/armedia/CRRC_ArMedia_2011_Presentation_English.pdf (ղիտվել է 2012թ-ի հունիսի 20-ին):

31 «Ինտերնետի արագությունը Հայաստանում 2010 թ-ի առաջին ինը ամիսների ընթացքում հասել է 7833 Մբ/վ-ի», «Arka.am», 26 հոկտեմբերի, 2010թ., տես՝ <http://telecom.arka.am/ru/news/internet/5314> (ղիտվել է 2012թ-ի մարտի 15-ին):

32 ՀՀ հանրային ծառայությունները կարգավորող հանձնաժողովից ստացված պաշտոնական նամակ, 27 հուլիսի 2011թ.

1.2 Առավել նախընտրելի լրատվամիջոցները

1.2.1 Սպառման նոր միտումները

Հայաստանի բնակչության համար ինֆորմացիայի հիմնական աղբյուրը հեռուստատեսությունն է: Ավանդական այլ լրատվամիջոցները, ինչպես օրինակ՝ ռադիոն և տպագիր մամուլը, չեն կարող մրցակցել հեռուստատեսության հետ իրենց ընթերցողների կամ ունկնդիրների թվով: ՀՌԿԿ-ի կողմից 2011 թվականի հունվար-փետրվար ամիսներին անցկացված ուսումնասիրության համաձայն, Հայաստանի բնակչության 90 տոկոսը լուրերն ստանում է հեռուստացույցից, 7 տոկոսը՝ ինտերնետից, 2 տոկոսը՝ ռադիոյից և միայն 1 տոկոսը՝ լրագրերից: Հեռուստադիտողները հեռուստացույցի առջև անց են կացնում օրական միջինում երեքից հինգ ժամ:³³

Բնակչության միայն չնչին տոկոսն է օգտվում «IP» տեխնոլոգիաների միջոցով հեռարձակվող թվային հեռուստատեսությունից (22,000 բաժանորդ 2011 թվականին): Արբանյակով հեռարձակում իրականացնող չորս հեռուստաընկերությունների հաղորդումները կարելի է դիտել ուղիղ եթերում՝ ինտերնետի միջոցով:³⁴ Ինտերնետ-հեռարձակում իրականացվում է նաև հետևյալ կայքերում՝ «A1plus.am», «Civilnet.am», «Azatutyun.am», «Webtv.am» և «Globaltv.am»: «Ա1+»-ը, որը հիմնադրվել է 1991 թվականին և հանդիսանում է Հայաստանի առաջին մասնավոր հեռուստաընկերություններից մեկը, պատկանում է այն հեռուստաընկերությունների թվին, որոնք «IP» հեռուստատեսություն են առաջարկում սկսած 2010 թվականից: Սկսած 2002 թվականից, երբ նրա հեռարձակման լիցենզիայի հայտը մերժվել է (տես 7.2.3 բաժինը), այն դադարեցրել է եթերային հեռարձակումը և շարունակել իր գործունեությունը որպես օնլայն լրատվամիջոց:

Տպագիր լրատվամիջոցների շուկան մասնատված և մեծապես քաղաքականացված է: Համաձայն արդարադատության նախարարության պետական ռեգիստրի տվյալների, 2011 թվականի ապրիլի 19-ի դրությամբ հանրապետությունում գրանցված էին 759 լրագրեր և 364 ամսագրեր:³⁵ «Press Stand» մանրածախ ընկերության ֆինանսական տնօրեն Գուրգեն Սարուխանյանը պնդում է, որ դրանց մոտ 10 տոկոսն է միայն փաստացի հրատարակվում:³⁶ Օրենքի համաձայն, տպագիր մամուլը հրատարակվում և տարածվում է առանց նախնական գրանցման կամ լիցենզավորման:³⁷

33 ՀՌԿԿ, «Լրատվության վերաբերյալ հանրության կարծիքի ուսումնասիրություն», 2011թ., տես՝ http://www.crrc.am/store/armedia/CRRC_ArMedia_2011_Presentation_English.pdf (դիտվել է 2012թ-ի հունիսի 20-ին):

34 Ուղիղ եթեր՝ «Armeniatv.com/live», «Shanttv.com/live.php», «Yerkirmedia.am» և «Armtv.com/online/eng/?live=1»:

35 «Ամսագրերը ծաղկում են թերթերի մոխրագույն ֆոնի վրա», «JNews.am», տես՝ <http://jnews.am/en/armenian-entertainment-magazines> (դիտվել է 2012թ-ի մարտի 15-ին):

36 Հարցազրույց «Press Stand» ընկերություն ֆինանսական տնօրեն Գուրգեն Սարուխանյանի հետ, Երևան, 3.08.2011թ.

37 ՀՀ օրենքը «Զանգվածային լրատվության մասին», 13 դեկտեմբերի, 2003թ., տես՝ <http://parliament.am/legislation.php?sel=-show&ID=1890&lang=eng> (դիտվել է 2012թ-ի հունիսի 20-ին):

Հիմնական հանրապետական լրագրերը լույս են տեսնում նաև օնլայն ֆորմատով, սակայն հարցմանը մասնակցած անձանց միայն 23 տոկոսն է ընթերցում դրանք ինտերնետում:³⁸

Հայաստանում տպագիր մամուլի տարածմամբ զբաղվող ընկերության՝ «Հայմամուլի» իրացման բաժնի պետ Աննա Մկրտչյանը կարծում է, որ ինտերնետի տարածումը Հայաստանում դեռ մեծ ազդեցություն չի ունեցել լրագրերի վաճառքի վրա: «40 տարեկանից մեծ քաղաքացիները շարունակում են կարդալ լրագրերի և ամսագրերի տպագիր տարբերակները, իսկ երիտասարդները գերադասում են դրանց օնլայն տարբերակները»:³⁹ «Հայմամուլ» իր աշխատանքն սկսել է Հայաստանում նախորդ դարի 30-ական թվականներին: Նախքան հանրապետության անկախացումը այն գործել է որպես ՍՍՀՄ կապի մինիստրության «Սոյուզպեչատ» հիմնարկության մաս: Հայաստանի անկախացումից հետո «Հայմամուլ» վերակազմավորվում է պետական ՓԲԸ-ի և 2002 թվականին՝ սեփականաշնորհվում:⁴⁰

Բացի «Հայմամուլից» լրագրերի տարածմամբ զբաղվում են հինգ այլ ընկերություններ՝ «Press Stand»-ը, «Հայփոստը», «Press Attache»-ն, «Blitz Media»-ն և «Express Plus»-ը: Դրանցից ամենամեծը՝ «Press Stand»-ը ունի 318 կրպակ, որոնցից 174-ը Երևանում են, իսկ 144-ը՝ մարզերում: Պարոն Սարուխանյանի խոսքերով, մինչև 2007 թվականը մի շարք մարզերում, մասնավորապես՝ Արագածոտնում, Գեղարքունիքում, Տավուշում և Կոտայքում տպագիր մամուլը կանոնավոր կերպով չէր մատակարարվում: Ներկայումս մամուլի վաճառքի կետերը բոլոր մարզերում (հիմնականում՝ քաղաքներում) գործում են կանոնավոր կերպով:⁴¹

Նույն աղբյուրի համաձայն, մամուլի վաճառքը մայրաքաղաքից դուրս շահութաբեր չէ: Այժմ «Press Stand»-ի կրպակներում լրագրերից և ամսագրերից բացի վաճառվում է նաև ծխախոտ, սակայն այս հանգամանքը էապես չի փոխել իրացման պատկերը: «Press Stand»-ի կողմից 2008–2010 թթ. մամուլի իրացման վերաբերյալ տվյալները ցույց են տալիս, որ պարբերականների թվի աճին զուգընթաց պակասել են թերթերի և ամսագրերի իրացման ընդհանուր ծավալները:

Հարցազրույցի ժամանակ պրն Սարուխանյանը նշեց, որ այս անկումը կարող է պայմանավորված լինել ժողովրդագրական գործոնով. «ուսումնասիրությունների համաձայն, տպագիր մամուլ Հայաստանում կարդում են հիմնականում տարեց մարդիկ, իսկ նրանց թիվը տարեց տարի պակասում է: Բացի դրանից, հետաքրքրությունը մամուլի նկատմամբ պակասում է պարբերականների բովանդակության ցածր որակի պատճառով»:⁴² Նա նաև նշեց, որ մի

38 ՀՌԿԿ, «Լրատվության վերաբերյալ հանրության կարծիքի ուսումնասիրություն», 2011թ., տես՝ http://www.crrc.am/store/armedia/CRRC_ArMedia_2011_Presentation_English.pdf (ղիտվել է 2012թ-ի հունիսի 20-ին):

39 Հարցազրույց «Հայմամուլի» իրացման բաժնի պետ Աննա Մկրտչյանի հետ, Երևան, 22 հուլիսի, 2011թ.

40 Տես՝ <http://www.haymamul.info.am> (ղիտվել է 2012թ-ի մարտի 15-ին):

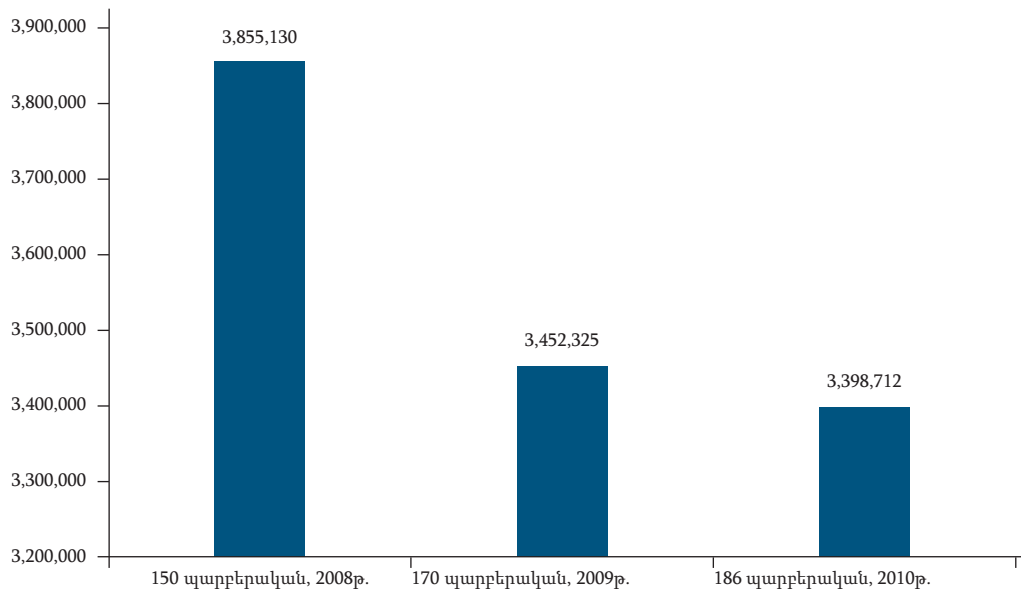
41 Հարցազրույց «Press Stand» ընկերություն ֆինանսական տնօրեն Գուրգեն Սարուխանյանի հետ, Երևան, 3 օգոստոսի, 2011թ.

42 Հարցազրույց «Press Stand» ընկերություն ֆինանսական տնօրեն Գուրգեն Սարուխանյանի հետ, Երևան, 3 օգոստոսի, 2011թ.

շարք մեծ ընկերություններ և բանկեր դադարեցրել են բաժանորդագրվել լրագրերին՝ նախընտրելով օնլայն լրատվամիջոցները: Դրան կա երկու պատճառ՝ առաջինը, օնլայն լրատվությունն ավելի թարմ է և բազմազան, և երկրորդը, այն կարելի է ստանալ անվճար, ինչը պակաս կարևոր չէ տնտեսական ճգնաժամի օրերին:

Նկար 5.

Տպագիր մամուլի իրացումը 2008–2010 թթ.



Աղբյուրը՝ «Press Stand»⁴³

ՀՌԿԿ-ի կողմից անցկացված ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ ինտերնետ օգտագործողների 36 տոկոսը ինտերնետ են մտնում նորությունները կարդալու համար:⁴⁴ Վարկանիշային տեղական կայքի՝ «Circle.am»-ի համաձայն, կայքի այցելուների թիվը կտրուկ աճել է 2010 թվականի սեպտեմբերից հետո:⁴⁵ «Լրատվամիջոցների բազմազանության ինստիտուտ» ՀԿ-ի անդամ Սամվել Մարտիրոսյանի կարծիքով, այդ աճը պայմանավորված է շուկայում մենաշնորհի դադարեցմամբ, մրցակցության ծավալմամբ և դրա արդյունքում գների անկմամբ: Այսպես, 1 Մբիթ/վ ինտերնետի տարեկան բաժանորդագրումը 2007-ից 2011 թվականը նվազեց 2,900,000 դրամից (\$ 8,530-ից) մինչև 24,000 դրամ (\$ 65):⁴⁶ Մրցակցությունը բերեց նաև նրան, որ ինտերնետ ծառայությունները տարածվեցին ու զարգացան հանրապետության մարզերում:

43 Տվյալները տրամադրվել են «Press Stand» ընկերություն ֆինանսական տնօրեն Գուրգեն Սարուխանյանի կողմից, Երևան, 3 օգոստոսի, 2011թ.

44 ՀՌԿԿ, «Լրատվության վերաբերյալ հանրության կարծիքի ուսումնասիրություն», 2011թ., տես՝ http://www.crrc.am/store/armedia/CRRC_ArMedia_2011_Presentation_English.pdf (ղիտվել է 2012թ-ի հունիսի 20-ին):

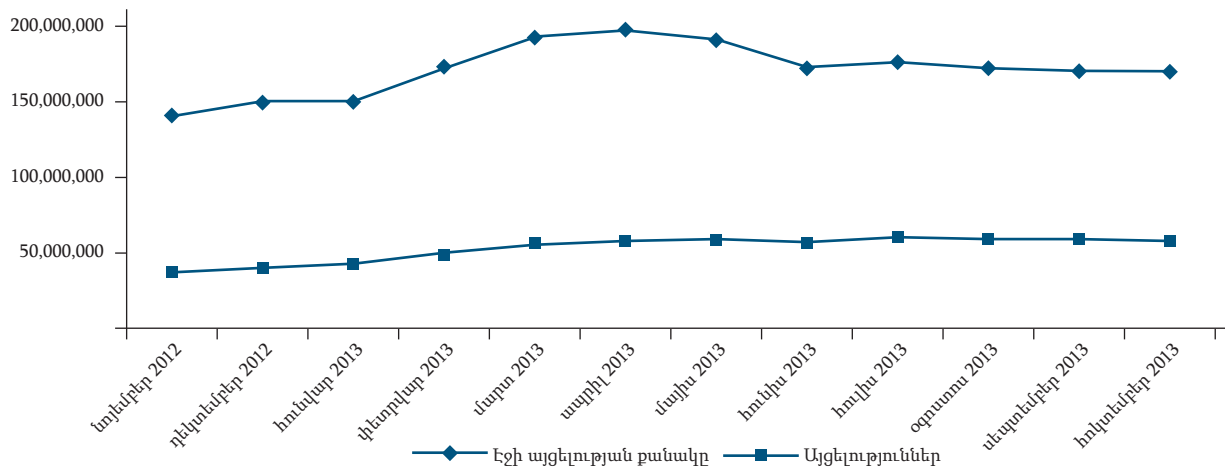
45 Ընդհանուր առմամբ «Circle.am»-ում գրանցված է 2,456 կայք, այդ թվում՝ ոլորտի առաջատարները: 2013 թ-ի հոկտեմբեր ամսվա տվյալներով, «Circle.am»-ի նորությունների և լրատվության հատվածում գրանցվել է 230 տեղեկատվական կայք (ներառյալ բլոգերը):

46 Կառավարության պաշտոնական հաշվետվությունը ինտերնետի արագությունների և գների մասին, տես՝ <http://report.gov.am/?id=10> (ղիտվել է (2013թ-ի սեպտեմբերի 28-ին):

Այս պրոցեսներին նպաստեց նաև մատչելի ապառիկ պայմաններով համակարգիչների համատարած վաճառքը և ինտերնետ մոնեյթինգ ֆունկցիա ունեցող սմարթֆոնների տարածումը: Ընդհանուր առմամբ, կարելի է ասել, որ «ինտերնետի օգտագործումը դարձավ նորաձև»:⁴⁷

Նկար 6.

Ինտերնետի օգտագործումը Հայաստանում ամսական կտրվածքով,
2012 թ. նոյեմբեր – 2013 թ. հոկտեմբեր ժամանակահատվածում



Աղբյուրը՝ «Circle.am» վարկանիշային համակարգ⁴⁸

1.2.2 Լրատվության աղբյուրների լայն ընտրության առկայությունը

Ավանդական լրատվամիջոցները մեծապես քաղաքականացված են: Հեռուստատեսային շուկայում գերիշխում են իշխանություններին հավատարիմ խաղացողները, իսկ հանրային հեռուստատեսությունը, ըստ անկախ փորձագետների գնահատականների, չունի բավականաչափ անկախություն (տես 2.1.1 բաժինը): Ինչ վերաբերում է լրագրերին, ապա դրանք նույնպես շատ քաղաքականացված են: Թվայնացումը շոշափելի ազդեցություն չի ունեցել ավանդական լրատվամիջոցներում բազմակարծության զարգացման վրա:

Այդուհանդերձ, օնլայն լրատվամիջոցների զարգացումը և ավանդական լրատվամիջոցների աստիճանական մուտքը ինտերնետ-հարթություն որոշ դրական ազդեցություն ունեցել է լրատվության ընդհանուր դաշտի դիվերսիֆիկացիայի վրա: Նոր կայքերի ասպարեզ գալը նպաստում է գոյություն ունեցող տեղեկատվական դաշտի բազմազանեցմանը՝ հնարավորություն տալով ընթերցողներին օգտվել լրատվության այլընտրանքային, պակաս քաղաքականացված, աղբյուրներից (տես 1.3.1 բաժինը):

47 Հարցազրույց «Լրատվամիջոցների բազմազանության ինստիտուտ» ՀԳ-ի փորձագետ Սամվել Մարտիրոսյանի հետ, Երևան, Հայաստան, 6 հունիսի, 2012թ.

48 տես՝ <http://circle.am/?go=armnet> (դիտվել է 2013թ-ի հոկտեմբերի 29-ին).

Այդուհանդերձ, այդ բազմազանությունից կարող են օգտվել միայն օպտիկամանրաթելային ցանցին միացված քաղաքային բաժանորդները: ՀՌԿԿ-ի տվյալներով, Երևանի բնակչության 57 տոկոսը չի օգտվում ինտերնետից, իսկ մարզերում այս թիվն ավելի մեծ է. 66 տոկոսը՝ հանրապետության այլ քաղաքներում և 83 տոկոսը՝ գյուղական բնակավայրերում: Ինտերնետ չօգտագործողներին կարելի է դասակարգել նաև ըստ տարիքային խմբերի. 26-30 տարեկանների մեջ ինտերնետ չօգտագործողները կազմում են 57 տոկոս, այնինչ 46-60 տարեկանների մեջ այդ թիվը կազմում է 81 տոկոս:⁴⁹

1.3 Նորություններ մատուցողները

1.3.1 Նորությունների հիմնական աղբյուրները

Այս ուսումնասիրության իրականացման ժամանակահատվածում հեռարձակվող և տպագիր լրատվամիջոցների շարքերում նորություններ մատուցող հիմնական կազմակերպությունների դիրքերը մնացին անփոփոխ: Հանրային հեռուստատառիչությունը մնաց առաջատարի դիրքում նույնիսկ այնքան չհետո, երբ մասնավոր հեռուստառիչություններն ընդարձակեցին իրենց ռադիոձայնային տարածքը (տես նկար 7-ը): Նույն ժամանակահատվածում օնլայն լրատվամիջոցների լսարանը կտրուկ աճեց (տես նկար 8-ը):

1.3.1.1 Հեռուստատեսություն

Համաձայն «AGB Nielsen» կազմակերպության 2010 թվականի տվյալների, ամենամեծ լսարան ունեցող հեռուստառիչություններն են եղել «Հ1»-ը (1-ին հանրայինը), որի ունկնդիրների թիվը կազմել է ընդհանուր լսարանի 20.2 տոկոսը, «Արմենիա TV»-ն, որի ունկնդիրների թիվը կազմել է ընդհանուր լսարանի 18 տոկոսը և «Շանթը», որի ունկնդիրների թիվը կազմել է ընդհանուր լսարանի 11.9 տոկոս:⁵⁰

2006 թվականին իր ունկնդիրների թվաքանակով «Հ1»-ը առաջատարի դիրքում էր: Ավելի ուշ «Արմենիա TV»-ն գրեթե հավասարվեց «Հ1»-ին, իսկ 2009 թվականին այն նույնիսկ առաջ անցավ: «Արմենիա TV» ունկնդիրների թվի աճը հավանաբար պայմանավորված է հեռուստատեսության երեքում ժամանցային հաղորդումների և սեփական արտադրության սերիալների առատությամբ (մոտ 82 տոկոս):⁵¹

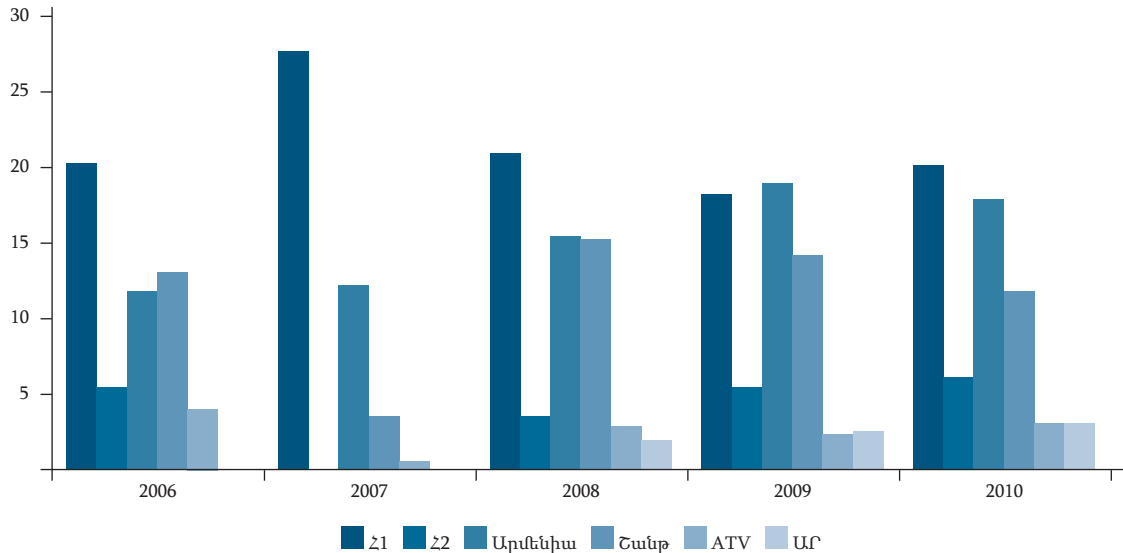
49 Հետազոտական ռեսուրսների կովկասյան կենտրոն (ՀՌԿԿ), «Հայաստան, 2011թ., Լրատվության վերաբերյալ հանրության կարծիքի ուսումնասիրություն», 2011 թ., հունվար-փետրվար ամիսներ, տես՝ http://www.crrc.am/store/armedia/CRRCArMedia_2011_Presentation_English.pdf (դիտվել է 2012թ. հունիսի 20-ին):

50 «AGB Nielsen», ժամանակահատված՝ 1.01.2006–30.06.2011 (տվյալները տրամադրվել են «TV MR AM»-ի տնօրեն Խորեն Բադալյանի կողմից («AGB Nielsen Media Research»-ի պաշտոնական լիցենզիա Հայաստանում), Երևան, 28.07.2011թ.):

51 Երևանի մամուլի ակումբ, «2010 թվականի դեկտեմբերի հեռարձակման լիցենզիայի համար մրցույթի արդյունքների փորձագիտական վերլուծություն», էջ 15, տես՝ [http://www.ypc.am/upload/Analysis%20of%20the%20Broadcast%20Licensing%20Competitions2010_eng\(2\).pdf](http://www.ypc.am/upload/Analysis%20of%20the%20Broadcast%20Licensing%20Competitions2010_eng(2).pdf) (դիտվել է 2013 թ-ի հունիսի 17-ին) (այսուհետ՝ Երևանի մամուլի ակումբի կողմից հեռարձակման մրցույթի վերլուծություն):

Նկար 7.

Ամենից շատ ժողովրդականություն (ելնելով լսարանի չափից)
վայելող հեռուստաալիքները 2006–2010 թթ.



Ծանոթագրություն՝ նմուշի չափը՝ 1,830,720 մարդ, 2007 թ-ին «Հ2»-ի և «Արմենիա TV»-ի վերաբերյալ տվյալներ չկային

Աղբյուրը՝ «AGB Nielsen Media Research», քաղվածք՝ 28 հուլիսի, 2011թ.

2007 թվականին «Հ1»-ի բաժինը շուկայում կազմում էր 27.6 տոկոս, իսկ «Շանթինը»՝ 12.4 տոկոս: 2008 թվականին «Հ1»-ի բաժինն իջավ մինչև 20 տոկոսի, իսկ «Շանթինը» ու «Արմենիայինը» աճեցին:⁵² Հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ «Հ1»-ի ծածկույթը ներառում է Հայաստանի ամբողջ տարածքը, կարելի է օգտագործել «AGB Nielsen»-ի ուսումնասիրության արդյունքները «Հ1»-ի լսարանի փոփոխման դինամիկան վերլուծելու համար: Այս պարագայում կտեսնենք, որ հեռուստաընկերության լսարանը ուսումնասիրվող ժամանակահատվածում (2006–2010թթ) կտրուկ աճել է միայն 2007 թվականին, երբ սկսեցին ցուցադրվել ժամանցի միանգամից մի քանի նոր հաղորդումներ:

ՀՌԿԿ-ի ուսումնասիրությունը հաստատում է այն պնդումը, որ հեռարձակման ոլորտում առաջատարներն են՝ «Հ1»-ը (որը դիտում են հարցմանը մասնակցած անձանց 77 տոկոսը), «Արմենիա TV»-ն (68 տոկոս) և «Շանթը» (65 տոկոս): ՀՌԿԿ-ի ուսումնասիրության տվյալներով չորրորդ տեղում է «Հ2»-ը (47 տոկոս), որին հաջորդում են ռուսական հեռուստատեսության առաջին ալիքը (38 տոկոս) «RTR Planeta»-ն (37 տոկոս):⁵³

52 «BBC World Service Trust», «Հայաստանի հանրային հեռուստաընկերության կարիքների գնահատում», 2008թ., էջ 16, տես՝ <http://www.osce.org/yerevan/34537> (դիտվել է 2011թ-ի սեպտեմբերի 12-ին):

53 ՀՌԿԿ, «Հայաստան, 2011թ., Լրատվության վերաբերյալ հանրության կարծիքի ուսումնասիրություն», 2011 թ., հունվար-փետրվար ամիսներ, տես՝ http://www.crrc.am/store/armedia/CRRC_ArMedia_2011_Presentation_English.pdf (դիտվել է 2012թ. հունիսի 20-ին):

1.3.1.2 Տպագիր մամուլ

Հայաստանում լույս են տեսնում 10 օրաթերթեր, որոնք ունեն շատ փոքր տպաքանակ՝ օրական 2,000–6,000 պատճեն: Նույնիսկ այս փոքր տպաքանակի դեպքում ոչ բոլոր պատճեններն են վաճառվում, իսկ վերադարձի տոկոսը կազմում է՝ 10–40 %.⁵⁴ Այսպիսով, լրագրերը նշանակալի տեղ չեն զբաղեցնում նորությունների շաուկայում կամ քաղաքացիների կյանքում: Գովազդային շուկան շատ փոքր է և հիմնականում սահմանափակվում է հայտարարություններով: Գոյատևելու համար պարբերականներից շատերը ստիպված են որոնել տարբեր քաղաքական կուսակցությունների կամ օլիգարխիկ խմբերի հովանավորությունը:⁵⁵

Հանրապետության մարզերում իրավիճակն ավելի անմխիթար է. այստեղ վերջին 15 տարիների ընթացքում լրագրերը լույս են տեսնում ամսական մեկ կամ երկու անգամ, միայն 300–500 օրինակ տպաքանակով: Մարզերում լույս տեսնող միակ օրաթերթը «Ասպարեզն» է, որը հրատարակվում է «Ժուռնալիստների ակումբի» կողմից և ունի ընդամենը 250–300 օրինակ տպաքանակ:

«IREX»-ի կողմից 2008–2009 թթ. իրականացված ուսումնասիրության համաձայն, Հայաստանում ամենից շատ ժողովրդականություն վայելող օրաթերթերն են՝ «Առավոտը», «Հայաստանի Հանրապետությունը», «Ազգը», «Հայկական ժամանակը» և «Չորրորդ իշխանությունը» (ներկայումս՝ «Չորրորդ ինքնիշխանությունը»):⁵⁶ Ամենից մեծ տպաքանակ ունեն ընդդիմադիր օրաթերթեր «Հայկական ժամանակը» (մոտ 6,700 պատճեն) և «Չորրորդ իշխանությունը» (5,700 պատճեն):

3,000-ի տպաքանակ ունեցող «Հայաստանի Հանրապետություն» և ռուսալեզու «Республика Армения» օրաթերթերը (որոնք հիմնադրվել են Ազգային Ժողովի որոշմամբ 1990 թվականին) ֆինանսավորվում են պետական բյուջեից: 3000-ի տպաքանակ ունեցող «Ազգ» օրաթերթը հիմնադրվել է 1991 թվականին «Ռամկավար ազատական» կուսակցության կողմից: Օրաթերթի ամբողջ ղեկավարությունը քաղաքականացված է. 2012 թվականի հունիսին թերթի գլխավոր խմբագիր Հակոբ Ավետիսյանը ընտրվել է որպես կուսակցության ղեկավար:

2008–2010 թվականներին բոլոր լրագրերի շրջանառությունն անկում ապրեց (տես նկար 5-ը): Օրինակ, «Առավոտը», որը 2009 թվականին վաճառում էր 5,000 թերթ, այսօր սահմանափակել է իր տպաքանակը մոտ 2,000-ով: Ըստ «Առավոտի» օնլայն տարբերակի խմբագիր Աննա

54 «Mediamax» լրատվական գործակալություն, «Հայկական լրագրերի պաշտոնական և իրական տպաքանակները», տես՝ <http://www.mediamax.am/am/news/media/2358> (ղիտվել է 2011թ-ի սեպտեմբերի 15-ին):

55 Երևանի մամուլի ակումբ, «Դեմոկրատական ռեֆորմների մոնիթորինգը Հայաստանում», 2006թ., տես՝ http://www.ypc.am/upload/DemRef06_eng.pdf (ղիտվել է 2011թ-ի հունիսի 22-ին):

56 «IREX», «Հայաստան, ազգային կիսամյա ուսումնասիրություն 2008 թ-ի դեկտեմբեր – January 2009 թ-ի հունվար ժամանակահատվածի համար», տես՝ <http://www.irex.am/eng/programs/media/index.php?f=N-SAS.html> (ղիտվել է 2011 թ-ի հունիսի 15-ին):

Իսրայելյանի, այս անկումը մասամբ պայմանավորված է նրանով, որ ընթերցողներից շատերը գերադասում են պարբերականի օնլայն տարբերակը:⁵⁷

Ըստ «Հայամամուլի» տվյալների, ամենից շատ բաժանորդագրվում են՝ «Հայաստանի Հանրապետություն», «Հայկական ժամանակ», «Առավոտ», «Չորրորդ ինքնիշխանություն», «Ազգ», «Голос Армении» և «Հրապարակ» լրագրերին (2011 թվականի առաջին կիսամյակի տվյալներով):⁵⁸ Այդուհանդերձ, ամենից շատ բաժանորդագրվող լրագիրը՝ «Հայաստանի Հանրապետությունը», համաձայն «Press Stand» ընկերության տվյալների, չի մտնում կրպակներում ամենից լավ վաճառվող թերթերի հնգյակի մեջ: Այստեղ առաջատարներն են ընդդիմադիր ճամբարի ներկայացուցիչները՝ «Հայկական ժամանակը», «Չորրորդ ինքնիշխանությունը», «Հրապարակը», «Առավոտը» և ռուսալեզու «Голос Армении»-ն:⁵⁹

1.3.1.3 Առցանց (օնլայն) լրատվամիջոցներ

Ինտերնետի գների անկման և օգտագործողների թվի ավելացման պայմաններում վերջին տարիների ընթացքում Հայաստանի օնլայն լրատվամիջոցները արագ տեմպերով աճել են: Լրատվական կայքերի լսարանները մեծացել են և անսոցիալական ցանցերի ժողովրդականության սրընթաց աճի շնորհիվ: Ըստ էության, բոլոր հայկական լրատվամիջոցները սոցիալական ցանցերում ունեն իրենց էջերը, որտեղ նրանք տեղադրում են իրենց վերջին նորությունները: Դրանցից մի քանիսի վրա «լայք»-երը հասնում են տասնյակ հազարների (տես 3.1.3 բաժինը):

Զուտ լրատվական կայքերի ասպարեզ գալն ինքնին մեծ իրադարձություն է: Դա նշանակում է, որ գոյացել է ՁԼՄ-ների նոր դաս, որի ներկայացուցիչներն առանց երկար սպասելու կատաղի մրցակցության են բռնվել միմյանց հետ: Կայքերից շատերը բազմալեզու են. օրինակ՝ «News.am»-ը նորություններն առաջարկում է հայերեն, ռուսերեն, անգլերեն և թուրքերեն:

Ավանդական թողարկումների հետ համեմատած՝ օնլայն լրատվությունն ավելի թարմ է և բազմազան: Ըստ «Circle.am» վարկանիշային կայքի, էջայցերի թվի առումով առաջին հինգ կայքերն են՝ «News.am»-ը, «Regnum.ru»-ն, «Tert.am»-ը, «1in.am»-ը և «A1plus.am»-ը (2011թ., սեպտեմբեր): Այս կայքերի հատուկ այցելուների վերաբերյալ տվյալներ չկան:

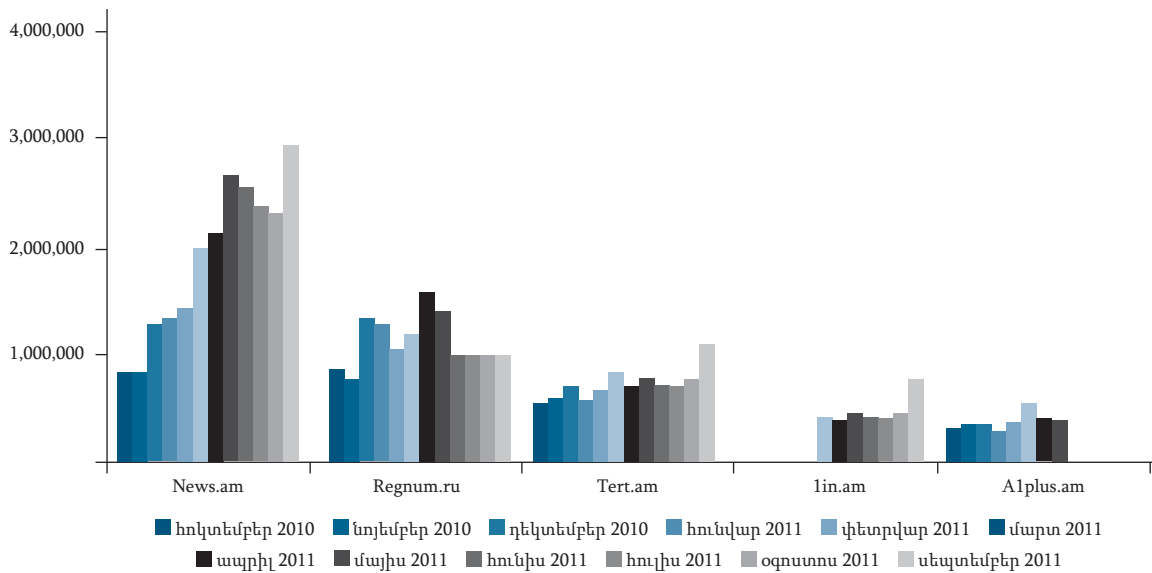
57 Հարցազրույց «Առավոտի» օնլայն տարբերակի խմբագիր Աննա Իսրայելյանի հետ, Երևան, 7 հունիսի 2012թ.

58 Հարցազրույց «Հայամամուլի» իրացման բաժնի պետ Աննա Մկրտչյանի հետ, Երևան, 22 հուլիսի 2011թ.

59 Հարցազրույց «Press Stand» ընկերություն ֆինանսական տնօրեն Գուրգեն Սարուխանյանի հետ, Երևան, 3.08.2011թ.

Նկար 8.

Առաջատար 5 կայքերի վարկանիշները, 10.2010-ից մինչև 09.2011



Ծանոթագրություն՝ «y» առանցքը ցույց է տալիս էջայցերի թիվը

Աղբյուրը՝ «Circle.am»⁶⁰

Առաջատարը՝ «News.am»-ը, ընդամենը 12 ամսվա ընթացքում (2010 թ-ի հոկտեմբերից մինչև 2011 թ-ի սեպտեմբեր) գրանցեց էջայցերի ավելացում 850,175-ից մինչև 2,941,645 և ստացավ ավելի քան 125,000 «լայք» իր ֆեյսբուքյան էջում (2013 թ-ի հունիսի 10-ին): «News.am», «Tert.am» և «1in.am» լրատվական կայքերում ներկայացված է մեծ ծավալի ինֆորմացիա, ինչպես նաև ինտերակտիվ և մուլտիմեդիական նյութեր: Կայքերից մեկը՝ «Regnum.ru»-ն, ռուսական լրատվական կայք է, որը նորություններ է հրապարակում Ռուսաստանի և ԱՊՀ երկրների մասին: Առաջատարների թվին պատկանող մնացած երեք կայքերը հայկական կայքեր են, որոնք ընդհանուր բնույթի տեղեկատվություն են մատուցում:

Հինգ առաջատար լրատվական կայքերի լսարանը 20–30 անգամ գերազանցում է օրաթերթերի միջին տպաքանակը: Չնայած օրաթերթերը նույնպես սկսել են մատուցել օնլայն լրատվություն իրենց կայքերի միջոցով, այս պահի դրությամբ դրանք չեն կարող մրցակցել 10 լավագույն լրատվական կայքերի հետ: Օրաթերթերի օնլայն տարբերակները հիմնականում կրկնում են տպագիր թողարկման բովանդակությունը և չեն օգտագործում թվային տեխնոլոգիաների և համացանցի բոլոր առավելությունները:

1.3.1.4 Ռադիո

ՀՌԿԿ-ի ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ Հայաստանում ռադիոունկնդիրների մեծ մասը ռադիոընդունիչը միացնում է երաժշտություն լսելու համար (77 տոկոս), իսկ մնացածը՝

60 Sku՝ <http://circle.am/?cat=news&for=today&by=visits&sl=en> (դիտվել է 2012թ-ի մայիսի 25-ին):

նորություններ (53 տոկոս) և հարցազրույցներ (11 տոկոս) լսելու համար, ու միայն լսարանի աննշան մասն է գերադասում զանազան վիկտորինաներ և այլ հաղորդումներ: ՀՌԿԿ-ի ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ բնակչության միայն 24 տոկոսն է ռադիո լսել վերջին 12 ամիսների ընթացքում:⁶¹

Ուսումնասիրության համաձայն առավել սիրված հինգ ռադիոկայաններն են՝ «Հանրային ռադիոն», «Ավտոռադիոն», «Ռադիո Վանք», «Արձագանքը» և «Ռադիո հայր»:⁶² Բոլոր այս կայանները հաղորդում են հիմնականում երաժշտական և ժամանցի ծրագրեր, չնայած այն բանին, որ ունեն նաև նորությունների համառոտ թողարկումներ: Վերոհիշյալ երկու ուսումնասիրություններից ոչ մեկը չի պատասխանում այն հարցին, թե լսարանի որ մասն է հետաքրքրվում միայն նորությունների թողարկումով: Հայաստանում չկա միայն նորություններ հաղորդող որևէ ռադիոկայան:

1.3.2 Նորությունների հեռուստատեսային ծրագրեր

Համաձայն «AGB Nielsen»-ի կողմից 2010 թվականին իրականացված ուսումնասիրության՝ «Հ1»-ի «Հայլուր», «Շանթի» «Հորիզոն» և «Արմենիայի» «Ժամ» լրատվական ծրագրերը ամենից մեծ լսարան ունեցող նորությունների ծրագրերն են:

«Հայլուրը» և «Հորիզոնը» երբեք են դուրս գալիս օրական հինգ անգամ, իսկ «Ժամը»՝ չորս անգամ: Լրատվական ծրագրերից յուրաքանչյուրին երբեք է տրվում փրայմ-թայմում, «Հայլուրին»՝ 21:00, «Հորիզոնին»՝ 22:00, իսկ «Ժամին»՝ 20:00: Ծրագրերը տևում են մոտ 30–35 րոպե:

Նշված լրատվամիջոցները առաջատար դիրքեր են զբաղեցրել շնորհիվ այն բանի, որ կարող են դիտվել ամբողջ հանրապետության տարածքում. դրանց ծածկույթի մեջ է մտնում բնակչության 87–98 տոկոսը: Այլ հեռուստաալիքների ծածկույթը չի գերազանցում 60 տոկոսը:⁶³

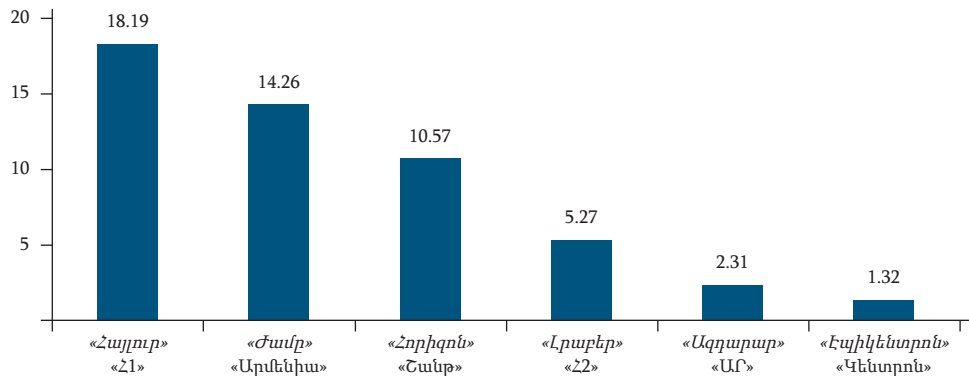
61 ՀՌԿԿ, «Հայաստան, 2011թ., Լրատվության վերաբերյալ հանրության կարծիքի ուսումնասիրություն», 2011 թ., հունվար-փետրվար ամիսներ, տես՝ http://www.crrc.am/store/armedia/CRRC_ArMedia_2011_Presentation_English.pdf (դիտվել է 2012թ. հունիսի 20-ին):

62 ՀՌԿԿ, «Հայաստան, 2011թ., Լրատվության վերաբերյալ հանրության կարծիքի ուսումնասիրություն», 2011 թ., հունվար-փետրվար ամիսներ, տես՝ http://www.crrc.am/store/armedia/CRRC_ArMedia_2011_Presentation_English.pdf (դիտվել է 2012թ. հունիսի 20-ին):

63 ՀՌԿԿ, «Հայաստան, 2011թ., Լրատվության վերաբերյալ հանրության կարծիքի ուսումնասիրություն», 2011 թ., հունվար-փետրվար ամիսներ, տես՝ http://www.crrc.am/store/armedia/CRRC_ArMedia_2011_Presentation_English.pdf (դիտվել է 2012թ. հունիսի 20-ին):

Նկար 9.

Լրատվական ծրագրերի վարկանիշները 2010թ-ին՝ ելնելով դրանց լսարանների չափերից (որտահայտված որպես ընդհանուր լսարանի տոկոս)



Աղբյուրը՝ «AGB Nielsen Media Research», քաղվածք՝ 28 հուլիսի, 2011թ.

1.3.3 Թվային ՁԼՄ-ների ազդեցությունը նորությունների որակի վրա

Օնլայն լրատվամիջոցների շնորհիվ նորությունները դարձել են ավելի համապարփակ և բազմազան, սակայն միայն նրանց համար, ովքեր ունեն ինտերնետից օգտվելու հնարավորություն: Շնորհիվ այն բանի, որ հեռուստատեսային և ռադիո հաղորդումներից շատերը հեռարձակվում են նաև օնլայն ռեժիմով, ինտերնետը դարձել է նույնիսկ ավելի զրավիչ:

Այդուհանդերձ, լրատվության պարագայում ծավալը դեռ որակ չի դարձել: Հայաստանի համար արդեն մշտական պրոբլեմ դարձած քաղաքականացումը անպակաս է եղել բոլոր ավանդական լրատվամիջոցներից: Թվային միջավայրում էլ նորությունները հաճախ շեղվում են իրականությունից և էթիկայի նորմերից (տես 4.1.2 բաժինը): «Լրագրողներ հանուն ապագայի» ՀԿ-ի կողմից իրականացված ուսումնասիրության արդյունքների համաձայն, օնլայն նորությունների 81 տոկոսը գալիս են մեկ աղբյուրից, իսկ մոտ 1 տոկոսը ընդհանրապես որևէ հստակ աղբյուր չունեն:

1.4 Եզրակացություններ

Օնլայն ՁԼՄ-ները համեմատաբար ուշ հաստատեցին իրենց դիրքերը Հայաստանի լրատվության շուկայում, ինչը հիմնականում պայմանավորված էր ինտերնետի բարձր գներով և ցածր արագությամբ ու դրանից բխող հետևանքներով, մասնավորապես՝ ինտերնետ-օգտագործողների փոքր թվով: Սակայն, սկսած 2009 թվականից, ինտերնետ ծառայու-

64 «Լրագրողներ հանուն ապագայի» ՀԿ-ի «Հայաստանում 2012թ-ի մայիսի 6-ի ԱԺ ընտրությունների լուսաբանման մոնիթորինգ» վերնագրով հաշվետվությունը, Երևան, հունիս 2012թ., տես՝ http://jnews.am/en/interim-report_3_armenian_online_media_monitoring_2012 (ղիտվել է 2011թ-ի հունիսի 20-ին):

թյունների ազատականացումից և «Արմենթել» մենաշնորհի վերացումից հետո, օնլայն լրատվամիջոցներն սկսեցին արագորեն զարգանալ և դարձան լրատվության երկրորդ հիմնական աղբյուրը: Նորությունների կայքերը գրավում էին ընթերցողներին լուրերի մատուցման արագությամբ, համապարփակությամբ, ինչպես նաև մուլտիմեդիայի բազմապիսի ֆորմատների օգտագործման հնարավորություններով: Օնլայն լրատվամիջոցներն էապես ավելացրեցին առաջարկվող նորությունների ծավալը և բազմազանությունը: Այդուհանդերձ, բազմազանության ավելացումը չբերեց նորությունների որակի ու բովանդակության բարելավմանը, և այս խնդիրը շարունակում է մնալ օրակարգում:

Չնայած ինտերնետի արագ տարածմանը, անալոգային հեռուստատեսությունը մնում է նորությունների հիմնական և անփոխարինելի աղբյուրը բնակչության ճնշող մեծամասնության համար: Ավանդական այլ լրատվամիջոցների՝ ռադիոյի և տպագիր մամուլի լսարաններն էապես ավելի փոքր են հեռուստատեսության լսարանից: Լրագրերի տպաքանակները շատ փոքր են և, ըստ նկատվող միտումների, դեռ շարունակում են փոքրանալ: Ռադիոկայանները հիմնականում չեն դիտվում ռադիոլսողների կողմից որպես լրատվության միջոցներ:

Թվայնացման ընձեռած հնարավորությունները, մասնավորապես՝ առաջարկվող լրատվության ավելի մեծ բազմազանությունը, հասանելի են հիմնականում Երևանի բնակչության համար: Այս առումով, մայրաքաղաքի և մարզերի միջև, ու հատկապես՝ քաղաքային և գյուղական բնակավայրերի միջև առկա է շոշափելի տարբերություն, ինչը բերում է թվային լրատվամիջոցներից և դրանց կողմից առաջարկվող լրատվությունից օգտվելու հարցում բնակչության մի ստվար մասի հնարավորությունների սահմանափակման: Այսպիսով, համացանցային ենթակառուցվածքների զարգացումը և ինտերնետ-ծառայությունների հասանելիությունը առանցքային դեր են խաղում Հայաստանի լրատվության դաշտի բազմազանեցման համար:

2. Թվային ԶԼՄ-ները և հանրային կամ պետական հեռարձակողները

2.1 Հանրային ծառայությունը և պետական հաստատությունները

2.1.1 Հանրային լրատվամիջոցները, նորությունների թողարկում

ՀՀ Սահմանադրության 27-րդ հոդվածի համաձայն՝ «Պետությունը երաշխավորում է տեղեկատվական, կրթական, մշակութային և ժամանցային բնույթի հաղորդումների բազմազանությունն առաջարկող անկախ հանրային ռադիոյի և հեռուստատեսության առկայությունը և գործունեությունը»:⁶⁵ Հանրային հեռուստառադիոընկերության գործունեությունը կարգավորվում է «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքով, որն ընդունվել է 2000 թվականի հոկտեմբերի 9-ին և այնուհետև 15 անգամ ենթարկվել փոփոխումների և լրացումների:⁶⁶ Վերջին փոփոխություններն ու լրացումները, որոնք կապված էին թվային ֆորմատով հեռարձակմանն անցնելու հետ, ուժի մեջ մտան 2010 թվականի հունիսի 10-ին:

Նախքան 2000 թվականին «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքի ընդունումը կար «Հայաստանի պետական հեռուստատեսություն և ռադիո», որը կառավարվում էր անմիջապես պետության կողմից: Պետական հեռարձակման համակարգի ռեֆորմը այն պարտավորություններից էր, որ Հայաստանն ստանձնել էր 2001 թվականին՝ Եվրոպայի խորհրդին անդամակցելիս:

«Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի 4-րդ հոդվածի 3-րդ պարբերության համաձայն՝ «Պետությունն անհրաժեշտ պայմաններ է ստեղծում և միջոցներ է ձեռնարկում Հայաստանի Հանրապետության ամբողջ տարածքում Հանրային հեռուստառադիո-

65 ՀՀ Սահմանադրություն (փոփոխություններով և լրացումներով), տես՝ <http://parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=1&lang=eng> (դիտվել է 2012թ-ի հունիսի 22-ին)

66 «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենք, թիվ ԶՌ-97, 9 հոկտեմբերի 2000թ., տես՝ <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=1464&lang=eng> (դիտվել է 2013թ-ի հունիսի 10-ին)

ընկերության (առնվազն մեկ հեռուստաալիքի և մեկ ռադիոալիքի) ծրագրերի ընդունման համար»:⁶⁷

Հայաստանի Հանրապետությունում գործում են հետևյալ հանրային զանգվածային լրատվամիջոցները (ԶԼՄ-ները)՝ «Հ1»-ը («Հանրային հեռուստառադիոընկերության» հիմնական ալիքը), ՀՀ կառավարության որոշման համաձայն ստեղծված «Շողակաթը»,⁶⁸ «Հայաստանի հանրային ռադիոն», «Շիրակի հանրային հեռուստատեսությունը» և «Շիրակի հանրային ռադիոն»: Վերջին երկուսը մտնում են մեկ ՓԲԸ-ի մեջ և գործում են միայն Շիրակի մարզում: «Հ1»-ը և «Հանրային ռադիոն» հեռարձակվում են ամբողջ հանրապետության տարածքում: «Շողակաթը» նույնպես հեռարձակվում է ամբողջ հանրապետության տարածքում: «Հանրային հեռուստառադիոընկերությունն» ունի նաև «Հ1» միջազգային արբանյակային ալիք, որը հեռարձակվում է արբանյակի միջոցով ԱՊՀ, Եվրոպայի, Միջին Արևելքի, Հյուսիսային Աֆրիկայի և Հյուսիսային Ամերիկայի տարածքներում:

«Հանրային ռադիոն» եթեր է դուրս գալիս FM 107.7 հաճախականությամբ, կարճ, միջին և երկար ալիքներով, արբանյակով («Hotbird 6»), ինչպես նաև ինտերնետով՝ «Armradio.am» կայքի միջոցով: Երևանում «Հանրային ռադիո» կարելի է ունկնդրել Սովետական Միության ժամանակներից մնացած քաղաքային կաբելային ցանցի միջոցով, որը ժողովրդական լեզվով ամեն տանն անվանել են «ռադիոկետ»:⁶⁹ Սովետական ժամանակներում, նման ռադիոցանց, որն օգտագործվում էր ինչպես տեղեկատվական, այնպես էլ պաշտպանական նպատակներով, առկա էր քաղաքի գրեթե յուրաքանչյուր բնակարանում: Ներկայումս, ցանցից օգտվելու համար պետք է վճարել ամսական 200 դրամ (54 ցենտ) բաժանորդավճար:

Բոլոր հանրային հեռարձակողների համար պատասխանատու մարմինը «Հանրային հեռուստառադիոընկերության» կառավարման խորհուրդն է: Համաձայն «2010թ-ին ընկերության գործունեության մասին» հաշվետվության, «Հանրային հեռուստառադիոընկերության» լսարանը 2009 թվականին կազմում էր հանրապետության հեռուստառադիոընկերության թվի 18.3 տոկոսը, իսկ 2010 թվականին՝ 20.24 տոկոսը: Մշակութային ծրագրերը (այդ թվում գեղարվեստական կինոնկարները) կազմում են հեռարձակվող հաղորդումների զգալի մասը (38 տոկոսը): Երկրորդ տեղում են կրթական և երիտասարդական ծրագրերը (13 տոկոսը), այնուհետև՝ երաժշտական ծրագրերը (11 տոկոսը), քաղաքական, տնտեսական և հրապարակախոսական ծրագրերը (11 տոկոս), նորությունների թողարկումները և վերլուծական ծրագրերը (8 տոկոս), սպորտային և այլ ծրագրերը (տես նկար 10-ը):⁷⁰

67 «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքում փոփոխություններ ու լրացումներ կատարելու մասին օրենքը՝ ընդունված 2010թ-ի հունիսի 10-ին, տես՝ <http://parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=3853&lang=arm> (ղիտվել է 2012թ-ի հունիսի 22-ին)։

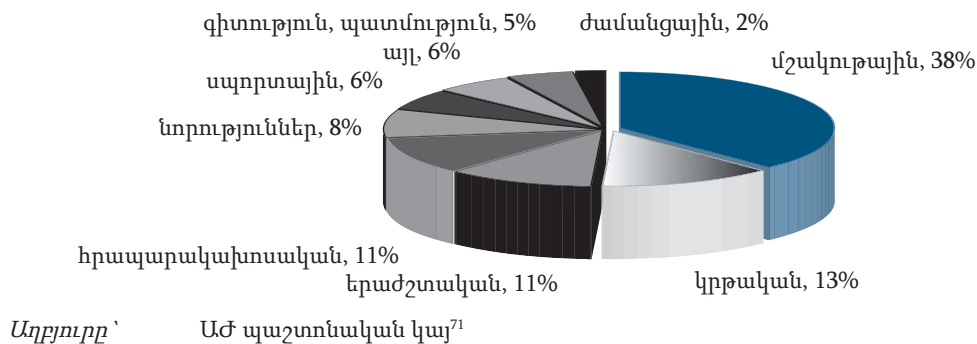
68 ՀՀ կառավարության 2011թ փետրվարի 24-ի «Հոգևոր-մշակութային հանրային հեռուստաընկերություն ՓԲԸ ստեղծելու մասին» որոշումը, տես՝ <https://www.e-gov.am/gov-decrees/item/19178> (հայերեն) (ղիտվել է 2012թ հունիսի 22-ին)։

69 Տես՝ www.armradio.am/eng/broad/ կայքը (ղիտվել է 22 հունիսի, 2012թ-ին)։

70 «Հաշվետվություն 2010 թ-ին հանրային հեռուստատեսության ու ռադիոյի գործունեության մասին», էջ 13, տես՝ http://parliament.am/draft_docs4/1111.pdf, 7 հունիսի, 2011թ. (ղիտվել է 2012թ-ի հունիսի 15-ին)։

Նկար 10.

Հանրային հեռուստատեսության կողմից հեռարձակված ծրագրերի դասակարգումը, 2010թ.



«Երևանի մամուլի ակումբ» ՀԿ-ի կողմից 2011 թվականի մարտին իրականացված դիտարկումների համաձայն, «Հ1»-ով նորությունների թողարկումների և վերլուծական ծրագրերի հիմնական 5 թեմաները կապված են եղել միջազգային հարաբերությունների, սպորտի, կառավարության գործունեության, ԼՂՀ հակամարտության և հանրապետության Նախագահի գործունեության հետ: Իսկ քաղաքական և հրապարակախոսական ծրագրերի հիմնական 5 թեմաները կապված են եղել կառավարության գործունեության, սղաճի, աշխատավարձերի ու նպաստների, ԼՂՀ հակամարտության, քաղաքական կուսակցությունների գործունեության և տարածաշրջանային (Անդրկովկաս, Իրան, Թուրքիա) իրադարձություններ հետ:⁷²

«Հայաստանի Հանրապետությունը»-ն «Республика Армения»-ն պետական լրագրեր են: Դրանց ընթերցարանները մեծ չեն. «Հայաստանի Հանրապետությունը» դուրս է գալիս օրական 3,000 տպաքանակով, իսկ «Республика Армения»-ն՝ 1,500: Մեկ այլ բյուջետային լրատվամիջոց է «Արմենպրես» լրատվական գործակալությունը: «Արմենպրեսի» կողմից տրամադրվող լրատվությունն օգտագործվում է հիմնականում պետական լրագրերի կողմից: Այլ ԶԼՄ-ները հազվադեպ են օգտագործում «Արմենպրեսի» նորությունները: Ի տարբերություն սովետական ժամանակների, երբ «Արմենպրես» ուներ մենաշնորհային դիրք, հիմա այն մրցակցում է այլ լրատվական գործակալությունների հետ՝ զիջելով առաջատարի դիրքերը:

2.1.2 Ծառայությունների թվայնացումը

Վերջին տարիներում բոլոր բյուջետային լրատվամիջոցները ձևավորել են օնլայն ռեսուրսներ և առաջարկում են թվային ծառայություններ, սակայն մինչ օրս՝ առանց շոշափելի հաջողության:

71 «Հաշվետվություն 2010 թ-ին հանրային հեռուստատեսության ու ռադիոյի գործունեության մասին», էջ 13, տես՝ http://parliament.am/draft_docs/4/1111.pdf, 7 հունիսի, 2011թ. (դիտվել է 2012թ-ի հունիսի 15-ին):

72 Տվյալները տրամադրվել են Երևանի մամուլի ակումբի մոնիթորինգի կոորդինատոր Էլինա Պողոսյանի կողմից:

«Hhpress.am»-ը, «Հայաստանի Հանրապետություն» լրագրի կայքէջը, բացվել է 2006 թվականին: Լրագրի գործադիր քարտուղար Սամվել Սարգսյանը կարծում է, որ կայքի, ինչպես նաև այլ առցանց լրատվամիջոցների առկայությունը բերել է լրագրի իրացման ծավալների և տպաքանակի կրճատմանը:⁷³ Այդուհանդերձ, կայքում առաջարկվող լրատվությունը սահմանափակ է, իսկ առաջարկվող ծառայությունները բավարար չափով բազմազան չեն:

«Республика Армения» լրագրի տպաքանակը նույնպես երկու անգամ կրճատվել է վերջին տարիների ընթացքում՝ հասնելով միջինում 1,500 օրինակի: «Ra.am» կայքը բացվել է 2005 թվականին: Քանի որ ո՛չ «Ra.am»-ը, ո՛չ էլ «Hhpress.am»-ը գրանցված չեն «Circle.am»-ի վարկանիշային համակարգում, դժվար է ասել, թե ինչպիսի ժողովրդականություն են դրանք վայելում այլ օնլայն լրատվամիջոցների հետ համեմատած:

«Արմենպրես» իր կայքը բացել է ավելի շուտ՝ 1997թ-ին, սակայն կայքում ներկայացված լուրերն ամբողջական չէին, իսկ այցելուներին առաջարկվում էր բաժանորդագրվել ամբողջական լրատվություն ստանալու համար: Գործակալությունը հետագայում թարմացրեց իր կայքը, ավելացրեց առաջարկվող լրատվության ծավալները և ստեղծեց մուլտիմեդիայի հնարավորություններ, սակայն մինչև 2012 թ. չկարողացավ շրջանցել իր մրցակիցներին օնլայն լրատվության շուկայում: «Արմենպրեսը» չի մտնում նույնիսկ առաջին 30 ընկերությունների մեջ կայքերի վարկանիշային ցուցակում:⁷⁴

Ի տարբերություն պետական լրագրերի և լրատվական գործակալության, «Հանրային հեռուստառադիոընկերությունը» (1tv.am) առաջատար դիրքեր է գրավում ավանդական լրատվության դաշտում և ունի հեռուստառադիոյի ամենամեծ լսարանը Հայաստանում: Այն մեկն է թվային տեխնոլոգիաների միջոցով արբանյակային հեռարձակում իրականացնող չորս հեռուստաընկերություններից (տես 1.1.2.1 բաժինը): Այդուհանդերձ, ինչպես և «Արմենպրեսը», հանրային կայքը՝ «1tv.am»-ը ձախողվեց օնլայն լրատվության հարթությունում, դուրս մնալով լավագույն 30 կայքերի ցուցակից: Հանրային հեռուստաալիքների մեջ ամենավարկանիշային թվային լրատվամիջոցն է «Շանթը», որի կայքերը «Circle.am»-ի վարկանիշային ցուցակում զբաղեցնում են երկրորդ և երրորդ պատվավոր տեղերը:

«Հանրային ռադիոն» (Armradio.am), որը սովետական տարիներին և անկախության սկզբնական շրջանում ամենամեծ ռադիոկայանն էր հանրապետությունում, ներկայումս մտնում է լավագույն հինգ ռադիոալիքների ցուցակի մեջ: Այն հեռարձակում է իրականացնում նաև (Hotbird 6) արբանյակի միջոցով և առաջարկում է «լայվ-սթրիմ» հեռարձակում ինտերնետի միջոցով: Սակայն լրատվության առումով «Հանրային ռադիոյի» կայքը նույնպես

73 Հարցազրույց «Հայաստանի Հանրապետություն» օրաթերթի գործադիր քարտուղար Սամվել Սարգսյանի հետ, Երևան, 21 հունիսի, 2012թ.

74 «Circle.am» վարկանիշային համակարգ, «Նորություններ և լրատվամիջոցներ», տես՝ <http://www.circle.am/?cat=news&for=today&by=visits> կայքում (դիտվել է 2012թ-ի հունիսի 20-ին):

բավականին փոքր լսարան ունի. ըստ «Circle.am»-ի վարկանիշային ցուցակի այն զբաղեցնում է 51-րդ տեղը:⁷⁵

2.1.3 Կառավարության օժանդակությունը

Հանրային հեռարձակողները դեռ որևէ նպատակային ֆինանսավորում չեն ստացել պետական բյուջեից՝ թվային հեռարձակման անցման հետ կապված աշխատանքներն իրականացնելու համար:

Եվրոպայի խորհրդի անդամ պետությունների նախարարների կոմիտեն ներկայացրել է առաջարկություն «Թվային հեռարձակման դեմոկրատական և սոցիալական ազդեցության ապահովմանն ուղղված միջոցառումների վերաբերյալ»:⁷⁶ Անդամ պետություններին առաջարկվում է հետևյալը.

- «Երաշխավորել, որ հանրային հեռարձակումը, որպես ժողովրդավարական հասարակության ներդաշնակության առանցքային գործոն, պահպանվի նոր թվային միջավայրում՝ ապահովելով հանրային հեռարձակողների ծրագրերի հրապարակայնությունն ու մատչելիությունը քաղաքացիների համար, ինչպես նաև անցումը թվային ֆորմատով հեռարձակմանը»
- «Վերանայել հանրային հեռարձակողի լիազորությունները, անհրաժեշտության դեպքում համապատասխանեցնելով դրանք նոր թվային միջավայրին և հաշվի առնելով Եվրոպայի խորհրդի փաստաթղթերում ամրագրված սկզբունքները, և ստեղծել ֆինանսական, տեխնիկական ու անհրաժեշտ այլ պայմաններ այդ լիազորությունների իրականացումը հնարավորինս ապահովելու համար»:⁷⁷

«Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքի համաձայն հանրային ալիքները հեռարձակվում են պետության կողմից շահագործվող մուլտիպլեքսորներով առանց մրցույթի, իսկ կառավարությունն ստեղծում է բոլոր անհրաժեշտ պայմանները հանրային հեռուստատեսության ու ռադիոյի ծրագրերի մատչելիությունը հանրապետության ամբողջ տարածքում ապահովելու համար:⁷⁸ Խորհրդի առաջարկությունների մի մասը հաշվի է առնվել, սակայն ֆինանսական պայմանները դեռ չեն ապահովվել: Բացի դրանից, չնայած Հայաստանն իրականացրել էր հանրային հեռարձակման ոլորտի ռեֆորմները Եվրոպայի խորհրդի ավելի վաղ առաջարկությունների համաձայն, կյանքի կոչված փոփոխությունները չբերեցին

75 «Circle.am» վարկանիշային համակարգ, «Նորություններ և լրատվամիջոցներ», տես՝ <http://www.circle.am/?cat=news&for=today&by=visits> կայքում (ղիտվել է 2012թ-ի հունիսի 22-ին):

76 «Անդամ պետությունների նախարարների կոմիտեի առաջարկություն թիվ Rec (2003) 9 « Թվային հեռարձակման դեմոկրատական և սոցիալական ազդեցության ապահովմանն ուղղված միջոցառումների մասին», ընդունված 28 May 2003թ-ի մայիսի 28-ին նախարարների տեղակալների 840-րդ նիստի կողմից, տես՝ http://www.ebu.ch/CMSimages/en/leg_ref_coe_r2003_9_digital_broadcasting_280503_tcm6-5032.pdf (ղիտվել է 2013թ-ի հունիսի 10-ին) (այսուհետ՝ նախարարների կոմիտեի առաջարկություն):

77 «Նախարարների կոմիտեի առաջարկություն»:

78 ՀՀ «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքի 47-րդ հոդվածի 5-րդ պարբերություն, տես՝ <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=3853&lang=arm> (հայերեն) (ղիտվել է 2012թ-ի հունիսի 26-ին):

հարկատուների կողմից ֆինանսավորվող լրատվամիջոցների փաստացի անկախությանը (տես 2.2.1 բաժինը):

Հանրային հեռարձակողներին՝ «Հանրային հեռուստառադիոընկերությանը» և «Շիրակի հանրային հեռուստառադիոընկերությանը» պետական միջոցներից հասկացվել են հետևյալ գումարները. 2009 թվականին՝ 3,138 մլն դրամ (մոտ 8.6 մլն ամերիկյան դոլար), 2010 թվականին՝ 3,258 մլն դրամ (8.7 մլն ամերիկյան դոլար) և 2011 թվականին՝ 3,427 մլն դրամ (մոտ 9.2 մլն ամերիկյան դոլար):⁷⁹

2.1.4 Հանրային լրատվամիջոցները և անցումը թվային հեռարձակման

Քանի որ թվային հեռարձակման անցման գործընթացը գտնվում է սկզբնական փուլում, դեռ շատ շուտ է հանրային հեռուստառադիոալիքների մատչելիության վրա դրա ազդեցությունը գնահատելու համար:

«Հ1»-ի ռադիոձածկույթն արդեն իսկ ներառում է հանրապետության ամբողջ տարածքը: «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքի 4-րդ հոդվածով սահմանվում է, որ պետությունը պետք է միջոցներ ձեռնարկի հանրապետության ամբողջ տարածքում «Հանրային հեռուստառադիոընկերության» ծրագրերի ընդունումն ապահովելու համար:⁸⁰ Թվայնացմանը վերաբերող փոփոխությունների ու լրացումների համաձայն սկսած 2015 թվականից հեռարձակվելու է երկու հանրային հեռուստաալիք՝ «Հ1»-ը, որն ունենալու է ընդհանուր ուղղվածություն, և «Շողակաթը», որն ունենալու է մշակութային ուղղվածություն:⁸¹ «Շողակաթը» ներկայումս հեռարձակվում է UHF (գերբարձր) հաճախականային միջակայքում և կարող է դիտվել միայն Երևանում ու մայրաքաղաքի արվարձաններում: Թվայնացումից հետո դրա ձածկույթը ներառելու է հանրապետության ամբողջ տարածքը:

2.2 Հանրային ծառայությունների մատուցումը

2.2.1 «Հանրային լրատվամիջոց» հասկացությունը

Հայաստանի պետական հեռուստատեսությունն ու ռադիոն 2001 թվականի հունվարին վերակազմավորվեցին համապատասխանաբար Հայաստանի հանրային հեռուստատեսության և ռադիոյի: Չնայած դրան, շատերն ընկալում են հանրային հեռուստատեսությունը որպես միայն կառավարության, այլ ոչ թե՝ հանրության, շահերին ծառայող լրատվամիջոց: Այս երևույթն արձանագրվել է նաև անկախ փորձագետների կողմից: Դեմոկրատական

79 «Հաշվետվություն 2009 և 2010 թթ-ին հանրային հեռուստատեսության ու ռադիոյի գործունեության մասին», տես՝ http://www.parliament.am/draft_docs/864.pdf և www.parliament.am/draft_docs/1111.pdf (դիտվել է 2012թ-ի հունիսի 26-ին):

80 ՀՀ «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքի 4-րդ հոդված, հայերեն տեքստը՝ <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=1464&lang=arm> կայքում (դիտվել է 2012թ-ի հունիսի 26-ին):

81 ՀՀ «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքի 4-րդ հոդված, հայերեն տեքստը՝ <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=1464&lang=arm> կայքում (դիտվել է 2012թ-ի հունիսի 26-ին):

ռեֆորմների իրականացման ընթացքի մոնիթորինգը, որն անց է կացվել 2005 թվականին Երևանի մամուլի ակումբի կողմից, արձանագրել է հետևյալը. «Հայաստանի հանրային հեռուստաընկերությունը շարունակում է մնալ իշխանությունների բարձրախոսը»:⁸² Դրանից հետո իրավիճակն առանձնապես շատ չի փոխվել. օրինակ, 2007 թվականի ընտրությունների ընթացքի լուսաբանման մասին իր հաշվետվությունում Երևանի մամուլի ակումբը նշել է՝ «Ենթարկվելով իշխանությունների ճնշմանը, «Հ1»-ը չունի բավարար անկախություն նորությունների անկողմնակալ ու բազմակողմանի լուսաբանման համար»:⁸³ 2008 թվականի նախագահական ընտրությունների լուսաբանումը մեկնաբանելիս Երևանի մամուլի ակումբը կրկին նշել է հանրային հեռուստատեսության կողմնակալ դիրքորոշման մասին. «Հանրային հեռարձակողի մի շարք ծրագրեր, մասնավորապես՝ «Հ1»-ի կիրակնօրյա լրատվական-վերլուծական «360 աստիճան» ծրագիրը, ակնհայտորեն դրսևորել են քաղաքական կողմնակալության նշաններ»:⁸⁴ Համաձայն «BBC»-ի «World Service Trust» հաշվետվության Հայաստանի հանրային հեռուստատեսությանը վերաբերող բաժնի՝ «Հ1»-ն ունի կողմնակալ դիրքորոշում ի օգուտ կառավարության:⁸⁵

Քաղաքական գործիչների տեսակետները հանրային հեռարձակման վերաբերյալ լավագույնս արտահայտվում են «Հանրային հեռուստառադիոընկերության» խորհրդի տարեկան հաշվետվության խորհրդարանական քննարկումների ժամանակ: 2011 թվականի փետրվարի 10-ին քննարկմանը մասնակցել են միայն ընդդիմադիր պատգամավորները, որոնք սուր քննադատություն են հնչեցրել «Հանրային հեռուստառադիոընկերության» հասցեին: Հայ հեղափոխական դաշնակցություն կուսակցության անդամ Լիլիթ Գալստյանը նշել է, որ «Հանրային հեռուստառադիոընկերությունը» չի լուսաբանում բոլոր կարծիքներն ու տեսակետները և անաչառ չէ իր քաղաքական ծրագրերում:⁸⁶ Ընդդիմության մեկ այլ ներկայացուցիչ, Ժառանգություն կուսակցության անդամ Անահիտ Բախշյանը նշել է, որ «Հանրային հեռուստաընկերությունը» խտրական մոտեցում է ցուցաբերում ընդդիմության նկատմամբ, և որ իր կուսակցության գործունեությունը գրեթե երբեք չի լուսաբանվում: Իշխող կուսակցության ներկայացուցիչները նման քննադատություն չեն արտահայտել: ՀՌԿԿ-ի կողմից իրականացված ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ հեռուստառադիոընկերության միայն 42.8 տոկոսն է վստահում «Հ1»-ին:

82 Երևանի մամուլի ակումբ, «Դեմոկրատական ռեֆորմների մոնիթորինգը Հայաստանում», 2005թ., էջ 9, տես՝ http://www.ypc.am/upload/Dem-Ref05_arm.pdf (հայերեն) և http://www.ypc.am/upload/DemRef05_eng.pdf (անգլերեն) կայքերը (դիտվել է 2013թ-ի հունիսի 10-ին):

83 Երևանի մամուլի ակումբ, «ԶԼՄ-ների կողմից 2007թ-ի խորհրդարանական ընտրությունների ընթացքի լուսաբանման մոնիթորինգի մասին» հաշվետվություն, Երևան, 2007թ., տես՝ http://www.ypc.am/upload/Elections2007_eng.pdf (անգլերեն) (դիտվել է 2013թ-ի հունիսի 11-ին):

84 Երևանի մամուլի ակումբ, «ԶԼՄ-ների կողմից 2008թ-ի ՀՀ նախագահական ընտրությունների ընթացքի լուսաբանման մոնիթորինգի մասին» հաշվետվություն, Երևան 2008թ., էջ 14, տես՝ http://www.ypc.am/upload/Elections_report-2008-arm.pdf (հայերեն) և http://www.ypc.am/upload/Elections_report-2008-eng.pdf (անգլերեն) (դիտվել է 2013թ-ի հունիսի 12-ին):

85 «BBC World Service Trust», «ՀՀ հանրային հեռուստատեսության կարիքների գնահատում», 2008թ., էջեր 12-13, տես՝ <http://www.osce.org/yerevan/34537> (դիտվել է 2013թ-ի հունիսի 12-ին) (այսուհետ՝ «BBC-ի հաշվետվություն»):

86 Տես՝ <http://parliament.am/transcript.php?AgendaID=2125&day=10&month=02&year=2011&lang=arm#> (դիտվել է 2011թ-ի փետրվարի 10-ին):

«BBC World Service Trust» կազմակերպությունը կարծում է, որ «Հանրային հեռուստաընկերությունն» ունի «խսկապես հանրային» դառնալու պոտենցիալ. դրա համար կպահանջվի «օրենսդրական դաշտի կատարելագործում և խմբագրական կազմի լիազորությունների հստակ սահմանում», ինչն աստիճանաբար կրերի հանրության վստահության վերականգնմանը և հանրային ծառայության նպատակների վերահաստատմանը:⁸⁷

Ինչպես քաղաքական գործիչները, այնպես էլ շարքային քաղաքացիները կարծում են, որ հանրային ռադիոն ավելի բազմազան է, հավասարակշռված և վստահելի, քան «Հ1»-ը:

2.2.2 Հանրային ծառայության պահանջները մասնավոր ՁԼՄ-ների համար

«Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքով միասնական կանոններ են սահմանվում բոլոր հեռարձակողների համար, հանրային և մասնավոր, կապված պետական լեզվի օգտագործման հետ: Օրենքի 5-րդ հոդվածով սահմանվում է, որ «Հեռուստառադիոընկերությունները պարտավոր են ապահովել իրենց հաղորդումների լեզվի անաղարտությունը»:⁸⁸ Նույն օրենքի 59-րդ հոդվածով սահմանվում է, որ «հեռուստառադիոընկերությունների կողմից հայրենական արտադրության հաղորդումների հեռարձակումը մեկ հեռուստաալիքով (ռադիոալիքով) չի կարող ամսական ընդհանուր եթերաժամի 55 տոկոսից պակաս լինել»:

Օրենքում կան հատուկ պահանջներ կապված հանրաքվեների և ընտրությունների լուսաբանման հետ (հոդված 10): Հեռուստաընկերություններն ու ռադիոընկերությունները պարտավոր են հավասար պայմաններ ապահովել բոլոր թեկնածուների համար և «հրապարակավ հայտնել վճարովի հաղորդումների իրենց եթերաժամի գինը ...»: Օրենքով սահմանվում է, որ վճարովի եթերաժամը տրամադրվում է պայմանագրային հիմունքներով՝ նույն պայմաններով բոլոր թեկնածուների համար:⁸⁹ Բոլոր հեռարձակող կազմակերպությունները, անկախ դրանց սեփականության ձևից, պարտավոր են նաև հավասար պայմաններ ապահովել բոլոր թեկնածուների համար: Ընտրական Օրենսգրքի համաձայն, լրատվական ծրագրերում «թեկնածուների, համամասնական ընտրակարգով ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների, կուսակցությունների դաշինքների նախընտրական քարոզարշավի վերաբերյալ ներկայացվում է անկողմնակալ եւ գնահատականներից զերծ տեղեկատվություն»:⁹⁰

87 BBC -ի հաշվետվություն:

88 «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի 5-րդ հոդվածի 5-րդ պարբերություն, տես՝ <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=3853&lang=arm> (հայերեն) կայքը (դիտվել է 2013թ-ի հունիսի 12-ին):

89 «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի 10-րդ հոդված, տես՝ <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=3853&lang=arm> (հայերեն) կայքը (դիտվել է 2013թ-ի հունիսի 12-ին):

90 ՀՀ Ընտրական Օրենսգիրք, 5 փետրվարի 1999թ., տես՝ <http://te.gob.mx/content/armenia-electoral-code-republic-armenia-0> (դիտվել է 2013թ-ի հունիսի 12-ին):

Հեռարձակման ոլորտը կարգավորող ներկայիս օրենսդրությամբ մասնավոր ընկերություններին որևէ կոնկրետ պահանջ չի ներկայացվում կապված հանրային նշանակության լրատվության հեռարձակման հետ: Մասնավոր հեռարձակողների լիցենզավորումիս իրականացնելիս («Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքի 49-րդ հոդված) ՀՌԱՀ-ը հաշվի է առնում հետևյալ հանգամանքները՝ սեփական արտադրության հաղորդումների գերակայությունը, հայրենական արտադրության հաղորդումների գերակայությունը, ինչպես նաև բազմակարծությունը խթանելու կարողությունը:⁹¹

2.3 Եզրակացություններ

Թվային հեռարձակմանն անցման գործընթացը գտնվում է սկզբնական փուլում, և դեռ շատ շուտ է հանրային հեռարձակողների վրա դրա ազդեցությունը գնահատելու համար:

Պետբյուջեից ֆինանսավորվող բոլոր լրատվամիջոցներն ունեն ինտերնետային կայքեր: Այդուհանդերձ, այդ կայքերի ազդեցությունը հասարակական կարծիքի վրա աննշան է, քանի որ դրանք էապես զիջում են ինտերնետ-լրատվության առաջատարներին, ինչպես իրենց վարկանիշով, այնպես էլ առաջարկվող տեղեկատվության ու ծառայությունների բազմազանությամբ: Թվային ասպարեզում միակ զգալի նվաճումը «Հ1»-ի կողմից արբանյակային հեռարձակման նախաձեռնումիս էր, ինչը թույլ տվեց հանրայինին ընդլայնել իր լսարանը և հեռուստադիտողներ գտնել Հայաստանի տարածքից դուրս:

Իրավական դաշտը հանրային հեռարձակողների համար վերջին տարիներում չի փոխվել, իսկ հանրության կարծիքը հանրային հեռուստատեսության մասին բացասական է ժամացել (հանրային ռադիոյի պարագայում կարծիքներն ավելի դրական են): Ընդհանուր առմամբ հասարակությունը և ընդդիմադիր քաղաքական ուժերը հանրային հեռուստատեսության մեջ տեսնում են ոչ այլ ինչ քան իշխանությունների բարձրախոսը, և այս վերաբերմունքն արձանագրվել է նաև անկախ փորձագետների կողմից:

91 «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի 47-րդ հոդվածի 5-րդ պարբերություն, տես՝ <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=3853&lang=arm> (հայերեն) (դիտվել է 2012թ-ի, հունիսի 26-ին):

3. Թվային լրատվամիջոցները և հասարակությունը

3.1 Օգտագործողների հրապարակած նյութերը (ՕՀՆ)

3.1.1 Ընդհանուր պատկերացում ՕՀՆ-ի մասին

Ընդարձակ միջազգային սոցիալական ցանցերը, որոնման (տեղեկատու) կայքերը և էլեկտրոնային փոստի ծառայությունները, ինչպիսիք են «Facebook»-ը, «Google»-ը, «YouTube»-ը, «Odnoklassniki.ru»-ն, «Mail.ru»-ն, «Vkontakte»-ն, «Blognews.am»-ը, «Yandex»-ը, «Wikipedia»-ն և «News.am»-ը շատ մեծ ժողովրդականություն են վայելում Հայաստանում և կազմում են առաջատար կայքերի տասնյակը՝ համաձայն «Alexa.com» կայքի վարկանիշային ցուցակի:⁹² Ինչպես նախկին Սովետական Միության այլ երկրներում, Հայաստանում նույնպես ռուսալեզու կայքերը մրցակցում են գլոբալ կայքերի հետ, քանի որ ռուսերենը հանդիսանում է հանրապետության երկրորդ ամենատարածված լեզուն:

Հատկանշական է 2012 թվականին «Blognews.am» կայքի հեղինակության սրընթաց վերելքը, քանի որ այդ կայքում հիմնականում ներկայացված են օգտագործողների կողմից այլ սոցիալական ցանցերում՝ «Facebook»-ում, «YouTube»-ում և առանձին բլոգերում հրապարակված նյութերը: «Blognews.am»-ի օրինակով ստեղծվել են մի շարք այլ կայքեր, սակայն «Blognews.am»-ը շարունակում է մնալ դրանցից ամենահեղինակավորը:

Նախկին Սովետական Միության երկրներին հատուկ մեկ այլ միտում է հանդիսանում ռուսական ինտերնետ-պորտալների, ինչպես օրինակ՝ «Yandex.ru»-ի և «Mail.ru»-ի համատարած օգտագործումը օնլայն հաղորդակցության համար: Այս կայքերում որոնման ֆունկցիաները համակցված են մեծ թվով այլ ծառայությունների, այդ թվում՝ նորությունների, էլեկտրոնային փոստի, բլոգերի, տեղեկատուների և սոցիալական ցանցերի հետ, ինչը մեծացնում է դրանց օգտակարությունը ինտերնետ-օգտագործողների համար:

92 «Alexa.com», տես՝ <http://www.alexacom/topsites/countries/am> կայքը (դիտվել է 5.09.2011թ):

Չնայած հայկական որոնման կայքերը և սոցիալական ցանցերը շատ հեռու են առաջատարների՝ «Facebook»-ի, «Google»-ի և «Yandex»-ի հետ մրցակցելուց, միանգամայն այլ է իրավիճակը օնլայն լրատվության ոլորտում: «News.am»-ի, «Tert.am»-ի և «1in.am»-ի տիպի կայքերը, ինչպես նաև տեսանյութերի փոխանակման՝ «Hottv.am» և առքուվաճառքի հայտարարությունների՝ «List.am» կայքերը, մեծ թվով ընթերցողներ են գրավում և մեծ ժողովրդականություն վայելում երկրում:⁹³

Բոլոր լրատվական կայքերը տալիս են ՕՀՆ-ի հնարավորություն՝ ուղղակիորեն կամ սոցիալական ցանցերի, հիմնականում՝ «Facebook»-ի և «Twitter»-ի միջոցով: Այս առումով, առաջատարը «A1plus.am» կայքն է: 2011թ. ապրիլին կայքում բացվեց «Քո աչքերով» հատուկ բաժինը,⁹⁴ որն օգտագործողներին հնարավորություն էր տալիս ներբեռնել լուսանկարներ և տեսանյութեր, ինչպես նաև ընտրել դրանցից լավագույնը: «Tert.am»-ում ներկայացված են երկրում հայտնի մտավորականների բլոգերը, իսկ «Azatutyun.am»-ը և «Lragir.am»-ը ընթերցողներին տալիս են հոդվածներն ու լուրերը մեկնաբանելու հնարավորություն:

3.1.2 Սոցիալական ցանցեր

Չնայած առաջատար սոցցանցային կայքերը տվյալներ չունեն Հայաստանից կատարված էջայցերի մասին, հայտնի է, որ «Facebook»-ը և «Odnoklassniki.ru»-ն ժամում են առաջատարների դիրքերում: «Facebook»-ի օգտագործողների թիվը կայուն կերպով աճել է՝ անցնելով 362,000-ի սահմանը,⁹⁵ իսկ «Odnoklassniki.ru»-ն, իր իսկ հավաստմամբ, Հայաստանում ունի մինչև 2 մլն գրանցված և ամսական ավելի քան 800,000 ակտիվ օգտագործող:⁹⁶

Աղյուսակ 5.

Հայաստանում առավել հեղինակավոր սոցիալական ցանցերի տասնյակը 2010թ-ի սեպտեմբերի և 2011թ-ի օգոստոսի դրությամբ

«Alexa»-ի վարկանիշ	սեպտեմբեր 2010թ.	օգոստոս 2011թ.
1	Facebook	Facebook
2	YouTube.com	YouTube
3	Odnoklassniki.ru	Odnoklassniki.ru
4	V Kontakte (vk.com)	Mail.ru
5	Twitter	V Kontakte (vk.com)
6	Livejournal.com	LinkedIn
7	Linkedin.com	Twitter

93 «Alexa.com», տես՝ <http://www.alexa.com/topsites/countries/am> կայքը (ղիտվել է 5.09.2011թ):

94 «A1plus.am»-ի «Քո աչքերով» բաժինը, տես՝ <http://www.a1plus.am/qo-achqerov> կայքում (ղիտվել է 13.06.2013թ):

95 «Socialbakers.com»-ի վիճակագրությունը, տես՝ <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/armenia> կայքում (ղիտվել է 20.09.2013թ):

96 Հեռախոսային հարցազրույց «ID Media» ՄՊԸ-ի տնօրեն, Հայաստանում «Odnoklassniki.ru»-ի պաշտոնական ներկայացուցիչ Վահան Աֆանեսյանի հետ, 21 ապրիլի, 2011թ.

8	Haysingles.com	Livejournal.com
9	Hayutyun.am	Armenix.com
10	Hayland.am	Flickr.com

Ծանոթագրություն՝ Չկան տվյալներ էջայցերի վերաբերյալ
Աղբյուրը՝ «Alexa.com»⁹⁷

Միևնույն ժամանակ պետք է նշել, որ չնայած հայկական սոցցանցերը, ինչպես օրինակ՝ «Hayland.am»-ը և «Armenia-Online.ru»-ն ունեն էջայցերի քանակության շատ տպավորիչ ցուցանիշներ, դրանք չունեն «Facebook»-ի աճի տեմպերը: Հայկական սոցիալական ցանցերից օգտվում է հանրապետությունում սոցցանցերի այցելուների ընդհանուր թվի հազիվ թե կեսը:

Վերջին ժամանակների միտումներից ամենահետաքրքիրը տեսանյութերի փոխանակման կայքերի ասպարեզ գալն էր: Կարճ ժամանակում այդ կայքերը դարձան բավականին հեղինակավոր ՕՉՆ պլատֆորմներ: Չնայած «YouTube»-ի մեծ ժողովրդականությանը, «Hottv.am»-ի և «Uzood.com»-ի կարգի նորաստեղծ կայքերը, ինչպես նաև դրանց ավելի պակաս ինտերակտիվ «եղբայրները», արագ տեմպերով աճել են: Լայնաշերտ ինտերնետի զարգացմանը զուգընթաց այս միտումը կարող է շարունակական բնույթ կրել և կայունանալ:

3.1.3 Նորություններ և սոցիալական լրատվամիջոցներ

Հայաստանի բոլոր հիմնական լրատվական կայքերն օգտագործում են «Facebook»-ը և «Twitter»-ը որպես նորությունների տարածման պլատֆորմներ: Այդուհանդերձ, մինչ օրս որևէ ուսումնասիրություն չի կատարվել Հայաստանում սոցիալական ցանցերի տարբեր օգտագործողներին դասակարգելու և համեմատելու ուղղությամբ: Եղել են մի շարք օրինակներ, երբ «Facebook»-ի և «YouTube»-ի միջոցով տարածված ինֆորմացիան գրավել է հանրության ուշադրությունը և դարձել լայն հասարակության քննարկման թեմա, ինչից կարելի է ենթադրել, որ սոցիալական ցանցերը դարձել են տեղեկատվության կարևոր աղբյուրներ (տես 3.2.1 բաժինը):

Ըստ կայքի տարածաշրջանային հետազոտական կենտրոնի ղեկավար Լաուրա Բադդասարյանի «Facebook»-ը կարևոր սոցիալական և քաղաքական նշանակություն ունի Հայաստանի համար:

Չնայած այն բանին, որ օրինակ՝ «Odnoklassniki.ru»-ն Հայաստանում ունի մոտ 800հզ. օգտագործող, այն ավելի շատ ծառայում է անձնական կապերի հաստատմանն ու պահպանմանը, մինչդեռ «Facebook»-ը մտքերի փոխանակման հարթակ է ծառայում սոցիալապես և քաղաքականապես ակտիվ անհատների համար, ովքեր ցանկություն ունեն իրենց կարծիքն արտահայտելու օրհասական խնդիրների վերաբերյալ և քննարկում

97 «Alexa.com», տես՝ <http://www.alexa.com/topsites/countries/am> կայքը (դիտվել է 05.09.2011-ին և 03.10.2010-ին):

ծավալելու դրանց շուրջ: Սա է պատճառը, որ հայտնի քաղաքական և հասարակական դեմքերն ու լրատվամիջոցները գնահատում են այս կամ այն իրադարձությունը՝ ելնելով նրանից, թե ինչ արձագանք է այն ստանում «Facebook»-ում: Ըստ էության, «Facebook»-ը վերածվել է հասարակական բարոմետրի, որը ցույց է տալիս հանրության վերաբերմունքը երկրում տեղի ունեցող իրադարձությունների և գործընթացների նկատմամբ:⁹⁸

3.2 Թվային ակտիվիզմ

3.2.1 Թվային հարթակներ և քաղաքացիական հասարակության ակտիվիզմ

Քաղաքացիական հասարակության ակտիվիզմի որոշ հաջողված օրինակներ արդեն եղել են: 2008-2009 թվականներին ընդդիմությանը համակերպ մի շարք բլոգերների ակտիվ գործունեության արդյունքում գրանցվել է քաղաքական հարցերի շուրջ բլոգային քննարկումների աննախադեպ աճ, իսկ 2010 թվականին սոցիալական ակտիվիզմը դրսևորվել է սոցիալական լրատվամիջոցների և թվային գործիքների միջոցով:

Որպես օրինակ կարելի է նշել Հայաստանում օտարալեզու դպրոցների բացման դեմ բողոքող խմբի պայքարը: 3,000 անդամ ունեցող ֆեյսբուքյան այդ խումբը «Մենք դեմ ենք օտարալեզու դպրոցների բացմանը» կարգախոսով⁹⁹ հանդես էր գալիս մոտ երկու տասնյակ ակտիվ բլոգերում՝ ներկայացնելով իր տեսակետները և կազմակերպելով բողոքի ակցիաներ: Խմբի ծավալած գործունեությունն այնպիսի մասշտաբների հասավ, որ կրթության նախարարությունն ստիպված էր հրապարակայնորեն պատասխանել բարձրացված հարցերին և փոփոխություններ կատարել լեզվի և հանրային կրթության մասին օրինագծերում՝ խմբի պահանջները բավարարելու համար: (Օրենքը վավերացվել է 2011 թվականի հունվարին:)

Քաղաքացիական ակտիվիզմի մեկ այլ օրինակ կարող է հանդիսանալ մի խումբ քաղաքացիների պայքարը Երևանի քաղաքապետարանի հետ՝ բացօթյա կինոթատրոնի ապամոնտաժումը և դրա տեղում նոր եկեղեցու կառուցումը թույլ չտալու համար: Բողոքի ակցիան, որը նախաձեռնվել էր երկտասարդ հայ ճարտարապետների կողմից, սկսվեց մի շարք բլոգերում ծավալված քննարկումների տեսքով և արդյունքում այնպիսի մասշտաբներ ստացավ, որ գրավեց հիմնական ԶԼՄ-ների ուշադրությունը: Բողոքարարներն ստիպեցին այնպիսի բարձրաստիճան պաշտոնյաների, ինչպես ՀՀ վարչապետ Տիգրան Սարգսյանը և Երևանի քաղաքապետ Գագիկ Բեգլարյանը, ինչպես նաև հայ առաքելական եկեղեցու ներկայացուցիչներին պատասխանել բարձրացված հարցերին և միջոցներ ձեռնարկել խնդրի լուծման ուղղությամբ: Արդյունքում ապամոնտաժման պլանները հետաձգվեցին:

98 Շարքագրույց տարածաշրջանային հետազոտությունների կենտրոնի ղեկավար Լաուրա Բաղդասարյանի հետ, Երևան, 15 օգոստոսի 2012թ.

99 «Մենք դեմ ենք օտարալեզու դպրոցներին», տես՝ <http://www.facebook.com/#!/group.php?gid=112426852127161&ref=ts> կայքը (դիտվել է 5.09.2011թ):

Նույն խումբը համակիրների ավելի մեծաթիվ բանակ հավաքեց, երբ բողոքի ակցիա սկսեց ուսանողական այգում ծառահատման և սրճարանների կառուցման դեմ: Հետագայում խումբը վերաճեց «Մենք ենք այս քաղաքի տերը» հասարակական շարժման,¹⁰⁰ որը ներկայումս շատ ակտիվ է «Facebook»-ում և ունի մոտ 4,000 անդամ: «Facebook»-ի միջոցով շարժման ակտիվիստները կազմակերպեցին բողոքի մի շարք ակցիաներ, 10,000 ստորագրություններով պահանջագիր ներկայացրեցին իշխանություններին և հանդես եկան քաղաքացիական ակտիվիզմի այլ դրոշմաբերություններով:

Էկոլոգիական ակտիվիզմ՝ Մարիամ Սուխուդյան

Անհատական քաղաքացիական ակտիվիզմի առավել հաջող օրինակներից մեկը Մարիամ Սուխուդյանի օրինակն է:¹⁰¹ Մարիամ Սուխուդյանը բնապահպան-ակտիվիստ է, ով բողոքի ակցիա է կազմակերպել Լոռվա մարզի Թեղուտի անտառներում մեծ հանքարդյունաբերական նախագծի իրականացման դեմ: Սուխուդյանը «Facebook»-ում ունի ավելի քան 4,600 համակիր և իր էջում տեղադրել է Հայաստանի տարբեր հատվածներում ապօրինի ծառահատման ավելի քան 1,200 լուսանկար և բնապահպանական հարցերին վերաբերող տասնյակ տեսանյութեր և հղումներ: Նրա ակտիվ գործունեությունը ցանցային միջավայրում և կյանքում ավելացրել է նրա ֆեյսբուքյան համակիրների թիվը, և նա օգտագործում է այս ռեսուրսը Երևանում և մարզերում ապօրինի ծառահատումների դեմ իր պայքարում: Մի խումբ համակիրների հետ նա բացել է «Ushahidi»-տիպի կայք՝ Երևանում ապօրինի ծառահատումների վերաբերյալ փաստեր հավաքելու և ահազանգելու համար: Կայքը կոչվում է «Kanach.am» և այն բազմիցս օգագործվել է ԶԼՄ-ների ուշադրությունը ծառահատումների վրա դարձնելու համար:

Հայաստանի քաղաքացիներն օգտագործել են ինքնարտահայտման թվային միջոցները նաև այն օրերին, երբ 2008 թվականի նախագահական ընտրություններից հետո տեղի ունեցան կատաղի բախումներ և մայրաքաղաքում հայտարարվեց արտակարգ իրավիճակ: Տասնյակ հազարավոր էջայցեր գրանցվեցին «Bekaisa.livejournal.com», «Aramazd.livejournal.com» և «YouTube»-ի մեջ մտնող «Youtube.com/A1plus.am», «Youtube.com/echannelnews» և «Youtube.com/ditord» կայքերում, քանի որ ավանդական ԶԼՄ-ներում առկա համատարած գրաքննության պայմաններում այս նոր ինտերնետ-աղբյուրները մնացել էին որպես անկախ լրատվության միակ միջոցները (տես 7.3.3 բաժինը):

2012 թվականի մայիսի 6-ի խորհրդարանական ընտրությունները, 2013 թվականի փետրվարի 18-ի նախագահական ընտրությունները և 2013 թվականի մայիսի 5-ի Երևանի ավագանու ընտրությունները զուգորդվեցին մի շարք ֆունդամենտալ թվային հարթակների, այդ թվում՝ «Iditord.org»-ի, «Mynews.am»-ի և «CitizenObserver»-ի, զարգացմամբ: Դրանց դերը հիմնականում

100 «Մենք ենք այս քաղաքի տերը», տես՝ <http://www.facebook.com/profile.php?id=571137480#!/group.php?gid=119537174725392&ref=mf> (ղիտվել է 5.09.2011թ):

101 Մարիամ Սուխուդյանի «Facebook»-ի պրոֆիլը, տես՝ <http://www.facebook.com/profile.php?id=571137480> (ղիտվել է 5.09.2011թ):

կայանում էր ընտրությունների մոնիթորինգի նպատակով լայն հասարակայնության ռեսուրսների օգտագործման մեջ: Նշված կայքերից ամենահեղինակավորը «Ushahidi»-ի սկզբունքով կառուցված «Iditord.org» կայքն էր, որում գրանցվել է ընտրակեղծիքների և խախտումների 1,107 ահազանգ խորհրդարանական ընտրությունների ժամանակ, 394 ահազանգ՝ նախագահական ընտրությունների ժամանակ և 417 ահազանգ՝ Երևանի ավագանու ընտրությունների ժամանակ: Պետք է նշել նաև, որ 2012 թվականի մայիսի 6-ին կայքը ենթարկվել է լայնամասշտաբ «DDOS» հարձակման. այդ ժամանակ կայքը գտնվում էր ԶԼՄ-ների ուշադրության կենտրոնում՝ մի շարք ընտրակեղծիքների մասին ահազանգելու համար: «Iditord.org»-ում ներկայացված փաստերն ակտիվորեն լուսաբանվում էին ԶԼՄ-ների կողմից, իսկ իրավապահ մարմիններն ու կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովը միջոցներ էին ձեռնարկում խախտման դեպքերը հետաքննելու և դրանց արձագանքելու համար: «Iditord.org»-ի տնօրեն Սամվել Մարտիրոսյանի խոսքերով, իրավապահ մարմինները հետաքննել են ահազանգված ընտրախախտումների մոտ 50 դեպք, իսկ 2 դեպքում՝ նախաձեռնել օրենքը խախտող անձանց քրեական հետապնդում: Պրն Մարտիրոսյանը նշեց, որ քաղաքացիների ակտիվությունը շատ բարձր էր, և ոստիկանությունն ու իրավապահ այլ մարմինները, արձագանքելով քաղաքացիների ահազանգերին, ստիպված էին ցուցաբերել նույն մակարդակի ակտիվություն:¹⁰²

3.2.2 Թվային մոբիլիզացիայի նշանակությունը

բաժնում նկարագրված դեպքերն առաջացրեցին բավականաչափ հասարակական ռեզոնանս ավանդական ԶԼՄ-ների կողմից լուսաբանվելու համար: Նախաձեռնվելով փոքր խմբերի կողմից որպես այս կամ այն խնդրի օնլայն քննարկում՝ դրանք աստիճանաբար ստացան լայն հասարակական հնչեղություն, իսկ համապատասխան օնլայն բողոքներն ստորագրվեցին հարյուրավոր, և երբեմն նաև՝ հազարավոր մարդկանց կողմից:

Բոլոր նշված ակցիաները պսակվեցին որոշակի հաջողությամբ, ինչը հանգեցրեց նրան, որ հասարակությունը և նույնիսկ իշխանությունները սկսեցին ընկալել քաղաքացիական ակտիվության այս նոր օնլայն ռեսուրսը որպես լուրջ պոտենցիալ, որը չի կարելի անտեսել և որին պետք է մեծ զգուշությամբ վերաբերվել:

«Մենք դեմ ենք օտարալեզու դպրոցների բացմանը» և «Մենք ենք այս քաղաքի տերը» ակցիաների նման նախաձեռնությունները գրավեցին լայն հասարակայնության ուշադրությունը հիմնականում ինտերնետային միջավայրում ծավալված քարոզչության շնորհիվ: Ակցիայի կազմակերպիչները հրավիրվեցին հեռուստատեսային քննարկումների, նրանց հետ անցկացվեցին հարցազրույցներ, իսկ նրանց հայտարարությունները մեկնաբանվեցին հայտնի քաղաքական գործիչների և բարձրաստիճան պաշտոնյաների կողմից:

¹⁰² Հարցազրույց «Լրատվամիջոցների բազմազանության ինստիտուտ» ՀԿ-ի ծրագրերի կոորդինատոր Սամվել Մարտիրոսյանի հետ, Երևան, 20 հուլիսի, 2013թ.

Այդուհանդերձ, այս օրերում թվային ակտիվիզմը «ճոխություն է», որը կարող են իրենց թույլ տալ միայն ինտերնետից օգտվելու հնարավորություն ունեցող մեծ քաղաքների բնակիչները: Նույնիսկ քիչ թե շատ ինտերնետով ապահովված քաղաքներում բնակչության զգալի տոկոսը չի օգտվում ինտերնետից. օրինակ, Երևանում այդ թիվը կազմում է 57 տոկոս (տես 1.2 բաժինը):

3.3 Եզրակացություններ

Հաճախ սոցիալական ցանցերում և բլոգերում սկսված քննարկումները, ինչպես նաև «YouTube»-ում տեղադրված տեսանյութերը, ստանում են հասարակական հնչեղություն և լուսաբանվում ԶԼՄ-ների կողմից: «Blognews.am»-ի և «MediaMall.am»-ի կարգի հարթակների ստեղծմամբ սոցիալական ցանցերը դարձան օրվա նորությունների և լրատվության կանոնավոր աղբյուր:

Հայաստանի քաղաքացիներն օգտագործեցին սոցցանցերի և «YouTube»-ի պոտենցիալը 2008 թվականին արտակարգ իրավիճակի և ծանր գրաքննության պայմաններում մտքեր փոխանակելու և ճշմարիտ լրատվություն ստանալու համար: Այն ժամանակ, երբ ավանդական լրատվամիջոցները ներկայացնում էին միայն պաշտոնական տեսակետները, բլոգերն ըստ էության դարձան անկախ լրատվության միակ աղբյուրը:

Հայաստանի քաղաքացիներն օգտագործել և դեռ օգտագործում են սոցիալական լրատվամիջոցների և օնլայն ռեսուրսների ընձեռած հնարավորությունները, և այս երևույթն ունի զարգացման միտում: Քաղաքացիական հասարակության շահերի համար օնլայն ռեսուրսների ամենից ակտիվ և արդյունավետ օգտագործման դեպքը գրանցվել է 2010-2012 թվականներին: Այդ ժամանակահատվածում մենք ականատես ենք եղել բազմաթիվ դեպքերի, երբ ավանդական լրատվամիջոցները, այդ թվում՝ «Հրապարակ» օրաթերթը, որը հաճախ քաղվածքներ է տպում ֆեյսբուքյան քննարկումներից, մեջբերումներ են ներկայացրել սոցցանցերից և բլոգերից:

Բլոգերներն ու ակտիվիստները հաճախ օգտագործում են ինֆորմացիայի և կարծիքների փոխանակման այն ռեսուրսները, որոնք ներկայացված են ավանդական լրատվամիջոցների կայքերում:

4. Թվային ԶԼՄ-ները և լրագրությունը

4.1 Ազդեցությունը լրագրողների և խմբագրությունների վրա

4.1.1 Լրագրողները

Սկսած 2008 թվականից, հայ լրագրողները և խմբագիրները տեղեկություններ ստանալու համար հաճախ օգտագործում են թվային լրատվամիջոցները, այդ թվում՝ սոցիալական ցանցերը, միջազգային և տեղական լրատվամիջոցների կայքերը, ինչպես նաև պետական մարմինների և ՀԳ-ների կայքերում հրապարակված հաշվետվությունները: Մամուլի աջակցության «Ինտերնյուս» հասարակական կազմակերպության¹⁰³ տնօրեն Նունե Սարգսյանը կարծում է, որ լրատվության օնլայն աղբյուրների առատությունը մեծացնում է լրագրողների աշխատանքի արդյունավետությունը: Բացի սոցիալական ցանցերը որպես լրատվության աղբյուր օգտագործելուց, շատ լրագրողներ իրենք են ակտիվորեն մասնակցում սոցցանցերում և բլոգերում ծավալվող քննարկումներին:¹⁰⁴ Տեղեկատվության նոր աղբյուրների արագ զարգացումը թույլ տվեց հայ լրագրողներին ավելի արագ և էժան ստանալ իրենց հետաքրքրող տվյալները և՛ ազգային, և՛ համաշխարհային իրադարձությունների մասին, ինչպես նաև համեմատել հրատապ քաղաքական, սոցիալական և տնտեսական իրադարձությունների ու խնդիրների վերաբերյալ ներկայացված տարբեր տեսակետները:

Երևանի մամուլի ակումբի նախագահ Բորիս Նավասարդյանը պնդում է, որ թվայնացման գործընթացն ազդել է տպագիր մամուլի վրա ավելի շատ, քան այլ լրատվամիջոցների վրա:

Շատ դեպքերում բլոգերը, օնլայն լրատվամիջոցները և սոցիալական ցանցերը (ամենից առաջ՝ «Facebook»-ը) դառնում են լրատվության հիմնական աղբյուրը տպագիր մամուլում աշխատող լրագրողների համար և ապահովում են նրանց

¹⁰³ Տե՛ս՝ <http://www.internews.am/who-we-are> կայքը (ղիտվել է 14.05.2013թ):

¹⁰⁴ Հարցազրույց Մամուլի աջակցության «Ինտերնյուս» ՀԳ-ի տնօրեն Նունե Սարգսյանի հետ, Երևան, 8.10.2010թ.:

ինչպես նոր թեմաներով, այնպես էլ թարմ լրատվությամբ: Ինչ վերաբերում է հեռարձակող ՁԼՄ-ներում աշխատող լրագրողներին, ապա այս դեպքում իրավիճակը մի փոքր այլ է: Հայկական հեռարձակողները միշտ էլ միակողմանի են մեկնաբանել և շարունակում են միակողմանի մեկնաբանել նորությունները: Նրանց կողմից իրադարձությունների լուսաբանումը շատ հեռու է ամբողջական լինելուց և բավարարում է ոչ թե բնակչության ինֆորմացիայի պահանջարկը, այլ նեղ քաղաքական շահերը: Հետևաբար, դեռ շատ վաղ է այստեղ բազմակարծությունից և բազմազանությունից խոսելը:¹⁰⁵

Այդուհանդերձ, նրա խոսքերով, հեռարձակողներն արդեն սկսել են հասկանալ, որ շուկայում նոր լրատվամիջոցների առկայությունը պարտադրում է նրանց ավելի բազմազան տեղեկատվություն մատուցել ունկնդիրներին: Նա կարծում է, որ ընդհանուր առմամբ բարձրաստիճան պաշտոնյաները, նոր լրատվական դաշտերի զարգացման պայմաններում, նույնպես հասկանում են բացահայտ գրաքննությունից և լրատվամիջոցների վերահսկողությունից հրաժարվելու անհրաժեշտությունը, սակայն այդ գիտակցությունը դեռ գործնական կադապար չի ստացել:¹⁰⁶

Ինֆորմացիայի նոր աղբյուրների զարգացումը ունեցել է նաև բացասական հետևանքներ: Էապես շատացել է չճշտված և ոչ հավաստի տվյալների քանակը: Լրագրողներն ու խմբագիրները հաճախ բացատրում են դա նորություններն ավելի արագ բնակչությանը հասցնելու անհրաժեշտությամբ: Ռեպորտաժների յուրացման և գրագողության դեպքերը նույնպես գնալով շատանում են: Իրենց գործը հեշտացնելու համար շատ լրագրողներ օգտագործում են այլ պարբերականներից վերցված հոդվածներ՝ առանց նշելու դրանց ծագումը: Պակասել է նաև լրատվության աղբյուրների բազմազանությունը. իրենց ռեպորտաժները պատրաստելիս լրագրողները հիմնականում օգտվում են մեկ աղբյուրից:

«Լրագրողներ հանուն ապագայի» ՀԳ-ի կողմից 2012 թվականի փետրվար-մայիս ամիսներին կատարված դիտարկումների համաձայն, 10 առաջատար օնլայն լրատվամիջոցներում հրապարակումների (հոդվածների կամ նորությունների) 81 տոկոսը հիմնված են եղել միայն մեկ աղբյուրի վրա, իսկ 11 տոկոսը չեն պարունակել որևէ հղում սկզբնաղբյուրին: Միևնույն ժամանակ, նշված հրապարակումների զգալի մասը (82 տոկոսը) ներկայացված են եղել որպես տվյալ լրատվամիջոցի սեփական ռեպորտաժ, իսկ մնացած 18 տոկոսը պարզապես յուրացված են եղել այլ աղբյուրներից:¹⁰⁷

105 Հարցազրույց Երևանի մամուլի ակումբի նախագահ Բորիս Նավասարդյանի հետ, Երևան, 8.08.2012թ.:

106 Հարցազրույց Երևանի մամուլի ակումբի նախագահ Բորիս Նավասարդյանի հետ, Երևան, 8.08.2012թ.:

107 «Լրագրողներ հանուն ապագայի» ՀԳ-ի «Հայաստանում 2012թ-ի մայիսի 6-ի ԱԺ ընտրությունների լուսաբանման մոնիթորինգ» վերնագրով հաշվետվությունը, Երևան, հունիս 2012թ., տես՝ http://jnews.am/en/interim-report_3_armenian_online_media_monitoring_2012 (2013թ-ի հունիսի 12-ի դրությամբ): Ուսումնասիրվել է 16,726 հրապարակում նշված 10 պարբերականներում:

Թվայնացումը փոխել է նաև ոլորտի աշխատողների տարիքային կազմը: Ինչպես նշվեց վերը՝ 1.3.1 բաժնում, զուտ լրատվական կայքերի ձևավորումը Հայաստանում համեմատաբար նոր երևույթ է, և դրանց աշխատողների մեծ մասը նորավարտ երիտասարդներ են: Փորձի և գիտելիքների պակասը հաճախ զգացնել է տալիս: Ինչպես նշում է պրն Նավասարդյանը, չնայած նոր լրատվամիջոցներն արագորեն ծավալվում են, մեծացնելով իրենց լսարանները, «մասնագիտական աշխատանքի որակը ցավոք չի բարձրանում, այլ կերպ ասած՝ այս դեպքում զարգացումը չի գուցարկվում պրոֆեսիոնալիզմի աճով, այլ հակառակը՝ բերում է համատարած դիլետանտիզմի»: Նրա խոսքերով, երիտասարդ լրագրողները հեշտությամբ կողմնորոշվում են ցանցային միջավայրում և գտնում անհրաժեշտ նյութերը, սակայն չունեն բավարար մասնագիտական գիտելիքներ և փորձ: «Իրենց էնտուզիազմի և եռանդի շնորհիվ նրանք գրավում են շուկան, իսկ գիտելիքներ ու փորձ ունեցողները կա՛մ զբաղված են այլ աշխատանքով, կա՛մ էլ չեն կարողանում հաղթահարել պահպանողականության պատնեշը»:¹⁰⁸

Միևնույն ժամանակ, սոցիալական ցանցերում աշխատելու և թվային ռեսուրսներ օգտագործելու հմտությունն արագորեն դառնում է լրագրողի առաջնահերթ որակներից մեկը, որն ամենից շատ է պահանջվում գործատուների կողմից: Գրեթե բոլոր ավանդական ԶԼՄ-ները ներկայումս ունեն կայքեր, շուկայում իրենց դիրքերը պահպանելու համար, և հետևաբար նրանց աշխատակիցները պետք է ունենան կամ ստանան համապատասխան գիտելիքներ թվային և ցանցային միջավայրում մուլտիմեդիային և այլ պլատֆորմների հետ աշխատելու համար: Հարցազրույցներին մասնակցած մասնագետների խոսքերով հազվադեպ է լինում, որ լրագրողները լրացուցիչ վարձատրություն ստանան (խրախուսավճարների կամ աշխատավարձի ավելացման տեսքով) ինտերնետում լրացուցիչ աշխատանք կատարելու համար: Լրատվամիջոցների ղեկավարները փորձում են գրավել նորանոր հարթակներ՝ օգտագործելով նույն կադրերը և խմբագրություններում առկա միջոցները:

Ընդհանուր առմամբ, լուրերի մուլտիմեդիային և բազմահարթակ թողարկումը այսօր հայկական լրագրության զարգացման հիմնական ուղղությունն է: Ահա թե ինչու, ինչպես նշեց պրն Նավասարդյանը, ասպարեզում կմնան միայն այն ավանդական ԶԼՄ-ները, որոնք կկարողանան ընկալել ժամանակի շունչը: Պրն Նավասարդյանը կարծում է, որ օրինակ՝ լրագրերը չպետք է սահմանափակվեն միայն տպագիր հրապարակումների թվային տարբերակներով, այլ պետք է ավելացնեն դրան նաև այնպիսի ռեսուրսներ, ինչպես օնլայն հեռարձակումը, տեսագրությունները, բլոգերը և այլն:¹⁰⁹

Որոշ լրագրեր հասկացել են դա և գործնականում կիրառել այդ մոտեցումները: Օրինակ, «Ժամանակ» օրաթերթը բացել է «lin.am»-ը՝ լիարժեք եռալեզու լրատվական կայքը, որը ներկայումս հանդիսանում է Հայաստանում օնլայն լրատվության առաջատարներից

108 Հարցազրույց Երևանի մամուլի ակումբի նախագահ Բորիս Նավասարդյանի հետ, Երևան, 8.08.2012թ.:

109 Հարցազրույց Երևանի մամուլի ակումբի նախագահ Բորիս Նավասարդյանի հետ, Երևան, 8.08.2012թ.:

մեկը (տես նկար 8-ը): Կայքում այլ ռեսուրսների հետ մեկտեղ օգտագործվում է տեսահոսքում տեխնոլոգիան, որի միջոցով ներկայացվում են սեփական արտադրության հեռուստահաղորդումները:

4.1.2 Էթիկական բնույթի հարցեր

Նոր լրատվամիջոցների զարգացումը և ընդլայնումը ակնհայտորեն բացասական ազդեցություն է ունեցել լրագրության որակի վրա: Տեղեկատվական հոսքի մեջ շատացել են ոչ հավաստի տվյալները: Օնլայն լրատվամիջոցների ներկայացուցիչները, առաջին տեղում դնելով նորությունները ընթերցողներին մատուցելու արագությունը, չեն գիտակցում այս երևույթի վտանգը: Բացի դրանից, հրատապության, իսկ շատ հաճախ՝ նաև ծուլության պատճառով լրագրողները պարզապես պատճենում են իրենց հետաքրքրող նյութը սեփական հոդվածի կամ ռեպորտաժի մեջ՝ առանց որևէ հղում կատարելու սկզբնաղբյուրին: Նման պրակտիկա հատկապես շատ է կիրառվում ինտերնետային պարբերականներում: Չնայած նրան, որ այսպիսի «աշխատառճ» ուղղակիորեն հակասում է հեղինակային իրավունքի մասին օրենսդրությանը և խախտում է ժուռնալիստական էթիկայի կանոնները, մինչ օրս դեռ որևէ մեկը դրա համար պատասխանատվության չի ենթարկվել:

2013 թվականի մայիսի 21-ին տպագիր լրատվամիջոցների ղեկավարները միասնական հայտարարություն արեցին տպագիր լրատվամիջոցների և անհատ լրագրողների հեղինակային իրավունքների խախտման մասին: Նրանց մտահոգում էր այն հանգամանքը, որ ինտերնետում հրապարակված նորությունները և հոդվածները որպես կանոն չեն պարունակում հղումներ սկզբնաղբյուրներին՝ դրանով խախտելով այլ լրատվամիջոցների և լրագրողների հեղինակային իրավունքները:¹¹⁰ Իրավիճակը բարելավելու համար տպագիր լրագրերի խմբագիրներն առաջարկեցին, որ օնլայն լրատվամիջոցները պայմանագիր ստորագրեն մամուլից վերցված նորություններն ու հոդվածները օգտագործելու մասին: 2013 թվականի հունիսի 21-ին օնլայն լրատվամիջոցների խմբագիրները հանդես եկան նմանատիպ հայտարարությամբ՝ իրենց ինտերնետային գործընկերներին առաջարկելով համաձայնեցնել համագործակցության պայմանները՝ լրատվամիջոցների և լրագրողների հեղինակային իրավունքները պաշտպանելու համար:¹¹¹ Արդյունքում, մշակվեց «Հեղինակային իրավունքների մասին» փոփոխություններ ու լրացումներ կատարելու մասին օրինագիծ, որով սահմանվում են նորությունների վերահրատարակման պայմանները: Տպագիր կամ օնլայն լրատվամիջոցից մեկ այն լրատվամիջոցի կողմից առանց հեղինակի համաձայնության և նյութի դիմաց համապատասխան վճարման տեքստ վերցնելը թույլատրվելու է միայն «ողջամտության սահմաններում»: Ավելին,

110 «Խմբագիրների հայտարարությունը», տես՝ <http://www.a1plus.am/am/social/2013/05/23/statement> (ղիտվել է 6.07.2013թ.):

111 «Էլեկտրոնային լրատվամիջոցների խմբագիրների հայտարարությունը», տես՝ <http://www.lragir.am/index/arm/0/right/68553/84567> (ղիտվել է 6.07.2013թ.):

ամբողջական տեքստի վերահրատարակման համար պահանջվելու է հեղինակի համաձայնությունը:^{112, 113}

Նման հարաբերությունների ինքնակարգավորման մեխանիզմ Հայաստանում եղել է սկսած 2007 թվականից՝ ժուռնալիստական էթիկայի կանոնակարգի տեսքով: Մինչ այդ, առանձին կանոնների ժողովածուներ մշակվել են տարբեր ՀԿ-ների, օրինակ՝ Երևանի մամուլի ակումբի, մամուլի աջակցության «Ինտերնյուս» ՀԿ-ի և հետաքննող լրագրողների ասոցիացիայի կողմից: 2007 թվականի մարտի 10-ին, Երևանի մամուլի ակումբի նախաձեռնությամբ և այլ ՀԿ-ների օժանդակությամբ, 18 լրատվամիջոցներ ստորագրեցին «ԶԼՄ-ների ներկայացուցիչների միասնական վարքականոնը» և ընտրեցին «ԶԼՄ-ների էթիկայի Դիտորդ մարմին»: Վարքականոնը ստորագրվել է 45 կազմակերպությունների կողմից, որոնք ներկայացնում են հայաստանյան 48 տարբեր լրատվամիջոց, այդ թվում՝ երեք զուտ լրատվական կայք և 16 հեռուստաընկերություն (որոնցից 13-ը՝ մարզային):¹¹⁴ Վարքականոնն ստորագրելով՝ կազմակերպությունն ընդունում է իր գործողությունների ու հրապարակումների համապատասխանությունը Վարքականոնին գնահատելու հարցում Դիտորդ մարմնի իրավասությունը, ինչպես նաև հաստատում է իր պատրաստակամությունը հրապարակելու Դիտորդ մարմնի որոշումները:

2012 թվականի օգոստոսի 1-ի դրությամբ ԶԼՄ-ների էթիկայի դիտորդ մարմնին ներկայացվել է 28 բողոք, որոնցից 14-ը՝ կապված ոչ հավաստի կամ խեղաթյուրված տվյալների հրապարակման հետ: Բողոքներից չորսը կապված էին հեղինակային իրավունքների մասին օրենսդրության խախտման հետ: Մնացած 10 բողոքները վերաբերում էին մասնագիտական էթիկայի հետ կապված այլ հարցերի:¹¹⁵ Դիտորդ մարմնի անդամ, իրավաբան Օլգա Սաֆարյանի խոսքերով, այս թվերը կարող են պատկերացում տալ ժուռնալիստական էթիկայի խախտման դեպքերի դինամիկայի մասին:

Այդուհանդերձ, նման խախտումների իրական դեպքերի թիվն անհամեմատ ավելի մեծ է: Դա մասնավորապես վերաբերում է նոր լրատվամիջոցներին: Ցանկության դեպքում, դրանց հրապարակումներում կարելի է գրեթե ամեն օր գտնել անճշտություններ և նյութեր, այդ թվում՝ փոխառված, որոնցում որևէ հղում կատարված չէ սկզբնաղբյուրին: Իսկ թե ինչու են մեզ այդքան քիչ բողոքներ հասնում, դա արդեն Դիտորդ մարմնի թերացումն է: Մենք պետք է ավելի ակտիվ աշխատանք տանենք ինչպես ԶԼՄ-ների, այնպես էլ քաղաքա-

112 Երևանի մամուլի ակումբի ամփոփագիր, սեպտեմբերի 6–12, տես՝ <http://ypc.am/bulletin/t/45744/ln/eng> (22.9.2013թ.):

113 2013թ. սեպտեմբերի 30-ին ԱԺ-ն ընդունեց «Հեղինակային և հարակից իրավունքների մասին» ՀՀ օրենքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին օրենքը:

114 Երևանի մամուլի ակումբ, «Լրատվամիջոցների ինքնակարգավորման նախաձեռնություն», տես՝ <http://www.ypc.am/self-regul/ln/en> կայքէջում (դիտվել է 5.09.2012թ.):

115 Երևանի մամուլի ակումբ, «Լրատվամիջոցների ինքնակարգավորման նախաձեռնություն», տես՝ <http://www.ypc.am/self-regul/ln/en> կայքէջում (դիտվել է 5.09.2012թ.):

ցիական հասարակության հետ, որպեսզի նրանք իմանան մեր գործունեության մասին և վստահեն մեզ:¹¹⁶

Դիտորդ մարմնի մեկ այլ անդամ, լրագրողների միության նախագահ Աստղիկ Գևորգյանը, պնդում է, որ Դիտորդ մարմնի որոշումները, նույնիսկ եթե դրանք շատ չեն, արդեն իսկ դրական ազդեցություն են ունեցել: «Երբ լրատվության ոլորտի մասնագետները կամ շարքային քաղաքացիները դիմում են այս մարմնին, մենք ուշադիր ուսումնասիրում ենք վիճարկվող հարցը, որպեսզի կարողանանք ճիշտ որոշում կայացնել, որը դրական ազդեցություն կունենա իրավիճակի վրա:»¹¹⁷ Տկն Գևորգյանը բերեց հետևյալ օրինակը. «Ժամանակի միտք» լրագիրը իր հրապարակման մեջ մի նյութ էր ներառել «Ա1+» հեռուստաընկերության կայքից՝ առանց հղում կատարելու դրա սկզբնաղբյուրին: «Ա1+»-ի տնօրենը բողոք էր ներկայացրել Դիտորդ մարմնին, որն էլ որոշել էր, որ լրագիրը խախտել է մասնագիտական էթիկայի նորմերը: Արդյունքում վեճը կարգավորվեց, իսկ «Ժամանակի միտք» լրագրի գլխավոր խմբագիրը միացավ նախաձեռնությանը և ստորագրեց Վարքականոնը:¹¹⁸

2011 թվականի մայիսի 1-ը ականատես եղավ էթիկայի հետ կապված մեկ այլ նախաձեռնության՝ «Տեղեկատվական վեճերի խորհրդի» (ՏՎԽ) հիմնադրմանը: ՏՎԽ-ն, որի մեջ մտնում են լրատվամիջոցների ու քաղաքացիական հասարակության ներկայացուցիչներ, հրապարակում է կարծիքներ կամ հայտարարություններ, ինչպես նաև առաջարկում է լուծումներ, արտահայտման ազատության հետ կապված վեճերի վերաբերյալ: Ըստ խորհրդի քարտուղար և «Ինֆորմացիայի ազատության կենտրոն» ՀԿ-ի նախագահ Շուշան Դոդոյանի, 2012 թվականի օգոստոսի 15-ի դրությամբ ՏՎԽ-ն հրապարակել է մասնագիտական 14 կարծիք լրատվամիջոցներում հերյուրանքի և մարդու արժանապատվությունը վիրավորելու դեպքերի հետ կապված դատավարությունների վերաբերյալ:¹¹⁹ ՏՎԽ-ն ունի երկլեզու (հայերեն և անգլերեն) կայք՝ «Idcarmenia.am»-ը, որը ծառայում է և՛ որպես պլատֆորմ ՏՎԽ-ի գործունեությունը և կարծիքները հանրությանը ներկայացնելու համար, և՛ որպես օրենսդրական ակտերի ու արտահայտման և ինֆորմացիայի ազատության հետ կապված հայկական և միջազգային դատական գործերի գրադարան:

116 Հարցազրույց ԶԼՄ-ների էթիկայի դիտորդ մարմնի անդամ, իրավաբան Օլգա Սաֆարյանի հետ, Երևան, 10.08.2012թ.:

117 Հարցազրույց Հայաստանի լրագրողների միության նախագահ Աստղիկ Գևորգյանի հետ, Երևան, 20.08.2012թ.:

118 Երևանի մամուլի ակումբ, «Լրատվամիջոցների ինքնակարգավորման նախաձեռնություն», տես՝ http://www.ypc.am/self_regul/ln/en կայքէջում (ղիտվել է 5.09.2012թ.):

119 Հարցազրույց «Ինֆորմացիայի ազատության կենտրոն» ՀԿ-ի նախագահ Շուշան Դոդոյանի հետ, Երևան, 3.08.2012թ.:

4.2 Հետաքննական լրագրություն

4.2.1 Հնարավորությունները

Թվային միջավայրն ունի երկու ակնհայտ առավելություն. ավելի հեշտ է հավաքել ու համեմատել տվյալները, իսկ հետաքննող լրագրողների համար՝ հրապարակել իրենց հետաքննության արդյունքները միջազգային հետաքննական ցանցերի միջոցով:

Հետաքննող լրագրողների ասոցիացիաներ կայուն միջոցով «Կազմակերպված հանցագործության ու կաշառակերության մասին ահազանգելու ծրագրի» (ԿՀԿՄԱՕ) կայքում:¹²⁰ Դա միջազգային ծրագիր է, որը, հետաքննող լրագրողների առաջնորդ Էդիկ Բադդասարյանի խոսքերով, խրախուսում է համագործակցությունը աշխարհի տարբեր անկյուններում աշխատող լրագրողների միջև: «Ըստ էության, նման համագործակցությունը շատ կարևոր է մեր ոլորտում, քանի որ հաճախ կաշառակերության և այլ հանցագործությունների թելերը տանում են ուրիշ երկրներ: Նման դեպքերում արտասահմանյան գործընկերներն օգնում են մեզ փաստերի հայտնաբերման և ստուգման գործում, ինչպես նաև հետաքննական նյութերի պատրաստման հետ կապված այլ հարցերում:»¹²¹ Պրն Բադդասարյանը կարծում է, որ մասնակցությունը այս ծրագրում հնարավորություն կտա ծանոթանալ հետաքննական լրագրության ոլորտում եղած միջազգային փորձին, ինչպես նաև ներկայացնել հայ լրագրողների աշխատանքները արտասահմանյան ընթերցողներին:¹²²

Պրն Բադդասարյանի կարծիքով լրագրությունը և մասնավորապես հետաքննական լրագրությունը Հայաստանում չի օգտվում թվային տեխնոլոգիաների ընձեռած բոլոր հնարավորություններից: Տեխնոլոգիաներն արագ են զարգանում, հետևաբար «անհրաժեշտ է ժամանակին թարմացնել համակարգիչները, գնել նոր սարքեր ու ծրագրեր և իրականացնել կադրերի վերապատրաստում»: Սակայն դրա համար պահանջվում են զգալի ֆինանսական միջոցներ, ինչի պատճառով շատ քիչ խմբագրություններ կարող են իրենց թույլ տալ նման բան:¹²³

2012 թվականի հունվարին, հետաքննող լրագրողների ասոցիացիայի կողմից հրատարակվող «Hetq» հետաքննական շաբաթաթերթը փակվեց ֆինանսական դժվարությունների պատճառով: Իր գոյության վերջին ամիսներին շաբաթաթերթը կարողացել է իրացնել միայն 800-ական օրինակ յուրաքանչյուր տպաքանակից: Մինևույն ժամանակ պարբերականի օնլայն տարբերակի՝ «Hetq.am»-ի ընթերցողների թիվը կրկնապատկվել է՝ հասնելով օրական

120 «Կազմակերպված հանցագործության ու կաշառակերության մասին ահազանգելու ծրագրի» (ԿՀԿՄԱՕ) կայքը, տես՝ <http://www.reportingproject.net> (ղիտվել է 5.09.2012թ.):

121 Հարցազրույց հետաքննող լրագրողների ասոցիացիայի նախագահ, «Hetq.am»-ի գլխավոր խմբագիր Էդիկ Բադդասարյանի հետ, Երևան, 4.09.2012թ.:

122 Հարցազրույց հետաքննող լրագրողների ասոցիացիայի նախագահ, «Hetq.am»-ի գլխավոր խմբագիր Էդիկ Բադդասարյանի հետ, Երևան, 4.09.2012թ.:

123 Հարցազրույց հետաքննող լրագրողների ասոցիացիայի նախագահ, «Hetq.am»-ի գլխավոր խմբագիր Էդիկ Բադդասարյանի հետ, Երևան, 4.09.2012թ.:

12,000-ի: Պրն Բաղդասարյանը կարծում է, որ դա պայմանավորված է հիմնականում նրանով, որ տպագրվող նյութերն այդքան համապարփակ չէին և դրանցում չէին օգտագործված այն լուսանկարները, տեսագրությունները և ձայնագրությունները, որոնք առկա էին օնլայն տարբերակում: «Վստահ եմ, որ մեր կայքը մուլտիմեդիային հարթակի վերածելով, մենք կկարողանանք է՛լ ավելի մեծացնել «Hetq.am»-ի ընթերցարանը», նշեց պրն Բաղդասարյանը:

Թվային տեխնոլոգիաների զարգացումը հեշտացրել է լրագրողների, և մասնավորապես՝ հետաքննող լրագրողների, գործը՝ հնարավորություն տալով ավելի արագ տեղեկություններ հավաքել երկրի մասին և համեմատել այդ տեղեկությունները այլ երկրների տվյալների հետ: Հայաստանում մի շարք պետական ու մասնավոր կայքեր, ինչպես օրինակ՝ ազգային վիճակագրական ծառայության կայքը, պարունակում են կարևոր տվյալներ, որոնք կարող են օգտագործվել հետաքննություններում: Մեկ այլ կայք՝ «Taxinfo.am»-ը, պարբերաբար տվյալներ է հրապարակում Հայաստանի ամենամեծ հարկատուների մասին:¹²⁴

Այդուհանդերձ, պետական մարմինների կայքերը հաճախ խույս են տալիս հրապարակելուց այն տվյալները, որոնք կարող են օգտագործվել հետաքննող լրագրողների հոդվածներում:¹²⁵ Պրն Բաղդասարյանի խոսքերով, նախարարությունների և պետական մարմինների ծախսերի մասին տվյալները հաճախ անհասանելի են լինում: Երբեմն դժվար է լինում ինֆորմացիա ստանալ նաև բաց դատավարությունների ընթացքի մասին:

4.2.2 Վտանգները

Հետաքննական լրագրությունը միշտ էլ եղել է ռիսկային մասնագիտություն, իսկ հետաքննող լրագրողները Հայաստանում ենթարկվել են հարձակումների ու ճնշումների: Թվային տեխնոլոգիաների համատարած օգտագործումը ստեղծել է նոր ռիսկեր. սկսած 2008 թվականից «Hetq.am» կայքը երեք անգամ ենթարկվել է կիբերհարձակումների, իսկ հետաքննող լրագրողների ասոցիացիան երեք անգամ ստիպված է եղել անվտանգության նկատառումներով փոխել իր սերվերի տեղը:¹²⁶

4.2.3 Նոր պլատֆորմներ

Ընդհանուր առմամբ հայկական բլոգերներն էական ներդրում չեն ունենում լրագրողական հետաքննություններում: Բացառություն է կազմում ԱՄՆ-ում բնակվող և Հայաստանում մարդու իրավունքների պաշտպանության հարցերով ակտիվիստ և բլոգեր Արա Մանուկյանը, ով իր բլոգում նյութեր է հրապարակում կարևոր սոցիալական հարցերի, օրինակ՝ կանանց ու երեխաների իրավունքների մասին, ինչպես նաև թրաֆիքինգի և կաշառակերության

124 Հարցազրույց նոր լրատվամիջոցների փորձագետ, լրագրող Գեղամ Վարդանյանի հետ, Երևան, 8.10.2010թ.:

125 Հարցազրույց հետաքննող լրագրողների ասոցիացիայի նախագահ, «Hetq.am»-ի գլխավոր խմբագիր Էդիկ Բաղդասարյանի հետ, Երևան, 4.09.2012թ.:

126 Հարցազրույց հետաքննող լրագրողների ասոցիացիայի նախագահ, «Hetq.am»-ի գլխավոր խմբագիր Էդիկ Բաղդասարյանի հետ, Երևան, 21.07.2011թ.:

վերաբերյալ սեփական հետաքննությունների արդյունքում կատարված բացահայտումները: Վերջինները հրապարակելու համար նա օգտագործում է տարբեր պլատֆորմներ, այդ թվում՝ «YouTube»-ը, սոցիալական ցանցերը, բլոգերը և լրատվամիջոցները:¹²⁷

Հայաստանում բնակվող Մեծ Բրիտանիայի քաղաքացի և Համաշխարհային բանկի նախկին աշխատակից Բրյուս Թասքերը որոշ աշխատանքներ է կատարել հետաքննական լրագրության ոլորտում: Նա բացել է մի բլոգ, որն անվանել է «Իրազեկելով Համաշխարհային բանկին», սակայն նրա հրապարակումները հիմնականում սուբյեկտիվ են:¹²⁸

Ժամանակ առ ժամանակ «YouTube»-ում հայտնվում են անհատ քաղաքացիների կողմից նկարահանված և կայքում տեղադրված տեսանյութեր, որոնք բացահայտում են կասկածելի վարքագծի դեպքեր: 2010 թվականի սեպտեմբերին «YouTube»-ում տեղադրվել էր «Բանակի իրական դեմքը» վերնագրով մի տեսանյութ, որը վերաբերում էր հայոց բանակում զինձառայողների ստորացման և խոշտանգումների դեպքերին: Իշխանությունները, որոնք սկզբում պնդում էին, որ տեսանյութը կեղծ է և չի համապատասխանում իրականությանը, հետագայում հիշյալ հրապարակմամբ բարձրացված հանրային բողոքի ալիքի ճնշման տակ ստիպված էին պաշտոնական հետաքննություն սկսել գործի առիթով:¹²⁹

4.2.4 Տարածումը և ազդեցությունը

Օնլայն լրատվամիջոցները և նոր տեխնոլոգիաները ավելի մեծ ազատություն են տալիս հետաքննական բնույթի նյութերի հրապարակման գործում: Լավագույն հետաքննական նյութերը Հայաստանում ներկայացված են «Hetq.am», «ArmeniaNow.com» և «Azatutyun.am» կայքերում: Առաջին երկուսը հիմնադրվել են ՀԿ-ների կողմից, իսկ վերջինը՝ «Ազատ Եվրոպա/Ազատություն» ռադիոկայանի հայաստանյան ծառայության կայքն է: Նշված կայքերից «Hetq.am»-ը եղել և մնում է հետաքննական նյութերի տարածման առաջատարը:

«Թվայնացման հետ զուգահեռ ավելանում է հանրային կարծիքի վրա հետաքննական նյութերի ազդեցության ուժը, քանի որ թվայնացումը հնարավորություն է տալիս հեշտությամբ հրապարակելու ձայնագրություններ, տեսանյութեր և լուսանկարներ, որոնց պետական մարմիններն արձագանքում են բավականին արագ, այնինչ տպագիր մամուլում հրապարակված նյութերին արձագանքը միշտ չէ որ նույնն է լինում», նշում է «Hetq.am»-ի գլխավոր խմբագիր Էդիկ Բաղդասարյանը:¹³⁰ Բացի այդ, հիմա հնարավոր է տարածել նյութերը միջազգային ցանցերի միջոցով և մեծացնել ընթերցարանը:

127 Տե՛ս՝ <http://www.aramanoogian.blogspot.co.uk> կայքը (ղիտվել է 13.07.2013թ.):

128 Տե՛ս՝ <http://better-not-wb-the-wb.blogspot.com> կայքը (ղիտվել է 13.07.2013թ.):

129 «Հայոց բանակը ցնցված է խոշտանգումների մասին տեսանյութով», «France 24», տե՛ս՝ <http://observers.france24.com/content/20100924-armenian-army-rocked-video-abuse-scandal> (ղիտվել է 13.06.2013թ.):

130 Հարցազրույց հետաքննող լրագրողների ասոցիացիայի նախագահ, «Hetq.am»-ի գլխավոր խմբագիր Էդիկ Բաղդասարյանի հետ, Երևան, 4.09.2012թ.:

Այդուհանդերձ, չնայած տեղեկատվության տարածման նոր պլատֆորմներին, հետաքննական նյութերի ընթերցարանը մնում է փոքր: Պրն Բաղդասարյանի կարծիքով, այս երևույթն արտապատկերում է իրավիճակը ամբողջ աշխարհում, այն է՝ հետաքննական նյութեր ընթերցողների թիվն էապես ավելի փոքր է, քան ընդհանուր բնույթի ամենօրյա նորություններ ընթերցողներինը: Պատճառը հավանաբար նրանում է, որ «լուրջ հետաքննական նյութի ընթերցանությունը կարելի է համեմատել մտավոր աշխատանքի հետ, ... որը պետք է կատարել սոցիալապես ակտիվ մնալու համար»:¹³¹

4.3 Սոցիալական և մշակութային բազմազանություն

4.3.1 Զգայուն հարցեր

Սեռական և կրոնական փոքրամասնությունների հետ կապված հարցերը ամենից քիչ հարույց թեմաներն են հայկական ԶԼՄ-ներում, որոնց օբյեկտիվ քննարկմանը հաճախ խանգարում է խտրական և ոչ պրոֆեսիոնալ լրագրությունը: Փոքրամասնությունների մասին գրելիս, որոշ լրագրողներ պիտակում են նրանց որպես «սպառնալիք ազգային անվտանգությանը», իսկ երևույթը՝ որպես «հոգեկան խանգարում» կամ «շեղում ընդունված ստանդարտներից»: Փոքրամասնությունները հաճախ ասոցացվում են «եվրոպականացման» հետ, ինչը ներկայացվում է որպես հայկական ավանդական արժեքների հետ անհամատեղելի երևույթ:

Բոլոր կրոնական փոքրամասնությունները դիտվում են որպես աղանդներ, իսկ կրոնական պատկանելությունը հաճախ նշվում է ոստիկանության արձանագրություններում:

Վերջերս տեղի ունեցած երկու իրադարձություն առավել ակնառու են բնութագրում իրավիճակը կապված համասեռամոլների, բիսեքսուալների և տրանսգենդերների (ՀՖՏ) հետ: Հայ ազգայնականների դեկավարը սպառնացել է հրապարակել այն պետական պաշտոնյաների ցուցակը, որոնք ունեն ոչ-ավանդական սեռական կողմնորոշում, և որևէ ԶԼՄ չի քննադատել այդ հայտարարությունը: Ցուցակն այդպես էլ չի հրապարակվել: Մեկ այլ դեպքում, Երևանի կենտրոնում 2012 թվականին հրկիզվել է ՀՖՏ համայնքի «DIY» ակումբը,¹³² և որևէ քաղաքական կառույց չի քննադատել այդ երևույթը:

Հայաստանի հելսինկյան հանձնաժողովի նախագահ Ավետիք Իշխանյանը կարծում է, որ սեռական փոքրամասնությունների նկատմամբ բացասական և ծաղրական վերաբերմունքը «... հաճախ գալիս է պետական և քաղաքական գործիչներից, ու այնուհետև տարածվում

131 Հարցազրույց հետաքննող լրագրողների ասոցիացիայի նախագահ, «Hetq.am»-ի գլխավոր խմբագիր Էդիկ Բաղդասարյանի հետ, Երևան, 4.09.2012թ.:

132 «DIY» ակումբի դեպքը տեղի է ունեցել 2012թ. մայիսի 8-ին, ժամը 05.05: Մի քանի երիտասարդ կոտրել են պատուհանի ապակին և «Մոլոտովի կոկտեյլով» շիշ նետել ներս՝ հրկիզելով ակումբը: Պայթյուն տեղի չի ունեցել, իսկ ակումբը գրեթե ամբողջովին այրվել է: Հաջորդ օրը ոստիկանությունը կալանավորել է երկու երիտասարդ կասկածյալների: Գարժ ժամանակում նրանք ազատ են արձակվել գրավի դիմաց, որը վճարվել է ՀՅԴ կուսակցության երկու բարձրաստիճան ներկայացուցիչների կողմից:

ԶԼՄ-ների միջոցով ու հասնում հանրությանը: Այստեղ կարծրատիպերը ձևավորվում են քրիստոնեական ավանդությունների և սովետական անցյալի ազդեցության տակ, երբ համասեռական հարաբերությունները քրեորեն հետապնդվում էին ...»:¹³³ Պրն Իշխանյանը կարծում է, որ չնայած իրավիճակը մի փոքր փոխվել է վերջին տարիներում (ստեղծվել են սեռական փոքրամասնությունների կազմակերպություններ, ինչն անհնար էր նույնիսկ պատկերացնել ընդամենը 10 տարի առաջ), կառավարության կողմից ոչինչ չի արվում այդ փոքրամասնությունների նկատմամբ հանդուրժողականության մթնոլորտ ստեղծելու համար: «Վերցնենք, ասենք, «DIY» ակումբի դեպքը. երևույթը չի դատապարտվել որևէ քաղաքական ուժի կողմից ... Իհարկե, սոցիալական ցանցերում և հեռուստատեսությամբ այս դեպքի բաց քննարկումները, որոնց մասնակցել է նաև ակումբի տերը, կարող են գնահատվել որպես առաջխաղացում, հասարակությունում տեղի ունեցող փոփոխությունների որոշ վկայություն», նշեց պրն Իշխանյանը:¹³⁴

Այլզգայուն հարցերից են փախստականների (ԼՂՀ հակամարտության պատճառով տեղահանված անձանց), գենդերի, հաշմանդամության և մի շարք ազգային փոքրամասնությունների (եզդիների ու քրդերի) հետ կապված հարցերը: Այդ խմբերի մասին խոսելիս հաճախ օգտագործվում են կարծրատիպեր: Օրինակ, պաշտոնյայի մասին խոսելիս լրագրողը կարող է նշել, որ նա կին է և անվանել նրան «Էմոցիոնալ», կամ ասենք, եզդիների մասին ռեպորտաժ նկարահանելիս սկսել տեսանյութը ոչխարների հոտի պատկերով:

4.3.2 Զգայուն հարցերի լուսաբանումը

«Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի 26-րդ հոդվածի 5-րդ պարբերության համաձայն Հայաստանի հանրային հեռուստառադիոընկերությունը պարտավոր է «Եթերային ժամանակ տրամադրել Հայաստանի Հանրապետության ազգային փոքրամասնությունների լեզուներով հատուկ ծրագրերի և հաղորդումների հեռարձակման համար»:¹³⁵ «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի 22-րդ հոդվածով արգելվում է հեռուստառադիոհաղորդումների օգտագործումը ազգային, ռասայական և կրոնական թշնամանք կամ երկպառակություններ սերմանելու նպատակով:¹³⁶

ՀԲՏ համայնքի լուսաբանումը հիմնականում կրում է բացասական բնույթ: Ըստ էության, փոքրամասնությունները որպես կանոն անտեսվում են ավանդական ԶԼՄ-ների կողմից: 2004–2006 թթ. ժամանակահատվածում Լոնդոնի «Լրատվամիջոցների բազմազանության ինստիտուտի» (MDI) կողմից իրականացված մի շարք իրար հաջորդող հետազոտություններ ցույց տվեցին, որ հայկական լրատվամիջոցները հիմնականում խուսափում են փոքրամասնությունների

133 Հարցազրույց Հայաստանի հեղինակյան հանձնաժողովի նախագահ Ավետիք Իշխանյանի հետ, Երևան, 11.09. 2012թ.:

134 Հարցազրույց Հայաստանի հեղինակյան հանձնաժողովի նախագահ Ավետիք Իշխանյանի հետ, Երևան, 11.09. 2012թ.:

135 «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի 26-րդ հոդված, տե՛ս՝ <http://parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=3853&lang=arm> (ղիտվել է 12.09.2012թ.):

136 «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի 26-րդ հոդված, տե՛ս՝ <http://parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=3853&lang=arm> (ղիտվել է 12.09.2012թ.):

առնչվող հարցերի լուսաբանումից. 2004-2005թթ. ժամանակահատվածում ուսումնասիրվող 5 լրագրերի և 5 հանրապետական հեռուստաալիքների թողարկած նորությունների ընդհանուր ծավալի միայն 3.4 տոկոսն էր վերաբերում փոքրամասնությունների, այդ թվում՝ կանանց, հաշմանդամների և ազգային, սեռական ու կրոնական փոքրամասնությունների հետ կապված հարցերին: 2005–2006թթ. ժամանակահատվածում այդ ցուցանիշն իջավ մինչև 2.5 տոկոս: Չհաշված հատուկենտ բացառությունները, այս միտումը շարունակվում է նաև այսօր:¹³⁷ Լրագրողները խոսում են փոքրամասնությունների մասին միայն այն դեպքերում, երբ ինչ-որ հատուկ առիթ է լինում (օրինակ՝ հաշմանդամների միջազգային օրը կամ ազգային փոքրամասնություններին նվիրված սեմինարի կապակցությամբ և այլն): Առանց նման առիթի հազվադեպ է որևէ ռեպորտաժ պատրաստվում վերոհիշյալ թեմաներով: Արդյունքում, սոցիալական և մշակութային բազմազանության հետ կապված հարցերի լուսաբանումն ու վերլուծությունը մակերեսային է և ոչ ամբողջական:¹³⁸

Որոշ օնլայն լրատվամիջոցներ և բլոգեր վերջերս փոխել են իրենց վերաբերմունքը փոքրամասնությունների հետ կապված նորությունների լուսաբանման: «ArmeniaNow.com»-ը և «Hetq.am»-ը շատ կարևոր դեր են խաղում այս հարում և ունեն ամենահարուստ փորձը տվյալ ոլորտում:

4.3.3 Ինքնարտահայտման հնարավորությունը

Վերջին տարիներում ի հայտ են եկել փոքրամասնությունների (հիմնականում՝ սեռական) հետ կապված հարցերով զբաղվող մի շարք անհատական և կոլեկտիվ բլոգեր: Օրինակ, «Unzipped Gay Armenia», «Dorian's» և «Pink Armenia»-ի տիպի բլոգերը կայուն դիրքեր են զբաղեցնում հայկական բլոգոսֆերայում և ժամանակ առ ժամանակ մեջբերվում ավանդական ՋԼՄ-ների կողմից:

Սկսած 2010 թվականից, և շատ բանով շնորհիվ մամուլի աջակցության «Ինտերնյուս» ՀԳ-ի և «Պատերազմի ու խաղաղության լուսաբանման ինստիտուտի» (IWPR) նման տեղական ու միջազգային կազմակերպությունների ջանքերի բլոգեր են ստեղծվել նաև ազգային փոքրամասնությունների, այդ թվում՝ Հայաստանի եզդիական, հունական, լեհական և ուկրաինական համայնքների, փախստականների և տեղահանված անձանց համար: Այդուհանդերձ, այդ բլոգերը դեռ գտնվում են սաղմնային վիճակում և դեռ շուտ է գնահատել դրանց ազդեցությունը:

137 «Լրատվամիջոցների բազմազանության ինստիտուտ», «Անդրկովկասում փոքրամասնություններին վերաբերող հարցերի լուսաբանումը ՋԼՄ-ների կողմից 2004–2006թթ.», ապրիլ 2006թ., տես՝ <http://www.slideshare.net/angryroot/mdi-media-cover-age-of-minority-groups-in-the-south-caucasus-2004-200620042006> (ղիտվել է 13.06.2013թ.):

138 Հարցազրույց «Լրատվամիջոցների բազմազանության ինստիտուտ» ՀԳ-ի խորհրդի նախագահ Ելենա Պոդոբեկյանի հետ, Երևան, 10.10.2010թ.:

4.4 Քաղաքական բազմազանություն

4.4.1 Ընտրությունների և քաղաքական հարցերի լուսաբանումը

Ընտրությունների լուսաբանումը կարգավորող օրենսդրությունում փոփոխություններ ու լրացումներ չեն կատարվել՝ կապված թվայնացման գործընթացի հետ: «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքը պարունակում է «Հանրային հեռուստառադիոընկերության» կողմից քաղաքական հարցերի լուսաբանումը կարգավորող դրույթներ: Օրենքով պահանջվում է անաչառություն և սահմանափակվում է «թեկնածուի» կամ «քարոզարշավային ծրագրի» համար հատկացվող եթերային ժամանակը:¹³⁹ Սակայն այս դրույթներն արդեն իսկ կային մինչև 2010 թվականի հունիսի 10-ի փոփոխություններն ու լրացումները և առնչություն չունեն թվայնացման հետ:

Ընտրական նոր օրենսգրքում և 2011 թվականին ընդունված «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքում կան հանրաքվեների ու ընտրությունների լուսաբանումը կարգավորող մի շարք հատուկ դրույթներ: Դրանց թվին է պատկանում հեռարձակողներին ներկայացվող այն պահանջը, ըստ որի նրանք «պարտավոր են հավասար պայմաններ ապահովել թեկնածուների եւ Ազգային ժողովի ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների, կուսակցությունների դաշինքների համար»:¹⁴⁰ Այս դրույթները նույնպես կապ չունեն թվայնացման հետ և կիրառելի են միայն սովորական հեռարձակողների նկատմամբ:

Ըստ էության, նույն պահանջները կան նաև ՀՀ Ընտրական օրենսգրքում, որով սահմանվում են եթերային հեռարձակում իրականացնող հեռուստատեսային և ռադիո ընկերությունների գործունեությունը կարգավորող դրույթներ:¹⁴¹ Օրենսգրքով սահմանվում է նաև, որ Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովը ապահովում է նշված դրույթների կատարումը:

Ընտրական օրենսգրքում կա տպագիր մամուլի գործունեությունը կարգավորող այսպիսի մի դրույթ. «Պետական կամ տեղական ինքնակառավարման մարմինների հիմնադրած թերթերը և ամսագրերը նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում պարտավոր են թեկնածուների, համամասնական ընտրակարգով ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների, կուսակցությունների դաշինքների համար ապահովել ոչ-խտրական և անկողմնակալ պայմաններ»:¹⁴²

139 «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի 26-րդ հոդված, տես՝ <http://parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=3853&lang=arm> (ղիտվել է 12.09.2012թ.):

140 «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի 10-րդ հոդված, տես՝ <http://parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=3853&lang=arm> (ղիտվել է 12.09.2012թ.):

141 ՀՀ Ընտրական օրենսգրք, հոդված 19, տես՝ <http://parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=4216&lang=arm> (ղիտվել է 12.09.2012թ.):

142 ՀՀ Ընտրական օրենսգրք, հոդված 19, տես՝ <http://parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=4216&lang=arm> (ղիտվել է 12.09.2012թ.):

Մասնավոր տպագիր մամուլին վերաբերող օրենսդրական պահանջներ չկան:

4.4.2 Քաղաքական բնույթի թվային հաղորդակցություններ

Մեծառաջընթաց երայն, որ 2012 թվականին ինտերնետը դարձավ քաղաքական և սոցիալական փոփոխությունների միջոց: 2012 թվականի մայիսի ԱԺ ընտրությունների ժամանակ քաղաքացիներին ընտրական ընթացակարգերին ծանոթացնելու, հնարավոր խախտումների մասին ահազանգելու հնարավորություն տալու և համայնքներում կազմակերպվող միջոցառումների մասին տեղեկացնելու նպատակով բացվեց ընտրությունների մոնիթորինգի երկու կայք՝ «Irazek.am»-ը և «Iditord.org»-ը: «Irazek.am»-ը շահագործվում էր «Լրագրողները հանուն ապագայի» ՀԿ-ի կողմից՝ ԵԱՀԿ-ի և ՀՀ-ում ԱՄՆ դեսպանատան ֆինանսավորմամբ: «Iditord.org»-ը հիմնադրվել է «Transparency International»-ի հակակոռուպցիոն կենտրոնի և Հայաստանում «Լրատվամիջոցների բազմազանության ինստիտուտ» ՀԿ-ի կողմից՝ Հայաստանի բաց հասարակության հիմնադրամի և ԱՄՆ միջազգային զարգացման գործակալության և վերջինիս մի շարք գործընկերների՝ «Եվրասիա համագործակցություն հիմնադրամի», մամուլի աջակցության «Ինտերնյուս» ՀԿ-ի և «Քաունթերփարթ Ինթերնեշնլի» օժանդակությամբ:

«Irazek.am»-ը տեղեկություններ է տալիս թեկնածուների, ընտրական պրոցեսում քաղաքացու դերի, ընտրական օրենսդրության և ընտրատեղամասերի տեղաբաշխման մասին: Այն ունի նաև դիտորդների համար նախատեսված ինտերակտիվ հաղորդագրությունների դաշտ, որի վրա ստացվել է 171 հաղորդագրություն նախընտրական ժամանակահատվածում և ընտրությունների օրը: «Iditord.org»-ն ընտրությունների մոնիթորինգի ավելի ինտերակտիվ կայք է, որն ամեն քաղաքացու հնարավորություն է տալիս դիտորդ լինել: Կայքը թույլ է տալիս այցելուներին կապվել իր հետ հեռախոսազանգի, տեքստային և կարճ հաղորդագրությունների միջոցով՝ ընտրությունների ընթացքում հայտնաբերված խնդիրների մասին ահազանգելու համար: Նման «մատչելիության» արդյունքը եղավ այն, որ կայքն ստացավ ավելի քան 1,100 ահազանգ, որոնք անմիջապես պատկերվում էին ինտերակտիվ քարտեզի վրա: Այցելուները նշում էին, թե որտեղ են հայտնաբերել խախտումները, իսկ երբեմն իրենց դիտարկումները հաստատելու համար ներբեռնում էին լուսանկարներ: ԵԱՀԿ խորհրդարանական վեհաժողովի հաշվետվության համաձայն, կայքը նպաստեց նրան, որ ընտրությունների ընթացքն ավելի թափանցիկ լինի: Երկու կայքերը լրացնում էին միմյանց՝ փոխանակելով տեղեկություններ և հաղորդագրություններ, և օգտագործելով տեխնոլոգիական հնարավորությունները հայաստանցիներին նոր տեսակի քաղաքացիական ակտիվության մեջ ներգրավելու համար:¹⁴³

Հայ քաղաքական գործիչները, պատգամավորները, պետական պաշտոնյաները և նույնիսկ որոշ դեսպաններ և դեսպանատներ վերջին մի քանի տարիների ընթացքում փորձել

143 ԵԱՀԿ խորհրդարանական վեհաժողով, «Սոցիալական առանցք: ԵԱՀԿ խորհրդարանական վեհաժողովի կողմից ուսումնասիրված դեպքերի ժողովածու», տես՝ <http://www.beogradu.gov.rs/userfiles/files/OSTALO/socialscape2206final.pdf> (դիտվել է 12.09. 2012թ.):

են ապահովել իրենց ներկայությունը բլոգերում և սոցիալական ցանցերում: Մի շարք բարձրաստիճան պաշտոնյաներ, այդ թվում՝ Նախագահ Սարգսյանը (ով ընտրվել էր երկրորդ անգամ 2013թ-ի փետրվարի նախագահական ընտրություններում), վարչապետ Սարգսյանը, ԱԺ խոսնակ Հովիկ Արրահամյանը և կրթության ու գիտության նախարար Արմեն Աշոտյանը, ունեն բլոգեր և (կամ) ֆեյսբուքյան էջեր:

«Բարգավաճ Հայաստան» կուսակցությունը, որը մտնում է իշխող կոալիցիայի կազմի մեջ, և Լևոն Տեր-Պետրոսյանի առաջնորդած ընդդիմադիր շարժումը (որը վերածվեց «Հայ ազգային կոնգրեսի») այն քաղաքական ուժերն են, որոնք բոլորից արդյունավետ են օգտագործել ինտերնետը քաղաքական նպատակներով: Մասնավորապես, «Բարգավաճ Հայաստան» կուսակցությունն օգտագործում է ինտերնետը ուսանողների և երիտասարդության մոտ իր հեղինակությունը բարձրացնելու համար, իսկ «Հայ ազգային կոնգրեսը»՝ առանձին կազմակերպչական հարցեր լուծելու համար, օրինակ՝ ինտերնետի միջոցով իր ակտիվիստների գործողությունները համակարգելու և հանրահավաքների ու քաղաքական ակցիաների մասին տեղեկություններ տարածելու համար: Այստեղ կարելի է նշել ընդդիմության, իսկ ավելի կոնկրետ՝ Լևոն Տեր-Պետրոսյանի համակիրների կողմից 2008 թվականի մարտի 21-ին կազմակերպված «բողոքի լուռ ակցիան»:

2010 և 2011 թվականներին եղան դեպքեր, երբ նոր լրատվամիջոցներով տարածված քաղաքական հայտարարությունները լայն ռեզոնանս ունեցան հասարակությունում: Որպես օրինակ կարելի է նշել Սուրեն Սուրենյանցի բլոգում տեղադրված գրառումը պաշտպանության նախարար Սեյրան Օհանյանի հետ հանդիպման մասին կամ իր ֆեյսբուքյան էջում Կարապետ Ռուբինյանի գրառումն այն մասին, որ նա հեռանում է ՀՀԾ-ից:¹⁴⁴ Երկու դեպքն էլ հայտնի դարձան իրենց սենսացիոն բնույթի պատճառով: Առաջին դեպքում, Սուրեն Սուրենյանցը, որը նախկինում ընդդիմադիր քաղաքական գործիչ էր, իսկ այնուհետև՝ քաղաքական վերլուծաբան, օգտագործեց իր անձնական բլոգը ՀՀ պաշտպանության նախարարի հետ ունեցած գաղտնի խոսակցության բովանդակությունը հրապարակելու համար: Երկրորդ դեպքում, ԱԺ նախկին փոխխոսնակ և ընդդիմադիր շարժման հայտնի դեմքերից մեկը համարվող Կարապետ Ռուբինյանը իր ֆեյսբուքյան էջում հրապարակեց մի բաց նամակ, որում հայտարարեց, որ ՀՀԾ վերջին կոնգրեսի ժամանակ տեղի ունեցած վարչության խորհրդի ընտրությունները կեղծվել են, ինչի պատճառով նա որոշում է ընդունել հեռանալ կուսակցությունից:

ՀՀ արտաքին գործերի նախարարությունն օգտագործում է «YouTube»-ի իր հասցեն՝ ԱԳՆ-ի պաշտոնական հայտարարությունները և նախարարի տված հարցազրույցների տեսանյութերը տարածելու համար: ԱԳՆ մամուլի քարտուղարն օգտագործում է «Twitter»-ի իր հասցեն նմանատիպ նպատակներով:

144 «Կարապետ Ռուբինյանը հեռանում է ՀՀԾ-ից», «Lragir.am», 19 հուլիսի 2010թ., տես՝ <http://www.lragir.am/armsrc/country37011.html> (հայերեն) (ղիտվել է 14.09.2012թ.):

2012 թվականի մայիսի 6-ի խորհրդարանական ընտրությունների նախօրեին տարածաշրջանային հետազոտությունների կենտրոնն իրականացրեց «Facebook»-ի հայաստանյան սեզմենտի մոնիթորինգ՝ կայքը որպես ընտրարշավային ռեսուրս օգտագործելու միտումները պարզելու և «Facebook» օգտագործողների հետաքրքրվածությունը քաղաքականությամբ գնահատելու համար:¹⁴⁵ Ուսումնասիրության արդյունքների համաձայն, նշված ընտրություններին մասնակցող բոլոր 10 քաղաքական ուժերը ներկայացված էին «Facebook»-ում, որը նրանց կողմից դիտվում էր որպես ընտրողների հետ հաղորդակցվելու կարևոր պլատֆորմ: Նույնիսկ այնպիսի մեծ կուսակցություններ, ինչպես ՀՀԿ-ն և ԲՀԿ-ն, որոնք «Օրինաց երկիր» կուսակցության հետ միասին կազմել էին «իշխանամետ կոալիցիան» և որոնց ղեկավարները գրեթե «չէին իջնում հեռուստաէկրաններից», գտան, որ նպատակահարմար կլինի ընտրարշավ իրականացնել նաև «Facebook»-ի էջերում: Սա մի աննախադեպ երևույթ էր Հայաստանի համար: Տկն Բաղդասարյանի խոսքերով, վերջին խորհրդարանական ընտրությունները դարձան «նորմատիվային» նախընտրական պայքարում «Facebook»-ի օգտագործման տեսանկյունից:¹⁴⁶

Հայաստանում «Facebook» օգտագործողների թվի կտրուկ աճը համընկավ նախընտրական շրջանի հետ: 2012 թվականի հունվարին հանրապետությունում կար 193,000 գրանցված օգտագործող, իսկ ընդամենը երկու ամիս անց նրանց թիվն ավելացավ 100,000-ով: Հունիսի վերջերին օգտագործողների թիվը կազմում էր արդեն 304,460, իսկ նույն տարվա հուլիսի կեսերին «Facebook»-ի հայաստանյան սեզմենտն ուներ 311,280 օգտագործող:¹⁴⁷

Ինչպես ցույց են տալիս մոնիթորինգի արդյունքները, մի շարք կուսակցություններ, մասնավորապես՝ Հայաստանի կոմունիստական կուսակցությունը, Հայաստանի դեմոկրատական կուսակցությունը, «Միավորված հայեր» կուսակցությունը, «Օրինաց երկիր» կուսակցությունը, ՀՅԴ-ն և այդ կուսակցությունների անդամները իրենց կայքէջերում գրառումներ էին կատարում ընտրողների հետ ունեցած հանդիպումների մասին: Պետք է նշել, այդուհանդերձ, որ այդ կուսակցություններն օնլայն ակտիվություն են ցուցաբերում միայն նախընտրական շրջանում. ընտրություններից հետո գրառումների թարմացման հաճախականությունը խիստ նվազում է:

Կան նաև որոշ բացառություններ: Օրինակ, իշխող Հանրապետական կուսակցության անդամ Արմեն Աշոտյանը, ԲՀԿ անդամ Վարդան Օսկանյանը և ընդդիմադիր «Ժառանգություն» կուսակցության անդամ Ստեփան Սաֆարյանը, ինչպես նաև (վերը նշված) անկախ թեկնածու Կարապետ Ռուբինյանը բարյացակամորեն մասնակցում են ինտերակտիվ

145 Տարածաշրջանային հետազոտությունների կենտրոնի հաշվետվությունը. «Facebook»-ը որպես նախընտրական ռեսուրս Հայաստանում, տես՝ <http://regioncenter.info/en/projects/5.html> (դիտվել է 14.09.2012թ.) (այսուհետ՝ Տարածաշրջանային հետազոտությունների կենտրոնի հաշվետվությունը. «Facebook»-ի մասին):

146 Հարցազրույց տարածաշրջանային հետազոտությունների կենտրոնի ղեկավար Լաուրա Բաղդասարյանի հետ, Երևան, 15 օգոստոսի 2012թ.:

147 Տարածաշրջանային հետազոտությունների կենտրոնի հաշվետվությունը. «Facebook»-ի մասին:

քննարկումներին: Դառնալով ԱԺ պատգամավոր՝ ընդդիմության մեկ այլ ներկայացուցիչ, նախկին վարչապետ և Հայ ազգային կոնգրեսի անդամ Հրանտ Բազրատյանը ակտիվացրեց իր հաղորդակցությունները «Facebook»-ում: Իր էջում նա ներկայացնում է այն օրինագծերի նկարագրությունը, որոնք նա պլանավորում է առաջ քաշել ԱԺ-ում իր նախաձեռնությամբ (ընդհանուր թվով 50 օրինագիծ) և առաջարկում է դրանց օնլայն քննարկում իր էջի այցելուներին: Քննարկման արդյունքներն այնուհետև ամփոփվում են պրն Բազրատյանի կողմից և ներկայացվում իր մեկնաբանություններում:¹⁴⁸

Ընդհանուր առմամբ, տկն Բաղդասարյանի գնահատականով, վերջին խորհրդարանական ընտրությունները Հայաստանում, ինչպես նաև հետընտրական շրջանը ավելի լավ և ամբողջական էին արտացոլված «Facebook»-ում, քան ավանդական ԶԼՄ-ներում:¹⁴⁹

4.5 Եզրակացություններ

Թվայնացումն ունեցել է հայկական լրագրության վրա ինչպես դրական, այնպես էլ բացասական ազդեցություն: Լրագրողներն օգտվում են թվային տեխնոլոգիաների տված հնարավորություններից և օգտագործում են ինտերնետը տվյալներ, թեմաներ ու զաղափարներ գտնելու և հավաքելու համար: Շատ լրագրողներ օգտագործում են բլոգերն ու սոցիալական ցանցերը իրենց նյութերը տարածելու և դրանց վերաբերյալ կարծիքներ ստանալու համար:

Թվայնացման բացասական հետևանքներից մեկը դա «ծույլ լրագրություն» կոչվող երևույթի ասպարեզ գալն էր: Ընկնելով արագության հետևից, լրագրողներն ուշադրություն չեն դարձնում տվյալների հավաստիությանը, ինչը բերում է չճշտված, իսկ երբեմն՝ նաև կեղծ տվյալներ պարունակող հրապարակումների քանակության ավելացմանը: Օնլայն լրատվամիջոցներում հայտնվող հրապարակումների մեծ մասը գալիս է նույն աղբյուրից, և հաճախ հրապարակվող նյութերում հղում չի կատարվում սկզբնաղբյուրին:

Մուլտիմեդիան և նոր պլատֆորմների ընդլայնումը դարձել են լրատվամիջոցների զարգացման հիմնական միտումը: Մրցունակ լինելու համար ԶԼՄ-ները պետք է դիվերսիֆիկացնեն իրենց պլատֆորմները, իսկ լրագրողները պետք է սովորեն օգտագործել թվային տեխնոլոգիաները և մուլտիմեդիայի հնարավորությունները:

Ինտերնետի ազդեցությունը քաղաքական շփումների վրա մեծանում է: Վերջին տարիներում քաղաքական կուսակցությունները և գործիչները ավելի ու ավելի մեծ ուշադրություն էին

148 Տարածաշրջանային հետազոտությունների կենտրոնի հաշվետվությունը. «Facebook»-ի մասին:

149 Հարցազրույց տարածաշրջանային հետազոտությունների կենտրոնի ղեկավար Լաուրա Բաղդասարյանի հետ, Երևան, 15 օգոստոսի 2012թ.:

դարձնում օնլայն ՁԼՄ-ների և սոցիալական ցանցերի միջոցով իրականացվող քարոզչությանը: 2012 թվականի խորհրդարանական ընտրությունները դարձան նախադեպային՝ քաղաքական հաղորդակցություններում «Facebook»-ի դինամիկ օգտագործման առումով:

Հայաստանում հետաքննական լրագրության լսարանը փոքր է ինչպես և հետաքննական լրագրողների բանակը: Այդուհանդերձ, թվայնացումն այս ոլորտում դրական ազդեցություն է ունեցել. հետաքննական նյութերի տարածումը մուլտիմեդիային պլատֆորմների միջոցով և դրանցում լուսանկարների, ձայնագրությունների և տեսանյութերի օգտագործումը ավելացրել է հետաքննական լրագրության հեղինակությունը և մեծացրել դրա լսարանը: Բացի դրանից, թվայնացումը թույլ է տալիս ավելի լավ օգտագործել հետաքննական լրագրության միջազգային ցանցերի ռեսուրսները:

Հասարակության մարզինալացված և զգայուն խավերը (փոքրամասնությունները) ավելի մեծ հնարավորություն են ստացել արտահայտվելու, սակայն հիմնական ՁԼՄ-ների շարունակում են անտեսել նրանց կամ ներկայացնել բացասական նրբերանգներով: Ամենից անբարենպաստ շարունակում է մնալ ՀԲՏ համայնքի կարգավիճակը, որին բացասաբար են վերաբերվում ոչ միայն ՁԼՄ-ները, այլ նաև քաղաքական ուժերը և վերնախավը:

5. Թվային մեդիան և տեխնոլոգիաները

5.1 Հեռարձակման հաճախականային տիրույթ

5.1.1 Տիրույթների հատկացման քաղաքականությունը

2010 թվականի հունիսին ընդունվել է նոր օրենք, որով սահմանվում են հեռարձակման ոլորտում կարգավորող մարմնի լիազորությունները և հաճախականային տիրույթների հատկացման կարգը: Անհրաժեշտ էր գործող օրենսդրական դաշտում կատարել փոփոխություններ ու լրացումներ, քանի որ օրակարգում կանգնած էր անալոգայինից թվային հեռարձակման անցնելու հարցը: 2010 թվականի օրենքի համաձայն, թվային հեռարձակման ցանցը, որը նախատեսվում է շահագործման հանձնել 2015 թվականի հուլիսին, հանդիսանալու է պետության սեփականությունը:¹⁵⁰ Կառավարության որոշմամբ հիմնադրվելու է ցանցը շահագործող կազմակերպություն և սահմանվելու են այդ կազմակերպության գործառնությունները: Մասնավոր թվային հեռարձակման ցանցերի ստեղծումը կթույլատրվի միայն 2015 թվականից հետո:¹⁵¹

Օրենքի համաձայն, մասնավոր հեռուստատեսային և ռադիո ընկերությունների կողմից եթերային հեռարձակում իրականացնելու համար իրավական հիմք կարող է հանդիսանալ միայն լիցենզիան: ՀՌԱՀ-ը լիցենզավորում է նաև կաբելային ցանցերի միջոցով հեռարձակումը, սակայն այս դեպքում մրցույթ չի իրականացվում. հանձնաժողովը պարզապես ուսումնասիրում է հայտում ներկայացված փաստաթղթերը և դրանց հիման վրա շնորհում լիցենզիան: Հեռուստա- և ռադիո- հաղորդումների հեռարձակման համար

150 2013թ. հունիսի 14-ին, «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքում կատարված փոփոխությունների համաձայն, հեռուստաալիքների համար թվային հեռարձակման անցնելու վերջնաժամկետը, ինչպես նաև գործող անալոգային հեռարձակման լիցենզիաների գործողության ժամկետները երկարաձգվել են վեց ամսով՝ մինչև 1.07.2015թ., իսկ ռադիոալիքների համար թվային հեռարձակման անցնելու վերջնաժամկետը երկարաձգվել է 3 տարով՝ մինչև 20.07.2016թ.: Կառավարությունը հիմնավորել է նման փոփոխություններ կատարելու անհրաժեշտությունը «Էական տեխնիկական, նյութական և ֆինանսական դժվարություններով», որոնք ի հայտ են եկել հեռարձակման մի համակարգից մյուսին անցման պրոցեսում:

151 «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքը, 2010թ. հունիսի 10-ին, տես՝ <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=3853&lang=eng> (հայերեն) (դիտվել է 5.09.2012թ.):

տրված լիցենզիան չի կարող վաճառվել կամ փոխանցվել այլ անձի:¹⁵² Մնացած բոլոր այլ նպատակների համար հաճախականային տիրույթների օգտագործման լիցենզիաները տրվում են ՀՀ կապի և հեռահաղորդակցության նախարարության կողմից:

2010 թվականի օրենքի մեջ կատարվել են մի շարք փոփոխություններ հեռարձակման հաճախականությունների հատմացման նկատմամբ մոտեցումներում: Նախկինում, հանձնաժողովն իր որոշումը կայացնում էր հետևյալ չորս չափանիշների հիման վրա. սեփական արտադրության հաղորդումների գերակայությունը, հայրենական արտադրության հաղորդումների գերակայությունը, դիմողի տեխնիկական և ֆինանսական հնարավորությունները և աշխատակազմի մասնագիտական պատրաստվածությունը: Այժմ դրանց ավելացվել են ևս երկու չափանիշ. դիմողի բիզնես ծրագրի հիմնավորվածությունը և բազմակարծությունը խթանելու կարողությունը:

Հեռարձակման լիցենզիաների հատկացման նպատակով վերջին մրցույթն իրականացվել է 2010 թվականի դեկտեմբերին: Մրցույթին մասնակցել են մասնավոր հեռուստաընկերություններ՝ թվային հեռարձակման լիցենզիաներ ստանալու համար: Չնայած այն հանգամանքին, որ թվայնացումը թույլ է տալիս մեծացնել հեռարձակողների թիվը, Հայաստանում տեղի ունեցավ հակառակը՝ մրցույթից հետո հանրապետական և մայրաքաղաքային հեռուստակայանների թիվը նվազեց 22-ից 18-ի: Հայտարարված 18 «մրցույթներից» իրական մրցակցություն եղավ միայն երկուսում, քանի որ մնացած դեպքերում յուրաքանչյուր հաճախության համար ներկայացվել էր միայն մեկ հայտ: Մրցույթները խստորեն քննադատվել են Հայաստանում մեդիա ոլորտի և մարդու իրավունքների մի շարք տեղական ու միջազգային կազմակերպությունների կողմից:

2010 թվականի դեկտեմբերին Երևանի մամուլի ակումբն իրականացրեց հեռարձակման լիցենզիաների հատկացման մրցույթների ամբողջ ընթացքի ուսումնասիրություն: Ստացված արդյունքների համաձայն, ՀՌԱՀ-ի կողմից սահմանված մրցույթների իրականացման ընթացակարգը չապահովեց հայտերի անկողմնակալ գնահատում: Քննադատության արժանացան նաև գնահատման չափանիշները. «ներկայացված 29 հայտերից 27-ի դեպքում հանձնաժողովի անդամները տվել էին նույն գնահատականը: Սա նշանակում է, որ տարիների փորձ և բանիմաց կադրեր ունեցող ու գործնականում տեխնիկական և ֆինանսական խնդիրներ չունեցող հեռուստաընկերությունները ստացել էին նույն գնահատականը, ինչ նոր հիմնադրված և մտադրություններից բացի ոչինչ չունեցող հեռուստաընկերությունները»:¹⁵³

Եվրոպայի խորհրդի խորհրդարանական վեհաժողովի (ԵԽՎ) վերահսկիչ մարմինը 2011 թվականի ապրիլի 14-ին հրապարակված իր հաշվետվությունում նշել էր, որ 2010 թվականի

152 «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքը, 2010թ. հունիսի 10-ին, տեւ՝ <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=3853&lang=eng> (հայերեն) (ղիտվել է 5.09.2012թ.):

153 Երևանի մամուլի ակումբ, «Հեռարձակման լիցենզիայի համար մրցույթի արդյունքների փորձագիտական վերլուծություն»:

դեկտեմբերին «բազմակարծությանը վերաբերող չափանիշը բավարար չափով հաշվի չի առնվել լիցենզավորող մարմնի կողմից... Արդյունքում, մրցույթը չհանգեցրեց ոլորտում ավելի պլուրալիստական միջավայրի ձևավորմանը»¹⁵⁴

«Ա1+» անկախ հեռուստաընկերությունը, որը դուրս էր մղվել եթերից 2002 թվականին, կրկին չստացավ լիցենզիա 2010 թվականի դեկտեմբերին: Դա ընկերության 13-րդ հայտն էր լիցենզիա ստանալու համար: 2008 թվականին, Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանը (ՄԻԵԴ), ի պատասխան «Ա1+»-ի կողմից ներկայացված հայցադիմումի, վճռեց, որ ՀՌԱՀ-ի մերժումը գրավոր բացատրություն տալ «Ա1+»-ին շարունակաբար լիցենզիա չտրամադրելու իր որոշման համար հակասում է Կոնվենցիայի այն դրույթները, որոնք վերաբերում են արտահայտման ազատությանը: Իր վճռի հիման վրա ՄԻԵԴ-ը սահմանեց €30,000 (US\$ 42,900) տուգանք, որը ՀՀ կառավարությունը վճարեց «Ա1+»-ի հիմնադիր ընկերությանը՝ «Meltex»-ին: Այդուհանդերձ, անդրադառնալով 2010 թվականի դեկտեմբերին «Ա1+»-ի հայտը մերժելու մասին ՀՌԱՀ-ի որոշմանը, ԱՄՆ պետքարտուղարությունն իր «2010 թ., Մարդու իրավունքների մասին» հաշվետվությունում նշում է հետևյալը.

ՀՌԱՀ-ի նախագահ Գրիգոր Ամալյանի խոսքերով, «Ա1+»-ը պարտվել է մրցույթում մեկ այլ ընկերության, որովհետև ներկայացրել է ֆինանսական ապահովման կեղծ նամակներ իր հայտում: «Ա1+»-ի փաստաբանների պնդմամբ մրցույթն իրականացնելիս ՀՌԱՀ-ը թույլ է տվել ընթացակարգային խախտումներ: Նրանց խոսքերով, ՀՌԱՀ-ը պետք է կա՛մ վերադարձներ հայտը, պահանջելով պարզաբանումներ, կա՛մ ընդհանրապես հաներ «Ա1+»-ին մրցույթից, եթե վստահ չէր հայտի բովանդակության հավաստիության վրա: «Ա1+»-ի ներկայացուցիչները նշեցին նաև, որ նույնիսկ առանց հիշյալ նամակներով երաշխավորվող դրամական ապահովման, հեռուստաընկերությունը միևնույն է ուներ բավականաչափ ֆինանսական ռեսուրսներ իր կողմից առաջարկվող բիզնես պլանն իրականացնելու համար: ՀՌԱՀ-ը հրաժարվել է հայտում ընդգրկված փաստաթղթերը վերադարձնել «Ա1+»-ին մրցույթից անմիջապես հետո՝ պատճառաբանելով դա նրանով, որ դեռ համապատասխան գրառումներ չի կատարել ...¹⁵⁵

Հանրային հեռուստառադիոընկերությունը չի մասնակցում մրցույթներին: Օրենքի համաձայն, պետությունը պետք է միջոցներ ձեռնարկի հանրապետության ամբողջ տարածքում «Հանրային հեռուստառադիոընկերության» ծրագրերի ընդունումն ապահովելու համար (տես 7.1 բաժինը):¹⁵⁶

154 «ԵՆԽՎ վերահսկիչ կոմիտեն արձանագրեց Հայաստանի հեռարձակման ոլորտում առկա բացթողումներ», ապրիլ 2011թ., տես՝ <http://www.ypc.am/bulletin/en/en/t/45072> (դիտվել է 5.09.2012թ.):

155 ԱՄՆ պետքարտուղարություն, «2010թ., հաշվետվություն մարդու իրավունքների մասին, Հայաստան», 8 ապրիլի, 2011թ., տես՝ <http://www.state.gov/j/drl/rls/hrrpt/2010/eur/154411.htm> (դիտվել է 5.09.2012թ.):

156 «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքը, տես՝ <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=3853&lang=arm> (հայերեն) (դիտվել է 5.09.2012թ.):

Արտոնություններ են սահմանված նաև միջկառավարական պայմանագրի հիման վրա հեռարձակում իրականացնող ռուսական հեռուստաընկերությունների, մասնավորապես՝ ռուսական «Առաջին ալիքի», «Համառուսական պետական հեռուստառադիոընկերության» (ВГТРК) երկու ալիքների և ԱՊՀ երկրները ներկայացնող «МИР» միջպետական հեռուստաընկերության համար: Նշված ընկերությունները նույնպես չեն մասնակցում լիցենզավորման մրցույթներին:

Անցումը թվային հեռարձակման թույլ կտա հաճախականային տիրույթներ ազատել գերբարձր հաճախականության (UHF) միջակայքում: Այս երևույթը սովորաբար անվանում են «թվային դիվիդենդների» ստացում, և այն, ճիշտ օգտագործվելու դեպքում, կարող է ծառայել Հայաստանի տնտեսական զարգացումը խթանելու համար: Անցումային տնտեսություններում միշտ առկա է ռադիոհաճախությունների անարդար («ոչ թափանցիկ») բաշխման վտանգը: Մեծ բիզնեսի ազդեցությունը, կառավարության ֆինանսական շահերը, ինչպես նաև քաղաքական բնույթի այլ կարճաժամկետ հետաքրքրություններ կարող են խանգարել թվային դիվիդենդների հարցում հանրության շահերին ծառայող արդյունավետ ծրագրերի ընդունմանը: Թվային հեռարձակման անցնելու պլանը չի անդրադառնում տիրույթների կառավարման ընդհանուր սկզբունքներին, այդ թվում՝ թվային դիվիդենդների օգտագործմանը:

5.1.2 Թափանցիկություն

Ինչպես անցման գործընթացն սկսելուց առաջ, այնպես էլ՝ հետո, ոլորտի մասնագետները և լայն հասարակայնությունը լուրջ կասկածներ էին հայտնում ՀՌԱՀ-ի կողմից իրականացվող լիցենզավորման մրցույթների արդարության վերաբերյալ: Դրա հիմնական պատճառներից մեկը հայտերի գնահատման գործընթացում թափանցիկության բացակայությունն էր: Չնայած նրան, որ «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքը (մաս 3, հոդված 36) թույլ է տալիս հայտերի գնահատման նպատակով հասարակական հիմունքներով ներգրավել մասնագետների և փորձագետների,¹⁵⁷ ՀՌԱՀ-ը այդ քայլին չի դիմել՝ գերադասելով աշխատել «փակ» միջավայրում: Ավելին, ՀՌԱՀ-ը անուշադրության է մատնել մամուլի ազատության կազմակերպությունների այն առաջարկությունը, որը վերաբերում էր բոլոր հայտերը և դրանցում ընդգրկված փաստաթղթերը հանձնաժողովի կայքում հրապարակելուն:

Այն բանից հետո, երբ վերջին մրցույթներն ավարտվեցին (2010թ-ի դեկտեմբերին) և լիցենզիաները տրամադրվեցին, Խոսքի ազատության պաշտպանության կոմիտեն (ԽԱՊԿ) պաշտոնապես խնդրեց ՀՌԱՀ-ին իրեն տրամադրել մի շարք հեռուստաընկերությունների հայտերի և դրանց հետ ներկայացված փաստաթղթերի պատճենները՝ անկախ փորձագիտական կարծիք տալու համար: ՀՌԱՀ-ը, սակայն, մերժեց այդ խնդրանքը, իսկ ԽԱՊԿ-ն այս անգամ իր պահանջը ներկայացրեց դատարի միջոցով՝ 2011 թվականի

157 «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքը, տե՛ս՝ <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=3853&lang=arm> (հայերեն) (ղիտվել է 17.06.2013թ.):

փետրվարի 21-ին ՀՌԱՀ-ի դեմ հայց ներկայացնելով դատարան:¹⁵⁸ Դատարանը 2012 թվականի օգոստոսին մասամբ բավարարեց ԽԱՊԿ-ի հայցն ընդդեմ ՀՌԱՀ-ի:

Հեռարձակման լիցենզիաների տրամադրման մրցույթների իրականացման «հայկական մոդելը» խստագույնս քննադատվել է նաև միջազգային ՀԿ-ների կողմից: Ազատ արտահայտման իրավունքի պաշտպանության մեծբրիտանական «Արթիքլ 19» (*Article 19*) կազմակերպությունը նշել է, որ լիցենզավորման մրցույթը Հայաստանում իրականացվել է «ոչ-հստակ և ոչ-թափանցիկ» եղանակով: Երևանի մամուլի ակումբի «Հեռարձակման լիցենզավորման մրցույթների փորձագիտական դիտարկում» վերնագրով հաշվետվության մեջ նշվում է. «ՀՌԱՀ-ի որոշումներն ուսումնասիրված փաթեթների վերաբերյալ որևէ ձևով չեն մատնացուցում ներդաշնակ և հստակ գնահատականներ և ցույց են տալիս կամայականության հնարավորությունը, որն ի վերջո ազդում է Հայաստանի քաղաքացիների ազատ արտահայտման իրավունքի վրա»:¹⁵⁹

5.1.3 Մրցակցությունը հաճախականային տիրույթների համար

Թվային հեռարձակման մուլտիպլեքսորների տեղակայման նշահագործման համար կառավարության կողմից իրականացված մրցույթը թափանցիկ չէր: «Հայաստանի Հանրապետությունում վերգետնյա թվային հեռուստառադիոհեռարձակման ծառայությունների ներդրման և կառավարման» համար մրցույթը չեղյալ է հայտարարվել 2012 թվականի նոյեմբերին, քանի որ բավարար թվով վավեր առաջարկություններ չեն ստացվել: ՀՀ կառավարության 2013 թվականի հունիսի 20-ի արձանագրային որոշման համաձայն, թվային հեռարձակման անցնելու համար պատասխանատու կազմակերպություն է նշանակվել «Հայաստանի հեռուստատեսային և ռադիոհաղորդիչ ցանց» պետական ՓԲԸ-ն:¹⁶⁰ Կառավարությունն ընդունեց այս որոշումն առանց նոր մրցույթ հայտարարելու և առանց հանրային քննարկումներ կազմակերպելու:

2013 թվականի հունիսի 6-ին կառավարությունն ընդունեց մի որոշում ըստ որի սկսվեց «թվայնացման գործընթացի շրջանակներում ազատվող հաճախականության հատվածի» տիրույթների բաշխումը առանց նախապես «թվային դիվիդենդների ազգային պլան» մշակելու և քաղաքացիական հասարակության, լրագրողական կազմակերպությունների և հեռահաղորդակցության ոլորտի ընկերությունների հետ խորհրդակցելու: Նշված արձանագրային որոշման համաձայն, կառավարությունը նախատեսում է ազատվող հաճախականության հատվածի 20 ՄՀց գումարային շերտը վաճառել լայնաշերտ շարժական ինտերնետ-ծառայության մատուցման նպատակով՝ 6 մլրդ դրամ (15 մլն ԱՄՆ դոլար)

158 Խոսքի ազատության պաշտպանության կոմիտե (ԽԱՊԿ), «Անձնական թերթիկների գազոնագրերում դատական կարգով», տես <http://khosq.am/2012/09/24/> (ղիտվել է 5.09.2012թ.):

159 Երևանի մամուլի ակումբ, «Հեռարձակման լիցենզավորման մրցույթների փորձագիտական դիտարկում», էջ 56:

160 ՀՀ կառավարության 2013 թ. հունիսի 20-ի արձանագրային որոշում, տես՝ <https://www.e-gov.am/protocols/item/287/> (ղիտվել է 7.09.2013թ.):

գումարով:¹⁶¹ Այս որոշումը մտահոգություն է առաջացնում թվային դիվիդենդների բաշխման թափանցիկության մասին:

5.2 Թվային վերահսկողություն

5.2.1 Տեխնիկական ստանդարտներ

Հեռուստատեսության թվայնացման գործընթացը գտնվում է իր նախապատրաստական փուլում, իսկ ոլորտի մասնագետները դեռ քննարկում են տեխնիկական մանրամասները: Քննարկում է գնում, մասնավորապես, եվրոպական մոդելով թվային հեռարձակման միասնական հաճախականային ցանցերի (ՄՀՑ) ներդրման մասին: Նման ցանցերը թույլ կտան հեռուստահաղորդումների հեռարձակում իրականացնել «DVB-T» և «DVB-H» ստանդարտներով՝ միասնական մուլտիպլեքսորով:¹⁶²

Քննարկում է գնում նաև հեռարձակման ստանդարտների ընտրության շուրջ: ՀՀ տրանսպորտի և կապի նախարարության տեղեկատվայնացման բաժնի պետ Նորայր Ստեփանյանի խոսքերով, «MPEG-2» ստանդարտով հեռարձակումն էապես ավելի էժան կլինի, իսկ «MPEG-4» ստանդարտի օգտագործումը թույլ կտա էապես մեծացնել տեխնիկական հնարավորությունները:¹⁶³

Հայաստանի պետական ճարտարագիտական համալսարանի դոցենտ Մարտին Այվազյանը նույնպես նախապատվությունը տալիս է «MPEG-4» ստանդարտին: Նա կարծում է, որ «MPEG-4»-ի համար նախատեսված սարքավորումը թույլ կտա աշխատել նաև «MPEG-2»-ի հետ: Բացի այդ, տեխնոլոգիաների զարգացմանը զուգընթաց կշատանա մեծ խտության տեսանյութերի քանակը, և այդ առումով, «MPEG-4» ստանդարտն ավելի հարմար կլինի նման տեսանյութեր հեռարձակելու համար: Նա առաջարկում է նաև հրաժարվել բազմահաճախականային ցանցերից, քանի որ վերջիններիս արդյունավետությունն էապես ավելի փոքր է, քան միասնական հաճախականային ցանցերինը:¹⁶⁴

5.2.2 Վերահսկողները

Հայաստանն անցնելու է թվային հեռարձակման 2015 թվականի հուլիսին (տես 1.1.2 բաժինը): Ելնելով մինչ օրս հրապարակված պլաններից, պետական 4 մուլտիպլեքսորների միջոցով

161 ՀՀ կառավարության 2013 թ. հունիսի 6-ի արձանագրային որոշում, տես՝ http://www.gov.am/tiny_forms/gnf.php?f=TNT-22-34-01.doc (ղիտվել է 1.07.2013թ.):

162 Էկոնոմիկայի նախարարություն, «Ռադիոհեռուստատեսային հեռարձակման թվային համակարգին անցնելու հայեցակարգ», էջ 4, տես <http://www.mineconomy.am/arm/73/e45b2284f31a5d43294dd22d94b008e6/download.file.html> (հայերեն) (ղիտվել է 20.11.2012թ.):

163 Հարցազրույց ՀՀ տրանսպորտի և կապի նախարարության տեղեկատվայնացման բաժնի պետ Նորայր Ստեփանյանի հետ, Երևան, 26.09.2011թ.:

164 Հարցազրույց Հայաստանի պետական ճարտարագիտական համալսարանի դոցենտ Մարտին Այվազյանի հետ, Երևան, 26.09.2011թ.:

հեռարձակվելու է անվճար ծրագրերի փաթեթ. Երևանում գտնվող երեք մուլտիպլեքսորներից յուրաքանչյուրը ներառելու է վեց հեռուստաալիք և չորս ռադիոալիք, իսկ հանրապետության ամբողջ տարածքի համար նախատեսված մուլտիպլեքսորը ներառելու է ինը հեռուստաալիք (ութը՝ մայրաքաղաքում և մեկը՝ տեղական) և չորս ռադիոալիք:

Անալոգային հեռարձակումը դադարեցնելուց հետո, ազատված հաճախականությունները հանվելու են վաճառքի, և դրանք ձեռք բերած մասնավոր օպերատորներն ունենալու են իրենց մուլտիպլեքսորները տեղադրելու իրավունք: Թվայնացումը նախատեսվում է իրականացնել հիմնականում միջազգային դոմորներից ստացված արտոնյալ վարկերի միջոցներով: Ավելի ուշ, պետությունը պլանավորում է մարել այդ վարկերը պետական սեփականություն հանդիսացող թվային հեռուստառադիոցանցի մի մասի սեփականաշնորհումից, ինչպես նաև հեռուստատեսային կայաններից գանձվող պետական տուրքերի գծով ստացված միջոցներով: «Պետական տուրքերի մասին» ՀՀ օրենքում կատարված փոփոխությունների ու լրացումների համաձայն Երևանում տեղակայված երեք մուլտիպլեքսորների միջոցով հեռարձակում իրականացնող հեռուստակայանները թվայնացումից հետո վճարելու են տարեկան 10 մլն դրամի (27,000 ԱՄՆ դոլարի), իսկ նաև հանրապետական մուլտիպլեքսորներով մարզային եթեր դուրս գալու համար՝ տարեկան 20 մլն դրամի (54,000 ԱՄՆ դոլարի) պետական տուրք: Մարզային հեռուստակայանների համար պետական տուրքի տարեկան գումարը սահմանվելու է 1 մլն դրամի (2,700 ԱՄՆ դոլարի) չափով:¹⁶⁵

5.2.3 Հաղորդման ցանցեր

Գերիշխող ցանցային օպերատորը հանրապետությունում «Հայաստանի հեռուստատեսային և ռադիոհաղորդիչ ցանց» պետական ՓԲԸ-ն է: Քանի որ թվային հեռարձակմանը անցման գործընթացը գտնվում է վաղ փուլում, դեռ շուտ է խոսել հաճախականային միջակայքերի ազատված ռեսուրսների բաշխման աշխատանքներին հաղորդման ցանցերի օպերատորի հնարավոր միջամտության մասին: Այդուհանդերձ, «Հայաստանում ռադիոհեռուստատեսային հեռարձակման թվային համակարգին անցնելու հայեցակարգի» իր վերլուծությունում ԵԱՀԿ-ն (տես 7.1.1.4 բաժինը) զգուշացրել է, որ «թվայնացումը չպետք է դիտվի որպես «Հայաստանի հեռուստատեսային և ռադիոհաղորդիչ ցանց» պետական ՓԲԸ գերիշխող դիրքի ամրապնդման միջոց»: «Ցանցից օգտվելու կարգը պետք է հստակորեն սահմանված լինի ու կիրառվի, և փոխանցման ցանցի սեփականությունը չպետք է ենթադրի հեռարձակվող հաղորդումների բովանդակության վրա ազդեցություն ունենալու կամ հեռուստաալիքներին հեռարձակման «թույլտվություն» տալ-չտալու որևէ իրավասություն»:¹⁶⁶

165 «Գնե՞լ, թե՞ չգնե՞լ նոր հեռուստացույց», հոդված «JNews.am»-ում, 22.06.2011թ., տես՝ <http://jnews.am/en/armenia-digitalization-process> (դիտվել է 5.09.2012թ.):

166 ԵԱՀԿ, «Հայաստանում ռադիոհեռուստատեսային հեռարձակման թվային համակարգին անցնելու հայեցակարգի վերլուծություն», 2010թ., էջ 7, տես՝ <http://www.osce.org/fom/67722> (դիտվել է 17.06.2013թ.) (այսուհետ՝ ԵԱՀԿ, «Հայեցակարգի վերլուծություն»):

5.3 Հեռահաղորդակցություն

5.3.1 Հեռահաղորդակցությունը և նորությունները

Մինչև 2012 թվականը, կաբելային հեռուստատեսության շուկան հանրապետությունում բաժանված էր երեք ընկերությունների՝ «Ucom»-ի, «Interactive TV»-ի և «EuroCable»-ի միջև: 2012 թվականի հուլիսի 11-ին, «Interactive»-ը գնվեց «Ucom» ՍՊԸ-ի կողմից, որը արդյունքում դարձավ ամենախոշոր խաղացողը կաբելային հեռուստատեսության շուկայում: Այդուհանդերձ, «Interactive TV»-ն շարունակում է իր գործունեությունը որպես առանձին բրենդ:¹⁶⁷ Բոլոր երեք մատակարարները հեռարձակում են իրականացնում թվային ֆորմատով: Ե՛վ «Ucom»-ը, և՛ «Interactive TV»-ն հեռուստաալիքների հաղորդման համար օգտագործում են իրենց ինտերնետային «IP» ցանցերը: «Ucom»-ն առաջարկում է ինտերնետի, հեռուստատեսության և ֆիքսված հեռախոսակապի ծառայությունների համակցված փաթեթ, այսպիսով դառնալով առաջին «երեքը մեկում» մատակարարը: 2013 թվականին Ռուսաստանի խոշորագույն ինտերնետ-մատակարար «Ռոստելեկոմը» ձեռք բերեց «GMC-Alpha» ընկերությունը և սկսեց իր «IP» ցանցերի միջոցով թվային հեռուստատեսության ծառայություններ մատուցել հանրապետության ամբողջ տարածքում: Ներկայումս նշված բոլոր 4 կաբելային հեռուստատեսության ցանցերն էլ գործում են ՀՀ տարածքում:

Գործող օրենսդրությամբ կաբելային օպերատորներին որևէ պարտադիր պահանջ չի ներկայացվում: Այդուհանդերձ, նշված ընկերություններն իրենց ցանցերի միջոցով վերահեռարձակում են հայկական ալիքները, որոնք ընդգրկված են բոլոր ստանդարտ փաթեթների մեջ, և ռուսական «HTB+» արբանյակով հեռարձակվող ռուսական ալիքները: Դրանց մեջ մտնում են գրեթե բոլոր ռուսական լրատվական հեռուստաալիքները և մի շարք արևմտյան ալիքներ («EuroNews», «BBC», «CNN»):

Հայաստանի երեք տեղեկում օպերատորներից («Արմենթել», «Օրանժ Արմենիա» և «VivaCell-MTS») երկուսը («Օրանժ Արմենիա»-ն և «VivaCell-MTS»-ը) վերջին տարիներում սկսել են առաջարկել հեռուստատեսային ծառայություններ: «Օրանժ Արմենիա»-ն իր բաժանորդներին առաջարկում է 11 հայկական և ութ միջազգային հեռուստաալիք:¹⁶⁸ «VivaCell-MTS»-ն առաջարկում է 10 հայկական ալիք:¹⁶⁹ Հայաստանի խոշորագույն տեղեկում օպերատորը՝ «Արմենթելը» (որը գործում է «Beeline»-ի առևտրային նշանի տակ), բացել է «Mobile Entertainment» ժամանցի կայքը, որը նախատեսված է ձայնային հաղորդագրությունների ու տվյալների փոխանցման, բարձր խտության պատկերով հեռուստատեսության և ինտերակտիվ խաղերի համար: 2010 թվականին «IP» հեռուստատեսությունը մուտք գործեց Հայաստան՝ առաջինը արմատավորվելով Երևանում:

167 «Ucom-ը կլանել է իր մրցակցին՝ «Բնտերակտիվ TV»-ին», հոդված «news.am»-ում, տես՝ <http://news.am/arm/news/113517.html> (ղիտվել է 8.10.2013թ.):

168 «Orange TV», տես՝ <http://orangearmenia.am/en/mobile/services/entertainment/Orange-TV/index.php> (ղիտվել է 5.09.2012թ.):

169 «VivaCell-MTS mobile TV», տես՝ <http://mts.am/en/individual-customers/internet-and-tv/mobile-tv> (ղիտվել է 5.09.2012թ.):

5.3.2 Տեղեկում օպերատորների ճնշումը նոր մատակարարների վրա

Տեղեկում օպերատորների կողմից հեռուստատեսային ընկերությունների վրա ճնշման կամ նրանց նկատմամբ խտրական վերաբերմունքի որևէ դեպք չի գրանցվել:

Առաջարկվող փաթեթներում առկա են որոշ «ընդդիմադիր ձայներ»: Օրինակ, «Օրանժ Արմենիայի» և «VivaCell-MTS»-ի կողմից առաջարկվող «mobile TV» փաթեթներում ընդգրկված են «Կենտրոն» և «Երկիր մեդիա» հեռուստաալիքները, որոնք հովանավորվում են կառավարության ներկայիս քաղաքականությունը քննադատող ուժերի կողմից: «Կենտրոնը» հովանավորվում է ԱԺ-ում ներկայացված երկրորդ ամենամեծ կուսակցության՝ ԲՀԿ-ի նախագահ և մեծահարուստ գործարար Գագիկ Ծառուկյանի կողմից:¹⁷⁰ «Երկիր մեդիան» հովանավորվում է ԱԺ-ում 5 պատգամավորական տեղ ունեցող ՀՅԴ-ի կողմից:¹⁷¹ «Օրանժի» առաջարկած փաթեթում կա նաև «ArmNews» ալիքը, որը հեռարձակում է անկախ «Ա1+» հեռուստաընկերության կողմից պատրաստված նորությունների թողարկումները («Ա1+»-ի կողմից ներկայացված հեռարձակման լիցենզիայի հայտերը մերժվել են ՀՌԱՀ-ի կողմից 13 անգամ): «Ա1+»-ի նորությունները հեռարձակվում են շաբաթական 5 անգամ՝ փրայմթայմում (երեկոյան Ժ 9-ին):

5.4 Եզրակացություններ

Հայաստանում ՀՌԱՀ-ի կողմից իրականացված հեռարձակման լիցենզիաների տրամադրման մրցույթները, այդ թվում՝ թվային ցանցերում միացման տեղերի համար 2010 թվականի դեկտեմբերին իրականացված մրցույթները, ունեցել են թերություններ և խստորեն քննադատվել են երկրի քաղաքացիական հասարակության և միջազգային կազմակերպությունների կողմից: Լիցենզավորման գործընթացները եղել են ոչ-թափանցիկ և չեն նպաստել մրցակցության և բազմակարծության միջավայրի ձևավորմանը: Միջազգային փորձագետները նշել են, որ կարգավորող մարմինը պետք է բավականաչափ ուժեղ և անկախ լինի թվայնացման գործընթացի հետ կապված իր լիազորությունները, մասնավորապես՝ հեռարձակման անվճար պլատֆորմներից օգտվելու իրավունքը հեռուստաալիքներին շնորհելու հարցում, արդյունավետորեն և օբյեկտիվորեն իրականացնելու համար:

Համաձայն «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքում 2013 թվականին կատարված փոփոխությունների ու լրացումների, թվային հեռարձակման ցանցը շահագործման է հանձնվելու 2015 թվականի հուլիսին և հանդիսանալու է պետական սեփականություն:

170 ԲՀԿ-ն իշխող կոալիցիայում 2007-2012թթ., «Multimedia Kentron», որը հովանավորվում է ԲՀԿ-ի առաջնորդի և «Կենտրոն» հեռուստատեսության կողմից:

171 ՀՅԴ-ն (Դաշնակցությունը) իշխող կոալիցիայի մեջ է եղել 2003-2009թթ.: «Երկիր մեդիան», որը հովանավորվում է ՀՅԴ-ի կողմից, իր հեռարձակման առաջին լիցենզիան ստացել է 2003թ-ին, իսկ երկրորդը՝ 2010թ-ին, երբ կուսակցությունն արդեն դուր էր եկել կոալիցիայից:

Մասնավոր մուլտիպլեքսորների ներդրումը կթույլատրվի միայն 2015 թվականից հետո, ինչը նշանակում է, որ դրանից շուտ որևէ նոր գործող անձ չի կարող մտնել շուկա:

«Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» փոփոխված օրենքը խստորեն քննադատվել է տեղական և միջազգային կազմակերպությունների կողմից՝ անորոշ սահմանումների, կարգավորող մարմնի թափանցիկ, արդար և անկախ գործելաձևն ապահովող դրույթների բացակայության, հանրային հեռարձակողի անկախության բավարար երաշխիքների բացակայության և մասնավոր թվային հեռուստաօպերատորների հիմնադրման համար պահանջվող իրավական հիմքերի անբավարար կայունության համար:

Ինչպես անալոգային դարաշրջանից մնացած գործելաձև, այնպես էլ թերի իրավական դաշտը պակասեցնում են թվային հեռարձակման անցնելու գործընթացի թափանցիկությունը և թողնում բազմաթիվ բաց հարցեր: Մա մտահոգություններ է առաջացնում առ այն, որ իշխանությունները թվայնացումից հետո էլ կարող է փորձեն պահել հեռարձակման ոլորտը պետական հսկողության տակ: 2013 թվականի հունիսի 6-ի կառավարության արձանագրային որոշումը ծնունդ է տալիս բազմաթիվ մտավախությունների՝ կապված թվային դիվիդենդների բաշխման արդարության և թափանցիկության հետ (տես 5.1.3 բաժինը): Ազատված հաճախականությունների օպտիմալ օգտագործման համար պետք է մշակել ամբողջ տիրույթի բաշխման սխեման՝ դրանում անոգտագործելի միջակայքերի առկայությունը բացառելու համար:

6. Թվային բիզնեսը

6.1 Սեփականության իրավունքը

6.1.1 Լրատվամիջոցների սեփականության հետ կապված իրավական հարաբերությունները

«Զանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենքը (այսուհետ՝ «ԶԼ օրենք») չի պարունակում դրույթներ ԶԼՄ-ների սեփականության մասին: Օրենքի 12-րդ հոդվածով կարգավորվում է միայն լրագրերի ֆինանսավորման աղբյուրների թափանցիկության հարցը և նշվում է, որ սեփականատերերը պարտավոր են տարեկան կտրվածքով հրապարակել ֆինանսական տվյալներ՝ նշելով «համախառն եկամտի եւ դրա կազմում նվիրատվությունների մասնաբաժնի չափերը»:¹⁷² Այս դրույթը, որը միայն ենթադրաբար է առնչվում սեփականության հետ, չի ենթարկվել որևէ փոփոխության 2003 թվականին օրենքի ընդունից հետո:

Սեփականության հետ կապված հարցեր շոշափվում են միայն 2010 թվականի հունիսին փոփոխությունների ու լրացումների ենթարկված «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքում: Փոփոխությունների է ենթարկվել, մասնավորապես, օրենքի 16-րդ հոդվածը, որը վերաբերում է հեռուստատադիորենկերությունների հիմնադիրներին: Օրենքի նախորդ տարբերակում սահմանվում էր, որ մասնավոր հեռուստատադիորենկերության հիմնադիր չեն կարող լինել պետական կառավարման կամ տեղական ինքնակառավարման մարմինները, «Հանրային հեռուստատադիորենկերության» խորհրդի անդամները, ՀՌԱՀ-ի անդամները, քաղաքական կուսակցությունները, կրոնական կազմակերպությունները, դատարանի վճռով անգործունակ ճանաչված, օրինական ուժի մեջ մտած դատավճռով ազատազրկման դատապարտված և պատիժը կրող անձինք, ինչպես նաև 18 տարին չլրացած քաղաքացիները: Ներկայումս այդ ցուցակին ավելացել են նաև ՀՀ նախագահը, կառավարության անդամները, ԱԺ պատգամավորները և դատավորները: Բոլոր այն դեպքերի համար, երբ խոսքը գնում է ֆիզիկական անձի մասին, հոդվածի պահանջները տարածվում են նաև «փոխկապակցված

172 «Զանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենքը, տես՝ <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=1890&lang=eng> (ղիտվել է 25.10.2012թ.) (այսուհետ՝ «ԶԼ օրենք»):

անձանց» վրա, որոնց, ըստ օրենքով տրված սահմանման, դասվում են տվյալ ֆիզիկական անձի ամուսինը, ծնողները, երեխաները, քույրերը և եղբայրները:¹⁷³

16-րդ հոդվածի 2-րդ կետով կարգավորվում են հեռուստատեսային և ռադիո ընկերություններում օրարերկրյա կապիտալի մասնակցության հետ կապված հարցերը. «Հեռուստառադիո ընկերությունների հիմնադրման (ստեղծման) ժամանակ կամ դրանից հետո օտարերկրյա կապիտալի մասնակցության բաժինը չպետք է հավասար կամ ավելի լինի հեռարձակող կազմակերպության որոշումների ընդունման համար անհրաժեշտ բաժնեմասերի հիսուն տոկոսից: Ավելի մեծ բաժնեմաս կարող է սահմանվել միջպետական պայմանագրերով»: Օրենքում կան նաև հակամենաշնորհային դրույթներ: Ըստ օրենքի 18-րդ հոդվածի, իրավաբանական և ֆիզիկական անձինք կարող են ունենալ եթերային հեռարձակում իրականացնող ոչ ավելի, քան մեկ հեռուստաընկերության և մեկ ռադիոընկերության լիցենզիա:¹⁷⁴ Հին օրենքում այս դրույթի պահանջները սահմանափակվում են միայն հեռարձակման տարածքով, այլ կերպ ասած՝ անձը չի կարող ունենալ որպես սեփականություն երկրորդ հեռարձակող լրատվամիջոցը հեռարձակման միևնույն տարածքում:

Նոր օրենքի ընդունման և թվային հեռարձակման լիցենզիաների տրամադրման մրցույթի անցկացման շնորհիվ հեռարձակման ոլորտում տեղի ունեցան որոշակի փոփոխություններ: Մասնավորապես, երկու ընկերություններ՝ «Հայրենիքը» և «ԱԲ»-ը, որոնց սեփականատերեր «Գրանդ հոլդինգի» նախագահ Հրանտ Վարդանյանն էր, միավորվեցին և ներկայումս գործում են որպես մեկ ընկերություն՝ «AR TV»-ն: «TV5»-ը, որի սեփականատերը «CS Media City Holding»-ն էր, չմասնակցեց մրցույթին և դուրս եկավ հեռուստատեսության շուկայից: Ընդհանուր առմամբ, 22 հանրապետական և մարզային ընկերություններից, որոնք ներկա էին շուկայում մինչև 2010 թվականը, լիցենզավորման մրցույթից հետո մնացին միայն 18-ը: Այսպիսով, թվային ֆորմատով հեռարձակման անցնելու նախօրեին ոլորտում առկա սեփականատերերի շարքերը նոսրացան:

6.1.2 Շուկայի նորեկները

«Զանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենքի համաձայն, Հայաստանում ԶԼՄ-ները թողարկվում են առանց նախնական կամ ընթացիկ պետական գրանցման, լիցենզավորման, պետական կամ որևէ այլ մարմնում հայտարարագրման կամ որևէ մարմնի ծանուցման:¹⁷⁵ Այդ իսկ պատճառով, դժվար է ճշգրիտ որոշել, թե քանի լրատվամիջոց է հայտնվում շուկայում կամ հեռանում դրանից:

173 «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենք, հոդված 16, տես՝ <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=3853&lang=arm> (հայերեն) (ղիտվել է 25.10.2012թ.):

174 «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենք, հոդված 18, տես՝ <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=3853&lang=arm> (հայերեն) (ղիտվել է 25.10.2012թ.):

175 «Զանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենքը, հոդված 4:

Տպագիր մամուլի շուկայում վերջին տարիներին էական տեղաշարժեր չեն եղել: Շուկա են մտել ընդդիմադիր կողմնորոշում ունեցող երկու նոր լրագրեր՝ «Հրապարակը» և «Ժողովուրդը»: Որոշ այլ պարբերականներ դուրս են եկել շուկայից՝ «Մայրաքաղաք» օրաթերթը (հրատարակումը դադարեցվել է 2011թ. օգոստոսին) և «Բիզնես կլաս» ամսագիրը (հրատարակումը դադարեցվել է 2011թ. մայիսին): Վերջին երկու պարբերականները ունեցել են մեկ սեփականատեր՝ «Մեդիա սթայլ» ընկերությունը, որը լրատվության շուկայի խոշորագույն խաղացողներից է: Այդ ընկերությանն է պատկանում նաև օնլայն լրատվության առաջատարներից մեկը՝ «Tert.am» կայքը, որը բացվել է 2008 թվականին, ինչպես նաև «Armsport.am» և «Hayutyun.am» կայքերը:

Հեռարձակման շուկայում նորեկներ չեն եղել:

6.1.3 Սեփականության կոնսոլիդացում

Անալոգայինից թվային հեռարձակման գործընթացի մեկնարկը սկիզբ դրեց նաև ոլորտում սեփականության վերաբաշխմանը և նոր մեդիա-խմբերի ձևավորմանը:

Այստեղ կարելի է նշել մարզային հեռարձակողների միավորման մասին: Երեք մարզային հեռուստաընկերություններ՝ «STV1»-ը (Սևան), «Քյավառ TV»-ն (Գավառ) և «Զանգակը» (Մարտունի) միավորվել են: 2010 թվականին դրանց հիմնադիրներն ստեղծեցին «Գեղամա» միավորված մեդիա հոլդինգը, որում հիմնադիրներից յուրաքանչյուրն ուներ 33.33 տոկոս բաժնեմաս: Արդյունքում, նշված երեք ընկերություններից յուրաքանչյուրը ընդլայնել է իր հեռարձակման տարածքն ու լսարանը՝ ընդգրկելով մարզի գրեթե ամբողջ տարածքը: Նման բան նրանցից ոչ մեկը նախկինում չէր կարող անել: Այդուհանդերձ, «Գեղամա» հոլդինգի գործադիր տնօրեն Սուրեն Բարսեղյանն ասում է, որ վերը նշված միաձուլումը մասամբ պայմանավորված էր վերջին օրենսդրական փոփոխություններով: Նոր օրենսդրության համաձայն, թվայնացումից հետո հանրապետության յուրաքանչյուր մարզ պետք է ունենար մեկ հեռուստաընկերություն: «Ահա թե ինչու, նախքան 2010 թվականի դեկտեմբերի լիցենզավորման մրցույթը, մենք միավորվեցինք մեկ հոլդինգի մեջ, ներկայացրեցինք մեկ հայտ և հաղթեցինք», նշեց Սուրեն Բարսեղյանը: «Այլ կերպ ասած, մրցակցելու փոխարեն մենք գերադասեցինք համագործակցել: Հակառակ դեպքում, լիցենզիա կստանար ընկերություններից միայն մեկը, իսկ երկուսը՝ կպարտվեին:»¹⁷⁶

Հանրապետական և մայրաքաղաքային լրատվամիջոցներում ամենանշանակալից իրադարձությունը «ՊանԱրմենիան մեդիա գրուպ» հոլդինգի ձևավորումն էր: Հոլդինգի մեջ մտան «Արմենիա TV»-ն, երկու երևանյան «ArmNews» և «ATV» ընդհանուր ուղղվածության հեռուստակայանները, «ԱրմՌադիո FM 107» և «Ռադիո ջան» ռադիոկայանները, կանանց ամսագիր «Նանեն» և «TV-մոլ» հեռուստածրագիր-շաբաթաթերթը: Կոնսոլիդացման

176 Հարցազրույց «Գեղամա մեդիա հոլդինգի» գործադիր տնօրեն Սուրեն Բաղդասարյանի հետ, Երևան, 30.10.2012թ.:

ծրագրերը ներկայացվել են տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովին, որը, ծանոթանալով դրանց, որոշել է, որ հոլդինգի ձևավորումը չի հակասում հակամենաշնորհային օրենսդրությանը և չի բերի գերիշխող դիրքի հաստատմանը:¹⁷⁷

Մամուլի աջակցության «Ինտերնյուս» ՀԿ-ի գործադիր տնօրեն Նունե Սարգսյանը կարծում է, որ «ՊանԱրմենիան մեդիա գրուպի» ստեղծումը չի կարող համարվել նոր կոնսոլիդացում: Կատարվածն ավելի շուտ սեփականության վերաբաշխում և արդեն իսկ գոյություն ունեցող խմբերի վերաբրենդավորում էր: Տկն Սարգսյանը կարծում է, որ «ՊանԱրմենիան մեդիա գրուպը» ձևավորվել է «CS մեդիա հոլդինգի» բազայի վրա: «Լուրջ հիմքեր կան ենթադրելու, որ Միքայել Մինասյանը (ՀՀ Նախագահի ապարատի ղեկավարի տեղակալը և Նախագահի փեսան) ուղղակիորեն կապված է «ՊանԱրմենիան մեդիա գրուպի» հետ:¹⁷⁸ Իրավաբանական տեսանկյունից, սակայն, նշված հոլդինգում ընդգրկված յուրաքանչյուր ընկերություն առանձին իրավաբանական անձ է, այսինքն՝ ընկերությունների սեփականատերերը տարբեր են, բայց ղեկավարման հարցը դրանց միավորում է:»¹⁷⁹

Հեռուստատեսային շուկայում վերջերս տեղի ունեցած մեկ այլ փոփոխություն կապված է 2008 թվականին «Հոպար մեդիայի» կողմից «ԱրմենԱկոր TV»-ի¹⁸⁰ ձեռքբերման հետ: Ըստ Երևանի մամուլի ակումբի, գործարար Օտարի Հակոբյանը «Հոպար մեդիայի» ֆիլիտիվ հիֆաադիրն է, իսկ իրական սեփականատերը հայտնի ռուսական «Քոմեդի Քլաբ» շոուի պրոդյուսեր Արթուր Զանիբեկյանն է:¹⁸¹ Բացի այդ, 2010 թվականին, գործարար Արման Սահակյանը, ով ըստ Երևանի մամուլի ակումբի հանդիսանում է Միքայել Մինասյանի ընկերը, ձեռք է բերել 12-րդ ալիքի (նախկին «HAY TV»-ի) սեփականատեր «Շարք» ընկերության բաժնետոմսերի 67 տոկոսը:¹⁸² Ներկայումս այս ալիքը եթեր է դուրս գալիս «Lime TV» անվան տակ:

Չնայած ԶԼՄ-ների իրական սեփականատերերը, որպես կանոն, փորձում են անհայտ ժապ՝ իրենց քաղաքական ազդեցությունը տվյալ հեռարձակողի կամ հրատարակողի վրա թաքցնելու համար, այդ ազդեցությունը կարելի է ջրի երես բերել՝ լրատվության բովանդակությունը վերլուծելով: Նունե Սարգսյանի խոսքերով հայկական հեռուստատեսությունում տեղի է ունենում հետաքրքիր երևույթ. անկախ հեռուստաալիքներ չկան, բայց կա բազմակարծության մի որոշակի աստիճան, ինչը «չի երևում առանձին վերցված ալիքներից, բայց զգացվում է

177 Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի 18.07.2012թ-ի որոշում թիվ 292Ա, Երևան: Փաստաթղթի պատճենը տրամադրվել է 29.10.2012-ին՝ գրավոր դիմումի հիման վրա:

178 2011թ. նոյեմբերին, Միքայել Մինասյանի իր պաշտոնից (Նախագահի ապարատի ղեկավարի տեղակալի) հրաժարական տվեց՝ իշխող կուսակցության նախընտրական շտաբի ղեկավարի տեղակալ դառնալու համար: 2013թ. մարտին նա նշանակվել է որպես ՀՀ դեսպան Վատիկանում:

179 Հարցազրույց մամուլի աջակցության «Ինտերնյուս» ՀԿ-ի տնօրեն Նունե Սարգսյանի հետ, Երևան, 26.10.2012թ.:

180 Նախքան «Հոպար մեդիայի» սեփականություն դառնալը «ԱրմենԱկոր TV»-ն պատկանել է Հանրային Ռադիոյի տնօրեն Արմեն Ամիրյանին և կանադահայ ֆիլանտրոպ Հակոբ Զամբազյանին:

181 Երևանի մամուլի ակումբ, «Հեռարձակման լիցենզավորման մրցույթների փորձագիտական դիտարկում»:

182 Երևանի մամուլի ակումբ, «Հեռարձակման լիցենզավորման մրցույթների փորձագիտական դիտարկում»:

հեռուստաընկերությունների վրա տարբեր քաղաքական ազդեցությունների գումարային արդյունքից»:¹⁸³ Օրինակ, երբ 2012 թվականի խորհրդարանական ընտրություններից հետո ԲՀԿ-ն չմիացավ իշխող կոալիցիային, դա զգացվեց «Կենտրոն TV»-ում, որն էապես փոխեց իր դիրքորոշումը իշխանությունների քննադատության հարցում: «Երկիր մեդիան» կապված է ՀՀԴ-ի (Դաշնակցության) հետ, որն իշխող կոալիցիայում չի եղել սկսած 2009 թվականից: Իսկ «PanArmenian Media Group»-ի մեջ մտնող ալիքները, ինչպես և այլ մասնավոր ու հանրային հեռարձակողները, հիմնականում ունեն իշխանամետ դիրքորոշում:

6.1.4 Հեռահաղորդակցության ոլորտը և մեդիան

Այս ուսումնասիրությունների իրականացման ժամանակահատվածում Հայաստանի տեղեկում հսկաները՝ «Արմենթելը», «Vivacell-MTS»-ը և «Օրանժ Արմենիան» որևէ ԶԼՄ-ի ակտիվներ ձեռք չեն բերել և, հետևաբար, չեն փորձել ազդեցություն գործել լրատվամիջոցների անկախության վրա:

Տեղեկում օպերատորների մրցակցության արդյունքում էապես նվազել են սակագները և ի հայտ են եկել նոր ծառայություններ, որոնց շնորհիվ ավելի ու ավելի շատ լրատվական նյութեր են տարածվում շարժական հեռախոսակապի սարքերի միջոցով: «Օրանժ Արմենիան» և «VivaCell-MTS»-ը իրենց բաժանորդներին առաջարկում են բջջային հեռախոսների միջոցով դիտել մի շարք հայկական հեռուստաալիքներ: «Ucom»-ը նույնպես իր «IP» հեռուստատեսության ծառայության փաթեթի մեջ ընդգրկել է բոլոր լիցենզավորված տեղական ալիքները (տես 5.3.1 բաժինը):

«Օրանժ Արմենիան» մշակել է «Իմ ժամանակը» սակագնային պլանը, որը թույլ է տալիս բաժանորդներին օգտվել հայկական լրատվական կայքերից մատչելի գներով:¹⁸⁴ Բաժանորդները կարող են այցելել «Arka.am», «Aravot.am», «A1plus.am», «Aysor.am», «News.am», «Panorama.am» և «Tert.am» կայքերը 5 AMD/Mb սակագնով, այն դեպքում, երբ սովորական ինտերնետ սակագինը կազմում է 20 AMD/Mb: Կայքերի ընտրությունը «Օրանժ Արմենիան» կատարում է ինքնուրույն՝ առանց կայքի հետ որևէ պայմանագիր կնքելու, ինչպես ասացին մեզ «Aravot.am»-ի և «A1plus.am»-ի մենեջերներ Աննա Իսրայելյանը և Մեսրոպ Մովսիսյանը:¹⁸⁵

Սակագների իջեցումը նույնպես ավելացրել է բջջայինով ինտերնետ օգտագործողների թիվը: Ըստ հանրային ծառայությունները կարգավորող հանձնաժողովի անդամ Սամվել Արաբաջյանի, 2012 թվականի հունվարին բջջային ինտերնետ օգտագործողների թիվը հասել է 1.5 մլն-ի:¹⁸⁶ Զի

183 Հարցազրույց մամուլի աջակցության «Ինտերնյուս» ՀԿ-ի տնօրեն Նունե Սարգսյանի հետ, Երևան, 26.10.2012թ.:

184 «Օրանժ Արմենիա», «Իմ ժամանակը» սակագնային պլան, տես՝ <http://www.orangearmenia.am/en/mobile/lets-talk/my-time/index.php> (դիտվել է 17.06.2013թ.):

185 Հեռախոսային հարցազրույցներ «Aravot.am»-ի և «A1plus.am»-ի մենեջերներ Աննա Իսրայելյանի և Մեսրոպ Մովսիսյանի հետ, Երևան, 12.11.2012թ.:

186 «Արաբաջյան. Լայնաշերտ ինտերնետից օգտվողների թիվը մեկ տարում ավելացել է 130-150 հազարով», հոդված «Panorama.am»-ում, տես՝ <http://www.panorama.am/am/hարցազրույցs/2012/02/14/inet-prices-arabajyan> (դիտվել է 17.06.2013թ.):

գրանցվել տեղեկում ընկերությունների կողմից ճնշումների և սահմանափակումների կիրառման որևէ դեպք:

6.1.5 Թափանցիկությունը լրատվամիջոցների սեփականության հետ կապված հարցերում

Ներկայումս չկա մի օրենք, որով կպահանջվեր հրապարակել լրատվամիջոցների սեփականատերերի վերաբերյալ տվյալները. օրենքում խոսվում է միայն ֆինանսավորման աղբյուրների մասին (տես 6.1.1 բաժինը): Հանրությունն ըստ էության հնարավորություն չունի տեղեկություններ ստանալու լրատվամիջոցների սեփականատերերի կամ բաժնետերերի մասին: Տկն Սրագայանն այդ հարցի մասին այսպես է արտահայտվում. «Մենք լուրեր ենք ստանում այն մասին, որ հեռուստակայանի տերերը փոխվել են կամ ինչ-որ մեկը իր դրածոյի միջոցով ղեկավարում է հեռուստաընկերությունը, բայց փաստը ժամում է այն, որ ամբողջ գործընթացն իրականացվում է փակ դռների ետևում»:¹⁸⁷ Թվային հեռարձակման լիցենզիաների տրամադրման մրցույթներում հայտերում ընդգրկված այն փաստաթղթերը, որոնք վերաբերում էին սեփականության հարցերին այդպես էլ չհրապարակվեցին, իսկ ՀՌԱՀ-ը հրաժարվեց տրամադրել մրցույթի փաստաթղթերի մի մասը Երևանի մամուլի ակումբի փորձագիտական խմբին՝ պատճառաբանելով, որ դա առևտրային գաղտնիք է:¹⁸⁸

Տկն Սարգսյանը պնդում է, որ լրատվամիջոցների սեփականության հետ կապված հարցերում թափանցիկություն որպես այդպիսին չկա: Նրա կարծիքով, միայն առաջին հետխորհրդային տարիներին, երբ ի հայտ եկան նոր տպագիր պարբերականները, կար ինչ-որ հստակություն այն մասին, թե որ քաղաքական ուժն է սատարում այս կամ այն հրատարակչությանը:

Հետագայում, արդեն լրատվամիջոցների շուկայի ձևավորումից հետո, մի քանի անգամ եղավ սեփականության վերաբաշխում: Առաջին անգամ նման բան տեղի ունեցավ 1990-ականների երկրորդ կեսին, երբ Երևանում հայտնվեցին մասնավոր նոր հեռուստաընկերություններ. այդ ժամանակ ձևավորվեց Հայաստանում ամենամեծ մեդիա-շուկան: Երկրորդ անգամ դա տեղի ունեցավ 2002 թվականին, երբ «Ա1+»-ը գրկվեց հեռարձակման իրավունքից. այդ ժամանակ պարզ դարձավ, որ հեռուստատեսությունը ոչ միայն աճող բիզնես է, այլ նաև գործիք հանրապետության քաղաքական հարթությունը ձևավորելու համար: Երրորդ անգամ նման բան սկսվեց 2008 թվականին, և դա կապված էր թվային հեռարձակման անցնելու գործընթացի հետ: Սեփականության վերաբաշխման այս վերջին երրորդ փուլը դեռ չի ավարտվել ... իսկ սեփականության հետ կապված հարցերն ավելի ու ավելի հաճախ լուծվում են փակ դռների ետևում:¹⁸⁹

187 Հարցազրույց մամուլի աջակցության «Ինտերնյուս» ՀԿ-ի տնօրեն Նունե Սարգսյանի հետ, Երևան, 10.09.2011թ.:

188 Երևանի մամուլի ակումբ, «Հեռարձակման լիցենզավորման մրցույթների փորձագիտական դիտարկում»:

189 Հարցազրույց մամուլի աջակցության «Ինտերնյուս» ՀԿ-ի տնօրեն Նունե Սարգսյանի հետ, Երևան, 26.10.2012թ.:

Այսպիսով, խոսակցություններն ու բամբասանքը հաճախ ինֆորմացիայի միակ աղբյուրն են, եթե ուզում ես իմանալ՝ ով է այս կամ այն ՁԼՄ-ի իրական տերը: Ժուռնալիստների «Ասպարեզ» ակումբ հասարակական կազմակերպության խորհրդի նախագահ Լևոն Բարսեղյանը կարծում է, որ ստվերում մնալու նման ցանկությունը ՁԼՄ-ների իրական տերերի մոտ պայմանավորված է երկու հանգամանքով. «առաջինը, այդ մարդիկ փորձում են թաքցնել հասարակությունից իրենց ունեցած իրական ազդեցությունը լրատվամիջոցի վրա, և երկրորդը, լրատվամիջոցի, հատկապես՝ հեռարձակող ընկերության, ձեռքբերումը կապված է խոշոր ներդրումների հետ և առաջ է քաշում հարցեր ու կասկածներ կապված այդ ֆինանսական միջոցների ծագման հետ: Մա հատկապես ակտուալ է Հայաստանում, որտեղ բիզնեսը և պետական իշխանությունը սերտաձել են միմյանց հետ»:¹⁹⁰

6.2 Լրատվամիջոցների ֆինանսավորումը

6.2.1 Մասնավոր և պետական ֆինանսավորում

Մասնավոր հեռարձակող և օնլայն լրատվամիջոցների եկամտի հիմնական աղբյուրներն են գովազդը և սեփականատերերի ու հովանավորների կողմից հատկացված գումարները: Հանրային հեռուստատեսությունը և ռադիոն ֆինանսավորվում են պետական բյուջեից, սակայն կարող են նաև եկամուտներ ստանալ գովազդներից և հովանավորներից: Տպագիր հրատարակություններից շատ քչերը հնարավորություն ունեն գովազդ տեղադրելու (հաշվի առնելով դրանց փոքր տպաքանակը), և գոյատևում են հիմնականում իրացումից/բաժանորդագրումից և սեփականատերերից ու հովանավորներից ստացված գումարների հաշվին (տես նաև 1.3.1.2 բաժինը):

Մասնավոր հեռուստաընկերությունների եկամուտներն աճում են: «Starcom Media West Armenia»-ի նախագահ Ադասի Ենոքյանի խոսքերով, 2007 թվականին եկամուտը նախորդ տարվա համեմատ աճել է ավելի քան երկու անգամ, իսկ 2008 թվականին՝ նորից կրկնապատկվել է: 2009-ից 2011 թվականներին, տարեկան եկամուտն աճել է 5–10 տոկոսով: Ադասի Ենոքյանը պնդում է, որ Հայաստանի գովազդի շուկան այսօր հասել է այն առավելագույն արժեքին, որը կարող է ապահովվել երկրի տնտեսությամբ:¹⁹¹

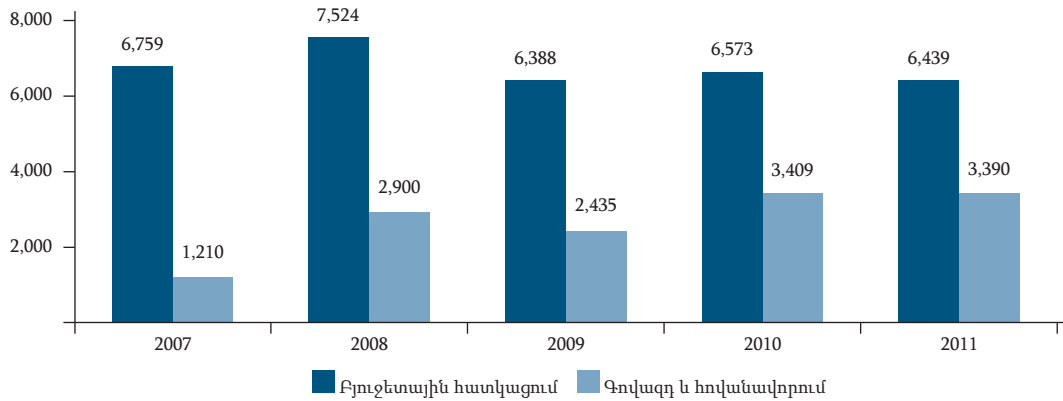
Հայաստանի Հանրային հեռուստառադիոընկերությունը մեծ ֆինանսավորում է ստանում պետական բյուջեից: Միննույն ժամանակ, այն հիմնական դերակատերներից մեկն է գովազդի շուկայում:

190 Հարցազրույց Ժուռնալիստների «Ասպարեզ» ակումբի խորհրդի նախագահ Լևոն Բարսեղյանի հետ, Երևան, 1.11.2012թ.:

191 Հարցազրույց «Starcom Media West Armenia»-ի նախագահ Ադասի Ենոքյանի հետ, 3 նոյեմբերի 2011թ.:

Նկար 11.

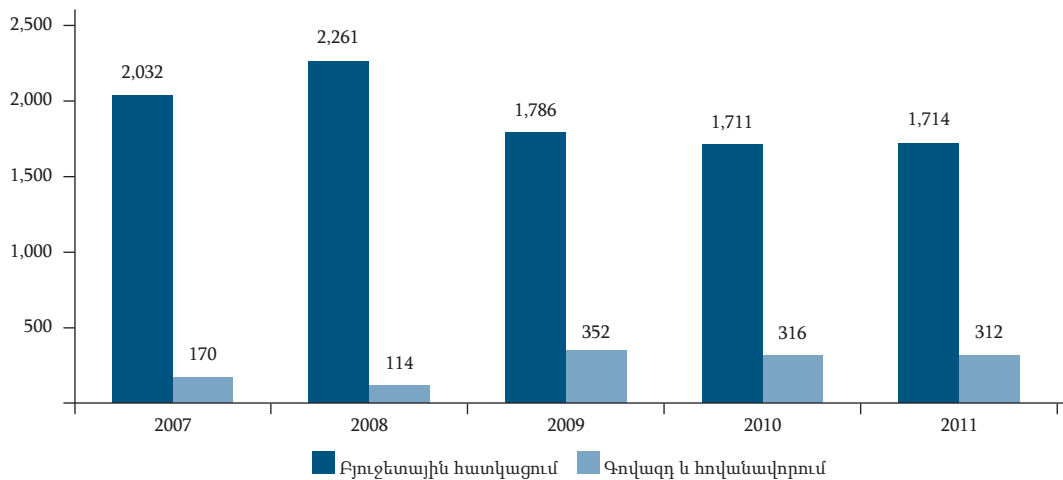
Հանրային հեռուստառնկերության տարեկան բյուջեն (US\$ '000), 2007–2011թթ.



Աղբյուրը՝ Հանրային հեռուստառնկերության խորհրդի տարեկան հաշվետվությունը 2007-2011 թվականների համար. ստացվել է Հանրային հեռուստառնկերությունից՝ Ժուռնալիստների «Ասպարեզ» ակումբի գրավոր դիմումի հիման վրա:

Նկար 12.

Հանրային ռադիոյի տարեկան բյուջեն (US\$ '000), 2007–2011թթ.



Աղբյուրը՝ Հանրային հեռուստառնկերության խորհրդի տարեկան հաշվետվությունը 2007-2011 թվականների համար. ստացվել է Հանրային հեռուստառնկերությունից՝ Ժուռնալիստների «Ասպարեզ» ակումբի գրավոր դիմումի հիման վրա:

Հանրային հեռուստառնկերության հիմնադրումից հետո, մի շարք լրագրողական կազմակերպություններ (այդ թվում՝ Երևանի մամուլի ակումբը, մամուլի աջակցության «Ինտերնյուս» ՀԿ-ն, ԽԱՊԿ-ը և Ժուռնալիստների «Ասպարեզ» ակումբը) իրենց մտահոգությունն են հայտնել այն փաստի կապակցությամբ, որ բյուջետային հատկացումները և գովազդից եկամուտ ստանալու հնարավորությունը անհավասար պայմաններ են ստեղծում Հանրայինի մրցակիցների համար: Ինչ վերաբերում է հեռուստատեսային հաղորդումներին ու ծրագրերին,

ապա Հ1-ն իր ուշադրությունը բնեռում է հիմնականում գովազդատուների համար գրավիչ կոմերցիոն նախագծերի այլ ոչ թե «հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի 26-րդ հոդվածով սահմանված այնպիսի առաջնահերթ խնդիրների վրա, ինչպես օրինակ քաղաքացիների սահմանադրական իրավունքները պաշտպանելու նպատակով «տեղեկատվական, քաղաքական, տնտեսական, կրթական, մշակութային, մանկապատանեկան, գիտական, հայոց լեզվի և պատմության, մարզական, ժամանցային և հանրության համար կարևոր ու նշանակալից այլ տեղեկատվական բնույթի հաղորդումների բազմազանության» ապահովումն է:¹⁹²

Ժուռնալիստների «Ասպարեզ» ակումբն ուսումնասիրել է «Հ1»-ով եթեր հեռարձակված գովազդների ծավալը 2011–2012 թվականներին և եզրակացրել, որ «Հ1»-ի առևտրային եկամուտները նախորդ վեց տարիների ընթացքում ըստ պաշտոնական տվյալների կազմել են 335–983 մլն դրամ (805,000–2,500,000 ԱՄՆ դոլար): Տրամաբանական կլիներ պետական բյուջեից Հանրայինին հատկացնել ևս 1 մլրդ դրամ ու արգելել նրան գովազդ տեղադրել իր եթերում: Ակումբի խորհրդի նախագահ Լևոն Բարսեղյանը նման առաջարկություն է ուղարկել ԱԺ 73 պատգամավորի:¹⁹³ Այդուհանդերձ, նրանցից միայն մեկը պատրաստակամություն հայտնեց քննարկել առաջարկությունը:

Պետբյուջեից միջոցներ են հատկացվում նաև «Հայաստանի Հանրապետություն» և «Республика Армения» պետական օրաթերթերին, ինչպես նաև ոչ-պետական տպագիր լրատվամիջոցներին: Այս նպատակների համար պետական բյուջեով նախատեսված գումարներն ըստ էության անփոփոխ են մնացել 2007–2011թթ. ընկած ժամանակահատվածում: Գումարները հատկացվում են մշակույթի նախարարության «Գրքի և հրատարակչական գործի կենտրոնի» միջոցով՝ տարեկան կտրվածքով հաստատվող ցուցակների համաձայն (տես 7.3.1 բաժինը):

Ընդհանուր առմամբ, մասնավոր լրատվամիջոցները չեն հրապարակում տեղեկություններ իրենց եկամուտների և ծախսերի մասին՝ որակելով դրանք որպես առևտրային գաղտնիք: Սակայն, հարցազրույցներին մասնակցած ԶԼՄ-ների ղեկավարները տրամադրեցին մեզ որոշ սահմանափակ տեղեկություններ: «Երկիր մեդիա» հեռուստատեսության տնօրեն Դավիթ Հակոբյանը հայտնեց մեզ, որ իրենց եկամուտների 50 տոկոսը գալիս է գովազդից, մոտ 25 տոկոսը՝ միջազգային դոնոր կազմակերպությունների կողմից տրամադրված դրամաշնորհներից և մնացած 25 տոկոսը՝ սեփականատիրոջ կողմից տրամադրված սուբսիդիաներից: Եկամուտների այսպիսի կառուցվածքն անփոփոխ է մնացել վերջին հինգ տարիների ընթացքում: «Եթե նշված գումարների մի մասը մեզ չի հասնում, մենք հայտնվում ենք շատ ծանր իրավիճակում», խոստովանեց պրն Հակոբյանը:¹⁹⁴

192 «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենք, հոդված 16, տես՝ <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=3853&lang=arm> (հայերեն) (ղիտվել է 25.10.2012թ.):

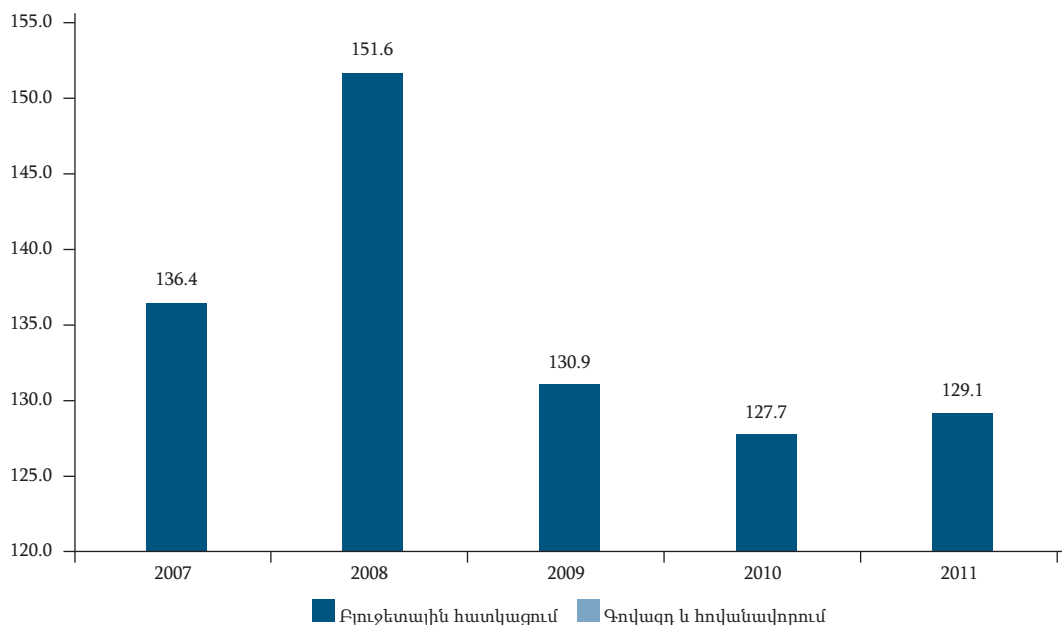
193 Ժուռնալիստների «Ասպարեզ» ակումբի խորհրդի նախագահ Լևոն Բարսեղյան, նամակ ԱԺ պատգամավորներին, տես՝ <http://www.asparez.am/news-hy/h1-advert-1bl> (հայերեն) (ղիտվել է 17.06.2013թ.):

194 Հարցազրույց «Երկիր մեդիայի» տնօրեն Դավիթ Հակոբյանի հետ, Երևան, 5.11.2012թ.:

Ինչ վերաբերում է տպագիր մամուլին, ապա ըստ «Առավոտ» օրաթերթի գլխավոր խմբագիր Արամ Աբրահամյանի, եկամուտների 50 տոկոսը գալիս է թերթի մանրածախ վաճառքից ու բաժանորդագրությունից, մոտ 30 տոկոսը՝ գովազդից և ժամացած 20 տոկոսը՝ հովանավորներից:¹⁹⁵ Նույն օրաթերթի տնօրեն Մարինա Մերուժանյանը նշեց, որ գովազդից մուտքերը կայուն չեն. օրինակ՝ 2007 թվականին դրանք 30 տոկոսով գերազանցեցին նախորդ տարվա ցուցանիշը, 2008-ին ժամացին անփոփոխ, 2009-ին աճեցին 10 տոկոսով, 2010-ին ժամացին գրեթե անփոփոխ, իսկ 2011-ին նվազեցին 8 տոկոսով: 2012 թվականի նոյեմբերի դրությամբ, գովազդային եկամտի առյուծի բաժինը՝ 85 տոկոսը, ստացվեց տպագիր տարբերակից, և միայն 15 տոկոսը՝ օնլայն տարբերակից: 2011 թվականին, սակայն, այս հարաբերակցությունը կազմել էր 95/5: «Արդեն նկատելի է լրագրի օնլայն տարբերակի՝ «Aravot.am»-ի գովազդային եկամուտների աճի միտում, և դա չնայած նրան, որ գովազդի գները կայքում զգալիորեն ավելի բարձր են, քան լրագրի տպագիր տարբերակում», նշեց տկն Մերուժանյանը:¹⁹⁶

Նկար 13.

Տարեկան բյուջետային հատկացումները «Հայաստանի Հանրապետություն» և «Республика Армения» պետական օրաթերթերին (մեկ թվով) (\$ '000), 2007–2011թթ.



Աղբյուրը՝ Տվյալները տրամադրվել են մշակույթի նախարարության «Գրքի և հրատարակչական գործի կենտրոնի» կողմից 2011թ. հոկտեմբերի 9-ին:

Այս ուսումնասիրության շրջանակներում կազմակերպված հարցազրույցներին մասնակցած մի շարք փորձագետներ նշել են, որ լրատվության շուկան շատ մասնատված է, իսկ գովազդային շուկան այնպիսին է, որ չի կարող ապահովել եկամուտներով լրատվամիջոցներից շատ

195 Հարցազրույց «Առավոտ» օրաթերթի գլխավոր խմբագիր Արամ Աբրահամյանի հետ, Երևան, 6.11.2012թ.:

196 Հարցազրույց «Առավոտի» տնօրեն Մարինա Մերուժանյանի հետ, Երևան, 6 նոյեմբերի 2012թ.:

շատերին: Բորիս Նավասարդյանի գնահատականով Հայաստանում գովազդի ամբողջ շուկան կազմում է տարեկան 100 մլն ԱՄՆ դոլար:¹⁹⁷ «Starcom Media West Armenia»-ի նախագահ Ադասի Ենոքյանը տալիս է ավելի համեստ գնահատական՝ տարեկան 60 մլն ԱՄՆ դոլար, որից 50 մլն ԱՄՆ դոլարը վերցվում է հեռուստատեսության կողմից:¹⁹⁸ Նման պայմաններում, լրատվամիջոցների ֆինանսական կախվածությունը քաղաքական ուժերից և հովանավորներից շատ մեծ է, իսկ փող տվողները, որպես կանոն, թելադրում են խմբագրական քաղաքականությունը թողարկումների բովանդակությունը:

6.2.2 Ֆինանսավորման այլ աղբյուրներ

Այս ուսումնասիրության իրականացման ժամանակահատվածում էապես աճեց արտասահմանյան դոնորների կողմից հատկացվող ֆինանսավորումը: Այդուհանդերձ, պրն Նավասարդյանի խոսքերով, դրամաշնորհների բաժինը ֆինանսավորման ընդհանուր պատկերում շարունակում է աննշան մնալ:¹⁹⁹ Միակ բացառությունը «Երկիր մեղիան» է: Վերջինիս բյուջեում դրամաշնորհները կազմում են եկամտի շոշափելի մասը, ինչպես արդեն նշվեց վերը՝ 6.2.1 բաժնում:

Թաքնված հովանավորչությունը համատարած բնույթ է կրում լրատվության ոլորտում: Գործարարները ծածուկ ֆինանսավորում են իրենց նախընտրած ՋԼՄ-ներին, և այդ գումարները որևէ կերպ կամ որևէ տեղ չեն հաշվառվում:

6.3 Մեդիա բիզնես մոդելներ

6.3.1 Փոփոխություններ մեդիա բիզնես մոդելներում

Թվային հեռարձակմանն անցնելու գործընթացի մեկնարկը համընկավ համաշխարհային տնտեսական ճգնաժամի հետ: Կան տարբեր կարծիքներ այն մասին, թե ինչպիսի ազդեցություն ունեցավ ճգնաժամը ՋԼՄ-ների և բիզնես մոդելների վրա (իսկ հուսալի տվյալներ գովազդի շուկայի դինամիկայի վերաբերյալ չկան):

Պրն Ենոքյանը կարծում է, որ ճգնաժամն առանձնապես ծանր հետևանքներ չի թողել, եթե չհաշվենք գովազդատուների ցուցակներում տեղի ունեցած փոփոխությունները. տեղական փոքր արտադրողների գովազդներն աստիճանաբար վերացան, իրենց տեղը զիջելով խոշոր արտասահմանյան արտադրողների արտադրանքի գովազդին: «Արմենիա TV»-ի տնօրեն Գագիկ Մկրտչյանը ասում է, որ ճգնաժամն իրեն զգացնել է տվել միայն գովազդատուներից որոշ դրամական փոխանցումների ուշացման ձևով: Նրա կարծիքով, գովազդի ընդհանուր

197 Հարցազրույց Երևանի մամուլի ակումբի նախագահ Բորիս Նավասարդյանի հետ, Երևան, 1.11.2011թ.:

198 Հարցազրույց «Starcom Media West Armenia»-ի նախագահ Ադասի Ենոքյանի հետ, Երևան, 3 նոյեմբերի 2011թ.:

199 Հարցազրույց Երևանի մամուլի ակումբի նախագահ Բորիս Նավասարդյանի հետ, Երևան, 1.11.2011թ.:

ծավալը չի պակասել: Ճգնաժամը չի ազդել նաև հեռուստահաղորդումների բազմազանության և բովանդակության վրա:²⁰⁰ «Հետք» հետաքննական շաբաթաթերթը 2010 թվականի իր հունվարյան զեկույցում մեջբերում է պրն Հակոբյանի խոսքերն այն մասին, որ տնտեսական ճգնաժամը խիստ է բոլոր ձեռնարկությունների ֆինանսներին, որի արդյունքում նվազել են հեռուստաընկերությունների գովազդային եկամուտները: Պրն Հակոբյանը նշել է նաև, որ գովազդի գինը պակասել է մոտ երկու անգամ: «Կարող եմ ամենայն պատասխանատվությամբ հայտարարել, որ դա տեղի է ունենում ամենուր», ասել է պրն Հակոբյանը:²⁰¹

«Մելտեքս» ՍՊԸ-ին ախազահև «Ա1+» հեռուստաընկերության հիմնադիր Մեսրոպ Մովսիսյանը (հեռարձակման լիցենզիայից զրկվելուց հետո «Ա1+»-ը լուրեր է թողարկում միայն իր կայքում և 20 րոպե՝ «ArmNews TV»-ով) կարծում է, որ օնլայն լրատվամիջոցներն օգուտ են քաղել ճգնաժամից: Նա ասաց, որ շատ գովազդատուներ թանկարժեք հեռուստատեսային գովազդից անցան լրագրերում և կայքերում իրենց գովազդը տեղադրելուն: Ըստ պրն Մովսիսյանի, «դա միակ հնարավորությունն էր օգուտ քաղելու ճգնաժամի շուրջ բարձրացված աղմուկից»:²⁰²

Տպագիր մամուլի շուկայում վերջին ժամանակների հիմնական միտումը կապված է պարբերականների օնլայն տարբերակներից եկամուտ ստանալու ակնկալիքների հետ: Այստեղ գործունեության պիկը համընկնում է հանրապետության ամբողջ տարածքում ինտերնետի օգտագործման տեմպերի աճի և լրագրերի ու ամսագրերի նկատմամբ պահանջարկի կտրուկ անկման հետ: «Առավոտի» ինտերնետային տարբերակի՝ «Aravot.am»-ի ստեղծումը, ցույց է տալիս ցանցային միջավայրում եկամուտ ստանալու աճող հնարավորությունները: Ըստ տկն Մերուժանյանի, չնայած տպագիր տարբերակում գովազդի տեղադրումն արժի 200-600 դրամ մեկ քառակուսի սանտիմետրի համար (0,5–1.50 ԱՄՆ դոլար), իսկ օնլայն տարբերակում՝ 50,000-200,000 դրամ (125–500 ԱՄՆ դոլար), գովազդատուներն ավելի ու ավելի հաճախ իրենց գովազդը տեղադրում են կա՝մ երկու տարբերակներում միաժամանակ, կա՝մ միայն օնլայն տարբերակում:²⁰³

Օնլայն լրատվամիջոցները դիտարկում են զարգացման երկու հնարավորություն՝ մուլտիմեդիային պլատֆորմների ձևավորումն ու կոնվերգենտ նախագծերի իրականացումը և իրենց կայքերի բջջային տարբերակների մշակումը, ինչը թույլ կտա դիտել դրանք բջջային հեռախոսների միջոցով և մեծացնել իրենց լսարանը:

200 Հարցազրույց Երևանի մամուլի ակումբի նախագահ Բորիս Նավասարդյանի հետ, Երևան, 1.11.2011թ.:

201 «Երբ բախվում են ճգնաժամն ու հեռուստաընկերությունները», «Հետք», 4 փետրվարի 2010թ., տես՝ <http://old.hetq.am/am/economy/tv-7> (դիտվել է 11.11.2011թ.):

202 «Լորությունները նույնիսկ շահեցին», «Հետք», 8 փետրվարի, 2010թ., տես՝ <http://old.hetq.am/am/media/web> (դիտվել է 11.11.2011թ.):

203 Հարցազրույց «Առավոտի» տնօրեն Մարինա Մերուժանյանի հետ, Երևան, 6 նոյեմբերի 2012թ.:

6.4 Եզրակացություններ

Չնայած գովազդային եկամուտները նպաստում են նրան, որ լրատվամիջոցները հանրության կարիքները բավարարող նյութեր մատուցեն, գովազդային շուկան չի կարող բավարար չափով ֆինանսավորում ապահովել: Հետևաբար, սեփականատիրոջ կողմից հատկացվող սուբսիդիաները և թաքնված հովանավորչությունը համատարած բնույթ են կրում լրատվության ոլորտում: Այսպիսի ֆինանսավորումը բերում է խմբագրական հսկողությանը, ինչը խանգարում է բազմակարծությանը և բազմազանությանը:

ԶԼՄ-ների սեփականության հետ կապված հարցերը թափանցիկ չեն, և օրենսդրության մեջ փոփոխություններ չեն կատարվել իրավիճակը բարելավելու համար: Հանրությունը տեղյակ չէ՝ ովքեր են ԶԼՄ-ների իրական սեփականատերերը:

Նոր մեկնարկած թվայնացման գործընթացն ուղեկցվում է ԶԼՄ-ների սեփականության վերաբաշխմամբ ու նոր հոլդինգների ձևավորմամբ: Սակայն, ինչպես և անալոգային ժամանակաշրջանում, լրատվամիջոցները շարունակում են կախված մսալ գործարարներից և քաղաքական վերնախավից: Վերջին քաղաքական փոփոխությունները, որոնց արդյունքում որոշ կուսակցություններ դուրս եկան իշխող կոալիցիայից, բայց պահպանեցին իրենց վերահսկողությունը սեփական հեռուստաընկերությունների նկատմամբ, որոշ բազմակարծություն ավելացրեցին հեռարձակման դաշտին, բայց, ընդհանուր առմամբ, ոլորտը շարունակվում է մսալ կառավարության վերահսկողության տակ:

Ինտերնետի արագ տարածմանը զուգընթաց, օնլայն ԶԼՄ-ները շարունակում են աճել, զարգանալ և մեծացնել իրենց ազդեցությունը լրատվության շուկայում, ինչպես նաև վստահորեն մուտք գործել գովազդի շուկա: Չնայած տեղեկում ընկերությունները ԶԼՄ-ների ակտիվներ ձեռք չեն բերել, ինտերնետ ծառայությունների գների նվազեցման շնորհիվ ստեղծվել են բարենպաստ պայմաններ շարժական հեռախոսակապի բաժանորդների մեջ օնլայն լրատվության տարածման և օնլայն լրատվամիջոցների լսարանի ընլայնման համար:

7. Քաղաքականություն, օրենքներ և կարգավորողներ

7.1 Քաղաքականություն և օրենքներ

7.1.1 Վերգետնյա հեռարձակման թվային համակարգին անցումը

ՀՄՄ-ի կողմից 2006 թվականին ժնկում կազմակերպված՝ Ռադիոկապի տարածաշրջանային համաժողովի²⁰⁴ ավարտին Հայաստանի կողմից միջազգային պայմանագրի ստորագրմամբ սկիզբ առավ հեռարձակման անալոգային համակարգից թվային հեռարձակման համակարգին անցնելու գործընթացը:

2009 թվականին նոյեմբերին Կառավարությունը հաստատեց Էկոնոմիկայի նախարարի գլխավորած միջգերատեսչական հանձնաժողովի կողմից մշակված «Ռադիոհեռուստատեսային հեռարձակման թվային համակարգին անցման հայեցակարգը»:²⁰⁵ Ակնկալվում էր, որ փաստաթղթում կներկայացվի թվային հեռարձակման համակարգին անցնելու գործընթացի ռազմավարության ընդհանուր նկարագրությունը: Սակայն բազմաթիվ առանցքային հարցեր մնացին առանց հստակ պատասխանների: Ըստ ԵԱՀԿ-ի կողմից իրականացված վերլուծության, հայեցակարգում բավարար չափով արտացոլված չեն հեռարձակման հասանելիության, թվայնացման գործընթացի ֆինանսավորման և ենթակառուցվածքների ստեղծման հետ կապված հարցերը: Ավելին, անդրադարձ չի եղել մուլտիպլեքսորների սակագներին, իսկ հանրային հեռարձակողի ֆինանսավորման առնչությամբ առկա են որոշակի բացեր:²⁰⁶ ԵԱՀԿ-ի վերլուծության մեջ նշվում է հետևյալը. «Հայեցակարգը լավ

204 Հեռահաղորդակցության միջազգային միություն (ՀՄՄ), Ժնև, «Digital broadcasting set to transform communication landscape by 2015» մամուլ հաղորդագրություն, 16 հունիսի, 2006թ, տես՝ http://www.itu.int/newsroom/press_releases/2006/11.html (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

205 ՀՀ Էկոնոմիկայի նախարարություն, «Հայեցակարգ»:

206 Վերլուծության մեջ ուսումնասիրվում է 2009 թվականի նոյեմբերի 12-ին ՀՀ Կառավարության կողմից հաստատված հայեցակարգը: Վերլուծությունը կատարվել է միջազգային պարտավորությունների, ինչպես նաև միջազգային և եվրոպական լավագույն չափանիշների տեսակետից: Օգտագործվել են նաև Հայաստանում հեռարձակման թվային համակարգին անցնելու վերաբերյալ նախկինում հրապարակված զեկույցները և ԶԼՄ-ների ազատության հարցերով ԵԱՀԿ-ի ներկայացուցչի կողմից պատվիրված «Հեռարձակման թվային համակարգին անցնելու ուղեցույցը», որը հրապարակվել է 2010 թվականի մարտ ամսին: Եվրոպական լավագույն պրակտիկան արտացոլված է Եվրոպայի Խորհրդի և Եվրոպական Միության տարբեր փաստաթղթերում, տես՝ <http://www.osce.org/fom/68579> (2012 թվականի սեպտեմբերի 5-ի դրությամբ):

խնդիրներ և նպատակներ է դնում, որոնք պետք է առաջ տարվեն, սակայն շատ քիչ բան է ասվում այն մասին, թե դա ինչպես պիտի արվի: Քանի որ ռազմավարության մշակման գործընթացը սկսել է մի քանի տարի առաջ, ժամանակն է որ արդեն ավելի շատ մանրամասներ հայտնի լինեն:»²⁰⁷

Ինչ վերաբերում է թվային հեռարձակման համակարգին անցման ռազմավարությանը, ապա ԵԱՀԿ-ի կողմից նշվում է, որ այն պետք է մշակվի և ընդունվի ոչ թե տնտեսվարող սուբյեկտների և կառավարության միջև փակ դռների ետևում տեղի ունեցած բանակցությունների արդյունքում, այլ պետք է մշտապես լինի հանրության ուշադրության կենտրոնում և մանրամասն քննության առնվի նրա կողմից՝ հեռարձակման ծառայությունների մատուցման ոլորտում բազմակարծության երաշխավորման, ինչպես նաև հանրության համար որակյալ ծրագրերի և դրանց բազմազանության ընտրության հնարավորությունն ապահովելու համար: Բացի դրանից, հայեցակարգում չկան նաև համապատասխան դրույթներ կոնվերգենցիայի և այլ տեխնոլոգիաների, ինչպես նաև թվային դիվիդենդի օգուտներն առավելագույնի հասցնելու վերաբերյալ: ԵԱՀԿ-ն ընդգծել է, որ. «Թվային կցուրդներ ձեռք բերելու համար աջակցությունը կարևոր խնդիր է, քանի որ արբանյակային և մալուխային հեռարձակման ծառայություններից քիչ մարդիկ են օգտվում, և դա պետք է գործնականում հաշվի առնվի, որպեսզի անալոգային հեռարձակման դադարեցումից հետո բնակչությունը չգրկվի հեռարձակման ծառայություններից»: Շեշտվել է նաև, որ կառավարության կողմից պետք է դիտարկվի թվային կցուրդների գնումը սուբսիդավորելու հնարավորությունն այն դեպքերում, երբ դրանց ձեռքբերումը մեծ ֆինանսական բեռ է հեռուստադիտողների համար: ԵԱՀԿ-ն կառավարությանը և հեռարձակողներին կոչ էր արել «անհապաղ հանրության իրազեկմանն ուղղված գործընթաց նախաձեռնել, որպեսզի հեռուստադիտողներին մատուցվող ծառայությունները չընդհատվեն մեկ համակարգից մյուսին անցնելու ժամանակ:»²⁰⁸

Այնուամենայնիվ, նույնիսկ այդ քննադատություններից հետո որևէ փոփոխություն չկատարվեց հայեցակարգում:

Այնուհետև, 2010 թվականի մայիսի 13-ին կառավարության կողմից հաստատվեց «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին» օրենքի նախագիծը և այն հապշտապ ներկայացվեց Ազգային ժողով: Ըստ նախագծի հեղինակների հիմնավորման, օրենքի նախագիծը միտված էր ապահովելու անցումը թվային հեռարձակման մինչև 2015 թվականի հունվարը, իսկ փոփոխություններն էլ վերաբերելու էին միայն անցման գործընթացին առնչվող հոդվածներին: Օրենքի նախագիծը Ազգային ժողով էր ներկայացվել առանց հանրային քննարկումների: Հասարակական

207 ԵԱՀԿ, «Հայեցակարգի վերլուծություն»:

208 ԵԱՀԿ, «Հեռարձակման մասին ՀՀ օրենքի փոփոխությունների վերաբերյալ դիտողություններ, 2010թ.», տես՝ <http://www.osce.org/fom/68242> (դիտվել է 2012 թվականի սեպտեմբերի 5-ին):

կազմակերպությունների բողոքներից ու հայտարարություններից հետո միայն այն մատչելի դարձավ հանրության համար:

Օրենքի նախագիծն առաջին ընթերցմամբ ընդունվելուց հետո, ՀՀ Ազգային ժողովում մայիսի 26-ին խորհրդարանական լուսնեք կազմակերպեցին, որոնց ժամանակ իրենց մտահոգություններն արտահայտեցին քաղաքացիական հասարակության և միջազգային կազմակերպությունների ներկայացուցիչները: Մի քանի օր անց հանրային քննարկում անցկացվեց ՀՀ Էկոնոմիկայի նախարարությունում: Եվս երկու քննարկումներ կազմակերպվեցին «Գործընկերություն հանուն բաց հասարակության» նախաձեռնության և ԵԱՀԿ Երևանյան գրասենյակի կողմից: Քննարկումների ժամանակ ԵԱՀԿ փորձագետների կողմից ներկայացվեցին օրենքի նախագծի վերաբերյալ իրենց վերլուծությունները՝ վերհանելով հիմնական խնդիրները և առաջարկելով հնարավոր լուծումներ: ԵԱՀԿ-ի՝ «Հեռարձակման մասին օրենքի փոփոխությունների վերաբերյալ դիտողությունների լրացում» փաստաթղթում նշվում է.

Օրինագծի՝ առաջարկվող տարբերակը, այդուհանդերձ, կասկածներ է հարուցում այն մասին, որ հեռարձակման մասին օրենսդրության վերաբերյալ ՁԼՄ-ների ազատության հարցերով ԵԱՀԿ-ի ներկայացուցչի բազմաթիվ կոչերը պատշաճ կերպով են արտացոլվել օրինագծում... Իրավական բարեփոխումներ չեն կարող իրականացվել մի քանի օրում, իսկ Կառավարությունը շտապում է, որ օրենքի նախագիծն ընդունվի մինչև մոբատորիումի ժամկետի ավարտը:²⁰⁹ Հարկ է նշել, որ նախկինում ներկայացված առաջարկությունները ձևակերպվել են ոչ թե խառնաշփոթ, այլ ավելի շատ ամբողջական ու համակարգված կերպով, որոնց միակ նպատակն է եղել ԵԱՀԿ ստանդարտների հետ օրենքի նախագծի ներդաշնակեցումը: ... Իսկ նախկինում ներկայացված որոշ առաջարկություններ ընդհանրապես անտեսվել են և (կամ) կապվել «հետագա օրենքի» կամ «հետագա փոփոխությունների» հետ:²¹⁰

ԵԱՀԿ փորձագետներն առաջարկել են օրենքում կատարել հետևյալ փոփոխությունները.

- Հստակ տարբերակում մտցնել արբանյակային, բջջային, ինտերնետային հեռարձակման և ոչ գծային տեսաձայնային ծառայությունների կարգավորման մասով.

209 2008 թվականի սեպտեմբերի 10-ին ԱԺ-ի կողմից ընդունվեցին «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» օրենքում կատարվող փոփոխությունները, որոնցով մինչև 2010 թվականի հուլիսի 20-ը հետաձգվեցին (մոբատորիում) ռադիոհեռուստատեսային հեռարձակման լիցենզավորման մրցույթները, իսկ անալոգային հեռարձակման գոյություն ունեցող լիցենզիաների գործողության ժամկետները երկարացվեցին մինչև 2011 թվականի հունվարի 21-ը: Հետաձգման համար կառավարության կողմից որպես պատճառաբանություն նշվում էր հեռարձակման թվայնացման համակարգին անցնելու անհրաժեշտությունը:

210 ԵԱՀԿ, «Հեռարձակման մասին ՀՀ օրենքի փոփոխությունների վերաբերյալ դիտողությունների և Ռադիոհեռուստատեսային հեռարձակման թվային համակարգին անցման հայեցակարգի» ավելի վաղ ներկայացված (2010թ. մարտ – մայիս) վերլուծության լրացում՝ ՁԼՄ-ների ազատության հարցերով ԵԱՀԿ փորձագետների կողմից», 2010թ. հունիս, էջեր 5–6, տես <http://www.osce.org/fom/68579> (դիտվել է 2012 թվականի սեպտեմբերի 5-ին)

- Իրավական հիմքեր ապահովել թվային հեռարձակման ոչ պետական օպերատորների ստեղծման համար.
- Առավել հստակ կարգավորել ազգային մուլտիպլեքսում և մայրաքաղաքի մուլտիպլեքսում ընդգրկվող ռադիոձրագրերի թիվը կամ թեմատիկ ուղղվածությունը:
- Փոխել Հանրային հեռուստառադիոընկերության և Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի գործունեության պետական բյուջեից ֆինանսավորման համակարգը՝ նախատեսելով պետությունից նրանց ֆինանսական անկախության ինքնաբերական երաշխիքներ:
- Բարեփոխել Հանրային հեռուստառադիոընկերության խորհրդի անդամների ընտրության և նշանակման համակարգը՝ բազմակարծիք հանրային հեռարձակման հնարավորություն ապահովելու նպատակով:²¹¹

2010 թվականի հունիսի 10-ին ՀՀ Ազգային ժողովն արտահերթ նիստ հրավիրեց և երկրորդ ընթերցմամբ ընդունեց օրենքի նախագիծը: Առաջին ընթերցումից հետո օրենքի նախագծում միայն աննշան խմբագրական փոփոխություններ էին կատարվել, մինչդեռ փորձագետների կողմից մատնանշված սկզբունքային հարցերն անտեսվել էին:²¹² Նախագահի կողմից ստորագրվելուց հետո օրենքն ուժի մեջ մտավ հունիսի 17-ին:

ԶԼՄ-ների ազատության հարցերով ԵԱՀԿ ներկայացուցիչ Դունյա Միյատովիչը հանդես է եկել քննադատական խոսքով, ասելով, որ՝ «Չնայած փոփոխություններին, Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին ՀՀ օրենքը չի խթանում հեռարձակման բազմակարծությունը թվային դարաշրջանում: Թեև փորձագիտական վերլուծությունում ներկայացված որոշ առաջարկություններ հաշվի են առնվել, սակայն անալոգայինից թվային հեռարձակմանը սահուն կերպով անցնելու համար վճռորոշ նշանակություն ունեցող մյուս առաջարկությունները հաշվի չեն առնվել»:²¹³

ԱՄՆ պետքարտուղար Հիլարի Բլինթոնը, ով Հայաստան էր ժամանել երկօրյա պաշտոնական այցով 2010 թվականի հուլիսին, նույնպես խոսել է օրենքի մասին: Հայաստանի քաղաքացիական հասարակության ներկայացուցիչների հետ հանդիպման ժամանակ նա ասաց, որ ՀՀ Նախագահ Սերժ Սարգսյանի և այլ բարձրաստիճան պաշտոնյաների հետ հանդիպման ժամանակ ինքը մտահոգություններ է արտահայտել ԶԼՄ-ների ազատության առնչությամբ. «Գիտեմ, որ ձեզանից շատերը մտահոգված են «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքում կառավարության՝ վերջերս կատարած փոփոխություններով:

211 ԵԱՀԿ, «Հեռարձակման մասին ՀՀ օրենքի փոփոխությունների վերաբերյալ դիտողություններ, 2010թ.», տես՝ <http://www.osce.org/fom/68242> (ղիտվել է 2012 թվականի սեպտեմբերի 5-ին):

212 «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքում փոփոխություններ կատարելու մասին օրենք, տես՝ <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=3853&lang=arm> (հայերեն) (ղիտվել է 2012 թվականի սեպտեմբերի 5-ին):

213 ԶԼՄ-ների ազատության հարցերով ԵԱՀԿ ներկայացուցիչ Դունյա Միյատովիչի խոսքը, 2010 թվականի հունիսի 15, տես՝ <http://www.osce.org/documents/69430> (անգլերեն), և տես՝ <http://www.jnews.am/en/tv-radio-law-osce-media-freedom-statement> (հայերեն) (ղիտվել է 2012 թվականի սեպտեմբերի 5-ին):

Այդ մտահոգությունները կիսում են ԱՄՆ-ն, ԵԱՀԿ-ն և Եվրամիությունը: Ես արծարծեցի այս խնդիրները և պատասխան ստացա, որ կառավարությունը պատրաստ է այս աշնանը վերանայել նախագիծը:»²¹⁴

2010 թվականի սեպտեմբերի 18-ին ՀՀ Նախագահն առաջարկել էր, որ ՀՀ մարդու իրավունքների պաշտպանի (օմբուդսմեն) ղեկավարությամբ աշխատանքային խումբ ստեղծվի՝ հեռուստատեսային հեռարձակման թվայնացման գործընթացի օրենսդրական կարգավորման աշխատանքներն ավարտին հասցնելու նպատակով:²¹⁵ Ակնկալվում էր, որ պետական մարմինների և հասարակական կազմակերպությունների ներկայացուցիչներից բաղկացած աշխատանքային խումբը կվերանայի օրենքը բազմաթիվ քննադատությունները հաշվի առնելու նպատակով:

Աշխատանքային խմբի կողմից մշակված նախագիծն Ազգային ժողով ներկայացվեց 2011 թվականի մայիսի 31-ին: Սակայն աշխատանքային խմբում ընդգրկված լրագրողական որոշ կազմակերպություններ իրենց մտահոգությունն էին հայտնել փաստաթղթի վերաբերյալ՝ շեշտելով, որ այն դեռ լիարժեք չէ և դեռ շատ վաղ է աշխատանքներն ավարտելը:²¹⁶ Այդ կազմակերպությունները, մասնավորապես նշել էին, որ տեղական և միջազգային կազմակերպությունների, այդ թվում՝ ԵԱՀԿ-ի, առաջարկությունները հաշվի չեն առնվել: Օրենքի նախագիծը երբեք չի շրջանառվել:

Լրատվամիջոցների աջակցության հարցերով զբաղվող երեք կազմակերպություն (Երևանի մամուլի ակումբը, մամուլի աջակցության «Ինտերնյուս» ՀԿ-ն և ԽԱՊԿ-ը) առաջարկել էին օրենքի փոփոխությունների նախագծի իրենց մշակած տարբերակը: 2011 թվականի դեկտեմբերին նախագիծը քննարկվել էր ԱԺ գիտության, կրթության, մշակույթի, երիտասարդության և սպորտի հարցերի մշտական հանձնաժողովում՝ պետական կառույցների, հասարակական կազմակերպությունների և միջազգային կազմակերպությունների ներկայացուցիչների մասնակցությամբ: Փաստաթուղթը որպես հիմք էր ընդունվել հետագա աշխատանքների համար:²¹⁷

Պետական մարմիններում, այդ թվում՝ ՀՌԱՀ-ում, բազմաթիվ քննարկումներ կազմակերպվեցին Խորհրդարանի, Հեռուստատեսային և ռադիոհաղորդիչ ցանցի, լրագրողական և միջազգային կազմակերպությունների ներկայացուցիչների հետ միասին՝ նպատակ ունենալով օրենքի

214 «Հայկական մեդիա 2010. Հեռուստատեսության բազմակարծությունը առավել նվազեց», «JNews.am», տես՝ <http://www.jnews.am/en/armenian-media-2010> (ղիտվել է 2012 թվականի սեպտեմբերի 5-ին):

215 Հայաստանի Հանրապետությունում Մարդու իրավունքների պաշտպանը (օմբուդսմեն) անկախ ինստիտուտ է, բայց ֆինանսավորվում է պետական բյուջեից: Տես՝ <http://www.ombuds.am/en> (ղիտվել է 2012 թվականի սեպտեմբերի 5-ին):

216 Երևանի մամուլի ակումբ, «Հեռարձակման մասին օրենսդրության հարցերով աշխատանքային խմբի կազմում ընդգրկված ՀԿ-ների հայտարարությունը», շաբաթական տեղեկագիր, տես՝ <http://www.ypc.am/bulletin/t/45137/1n/en> (ղիտվել է 2012 թվականի սեպտեմբերի 5-ին):

217 ԽԱՊԿ, «Հայաստանում խոսքի ազատության վիճակի եւ լրագրողների ու ԶԼՄ-ների իրավունքների խախտումների մասին եռամսյակային զեկույց (հունվար–մարտ 2012թ.)», տես՝ <http://www.khosq.am/en/reports/cpfe-quarterly-report-january-march-2012> (ղիտվել է 2012 թվականի սեպտեմբերի 5-ին):

նախագծում ներառել ներկայացված առաջարկությունները և ապահովել, որ օրենքի նախագիծն Ազգային ժողով ներկայացվի 2013 թվականի ընթացքում: Հեռարձակման անկախության և եթերի բազմազանության ապահովմանն ուղղված՝ հեռարձակման մասին օրենսդրության բարեփոխման նպատակով նախաձեռնված օրենսդրական գործընթացը կասեցվել էր ավելի քան երկու տարի:

7.1.1.1 Հասանելիություն և մատչելիություն

Հայեցակարգում նախատեսվում են դրույթներ՝ ուղղված բնակչության համար հասանելիության և մատչելիության ապահովմանը: Վեցերորդ բաժնում թվարկվում են անհրաժեշտ միջոցները, այն է՝ անկախ կարգավորող մարմնի կողմից առնվազն մեկ անվճար պարտադիր համահասանելի փաթեթ (հինգից վեց ալիք ներառող) և մի քանի վճարովի փաթեթներ ներառող երկու կամ երեք մուլտիպլեքսորների օրինական գործունեության ապահովում՝ օբյեկտիվ և թափանցիկ չափանիշների հիման վրա, մինչև անալոգային հեռարձակման վերջնական դադարեցումը ՀՀ անապահով քաղաքացիների և խոցելի խմբերի համար թվային հեռարձակմամբ հեռուստառադիոհաղորդումների ընդունման և ապակոդավորման սարքավորումների ապահովում և թվային հիմնացանցի և հեռարձակման առավելագույն ծածկույթի ապահովում բնակեցված տարածքներում:²¹⁸

Հայեցակարգում դրույթներ են եղել նաև թվային հեռարձակման ազդանշանների հասանելիության վերաբերյալ. «Մինչև անալոգային հեռարձակման վերջնական դադարեցումը ապահովել ՀՀ ամբողջ տարածքում հեռուստառադիոհաղորդումների (առնվազն սոցիալական մուլտիպլեքսի) թվային հեռարձակման ծածկույթը» և «առանձնակի ուշադրություն հատկացնել դժվարամատչելի բնակավայրերում կապի և հեռարձակման ապահովմանը»:²¹⁹

Այս ուսումնասիրության շրջանակներում հարցազրույցներին մասնակցած փորձագետների կողմից հայեցակարգը քննադատության էր ենթարկվում դրանում առկա աղոտ ձևակերպումների և կոնկրետ մանրամասների բացակայության համար: Ըստ Նունե Սարգսյանի, փաստաթուղթն ավելի շատ լավագույն մտադրությունների հռչակագիր է հիշեցնում, քան կոնկրետ գործողությունների պլան:²²⁰

Հասանելիությունը կարգավորվում է նաև «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի փոփոխություններով: Օրենքի 4-րդ հոդվածում սահմանվում է, որ՝

2. Յուրաքանչյուր ոք իրավունք ունի ազատ ընդունելու հեռուստառադիոհաղորդումներ և լրացուցիչ տեղեկատվություն, ներառյալ՝ արբանյակային, կաբելային (մալուխային) ցանցերով, անվճար կամ վճարովի ինչպես ապակոդա-

218 ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարության հայեցակարգ, էջ 8:

219 ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարության հայեցակարգ, էջեր 13–14:

220 Հարցազրույց Մամուլի աջակցության «Ինտերնյուս» ՀԳ-ի տնօրեն Նունե Սարգսյանի հետ, Երևան, 9 սեպտեմբերի, 2011թ.:

վորող միջոցներով, այնպես էլ հեռուստառադիոհեռարձակման բաց ցանցերով:
3. Պետությունն անհրաժեշտ պայմաններ է ստեղծում և միջոցներ է ձեռնարկում Հայաստանի Հանրապետության ամբողջ տարածքում Հանրային հեռուստառադիոընկերության (առնվազն 1 հեռուստաալիքի և 1 ռադիոալիքի) ծրագրերի ընդունման համար:

4. Եթերային հեռուստառադիոհեռարձակում իրականացնող ընկերությունը համապատասխան սփռման գոտիների համընկնման շրջաններում չպետք է սահմանափակի մարդկանց՝ այլ հեռուստառադիոծրագրեր ընդունելու իրավունքը:²²¹

«Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքով կարգավորվում է նաև թվային հեռարձակման հասանելիությունը ազգային փոքրամասնությունների, հաշմանդամություն ունեցողների և հասարակության այլ խմբերի համար: Օրենքի 5-րդ հոդվածով սահմանվում է, որ ՀՀ տարածքում հեռարձակվող հեռուստառադիոհաղորդումների լեզուն գրական հայերենն է, մինչդեռ հոդվածի 2-րդ պարբերությամբ բացառություն է նախատեսվում ազգային փոքրամասնությունների լեզվով հեռարձակվող հաղորդումների համար:

Օրենքի 26-րդ հոդվածի համաձայն, Հանրային հեռուստառադիոընկերությունը պարտավոր է մատուցել այնպիսի հաղորդաշարեր և հաղորդումների տեսակներ, որոնցում ներկայացվում են ՀՀ տարբեր տարածաշրջանների, ազգային փոքրամասնությունների և հասարակության տարբեր շերտերի ու սոցիալական խմբերի շահերը, այն պարտավոր է ծրագրերում ապահովել խուլուհամր հանրության համար հնարավոր տեղեկատվության ստացման մատչելիությունը, օրվա եթերաժամում առնվազն մեկական մանկական և լրատվական հեռուստահաղորդում հեռարձակել սուրդոթարգմանությամբ կամ հայերեն լուսագրով, և պարտավոր է եթերային ժամանակ տրամադրել ազգային փոքրամասնությունների լեզուներով հատուկ ծրագրերի և հաղորդումների հեռարձակման համար: Այդ հաղորդումների ընդհանուր ժամաքանակը չպետք է գերազանցի հեռուստատեսությամբ շաբաթական մինչև 2 ժամը, իսկ ռադիոյով՝ շաբաթական մինչև 1 ժամը: Ազգային փոքրամասնությունների լեզուներով հատուկ ծրագրերը և հեռուստահաղորդումները պետք է ուղեկցվեն հայերեն լուսագրով: Ներկայումս միայն Հանրային ռադիոյով են հեռարձակվում հաղորդումներ ազգային փոքրամասնությունների լեզուներով (եզդիերեն, քրդերեն և ռուսերեն):

7.1.1.2 Սարքերի ձեռքբերման սուբսիդավորում

Ըստ հայեցակարգի, կառավարությունը մտադրություն ունի սուբսիդավորել ՀՀ ընտանիքների անապահովության գնահատման հանրապետական համակարգում հաշվառված անապահով ընտանիքներին՝ ապակոդավորման սարքեր (թվային կցուրդներ) ձեռք բերելու նպատակով: Հանրապետությունում հաշվառված են մոտ 150,000 նման ընտանիքներ: Հայեցակարգի համաձայն, սուբսիդավորման համար անհրաժեշտ կլինի 1.5–2 միլիարդ ՀՀ դրամ (4–5

221 «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենք, տես՝ <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=3853&lang=eng> (հայերեն) (դիտվել է 2012 թ. հոկտեմբերի 25-ին):

միլիոն ԱՄՆ դոլար): Բացի դրանից, բնակչության համար մատչելի և որակյալ կցուրդներ ապահովելու նպատակով պետությունը պետք է տենդեր հայտարարի:²²² Սակայն, մինչ այժմ սուբսիդավորման որևէ սխեմա չի մշակվել:²²³

7.1.1.3 Իրավական դրույթներ հանրային շահի վերաբերյալ

Հայեցակարգում հանրային շահի համար որևէ սահմանում չի նախատեսվում, բայց փոխարենը նշվում է քաղաքացիների շահերը «ապահովելու» մասին: «... Հայեցակարգի նպատակն է հեռուստառադիոհեռարձակման ոլորտում իրականացնել բարեփոխումներ, այդ գործընթացում հավասարակշռել և ապահովել ՀՀ քաղաքացիների, հայրենական արդյունաբերության, հեռա-հաղորդակցական օպերատորների, հեռուստառադիոծրագրեր արտադրողների, պետական կառույցների, այլ շահագրգիռ կազմակերպությունների և հաստատությունների, տեղեկատվա-կան ծառայությունների վերջնական սպառողների շահերը:²²⁴ Դրանում նաև նշվում է, որ յուրաքանչյուր մուլտիպլեքսորում պետք է ներառվի առնվազն մեկ պարտադիր համահասանելի փաթեթ: «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի համաձայն, սոցիալական հեռուստաալիքները թվով լինելու են 18-ը (հանրապետական և քաղաքային) Երևան քաղաքում և իննական ալիք յուրաքանչյուր մարզում (ութ հանրապետական և մեկ մարզային):²²⁵

Հանրային շահն արտացոլված է նաև հայեցակարգում սահմանված անկախ ազատ հեռարձակման շուկայի սկզբունքներում, որոնք են՝ ՁԼՄ-ների անկախությունը, պրոֆեսիոնալիզմը, ՁԼՄ-ների աշխատանքներին՝ գրաքննության միջոցով ապօրինի միջամտության բացառումը, հանրային և մասնավոր հեռարձակողների հավասարակշռված համակեցությունը, հաղորդակցության ենթակառուցվածքների ազատ և հավասար հասանելիությունը, մրցակության և բազմակարծության խթանումը:

Հայեցակարգի 8-րդ բաժնում («Տնտեսական դաշտ և բիզնես») ներկայացված են հեռարձակման թվային համակարգին անցնելու հետ կապված հիմնական ծախսային ուղղությունները: Դրանք են՝ գործող մայրուղային ռադիոհեռալիային գծերի թվայնացում կամ այլընտրանքային ուղիների առաջարկում՝ դեպի մարզեր հեռահաղորդում կազմակերպելու համար, հեռուստակայաններում պարտադիր համահասանելի փաթեթի ընդունման համար թվային ընդունիչ համակարգերի ձեռքբերում և տեղադրում, հեռուստացույցների թվային կցուրդների տրամադրում բնակչության առավել անապահով խավերին, և հեռուստակայաններում ծրագրերի առնվազն մեկ փաթեթի հեռարձակման համար համապատասխան հզորությամբ

222 ՀՀ Էկոնոմիկայի նախարարության հայեցակարգ:

223 Հարցազրույց Ժուռնալիստների «Ասպարեզ» ակումբի խորհրդի նախագահ Լևոն Բարսեղյանի հետ, Երևան, 14 սեպտեմբերի, 2011թ.:

224 ՀՀ Էկոնոմիկայի նախարարության հայեցակարգ:

225 «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենք, հոդված 47, տես՝ <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=-show&ID=3853&lang=arm> (հայերեն) (դիտվել է 2012թ. նոյեմբերի 20-ին):

առնվազն մեկական DVB-T թվային հաղորդակի և լրակազմի ձեռքբերում ու տեղադրում: Առայժմ չեն որոշվել ֆինանսավորման աղբյուրները:²²⁶

Այս ուսումնասիրության նպատակներով հարցազրույցներին մասնակցած փորձագետների կարծիքով, հեռարձակման թվային համակարգին անցնելու ընդհանուր արժեքը կկազմի 30 մլն ԱՄՆ դոլարից մինչև 33 մլն ԱՄՆ դոլար: Կոնկրետ գումարն ավելի պարզ կդառնա, երբ ընտրվի հեռարձակման թվային համակարգի ձևավորման համար պատասխանատու մարմինը:

7.1.1.4 Հանրային քննարկում

ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարության գլխավորած միջգերատեսչական հանձնաժողովին հանձնարարվել էր աշխատել հեռարձակման թվային համակարգին անցման հայեցակարգի վրա և օրենսդրական փոփոխություններ մշակել: Օրենսդրական մշակման գործընթացի ժամանակ որևէ հանրային քննարկում տեղի չի ունեցել, և քաղաքացիական հասարակության կազմակերպություններն ու լայն հասարակությունը որևէ հնարավորություն չեն ունեցել ծանոթանալու փաստաթղթին, որը հանրությանը հասանելի է դարձել միայն այն ժամանակ, երբ երբ 2009 թվականի նոյեմբերի 12-ին հաստատվել է Կառավարության կողմից: Հայեցակարգը հաստատելու մասին իր որոշմամբ Կառավարությունը միջգերատեսչական հանձնաժողովին հանձնարարել էր «մեկամյա ժամկետում մշակել և կառավարություն ներկայացնել «Ռադիոհեռուստատեսային հեռարձակման թվային համակարգին անցման հայեցակարգի» վերաբերյալ հանրային քննարկման ժամանակացույցը»:²²⁷ Միայն դրանից հետո ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարությունը հանրային քննարկման նպատակով հայեցակարգը տեղադրեց իր կայքէջում, սակայն որևէ քննարկում տեղի չունեցա: Դրա վերաբերյալ քննարկումները ծավալվեցին ավելի ուշ՝ «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքի փոփոխությունների նախագծի վերաբերյալ քննարկումների հետ միասին:

Օրենքի նախագիծը Կառավարության կողմից հաստատվեց 2010 թվականի մայիսի 13-ին: Այն անմիջապես Ազգային ժողով ներկայացվեց արագ կերպով ընդունման համար: Մինչդեռ թե՛ օրենքի նախագիծը, և թե՛ հայեցակարգը խիստ քննադատության էին ենթարկվել քաղաքացիական հասարակության կազմակերպությունների կողմից:

Մայիսի 14-ին, օրենքի նախագծի հաստատումից մեկ օր անց, «Գործընկերություն հանուն բաց հասարակության» նախաձեռնության ավելի քան 60 հասարակական կազմակերպություններ երկու փաստաթղթերում առկա առավել խնդրահարուց հարցերը քննարկելու նպատակով «կլոր-սեղան» քննարկումներ կազմակերպեցին միջգերատեսչական հանձնաժողովի անդամների հետ: Քաղաքացիական հասարակության ներկայացուցիչներն իրենց

226 Հարցազրույց Ժուռնալիստների «Ասպարեզ» ակումբի խորհրդի նախագահ Լևոն Բարսեղյանի հետ, Երևան, 14 սեպտեմբերի, 2011թ.:

227 Քաղվածք ՀՀ Կառավարության նիստի արձանագրային որոշումից, թիվ 47, 12 նոյեմբերի 2009թ., տես՝ <http://www.gov.am/am/news/item/7672> (հայերեն) (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

մտահոգությունն էին հայտնում, հատկապես այն փաստի վերաբերյալ, որ օրենքի նախագծում մեխանիզմներ չեն նախատեսվում հեռարձակման թվային համակարգին անցնելու գործընթացի և այդ գործընթացի մասնակիցների հարաբերությունների կարգավորման համար: Նրանց համար մտահոգիչ էր այն հանգամանքը նաև, որ օրենքի նախագծով հեռուստատեսային հեռարձակման համար լիցենզիաների թիվը սահմանափակվել էր՝ համապետական և մայրաքաղաքային սփռման համար նախատեսվելով 18 ալիք, իսկ 10 մարզերից յուրաքանչյուրի համար՝ մեկ մարզային ալիք, ինչը պակաս էր գոյություն ունեցող հեռուստատեսային ընկերությունների թվից: Դա նշանակում էր, որ շատ հեռարձակող ընկերություններ պետք է փակվեին, և շատ քիչ հավանական էր, որ որևէ նոր հեռարձակող մուտք գործեր շուկա: Հեռարձակման լիցենզիա ստանալու համար մրցույթների պայմանները և ընթացակարգերը հեռու էին թափանիկ լինելուց, և դրանցով բավականին լայն հնարավորություններ էին ստեղծում հայեցողության և սուբյեկտիվ որոշումների համար:

Նմանօրինակ և բազաթիվ այլ լուրջ պրոբլեմների մասին ընդգծել են Երևանի մամուլի ակումբը, Մամուլի ազատության «Ինտերյուս» ՀԿ-ն և ԽԱՊԿ-ը՝ 2010 թվականի մայիսի 17-ի իրենց համատեղ հայտարարության մեջ:²²⁸ ԵԱՀԿ-ի Երևանյան գրասենյակը 2010 թվականի մայիսի 18-ին սեփնար էր կազմակերպել «Ռադիոհեռուստատեսային հեռարձակման թվային համակարգին անցման հայեցակարգի վերլուծությունը» ներկայացնելու նպատակով, որը ԶԼՄ-ների ազատության հարցերով ԵԱՀԿ ներկայացուցչի պատվերով պատրաստվել էր Քեթրին Նայման-Մետկալֆի և Անդրեյ Ռիխտերի կողմից:²²⁹ Փաստաթղթում մանրամասն ներկայացվում էին թվայնացման վերաբերյալ Կառավարության փաստաթղթերի թերություններն ու անհամապատասխանությունները և համապատասխան լուծումներ էին առաջարկվում (տես՝ 7.1.1 բաժինը):

Հասարակական և միջազգային կազմակերպությունների ճնշման տակ 2010 թվականի մայիսի 26-ին Ազգային ժողովում խորհրդարանական լուծումներ կազմակերպվեցին օրենքի նախագծի վերաբերյալ, որի ընթացքում Կառավարության ներկայացուցիչները և իշխող կոալիցիայի պատգամավորները անվերապահորեն կողմ էին փաստաթղթին, մինչդեռ անկախ լրագրողական կազմակերպությունների ներկայացուցիչները և ընդդիմությունը ներկայացնող խորհրդարանականներն այն անընդունելի էին համարում: Համաձայնություն ձեռք բերվեց այն մասին, որ միջգերատեսչական հանձնաժողովը քննության կառնի լուծումների ժամանակ ներկայացված բոլոր առաջարկությունները: Դա տեղի ունեցավ 2010 թվականի հունիսի 3-ին, և արդյունքում ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարի գլխավորած միջգերատեսչական հանձնաժողովը վստահեցրեց, որ լրագրողական կազմակերպությունների կողմից ներկայացված առաջարկությունները կընդունվեն:

228 Հայաստանի ՀԿ-ների հայտարարությունները, 17 մայիսի 2010թ., տես՝ <http://www.ypc.am/expert/1n/en> (անգլերեն) (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

229 ԵԱՀԿ, «Հայեցակարգի վերլուծություն»:

Սակայն գործնականում այդ վստահեցումներն օդում մնացին: Ըստ Ժուռնալիստների «Ասպարեզ» ակումբի խորհրդի նախագահ Լևոն Բարսեղյանի, նոր օրենքն ընդունելով՝ իշխանությունները պարզապես փորձ արեցին բացարձակ վերահսկողություն սահմանել հեռարձակման ոլորտի նկատմամբ:²³⁰

ԶԼՄ-ների ազատության հարցերով չորս կազմակերպությունների և «Բաց հասարակության հիմնադրամներ-Հայաստան» գրասենյակի կողմից ստորագրված 2010 թվականի հունիսի 6-ին հրապարակված համատեղ հայտարարության մեջ նշվում էր, որ ընդունվել են առաջարկություններից միայն մի քանիսը (սակայն ոչ ամենակարևորները), ինչն իրականում նախկինում ձեռք բերված պայմանավորվածությունների խախտում էր և այդ կազմակերպություններին հիմք էր տալիս «կասկած հայտնել Էկոնոմիկայի նախարարության և միջգերատեսչական հանձնաժողովի՝ խոստումները կատարելու և կառուցողական համագործակցության պատրաստակամության և ընդունակության վերաբերյալ»:²³¹ Փաստաթղթով Խորհրդարանին կոչ էր արվում չքննարկել օրենքի նախագիծը, մինչև այն չներկայացվի պայմանավորված ձևաչափով և բովանդակությամբ:

Այնուամենայնիվ, 2010 թվականի հունիսի 10-ին օրենքն ընդունվեց Ազգային ժողովի կողմից, և թվային ցանցի միջոցով վերգետնյա հեռարձակման նպատակով լիցենզավորման մրցույթներն անցկացվեցին հենց նույն տարում: Սակայն մրցույթները հայտարարելուց դեռ երկու ամիս էլ չէր անցել, երբ ՀՀ Նախագահ Ս. Սարգսյանը Սարգոյ իրավունքների պաշտպանին հանձնարարել էր աշխատանքային խումբ ստեղծել «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի լրամշակման համար:²³² Աշխատանքային խումբը ստեղծվեց, սակայն նրա աշխատանքն անարդյունավետ էր, իսկ աշխատանքային խմբի կողմից մշակված փաստաթուղթը երբեք հաշվի չառնվեց:

«Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքում փոփոխություններ կատարելու մասին նոր օրենքի նախագիծը ներկայացվեց ԱԺ գիտության, կրթության, մշակույթի, երիտասարդության և սպորտի հարցերի մշտական հանձնաժողովի կողմից 2011 թվականի հոկտեմբերին: Նախագիծը մշակվել էր լրագրողական երեք կազմակերպությունների՝ Երևանի մամուլի ակումբի, Մամուլի աջակցության «Բնտերնյուս» ՀԿ-ի և ԽԱՊԿ-ի կողմից:²³³

230 Հարցազրույց Ժուռնալիստների «Ասպարեզ» ակումբի խորհրդի նախագահ Լևոն Բարսեղյանի հետ, Երևան, 23 նոյեմբերի, 2012թ.:

231 Հայաստանի ՀԿ-ների հայտարարությունները, 6 հունիսի, 2010թ., տես՝ <http://www.ypc.am/expert/ln/en> (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

232 Երևանի մամուլի ակումբ, «ՀՀ Նախագահը առաջարկում է աշխատանքային խումբ ստեղծել հեռարձակման մասին օրենսդրության կատարվագործման համար», շաբաթական տեղեկագիր, տես՝ <http://www.ypc.am/bulletin/ln/en/t/44239> (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

233 ԽԱՊԿ, «Հայաստանում խոսքի ազատության վիճակի եւ լրագրողների ու ԶԼՄ-ների իրավունքների խախտումների մասին տարեկան զեկույց», Երևան, էջ 2, տես՝ <http://khosq.am/en/reports/annual-report-2011-2> (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին) (այսուհետ՝ ԽԱՊԿ-ի տարեկան զեկույց, 2011թ.):

2013 թվականի սեպտեմբերի դրությամբ այս փաստաթուղթը քննարկվում էր պետական տարբեր գերատեսչություններում:

7.1.2 Ինտերնետ

7.1.2.1 Ինտերնետ միջավայրում լրատվության բովանդակության կարգավորումը

Զանգվածային լրատվության հետ կապված գործունեությունը սահմանվում է «Զանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենքով: Օրենքը կարգավորում է զանգվածային լրատվության իրականացման հետ կապված հարաբերությունները, սահմանում է լրատվության ոլորտում խոսքի ազատության իրավունքի ապահովման երաշխիքները, լրագրողի հավատարմագրման, տարածված տեղեկատվության հերքման և պատասխանի իրավունքի իրացման հիմնադրույթներն ու այն հիմքերը, որոնց առկայության դեպքում լրատվական գործունեություն իրականացնողները պատասխանատվության ենթակա չեն:²³⁴ «Զանգվածային լրատվության մասին» օրենքով սահմանվում է, որ լրագրողները գործում են ազատորեն՝ իրավահավասարության, օրինականության, խոսքի (արտահայտվելու) ազատության և բազմակարծության սկզբունքների հիման վրա, և արգելվում է գրաքննությունը: Օրենքի 7-րդ հոդվածում նախատեսվում են խոսքի ազատության սահմանափակումները, որոնց համաձայն արգելվում է՝ «օրենքով սահմանված կարգով գաղտնի համարվող կամ քրեորեն պատժելի արարքներ քարոզող, ինչպես նաև այնպիսի տեղեկատվության տարածումը, որը խախտում է մարդու անձնական և ընտանեկան կյանքի անձեռնմխելիությունը»:²³⁵

Այս իրավունքները և պարտականությունները տարածվում են նաև օնլայն լրատվամիջոցների վրա, քանի որ՝ ըստ «Զանգվածային լրատվության մասին» օրենքի 3-րդ հոդվածի, օնլայն լրատվամիջոցը համարվում է զանգվածային լրատվամիջոց:²³⁶ Սակայն, քանի որ օրենքն ընդունվել է 2003 թվականին, երբ ինտերնետը դեռ սաղմնային վիճակում էր Հայաստանում, օրենքում չեն օգտագործվել «օնլայն լրատվամիջոց» տերմինը և այլ հարակից հասկացությունները: Ճիշտ և արդիական սահմանումների բացակայությունը հիմք է դառնում օրենքի տարատեսակ մեկնաբանությունների համար:

Օնլայն լրատվամիջոցների մեծ մասի կողմից չեն պահպանվում «Զանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենքի մի շարք դրույթներ, այդ թվում՝ 11-րդ հոդվածի հիմնական դրույթները, որոնց համաձայն պահանջվում է, որ լրատվամիջոցի կողմից նշվի այդ լրատվամիջոցի հիմնադիրը՝ հանդիսացող իրավաբանական անձի անվանումը, իրավաբանական անձի պետական գրանցման վերաբերյալ տվյալները և իրավաբանական անձի հասցեն, ինչպես

234 «Զանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենք, հոդված 1:

235 «Զանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենք, հոդված 1:

236 «Զանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենք, հոդված 3:

նան տվյալ թողարկման համար պատասխանատու անձի անունը և այլ նմանատիպ տեղեկություններ:²³⁷ Սակայն օրենքի այդ պահանջները չկատարելու համար որևէ օնլայն լրատվամիջոց պատասխանատվության չի ենթարկվել:

7.1.2.2 Ինտերնետ միջավայրում մատուցվող նյութերի համար իրավական պատասխանատվությունը

«Զանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենքով սահմանվում է, որ՝ «լրատվական գործունեության իրականացումն օրենքի պահանջների խախտմամբ առաջ է բերում օրենքով նախատեսված պատասխանատվություն»:²³⁸ «Լրատվական գործունեություն իրականացնող» տերմինը 3-րդ հոդվածում սահմանվում է որպես «իրավաբանական կամ ֆիզիկական անձ, այդ թվում՝ անհատ ձեռնարկատեր, որն իր անունից տարածում է լրատվության միջոց»:
Օնլայն լրատվամիջոցների նկատմամբ կիրառվում են պատասխանատվության վերաբերյալ նույն իրավական դրույթները, ինչ որ զանգվածային բոլոր լրատվամիջոցների նկատմամբ: Ըստ «Զանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենքի, լրատվամիջոցի գործունեության համար պատասխանատվություն է կրում հիմնադիրը/սեփականատերը:

2010 թվականի մայիսին ապաքրեականացվեցին զրպարտությունն ու վիրավորանքը՝ զանգվածային լրատվության միջոցում զրպարտող կամ վիրավորական նյութի համար պատասխանատվությունը սահմանելով ՀՀ Քաղաքացիական օրենսգրքի 19-րդ և 1087.1 հոդվածներով:²³⁹ Ապաքրեականացումից մինչև 2013 թվականի հունվարի 1-ը օրենսդրական այս փոփոխություններից հետո լրատվամիջոցների նկատմամբ հարուցվել է 71 դատական գործ: Այդ դատական գործերի գերակշիռ մասը հարցովել է ընդդիմադիր թերթերի դեմ: Օնլայն լրատվամիջոցների հետ կապված եղել են 12 դատական գործեր:

2011 թվականն աննախադեպ էր զանգվածային լրատվության միջոցների դեմ հարուցված գործերի թվով: Ըստ Խոսքի ազատության պաշտպանության կոմիտեի՝ հարուցել էր 37 դատական գործ: Քաղաքացիական օրենսգրքի համապատասխան հոդվածը լրատվամիջոցների՝ և հատկապես ընդդիմադիր լրատվամիջոցների, նկատմամբ ճնշումներ գործադրելու քաղաքական և տնտեսական գործիք էր դարձել: Որպես կանոն, հայցվորները պահանջում էին զրպարտության և վիրավորանքի համար օրենքով սահմանված փոխհատույթի առավելագույն գումարը, այսինքն՝ 2 մլն դրամ (մոտ 5,000 ԱՄՆ դոլար) զրպարտության համար և 1 մլն դրամ (2,500 ԱՄՆ դոլար) վիրավորանքի համար, իսկ դատարանները բավարարում էին այդ պահանջները: Ինչպես նշված է ԽԱՊԿ տարեկան զեկույցում, նման իրավիճակի առաջացմանը նպաստել է ոչ այնքան Քաղաքացիական օրենսգրքի 1087.1 հոդվածի թերի լինելը, որքան քաղաքական վերնախավի ներկայացուցիչների անհանդուրժողական

237 «Զանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենք, հոդված 11:

238 «Զանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենք, հոդված 3:

239 «ՀՀ Քաղաքացիական օրենսգրքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին» 2010թ. մայիսի 18-ին ընդունված օրենք, տե՛ս <http://parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=3849&lang=arm> (հայերեն) (դիտվել է 20.11.2012թ.):

վերաբերմունքն իրենց հասցեին հնչող ցանկացած քննադատության նկատմամբ: Այս ամենն էլ ավելի բարդացնում է դատական համակարգի անկախ չլինելու հանգամանքը, քանի որ դատական գործերով վճիռները կայացվում են հիմնականում ի շահ իշխող քաղաքական և ֆինանսական լծակներով ծանր կշռող կողմի:²⁴⁰

Քննադատության համար «հաշիվ մաքրելու» նման փորձի տիպիկ օրինակ է «Առիթմոլոգիական սրտաբանական կենտրոնի» կողմից «News.am»-ի դեմ հարուցված գործը: Դատական հայցի համար հիմք էր հանդիսացել 2010 թվականի նոյեմբերի 23-ին հրապարակված՝ «Սրտի արատով հիվանդին առիթմոլոգիական սրտաբանական կենտրոնում «ֆոռացրել» են ու այլ սարք տեղադրել» վերտառությամբ հոդվածը:²⁴¹ Հոդվածում հիվանդը պնդում էր, որ իրեն խաբել են, և որ 10 տարվա շահագործման ժամկետ ունեցող թանկ էլեկտրոկարդիոխթանիչի փոխարեն բժիշկները տեղադրել են էժանագին սարք: Սրտաբանական կենտրոնը պնդել էր, որ «News.am» կայքը զրպես է հասցրել իր գործարար համբավին և արժանապատվությանը, և պահանջում էր հերքում տպագրել և որպես հատուցում իրեն վճարել 2 մլն դրամ (5,000 ԱՄՆ դոլար):

Դատական գործընթացը ձգձգվեց մոտ երկու տարի: Սակայն տեղի ունեցած լսումների ընթացքում հետաքրքրական զարգացումներ եղան: Դատարանի կողմից որպես վկա հրավիրված հիվանդը հաստատել էր լրատվական կայքին իր հայտնած տեղեկությունների իսկությունը: Բացի դրանից, նա որպես ապացույց ներկայացրել էր իր կողմից ոստիկանությանը տված հաղորդման հիման վրա ոստիկանության կողմից պատրաստված փաստաթուղթը, որում նշվում էր, որ ոստիկանությունը «Առիթմոլոգիական սրտաբանական կենտրոնի» տնօրենի դեմ քրեական գործ էր հարուցել հիվանդի բուժման ժամանակ: Հիվանդի կողմից ներկայացվել էր նաև բժշկական փորձաքննության վերաբերյալ եզրակացություն, որով արձանագրվել է, որ տեղադրված էլեկտրոկարդիոխթանիչը ոչ թե 10, այլ 5 տարվա շահագործման ժամկետ ուներ, որը բժշկական կենտրոնին վճարված գնից ավելի էժան էր: Նախկին տնօրենն այժմ հետախուզվում է իրավապահների կողմից:²⁴²

Քննադատական բնույթի հոդվածի համար «հաշիվ մաքրելու» և օնլայն լրատվամիջոցին պատժելու փորձի մեկ այլ օրինակ էր «Մահմանադրական իրավունքի միության» ղեկավար Հայկ Բաբուխանյանի և նրա ընկերության՝ «Իրավունք Մեդիա» ՍՊԸ-ի կողմից հարուցված դատական գործն ընդդեմ «Report.am» օնլայն պարբերականի լրագրող և հիմնադիր Էդիկ Անդրեասյանի: Վեճը ծագել էր «Report.am»-ի կողմից 2010 թվականի օգոստոսի 31-ին տպագրված՝ «Իրավունքի» իրավունքը Հայկ Բաբուխանյանի թրի ծայրին

240 ԽԱՊԿ-ի տարեկան զեկույց, 2011թ., էջ 4:

241 «Սրտի արատով հիվանդին առիթմոլոգիական սրտաբանական կենտրոնում «ֆոռացրել» են ու այլ սարք տեղադրել» «News.am», 23 նոյեմբերի, 2010թ., տես՝ <http://news.am/arm/news/39043.html> (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

242 ԽԱՊԿ, «Երկու տարբեր մոտեցում՝ նույնանման հայցերին», Երևան, 7 նոյեմբերի 2012թ., տես՝ <http://khosq.am/en/2012/11/07/two-different-approaches-towards-similar-claims> (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

է» վերնագրով հոդվածից:²⁴³ Գործը կազմվել էր այնպես, որ դրանում ներգրավվել էին երկու պատասխանող կողմեր: Ըստ հայցվորի, հրապարակմամբ փաստ էր հասցվել իր գործարար համբավին և արժանապատվությանը, և նա 6 մլն դրամ (15,000 ԱՄՆ դոլար) էր պահանջում պատասխանողներից յուրաքանչյուրից, այսինքն՝ «Report.am»-ից և հոդվածի հեղինակից:

Գործի դատական քննությունն սկսվեց 2011 թվականի մարտի 21-ին, իսկ երկու ամիս անց Հայկ Բաբուխանյանի կողմից մեկ այլ դատական գործ հարուցվեց «Report.am»-ի հիմնադրի դեմ: Այս հայցի համար հիմք էր հանդիսացել մարտի 25-ին Էդիկ Անդրեասյանի հեղինակած հոդվածը և դրա վերաբերյալ ընթերցողների մեկնաբանությունները: Հրապարակային ներողության և վիրավորանքի համար 1 միլիոն ՀՀ դրամի (2,500 ԱՄՆ դոլարի) չափով փոխհատուցման պահանջից բացի հայցվորը միջնորդություն էր ներկայացրել դատարան՝ արգելելու որևէ նյութ տպագրել վեճի վերաբերյալ: Դատարանն այս միջնորդությունը բավարարել էր, իսկ «Report.am»-ին պարտադրվել էր դադարեցնել այս թեմայի շուրջ հրապարակումները, քանի որ հետագա հոդվածներում պարունակվող ցանկացած քննադատական խոսք կարող էր համարվել վիրավորական և զրպարտող բնույթ ունեցող: Ըստ ԽԱՊԿ-ի, «երբ քաղաքական գործիչը կամ բարձրաստիճան պետական պաշտոնյան, լրատվամիջոցի դեմ հայց ներկայացնելով, միաժամանակ, որպես հայցի բավարարման պայման, պահանջում է արգելել տվյալ լրատվամիջոցին տեղեկատվություն տարածել առկա վեճի առնչությամբ՝ անտեսելով սահմանադրությամբ երաշխավորված իրավունքը, և դատարանը բավարարում է այդ պահանջը, ապա նման միջամտությունը ոչ այլ ինչ է, քան թաքնված գրաքննություն:»²⁴⁴

Երկարատև դատաքննություններից հետո դատարանը երկու հայցերն էլ մերժեց: Քաղաքական գործչի կողմից Վերաքննիչ դատարան և Վճռաբեկ դատարան ներկայացված հայցերը նույնպես մերժվեցին:

Այս ուսումնասիրության շրջանակներում հարցազրույցներին մասնակցած փորձագետների կարծիքով վիրավորանքի և զրպարտության հետ կապված գործերի դատական պրակտիկայում որոշ դրական տեղաշարժեր արձանագրվեցին Սահմանադրական դատարանի 2011 թվականի նոյեմբերի 15-ի որոշումից հետո, որում իրավական մոտեցումներ էին նախանշվում դատարանների որոշումներում անկողմնակալության բացակայությունը կանխարգելելու կամ գոնե նվազեցնելու համար: Սահմանադրական դատարանի կողմից հարցը քննության էր առնվել Սարգոս իրավունքների պաշտպանի (Օմբուդսմենի) դիմումի հիման վրա՝ ՀՀ Քաղաքացիական օրենսգրքի 1087.1 հոդվածի՝ ՀՀ Սահմանադրության հետ համապատասխանության հարցը որոշելու վերաբերյալ գործով:

ՀՀ Սահմանադրական դատարանը որոշեց, որ ՀՀ Քաղաքացիական օրենսգրքի 1087.1 հոդվածը ոչ միայն չի հակասում Սահմանադրությանը, այլ նաև անհրաժեշտ է դրա

243 «Իրավունքի» իրավունքը Հայկ Բաբուխանյանի թրի ծայրին է», «Report.am», 31 օգոստոսի, 2010թ., տես՝ <http://report.am/news/society/babuxanyan4.html> (հայերեն) (դիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

244 ԽԱՊԿ-ի տարեկան զեկույց, 2011թ., էջ 4:

կիրառման համար որոշ իրավական մոտեցումների պարզաբանման համար՝ մեջբերելով ՄԻԵԴ-ի նախադեպային իրավունքը: Մասնավորապես, Սահմանադրական դատարանն ընդգծեց, որ «զրպարտության» և «վիրավորանքի» հետ կապված հարցերում անհրաժեշտ է հաշվի առնել դիտավորությունը: Բացի դրանից, «չի կարող նյութական փոխհատուցում սահմանվել գնահատողական կարծիքների համար, ինչը ոչ անհրաժեշտ, անհամաչափ կերպով կսահմանափակի խոսքի ազատության հիմնարար իրավունքը, քանզի մամուլի դերն ավելին է, քան զուտ փաստեր հաղորդելը»: Որոշման մեջ նաև նշվում է, որ այն պարտավոր է մեկնաբանել փաստերն ու իրադարձությունները հասարակությանը տեղեկացնելու համար և նպաստել հասարակության համար կարևոր հարցերի շուրջ քննարկումներին:²⁴⁵

7.2 Կարգավորողները

7.2.1 Մատուցվող նյութերի նկատմամբ վերահսկողության կարգավորման փոփոխությունները

Տպագիր մամուլի և օնլայն լրատվամիջոցների համար նախատեսված չեն կարգավորող և վերահսկողություն իրականացնող մարմիններ: Հեռարձակող լրատվամիջոցների ծրագրերի և հաղորդումների նկատմամբ վերահսկողությունն իրականացվում է ՀՌԱՀ-ի կողմից:²⁴⁶ Թեև 2010 թվականին «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքում փոփոխություններ կատարվեցին հեռարձակման թվային համակարգին անցման հետ կապված հարցերն արտացոլելու համար, սակայն որևէ փոփոխություններ չկատարվեցին ՀՌԱՀ-ի՝ կարգավորիչ բնույթի գործառույթներում:

«Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքի համաձայն, ՀՌԱՀ-ն իրականացնում է հեռուստառադիոընկերությունների գործունեության մշտադիտարկում, պարզում է հեռուստա-ռադիոհաղորդումների համապատասխանությունը գործող օրենսդրությանը և կիրառում է օրենքով սահմանված վարչական տույժեր:²⁴⁷ Օրենքի համաձայն, ՀՌԱՀ-ն իրավասու է նաև վերահսկելու նախընտրական քարոզչության՝ ՀՀ Ընտրական օրենսգրքով սահմանված կարգի պահպանումը:

Վերջին հինգ տարիների ընթացքում կարգավորմանը վերաբերող դրույթները որևէ խոշոր փոփոխությունների չեն ենթարկվել, բացառությամբ մեկ դրույթի: Նախկինում Էրոտիկ բնույթի հեռուստառադիոհաղորդումների և սարսափ ու ակնհայտ բռնություն պարունակող ֆիլմերի,

245 ՀՀ Սահմանադրական դատարանի որոշումը՝ ՀՀ Քաղաքացիական օրենսգրքի 1087.1 հոդվածի՝ ՀՀ Սահմանադրության 14-րդ հոդվածին, 27-րդ հոդվածի 1-ին, 2-րդ և 3-րդ մասերին և 43-րդ հոդվածին համապատասխանության հարցը որոշելու վերաբերյալ գործով, Երևան, 15 նոյեմբերի, 2011թ., տես՝ <http://www.concourt.am/english/decisions/common/pdf/997.pdf> (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

246 ՀՀ Սահմանադրություն (փոփոխություններով), հոդված 83.2, տես՝ <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=-show&ID=1&lang=eng> (ղիտվել է 2013 թվականի հունիսի 19-ին) (այսուհետ՝ Սահմանադրություն, հոդված 83.2):

247 «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենք, հոդված 36:

ինչպես նաև անչափահասների առողջության, մտավոր և ֆիզիկական զարգացման, դաստիարակության վրա հնարավոր բացասական ազդեցություն ունեցող հաղորդումների որոշման չափորոշիչները սահմանելու իրավասությունը վերապահված էր ՀՌԱՀ-ին: Օրենքում՝ 2010թ. հունիսի 11-ին կատարված փոփոխությունների համաձայն, այդ չափորոշիչները պետք է սահմանվեն օրենքով: Սակայն համապատասխան իրավական ակտեր դեռ չեն ընդունվել:

Զանգվածային լրատվության միջոցներով գովազդային նյութերի կարգավորումն իրականացվում է «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքով, որով արգելվում է զանգվածային տեղեկատվության էլեկտրոնային միջոցներով թունդ ակոհոլային խմիչքների (բացառությամբ կոնյակի) և ծխախոտի գովազդը:²⁴⁸ Այս կանոնի պահպանման նկատմամբ վերահսկողություն իրականացնող մարմին է նշանակվել ՀՌԱՀ-ը:

7.2.2 Կարգավորող մարմնի անկախությունը

Հեռարձակող լրատվամիջոցների գործունեությունը կարգավորող միակ մարմինը ՀՌԱՀ-ն է: ՀՀ Սահմանադրության 83.2 հոդվածի համաձայն, ՀՌԱՀ-ը անկախ մարմին է, որի անդամների կեսը ընտրվում է Ազգային ժողովի կողմից, իսկ մյուս կեսը նշանակվում է Հանրապետության Նախագահի կողմից՝ վեց տարի ժամկետով:²⁴⁹

Նման մոտեցումը որդեգրվել է այն նպատակով, որ Ազգային ժողովում ներկայացված ընդդիմադիր կուսակցություններին հնարավորություն տրվի իրենց մասնակցությունն ունենալ ՀՌԱՀ-ի կազմում: ՀՌԱՀ-ի անդամներին վեց տարով (ՀՌԱՀ-ի անդամներին նշանակող Նախագահի և պատգամավորների պաշտոնավարման ժամկետից ավելի երկար ժամկետով) նշանակելու նպատակը հանձնաժողովի անկախությունն ապահովելն է: Ավելին, ՀՌԱՀ անդամ չեն կարող լինել կուսակցությունների ղեկավար մարմինների անդամները և նրանց հետ փոխկապակցված անձինք, հեռուստառադիոընկերությունների հետ պայմանագրային հարաբերությունների մեջ մտած անձինք կամ նման պայմանագիր կնքած անձանց ղեկավարները և նրանց մտերիմ հարազատները, ՀՀ Ազգային ժողովի պատգամավորները, ՀՀ կառավարության անդամները, ՀՀ Նախագահի աշխատակազմի աշխատակիցները և պետական ծառայողները: Անկողմնակալության ևս մեկ երաշխիք է պաշտոնը ստանձնելիս յուրաքանչյուր անդամի կողմից տրվող երդումը:²⁵⁰

Այդուհանդերձ, ՀՌԱՀ-ի անդամների նշանակումը և դրա անկախությունը դեռ խնդրահարույց հարցեր են մնում: Այս կարգավորող մարմնի իրական անկախության հետ կապված հարցը ինչպես որ լուծված չէր 2005 թվականի սահմանադրական փոփոխություններից առաջ՝ երբ ՀՌԱՀ-ի անդամները նշանակվում էին Նախագահի կողմից, այդպես էլ չլուծված

248 «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին ՀՀ օրենք», 26 հունիսի 2002թ., տես՝ <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=1709&lang=arm> (հայերեն) (ղիտվել է 2012 թ. նոյեմբերի 20-ին):

249 Սահմանադրություն, հոդված 83.2:

250 «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենք, հոդված 39, տես՝ <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=3853&lang=arm> (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

մասց փոփոխություններից հետո, երբ հանձնաժողովի անդամների նշանակման նոր ընթացակարգեր ընդունվեցին: Արդյունքում կարգավորող մարմինն, այնուամենայնիվ, դեռ մնում է իշխանամետ դիրքորոշում ունեցող, քանի որ թեկնածուները, որոնք նշանակվում են Նախագահին սատարող խորհրդարանական մեծամասնության կողմից, հավատարիմ են մնում իշխող ուժերին:

Հայաստանի վերաբերյալ մի շարք գեկույցներում միջազգային կազմակերպությունների, ինչպես օրինակ՝ Եվրոպայի Խորհրդի և ԵԱՀԿ-ի, կողմից բազմաթիվ անգամ շեշտվել է ՀՌԱՀ-ի անկախությունն ապահովելու անհրաժեշտությունը: Օրինակ, 2006 թվականի հուլիսին, երբ հեռարձակման վերաբերյալ օրենսդրությունում փոփոխություններ կատարվեցին, ԶԼՄ-ների ազատության հարցերով ԵԱՀԿ ներկայացուցիչն իր գեկույցում նշել էր, որ Հայաստանում օրենսդրական փոփոխությունները չպետք է սահմանափակվեն «կիսանախագահական-կիսախորհրդարանական» խորհրդով: Բոլոր խորհուրդների կազմերը պետք է արտացոլեն երկրի քաղաքական-հասարակական բազմազանությունը և պետք է ներառեն ՀԿ-ներ և մասնագիտական ընկերակցություններ:»²⁵¹

Իշխող քաղաքական ուժերից ՀՌԱՀ-ի կախվածությունն ուղղակիորեն ազդում է հեռարձակման լիցենզիաների համար անցկացվող մրցույթների վրա, որոնք՝ ըստ այս ուսումնասիրության շրջանակներում հարցազրույցներին մասնակցած փորձագետների, թափանցիկ և արդար չեն (տես՝ 5.1.1 և 5.1.2 բաժինները):

«Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքի ընդունումից հետո (2000 թվականին) ՀՌԱՀ-ի անդամների ընտրության կարգը մի քանի անգամ փոփոխվել է: 2005 թվականին ՀՀ Սահմանադրության փոփոխումից հետո 2009 թվականի մարտի 28-ին փոփոխություններ կատարվեցին «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքում՝ հանձնաժողովի անդամների ընտրության կարգը Սահմանադրության դրույթների հետ համահունչ դարձնելու նպատակով: ՀՌԱՀ-ի անդամների ընտրության կարգը սահմանվելու նպատակով Ազգային ժողովի կողմից փոփոխություններ կատարվեցին նաև «Ազգային ժողովի կանոնակարգ» ՀՀ օրենքում:

«Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ներկայիս օրենքի համաձայն, ՀՌԱՀ-ի ութ անդամներից չորսն ընտրվում են Ազգային ժողովի կողմից: «Ազգային ժողովի կանոնակարգ» ՀՀ օրենքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին» ՀՀ օրենքով (որն ընդունվել է 2009 թվականի մարտի 28-ին) սահմանվում է, որ թեկնածուների առաջադրման համար պետք է ձևավորվի մրցութային հանձնաժողով: Հանձնաժողովի թեկնածուների առաջադրման առաջարկով Ազգային ժողովի նախագահը գրավոր դիմում

251 Երևանի մամուլի ակումբ, «ԶԼՄ-ների ազատության հարցերով ԵԱՀԿ ներկայացուցիչ Միկոշ Հարաշտիի գեկույցը Հայաստանում ԶԼՄ-ների ազատության իրավիճակի վերաբերյալ», շաբաթական տեղեկագիր, սեպտեմբերի 1-7, 2006 թ., տես՝ <http://www.ypc.am/bulletin/1n/en/t/41393> (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

է խմբակցություններին: Խմբակցությունների առաջարկությունների հիման վրա Ազգային ժողովի նախագահը 7-օրյա ժամկետում ձևավորում է մրցութային հանձնաժողով: Օրենքով նաև սահմանվում է, որ մրցութային հանձնաժողովի կազմում ընդդիմադիր խմբակցության կամ խմբակցությունների կողմից առաջարկվում է երկու թեկնածու, իսկ փագած խմբակցությունների կողմից՝ չորս թեկնածու:²⁵²

ՀՌԱՀ-ի անդամի թեկնածուների առաջադրման համար սահմանվում է առնվազն 10-օրյա ժամկետ: Թեկնածուներն առաջադրվում են ինքնաառաջադրմամբ՝ ներկայացնելով երկու երաշխավորագիր՝ զանգվածային լրատվության և հեռահաղորդակցության բնագավառներում Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրությամբ սահմանված կարգով գրանցված և տվյալ բնագավառում գործունեություն իրականացնող հասարակական կազմակերպություններից: Հավելյալ երաշխավորագիր կարող է տալ նաև Հանրային խորհուրդը:²⁵³ Առաջադրվել կարող է յուրաքանչյուր ոք, ով համապատասխանում է «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի պահանջներին, այն է՝ «ունի լրագրության, հեռուստատեսության և ռադիոյի, տնտեսության, կառավարման, տեխնիկայի, մշակույթի, արվեստի, գիտության և իրավագիտության, կրոնի բնագավառներում մասնագիտական աշխատանքի փորձ, բարձրագույն կրթություն, հասարակության լայն շրջանում՝ հեղինակություն ու վստահություն և տիրապետում է հայերենին»:²⁵⁴

Մրցութի անցկացվում է երկու փուլով՝ թեստավորման և հարցազրույցի, որից հետո մրցութի արդյունքների վերաբերյալ եզրակացությունը մրցութային հանձնաժողովի նախագահը գրավոր ներկայացնում է Ազգային ժողովի նախագահին: Մրցութի պայմանների համաձայն, յուրաքանչյուր թափուր տեղի համար հանձնաժողովի կողմից կարող են ընտրվել մեկից ավելի թեկնածուներ, եթե նրանք համապատասխանում են օրենքով սահմանված չափորոշիչներին: Այնուհետև վերջնական որոշումը կայացվում է Ազգային ժողովի կողմից: ՀՌԱՀ-ի անդամ է ընտրվում Ազգային ժողովի պատգամավորների ընդհանուր թվի ձայների մեծամասնությունն ստացած թեկնածուն:²⁵⁵ ՀՌԱՀ-ի անդամների չորս թափուր տեղերի համալրման նպատակով առաջին ընտրությունն Ազգային ժողովի կողմից տեղի է ունեցել 2009 թվականի դեկտեմբերի 9-ին: Ինքնաառաջընկն ութ թեկնածուներ, որոնք բոլորն էլ համապատասխանում էին օրենքով սահմանված չափորոշիչներին: Սակայն նրանցից մեկին չհաջողվեց հանձնել թեստը, ուստի հանձնաժողովի կողմից ընտրվեցին միայն յոթը, որոնց միջից չորս թեկնածուներ հետագայում ընտրվեցին Ազգային ժողովի կողմից:

252 «Ազգային ժողովի կանոնակարգ» ՀՀ օրենքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին» ՀՀ օրենք, տես՝ <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=3618&lang=arm> (հայերեն) (դիտվել է 2013 թվականի հունիսի 19-ին):

253 Հանրային խորհուրդը ստեղծվել է 2008 թվականի հուլիսի 12-ին ՀՀ Նախագահի հրամանագրով՝ երկրում հասարակական և քաղաքական երկխոսության խթանման նպատակով: Խորհրդի կազմը բաղկացած է 36 անդամներից, որոնք սոցիալական, մշակութային, գիտական և այլ բնագավառների ակնառու գործիչներ են: Տես՝ <http://www.publiccouncil.am/en/structure> (դիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

254 «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենք, հոդված 39, տես՝ <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=3853&lang=arm> (դիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

255 «Ազգային ժողովի կանոնակարգ» ՀՀ օրենք, տես՝ <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=38&lang=eng> (դիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

ՀՌԱՀ-ի մյուս չորս անդամները նշանակվում են Նախագահի կողմից՝ նրա իսկ կողմից հաստատված մրցութային ընթացակարգի համաձայն: Նախագահի կողմից վերջին անգամ նշանակում արվել է 2013 թվականի մայիսի 3-ին՝ ՀՌԱՀ-ի նախագահի պաշտոնավարման ժամկետի ավարտի արդյունքում առաջացած թափուր տեղի համալրման նպատակով, իսկ 2013 թվականի մայիսի 7-ին նշված նորանշանակ անդամը (Գագիկ Բունիաթյան) ընտրվեց որպես հանձնաժողովի նոր նախագահ:

Այս ուսումնասիրության շրջանակներում հարցազրույցներին մասնակցած փորձագետների մեծամասնության կարծիքով, օրենքի դրույթներով չի երաշխավորվում ՀՌԱՀ-ի իրական անկախությունը գլխավորապես անդամների ընտրության ընթացակարգի հետ կապված այն պատճառով, որ խորհրդարանական մեծամասնությունը միշտ էլ կարող է ընտրել իր համար նաընտրելի թեկնածուին, իսկ Հայաստանում խորհրդարանական մեծամասնությունը միշտ բաղկացած է նախագահին սատարող կուսակցություններից: Այլ կերպ ասած, ՀՌԱՀ-ի բոլոր ութ անդամները փոխկապակցված են քաղաքական իշխող ուժերի հետ: Գոյություն չունի որևէ այլ մեխանիզմ, որի միջոցով հասարակությունը կարող է որևէ ազդեցություն ունենալ ՀՌԱՀ-ի անդամների ընտրության վրա և վերահսկողություն իրականացնել նրանց գործունեության նկատմամբ:

7.2.3 Հեռարձակման լիցենզավորումը

«Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքով սահմանվում է, որ լիցենզիան միակ օրինական հիմքն է, որը թույլ է տալիս իրականացնել հեռուստառադիոձրագրերի հեռարձակում, և լիցենզավորումն իրականացվում է ՀՌԱՀ-ի կողմից՝ մրցույթի հիման վրա:²⁵⁶

Հեռուստառադիոհեռարձակման լիցենզիայի համար առաջին մրցույթներն անցկացվել են 2002 թվականի ապրիլին: Այդ մրցույթների արդյունքում լիցենզիա չստացավ մեծ փորձ ունեցող և հեռուստառադիոյի շրջանում հարգանք վայելող «Ա1+» հեռուստաընկերությունը, որը հայտնի էր իր անկախ և անկողմնակալ դիրքորոշմամբ, և «Նոյյան տապան» հեռուստաընկերությունը, որը նույնպես քննադատողական մոտեցում ուներ:²⁵⁷ Դեռ այդ ժամանակ «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքով նախատեսվում էր, որ մրցույթում հաղթողի ընտրության համար ներկայացվի հակիրճ և պատշաճ հիմնավորում: Օրենքով չէր պահանջվում (և մինչ այժմ էլ չի պահանջվում) հիմնավորում ներկայացնել լիցենզիայի տրամադրումը մերժելու դեպքում: Ըստ Ժուռնալիստների «Ասպարեզ» ակումբի խորհրդի նախագահ Լևոն Բարսեղյանի՝ «2002 թվականին անցկացված հենց առաջին իսկ մրցույթից հասարակական լրագրողական կազմակերպությունները հասկացան, որ

256 «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենք, հոդվածներ 36 և 46:

257 Երևանի մամուլի ակումբ, «Արևելյան գործընկերության երկրների մեդիա դաշտեր», 2011թ., էջ 9, տես՝ http://www.ypc.am/upload/Media%20Landscapes%20of%20EaP%20Countries_eng.pdf (ղիտվել է 2012թ. նոյեմբերի 20-ին):

հեռուստառադիոհեռարձակման համար լիցենզավորման համակարգը արդար չէ և շատ լայն հնարավորություններ է ստեղծում սուբյեկտիվության համար»:²⁵⁸ (Տես նաև՝ 5.1.1. բաժինը)

2002 թվականից ի վեր «Ա1+» հեռուստաընկերությունը մասնակցել է լիցենզավորման 13 մրցույթի, սակայն ամեն անգամ նրան մերժել են լիցենզիա տալ: Հեռուստաընկերությունը ՀՌԱՀ-ի որոշումների դեմ շարունակ բողոքներ է ներկայացրել տեղական դատարաններ, և այնուհետև գործը ներկայացրել ՄԻԵԴ, որը «Մելտեքս ՍՊԸ-ն և Մեսրոպ Մովսիսյանն ընդդեմ Հայաստանի» գործով վճիռը (որը հայտնի է որպես «Ա1+»-ի վճիռ) կայացրել է 2008 թվականի հունիսի 17-ին: Դատարանը գտել է, որ խախտվել է հեռուստաընկերության՝ տեղեկություններ և գաղափարներ տարածելու ազատության իրավունքը, որն ամրագրված է «Մարդու իրավունքների և հիմնարար ազատությունների պաշտպանության մասին» եվրոպական կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածում:²⁵⁹ Դատարանն այնուհետև գտել է, որ եթե լիցենզավորման ընթացակարգով լիցենզավորող մարմինը հիմնավորումներ չի ներկայացնում իր կողմից կայացված որոշման համար, ապա այդ ընթացակարգով պատշաճ կերպով չի ապահովվում արտահայտվելու ազատության հիմնարար իրավունքի պաշտպանությունը իշխանությունների միջամտությունից:

ՄԻԵԴ-ն իր վճռով պատասխանող պետությանը պարտադրել էր «Մելտեքս» ընկերությանը վճռի կայացումից հետո երեք ամսվա ընթացքում վճարել 30.000 եվրո գումար, որից 20.000 եվրո՝ որպես ոչ նյութական վնասի փոխհատուցում, և 10.000 եվրո՝ որպես դատական ծախսերի փոխհատուցում:²⁶⁰ Կառավարությունը հեռուստաընկերությանը վճարեց պահանջվող գումարը, սակայն «Ա1+» հեռուստաընկերությունն այդպես էլ հեռարձակման լիցենզիա չստացավ:²⁶¹

Այս հարցի վերաբերյալ անդրադարձ էր եղել նաև ԵԽԽՎ թիվ 1620 բանաձևում: Բանաձևի 6-րդ կետում նշվում է.

Վեհաժողովը վերահաստատում է, որ Հայաստանում կա բազմակարծիք էլեկտրոնային լրատվամիջոցների համար նպաստավոր միջավայրի անհրաժեշտություն և, անդրադառնալով Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանի՝ «Ա1+» հեռուստատեսությանը հեռարձակման արտոնագիր չտրամադրելու վերաբերյալ դատավճռին, կոչ է անում արտոնագրեր շնորհող մարմնին այժմ ապահովել արտոնագրման բաց, արդար և

258 Հարցազրույց Ժուռնալիստների «Ասպարեզ» ակումբի խորհրդի նախագահ Լևոն Բաբսեդյանի հետ, Երևան, 14 սեպտեմբերի, 2011թ.:

259 Մարդու իրավունքների և հիմնարար ազատությունների պաշտպանության մասին եվրոպական կոնվենցիա, հոդված 10, տես՝ <http://conventions.coe.int/treaty/en/treaties/html/005.htm> (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

260 ՄԻԵԴ Պալատի վճիռը «Մելտեքս ՍՊԸ-ն և Մեսրոպ Մովսիսյանն ընդդեմ Հայաստանի» գործով, տես՝ <http://www.hudoc.echr.coe.int/sites/eng/pages/search.aspx?i=001-87003> (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

261 ԱՄՆ Պետքեպարտամենտ, «2010թ. Մարդու իրավունքների մասին զեկույց. Հայաստան», էջ 27, 8 ապրիլի, 2011թ., տես՝ <http://www.state.gov/documents/organization/160447.pdf> (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

թափանցիկ ընթացակարգ՝ 2008 թվականի մարտի 26-ին Եվրոպայի խորհրդի Նախարարների կոմիտեի կողմից ընդունված ուղենիշներին և Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանի նախադեպային իրավունքին համապատասխան»²⁶²

ԵԽԽԿ-ի կողմից նշված բաց և թափանցիկ մրցույթները պետք է անցկացվեին 2010 թվականին՝ «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքում փոփոխություններից հետո, որոնց համաձայն էլ վերգետնյա թվային հեռուստատեսային հեռարձակման համար մրցույթները հայտարարվեցին 2010 թվականի հունիսի 20-ին և 27-ին, իսկ արդյունքներն ամփոփվեցին 2010 թվականի դեկտեմբերի 16-ին և 23-ին: Այս անգամ ևս «Ա1+» հեռուստաընկերությունը հեռարձակման լիցենզիա չստացավ: ՀՌԱՀ-ի կողմից ներկայացված պատճառաբանությունը հետևյալն էր. «Մեկտեքս» ՍՊԸ-ի կողմից ներկայացված հայտի և կից փաստաթղթերի ուսումնասիրությամբ պարզվել է, որ դրանցում պարունակվում են ակնհայտ կեղծ փաստաթղթեր», «ինչը անիրագործելի է դարձնում թվային հեռարձակման ցանցի միջոցով միջազգային և տեղական լրատվական-վերլուծական ուղղվածության մայրաքաղաքային սփուման հեռուստածրագրերի եթերային հեռարձակման ամբողջական իրականացման հնարավորությունը»:²⁶³ «Ա1+»-ի կողմից այս որոշումը ևս բողոքարկվել էր դատարանում:

2011 թվականին Երևանի մամուլի ակումբի կողմից ձևավորվել էր անկախ անձանցից, ԶԼՄ-ների գծով փորձագետներից, իրավաբաններից և տեխնոլոգիաների ու ֆինանսների գծով մասնագետներից բաղկացած աշխատանքային խումբ, որի նպատակն էր իրականացնել վերգետնյա հեռարձակման համար լիցենզավորման մրցույթների ուսումնասիրություն: Աշխատանքային խմբի կողմից ուսումնասիրվել են մրցույթներ հայտարարելու իրավական հիմքերը, մրցույթների անցկացման կարգը, ներկայացված հայտերի բովանդակությունը և մրցույթում հաղթողների ընտրության վերաբերյալ ՀՌԱՀ-ի որոշումները: Ուսումնասիրության եզրակացության մեջ նշվում է, որ «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքում 2010 թվականի հունիսի 10-ին կատարված փոփոխություններով չի ապահովվում հեռուստատեսային շուկայի զարգացումը, ազատ, արդար և թափանցիկ մրցույթների անկացումը, ինչպես նաև բազմակարծիք և բազմազան հեռարձակումը: Բացի դրանից, ո՛չ օրենքով, ո՛չ էլ մրցութային ընթացակարգերով հնարավոր չէ նվազեցնել սուբյեկտիվ որոշումների հնարավորությունը: Չնայած այն հանգամանքին, որ օրենքով թույլատրվում է վեց չափորոշիչներից յուրաքանչյուրը գնահատել առանձին-առանձին (տես՝ 5.1.1 բաժինը), այնուամենայնիվ, այս հնարավորությունը չի օգտագործվում, և յուրաքանչյուր հայտի համար

262 Հայաստանի կողմից ԵԽԽԿ թիվ 1609(2008) բանաձևի կատարման վերաբերյալ թիվ 1620 (25.06.2008) բանաձև, տես՝ <http://assembly.coe.int/main.asp?Link=/documents/adoptedtext/ta08/eres1620.htm> (ղիտվել է 2013 թվականի հունիսի 19-ին):

263 «Թվային հեռարձակման ցանցի միջոցով մայրաքաղաքային սփուման, միջազգային եւ տեղական լրատվական-վերլուծական ուղղվածության հեռուստածրագրերի եթերային հեռարձակում իրականացնելու թիվ 11 մրցույթում հաղթող ճանաչելու մասին» ՀՌԱՀ-ի 2010 թվականի դեկտեմբերի 16-ի թիվ 96-Ա որոշում, տես՝ <http://acts.legalportal.am/show/NjQzOTI=/HERUSTATESUTYAN+EV+RADIOYI+AZGAYIN+HANDzNAJOGHOVI+16+DEKTEMBERI+2010+TVAKANI+-TIV+96-A+OROShUM@> (ղիտվել է 2013 թվականի հունիսի 19-ին):

տրվում է մեկ ընդհանուր գնահատական, ինչը բացասաբար է անդրադառնում մրցույթի օբյեկտիվության վրա: Փորձագետների խմբի կարծիքով, 21 մրցույթներում հաղթողների վերաբերյալ որոշումներից ոչ մեկը չի համապատասխանում հիմնավորման վերաբերյալ պահանջներին, որոնք նախատեսված են օրենքի 49-րդ հոդվածի 3-րդ կետով:²⁶⁴

Կառավարությունն անտեսեց անկախ փորձագետների եզրակացությունները և որևէ միջոց չձեռնարկեց վերգետնյա հեռարձակման համար լիցենզավորման մրցույթների արդյունքների վերանայման համար: Այնուամենայնիվ, լրագրողական հասարակական կազմակերպությունները շարունակում են պնդել, որ անհրաժեշտ է հիմնավոր փոփոխություններ կատարել «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքում, հատկապես մրցույթներին և լիցենզավորման ընթացակարգերին վերաբերող բաժիններում: Սա է երեք կազմակերպությունների (Երևանի մամուլի ակումբի, Մամուլի աջակցության «Ինտերնյուս» ՀԿ-ի և ԽԱՊԿ-ի) նախաձեռնության նպատակը, որոնք համատեղ նախագիծ են մշակել հեռարձակման վերաբերյալ օրենսդրության փոփոխությունների մասին և ներկայացրել այն Ազգային ժողովի համապատասխան մշտական հանձնաժողով: Ներկայումս փաստաթուղթն աշխատանքային քննարկումների փուլում է գտնվում (տես՝ 5.1.1 բաժինը): Ըստ փորձագիտական խմբի անդամ Աննա Իսրայելյանի, «իրավիճակի փոփոխության համար արմատական փոփոխություններ են անհրաժեշտ «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքում, և ՀՌԱՀ-ին անհրաժեշտ է ստիպել կատարելու օրենքով սահմանված իր պարտականությունները, ինչին կարելի է հասնել կարգավորող մարմնի նկատմամբ հանրային վերահսկողության միջոցով միայն:»²⁶⁵

7.2.4 Ինքնակարգավորման մեխանիզմների դերը

Հայաստանում լրատվամիջոցների ինքնակարգավորմանն ուղղված առաջին քայլերից էն Երևանի մամուլի ակումբի անդամի վարքականոնի ընդունումը 1995 թվականին: Փաստաթղթի ներկայիս տարբերակն ընդունվել է 2002 թվականին: Վարքականոնը վերաբերում է միայն Երևանի մամուլի ակումբի անդամներին, անդամ դարձող յուրաքանչյուրն ընդունում է այդ վարքականոնը: Վարքականոնի պահանջների պահպանման նկատմամբ վերահսկողությունը վերապահված է Երևանի մամուլի ակումբի Էթիկայի հանձնաժողովին:

Իրենց սեփական վարքականոններն ունեն նաև Հայաստանի ժուռնալիստների միությունը, Մամուլի աջակցության «Ինտերնյուս» ՀԿ-ն, Ժուռնալիստների «Ասպարեզ» ակումբը, և բազմաթիվ այլ լրատվամիջոցներ, ինչպիսիք են՝ «Առավոտ» օրաթերթը, և Հետաքննող լրագրողների ընկերակցության «Հետք» լրատվական կայքը: 2007 թվականի մարտի 10-ին Երևանի մամուլի ակումբի նախաձեռնությամբ Հայաստանի 18 լրատվամիջոցների կողմից

264 Երևանի մամուլի ակումբ, «Հեռարձակման լիցենզիայի համար մրցույթի արդյունքների փորձագիտական վերլուծություն»:

265 Հարցազրույց Երևանի մամուլի ակումբի կողմից ձևավորված անկախ փորձագիտական խմբի անդամ Աննա Իսրայելյանի հետ Երևան, 6 նոյեմբերի, 2012թ.:

ստորագրվեց համատեղ Վարքականոն և ընտրվեցին «ԶԼՄ-ների էթիկայի դիտորդ մարմին» (ԴՄ) անվանմամբ նոր կառույցի անդամները: Ստորագրյալները պարտավորվեցին Դիտորդ մարմնի համապատասխան որոշումները հրապարակել իրենց լրատվամիջոցներում:²⁶⁶

Մինչ օրս այդ Վարքականոնը ստորագրել են 48 զանգվածային լրատվամիջոցներ (տես նաև՝ 4.1.2 բաժինը), այդ թվում՝ 22 տպագիր լրատվամիջոց (որոնցից 10-ը՝ մարզային), 16 հեռուստաընկերություն (այդ թվում՝ 13 մարզային), չորս լրատվական գործակալություն, երեք օնլայն լրատվամիջոց, երկու ռադիոկայան (մեկը՝ մարզային) և մեկ տեղեկագիր:²⁶⁷ Տվյալ պարագայում հազիվ թե կարելի է վիճարկել այն, որ լրատվամիջոցների ինքնակարգավորման նախաձեռնությունը ներկայացված է երկրի ամբողջ մեղիա դաշտը:

Վարքականոնը չեն ստորագրել համապետական և քաղաքային սփռման առաջատար հեռարձակողները, որոնք՝ ինչպես արդեն նշվել է, հավատարիմ են իշխանություններին և ընդհանուր առմամբ պաշտպանում են նրանց շահերը: Չեն ստորագրել նաև հայտնի ընդդիմադիր թերթերը, որոնք կարևոր տեղ են զբաղեցնում տպագիր մամուլի շուկայում: Ըստ ԶԼՄ-ների էթիկայի դիտորդ մարմնի անդամ, իրավաբան Օլգա Սաֆարյանի, «թե՛ պրոկառավարական հեռարձակող ընկերությունները, և թե՛ ընդդիմադիր լրատվամիջոցները՝ հաշվի առնելով քաղաքական ներգրավվածությունը, խուսափում են լրատվամիջոցների ինքնակարգավորման նախաձեռնություններից և Վարքականոնին միանալուց»:²⁶⁸

2011 թվականին Դիտորդ մարմինը որոշեց ընդլայնել իր գործառնությունները և քննել նաև այն լրատվամիջոցներում հրապարակումների դեմ բողոքները, որոնք չեն համաձայնել ստորագրել Վարքականոնը: Մինչև 2012 թվականի օգոստոսի 1-ը Դիտորդ մարմինը լրատվամիջոցներում հրապարակումների դեմ բերված 28 դիմում-բողոք է քննել և դրանց վերաբերյալ լուծում տվել (տես նաև՝ 4.1.2 բաժինը):

2011 թվականի նոյեմբերի 2-ին «Չորրորդ ինքնիշխանություն» թերթի հիմնադիրը դիմել է ԶԼՄ-ների էթիկայի Դիտորդ մարմնին՝ խնդրելով փորձագիտական եզրակացություն տալ դատական վեճի առարկա դարձած «Ճանաչել Փարավոնին» հոդվածի վերաբերյալ, որը հրապարակվել է թերթի 2011թ. ապրիլի 9-ի համարում: Հրապարակման մեջ բերվել են նկարիչ Սերգեյ Գասպարյանի քննադատական արտահայտությունները Հայաստանի ազգային պատկերասրահի տնօրեն Փարավոն Միրզոյանի հասցեին:²⁶⁹ Փարավոն Միրզոյանը պատվի և արժանապատվության պաշտպանության հայցով դիմել է առաջին

266 Երևանի մամուլի ակումբ, «ԶԼՄ-ների ինքնակարգավորման նախաձեռնություն», տես՝ http://www.ypc.am/self_regul/In/en (դիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին) (այսուհետ՝ Երևանի մամուլի ակումբ, «ԶԼՄ-ների ինքնակարգավորման նախաձեռնություն»):

267 Երևանի մամուլի ակումբ, «ԶԼՄ-ների ինքնակարգավորման նախաձեռնություն»:

268 Հարցազրույց ԶԼՄ-ների էթիկայի դիտորդ մարմնի անդամ, իրավաբան Օլգա Սաֆարյանի հետ, Երևան, 10 օգոստոսի 2012թ.:

269 «Փարավոն» անգլերեն «pharaoh» բառն է հայերենում:

ատյանի դատարան՝ ընդդեմ «Չորրորդ ինքնիշխանություն» թերթի հիմնադրի և Սերգեյ Գասպարյանի՝ պահանջելով իրեն վարկաբեկող տեղեկությունների հերքում, ինչպես նաև բարոյական վնասի դրամական փոխհատուցում՝ 3 մլն դրամի չափով (մոտավորապես 7900 ԱՄՆ դոլար) և դատական ծախսերի փոխհատուցում՝ 360 000 դրամի չափով (մոտավորապես 950 ԱՄՆ դոլար):²⁷⁰

2011 թվականի դեկտեմբերի 25-ին հրապարակված իր եզրակացությունում Դիտորդ մարմինը ընդգծեց, որ որոշ արտահայտություններ, որոնք վիճարկում է Պատկերասրահի տնօրենը, ոչ թե փաստեր են, այլ գնահատողական դատողություններ: Եվ այդ դատողությունների ճշմարտացիությունն անապացուցելի է: ԴՄ-ն եզրակացրեց, որ Փարավոն Միրզոյանի և «Չորրորդ ինքնիշխանություն» թերթի միջև վեճի լուծումը տեսնում է «Չորրորդ ինքնիշխանություն» թերթում Փարավոն Միրզոյանի կողմից ներկայացված հերքման կամ պատասխանի տեքստի հրապարակման կամ նույն թերթի կողմից ԴՄ-ի եզրակացության սույնընդհանուր մեջ: Փարավոն Միրզոյանի կողմից որևէ պատասխան չի տրամադրել թերթին և որոշել հայց հարուցել դատարան: 2012 թվականի հոկտեմբերի 2-ին դատարանը մերժել էր նրա հայցը:

Մեկ այլ եզրակացություն Դիտորդ մարմնի կողմից տրվել է 2012 թվականի փետրվարի 17-ին՝ «Առավոտ» օրաթերթի կայքում 2012 թվականի փետրվարի 7-ին հրապարակված «38-ամյա երիտասարդը, ըստ նախնական տեղեկությունների, կրակել է իր վրա» Գագիկ Շամշյանի հոդվածի և տեսաշարի դեմ Աննա Սիմոնյանի բողոքի կապակցությամբ: Դիտորդ մարմինը նշել է, որ հոդվածում ինքնասպանություն գործած անձի անվան և ազգանվան նշումն ընդունելի չէ և չի համապատասխանում Լրատվամիջոցների վարքականոնի 4.3 կետին, որում ասված է «Զգույշ լինել ... ինքնասպանություն գործած անձանց ինքնությունը բացահայտելիս», ինչպես նաև «ողբերգություն կամ վիշտ տարած մարդկանց մասին տեղեկություններ հավաքելիս, հարցազրույց կամ լուսանկար հրապարակելիս, տեսա կամ ձայնանյութ հեռարձակելիս նրբանկատ լինել նրանց նկատմամբ»: Դիտորդ մարմինը լրատվամիջոցին խորհուրդ է տվել առավել զգույշ լինել ողբերգական դեքերի մասին լուսաբանելիս: «Aravot.am» հրապարակել էր Դիտորդ մարմնի եզրակացությունը և կայքէջից հանել այն նկարը, որը լրագրողական էթիկայի կանոնների խախտում էր առաջացրել:²⁷¹

Վերջին տարիներին բազմաթիվ լրատվամիջոցների կողմից փորձ է արվել ներմուծել «ներքին օմբուդսմենի» ինստիտուտը: 2008–2009 թվականներին Գյումրի քաղաքում գործող «ԳԱԼԱ» հեռուստաընկերություն և «Առավոտ» օրաթերթում կար ներքին օմբուդսմեն, սակայն այդ նախաձեռնությունը շատ կարճ կյանք ունեցավ: Պատճառը բացառապես ֆինանսական բնույթի էր: Միջազգային դոնոր կազմակերպությունները հետաքրքրված չէին այդ նախաձեռնություններով, քանի որ այդ ժամանակ արդեն կյանքի էր կոչվել լրատվամիջոցների

270 Երևանի մամուլի ակումբ, «ԶԼՄ-ների ինքնակարգավորման նախաձեռնություն», որոշում-եզրակացությունների ցանկ, տես՝ http://www.ypc.am/self_regul/in/en (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

271 «ԶԼՄ-ների էթիկայի դիտորդ մարմնի եզրակացությունը», «Aravot.am», 29 փետրվարի, 2012թ., տես՝ <http://www.aravot.am/2012/02/29/43484> (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

ինքնակարգավորման ավելի համապարփակ նախաձեռնությունը՝ ՁԼՄ-ների էթիկայի դիտորդ մարմինը: Իսկ լրատվամիջոցներն էլ «ներքին օբյեկտներն» գործունեությունը ֆինանսավորելու իրենց ցանկության բացակայությունը պատճառաբանում էին շահերի բախման իրավիճակի առաջացմամբ:

Ինքնակարգավորման մեկ այլ փորձ նախաձեռնվել էր Հանրային խորհրդի կողմից, որը ստեղծվել էր ՀՀ Նախագահի հրամանագրով: Հանրային խորհուրդը մշակել էր «Հեռուստատադիտհեռարձակողների գործունեության էթիկական սկզբունքների խարտիա» վերնագրով փաստաթուղթը,²⁷² որը 2010 թվականի ապրիլի 11-ին ստորագրվել էր 11 հեռուստաընկերության կողմից: Սակայն Խարտիան գործնականում կիրառություն չունեցավ: Ըստ Երևանի մամուլի ակումբի նախագահ Բորիս Նավասարդյանի, դա նախևառաջ տեղի ունեցավ այն պատճառով, որ Խարտիան հեռուստաընկերություններին պարտադրված և արհեստականորեն ստեղծված փաստաթուղթ էր. դրա մշակումը և ստորագրումը հենց հեռարձակողների նախաձեռնությունը չի եղել: «Հեռուստաընկերությունները Խարտիան ստորագրեցին իշխանությունների հետ կոնֆլիկտներից խուսափելու համար, սակայն դրանով որևէ բարելավում չեղավ հայկական հեռուստաթերթում: Հեռարձակողները գիտակցում էին, որ փաստաթղթի կատարումը չի ապահովվելու որևէ մեկի կողմից. ավելին, կանոնների խախտման համար որևէ սանկցա չէր նախատեսվել», ասել է պրն Նավասարդյանը:²⁷³

Ինքնակարգավորմանն ուղղված մեկ այլ քայլ էր արվել Մարդու իրավունքների պաշտպանի (Օմբուդսմենի) կողմից, որը նախաձեռնել էր ստեղծել Տեղեկատվական վեճերի խորհուրդ (ՏՎԽ), որի հիմնական նպատակն էր. «պաշտպանել խոսքի ազատությունը, տեղեկատվության մատչելիությունը, ինչպես նաև անձի արժանապատվությունը և մասնավոր կյանքի իրավունքը՝ այդ իրավունքների իրացման ընթացքում ծագող դատական վեճերի դեպքերում փորձագիտական եզրակացություններ հրապարակելով, որոնք հիմնված են ՀՀ օրենսդրության, միջազգային իրավական ակտերի և էթիկայի նորմերի վրա:»²⁷⁴

ՏՎԽ-ն և ԴՄ-ն տարբեր գործառույթներ ունեն: ՏՎԽ-ն իր՝ որպես գործին մասնակցություն չունեցող անձի կարծիքն է պատրաստում և ներկայացնում լրատվական դաշտի հետ կապված դատական գործերի վերաբերյալ, իսկ ԴՄ-ն քննում է ֆիզիկական և իրավաբանական անձանցից ստացված դիմում-բողոքները և իր եզրակացությունները հրապարակում լրատվամիջոցների կողմից էթիկայի նորմերի խախտումների վերաբերյալ, այդպիսով նպաստելով վեճերի արտադատական կարգով լուծմանը: Որոշ դեպքերում այս երկու մարմիններն աշխատում են միասին: Մասնավորապես, ՏՎԽ-ն դիմում է ԴՄ-ի օժանդակությանը, երբ դատարանում

272 Հանրային խորհուրդ, «Հեռուստատադիտհեռարձակողների գործունեության էթիկական սկզբունքների խարտիա», 21 ապրիլի, 2010թ., տես՝ <http://www.public-council.am/hy/press-releases/item/2010/04/21/fc489e> (հայերեն) (դիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

273 Հարցազրույց Երևանի մամուլի ակումբի նախագահ Բորիս Նավասարդյանի հետ, Երևան, 11.12.2012թ.:

274 Տեղեկատվական վեճերի խորհրդի հիմնադրման հուշագիր, տես՝ <http://www.ombuds.am/main/am/0/27/2452> (հայերեն), <http://www.ombuds.am/main/en/0/27/2452> (անգլերեն) (դիտվել է 2013 թվականի հունիսի 19-ին):

վիճարկվող հրաարակումների վերաբերյալ փորձագիտական եզրակացությունների անհրաժեշտություն է լինում: Այնուամենայնիվ, երկու մարմիններին էլ անհրաժեշտ է ընդլայնել իրենց գործունեության ազդեցության շրջանակները, քանի որ թե՛ լրատվության ոլորտի ներկայացուցիչները, և թե՛ լայն հասարակությունն ընդհանրապես բավարար չափով տեղեկացված չեն նրանց գործունեության մասին և շատ հազվադեպ են դիմում նրանց (տես նաև՝ 4.1.2 բաժինը): Միևնույն ժամանակ, ըստ այս ուսումնասիրության շրջանակներում հարցազրույցներին մասնակցած փորձագետների, անչափ դժվար է մեղիա դաշտը համախմբել մասնագիտական էթիկայի մեկ միասնական վարքականոնի շուրջ, հաշվի առնելով լրատվամիջոցների բնեռացման մակարդակը և տարբեր քաղաքական ճամբարների հետ փոխկապակցվածությունը:

7.3 Պետության միջամտությունը

7.3.1 Շուկան

Պետական մարմինների կողմից միջամտության դեպքերը միշտ չէ, որ հնարավոր է ապացուցել: Բացի դրանից, այս ուսումնասիրության շրջանակներում հարցազրույցներին մասնակցած փորձագետների մեծամասնությունը նշեց, որ բիզնեսների և պետության միջև փոխադարձ կապակցվածության ավելացմամբ պայմանավորված՝ գովազդից գոյացող եկամուտների գերակշիռ մասը ստանում են իշխանական վերնախավին հավատարիմ և նրանց շահերին ծառայող լրատվամիջոցները: Այս երևույթի մասին ավելի ու ավելի հաճախ է խոսվում լրատվական դաշտի (այդ թվում՝ հեռարձակող լրատվամիջոցների) ներկայացուցիչների կողմից, որոնց կարծիքով՝ իրենք ասես դուրս են թողնվել գովազդային շուկան իրար միջև բաժանելու գործընթացից: Այդուհանդերձ, այս խնդիրները բավականին հեռու են միանշանակ լինելուց. վստահելի ու հավաստի տեղեկությունները գրեթե երբեք չեն բացահայտվում:

Միակ բացառությունը «ԳԱԼԱ» հեռուստաընկերությունն էր, որը բացահայտորեն մեղադրեց պետությանը իր գովազդատուների նկատմամբ ճնշումներ գործադրելու մեջ: 2010 թվականի մարտի 23-ին «ԳԱԼԱ» հեռուստաընկերությունը հայտարարություն էր տարածել, որում նշվում էր, որ՝ «Պետական, ուժային որոշ գերատեսչությունների անմիջական ճնշումների հետևանքով «ԳԱԼԱ» հեռուստաընկերության գովազդատու կազմակերպությունները, սկսած փետրվարի կեսերից, խուսափում են իրենց գովազդները տեղադրել հեռուստաընկերության եթերում:»²⁷⁵ Ըստ հեռուստաընկերության, 26 գովազդատու կազմակերպություններ «ԳԱԼԱ»-ի եթերից իրենց գովազդները հանել են վերջին 1 ամսվա ընթացքում, և այս պահին հեռուստաընկերությունն ունի ընդամենը 3 գովազդատու: Նույն կերպ 2007 թվականին «ԳԱԼԱ» հեռուստաընկերությունը երեք օրում զրկվել էր ավելի քան 30 գովազդատուների

²⁷⁵ Երևանի մամուլի ակումբ, շաբաթական տեղեկագիր, 19–25 մարտի 2010թ., տես՝ <http://www.ypc.am/bulletin/t/42272/1n/en> (դիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

հետ համագործակցությունից: Հեռուստաընկերությունը հայտարարել էր, որ տասնապատիկ իջեցնում է գովազդի սակագինը՝ այդ օրվանից «գովազդի մեկ բոյլի համար բազային սակագինը սահմանելով 960 ՀՀ դրամ (2.50 ԱՄՆ դոլար):»

Ըստ «ԳԱԼԱ» հեռուստաընկերության գործադիր տնօրեն Կարինե Հարությունյանի, հեռուստաընկերության հետ իրենց կապերը խզած գովազդատուների թվում էին բավականին խոշոր ընկերություններ, ինչպիսիք են՝ «Արտֆուդ», «ՎիվաՍել», «Սեմուր ընդ կո» և այլ ընկերությունները: Հաշվի առնելով դրանից բխող ֆինանսական դժվարությունները, հիմնադիր Վահան Խաչատրյանը փորձել է բանկից փոխառությամբ գումար վերցնել, սակայն հայաստանյան բանկերի Գյումրիի ներկայացուցչություններից ոչ մեկը չի ցանկացել վարկային միջոցներ տրամադրել: Կարինե Հարությունյանի նշմամբ՝ «միակ բացառությունը եղել է ՊրոԿրեդիտ Բանկը, որը՝ լինելով իր բաժնետերերի կազմում Հայաստանի քաղաքացի չունեցող միջազգային բանկ, մեզ վարկ տրամադրեց:» Նա ավելացրեց նաև, որ ընկերությունը կարողացավ այդ դժվարին պայմաններում գոյատևել նաև հիմնադրի ու միջազգային դոնոր կազմակերպությունների կողմից ֆինանսական օժանդակության շնորհիվ:²⁷⁶

«ԳԱԼԱ» հեռուստաընկերության նկատմամբ ճնշումները սկսվեցին 2007 թվականին՝ վերջինիս կողմից քաղաքական ընդդիմության առաջնորդների ելույթները հեռարձակելուց հետո: Մասնավորապես, 2007 թվականի հոկտեմբերի 14-ին «ԳԱԼԱ» հեռուստաընկերությունը եթեր հեռարձակեց 2007 թվականի սեպտեմբերի 21-ին Անկախության օրվա առթիվ առաջին նախագահ Լևոն Տեր-Պետրոսյանի ելույթը, որի ժամանակ իննը տարի լույս էր հանել հեռուստաընկերության նախագահը իշխող ռեժիմին անվանել էր «ավազակապետություն» և խոսել իշխանությունը փոխելու անհրաժեշտության մասին:²⁷⁷ Համապետական և երևանյան ոչ մի հեռուստակայան եթեր չէր հեռարձակել այդ ելույթը: Հաջորդ օրը՝ 2007 թվականի հոկտեմբերի 15-ին, «ԳԱԼԱ» հեռուստաընկերությունը եթեր հեռարձակեց Լևոն Տեր-Պետրոսյանի համախոհներից մեկի՝ «Հայկական ժամանակ» օրաթերթի գլխավոր խմբագիր Նիկոլ Փաշինյանի հետ հարցազրույցը: Ընդդիմությանը հեռուստաեթեր տրամադրելը լուրջ մարտահրավեր էր ռեժիմին, ինչի արդյունքում հեռուստաընկերության նկատմամբ աննախադեպ ճնշումներ սկսեցին գործադրվել բազմաթիվ պետական կառույցների կողմից (մանրամասների համար, տես՝ 7.3.3. բաժինը): 2007 թվականի հոկտեմբերի 22-ին հրապարակված իր հայտարարությունում «ԶԱՊ» ընկերության («ԳԱԼԱ» հեռուստաընկերության հիմնադիր ընկերության) սեփականատեր Վահան Խաչատրյանը պնդում էր, որ իշխանությունները փորձում են ճնշել «ԳԱԼԱ» հեռուստաընկերությանը, և որ «ԳԱԼԱ» հեռուստաընկերության դիրքորոշումը, այն է՝ եթերի հավասար հնարավորությունների տրամադրումը բոլոր քաղաքական ուժերին, չի փոխվելու,

276 Հարցազրույց «ԳԱԼԱ» հեռուստաընկերության գործադիր տնօրեն Կարինե Հարությունյանի հետ, Երևան, 12 դեկտեմբերի, 2012թ.:

277 Հետագայում Լևոն Տեր-Պետրոսյանը ձևավորեց նոր ընդդիմադիր բլոկ՝ Հայ ազգային կոնգրեսը, և իր թեկնածությունն առաջադրեց 2008 թվականի նախագահական ընտրություններում:

և որ նա՝ որպես ընկերության սեփականատեր, թույլ չի տա ցանկացած միջամտություն որևէ կառույցի կամ անհատ անձի կողմից:²⁷⁸

«ԳԱԼԱ»-ի դեպքը միակը չէ: ԽԱՊԿ-ի 2010 թվականի տարեկան զեկույցում նշվում է՝ «Այս և մի քանի այլ լրատվամիջոցներից (մասնավորապես՝ որոշ ինտերնետային տեղեկատվական կայքերից) ստացված նմանատիպ ահազանգերը, թե գործարարները խուսափում են իրենց մոտ գովազդներ տեղադրել և անգամ խզում են արդեն կնքված պայմանագրերը, ենթադրել են տալիս, որ քաղաքական իշխանությունը և նրա հետ սերտաճած բիզնեսը, տնտեսական լծակների օգնությամբ փորձում են ճնշել անցանկալի ՁԼՄ-ներին:»²⁷⁹

Պետական ֆինանսավորում ստանում են «Հայաստանի Հանրապետություն» և «Республика Армения» օրաթերթերը, Հանրային հեռուստառադիոընկերությունը և «Արմենպրես» գործակալությունը (տես՝ 6.2.1 բաժինը): Այս ուսումնասիրության շրջաններում հարցազրույցներին մասնակցած՝ լրագրողական կազմակերպությունների փորձագետների կարծիքով, պետության կողմից Հանրային հեռուստառադիոընկերության ֆինանսավորումը ինչպես նաև նրա ակտիվ մասնակցությունը գովազդային շուկայում անհավասար և ոչ արդար մրցակցային պայմաններ են ստեղծում հեռարձակման ոլորտում: Սակայն իշխանությունները չեն շտապում փոխել այս իրավիճակը: Ինչ վերաբերում է օրաթերթերին և լրատվական գործակալությանը, ապա նրանք կառավարամետ դիրքորոշում ունեն, բայց էական դերակատարում չունեն մեդիա շուկայում:

Պետական բյուջեի հատուկ տոդոլ գումարներ են նախատեսվում նաև ոչ պետական լրատվամիջոցներին օժանդակություն տրամադրելու համար: Այդ նպատակով հատկացվող գումարները տարիների ընթացքում տատանվել են 128,000-ից 151,600 ԱՄՆ դոլարի սահման-ներում (տես՝ 6.2.1 բաժինը) և նախատեսվել են գրական և մշակութային հրատարակությունների, երեխաների և պատանիների համար հրատարակությունների, մարզային և քաղաքային հրատարակությունների, ինչպես նաև ազգային փոքրամասնությունների կողմից հրատարակվող թերթերի համար: Գումարները տրամադրվում են ՀՀ մշակույթի նախարարության «Գրքի և հրատարակչական գործի կենտրոնի» կողմից: Ներկայացվող պահանջներին համապատասխանության չափանիշներն են՝ հրատարակման առնվազն երկու տարվա փորձը, 500-ից ոչ պակաս տպաքանակը, հրատարակման կանոնավորությունը, եռամսյակը մեկ Կենտրոնին ֆինանսական հաշվետվություններ ներկայացնելը և դիմում ներկայացնելու համար հիմնավորումը: Ըստ սահմանված նորմերի, մարզային լրագրերին հատկացվում է 400,000 ՀՀ դրամ (1,000 ԱՄՆ դոլար), իսկ գրական և մշակութային հրատարակությունների համար՝ 1 միլիոն ՀՀ դրամից

278 Երևանի մամուլի ակումբ, «Իշխանությունները միջամտում են հեռարձակողների խմբագրական քաղաքականությանը», շաբաթական տեղեկագիր, 19–25 հոկտեմբերի, 2007թ., տես՝ <http://www.ypc.am/bulletin/In/en/t/41643> (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

279 ԽԱՊԿ, «Տարեկան զեկույց Հայաստանում խոսքի ազատության վիճակի եվ լրագրողների ու ՁԼՄ-ների իրավունքների խախտումների մասին», տես՝ <http://khosq.am/en/2011/02/1702> (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

մինչև 2 միլիոն ՀՀ դրամ (2,500–5,000 ԱՄՆ դոլար): Այդ սուբսիդիաները ստացողներից պահանջվում է իրենց հրատարակություններում նշել, որ դրանք հրատարակվում են պետության աջակցությամբ:

Ըստ Հայաստանի *Ժուռնալիստների միության* նախագահ Աստղիկ Գևորգյանի, սուբսիդավորումից օգտվելու համար համապատասխանության չափանիշները բավականաչափ հստակ չեն և հնարավորություններ են ստեղծում սուբյեկտիվ որոշումների կայացման համար: «Շատ ավելի օբյեկտիվ կլիներ, եթե ֆինանսավորումը համաչափ լիներ լրատվամիջոցների կողմից տարեկան կտրվածքով վճարվող հարկերի գումարներին, ինչպես առաջարկվել էր լրագրողական կազմակերպությունների կողմից», նշել էր տկն Գևորգյանը:²⁸⁰ Գորիսի մամուլի ակումբի նախագահ Սուսաննա Շահնազարյանն էլ իր հերթին նշեց, որ տպագիր մամուլի սուբսիդավորման համար անհրաժեշտ է մշակել ավելի հստակ չափանիշներ՝ հաշվի առնելով որակը, այսինքն՝ թե ինչ է տպագրվում տվյալ թերթում կամ ամսագրում (հանրային կարևորության հարցերի վերաբերյալ, թե միայն ժամանցային բնույթի նյութեր):²⁸¹

7.3.2 Կարգավորողը

Մինչև թվայնացման գործընթացների սկիզբն ընկած ժամանակաշրջանում լրատվամիջոցի գործունեությանը միջամտելու ամենավաղ օրինակը լիցենզավորման համար 2002 թվականի մրցույթում և դրան հաջորդած 13 այլ մրցույթներում «Ա1+» հեռուստաընկերությանը հեռարձակման լիցենզիա տալու մերժումն էր (տես՝ 7.2.3 բաժինը): Այդ միջամտության արդյունքում «Ա1+»-ն այժմ եթերում չէ. այն գործում է միայն օնլայն տարբերակով և օնլայն հեռարձակում է իրականացնում իր էլեկտրոնային կայքէջի միջոցով, որտեղ տպագրվում է նաև տեքստային տեղեկատվություն:

«Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի 58-րդ հոդվածի համաձայն, ՀՌԱՀ-ն իրավունք ունի վարչական տույժեր, օրինակ գրավոր նախազգուշացում կամ տուգանք, կիրառել օրենսդրության պահանջների կամ լիցենզիայի պայմանների խախտումների հայտնաբերման դեպքում: Բացի դրանից, օրենքով նախատեսվում են բազմաթիվ այլ դեպքեր, երբ ՀՌԱՀ-ն իրավասու է դիմել դատարան՝ լիցենզիայի գործողության դադարեցման պահանջով (օրինակ՝ երբ լիցենզիա ստանալու համար ներկայացված փաստաթղթերում հիմնադրի կողմից կեղծ կամ խեղաթյուրված տեղեկատվության է տրամադրվել, լիցենզիան ստանալու պահից վեց ամսվա ընթացքում հեռուստառադիոհաղորդումներ չեն հեռարձակվել, կատարվել է լիցենզիայի զիջում ֆիզիկական կամ իրավաբանական այլ անձանց, հեռուստառադիոընկերության տեխնիկական միջոցները չեն համապատասխանում ընդունված ստանդարտներին և այլն): Հեռուստատեսային և ռադիո ընկերությունները

280 Հարցազրույց Հայաստանի Ժուռնալիստների միության նախագահ Աստղիկ Գևորգյանի հետ, Երևան, 13 դեկտեմբերի, 2012թ.:

281 Հարցազրույց Գորիսի մամուլի ակումբի նախագահ Սուսաննա Շահնազարյանի հետ, Երևան, 14 դեկտեմբերի, 2012թ.:

իրավունք ունեն դիմելու դատարան՝ ՀՌԱՀ-ի որոշումներն անվավեր ճանաչելու կամ փոփոխելու պահանջով:²⁸²

ՀՌԱՀ-ը հեռարձակող ընկերության նկատմամբ վարչական պատժամիջոցներ կիրառեց, երբ 2012 թվականի մայիսի 11-ին 1 միլիոն ՀՀ դրամի (2,500 ԱՄՆ դոլար) չափով տուգանեց «Կենտրոն» հեռուստաընկերությանը: Պատճառն այն էր, որ մայիսի 6-ին ԱԺ ընտրությունների օրը, «Կենտրոն» հեռուստաընկերությամբ եթեր էր հեռարձակվել ընդդիմադիր «Հայ ազգային կոնգրես» կուսակցության ներկայացուցչի մամուլի ասուլիսը: Վերջինս ընտրողներին կոչ էր արել գնալ ընտրատեղամասեր, բայց ձայն չտալ իշխող ՀՀԿ-ին: ՀՌԱՀ-ը գտել էր, որ դա ՀՀ Ընտրական օրենսգրքի և «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի խախտում էր: Ըստ Երևանի մամուլի ակումբի նախագահ պրն Նավասարդյանի, «Կենտրոն» հեռուստա-ընկերությանը տուգանելու մասին ՀԱՌՀ-ի որոշումն օբյեկտիվ էր, քանի որ ընկերությունը խախտել էր օրենքը և քարոզչական բնույթի հաղորդում էր հեռարձակել դրա համար արգելված ժամանակահատվածում:

Բացի դրանից, ՀՌԱՀ-ը վարչական վարույթ հարուցեց «Կենտրոն» և «Երկիր մեդիա» հեռուստաընկերությունների նկատմամբ՝ իրենց կողմից 2012 թվականի խորհրդարանական ընտրությունների քարոզարշավների լուսաբանման կապակցությամբ: Այս վարույթների համար հիմք էր հանդիսացել ՀՌԱՀ-ի կողմից քարոզչական արշավների լուսաբանման նկատմամբ իրականացված մշտադիտարկումը, որի արդյունքում պարզվել էր, որ երկու հեռուստա-ընկերություններն էլ գերազանցել էին իրենց հետփոխկապակցված թեկնածուներին և կուսակցություններին (համապատասխանաբար՝ «Բարգավաճ Հայաստան» և «Հայ հեղափոխական դաշնակցություն» կուսակցություններին) հատկացված եթերաժամանակը (տես նաև՝ 5.3.2 բաժինը): Այս դեպքում, ըստ պրն Նավասարդյանի, ՀՌԱՀ-ի գործողություններն ավելի քաղաքական մոտիվացիա ունեին: «Երկու հեռուստաընկերություններն էլ ներկայացնում են այն կուսակցությունների շահերը, որոնք վերջին քաղաքական փոփոխությունների արդյունքում դուրս են եկել իշխող կոալիցիայի կազմից և դարձել այլընտրանքային քաղաքական ուժեր: Միևնույն ժամանակ, իշխանության գլուխ կանգնած ՀՀԿ-ն սովոր էր վերահսկողություն իրականացնել բոլոր հեռարձակողների նկատմամբ և ստիպել նրանց ծառայելու իր շահերին: Իսկ քանի որ այս երկու հեռուստաընկերություններն այլ կերպ են վարվել, ապա որոշում էր կայացվել ճնշում գործադրել նրանց վրա ՀՌԱՀ-ի միջոցով, որը միշտ եղել է այն մարմինը, որ կատարում է իշխանությունների ցանկությունները», նշել էր պրն Նավասարդյանը:²⁸³

Մայիսի 18-ին ՀՌԱՀ-ը որոշեց կարճել «Կենտրոն» և «Երկիր մեդիա» հեռուստաընկերությունների նկատմամբ հարուցված վարույթները, հաշվի առնելով, որ իր կողմից իրականացված

282 «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենք, հոդված 58, տես՝ <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=3853&lang=arm> (դիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

283 Հարցազրույց Երևանի մամուլի ակումբի նախագահ Բորիս Նավասարդյանի հետ, Երևան, 8.08.2012թ.:

մշտադիտարկումը նորաշխատառճե, ունանայն փաստը, որ «Կենտրոն» հեռուստաընկերությունը մեկ այլ խախտման համար արդեն իսկ ենթարկվել էր տուգանքի: «ՀՌԱՀ-ը գիտակցում էր, որ լրագրողական համայնքը մեծ աղմուկ կբարձրացներ վարչական տույժերի կիրառման դեպքում, քանի որ երկու հեռուստաընկերությունների կողմից կատարված խախտումների մասին գնահատումները սուբյեկտիվ են եղել:»²⁸⁴

Միննույն ժամանակ, ինչպես նշեց պրն Նավասարդյանը, Երևանի մամուլի ակումբը և միջազգային կազմակերպությունները բազմիցս ահազանգել են, որ նախորդ քարոզարշավների ժամանակ գրեթե բոլոր հեռուստաընկերությունները խախտել են հատկացվող հեռուստաեթերի հավասարակշռությունը՝ հոգուտ իշխող կուսակցությունների, սակայն ՀՌԱՀ-ը երբեք որևէ մեկի նկատմամբ տույժ չի նշանակել նախկինում:²⁸⁵

7.3.3 Միջատության այլ եղանակներ

Իշխանությունների կողմից միջատության ամենատարածված եղանակներից է «անհնազանդ» լրատվամիջոցի մոտ հաճախակի ստուգումների իրականացումը: Նման դեպքերից էին Վահան Խաչատրյանին պատկանող «ԶԱՊ» ընկերությունում իրականացված ստուգումները:

«ԶԱՊ» ընկերությունում հարկային ստուգումները սկսվեցին 2007 թվականի հոկտեմբերին, երբ պրն Խաչատրյանը հայտարարություն էր տարածել «ԳԱԼԱ» հեռուստաընկերության վերաբերյալ (տես՝ 7.3.1 բաժինը): Ստուգումների ավարտից հետո, Հարկային պետական ծառայությունը հայտարարել էր բազմաթիվ խախտումներ հայտնաբերելու վերաբերյալ: Ստուգողների կողմից կազմված եզրափակիչ արձանագրության համաձայն, հեռուստաընկերությունը թաքցրել էր հեռուստագովազդի իրական ծավալները՝ պետական բյուջե չվճարելով ավելի քան 25 միլիոն ՀՀ դրամ (ավելի քան 81,000 ԱՄՆ դոլար):²⁸⁶ «ԶԱՊ» սեփականատեր Վահան Խաչատրյանն իր հերթին հայտնել էր, որ «ԳԱԼԱ»-ն չէր կարող հարկային տեսուչների հաշվարկների հիմքում դրված ծավալների չափով գովազդ ունենալ:²⁸⁷

2007 թվականի նոյեմբերի 27-ին ՀՀ տնտեսական դատարանը վարույթ ընդունեց հարկային ծառայության հայցը՝ «ԶԱՊ»-ից որպես հարկային պարտավորություն 25,2 միլիոն ՀՀ դրամ (ավելի քան 82,000 ԱՄՆ դոլար) գումար բռնագանձելու պահանջով (հաշվի առնելով տույժն

284 ԽԱՊԿ, «Հայաստանում խոսքի ազատության վիճակի և լրագրողների ու ԶԼՄ-ների իրավունքների խախտումների մասին եռամսյակային զեկույց, 2012թ.», տես՝ <http://khosq.am/en/reports/cpfe-quarterly-report-april-june-2012> (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

285 Հարցազրույց Երևանի մամուլի ակումբի նախագահ Բորիս Նավասարդյանի հետ, Երևան, 15.12.2012թ.:

286 Երևանի մամուլի ակումբ, «ԳԱԼԱ հեռուստաընկերությունը պետք է կատարի հարկային պարտավորությունները: Մեկնարկել է ԳԱԼԱ հեռուստաընկերությանը ֆինանսապես աջակցելու դրամահավաք-մարաթոնը», շաբաթական տեղեկագիր, 2007 թվականի մարտի 14–20, տես՝ <http://www.ypc.am/bulletin/1n/en/t/41816> (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

287 «ԶԱՊ» ընկերության սեփականատեր Վահան Խաչատրյանի հայտարարությունը, տես՝ <http://www.archive.168.am/am/articles/11919-pr> (հայերենով) (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

ու տուգանքները և հանելով արդեն վճարված հարկերը):²⁸⁸ 2007 թվականի դեկտեմբերի 3-ին հարկային պետական ծառայության միջնորդությամբ «ՉԱՊ»-ի գույքի և ֆինանսական միջոցների վրա կալանք դրվեց: Դեկտեմբերի 17-ին սկսվեցին դատական լուսմաները, որոնք ընդհատվեցին դեկտեմբերի 18-ին, այն բանից հետո, երբ դատարանը ընդունեց «ՉԱՊ» ընկերության հակընդդեմ հայցը՝ հարկային ստուգումների արդյունքների մասին եզրափակիչ արձանագրությունը անվավեր ճանաչելու պահանջով: Դատարանը վճռեց միացնել երկու հայցերը մեկ գործի մեջ: Հետագայում գործը ընդունվեց ՀՀ վարչական դատարանի վարույթ (դատական բարեփոխումների արդյունքում 2008 թվականից տնտեսական դատարանը լուծարվել է):

2008 թվականի մարտի 19-ի նիստում վարչական դատարանը վճռեց «ՉԱՊ» ՍՊԸ-ին պարտավորեցնել պետական բյուջե մուծել ավելի քան 25 միլիոն ՀՀ դրամի չափով հարկային պարտքը և տուգանքները: Նույն օրը սկսվեց հեռուստամարաթոնը՝ հարկային պարտքերը վճարելու համար միջոցներ ձեռք բերելու համար հեռուստաընկերությանն աջակցելու նպատակով: Հեռուստամարաթոնը նախաձեռնվել էր «ԳԱԼԱ»-ի խմբագրության ԽԱՊԿ-ի նախաձեռնությամբ: Վեց օրերի ընթացքում հավաքվեց ու դատական ակտերի հարկադիր կատարման ծառայությանը փոխանցվեց 26.45 միլիոն ՀՀ դրամ (67,000 ԱՄՆ դոլար): «ՉԱՊ» ընկերությունը Վարչական դատարանի որոշումը բողոքարկեց ՀՀ Վճռաբեկ դատարան: Սակայն բողոքարկումը վարույթ չընդունվեց:²⁸⁹

Զանգվածային լրատվության միջոցների, այդ թվում՝ ինտերնետային կայքերի, վրա պետության կողմից ապօրինի ճնշումներ գործադրելու մեկ այլ վառօրինակ էր նախագահական ընտրություններից հետո 2008 թվականի մարտի 1-ից 20-ը հայտարարված արտակարգ դրության ժամանակ Նախագահի կողմից գրաքննություն սահմանելը:²⁹⁰ Գրաքննությունն արգելվում է օրենքով, սակայն արտակարգ դրություն սահմանող հրամանագրում դրա մասին չի նշվել: Արտակարգ դրություն հայտարարելու մասին հրամանագրով նախատեսվում էր, որ «զանգվածային լրատվության միջոցների կողմից պետական և ներքաղաքական հարցերի առնչությամբ հրապարակումները կարող են իրականացվել բացառապես պետական

288 Երևանի մամուլի ակումբ, «Հավաքվել է «ԳԱԼԱ» հեռուստաընկերության հարկային պարտավորությունները մարելու համար անհրաժեշտ գումարը», շաբաթական տեղեկագիր, 21–27 մարտի, 2008թ., տես՝ <http://www.ypc.am/bulletin/t/41821/ln/en> (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

289 ԽԱՊԿ, «2008 թվականի տարեկան զեկույց Հայաստանում ԶԼՄ-ների և լրագրողների իրավունքների խախտումների մասին», տես՝ <http://khosq.am/wp-content/uploads/Doklad-2008-Eng.pdf> (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

290 2008 թվականի նախագահական ընտրությունների ժամանակ ընդդիմությունը սատարում էր առաջին նախագահ, «Հայ ազգային կոնգրեսի» առաջնորդ Լևոն Տեր-Պետրոսյանի թեկնածությունը: Չհամաձայնելով ընտրությունների արդյունքների հետ և իշխանություններին մեղադրելով զանգվածային ընտրակեղծիքների մեջ, ընդդիմությունը հայտարարեց անժամկետ բողոքի ակցիաների անցկացման մասին: Մարտի 1-ի առավոտյան իշխանությունները ուժ կիրառեցին՝ Երևանի Ազատության հրապարակում հավաքված ընդդիմադիրների վրանային ավանը ցրելու համար: Դրան ի պատասխան ընդդիմության տասնյակ հազարավոր համախոհներ հավաքվեցին Սյանիկյանի արձանի մոտ: Երեկոյան ցուցարարների դեմ հատուկ ուժեր կիրառվեցին: Հրաձգության հետևանքով տասը մարդ զոհվեց, իսկ հարյուրավոր մարդիկ ֆասսվածքներ ստացան բախումների ընթացքում: Գիշերը հայտարարվեց արտակարգ դրություն:

մարմինների պաշտոնական տեղեկատվության սահմաններում»:²⁹¹ Մարտի 13-ին հրամանագրում փոփոխություններ կատարվեցին, և ՁԼՄ-ների գործունեությանը վերաբերող ենթակետը ձևակերպվեց նոր խմբագրությամբ. «արգելվում է զանգվածային լրատվության միջոցների կողմից պետական և ներքաղաքական հարցերի առնչությամբ ակնհայտ սուտ կամ իրավիճակը ապակայունացնող տեղեկատվություն կամ առանց իրազեկման (ապօրինի) միջոցառումների մասնակցության կոչեր, ինչպես նաև նման տեղեկատվություն կամ կոչեր որևէ այլ եղանակով և ձևով հրապարակելը կամ տարածելը»:²⁹²

Գործնականում այդ սահմանափակումները վերածվեցին գրաքննության: Ըստ լրագրողների, զալիս էին մարդիկ, որոնք ներկայանում էին որպես ազգային անվտանգության ծառայության ներկայացուցիչներ, և հրապարակումից առաջ ստուգում տպագիր մամուլի նյութերը և միայն դրանից հետո թույլատրում կամ արգելում էին դրանց հրապարակումը: Լրատվության այլ միջոցների նկատմամբ նույնպես խիստ հսկողություն էր սահմանվել: ԽԱՊԿ-ն արձանագրել է, որ լրատվամիջոցները շատ ավելի հաճախ են հարձակման թիրախ դառնում հատկապես երկրում նախընտրական քարոզարշավների ընթացքում ձևավորվող լարվածության մթնոլորտում:²⁹³

Արտակարգ իրավիճակի պայմաններում դադարեցին լույս տեսնել «Առավոտ», «Հայկական ժամանակ», «Ժամանակ Երևան», «Հրապարակ», «Տարեգիր», «Փակագիծ», «Չորրորդ իշխանություն», «Հայք» և «168 ժամ» թերթերը: Լրագրողների վկայությամբ տպագրության վրա արգելքը իրականացնում էին ՀՀ ազգային անվտանգության ծառայության ներկայացուցիչները:²⁹⁴ Արգելափակվեցին «Lragir.am» և «Armenia Today» ինտերնետ-կայքերը, իսկ «Ա1+»-ի դոմենը փակվեց: Դադարեցվեց «Ազատություն» ռադիոկայանի հաղորդումների սփռումը «ԱրՌադիո Միջմայրցամաքային» ալիքով և փակվեցին ռադիոկայանի ինտերնետային կայքերը:²⁹⁵ Երկրի բնակչությունը հայտնվել էր լիակատար տեղեկատվական շրջափակման մեջ. հեռուստատեսությամբ և շատ հազվադեպ նաև թերթերով տրամադրվում էր միայն պաշտոնական տեղեկատվություն, և միայն պաշտոնական դիրքորոշումներ, կարծիքներ և տեսակետներ:

291 Երևանի մամուլի ակումբ, «Արտակարգ դրությունը սահմանափակում է լրատվամիջոցների գործունեությունը», շաբաթական տեղեկագիր, 29 փետրվարի – 6 մարտի, 2008թ., տես՝ <http://www.ypc.am/bulletin/t/41737/In/en> (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

292 Երևանի մամուլի ակումբ, «Արտակարգ դրության մասին հրամանագիրը փոփոխվել է լրատվամիջոցների գործունեության մասով», շաբաթական տեղեկագիր, 7–13 մարտի, 2008թ., տես՝ <http://www.ypc.am/bulletin/t/41837/In/en> (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

293 ԽԱՊԿ, «Հայաստանում խոսքի ազատության վիճակի և լրագրողների ու ՁԼՄ-ների իրավունքների խախտումների մասին երկրորդ եռամսյակային զեկույց, 2012թ.» տես՝ <http://khosq.am/en/reports/cpfe-quarterly-report-april-june-2012> (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

294 ԽԱՊԿ, «Հայաստանում լրագրողների ու ՁԼՄ-ների իրավունքների խախտումների մասին տարեկան զեկույց, 2008 թ.», Երևան, տես՝ <http://khosq.am/wp-content/uploads/2010/03/zekuyc-2008.unicode.pdf> (հայերեն), <http://khosq.am/wp-content/uploads/Doklad-2008-Eng.pdf> (անգլերեն) (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

295 Երևանի մամուլի ակումբ, «Հայաստանում իրականացվում է գրաքննություն», շաբաթական տեղեկագիր, 14-20 մարտի, 2008թ., տես՝ <http://www.ypc.am/bulletin/In/en/t/41816> (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

2008 թվականն աննախադեպ էր լրագրողների նկատմամբ ֆիզիկական բռնության դեպքերի քանակով. ԽԱՊԿ-ի կողմից արձանագրվել է 18 դեպք: Նման բռնությունների ենթարկվում էին ոչ միայն ընդդիմադիր թերթերի աշխատակիցները («Հայկական ժամանակ» թերթի լրագրող Լուսինե Բարսեղյանը, «Չորրորդ իշխանություն» թերթի ֆոտոլրագրող Գագիկ Շամշյանը և այլք), այլ նաև այլ լրատվամիջոցների լրագրողները («Ազատություն» ռադիոկայանի հայկական ծառայության երևանյան գրասենյակի ղեկավարի պաշտոնակատար Հրաչ Մելքումյանը, «Hetq.am»-ի գլխավոր խմբագիրը, Հետաքննող լրագրողների ընկերակցության նախագահ պրն Բադդասարյանը և այլք): Այդ ժամանակ լրագրողական կազմակերպությունների և մարդու իրավունքների հարցերով կազմակերպությունների կողմից համատեղ հայտարարություն արվեց, որում ասվում էր՝ «2008 թվականի մարտի 1-ի ողբերգական իրադարձություններից հետո հանդուրժողականության մթնոլորտ ակնկալող հասարակությունն ականատեսն է դառնում մամուլի ներկայացուցիչների հանդեպ բռնությունների նոր ալիքի»:²⁹⁶

Այդ խախտումները համապատասխան արձագանք են ստացել նաև միջազգային կազմակերպությունների կողմից: Մասնավորապես, 2008 թվականի փետրվարի 21-ին «Լրագրողներ առանց սահմանի» (RSF) կազմակերպությունը իշխանություններին կոչ արեց պատժել Հայաստանի նախագահական ընտրությունները լուսաբանող լրագրողների վրա հարձակման մեղավորներին: Կազմակերպությունը հայտարարել էր՝ «Իշխանությունները պետք է լրջորեն վերաբերվեն այդ միջադեպերին: Լրագրողներն ընդամենը իրենց գործն են անում»: Փետրվարի 22-ին ընտրական տեղամասերում բռնության և սպառնալիքի դեպքերի առնչությամբ հայտարարությամբ հանդես եկավ «Հյուսիսային Ռոյթերս» միջազգային իրավապաշտպան կազմակերպությունը, որը Հայաստանի իշխանություններին կոչ արեց նախագահական ընտրությունների օրը լրագրողների և դիտորդների դեմ կատարված իրավախախտումների հետաքննություն անցկացնել»:²⁹⁷

Լրագրողների հանդեպ բռնությունների ալիքը չմարեց նաև հետագա տարիներին, չնայած որ էապես թուլացավ: 2011 թվականին արձանագրվել է հինգ դեպք, իսկ 2012 թվականի առաջին եռամսյակում ոչ մի դեպք չի արձանագրվել: Այդուհանդերձ, լրագրողների հանդեպ ֆիզիկական բռնության երեք դեպք արձանագրվել է նույն տարվա երկրորդ եռամսյակի ընթացքում, երբ տեղի էին ունենում խորհրդարանական ընտրություններ, և մեկ դեպք արձանագրվել է երրորդ եռամսյակի ընթացքում՝ տեղական ինքնակառավարման մարմինների ընտրությունների ժամանակ: Բայց ամեն դեպքում այս թվերը զգալիորեն պակաս են 2008 թվականին արձանագրված դեպքերի թվի համեմատ:

296 ԽԱՊԿ, «Հայաստանում խոսքի ազատության վիճակի եւ լրագրողների ու ՋԼՄ-ների իրավունքների խախտումների մասին տարեկան զեկույց, 2008թ.» էջ. 6, տես՝ <http://khosq.am/en/reports/annual-report-2008-2> (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

297 Հյուսիսային Ռոյթերս, «Հայաստանի 2008 թվականի վիճարկված նախագահական ընտրությունները, հետընտրական բռնությունները եւ միակողմանի պատասխանատվության կանչելու քաղաքականությունը», 2008թ. տարեկան զեկույց, տես՝ <http://www.hrw.org/sites/default/files/reports/armenia0209webwcover.pdf> (ղիտվել է 2012 թվականի նոյեմբերի 20-ին):

ՀՀ Քաղաքացիական օրենսգրքի 1087.1 հոդվածի (գրապարտություն և վիրավորանք) հիմքով հարուցված վարույթները լրատվամիջոցներին վախեցնելու լուրջ գործիք էին դառնում: 2011 թվականն աննախադեպ էր այդ առումով, որի ընթացքում հարցովել էր 37 դատական գործ: Հայցվորների մեծ մասը մամուլում տպագրված քննադատական բնույթի հոդվածները մեկնաբանում էին որպես վիրավորանք և գրապարտություն, ինչի դիմաց փոխհատուցում էին պահանջում որպես լրատվամիջոցին պատժելու միջոց (մանրամասների համար տես՝ 7.1.2.2. բաժինը): 2012 թվականին լրագրողների և լրատվամիջոցների դեմ հարուցված դատական գործերի թիվը պակասել է նախորդ տարվա համեմատ. 17 գործ՝ ի տարբերություն նախորդ տարվա 37-ի:²⁹⁸

Աղյուսակ 6.

Լրագրողների իրավունքների խախտման արձանագրված դեպքեր, 2008–2012թթ.

Խախտումների տեսակները	2008	2009	2010	2011	2012
Լրագրողների նկատմամբ ֆիզիկական բռնություններ	18	11	9	5	4
Ճնշումներ ՁԼՄ-ների և դրանց աշխատակիցների վրա՝ (այդ թվում՝ սպառնալիքներ, տնտեսական, իրավական և այլ ճնշումներ)	16	14	19	49	37
Տեղեկություններ ստանալու և տարածելու իրավունքի խախտումներ	14	13	18	7	23

Ծանոթագրություն՝ * Այս տեսակի բռնությունները ներառում են լրագրողների և նրանց լրատվամիջոցների հանդեպ տարբեր սպառնալիքները, լրատվամիջոցներին վախեցնելու նպատակով օգտագործվող տնտեսական, իրավական և այլ միջոցները այդ թվում՝ դատական գործերը

Աղբյուրը՝ ԽԱՊԿ-ի տարեկան զեկույցներ, տես՝ <http://www.khosq.am>

7.4 Եզրակացություններ

Հեռարձակման անալոգային ժամանակաշրջանում բավականին երկար ժամանակ ՀՌԱՀ-ը ոչ թափանցիկ և ոչ արդար գործելաճ է ունեցել, որը թերևս շարունակում է նույնը միայլ թվայնացման գործընթացների այս վաղ փուլերում: Չնայած «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքով սահմանվում է, որ օրինականությունը, ժողովրդավարությունը, հավասարությունը, անաչառությունը, ինքնուրույնությունը, կոլեգիալությունը և հրապարակայնությունը ՀՌԱՀ-ի գործունեության սկզբունքներն են, այդուհանդերձ, այդ սկզբունքները լիարժեքորեն չեն պահպանվում մրցույթների ժամանակ: Ավելին, նույն օրենքի համաձայն, ՀՌԱՀ-ը մրցույթներում հայտերի գնահատման և անաչառության ապահովման համար կարող է հասարակական կամ պայմանագրային հիմունքներով մասնագետներ և փորձագետներ ներգրավել մասնագիտացված հասարակական կազմակերպություններից:

298 ԽԱՊԿ, «Հայաստանում խոսքի ազատության վիճակի եւ լրագրողների ու ՁԼՄ-ների իրավունքների խախտումների մասին տարեկան զեկույց, 2012թ.», էջ 13, տես՝ <http://khosq.am/en/reports/annual-report-2012> (ղիտվել է 2013 թվականի հունիսի 15-ին):

Սակայն 2002 թվականից մինչև 2010 թվականն ընկած ժամանակահատվածում, երբ անցկացվել են անալոգային հեռարձակման համար լիցենզավորման մրցույթներ, որևէ մասնագետ չի հրավիրվել իր մասնակցությունն ունենալու այդ գործընթացում, չնայած որ շահույթ չհետապնդող լրագրողական կազմակերպությունները բազմիցս իրենց մասնագիտական ծառայություններն են առաջարկել ՀՌԱՀ-ին: Նույնը կարելի է ասել նաև թվային վերգետնյա հեռարձակման լիցենզիաների տրամադրման համար 2010 թվականին անցկացված մրցույթների մասին:

Հեռարձակման թվային համակարգը բազմաթիվ հնարավորություններ է ընձեռում հեռարձակում իրականացնող հեռուստակայանների թվի ավելացման համար, մինչդեռ Հայաստանում ճիշտ հակառակը տեղի ունեցավ. թվային հաճախականությունների համար մրցույթի արդյունքում հեռուստակայանների թիվը կրճատվեց, ինչով ևս մեկ անգամ հաստատվեց, որ իշխանությունները ցանկություն ունեն պահպանել «վերահսկելի հեռարձակողների» ստատուս քվոն, անտեսելով հանրային շահը:

Վերջին հինգ տարիների ընթացքում պետության միջամտությունը լրատվամիջոցների գործունեությանը իր ամենասուր դրսևորումն է ունեցել միայն 2008 թվականի մարտին հայտարարված արտակարգ դրության ժամանակ, երբ տպագիր մամուլի նկատմամբ զրաքննություն սահմանվեց, իսկ ինտերնետային լրատվական կայքերն արգելափակվեցին: Մնացած դեպքերում միջամտության սահմանները և նշանակությունը նույնն են մնացել. վերգետնյա հեռարձակման ոլորտն ամբողջությամբ վերահսկվում է իշխանությունների կողմից, իսկ տպագիր մամուլը և ինտերնետ հրատարակություններն օգտվում են որոշ ազատությունից: Թվային տեխնոլոգիաների զարգացման և թափառնելու ֆոնի վրա ինտերնետ հրատարակությունների գործունեությանը միջամտելու պետության ցանկությունն ավելի նկատելի է դառնում:

Նոր մեդիա տեխնոլոգիաների վերաբերյալ հանրային քննարկումները շատ հազվադեպ կամ ուշացած են լինում, ու բավականին սահմանափակ ազդեցություն են ունենում: Վերջին տարիների ընթացքում միայն երկու փաստաթուղթ է դրվել քննարկման՝ Հայեցակարգը և «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքի նախագիծը: Հայեցակարգի վերաբերյալ հանրության քննադատական գնահատականի մասին բարձրաձայնվեց միայն այն ժամանակ, երբ Կառավարությունն արդեն հաստատել էր փաստաթուղթը: Իսկ «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքի նախագծի վերաբերյալ հանրային քննարկումները տեղի ունեցան այն ժամանակ, երբ Ազգային ժողովն առաջին ընթերցմամբ արդեն ընդունել էր նախագիծը, քաղաքացիական հասարակության կողմից ներկայացված էական առաջարկություններից ոչ մեկը չներառվեց նախագծի վերջնական տարբերակում:

Հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ թվային հեռուստահեռարձակման համակարգը միայն 2015 թվականի հուլիսի 1-ից է ամբողջությամբ գործարկվելու, դեռ հնարավոր չէ գնահատել հեռարձակման թվային համակարգին անցնելու ազդեցությունը բազմազանության և

բազմակարծության վրա: Մինչդեռ, «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» գործող օրենքը և թվային հաճախականությունների համար մրցույթի արդյունքները չեն նպաստում բազմազանության և բազմակարծության խթանմանը: Տասը տարին մեկ լիցենզավորում իրականացնելու ընթացակարգը հեռարձակման ոլորտն այդքան ժամանակով առանց զգալի փոփոխությունների կթողնի՝ խոչընդոտելով նոր սուբյեկտների մուտքը շուկա: Դեռ պարզ չէ, թե 2015 թվականից հետո ինչ կարգավիճակ են ունենալու մասնավոր մուլտիպլեքսորները, և արդյոք նրանց կողմից այլընտրանքային լրատվության միջոց է հեռարձակվելու, թե նրանց գործառույթները սահմանափակվելու են արդեն գոյություն ունեցող լրատվության միջոցներին լրացուցիչ ալիքներ տրամադրելով:

8. Ամփոփիչ եզրակացություններ

8.1 Մեդիան այսօր

Թվային տեխնոլոգիաների օգտագործման ծավալների աճը վերջին հինգ տարիների ընթացքում իր դրական ազդեցությունն է ունեցել Հայաստանում զանգվածային լրատվության ոլորտում: Տեղեկատվության ստացման և լրատվական աղբյուրների հայտնաբերման համար լրատվամիջոցների կողմից նոր տեխնոլոգիաներ ու ինտերնետ ռեսուրսներ են օգտագործվում: Տեղեկատվության աղբյուր են դառնում նաև բլոգերը և սոցիալական ցանցերը:

Բազմազանության և բազմակարծության առումով էական բարելավումներ արձանագրվեցին ավանդական լրատվամիջոցների կողմից իրենց սեփական կայքերի գործարկման և նոր՝ միայն ինտերնետ դաշտում գործող լրատվամիջոցների թվի ավելացման արդյունքում: Կայքերի կողմից լայնորեն օգտագործվում են մուլտիմեդիային հնարավորությունները: Ինտերնետի հասանելիությունը դեռ ցածր է, և թերևս լուրջ խնդիր է մնում «թվային անջրպետը»՝ ինտերնետ կապ ունեցող քաղաքային բնակչության և այդ կապը չունեցող գյուղական համայնքների միջև, չնայած որ ինտերնետի հասանելիության հետ կապված իրավիճակը բավականին արագ տեմպերով բարելավվում է: Արդյունքում, հանրային և քաղաքական գործընթացների վրա ինտերնետ մեդիայի ազդեցությունը գնալով ավելանում է:

Հասարակության ճնշող մեծամասնության համար տեղեկատվության հիմնական աղբյուր է մնում հեռուստատեսությունը: Սակայն, այն դեռ մեծապես վերահսկվում է իշխանությունների կողմից: Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին թերի օրենքը շարունակում է հարցականի տակ դնել հեռուստաընկերությունների անկախությունը, բազմազանությունը և բազմակարծությունը. չնայած բազմաթիվ փոփոխություններին, այդ օրենքով դեռ չի ապահովվում ոլորտում առկա հիմնական պրոբլեմների լուծումը: Օրենքում կատարված վերջին փոփոխությունները պայմանավորված էին հեռարձակման թվային համակարգին անցնելու գործընթացով, որը մեկնարկել է չորս տարի առաջ: Սակայն այդ փոփոխությունները նույնպես մեծապես քննադատվել են քաղաքացիական հասարակության և միջազգային կազմակերպությունների կողմից՝ գոյություն ունեցող պրոբլեմներին լուծումներ չտալու պատճառով:

Բացի դրանից, «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքի հիման վրա 2010 թվականի դեկտեմբերին անցկացված՝ հեռուստատեսային հեռարձակման լիցենզիայի համար մրցույթները խիստ քննադատության ենթարկվեցին իրական մրցակցության բացակայության և որոշումների կայացման կողմնակալ ու ոչ թափանցիկ գործելաոճի պատճառով: Թեև հեռարձակման թվային համակարգով բազմաթիվ հնարավորություններ են ստեղծում հեռուստաալիքների թվի ավելացման համար, տեղի ունեցավ ճիշտ հակառակը, այսինքն՝ հեռուստակայանների թիվը կրճատվեց: Քաղաքացիական հասարակությունը փորձեր է անում մշտադիտարկել հեռարձակման ոլորտի թվայնացման գործընթացը և ներկայացնում է իր առաջարկությունները:

Լրատվամիջոցների մեծ մասը կախվածություն ունեն խոշոր բիզնեսից և քաղաքական վերնախավից, որոնց հետ նրանք արդեն սերտաճել են: Ինքնաֆինանսավորման համապատասխան մեխանիզմների բացակայության պարագայում լայն տարածում է ստանում լրատվամիջոցների սովերային ֆինանսավորումը, ինչը առաջ է բերում թաքնված հսկողություն և լրատվամիջոցների անկախության նվազեցում:

2008 թվականի մարտի 1-ից մինչև 20-ը Երևանում հայտարարված արտակարգ դրության ժամանակ սամանված գրաքննությունը լուրջ խոչընդոտ էր լրատվական դաշտի զարգացման համար. դրա պատճառով բազմաթիվ թերթեր լույս չէին տեսնում, իսկ ինտերնետային լրատվական կայքերը արգելափակվել էին:

Բացի դրանից, լայն տարածում ունի նաև թաքնված գրաքննությունը, հատկապես լրատվության և հեռուստաընկերությունների հանրային ու քաղաքական հաղորդումների ոլորտում: Ինտերնետ մեդիայի նկատմամբ վերահսկողություն սահմանելու պետության ցանկություններն էլ ավելի նկատելի են դառնում թվային տեխնոլոգիաների զարգացման համատեքստում:

Նոր մեդիայի առաջ գալով ակտիվացել է մրցակցությունը լրատվական շուկայում, և արդյունքում վերաբաշխվում են մեդիա լսարանները և գովազդային հոսքերը:

8.2 Մեդիան վաղը

Թվային հեռուստահեռարձակման մրցույթում հաղթող ճանաչված հեռուստաընկերությունների լիցենզիաների գործողության ժամկետն ուժի մեջ կմտնի 10 տարի, այսինքն՝ մինչև 2020 թվականը: Ուստի չի ակնկալվում, որ այդ տարիների ընթացքում որևէ զգալի փոփոխություններ կլինեն պետական մուլտիպլեքսներով բնակչությանը տրամադրվող անվճար սոցիալական փաթեթում:

Հեռարձակման անալոգային համակարգը ամբողջությամբ թվայինով կփոխարինվի 2015 թվականի հուլիսի 1-ից: Մինչ այդ ակնկալվում է, որ շուկա կմտնեն մասնավոր մուլտիպլեքսորները, որոնց կողմից վճարովի ալիքներ կավելացվեն սոցիալական

փաթեթին: Սակայն առայժմ հայտնի չեն մասնավոր մուլտիպլեքսորների գործունեության սկզբունքները, նրանց լիցենզավորման ընթացակարգը և մուլտիպլեքս օպերատորների ու մասնավոր հեռուստաընկերությունների (բովանդակությունը մատուցողների) միջև հարաբերությունները:

Ինտերնետն արագ տեմպերով զարգանում է. այն այժմ օգտագործվում է ոչ միայն տեքստեր և լուսանկարներ, այլ նաև տեսագրություններ տարածելու համար: Ավելին, այն օգտագործվում է հեռուստահեռարձակման նպատակով: Արդյունքում՝ ինտերնետ հեռուստատեսությունը կարող է շուտով վերգետնյա հեռուստահեռարձակմանը լուրջ մրցակից կամ այլընտրանք դառնալ:

Ներկայումս միայն ինտերնետով հեռարձակում իրականացնողների մեծ մասի՝ մոտ ապագայում նաև արբանյակային ցանցով հեռարձակում իրականացնելու ցանկությունը կարող է էլ ավելի բազմազանեցնել տեղեկատվական դաշտը:

9. Առաջարկություններ

9.1 Քաղաքականությունը

9.1.1 Տիրույթի քաղաքականությունը

9.1.1.1 Ազատ և զբաղված հաճախականությունների ցանկի հրապարակումը

Հիմնահինդիրը

Հաճախականությունների միջազգային առույտի արդյունքների հիման վրա պատրաստած զեկույցից պարզ դարձավ, որ այդ փաստաթուղթը որևէ պատկերացում չի տալիս հեռարձակման ոլորտի վիճակի, հնարավորությունների և չօգտագործված պաշարների մասին, այսինքն՝ չկան հանրային հետաքրքրություն ներկայացնող հարցերի պատասխանները:²⁹⁹

Առաջարկությունը

Կառավարությունը պետք է հրապարակի Հայաստանում հեռարձակման համար նախատեսված զբաղված և ազատ հաճախականությունների ցանկը:

9.1.1.2 Թվային դիվիդենդի օգտագործումը

Հիմնահինդիրը

Քաղաքականության որոշակի օրակարգ և գործողությունների ծրագիր են անհրաժեշտ՝ թվային հեռարձակմանն անցնելու արդյունքում առաջացող հաճախականությունների տիրույթի զգալի ռեսուրսների ազատման կապակցությամբ: Կառավարությունը նախաձեռնել է թվային դիվիդենդի տեսքով ազատ հաճախականությունների օգտագործման թույլտվության բաշխման գործընթացը՝ չունենալով թվային դիվիդենդի իրացման որևիցե հայեցակարգ:

299 2012 թ. մարտի 30-ին, Խոսքի ազատության պաշտպանության կոմիտեի պաշտոնական հարցմանն ի պատասխան, ՀՀ Էկոնոմիկայի նախարարությունը տրամադրեց «Աերոսիսթեմա Ինթերնեշնլ» կանադական ընկերության՝ Հայաստանում իրականացրած ռադիոհաճախականությունների առույտի արդյունքների մասին զեկույցի տպագիր կրկնօրինակը՝ “To Assist the Ministry of the Economy Of the RA with Spectrum Analysis, Benchmarking, and Recommendations”:

Առաջարկությունը

Թվային դիվիդենդի տեսքով առաջացող ազատ հաճախականությունների օգտագործման թույլտվության բաշխման նպատակով՝ կառավարությունը պետք է ընդունի թվային դիվիդենդի իրացման քաղաքականություն, որով կապահովվեն լավագույն հանրային շահերը և գործընթացի թափանցիկությունը: Հաճախականությունների տիրույթի արդյունավետ օգտագործման համար անհրաժեշտ է վերաբաշխել և քարտեզագրել այն և թվայնացման արդյունքում ազատվող տիրույթի մեջ բացառել հաճախականության անօգտագործելի գոտիների առաջացումը:

9.1.1.3 Թվային հեռարձակման անցման վերաբերյալ հանրության իրազեկման քարոզարշավը

Հիմնասխնայի

Չնայած անալոգային հեռարձակման անջատման վերջնաժամկետին մնացել է երկու տարուց պակաս ժամանակ՝ հանրությունը մինչ օրս բավարար չափով տեղեկացված չէ մոտավորապես փոփոխությունների, դրանց նպատակի և հետևանքների մասին: Թվայնացման վերաբերյալ հանրության իրազեկման քարոզարշավներ կամ ծավալուն քննարկումներ դեռևս չեն իրականացվել:

Առաջարկությունը

ՀՀ տրանսպորտի և կապի նախարարությունը և հեռարձակման ոլորտը կարգավորող մարմինը՝ Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովը (ՀՌԱՀ), համագործակցելով քաղաքացիական հասարակության հետ, պետք է իրականացնեն հատուկ քարոզարշավներ, որոնց միջոցով կլուսաբանվեն հեռարձակման թվայնացման նպատակներն ու առավելությունները, ինչպես նաև՝ թվային հեռուստատեսության օգտագործման վերաբերյալ գործնական խորհուրդներ կտան բնակչությանը: Հանրային հեռուստառադիոընկերությունը պետք է իրականացնի հեռարձակման թվայնացման խնդիրների հետ կապված հանրային իրազեկման աշխատանքներ՝ Հանրային հեռուստատեսության, Հանրային ռադիոյի և «Շիրակ» հեռուստատեսության եթերի շրջանակներում: Հաշվի առնելով խնդրի կարևորությունը՝ Հանրային հեռուստառադիոընկերությունը հեռարձակման թվայնացման հետ կապված հանրային իրազեկման աշխատանքները պետք է իրականացնի՝ պետբյուջեյից իրեն արդեն իսկ տրամադրվող միջոցների հաշվին:

9.2 Լրատվամիջոցներին վերաբերող օրենսդրությունը և գործունեության կարգավորումը

9.2.1 Լրատվամիջոցների գործունեության կարգավորումը

9.2.1.1 Հեռարձակման ոլորտը կարգավորող մարմնին վերաբերող բարեփոխումները

Հիմնախնդիրը

Ըստ «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքի, ՀՌԱՀ-ի ձևավորման կարգը չի ապահովում նրա՝ որպես ոլորտը կարգավորող մարմնի անկախությունը և հաշվետվողականությունը: ՀՌԱՀ-ի անդամների ընտրության և նշանակման նկատմամբ հանրային վերահսկողության մեխանիզմներ նախատեսված չեն: Կարգավորվող մարմնի գործունեությանը պակասում է իրական թափանցիկությունը և հեռարձակման ոլորտում արդար մրցակցության ապահովումը: Այս ամենը ևս մեկ անգամ պարզորոշ երևաց 2010 թ. դեկտեմբերին անցկացված լիցենզավորման վերջին մրցույթների ժամանակ, որոնք հանգեցրին հեռուստաընկերությունների թվի անհիմն կրճատմանը ու բացասական ազդեցություն ունեցան լրատվամիջոցների ազատության և հայաստանյան հեռուստատեսության բազմազանության վրա:

Առաջարկությունը

Ազգային ժողովը և ՀՀ կառավարությունը պետք է ապահովեն ՀՌԱՀ-ի անդամների անկախության երաշխիքներ՝ բարեփոխելով նրանց ընտրության և նշանակման կարգը: ՀՌԱՀ-ի անկախության իրավական և գործնական երաշխիքներ պետք է ստեղծել՝ անդամների թիվը դարձնելով ինը, որոնցից երեքը մրցութային կարգով կնշանակվեն նախագահի կողմից, երեքը՝ ԱԺ-ի, իսկ մյուս երեքը՝ քաղաքացիական հասարակության կազմակերպությունների առաջադրմամբ և կհաստատվեն նախագահի հրամանագրով: ԱԺ-ում ներկայացված քաղաքական փոքրամասնությունները պետք է ունենան քվոտա՝ ընտրելու խորհրդարանի կողմից առաջադրվող թեկնածուներից մեկին՝ այդ «եռյակի» քաղաքական բազմազանությունը ապահովելու համար:

9.2.1.2 Հեռարձակմանը վերաբերող օրենսդրությունը

Հիմնախնդիրը

«Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքը բազմաթիվ հիմնավորված մտահոգությունների տեղիք է տալիս: Այն խոչընդոտում է հեռարձակման ոլորտի ազատականացմանը, մրցակցության զարգացմանը և հեռուստատեսության բազմազանության ապահովմանը: Չնայած բազմաթիվ փոփոխությունների՝ գործող օրենքը ցայսօր չի լուծում ոլորտի կարևորագույն այս հիմնախնդիրները: Լիցենզավորման նոր մրցույթներ չեն անցկացվելու մինչև 2020 թվականը, և նոր «խաղացողներ» ի հայտ չեն գալու դաշտում մինչև 2020 թվականը:

Առաջարկությունը

Ազգային ժողովը պետք է եական փոփոխություններ կատարի «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքում՝ ամրագրելով բազմազանության և բազմակարծության կոտ և իրական երաշխիքներ՝ ԵԱՀԿ-ի և քաղաքացիական հասարակության առաջարկություններին համա-

հունչ, մասնավորապես՝ բարեփոխելով ՀՌԱՀ-ի ձևավորման կարգը, անցում կատարելով լիցենզավորման պարզ ընթացակարգի, ապահովելով մրցույթների թափանցիկությունը և արդարությունը, հստակորեն տարբերակելով վերգետնյա եթերային, արբանյակային, բջջային, ինտերնետային հեռարձակման կարգավորումը:³⁰⁰ Օրենքում պետք է փոփոխվի Հանրային հեռուստառադիոընկերության ֆինանսավորման մեխանիզմը՝ մասնավորապես, անհրաժեշտ է նվազագույնի հասցնել առևտրային գովազդի ծավալը և լրացուցիչ գումարներ հատկացնել պետական բյուջեից: Հանրային հեռուստառադիոընկերության խորհրդի անդամների ընտրության և նշանակման կարգը բարեփոխման անհրաժեշտություն ունի՝ այն նպատակով, որ բազմակարծություն ապահովվի հանրային հեռարձակման բնագավառում:

The provisions of the law regarding the funding of the Public Television and Radio Company should also be amended to minimize the amount of commercial advertising and ensure additional funding from the state budget.

The selection and appointment of the members of the Board of the Public Television and Radio Company needs reforming to ensure pluralism in the area of public broadcasting.

9.2.2 Լրատվամիջոցների ոլորտում սեփականության իրավունքը

9.2.2.1 Լրատվամիջոցների սեփականատերերի մասին տեղեկությունների թափանցիկությունը

Հիմնախնդիրը

Օրենսդրությամբ երաշխավորված չէ լրատվամիջոցների սեփականատերերի մասին տեղեկությունների մատչելիությունը: Արդյունքում, լրատվամիջոցների սեփականատերերի ինքնությունն անհայտ է մնում հանրությանը:

Առաջարկությունը

Հրատապ խնդիր է դարձել «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» և «Զանգվածային լրատվության մասին» օրենքներում Ազգային ժողովի կողմից փոփոխություններ կատարելը՝ լրատվամիջոցների ոլորտում սեփականության թափանցիկությունը որպես պարտադիր պահանջ սահմանելով, հատկապես՝ հեռուստատեսության համար, որը սահմանափակ հանրային ռեսուրս է օգտագործում, ամենամեծ լսարանն ունի և միաժամանակ զգալի կախվածության մեջ է ազդեցիկ գործարար և քաղաքական շրջանակներից: Հայաստանը՝ լրատվամիջոցների ոլորտում սեփականության թափանցիկությունը որպես պարտադիր պահանջ սահմանելով, կապահովի ԵԽԽՎ-ի 1636 (2008) բանաձևի պահանջների կատարումը:³⁰¹

300 ԵԱՀԿ, «Եզրակացություն հեռարձակման մասին Հայաստանի Հանրապետության 2010 թվականի օրենքում փոփոխությունների վերաբերյալ» (անգլ.՝ «Comments on the amendments to the law of the Republic of Armenia on broadcasting, 2010»), ինտերնետում՝ <http://www.osce.org/fom/68242> (ղիտվել է 2012 թվականի սեպտեմբերի 5-ին):

301 ԵԽԽՎ, «1636 (2008) բանաձև», ինտերնետում՝ <http://assembly.coe.int/mainf.asp?link=/documents/adoptedtext/ta08/eres1636.htm> (ղիտվել է 2013 թ. հոկտեմբերի 2-ին):

Հապավումների, դիագրամների, աղյուսակների և կազմակերպությունների ցանկ

Օգտագործված հապավումները

ԽԱՊԿ	Խոսքի ազատության պաշտպանության կոմիտե
ՀԾԿՀ	Հանրային ծառայությունները կարգավորող հանձնաժողով
ՀՌԿԿ	Հետազոտական ռեսուրսների կոլկասյան կենտրոն
ՄԻԵԴ	Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարան
ԵՄ	Եվրոպական Միություն
ՀՆԱ	Համախառն ներքին արդյունք
ՀԱԵ	Համախառն ազգային եկամուտ
ՏՎԽ	Տեղեկատվական վեճերի խորհուրդ
ԱՄԿ	Աշխատանքի միջազգային կազմակերպություն
IPTV	«IP» հեռուստատեսություն
ՀՄՄ	Հեռահաղորդակցության միջազգային միություն
ՊԽԼԻ	Պատերազմի ու խաղաղության լուսաբանման ինստիտուտ
ՀԲՏ	Համասեռամուլներ, բիսեքսուալներ և տրանսգենդերներ
ԷԴՄ	ԶԼՄ-ների էթիկայի Դիտորդ մարմին
ՀՌԱՀ	Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողով
ՀԿ	Հասարակական կազմակերպություն
ՀՀ ԱՎԾ	Հայաստանի Հանրապետության ազգային վիճակագրական ծառայություն
ԿՀԿՄԱԾ	Կազմակերպված հանցագործության ու կաշառակերության մասին ահազանգելու ծրագիր
ԵԱՀԿ	Եվրոպայի անվտանգության ու համագործակցության կազմակերպություն
ԵԽԽՎ	Եվրոպայի խորհրդի խորհրդարանական վեհաժողով
RFE/RL	Ազատ Եվրոպա/Ազատություն» ռադիոկայան
ԼԱՍ	Լրագրողներ առանց սահմանների
ՄՀՑ	Միասնական հաճախականային ցանցեր
ՄԶԳ	ԱՄՆ միջազգային զարգացման գործակալություն
ԲԴՏԿ	Համառուսական պետական հեռուստառադիոընկերության

Նկարներ և դիագրամներ

Նկար 1.	գյուղական–քաղաքային բնակչության հարաբերակցությունը (%), 2011թ.	11
Նկար 2.	Էթնիկական կազմը (որպես ընդհանուր բնակչության %), 2011թ.	11
Նկար 3.	Բնակչության կազմն ըստ մայրենի լեզվի (որպես ընդհանուր բնակչության %) 2011թ.	12
Նկար 4.	Բնակչության կազմն ըստ կրոնական դավանանքի (որպես ընդհանուր բնակչության %), 2011թ.	12
Նկար 5.	Տպագիր մամուլի իրացումը 2008–2010 թթ.	21
Նկար 6.	Ինտերնետի օգտագործումը Հայաստանում ամսական կտրվածքով, 2012 թ. նոյեմբեր – 2013 թ. հոկտեմբեր ժամանակահատվածում	22
Նկար 7.	Ամենից շատ ժողովրդականություն (ելնելով լսարանի չափից) վայելող հեռուստաալիքները 2006–2010 թթ.	24
Նկար 8.	Առաջատար 5 կայքերի վարկանիշները, 10.2010-ից մինչև 09.2011	26
Նկար 9.	Լրատվական ծրագրերի վարկանիշները 2010թ-ին՝ ելնելով դրանց լսարանների չափերից (որտահայտված որպես ընդհանուր լսարանի տոկոս)	28
Նկար 10.	Հանրային հեռուստառադիոընկերության կողմից հեռարձակված ծրագրերի դասակարգումը, 2010թ.	31
Նկար 11.	Հանրային հեռուստաընկերության տարեկան բյուջեն (US\$ '000), 2007–2011թթ.	73
Նկար 12.	Հանրային ռադիոյի տարեկան բյուջեն (US\$ '000), 2007–2011թթ.	73
Նկար 13.	Տարեկան բյուջեային հատկացումները «Հայաստանի Հանրապետություն» և «Республика Армения» պետական օրաթերթերին (մեկ թվով) (\$ '000), 2007–2011թթ.	75

Աղյուսակներ

Աղյուսակ 1.	Տնտեսական ցուցանիշներ, 2005–2014 թթ.	13
Աղյուսակ 2.	Տներում առկա սարքավորումները, 2005–2010 թթ.	15
Աղյուսակ 3.	Հեռուստաալիքների ընդունման անալոգային և թվային պլատֆորմները 2006–2011թթ.	17
Աղյուսակ 4.	Ինտերնետ-ծառայությունների և բջջային կապի բաժանորդների տոկոսն ընդհանուր բնակչության մեջ 2005–2010 թթ-ին	18
Աղյուսակ 5.	Հայաստանում առավել հեղինակավոր սոցիալական ցանցերի տասնյակը 2010թ-ի սեպտեմբերի և 2011թ-ի օգոստոսի դրությամբ...	39
Աղյուսակ 6.	Լրագրողների իրավունքների խախտման արձանագրված դեպքեր, 2008–2012թթ.	107

Ընկերություններ ու կազմակերպություններ

Ս1+

Հոպար մեդիա

AGB Nielsen

Media Style Company Meltex

ԱԲ ռադիո

Մաք

Intercontinental

Մուլտիմեդիա կենտրոն

ԱրմենԱկոր TV

Նոյյան տապան

Արմենիա TV

Օրանժ Արմենիա

Արմենթել

PanArmenian Media Group Holding

ԱԲ TV

Press Attache

Artfood

Press Stand

Blitz Media

ՌադիոՀայ

CHAP

Ռուսաստանյան «Comedy Club Production»

Express Plus

Semur&Co.

Գալա TV

Շանթ TV

Գեղամա մեդիա հոլդինգ

Շարք

Հայմամուլ

Starcom Media West Armenia

Հայփոստ

Ucom

Իրավունք մեդիա

VivaCell-MTS

ԿենտրոնTV

Երկիր մեդիա

Թվային մեդիաների քարտեզագրումը այլ երկրներում

- | | |
|--------------------------|----------------|
| 1. Ռումինիա | 25. Լեհաստան |
| 2. Թաիլանդ | 26. Սոնտենեգրո |
| 3. Մեքսիկա | 27. Վրաստան |
| 4. Մարոկո | 28. Նիգերիա |
| 5. Մեծ Բրիտանիա | 29. Կոլումբիա |
| 6. Շվեդիա | 30. Խորվաթիա |
| 7. Ռուսաստան | 31. Սլովենիա |
| 8. Լիտվա | 32. Չինաստան |
| 9. Իտալիա | 33. Պերու |
| 10. Գերմանիա | 34. Չիլի |
| 11. ԱՄՆ | 35. Իսպանիա |
| 12. Լատվիա | 36. Քենիա |
| 13. Սերբիա | 37. Բուլղարիա |
| 14. Նիդերլանդներ | 38. Հնդկաստան |
| 15. Ալբանիա | 39. Ֆրանսիա |
| 16. Հունգարիա | 40. Էստոնիա |
| 17. Մոլդովա | 41. Ղազախստան |
| 18. Ճապոնիա | 42. Մալազիա |
| 19. Արգենտինա | 43. Պակիստան |
| 20. ՀԱՀ | 44. Սլովակիա |
| 21. Թուրքիա | 45. Չեխիա |
| 22. Լիբանան | 46. Եգիպտոս |
| 23. Մակեդոնիա | 47. Սինգապուր |
| 24. Բոսնիա և Հերցեգովինա | 48. Բրազիլիա |

«Մեդիաների թվայնացման քարտեզագրումը» մի նախագիծ է, որն իրականացվում է «Բաց հասարակության մեդիա» և «Բաց հասարակության տեղեկատվական» ծրագրերի կողմից:

«Բաց հասարակության մեդիա» ծրագիրը

Մեդիա ծրագիրը նախագծեր է իրականացնում ամբողջ աշխարհում՝ նպատակ ունենալով աջակցել անկախ և պրոֆեսիոնալ լրատվամիջոցներին, որպեսզի վերջիններս կարողանան իրականացնել իրենց գործառնությունները՝ կապված քաղաքացիներին տեղեկացնելու և դեմոկրատական բանավեճերին մասնակցելու հնարավորություն տալու հետ: Աշխարհով մեկ ծրագիրն օգնում է անկախ լրատվամիջոցներին և լրատվական ցանցերին իրականացնելու իրենց գործառնությունները և կանգնելու կայուն զարգացման ուղու վրա: Ծրագրի շրջանակներում մշակվում և առաջարկվում են լրատվության ոլորտի զարգացման ծրագրեր, ոլորտը կարգավորող օրենսդրության կատարելագործման և որակյալ, համարձակ ու ձեռներեց լրագրության համար բարենպաստ իրավական դաշտ ապահովող օրենքների նախագծեր: Թափանցիկության և պատասխանատվության միջավայր ստեղծելու և կազմակերպված հանցագործության դեմ պայքարն ուժեղացնելու նպատակով Ծրագիրը սատարում է նաև որակյալ հետաքննական լրագրության կայացմանը:

«Բաց հասարակության տեղեկատվական» ծրագիրը

«Բաց հասարակության տեղեկատվական» ծրագրի նպատակն է ավելի մատչելի դարձնել գիտելիքները հանրության համար, հեշտացնել քաղաքացիական հասարակության ինստիտուտների շփուժն ու հաղորդակցությունը քաղաքացիների հետ և պաշտպանել քաղաքացիական ազատությունները և թվային միջավայրում ազատ հաղորդակցվելու իրավունքը: Ծրագիրը հատուկ ուշադրություն է դարձնում խոցելի խմբերի և անձանց ինֆորմացիոն պահանջներին աշխարհի պակաս զարգացած անկյուններում: Ծրագրի շրջանակներում օգտագործվում են նոր գործիքներ և տեխնոլոգիաներ քաղաքացիական հասարակության ինստիտուտների հնարավորությունները նրանց միջազգային, ազգային և տեղական նախաձեռնություններում մեծացնելու համար:

Բաց հասարակության հիմնադրամները

Բաց հասարակության հիմնադրամների նպատակն է աշխարհի տարբեր երկրներում քաղաքացիների առջև հաշվետու իշխանություններով դեմոկրատական և հանդուրժող հասարակարգերի կառուցումն ու դրանց կենսունակության ապահովումը: Աշխատելով տեղական համայնքների հետ ավելի քան 70 երկրներում՝ հիմնադրամները պաշտպանում են արդարությունը և մարդու իրավունքները, խոսքի ազատությունը, ինչպես նաև բժշկական ծառայություններ և կրթության մատչելիությունը հանրության համար:

Լրացուցիչ տեղեկությունների համար դիմել՝

Open Society Media Program

Open Society Foundations

7th Floor Millbank Tower, 21–24 Millbank

London SW1P 4QP, United Kingdom

mappingdigitalmedia@osf-eu.org

www.mappingdigitalmedia.org

www.soros.org/initiatives/media

Կազմի ձևավորումը՝ «Ahlgrim Design Group»

Դիզայն և տպագրում՝ «Judit Kovács • Createch Ltd.»



OPEN SOCIETY
FOUNDATIONS