

Գիրքը լուսապատճենահանվել է
"Համահայկական Էլ. Գրադարան"

կայքի՝ www.freebooks.do.am

կողմից և ներկայացվում է իր
այցելուների ուշադրությանը:

The book created by "PanArmenian E. Library"



Գիրքը կարող է
օգտագործվել միայն ընթերցանության համար...

For more info: www.freebooks.do.am

ՊՆԻՔ ԱՌԻՅՆՈՒԹԱ ԿԱՐՈՂ ԵՔ ՁՅԻՆ ԿՆԴՐԱԿՈՒՄԸՆ ԱՌԻՅԵԱԼ, ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ
ԳՐԱԿԱՆԱՆՈՒԹՅԱՆ ՏԱՐԱԾՈՒՄԸ ԳՈՐԾՈՒՄ ԵՎ ԻՆՏԵՐՆԵՏ
ԼՈՒՄՄԱՍՏՁԵՆԱԶԱՆԵՆԻ ԳՐՔԵՐ:

ԹԿՈՅՔՆ ԳՐՔԵՐԻ ՄՏԵՂՈՒՄԱՆ ՄԱՆՐԱՍՏԱՄԵԼԸ ԿԱՐՈՂ ԵՔ
ԻՄԱՆԱԼ "ՀԱՄԱՀԱՅՐԱԿԱՆ ԷԼԵԿՏՐՈՆԱՅՔԻ ԳՐԱԿՈՐՄԱՆ" ԿՈՅՔԻՑ՝

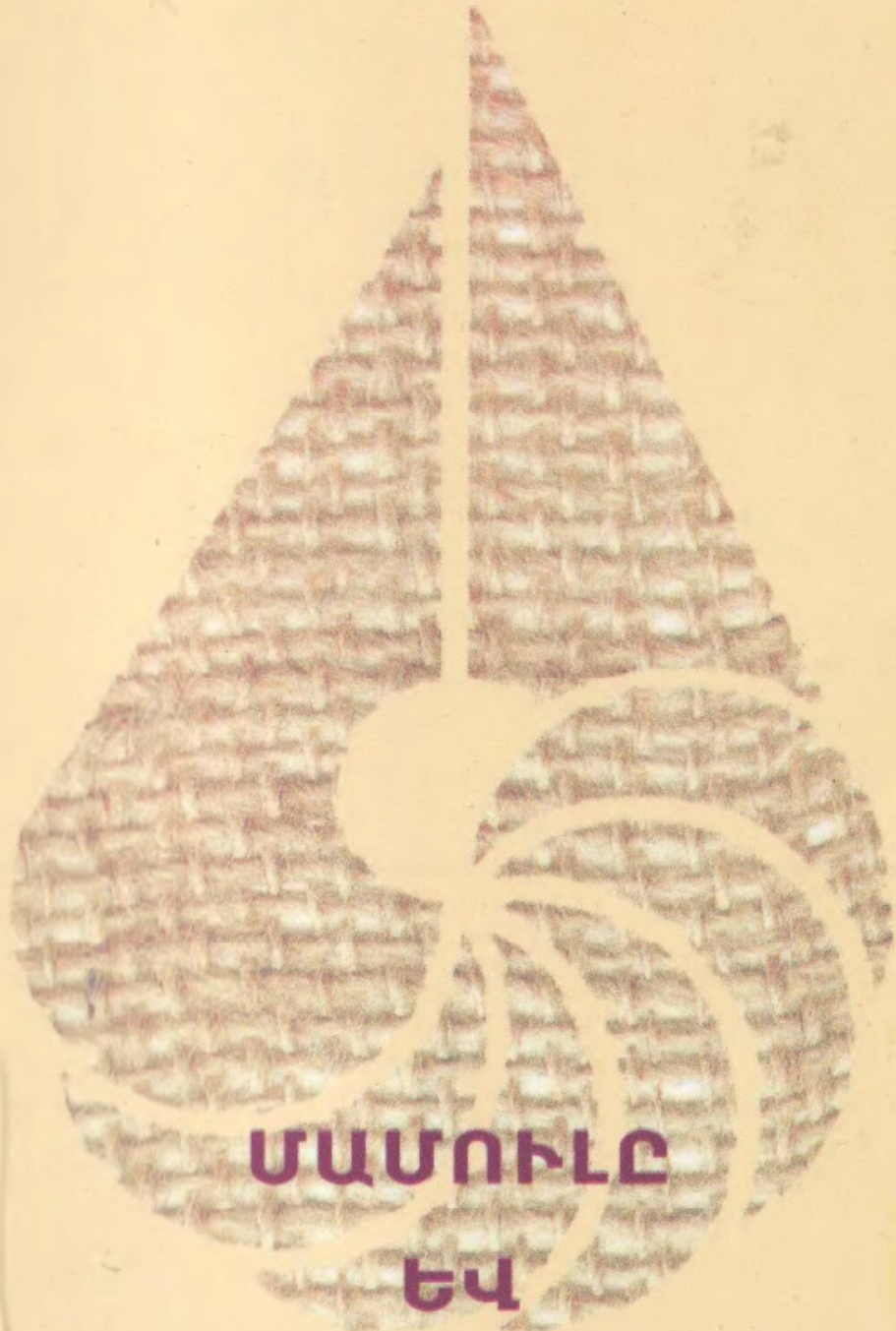
www.freebooks.am

ԸՆԴՐՉԱԿԱԼ ԵՒՔ, ԱՐ ՕԳՏԿՈՒՄ ԵՔ ՄԵՂ ԿՈՅՔԻՑ:
ՑԱՆԿԱԿՈՒՄ ԵՒՔ ՀԱՃԵԼԻ ԸՆԹԵՐՑԱԼԱՆՈՒԹՅՈՒՆ:



ԳՐՔԻՔ ՄԵՁ՝ freebooks@rambler.ru

ԼՐԱԳՐՈՂԻ
ԳՐԱԴԱՐԱՆ



ՄԱՍՈՒԼԸ
ԵՎ

ԺՈՂՈՎՐԴԱՎԱՐՈՒԹՅՈՒՆԸ

ԵՐԵՎԱՆԻ
ՄԱՍՈՒԼԻ ԱՎՈՒՄԲ

ԵՎՐՈՊԱՅԻ
ԽՈՐՀՈՒՐԴ

ԲԱՅ ՀԱՍԱՐԱԿՈՒԹՅԱՆ
ԻՆՍՏԻՏՈՒՏ

ՄԱՍՈՒԼԸ

ԵՎ

ԺՈՂՈՎՐԴԱՎԱՐՈՒԹՅՈՒՆԸ



«Կան Արյան»
ԵՐԵՎԱՆ
2001

Սույն ժողովածուն կազմել է Եվրոպայի Խորհրդի հրատարակչությունը
(Council of Europe Publishing, F-67075 Strasbourg Cedex)
ժողովածուի թարգմանությունն ու հրատարակությունն իրականացրել է
Երեւանի մամուլի ակումբը՝ Բաց հասարակության ինստիտուտի
օժանդակության հիմնադրամի հայաստանյան մասնաճյուղի
ֆինանսական աջակցությամբ

Թարգմանիչներ՝ Աճի Քլեյան, Կարինե Բաղդասարյան
Խմբագիր՝ Մեսրոպ Հարությունյան
Համակարգչային ձեւավորումը եւ էջադրումը՝ Նարա Մեղեղի
Յրագրի սնօրեն՝ Բորիս Նավասարդյան



© Conseil de l'Europe, 1998



© Երեւանի մամուլի ակումբ
(թարգմանություն ձեւավորում հրատարակություն)

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

Գլուխ առաջին <i>Քարոլ Յակուբովիչ</i> Լրասվամիջոցները եւ ժողովրդավարությունը	6
Գլուխ երկրորդ <i>Դիմ Կուսիուֆ</i> Լրասվամիջոցների ազատության ու անկախության երաժխիքները	43
Գլուխ երրորդ <i>Բեթինա Փիթրս</i> Լրավության բնագավառի մասնագետների իրավունքներն ու դարձականությունները Օրենք եւ էթիկա	85
Գլուխ չորրորդ <i>Շելեն Դերիփօր</i> Լրասվամիջոցներն ու ընտրական գործընթացը	112
Գլուխ հինգերորդ <i>Քարոլ Յակուբովիչ</i> Լրասվամիջոցների էկոնոմիկա	152
Գլուխ վեցերորդ <i>Ֆրանսուա Ուրար</i> Հեռարձակման ոլորտի կանոնակարգումը Կանոնակարգող մարմիններ	206
Գլուխ յոթերորդ <i>Այդան Ուայթ</i> Տեղեկատվական հասարակություն	239

Առաջաբան

Առանց խոսքի ազատության չկա ժողովրդավարություն Այս ճշմարտությունը նույնքան անվիճելի է, որքան այն պնդումը, թե ազատությունը ձեռք է բերվում միայն համառ եւ հետեւողական պայքարի շնորհիվ Որքա՞ն գոհ է պահանջվել այն լրագրողների, գրողների, հասարակական գործիչների շատ ու շատ սերունդներից, ովքեր պաշտպանում էին պետությունից իրենց անկախությունը, ցանկացած կարծիք ազատորեն արտահայտելու եւ տարածելու հնարավորությունը, իրեն հետաքրքրող ամեն ինչի մասին տեղյակ լինելու հասարակության իրավունքը Եվ բաց հասարակության կայացմանը ի՞նչ դիմադրություն էին ցույց տալիս զանազան բյուրոկրատներ, որոնք հավակնում էին ճշմարտությանը տիրելու մենաշնորհին, ձգտում էին հասարակական դատից թաքցնել կամայականությունների, կաշառաշորթության, հանցավոր քաղաքական խաղերի փաստերը

Ժողովրդավարության եւ քաղաքացիական իրավունքների կայացման եվրոպական փորձը ներառում է հնարքների, նորմերի, կարգավորման սկզբունքների հարուստ մի զինանոց, ինչը անցումային շրջանում գտնվող ցանկացած երիտասարդ ժողովրդավարական երկրի հնարավորություն է տալիս քաղելու իր համար օգտակարը, գտնելու ամենատարբեր խնդիրների իր լուծումները

Չանգվածային լրատվության բնագավառի առաջատար եվրոպական մասնագետների հողվածների սույն ժողովածուն, որը պատրաստել է Եվրոպայի խորհուրդը եւ որը թարգմանաբար ներկայացվում է հայ ընթերցողին, պատասխանում է շատ հարցերի Որքա՞ն է առաջ գնացել Եվրոպան խոսքի ազատության պաշտպանության ասպարեզում կա՞ն արդյոք եւ որտեղով են անցնում այդ ազատության սահմանները ինչպիսի՞ն են հասարակությանը տեղեկացնելու եւ կյանքի բոլոր բնագավառների վրա հասարակական հսկողությունն ապահովելու առաքելություն վերցրած մարդկանց լրագրողների իրավունքներն ու պարտականությունները. ինչպե՞ս եւ ի՞նչ չափով կարող է կարգավորվել ՁԼՄ-ների գործունեությունը ժողովրդավարության պայմաններում ի՞նչ մարտահրավերների է բախվում մեր քաղաքակրթությունը տեղեկատվական տեխնոլոգիաների սրընթաց զարգացման հետեւանքով

Այս բազմազան եւ ոչ դյուրին հարցերի պատասխաններն են փորձում գտնել ժողովածուի հեղինակները Նրանում առկա տեղեկությունները, վերլուծությունները, գաղափարներն անշուշտ կհետաքրքրեն ուսանողներին, հետազոտողներին, լրագրողներին եւ բոլոր նրանց, ովքեր անտարբեր չեն ՁԼՄ-ների խնդիրների եւ Հայաստանում խոսքի ազատության ու ժողովրդավարության սկզբունքների հաստատման գործընթացի նկատմամբ

Բորիս Նավասարդյան

Երեւանի մամուլի ակումբի նախագահ

Գլուխ առաջին

Լրասվամիջոցները եւ ժողովրդավարությունը

Դոկտր, Դրոֆեսոր Քարոլ Յակուբովիչ

Եվրոպայում ժողովրդավարությունը վերելք է ապրում Կոմունիստական հասարակարգի վերանալուց հետո Եվրոպայում չկա մի երկիր, որ չհայտարարի իսկական ժողովրդավարության սկզբունքներով ապրելու իր ցանկությունը Երբ այդ հավակնությունները սին ու դատարկ են լինում եւ չեն վերածվում իրական քաղաքականության եւ իրական վերափոխումների, այդ երկրներում ժողովուրդը վաղ թե ուշ հաշիվ է ներկայացնում իր իշխանավորներին Կենտրոնական եւ արեւելաեվրոպական երկրներում մեկը մյուսի հետեւից ժողովուրդը փողոց է դուրս գալիս արտահայտելու իր դժգոհությունն ու անհամբերությունը, երբ առաջընթացը դեպի ժողովրդավարություն դանդաղում է կամ անբավարար է Նման դեպքերում օրակարգի խնդիր է դառնում լրատվամիջոցների ճշմարտացիությունն ու դրանց քաղաքական շահարկումների վերացումը Եվ մինչեւ այդ երկու պայմանը չիրագործվի, Կենտրոնական եւ Արեւելյան Եվրոպայի ժողովուրդները դժվար թե բավարարվեն իրենց երկրներում ժողովրդավարության իրական հաղթանակով

Լսարանը եւ լսարանի ղախանջները

Նախքան այլ նյութի անցնելը, եկեք առաջին հերթին քննարկենք հաղորդակցության հաճախ մոռացության տրվող շատ էական տարրը լսարանի դերը Այո, զանգվածային հաղորդակցության տեսաբանները եւ հենց բնագավառի աշխատողներն անգամ երբեմն հակված են մոռացության տալու, որ գոյություն ունի լսարան, որի պահանջներին պետք է առաջնահերթ նշանակություն տրվի

Լրատվամիջոցներին ներկայացվող ամենաէական պահանջը նյութի բովանդակության մեջ ինքնաճանաչողությունն է մարդիկ ուզում են լրատվամիջոցների կողմից մատուցված իրողության պատկերներում տեսնել իրենց, իրենց գաղափարները, իրենց ապրելակերպը Բացի այդ ինչպես նշում է Բլամլերը (1985), լրատվամիջոցների կիրառության իմաստով գոյություն ունի նաեւ «սոցիալական ինքնության» պահանջ մարդիկ ուզում են պահպանել եւ ամրապնդել իրենց սոցիալական կեր-

պարը այն ամենի միջոցով, ինչ լսում, տեսնում ու կարդում են մամուլում, ամրապնդել իրենց խմբային պատկանելությունը, հետեւաբար նաեւ արժեքներն ու ինքնությունը.

Երբեմն սրընթաց փոփոխությունների, սոցիալական վայրիվերումների կամ բնակչության տարբեր խմբերի տեղաշարժի պատճառով որոշ երկրներում մարդկանց սոցիալական ինքնությունը պարզորոշ չի արտահայտված այդ դեպքում լրատվամիջոցները կոչված են ստեղծելու եւ ամրապնդելու որոշակի խմբի սոցիալական կերպարը այդպիսով արձագանքելով էական այդ հասարակական պահանջին եւ գործնականորեն հանդիսանալով տվյալ խավի խոսավորը:

Հասարակական խավերը ձգտում են առաջ քաշել իրենց շահերը եւ իրենց ինքնությունը տարածել շրջապատի վրա Սա է պատճառը, որ մամուլում տեղ գտած թերարժեք կամ միտումնավոր կերպով բացասական ելույթները այդ խմբերի կողմից մեկնաբանվում են որպէս կանխակալ անարդարության աղաղակող դրսեւորումներ Այդ է պատճառը նաեւ, որ երբ իրադրությունը շտկելու համար այդ խմբերին չի հաջողվում օգտվել արդեն իսկ գոյություն ունեցող լրատվամիջոցներից, հստակ փորձ է արվում ստեղծել իրենց սեփական համայնքի տարրերակային, «գուգահեռ» կամ «ազատ» լրատվամիջոցները, որ ծառայում են թե «ներխմբային» (հաստատելու խմբային համերաշխություն եւ կազմակերպվածություն, բարձրացնելու խմբային ավանդույթների, մշակույթի, իրավիճակի, շահերի գիտակցությունը), թե «արտաքին» կամ «միջխմբային» նպատակների (արտահայտելու իրենց շահերը, լայն հասարակությանը ներկայացնելու իրենց պահանջները, ձգտումները, կարիքները, ընդլայնելու եւ տարածելու իրենց ինքնությունը, կապեր ստեղծելու այլ խմբերի հետ եւ այլն):

Բոլոր այս դեպքերում լրատվամիջոցներից ակնկալվող սպասումներն ու դրանց ներկայացված հոգեբանական պահանջները ժողովրդավարական հասարակարգում առանձնահատուկ կարեւորություն ու սրություն են հաղորդում նրանց առաքելությանը Դժվար է գերազնահատել դրանց նշանակությունը Երբ այդ պահանջներն անընդհատ անտեսվում են, հասարակության անդամների շրջանում խոր հիասթափության եւ օտարացման զգացում է արթնանում Դա է հավանական հետեւանքը ոչ ժողովրդավարական երկրում, ուր լրատվամիջոցներն օգտագործվում են քաղաքական գովազդի նպատակով իրողության գունազարդման համար, երբ ըստ էության, այդ իրողությունը խիստ տարբեր է առօրյա իրականությունից, որի հետ մարդիկ բախվում են ամեն օր

Լուրջ խզումը լրատվամիջոցներում պատկերվող իրականության եւ բուն իրականության միջեւ, որպիսին այն ընկալում եւ վերապրում է

լսարանը, պատճառ է դառնում անձնական արժանապատվության ունահարման զգացողության, քանզի անընդմեջ միտումնավոր կերպով կեղծ տեղեկատվություն ստանալը վիրավորանք է մարդու համար Լարվածությունն էլ ավելի է սրվում, երբ մարդիկ ստիպված են ապրել ըստ հրամցվող կեղծ տեղեկատվության այդ դեպքում սեփական գործողությունները սկսում են նրանց անհիմաստ թվալ, հիասթափությունն աճում է, եւ հարգանքը սեփական անձի հանդեպ էլ ավելի է նվազում

Հենց սա էր կոմունիզմի ժամանակ իրադրությունը Լեհաստանում եւ Կենտրոնական ու Արեւելյան Եվրոպայի այլ երկրներում Լրատվամիջոցների հանդեպ ինքնաճանաչման, ինքնության հաստատման, անձի անհատականության ամրապնդման պահանջը շատ բարձր էր, սակայն այս պահանջի բավարարումը հատկապես ու դիտավորյալ կերպով խոչընդոտված էր օրինակ լեհական լրատվամիջոցների լսարանի համար, որովհետեւ լրատվամիջոցներից ամենից առաջ ակնկալվում էր նոր արժեքներ, գաղափարներ ու հավատ սերմանել, քան արտացոլել այն, ինչ իրականում գոյություն ուներ Գերիշխանության պահպանման, լեհական բնակչության մշակութային ու գաղափարախոսական համաձուլման, «նոր սոցիալիստական մարդու» դաստիարակության, համոզման ու քարոզչության գործառույթները, որ այն ժամանակ դրված էր Մամուլի վրա, մարտնչում էին մարդկային բնատուր այդ պահանջի ու դրա խիստ էական բավարարման դեմ Համապատասխանաբար՝ լրատվամիջոցների բովանդակությունը մեծ մասամբ ընկալվում էր որպես պարտադրանք, եւ որպես այդպիսին մերժվում էր Լրատվամիջոցների գործունեության բացասական հոգեբանական ազդեցությունը խիստ ցավագին էր ընկալվում պատճառ դառնալով մարդկանց մեջ ծայրահեղ լարվածության ու հուսահատության:

Հենց այդ օտարացման զգացումն էր, որ պատճառ դարձավ լեհ բանվորների դժգոհության, խժոժության եւ ընդվզման գործոններից մեկը, որից ի վերջո 1980 թվականին ծնունդ առավ «Համերաշխություն» շարժումը Չարմանալի չէ, որ այս պայմաններում ճշմարտությունը «Համերաշխության» կողմից դիտվում էր իբրեւ կարեւորագույն նշանակության արժեք եւ նպատակ Այդ պատճառով էլ «Համերաշխության» քաղաքական հավատամքի 31-րդ դրույթն ասում է. «Միությունը պայքարելու է երկերեսանիության ու կեղծիքի դեմ կյանքի բոլոր բնագավառներում, որովհետեւ հասարակությունը պահանջում է եւ իրավունք ունի ապրելու ճշմարտության մեջ Բանավոր կամ գրավոր ճշմարտությունը սոցիալական ինքնագիտակցության զարգացման եւ ազգային ինքնության պահպանման կարեւորագույն պայմանն է Ավելի լավ ապագա կառուցելու համար մեզ անհրաժեշտ է ներկայի մասին ճշմարտությունն իմանալ»

Կարելոր է նշել, որ «Համերաշխությունը» դրանով չբավարարվեց Ճիշտ այնպես, ինչպես սեփական ՋԼՄ-ն ստեղծելու ձգտող վերոհիշյալ խմբերը, շարժումը համարում էր քանի որ սոցիալական, քաղաքական ու մշակութային տարբերություններն ու աշխարհայացքի բազմազանությունը ժողովրդավարության հիմքն են, ապա հասարակությունը պետք է հնարավորություն ունենա ազատ կերպով հաղորդակցվելու եւ հնարավորություն ընձեռի ազատորեն արտահայտելու գոյություն ունեցող աշխարհայացքների ողջ բազմազանությունը Այս նպատակին հասնելու միջոցը, ինչպես նշված է քաղաքական ծրագրի 32-րդ դրույթում, համարվում էր լրատվամիջոցների «ազատականացումը» «Սոցիալական հաղորդակցության միջոցները հասարակության սեփականությունն են եւ պետք է ծառայեն ողջ հասարակությանն ու գործեն հասարակության վերահսկողության ներքո» Մեկ այլ հիմնադրույթ էլ լրատվամիջոցների մատչելիությունն էր, որ հասկացվում էր բավական լայն իմաստով՝ գրեթե որպես «հաղորդակցության իրավունք» եւ «հաղորդակցությունը որպես իշխանության իրավունք»: Մա այնպիսի հասարակարգի վերափոխելու շատ ավելի ընդարձակ ծրագրի մի մասն էր, որտեղ անհատները, սոցիալական խմբերն ու ողջ հասարակությունը պետք է հնարավորություն ունենան իրագործելու սուբյեկտի իրենց դերը, այսինքն, ավելի լայն իմաստով իրենց ինքնության նկատմամբ կիրառելու իրենց իրավունքը, ինչպես նաեւ տեր դառնալու իրենց ճակատագրին, իրավունք ունենալու ինքնորոշման եւ իրական ինքնիշխանության

Այսպիսով՝ վերջնական վերլուծությամբ այս ամենը հանգում է մարդու իրավունքներին, որ իր հերթին, անշուշտ, ընդհանրապես ժողովրդավարության հիմքն է

Ժողովրդավարության հայեցակարգը

Կասկածից վեր է, որ արտահայտման ազատությունն ու մամուլի ազատությունը ժողովրդավարության անկապտելի տարրերն են. Ընդհանուր առմամբ ժողովրդավարությունը կարելի է ձեակերպել որպես «կառավարման մի համակարգ, որը հասարակության վրա է դնում իր ուզած ձեռով ապրելու պատասխանատվությունը, սակայն ենթադրում է նաեւ, որ նախքան այդ հասարակությունը պետք է լիարժեք տեղեկատվության ունենա» (Ֆիս, 1996, 92)։

Եվրոպական հանձնաժողովը եւ Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանը նույնն են արտահայտել Մարդու իրավունքների եւ հիմնարար ազատությունների մասին Եվրոպական կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի (ուր ամրագրված է արտահայտման ազատության իրավունքը) նախադեպերի կապակցությամբ, (համ Գոմիեն, Հարիս, Չվասթ, 1996, Վուրիուֆ, 1995)

«- արտահայտման ազատությունը ժողովրդավարական հասարակության կարեւորագույն հիմունքներից մեկն է եւ այդ հասարակության զարգացման, ինչպէս նաեւ յուրաքանչյուր անհատի ինքնակայացման հիմնական նախապայմանը,

- արտահայտման ազատությունը հասարակության մեջ մշակութային, քաղաքական ու սոցիալական տալիս տեղեկությունների, ինչպէս նաեւ ամեն տեսակ գաղափարների փոխանակման հնարավորություն է,

- մամուլի ազատությունը հասարակությանը հնարավորություն է տալիս տեղեկանալ եւ կարծիք կազմել քաղաքական ղեկավարների գաղափարների ու մոտեցումների մասին»

Լրատվամիջոցների ու ժողովրդավարության հարցին ավելի եւս խորանուխ լինելու համար թույլ տւլեք որոշ նկատառումներ շարադրել այն մասին, թե իրականում ինչ ենք հասկանում ժողովրդավարություն ասելով.

Դրա հիմքում, անկասկած, քաղաքացիության հասկացությունն ու դրա գործնական կիրառությունն են «Ստեղծեք քաղաքացիներ, - մի առիթով ասել է Ժան Ժակ Ռուսոն, - եւ ձեր ուզած ամեն ինչը կունենաք Առանց դրա ստորացված ստրուկներից բացի ուրիշ ոչինչ չեք ունենա»։ Էդուարդ Շիլզը նշում է.

«Քաղաքացիությունը կապվածություն է ստեղծում ողջ հասարակության հետ արտահայտված այնպիսի վճիռների եւ գործողությունների ձեով, որոնք ուղղված են համընդհանուր բարօրությանն ու առաջընթացին... Քաղաքացիությունն, ըստ էության, հանուն համընդհանուրի բարօրության գործելու պատասխանատվություն ստանձնելն է (գեթ մասամբ), երբ անհրաժեշտություն է ծագում վճիռ կայացնել հակադիր շահերի կամ գաղափարների վերաբերմամբ Այն անհատին պարտավորեցնում է հաշվի առնել սեփական քայլերի հետեւանքները համընդհանուր բարօրության եւ ընդհանրապէս հասարակության տեսակետից Քաղաքացիական մոտեցումների լայն տարածումը հնարավորություն է տալիս հավասարակշռություն ստեղծել հասարակության մեջ մրցակցող ու հակամարտող տարբեր ուժերի միջեւ» (Շիլզ, 1995․ 11-12)։

1940-ական թվականներին Թ Հ Մարշալը քաղաքացիության դասական վերլուծության մեջ մատնանշում է դրա երեք հիմնական չափումները քաղաքացիական, քաղաքական ու ժողովրդավարական իրավունքների գործադրումը Միայն ժողովրդավարական հասարակարգում է հնարավոր լիարժեք կերպով վայելել բոլոր այդ իրավունքները։ Կարելի է ասել, որ այն իրավունքների համար մղված երկարատեւ ու դժվարին պայքարն է ստեղծել ժողովրդավարությունն այնպիսին, ինչպէս մենք այսօր այն ընկալում ենք Այդպիսով քաղաքացիությունն ու ժողովրդավարությունը նույն մեդալի երկու երեսն են

Ուալֆ Դարենդորֆը (1994) հենց այդ նկատի ունի, երբ ասում է, որ քաղաքացիությունը պետք է ստեղծել երկկողմանի ջանքերով թե՛ իշխանությունների, եւ թե՛ մարդկանց աջակցությամբ։ Ըստ նրա իշխանություններն անկապտելի դեր են խաղում քաղաքացիական, քաղաքական ու վերջապես տարրական սոցիալական իրավունքների առաջադրման ու պաշտպանության, ինչպէս նաեւ այն հաստատությունների հիմնադրման գործում, որոնք կոչված են վերահսկելու այդ իրավունքների իրագործումը (օրինակ անկախ օրենսդիր մարմինը, քաղաքական կուսակցությունը, եւ ազատ մամուլը)։ Պարզ է, որ քաղաքացիներն իրենք էլ պետք է ողջունեն այդ արժեքները եւ գործուն աջակցություն ցույց տան դրանց պաշտպանությանն ու իրագործմանը։

Այդպիսիով մի կողմից ունենք պետություն (իշխանությունները, վարչակազմը, իրավապահ մարմինները եւ բանակը), մյուս կողմից քաղաքացիներ։ Երկուսն էլ ժողովրդավարական հասարակարգում իրենց դերն ունեն, սակայն երկուսն էլ երբեմն ժողովրդավարության համար պիտվում են իբրեւ սպառնալիք։ Պետությունը հակված է իր իշխանությունը տարածել հասարակության բոլոր բնագավառների վրա՝ այն դեպքում, երբ այդ միտումը չի վերահսկվում, պետության բյուրոկրատական մեքենան, ոմանց կարծիքով, աստիճանաբար սկսում է ինքր սնօրինել մարդկանց կյանքը եւ նրանց փոխարեն բոլոր վճիռներն ինքր կայացնել։ Մյուս կողմից, կան նաեւ ուրիշներ, որոնք չեն վստահում գլանգվածների միջից ելնող այսպէս կոչված «հեղինակություններին», որովհետեւ անմիջական լծակների տիրանալու դեպքում սրանք կարող են նաեւ ապակայունացնել ժողովրդավարական հասարակությունը։

Հասարակության եւ քաղաքացիների նկատմամբ վերահսկողությունը կանխելու անհրաժեշտության դեպքում պետությունը դեմ առ դեմ լրախվում է քաղաքացիական հասարակարգին, որն ամենաընդհանուր գծերով կարելի է բնորոշել իբրեւ հասարակության ինքնակառավարման բոլոր այն ձեւերը (տնտեսական, կամավորական կազմակերպությունները եւ առօրյա կյանքի բոլոր երեւոյթները), որ դուրս են պետության գերիշխանությունից։ Քաղաքացիական հասարակարգի նպատակներից մեկն է դիմադրել պետության կողմից իր իշխանության տարածման ձգտմանը, ինչպէս նաեւ՝ պետական իշխանության վրա ճնշում գործադրել հասնելու արդյունավետ ժողովրդավարության։ Ըստ էության սա նշանակում է, որ եթե քաղաքացիական հասարակությունը ներուճակ է ծավալապաշտական պետության հետ մշտական հակամարտության մեջ իր դիրքերը պահպանել, ապա այդ երկուսը հարաբերականորեն հավասարակշռվում են։ Այստեղ եւս ժողովրդավարության այս երկու տարրերի միջեւ բնորոշ են թե՛ անկախությունը, թե՛ ներհասուկ լարվածությունը։

Ռալֆ Դարենդորֆը քաղաքացիական հասարակությունն առաջին հերթին դիտում է որպես քաղաքացիական իրավունքների մի համակարգ, որ ի թիվս այլ հարցերի հիմնականում ներառում է հասարակական կյանքին մասնակցելու յուրաքանչյուրի իրավունքը «Այդ իրավունքները,- ասում է նա,- այն կողմնացույցն են, որով կողմնորոշվում ենք ճիշտ ուղղությունն ընտրելու իշխանության ողջ հզորությամբ օժտված պետության Սկիլլայի եւ կազմակերպությունների եւ հաստատությունների հզոր միավորումների Քարիբդայի միջեւ, որոնք որոշ հանգամանքներում կարող են նույնքան կործանարար լինել ազատության համար» (Դարենդորֆ, 1994 236) Դարենդորֆը կարծում է, որ բացի ժողովրդավարական պետության օրենսդրական ու քաղաքական նախադրյալներից, քաղաքացիական հասարակությունը պետք է խարսխված լինի նաեւ հասուն ժողովրդավարության ու հասուն քաղաքական կուլտուրայի վրա Այդ կարելի է կառուցել միայն այն դեպքում, երբ հասարակությունը համընդհանուր կամք ու վճռականություն է դրսեւորում պահանջելու, որպեսզի հարգվեն եւ պահպանվեն անհատի քաղաքացիական իրավունքները, եւ յուրաքանչյուրից ու ցանկացած ատյանից, որ խախտում է այդ իրավունքները, հաշիվ է պահանջում Սա հազիվ թե հնարավոր լիներ առանց պետական կառույցների որոշ անհրաժեշտության

Ազգույթյամբ շվեդ, լրատվամիջոցների տեսաբան Փիթեր Դալգրենը համաձայն է դրան

«Կողմերից յուրաքանչյուրը [.] մյուսի ժողովրդավարացման նախապայմանն է [.] Եթե պետությունը շատ թույլ է, այն չի կարող նպաստել քաղաքացիական հասարակարգի ժողովրդավարացմանը Եթե այն շատ ուժեղ է, այն չափից ավելի է միջամուխ լինում մարդկանց կյանքին առանց ճկուն քաղաքացիական հասարակարգի՝ պետությունը խիստ ամենակարող է դառնում: Քաղաքացիական հասարակարգի ժողովրդավարացումն առնչվում է ամենօրյա կյանքում ժողովրդավարական կուլտուրայի եւ հոգեբանության զարգացման հետ»: (Դալգրեն, 1995:6)

Այդպիսով՝ քաղաքացիությունը ժողովրդավարության դոկտրինայի հիմնաքարն է, իսկ ժողովրդավարական պետությունն ու հասարակությունն այն երկու պատն են, որոնք մեկը մյուսին հավասարակշռելով թույլ չեն տալիս, որպեսզի շինությունը փուլ գա: Այժմ եկեք ավելացնենք տան «տանիքը»՝ հասարակական ոլորտը՝ Համաձայն դասական լիբերալ տեսության՝ հասարակական ոլորտը կառավարության եւ հասարակության միջեւ ընկած այն տիրույթն է, ուր անհատները ուղղակիորեն կամ անուղղակիորեն վերահսկողություն են սահմանում պետության

ուկատմամբ Ուղղակի կամ պաշտոնական վերահսկողությունը կատարվում է կտրավարության ընտրության, իսկ անուղղակի կամ ոչ պաշտոնական վերահսկողությունը հասարակական կարծիքի ճնշման միջոցով Այլ կերպ ասած հասարակական ոլորտը հասարակական բանավեճի մի թատերաբեմ է, ուր քաղաքացիները կարող են քննարկել համընդհանուր հետաքրքրություն ներկայացնող հարցեր, արտահայտել եւ գործել իրենց հայացքների համաձայն եւ փորձել համաձայնության հասնել ընդհանուրի շահը շոշափող հարցերի վերաբերյալ Ինչպես որ ընդհանրապես քաղաքացիական հասարակարգում, այնպես էլ հասարակական ոլորտում, բոլորի համար պետք է գործի մասնակցության ու հավասարապես մատչելիության սկզբունքը

Հասարակական ոլորտի դասական օրինակը, որ մշակել է Յուրգեն Հաբերմասը, շեշտում է հասարակական ոլորտի անկախությունը թե սլետությունից, թե շուկայից Հասարակական ոլորտի հաստատությունները չեն կարող վերահսկվել պետության կողմից կամ գործել զուտ շահույթ ապահովելու սկզբունքով Այս հաստատությունները միջանկյալ օղակ են սոցիալական կյանքի այդ երկու ոլորտի միջեւ՝ կազմելով սոցիալական այն երրորդ տարածքը, ուր քաղաքացիները կարող են հավաքվել ծայրահեղ կարեւոր հարցեր քննարկելու՝ պետության քաղաքականությունից մինչեւ առանձին խմբերի շահերն ու ինքնությունը Իրապես ժողովրդավարական հասարակության մեջ հասարակական ոլորտը հենց բնորոշմամբ իսկ պետք է անկախ լինի պետությունից եւ կազմի քաղաքացիական հասարակարգի մի մասը, «միջանկյալ ասպարեզ տրամադրելով խելամիտ ու ընդհանրական մի քաղաքականության համար, որ տարբեր է թե պետության, թե տնտեսության քաղաքականությունից» (Գարնհեմ, 1986 41), եւ կամ մի իրադրություն, ուր «բոլորը հավասար ձայնի իրավունք ունեն հասարակական չեզոք մի ոլորտում, ուր նրանց տրամաբանական անարգել բանավեճը հանգեցնում է համընդհանուրի կամքի արտահայտմանը» (Դալգրեն, 1987 25)

Հասարակական ոլորտի առանձնահատկությունը, որ քաղաքական համակարգի գործունեության տեսանկյունից առանձնահատուկ կարեւորություն է ներկայացնում, քաղաքական հաղորդակցությունն է Ուոլթոնի բնորոշմամբ (1990 12) դա այն «տիրույթն է, որտեղ հակընդդեմ բանավեճ է մղվում երեք մասնակիցների միջեւ, որոնք օրենքով լիազորված են հրապարակայնորեն արտահայտվելու քաղաքականության շուրջ դրանք են քաղաքական գործիչները, լրագրողներն ու հասարակական կարծիքը» Ժողովրդավարական հասարակարգում ողջ խնդիրը այն է, որ այս երեքից եւ ոչ մեկին թույլ չտրվի գերիշխել քաղաքական հաղորդակցության մեջ, ինչպես նաեւ պայմաններ ստեղծվեն, որպեսզի հասարակական կարծիքը լսելի դառնա

Հենց հասարակական ոլորտն է, որ ժողովրդավարության հիմնա-
շենքի բոլոր մյուս մասերը տեղում է պահում Ծիշտ գործելու դեպքում
հասարակական ոլորտի հաստատությունների միջոցով է, որ ժողովր-
դավարության դեմ բոլոր հնարավոր ոտնձգությունները հանձնվում են
հասարակության դատին Նույն այդ հաստատություններից ոմանց
շնորհիվ է նաեւ (օրինակ հասարակական կարծիքի եւ լրատվամիջոց-
ների), որ քաղաքացիները եւ քաղաքացիական հասարակարգի հավա-
քական կամքը դիմադրում է նման ոտնձգություններին նախքան սե-
փական շահերը պաշտպանելու համար այլ միջոցների դիմելը (օր ցույ-
ցի դուրս գալը, եթե բանն այդտեղ է հասնում)

Հասարակական բանավեճի համար կան տարբեր ամբիոններ, սա-
կայն այսօրվա մեր առօրյայում լրատվամիջոցները եւ նրանց կողմից
սլատկերված հասարակությունն ու իրողությունը հասարակական ոլոր-
տում առանձնահատուկ կարեւոր նշանակություն ունեն Մրանց դերը
ընտրության ժամանակ ճիշտ կողմնորոշվելու համար քաղաքացիներին
անհրաժեշտ տեղեկատվություն մատակարարելն է, հասարակական
կարծիքի ձևավորման համար բանավեճի անկախ ասպարեզ տրա-
մադրելը եւ իրենց կարծիքն արտահայտելու ճանապարհով մարդկանց
հնարավորություն տալը ուղղորդելու կառավարության վարքագիծը
Այդ դերն իրագործելու ճանապարհին լրատվամիջոցները կարող են
այնքան հզորանալ, որ ձգտեն վերահսկել հասարակական կյանքը Ի
վերջո հենց լրատվամիջոցներն են կարեւորում այս կամ այն հարցը,
դիրք եւ վարկ վերագրում (կամ վարկաբեկում) այն մարդկանց, որոնց
ներկայացնում են հանրության ուշադրությանը, ընտրում, թե որ իրա-
դարձություններն են առավել հարմար հասարակությանը ներկայացնե-
լու եւ մեկնաբանում այն ամենն, ինչ ասվում կամ արվում է Բնականա-
բար, դրանք կարող են նաեւ ներգործության ու համախմբման միջոցներ
դառնալ:

Բացի նշվածից կարելի է թվել նաեւ հասարակության վրա մամուլի
ազդեցության եւս երեք տեսակ

1. կառուցվածքային (արդեն իսկ իրենց բնույթով լրատվամիջոցներն
իրեն հաղորդակցության միջոց կարող են շատ ավելի լայն լսարան
ընդգրկել, որ այլապես հնարավոր չէ),

2. հոգեբանական (հիմնված լսարանում իրենց հանդեպ ներշնչած
վարկով ու վստահությամբ, որ հնարավորություն է տալիս քաղաքական
գործընթացին մասնակցել ինքնուրույնաբար).

3. քարոշական (հիմնված ժողովրդավարական համակարգում ազատ խոսքի ու մամուլի ազատության նկատմամբ հաստատված հարգանքի վրա, որ օրինականացնում է լրատվամիջոցների ինքնուրույն դերը քաղաքական գործընթացում), (տես Գուրեիչ եւ Բլամլեր, 1983)

Բովանդակային իմաստով լրատվամիջոցները կարող են ազդել հետևյալ փոխհարաբերությունների վրա

- անհատի եւ քաղաքական համակարգի (ներգործելով համակարգի մասին անհատի գիտելիքների եւ տեսակետի վրա),

- անհատի եւ քաղաքական համակարգը կազմող հաստատությունների (օժանդակելով որոշակի հաստատությունների կամ նեցուկ կանգունելով որեւէ քաղաքական գործչի),

- քաղաքական համակարգի քաղկացուցիչ հաստատությունների միջեւ հարաբերությունների (ազդելով դրանց հարաբերական հզորության վրա),

- եւ քաղաքական համակարգի ու դրա քաղկացուցիչ հաստատությունների (առավելությունը տալով որոշակի հաստատության ի վնաս մյուսների)՝

Այս նկատառումներից ելնելով լրատվամիջոցներն իբրեւ հասարակական ոլորտի մաս ավելին են, քան պարզապես ժողովրդավարության հիմնաշենքի «տանիքը»։ Դա այն ասպարեզն է, ուր ծավալվում են ժողովրդավարական գործընթացները եւ ուր դրանք ընկալվում ու քննարկվում են բոլորի կողմից

Ինչպես եւ քաղաքացիական հասարակարգը, լրատվամիջոցները նույնպես սերտորեն միահյուսված են ժողովրդավարության մյուս տարրերին եւ ժողովրդավարական միջավայրի են կարոտ վերջինիս ծառայելու համար Լրատվամիջոցները պետք է միշտ դիմադրեն իրենց վերտիկալ կամ իրենց վրա ազդելու պետության ձգտմանը՝ միաժամանակ քաղաքացիներին օգնելով հետեւելու պետական իշխանությունների գործունեությանը, որպեսզի վերջիններս մշտապես հաշվետու լինեն խլանց ընտրողների առջեւ ՁԼՄ-ների դերը ժողովրդավարության մեջ բուլվարիվ ու բազմաբնույթ է Լրատվամիջոցների դերը ժողովրդավարական համակարգում ընդհանուր, սակայն ոչ անպայմանորեն սպառնիչ գուգակով ներկայացրել է գերմանացի հասարակագետ Յուրգեն Կրեյնմար (Բոհեն, 1996 46)

«- սոցիալ-քաղաքական միջավայրի դիտարկումը, այն իրադրությունների զարգացման մասին լրատվությունը, որոնք կարող են դրական կամ բացասական ազդեցություն ունենալ քաղաքացիների բարօրության վրա

- օրակարգային հարցերի տրամաբանական առաջադրումը,

- քաղաքական գործիչներին ու խոսնակներին այլ նպատակների ու խնդիրների շահերի լուսաբանման համար ամբիոն տրամադրելը,

- տարաբնույթ հայացքների, ինչպես նաև իշխանության լծակների մոտ կանգնած անձանց եւ զանգվածների միջեւ երկխոսությանը նպաստելը,

- այնպիսի մեխանիզմների մշակումը, որոնք հնարավորություն կտան մշտապես հաշվետու դարձնել պաշտոնյաներին իրենց կողմից գործադրվող իշխանության վերաբերմամբ:

- քաղաքացիներին մղել ուսման, ընտրություններին ու հասարակական կյանքին մասնակցության,

- սկզբունքային դիմադրություն ցույց տալ լրատվամիջոցներից դուրս գտնվող ուժերի կողմից լրատվամիջոցների անկախությունը ճնշելու ջանքերին»

Եթե ամփոփենք մինչեւ այժմ ասվածը, ապա պարզ է, որ ժողովրդավարության բոլոր հիմնական տարրերն էլ միաժամանակ թե անկախ են, թե՛ միմյանց հետ հավանական հակամարտության մեջ Բոլոր տարրերն էլ անկապտելի են, սակայն յուրաքանչյուրն էլ չափազանց հզորանալով ու նվազեցնելով մյուսների դերը, կարող է շրջել ժողովրդավարության ընթացքը: Այստեղից էլ դրանց միջեւ խնամքով եւ զգուշորեն հավասարակշռված փոխհարաբերությունների, ինչպես նաև ներքին խաղաղությունը պահպանելու համար վերահսկողության եւ հաշվետվության համակարգի անհրաժեշտությունը

Ժողովրդավարության սարբեր սեսակները

Մինչեւ այժմ մենք ուսումնասիրել ենք ժողովրդավարության կառույցի հիմնական բաղադրիչները, սակայն ինչպես որ շենքերն են տարբեր ձեւ ու մեծություն ունենում, այնպես էլ ժողովրդավարությունը տարբեր ձեւերով է հանդես գալիս

- Ուղղակի ժողովրդավարությունը մեծամասնության գերիշխանությունն է քաղաքացիների կողմից համակարգի կառավարմանն ուղղակի մասնակցությամբ:

- Ներկայացուցչական կամ խորհրդարանական ժողովրդավարության պայմաններում քաղաքացիները որոշումներ կայացնելու իրենց իրավունքը գործադրում են իրենց կողմից ընտրված ներկայացուցիչների միջոցով

- Սահմանադրական կամ լիբերալ ժողովրդավարության պայմաններում մեծամասնության իշխանությունը սահմանափակվում է մի շարք սահմանադրական պահանջներով, որոնք կոչված են պաշտպանելու անհատի եւ հասարակության հավաքական շահերը ապահովելով նրանց իրավունքները այնպիսի կոնկրետ երաշխիքներով, ինչպես խոսքի, կրոնի, մտքի եւ հաղորդակցության ազատությունները

Ժողովրդավարության մեկ այլ ձեւ էլ վերաբերում է ցանկացած քաղաքական կամ սոցիալական համակարգի, որը փորձում է նվազագույնի հասցնել սոցիալական կամ տնտեսական տարբերությունները մանավանդ այն տարբերությունները, որ ծագում են հարստության ու մասնավոր սեփականության միջոցների անհավասար բաշխման հետեւանքով Դժվար է, իհարկե, իրական ժողովրդավարական համարել որեւէ համակարգ, որն այս տարբերությունները վերացնում է առանց լիակատար ազատություն ընձեռելու նաեւ մարդու քաղաքացիական ու քաղաքական իրավունքներին: Այնուամենայնիվ, սոցիալ ժողովրդավարական համակարգերը վաղուց ի վեր ջանում են իրագործել թե մեկը, թե մյուսը Այդ երկրներում ժողովրդավարությունն ավելին է, քան կառավարման համակարգը. այն մի հասարակություն է, որը ձգտում է երաշխավորել ոչ միայն քաղաքական, այլեւ սոցիալական ու տնտեսական հավասարությունը:

Գոյություն ունի ժողովրդավարության տեսակները տարբերելու եւս մի եղանակ.

- Մրցակցային կամ էլիտար ժողովրդավարությունն անուղղակի կամ ներկայացուցչական ժողովրդավարությունն է, երբ քաղաքացիները իշխանության օղակներում մրցակից քաղաքական կուսակցություններից մեկ կամ մի քանի ներկայացուցիչներ են ընտրում եւ փորձում ըստ հնարավորության նրանց միջոցով վերահսկողություն իրականացնել քաղաքական առաջնորդների ընտրովի գործադիր իշխանության ներկայացուցիչների նկատմամբ, որից հետո հարաբերաբար անմասն են մնում քաղաքականությանը Այս համակարգը մասամբ հիմնված է վերոհի-

շյալ այն տեսության վրա, որ հասարակությանը (զանգվածներն անկիրթ լինելով անկարող են իշխանություն գործադրել ու կարող են թաղային հեղինակություններ առաջ քաշել) ընդհանուր առմամբ չի կարելի վստահել երկրի կառավարումը, հետեւաբար այն չի կարող ուղղակիորեն մասնակցել կառավարման գործընթացին

- Մասնակցային կամ ուղղակի ժողովրդավարություն երբ քաղաքացիները ոչ միայն ընտրում են իրենց ղեկավարներին, այլև անմիջականորեն մասնակցում վճիռներ կայացնելու գործընթացներին բոլոր մակարդակներում

- Երկխոսական (կամ բանավիճային) ժողովրդավարություն մի համակարգ, որտեղ վճիռներ կայացնելու գործընթացները հիմնված են հասարակության անդամների փոխադարձաբար ակտիվ ու ռացիոնալ ներգործության վրա

Ջոզեֆ Շամփիթրը ներկայացուցչական ժողովրդավարությունը նկարագրել է որպես մի համակարգ, որտեղ քաղաքական վերնախավը «վճիռներ կայացնելու իրավունքը ձեռք է բերում մարդկանց քվեների համար մրցակցային պայքարում» (մջբբ Աբրամսոն, Էթլթոն, Օրեն, 1988 19) Սա անենտին էլ ժողովրդի գերիշխանություն չէ Այս կարգի նկատմամբ դժգոհությունը Միացյալ Նահանգներում հանգեցրել է ժողովրդավարության հավելյալ կամ լրացուցիչ գաղափարների, որոնք նպատականույնում են շուկեղու էլիտար ժողովրդավարության գլխավոր այդ թերությունը Դրանք են

- Պլեբիսցիտական («հանրաքվեային») ժողովրդավարությունը, ուր փորձ է արվում քաղաքական վճիռներ կայացնելու համար մարդկանց իշխանություն տալ պլեբիսցիտի հանրաքվեների եւ քաղաքացիական նախաձեռնության միջոցով Այդպիսով մարդկանց հնարավորություն է տրվում հանդես գալ իբրեւ իրենց իսկ օրենսդիրը՝ Հանրային կարծիքի հարցախույզները նույնպես կարող են պլեբիսցիտական ժողովրդավարության ձև համարվել Թեև դրանք չեն նպաստում մարդկանց անմիջական մասնակցությանը քաղաքական գործընթացին, սակայն հասարակությանն, անկասկած, հնարավորություն են տալիս «արտահայտվել» տվյալ պահին հետաքրքրություն ներկայացնող ցանկացած հարցի շուրջ այդպիսով ազդելով քաղաքականության եւ քաղաքական որոշումների վրա

- Համայնքային ժողովրդավարությունը հիմնված է այն տեսակետի վրա, թե իսկական ժողովրդավարությունը ոչ թե մեր անձնական կյան-

քին ծառայող չոր գործընթացների համակարգ է, այլ ենթադրում է հասարակական տարածքում ժողովրդի ակտիվ մասնակցություն ժողովների, հանդիպումների, քննարկումների, բանավեճի միջոցով. որով էլ բնորոշվում է ժողովրդավարական գործընթացը Պահպանելով հանդերձ իրենց ինքնիշխանությունը մարդիկ պետք է կարողանան ընդհանուր հայեցակետ մշակելու կարողություն ձեռք բերել, ներգրավվեն համայնքային ու բարեկամական քաղաքականության մեջ Այդ դեպքում ժողովրդավարությունը ենթարկվում է համընդհանուր բարօրության գաղափարին, որին կարելի է հասնել միայն այն դեպքում, երբ մարդիկ իրենց տեսնեն իբրև միեւնույն կյանքով ապրող քաղաքացիների մի ամբողջություն

- Պլյուրալիստական («բազմախոհ») ժողովրդավարությունը հիմնված է այն սկզբունքի վրա, թե ժամանակակից ժողովրդավարական գործընթացը տարբեր խմբերի ազատ մրցակցության գործընթաց է, եւ այդ խմբերում մարդիկ ընդգրկվում են որոշակի գիտակցված խմբակային դիրքերից ելնելով իրենց որոշակի շահերը սլաշտույանելու համար Սա խմբակային շահերի քաղաքականությունն է, որն անտեսում է համընդհանուր բարօրության գաղափարը. Այս դեպքում յուրաքանչյուր խմբին հնարավորություն է տրվում կռալիցիաներ կազմելով ու սակարկումների միջոցով որոշակի շահերի տեսանկյունից ձեռք բերել մեծամասնության օժանդակությունը. Կարելու է լրատվամջոցներում արտացոլել այս տարաբնույթ խմբերի շահերն ու այդ շահերի արտահայտմանն ասպարեզ տրամադրել

Բնական է, որ ժողովրդավարական տարբեր հույեցակետերի դեպքում լրատվամիջոցների դերը տարբեր կերպով ընկալվում Մենք հիմնականում կանդրադառնանք էլիտար (ներկայացուցչական) եւ մասնակցային (ուղղակի) ժողովրդավարությանը, որսլես այդ տեսակետից երկու ամենից ավելի հակընդդեմ մոտեցումներ Մնացած բոլորը միջանկյալ ձեեր են, որ հարում են կամ աուսջինին, կամ երկրորդին.

Էլիտար կամ ներկայացուցչական ժողովրդավարություն

Այս, ինչպես եւ ցանկացած այլ ժողովրդավարական հասարակարգում լրատվամիջոցների իրենց դերը լիարժեք կատարելու տեսակետից հիմնական նախապայմանը ազատությունն ու անկախությունն է Ի դեպ դա է Մարդու իրավունքների եվրոպական կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի նպատակը, որ սրբագործում է խոսքի եւ մամուլի ազատությունը Իրավական բնորոշմամբ դա այսպես կոչված «չմիջամտելու իրա-

վունքն է» (Վուրիուֆ, 1995 13) Բացառությամբ 10-րդ հոդվածով սահմանված պայմանների այն արգելում է պետական միջամտությունը հաղորդակցության գործընթացին

Բնականաբար, 10-րդ հոդվածը եւ որեւէ երկրի սահմանադրության մեջ ընդգրկված դրա ցանկացած տարբերակն ինքնին բավարար չէ ապահովելու լրատվամիջոցների ազատությունը Փորձելով այս ոլորտի կարգավորման կատարյալ համակարգ ստեղծել հոլանդացի տեսաբան Չես Համելինքը պնդում է, որ դրա համար անհրաժեշտ է օրենքների եւ օրենդրության բավական ընդարձակ դաշտ Նրա կարծիքով

- սահմանադրությունը պետք է (լրատվական) հաստատությունների համար երաշխավորի արտահայտման ազատությունը, պետական կամ ոչ պետական մարմինների կողմից պարզորոշ կերպով բացառի նախնական արգելքի (գրաքննություն եւ այլն) ցանկացած դրսեւորում, սահմանի այդ ազատության միայն սահմանափակ թվով, որոշակի ու օրինական սահմանափակումներ, ապահովի պաշտոնական տեղեկատվության առավելագույն մատչելիությունը,

- լրատվական օրենքները պետք է պարզորոշ կերպով բացառեն արտաքին կամ ներքին ցանկացած միջամտություն, լրատվամիջոցների բովանդակության ու պաշտոնական տեղեկատվության մատչելիության նկատմամբ սահմանեն միայն սակավաթիվ, որոշակի ու օրինական սահմանափակումներ, ապահովեն լրագրողի մասնագիտական գաղտնապահության իրավունքը, հատուկ տեղեկատվության ազատության օրենքով երաշխավորեն պաշտոնական տեղեկատվության առավելագույն մատչելիությունը, հատուկ օրենքով երաշխավորեն լրատվամիջոցների բազմահայեցության պետական օժանդակությունը,

- պետական շահերից, սոցիալական արժեքներից ու անհատի իրավունքներից ելնելով արտահայտման ազատության նկատմամբ քաղաքացիական ու քրեական օրենքի դրույթները պետք է սահմանափակ եւ որոշակի լինեն,

- լրատվամիջոցների ու լրագրողական ինքնավերահսկումը պետք է ապահովի խմբագրական իրավունքների համընդհանուր կիրառությունը բոլոր լրատվամիջոցներում, մասնագիտական վարքի չափանիշների տեսակետից պարզորոշ կերպով բացառի ներքին կամ արտաքին ցանկացած միջամտություն, մերժի խղճի մասին ձեւակերպումները մասնագիտական վարվեցողության կանոնակարգում կամ աշխատանքային համաձայնագրերում, ամրագրի մասնագետների համայնքի կողմից պաշտոնական տեղեկատվության առավելագույն մատչելիության եւ մասնագիտական գաղտնապահության պարզորոշ արտահայտված պահանջը

Այս ամենի առկայությամբ լրատվամիջոցները կարող են ժողովրդավարական համակարգի պայմաններում իրականացնել իրենց դերը Ներկայացուցչական ժողովրդավարության մեջ քաղաքացիության ու լրատվամիջոցների փոխհարաբերությունները մեկնաբանել է Բլամլերը (1982 633)

«Մեզ իբրև քաղաքացիների, ամենից ավելի անհրաժեշտ է լավ զինված տեղեկատվական գործակալությունների մի համակարգ, որն ընդունակ լինի մեր անունից հաջողությամբ հանդես գալու իբրև միջնորդ, կարողանա (1) մեզ համար աչքի անցկացնել տեղեկատվության միջավայրը, (2) կրճատել եւ սահմանափակել այն հասարակության առջև ծառայած հիմնահարցերի շրջանակով, (3) ըստ անհրաժեշտության հետևել այդ հարցերի վերջին զարգացումներին եւ (4) ներդաշնակ երկխոսություն կազմակերպել այն մասին, թե ինչպես կարելի է ամենից լավ լուծել այդ հիմնահարցերը»:

Քաղաքացիներին, անշուշտ, անհրաժեշտ է, որպեսզի լրատվամիջոցներն այնպիսի դեր կատարեն, որը հնարավորություն կտար տեղեկանալ եւ կարծիք կազմել ժամանակակից գործընթացների մասին եւ հետևել դրանց շուրջ հասարակական քննարկմանը Նման մոտեցմամբ ողջ պատասխանատվությունը ակնհայտորեն դրվում է լրատվամիջոցների եւ դրանցում աշխատող մարդկանց ուսերին, եւ ենթադրվում է, որ քաղաքացին տվյալ դեպքում պասիվ դիրք է գրավում սոցիալական հաղորդակցության մեջ Մա համապատասխանում է ավանդական այն տեսակետին, որ ժողովրդավարական գործընթացը միջնորդավորված է մասնագետ եւ ժողովրդավար առաջամարտիկներով նկատի ունենալով թե լրատվամիջոցներին, թե քաղաքական կուսակցություններին, թե ուսուցիչներին, եւ այլն, որ վերահսկում են տեղեկատվության հոսքը դեպի քաղաքացին, օգնում կազմակերպել քաղաքացիական քննարկումներն ու կարծիքների փոխանակումը, հետևապես օգնում կազմակերպել ո՛րոշումներ կայացնելու գործընթացը

Անգլիացի տեսաբան Փեդի Մքանելը (1989·139-140) ավելի եւս պարզ է ձեւակերպում այդ միտքը ասելով, թե լրատվամիջոցների (նկատի ունի պետական ծառայության հեռալրատվությունը, թեւ այն որոշ առումով կարելի է վերագրել նաեւ բոլոր լրատվամիջոցներին) «մատուցած ծառայությունը հասարակությանն այն է, որ վերջիններս իրենց լսարանի անունից հաստատում են մատչելիության իրավունքը այնպիսի քաղաքական, կրոնական, սոցիալական, մշակութային, սպորտային եւ զվարճալի իրադարձությունների լայն սպեկտրի նկատմամբ, որ նախկինում հանդիսանում էր միմիայն փոքրաթիվ, ինքնաբավ եւ քիչ թե շատ ընտրյալ հասարակական խավերի մենաշնորհը»:

Կուսակառնից վերև, որ լրատվամիջոցների նման գործունեությունը նախատեսում է ժողովրդավարությանը. Գրանք իրապես հասարակական կյանք են ստեղծում, որովհետև լրատվամիջոցների շնորհիվ բոլոր այդ յուրապարծությունները դառնում են հանրության սեփականությունը՝ Այդպիսով լրատվամիջոցները, եւ մանավանդ հանրային լրատվամիջոցները խոշոր համահարթեցնող նշանակություն ունեն հավասարապես մատչելի դարձնելով հանրային կյանքը ողջ լսարանի համար՝ Ազգային հեռալրատվամիջոցները, մասնավորապես, ստեղծում են հասարակական անձանց մի աշխարհ, եւ իրենց լսարանին ամենօրյա կապի մեջ են պահում այդ աշխարհի հետ: Միեւնույն ժամանակ մասնավոր անձանց ներքաշում են հասարակական ոլորտ, վերստին սոցալակա-նացնելով մասնավոր կյանքը, փոխարինելով անհատներին ու նրանց միջամուխ դարձնելով հասարակական կյանքի իրադարձություններին. Այդ ընթացքում ՁԼՄ-ները մեծապես ընդլայնել են այն նյութերի շրջանակը, որի մասին կարելի է խոսել Հենց այն պատճառով, որ դրանց շնորհիվ հասարակական կյանքը մատչելի է դառնում բոլորին, բոլորը հնարավորություն են ստանում խոսել ամեն ինչի մասին. Ամեն ոք իրավունք ունի իր տեսակետն ու կարծիքն ունենալ այն ամենի մասին, ինչ լսում ու տեսնում է Այնուամենայնիվ, պարզ է, որ լրատվամիջոցներն իրենց դերը կատարում այն հասարակության անունից, որն ակտիվ դերակատարություն չունի: Ինչպես ասում է Սքանելը «ստեղծում են մասնակցություն առանց կապվածության»:

Ամերիկացի քաղաքագետ Բերնարդ Ս. Քոհենը նշել է. «Մամուլը գուցեւ այդքան հաջողության չունենար, եթե անընդհատ մարդկանց թելադրեր՝ ինչ մտածել, սակայն զարմանալի հաջողություն է ունենում ընթերցողին թելադրելով, թե ինչի մասին կարելի է մտածել» Մարդիկ ընդհանրապես մտածում ու խոսում են այն նյութի շուրջ, ինչ ծանոթ է իրենց, իսկ այն, ինչ հայտնի է ներկա իրադարձությունների մասին, հիմնականում ստանում ենք լրատվամիջոցներից: Այդ կերպ լրատվամիջոցները մեր մտածողության համար ստեղծում են հարցերի մի շրջանակ եւ ներգործում մեզ վրա նրանում, ինչ կարետր է թվում՝ Այդպիսով ՁԼՄ-ները, ընտրելով, թե ներկա իրողություններից որոնք են լրարժան, եւ որոնք՝ ոչ (կամ ոչ այնքան), դրանով էլ սահմանում են հասարակական քննարկման առարկա հարցերի շրջանակը Մա է Հաբերմասի վերոհիշյալ՝ «մամուլի օրակարգ» սահմանելու դերը, եւ եթե լրատվամիջոցները «ոհմակի» սկզբունքով են շարժվում, ապա կարող են դեռ լույսը չբացված որեւէ մեկին կամ որեւէ հարց հասարակության ուշադրությանը մատնել Հետաքրքրական է սակայն, որ հեռուստատեսության «օրակարգ» սահմանելու կարողությունը շատ ավելի սահմանափակ է,

մինչդեռ թերթերը ավելի երկար ժամանակահատվածում հասարակական խնդիրների օրակարգը սահմանելու մեջ հիմնական շարժիչ ուժն են

Բնականաբար միայն լրատվամիջոցներով չէ, որ սահմանվում է այդ օրակարգը: Այս հարցում իրենց դերն ունեն նաեւ քաղաքական գործիչներն ու հասարակական կարծիքը: Լրատվամիջոցները հաճախ հասարակական կարծիքով են առաջնորդվում որոշելու, թե օրվա որ հարցերն են հրատապ: Իրենց հերթին՝ քաղաքական գործիչները (ձեռքի տակ եղած բոլոր միջոցներով սկսած ճառախոսությունից, մինչև հասարակական միջոցառումներն ու դիտավորյալ տարածվող լուրերը), ձգտում են իրենց առանձնահատուկ օրակարգը պարտադրել, սակայն միեւնույն ժամանակ ձգտում են նաեւ համապատասխան կերպով արձագանքել հասարակական հարցերին ու լրատվամիջոցների առաջ քաշած խնդիրներին:

Լրատվամիջոցները կարող են նաեւ որոշակի հարցերի նկատմամբ «լռության արատավոր շղթա» ստեղծել: Այս արտահայտությունը գերմանացի հասարակագետ Էլիզաբեթ Նոել-Նյումանի թեւավոր որակումն է: Գերմանիայում հասարակական կարծիքի հարցումներ անցկացնելիս նա նկատել է, որ մարդիկ դժկամությամբ են արժարժում այն հարցերը, որոնց վերաբերմամբ, իրենց կարծիքով, փոքրամասնություն են կազմում: Միաժամանակ՝ զգուշանում են բացահայտ կերպով ընդդիմանալ այն հարցերին, որոնք, ըստ նրանց, մեծամասնության կարծիքն են, թեւ ղա կարող է ընդամենը մի փոքրաթիվ, բայց ազդեցիկ խմբին կարծիքը լինել, ու եթե լռողները խոսեին, այլ կերպ մտածողներն, իրականում, մեծամասնություն կկազմեին: Այդպիսով երբ լրատվամիջոցներն արտահայտում են որեւէ տեսակետ, այլազան ձեւով մտածող մարդիկ կարող են խուսափել իրենց կարծիքն արտահայտել, որն իր հերթին արագացնում է հրապարակայնորեն արտահայտված հայտնի մեկ կարծիքի ընդունումն ու նվազեցնում այն անձանց թիվը, ովքեր ընդդիմանում են դրան՝ այդպիսով ստեղծելով «լռության արատավոր շղթա»:

Ներկայացուցչական ժողովրդավարության մեջ լրատվամիջոցների նշված գործառույթներից մի քանիսը շատ ավելի կարեւոր են, քան այն, ինչ Հաբերմասն անվանում է «իրենց վստահված իշխանության գործադրման համար պաշտոնյաներին հաշվետու դարձնելու մեխանիզմների մշակում»՝ Դա, սովորաբար, ՁԼՄ-ների, այսպես կոչված «պահպանական շան» դերն է, որովհետեւ ոչ թե հասարակությունը, այլ հենց լրատվամիջոցներն են, որ հնարավորություն ունեն տեղեկանալ իշխանությունների գործունեության մասին՝

Ժողովրդավարության պայմաններում լրատվության առանձնահատուկ դերը երևում է հատկապես ընտրությունների լուսաբանման ժամանակ Ընտրությունների ժամանակ ՁԼՄ-ները մի շարք որոշակիորեն տարբեր դերակատարություն ունեն

1. Իբրև հաղորդակցության միջոցներ, որոնց հատկություններն ու կառուցածքային առանձնահատկություններն ինքնին արդեն ձեռնարկել են ընտրարշավի կարգը եւ ընդհանուր առմամբ կարելու դեր են կատարել քաղաքական գործընթացը ձեռնարկելու հարցում:

2. Իբրև արդեն գոյություն ունեցող կամ ՁԼՄ-ներից անկախ առաջացած պատկերների ու գաղափարների հաղորդակցության միջոց, քաղաքական գործիչների ու հասարակության, բ հենց իրենց՝ քաղաքական գործիչների միջև (ցանկալի է որ այդ հաղորդակցությունը երկկողմանի լինի)

ա. քաղաքական գործիչները ձգտում են հասարակության ուշադրությունը հրավիրել իրենց կերպարին, իրենց քաղաքական ծրագրին եւ ընտրական հայացքներին. փոխադարձաբար հանրությունը լրատվամիջոցներով տարբեր կերպ է արձագանքում ընտրություններում մրցակցող թեկնածուներին ու քաղաքական կուսակցություններին,

բ. պատասխանելով այլ քաղաքական գործիչների հայտարարություններին՝ թեկնածուներն այդպիսով ուղղակիորեն կամ անուղղակիորեն բանավեճի են բռնվում նրանց հետ:

3. Իբրև հաղորդողներ, որ գաղափարներ ու պատկերներ են ստեղծում եւ դրանք ներկայացնում հասարակական քննարկման, այսինքն՝ իբրև քաղաքական հաղորդակցության նախաձեռնողներ եւ սեփական ասելիքի սկզբնաղբյուրներ (ընտրարշավի լուսաբանումն ու մեկնաբանությունը, բանավեճերի կազմակերպումը, սեփական նախաձեռնությամբ թեկնածուների հետ անցկացվող հարցազրույցները, եւ այլն)

Ինչ վերաբերում է առաջին հարցին, կասկած չկա, որ տեխնիկական միջոցներով լսարանին վայրկենապես բովանդակային նյութ հաղորդելու տեսակետից ժամանակակից լրատվության միջոցների կառուցվածքային առանձնահատկություններն աննախադեպ անմիջականության են հասել եւ դրանով կարելու դեր են կատարում քաղաքական գործընթացի ձեռնարկման մեջ Դասակարգային եւ սոցիալական խավերից

ծագող կուսակցական պատկանելությունը այսօր շատ ավելի թույլ է արտահայտված, քան նախկինում (ոմանք արդեն հայտարարում են, թե «համերգն ավարտված է» նկատի ունենալով, որ կուսակցություններն այլևս նախկին դերը չեն կատարում) Ամեն դեպքում, կուսակցական մեքենան եւ տեղերում կուսակցական կառույցներն այլևս այդ աստիճան կարելու չեն, եթե կուսակցական առաջնորդը կարող է լրատվամիջոցների օգնությամբ անմիջականորեն դիմել իր ընտրողներին եւ ընտրությունը շահել իր անհատականության ուժով Այստեղից էլ քաղաքականության անհատականացումը, եւ ընտրողների միտումը քվեարկելու որպես անհատ, այլ ոչ թե իբրեւ սոցիալական խոշոր խմբի անդամ

Լրատվամիջոցները նպաստել են նաեւ

- դեմ-առ դեմ քաղաքական ընտրարշավի նկատմամբ հետաքրքրության նվազմանը, հետեւաբար նաեւ քաղաքականության ասլատեղայնացմանը,

- կուսակցությունների միջեւ այնպիսի մրցակցությանը, ուր ընդգծվում է ոչ այնքան գաղափարախոսությունը, որքան գործունեությունը,

- տեղական իշխանությունների որոշ ասպաքաղաքականացմանը, եւ այլն

Կարճ ասած՝ սա մասն է այն աստիճանական երեւոյթի, երբ հասարակական դեմքերը պետական այրերից վեր են ածվում քաղաքական գործիչների եւ ապա՝ անհատականությունների:

Այս ամենը հայտնի է որպես քաղաքականության «լրատվայնացում», այսինքն քաղաքական համակարգի միտում՝ փոխվելու եւ հարմարվելու այնպիսի մի հասարակության պայմաններին, որտեղ լրատվամիջոցներն են հասարակական տեղեկատվության գլխավոր աղբյուրը, եւ իր շահերից ելնելով օգտագործելու լրատվության համակարգի նորմերն ու աշխատանքային տրամաբանությունը: Պարզունակացման վտանգն աչքի առաջ առնելով՝ սա կարելի է նկարագրել իբրեւ այն դեպքը, երբ միջոցն ինքն է դառնում ասելիք Չարմանալիորեն կարելի է ասել, որ քաղաքական համակարգի գործելաձեւի վրա ՁԼՄ-ների գլխավոր տեսական ներգործությունը բխում է իբրեւ հաղորդակցության միջոց դրանց հատկություններից, եւ ոչ թե հաղորդաձի բովանդակությունից

Ընտրարշավի ժամանակ լրատվամիջոցների դերը իբրեւ հաղորդակցության կապուղի՝ քաղաքական գործիչների եւ հասարակության, եւ հենց իրենց քաղաքական գործիչների միջեւ, նույնպես հիմնականում պասիվ է, մանավանդ երբ խոսքը վերաբերում է թեկնածուների

համար լրատվամիջոցների անմիջական հասանելիությանը Նման հասանելիության կանոնները, սովորաբար, լրատվամիջոցներից դուրս են սահմանվում. Անշուշտ, խմբագրությունը որոշ չափով միջամտում է այն հարցին, թե հասարակության անդամների դիրքորոշումներից որոնք են հաղորդվելու հանրությանը, սակայն այդ կարծիքներն ու գաղափարները եւս բուն լրատվամիջոցներից անկախ գոյություն ունեցող կամ նրանցից դուրս ստեղծված կարծիքներ ու տեսակետներ են

Իբրեւ հաղորդիչ լրատվամիջոցների ազդեցությունը բոլորովին այլ խնդիր է, որ բխում է ՁԼՄ-ների խմբագրական քաղաքականությունից ու սոցիալական քննարկման ներկայացվող հարցերի շրջանակից:

«Բացի ընտրությունների շրջանում երկկողմանի (թեկնածուների ու ընտրողների) հաղորդակցությանը ծառայելուց, լրատվամիջոցները հանդես են գալիս նաեւ որպէս առանձին հաղորդիչ, ըստ էության՝ իբրեւ երրորդ ուժ, որ նշանակալի ազդեցություն է ունենում ընտրության ընթացի ու ելքի վրա. Անշուշտ, այս դերը իրականացնալի է միայն այն դեպքում, երբ լրատվամիջոցները հարաբերականորեն անկախ են մյուս երկու մասնակիցներից, եւ մանավանդ թեկնածուներից ու այն կուսակցություններից ու քաղաքական շարժումներից, որոնք աջակցում են տվյալ թեկնածուներին. Այս դերը ՁԼՄ-ներն իրականացնում են այնքանով, որքանով ազդում են հանրության վերաբերմունքի եւ պահվածքի վրա» (Բրաւժիկ, Մրոզովսկի, 1993, 145)

ՁԼՄ-ների ունեցած ազդեցությանը նպաստող գործոնները հետեւյալն են.

- ընդհանուր առմամբ դրանց նկատմամբ հավատը,

- այն փաստը, որ լսարանը որեւէ հարցի վերաբերյալ ուղղակի անձնական տեղեկություն չունի եւ անմիջական փորձառությամբ չի կարող ստուգել լրատվամիջոցի հաղորդածը,

- այն փաստը, որ լսարանը որեւէ հարցի վերաբերյալ կայուն տեսակետ չունի:

Թեւեւ առաջին երկու գործոններն, անշուշտ, կարելու են, սակայն այս դեպքում ամենակարեւորը երրորդ գործոնն է. Կարելի է ենթադրել, թե որքան բարձր է ընտրողների քաղաքական համերաշխությունը (որն, ասենք, հետեւանք է գոյություն ունեցող սոցիալական տարանջատումի կամ հակամարտության), այնքան նվազում է ՁԼՄ-ների ներգործության հնարավորությունը ընդհանուր մտեցումների ու տրամադրության, հետեւապէս եւ ընտրության արդյունքների վրա

Հենց միայն իբրև փոխանցման միջոց կամ կապուղի ընդունված կարծիքին համահունչ հաղորդումներ փոխանցելու փաստը կարող է, իհարկե

- ամրապնդել առկա մոտեցումները,

- ընտրողներին համախմբել մի հարցի շուրջ, որի հանդեպ առանց այդ էլ մեծ հետաքրքրություն գոյություն ուներ,

- բացահայտել այնպիսի մի անձ կամ խորհրդանիշ, որ այս տրամադրությունները ներկայանան նոր, նախկինում անհայտ տեսանկյունից,

- անգամ քանդել լռության արատավոր շրջանը՝ նախկինում իրենց այլազան հայեցակետի պատճառով մեկուսացած զգացող անհատներին ու խմբերին օգնելով գիտակցել, թե իրականում որքան շատ են այն մարդիկ, ովքեր կիսում են իրենց տեսակետը դրանով զարգացնելով կամ առաջ բերելով քարշակի տպավորություն

Այդուհանդերձ որեւէ այլ կերպ ընտրողների վրա ներգործելու ՉԼՄ-ների հնարավորությունը սահմանափակ է «ոչ միայն քաղաքական ընտրարշավը, այլև ՉԼՄ-ները եւս շատ քիչ մարդկանց են հեղաշրջում»։ (Զաքս, 1972: 362) Ուսումնասիրությունները ցույց են տվել, որ չնայած կարող են լինել բացառիկ իրադրություններ, սակայն ընտրողների 80%-ը սովորաբար ընտրություններից մի քանի ամիս առաջ, այսինքն նախքան լրատվամիջոցներում բուն ընտրարշավի սկսվելը, արդեն գիտի՝ ում է ընտրելու (նույն կուսակցությունը, ինչ նախկինում), եւ դրանց միայն 10%-ը, որ նախկինում չէր կողմնորոշվել, իր որոշումը կայացնում է հենց ընտրարշավի ժամանակ: Կարելի է ասել, որ լրատվամիջոցների ազդեցությունն ընտրության արդյունքների վրա հակադարձ համեմատական է ընտրողների առջեւ ծառայած խնդիրների լրջությամբ, անձնապես ընտրության արդյունքներից նրանց կախվածությանը, եւ նրանց քաղաքական միջավայրը: Այսինքն որքան շատ է ընտրողների անձնական կախվածությունը ընտրության արդյունքներից, այնքան նրանք ավելի միջամուխ են լինում այդ հարցերին, այնքան ավելի մեծ է լինում նրանց քաղաքական կողմնորոշումը, եւ այնքան ավելի քիչ պահանջ է զգացվում հիմնվելու լրատվամիջոցների վրա իրենց հուզող հարցի թնջուկը պարզելու կամ որոշելու համար, թե ում օժանդակեն: Իբրև ընդհանուր կանոն սա նշանակում է, որ որպես հաղորդող ու հաղորդման կապուղի լրատվամիջոցներով, մասնավորապես հեռուստատեսությամբ հրամցվող նյութը ընտրությունների ժամանակ հատկա-

պես ազդեցիկ է այն երկրներում, ուր երկրի քաղաքական ու տնտեսական համակարգի մասին ընդհանուր տեսակետ գոյությունի ունի (դա սովորաբար բնորոշ է կայուն, բարգավաճող ու ժողովրդավարական հասարակությանը) Նման հանգամանքներում հասարակության մեջ քաղաքական գիտակցության ու մասնակցության մակարդակն ընդհանուր առմամբ ցածր է, գլխավոր հավակնորդների ընտրական ծրագրերն էականորեն չեն տարբերվում միմյանցից, ոչ էլ ընտրողն անձնապես շատ բան ունի կորցնելու ընտրության արդյունքից, այդ պատճառով էլ լրատվամիջոցների հաղորդած ու ստեղծած տեղեկատվության ու դրա ներգործության ուժը հարաբերականորեն բարձր է Հակադարձաբար այնտեղ, ուր այս պայմաններն առկա չեն, հետաքրքրությունը հաղորդվող նյութի հանդեպ ցածր է

Մասնակցային կամ ուղղակի ժողովրդավարություն

Չնայած ողջ կարեւորությանը արտահայտման ու մամուլի ազատությունն առանց երաշխիքների ընդամենը դատարկ խոսք է, եւ այդ ազատությունն առանց սահմանափակումների (10-րդ հոդվածում նշված սահմանափակումներից զատ) բացասական է

Ներկայացուցչական համակարգում, անկախ այն բանից դա կառավարությանն է վերաբերում, թե լրատվամիջոցներին, «իշխանությունը կուտակվում է ներկայացուցիչների, եւ ոչ թե նրանց ձեռքին, ում իրենք ներկայացնում են» (Սքանել, 1989:163). Լրատվամիջոցներով հաղորդակցվելու իրավունքը, այսինքն՝ լրատվամիջոցներով հրապարակային ելույթ ունենալու իրավասությունը կենտրոնացած է սակավաթիվ մարդկանց խմբագիրների ու լրագրողների ձեռքին, որոնք այս կամ այն անհատին կամ խմբին ընտրելով, նրանց նման առավելություն են ընձեռում: Լրատվամիջոցները սովորաբար նախապատվությունը տալիս են այսպես կոչված «արտոնյալ խոսնակներին» (քաղաքական գործիչներին, ձեռներեցներին, հեղինակավոր անձանց, մասնագետներին), այնինչ սովորական մարդիկ լրատվարժան են դառնում միայն այն ժամանակ, երբ վթարի գոհ են դառնում:

Դեռ ավելին լրատվամիջոցների հասարակական դերի մասին խոսելիս չպետք է մոռանալ, որ արտաքին դրդապատճառներն են որոշում լրատվամիջոցների դերակատարությունը Ինչպես ասել է մամուլի բրիտանացի տեսաբան Դենիս ՄաքՔուեյլը՝ «Լրատվամիջոցները ոչ թե գործողության նախաձեռնողն են, այլ գործիք այլ սոցիալական ուժերի ձեռքին ՉԼՄ-ները գլխավոր գործող անձինք չեն» (ՄաքՔուեյլ,

1992 273) Ժողովրդավարության մեջ դա առավել եւս աղճատում է լրատվամիջոցների դերը հաճախ դրանք երկրորդական ու անանցյալ դարձնելով

Անգլիացի հասարակագետ ու մամուլի տեսաբան Ռեյնոնդ Ուիլիամսը (1968) պնդում է, թե Արեւմուտքի երկրներում գոյություն ունեցող ՉԼՄ-ների երկու համակարգում էլ հաղորդակցության բուն ազատությունը սահմանափակ է, քանզի

- ձեւայաշտական համակարգում (ինչպես մինչեւ 1980 թվականը Անգլիայում) վերահսկվում է այն, ինչ պետք է ասվի,

- անետրական համակարգում շուկայական մեխանիզմների պատճառով լրատվական ոլորտում երեւալու հնարավորությունը քիչ է, ինչի պատճառով կարող ես սրտիդ ուզածն ասել, միայն թե հնարավորություն ունենաս այդ ասելու եւ ասածդ էլ եկամտաբեր լինի

Այդ իսկ պատճառով էլ վաղուց ի վեր քննարկման առարկա է այն, թե ինչպես կարելի է խոսքի եւ մամուլի ազատությունը վերածել դրական ազատության, իսկ դրա իրավունքը հիմնարար իրավունքի, այնպիսի մի իրավունքի, որ իրապես կարող է գործողվել յուրաքանչյուրի կողմից՝ Վերջին շրջանում կոչ է արվում ստեղծել մասնակցային ու ժողովրդավարական ՉԼՄ-ների նման մոդել իբրեւ ուղղակի ժողովրդավարության մասը. Թեեւ ժողովրդավարական հաղորդակցությունը բնորոշելու ջանքերն առանձնապես մեծ հաջողություն չեն ունեցել, սակայն առկա է այն ընդհանուր տեսակետը, որ այլեւս չի կարելի հաղորդակցության բազմաթիվ ձեւերը մեխանիկորեն բաժանել հաղորդողի (ուղարկողի) եւ ընկալողի (ընդունողի) միջեւ տեղեկատվության պարզ փոխանակության

Սերունդներ շարունակ հասարակագետները փորձել են լուծել այս խնդիրը. Դեռ 1932 թվականին գերմանացի գրող Բերթոլդ Բրեխթը «Ռադիոյի տեսությունը» գրքում պնդում էր, որ լրատվամիջոցը պետք է սփռման միջոցից վերածվի հաղորդակցության միջոցի՝ «ունկնդրին հնարավորություն տալով ոչ միայն լսել, այլեւ՝ խոսել»։ 1950-ականներին արդեն հաղորդակցության ժողովրդավարացման շարժումը սկսեց վերելք ապրել. Բրիտանացի գրող Բրայան Գրումբրիջը (1972 31) դրա արմատները տեսնում է «այն անող անհամբերության մեջ», երբ նոր կրթված եւ սոցիալապես գիտակից սերունդը հանկարծ անդրադարձավ, որ «իր նախորդների պես հանգիստ բազմել է մեր ժողովրդավարության (բնականաբար նաեւ լրատվության) կոկորդին»։ Եվ այդ 1968 թվականի մայիսի սերունդն էր, որ հաղորդակցության ժողովրդավարացման հարցը իրապես դարձրեց օրակարգի խնդիր։ Առաջ եկան գոյություն ու-

նեցող լրատվական հաստատությունները «բացելու» ու հեղափոխելու սոցիալական շարժումներ Ավելի ուշ Բրեխթի տեսակետն իր արձագանքը գտավ «ընդունելու եւ հաղորդելու իրավունքն իբրեւ ցանկացած ժողովրդավարական քաղաքակրթության հիմքը» (Ուիլիամս, 1968 120), «ամեն ընդունող նաեւ պոտենցիալ հաղորդող է» (Էնգենսթերգեր, 1972), եւ «հաղորդակցության իրավունքը մարդու հիմնարար իրավունքներից մեկն է» (Ֆիշեր, Հարմս, 1983 19) ձեակերպումներում, որին հետագայում նաեւ զումարվեց այն հայեցակետը, թե «հաղորդակցման իրավունքն ընդգրկում է նաեւ հեռահաղորդակցման իրավունքը» (Հարմս, 1985 160)

Նման մոտեցման հիմնական շարժառիթը քաղաքացիական իրավունքների աստիճանական ընդլայնման հիման վրա քաղաքացիություն հասակացության զարգացումն էր Մամուլի գերմանացի տեսաբան Գրեհեն Մըրդոքը (1996) մատնանշել է, որ լիակատար ու հավասարազոր քաղաքացիության այս նոր ու «բարդ» հասկացությունը բացի քաղաքացիական, քաղաքական ու սոցիալական իրավունքներից ներառում է նաեւ մշակութային իրավունքներ, որոնք են

- տեղեկատվության նկատմամբ իրավունքը,

- փորձառության իրավունքը գեղարվեստական ժանրի լրատվամիջոցներով (առանձնապես հեռուստատեսությամբ) ներկայացվող անձնական ու սոցիալական կյանքի մատչելիությունը հնարավոր ողջ բազմազանությամբ, որը մարդկանց օգնում է պատասխաններ գտնելու անխուսափելիորեն ծագող կենսական հիմնահարցերին,

- գիտենալու իրավունքը ներկան ձեակերպող տարրերի, երեւոյթների եւ ուժերի, ինչպես նաեւ անցյալի հետ դրանց առնչությունների մեկնաբանության իրավունքը, որն օգնում է այդ տեղեկատվությունը եւ փորձառությունը վերածել գիտելիքի եւ այդ գիտելիքի հիման վրա անձանական ու սոցիալական մարտավարություն մշակել,

- մասնակցության իրավունքը տվյալ դեպքում սա նշանակում է «արժանապատվությամբ ու առանց երկնչելու սոցիալական կյանքին մասնակցելու եւ ասպագայի հասարակության հնարավոր ձեւերին նպաստելու մարդկանց իրավունքը» Ինչպես որ « սեփական կյանքի ու ձգտումների մասին սեփական անունից ազատորեն խոսելու եւ իրենց հուզող հարցերն ըստ սեփական հայեցողության ներկայացնելու իրավունքը» (Մըրդոք, 1996)

Այս եւ այլ իրավունքների պաշտպանության, ինչպես նաեւ լիարժեք քաղաքացիության հնարավորության համար հասարակական հաղոր-

դակցության գործընթացը Մըրդոքի պնդմամբ, պետք է բավարարի հետեւյալ պահանջները այն պետք է

- ապահովի հարաբերականորեն ընդարձակ ներկայացուցչական դաշտ, միաժամանակ անջրպետելով հակամետ իշխանության երկու հիմնական կենտրոնի մի կողմից պետության եւ կառավարության, մյուս կողմից կորպորացիոն աշխարհի միջեւ համագործակցության հնարավորությունը,

- խարխլի ընդունված բաժանումները, մշակի ներկայացուցչության, մասնակցության ու ժամանակի բաշխման այնպիսի ձեւեր, որ նպաստեն հնարավոր առավելագույն թվով անհատների միջեւ շփմանն ու տեսակետների քննարկմանը,

- տեղեկատվության ու փորձառության բազմազանության զարգացումը հասցնի գիտելիքների բազմության նկատմամբ քաղաքացու իրավունքի մակարդակին ու այն սկզբունքներին, ըստ որի քաղաքացին իրավունք ունի գնահատականներ տալ ու չհամաձայնել,

- հասնի այն բանին, որպեսզի իր մատուցած ծառայությունները հավասարապես մատչելի լինեն բոլորին.

Այս մոտեցմանը համապատասխան հաղորդակցության ժողովրդավարացման մղումը սովորաբար հանգեցնում է «հաղորդակցության սուբյեկտների» թվաքանակի ընդլայնման համար պայքարի (Օլյեդսկի, 1984)՝ այսինքն այն խմբերը, որ զանգվածային հաղորդակցության գործընթացից մեկուսացած էին, առաջ են մղվում ակտիվ «հաղորդողների» շարքը: Այստեղից էլ 1960-ական թվականներին առաջ եկած «այլընտրանքային», «ազատ», «համայնքային» լրատվամիջոցները, որ մայր լրատվական համակարգի ուղեծրում հիմնում են «մեծ» կամ «փոքր», եւ կամ՝ իրապես նոր լրատվամիջոցներ

Մրան գումարվում էր հետաքրքրությունը գոյություն ունեցող հեռալրատվական համակարգի բարեփոխման (Բրանսքոմբ, Սեւիջ, 1978), ինչպես նաեւ այնպիսի հեռալրատվական քաղաքականության ու լրատվամիջոցների կառուցվածքի նկատմամբ, որ կապահովեր լսարանի անդրադարձը, մատչելիությունը, (Բերրիգան, 1977), կամ «համատեղ ծրագրավորումը» (Գրումբրիջ, 1972):

Հետազոտության այս բնագավառում որոշակի տիրույթ է զբաղեցնում ժողովրդայնացման հնարավորությունների տեսանկյունից տեղական եւ համայնքային հեռարձակման ուսումնասիրությունը, (Բոյդ -

1980, Դաունհինգ -1984, Յանկովսկի-1988) Մեկ այլ թելը զբաղվել է հաղորդակցության ժողովրդայնացման վրա ժամանակակից տեխնոլոգիաների ազդեցության ուսումնասիրությամբ

Այս ամբողջ քննարկման հիմքում ընկած է եղել ՉԼՄ-ների ժողովրդավարացման եւ դրանց միջոցով հասարակության ժողովրդավարացման գործընթացի տարբերակումը Առաջին հասկացությունը վերաբերում է լրատվամիջոցների գործունեության ձեւի եւ բովանդակության ժողովրդավարացմանը Երկրորդ հասկացությունը շատ ավելի լայն է այն ընդգրկում է ՉԼՄ-ների կիրառությունը սոցիալական բարեփոխումների ու հասարակության ժողովրդավարացման մեջ

Երկու տեսակետից էլ ՉԼՄ-ների ժողովրդայնացման ամենահամառ ջատագովներից է եղել բրիտանացի հասարակագետ Ջոն Քայնը Եթե մասնակցության իրավունքը քաղաքացիական հասարակության հիմքն է, ապա լրատվամիջոցների դաշտում այն պետք է հասկանալ իբրեւ հաղորդակցության իրավունք, եւ Քայնը հենց սա է շեշտում որպէս քաղաքացիական հասարակարգում հասարակությանը ծառայող լրատվամիջոցների նոր համակարգի հիմնարար սկզբունք

Այսպիսով CNN-ը կարող է դառնալ միջանկյալ օղակից ազատվելու նախակարապետը, մի գործընթաց, որն իբր վերացնելու է հասարակության եւ տեղեկատվության միջեւ միջանկյալ օղակը լրատվամիջոցները Ենթադրվում է, թե նոր ծառայությունների եւ տեղեկատվական այլ աղբյուրների առատության պայմաններում անմիջական մուտք ունենալով համակարգչային տվյալների ամբարը, հասարակությունն իր եւ իրականության միջեւ այլեւս կարիք չի ունենա միջնորդող լրատվամիջոցների ու խմբագիրների, եւ տեղեկատվությունը կքաղի ավելի շուտ անմշակ վիճակում, քան լրատվամիջոցների կողմից մշակված ու խմբագրված տեսքով.

Այս իրադրության մեջ, երբ տեղեկատվությունը դրվում է այն ստացողների վերահսկողության տակ, կան նաեւ բազմաթիվ թերություններ Գոյություն ունի այն տեսակետը, թե տեղեկատվական հասարակությունը լարվածության մթնոլորտ է ստեղծում, պատճառ դառնում օտարացման ու անտարբերության, որովհետեւ մարդու ընկալման ու հարմարվելու ունակությունը անընդմեջ աճող տեղեկատվության ու փոփոխությունների նկատմամբ սահմանափակ է եւ հանգեցնում է բովանդակային ճգնաժամի (Քլափ, 1982). Ժան Փիեռ Դյուփուան (1980) երեւույթին համառոտ ձևակերպում է տալիս. «Որքան շատ տեղեկատվություն այնքան քիչ իմաստ»

Տեղեկատվության կուտակումներին բախվելով է, որ մարդիկ ոչ վերլուծելու, ոչ էլ մարսելու ժամանակ ունեն, եւ որ այնպիսի երեւույթների

երկրների ու մարդկանց վերաբերող նորություններին, որոնց մասին կամ տեղեկություն չունեն կամ լավատեղյակ չեն, վերաբերվում են (և մի տեսակ «առկախ հավատով», որովհետեւ չգիտեն ինչ համատեքստում այն տեղադրել, եւ հետեւաբար հնարավորություն չունեն լրիվ հասկանալու: Այս իրադրությունն այնքան ստրեսային կարող է լինել, եւ տեղեկատվության ավելցուկն այնքան շատ, որ մարդիկ կարող են նախընտրել «ներկա գտնվել բացակայությամբ», այսինքն ընդհանրապես ետ քաշվել հաղորդակցությունից: Առանց միջնորդավորման ստացված տեղեկատվության հեղեղից մարդիկ ստիպված են ընտրել իրենց հետաքրքրող նորությունները, տեղեկատվական լաբիրինթոսում կարող են կորցնել ճանապարհն ու մոլորվել, որի հետեւանքով կարող են կամ ընդհանրապես հրաժարվել, կամ էլ խմբագիրների ու լրագրողների օգնությանը դիմելու համար վերադառնալ դասական լրատվամիջոցներին: Լուրջ բովանդակությունից հրաժարվելն ու զվարճալի նյութերի նկատմամբ ակտիվ հետաքրքրությունը նշանակում է, որ, ինչպես Սեփ-ստրափն (1987) է նշում, պասիվ մեծամասնությունը կբավարարվի «տեղեկատվական հասարակության տեսատիրությով»: տեսախաղերի, հեռուստատալիքների, կաբելային հեռուստատեսության եւ այլնի առատությամբ, եւ միայն համեմատաբար փոքրաթիվ ու ակտիվ մի խումբ ի վիճակի կլինի տիրապետելու տեղեկատվական հասարակության նոր տեխնոլոգիաներին («տվյալների տիրություն») Բրիտանացի լրատվատեսաբան Մայքլ Թրեյսին հարց է տալիս, թե ապագա հասարակության այս գերակայող մոդելն արդյոք «քաղաքացիական» է, թե՞ «կրկեսային»:

Ապագայի հասարակությունը «Նոր ու զարգացած քաղաքացիություն»-ն է, թե՞ նոր տգիտություն, որ բռնված է թեթեամիտ հաճույքների ու ավելորդ սպառողականության մարմաջով, արդյոք ետալեքսանդրիան գրադարանից օգտվելու հնարավորություն է, թե՞ «մարտավարություն - 50»-ից, ժողովրդավարությունը զանգվածային կերպով նորությունների ու վերլուծության հզորացող հնարավորությամբ օժտել է, թե՞ ուշադրությունը ցրող նյութերի բազմությամբ ստերջ ու տգետ քաղաքակրթության ստեղծում եւ կամ գուցե այս ամենի համակցությունը», - հարցնում է նա:

Մեծ անհանգստություն է պատճառում նաեւ այն հանգամանքը, որ տեղեկատվական հասարակությունը նույնպես կարող է առեստրային շահերով առաջնորդվել, եւ ենթարկվել նույն այն մեխանիզմներին, ինչ առեստրային լրատվամիջոցները

«Եթե տեղեկատվական մայրուղու շարժիչ ուժը կրկին շուկայական ուժերն ու մասնավոր ձեռնարկություններն են լինելու այդ դեպքում անհրաժեշտություն է առաջանալու ստեղծելու համակարգեր, որպեսզի սուպատող վարձ վճարի այն ամենի համար, ինչ ուզում է տեսնել ու լսել, եւ կտրելու այն բաժանորդների կապը, որ չեն վճարել կամ չեն բաժանորդագրվել Այսպիսով բաժանորդների վերահսկումը, հատուկ պայմանական կապը, գրանցման ալգորիթմերը ... կդառնան ... ազատ շուկայի քնորոշումը գործողության մեջ» (Ուինսթրի, 1995: 8):

Ազատ շուկան գործողության մեջ, ոմանց կարծիքով, դեռ գաղափարների ազատ շուկա չէ, այդ իսկ պատճառով էլ ավելի ազատ հասարակական քննարկման երաշխիք չի կարող հանդիսանալ:

«Միացյալ Նահանգների ՁԼՄ-ների քաղտնտեսությունը վերահսկվում է հաղորդակցության դարպասապահների կողմից, որոնք ոչ այնքան լրատվության մասնագետներ են, որքան կառավարության ու բիզնեսի հետ սերտորեն առնչվող խոշոր շահութաբեր կազմակերպություններ: Հզորների այս ցանցը նորություններն ու ժամանցը հրամցնում է մշակված տեսքով՝ այն համապատասխանեցնելով արտոնյալ դասի պահանջներին եւ խուսափելով վիրավորական նյութերից... Խիստ հազվադեպ է, ... երբ (այդ պահանջներին) չներդաշնակող նորությունները ներս են սպրդում այդ շրջանակը եւ հարցականի տակ առնում ընդունված սկզբունքները կամ դառնում «գլխավոր նորությունների» մասը. Պաշտոնական լրատվության մեջ հակամետ թեմաների միմիայն դրվագային այս պատկերումը, որն իրականացվում է ազատ շուկայական լծակներով՝ առանց պետական գրաքննության, բարձրացնում է գերիշխող գաղափարախոսության ու հեռանկարի վարկը» (Հերման, 1990, 86-87):

Այդ դեպքում՝ որպիսի՞ն է լինելու տեղեկատվական հասարակության հավանական ազդեցությունը ժողովրդավարության վրա: Ռոշ հեղինակներ ու քաղաքական գործիչներ (օրինակ՝ ինչպես Ռոս Փերոն), կարծում են, որ նոր լրատվամիջոցների «թելեժողովրդավարությունը» կամ աթենական դեմոսի նոր տարբերակի շնորհիվ անմիջական ժողովրդավարությունը այլևս հեռու չէ, վաղ թե ուշ անպայման գալու է

Մյուս կողմից՝ այլ տեսաբաններ համարում են, թե «ժողովրդավարությունը գործում է հասարակական երկխոսությամբ, եւ ոչ թե կոճակներ սեղմելով» ինչպես հրպարակային ելույթներից մեկի ժամանակ ասել է ԵՄ հանձնակատար Մարթին Բենջամինը՝ տեղեկատվական հասարակության գլխավոր ջատագովը Միության մեջ: Աբրամսոնը, Աթերթոնը եւ Օրենը նույնպես (1988 21) զգուշացնում են «հանրաքվեներին կամ հարցախույզներին ներհատուկ է ժողովրդավարությունը հրել դեպի կոպիտ մեծամասության համակարգը»:

Մասնակցության հանրաքվեային ձեւերը, մասնավանդ ոմանց ներ-
բողած արագացված ընտրությունների էլեկտրոնային եղանակը, խիստ
բնորոշ մի վտանգ է պարունակում. Ընկնելով արագության ու թվաքա-
նակի հետեւից՝ հասարակական կարծիքը կառավարությանը հաղորդե-
լու այսպէս կոչված «հասարակական արձագանքի» գործընթացը կա-
րող է շահարկվել առանց ժամանակ տալու հասարակական հանդիպում-
ների, ժողովների ու քննարկումների, այն երկխոսության համար, որ
մարդկանց ուշադրությունը բեւեռում է համընդհանուր բարօրության ու
հասարակական հարցերի վրա: Սա նշանակում է կրճատել քաղաքա-
կան մասնակցությունը՝ այն վերածելով որեւէ հարցի վերաբերմամբ ան-
հատի նախապէս կազմած կարծիքը պասիվ կերպով արձանագրելու
պարզ գործողության: Երբ հասարակական կարծիքն այսպէս կոպտո-
րեն ու անմիտ կերպով երկրի օրենքն է դառնում, ժողովրդավարությունն
այլեւս դադարում է համընդհանուր բարօրության քաղաքականությունը
լինել: Առանց քննարկման հնարավորության պարզապէս գրանցում
ենք մեր սեփական շահերը, որոնց պարզ հանրագումարը հրամցվում է
իբրեւ հասարակական շահ:

Նույն իրադրության մեկ այլ առանձնահատկությունն էլ այն է, որ է-
լեկտրոնային ցանցով քաղաքացիներին հնարավոր է դիմել առանձին-
առանձին, այլ ոչ որպէս սոցիալական խավի, որոշակի համընդհանուր
կարծիք ունեցող խմբի ներկայացուցիչ: Ուղղակի կամ անմիջական ժո-
ղովրդավարությունը գուրկ է համընդհանուր նպատակներ հետապնդե-
լու կամ մեծամասնությանն ընդունելի փոխզիջումների հասնելու մեխա-
նիզմներից, որ հատուկ է ներկայացուցչական ժողովրդավարությանը
Այս կենտրոնամետ ուժը կարող է ստեղծել անմիջական քաղաքացիա-
կան երկխոսության մի դարաշրջան, սակայն միաժամանակ՝ նաեւ ա-
պակողմնորոշման մղել անհատներին, որ առանց այդ էլ դժվարանում
են հարմարվել հասարակական կտրուկ փոփոխությունների: Սա կա-
րող է խարխուլել համայնքները, քաղաքական ղեկավարների նկատմամբ
թերահավատության այս շրջանում ավելի եւս անդամահատել հասա-
րակությունը եւ թուլացնել շրջապատի հանդէպ պատասխանատու-
թյան զգացումը:

Ժողովրդավարությանը հատուկ համընդհանուր շահերի տեսակե-
տից, նոր տեխնոլոգիաները կարող են խիստ դժվարացնել հարցերի լու-
ծումը: Որովհետեւ, ինչպէս արդեն ասվել է, դրանք կարող են հանդէս
գալ իբրեւ «անհատական լրատվամիջոցներ»՝ պոտենցիալ կերպով
ստեղծելով թվով նույնքան խորհրդանշական ոլորտներ, որքան լրատ-
վության բովանդակության ստացողներ կան:

«Հասարակական ընդհանուր ոլորտը կարող է կրճատվել. Կարող են
առաջանալ եւ գերիշխող դառնալ բազմակի, ինքնատիպ ու պոտենցիալ
կերպով այլ աշխարհիների հետ առնչություն չունեցող առանձին մաս-

նավոր աշխարհներ հիմնված մարդկանց զանազան հետաքրքրությունների ու առաձնահատկությունների վրա . Եթե ընթերցողն ու դիտողը իրենց անձնական համակարգչից ոչ ընտրական շրջանում ջնջում են քաղաքական նորությունները, ապա ինչպես կարող են տեղյակ լինել ընթացիկ հասարակական քաղաքական հարցերից. Եվ ինչը նրանց հետո կստիպի ընտրությունների ժամանակ կամ ճգնաժամային պահերին թարմացնել այդ հարցերի վերաբերյալ իրենց գիտելիքներն ու անդրադառնալ տեղական քաղաքական լուրերին... Առաջացող համակարգերը կարելուք հարցեր են առաջ քաշում այն մասին, թե բարդ ու բազմազան գաղափարների հասարակության մեջ ինչպե՞ս կարելի է սոցիալական ու քաղաքական ընդհանրական հիմունքներ ստեղծել: Այս նոր միջավայրում ինչպե՞ս հնարավոր կլինի սոցիալական ու քաղաքական երկխոսության ծավալել» (Ֆայրբսթուն, 1994/5:22):

Այլ կերպ ասած՝ այդպիսով իրենց սեփական աշխարհներում ապրող անհատների եւ խմբերի համար ստեղծելով հնարավորություններ, ու թուլացնելով թե աշխարհագրական, թե ազգային համայնքները, ինչպես նշում է Լես Փրաունը (1994)՝ լրատվամիջոցները ժողովրդայնացնելու պարադոքսն այն է, որ դա հանգեցնում է մի թույլ ժողովրդավարության, ուր մարդիկ ու համայնքները անմասն են հասարակական երկխոսությանը, որ ժողովրդայնության համար կենսական է:

Քաղաքացիական հասարակարգը միշտ էլ մասնագիտական ու ժողովրդավարական դարպասապահներով է միջնորդավորված, անկախ այն բանից, թե դրանք լրագրողներ՞ն են, խմբագիրներ՞ն, քաղաքական կուսակցություններ՞ն, թե ուսուցիչներ՞ն, որ մշտապես վերահսկում են տեղեկատվության հոսքը քաղաքացիներին, օգնում կազմակերպել քաղաքացիական քննարկումներն ու կարծիքների ձեւավորումը եւ այդպիսով նպաստում վճիռների կայացմանը: Դրանք միշտ էլ հասարակության միատարրություն գրավականն են եղել՝ որոշ առումով ստեղծելով ընդհանուր քաղաքական լեզու, ընդհանուր քաղաքական նպատակներ եւ օժանդակելով հասարակական կարծիքի ձեւավորմանը:

Այստեղից էլ մատնանշվում է նոր միջնորդների ու դարպասապահների անհրաժեշտությունը, որոնք ընդունակ կլինեն իրականացնել նպատակների ձեւավորումը, հասկանալի դարձնել իրադարձությունները եւ մարդկանց ուշադրությունն ուղղել կարելուք հարցերի: Մի շարք հեղինակներ այս իմաստով մատնանշում են ոադիոյի եւ հեռուստատեսության նշանակությունը: Սայթոն (1995, 33) պնդում է, թե բազմալրատվության (մուլտիմեդիա) դարաշրջանի մտենալուն համեմատ ոադիոն եւ հեռուստատեսությունը, որ վաղուց ի վեր հասարակության մեջ կարելուք դերակատարություն ունեն, ըստ երեւոյթին, ավելի ու ավելի կկարելուքեն՝ «Դրանք անհրաժեշտ են հասարակության վրա ուղղելու

լրատվության լուսարձակները» Այլոք հատկապես նշում են հասարակական ոլորտի լրատվության կարեւորությունը «Եթե հնարավոր չլինի հասարակական ոլորտը պահպանել առետրային լրատվամիջոցներով, ապա դրա պահպանությունը կարող է անցնել հասարակական հեռալրագրողների ձեռքը»: (Ուայթ, 1994, 22):

Հետեւաբար, մինչեւ որ տեղեկատվական հասարակությունը միասնականության ու հասարակական երկխոսության հաստատման այլ մեխանիզմներ չմշակի, լրատվամիջոցները մոտ ապագայում դժվար թե կորցնեն իրենց ժողովրդավարական նշանակությունը՝

ZŹRÓDŁA

Abramson, J.B., E. C. Arterton, C.R. Orren (1988) *The Electronic Commonwealth* New York Basic Books, Inc.

Bardoel, J. (1996) "Beyond Journalism. A Profession Between Information Society and Civil Society". *European Journal of Communication*. Vol. 11, Number 3.

Beaud, P. (1980) *Community Media? Local Radio and Television and Audio-visual Animation Experiments in Europe*, Strasbourg: Council of Europe Publishing.

Berrigan, F.J. (1977) (Ed.) *Access: Some Western Models of Community Media*. Paris: Unesco.

Blumler, J.G. (1982) "Democratic Theory and Broadcast Practice". In: D.C. Whitney, E. Wartella, S. Windal (Eds.) *Mass Communication Review Yearbook*. Vol. 3. Beverly Hills: Sage Publications.

Blumler, J. G. (1985) "The Social Character of Media Gratifications". In: K.E. Rosengren, L A. Wenner, P. Palmgreen (Eds.) *Media Gratifications Research. Current Perspectives*. Beverly Hills: Sage Publications.

Bralczyk, J, M. Mrozowski (1993) "Prezydencka kampania wyborcza w telewizji. Konstruowanie (auto)portretów kandydatów". In. S. Gebethner, K. Jasiewicz (Eds) *Dlaczego tak głosowano. Wybory prezydenckie '90* (pp.144-78). Warszawa: Instytut Studiów Politycznych PAN, Instytut Nauk Politycznych UW.

Branscomb, A W , Savage, M (1978) "The Broadcast Reform Movement: At a Crossroads" *Journal of Communication*, No. 4

Brown, L. (1994) "The Seven Deadly Sins of the Digital Age " *InterMedia* 22 (3).

Carey, J (1976) "How Media Shape Elections". *Journal of Communication*, Spring

Cavalli-Sforza, F. (1978) *Remarks on Citizen Participation in the Making of Communication Through Local Media Centres* Strasbourg Council of Europe Publishing.

Dahlgren, P. (1987) "Ideology and Information in the Public Sphere" In: J. D. Slack et al., (Eds.) *The Ideology of the Information Age* (pp 24-46). Norwood, N. J.: Ablex Publishing Co.

Dahlgren, P. (1995) *Television and the Public Sphere: Citizenship, Democracy and the Media*. London: Sage.

Dahrendorf, R. (1994) "Zagrożone społeczeństwo obywatelskie. (In.) Krzysztof Michalski (Ed.) *Europa i społeczeństwo obywatelskie. Rozmowy w Castel Gandolfo*. Warszawa: Fundacja im. Stefana Batorego; Krakow. Wydawnictwo Znak.

Downing, J. (1984) *Radical Media. The Political Experience of Alternative Communication*. South End Press, Boston.

Downing, J. D. H. (1988) "The alternative public realm: the organization of the 1980s anti-nuclear press in West Germany and Britain" *Media, Culture and Society*, Vol. 10, No. 2: 163-82.

Downing, J. (1989) "Computers for Political Change: PeaceNet and Public Data Access" *Journal of Communication*, Vol. 39, No. 3.

Dupuy, J-P. (1980) "Myths of the Informational Society" in: K. Woodward, Ed., *The Myths of Information: Technology and Postindustrial Culture*, Madison: Coda Press.

Enzensberger, H.M. (1972) "Constituents of a Theory of the Media". In: D. McQuail (Ed.) *Sociology of Mass Communications*. Harmondsworth: Penguin Books.

European Experiments in Cable Television: Local Radio and Video: Lessons to be Learned and Prospects for the Future (1977). Strasbourg, Council of Europe Publishing.

Firestone, C (1994/5). "Digital culture and civil society a new role for intermediaries?" *InterMedia* 22 (6)

Fisher, D., L. S. Harms (1983), Eds., *The Right to Communicate A New Human Right*, Boole Press, Dublin

Fiss, O. (1996) "Building a Free Press" In A. Sajó, M. Price (Eds.) *Rights of Access to the Media* The Hague Kluwer Law International.

Garnham, N. (1986) "The Media and the Public Sphere", In: P. Golding, G. Murdock, P. Schlesinger (Eds.) *Communicating Politics: Mass Communications and the Political Process*, Leicester: Leicester University Press.

Gomien, D., D. Harris, L. Zwaak (1996) *Law and Practice of the European Convention on Human Rights and the European Social Charter*. Strasbourg: Council of Europe Publishing.

Groombridge, B. (1972) *Television and the People. A Programme for Democratic Participation*. Harmondsworth: Penguin Books.

Gurevitch, M., J. G. Blumler (1983) *Linkages between the Mass Media and Politics: a model for the analysis of political communication systems*. In: J. Curran, M. Gurevitch, J. Woollacott (Eds.) *Mass Communication and Society* (pp. 270-90). London: Edward Arnold.

Hamelink C.J. (1996) *Media Regulation and Media Independence. Towards a Model Regulatory Regime*. Amsterdam: Centre for Communication and Human Rights (MS.).

Harms, L.S. (1985) "The Right to Communicate: What a Small World". *The Third Channel*, Vol. I, No. 2.

Herman, E. (1990) "Media in the U.S. Political Economy". In: J. Downing, A. Mohammadi, A. Sreberny-Mohammadi (Eds.) *Questioning the Media. A Critical Introduction*. Newbury Park, London, New Delhi.

International Federation of Journalists (1995) *Information Society; Access and Pluralism* Brussels.

Jakubowicz, K. (1994) "Equality for the Downtrodden, Freedom for the Free: Changing Perspectives on Mass Communication in Central and Eastern Europe", *Media, Culture And Society* 16(2): 271-93.

James, M.L. et al. (1995) "An exploratory study of the perceived benefits of electronic bulletin board use and their impact on other communication activities " *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 39 (1)

Jankowski, N. et al, (1998) *Media in their own hands. training citizen groups in video production techniques.* Paper presented at 16th General Assembly and Conference of IAMCR, Barcelona.

Katz, E. (1972) "Platforms and Windows: Broadcasting's Role in Election Campaigns". In: D. McQuail (Ed.) *Sociology of Mass Communications. Selected Readings.* Harmondsworth: Penguin Books.

Katz, E. (1992) "The End of Journalism? Notes on Watching the War". *Journal of Communication* 42(4): 5-14.

Keane, John (1991) *The Media and Democracy.* Cambridge: Polity Press.

Keane, John (1993) *Democracy and Media. Without Foundation.* In: O. Manaev, Y. Pryliuk (Eds.) *Media in Transition: From Totalitarianism to Democracy* (pp. 3-24). Kiev: Abris.

Klapp, O. (1982): "Meaning Lag in the Information Society", *Journal of Communication*, Vol. 32, No. 2.

Lewis, P.B. (1984) (Ed.) *Media for People in the Cities. A Study of Community Media in the Urban Context.* Paris: Unesco.

McQuail, D. (1987) *Mass Communication Theory. An Introduction.* London: Sage Publications.

McQuail, D. (1992) *Media Performance. Mass Communication and the Public Interest.* London: Sage Publications.

Murdock, G. (1996) "Rights and Representations: Public Discourse and Cultural Citizenship". (In) J. Gripstrud (Ed.) *Media and Knowledge. The Role of Television.* Bergen. Department of Media Studies, University of Bergen.

Murdock, G., Golding P (1989) "Information Poverty and Political Inequity: Citizenship in the Age of Privatized Communications". *Journal of Communication* 3(39) 180-95

Oledzki, J (1994) Towards the Democratisation of Mass Communication
Paper presented at IAMCR Conference, Prague, August

Roszak, T (1986) The Cult of Information New York Pantheon Books.

Saito, M. (1995) "The social mission of multimedia and broadcasting: the case for coexistence" *InterMedia* Vol 23 (1).

Scannell, P. (1989) "Public Sphere Broadcasting and Modern Public Life" .
Media, Culture and Society, Vol 11, Number 2: 135-66.

Sepstrup, P. (1987) " Media Policy in a World of Changing Media Patterns"
(In:) A. Smudits, (Ed.) *New Media: A Challenge to Cultural Policies*. Wien:
VWGO.

Shils, E. (1994) *Co to jest społeczeństwo obywatelskie. Rozmowy w Castel Gandolfo*. Krakow: Społeczny Instytut Wydawniczy Znak.

Tracey, M (1994) "A civics model or a circus model: which will prevail?"
InterMedia 22 (3).

Voorhoof, D. (1995) *Critical Perspectives on the Scope and Interpretation of Article 10 of the European Convention on Human Rights* Mass Media Files No. 10. Strasbourg: Council of Europe Publishing.

White, P.R. (1994) "Fragmentation of news-fragmentation of politics?"
InterMedia 22 (3).

Williams, R. (1968). *Communications*. Harmondsworth: Penguin Books.

Winsbury, R. (1994) " The electronic newspaper: no longer just a gizmo, but fundamental to the survival of the newspaper industry?" *InterMedia* 22 (1).

Winsbury, R. (1995) " Who stands at the gateway to the information super-highway? *InterMedia* 23 (2).

Wolton, D. (1990) "Political Communication: The Construction of a Model"
European Journal of Communication. 5 (1). 9-28.

Գլուխ երկրորդ

Լրասվամիջոցների ազատության ու անկախության երաշխիքները

*Պրոֆ. Նիրս Կուրհուֆ,
Գեոթ համալսարան, Բեռլին*

1. Նախաբան

Մամուլի ազատության ճնշումը դասմության մեջ

Տասնհինգերորդ դարում Եվրոպայում տպագիր մամուլի հայտնագործումից ի վեր այն վերահսկել է հզոր վերնախավը: Պետությունը (եւ կամ եկեղեցին) վերահսկում էր կարծիքների եւ տեղեկատվության փոխանակությունը քաղաքական, կրոնական, մշակութային ու գիտական ոլորտներում: Մամուլը դիտվում էր իբրեւ գերիշխող կամ բացարձակապետ վերնախավի իշխանության գաղափարախոսության եւ օրինականության հզորացման միջոց: Պետության կողմից հասարակական հարողակցության նկատմամբ վերահսկողության հիմնական լծակները գրաքննությունն ու նախնական արգելքն էին, հրատարակիչներին շնորհվող մոնոպոլիստական արտոնագրումն ու թերթերի վրա դրվող հարկերը («դրոշմանիշի հարկը»), պետական, քաղաքական կամ կրոնական վերնախավի՝ տպագիր քննադատության դաժան ճնշումը, ընդդիմադիր թերթերի բռնագրավումը, բանտարկությունը, արքայը եւ անգամ մահապատիժը այն հրատարակիչների, հեղինակների ու լրագրողների նկատմամբ, ովքեր պատասխանատվության էին կանչվում պետությանը վնասող կամ կառավարությանն ու եկեցուն թշնամաբար տրամադրված ապօրինի հրատարակությունների կամ հոդվածների համար:

Արտահայտման ազատությունն իբրեւ մարդու իրավունք

Տասնյոթ եւ տասնութերորդ դարերի սահմանագլխին նոր քաղաքական տեսությունների եւ լուսավորության դարաշրջանի փիլիսոփայու-

թյան ազդեցությամբ առաջ եկան որոշ գաղափարներ այն մասին, թե ինչու է մամուլի ազատությունն անհրաժեշտ բռնատիրության ու մարդկանց ճնշման դեմ պայքարում (Մալինոզա, Ջ Միլթոն, Ջ Լոք) Սոցիալական ու քաղաքական պայքարի մի որոշ շրջանից հետո էր միայն, որ տասնութերորդ դարի վերջին թե Եվրոպայում, եւ թե Ամերիկայի Միացյալ Նահանգներում իրավապես ճանաչվեցին արտահայտման ազատությունն ու մամուլի ազատությունը՝ իբրեւ ժողովրդական հասարակության մեջ արմատական իրավունքներ:

Վիրջինիայի նահանգի 1776 թվականին ընդունված «Իրավունքների Հռչակագրի» հոդված 12-ն ասում էր. «Մամուլի ազատությունը ազատության գլխավոր ամրոցն է, որ միայն բռնատիրական իշխանությունը կարող է սահմանափակել»: Խոսքի եւ մամուլի ազատությունն ամրագրված էր նաեւ ԱՄՆ Սահմանադրության Առաջին ուղղմամբ (1791), Ֆրանսիայի "Declaration de Droits de l'Homme et du Citoyen"-ում (1789), Շվեդիայում «Մամուլի ազատության «արքայական հրամանագրով» (1766, Tryckfrihestforordningen), ինչպես նաեւ տասնիններորդ դարի առաջին կեսին Եվրոպայի խորհրդարանական այնպիսի ժողովրդավարական երկրներում, ինչպես օրինակ՝ Հոլանդիայում (1815) եւ Բելգիայում (1831): 1789 թվականի ֆրանսիական հռչակագրի 11-րդ հոդվածը ընդգրկված է ֆրանսիական սահմանադրության ներածականում (1958), որ հայտարարում է. «Գաղափարների ու կարծիքների ազատ փոխանակությունը մարդու ամենաթանկագին իրավունքներից մեկն է: Հետեւաբար, ամեն քաղաքացի կարող է խոսել, գրել եւ հրատարակել ազատորեն, թեւ կարող է օրենքով սահմանված պատասխանատվություն կրել այդ ազատության չարաշահման համար»: Բելգիական Սահմանադրության 25-րդ հոդվածը (1831) վճռականորեն հաստատում է, որ «Մամուլն ազատ է: Գրաքննությունը բացարձակապես անթույլատրելի է (...): Գերմանական Հիմնական օրենքի (Grundgesetz) 5-րդ հոդվածը նմանապես երաշխավորում է, որ «գրաքննություն չի լինելու»: Ավելի վերջերս ընդունված սահմանադրություններում եւս համանման երաշխիքներ կան հոգուտ մամուլի ազատության, ինչպես՝ սլովենյան սահմանադրության (1991) 39-րդ հոդվածի առաջին պարբերությունը. «Մտքի արտահայտման ազատությունը, խոսքի, հրապարակայնորեն հավաքվելու ազատությունը, մամուլի ազատության, հասարակական հաղորդակցության եւ արտահայտման այլ ձեւերի հետ միասին երաշխավորվում է: Յուրաքանչյուր անձ ազատ է տեղեկատվություն եւ կարծիքներ ժողովել, ստանալ ու փոխանցել»:

Թեև միշտ էլ լարվածություն է գոյություն ունեցել արտահայտման ազատության սահմանադրական երաշխիքների եւ պետական իշխանության միջնտության իրողության միջեւ, սակայն, առնվազն Եվրոպայում, համընդհանուր միտում կա դեպի ավելի բարձր մակարդակի մամուլի եւ հասարակական հաղորդակցման ազատությունը: Շնորհիվ այս սահմանադրական երաշխիքների՝ լրատվամիջոցների բովանդակության եւ հասարակության մեջ տեղեկատվության հոսքի նկատմամբ պետական միջամտությունը սահմանափակ է:

Արտահայտման ազատությունն ու դեմոկրատիան

Քսաներորդ դարավերջին արտահայտման եւ տեղեկատվության ազատությունը ընդհանրապես համարում են ժողովրդավարական հասարակության առաջնահերթ սկզբունքներից մեկը, ինչպես նաեւ այդ հասարակության ու յուրաքանչյուր անհատի զարգացման կարեւորագույն նախապայմանը: Ազգային եւ միջազգային օրենքները «պետության միջամտությունից կամ գրաքննությունից պաշտպանում են մամուլի ազատությունը»: Մի շարք օրենքներ ուղղված են ազատ ու այլախոհ լրատվամիջոցների պաշտպանությանը: Իրավական դաշտ է մշակվում երաշխավորելու տեղեկատվության եւ լրահավաքման մատչելիությունը:

Որոշ օրենքներ պաշտպանում են լրագրողի աշխատանքը (աղբյուրների գաղտնիության պաշտպանությունը, պրոֆեսիոնալ լրագրողի իրավական պաշտպանությունը): Ֆրանսիական Քրեական օրենսգրքում, օրինակ, նշված է. «յուրաքանչյուր լրագրող, ով հանդես է գալիս իբրեւ վկա՝ լրագրողական գործունեության ընթացքում իր հավաքած տեղեկատվության վերաբերմամբ, իրավունք ունի չբացահայտելու իր աղբյուրները» (հոդված 109, պարբերություն 2): Միաժամանակ Հոդված 563-ի երկրորդ պարբերության մեջ նշված է. «Մամուլի կամ հեռալրատվական ընկերության տարածքը խուզարկել կարող են միայն դատավորը կամ պետական դատախազը, որոնք պետք է ջանան, որ հետազոտությունը չվտանգի լրագրողի մասնագիտության ազատ իրագործումը կամ անարդարացիորեն հետաձգի տեղեկատվության տարածումը»:

Լրագրողական աղբյուրների պաշտպանությունը վավերացված է նաեւ Միացյալ Թագավորության Դատարանի նկատմամբ անհարգալից վերաբերմունքի մասին 1981 թվականի օրենքի 10-րդ հոդվածով «Ոչ մի դատարան որեւէ անհատից չի կարող պահանջել բացահայտել

իր աղբյուրները, եւ ոչ մէկը չի կարող հրատարակված տեղեկատվության աղբյուրները չբացահայտելու համար մեղադրվել դատարանի նկատմամբ անհարգալից վերաբերմունքի մեջ, որի համար նա պատասխանատու է, եթե միայն դատարանը չհաստատի, որ նման բացահայտումը անհրաժեշտություն է՝ հանուն արդարության, ազգային անվտանգության կամ անկարգությունների ու հանցագործության կանխման»։ Գերմանական մամուլի օրենքները բացահայտ կերպով պաշտպանում են լրագրողական աղբյուրները մի արտոնություն, որն արտացոլված է գերմանական քաղաքացիական օրենսգրքում եւ առանձնապես՝ քրեական օրենսգրքում (Հոդվածներ 53,97, 103, 111). Գերմանիայում լրագրողական աղբյուրների պաշտպանությունը որակվում է իբրեւ «Zeugnisverweigerungsrecht der Mitarbeiter von Presse und Rundfunk» Լրագրողական աղբյուրների պաշտպանության իրավական չափանիշներ առաջադրող այլ երկրներից են Ավստրիան, Ֆինլանդիան, Լիտվան, Նորվեգիան, Լեհաստանը, Պորտուգալիան, Իսպանիան, Շվեյցարիան եւ Շվեդիան:

Շատ երկրներում լրատվամիջոցները պետական օժանդակություն են ստանում: Նորաստեղծ թերթերին կամ արդեն գոյություն ունեցող լրագրերին, ինչպես նաեւ բազմախոհությանը նպաստելու համար գոյություն ունեն անմիջական օժանդակության տարբեր ձեւեր՝ ընդհանուր կամ ընտրովի, երկարաժամկետ կամ պարբերական, ներդրման սուբսիդիաներ, թերթերի առաքման սուբսիդիաներ, լրագրողների ուսուցման միջոցներ: Գոյություն ունեն նաեւ անուղղակի աջակցության միջոցներ, ինչպես՝ թերթերի համար նվազեցված կամ զրոյական ԱԱՀ - ը, լրատվամիջոցներում ներդրումներ կատարելու խրախուսման ֆիսկալ մեթոդները, բաշխման եւ հեռահաղորդակցության հատուկ վարձավճարները, եւ այլն: Միավորման օրենքը կամ հակակենտրոնացման օրենսդրությունն ու թափանցիկության պահանջները կառուցված են դիմադարձելու կոնգլոմերատների առաջացումը կամ ղեկավար դիրքերի չարաշահումները: Որոշ երկրներում օրենքը կանոնակարգում է պատասխանի կամ հերքման (ուղղման) իրավունքը՝ իբրեւ մամուլի (ազատության) ուղղորդիչ: Շատ երկրների սահմանադրությամբ երաշխավորված է տեղեկատվության մատչելիության հասարակական իրավունքը: Պետական փաստաթղթերի, դատական, օրենսդրական գործառնությունների, վարչական փաստաթղթերի մատչելիությունն ու բացահայտումը արդյունավետ կերպով ապահովելու համար Եվրոպական երկրների մեծամասնությունը նույնպես հատուկ օրենքների համակարգ ունի: Նման օրենսդրությունը կարող է խիստ օգտակար լինել իշխանությունների հանդեպ տարվող հետախուզական կամ քննադատական լրատվության ասպարեզում

Պետական հեռալրատվական մոնոպոլիաներն արգելված են, իսկ մասնավոր ազգային, շրջանային կամ տեղական ռադիո եւ հեռուստատեսային կազմակերպություններին հեռահաղորդման ազատությունը երաշխավորված է՝ արտոնագրման համակարգի վերապահումով: Տեսալսողական ոլորտում առաջ եկող ամեն տեսակ կարգավորող կամ քիչ թե շատ անկախ մարմինները մասամբ իրենց ձեռքն են առել հեռալրատվության արտոնագրման ու վերահսկողության պետական իշխանությունը:

Բոլոր այս միջոցներն ու օրենքները հարկ է դիտել իբրև տարախոհ լրատվական միջավայրի գործառույթներ ուղղված արտահայտման եւ տեղեկատվության ազատության, ինչպես նաեւ հասարակական նշանակության հարցերի շուրջ ("res publica") պատշաճ տեղեկացվելու հասարակության իրավունքի զարգացմանը.

Լրատվամիջոցների ազատությունը բացարձակ չէ

Չնայած այն բանին, որ եվրոպական երկրներում արտահայտման եւ տեղեկատվության ազատությունը սկզբունքային հարց է, սակայն գոյություն ունեն գանազան օրենսդրական ակտեր (եւ դրանց գործադրման իրավական միջոցներ), որ սահմանափակում են արտահայտման ու լրատվամիջոցների ազատությունը:

Ինչպես գերմանական Հիմնական օրենքի (Grundgesetz) 5-րդ հոդվածի 1-2-րդ պարբերության մեջ է նշված «(1) Յուրաքանչյուրն իրավունք ունի ազատ կերպով արտահայտել իր կարծիքը խոսքով, գրավոր կամ պատկերներով, եւ ազատորեն տեղեկատվության ստանալ ընդհանուր առմամբ մատչելի աղբյուրներից. Մամուլի եւ ռադիոյով ու ֆիլմերով լրատվության ազատությունը երաշխավորված է: Գրաքննություն չի լինելու: (2) Այս իրավունքները սահմանափակված են ընդհանուր օրենքում շարադրված պայմաններով ու սահմանված օրենքներով ուղղված երիտասարդների պաշտպանությանն ու անձնական պատիվը հարգելու պարտավորությանը»:

Հոլանդիայի Սահմանադրության 7-րդ հոդվածի 1-ին պարբերությունը համանման ձեւով մի կողմից սահմանում է այդ սկզբունքը, մյուս կողմից՝ արտահայտման ազատության սահմանափակման հնարավորությունը. «Ոչ մեկը պարտավոր չէ մամուլի միջոցով իր կարծիքն արտահայտելու համար նախապես արտոնություն վերցնել որ ենթակա է յուրաքանչյուրի պատասխանատվությանն օրենքի առջեւ» (Տես նաեւ ֆրանսիական Հոչակագրի վերը մեջբերված 11-րդ հոդվածը):

Քոլոր երկրներում գործում են օրենքով սահմանված մի շարք սահմանափակումներ, որ հիմնավորվում են ազգային անվտանգության կամ հասարակական կարգուկանոնի նկատառումներով Կարելի է ներկայացնել երեք օրինակ.

Հունական Քրեական օրենքի 191-րդ հոդվածի 1-ին պարբերությունն ասում է «Քաղաքացիների մեջ անհանգստություն կամ վախ առաջացնելու եւ կամ պետության նկատմամբ վստահությունը (.) կամ երկրի միջազգային հարաբերությունները խաթալելու նպատակով որեւէ կերպ կեղծ տեղեկատվության կամ ասեկոսեներ տարածելը հանցագործություն է, որ պատժվում է ոչ պակաս, քան երեք ամսվա բանտարկությանը ու տուգանքով»:

Հոլանդիայի Քրեական օրենսգրքի 98-րդ հոդվածը. «Որեւէ մեկը, որ դիտավորյալ կերպով փոխանցում կամ որեւէ անձի կամ կազմակերպության (որ իրավասու չէ իմանալ այդ մասին,) տրամադրության տակ է դնում այնպիսի տեղեկատվության, որի գաղտնությունը պետության կամ դրա դաշնակիցների շահերից ելնելով պետք է պահպանել, կամ այնպիսի նյութ է տրամադրում, որից հնարավոր է նման տեղեկություն կորզել, ենթակա է մինչեւ վեց տարվա ազատազրկման կամ տուգանքի (...):»:

Թուրքիայի Քրեական օրենքի 142-րդ հոդվածը. «Որեւէ կերպ կամ որեւէ անվան տակ որեւէ սոցիալական խավի գերիշխանությունը հաստատելու նպատակով, որեւէ սոցիալական խավի անհետացմանը նպաստող, երկրի արմատական սոցիալական կամ տնտեսական կարգը տապալելուն կամ երկրի քաղաքական ու իրավական համակարգը ոչնչացնելուն ուղղված քարոզչություն տարածելը հանցագործություն է, որը պատժվում է հինգից տասը տարի ազատազրկմամբ»:

Որոշ երկրների օրենսդրության մեջ արտահայտման ազատությունը սահմանափակված է իշխանության կամ դատական համակարգի անկախության պաշտպանության նպատակով: Այս տեսակետից հայտնի է Միացյալ Թագավորության 1981 թվականի Դատարանի հանդեպ անհարգալից վերաբերմունքի մասին օրենքը: Նույն տեսակետից Ֆրանսիայի Քրեական օրենքի 226 հոդվածը նշում է. «Որեւէ մեկը, որ իր գործողություններով կամ գրավոր կամ բանավոր խոսքով հրապարակայնորեն փորձում է վարկաբեկել դատարանի որեւէ գործողությունը կամ կայացրած վճիռը, այնպես որ դա կարող է ազդել դատավորների հեղինակության կամ անկախության վրա, ենթակա է բանտարկության () եւ տուգանքի (.)»:

Անվանարկում (Վիրավորանք). Ավստրիական Քրեական օրենքի 111-րդ հոդվածի 1-ին պարբերությունը «Որեւէ մեկը, որ մեկ ուրիշին

արգահատելի հատկանիշներ կամ զգացմունքներ է վերագրում (այնպիսի ձեռով, որ երրորդ անձի համար նկատելի է) կամ մեղադրում է բարոյականության կամ պատվի նորմերին հակառակ վարքի մեջ, այնպես, որ դա տվյալ անձին նվաստացնում կամ վարկաբեկում է հասարակության աչքում, ենթակա է բանտարկության մինչև վեց ամիս ժամանակով կամ տուգանքով(..)»:

Ռասայական ատելություն կամ ատելության սերմանում. ռասիզմի եւ օտարների նկատմամբ ատելության մասին 1981 թվականի հուլիսի 30-ի բելգիական օրենքով «մեկ ամսից մեկ տարվա բանտարկություն ու տուգանք» է սահմանված հետեւյալի համար.

1. Որեւէ անձի կողմից Քրեական օրենսգրքի 444-րդ հոդվածին համապատասխան, այսինքն՝ ռասայի, գույնի, ծագման, ազգային կամ էթնիկական պատկանելությունից ելնելով «հրապարակայնորեն» որեւէ մեկի հանդեպ խտրականություն, ատելություն ու բռնություն սերմանելու,

2. Որեւէ անձի կողմից Քրեական Օրենսգրքի 444-րդ հոդվածի հանգամանքներում որեւէ խմբի, համայնքի կամ դրա անդամների ռասայի, գույնի, ծագման, ազգային կամ էթնիկական պատկանելությունից ելնելով դրա անդամների (ոմանց) հանդեպ (...) խտրականություն, ատելություն ու բռնություն սերմանելու համար:

Հասարակական բարոյականություն. Շվեյցարական տույժերի (փոխհատուցման) օրենսգրքի 204 հոդվածի 1-ին պարբերությունը. «Որեւէ մեկը, ով ստեղծում կամ իր տնօրինության տակ պահում է վաճառքի, տարածման կամ հրապարակային ցուցադրության համար նախատեսված որեւէ գրավոր նյութ, նկարներ կամ ֆիլմեր կամ այլ առարկաներ, որոնք անպարկեշտ են, կամ նա, ով վերոհիշյալ նպատակներով ներմուծում, փոխադրում կամ արտահանում է այդպիսի նյութեր կամ որեւէ ձեռով դրանք շրջանառության մեջ է դնում, կամ նա, ով բացահայտորեն կամ գաղտնապես զբաղվում է դրանց վաճառքով կամ հրապարակայնորեն տարածում կամ ցուցադրում է դրանք կամ իբրեւ վաճառքի ապրանք տրամադրում է վարձակալության, կամ նա, ով նման արգելված շրջանառությունը կամ առետուրը դյուրացնելու նպատակով որեւէ կերպ ծանուցում կամ տեղեկացնում է դրանց մասին՝ ենթակա է բանտարկության կամ տուգանքի»:

Արտահայտման կամ մամուլի ազատության վրա դրված որոշ սահմանափակումներ նախատեսված են մարդկային այլ իրավունքների,

ինչպես առանձնության, արդար դատի կամ անմեղության կանխավարկածի իրավունքների պաշտպանության համար

Հռոմեական սահմանադրության 30-րդ հոդվածի 6-րդ պարբերությունն, օրինակ հայտարարում է. «Արտահայտման ազատությունը չպետք է ոտնահարի անհատի արժանապատվությունը, պատիվը, առանձնության իրավունքը կամ սեփական կերպարի հանդեպ վերջինիս իրավունքը»

Ավստրիական մամուլի օրենքի (Mediengesetz) 23-րդ հոդվածը, մասնավորապես, առնչվում է արդար դատի իրավունքին: «Որեւ մեկը, ով ձեռքակալությունից հետո մինչեւ քրեական վարույթի վերջը քննարկում է դատավարության հնարավոր ելքը կամ հանցանշաններին գնահատական է տալիս այնպես, որ դա կարող է ազդել դատավարության ընթացքի վրա, դատարանի կողմից ենթակա է պատժվելու մինչեւ 180-օր տուգանքի չափով»:

Որոշակի կանոններ նպատակամղված են պաշտպանելու երեխաների շահերը, մանավանդ՝ ֆիլմերի ու տեսաժապավենների առնչությամբ: Բնորոշ օրինակ են Միացյալ Թագավորության 1984 թվականի տեսաձայնագրության օրենքը, 1920 թվականին սեպտեմբերի 13-ի բելգիական օրենքը, որի համաձայն մինչեւ 16 տարեկան դեռահասներին արգելված է մտնել կինոթատրոն (եթե ֆիլմը հանձնաժողովի կողմից չի գնահատված որպես երեխաներին պատշաճ կինոնկար) Եվրոպական Միության անդամ երկրները եւս իրենց ազգային հեռահաղորդման օժտությունների մեջ ստիպված են հատուկ օրենքներ մտցնել դեռահասների պաշտպանության համար. Հեռուստատեսային կանոնակարգի 22-րդ հոդվածի 1-2 -րդ պարբերության մեջ ասված է.

«1. Անդամ երկրները պարտավոր են համապատասխան միջոցներ ձեռնարկել, որպեսզի իրենց իրավասության տակ գտնվող հեռուստատեսային ծրագրերն ու հեռարձակողները չընդգրկեն որեւէ հաղորդում, որ կարող է լրջորեն վտանգել դեռահասների ֆիզիկական, մտավոր կամ բարոյական զարգացումը, մասնավորապես՝ այնպիսիք, որոնք պոռնոգրաֆիա կամ անհարկի բռնություն են պարունակում:

2. Առաջին պարբերության մեջ նշված միջոցները տարածվում են նաեւ այլ ծրագրերի վրա, որոնք կարող են վտանգել դեռահասների ֆիզիկական, մտավոր կամ բարոյական զարգացումը, բացառությամբ այն դեպքերի, երբ հաղորդման ժամանակն այնպես է ընտրված կամ որեւէ այլ տեխնիկական միջոցով այնպես է արված, որ հեռարձակման տա-

լածքում դեռահասները սովորաբար չտեսնեն կամ չլսեն այդ հաղորդումները»

Հակառակ Եվրոպական երկրներում մամուլի եւ արտահայտման ազատության օգտին գոյություն ունեցող սահմանադրական ու օրենսդրական երաշխիքների, ազատ մամուլի բուն գործունեությունը, որ բացահայտորեն քննադատում է կառավարությանը, պետական պաշտոնյաներին, հզոր քաղաքական կուսակցություններին կամ սոցիալ-տնտեսական խավերին, կարող է վտանգված լինել: Ազգային անվտանգության կամ հասարակական կարգի պաշտպանության մասին սահմանափակող օրենքները կամ դատական իշխանության պաշտպանության ու անվանարկման օրենսդրությունը կարող են ի չարս գործածվել քննադատության ու հետազոտական լրագրության դեմ

Մեկ այլ վտանգ է ներկայացնում շուկան. շուկայական մրցակցությունը մամուլի ձեռնարկությունների հսկայական ցանց ու այլազան լրատվամիջոցներ ընդգրկող կոնցեռնների ծնունդ է տվել Դրա գերագույն տնտեսական նպատակը հնարավոր նվազագույն ծախսերով հնարավոր առավելագույն լսարան ապահովելն է, որից լրատվության բովանդակությունը շեղվում է տարախոհությունից եւ հակվում համահարթեցման, թեթեւ զվարճալի հաղորդումների, մարդկային հետաքրքրություն ներկայացնող լրատվության ու զգայացունց յուրերի, երբ թանձր գույներով ներկայացվում են հանցագործություններն ու բռնությունը: Նպատակը ոչ թե տեղեկատվության որակն է, այլ լսարանի առավելագույն ընդգրկումը:

Հետագայում մենք կանդրադառնանք պետական միջամտության, ինչպես նաեւ արտահայտման ու մամուլի ազատության հետ կապված իրավական խնդիրներին, իսկ 5-րդ գլխում Քերոլ Յակուբովիչը կվերլուծի «լրատվամիջոցների տնտեսագիտությունը»: Մամուլի ազատության եւ ժողովրդական հասարակարգի միջեւ իրավական դաշտը կներկայացվի արտահայտման ու տեղեկատվության ազատության տեսանկյունից այնպես, ինչպես այն երաշխավորված է «Եվրոպական Մահմանադրության» ու Մարդու իրավունքների Եվրոպական կոնվենցիայի դրույթներում:

2. Մարդու իրավունքների եվրոպական կոնվենցիան եւ արտահայտման ու տեղեկատվության ազատությունը

Եվրոպական կոնվենցիան եւ 10-րդ հոդվածը

Երկրորդ Համաշխարհային պատերազմի ավարտից շատ չանցած ընդունվեց Մարդու իրավունքների եվրոպական կոնվենցիան իբրեւ արձագանքը Եվրոպայի* ներկայիս եւ անցյալի իրադարձությունների Դրա ծագումը պայմանավորված էր կոմունիզմի եւ ֆաշիզմի դեմ պատվար ստեղծելու մղումով, նաեւ՝ Եվրոպայում մարդու իրավունքների ոտնահարումով: Կոնվենցիան հզոր ստիպողական մեխանիզմներ էր որդեգրել, որպեսզի արդյունավետ կերպով անդամ երկներին ստիպի հարգել ժողովրդավարության սկզբունքներն ու անհատի մարդկային իրավունքները: Կոնվենցիայի պաշտպանած մարդու հիմնարար իրավունքներից մեկը տեղեկատվության ու արտահայտման ազատությունն է: Այն որպես հիմնարար իրավունք անհրաժեշտ նախապայման է համարվում մարդու իրավունքների եւ իրական ժողովրդավարության զարգացման համար:

Այդ իրավունքը երաշխավորվում է Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածով, որտեղ նշված է.

1. Յուրաքանչյուր ոք իրավունք ունի ազատորեն արտահայտել իր կարծիքը: Այդ իրավունքը ներառում է իր կարծիքին մնալու, տեղեկություններ եւ գաղափարներ ստանալու եւ տարածելու ազատությունը՝ առանց պետական մարմինների միջամտության եւ անկախ պետական սահմաններից Այս հոդվածը պետություններին չի խոչընդոտում ռադիոհաղորդումների, հեռուստատեսային կամ կինեմատոգրաֆիկական ձեռնարկությունների լիցենզավորում մտցնել:

2. Այդ ազատությունների իրականացումը, որը պարտավորություններ ու պատասխանատվություն է դնում, կարող է կապված լինել ձեռակառնությունների, պայմանների, սահմանափակումների կամ տուգանման պատժահրահանգների հետ, որոնք նախատեսված են օրենքով եւ անհրաժեշտ են ժողովրդավարական հասարակության մեջ՝ ի շահ պետական անվտանգության, տարածքային ամբողջականության կամ հասարակական անդորրի, անկարգություններն ու հանցագործություն-

* Երկայումս 43 երկրներ են միացել Եվրոպայի խորհրդին Դրանք են Ալբանիան, Անդորան, Գայաստանը, Ադրբեջանը, Ավստրիան, Բելգիան, Բուլղարիան, Վրաստանը, Խորվաթիան, Կիպրոսը, Չեխիայի Հանրապետությունը, Դանիան, Էստոնիան, Ֆինլանդիան, Ֆրանսիան, Երմանիան, Հունաստանը, Հունգարիան, Իսլանդիան, Իռլանդիան, Լատվիան, Լիխտենշտայնը, Լիտվան, Լյուքսեմբուրգը, Մալթան, Մոլդավիան, Հոլանդիան, Նորվեգիան, Լեհաստանը, Պորտուգալիան, Ռումինիան, Ռուսաստանը, Սան Մարինոն, Սլովակիան, Սլովենիան, Իսպանիան, Շվեյցարիան, Նախկին հարավսլավական Մակեդոնիայի Հանրապետությունը, Թուրքիան, Ուկրաինան եւ Սիացյալ Թագավորությունը

ները կանխելու, այլ անձանց առողջությունն ու քարոշականությունը սլաշտպանելու, այլ անձանց վարկը կամ իրավունքները պաշտպանելու, գաղտնի ստացված տեղեկության հրապարակումը կանխելու կամ արդարադատության հեղինակությունն ու անաչառությունը ապահովելու նպատակով.

Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի կառուցվածքն առաջին հայացքից պարզորոշ կերպով տարբերվում է Միացյալ Նահանգների սահմանադրության առաջին ուղղման բացարձակ դրույթներից, որի համաձայն մամուլի կամ խոսքի ազատությունը սահմանափակման ենթակա չէ. «Կոնգրեսը չի կարող ընդունել,- ասում է ուղղումը,- ... խոսքի կամ մամուլի ազատությունը սահմանափակող օրենք (..)»: Չնայած պետական (կառավարության, խորհրդարանի կողմից, եւ այլն) միջամտության նկատմամբ սահմանված այս անվերապահ արգելքին, խոսքի եւ հրատարակչական գործունեության ազատությունը Միացյալ Նահանգներում այնքան է բացարձակ չէ. Երբեմն կառավարությունն իրավասու է արգելել այնպիսի խոսքի տարածումը, որ սպառնում է ազգային անվտանգությանն ու հասարակական կարգուկանոնին.* Ավելի հաճախ խոսքը պատժվում է տարածման փաստից հետո գրավոր կամ բանավոր ձեռով վնաս հասցրած լինելու համար: Սակայն սկզբունքը խոսքի եւ մամուլի ազատությունն է: Սահմանափակումներն ու արգելքները պետք է բացառություն կազմեն: Միացյալ Նահանգների գերագույն դատարանի նախադեպային օրենքի համաձայն՝ քաղաքական, մշակութային ու սոցիալական արտահայտությունները առավելագույն ազատություն են վայելում: Սահմանափակումները թույլատրելի են միայն այն դեպքում, երբ առկա են վերահաս վտանգի օբյեկտիվ փաստեր («ակնհայտ ու այժմեական վտանգի դրույթը»):

Եվրոպական կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածն, այդուհանդերձ, Եվրոպական իրավական դաշտում խիստ համանման երաշխիքներ է գործադրում՝ հոգուտ խոսքի ու մամուլի ազատության: 10-րդ հոդվածի առաջին պարբերությունը հաստատում է սկզբունքը. պետական իշխանություններին արգելված է միջամտել քաղաքացիների եւ մամուլի՝ արտահայտման ու տեղեկատվության ազատությանը: Երկրորդ պարբերությամբ պետությանը վերահսկողության ու սահմանափակման զանազան արտոնություններ են ընձեռվում, սակայն միայն բացառիկ հանգամանքներում ու խիստ առանձնահատուկ պայմաններում: Պետական իշխանությունների (կառավարության, ղեկավարության, ոստիկա-

* Մմիթ, Ս Ռ (խմ) «Ինչպես լռեցնել ընդդիմությունը Արտահայտման ազատության ճնշման կառավարական մարտավարությունը», Օլբանի, Նյու Յորք Փրես պետական համալսարան, 1996, Միդլթոն, Կ Ռ եւ Չամբերլեյն, Բ Ֆ «Հասարակական հաղորդակցության օրենքը», Նյու Յորք եւ Լոնդոն, Լոնգման, 1992

նության, դատարանի, եւ այլն) կողմից որեւէ միջամտություն օրինական է այնքանով, որքանով որ այն «անհրաժեշտ է ժողովրդավարական հասարակության մեջ» Այլ կերպ ասած՝ նման միջամտության համար անհրաժեշտ է «սոցիալական հրատապ անհրաժեշտության» առկայությունը Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածը, ի տարբերություն Միացյալ Նահանգների սահմանադրության առաջին ուղղման, իր մեջ ներառում է այն սկզբունքներն ու հիմունքները, որ անհրաժեշտ են հավասարակշռելու խոսքի եւ մամուլի ազատությունը ի դեմս մարդու այլ էական իրավունքների: ¹¹

Տարիների ընթացքում, եւ հատկապես 1990 թվականից սկսած, ՄԻԵԿ-ի 10-րդ հոդվածի առնչությամբ Եվրոպական Դատարանում նախադեպային իրավունքի բավական ստվար փորձ է կուտակվել: Եվրոպայի Խորհրդի եւ անդամ երկրների իրավական դաշտում լրատվամիջոցների օրենքը, հեռարձակման կանոնները եւ լրագրողական ազատության դրույթները զարգանում ու իրագործվում են Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի շրջանակներում: Հաճախ շեշտվում է, որ 10-րդ հոդվածը ոչ միայն երաշխավորում է արտահայտման ու տեղեկատվության հիմնարար ազատությունը որպես այդպիսին, այլեւ նպաստում եւ անգամ երաշխավորում է Մարդու իրավունքների եվրոպական կոնվենցիայի իրավական դաշտի շրջանակներում նաեւ այլ արմատական իրավունքների իրագործումը:

10-րդ հոդվածի կիրառությունն անդամ երկրներում եւ դրա վերահսկողությունը Եվրոպական հանձնաժողովի ու Եվրոպական դատարանի կողմից

10-րդ հոդվածը իբրեւ Եվրոպական կոնվենցիայի մաս, հարկադրող իրավական լծակ է անդամ երկրների համար: Առաջին հոդվածն անդամ երկրներից պահանջում է իրենց իրավասության տակ եղող յուրաքանչյուր անձի համար ապահովել Կոնվենցիայի երաշխավորած իրավունքներն ու ազատությունները: Սկզբունքորեն Կոնվենցիայի իրավունքներն ու ազատությունները կարող են գործադրվել անմիջականորեն կանխելով ազգային դատարաններին (Կոնվենցիայի ինքնագործադիր բնույթը, Կոնվենցիայի ներքին եւ անմիջական ազդեցությունը անդամ երկրների վրա): Կոնվենցիայի արդյունավետ գործունեության համար սա կարեւոր նախադրյալ է, մասնավորապես այն երկրների համար, որ չունեն իրենց սեփական իրավունքների հոչակագիրը կամ որտեղ սահմանադրությամբ մարդու իրավունքների պաշտպանության ավելի ցածր մակարդակ է ապահովված

Կոնվենցիայի գործադրումն անդամ երկրներում միաժամանակ վերահսկում են նաեւ Կոնվենցիայի ատյանները Մարդու իրավունքների եվրոպական հանձնաժողովը, Նախարարների կոմիտեն եւ Մարդու ի-

րավունքների եվրոպական դատարանը Ողջ տեղական միջոցների սլաշարը սպառելուց հետո կարելի դիմում հղել Հանձնաժողովին. Որեւէ անձ կամ մարդկանց խումբ, որ հայտարարում է, թե իր իրավունքները ոտնահարված են, դիմում է Հանձնաժողովին, որն իրավասու է հայցը փոխանցել դատարան կամ իր զեկույցն ուղարկել Նախարարների կոմիտե. Վերջին երկու ատյանների որոշումները միջազգային օրենքում պարտադիր բնույթ ունեն: Եթե Եվրոպական դատարանը որոշում է, որ խախտված են Կոնվենցիայով երաշխավորած մարդկային իրավունքները, ապա դա կարող է համապատասխան փոփոխություններ առել* տվյալ երկրի ներքին օրենքների, վարչական պրակտիկայի կամ ազգային իրավագիտության մեջ:

Մա նշանակում է, որ որեւէ անհատ, հեղինակ, լրագրող, հրատարակիչ, ռադիո կամ հեռուստակայան, որի պնդմամբ տեղեկատվության եւ արտահայտման իր ազատությունը պետական իշխանության միջամտությամբ ոտնահարված է, կարող է ազգային դատարանների բոլոր միջոցները սպառելուց հետո Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի խախտման մասին հայց ներկայացնել Հանձնաժողովին: Կոնվենցիայի վերահսկիչ օրգանները դրանից հետո քննում են գործը, եւ որոշում թե արդյո՞ք տվյալ երկրի դատարանի վճիռն արտահայտման եւ տեղեկատվության ազատության ոտնահարում է եղել, թե ոչ:

10-րդ հոդվածն ու պետության պարտավորությունները

Արտահայտման եւ տեղեկատվության ազատության նկատմամբ ՄԻԵԿ-ի 10-րդ հոդվածի այս անմիջական իրավական կամ դատական ազդեցությունից զատ, ընդհանրապես համարվում է, թե 10-րդ հոդվածը Եվրոպայի Խորհրդի անդամ երկրների համար ընդհանուր դաշտ է՝ պաշտպանելու լրագրողական ազատությունն ու լրատվական լայնախոհությունը: Թեեւ այս հոդվածը «չմիջամտելու իրավունքի» հատկանիշներ ունի՝ սահմանափակելով պետական միջամտությունը, այն միաժամանակ նաեւ որոշ պարտականություն է ենթադրում՝ պետական իշխանություններին պարտավորեցնելով միջոցներ ձեռնարկել ապահովելու ու նպաստելու արտահայտման ու տեղեկատվության ազատությանը:

«Դրական միջամտության» այս մոտեցումը պարզորոշ կերպով արտացոլվել է 1985 թվականի Մարդու իրավունքների կոնվենցիայի մասին սեիլյան համաժողովի եզրափակիչ զեկուցման մեջ, որտեղ ասված էր.

* Այժմ Տասնմեկերորդ Զամատեքստն ուժի մեջ մտնելուց հետո Դատարանը բուցի իր պարտականություններից, ներառելու է նաեւ ներկայիս Զանձնաժողովի եւ Նախարարների Խորհրդի վճռորոշ պարտականությունները. Լրիվ դրույթով աշխատող դատարանը որն աշխատելու է հանձնաժողովների Պալատի եւ Վերին Պալատի հետ, սճիռներ է կայացնելու արձանագրված դիմումների հետ կապված բոլոր հուրցիրի դրանց օրինականության եւ առանձնահատկությունների վերաբերյալ

4. Մեր հասարակության սոցիալ-տնտեսական պայմաններից ելնելով, որ չեն նպաստում հավասարությանը եւ որտեղ իշխանության լծակների նշանակալի մասը կազմակերպված խմբերի ձեռքին է, իշխանության պարտավորությունն է գործնականում ապահովել տեղեկատվության եւ արտահայտման ազատությունը.

5. «Ժողովրդավարության մեջ անհրաժեշտ» հասկացությունը, որպես այդպիսին ոչ միայն խիստ էական է պետական իշխանությունների վերահսկման հարցում, որպեսզի վերջիններս չխանգարեն կամ չմիջամտեն արտահայտման ու տեղեկատվության ազատության գործադրմանը, այլեւ պետական իշխանություններին պարտավորեցնում է ապահովել տարախոհությունը եւ ուղղել անհավասարության դրսեւորումները:

Խորհրդարանական վեհաժողովի եւ Նախարարների կոմիտեի կողմից որդեգրված մի շարք որոշումներ ու առաջարկություններ, ի դեպ, արդեն իսկ ընդգծում են ազատ եւ ինքնիշխան լրատվամիջոցների գործունեության եւ տեղեկատվության աղբյուրների բազմազանությունն ապահովելու տեսակետից ՄԻԵԿ-ի 10-րդ հոդվածի ակտիվ իրագործման նշանակությունը՝ «ՁԼՄ-ների քաղաքականության» վերաբերյալ Եվրոպական 4-րդ Նախարարական կոնֆերանսի որոշումները (Պրագա, 1994, «Լրատվամիջոցները ժողովրդավարական հասարակարգում») այս իմաստով պարզորոշ կերպով արտացոլում են ՄԻԵԿ-ի 10-րդ հոդվածի ազդեցությունը, իբրեւ քաղաքականության մշակման հիմք. Մինչ առաջին որոշումն ընդգծելով հասարակական հեռարձակման կենսական դերը որպես հանրամատչելի տարախոհ հաղորդակցության էական գործոն հասարակական հեռարձակման համար քաղաքական դաշտ է մշակում, երկրորդ որոշումը թվարկում է լրագրողական ազատությունների ու մարդու իրավունքների վերաբերյալ հիմնական սկզբունքները:

1. Իրական ժողովրդավարության սլահայանումն ու զարգացումը պահանջում է ազատ, անկախ, բազմախոհ ու սլատասխանատու լրագրության առկայությունն ու ամրապնդումը Այս պահանջը բավարարելու համար անհրաժեշտ է, որպեսզի լրագրողական գործունեությամբ՝

- անհատները տեղեկացվեն պետական իշխանության, ինչպես նաեւ մասնավոր սեկտորի գործունեության մասին, այդպիսով անհատներին հնարավորություն տալով կարծիք կազմել,

- թե խմբերին, թե անհատներին հնարավորություն տալ իրենց կարծիքն արտահայտելու այդպիսով նպաստելով, որպեսզի պետական եւ մասնավոր իշխանությունը, ինչպես նաեւ ընդհանրապես հասարակությունը տեղյակ լինի նրանց կարծիքին,

- տարբեր ուժերի կողմից իրենց իշխանության գործալլույթյունը ենթարկել մշտական եւ քննադատատական վերլուծության

2. Չանագան էլեկտրոնային ու տպագիր լրատվամիջոցներում լրագրողական գործունեությունը հիմնված է արտահայտման ազատության հիմնարար սկզբունքի վրա, որ երաշխավորում է Մարդու իրավունքների եվրոպական կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածը եւ որը մեկնաբանվում է Կոնվենցիայի ատյանների նախադեպային օրենքով:

3. Հետեւյալը լրագրողական գործունեությանը հնարավորություն է տալիս նպաստել իրական ժողովրդավարության պահպանմանն ու ամրապնդմանը.

- լրագրողի մասնագիտության մատչելությունն՝ առանց սահմանափակումների,

- իրական խմբագրական ազատությունը՝ որպես հակակշիռ քաղաքական իշխանության, մասնավոր շահեր հետապնդող խմբերի կամ պետական իշխանության:

- պետական իշխանության տնօրինության տակ գտնվող տեղեկատվության մատչելությունը, որ տրամադրվում է հավասարության ու անկանխակալության սկզբունքով, անթաքույց (թափանցիկ) տեղեկատվական քաղաքականության նկատառումներով,

- լրագրողների տեղեկատվության աղբյուրների գաղտնիության պահպանությունը:

Որոշումն անդամ երկրներին կոչ է անում նաեւ խրախուսել «քարձրակարգ լրագրողական ուսուցման համակարգը», տարբեր էլեկտրոնային ու տպագիր ՉԼՄ-ներում լրագրողների, խմբագիրների, հրատարակիչների, ռեժիսորների ու լրատվամիջոցների սեփականատերերի միջեւ երկխոսությունը, խրախուսել կառավարական ու միջկառավարական մակարդակով լրատվական քաղաքականության համար պատասխանատու իշխանությունների երկխոսությունը, ներառյալ մասն երկկողմանի կամ համակողմանի փոխհամաձայնություններով. այնպիսի պայմանների ստեղծումն ու պահպանումը, որ կալաշուրաբլի վտանգավոր առաքելությամբ կամ վտանգավոր պայմաններում գործող լրագրողներին հնարավորություն տալ իրենց կարծիքն արտահայտելու այդպիսով նպաստելով, որպեսզի պետական եւ մասնավոր իշխանությունը, ինչպես նաեւ ընդհանրապես հասարակությունը տեղյակ լինի նրանց կարծիքին,

րողներին (տեղական կամ օտար) ապահովել տարբեր լրատվական ձեռնարկությունների կառուցվածքային թափանցիկությունը, ինչպես նաև անթաքույց փոխհարաբերությունները երրորդ կողմի հետ, որոնք կարող են ազդեցություն ունենալ լրատվամիջոցների խմբագրական անկախության վրա *

Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածն, այլ կերպ ասած, արտահայտման ու տեղեկատվության ազատություն է երաշխավորում ընդդեմ պետական միջամտության, միաժամանակ խրախուսելով, եւ անգամ պահանջելով դրական միջամտության մոտեցում՝ լրատվության մեջ տարախոհություն ապահովելու, ինչպես նաև շուկայական կամ մենաշնորհային ազդեցության միտումները սահամանփակելու իմաստով: Հասարակական խոսքի ու մամուլի ազատությանն ու դրա ամրապնդմանն ուղղված պետական միջամտությունն ու վերահսկողությունն, այնուամենայնիվ, պետք է մնան 10-րդ հոդվածի 2-րդ պարբերության շրջանակներում:

Այժմ մենք ավելի մանրակրկին կուսումնասիրենք Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածը:

3. Եվրոպայի «Առաջին ուղղումը». Մարդու Իրավունքների Եվրոպական Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածը

3.1 Հոդված 10, տարբերություն 1: Սկզբունքը

**Հոդված 10-ի նշանակությունը լրագրողների ու
լրատվամիջոցների համար**

Եվրոպական Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածը երաշխավորում է արտահայտման ու տեղեկատվության ազատությունը յուրաքանչյուրի

* Եվրոպայի Խորհուրդ, «Լրատվամիջոցները ժողովրդավարական հասարակարգում», ԶԼՄ-ների քաղաքականության վերաբերյալ 4-րդ Եվրոպական Նախարարական համաժողով «Քաղաքական դեկլարացիա, Որոշումներ եւ հայատարարություններ», Պրագա, դեկտեմբեր 1994 MCM (94) 20 Տես նաև Նախարարների կոմիտեի No R(96) 10 առաջարկությունը անդամ երկրներին հասարակական հեռարձակման անկախության երաշխավորման մասին, 11-ը սեպտեմբերի, 1996

համար Անհատները, ոչ կառավարական կազմակերպությունները կամ անհատներից բաղկացած խմբերը պաշտպանության համար կարող են վկայակոչել Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածը. Մի քանի առիթով Դատարանը որոշել է, որ 10-րդ հոդվածը վերաբերում է ինչպես անհատներին, այնպես էլ մասնավոր կամ առետրային ՁԼՄ-ներին:

Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանի նախադեպային օրենքը պարզորոշ կերպով վավերացնում է 10-րդ հոդվածի կիրառության նշանակությունը լրագրության ու լրատվամիջոցների նկատմամբ: Ատյանի նախադեպային օրենքի համաձայն՝ մամուլին կարելու է վերագրվում իբրև տեղեկատվության տարածման ու «հասարակական վերահսկողության» միջոց: Լրագրողներին մեծ դեր է հատկացվում հասարակական երկխոսությանն ու քննարկումներին նպաստելու գործում, որն իր հերթին ապահովում է լրագրողների առավել բարձր մակարդակի պաշտպանությունն՝ արտահայտման եւ տեղեկատվության ազատության հարցում: Օրինակ՝ Լինգենսի դատավարության ժամանակ, Դատարանն այն կարծիքն է արտահայտել, թե լրագրողի կողմից նշանավոր քաղաքական գործչի մասին հրապարակված քննադատության հետեւանքով լրագրողի նկատմամբ կիրառված տույժը իր մեջ գրաքննության այնպիսի վտանգ է պարունակում, որն ապագայում կարող է այդ լրագրողին զրկել համանման քննադատություն հրապարակելու համարձակությունից: Համաձայն Դատարանի հասարակական երկխոսության համատեքստում նման վճիռը կարող է «լրագրողներին ետ պահել համայնքի կյանքի վրա ազդող հասարակական քննարկումներին նպաստելուց» (ECHR, 8 հուլիս, 1986, Լինգենս): Սա էր այն նկատառումներից մեկը, որ հանգեցրեց այն եզրակացությանը, թե որեւէ լրագրողի դատապարտումը Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի խախտում է:

Լինգենսի դատավարությունը, (ECHR, 8 հուլիս, 1986)

1975 թվականին հայցվոր լրագրողը տուգանքի է ենթարկվել ժամանակի Ավստրիայի կանցլեր Բրունո Զրիեսկիին վարկաբեկելու համար: Լինգենսը վիեննական «Փրոֆիլ» ամսագրում երկու հոդված էր հրատարակել, ուր Զրիեսկուն քննադատում էր Էս-Էս-ի նախկին անդամներին քաղաքական նկատառումներում պաշտպանելու եւ Ավստրիայի քաղաքականության մեջ նախկին նացիստականների նկատմամբ հարմարվողական վերաբերմունքի համար: Լինգենսը դատապարտվել էր պրն. Զրիեսկու մասին արված մի շարք խիստ բացասական գնահատականների համար, ինչպես «ստորագույն առթապաշտություն», «անբարոյական» եւ «անպատիվ» որակումները: Այս հոդվածները հրապարակվել են ետընտրական քաղաքական հակամարտության համատեքստում:

Համաձայն Եվրոպական դատարանի, սակայն, Լինգենսի դատապարտումը 10-րդ հոդվածի խախտում է

Ատյանը, կրկնելով քաղաքական բանավեճի եւ մամուլի ազատության հիմնարար նշանակությունը ժողովրդավարական հասարակարգում, նշել է

«Թեպետ մամուլը չպետք է գերազանցի նշված սահմանները, այնուամենայնիվ, ի պաշտպանություն այլ անհատների վարկի, այն իրավունք ունի քաղաքական, ինչպես նաեւ հասարակական հնչեղություն ունեցող այլ հարցերի վերաբերյալ տեղեկատվություն եւ տեսակետներ հաղորդել: Հասարակությունն իր հերթին իրավունք ունի նման տեղեկատվություն ստանալու»:

Եվ. «Դեռ ավելին՝ մամուլի ազատությունը հասարակությանը հնարավորություն է ընձեռում լավագույնս տեղեկանալ եւ կարծիք կազմել քաղաքական գործիչների գաղափարների եւ մոտեցումների մասին: Ուրեմն՝ թույլատրելի քննադատության սահմանները շատ ավելի ընդարձակ են, երբ քննադատության քիրախը քաղաքական գործիչ է եւ ոչ թե մասնավոր անձ: Ի տարբերություն վերջիններիս քաղաքական գործիչը իրեն, իր յուրաքանչյուր խոսքն ու արարքը անխուսափելիորեն եւ գիտակցաբար ենթարկում է լրագրողների եւ ընդհանրապես՝ լայն հասարակության մանրակրկիտ քննությանը, հետեւաբար նա պարտավոր է շատ ավելի հանդուրժող լինել»:

Դատարանի կարծիքով՝ այն փաստերը, որոնց հիման վրա Լինգենսը կառուցել էր իր բացասական որակումները Քրիենսկու վերաբերմամբ, անհերքելի էին, ինչպես որ լրագրողի անաչառությունը: Դատարանի համաձայն՝ Ավստրիական Քրեական օրենսգրքի այն պահանջը, թե լրագրողը պետք է ապացուցի իր ներկայացրած փաստերի իսկությունը, հնարավոր չէ. դա ոտնահարում է կարծիքի արտահայտման ազատությունը, որ Հոդված 10-ով նախասահմանված իրավասության կարետոր մասն է. Փաստերի առկայությունը կարելի է ապացուցել, սակայն գնահատող դատողությունների իսկությունն ապացուցել հնարավոր չէ:

Փաստեր եւ գնահատականներ

Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածը պաշտպանում է գաղափարներն, ինչպես որ ամեն կարգի այլ տեղեկատվություն Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածը պաշտպանում է ոչ միայն կարծիքը, փիլիսոփայական գաղափարները կամ քաղաքական խոսքը, այլեւ՝ փաստերը եւ նորությունները,

եւ անգամ փաստացի տվյալները. Ինչպես նշված է Լինգենսի դատավճռում, փաստերի գոյությունը կարելի է ցուցադրել, այնինչ արժեւորող դատողություններն ապացուցման ենթակա չեն, ինչը կարծիքներին ու արժեւորող դատողություններին պաշտպանության ավելի եւս ընդարձակ դաշտ է տրամադրում, քան նախասահմանված է 10-րդ հոդվածի շրջանակներով

Թորգեյրսոնի գործում դատարանը վճռեց, որ այնքանով, որքանով որ դիմորդից պահանջվում էր ապացուցել իր հայտարարությունների իսկությունը, նրա առջեւ անտրամաբանական, եթե ոչ՝ անհնար խնդիր էր դրված: (ECHR, 25 հունիս, 1992, Թորգեյրսոն): Դատարանն այն կարծիքին էր, որ դիմորդը, ըստ էության, հաղորդում էր այն, ինչ ուրիշներն էին ասել ոստիկանական բռնությունների մասին: Ռեյկյավիկի ոստիկանության որոշ անդամների կողմից ոստիկանական բռնությունների վերաբերյալ բողոքները այնքան մեծաթիվ ու համանման էին, որ դժվար էր դրանց չհավատալ:

Թորգեյրսոն գործ (ECHR, 25 հունիս, 1992)

Թորգեյր Թորգեյրսոնը Ռեյկյավիկի «Մորգունբլադիտ» օրաթերթում հրատարակված երկու հոդվածի հեղինակն էր: Այս հոդվածներում Թորգեյրսոնը մեկնաբանություններ էր տվել մայրաքաղաքի ոստիկանության բռնարարքների վերաբերյալ: Նրան դատապարտել էին անվանարկման համար:

Համաձայն Մարդու Իրավունքների Եվրոպական դատարանի՝ անվանարկման համար կայացած այս դատապարտումն ու դատավճիռը Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի խախտում էին:

Դատարանը մեկ անգամ եւս հաստատեց «մամուլի գերակա դերը՝ օրենքի ուժով ղեկավարվող պետության մեջ», եւ դրա կենսական նշանակությունը՝ որպես «հասարակական պահապան»: Դատարանն ընդգծեց, որ 10-րդ հոդվածը պաշտպանում է արտահայտման ազատությունը քաղաքական, ինչպես որ հասարակական կարեւորություն ներկայացնող այլ հարցերի քննարկման տեսանկյունից: Դատարանն այն կարծիքին էր, որ հայցվորի քննադատական հոդվածները նպատակ չունեին վարկաբեկելու Ռեյկյավիկի ոստիկանությանը. Թորգեյրսոնի նպատակն էր՝ ոստիկանության բռնությունների մասին բողոքները հետապնդելու նպատակով Արդարադատության նախարարին ստիպել անկախ եւ անկողմնակալ մարմին ստեղծել: Դատարանն ընդունեց, որ հոդվածները «բավական սուր արտահայտություններ էին ւպարունակում», սակայն ինչ վերաբերում է դրանց նպատակին ու դիտավորու-

թյանը, ապա դատարանն այն կարծիքին էր, որ նման լեզվի կիրառությունը չի կարելի չափազանցված համարել Ի վերջո դատարանը որոշեց, որ կայացած դատավճիռը կարող էր հետագայում խոչընդոտել հասարակական նշանակության հարցերի անկաշկանդ քննարկումը

Հասարակական բանավեճի ազատությունը

Առանձնապես բարձր մակարդակի պաշտպանություն են վայելում այն տեղեկատվությունն ու գաղափարները, որոնք վերաբերում են քաղաքական բանավեճին: Հանրային ելույթները նույնպես բավական բարձր պաշտանություն են վայելում: Դատարանի կողմից քանիցս ընդգծվել է, որ արտահայտման ազատությունը ժողովրդավարական հասարակության էական հիմունքներից է, մասնավորապես քաղաքական ու հասարակական բանավեճերի առումով:

Օբերշլիքի գործը (ECHR, մայիս 23, 1991)

Դիմորդը Վիեննայում ապրող մի Ավստրիացի լրագրող է «Ֆորում» պարբերականում նա հրատարակել էր քրեական մի բողոքարկման ողջ տեքստը, որ նա մի քանի այլ անձանց հետ միասին ուղղել էր ավստրացի քաղաքական գործիչ Պն. Գրեյբեր-Մեյերի դեմ: Ընտրարշավի ժամանակ այս քաղաքական գործիչը մի շարք կողմնակալ եւ անգամ՝ ռասիստական արտահայտություններ էր արել գաղթական բանվորների ու ընտանեկան նպաստների մասին: Օբերշլիքը այն կարծիքն էր արտահայտել, թե Գրեյբեր-Մեյերի արտահայտությունները համապատասխանում էին նացիոնալ սոցիալիստների փիլիսոփայությանն ու նպատակներին Ի պատասխան քաղաքական գործիչը վարկաբեկման համար մասնավոր քրեական գործ էր հարուցել: Օբերշլիքը դատապարտվեց եւ տույժի ենթարկվեց, հրամայվեց նաեւ բռնագրավել «Ֆորումի» համապատասխան համարը:

Ըստ Եվրոպական դատարանի՝ լրատվամիջոցների դերն է տեղեկատվություն եւ գաղափարներ հաղորդել քաղաքական եւ հասարակական նշանակության այլ հարցերի վերաբերյալ: Դատարանն ընդգծել է, որ քաղաքական բանավեճը ժողովրդավարական հասարակարգի բուն հիմքն է, որով տոգորված է ամբողջ Կոնվենցիայի ոգին: Դատարանը մատնանշում է, որ քաղաքական գործիչը պարտավոր է ավելի հանդուրժող լինել քննադատության հանդեպ, երբ, մանավանդ, ինքն էլ այնպիսի հայտարարություններ է անում, որ քննադատություն են ենթադրում «Քաղաքական գործիչն, անշուշտ, իրավունք ունի պաշտպանելու իր համբավը անգամ եթե իր սեփական անունից չի գործում, սակայն

այդ պաշտպանության պահանջը պետք է համեմատել քաղաքական հարցերի հրապարակային քննարկման նշանակության հետ»։ Դատարանն այն կարծիքին է, որ վերոհիշյալ տեղեկատվությունը պարունակող տեքստի հրապարակումը «Ֆորումում» նպաստել է համընդհանուր հետաքրքրություն ներկայացնող քաղաքական հարցի հանրային քննարկմանը. Մասնավորապես սոցիալական դաշտում տեղացիների ելուտարների հանդեպ տարբերակված վերաբերմունքի հարցը զարկ է տվել բուռն քննարկման ոչ միայն Ավստրիայում, այլև Եվրոպայի Խորհրդի այլ անդամ երկրներում. Պրն. Օբերշլիքի քննադատությունը () գրգռիչ ձեով փորձում էր հասարակության ուշադրությունը հրավիրել քաղաքական գործչի կողմից արված հայտարարությանը, որ անպայման դժգոհության այլք կարթնացներ հասարակության մեջ Քաղաքական գործիչը, որ արտահայտվում է այդ ձեով, բնականաբար իրեն ենթարկում է լրագրողների ու լայն հասարակության բուռն հակազդեցությանը»:

(Տես նաև ECHR, հուլիս 1, 1997, Օբերշլիք no 2)

Արդարադատության լուսաբանումը

Արդարադատության իրականացման մասին լրատվությունը նույնպես Հոդված 10-ի բարձր մակարդակի պաշտպանությունն է վայելում. Մի քանի առիթով Դատարանը նշել է, թե մամուլը գերակա դեր է կատարում օրենքով կառավարվող պետության մեջ, եւ որ այն լիազորված է, իր պարտավորություններին ու պատասխանատվությանը համապատասխան, տեղեկություններ եւ գաղափարներ հաղորդել քաղաքական ու հասարակական նշանակության այլ հարցերի վերաբերյալ: Ըստ Դատարանի, «սա, անկասկած, ներառում է նաև արդարադատության համակարգի գործունեության հետ կապված հարցերը մի հաստատություն, որ ցանկացած ժողովրդավարական հասարակության համար էլ էական է: Մամուլը մեկն է այն միջոցներից, որով քաղաքական գործիչներն ու հասարակական կարծիքը վերահսկում են դատավորների վրա դրված ծանր պատասխանատվության իրականացումն այնպես, որ դա համապատասխանի իրենց վստահված հանձնառության էությանը».
(ECHR, ապրիլ 26, 1995, Փրագեր եւ Օբերշլիք: Տես նաև ECHR, փետրվար 24, 1997, Դե Հանս եւ Ջիյսելս):

Քննադատական ու

վիրավորական խոսքի ղաճճողանությունը

Հոդված 10-ը պաշտպանում է ամեն կարգի արտահայտություն եւ

տեղեկատվություն, սակայն Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի ազդեցությունն առանձնապես էական է քննադատական ու այլախոհական խոսքի պաշտպանության տեսակետից՝ Հոդված 10-ով երաշխավորված արտահայտման եւ տեղեկատվության ազատությունը վերաբերում է ոչ միայն դրական արձագանքի արժանացող կամ ոչ վիրավորական տեղեկատվությանն ու գաղափարներին, այլեւ այն տեղեկատվությանն ու գաղափարներին, «որ վիրավորական են, կարող են շփոթության մատնել կամ անհանգստություն պատճառել պետության կամ բնակչության որեւէ խավի»՝ Համաձայն դատարանի՝ «այդպիսին են տարախոհության, հանդուրժողականության ու լայնախոհության այն պահանջները, առանց որոնց չկա «ժողովրդավարական հասարակություն»։ Մանշանակում է, որ Հոդված 10-ը պետք է մեկնաբանել արտահայտման ազատության բարձր մակարդակով անգամ այն դեպքում, երբ այդ տեղեկատվությունը վնասակար կամ վիրավորական է պետությանը կամ հասարակության որոշ խմբերին, ձեռնարկություններին ու կազմակերպություններին, ու այնպիսի հասարակական դեմքերին, որպիսին քաղաքական գործիչներն ու դատավորներն են:

Դե Հաես եւ Ջիջսելս -ի գործը, (ECHR, փետրվար 24, 1997)

Բելգիայում «Հումո» շաբաթական հանդեսի երկու լրագրող քաղաքացիական դատարանի կողմից դատապարտվել էին մամուլի ազատության չարաշահման եւ ընդունելի քննադատության սահմանները գերազանցելու համար, որովհետեւ վիրավորել կամ վարկաբեկել էին դատավորական կազմի չորս անձանց։ Մի քանի հոդվածներում Դե Հաեսը եւ Ջիջսելսը երեք դատավորի եւ մի գլխավոր փաստաբանի մեղադրել էին ակնառու կողմնապահության ու վախկոտության մեջ։ Լրագրողները, մասնավորապես, այն կարծիքն էին արտահայտել, թե դատավորները անաչառ չէին գտնվել երեխաների նկատմամբ սեռական չարաշահման մի գործի առնչությամբ (Պրն. X-ի գործը):

Դատարանը, սակայն, այն կարծիքին էր, թե դատավորներին ու գլխավոր փաստաբանին կողմնապահության ու անհամարձակության մեջ մեղադրելու համար երկու լրագրողների դատապարտումը Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի խախտում է.

Դատարանը վճռեց, որ «հոդվածները մեծ քանակությամբ մանրակրկիտ տեղեկություն են պարունակում այն մասին, թե ինչ պայմաններում է Պրն. X-ի կողմից կայացվել երեխաներին առեւանգելու մասին վճիռը. Այդ տեղեկատվությունը հիմնված էր Պրն. X-ի դեմ հարուցված մեղադրանքների ու մի շարք մասնագետների արտահայտած կարծիքների մանրամասն հետազոտության վրա, որոնք հայցվորներին խոր-

Խորյո էին տվել ի շահ երեխաների բացահայտել բոլորյո այլ հանգա-
տունքները () Հետեւաբար «լրագրողներին չի կարելի մեղադրել իրենց
ուսանագիտական պարտավորությունների մեջ թերանալու համար այն
ուրուտճառով, որ հրապարակել են գործին առնչվող այն տվյալները, որ
Խաչողվել էր պարզել: Մամուլի պարտականությունն է հասարակական
ԼԼատաքրքրություն ներկայացնող տեղեկություններ հաղորդելը»:

Անգամ դատավորների քաղաքական նախասիրությունների բացա-
ԼԼատունը լրագրողների կողմից, որպես այդպիսին, չպետք է դիտվի որ-
ուկա վարկաբեկիչ: Ինչպես դատարանն է նշում. «Այն, որ լրագրողների
կողմից այդ անձանց քաղաքական նախասիրությունների վերաբերյալ
վաստեր են ներկայացվել, կարելի է դիտել որպես մեջբերված փաստե-
լլու հիմնավորող հանգամանք, որ այդ դատավճռի կայացման հարցում
ուրոշակի դեր են խաղացել»:

Դատարանը վճռեց նաեւ, որ «Գործի հետ կապված հանգամանքնե-
լլի ֆոնի վրա խնդրո առարկա մեղադրանքները ի վերջո հանգում են
տեսակետի արտահայտման, որի իսկությունը՝ հենց բնորոշմամբ իսկ,
ԼԼթակա չէ ապացուցման: Նման կարծիքը կարող է չափազանցված լի-
նել, մասնավորապես, երբ փաստացի հիմքեր չկան, սակայն տվյալ
վեպքում այդպես չի եղել (.): Թեեւ Պրն. դե Հանսի եւ պրն. Ջիջսելսի
արտահայտություններն, անշուշտ, խիստ քննադատական էին, սա-
կայն դրանք, ինչպես երեւում է, համարժեք էին այն ընդվզմանն ու բար-
կությանը, որ հարուցել էին իրենց հողվածում նկարագրված դեպքերը:
Ինչ վերաբերում է լրագրողների կծու, անգամ ագրեսիվ տոնին, որը Դա-
տարանի հավանությանն արժանանալու հավակնություն չունի, ապա
պետք է հիշել, որ Հողված 10-ը պաշտպանում է ոչ միայն արտահայտ-
ված գաղափարների ու տեղեկատվության նյութը, այլեւ «դրանց ար-
տահայտման եղանակը»: Եվ դատարանը սրան ավելացրեց. «լրագրո-
ղական ազատությունը ենթադրում է նաեւ չափազանցություն, նույնիսկ՝
սաղրանք»:

Գեղարվեստական արտահայտման եւ առեւտրային տեղեկատվության ազատությունը

Եվրոպական Դատարանի նախադեպային օրենքը ազատություն է
տալիս նաեւ գեղարվեստական խոսքին, որը Դատարանի տեսակետից
հնարավորություն է ընձեռում մասնակցելու ամեն տեսակ մշակութա-
լլին, քաղաքական, եւ սոցիալական տեղեկատվության եւ գաղափարնե-
րի հասարակական փոխանակմանը. Դատարանն այն տեսակետին է,
թե նրանք, ովքեր արվեստի ստեղծագործություններ են ստեղծում, սեկ-
նաբանում, տարածում եւ կամ ցուցադրում, նպաստում են գաղափար-

նկրի ու տեսակետների փոխանակությանը, որ անկապտելի է ժողովրդավարական հասարակության համար Այստեղից էլ նրանց արտահայտման ազատությանն անհարկի չմիջամտելու պետության պարտավորությունը (ECHR փետրվար 24, 1988, Մյուլլեր):

Հոդված 10-ը պաշտպանում է նաեւ առեւտրային տեղեկատվությունը Մի քանի գործերով Եվրոպական հանձնաժողովն ու դատարանը հաստատել են, որ «առեւտրային բնույթի տեղեկատվությունը» Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի պաշտպանության տիրույթում է, սակայն այն տարբերությամբ, որ առեւտրային խոսքին ավելի ցածր մակարդակի պաշտպանություն է ընձեռվում (ECHR, նոյեմբեր 20, 1989, Մարքթ Ինթերն եւ Զ. Բիրման. ECHR, փետրվար 24, 1994, Քասադո Կոկա):

Հաղորդակցության անխափան ընթացի դաճեցումությունը

Հոդված 10-ի գլխավոր առանձնահատկություններից է՝ տարբեր առումներով հաղորդակցության ներդաշնակ ընթացքի համընդհանուր ու ընդգրկուն պաշտպանությունը: Սա նշանակում է, որ այն արտահայտման, այսինքն՝ խոսքի ազատությունը, տեղեկություններ եւ գաղափարներ հաղորդելու ազատությունը պաշտպանում է ընդհուպ մինչեւ տեղեկատվության տարածումն ու փոխանցումը, եւ քաղաքացիների կողմից տեղեկություններ ստանալու իրավունքը (ECHR, մարտ 28, 1990, Գրոպերա Ռադիո. ECHR, մայիս 22, 1990, Աութրոնիկ ECHR, փետրվար 9, 1995, Vereniging Weekblad Bluf!):

Մի քանի գործի կապակցությամբ դատարանն այն կարծիքն է արտահայտել, թե հասարակական նշանակության հարցերի շուրջ տեղեկություններ եւ գաղափարներ հաղորդելը միայն լրատվամիջոցների պարտավորությունը չէ, այլեւ «հասարակությունն ինքն էլ իրավունք ունի դրանք ստանալու»: Հոդված 10-ը ոչ միայն երաշխավորում է հասարակությանը տեղեկացնելու իրավունքը, այլեւ հասարակության իրավունքը՝ ըստ պատշաճի տեղակացվելու: Անհատը ոչ միայն իրավունք ունի արտահայտել իր կարծիքը, այլեւ հասարակությունը եւս իրավասու է այն իմանալու: Ոչ միայն տեղեկատվության աղբյուրն ու հաղորդողն է արտահայտման ու տեղեկատվության ազատության սուբյեկտը, այլեւ տեղեկատվություն ստացող քաղաքացին, անհատը՝ իբրեւ հասարակական կարծիքի մաս (ECHR, ապրիլ 26, 1979, «Սանդեյ Թայմս»)

Լրահավաքությանն ուղղված ջանքերը, որ անմիջական ազդեցություն ունեն արտահայտման ազատության վրա, նույնպես Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի պաշտպանության առարկան են Դատարանի կող-

Իմ վերջերս կատարված երկու վարույթի կապակցությամբ ընդգծվել է, որ լրագրողական աղբյուրները պաշտպանվում են Հոդված 10-ով, քանի որ հակառակ դեպքում տեղեկատվության աղբյուրները կվերանան 1997 թվականի փետրվարի 24-ի դատավարության առնչությամբ դատարանը վճռեց, որ «լրագրողն իրավունք ուներ մտահոգվել, որ խնդրոտուպիկա փաստաթղթերը (տրիբունալին կամ դատարանին) ներկայացնելով վտանգում էր իր աղբյուրները»: Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի համաձայն լրագրական աղբյուրները գաղտնի պահելու կարելությունը եւ դրա պաշտպանությունը հիմնված է Գուդվինի գործով Դատարանի կայացրած վճռի վրա:

Գուդվինի գործը (ECHR, մարտ 27 1996)

1990 թվականին Ուիլիամ Գուդվինը, որ լրագրողական պատրաստություն էր անցնում «Ինժեներ» պարբերականում (Լոնդոն, ՄԹ) Լորդելի պալատի կողմից մեղավոր էր ճանաչվել դատարանի հանդեպ անհարգալից վերաբերմունքի համար, որովհետեւ հրաժարվել էր բացահայտել այն անձի ինքնությունը, որ նախկինում իրեն ֆինանսական տեղեկություններ էր տրամադրում մի մասնավոր ընկերության կորպորացիոն գաղտնի ծրագրերի վերաբերյալ: Բացահայտման պահանջը 1981 թվականի՝ Դատարանի հանդեպ անհարգալի վերաբերմունքի մասին օրենքի 10-րդ մասին համարժեք էր գնահատվել, քանի որ արդարության շահերից ելնելով այդ բացահայտումը կարելու էր:

Եվրոպական Դատարանը, սակայն, այն կարծիքին է, որ վիճահարույց բացահայտման հրամանը Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի ոտնահարում է: Դատարանը վճռականորեն ընդգծում է այն սկզբունքը, որ լրագրողական աղբյուրների պաշտպանությունը մամուլի անկախության հիմնական պայմաններից է» եւ որ «առանց նման պաշտպանության, աղբյուրները կարող են խուսափել հասարակական նշանակության հարցերի վերաբերյալ լրագրողներին տեղեկություններ տալու հարցում օժանդակություն ցուցաբերելուց»: Դատարանն ընդգծում է, որ առանց լրագրողական աղբյուրների պաշտպանության «մամուլի՝ պահապան շան հասարակական դերը կարող է խարխլվել եւ ճշգրիտ ու հավաստի տեղեկատվություն հաղորդելու նրա կարողությունը կարող է նեժապես տուժել»: Դատարանը վճռեց, որ բացահայտման հրամանը անհարիր է Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածին, եթե այն չի բավարարում հասարակական շահի գերակայության պայմանը. «Դատարանի պարտադրությամբ լրագրողական աղբյուրների գաղտնության սահմանափակումները խստիվ ու մանրակրկիտ զննության են կարոտ», - նշել է դատարանը Եվրոպական դատարանը in casu այն կարծիքին էր, որ

մասնավոր ընկերության դատը, որ աղբյուրի բացահայտմամբ ձգտում էր կանխել գաղտնի տեղեկությունների տարածման վնասը (ընդհանուր առմամբ) չեն գերազանցում դիմորդ լրագրողի կողմից իր աղբյուրը պաշտպանելու կենսական հասարակական շահերին:

Արտահայտման եւ տեղեկատվության ազատությունը Հոդված 10-ով երաշխավորվում է «անկախ սահմաններից»: Ոչ տեղական հեռարձակման կազմակերպություններից ստացված ռադիո եւ հեռուստատեսային հաղորդումների ընդունումն ու հեռարձակումը ամփոփված է Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի առաջին պարբերության մեջ (ECHR, մարտ 28, 1990, րուպերա ռադիո, եւ ECHR, մայիս 22, 1990, Աութրոնիկ):

Հոդված 10-ի կիրառությունը տեսալսողական լրատվամիջոցներում

Հոդված 10-ի առաջին պարբերությունը հատուկ դարձվածք է պարունակում հեռարձակման արտոնագրման, հեռուստատեսային կամ կինո ձեռնարկությունների վերաբերյալ: Այսպիսով՝ 10-րդ հոդվածը անդամ երկրներին հնարավորություն է տալիս արտոնագրման համակարգի միջոցով իրենց տարածքում վերահսկել հեռարձակման պայմանները, մասնավորապես՝ երբ հարցը վերաբերում է հեռասփռման տեխնիկական կողմին: Այդուհանդերձ՝ բուն արտոնագրման համակարգը պետք է համապատասխանի 10-րդ հոդվածի երկրորդ պարբերության պլյուրալիզմի, հանդուրժողականության ու լայնախոհության պահանջներին՝ որ էական են ժողովրդավարական հասարակության համար (ECHR, մարտ 28, 1990, րուպերա Ռադիո, եւ ECHR, նոյեմբեր 24, 1993, Ինֆորմացիոնսֆերայն Լենթիա, ECHR, հունիս 9, 1997, Տելեսիսթեմ Տիրոլ Քաբելթելվիժըն):

ԸՆԴՈՒԵՄ ԽՏՐԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ՈՒ ՀԱԿԱԺՈՂՈՎՐԴԱՎԱՐԱԿԱՆ ԿԻՐԱՌՈՒԹՅԱՆ

Վերջապես, հարկ է ընդգծել, որ Եվրոպական Կոնվենցիան արտահայտման ու տեղեկատվության ազատությունը երաշխավորում է առանց որեւէ կարգի խտրականության, ինչպես սեռական, ռասայական, լեզվական, կրոնական, քաղաքական կամ այլ հայացքների, ազգային կամ սոցիալական ծագման, ազգային փոքրամասնության պատկանելության, ծննդյան կամ որեւէ այլ հատկանիշի (Կոնվենցիայի Հոդված 14):

Առանձնահատուկ ուշադրության է արժանի նաեւ հոդված 17-ը, համաձայն որի «Սույն Կոնվենցիայում ոչ մի դրույթ չի կարող մեկնաբանվել այն իմաստով, թե որեւէ պետություն, անձանց խումբ կամ անձ իրա-

վունք ունի զբաղվելու որեւէ գործունեությամբ կամ կատարելու ինչ-որ գործողություններ ուղղված սույն Կոնվենցիայում շարադրված ցանկացած իրավունքների եւ ազատությունների վերացմանը կամ դրանց սահմանափակմանը ավելի մեծ չափով, քան դա նախատեսված է Կոնվենցիայով»: 17-րդ հոդվածի ընդհանուր նպատակն է՝ թույլ չտալ տոտալիտար կամ հակաժողովրդական խմբերին իրենց շահերից ելնելով շահարկելու Կոնվենցիայի կողմից հռչակված սկզբունքները՝ Ռասայական խտրականություն սերմանող հոդվածներ, տեղեկություններ, գրքեր, թուղթիկներ հրատարակող եւ տարածող խմբերը եւ անձինք, որոնց քաղաքականությունը հստակ կերպով ռասայական խտրականության տարրեր է պարունակում, երբեք չեն կարող որեւէ օժանդակության արժանանալ ՄԻԵԿ-ի 10-րդ հոդվածի շրջանակներում: Նման դեպքերում այդ խմբերը կամ անձինք, փաստորեն, փորձում են Հոդված 10-ի անվան տակ իրավունք ձեռք բերել այնպիսի գործունեության, որ հակասում է Կոնվենցիայի բովանդակությանն ու ոգուն: Եվ այդ իրավունքները ստանալու դեպքում կարող են նպաստել Եվրոպական Կոնվենցիայի ընձեռած իրավունքների ու ազատության ոչնչացմանը Մի քանի գործի կապակցությամբ Եվրոպական Հանձնաժողովը վճռել է, որ Հոդված 10-ով ամրագրված արտահայտման ազատությունը չի կարող վկայակոչվել Հոդված 17-ին հակասող բովանդակությամբ (այսինքն ռասիզմ բորբոքելու, նեոնացիստական քարոզչության ու ժխտողականության նպատակով): Այս դեպքերում Հանձնաժողովը նշված պատճառներով հայցվորներին մերժում է Հոդված 10-ի պաշտպանության տակ առնել:

3.2 Հոդված 10, 2-րդ դարբերություն. արտահայտման եւ տեղեկատվության ազատության սահմանափակման օրինական հիմունքները

Ըստ Հոդված 10-ի 2-րդ պարբերության՝ քանի որ արտահայտման եւ տեղեկատվության ազատությունը նաեւ համապատասխան պարտավորություններ ու պատասխանատվություն («լրատվամիջոցների սոցիալական պատասխանատվությունը») է ենթադրում, հետեւապես այն պետական իշխանությունների կողմից որոշակի միջամտության է ենթակա

Ի դեպ պետական իշխանությունների կողմից չմիջամտելու մասին Հոդված 10-ի 1-ին պարբերության մեջ ձեւակերպված սկզբունքը բացարձակ չէ Անդրադառնալով արտահայտման ազատության իրակա-

նույնպես հետ կապված պարտավորություններին ու պատասխանատուությանը Հոդված 10-ի 2-րդ պարբերության մեջ թվարկված են արտահայտման եւ տեղեկատվության ազատությունը սահմանափակելու նպատակով պետական միջամտության մի քանի հնարավոր տարբերակներ Տեղեկատվական հոսքի վերահսկողությունն ու սահմանափակումը պետական իշխանության կողմից հնարավոր է, բայց ոչ անսահմանափակ: Ցանկացած միջամտություն, տեղեկատվության ազատությունը սահմանափակող ցանկացած վերահսկողություն պետք է կատարվի համաձայն Հոդված 10-ի 2-րդ պարբերության: Հոդված 10-ի 2-րդ պարբերությունը արտահայտման ու տեղեկատվության ազատության դաշտում ծանրակշիռ երաշխիք է՝ պետական իշխանությունների կողմից հակաժողովրդավարական միջամտության դեմ:

Արտահայտման ու տեղեկատվության ազատության գործադրման հետ կապված պահանջները, պայմանները, սահմանափակումները կամ տույժերը օրինական են այնքանով, որքանով որ համապատասխանում են Հոդված 10-ի 2-րդ պարբերությանը սահմանված դրույթներին: Հոդված 10-ի 2-րդ պարբերությունը թվարկում է հաղորդակցության ազատության հնարավոր թույլատրելի սահմանները: Այս սահմանների գնահատման առնչությամբ, համաձայն Եվրոպական նախադեպային օրենքի՝ «Դատարանը ոչ թե ստիպված է ընտրություն կատարել երկու իրարամերժ սկզբունքների միջեւ, այլ՝ արտահայտման ազատության սկզբունքի, որ ենթակա է որոշ բացառությունների, որոնք պետք է մեկնաբանվեն խիստ նեղ իմաստով»: Այդպիսով՝ էական սկզբունքն ազատությունն է. սահմանափակումները ընկալվում են են իբրեւ բացառություն: Արտահայտման եւ տեղեկատվության ազատության գերակա իրավունքի սահմանափակման անհրաժեշտությունը պետք է «համոզիչ փաստարկներով ապացուցվի»:

Եռակի ֆննդությունը

Համաձայն Հոդված 10-ի 2-րդ պարբերության՝ պետք է բավարարվի երեք հանրագումարային պահանջ՝ Եթե այս պայմաններից որեւէ մեկն անտեսվում է, ապա ազատության սահմանափակման պայմանը, օրենքը կամ միջոցը դիտվում է որպես Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի խախտում:

Օրենքով սահմանված

Նախ սահմանափակումները պետք է սահմանված լինեն օենքով, սա նշանակում է, որ համաձայն Եվրոպական Դատարանի նախադեպային օրենքի ցանկացած սահմանափակման օրենք պետք է բավա-

բարի ճշգրտության ու հնարավորության սլայդները։ Այս սկզբունքի ունկ-
տարանության համար հիմք է հանդիսանում 1979 թվականի «Սահմանա-
փակում» գործը։ Նախ օրենքը պետք է բավարար չափով մասաչեյի լի-
կի քաղաքացին պետք է համապատասխան պատկերացում ունենա
տվյալ դեպքում գործող իրավական պահանջների մասին։ Երկրորդ
գլուխակցած սահմանափակող նորմ պետք է բավականաչափ ճշգրիտ
ձևակերպված լինի, որպեսզի քաղաքացին կարողանա (անհրաժեշ-
տության դեպքում համապատասխան խորհրդատվությամբ) կանխա-
տեսել տվյալ գործողության հնարավոր հետեւանքներն այնքանով, որ-
բանով որ տվյալ հանգամանքներում այդ հնարավոր է։ Պարտադիր չէ,
որպեսզի սահմանափակող դրույթն անպայմանորեն ու անմիջականոր-
են Խորհրդարանում ծնված պաշտոնական օրենք լինի։ Ոչ միայն
գրավոր օրենսդրությունը, այլև հասարակական կամ հանրային այլ օ-
րենքներ եւս կարող են բավարար իրավական հիմք հանդիսանալ։
Վրան գումարած՝ ըստ Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի 2-րդ պարբերու-
թյան, խորհրդարանական պատվիրակությամբ հաստատված ու պե-
տական վերահսկողությամբ գործող մասնագիտական բարոյականու-
թյան կանոնակարգերը նույնպես «օրենքի» ուժ ունեն։

Եվրոպական ատյանն անշուշտ գիտակցում է, որ օրենքները չեն
կարող այնպես ձևակերպված լինել, որ բացարձակ ճշգրիտ լինեն,
դրանց մեկնաբանությունն ու գործադրումը ՋԼՄ-ների մշտապես փո-
փոխվող օրենսդրության մեջ անխուսափելիորեն պրակտիկայի խնդիր
է։ Այնքանով, որքանով հարցի վերաբերմամբ պարզ ու կայուն նախա-
դեպային օրենք գոյություն ունի, այն լրագողներին, հրատարակիչնե-
րին, լրատվական ընկերություններին, առետրային ձեռնարկություննե-
րին ու նրանց խորհրդականներին հնարավորություն է տալիս համա-
պատասխան ոլորտում վերահսկել իրենց վարքը։ Այն հանգամանքը, որ
որեւէ իրավական դրույթ մեկնաբանության իմաստով կարող է բարդու-
թյունների հանգեցնել, դեռ չի նշանակում, թե այն աստիճան աղոտ ու
ընդհանրական է, որ գուրկ է օրենքի հատկություններից։ Մակայն եթե ի-
րավական հիմքն անհրաժեշտ պարզության ու ճշգրտության իմաստով
բավարար չէ, որովհետեւ այն օրենքի կիրառության սկզբունքներ չի նե-
րառում, այդ դեպքում տվյալ սահմանափակումը Հոդված 10-ի շրջա-
նակներում օրենքի ուժ չունի։ Եթե արտահայտման ու տեղեկատվու-
թյան ազատության վրա դրված սահմանափակումը միաժամանակ կա-
մայականության դեմ նաեւ օրենքով նախատեսված նվազագույն
պաշտպանություն չի սահմանում, ապա նման սահմանափակումը «օ-
րենքով սահմանված» չի համարվում։ Դատարանի տեսանկյունից կան-
խատեսելիության ու մատչելիության սկզբունքների սահմանը մեծ մա-
սամբ կախված է խնդրո առարկա (օրենսդրական) միջոցի բովանդակու-
թյունից, այն դաշտից, որի վրա այն տարածվում է, եւ այն սուբյեկտների
թվաքանակից ու կարգավիճակից, որոնց համար նախատեսված է։

Օրինական նպատակ

Երկրորդ ցանկացած սահմանափակում պետք է 10-րդ հոդվածի 2-րդ սխեմայով սահմանված օրինական նպատակ հետապնդի: Հաղորդակցության ազատությունը սահմանափակելու օրինական հիմունքները հիմնականում նպատակաուղղված են պետական եւ հասարակական շահերի, ինչպես նաեւ՝ անհատների այլ իրավունքների ու մասնավոր շահերի պաշտպանությանը: Ըստ այդ շահերի, այս սահմանափակումները կարող են ստորաբաժանվել մի քանի խմբի՝

- ազգային անվտանգության, տարածքային ամբողջականության ու հասարակական անդորրի պաշտպանություն,
- արդարադատության հեղինակության ու անկողմնակալության պաշտպանություն,
- գաղտնության պայմանով ստացված տեղեկատվության բացահայտման կանխում,
- անկարգության կամ հանցագործության կանխումը,
- առողջության ու բարոյականության պաշտպանություն,
- այլոց համբավի ու իրավունքների պաշտպանություն:

Այլոց իրավունքների պաշտպանությունն, օրինակ՝ (Հոդված 8, ՄԻԵԿ) կարող է վկայակոչվել ու ներգրավվել որպես արտահայտման ու տեղեկատվության ազատության սահմանափակման օրինական նպատակ «Արդարադատության հեղինակության ու անկողմնակալության պաշտպանությունը» նույնպես կարող է լրացուցիչ պաշտպանության արժանանալ ՄԻԵԿ-ի 6-րդ հոդվածով. այսինքն՝ արտահայտման ազատության սահմանափակումը կարող է նպատակաուղղված լինել հարկ եղած ձեռով արդարադատության եւ մասնավորապես՝ անհատի արդար դատի իրավունքի իրագործմանը: Այլոց համբավի ու իրավունքների պաշտպանությունը երաշխավորվում է անվանարկման կամ վարկաբեկման օրենքով:*

* «Արտիկլ 19». «Արտահայտման ազատությունը Հոդված 19-ում, ձեռնարկ Միջազգային ու համեմատական օրենք, չափանիշներ ու գործողություն»: Ավոն, Բաթ փրես հրատ 1993, «Արտիկլ 19» «ՁԼՄ օժանդակներ եւ պրակտիկա»: (Լոնդոն, 1993, Երեւան, 1999) «Լրագրողական ազատությունն ու մարդու իրավունքները Եվրոպայի խորհրդի անդամ երկրներում Մասնագետների տրամադրած նյութերը»: Ստրասբուրգ 1995, MM-S-JF (94) 13 Այլ մանրամասների համար տես նաեւ գլուխ 3

Անհրաժեշտ ժողովրդավարական հասարակարգում

Երրորդ Եվրոպական դատարանի նախադեպային օրենքը պարզ է: Ուրեք է, որ «ժողովրդավարական հասարակության մեջ անհրաժեշտությունն պայմանը» գերագույն է և վճռորոշ չափանիշն է: Որեւէ պետական իշխանության կողմից հաղորդակցության ազատության նկատմամբ ուրեք սահմանափակում պետք է անհրաժեշտ լինի ժողովրդավարական հասարակարգում: Դատարանը նշել է, որ չնայած «անհրաժեշտ» որակումը 10-րդ հոդվածի 2-րդ պարբերության իմաստով նույնական չէ «անկապտելի» ածականին, սակայն այն չունի նաեւ «ընդունելի», «սովորական», «օգտակար» կամ «ցանկալի» արտահայտությունների ճկունությունը: Հաղորդակցության ազատության նկատմամբ որեւէ սահմանափակման համար պետք է «անհետաձգելի սոցիալական պահանջ» լինի: Դատարանը 10-րդ հոդվածի գործադրումը վերահսկում է հենց այս սկզբունքի տեսակետից՝ մանրակրկիտ քննելով ու որոշելով, թե խնդրո առարկա սահմանափակումը որքանով է տեղին ու որքանով է համապատասխանում իրականությանը: Սա նշանակում է, որ հաղորդակցության ազատության նկատմամբ կիրառվող ամեն պահանջ, պայման, սահմանափակում կամ տույժ պետք է ներդաշնակի դրա օրինական դիտավորությանը: Ազգային իշխանությունների կողմից այս սահմանափակումներն արդարացնելու կամ պատճառաբանելու համար առաջադրվող պատճառներն ու շարժառիթները պետք է պատշաճ ու բավարար լինեն: Եվրոպական դատարանն իրավագոր է վերջնական վճիռ կայացնել այն մասին, թե ժողովրդավարական հասարակության մեջ արտահայտման ու տեղեկատվության ազատության տեսակետից տվյալ սահմանափակումը կամ տույժը որքանով է կարելուր ու տեղին:

ԱՆՀՐԱԺԵՇՏՈՒՅԱՆ ՊԱՅՄԱՆԻ ԳՈՐԾԱԴՐՈՒՄԸ

«Անհրաժեշտության» չափանիշը բացարձակ իմաստով կիրառելի չէ, դրա փոխարեն քննության են առնվում դրա զանազան գործոնները: Սրանք ներառում են խնդրո առարկա սահմանափակման բնույթը, միջամտության աստիճանը, գործին առնչվող կարծիքների եւ տեղեկատվության բնույթն ու տեսակը, գործի սոցիալական ու քաղաքական համատեքստը, առնչվող անձինք, լրատվամիջոցի տեսակը եւ լսարանը: Պատժամիջոցի կամ սահմանափակման անհրաժեշտության փաստարկները պետք է տեղին լինեն: Օրինակ Ջերսիլի գործում գրեթե բոլոր այս գործոնները հաշվի են առնված:

Ջերսիլդի գործը (ECHR, սեպտեմբեր 23, 1994)

Ջերսիլդի դատավճիռը վերաբերում է Դանիացի լրագրողի գործին, որի նկատմամբ տույժ էր կիրառվել վարած հեռուստատեսային ծրագրով ծայրահեղական երիտասարդության կողմից արված ռասիստական արտահայտությունների տարածմանը օժանդակելու եւ նպաստելու մեղադրանքով: Իբրեւ հիմք Դատարանն ընդգծել է իր բոլոր ձեւերով եւ դրսեւորումներով ռասայական խտրականության դեմ պայքարի կենսական նշանակությունը. Եվրոպական Դատարանը ընդգծել է նաեւ մամուլի ու տեսալսողական լրատվամիջոցների կարեւոր դերը ժողովրդավարական հասարակարգում: Դատարանը համարում է, որ «խմբագրված կամ ոչ, հարցազրույցների միջոցով լրատվությունը հանդիսանում է այն կարեւորագույն միջոցներից մեկը, որով մամուլը կարողանում է իրականացնել հասարակական պահպանի իր դերը»: Միաժամանակ, Դատարանը նշել է նաեւ, որ լրագրողների պարտականությունների ու պատասխանատվության առումով խնդրո առարկա լրատվամիջոցի պոտենցիալ ազդեցությունը կարեւոր գործոն է, եւ ընդհանրապես հայտնի է, որ տեսալսողական լրատվամիջոցները հաճախ ավելի հզոր ներգործություն ունեն, քան տպագիր մամուլը: Դատարանի համաձայն «տեսալսողական միջոցները հնարավորություն ունեն իմաստ հաղորդել պատկերների միջոցով, այն դեպքում, երբ տպագիր միջոցները գուրկ են այդ հնարավորությունից»:

Դատարանն այն կարծիքին է, որ այլ անձի կողմից հարցազրույցի ընթացքում կատարված ռասիստական հայտարարությունների տարածմանն օգնելու համար լրագրողի նկատմամբ պատժամիջոցի կիրառումը կարող է լրջորեն վնասել հասարակական նշանակության հարցերի քննարկմանը նպաստելու մամուլի առաքելությանը, եւ առանց ծանրակշիռ պատճառների չպետք է կիրառվի: Այս գործի կարեւոր առանձնահատկությունն այն է, որ վիճահարույց հայտարարությունները հայցվորն ինքը չի կատարել, այլ նպաստել է դրանց տարածմանը՝ իբրեւ հեռուստալրագրող, որ պատասխանատու է իր լրատվական ծրագրի համար: Դեռ ավելին, հարցազրույցը հեռարձակվել է որպես նորությունների լուրջ ծրագրի մի մասը եւ նախատեսված է եղել լավատեղյակ հանդիսատեսի համար: Դատարանն ընդգծում է նաեւ, որ անաչառ ու ներդաշնակ լրատվության հասնելու մեթոդները կարող են խիստ բազմազան լինել, եւ «ոչ Դատարանը, ոչ էլ ազգային ատյանները իրավասու չեն մամուլին պարտադրել սեփական հայացքներն այն մասին, թե լրագրողները լրատվական ինչ մեթոդներ պետք է կիրառեն» Դատարանն, ի վերջո, հիշեցրել է, որ 10-րդ հոդվածը «պաշտպանում է ոչ

վայն արտահայտված գաղափարների ու տեղեկատվության նյութը, այլև դրանց արտահայտման ձեռք» Ծրագրի բովանդակության մանրակրկիտ քննությունից հետո Դատարանը հանգել է այն կարծիքին, որ հուլյցվոր հեռուստալրագրողը խնդրո առարկա հաղորդումը կազմելիս տասխատական նպատակներ չի հետապնդել:

Նկատի առնելով եւ ծանրութեթեւ անելով բոլոր այս գործոնները դատարանը հանգում է այն եզրակացության, որ դանիական դատարանի կողմից լրագրողի դատապարտումը պետք է դիտել որպես ՄԻԵԿ-ի 10-րդ հոդվածի խախտում:

Եվրոպական դատարանը կարող է հաշվի առնել նաեւ որեւէ սահմանափակման արդյունավետությունը: Երբ, օրինակ դատական պատժամիջոցն ուղղված է սահմանափակելու այնպիսի տեղեկությունների տարածումը, որն արդեն իսկ մատչելի է այլուր, ապա դատարանը կարող է վճռել, որ նման միջամտությունն անարդյունավետ է, եւ որ այն ի չիք է վարձնում այդ միջամտության անհրաժեշտությունը (ECHR, մայիս 22, 1990, Վեբեր, ECHR, նոյեմբեր 26, 1991, Օբգերվեր եւ Գարդիան, ECHR, նոյեմբեր 26, 1991, Սանդեյ Թայնս, N2, ECHR, փետրվար 9, 1995, Բլաֆ!):

Օբգերվեր եւ Գարդիան եւ Սանդեյ Թայնս N2 գործերը (ECHR, նոյեմբեր 26, 1991)

Գործերը վերաբերում էին բրիտանական թերթերի նկատմամբ «Լրտեսներ որսացողը» գրքից հատվածների հրատարակության արգելքին (գործը առկախված էր մշտական արգելման համար). ըբի հեղինակը Փիթեր Ռայթը MI 5-րդ բաժանմունքի (Անվտանգության ծառայության) պաշտոնաթող սպա էր: Գիրքը բացահայտում էր Ռազմական անվտանգության ապօրինի գործողությունները. Թերթի նկատմամբ պատժամիջոցները չեղյալ չհայտարարվեցին անգամ այն բանից հետո, երբ գիրքը հրատարակվել էր Միացյալ Նահանգներում: Դատարանն ընդգծեց, որ այն պահից, ինչ սույն տեղեկատվությունը հրատարակվել է գրքի մեջ, դա այլեւս գաղտնիք չի կարող համարվել: Ի դեպ՝ ԱՄՆ-ում դրա հրատարակումից հետո գիրքը կարելի էր ձեռք բերել նաեւ Միացյալ Թագավորությունում, եւ կառավարությունը փորձ չէր արել կանխել Փիթեր Ռայթի գրքի ներմուծումը Բրիտանիա. Հետեւաբար պատժամիջոցներն անարդյունավետ էին, եւ պետական իշխանությունների միջամտությունը բնականաբար ավելորդ էր դառնում (կորցնում էր անհրաժեշտության ուժը ժողովրդավարական հասարակարգում):

Ինչ վերաբերում է համապատասխանությանը (համամասնությանը, ներդաշնակությանը), ապա գործը հարկ է քննել իր ամբողջության մեջ

որոշկու մատուցվորապես, թե կիրառված միջոցը համապատասխանում էր արդյոք իր օրինական նպատակին նկատի առնելով նաև արտահայտման եւ տեղեկատվության ազատության առանձնահատուկ նշանակությունը ժողովրդավարական հասարակության մեջ Համապատասանությունը գնահատելիս դատարանը հաշվի է առնում միջամտության աստիճանը, թե սահմանափակումը որքանով է ազդում հայցվորի արտահայտման ազատության իրավունքի վրա: Եթե սահմանափակումը կարճատեւ կիրառություն ունի կամ եթե գոյություն ունեն հասարակական ազատ քննարկման մասնակցելու կամ համապատասխան տեղեկություններ ստանալու եւ հաղորդելու բավարար այլընտրանքային տարբերակներ, ապա Հանձնաժողովի եւ Դատարանի կողմից այդ հաշվի է առնվում: Պետք է ընդգծել, որ Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածը՝ որպէս այդպիսին, չի արգելում արտահայտման ազատության նկատմամբ կիրառվող նախնական արգելքը: Մա երեւում է ոչ միայն «պայմաններ», «սահմանափակումներ», «կանխել», «կանխում» եւ «կանխող» բառերից, որ ներառված են այս դրույթում, այլեւ Դատարանի նախադեպային օրենքից: Այնուամենայնիվ, մի քանի գործի առիթով Դատարանը վճռականորեն հաստատել է, որ նախնական արգելքին բնորոշ վտանգն այնպիսին է, որ Դատարանի կողմից ենթակա է մանրակրկիտ քննության: Մա առանձնապէս վերաբերում է մամուլին, քանի որ նորությունը արագ հնացող նյութ է, եւ անգամ կարճ ժամանակով դրա հրատարակության հետձգումը կարող է այն իսպառ արժեզրկել (ECHR, նոյեմբեր 26, 1991, Օքսերվեր եւ արդիան, Մանդեյ Թեյնս N2):

Համեմատության հանգամանքը նույնպէս կարող է հաշվի առնվել: Եթե համապատասխան օրենքը կամ իրավական միջամտությունը համապատասխանում է իրադրությանը անդամ երկրներում, ապա այս հանգամանքը կարող է կշեռքի նժարը շրջել դրա ժողովրդավարական անհրաժեշտության կողմը, քանի որ Կոնվենցիայի գլխավոր նպատակն է՝ ձեւակերպել միջազգային այնպիսի չափանիշներ, որոնք պիտի պահպանվեն մասնակից երկրների կողմից իրենց իրավասության տակ գտնվող անձանց հետ հարաբերություններում: Սակայն սա չի նշանակում, թե բացարձակ համարժեքություն պետք է լինի: Դատարանն, ի դեպ, ընդունում է, որ անդամ երկրներն ազատ են միջոցներն ընտրելու ըստ իրենց հայեցողության. Որեւէ սահմանափակման բացակայությունը որոշ (կամ բոլոր) անդամ երկրներում կարող է խորհրդանշել այդ երկրում արտահայտման ու տեղեկատվության ազատության նկատմամբ պետա-իրավական միջամտության անբավարար հիմնավորումը

«Ինֆորմաթիոնսֆերայն Լենթիա» գործը
(Ի CHR, նոյեմբեր 24, 1993)

Այս գործում Եվրոպական դատարանը Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի շրջանակներում վճռել էր ի վնաս «Ավստրական Հեռուստատեսային» մենատիրության: Առաջին հայցվորին «Ինֆորմաթիոնսֆերայն Լենթիա» միավորմանը, ավստրական իշխանությունները ավստրիական Հեռահաղորդակցության օրենքի համաձայն մերժել էին ներքին հեռուստատեսային կաբելային համակարգ ստեղծելու համար արտոնազիր տրամադրել: Մյուս դիմորդներին մերժել էին մասնավոր ռադիոկայան հիմնելու համար հաճախականություն տրամադրել: Մերժումը կատարվել էր այն պատճառաբանությամբ, որ ռադիո կամ հեռուստատեսային կայան ստեղծելը Ավստրական Հեռարձակման կորպորացիայի մենաշնորհն էր:

Դատարանն ընդունել է, որ անդամ երկրներն իրենց տարածքում իրավասու են կազմակերպել հեռարձակման համակարգի արտոնագրումը: 10-րդ հոդվածի առաջին պարբերության վերջին նախադասությամբ սկզբունքորեն թույլատրվում է անգամ մենաշնորհը: Սակայն մնում է որոշել, թե այդ համակարգը բավարարում է արդյոք 10-րդ հոդվածի երկրորդ պարբերության համապատասխան պայմաններին Մասնավորապես, անհրաժեշտ է պարզել, թե այդ համակարգն անհրաժեշտ է արդյոք ժողովրդավարական հասարակարգում: Դատարանի համաձայն՝ հեռարձակման մենաշնորհի պատճառով արտահայտման ազատության սահմանափակումների հեռահար հետեւանքները կարող են արդարացվել միայն այն դեպքում, եթե դրանք պայմանավորված են որեւէ անհետաձգելի անհրաժեշտությամբ: Քանի որ մենաշնորհն այլևս չի կարելի արդարացնել այն նկատառումով, թե գոյություն ունեցող հաճախականություններն ու ալիքները սահմանափակ են, նկատի առնելով նաեւ այն փաստը, որ արտասահմանյան կաբելային հեռուստատեսության ծրագրերն արդեն իսկ օրինական կերպով վերահաղորդվում են ավստրիական կաբելային հեռուստատեսության ցանցում, մասնավոր տեղական կաբելային հեռուստատեսություն հիմնելու արտոնագրի մերժումը ժողովրդավարական հասարակարգում անհրաժեշտություն չի ներկայացնում: Մենատիրությունը տնտեսական պատճառներով արդարացնելու ավստրիական կառավարության հիմնական փաստարկը, թե այդպիսով մասնավոր տեսալսողական մենատիրություններ չեն առաջանա, նույնպես մերժվեց դատարանի կողմից: Դատարանի համաձայն Ավստրիայի նման տարածք ունեցող շատ եվրոպական երկրներ-

րուն իրադրությունը պարզորոշ կերպով ցույց է տալիս, որ մասնավոր ու պետական հեռահաղորդակցության գոյակցությունը հնարավոր է, եւ կարելի է միջոցներ ձեռնարկել մասնավոր մենատիրությունների ստեղծումը կանխելու համար՝ Այստեղից էլ Դատարանը հանգել է այն եզրակացության, թե հեռարձակման մենատիրությունն Ավստրիայում այն ձեով, ինչպես որ գոյություն ուներ այդ ժամանակ, չէր համապատասխանում Եվրոպական Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի երկրորդ պարբերությանը Տեսալսողական արտահայտման նման սահմանափակումը հետապնդած նպատակին չի համապատասխանում եւ հետեւաբար «անհրաժեշտ չէ ժողովրդավարական հասարակարգում»

Եվրոպական Դատարանի այս վճիռը պաշտպանում է նաեւ այն տեսակետը, թե ըստ Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի՝ անդամ երկրները դրական պարտավորություն ունեն միջոցներ ձեռնարկելու տարախոհության ապահովման համար, եւ հատկապես՝ հեռարձակող լրատվամիջոցներում:

Պետական իշխանության կողմից որեւէ միջամտության անհրաժեշտությունը՝ ըստ օրինական նպատակի, կարող է տարբեր լինել: Այլ կերպ ասած՝ 10-րդ հոդվածի երկրորդ պարբերության մեջ թվարկված յուրաքանչյուր նպատակի համար Եվրոպական դատարանի կողմից անհրաժեշտության նախապայմանի քննությունը նույնը չէ:

Իր նախադեպային օրենքում Դատարանը մշտապես նշել է, որ անհրաժեշտ միջամտության գոյությունն ու չափը որոշելու հարցում անդամ երկրները ազատության որոշակի սահման ունեն, սակայն այդ սահմանը թե իրավական, թե գործնական կիրառության տեսակետից ենթակա է Եվրոպական դատարանի վերահսկողությանը. Ինչպես արդեն ասվեց, նայած գործի բնույթի ու դրա օրինական նպատակի, վերահսկողությունը Եվրոպական դատարանի կողմից կարող է տարբեր լինել: Օրինակ «բարոյականի» մեկնաբանության տեսակետից Դատարանի վերահսկողությունն ավելի թույլ է բարոյականի պաշտպանության էության մասին տեղական իշխանությունները կարող են սկզբունքորեն ավելի ճշգրիտ կարծիք կազմել, քան միջազգային դատարանը: Իսկ այդ «բարոյականը» մեկ երկրից մյուսը կարող է խիստ տարբերվել. Սա նշանակում է, որ որոշ երկրներում «բարոյականի» պաշտպանությանն ուղղված տեղեկատվության ազատության սահմանափակումները Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի տեսանկյունից ավելի հեշտ են արդարացվում (ECHR, դեկտեմբեր 7, 1976, Հենդիսայդ ECHR, մայիս 24, 1988, Մյուլլեր ECHR, նոյեմբեր 25, 1996, Ուինգրով):

Հեռուխառնի գործը (ECHR, դեկտեմբեր 7, 1976)

Եռուխառնը ընդեմ Միացյալ Թագավորության գործում Եվրոպական Դատարանը որոշեց, որ բարոյականության պաշտպանության հասարակական իշխանությունները կարող են արդարացված համարել «Փոքրիկ կարմիր դասագիրք» վերնագրով գրքի հրատարակչի դատապարտումը. Գիրքը նախատեսված էր երեխաների համար եւ ի թիվս այլ բաների ազատ սեռական կյանք էր քարոզում. Դատարանը հայտարարեց, որ «չնայած Միացյալ Թագավորությունում էթիկայի եւ կրթության վերաբերյալ այլազան հայացքների գոյությանն ու մշտական փոփոխմանը, հարցը քննող անգլիացի դատավորներն, իրենց իրավասության սահմաններում ժամանակին համապատասխան իրավասու էին որոշելու, որ «Դասագիրքը» շատ երեխաների ու դեռահասների վրա կարող էր այլասերող ներգործություն ունենալ»: Բրիտանական պատական ատյանի կողմից գրքի օրինակները բռնագրավելու, տուգանելու ու դրանք ոչնչացնելու մասին որոշումը նույնպես Կոնվենցիայի 10-րդ Հոդվածի խախտում չնկատվեց:

Նախադեպային օրենքներից ոմանք ազգային կառավարություններին ու պետական իշխանություններին հաղորդակցության ազատության նկատմամբ սահմանափակումների ու խափանման միջոցների ատումով բավական ազատություն են տալիս, երբ հարցը վերաբերում է ազգային անվտանգությանն ու հասարակական անվտանգությանը, կամ՝ հուզումների ու հանցագործության կանխմանը. Դատարանի վերջին նախադեպային օրենքը, սակայն, վկայում է, որ այս հիմունքներով սահմանափակումներն ու միջոցները նույնպես պետք է անհրաժեշտության պայմանն ապահովելու տեսակետից հիմնված լինեն համարժեք պատճառների վրա. 1991 թվականի «Օբգերվեր-Գարդիան եւ Սանդեյ Թայմս», 1994 թվականի «Ֆերայնիգունգ Դեմոքրաթիշեր Սոլդատեն Օստերայխս» եւ 1995 թվականի դեկտեմբերի 9-ի «Բլաֆ»-ի գործերում ազգային անվտանգության ու հուզումների կանխման պատճառարանությամբ պետական իշխանությունների կողմից միջամտության բոլոր դեպքերն էլ դատարանի կողմից Կոնվենցիայի 10-րդ Հոդվածի խախտում համարվեցին:

«Բլաֆի» գործը (ECHR, դեկտեմբեր 9, 1995)

Բլաֆի գործում դատարանին վիճակված էր որոշել, թե «գաղտնի» հետազոտություն պարունակող հոդված հրապարակված ամսագրի բռնագրավումն ու տպագրության հետագա դադարեցումը Կոնվենցիա-

յի 10-րդ հոդվածի խախտում էին, թե՞ ոչ՝ Պետք էր որոշել, թե ազգային անվտանգության օրինական նկատառումով հայցվորի իրավունքների նկատմամբ միջամտությունը որքանով էր անհրաժեշտ ժողովրդավարական հասարակարգում 1995 թվականի դեկտեմբեր 9-ի որոշման հիմնական փաստարկն այն էր, որ «գաղտնի» փաստաթուղթը առանձնապես նշանակալի չէր իր գաղտնության աստիճանով, եւ որ ամսագրի բռնագրավումն ու առկախումը անարդյունավետ միջոցներ էին։ Ի դեպ՝ նույն հետազոտության բազմաթիվ տպագիր օրինակներ արդեն իսկ բազմացվել ու տարածվել էին այլ միջոցներով. գեկույցի բովանդակությունն արդեն հայտնի էր բոլորին, եւ տարբեր լրատվամիջոցներով արդեն խոսվել էր այդ մասին։ Այս առումով դատարանը ընդգծել է իր կողմից արդեն իսկ նշված այն փաստը, թե աննպատակ է կանխել տեղեկատվության տարածումն այն դեպքում, երբ այն արդեն իսկ տարածված է հանրության մեջ, եւ կամ արդեն դադարել է գաղտնիք լինել։ Այստեղից էլ՝ դատարանը եզրակացրեց, թե խափանման միջոցը անհրաժեշտություն չէր ներկայացնում ժողովրդավարական հասարակարգում, եւ որ Հոլանդական իշխանությունների կողմից տեղի է ունեցել Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի խախտում։

Լրագրողների ու լրատվամիջոցների համար Հոդված 10-ի առանձնահատուկ նշանակությունը

Եվրոպական դատարանի վերջին ժամանակների նախադեպային օրենքը բացահայտում է Եվրոպական Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի իրական նշանակությունն՝ իբրեւ արտահայտման ու տեղեկատվության ազատության պաշտպանության երաշխիք, առանձնապես՝ լրագրողական ազատության ու լրատվության բովանդակության իմաստով։ Ինչպես 1997 թվականի փետրվարի 24-ի վճռի առնչությամբ դատարանը եւս մեկ անգամ հաստատել է. մամուլն էական դեր է կատարում ժողովրդավարական հասարակության մեջ, անգամ դրա պարտականությունն է՝ «իր պարտականությունների ու պատասխանատվությանը համապատասխան տեղեկատվություն եւ գաղափարներ մատակարարել հասարակական նշանակության բոլոր հարցերի առնչությամբ»։ Դա է այն հիմնական մոտեցումը, որի տեսանկյունից պետք է դիտել պետական իշխանությունների կողմից ցանկացած միջամտություն ժողովրդավարական հասարակարգում Նույն գործի կապակցությամբ դատարանը կրկնել է, որ արտահայտման ազատությունը՝ վերաբերում է նաեւ այն տեղեկատվությանն ու գաղափարներին, «որ վիրավորական, ցնցող կամ անհաճո են պետության կամ համայնքի ցանկացած խավի քիմքին» 1997 թվականի հուլիսի 1-ի վճռի մեջ Դատարանը մեկ անգամ

և ու արտահայտել է այն կարծիքը, թե մամուլի պարտականությունն է քաղաքական հարցերի եւ համընդհանուր հետաքրքրության այլ խնդիրների վերաբերյալ տեղեկատվություն եւ գաղափարներ մատակարարել»: Լրատվության ազատության սահմանափակումները «պետք է չսփյուռնի քաղաքական հարցերի հրապարակային քննարկման շահերի տեսանկյունից, քանի որ արտահայտման ազատության սահմանափակումները պետք է նեղ մեկնաբանվեն » (ECHR, հուլիս 1, 1997, Օբերշլիք N 2):

Ակնհայտ է, որ Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածը լրագրողական ազատության, լրատվամիջոցների բազմազանության եւ ժողովրդավարության հիմնաքարն է Եվրոպայում: Հասարական խոսքն ու մամուլի ազատությունը Եվրոպայի պատմության մեջ նախկինում երբեք այնպիսի բարձր մակարդակի պաշտպանություն չեն վայելել, որքան այժմ: Մնում է հուսալ, որ արտահայտման այս բարձր մակարդակի ազատությունը թե այսօր, թե վաղը իրական ժողովրդավարության եւ մարդու իրավունքների պաշտպանության գործունե երաշխիքն է լինելու:

Հղումներ

Case-law of the European Court of Human Rights on Article 10 ECHR

27 March 1962, De Becker, Series A No. 4

8 June 1976, Engel and others, Series A No. 22

7 December 1976, Handyside, Series A No. 24

26 April 1979, Sunday Times, Series A No. 30

25 March 1985, Barthold, Series A No. 90

8 July 1986, Lingens, Series A No. 103

28 August 1986, Glasenapp, Series A No. 104

28 August 1986, Kosiek, Series A No. 105

26 March 1987, Leander, Series A No. 116

24 May 1988, Müller and others, Series A No. 133

22 February 1989, Barfod, Series A No. 149

7 July 1989, Gaskin, Series A No. 160

20 November 1989, Markt Intern Verlag GmbH and K. Beermann, Series A No. 165

28 March 1990, Groppera Radio AG and others, Series A No. 173

22 May 1990, Weber, Series A No. 177

22 May 1990, Autronic AG, Series A No. 178

26 April 1991, Ezelin, Series A No. 202

May 1991, Oberschlick, Series A No. 204

6 November 1991, Observer and Guardian Newspapers Ltd, Series A No. 216

16 November 1991, Sunday Times no. 2, Series A No. 217

13 April 1992, Castells, Series A No. 236

15 June 1992, Thorgeir Thorgeirson, Series A No. 239

18 August 1992, Schwabe, Series A No. 242-B

14 September 1992, Herczegfalvy, Series A No. 244

19 October 1992, Open Door and Dublin Well Woman, Series A No. 246

16 December 1992, Hadjianastassiou, Series A No. 252

25 May 1993, Kokkinakis, Series A No. 260

25 August 1993, Chorherr, Series A No. 266-B

24 November 1993, Informationsverein Lentia and others, Series A No. 276

24 February 1994, Casado Coca, Series A No. 285

25 March 1994, Scherer, Series A No. 287

23 June 1994, Jacobowski, Series A No. 291-A

20 September 1994, Otto-Preminger-Institut, Series A No. 295-A

23 September 1994, Jersild, Series A No. 298

19 December 1994, Vereinigung Demokratischer Soldaten Österreichs,
Series A No. 302

9 February 1995, Vereniging Weekblad Bluf!, Series A No. 306-A

26 April 1995, Prager and Oberschlick, Series A No. 313

27 April 1995, Piemont, Series A No 314

13 July 1995, Tolstoy Miloslavsky, Series A No. 316-B

26 September 1995, Vogt, Series A No 333

27 March 1996, W. Goodwin, Reports of Judgments and Decisions, 1996-II

15 November 1996, S. Ahmet, Reports of Judgments and Decision, 1996-V

25 November 1996, Wingrove, Reports of Judgments and Decision, 1996-V

24 February 1997, De Haes and Gysems, Reports of Judgments and Decision, 1997-I

9 June 1997, Telesystem Tirol Kabeltelevision, Reports of Judgments and Decisions, 1997-II

1 July 1997, Oberschlick, No. 2, Reports of Judgments and Decisions, 1997-IV

29 August 1997, Worm, Reports of Judgments and Decisions, 1997-V

Գլուխ երրորդ

Լրացվածության բնագավառի մասնագետների իրավունքներն ու դատականությունները: Օրենք եւ էթիկա

ԲԵՅԻՆԱ ՓԻՅՐՍ,
*Լրագրողների Սիջազգային ֆեդերացիա,
Գլխավոր փարսուղարի տեղակալ*

ՆԵՐԱԾՈՒՅՈՒՆ

Մարդու Իրավունքների Եվրոպական դատարանը հայտարարել է, թե մամուլի ազատությունն առանձնահատուկ պաշտպանության է արժանի, որպեսզի կարողանա «իրականացնել հասարակության պահպանման իր դերն ու հասարակական նշանակության հարցերի վերաբերյալ տեղեկություններ եւ գաղափարներ մատակարարել»:^{*}

Գրեթե բոլոր եվրոպական երկրները սահմանադրությամբ ապահովում են տեղեկություններ ստանալու եւ հաղորդելու ազատությունը, իսկ այնպիսի երկրներում, ինչպիսիք են Շվեդիան եւ Հոլանդիան, կառավարության վրա դրական պարտավորություն է դրված՝ նպաստելու մամուլի ազատությանը: Ազատ ու անկախ լրատվամիջոցների նշանակությունն՝ իբրեւ ժողովրդավարության հիմունքներից մեկը, ընդունված է ողջ Եվրոպայում, սակայն մշտական բանավեճի նյութ է այն հարցը, թե կա՞ն, արդյոք, ազատության սահմաններ, եւ եթե կան, ապա որտեղ են վերջանում դրանք, ինչպիսի՞ն պետք է լինեն ՋԼՄ մասնագետների իրավունքներն ու պարտականությունները, եւ արդյո՞ք այդ իրավունքներն ու պարտականությունները պետք է սահմանված լինեն օրենքով: Ոմանք պնդում են, թե մամուլի ազատության նկատմամբ իրավական սահմանափակումներ ընդհանրապես չպետք է լինեն, մինչդեռ ուրիշները գտնում են, որ այդ ազատությունը վերջանում է այնտեղ, ուր ոտնահարվում են այլ հիմնարար իրավունքներ: Հարցն այն է նաեւ, թե ով է ինչպես պետք է որոշի ու մեկնաբանի այդ իրավական դաշտը: Արտահայտման իրավունքը սահմանափակելու նպատակով կարելի է չարաչափել անգամ ամենալավ օրենքը, եթե չկան հանուն այդ հիմնարար իրավունքի պայքարող անկախ դատավորներ ու քաղաքացական հասարակություն

^{*} «Սանդեյ Թայմս ընդդեմ ՄԹ» Ապրիլի 1979 26 թվականի վճիռը, սեր A N30 պար 65, «Լինգենս ընդդեմ Ավստրիայի» 1986 թվականի հուլիսի 8-ի վճիռը, սեր A N103, պար 42

Օրենքով ամրագրված երկու հիմնական իրավունքներն են տեղեկատվության մատչելիության իրավունքը եւ աղբյուրների պաշտպանության իրավունքը. Լրագրողների անկախության այլ իրավունքների բացակայում, որ անպայմանորեն չեն ամրագրված օրենքով, կարելի է թվել խղճի եւ խմբագրական անկախության դրույթները: Լրագրողների իրավունքները երբեմն դիտվում են իբրեւ հատուկ արտոնություններ, սակայն պետք է հիշել, որ լրագրողներին շնորհված իրավունքները խիստ էական են մասնագիտական պարտականությունների կատարման եւ վերջապես՝ հասարակությունն այնպիսի տեղեկատվությամբ ապահովելու համար, որ այն կարողանա գիտակցված ընտրություն կատարել: Լրագրողները միաժամանակ նաեւ էթիկական պարտավորություններ ունեն: Եվրոպական երկրների մեծ մասը մամուլի ազատության սահմանները կարգավորում է վարկաբեկման, անձնական կյանքի անձեռնմխելիության ու գաղտնության մասին օրենքներով, սակայն լրագրողական էթիկան օրենքով չի սահմանվում, այլ լրագրողի ինքնավերահսկման խնդիրն է:

Էթիկական չափանիշների քննարկումն այժմ Եվրոպայի ուշադրության կիզակետում է: Լրատվամիջոցների վարքի իրավական կարգավորման մասին կոչերը լրատվամիջոցների կողմից ուժգին դիմադրության են հանդիպում այն տրամաբանությամբ, թե դա կարող է լրջորեն սահմանափակել մամուլի ազատությունը: Այդուհանդերձ՝ լրագրողները պետք է ողջունեն էթիկայի շուրջ քննարկումները եւ այն, թե ինչպես կարելի է կատարելագործել ինքնավերահսկման մեխանիզմները: Միաժամանակ, ինչպես կտեսնենք այս գլխում, այսօր լրագրողների առջեւ ծառայած մի շարք էթիկական անլուծելի խնդիրներ կան, որոնք անգամ բնորոշելը դժվար է, էլ ուր մնաց թե՝ իրավական միջոցներով լուծելը:

Մենք ակնատես եղանք, թե ինչպես նախկին Հարավսլավիայում պատերազմից առաջ եւ հետո լրատվամիջոցները կիրառվում էին ատելություն սերմանելու եւ հակամարտություն բորբոքելու նպատակով, լրատվամիջոցները պատերազմի հրձիգների ձեռքին վեր էին ածվել քարոզչական մեքենայի, եւ այլեւս ոչ մի ընդհանուր քան չունեին անկողմնակալության կամ ճշմարտության վեհ գաղափարների հետ: Լրագրությունը չի կարող գոյատեւել սոցիալական իրողությունից կտրված վակուումի պայմաններում: Միայն մշտաբերուն մասնագետն ու ժողովրդավարական քաղաքացիական հասարակությունը կարող են լրատվամիջոցները պահպանել չարաշահումից:

Տեղեկատվության մատչելիությունը. Տեղեկանալու իրավունքը

«Ներկայացուցչական համակարգում ամեն ինչի պատճառը բոլորին մատչելի պետք է լինի: Յուրաքանչյուր անձ կառավարության փայտուերն է եւ իր անձնական կարեւոր գործն է համարում իրականության մեջ կողմնորոշվելը: Դա նրա գործն է, որովհետեւ ազդում է իր գործերի վրա»:

Թոմ Փեյն, 1792

Տասնութերորդ դարում քաղաքացիների իրավունքը՝ իմանալու, թե իրենց անունից ինչ է տեղի ունենում, դիտվում էր իբրեւ մամուլի ազատության հիմնական գործոնը: Նույնն է եւ այսօր: Գերմանիայի Դաշնային սահմանադրական դատարանի 1966 թվականի դատավճռում դա պարզ ու լիարժեք արտացոլված է.

«Պետությունից անկախ ու գրաքննության չենթարկվող ազատ մամուլը ժողովրդավարական պետության էական հատկանիշներից է... Երևի քաղաքացին պետք է կարողանա քաղաքական վճիռներ կայացնել, ուրիշ ան պետք է թե լիովին քաջատեղյակ լինի իրադարձություններին, րև կարողանա ճանաչել ու համեմատել նաեւ ուրիշների կողմից արտահայտված կարծիքը: Մամուլն է, որ թեժ է պահում այս հարատեւ բանավեճը... Ներկայացուցչական ժողովրդավարության մեջ մամուլը թե մշտական կապ է եւ թե վերահսկման լծակ՝ մարդկանց եւ նրանց կողմից խորհրդարանում ու կառավարության մեջ ընտրված ներկայացուցիչների միջեւ»:

Եվ այդուհանդերձ՝ եվրոպական մամուլը ամենից հաճախ ստիպված է լինում բավարարվել տեղեկատվության ավելցուկներով, որ չնորհիվում է պետության հայեցողությամբ: Եվրոպայի Խորհրդի որոշ անդամ երկրներ կատարում են հիմնական սկզբունքներին ենթարկվելու պահանջը: Սակայն մի շարք այլ երկրներում ազատախոհությունը առավել հարգի է, երբ այն խախտվում է, քան պահպանվում: Կան նաեւ մեկ այլ խումբ երկրներ, ուր կառավարական գաղտնիքների նկատմամբ խիստ հսկողություն է սահմանված:

Տեղեկատվության մատչելիության տեսակետից Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանը (ECHR) մեկնաբանել է Մարդու իրավունքների եվրոպական կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի շնորհած իրավունքներն ու սահմանափակումները, ըստ որի հասարակությունն իրա-

վասու 1 տեղեկանալ կանավոր «ինֆորմատորի» միջոցով «Սանդեյ Թայմս» գործում (1979) դատարանի որոշմամբ թերթին արգելվել էր նրաստարակել Թալեդումիդ կոչվող դեղանյութի ազդեցության մերկացու- մը LCIR-ը վճռեց ընդդեմ բրիտանական դատարանի որոշման. Այս- տեղ էականն այն է, որ «Սանդեյ Թայմս»-ը փորձում էր տեղյակ պահել հասարակությանը: Երբ որեւէ մարմին, ասենք՝ կառավարությունը չի ցանկանում բացահայտել որեւէ տեղեկություն, դատարանն ավելի եւս զգուշավոր է: 1987 թվականին դատարանը որոշեց, որ ճիշտ էր շվեյցա- րական դատարանի վճիռը, որով լրագրողին արգելվում էր աչքի անց- կացնել հողատարածքային մատյանները. Շվեյցարական օրենքը պա- հանջում էր, որ հարցի նկատմամբ լրագրողի հետաքրքրությունը պատ- ճառաբանված լիներ, եւ շվեյցարական դատարանը վճռեց, որ լրագրո- ղի նպատակը այդ պահանջին չէր համապատասխանում: ECHR-ը հա- մամիտ էր նման որոշմանը: ECHR-ը չի բացառում համաձայն 10-րդ հոդվածի պաշտոնական տեղեկատվության հասարակական մատչե- լության իրավունքի հնարավորությունը: Սակայն ըստ Թոն Բիիրսի, որ խնդրի վերաբերյալ կազմել է Եվրոպական Հանձնաժողովին ուղղված վերջին զեկույցը, պաշտոնական տեղեկատվության մատչելիության վերաբերյալ 10-րդ հոդվածի նախադեպային օրենքը հանգեցնում է մեկ այլ անուղղակի եւ էական իրավունքի, որ նայած տեղական օրենքի՝ կախված է տեղեկատվության ընդհանուր մատչելիությունից»*: *

Պարզ է, որ ներկա դրությամբ Եվրոպական Կոնվենցիան լրագրող- ներին բավարար իրավական հիմք չի տալիս դժկամ կառավարությու- նից կամ պաշտոնական ատյանից տեղեկատվություն ապահովելու: Եվրոպական Միության կողմից պաշտոնական տեղեկատվությունից ազատորեն օգտվելու, տեղեկատվության ազատության օրենք չի նա- խատեսվում նաեւ քաղաքացիների համար: Եվրոպական Միության Նախարարների Կոմիտեից բավական երկար ժամանակ պահանջվեց, որպեսզի 1993 թվականին վերջապես խիստ սահմանափակ մատչելիու- թյուն ապահովող վարքականոն ընդունի:

Ընդհանրապես, Եվրոպական երկրներից քչերն են հետեւում բա- ցարձակ ազատության սկզբունքին: Շվեդիան միակ երկիրն է, որ տեղե- կատվության ազատության պարզ ու բավական լայն իրավասություն- ներ ընձեռող հատուկ օրենք ունի, թեւեւ եվրոպական երկրների մեծա- մասնությունն իր մամուլի օրենքներում տեղեկատվության մատչելիու- թյան մասին դրույթներ ունի Այդ պատճառով էլ զարմանալի չէ, որ շվեդ

* Եվրոպայի Խորհուրդ, ՁԼՄ-ների հարցերով գործադիր կոմիտե Դաշտոնական տե- ղեկատվության նկատմամբ հետազոտության իրավասություն, Ստրասբուրգ, ապրիլ 15, 1995, CDMM (95) 15 Բնօր էջ 39

լրագրողներն առաջինն էին, որ ընդդիմացան ԵՄ-ի կողմից ընդունված վարքականոնին * 1995 թվականի գարնանը Շվեդական Լրագրողների Ուիտթյան պաշտոնաթերթը «Ջուրնալիստներ» Եվրոպայի Խորհրդին էր պահանջում խնդրելով իրենց տրամադրել 20 ԵՄ փաստաթղթեր, որ վերաբերում էին Եվրոպայի Եվրոպական ոստիկական ուժերի հիմնադրմանը: Նույն խնդրանքով դիմել էին նաև շվեդական Արդարադատության նախարարությանը: Շվեդական կառավարությունը տրամադրեց պահանջված 20 փաստաթղթերից 18-ը, ԵՄ Խորհուրդը՝ միայն չորսը, պատճառաբանելով, թե այդ փաստաթղթերի հրապարակումը կարող է վտանգել հասարակական անվտանգությունը: Սակայն «Ջուրնալիստներ» հրատարակեց այդ փաստաթղթերն՝ ապացուցելով, որ դրանց մեծամասնությունը նման վտանգ չէր ներկայացնում: Փաստաթղթերից ոմանք, որ ԵՄ Խորհուրդը հրաժարվել էր տրամադրել, վերաբերում էին Եվրոպայի գրասենյակների կահավորմանը:

Շվեդական գործը ոչ միայն արտացոլում է գաղտնության եւ ազատության Եվրոպական ավանդույթները, այլև ապացուցում, որ տեղեկատվության մատչելիությունը ոչ միայն իրավական, այլև գործնական խնդիր է: ԵՄ տասնհինգ երկրներ ստիպված են որոշել, թե որ փաստաթղթերն են գաղտնի եւ որոնք՝ հասարակությանը մատչելի, եւ այս վճիռները կայացնելու վարչական դժվարություններն իսկ կարող են պատճառ դառնալ, որպեսզի ընտրությունը կատարվի հոգուտ գաղտնիության:

Աղբյուրների դաճաճումը. մասնագիտական լրագրության հիմնարար սկզբունքը

Եվրոպական երկրների մեծամասնությունը օրենքով երաշխավորում է աղբյուրների պաշտպանությունը: Շվեդական օրենքը, որն այդ իմաստով ամենաուժեղն է, անգամ նշում է, որ այն լրագրողը, ով իր աղ-

* 1994 թվականին Ջոն Քարվելը անգլիական «Գարդիան» թերթի բրյուսելյան թղթակիցը, Նախարարների կոմիտեից մի շարք փաստաթղթեր պահանջեց Նրան մերժեցին հանձնել արդարադատության, սոցիալական հարցերի ու գյուղատնտեսության հարցերով Նախարարական խորհրդի արձանագրությունները: Դանիական եւ հոլանդական կառավարությունների աջակցությամբ «Գարդիանը» հարցը բարձրացրեց Եվրոպական առաջին ատյանի դատարանի (ԵԱԼԴ) առջեւ, առարկելով, որ Խորհուրդը հայցը մերժել է առանց ծանուցեթեւ անելու բացահայտման նշանակությունը գաղտնության նկատմամբ: ԵԱԼԴ-ը վճռեց հոգուտ «Գարդիանի» նշելով, որ փաստաթղթեր պահանջելու դեպքում Խորհուրդն անպայմանորեն պետք է ծանուցեթեւ անի երկկողմանի շահերը

բլուրի բացահայտում է առանց վերջինիս համաձայնության, ենթակա է քրեական պատասխանատվության Աղբյուրների սահմանադրական պաշտպանությունը տարածվում է պետական ու քաղաքային իշխանության աշխատակիցների վրա, որոնք այդպիսով իրավունք են ձեռք բերում ազատ կերպով մամուլին տեղեկություններ տրամադրելու առանց հնարավոր իրավական հետեւանքներից կամ սպառնալիքներից վախենալու:

Իրենց աղբյուրները չբացահայտելու համար լրագրողներին շնորհված իրավական պաշտպանությունը բավական ընդարձակ է Գերմանիայում ու Իսպանիայում, սակայն սա չի նշանակում, որ դատարանը չի կարող լրագրողներին ստիպել բացահայտել տեղեկատվության աղբյուրը: Գերմանիայում աղբյուրների պաշտպանության իրավունքը չի տարածվում անձամբ լրագրողի կողմից հավաքված նյութերի ու տեղեկությունների վրա, եւ խմբագրության խուզարկությունների դեպքեր են եղել: Իսպանիայում աղբյուրների պաշտպանությունը վավերացված է սահմանադրական դրույթով, սակայն դատարանի հայեցողությանն է թողնված սահմանադրական այդ հոդվածի բովանդակության ու ծավալի մեկնաբանությունը: Իբրեւ հետեւանք՝ մի քանի լրագրողներ դատապարտվել են իրենց աղբյուրները չբացահայտելու համար:

Ի դեպ՝ եթե մի հայացք գցենք այսօրվա Եվրոպական երկրներին, կտեսնենք, որ գրեթե յուրաքանչյուր երկրում էլ եղել են դեպքեր, երբ լրագրողը ստիպված է եղել բացահայտել իր տեղեկատվության աղբյուրը, եւ երբ «հանուն արդարության» տեղեկություններ ձեռք բերելու նպատակով խմբագրությունները խուզարկության են ենթարկվել: Դրա մի օրինակն էլ Միացյալ Թագավորությունում 1983 թվականի «Պաշտպանության Պետքարտուղարն ընդդեմ Գարդիան թերթի» գործն էր: Գարդիանը Պաշտպանության նախարարությունից գաղտնության պայմանով երկու փաստաթղթի պատճեն էր ձեռք բերել: Փաստաթղթերն այն մասին էին, թե մամուլն ու խորհրդարանը ինչպես պետք է տեղեկացվեն Քրուզ հրթիռների ժամանման մասին: Պաշտպանության նախարարը թերթի դեմ դատական գործ հարուցեց՝ փաստաթղթերը ետ վերադարձնելու պահանջով: Լուսանցքում արված նշումները կարող էին մատնել, թե պաշտպանության նախարարության որ բաժանմունքն էր տրամադրել փաստաթուղթը եւ այդպիսով հայտնաբերել «մատնիչին»:

Գարդիանը չհամաձայնեց առարկելով, թե փաստաթուղթը վերադարձնելով կարող էր մատնել աղբյուրը, եւ հրաժարվեց դրանք ետ տալ: Թերթը բոլոր երեք դատարաններում էլ տանուլ տվեց դատը, թեւ՝ վկայակոչում էր բրիտանական օրենքով աղբյուրը՝ չբացահայտելու լրագրողի իրավունքը: Թերթին հրամայվեց վերադաձնել փաստաթղթերը:

Պարզվեց, որ Սառա Թիսոպը միջազգային գրասենյակի մի երիտասարդ աշխատակցուհի էր փաստաթղթերը տրամադրել, որի համար նա դատապարտվեց վեց ամսվա բանտարկության:

Այս դեպքը չէր կարող տեղի ունենալ Ավստրիայում, Գերմանիայում և Եսպանիայում կամ Շվեդիայում, ուր լրագրողներից պահանջվում է որոշականել մասնագիտական գաղտնապահությունը, այնքան ժամանակ, քանի դեռ աղբյուրը չի տվել համաձայնությունը՝ Սակայն այս գործն արտացոլում է նաև օրենսդրական պաշտպանության եւ դատական պրակտիկայի ու ավանդության միջեւ գոյություն ունեցող հակասությունը:

«Դատարանի նկատմամբ անհարգալից վերաբերմունքի մասին օրենքը» աղբյուրների պաշտպանության մասին օրենսդրությունը, ընդունվել է 1981 թվականին՝ Նախկինում նման օրենսդրություն գոյություն չուներ: Սակայն փոխանակ աղբյուրների պաշտպանության իրավունքն ընդարձակելու, նոր օրենքը հակված էր սահմանափակելու այն: Այն դեպքում, երբ դատարանը նախկինում առանց որեւէ օրինական հիմքի խուսափում էր «գլուխ դնել մամուլի հետ» եւ հազվադեպ էր լրագրողներին ստիպում բացահայտել իրենց աղբյուրները, այժմ դատարանի նկատմամբ անհարգալից վերաբերմունքի պատճառով բռնագրավումներն ու ստիպողական մերկացումները ավելի ու ավելի հաճախակի դարձան Միացյալ Թագավորությունում, եւ որոշ լրագրողներ իրենց նյութերը պաշտպանելու համար դրանք ուղարկում են այլ երկրներ: Լրագրողների Միջազգային ֆեդերացիայի գրասենյակն, օրինակ, ապաստան է դարձել այն տեղեկատվության համար, որ բրիտանական իշխանությունները փորձում են ձեռք երել, իսկ լրագրողները հրաժարվում են տրամադրել:

Աղբյուրների պաշտպանությունը շատ ավելին է, քան զուտ գրավոր օրենքը: Մամուլի ազատությունն ու աղբյուրների պաշտպանությունը՝ որպես դրա կարեւոր բաղկացուցիչ մասը, թղթի վրա վավերացված օրենքից շատ ավելին են պահանջում, դրա համար քաղաքական կամք է անհրաժեշտ: Եվրոպայում այս քաղաքական կամքն ընդհանուր առմամբ՝ որոշ բացառություններով ու վերապահումներով, գոյություն ունեցել է եւ շարունակում է գոյություն ունենալ: Թեեւ անդամ երկրներում աղբյուրների պաշտպանության մասին օրենքները խիստ տարբեր են, սակայն բավական լիբերալ ու ներդաշնակ վերաբերմունք է մշակվել նախադեպային օրենքում՝ Երբեմն դատարանները օրենքը մեկնաբանելու հարցում խստագույնս չեն հետեւում օրենքի տառին, եւ հետեւաբար «լրագրողների օձիքից չեն կառչում»:

Եվրոպական մակարդակում ամենահայտնի գործը «Ուիլիամ Գուդփինն ընդդեմ Միացյալ Թագավորության» գործն է * Գուդփինը, հրաժարվելով իր աղբյուրը բացահայտել, բրիտանական դատարանի կողմից

* Գուդփինի գործի մանրամասները տես գլուխ 2-ը

դատաւարարուվել էր 5,000 ֆունտ ստեռլինգ տուգանք վճարելու Այս դատավճիռը նա վիճարկեց Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանում, որը որոշեց

*«Արտահայրման ազատությունը ներառում է տեղեկատվություն ստանալն ու հաղորդելը Այս ազատությունը չի սահմանափակվում միայն քաղաքական տեղեկատվության կամ նորությունների թողարկմամբ, այլ տարածվում է նաև «առեւտրային տեղեկատվության վրա»։ Դատավճիռը կարող է ընդհանրապես բացասաբար ազդել եւ արդեն իսկ ազդել է՝ աղբյուրների կողմից լրագրողներին լրատվարժան տեղեկություններ մատակարարելու հավանականության վրա».**

Այդպիսով Դատարանն ընդունեց, որ տեղեկատվության ազատությունը, հասարակության տեղեկանալու իրավունքը, ներառյալ նաև՝ աղբյուրների պաշտպանության իրավունքը մարդու կարեւորագույն իրավունքներից են, որ գերապատիվ են այլ իրավունքների ու շահերի նկատմամբ:

Մյուս կողմից եղել են որոշ աղմկահարույց գործեր, երբ լրագրողները բանտ են նստել՝ իրենց մասնագիտական պարտքին հավատարիմ մնալով՝ աղբյուրները չբացահայտելու համար, եւ երբ դատարանն ու որոշ պետական ատյաններ փորձել են օրենքի ուժով ստիպել լրագրողներին հրաժարվելու աղբյուրների պաշտպանության իրենց իրավունքից:

Շատ հաճախ նման դեպքերն առնչվում են ցավոտ քաղաքական հարցերի: Օրինակ՝ Դատարանի նկատմամբ անհարգալից վերաբերմունքի օրենքը շատ ավելի խիստ է գործում, երբ հարցը վերաբերում է ԻԱԲ-ին (Իռլանդիայի Ազատագրական Բանակ): Իտալիայում ձերբակալվեցին մի քանի լրագրողներ, որոնք հրաժարվել էին «Կարմիր ջոկատների» մասին իրենց հոդվածների աղբյուրները բացահայտել: L'Espresso իտալական շաբաթաթերթի լրագրող Պիետրո Բուֆֆան, օրինակ, ենթադրյալ ահաբեկչի կողմից դատարանին ներկայացված վերջնագրի բովանդակությունը հրապարակելուց հետո ձերբակալվել էր, որովհետեւ չէր բացահայտել իր աղբյուրը: Նրան ազատ արձակեցին, երբ ոստիկանական Միության անդամների համար պարզ դարձավ, որ տեղեկատվության աղբյուրն իրենք էին, սակայն, միեւնույն է՝ մեղադրեցին դատական գաղտնի փաստաթղթերի հրապարակայնացման համար: Օրենքով շնորհված ազատությունը դադարեց գործել այնտեղ, ուր հարցը վերաբերում էր պետության շահերին:

* Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարան, Գուդվին ընդդեմ Միացյալ Թագավորության, 1996 թվականի մարտի 27 -ի դատավճիռը, 1996-11

Լ լուսագրողներն ու լրագրողական կազմակերպությունները պետք է մշտապես ընդգծեն այն փաստը, որ հասարակությանը տուժում է նրանից, որ տղերքների գաղտնությունը չապահովելու համար այդ աղբյուրները հրուժարվում են նման տեղեկություններ տրամադրել Հարցն այն է, որ հասարակությունն իրավունք ունի իմանալու նույնիսկ այն, ինչ տվյալ «բյանի կառավարությանն ու քաղաքական ուժերի քիմքին անհաճո է» Լ լուսագրողներն իրենց մասնագիտության բերումով հաճախ են բախման մեջ մտնում արդարադատության հետ: Սակայն լրագրողները ոստիկաններ չեն: Նրանք ոչ պարտավոր են, ոչ էլ իրավունք ունեն իրենց վրա վերցնել ոստիկանության պարտականությունները:

Այն մտայնությունը, երբ անհաճո տեղեկատվություն հրապարակած լուսագրողին վերաբերվում են որպես «գաղտնի փաստաթղթերի գողի», չի բնորոշում, թե հասարակությունն իրավագոր է ամեն ինչ իմանալ: Աղբյուրների պաշտպանությունը պետք է վեր դասվի կառավարության շահերից:

Խմբագրական անկախությունն ու խղճի մասին դրույթը

Եթե լրատվամիջոցները կոչված են իրականացնելու հասարակական պահապանի իրենց դերը, որ շատ եվրոպական սահմանադրություններով իրոք նրանց է վերապահված, ապա լրատվությամբ զբաղվող մարդկանց պետք է հնարավորություն ընձեռվի աշխատել առանց այլ շահարկման եւ առանց արտաքին անհարկի միջամտության. Խմբագրական ազատություն հասկացությունը հակագրաքննական վերահսկողության հիմքն է կազմում եւ նպատակաուղղված է այն բանին, որպեսզի լրատվամիջոցները կարողանան հետազոտել, ուսումնասիրել եւ հրատարակվել առանց պետական միջամտության: Չնայած այն բանին, որ բոլոր եվրոպական երկրներն էլ հրապարակավ դեն են գրաքննությանը, կան բազմաթիվ դեպքեր, երբ կառավարությունը փորձում է միջամտել իր գործունեության վերաբերյալ քննադատական նյութերի հրապարակմանը. լրատվության խմբագիրներին առանց բացատրության ազատում են աշխատանքից, լրագրողներին են հանում, երբ նրանց աշխատանքը դուր չի գալիս իշխանություններին, ու ինքնագրաքննության մի մթնոլորտ է հաստատվում Սակայն սխալ կլիներ ենթադրել, թե մասնավոր լրատվամիջոցներում ամեն ինչ իդեալական է: Եվրոպացի լրագրողներից շատերը կարող են վերհիշել դեպքեր, երբ որեւէ նյութի վրա արգելք է դրվել եւ կամ բովանդակությունն էապես փոխվել է, որպեսզի գլխավոր գովազդատուներից որեւէ մեկի դժգոհությունը չհարուցի Երբ ՁԼՄ-ի սեփականատերն է առաջնորդվում է քաղաքական նկատառումներով, կարող է լրատվամիջոցն օգտագործել իր

քաղաքական գիծն առաջ տանելու համար Նույն կերպ առեւտրային նկատառումներով որոշ հողվածներ վեր են ածվում այս կամ այն ձեռնե-րեցի գործարար շահերը պաշտպանող ծանուցման

Խմբագրական ազատությունը, ինչպես հայտարարված է Եվրոպայի Խորհրդի ժողովրդավարական հասարակության մեջ լրատվության մասին հռչակագրում, այնպիսի մի իրավունք է, որը լրագրողները պետք է ատամներով պաշտպանեն: * Թեև լրագրողներն ու հրատարակիչները ուս-ուսի տված պայքարում են պետական իշխանությունների կողմից միջամտության դեմ, սակայն համաձայնության չեն գալիս տվյալ լրատվամիջոցի սեփականատիրոջից խմբագրության անկախության հարցի շուրջ: Հրատարակիչները համարում են, որ իրենք պետք է որոշեն թերթի խմբագրական ուղղվածությունը, եւ հետեւաբար իրենց կարծիքը պետք է որոշիչ դեր ունենա այն հարցում, թե ինչ հրապարակել: Մյուս կողմից, լրագրողները համարում են, որ թեև խմբագրական ուղղվածությունը հրատարակիչն է որոշում, սակայն այն, թե ինչ է հրապարակվելու, պետք է թողնվի մասնագիտական էթիկայի կանոնների: Իբրև խմբագրության ղեկավար, հաճախ մատի` հրատարակչի ներկայացուցիչ, գլխավոր խմբագիրը կարելու է կատարում խմբագրության ազատության մակարդակը որոշելու հարցում: Դեպքեր են եղել, երբ գլխավոր խմբագիրը հրաժարվել է ենթարկվել ղեկավարության հրահանգներին, սակայն նույնքան հաճախ էլ եղել են դեպքեր, երբ խմբագիրը համաձայնել է:

Լրագրողների ու հրատարակիչների տարաբնույթ շահերի միջեւ ընդհանուր հայտարարի գալու համար որոշ թերթեր խմբագրական հռչակագրեր կամ համաձայնագրեր են կնքում: Խմբագրական ազատությունը սահմանող այս յուրահատուկ համաձայնագրերը կամ հռչակագրերը սովորաբար արձանագրում են լրագրողների իրավունքները, խմբագիրների իրավունքները, ինչպես նաեւ լրագրողական արտադրանքի վրա ղեկավարության միջամտության սահմանափակումները:

Գերմանիայում, օրինակ, «Շթերն» հանդեսի լրագրողներն աշխատում են ըստ ընկերության մանրամասնորեն մշակած ու փոխհամաձայնեցված կանոնակարգի, որ վավերացնում է խմբագրական ազատությունները: Այդ կանոնակարգի առաջին հոդվածը սահմանում է, որ «Շթերնը» քաղաքական հանդես է, սակայն անկախ Գերմանիայում

* 1994 թվականի դեկտեմբերի 7-8-ին Պրագայում կայացած ԶԼՄ-ների քաղաքականության շուրջ Եվրոպական 4-րդ Նախարարական համաժողովին Եվրոպայի Խորհրդի անդամ երկրներն ընդունեցին մի հռչակագիր, որն արտահայտած է երրորդ սկզբունքի մեջ «Յետեւալը ժուռնալիստիկային հնարավորություն է տալիս պահպանելու եւ ամրապնդելու իսկական ժողովրդավարությունը

բ խմբագրական իրական անկախությունն ընդդեմ քաղաքական իշխանության, մասնավոր շահեր հետապնդող խմբերի, եւ կամ պետական իշխանությունների կողմից»

արտոլ որեւէ կուսակցութիւնից, գործարար ընկերութիւնից եւ կամ ուրեւէ այլ խմբի շահերից՝ Կանոնակարգը հաստատում է, որ «Շօթերնի» տարատակն է տեղեկացնել ու զվարճացնել իր ընթերցողներին, եւ իր աշխատակիցներից ակնկալում է ազատ ու ժողովրդավարական համակարգի համակիրներ լինել եւ դավանել առաջադիմական ու լիբերալ սկզբունքների:

«Շօթերնի» լրագրողներն ու աշխատակիցները ստիպված չեն կատարել այնպիսի հանձնարարություն, զրել այնպիսի բան կամ պատասխանատվություն ստանձնել այնպիսի մի բանի համար, որ հակառակ է իրենց սկզբունքներին: Եվ հրաժարվելու դեպքում որեւէ կերպ չպետք է սուսժեն: «Շօթերնում» խմբագիրների շահերը ներկայացնում է խորհրդատվական հանձնախումբը (խմբագրական կոլեգիան), որ բաղկացած է խմբագրության յոթ անդամ-խմբագիրներից, ովքեր ամեն տարի ընտրվում են գաղտնի քվեարկությամբ: Քանի որ ըստ հրատարակչի խմբագրական կազմը մեծ դեր ունի «Շօթերնի» դիմագծի, հետեւապես նաեւ՝ տնտեսագրի նյութական արժեքի բարձրացման հարցում, ապա հրատարակիչը պարտավորվում է որեւէ սեփականատիրական փոփոխության պակշքում նախապես խորհրդակցել հանձնախմբի հետ. «Շօթերնի» գլխավոր խմբագիրը նշանակվում է հրատարակչի կողմից: Գլխավոր խմբագիրն իր նկատմամբ պարտադիր ու անվերասլահ վստահություն է սկսնկալում խմբագրական կազմից. այդ պատճառով էլ հրատարակիչը նրա նշանակման հարցը նախապես քննարկում է խմբագրական կոլեգիայի հետ: Հրատարակիչը չի կարող նշանակել կամ հեռացնել գլխավոր խմբագիրն, եթե խմբագրական կոլեգիան ձայների երկու երրորդ մեծամասնությամբ դեմ է այդ որոշմանը: Խմբագրական կոլեգիան ու պարտավորվում է հիմնավորել իր տեսակետը.

«Շօթերնի» կանոնագիրը խմբագրական ազատության ճանաչումից էլ անդին անցնելով՝ գլխավոր խմբագրի նշանակման հարցում լրագրողներին ձայնի իրավունք է տալիս: Խմբագրական ժողովրդավարության այս մոտեցումը այնքան էլ տարածված չէ եվրոպական լրատվամիջոցներում: Հրատարակիչների մեծ մասը հրաժարվում է նման իրավունքներ շնորհել լրագրողներին, պնդելով, որ հենց իրենք պետք է նշանակեն իրենց վստահված անձին, ու թեւէ խմբագրական կոլեգիայի հետ պետք է խորհրդակցել, սակայն վերջինս ոչ մի իրավունք չպետք է ունենա չեղյալ հայտարարելու հրատարակչի որոշումները:

Մասնավոր լրատվամիջոցներում խմբագրական ազատությունը կարգավորվում է սեփականատիրոջ ու լրագրողների միջեւ բանակցություններով: Ինչպես վերը նշվեց, համաձայնության կարելի է հասնել ձեռնարկության մակարդակով (խմբագրական հայտարարագրեր) կամ խմբային համաձայնագրերով, ինչպես Հոլանդիայում եւ Շվեդիայում Որոշ երկրներում խմբագրական ազատության կարգավորումը կա-

տարվում է նաեւ պետական լրատվամիջոցներում Օրինակ Ռուսիայի պետական հեռուստատեսության ակտում նշված է «(Լրագրողները) պետք է վայելեն այն ազատությունները եւ ստանձնեն այն պարտավորությունները, որ հատուկ են իրենց մասագիտությանը, ինչպես նաեւ այն իրավունքները եւ պարտավորությունները, որ սահմանված են խմբագրության կարգավիճակով, մասնագիտական էթիկայի կանոններով եւ կազմակերպության ու յուրաքանչյուր ընկերության կանոնակարգով»։*

Մակայն խմբագրական անկախության իրավական ձեւակերպումները ընդհանրապես ընդունված չեն Եվրոպայում: Բացառություն է կազմում «խղճի մասին» դրույթը, որ վավերացված է Ֆրանսիական օրենքում, ինչպես նաեւ բելգիական ու շվեյցարական կոլեկտիվ համաձայնագրերում:

Խղճի մասին դրույթի էությունն այն է, որ գործատուի քաղաքական, փիլիսոփայական ու կրոնական հայեցակարգի էական փոփոխությունների դեպքում լրագրողը կարող է առանց դիմում տալու խզել աշխատանքային պայմանագիրը, եւ այդ դեպքում նրան փոխհատուցում են նույն կարգով, ինչ այն դեպքում, եթե աշխատանքի դադարեցումը կատարվեր գործատուի կողմից:

Խղճի մասին դրույթը իր խիստ կարեւոր արտահայտությունն է գտել 1935 թվականի ֆրանսիական օրենսգրքի 30դ հոդվածում, ըստ որի պայմանագրի խզման պատճառով աշխատանքը կորցնելու դեպքում լրագրողը պետք է վճարվի, եթե այդ խզումը տեղի է ունեցել հետեւյալ պատճառներով.

«թերթի կամ պարբերականի ուղղվածության էական փոփոխության, եթե այս փոփոխությունը աշխատողին դնում է այնպիսի վիճակում, որ կարող է արատավորել նրա պատիվը կամ անունը կամ ընդհանրապես ազդել իր բարոյական շահերի վրա»

Դրույթի հիմքում իր մասնագիտական պարտականությունները կատարող լրագրողի քաղաքական, կրոնական կամ բարոյական հայացքների ճանաչումն է: Խղճի մասին դրույթը մի միջոց է, որով թերթի քաղաքականության փոփոխության դեպքում լրագրողը հնարավորություն է ստանում հեռանալ առանց ազատման հրամանի կամ նվազագույնը՝ հայտարարությամբ, եւ միաժամանակ փոխհատուցում ստանալ: Հետեւաբար, երբ լրագրողը աշխատանքից ազատվում է «էական» քաղաքա-

* Մեջբերումը Եվրոպայի խորհուրդ, ԶԼՄ-ների Գործադիր հանձնաժողով Եվրոպայի խորհրդի անդամ երկրներում մարդու իրավունքներն ու լրագրողական ազատությունները Մասնագետների տեղեկագիրը Ստրասբուրգ, 1995 փետրվար 10, MM-S-JF (94) 13 Def էջ 58

կան փոփոխությունների պատճառով, նա վճարման միեւնոյն իրավունքն է վայելում, ինչ եթե նրան հեռացնեին աշխատանքից.

Գաղտնության իրավունքը

Պաշտպանություն ասեկոսեններից կամ պաշտպանություն հետազոտական լրատվությունից

Ամեն մարդ էլ սիրում է բանբասանքը : Այդպես էր անգամ տպագիր ուսմուլի հայտնագործումից էլ առաջ եւ այսօր էլ այդպես է: Սակայն այսօր մամուլը, ռադիոն եւ հեռուստատեսությունը մեզ պատմում են մեր հարեւանների, երկրագնդի մյուս կողմում ապրող մարդկանց կյանքից, եւ ամենից առաջ ու ամենից հաճախ՝ հարուստ եւ անվանի մարդկանց կյանքի վայրիվերումներից:

Մրցունակ լրատվական շուկայում տպագիր եւ հեռարձակող լրատվամիջոցների արտադրանքը մախատեսված է զանգվածային լսարանի համար: Մեծ շրջանառությունն ու զանգվածային փայատիրությունն են որոշում գովազդային սակագինը: Հաճախ այն տպավորությունն է ստեղծվում, թե ավելի ու ավելի մեծ թվով հանդիսականներ ու ընթերցողներ գրավելու նպատակով հասարակական հետաքրքրության գաղափարը հասցվում է չափազանցության: Արժեր հարցնել, թե որն է մամուլում հրապարկվող որոշ առօրեական ակնարկների հասարակական հետաքրքրությունը:

Անձնական կյանքի իրավունքի մասին խոսելիս պետք է կարողանալ տարբերակել հասարակական դեմքերի ու հասարակ քաղաքացիների կյանքը: Ողջ Եվրոպայում դատարաններն անվանի մարդկանց կամ հասարակական դեմքերին շատ ավելի քիչ պաշտպանություն են ընձեռում, քան մասնավոր անձանանց: Եվ իրավունք ունեն այդպես վարվելու: Ընտրյալ պաշտոնյայի կյանքը՝ ներառյալ նաեւ նրա անձնական կյանքը, կարող է ազդել նրա քաղաքական կյանքի կամ կայացրած վճիռների վրա: Դատավորները ստիպված են յուրաքանչյուր դեպքի համար գտնել հասարակական շահերի եւ պաշտոնատար անձի պաշտպանության ոսկե միջինը: Անվանի անձինք նույնպես հասարակական դեմքեր են եւ որոշ առումով կարոտ՝ լրատվամիջոցների օգնությանը, այնպես որ պետք է նկատի ունենան, որ լրատվամիջոցներն աշալուրջ հետեւում են իրենց գործողություններին:

Անձնական կյանքի իրավունքի օրենքներն անհատներին պաշտպանում են ապօրինի եղանակով նրանցից տեղեկություններ կորզելուց, օրինակ հեռախոսային խոսակցությանն ականջ դնելուց, անձնական

նամակները բացելուց կամ գաղտնության պայմանով տված տեղեկատվության բացահայտումից Պաշտպանական այս միջոցները տարածվում են ոչ միայն լրատվամիջոցների, այլև մարդկանց, ընկերությունների եւ հաստատությունների վրա Սակայն առանձնապես օգտակար են, երբ հարցը վերաբերում է գաղտնաբար տրված տեղեկատվության չարաշահմանը լրագրողների կողմից, նամակներ բացելուն, էլեկտրոնային փոստի մեջ ներթափանցելուն կամ մասնավոր անձանց լրտեսելուն:

Հետաքրքիր է, որ միայն առանձին դեպքերում է անհատի մասնավոր կյանքի իրավունքի խախտման գործը հասնում դատարան: Հիմնականում դրանք վերաբերում են քաղաքական գործիչներին կամ անվանի մարդկանց, թեև այնպիսի մի թերթի համար, ինչպիսին է, ասենք, գերմանական «Բիլդցայթունգը» կամ բրիտանական «Մանը», ամենեւին էլ արտառոց բան չէ ոստիկանական հաղորդագրություններից հետո ինքնասպանություն գործած որեւէ մեկի ընտանիքի անդամներին հետապնդել մինչև հիվանդանոց, գերեզմանատուն, բախել նրանց դուռը կամ խոսել նրանց հարեանների հետ: Մասնավոր անձանցից քչերն ունեն ֆինանսական այն ապահովությունը, որ թերթերին դատարան քարշ տան, եւ մինչ այս մարդկանց իրավունքները իրապես ոտնահարվում են, դեռ հարցական է, թե նրանք գործը դատարանում պիտի շահե՞ն, թե՞ ոչ:

Առավել եւս պարզ չէ, թե ավելի խիստ օրենքներ ընդունելով կարելի կլինե՞ր, արդյոք, լուծել այս խնդիրները: Հաճախ, երբ հարցը վերաբերում է լրատվամիջոցներին ու դատարանին, խիստ օրենսդրությունը կարող է բացասաբար ազդել մամուլի ազատության վրա: Բանն այն է, որ ավելի խիստ օրենքները գուցե կարող են պաշտպանել որոշ անմեղ անձանց, սակայն իրականում դրանք հարուստ ու հզոր խմբերի ձեռքին հասարկության դատից խուսափելու համար քողարկման լրացուցիչ միջոց կդառնան: Արդեն իսկ որոշ օրենքներ խիստ դժվարացնում են հետազոտական լրատվությունը: Շատ ավելի ճիշտ կլիներ մասնավոր կյանքի հարցը քննել լրատվական էթիկայի շրջանակներում եւ այնպիսի ինքնավերահսկման մեխանիզմների տեսանկյունից, ինչպիսիք են մամուլի հանձնախմբերը: Արդեն իսկ Եվրոպայի մամուլի հանձնախմբերի կողմից քննվող բողոքների մեծամասնությունը վերաբերում է անձնական կյանքի իրավունքի ոտնահարմանը: Այս մեխանիզմների ուժեղացումը սովորական քաղաքացուն հնարավորություն կտար իր այդ իրավունքը պաշտպանել առանց իրավական միջամտության

**Վարկաբեկման (անվանարկման) օրենքները,
դաճեցողանել անձնական դաժի՞վը,
թե՞ փակել մամուլի բերանը:**

Եվրոպական երկրների մեծամասությունը պատվի եւ արժանապատվության իրավունքի իրավական պաշտպանություն է տրամադրում անվանագրկումը դարձնելով թե քրեական, թե քաղաքացիական հանցանք՝ Եվրոպական շատ երկրներում անվանարկման դեմ պաշտպանության միջոց է համարվում անձին վերագրվող փաստերի ճշմարտության հաստատումը, սակայն նայած երկրի ճշմարտությունը հաստատելու պարտականությունը դրվում է կամ հայցվորի, կամ պաշտպանյալի վրա: Մինչ Գերմանիայում եւ Ավստրիայում ապացուցման պարտականությունը դրված է հայցվորի վրա (հայցվորը պետք է ապացուցի, որ հրապարակվածը չի համապատասխանում իրականությանը), Ֆրանսիայում եւ Միացյալ Թագավորությունում լրագրողը պետք է ապացուցի, որ իր գրածը ճիշտ է: Լրագրողները կտրականապես դեմ են, որպեսզի իրենք ապացուցեն ճշմարտությունը նկատի առնելով անվանարկման օրենքների բացասական ազդեցությունը մամուլի ազատության վրա: Հայցերի հիմնական մեծամասությունը ոչ թե մասնավոր անձանց է վերաբերում, այլ հասարակական դեմքերի, եւ լրագրողները պնդում են, թե հասարակությունն անտեղյակ կմնա պետական պաշտոնյաների խայտառակ գործերից ու կաշառակերությունից, եթե լրագրողներն ամեն անգամ ստիպված լինեն ապացուցել, որ իրենց գրածը ճիշտ է, մանավանդ՝ երբ հիմնականում սա նշանակում է բացահայտել աղբյուրները:

Թեեւ եվրոպական օրենքով ընդունված է, որ հասարակական անձինք պետք է առավել հանդուրժող լինեն քննադատության հանդեպ,* եվրոպական երկրներից շատերի օրենսգրքերում դեռ պահպանվել են դրույթներ, ըստ որոնց ազգային կառավարությանը, նրա անդամներին կամ դրա խորհրդանիշները, դրա դրոշը կամ ազգային հիմնը վիրավորելը հանցագործություն է: Արեւմտյան Եվրոպայում այս օրենքները որոշ ժամանակից ի վեր դադարել են գործել, սակայն այնպիսի երկրներում, ինչպիսիք են Ռումինիան եւ Ալբանիան, եղել են դեպքեր, երբ լրագրողներին դատել ու բանտարկության կամ ծանր տույժերի են դատապարտել կառավարության անդամներին վիրավորելու մեղադրանքով

1996 թվականի հոկտեմբերին Ռումինական «Չիուա» թերթում աշխատող լրագրողներ Թանա Արդելիանուն եւ Սարին Ռոսքա-Ստանես-

* Մարդու Իրավունքների եվրոպական դատարանը «Լինգենսն ընդդեմ Ավստրիայի» գործում վճռեց, որ «քննադատության սահմանները քաղաքական գործչի նկատմամբ որպես այդպիսին ավելի ընդարձակ են, քան մասնավոր անձի հանդեպ»

կուն Ռուսիանի այն ժամանակվա նախագահ Իոն Իլիեսկուին վարկաբեկելու համար դատապարտվեցին մեկ տարվա բանտարկության: 1995 թվականին «Ձիուայում» հողվածաշար էր հրապարակվել այն մասին, որ 1950-ական թվականների սկզբին Մոսկվայում ուսանած ժամանակ Պրն Իլիեսկուն խորհրդային ՊԱԿ-ի համար լրտեսություն է արել: Ռուսիանի օրենսդրությամբ պաշտանյալները պետք է ապացուցեին իրենց գրածի իսկությունը. Լրագրողները մի շարք փաստաթղթեր ներկայացրին դատարան, որոնք ապացուցում էին Պրն. Իլիեսկուի կապը ՊԱԿ-ի հետ: Դատարանը հրաժարվեց այդ փաստերն իբրև տեղեկության ճշմարտության ապացույց ընդունել եւ լրագրողներին դատապարտեց բանտարկության: Այս վճռի դեմ բողոքի հսկայական ալիք բարձրացավ, երբ 1996 թվականի նոյեմբերին Ռուսիանի լրագրողները հարցը բարձրացրին Լրագրողների Միջազգային ֆեդերացիայի սեմինարին: «Ինչպե՞ս կարող ենք անցյալի հետ հաշտ ապրել, եթե իրավունք չունենք հետազոտելու եւ հրապարակելու անցյալում մեր քաղաքական ղեկավարության գործունեությունը: Ռուսիան չի կարող բաց հասարակություն համարվել, եթե այնտեղ ճշմարտությունը հրապարակելու համար պատժում են»:

Լրագրողական էթիկա. ինքնավերահսկման արժեքն ու սահմանները

Լրագրողական էթիկայի մասին խոսելիս միշտ էլ հարց է առաջանում, թե ինչպես կարելի է լրագրողական պատասխանատվության հարցը քննարկել առանց պաթետիկայի ու դառը վիճաբանության: Լրատվամիջոցների դերի քննարկումը հաճախ կատարվում է խորհրդարանական տենդագին վիճաբանությունների մթնոլորտում, որտեղ հասարակական մտահոգությունները մամուլի ազատությանը սպառնացող պոտենցիալ զենքի են վերածվում: Այդ իսկ պատճառով էլ ինքնավերահսկմանը դրական գնահատական տալու համար միջավայրն աննպաստ է:

Միաժամանակ լրագրողները պետք է գիտակցեն, որ չնայած լրատվամիջոցներին վերագրվող վեհ գաղափարներին, Եվրոպայում լրատվական միջավայրն իր ժամանակակից տեսքով արտացոլում է հասարակության հսկայական անհանգստությունն ու լրատվական կազմակերպությունների հանդեպ հարաճուն անվստահությունը:*

* Օրինակների համար տես Եվրոպայի Խորհուրդ, ՁԼՍ-ների Գործադիր հանձնաժողով Եվրոպայի Խորհրդի անդամ երկրներում մարդու իրավունքներն ու լրագրողական ազատությունները Մասնագետների տեղեկագիրը, Ստրասբուրգ, 1995 փետրվար 10, MM-S-JF (94) 13 Def էջ 27-35

կան էրիկայի հանդեպ գոյություն ունի համընդհանուր թերահավատություն, իսկ մամուլի հարաճուն հզորացումը գրեթե համաշխարհային պեղոհություն է առթում: Լրագրողներն ու լրատվական կազմակերպությունները կարող են իրենցից վանել մշտական այս թերահավատությունն պատասխանատվությունը, սակայն պարզից էլ պարզ է, որ լրատվության ասպարեզի մասնագետները՝ լինեն դրանք սեփականատերեր, կամ տեղեկատվություն հավաքելու, խմբագրելու ու տարածելու համար վարձված աշխատողներ, բոլորը պետք է պարզ ու հրապարակայնորեն հավաստեն իրենց գործելակերպի սկզբունքները եւ էթիկական պատասխանատվություն ստանձնեն:

Գրեթե յուրաքանչյուր Եվրոպական երկրի լրագրողական կազմակերպությունները էթիկական կանոնագրեր ունեն կամ որոշ դեպքերում՝ կրատարակիչների հետ համատեղ որդեգրված վարքականոններ: Բացի դրանից՝ Եվրոպայում գործում են մամուլի 20 հանձնաժողովներ:* Մակայն գրեթե իսպառ բացակայում է համաձայնությունն այն հարցի շուրջ, թե այս վարքականոնները ուն կողմից եւ ինչպես պետք է գործադրվեն:

Մամուլի Հանձնաժողովներ

Միացյալ Թագավորությունում 1993 թվականին մամուլի վերահսկողության պետական միջոցներով անցկացված մի հետազոտությամբ** սլարզվեց, որ ընդհանուր առմամբ Մամուլի դեմ բողոքների հանձնաժողովը մամուլի կարգավորման արդյունավետ միջոց չէ եւ չի կարող լինել այն առումով, որ դրա կանոնադրությունն ու գործելակերպի վարքականոնները չեն կարող ապահովել հասարակության վստահությունը եւ որ այն չի ապահովում մամուլի եւ հասարակության միջեւ ներդաշնակ փոխհարաբերությունները: Բացի այդ՝ հետազոտության եզրակացության մեջ նշված էր, որ մամուլի արդյունաբերության կողմից ինքնակարգավորման ջանքերն անբավարար են, եւ որ մամուլի գործունեությունը վերահսկելու եւ կարգավորելու նպատակով բրիտանական հեռուստատեսային արդյունաբերության օրինակով պետք է ստեղծել մամուլի իրա-

* Անթիվ-անհամար գրքեր ու հոդվածներ են լույս տեսել վարքականոնների ու եվրոպական մամուլի հանձնախմբերի մասին. Օրինակ «Թիինա Լայթիլայի էթիկական վարքականոնները եվրոպայում» մանրակրկիտ տեղեկություններ է տալիս եվրոպական էթիկական վարքականոնների վերաբերյալ «երոպայում ՋԼՄ-ների էթիկան» գեկուցագրից, հրատ «Ջուլկայսուջա», Թամփերեյի համալսարան, Կաառլ Նորդենստորենգ (խմբ.) 1995

** Սըր Դեյվիդ Կալկուտ «Մամուլի ինքնակարգավորման տեղեկագիր» 1993

վական ատյան Առաջարկվում էր նաեւ, որպէսզի այդ ատյանը լիազորված լինի տույժ նշանակել թերթի շահույթի մէկ տոկոսի չափով:

Խնդրագիրների ու հրատարակիչների կողմից կատարի դիմադրության հանդիպելով կառավարությունը հրաժարվեց ատյան ստեղծելու մտքից, թեւ միտում կար շվեդական օրինակով պետաիրավական Օմբուդսմեն նշանակել, որին կարող են դիմել հայցվոր կողմերը եւ որի լիազորությունների մեջ կմտնեն ուղղումներ, հերքում ու փոխհատուցում պահանջել, եւ տուգանքներ նշանակել: Այս մոտեցման հանդէպ դիմադրությունը դեռ շարունակվում է, թեւ Մամուլի դեմ բողոքների հանձնաժողովն, այնուամենայնիվ, անձնական կյանքի իրավունքի հարցերի շուրջ իր սեփական Օմբուդսմենն է նշանակել:

Մայրցամաքային Եվրոպայից օրինակ վերցնելու բոլոր փորձերը Բրիտանիայում անխտիր դիմադրության են հանդիպում: «Ախր ինչո՞ւ պետք է անպայման Շվեդիայից օրինակ առնենք», - վրդովված ասել է նախկին լորդերից մեկը: Թերեւս նա իրավացի է:

Շվեդիայում Օմբուդսմեն նշանակվել է մամուլի արդեն իսկ հաստատված ազատությունների՝ ներառյալ տեղեկատվության ազատության օրենքի (որ շվեդական մամուլին խրախուսում է ինքնավերահսկման պարտադիր համակարգի մեջ ներգրավել) առկայության պայմաններում: Շվեդական մամուլն այնպիսի ազատություն էր վայելում, որ հատուկ չէ բրիտանական մամուլին:

Սակայն շվեդական մոդելը խիստ գրավիչ է: Այն ստիպում է համապատասխան ուղղումներ, պատասխաններ ու հերքումներ հրապարակել՝ սովորաբար մի քանի օրվա ընթացքում: Համակարգը բաց է բողոքների համար եւ մամուլի լիակատար աջակցությունն է վայելում: Բոլոր թերթերը շվեդական Մամուլի հանձնաժողովի հետ պայմանագրային պարտավորությունների մեջ են ենթարկվելու Օմբուդսմենի վճիռներին: Եվ ամենակարեւորը՝ մոդելը հասարակական անկողմնակալ մոտեցման ու միջամտության իրավասություն է ընձեռում, որից զուրկ են Անգլիայի անսկզբունքային ու ոչ պրոֆեսիոնալ ՋԼՄ-ների գոհերը:

Գերմանիայում նույնպէս խիստ անհանդուրժողական վերաբերմունք գոյություն ունի մամուլի ու Մամուլի հանձնաժողովի հանդէպ: Հանձնաժողովը վերջերս իր իշխանությունը տարածել է նաեւ հեռուստատեսության վրա եւ այդ առումով Եվրոպայում ամենից բազմազբաղ հանձնաժողովն է. Այն վերահսկում է, որպէսզի մամուլի վարքագիծը համապատասխանի մասնագիտական էթիկայի կանոնագրին, որ 16 սկզբունք է ընդգրկում, որը սակայն, իրավական պատասխանատվության ուժ չունի՝ Հանձնաժողովը բաղկացած է երկու մարմնից, Պլենար

անձնատուղովից ու Բողոքարկման հանձնախմբից, որ բողոքների վերաբերյալ վճիռներ է կայացնում Երկու մարմինն էլ լրագրողներից ու կրատարակիչներից են բաղկացած՝

Հանձնատուղովը լիազորված չէ մամուլի նկատմամբ պատժամիջոցներ կիրառել. Մամուլի հաստատությունները բարոյական պարտավորվածություն ունեն հրատարակելու կարեւոր որոշումները, եւ ըստ հանձնատուղովի թերթերի եւ ՁԼՄ-ների 90% ը ենթարկվում է այդ պարտավորությանը.

Մամուլի հանձնախմբերը հիմնականում զբաղվում են լրատվամիջոցների կողմից մարդկանց մասնավոր կյանքի իրավունքի ոտնահարման բողոքներին արձագանքելով, սակայն նրանց գործունեությունը խորնավերահսկողության արդյունավետության տեսակետից բուռն բնկադատության է արժանանում: Վերջին տարիներին ինքնավերահսկման մեխանիզմները սկսել են քննադատության ենթարկվել նաեւ այն պատճառով, որ բավարար չափով չեն արձագանքում եվրոպական հասարակության հիմնահարցերին, այնպիսիք, ինչպիսին են ռասիզմը, օտարատյացությունը կամ կանանց իրավունքները:

Նկարագրական ուրուբլեմներ. Կանայք եւ փոքրամասնությունները

Թեեւ եվրոպական լրատվամիջոցներում ռասիզմի ու օտարատյացության բացահայտ արտահայտությունները արգելված են էթիկական վարքականոցներով եւ դրանց իրականացմամբ զբաղվող մամուլի հանձնախմբերի կողմից, սակայն փոքրամասնությունների ճշգրիտ պատկերման տեսակետից եվրոպական մամուլում շատ քիչ բան է արված: Լրագրողների միջազգային ֆեդերացիայի կողմից ներկայումս անցկացվող ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ բացառությամբ Մեծ Բրիտանիայի եւ Իռլանդիայի «Լրագրողների ազգային միության», Բելգիայի «*Association Generale des Journalistes Professionels de Belgique*» եւ Հոլադական «*Nederlandse Vereniging van Journalisten*» կազմակերպությունների կողմից հրապարակված ցուցումների ու վարքականոցների, շատ քիչ նյութ կա լրագրողներին օգնելու ճիշտ ընտրություն կատարել, երբ հարցը վերաբերում է փոքրամասնությունների մասին լրատվությանը: Բացի այդ եվրոպական մամուլի խանձնախմբերը հազվադեպ են քննում ռասիզմի շուրջ բողոքները, միակ բացառությունը երմանիայի մամուլի հանձնախումբն է, ուր 1994 թվականին ընթացք տրված 109 գործերից 27-ը վերաբերում էին ռասիզմին ու օտարատյացությանը՝

Ռասիզմին վերաբերող բողոքների սակավության մի շարք պատ-

ճատներ կարող են լինել Մեկն այն է, որ նրանք, ում հուզում է այդ հարցը, բերես, բավականաչափ տեղյակ չեն եւ կամ բավարար վստահություն չունեն ինքնավերահսկման լծակների հանդեպ, սակայն անշուշտ, սխալ կլինեն ենթադրել, թե սակավաթիվ բողոքներն արդյունք են այն բանի, որ եվրոպական լրատվամիջոցները փոքրամասնություններին կատարելապես ճշգրիտ ու արդարացի են պատկերում: Հակառակն ապացուցող դեպքերը չափից դուրս շատ են.

Ազգային մակարդակով ՉԼՄ-ների բազայի վրա ստեղծված եվրոպական ինքնավերահսկման հանձնախմբերում կամ հանձնաժողովներում, եւ եթե կուզեք նաեւ աշխարհի շատ վայրերում կանանց խնդիրների լուսաբանման հարցը գրեթե չի արժարժվում: Նույնիսկ շվեդական մամուլի Օմբուդսմենն է իր գեկուցագրում նշել, որ վերջին տարիներին լրատվության մեջ սեռականության հարցերով բողոքներ չեն եղել:

Այն փաստի դեմ, որ ժամանակակից լրագրական պրակտիկայում սեռայնության հարցը ճանաչում չի գտնում, մամուլը կարող է առարկել ասելով, որ թերթերն ընդամենը արտացոլում են քաղաքացիական հասարակարգի ներկայիս չափանիշերն ու այդ հասարակարգում առաջնահերթ համարվող հարցերը Այս խնդրի նկատմամբ հասարակական մոտեցման խնդիրը համառոտ կերպով ամփոփել է Մայքլ Անդրեն՝ 1988-1990 թվականների ընթացքում Ֆրանսիայի Կանանց Հարցերով Պետքարտուղարը. «Եթե որեւէ մեկը փողոցում շուն ծեծի, անպայման կհայտնեն կենդանիների պաշտպանության միություն: Սակայն եթե որեւէ տղամարդ փողոցում ծեծի կնոջը, ոչ ոք մատը չի շարժվի»:

Այդուհանդերձ մամուլի կողմից սեռային հարցերն անտեսելու փաստը պաշտոնապես վերահսկվում է, իսկ ոչ պաշտոնապես՝ դրան հետետում է ազգային ու տեղական վերահսկիչ կազմակերպությունների մի ողջ բանակ, որ ուսումնասիրելով ՉԼՄ-ների լրատվությունը՝ կուտակված նյութն օգտագործում է քաջալերելու երկխոսությունը ՉԼՄ-ների հետ:

ՉԼՄ-ների գործունեության վերահսկողությունը լրատվության որակի լրատվամիջոցներին պատասխանատվության բարձրացման գործուն միջոց է:

Էթիկայի կանոնակարգեր. անիրական իդեալներ, թե՞ գործնական ցուցումներ

Լրագրողների մեծամասնությունը վաղ թե ուշ որեւէ կերպ առնչվում է էթիկական վարքականոցներին, սակայն լրատվական վճիռներ կայացնելու հարցում միայն քչերն են առաջնորդվում այդ վարքականոցներով Վարքականոցները սովորաբար արտացոլում են մասնագիտու-

բուսն իդեալները, արժեքներն ու չափանիշները Դժվար չէ բավական բուսականոր գծերով համաձայնվել, օրինակ Պրոֆեսիոնալ լրագրողների ամերիկյան ընկերության էթիկական վերահսկման հանձնաժողովի պայմաններին Ըստ նրանց լրագրողները պետք է

- որոնեն ու պատմեն ճշմարտությունը,
- անկախ լինեն,
- նվազագույնի հասցնեն վնասը:

Սակայն երբ փորձում ենք տալ այս կամ այն վարքականոցի հիմքում ընկած արժեքների գնահատականը կամ ձեւակերպել կոնկրետ կուսնոցները, կամ որոշել գործադրման հարկ եղած մեթոդները, ապա բախվում ենք զանազան լրագրողական ավանդույթների, քաղաքական օւսասպատմության, եւ մշակութային ու կրոնական գործոցների:

Շատ եվրոպական երկրներում քաղաքացիական հասարակության չգրված օրենքները խոր հիմքեր ունեն, իսկ էթիկայի վարքականոցներն այդ միջավայրի արգասիքն են: ՉԼՄ-ներից շատերը ֆինանսապես ընդունակ են դիմագրավելու կառավարության կամ գովազդատուի կողմից ճնշմանը, սակայն այս գործոցներն ամեն երկրում չէ որ նույնն են՝

Վարքականոցները քննելիս պետք է հաշվի առնել դրանց հիմքում ընկած բարոյական համակարգը: Այսօր ամենից հաճախ կիրառվող վարքականոցները, որոնցից հաճախ ծնունդ են առնում նորերը, եբրայա-քրիստոնեական մշակույթից են սկիզբ առնում: Այս նախադրույթների հիման վրա էլ կառուցվում են լրատվամիջոցների վարքականոցները Որոշակի դեպքերում հենց այս կանխադրույթներն են որոշում, թե ինչն ենք մենք համարում բարոյապես ընդունելի, ինչը՝ ոչ: Կարող է հարց առաջանալ, թե արդյո՞ք նույն վարքականոցները համաուպատասխան կերպով կարող են գործել ասենք իսլամական, կոնֆուցյան կամ բուդդայական մշակույթներում:

Պետք է վերանայել նաեւ մամուլի ավանդույթները: Էթիկական վարքականոցները սովորաբար հենց մամուլում են առաջանում: Սա բնական էր, սակայն լրատվական այն դաշտը, որում այդ կանոցները գործադրվում են, այժմ փոխվել է: ՉԼՄ-ների միջավայրում իշխողը հեռուստատեսությունն է, որ միջազգային հեռարձակողների լրատվամիջոցն է՝ հեռալրատվությունը՝ ռադիոն եւ հեռուստատեսությունը, ընդգրկում են հնարավոր առավելագույն լսարանը:

Լրատվական էթիկայի տեսանկյունից տպագիր մամուլն ու սլաուկերները էապես տարբեր են Տպագիր խոսքն առավել ունակ է մղել խորհրդածության եւ տրամաբանելու Այնինչ հեռուստատեսությունը մեր զգացմունքների վրա ներգործող հզոր ազդակ է

Տեխնիկական նորամուծությունները, որ հնարավորություն են տա-

լիւ ղևարի վայրից անմիջապէս ներկայացնել իրադարձութիւնը ասեր, փողոցային անկարգութիւնները կամ պատանդ վերցնելու դեպքը, կարող են լրագրողին մղել առանց մտածելու այնպիսի նյութ հաղորդել, որ վնասակար լինի Տպագրութեան հասպարդումների հետ կապված՝ թերթի խմբագիրը միշտ էլ իր որոշումների վրա մտածելու ժամանակ ունենում է: Այնինչ հեռուստատեսային խմբագիրը կարող է համարել, որ տեխնոլոգիական հնարավորութիւններն իրեն ժամանակ չեն տալիս մտածելու, ինչն էթիկական ճիշտ վճիռներ կայացնելու տեսակետից խիստ էական է.

Էթիկական վճիռների կայացման նմուշները կարելի է լավագոյնս ներկայացնել կոնկրետ դեպքերով. Հետեւյալ օրինակը, որ պրոֆեսոր Փոլ Չադուիքն* է մեջբերել, Կալիֆորնիայում եւ Դելիուսում հրատարակվող «The Statesman» թերթի նախկին խմբագիր Սունանդա Ք. Դատա-Ռեյնին է:

«Որպէս "The statesman"-ի խմբագիր ինչ համար բարեբախտութիւն էր, որ Կալիֆորնիայի ուրիշականական տեսուչն ինչ հասկացրեց, որ պետք է ներողութիւն հրապարակել մի հողվածի առիթով, որ քաղաքի մուսուլմանների շեղքին շահարկման միջոց էր դառնալու: Տեսուչն ինչ ուշ գիշերով զանգահարեց ու ասաց, որ ուրիշականական լրտեսների տեղեկութեան համաձայն՝ մուսուլմանական համայնքի թերթը պարտաւարժում էր մի գայրացկոյ առաջնորդող հրապարակել: Դա «ինքնաբոլի» բողոքի ցույցի առիթ էր դառնալու, որին հաջորդելու էր հինդուների դիմադարձ ընդվզումը

Ուրիշական ինչ համոզելու փորձ չարեց նա այդ անելու իրավասութիւնը չունէր: Ես շար լավ գիտեմ, թե նման բաներն ինչ արագ են դուրս գալիս վերահսկողութիւնից: Երկուսիս մտահոգութիւնն էլ այն էր, որ համայնքում խաղաղութիւն տիրի: Ուրիշականական հետախուզութիւնն ամեն ինչ արեց, որպէսզի մուսուլմանական թերթը կանխապէս իմանա, որ հաջորդ առավոտվա "The Statesman"-ի առաջին էջում ներողութիւն է հրապարակվելու: Այդ պարմառով էլ նրանց թերթի առաջնորդող հողվածը հանվեց եւ քայլարշավ տեղի չունեցավ»

Ընդունված էթիկական վարքականոնների համաձայն այս դեպքը քննելու համար պետք է որոշ ենթադրութիւններ անել. Ենթադրենք, թե ցանկացած լրագրողի պէս "The Statesman"-ի խմբագրի ձգտումը եւս

* «Լրագրողական էթիկա Ինքնակառավարում, թե՞ օրենսդրութիւն» Փոլ Չադուիքի ելույթը ԼՍՖ-ի Խաղաղօվկիանոսյան Ասիական տարածքաշրջանային համաժողովում, Սիդնեյ, փետրվար 5-8 1995

... անկաշկանդ լրատվությունն էր, եւ նա պատրաստ էր պաշտօնակի իր գրած յուրաքանչյուր հոդված, որ ըստ իր համոզման ճիշտ էր։
Պարզ է, որ այս իրադրության մեջ նրա համար կարեւոր երկու սկզբունք են բախվել ճշմարտությունը պատմելու հրամայականը եւ «հասարակի խաղաղության» շահերը պաշտպանելու անհրաժեշտությունը, ինչպէս ինքն է ներկայացնում։ Ոստիկանական տեսուչից ստացած նոր փաստերից ելնելով, որ նրա կարծիքով հավաստի էին, խմբագիրը վճռել է ամբողջ հանգամանքներում նախապատվությունը տալ համայնքի խաղաղությանը։ Նա նախընտրել է նվազագույնի հասցնել վնասը, քան պաշտպանելով հոդվածի ճշմարտացիությունը ներողություն չհայցել։

Այլ տարբերակներ էլ կային, իհարկէ, ինչպէս որ միշտ են լինում էթիկական թնջուկները լուծելիս։ Նա կարող էր ոստիկանական տեսուչին հույսնել, որ թեւ թերթը ցավում է, որ ճշմարտությունը հրապարակելու հետեւանքով կարող են խժոժություններ լինել, սակայն ուրիշների արարքների համար այն պատասխանատու չէ։ Դա ոստիկանական տեսուչի գործն է։

Այդ պատճառով էլ որոշ դեպքերում, երբ ծանրութեթե են արվում երկու իրարամերժ սկզբունքներ, լրագրողը ինքը պետք է որոշի ճշմարտությանն անվերապահորեն առաջնություն տա՞լ, թե՞ ոչ։

Մինչ ոմանք կարող են համաձայնվել "The Statesman"-ի խմբագրի պիրքորոշմանը, կարելի է համանման օրինակներ բերել, երբ նման որոշումը միանշանակ չէ։

Երբ Ալբանիայում ընդդիմությունը ետ քաշվեց խորհրդարանական բնորություններից, Տիրանայի կենտրոնում հսկա ցույց տեղի ունեցավ։ Գույցի ժամանակ մի քանի քաղաքացու, այդ թվում նաեւ խորհրդարանի մի անդամի, ոստիկանությունը ծեծի ենթարկեց։ Թեւ ցույցը հեռարձակվել էր եվրոպական բոլոր խոշոր կայաններով, Ալբանական ազգային հեռուստատեսությունը նախընտրել էր լռել։ Տիրանայում ԼՄՖ-ի սեփական ժամանակ հեռուստատեսության տնօրենի տեղակալը բացատրեց, որ ցույցի ցուցադրումը կարող էր ավելի եւս սրել ընդվզման ալիքը, եւ իբրեւ պետական հեռուստատեսության աշխատող՝ իր գլխավոր պարտականությունն էր պահպանել Ալբանիայի խաղաղությունն ու խուսափել ցանկացած լրատվությունից, որ սոցիալական ընդվզման առիթ կարող էր հանդիսանալ։ Ալբանացի այլ լրագրողներ համաձայն չէին եւ գտնում էին, որ նրա առաջնահերթ պատասխանատվությունը ճշմարտությունը պատմելն էր։

Մեկ այլ օրինակ է բրիտանացի լրագրողներ Մարթին Բեյլի ու Էդ Վուլյամսոնի վճիռը, որոնք ստիպված էին Հաագայում Միջազգային Բրեւական Դատարանի առջեւ վկայություն տալ, թե ինչ էր տեղի ունեցնում նախկին Հարավսլավիայի համակենտրոնացման ճամբարներում,

երբ լուսաբանում էին Հարավսլավիայի պատերազմը՝ Մի քանի պրոֆեսիոնալների կողմից Բելն ու Վույամուն քննադատության ենթարկվեցին, այն պատճառով, որ պարզ դիտողներից նրանք համաձայնել էին մեղադրող կողմի վկաներ դառնալ։ Նրանց այդ արարքի հետևանքով այլ լրագրողների համար չափազանց դժվար էր լինելու աշխատել նախկին Հարավսլավիայում եւ տեղեկատվություն քաղել պատերազմին մասնակցող ցանկացած խմբավորումից։ Բելն ու Վիլիամուն արդարացնում էին այն պատճառաբանությամբ, թե իրենց տեսածն այն աստիճան դաժան եղելություն էր, որ պետք էր այդ ոճիրների հեղինակներին անպայման պատասխանատվության կանչել։ Նրանց կարծիքով դա շատ ավելի կարեւոր էր, քան լրագրողի չեզոքության եւ տեղեկատվության մատչելիության պահպանումը։ Թերեւս նրանք արդարացի էին, թերեւ՝ ոչ։

Այս օրինակները ցույց են տալիս, որ էթիկական կնճռոտ հարցերին հեշտ չէ պատասխաններ գտնել։ Այն, ինչ ընդունելի է մեկ լրագրողի համար, անընդունելի է մեկ այլ լրագրողի համար։ Էթիկական խճճված խնդիրները լուծելիս պետք է հաշվի առնել նաեւ շրջապատող հանգամանքները, լրատվության ազատության աստիճանը երկրում եւ վճռի հետևանքներն այլոց վրա։

ԱՇխատանքային էթիկայի ուսուցումն ու դրա մոդելները

Էթիկան եռանդուն աջակցության է կարոտ։ Լրագրողները պետք է գործեն ըստ էթիկայի կանոնների, այլ ոչ թե պարզապես անգիր անեն ու (տեղի անտեղի) կրկնեն դրանք։ Այդ կանոններն իրոք օգտակար են եւ հիմնականում դրական հետևանքներ են ունենում։ Սակայն երբեմն իրական հակասություններ են ծագում, երբ անհրաժեշտ է ընտրություն կատարել էթիկական սկզբունքների ու բարոյական վճիռների միջեւ։

Այս բարդ ունակությունը նման է լրագրողական ցանկացած այլ ունակության. Ժամանակ, գիտելիքներ ու ջանքեր են պետք դրա մեջ հմտանալու համար։ Ազատ լրագրողները, խմբագրության աշխատակիցները, տեղական լրագրողական միավորումներն ու միջազգային մարմինները պետք է իրենց ջանքերը կենտրոնացնեն սովորեցնելու լրագրողներին, թե ինչպես պետք է բարոյապես ճիշտ վճիռներ կայացնել։

Սակայն շատ ուսումնական հաստատությունների չի հաջողվում էական դերակատարում ունենալ երիտասարդ լրագրողների մասնագիտական հատկությունները ձեւավորելու հարցում. Ինդիանայի Համալ-

տրանսի ժուռնալիստիկայի ամբիոնի հետազոտությունը, որ Եվրոպայի համար էլ թերեւս նույն արդյունքը տար, լրատվության ամեն ճյուղից 1000 լրագրողի, խմբագրի ու գրողի հարց էր տվել, թե ինչ գործոններ էին ամենից ավելի ազդում իրենց էթիկական վճիռների վրա: Երեսնց պատասխանները հետեւյալն էին.

Աղբյուրներն իբրեւ կարեւոր ազդակ	%
Խմբագրությունում ձեռք բերած առօրյա փորձը	88.3
Ընտանեկան դաստիարակությունը	72.3
Ավագ խմբագիրը	60.8
Գործընկերները	56.5
Ժուռնալիստիկայի դասախոսները	53.2

Հետազոտության մեջ այլ ազդակների թվում նշված էին ավագ լրագրողները, համալսարանական կամ կրոնական կրթությունը, իսկ ցուցակի վերջում գալիս էին հրատարակիչներն ու տնօրենները, որ միջնակարգ կամ ավագ դպրոցի դասատուների հետ նույն շարքում էին:

Այդպիսով՝ լրագրողների կեսից պակասն է կրթությունը դիտում որպէս իրենց էթիկական զարգացման կարեւոր նախադրյալ՝ Հիմնական մեծամասնությունը առաջնորդվում է այն խմբագրության ավանդույթներով ու գործելակերպով, ուր աշխատում է:

Այդ պատճառով էլ կարեւոր է էթիկան մտցնել խմբագրություն ու լրագրողներին բերել օրինակներ, որոնց հիման վրա կարողանան էթիկական վճիռներ կայացնել: Գոյություն ունեն էթիկական վարքականոնների մի քանի մոդելներ, որոնց մեծամասնությունը Միացյալ Նահանգներում է ծնունդ առել: Դրանք կարելի է գործածել որպէս որակի ստուգման հարցաթերթիկ անգամ այն դեպքում, երբ ժամանակը նեղում է. «Վաշինգթոն Փոստի» Օմբրոդսմենն, օրինակ, առաջարկում է, որպէսզի լրագրողներն իրենց հարց տան.

1. լավ լրատվություն ներկայացրե՞լ ենք,
2. ի՞նչ է մեզ հայտնի եւ ինչ ճանապարհով,
3. ովքե՞ր են աղբյուրները եւ ի՞նչ շահ ունեն հարցից,
4. արդյոք ստուգե՞լ ենք փաստերը,

5. եղած տվյալների հիման վրա կարելի՞ է եզրակացնել, որ դա է ճշմարտությունը, թե՞ այն, ինչ մեզ հայտնի է, ոչ այլ ինչ է, քան մի քանի փաստի հանրագումարը,

* Էդմունդ Լամբեթ, Զատված «Նվիրյալ ժուռնալիստիկա»-ից, Ինդիանայի Զամալսարանի Զրատ 1992

6. Խողվածը ազդեցություն ունենալով է, եւ եթէ այո, ապա ինչպիսի՞^օ. Վերջին հարցերը պարզում են, թէ ինչպիսի՞նչ հետեւանքներ է ունենալու, եւ որն է առավել դրա շահը, թե՞ հասցրած վնասը.

Բացի նման նմուշներ ներկայացնելուց, կարելի է, որպէսզի նման հարցերի շուրջ քննարկումներ կատարվեն թէ խմբագրությունում եւ թէ դեկավարության հետ՝ Յանկայի չէ, իհարկէ, որպէսզի լրագրողները ողջ ժամանակ քննարկեն յուրաքանչյուր ինքնուրուի հետեւանքները, սակայն էթիկայի մասի մշտական երկխոսությունը խմբագրությունում էթիկական մոտեցումներ մշակելու հիմնական ուղին է՝

Պատասխանատու եւ վստահելի

Լրատվամիջոցների պատասխանատվությունը ընթերցողների, ունկնդիրների ու հասարակության մեջ ՉԼՄ-ների նկատմամբ վստահություն հաստատելու գրավականն է: Նման պատասխանատվությունը լրագրողների համար էլ է տեղի: Այդ իմաստով լրագրողական բոլոր կազմակերպությունները պետք է փարատեն այն դժկամությունը, որով լրագրողները վերաբերվում են հասարակական վերահսկողության համակարգին, որ իրականում գործում համակարգ է: Այդ դժկամությունը նույնն է, ինչ քաղաքական գործիչների, իրավաբանների, ռազմական գործիչների կամ իշխանության ղեկին նստած ցանկացած այլ խմբերի վերաբերմունքը հասարակական վերահսկողությանը: Սակայն լրագրողների պարտականությունն այդ առումով առանձնապէս կարելի է, քանի որ լրագրողներն իրենք էլ լիազորված են վերահսկելու ուրիշների գործելակերպն ու վարքը:

Պատասխանատվությունը վստահության երաշխիքն է: Առանց այդ վարկի լրագրողներին չեն վստահի, եւ լրագրողները չեն կարողանա իրականացնել իրենց առաքելությունը՝ մարդկանց տեղեկացնելու այն մասին, թէ աշխարհիս հզորներն ինչ են անում ու ինչը չեն անում:

Լրատվական հավասարությունը՝ լրատվական պատասխանատվությամբ

Չնայած ՉԼՄ-ների գործունեության, պատասխանատվության ու վարկի շուրջ տեղին քննադատությանը, սխալ կլիներ եզրակացնել, որ բոլոր լրագրողներն էլ ինքնահավան են Լրագրողական համայնքի ներսում բանվեճ է ընթանում լրագրողի դերի, էթիկայի եւ մասնագիտական պարտականությունների կատարման դժվարությունների մասին Թեւ լրագրողների մեծամասնությունը կտրականապէս դեմ է, որպէսզի իրեն

... բայց, թե ինչ կերպ պետք է վարվի կամ վրդովվում է, երբ բապարա
... անգործիչները կոչ են անում ավելի պատասխանատու վերաբերմունք
... արևել, սակայն նույնքան հոծ մի բազմություն էլ գիտակցում է ի-
... րենց համայնքին ու իրենց ծառայած մարդկանց ավելի մերձենալու
... անկասկածելիությունը: Առանձնապես Միացյալ Նահանգներում, աստի-
... անարար նաեւ Եվրոպայում փորձեր են արվում համայնքի խմբերը,
... հասարակական կազմակերպություններն ու շարքային քաղաքացիներ-
... ին մերձեցնելու լրատվամիջոցների հետ: Էլեկտրոնային քննարկման
... խորհրդ, լրագրողական սրճարանները եւ այլ ոչ-ծավալուն միջոցա-
... տաներ նպատակ ունեն երկխոսություն հաստատել լրագրողների ու
... բաղաքացիների միջեւ:

Ի լրագրողները պետք է միաժամանակ խորապես գիտակցեն, որ հա-
... տարակության արթուն պահապանի իրենց դերն իրագործելու համար
... լրատվական չէ պարզապես արտացոլել մեծամասնության տեսակետը
... կամ հավելյալ հնչելության տալ հասարակության հզորներին: Հասա-
... լրակությանը ծառայելու սկզբունքներին հավատարիմ լրատվամիջոց-
... ներն ու իրենց գործին նվիրված լրագրողները միայն շուկայի համար չէ,
... այլ պետք է նյութ մատակարարեն, այլեւ փորձեն հավատարիմ մնալ
... հասարակական պահապան ու ժողովրդավարության պատվար կոչվե-
... լու սլատվին: Գործուն էթիկական սկզբունքներն ու մոդելները, հարա-
... սուն գիտակցությունն ու համապատասխան կրթությունը, ինչպես նաեւ
... խմբագրական ազատությունն այն լծակներն են, որոնցով լրատվամի-
... ղոցները կարող են ազատ, անկախ ու վստահելի դառնալ: Դրանք ավե-
... լի կարելու են, քան այն օրենքները, որ նախատեսված են սահմանելու
... լրագրողների պատասխանատու վարքն ու կանոնները:

ԳԼՈՒԽ ՆՈՐՐՈՂ

Լրատվամիջոցներն ու ընտրական գործընթացը

ՇԵԼԵՆ ԴԵՐԲԻՇԻՐ

1990-ական թվականների սկզբին հետազոտողները հայտնվեցին Մոնդոլիայի ու Ռուսաստանի միջև ընկած հեռավոր լեռնային մի հովտում, ուր մի բուռ հողագործ գյուղացիներ, լիովին կտրված արտաքին աշխարհից պարզ ու անպաճույճ կյանք էին վարում: Առաջին հարցը, որ տեղեկությունների կարոտ այս մարդիկ տվին ճանապարհորդներին, այն էր, թե ինչ էր իրենց տիրոջ անունը: Ուզում էին իմանալ, թե ով էր Ռուսաստանի այդ ժամանակվա ցարը:

Մեր դարաշրջանում, ուր աշխարհի բնակչության մեծամասնությունն այս կամ այն ձևով առնչվում է զանգվածային լրատվությանը՝ թեկուզ մեկուսացած գյուղում կարճալիք ռադիոյով, համանման դեպքերն ավելի ու ավելի հազվագյուտ են: Եվրոպայում բնակչության մեծամասնությունն ամեն օր, անգամ ամեն ժամ հեղեղված է ռադիո եւ հեռուստատեսային կայաններից, թերթերից ու ամսագրերից հորդող տեղեկատվությամբ: Դժվար է անտեղյակ մնալ, որ 1917 թվականից ի վեր Ռուսաստանում ցար չի եղել, որ Ռուսական հեղափոխությունից 72 տարի անց 1989 թվականին, Բեռլինի պատը քանդվել է, եւ որ ժամանակակից ցարերն իրենց Նախագահ են անվանում եւ ընտրվում են ժողովրդի կողմից:

Տեղեկատվությամբ ողողված այս աշխարհում ՁԼՄ-ները ոչ միայն ծառայում են իշխողների անունները մարդկանց հայտնելու, այլեւ այդ իշխանավորների ընտրության եւ նրանց պատասխանատվության կոչելու գործընթացի բուն սիրտն են: Լրատվամիջոցներն են իրականացնում ժողովրդավարությունը: Այս գլխում քննության կտոնվի այն, թե լրատվամիջոցներն ինչպես են դառնում ընտրական գործընթացի անկապտելի մասը:

1. ԸՆՏՐՈՒՅՈՒՆՆԵՐԸ ԻՐԵՒ Ժողովրդավարական հասարակարգի էական բաղկացուցիչ մաս

Ընտրությունները ժամանակակից ժողովրդավարական հասարակարգերի էական տարրն են Ազատ եւ արդար ընտրություններին կամ սրույեւ ընտրողներ, կամ թեկնածուներ մասնակցելու իրավունքը մարդու կարեւորագույն իրավունքներից մեկն է, որ ամրագրված է միջազգային ու շարք օրենքներով, ներառյալ՝ Մարդու իրավունքների համընդհանուր հռչակագրի (1948) 21-րդ հոդվածով, որ ներկայացված է ստորեւ.

1. Յուրաքանչյուրն իրավունք ունի ազատ կերպով ընտրված ներկայացուցիչների միջոցով ուղղակի կամ անուղղակիորեն մասնակցելու իր երկրի կառավարմանը:

2. Ամեն ոք իր երկրում պետական ծառայության հավասար իրավունք ունի:

3. Ժողովրդի կամքը պետության իշխանության հիմքն է այդ կամքն արտահայտվում է պարբերական ու իրական ընտրություններով, որ անցկացվում են համընդհանուր ու հավասար պայմաններում գաղտնի քվեարկությամբ կամ դրան համարժեք ազատ ընտրության գործընթացով:

Նույն կերպ նաեւ՝ Մարդու իրավունքների եւ հիմնարար ազատությունների պաշտպանության եվրոպական կոնվենցիայի (1950) Առաջին արձանագրության (1952, Փարիզ) երրորդ հոդվածում նշված է.

«Պայմանավորվող Բարձր կողմերը պարտավորվում են ազատ ընտրություններ անցկացնել ինչամիտ պարբերականությամբ, գաղտնի քվեարկության միջոցով, այնպիսի պայմաններում, որոնք կապահովեն ժողովրդի կամքի ազատ դրսևորումը՝ օրենսդիր իշխանություն ընտրելիս»:

Եթե ընտրությունները պետք է ազատ եւ արդար լինեն, ապա ընտրողների զանգվածը պետք է հասու լինի ազատ եւ գիտակցված ընտրություն կատարելու այն թեկնածուների վերաբերյալ, որոնց լիազորում է կառավարության մեջ իր շահերը ներկայացնել. Այդ պատճառով էլ

ընտրողներն այդ թեկնածուների մասին տեղեկատվության կարիք ունեն, եւ թեկնածուներն ու կուսակցություններն էլ, անշուշտ, իրենց հերթին կկամենան ներկայանալ նրանց, ովքեր առաջիկայում գորակցելու են իրենց

Թեկնածուների համար շատ միջոցներ կան հավանական ընտրողներից ներկայացնելու իրենց հայացքներն ու պետական պաշտոնի անցնելու դեպքում իրենց առաջիկա գործելակերպը. Սրանք ընդգրկում են նախընտրական հանդիպումներն ու ժողովները, որոնց ընթացքում թեկնածուները դիմում են ընտրողներին, իսկ ընտրողներն էլ ուղղակի հարցադրումներ են կատարում թեկնածուներին: Ընտրողները տեղեկություն են քաղում նաեւ ընտրարշավի տպագիր ծանուցումներից՝ թուցիկներից, պամֆլետներից, պլակատներից, որ տարածվում են մարդկանց տներում կամ փակցվում փողոցներում,՝ Քվեարկողների մի մասն էլ իրենց թեկնածուների մասին տեղեկանում է գովազդային այլ կարգի մյուսերի միջոցով, ինչպես՝ կրծքանշաններով, գլխարկներով կամ փուշիկներով:

Ժամանակակից հասարակության մեջ, սակայն, ուր միլիոնավոր մարդիկ կարող են իրենց ձայնը տալ հոգուտ կառավարության մի բուռ անդամների, թեկնածուների համար հաճախ դժվար կամ անհնար է անձնապես հանդիպել բոլոր ընտրողներին ու խոսել նրանց հետ: Այդ պատճառով էլ թեկնածուներն իրենց ասելիքը հաղորդելու համար հիմնվում են հաղորդակցության անալիսի ձեւի վրա, որ ապահովում է կապը միլիոնավոր մարդկանց հետ միաժամանակ: Դրանք զանգվածային լրատվամիջոցներն են թերթերը, ռադիոն, հեռուստատեսությունը:

Ընտրարշավի, թեկնածուների ու առաջադրվող խնդիրների լուսաբանումը ՉԼՄ-ներով կարելու գործոն է դարձել ժամանակակից ընտրական գործընթացում այն աստիճան, որ եթե լրատվամիջոցների լուսաբանումը արդար եւ ազատ չի լինում, ապա ընտրության արդյունքները կասկածի տակ են առնվում: Եվ անգամ այն աստիճան, որ ընտրություններն ընդհանուր առմամբ կարող են գնահատվել որպես ոչ արդարացի ու ոչ ազատ:

Այս գրքի մյուս մասերում ուսումնասիրվում է լրատվամիջոցների նշանակությունը ժողովրդավարական հասարակության մեջ: Քաջ հայտնի է, որ լրատվամիջոցները էական դերակատարություն ունեն ժողովրդավարության մեջ. իրականացնելով երկկողմանի հաղորդակցությունը հասարակության եւ կառավարության միջեւ լրատվամիջոցներն ապահովում են ժողովրդավարական գործընթացը Լրատվամիջոցներով է, որ հասարակությունը տեղեկանում է կառավարության գործունեության մասին, եւ կառավարությունն իմանում է քաղաքացիների շա-

... ու նուստագությունները Տեղեկատվության այս երկկողմանի հոսքը
... էր՝ այնպես կարելու չէ, որքան ընտրարշավի ժամանակ եւ երբեք
... անսովորական ընտրություններին, ինչպես այդ նշել է նաեւ Մարդու իրա-
... ւանքների եվրոպական դատարանը:

Այլ պատճառով էլ պարզ է, որ ընտրությունների ժամանակ անհրա-
... անառարկուն է զգացվում այնպիսի լրատվամիջոցների, որ անկախ են
... սրբապետական վերահսկողությունից, այնպիսի լրատվամիջոցների, որ ընդ-
... ատույն առմամբ (նկատի ունենալով պետական ու մասնավոր ՋԼՄ-
... անուն ու ամեն կարգի այլ լրատվամիջոցները) ընդունակ են ընտրողնե-
... րի գանգվածին ներկայացնելու բազմախոհ ու բազմաբնույթ կարծիքնե-
... րի ուղի դաշտը:

2. Լրատվամիջոցներն ու ընտրական գործընթացը

Ընտրական գործընթացը բաղկացած է մի շարք տարբեր փուլերից,
... արմար բոլորն էլ կարելու են ազատ ու արդար ընտրությունների տեսան-
... կրունից: Ընդհանուր գծերով կարելի է առանձնացնել վեց տարբեր փու-
... րեր՝ Դրանք են՝

1. նախընտրական փուլի սկիզբը,
2. ընտրարշավը,
3. խորհրդածության համար պարտադիր ժամանակը (որոշ երկրնե-
... րում),
4. քվեարկության օրը,
5. արդյունքների հաշվարկն ու հրապարակումը,
6. իշխանության փոխանցումը:

Այս փուլերից յուրաքանչյուրի ժամանակ լրատվամիջոցների կող-
... ակից արժարժվող հարցերը տարբեր են: Այս փուլերի ընթացքում ազգա-
... յին օրենքի՝ լրատվամիջոցների վրա դրված սահմանափակումները
... անույնպես տարբեր են:

Նախընտրական փուլին նախորդող ժամանակաշրջանում լրատ-
... վամիջոցները լուսաբանում են կառավարության ու տարբեր կուսակցու-
... րությունների գործունեությունը ինչպես սովորաբար: Անշուշտ, արժարժ-
... վում են նաեւ առաջիկա ընտրություններն ու այնպիսի իրադարձություն-
... ներ, ինչպես, ասենք, սպասվող ընտրություններից առաջ խորհրդարանի

լուծարումը Շատ երկրներում քաղաքական կուսակցությունները բուն ընտրարշավից դեռ շատ առաջ են սկսում սրգակցել ՁԼՄ-ների ուշադրությունը նվաճելու համար Որոշ մեկնաբաններ խիստ քննադատում են այս երեւոյթը մատնանշելով, որ ընտրարշավներն այժմ սկսել են ձգվել մի ընտրությունից մյուսը քաղաքական գործիչներին ու հասարակությանը հավասարապես շեղելով երկրին հուզող բուն հարցերից

Որոշ երկրներում ընտրարշավին նախորդող շրջանը քվերակողներին կրթելու ծրագրերի շրջանն է. Այս ծրագրերը, որ սովորաբար հրապարակվում (հեռարձակվում) են պետական միջոցներով հովանավորվող ՁԼՄ-ներում, առանձնապես կարեւոր են անցումնային ժողովրդավարական երկրներում, որոնք երկար տարիներ քաց ընտրությունների ավանդույթներ չեն ունեցել: Ընտրողները տեղեկացվում են քվեարկության համար գրանցվելու կարգի մասին, եւ հատկապես, թե ինչ կարգով մեծահասակ հիվանդ կամ հաշմանդամ ընտրողների համար կարելի է քվեաթերթիկ ձեռք բերել փոստով: Տեղեկատվական ծրագրերը կարող են մանրամասներ հաղորդել նաեւ այն մասին, թե ինչպես են գրանցվում կուսակցություններն ու թեկնածուները:

Հաջորդը բուն ընտրարշավի փուլն է: Որոշ երկրներում (ինչպես, Միացյալ Նահանգներում) սա ընտրությունների ոչ-պաշտոնական փուլն է, որ ընտրության օրվա մոտենալուն համեմատ ավելի է թեժանում: Այլ երկրներում ընտրական օրերնքը որոշակի ժամանակ է սահմանում ընտրարշավի համար՝ Նախքան ընտրարշավի առաջին օրը ընտրարշավի որոշ մեթոդներ, ինչպես՝ հանրահավաքներն ու գովազդը, չեն թույլատրվում, եւ եթե օրերնքով սահմանափակվում են ընտրարշավի ծախսերը, ապա թեկնածուների ու կուսակցությունների կողմից այդ ընթացքում ծախսված ֆոնդերն են հաշվվում:

Հենց ընտրարշավի փուլում է, որ ՁԼՄ-ներին թույլատրվում կամ (նայած օրերնքի) նրանցից պահանջվում է հաղորդել կուսակցությունների ընտրական ծրագրերը (ինչպես Մեծ Բրիտանիայում): Որոշ երկրներում վճարովի քաղաքական գովազդը միայն այս շրջանում է թույլատրվում, թեւ այլ երկրներում այն արգելված է՝ տարբեր թեկնածուների ու կուսակցությունների միջեւ հավասարակշռությունն ապահովելու նպատակով (օրինակ՝ Ֆրանսիայում):

Այս փուլում ՁԼՄ-ներն ամենից ակտիվորեն են լուսաբանում քաղաքական իրադարձությունները՝ Տպագիր մամուլում տեղ են գտնում նորություններ, վերլուծություններ, խմբագրականներ, հասարակական կարծիքի սյունակներ. Հեռուստատեսությամբ ու ռադիոյով հաղորդվում են լուրեր, վերլուծություններ, քաղաքական բանավեճեր, կուսակցական կամ թեկնածուական նախընտրական հաղորդումներ (նախընտրական տեղեկատվության տարբեր կարգերի մասին մանրամասները տես ստո-

ութիւնը 3 լող քաժնում) Թեկնածուներն ու կուսակցությունները փորձում են լրատվամիջոցների ուշադրությունն իրենց վրա հրավիրել որպես ընտրական ղեկավարի դիմելու հիմնական միջոց. Այս ժամանակահատվածում հատկապես լսարանի քանակական աճ է նկատվում:

Խորհրդածության շրջանը հետաքրքրական գաղափար է, որ բոլոր երկրներին չէ հատուկ. Մա սովորաբար ընտրական օրենքով վավերացված մի ժամանակահատված է, որ սկսվում է ընտրարշավի ավարտից եւ տեւում մինչեւ քվեարկության օրը: Ֆրանսիայում (յոթ օր), Իտալիայում (մեկ օր) եւ Շվեդիայում (մեկ օր) մտորելու ժամկետը պարտադիր է: Ընդհանուր առմամբ քվեարկության օրը կամավոր առկախում է թույլատրվում:

Խորհրդածության ժամկետը նպատակ ունի ընտրողներին ժամանակ տալ մտորելու ընտրարշավի ընթացքում կուտակված ողջ տեղեկատվության շուրջ եւ որոշելու, թե ում ընտրել: Դա արվում է, որպեսզի վերջին պահին գովազդային ձեռնածույանը ընտրողների ձայնը չթեքվի մեկ թեկնածուից դեպի մյուսը:

Տեղական օրենքներից շատերն այդ ընթացքում ՁԼՄ-ներին արգելում են այնպիսի տեղեկատվություն հաղորդել, որ կարող է շեղել ընտրողներին: Այդպիսիք են ոչ միայն թեկնածուների նախընտրական գովազդը, այլեւ շատ ավելի օբյեկտիվ տեղեկությունները, ասենք հարցումների արդյունքները:

Բուն քվեարկության օրը ՁԼՄ-ները լուսաբանում են այն, թե ինչպես է ընթանում ընտրությունը, սկսած եղանակից (որ շատ երկրներում էական նշանակություն ունի ընտրողների մասնակցության համար) մինչեւ խախտումների մասին հայտարարությունները: Այս պահին լրատվամիջոցների կողմից պահապան շան պես աչալուրջ հասարակական վերահսկողությունը ճակատագրական նշանակություն ունի քվեարկությունների ազատությունն ու արդարությունը ապահովելու համար: ՁԼՄ-ներն իրենց գործունեությամբ լրացնում են անկախ դիտորդների դերը, որոնք շատ երկրներում հետեւում են ընտրության ընթացքին, որպեսզի այն անցնի ազատ ու արդար՝ առանց քվեարկողների վրա ճնշում բանեցնելու, առանց սպառնալիքի եւ կամ՝ առանց քվեարկության արդյունքները շահարկելու փորձերի: Լրատվամիջոցները հարցազրույց են անցկացնում ընտրողների ու դիտորդների հետ ու զեկուցում նկատված որեւէ խախտման մասին: Երբեմն (ինչպես 1996 թվականի նոյեմբերին Սերբիայում անցկացված ընտրությունների ժամանակ) լրատվության տեղեկատվությունը խախտումների մասին բավարար է ոտքի հանելու մարդկանց, որոնք համաձայն չեն քվեարկության արդյունքներին:

Արդյունքների հաշվարկն ու հրապարակումը ազատ ու արդար ընտրություններում ճակատագրական փուլ է Շատ դեպքերում ընտրական կեղծումները տեղի են ունենում հաշվարկից անմիջապես առաջ կամ դրա ընթացքում Քվեատուփերը կարելի է լցնել ընտրական տեղամասից մինչև հաշվարկման վայրը տանող ճանապարհին, երբեմն քվատուփերը ժամեր շարունակ անհետանում են եւ երբեմն էլ արձանագրությունները՝ (ընտրական տեսուչի կողմից վավերացված արդյունքները, որ տեղում հաշվելուց հետո փոխանցվում են կենտրոնական ընտրական հանձնաժողով) կարող են կեղծվել: Լրատվամիջոցներն ու դիտորդները կարելվույն չափով վերահսկում են, որպեսզի ամեն ինչ հարթ ընթանա:

Չայների հաշվարկն ու հրապարակումը նույնպես հետաքրքրական շրջան է, որի ընթացքում լրատվամիջոցները ուշադրությամբ հետետում են յուրաքանչյուր զարգացմանը: Այս հարցում թերթերը չեն կարող մրցակցել հեռուստատեսության եւ ռադիոյի հետ, որոնք հենց նույն գիշերը անմիջապես կենտրոնից արդյունքները հասցնում են ընտրողներին՝ աստիճանաբար ստեղծելով արդյունքների պատկերը եւ նոր կառավարության կազմը, ներկայացնելով նոր նախագահի անձը կամ հանրաքվեի ելքը:

Լրատվամիջոցները կարելու դերակատարություն ունեն նաեւ կեղծված արդյունքների դեմ մարդկանց ընդվզումը լուսաբանելու հարցում: Այդպիսին էր իրադրությունը սերբական տեղական ընտրությունների ժամանակ 1996 թվականի վերջին, երբ անկախ լրատվամիջոցները այդ ընդվզման մեջ իրենց կարելու բաժինն ունեին՝ հաղորդելով անվերջ ցույցերը փողոցներում, որ ի վերջո մոտ երեք ամիս անց հանգեցրին ընտրության արդյունքներն անվավեր ճանաչելուն

Ընտրական գործընթացի վերջին փուլը նոր կառավարության կազմումն է: Սա կարող է նշանակել **իշխանության փոխանցումը** նոր քաղաքական կուսակցության կամ կոալիցիայի, կամ էլ նախորդ կառավարությունը կազմող կուսակցությունը պահպանում է իր իշխանությունը: Անգամ եթե ընտրություններն սզատ ու արդար են եղել, արդյունքները միշտ չէ, որ հարգվում են որեւէ երկրի գործող իշխանության կողմից: 1989 թվականի ընտրությունները Պանամայում, 1990 թվականի ընտրությունները Բիրմայում (Միանմար) եւ 1993 թվականի հունիսի ընտրությունները Նիգերիայում սրա բավական ցայտուն օրինակներն են: Եթե իշխանությունը փոխանցվում է առանց ցնցումների, ապա լրատվամիջոցները վերադառնում են իրենց առօրյա միջընտրական աշխատանքին լուսաբանելով ու քննելով նորընտիր կառավարություն գործունեությունը Քաղաքական հարցեր լուսաբանող լրատվամիջոցները կա-

... վարությանը ստիպում են միշտ հաշվետու լինել իր գործողություններին հասարակ, մասնավորապես կառավարության անդամներին հիշեցնելով իրենց նախընտրական խոստումները եւ ճնշում գործադրելով նրանց վրա իրականացնելու իրենց խոստումները եւ կամ ընտրողների բացատրելու, թե ինչու այդ հնարավոր չէ, միաժամանակ կառավարությանը ստիպելով ուշադիր լինել բնակչությանը հուզող հրատապ հարցերի նկատմամբ: Ինչպես նշել է Ջեյմս Մեդիսոնը՝ ԱՄՆ Սահմանադրության առաջատար հեղինակներից մեկը

«Հանրային կառավարությունը՝ առանց հանային տեղեկատվության կամ այն չենք բերելու միջոցների, ընդամենը ֆարսի կամ ողբերկության նախերգանքն է, թերեւ՝ թե մեկի, թե մյուսի: Իմացությունը միայն էլ իշխելու է տգիտության նկատմամբ: Իսկ այն ժողովուրդը, որն ուզում է իր տերը լինել, պետք է իշխանությանը զինվի, որ իմացությանը է չենք բերվում»:

3. ԻՆՇՊԵՆ ԵՆ ԼՐԱՏՎԱՄԻՋՈՑՆԵՐԸ ԼՈՍԱՔԱՆՈՒՄ ԸՆՏՐՈՒՅՈՒՆՆԵՐԸ

Չանգվածային լրատվամիջոցները ընտրողների եւ նրանց ընտրյալ ներկայացուցիչների միջեւ պարզ երկկողմանի հաղորդակցության կապուղի չեն միայն: Լրատվամիջոցները նաեւ այն ասպարեզն են, ուր տեղի է ունենում հասարակական բանավեճն ու քննարկումը: Այն, որ լրատվամիջոցները պետք է ազատ լինեն քննարկման, կարծիքների փոխանակության եւ արտահայտման ասպարեզ ծառայելու համար, հաստատել է Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանը, որ սլարգորոշ կերպով մերժում է այն տեսակետը, թե «մամուլի դերը տեղեկություններ հաղորդելն է, որի մեկնաբանությունը հիմնականում պետք է թողնվի ընթերցողի հայեցողությանը» («Լինգենսն ընդդեմ Ավստրիայի») Այդ իսկ պատճառով էլ մամուլի դերը նաեւ վերլուծությունն ու մեկնաբանությունն է:

Ընտրարշավի ժամանակ քաղաքականության ու ժամանակակից իրադարձությունների լուսաբանման մեջ մասնագիտացած լրատվամիջոցները լի են ընտրությունների, թեկնածուների ու կուսակցությունների մասին նորություններով, մեկնաբանություններով ու կարծիքներով Հատուկ ուղղվածության լրատվամիջոցները եւս կարող են կենտրոնանալ ընտրությունների վրա Ասեմք կանանց ամսագիրը կարող է արժարժել կուսակցություններին (կանանց) հավասար հնարավորություններ ընձեռելու քաղաքականությունը Տարեց ընթերցողներ ունեցող այգեգոր-

ծական անսագիրը կարող է անդրադառնալ թոշակի հարցերին, իսկ ոռք երաժշտության ռադիոալիքը կարող է քննել կուսակցություններից յուրաքանչյուրի վերաբերմունքը բարոյական խնդիրներին ու թմրադեղերին Սպորտային հեռուստատեսային ծրագիրը կարող է մեկնաբանություններ տալ դպրոցում սպորտը զարգացնելու գանազան քաղաքական ծրագրերի մասին: Այս ամբողջը ընտրողին տեղեկացնում է, թե իրենք ում եւ ինչի համար են իրենց ձայնը տալիս:

Առաջատար լրատվական ծրագրերը սովորաբար ընտրությունները լուսաբանում են ամենատարբեր ձեւերով. Թերթերն ու ամսագրերը նորություններ, վերլուծություն, ինչպես նաեւ խմբագրական հոդվածներ, մեկնաբանություններ են տալիս, երբեմն կարող են նաեւ կարծիքների սյունակ կամ «ընթերցողների մամականի» հրապարակել: Նայած թերթում ընդունված կարգի ու երկրում գործող իրավական սահմանափակումների՝ հնարավոր է նաեւ որ այս կամ այն թերթը հրապարակի կուսակցությունների ու թեկնածուների, ինչպես նաեւ այլ քաղաքացիական կազմակերպությունների ու արհմիությունների գովազդը, որոնք ձգտում են ազդել քվեարկության արդյունքների վրա, կամ կուսակցություններին ստիպել հաշվի առնել իրենց հուզող հարցերը:

Ընտրությունների ընթացքում հեռուստատեսային լրատվությունը կարող է ստորաբաժանվել չորս հիմնական խմբի, որոնք ավելի մանրամասն քննարկվում են ստորեւ.

1. անուղղակի հեռարձակման ծրագրեր,
2. ուղղակի հեռարձակվող ծրագրեր,
3. այլ ծրագրեր,
4. ընտրողների ուսուցման ծրագրեր,

3.1 Անուղղակի հեռարձակման ծրագրեր

Անուղղակի հեռարձակման ծրագրերը բոլոր այն հաղորդումներն են, որոնք մնում են ռադիոյի կամ հեռուստատեսության խմբագիրների անմիջական ու վերջնական վերահսկողության տակ: Անուղղակի հեռարձակման ծրագրերը բոլոր այն ծրագրերն են, որոնք լուսաբանում են ընտրարշավը՝ կուսակցություններին ու թեկնածուներին վերջին հաշվով հնարավորություն տալով ներկայացնել իրենց տեսակետը: Անուղղակի հեռարձակման ծրագրերի երկու հիմնական տեսակը նորություններն ու ընթացիկ իրադարձություններն են, ինչպես նաեւ՝ հատուկ ընտրական ծրագրերը:

3.1.1 Նորություններն ու օրվա իրադարձությունները

Սրանք ընտրությունների ընթացքում, թերևս ամենակարեւոր ռադիո եւ հեռուստատեսային հաղորդումներն են: Հաճախ նորությունների թուրարկումն ունի ամենամեծաքանակ լսարանը, իսկ վերջինս ավելի մեծ վստահություն է ընծայում այդ ծրագրերին: Այդպիսի ծրագրեր կազմելու լրատվամիջոցների հիմնական դժվարությունը իրական նորությունները նախընտրական քարոզչությունից տարորոշելն է: ՉԼՄ-ները սկստք է հաշվի առնեն նաեւ իշխող կուսակցության կամ գործող կառավարության բնական եւ նշանակալի առավելությունը իր մասին նորություններ առթելու եւ շահարկելու տեսակետից (այս մասին տես ստորել յաժին 6-ը):

3. 1. 2 Հասուկ ընտրական ծրագրեր

Հին օրերում թեկնածուները կանգնում էին հարթակին, որ անգլերենում հին սկանդինավյան «հասթինգս» բառով (որ նշանակում է «տուն» ու «հավաքույթ») է հայտնի,: Ուրեմն այս «հասթինգսի» կամ հարթակի վրա կանգնած թեկնածուն դիմում էր ընտրողներին, նրան հարցեր էին տալիս ու հետո ընտրում: Թեկնածուների հետ հարցազրույց վարելուն այդպիսով սկսեց «հասթինգս» կոչվել:

«Հասթինգսի» ժամանակակից լրատվական տարբերակը թեկնածուների հետ հեռուստատեսային քննարկումներն ու բանավեճերն են. Թեկնածուներին կամ միմյանց դեմ են հանում, կամ էլ սրանք պատասխանում են լրագրողների, մասնագետների եւ կամ՝ շարքային քաղաքացիների հարցերին: Հանդիսականները հնարավորություն են ստանում գնահատել խրթին հարցերին թեկնածուների պատասխանները եւ գնահատել նրանց՝ իբրեւ անհատականություն: Անշուշտ, սա կատարյալ միջոց չէ, սակայն այն ընտրողներին առիթ է ընձեռում պատռել խնամքով վերահսկվող նախընտրական քարոզչության քողը եւ տոնական ոգեւորությունը:

Սա է պատճառը, որ թեկնածուներից ոմանք հոգի կտան, միայն թե լրագրողներն իրենց հարցազրույցի չհրավիրեն: Միացյալ Նահանգներում 1992 թվականի նախագահական ընտրությունների ժամանակ անկուսակցական թեկնածու, միլիարդատեր Ռոս Փերոն հեռուստաժամ վարձեց, որպեսզի խուսափեր լրատվության «կապը կտրած պահապան-շների» լրագրողների հետ խոսելուց: Այլ թեկնածուներ համաձայնեցին հեռուստատեսությամբ պատասխանել հասարակության, բայց ոչ լրագրողների հարցերին (ըստ երեւույթին այն թյուր համոզմամբ, թե շարքային քաղաքացիների հարցադրումներն այդքան սուր չեն լինի)

3.2 Ուղղակի հեռաձայնման ծրագրեր

Մրանք այն ծրագրերն են, որոնք քաղաքական կուսակցության եւ կամ թեկնածուի խմբագրական վերահսկողության տակ են: Մրանք սովորաբար կուսակցական նախընտրական հաղորդումներն են: Վերջիններիս հեռուստաժամ է տրամադրվում՝ համաձայն ընտրական օրենքի եւ կամ այլ կարգի կամ համաձայնության. Այս կատեգորիան ընդգրկում է նաեւ վճարովի քաղաքական գովազդը:

3.2.1 Կուսակցական նախընտրական թողարկումները

Քաղաքական կուսակցություններին կամ թեկնածուներին ընտրարշավի ժամանակ երբեմն հնարավորություն է տրվում հեռուստատեսությամբ ուղղակիորեն ելույթ ունենալ ու հասարակությանը ներկայացնել իրենց քաղաքական ծրագրերը: Այս հաղորդումներն անմիջականորեն կուսակցությունների խմբագրական վերահսկողությանն են ենթարկվում, թեեւ կարող են որոշ տեխնիկական օժանդակություն ստանալ հեռուստակայանից. այդ միջոցները մեկ թեկնածուին ընձեռվելու դեպքում պետք է հավասարապես տրամադրվեն նաեւ մյուս թեկնածուներին:

Այդպիսի հաղորդումներին տրամադրված ժամանակը կախված է ընտրական օրենքից կամ այլ պայմաններից: Գրեթե բոլոր արեւմտյան հասարակարգերում պետական հեռուստալիքներից պահանջվում է ուղիղ եթեր տրամադրել թեկնածուներին, իսկ շատ երկրներում՝ մասնավոր լրատվամիջոցների առջեւ եւս նման պահանջ է դրվում:

Գոյություն ունեն ժամանակ տրամադրելու մի շարք տարբեր մոդելներ, որոնք հաճախ վավերացվում են հեռուստակայանի եւ քաղաքական կուսակցության միջեւ բանակցություններով կնքված համաձայնագրերով, հաճախ հիմնված թվական հաշվարկների վրա, որտեղ նկատի են առնվում (խորհրդարանում) գրաված տեղերի քանակը կամ վիճարկվող պաշտոնները, նախորդ ընտրությունների արդյունքները, կուսակցությունների դիրքը վերջին հարցումներում, կուսակցության անդամների քանակը, կուսակցության գոյության հարատևությունը, եւ երբեմն էլ՝ այս ամենի հանրագումարը (ինչպես Գերմանիայում, ուր այս գործոնների մեծ մասը հաշվի է առնվում):

Անցումային ժողովրդավարական հասարակարգերում, ուր այս չափանիշների մեծ մասը էական չէ, փորձեր են արվել բոլոր նոր կուսակցություններին էլ հավասար պայմաններ տրամադրել՝ «Արտիկլ 19»-ի հրատարակած «Ժողովրդավարությանն անցման փուլում գտնվող պե-

տարյուններում հեռուստատեսությամբ եւ ռադիոյով ընտրարշավների լուստրանման ուղենիշները» ժողովածուն առաջարկում է այս հասարակարգերում առաջին ընտրության ժամանակ բոլոր կուսակցություններին տրամադրել հեռարձակման հավասար ժամանակ, իսկ հետագայում ժամանակը պետք է տրամադրվի կարելվոյն չափ հավասար, եռվարնորէի է՝ որեւէ անկախ մարմնի կողմից եւ բոլոր կուսակցությունների հետ համաձայնեցված կերպով: «Արտիկլ 19»-ի որոշ այլ ցուցումներ ստորեւ բերված են շրջանակների մեջ:

**«Արտիկլ 19», Ուղենիշ 9
Ուղղակի հեռարձակման ծրագրեր**

«Պետական լրատվամիջոցները քաղաքական կուսակցություններին կամ թեկնածուներին պետք է ուղղակի հեռարձակման համար եթերաժամ տրամադրեն արդար ու անկողմնակալ հիմունքներով Առաջին լուսակուսակցական ընտրության ժամանակ խարիւղ խորհուրդ է տրվում, որպէսզի բոլոր հիմնական կուսակցություններին ու թեկնածուներին հավասար ժամանակ տրամադրվի»

Որոշ դեպքերում սա գործնական դեր է ունեցել նոր կուսակցություններին հավասար հնարավորություններ ընձեռելու տեսանկյունից: Սակայն դա իդեալական լուծում չէ եւ չի ապահովում հեռուստադիտողի համակ ուշադրությունը: 1990 թվականի ընտրություններին Ռումինիայում ավելի քան 80 կուսակցությունների եթերաժամ էր տրամադրված, որ ըստ որոշ մեկնաբանների, բավական ձանձրալի էր դիտել: Նույն կերպ՝ 1996 թվականին Պաղեստինյան իշխանության ընտրությունների ժամանակ 350 թեկնածուներին երեքական ընդհանրապէս ռադիոէթեր էր տրամադրվել:

Եթերաժամ տրամադրելու հարցը կարող է ընտրարշավի հենց սկզբից կովախնձորի վերածվել, եթէ դա կառավարության կամ խորհրդարանի կողմից այնպէս է ձեւակերպված, որ առավելությունը տալիս է կառավարության մեջ իշխող կուսակցությանը: Սա այն հարցերից մեկն է, որի կապակցությամբ քաղաքական կուսակցությունները կարող են դիմել անկախ ընտրական հանձնաժողովի կամ որեւէ այլ մարմնի, որի խնդիրն է քննել ընտրությունների ազատ եւ արդար ընթացքի վերաբերյալ բողոքները:

Թե՛ժ վիճարանության մեկ այլ առիթ է այն, թէ օրվա որ ժամին են հեռարձակվում կուսակցության քաղաքական հաղորդումները Պարզ է, որ օրվա որոշակի ժամերի ավելի շատ մարդիկ են հեռուստացույց դիտում, քան մնացած ժամերին Հեռարձակման պահերը այնպէս պետք

է բաշխվեն, որպեսզի ոչ մի կուսակցություն առավելություն չունենա մյուսի նկատմամբ Նախընտելի է, որ ժամանակ տրամադրելիս հաշվի առնվի ոչ միայն դիտողների քանակը, այլև նրանց որակը Օրինակ՝ գուցեւ շատերն են հեռուստատեսային սերիալներ նայում ցերեկվա ճաշի ժամին, սակայն նրանց մեծամասնությունը տնային տնտեսուհիներ են, այլ ոչ թե սոցիալ-տնտեսական այն խավը, որին ուզում է իր ձայնը հասցնել այս կամ այն քաղաքական կուսակցությունը: Սովորաբար ամենահարմար ժամանակը իրիկնային լուրերից անմիջապես առաջ է կամ հետո:

3.2.2 Վճարովի ֆաղափական գովազդ

Հնարավոր է, քաղաքական կուսակցությունները արտոնված լինեն լրատվամիջոցներում լրացուցիչ գովազդ գնել: Նման գովազդը սովորաբար կուսակցության նույն ընտրական ծրագրի կարճ թողարկումն է: Այն կարող է ընդգրկել նաեւ ծրագրի օժանդակությունը՝

Ունանք գտնում են, որ քաղաքական գովազդը արտահայտման ու տեղեկատվության ազատության իրավունքի անկապտելի մասն է: Միացյալ Նահանգներում միակ սահմանափակումն այն է, որ հեռուստակայանները կարող են եթերաժամ տրամադրել վճարովի կամ անվճար, սակայն հավասարության հիմունքներով, մի սահմանափակում, որ իրավաբանորեն սահմանադրության Առաջին ուղղմանը չի հակասում:

Արեւմտյան շատ երկրներում վճարովի գովազդը թույլատրվում է անգամ ընտրությունների ժամանակ, թեւ հաճախ՝ որոշ սահմանափակումներով ու պայմաններով (Ավստրալիա, Կանադա, Նոր Զելանդիա, Գերմանիա, Միացյալ Նահանգներ, Իտալիա, Բուլղարիա, Հունգարիա եւ Լեհաստան): Այլ երկրներում քաղաքական գովազդն ընդհանրապես արգելված է (Հոլանդիա, Նորվեգիա, Շվեդիա, Միացյալ Թագավորություն, Իռլանդիա եւ Իսպանիա)՝

Ֆրանսիայում վճարովի քաղաքական գովազդը թույլատրվում է ոչ-ընտրական ժամանակաշրջանում, սակայն Conseil Superieur de l'Audovisuel (հեռուստատեսության վարչությունը) իրավասու է սահմանափակել գովազդի վրա ծախսվող գումարի չափը: Ոչ ընտրական ժամանակաշրջանում քաղաքական գովազդը թույլատրվում է նաեւ Ավստրիայում, Իսրայելում եւ Ճապոնիայում:

Խտրականությունից խուսափելու համար քաղաքական գովազդի արժեքն այնպես պետք է սահմանել, որպեսզի այն մատչելի լինի քաղաքական կուսակցությունների մեծամասնությանը: Այն կարող է սովորա-

կրտս գովազդի արժեքից զգալիորեն պակաս լինել, որովհետեւ անգամ անսովորապես պակաս զարգած երկրներում դա կարող է արհեստակարարին ուռճացվել (այլ երկրներից) ֆինանսավորող հարուստ կուսակիցների միջոցներով:

3.3 Այլ ծրագրեր

Իրենց ընտրողների առջեւ հայտնվելու համար քաղաքական կուսակցության թեկնածուները կարող են օգտվել մի ամբողջ շարք այլ յուստվամիջոցներից: Աշխարհի տարբեր երկրներում տեղ գտած օրինակները ներառում են թեկնածուի մասնակցությունը հանելուկ-ծրագրերում իբրեւ հաղորդավար կամ հյուր (Տայվան), մշակութային ծրագրերում եւ անգամ խոհարարական ու ավտովարորդական ծրագրերում (Լատնիա):

Այդպիսի ելույթները խնդրահարույց են այն իմաստով, որ դրանք թեկնածուներին լրատվամիջոցներով երեւալու լրացուցիչ հնարավորություն են տալիս, որ կարող է մատչելի չլինել նրանց հակառակորդներին: Հավասարակշռության ձգտող լրատվամիջոցներն, անկասկած, պետք է նկատի առնեն այդ հնարավորությունը, երբ հաշվարկում են տարբեր թեկնածուներին կամ կուսակցություններին իրենց կողմից տրամադրվող եթերաժամը: Մյուս կողմից՝ պետք է հարգել ընտրողների աչքին երեւալու հարցում որոշ թեկնածուների հնարամտությունը, որ վերջին հաշվով՝ քաղաքական պաշտոնի համար մղվող ընտրարշավի մեջ նրանց հմտության վկայությունն է:

3.4 Ընտրողների ուսուցման ծրագրեր

Ընտրողների տեղեկատվության կամ ընտրողների ուսուցման ծրագրերը կարելու է ամենուրեք, սակայն առանձնապես՝ անցումային ժողովրդավարական հասարակարգերում, ուր քվեարկողները քվեաթերթիկը նետելու կամ տարբեր քաղաքական կուսակցությունների ու թեկնածուների միջեւ ընտրություն կատարելու շատ քիչ փորձառություն ունեն:

Ընտրողների տեղեկատվության արդյունավետ ծրագրերը սովորաբար ընդգրկում են ընտրության բոլոր հանգամանքները, ներառյալ ընտրողների գրանցումը, կուսակցությունների ու թեկնածուների գրանցումը, ընտրությանն առնչվող օրենսդրությունը եւ ընտրարշավի տեղությունը Կարելու է, անշուշտ, նաեւ քվեարկության օրը ընտրության կանոնակարգը, քվեաթերթիկների հաշվարկման ձեւը, դրանց հրատա-

րակման եղանակը Տեղեկատվությունը պետք է ընդգրկի այն, թե ընտրողները ինչ պետք է անեն, եթե ընտրության օրը հեռու են ընտրատարածքից (փոստով ու հեռակա քվեարկություն), ինչ հնարավորություններ են լինելու հաշմանդամների եւ անգրագետների համար

**«Արտիկլ 19», ցուցում 11:
Ընտրողների ուսուցումը**

«Պետական լրատվամիջոցները պարտավոր են հեռարձակել ընտրողների ուսուցման ծրագրեր, բացառությամբ այն դեպքերի, երբ կառավարությունը նախաձեռնել է տեղեկատվական այնպիսի ծրագրեր, որոնք ընտրողներին իրազեկելու նույնքան հնարավորություն ունեն, որքան ուսուցողական ծրագրերը»

Ըստ անհրաժեշտության՝ ընտրողներին հարկ է զգուշացնել, որ սա է նրանց հնարավորությունն իրենց ուզած կառավարությունն ունենալու, եւ որ չպետք է թույլ տալ, որպեսզի իրենց կամքին հակառակ այս կամ այն թեկնածուին ընտրելու համար իրենց վրա ճնշում գործադրվի կամ իրենց կաշառեն: Ընտրողներին պետք է վստահեցնել նաեւ, որ քվեարկությունն իրոք գաղտնի է, եւ որ ընտրության պատճառով տիպիկ հետեւանքներ չեն լինելու: Ընտրողների ուսուցումը ընտրողներին պետք է խրախուսի նաեւ՝ իրենց ցանկացած տեղեկությունը ստանալ կուսակցություններից, հարցապնդել թեկնածուներին եւ նախընտրական գործընթացում ակտիվ դերակատարում ունենալ:

**4. Համադասասխան սկզբունքները
միջազգային օրենքում**

Ընտրությունների ժամանակ գործում են մարդու միջազգայնորեն ընդունված որոշ հիմնարար իրավունքներ.

- արտահայտման ու տեղեկատվության ազատության իրավունքը,
- ընտրություններին մասնակցելու իրավունքը՝ թե որպես ընտրողներ, թե որպես թեկնածուներ,
- խտրականության բացառման իրավունքը,
- հիմնարար իրավունքների խախտման դեպքում արդյունավետ փոխհատուցման իրավունքը

Մյուսնք իրավունքներ են, որ երաշխավորվում են միջազգային այնպիսի օրենքներով, որպիսիք են Մարդու իրավունքների համընդհանուր հռչակագիրը, Քաղաքացիական ու քաղաքական իրավունքների մասին

...սպիտակին համաձայնագիրը եւ Մարդու իրավունքների եվրոպական
...ժողովուրդի Բոլոր այս իրավունքներն ուժի մեջ են մտնում ընտրու-
...ությունների ժամանակ ներգործելու կառավարությունների վրա, որպես-
...նի պատկեր ճիշտ օգտագործեն լրատվամիջոցները

Լրատվամիջոցների ազատությունը հարգելու դրական եւ բացասական դարձավորությունները

Լրտահայտման ազատության իրավունքը կառավարության առջեւ
...ի դրական, եւ թե բացասական պարտավորություններ է դնում. Կառա-
...վարության առջեւ դրված բացասական պարտավորությունն այն է, որ
...ությունների ժամանակ չպետք է միջամտի արտահայտման եւ տե-
...րակատվության ազատության իրավունքին: Դրական պարտավորու-
...յունն իմաստն այն է, որ ստեղծվի այնպիսի մի միջավայր, որը նպաս-
...տավոր է անկախ ու բազմախոհ լրատվամիջոցների բարգավաճման
...նումար: Նմանապես՝ կառավարությունը պետք է վերահսկի, որպեսզի
...ությունների ժամանակ որեւէ երրորդ կողմ չխտչընդոտի լրատվա-
...միջոցների ազատությանը:

Ընտրությունների ժամանակ պետության միջամտությունը կարող է
...ուսման ձևեր ընդունել. ամենաէականը, սովորաբար, միջամտու-
...յունն է պետական միջոցներով ֆինանսավորվող ռադիո-հեռուստատե-
...սային լրատվամիջոցների խմբագրական ազատությանը. Այն երկրնե-
...րում, ուր պետական լրատվամիջոցները դեռեւս ամենահզորն են, լուս-
...ությունների արդյունքի վրա կանխակալ վերաբերմունքի ազդեցությու-
...նը կարող է խիստ ակնհայտ լինել, թեեւ ոչ միշտ: Ալբանիայում 1994
...րվականի սահմանադրական հանրաքվեի անցկացման ժամանակ նա-
...խագահ Սալի Բերիշայի շուրջ լրատվության անվերջանալի ժամերը, ո-
...ւսնց կարծիքով պատճառ հանդիսացան, որ ընտրողները դեմ քվեար-
...կեցին նախագահի իշխանությունն ամրապող սահմանադրությանը

Լրատվամիջոցների նկատմամբ աջակցության ու հարգանքի մթնո-
...լորտ ստեղծելը պետք է սկսել ընտրություններից դեռ շատ ու շատ ա-
...ռաջ: Այնուամենայնիվ, կան ծայրահեղ միջոցներ, որոնք կարող են վեր-
...ջին պահին զարկ տալ լրատվամիջոցների ազատությանը. Օրինակ կա-
...ռավարությունը կարող է չեղյալ հայտարարել կամ կասեցնել լրատվա-
...միջոցների սահմանափակումները: Նմանատիպ օրենքներ են, ասենք,
...խիստ ծանր վիրավորանքի ու անվանարկման օրենքները

«Արտիկլ 19», Ուղենիշ 3:

Հատուկ պարտավորություններ, այն դեպքում երբ արտահայտման ազատության սահմանափակումներ են գործում

«Միջազգային օրենքին հակասող ցանկացած օրենք, որ սահմանափակում է արտահայտման ազատությունը, պետք է կասեցվի»

Ընտրությունների ժամանակ լրատվամիջոցները սպառնալիքներից եւ հարձակումներից պաշտպանելու պարտականությունը խիստ օրախնդիր է բազմաթիվ ժամանակակից հասարակարգերում: Քաղաքականությունն ու բիզնեսը սերտորեն փոխկապակցված են, եւ որոշ երկրներում ֆինանսական շահերը ներառում են նաեւ մաֆիոզատիպ կազմակերպություններ, որոնք չեն խորշում լրատվամիջոցների կամ լրագրողների հանդեպ ուղղակի գործողություններից, որպեսզի որոշ դեպքեր տեղի ունենան կամ տեղի չունենան: Ամեն տարի Եվրոպայում՝ Իռլանդիայից մինչեւ Ռուսաստան, լրագրողները ենթարկվում են ահաբեկչության ու հարձակումների եւ անգամ սպանվում այնպիսի ստվերային կազմակերպությունները բացահայտելու համար, որոնք կնախընտրեին հեռու մնալ լրատվամիջոցների սեւեռուն ուշադրությունից: Պետությունների վրա դրական պարտավորություն է դրված ձեռնարկել բոլոր հնարավոր միջոցները ՉԼՄ-ներին պաշտպանելու մնան հարձակումներից, որոնք նույնարժեք են ժողովրդավարության վրա կատարված ուղղակի հարձակումներին:

Լրատվամիջոցների դարձավորությունները

Խիստ կարեւոր է ընդգծել, որ միջազգային օրենքի ժամանակակից մեկնաբանությունները տարբերակում են պետական օժանդակությամբ ֆինանսավորվող եւ անկախ (մասնավոր) լրատվամիջոցները:

Պետական օժանդակության լրատվամիջոցները՝ էլեկտրոնային թե տպագիր, պարտավոր են ներկայացնելու ողջ հասարկության շահերն ու կարծիքը, այլ ոչ թե միայն կառավարության: Միաժամանակ, ինչպես որ քննարկվում է այս գրքի այլ հատվածներում, մնան լրատվամիջոցները պետք է խմբագրական ազատություն ունենան պետությունից. մի սկզբունք, որ առանձնապես կարեւոր է ընտրությունների շրջանում, եթե լրատվամիջոցներն ուզում են ընտրությունների մասին անկողմնակալ եւ հավասարակշիռ լրատվություն տալ Սա նշանակում է, որ պետական օժանդակությամբ լրատվամիջոցների վրա ընտրությունների

լուսույն հատուկ պարտավորություն է դրվում ընտրարշավը լուսաբանելու հավասարկշռված ու արդարացի, ստանձնել ընտրողների ուսուցումը և առանց զատողություն դնելու հնարավորություններ ընձեռել կուսակցություններին եւ կամ թեկնածուներին

«Արտիկլ 19». Ուղենիշ 1

Պետական լրատվամիջոցների պարտավորությունը՝ հասարակությանը տեղեկացնելու ընտրության հետ կապված բոլոր հարցերին:

«Նախընտրական ժամանակաշրջանում պետական լրատվամիջոցները պարտավոր են հասարակությանը տեղեկացնել քաղաքական կուսակցությունների, թեկնածուների, ընտրարշավում արժարժվող հիմնահարցերի, քվեարկության գործընթացի եւ ընտրություններին առնչվող այլ խնդիրների մասին»

Անկախ կամ մասնավոր լրատվամիջոցներն ըստ միջազգայի օրենքի, նույն պարտավորությունները չունեն, թեեւ կարելի է ասել, որ նրանք էլ իրենց հերթին ընտրություններն արդարությամբ լուսաբանելու մասնագիտական էթիկական պատասխանատվություն են կրում.

Այլ կերպ ասած՝ պետությունը պարտավոր է ապահովել լրատվամիջոցների բազմախոհությունը արտաքին միջավայրում եւ ներքին բազմախոհությունը՝ պետական լրատվամիջոցներում: Երբ հարցը վերաբերում է ընտրություններին, ապա լրատվամիջոցների բազմախոհությունն ապահովելու պետության այս պարտավորությունն առանձնահատուկ կարեւորություն է ստանում, որովհետեւ առանց դրա պետությունը չի կարող իրականացնել իր մեկ այլ պարտավորությունը՝ ազատ եւ անկախ ընտրությունների անցկացումը:

Լրատվամիջոցների մասշտաբային իրավունք

Միայն լրատվամիջոցները չէ, որ իրավունք ունեն կարծիքներ ու գաղափարներ արտահայտել, ինչպես նաեւ հայթայթել, ընդունել ու հաղորդել տեղեկություններ: Այդ իրավունքը բոլոր քաղաքացիներինն է, այդ թվում նաեւ ընտրություններում առաջադրված թեկնածուներինը՝ Դեռ ավելին՝ համարվում է, որ «Հենց ՉԼՄ-ներն են, որ գործնականում ապահովում են արտահայտման ազատությունը» (Մարդու իրավունքների միջամերիկյան ատյան) Եթե արտահայտման ու տեղեկատվության ազատության իրավունքից զատ թեկնածուները ազատ են նաեւ խտրական վերաբերմունքից, ապա կարելի է ասել, որ կուսակցություն-

ներն ու թեկնածուները լրատվամիջոցներից օգտվելու հավասար իրավունք են վայելում

Մարդու իրավունքների եվրոպական հանձնաժողովը հաստատել է, որ Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածը չի կարելի մեկնաբանել այն կերպ, որ այն ներառի որեւէ անհատ քաղաքացու կամ կազմակերպության համընդհանուր ու անշեղ իրավունքը իր կարծիքն առաջ քաշելու համար օգտվելու եթերային ժամանակից, բացառությամբ այն հատուկ դեպքերի, երբ, ասենք, մեկ քաղաքական կուսակցությանը ընտրությունների ժամանակ հեռարձակման միջոցներ չեն տրամադրվել, մինչդեռ այլ կուսակցություններ ստացել են այդ հնարավորությունը։*

Լրատվական ծրագրերում կուսակցություններն ու թեկնածուները կարող են արդար, հավասարակշիռ ու անկողմնակալ լրատվություն ակնկալել, թեւ անշուշտ, լրագրողներն ու խմբագիրներն են որոշում լրատվական ծրագրում նյութերի հերթագայությունը եւ լրարժան ծրագիրը կազմում՝ են ըստ իրենց մասնագիտական հայեցողության։

Դրան ավելացրած՝ արդեն հաստատված ժողովրդավարական հասարակարգերի փորձառությունը ցույց է տալիս, որ պետական լրատվամիջոցները պետք է անկողմնակալ ձեռով տարեր կուսակցությունների ու թեկնածուների հավասար իրավունքներ տրամադրեն։ Ազգային որոշ օրենսդրական ակտեր անգամ դրանից էլ հեռու են անցնում՝ բոլոր հեռուստալիքներին պարտադրելով ընտրական ծրագրեր հեռարձակել (օրինակ՝ Միացյալ Թագավորությունում)։

Դեռ ավելին՝ եթե վճարովի քաղաքական գովազդն ընդունելի է պետական լրատվամիջոցների համար, ապա այն պետք է տրամադրվի բոլոր թեկնածուներին ու կուսակցություններին հավասարապես։

«Արտիկլ 19»․ Ուղեցույց 2:

Հավասարակշռության ու անկողմնապահության պարտավորությունը

«Պետական լրատվամիջոցները պարտավոր են ընտրական գործընթացը լուսաբանելիս հավասարակշիռ ու անկողմնակալ լինել եւ եթերաժամ տրամադրելիս խորականություն չդնել քաղաքական կուսակցությունների եւ թեկնածուների միջեւ»

* Տես մասնավորապես No 25060/94, «Ջ Դայդըրն ընդդեմ Ավստրիայի», 1995 թվականի հոկտեմբերի 18, D R 83-A, էջ 66

Հեռարձակող լրատվամիջոցներ եւ տղագիր մամուլ

Հաստատված ժողովրդավարական հասարակարգերում տարբերություն է դրվում լրատվամիջոցների տարբեր տեսակների միջեւ: Մինչ հեռարձակող լրատվամիջոցները պարտավոր են կուսակցական մարտնչական ծրագրեր հաղորդել, իսկ քաղաքական գովազդը արգելված է, տղագիր մամուլի նկատմամբ նման սահմանափակումներ չկան:

Վրա բացատրությունն այն է, որ նկատի ունենալով հեռուստատեսության բարձր ինքնարժեքը, հեռուստաալիքների սահմանափակ թիվն ու հեռարձակման հզոր ազդեցությունը, այնպիսի մի ճակատագրական պահի, ինչպիսիք են ընտրությունները, հեռուստատեսային բոլոր ալիքների պետք է պարտադիր կերպով եթերաժամ տրամադրեն: Հաճախ տրվես է նաեւ այն երկրներում, ուր էլեկտրոնային լրատվամիջոցների մասին օրենքներն ու արտոնագրման համաձայնագրերը եւս կոչ են առում բոլոր հեռուստակայանների կողմից ու բոլոր ժամանակներում հաճախակի լրատվություն ապահովել:

Ինչպես այս գրքի այլ բաժիններում, որոշ մեկնաբաններ այն կարծիքին են, որ այսօրվա տեղեկատվությամբ հարուստ աշխարհում, ուր գնալով աճում են ոչ միայն եթերային, այլեւ կաբելային ու արբանյակային հեռուստակայանները, որոնց շուտով կմիանա նաեւ ինտերնետը, հոսան զանազանումն այլեւս անիմաստ է դառնում, եւ որ հեռուստատեսությունն ու ռադիոն պետք է ազատ լինեն հաղորդելու կամ չհաղորդելու ընտրական ծրագրերը կամ գովազդը, այնպես ինչպես թերթերն են այդ անում:

Արդյունավետ փոխհատուցում

Մեկ այլ իրավունք, որ առանձնապես կարեւոր է ընտրության շրջանում, արդյունավետ փոխհատուցման իրավունքն է, երբ խախտվում են իմնական իրավունքները: Ընտրության շրջանում իբրեւ բողոքները քննող ու փոխհատուցում տրամադրող մարմին կարող է ծառայել ընտրական հանձնաժողովը կամ օմբուդսմենը եւ կամ՝ անկախ լրատվական հանձնաժողովը. բոլոր այդ մարմինների որոշումները ենթակա են դատական լսումների:

Այդպիսի մի մարմնի իրավասության մեջ կարող է մտնել պետական լրատվամիջոցների կողմնակալության ու խտրականության մասին բողոքների քննարկումը: Այն պետք է պատրաստ լինի քննելու նաեւ պե-

տական մարմինների, կուսակցությունների ու թեկնածուների կամ որեւէ երրորդ ուժի կողմից ոչ-պետական լրատվամիջոցների վրա գործադրվող սպառնալիքների ու խտրականության մասին հայտարարությունները, որոնց հետևանքով այդ լրատվամիջոցները գրկվել են ընտրարշավը անաչառությամբ ու արդար լուսաբանելու հնարավորությունից:

Եթե այս մեխանիզմները գոյություն ունեն, եւ եթե լրատվամիջոցները, կուսակցությունները կամ լրատվամիջոցների դիտորդները պետական լրատվամիջոցներում նման խախտումների փաստեր են արձանագրել, ապա բողոքին պետք է ընթացք տալ. Եթե նման մեխանիզմներ չկան, այն քաղաքացիները, ովքեր համարում են, որ իրենց հիմնարար իրավունքները խախտվել են, պետք է պահանջեն, որպեսզի կառավարությունը հարգի իր միջազգային պարտավորությունները եւ համապատասխան մեխանիզմներ ստեղծի:

5. Համադասասխան սկզբունքները ազգային օրենսդրության մեջ

Քաղաքիկ երկրներում ընտրության զանազան հարցեր կարգավորող ազգային օրենքները լրատվամիջոցներին վերաբերող որոշ տարրեր են պարունակում: Ինչպես արդեն նշվեց վերելում, սրանք կարող են ընդգրկել պաշտոնական ընտրարշավի տեղությունը, որոշ երկրներում՝ խորհրդածության պարտադիր շրջան սահմանելը: Ընտրական օրենքով սահմանվում են նաեւ կուսակցություններին եւ թեկնածուներին ուղիղ եթեր, ինչպես նաեւ վճարովի քաղաքական գովազդ տրամադրելու պայմանները

Ի հավելումն որոշակի ընտրական օրենքների՝ լրատվամիջոցներն աշխատում են երկրի սովորական օրենսդրական շրջանակներում: Ինչպես նշվեց վերելում, եթե գոյություն ունեն օրենքներ, որոնք առանձնապես սահմանափակող նշանակություն ունեն արտահայտման ու լրատվամիջոցների վրա, ապա ընտրություններն ազատ եւ արդար ճանաչելու համար այդ օրենքները պետք է կասեցվեն կամ գոնե առկախվեն:

5.1 Քաղաքական խոսքի դաճողանությունը ընտրաբանական ժամանակ

Ազգային օրենսդրության մի առանձնահատկությունը, որ ի հայտ է գալիս ընտրությունների ժամանակ, անվանարկման օրենքն է. Քաղաքական գործիչները լրատվամիջոցների կամ այլ քաղաքական գործիչների կողմից քննադատվելու դեպքում հաճախ անմիջապես անվա-

տավրճան դատ են բացում Ընտրությունների շրջանում, երբ քաղաքական գործիչները պայքարում են իրենց քաղաքական ճակատագիրը փրկելու, անվանարկման դատ բացելու գայթակղությունն, անշուշտ, մեծ է, եւ բնականաբար բոլորը պատրաստ են օգտագործել ձեռքի տակ եղած լավոր զենքերը՝

Այնուամենայնիվ, ինչպես որ այս գրքի այլ հատվածներում է նշված, քաղաքական խոսքը, մեկնաբանությունն ու քննադատությունը արտահայտման ազատության հատկապես պաշտպանված ձեւեր են՝ Լինգենսի շրջադարձային գործում Եվրոպական դատարանը հաստատեց սույն օրենքը, ըստ որի քաղաքական գործիչները պետք է ավելի մեծ հանդուրժողականություն ցուցաբերեն, քան շարքային քաղաքացիները.

«Մամուլի ազատությունը հասարակությանը հնարավորություն է տալիս քաղաքական առաջնորդների մասին լավագույնս կարծիքներ կազմել ու վերաբերմունք ձեւավորել: Ավելի բնդհանուր առումով քաղաքական բանավեճի ազատությունը ժողովրդավարական հասարակարգի հասկացության բուն հիմքում է [..] Համասլատասխանաբար՝ ընդունելի քննադատության սահմանները որպես այդույիսին քաղաքական գործչի նկատմամբ շատ ավելի լայն են, քան մասնավոր անձի նկատմամբ: Ի տարբերություն վերջինիս՝ նախորդը անխուսափելիորեն ու գիտակցաբար իր յուրաքանչյուր բառն ու գործողությունը ենթարկում է հասարակության քննախույզ հայացքին ... եւ հետեւաբար սլետք է ավելի մեծ հանդուրժողականություն ցուցաբերի»:*

Քաղաքական պաշտոնի համար մրցակցող թեկնածուները հասարակական դեմքեր են, որոնք իրենց ենթարկում են լրատվամիջոցների ու հասարակության դատին ու այդ պատճառով էլ պետք է քննադատական կարծիքների նկատմամբ ավելի հանդուրժող լինեն:

Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանի կողմից հաստատված մի շարք համապատասխան օրենքների հատկապես վերաբերում են ընտրությունների ժամանակ քաղաքական բանավեճի ազատությանը: Հետեւյալ սկզբունքները հաստատող այդ օրենքները ազգային դատախազության ու դատարանների կողմից պետք է հատկապես հարգվեն ընտրությունների շրջանում:

Հաստատված է, որ անհնար է գերազնահատել մամուլի դերակատարությունն՝ իբրեւ հասարակական հետաքրքրություն ներկայացնող հարցերի շուրջ կարծիք կազմելու միջոց եւ իբրեւ հասարակական պա-

* Մարդու Իրավունքների եվրոպական դատարան, Լինգենսի դատավարությունը, հուլիս 8, 1986, սերիալ համար A No 103, պարբերություն 42

հասպան Այդ պատճառով էլ քաղաքական կամ այլ հասարակական շահեր ներկայացնող հարցերը մեկնաբանելիս մամուլին պետք է առանձնահատուկ տեղ հատկացվի Պարզ է, որ առանձնապես ընտրությունների շրջանում մամուլի կողմից քաղաքական կյանքի բոլոր երեւոյթների մանրակրկիտ քննությունը պետք է հանդուրժողաբար ընկալվի:

Ընտրյալ ներկայացուցիչներին, առանձնապես ընդդիմութայան անդամներին նույնպես պետք է առանձնահատուկ տեղ հատկացվի կառավարության անդամների կամ հասարակական շահ ներկայացնող հարցերի մեկնաբանության հարցում Սա կարող է տարածվել նաեւ պետական պաշտոնի համար մրցակցող քաղաքական թեկնածուների վրա:

Ընդունելի քննադատության սահմաններն ավելի լայն են կառավարական մարմինների ու քաղաքական գործիչների վերերբամբ, քան մասնավոր անձանց, եւ ընդհանրապես ավելի լայն են, երբ քննադատությունն ընդհանրապես չի վերաբերում հատուկ նշված որեւէ անձի: Ընտրարշավների ժամանակ շատ հնարավոր է, որ կառավարական մարմինների դեմ քննադատություն եւ բարեփոխման կոչեր հնչեն: Հատկապես կարելի է, որպեսզի ընտրարշավների ժամանակ պետության կառուցվածքի ու դրա կառույցների մասին բանավեճ կայանա:

Պաշտպանյալը չպետք է պարտավորված լինի ապացուցելու իր բարոյական գնահատականների, հասարակական կարծիք արտահայտող դատողությունների եւ ասեկոսեների կամ այլոց խոսքի վրա հիմնված հաստատումների իսկությունը: Ընտրությունների շրջանում լրատվամիջոցները արտահայտում են մեկնաբանների ու հասարակության կարծիքը, որ ավելի հաճախ հիմնված է լինում հասարակական կարծիքի ու ասեկոսեների վրա, քան շոշափելի փաստերի: Եթե լրատվամիջոցները ընտրությունների ընթացքում պետք է լուսաբանեն քաղաքական բանավեճն իր ողջ բազմազանությամբ, ապա նրանց պետք է ազատություն տրվի ներկայացնելու այդ կարծիքների բազմազանությունն՝ առանց պատժամիջոցներից վախ ունենալու:

Անվանարկման հայցը կորցնում է իր ազդեցության ուժը, եթե անվանարկման արտահայտությունն արվել է ի պատասխան այլ գրգռիչ ու վիրավորական արտահայտության Ընտրարշավի թեժ պահին թեկնածուներն ու այլոք կարող են տարվել կրքոտ ու գրգռիչ հռետորական ճառերով, որ կարող է նույնքան կրակոտ պատասխանների տեղիք տալ. Նման կրքոտ բանավեճերին պետք է առանձնապես հանդուրժողականությամբ վերաբերվել ընտրությունների շրջանում, երբ ցանկալի է, որպեսզի ընտրողներն իմանան թեկնածուների իրական տեսակետները, եւ որպեսզի լրատվամիջոցներն ու այլոք կարողանան մեկնաբանել ու հարցապնդման ենթարկել այս տեսակետները նույնքան արտահայտիչ լեզվով:

6. Լրագրողներն ու ընտրաբաժնի խնդիրը

Ընտրության շրջանն առանձնապես խնդրահարույց է լրագրողների, խտրագիրների ու խմբագրությունների համար: Լրատվամիջոցներն այդ պահում փորձում են հավասարապես լուսաբանել քաղաքական գարգալյունները մի շրջանում, երբ բոլոր քաղաքական կուսակցությունները, խորակցությունները եւ հասարակության այլ խմբեր մրցակցում են դրա առաջնությանն արժանանալու համար, փքուն տեղեկատվություն են բխում, եւ փորձում որոշել ու վերահսկել նորությունների օրակարգը:

Միեւնույն ժամանակ, անկախ նրանից, թե որքան է հաջողվում պահպանել հավասարակշռությունն ու անաչառությունը, ընտրությունների շրջանում լրագրողներն ամենից ավելի հաճախ են քննադատության ենթարկվում եւ մեղադրվում կողմնակալ ու թերաբժեք լրատվության համար: Շատ թեկնածուներ, առանձնապես աննշմար ու պարտավոր թեկնածուները կարծում են, թե լրատվամիջոցներն իրենց շահեկան ձևով չեն մեկնաբանել, եւ փորձում են մեղադրել լրագրողներին:

«Արտիկլ 19». Ուղենիշ 6

Լրատվամիջոցների իրավական պատասխանատվության սահմանափակումը

«Խիստ հանձնարարելի է, որ լրատվամիջոցները ազատվեն իրավական պատասխանատվությունից ընտրարշավների վերաբերող հետաքննությունների ժամանակ թեկնածուների ու կուսակցական ներկայացուցիչների արած ապօրինի հայտարարությունների համար, բացառությամբ այն հայտարարություններից, որոնք պարզ ու ուղղակի բռնության կոչ են պարունակում: Ցանկացած հայտարարության համար պատասխանատվությունը պետք է կրեն բացառապես կուսակցություններն ու դրանց խոսնակները»:

Լրագրողական էթիկան քննության է առնված այս գրքի այլ բաժիններում (տես՝ գլուխ 3): Այստեղ մենք կքննարկենք ընտրարշավի շրջանում լրագրողների առջեւ ծագող խնդիրներն ու հիմնահարցերը, դրանց հարաբերությունը մասնագիտական էթիկայի սկզբունքներին, եւ այն քայլերը, որ կարելի է ձեռնարկել կողմնակալության ու խտրականության մեղադրանքները վանելու համար

ԻՆՏՊԵՆ ՈՒՍԱՐՔԱՆՏՐԱՍՎԵԼ ԱՆԱՅԱՌ ԼՈՒՍԱՐՔԱՆՄԱՆ

Ընտրության ծրագրումը սկսվում է խմբագրությունում Շատ լրատվամիջոցներ իրենց լրագրողների համար մանրամասն կետերով ու ցուցումներով լրատվության սկզբունքներ են հաստատել Այս միջոցառումներն ուղղված են օգնելու, որպեսզի լրագրողները կարողանան կատարել իրենց մասնագիտական ու էթիկական պարտավորությունները՝ անկողմնակալ ու հավասարակշիռ լրատվության ու արդար մեկնաբանության ու քննադատության տեսանկյունից:

Օրինակ BBC-ի ուղեցույցը, Ժողովրդի ներկայացուցչության ակտ կոչվող բրիտանական ընտրական օրենքին համապատասխան, լրագրողներից պահանջում է ընտրության որեւէ հարցի շուրջ նյութ պատրաստելիս կապվել այդ ընտրատարածքի բոլոր թեկնածուների հետ: Այն թեկնածուն, որ չի կամենում տվյալ ընտրական հարցի վերաբերյալ ծրագրում ելույթ ունենալ, պետք է հրաժարման տեղեկանք ստորագրի: Սա լրագրողին պաշտպանում է հետագայում կողմնակալության մեջ մեղադրվելուց: Նախկին վարչապետ Ջոն Մեյջորի ընտրարշավի ժամանակ Հանթինգթոնյան ընտրատարածքից մի լրագրող տեսակետ արտահայտեց, թե դա, թերեւս, ժամանակ է պահանջում, սակայն պաշտպանության օգտակար միջոց է: Վարչապետի ընտրատարածքը բազմաթիվ այլ թեկնածուներ ուներ, ինչպես օրինակ՝ հանրահայտ ճչան լորդ Սաթչը, եւ լրագրողներից պահանջվում էր յուրաքանչյուր ընտրական ծրագրից առաջ յուրաքանչյուր թեկնածուից առանձին առանձին հրաժարման տեղեկանք ձեռք բերել:

Խմբագրության աշխատանքը միշտ էլ լարված է ընտրությունների շրջանում եւ ճիշտ պլանավորում է անհրաժեշտ որպեսզի լրագրողները պատաստ լինեն լուսաբանելու բոլոր հանրահավաքները, մամուլի ասուլիսներն ու այլ իրադարձություններ, որ ընտրարշավի թեժամալու հետ ավելի հաճախակի են տեղի ունենում: Եթե աշխատակազմը չի բավականացնում բոլոր իրադարձությունները լուսաբանելու, ապա տարբեր կուսակցությունների ու թեկնածուների մասին հավասարակշիռ լրատվություն ապահովելու համար հերթափոխի համակարգ պետք է սահմանել: Ընտրությունների լուսաբանման այս եւ այլ խնդիրների շուրջ գործնական ցուցումները ներառյալ լրագրողների անվտանգության ու խմբագրական ազատության ապահովումը, շարադրված են Լրագրողների համաշխարհային դաշնության «Ընտրությունների լուսաբանման ուղեցույց» գրքում:

Չեզոք կամ խնդրահարույց հարցադրումներ

Հասարակության ու քաղաքական գործիչների միջև լրատվամիջոցների դերակատարությունն իբրև տեղեկատվության կապուղի, ամենեվն էլ լրագրողին չի պարտադրում չեզոք ու անդեմ դիրք գրավել. Լրագրողը պետք է հարցապնդի, պրպտի, ստիպի դիմացինին բացվել եւ թեկնածուների խոստումներն ու հավակնությունները ենթարկի քննադատական վերլուծության. Լրագրողական այս հանրահայտ սկզբունքը եւս հաստատված է Մարդու իրավունքների եվրոպական կոնվենցիայում:

Ձ Հայդերը՝ Ավստրիացի մի աջակողմյան քաղաքական գործիչ, Հանձնաժողովին բողոք էր ներկայացրել առ այն, որ Ավստրիական հետախուզախոստեսային կորպորացիան (ԱՀԿ) իր նկատմամբ անարդարացի էր վարվել, որովետե գրգռիչ հարցեր էր տվել ներգաղթի մասին իր քարտրական հայացքների վերաբերյալ: *

1995 թվականին Հանձնաժողովը մերժեց նրա դիմումը եւ որոշեց, որ քաղաքական գործչին որեւէ ձեւով հարցազրույցի ենթարկելու իրավունքը չի կարող սահմանափակվել Հողված 10-ի շրջանակներում, անգամ Հողված 14-ի հետ համատեղ քննելիս, անկողմնակալության իրավունքն է գործում: Հանձնաժողովը հիշեցրեց, որ հասարակական հիմունքներով գործող քաղաքական գործիչը անխուսափելիորեն ու գիտակցաբար իրեն ենթարկում է թե լրագրողների, եւ թե ընդհանրապես լայն հասարակության կողմից մանրակրկիտ քննության, եւ պետք է ավելի մեծ հանդուրժողականություն ցուցաբերի:

Դեռ ավելին՝ Հանձնաժողովը որոշեց, որ քաղաքական բանավեճի տեսակետից շահեկան է, որպեսզի հարցազրույցը վարող լրագրողը նաեւ քննադատական ու գրգռիչ տեսակետներ արտահայտի, ոչ թե պարզապես անդեմ բացատրություններ տա արված հայտարարություններին, քանի որ քաղաքական գործիչը գրգռիչ հարցերին կարող է անմիջապես պատասխանել:

Էադես բացասական ակնարկներ

Ամեն «բացասական» լրատվություն չէ, որ անպայմանորեն լրատվամիջոցների խտրական վերաբերմունքի նշան է: Որոշ ակնարկներ թեւ կարող են անաչառ փաստեր պարունակել, սակայն անգամ հավասարակշիռ լրատվության դեպքում մեկ կուսակցությանը դրանց հասց-

* No 25060/94, «Ձ Հայդերն ընդդեմ Ավստրիայի», 1995 թվականի հոկտեմբերի 18, D R 83-A, էջ 66

րած վնասը ավելի մեծ կլինի, քան մյուսին Օրինակ եթե խոշոր կաշառակերության դեպք է բացահայտվում, ապա դրան խառնված քաղաքական գործիչներին դա անպայմանորեն վնասելու է Նույն կերպ էլ իրապես անկախ մասնագետի կարծիքը կուսակցությունների տնտեսական քաղաքականության մասին կարող է մեկ կուսակցության համար ավելի շահեկան լինել, քան մյուսի

Նույն կերպ էլ այն հարցումները, որոնց արդյունքը ցույց է տալիս, որ որեւէ կուսակցություն առանձնապես աջակցություն չի վայելում, կարող են վնաս հասցնել այդ կուսակցությանը: Սակայն եթե լրատվամիջոցներն այդ տվյալները պրոֆեսիոնալ կերպով ճիշտ լուսաբանեն (ասենք՝ հարցման սխալի սահմանի հնարավորության տեղեկատվությամբ, այն մասին, թե ով է նախաձեռնել հարցումը, եւ հիշեցմամբ, որ դա պահի պատկերն է եւ ընտրարշավի ընթացքում իրադրությունը կարող է փոխվել), ապա դա չի կարող որպես կողմնապահություն կամ անարդար լուսաբանում ընկալվել: Լրատվամիջոցների վրա կարելու պարտականություն է դրված կուսակցությունների իրական բնույթի ու նրանց ընտրարշավի մասին ճշգրիտ տեղեկություններ հաղորդելու հանրությանը:

ՆՈՐՈՒՅՈՒՆՆԵ՞Ր, ՔԵ՞Ն ԱՄԽՆՆՏՐԱԿԱՆ ԲԱՐՈՂՅՈՒՅՈՒՆ

Ընտրարշավի ժամանակ լրագրողները պետք է միշտ զգոն լինեն տարբերելու՝ իրապես նորության արժեք ներկայացնող դեպքերն ու հատուկ ընտրարշավի համար սարքած իրադարձությունները: Օրինակ, եթե մեծ երկրաշարժ է տեղի ունեցել, եւ նախագահը պատրաստվում է քննել աղետի հասցրած վնասը, ապա դա իսկական նորություն է: Սակայն եթե նախագահը դպրոցի բակում ծառ է տնկում, ապա դա, հավանաբար, նախընտրական քարոզչություն է:

Երբեմն տարբերությունն այնքան էլ հեշտ չէ գանազանել: Պաղեստինյան ընտրությունների ժամանակ նախագահության թեկնածու Յասեր Արաֆաթը պատահաբար Փարիզում էր գտնվում, երբ նախկին նախագահ Ֆրանսուա Միտերանը մահացավ: Արաֆաթը առաջին պաշտոնական անձն էր, որ իր ցավակցությունը հայտնելու համար այցելեց Միտերանի ընտանիքին, մի իրադարձություն, որի մասին գրեցին ամբողջ աշխարհի լրատվամիջոցները եւ Պաղեստինում էլ այն լայնորեն լուսաբանվեց Սա, անկասկած նորություն էր Միեւնույն ժամանակ նաեւ հիանալի նախընտրական գովազդ էր:

Լրագրողները պետք է գիտակցեն, որ իշխող քաղաքական կուսակցությունը լրատվության, այն էլ դրական լրատվության արժանանալու լրատուով միշտ էլ մյուսների նկատմամբ առավելություն ունի Օրինակ Երևանի քաղաքում կարող է ընտրարշավի ժամանակ միջազգային առևտրի հաստատայնագիր ստորագրել, իսկ ընդդիմությունը չի կարող: Դեռ ավելի է կարևոր ընդդիմությունը քննադատի այդ համաձայնագիրը, դա կարող է ընկալվել որպես նախանձոտ բամբասանք (մանավանդ, եթե այդ համաձայնագիրն ընդհանրապես դրական տեղաշարժ է համարվում), սակայն երբ ընդդիմությունը կառավարությանը գովի նույն այդ համաձայնագրի համար, դա միայն կնպաստի իշխող կուսակցություն հաջողությանը:

Այդ իսկ պատճառով էլ ընտրարշավի ժամանակ լրատվամիջոցների պարզ ոչ միայն տվյալ նյութի մեջ հավասարակշռություն ապահովելն է՝ երկու կողմերի շուրջ արտահայտման հավասար հնարավորություն լիճակով ընդդիմադիր կուսակցություններին, այլ իշխող կուսակցության բնական առավելությունը եւս հավասարակշռելը, թերեւս ընդդիմության կազմակերպած միջոցառումներին ավելի մեծ ուշադրություն հատկացնելով: Սակայն այստեղ հարկ է վերապահում անել լրատվամիջոցների դերը ոչ թե նորություններ ստեղծելն է, այլ դրանք հաղորդելը: Նախընտրական ծրագիր մշակելը քաղաքական կուսակցությունների գործն է, եւ եթե մեկ կուսակցությունն ավելի լավ է աշխատում այդ ուղղությամբ, քան մյուսը, ապա մեղքը լրատվամիջոցների վրա չպետք է բարդել:

Նմանապես՝ որոշ թեկնածուներ աշխույժ են, համակրելի, եւ հաճելի է լրատվամիջոցներով նրանց լսելը: Այնինչ՝ ուրիշները գուրկ են հնայրիվ, խցիկի առջեւ շփոթվում են ու երկարաշունչ եւ միապաղաղ են խոսում: Լրատվամիջոցները կարող են արդար լինելու համար ջանալ չենքուրկվել մեկ թեկնածուի հմայքին՝ ի վնաս մյուսի, սակայն այստեղ եւս լրատվամիջոցների նպատակն այն չէ, որպեսզի հարթեն թեկնածուների սուսրբերությունները, այլ հասարակությանը ներկայացնեն իրենց առաջադրված առաջնորդի առավել ճշմարտացի կերպարը:

Սարժուկի նորություններ

Կառավարությունը հզոր միջոցներ ունի առթելու այնպիսի իրադարձություններ, որոնք իրական նորության արժեք ունեն, սակայն միաժամանակ սարքված են ընդդիմադիր կուսակցությանը վնասելու նպատակով: Օրինակ՝ եթե ընդդիմադիր թեկնածուի կաշառակերության կամ օտար պետության համար լրտեսություն կատարելու վերաբերյալ հետազոտություն է անցկացվում կամ եթե կառավարության պաշտոնյային անվանարկելու մեղադրանքով ընդդիմադիր կուսակցության թերթի

լրագրողի դեմ դատ են բացում, բոլոր այդ նորություններն, անշուշտ, արժանի են լրատվության. Մակայն հնարավոր է, որ այս մեղադրանքները հատուկ ընդդմության վարկը գցելու դիտավորությամբ են առաջ քաշվել հենց ընտրությունների ժամանակ

Հետազոտական լրատվությունն, անշուշտ, պետք է քննի նման դեպքերը, սակայն երբ ընտրության վայրկենաչափը խփում է, դրա համար ժամանակը չի բավականացնում. Անմիջապես Ալբանիայի 1996 թվականի տեղական ընտրություններից առաջ այսպես կոչված ահաբեկիչների մի խումբ ձերբակալվեց ավելի վաղ մի դատավորի տանը տեղի ունեցած պայթյունի կապակցությամբ, եւ կառավարամետ լրատվամիջոցների հավաստմամբ, սրանք իբր ընդդիմադիր Սոցիալիստական կուսակցության հետ էին կապված. Դժվար էր ընտրություններից մի քանի օր առաջ որոշել այդ հայտարարությունների իսկությունը:

Քաղաքական կուսակցություններն այժմ հասարակական հարաբերությունների հատուկ մասնագետներ են նշանակում իրենց քաղաքական ծրագիրը լրատվամիջոցներին ու հասարակությանը ներկայացնելու համար: Այդ մարդկանց երբեմն «սանիտարներ» են ասում: Անվանման պատճառն այն է, որ սրանք ցանկացած պատմություն կամ իրադարձություն այնպես են մաքրում կամ ներկայացնում, որ անպայման իրենց ներկայացրած կուսակցության օգտին հնչի:

Հասարակական հարաբերությունների մասնագետների վրա պարտականություն է դրված նաեւ ուռճացնել այն նորությունները, որ շահեկան են իրենց կուսակցությանը, եւ անգոսնել այն նորությունները, որ կարող են գցել կուսակցության վարկը: Լրատվամիջոցները պետք է մշտապես զգոն լինեն նորությունների օրակարգը շահարկելու նման փորձերի նկատմամբ: Այն լրագրողները, ովքեր աշխատում են լուսաբանել իրենց լսարանին մտահոգող հարցերը, սովորաբար օգտագործում են տեղեկատվության բազում այլ աղբյուրներ, ինչպես՝ հարցումների ու ժողովրդական կազմակերպությունների տվյալները:

Ճիշտ ծրագրված հարցումները կարող են բավական պարզ պատկերացում տալ ընտրողներին հետաքրքրող հիմնախնդիրների մասին: Քաղաքական գործիչները կարող են միաբերան ներբողել ձեռներեցության զարգացման իրենց ծրագրերն, այն դեպքում, երբ մարդկանց հուզող հիմնական հարցերը կրթությունն ու առողջապահությունն են: Լրագրողները հարցումներից ու հասարակ մարդկանց հետ խոսելով կարող են ձեւակերպել քաղաքական գործիչներին տրվելիք հարցերն ու նրանց ստիպեն իրենց ընտրողներին դիմելիս պարզաբանել այդ էական խնդիրները

Լրագրողներն իբրեւ ֆաղափական թեկնածուներ ու խորհրդականներ

Երբեք հաստատված ժողովրդավարական հասարակարգերում ավելի հազվադեպ, իսկ անցումնային ժողովրդավարություններում հատուկ լրագրողներն իրենց ներկայացնում են իբրեւ քաղաքական պաշտոնի հավակնորդներ: Նմանապես նաեւ լրագրողները երբեմն կուսակցությունների ու թեկնածուների խորհրդականի պաշտոն են ստանձնում լիտորությունների ժամանակ կամ ավելի հաճախ քաղաքականապես սովելի ակտիվ են այս կամ այն կուսակցության առնչությամբ:

Լրագրողներն էլ բոլոր մյուս քաղաքացիների նման իրավունք ունեն ուշխատանքից դուրս սեփական քաղաքական տեսակետն ու անձնակրան կյանքն ունենալ, որ ներառում է նաեւ որեւէ քաղաքական կուսակցության անդամակցությունը: Եթե որեւէ լրատվամիջոցի կողմից նման գործունեությունն արգելված լիներ, ապա դա լրագրողի անձնական իրավունքների ոտնահարում կհամարվեր: Իսկական մասնագետ լրագրողը, գիտակցելով իր նախասիրությունները չսլետք է թույլ տա, որսլեսովի այդ խանգարի աշխատանքի ընթացքում անաչառ լինել:

Մյուս կողմից, երբ լրագրողը կանգնում է այս կամ այն կուսակցության թիկունքին, այլեւս պարզ է, որ նրա իբրեւ լրագրողի անաչառությունը եւ անկախությունը հարցականի տակ են. Եվ նույնիսկ այն դեպքում, եթե լրագրողին իրոք հաջողվեր անաչառ աշխատել, միեւնույն է խմբագրությունը կարող է հավատ չընծայել, որ ընթերցողը կամ լսարար նրան հենց այդպես էլ կընկալի: Դեռ ավելին՝ եթե լրագրողը շարունակում է հողվածներ գրել կամ հաղորդաշար ներկայացնել ու ամեն երեկո հեռուստատեսությամբ ներկայանալ հեռուստադիտողի աչքին, նա անմիջապես հասարակական հարաբերությունների առավելություն է ստանում, եւ խմբագրությանը կարող են մեղադրել առնվազն այն բանում, որ նրան այդ հնարավորությունն ընձեռելով, փաստորեն, կանխակալ վերաբերմունք է ցուցաբերել մյուսների նկատմամբ: Այս պատճառով էլ լրագրողն ու գործատուն պետք է համաձայնության գան այն բանի շուրջ, թե ընտրությունների ընթացքում լրագրողի աշխատանքային կարգավիճակն ինչպիսին է լինելու: Օրինակ, ասենք՝ նա կարող է վճարովի կամ անվճար արձակուրդ վերցնել: Մուղ միջոցներ ունեցող լրատվամիջոցների համար, սա իհարկե, լրացուցիչ դժվարություններ է ստեղծում, առանձնապես՝ լարված աշխատանքային շրջանում, եւ հաճախ է պատահում, երբ լրագրողը, թեւ կուսակցության թեկնածու չէ, սակայն քաղաքականապես ակտիվ լինելով հանդերձ ընտրությունների շրջանում շարունակում է աշխատել Սակայն այս դեպքում նա աշխատում է ետին պլանում հետազոտությունների կամ գոնե ոչ-քաղաքական նյութերի վրա

ԵՒՔԻ ԱՐՂՅՈՒՆՖՆԵՐԻ ԿԱՄ ԲՎԵԱՐԿՈՒՅՅԱՆ ԱՐՂՅՈՒՆՖՆԵՐԻ ԼՈՒՍԱՔԱՆՈՒՄ

Եթե ազգային օրենսդրությամբ սահմանված է, որ քվեարկությունից առաջ մեկ կամ մի քանի օրով ընտրարշավը պետք է դադարեցվի, ապա սա լրատվամիջոցների առջև սահմանփակումներ է դնում եւ այնպիսի խնդիրներ հարուցում, թե լրագրողներն ինչպես պետք է լուսաբանեն վերջին իրադարձությունները, եթե դրանք, բնականաբար, ներառում են նաեւ ընտրությունները: Ընտրության նախօրեին կուսակցական ծրագրերի ամփոփումը ընտրարշավի շարունակությունն է, թե՞ ընդունելի լրատվություն:

Շատ լրագրողների կարծիքով քվեարկությունից անմիջապես առաջ դրված սահմանփակումները (ինչպես հարցումների արդյունքը հրատարակելը) իրենց՝ տեղեկություններ հաղորդելու եւ հասարկության՝ տեղեկություններ ստանալու իրավունքի ոտնահարում են: Ֆրանսիայում 1997 թվականի խորհրդարանական ընտրություններին թերթերից ոմանք խախտեցին այս նախապայմանը: Դրանց թվում էին «Le Parisien»-ը եւ «La Republique des Pyrenees»-ը, որոնց մասին մամուլի լրաքաղով հայտարարեց ֆրանսիական «Մշակույթ» ռադիոկայանը: «Liberstion» օրաթերթը օրենքը շրջանցեց հարցախուզը դնելով իր Ինտերնետային էջում, որ կապի մեջ է Շվեյցարական «Tribune de Geneve»-ի հետ: «Framce Soir»-ը եւս քվեարկության երկրորդ փուլից առաջ հարցում հրատարակեց: Այդ պատճառով էլ այժմ կարծես այդ սահմանփակումն այլեւս գործնականում չի գործում: Այլ երկրներում (օրինակ՝ Բրիտանիայում BBC-ն) նախընտրեց ընտրությունների օրը կամավոր կերպով հրաժարվել հարցումների արդյունքները հայտարարելուց:

Պետք է գիտակցել, որ ընտրության օրը մամուլի հաղորդագրությունները կարող են վերջին պահին ազդել քվեարկության ընթացքի վրա: Օրինակ՝ քվեարկողների աշխույժ 'յււմ սակավաթիվ մանակցության մասին հայտարարությունները կարող են ոգեշնչել ընտրողներին գնալ կամ չգնալ քվեարկության Պրոֆեսիոնալ լրատվամիջոցները սովորաբար քվեարկության օրն աշխատում են անաչառությամբ լուսաբանել դեպքերը՝ թույլ չտալով որպեսզի լրատվության հնարավոր ազդեցության մտահոգությունը խանգարի իրենց հիմնական առաքելությանը՝ դեպքերը հաղորդելու այնպես, ինչպես տեղի են ունենում:

Մեկ այլ խնդիր էլ նախքան քվեարկության ավարտը ելքի արդյունքները հայտարարելն է: Ելքի արդյունքները որոշվում են ընտրական տեղամասից դուրս եկողներին հարցնելով, թե ինչպես են քվեարկել Ելքի արդյունքները խիստ անվստահելի են, որովհետեւ ընտրողները հաճախ խուսափում են ասել, թե ինչպես են քվեարկել, եւ անգամ խաբում են, եւ

կուսակցության կողմնակիցները բացառապես, թե ում են ընտրել, իսկ մեկ այլ կուսակցության կողմնակիցները ոչ՝ Եվ չնայած դրան ելքի արդյունքները կարող են օրվա ընթացքում քվեարկության միտումների մասին պատկերացում տալ Բնակչության ավարտից առաջ ելքի արդյունքները հաղորդելը կարող է ազդել հաջորդ քվեարկողների ընտրության վրա, այնպես որ դա լրագրողական արատավոր պրակտիկա է դրսևում:

Միացյալ Նահանգների եւ Ռուսաստանի պես մեծ երկրներում, որոնք մի քանի ժամանակային գոտի են ընդգրկում, քվեարկությունն ու հաշվարկը երկրի մի շրջանում կարող է ավարտվել ավելի վաղ, քան երկրի մյուս ծայրին: Միացյալ Նահանգներում լրատվամիջոցների մեծամասնությունը կամավոր կերպով հրաժարվում է արեւելյան ափի ելքի ու նախնական արդյունքները հայտարարել, միչեւ քվեարկությունը չավարտվի նաեւ արեւմտյան ափին:

Համանման խնդիրներ կարող են ծագել նաեւ այն երկրներում, որ բնորոշների մի մասը վաղ է քվեարկում, ինչպես անդրօվկիանյան բնակիչները, զինվորականները կամ նրանք ովքեր փոստով բնորոշության հատուկ իրավասություն ունեն: Որոշ երկրներում սրանց բնորոշության արդյունքները մինչեւ քվեարկության վերջը չեն հրապարակվում, այլ երկրներում դրանց թիվն էական չէ՝ ընդհանուր արդյունքների վրա ազդելու տեսակետից. Սակայն դա ոչ թե լրատվամիջոցների, այլ առավելապես ընտրական հանձնաժողովի խնդիրն է.

7. Լրատվամիջոցների վերահսկողությունն ընտրաբարձր ժամանակ

Ներկայումս, մանավանդ անցումային երկրներում, անկախ դիտորդական խմբերը երբեմն վերահսկում են ընտրությանների ընթացքը Այդ խմբերի առաքելությունն է՝ քննել լրատվամիջոցների, եւ հատկապես պետական լրատվամիջոցների կողմից ընտրությունների լուսաբանումը: Լրատվամիջոցների դիտորդական ծրագրերը կարող են իրականացվել միջազգային կամ տեղական կազմակերպությունների կողմից, այնպիսի մարմինների, որոնք ընդհանրապես զբաղվում են ընտրության բնութամբ կամ այնպիսի խմբերի, որոնք միայն լրատվամիջոցների վրա են կենտրոնանում:

Լրատվամիջոցների ազատության որոշ կողմնակիցներ մերժում են լրատվամիջոցների նման վերահսկողության գաղափարը՝ որպես լրատվամիջոցները վերահսկելու չարաքաստիկ ու զարտուղի ճանապարհ կամ առնվազն լրագրողների մասնագիտական մոտեցումների նկատ-

ուսմբ ուսնձգութիւն Այնուամենայնիվ, նպատակը հիմնականում այն է, որպէսզի կատարական ու պետական միջոցներով հովանավորվող յրատվամիջոցները կատարեն արդար ու հավասարակշիռ լրատվութեան իրենց պարտավորութիւններն ու ընտրարշավի ժամանակ ներկայացնեն լրատվական ողջ միջավայրի պատկերը:

Նման տեղեկատվութիւնը հենց իրենց լրագրողների համար էլ կարող է շատ արժեքավոր լինել, որովհետեւ նրանք էլ են շահագրգռված, որպէսզի իրենց լրատվութիւնը ընդհանուր առմամբ արդար ու հավասարակշիռ լինի: Իրոք, որոշ լրատվամիջոցներ, ինչպէս BBC-ն, իրենք են դիտարկումներ անցկացնում, իսկ LՄՖ-ը առաջարկում է ինքնադիտարկումներ անցկացնել: Այս դիտարկումները ոչ միայն օգնում են պլանավորել ու կարգավորել լուսաբանումը, այլեւ դրանով ՉԼՄ-ները փաստեր են կուտակում, որոնցով կարող են դիմադարձել կողմնապահութեան մեղադրանքները, որ ընտրարշավի ժամանակ անխուսափելիորեն հետեւում մեկ կամ մյուս խմբավորումներից:

Դիտորդները պետք է հաշվի առնեն ընտրութիւնների ժամանակ պետական ու մասնավոր լրատվամիջոցների դերի եւ պարտականութիւնների տարբերութիւնները: Այդուհանդերձ՝ մասնավոր ՉԼՄ-ներում ակնհայտ կողմնակալութիւն փաստերը հրապարակելով, դիտորդները լսարանին ու ընթերցողին կարող են նախազգուշացնել այդ մասին, ինչը հնարավորութիւն կտա ավելի քննադատական մտտեցում ունենալ այս ՉԼՄ-ների, որն իր հերթին՝ կարող է խթան հանդիսանալ դրանց կողմից ավելի անաչառ ու հավասարակշիռ լուսաբանման:

Միաժամանակ՝ դիտորդները պետք է զգուշանան այնպիսի հապճեպ եզրահանգումներից, ըստ որոնց լրատվամիջոցներն ուղղակիորեն ազդում են ընտրութեան արդյունքների վրա: Առանձնապէս՝ առավել զարգացած ժողովրդավարական երկրներում ՉԼՄ-ների եւ ընթերցող-դիտող-լսողի միջեւ բարդ ու ներդաշնակ փախազդեցութիւն գոյութիւն ունի, որն էլ ապահովում է այս կամ այն քաղաքական կուսակցութեանն օժանդակութիւնը:

Օրինակ վերցնենք որեւէ լրագիր: Խմբագիրները կարող են որոշակի քաղաքական դիրքորոշում ընտրել ամենաբազմազան նկատառումներով, որոնցից մեկն էլ թերթի վաճառքն է: Այս դեպքում՝ որեւէ կուսակցութեանը պաշտպանելու որոշումը կարող է կախված լինել ընտրութիւններում իրենց ընթերցողի հավանական վարքի (ելնելով՝ հարցումների արդյունքից) մասին ենթադրութիւններից, մինչեւ այլ հանգամանքներ, ինչպէս, ասենք, թերթի սեփականատիրոջ քաղաքական հայացքները: Իհարկե, հնարավոր է, որ ընթերցողների տրամադրութեանը հետեւելու թերթի որոշումը արատավոր շղթա դառնա այն իմաստով, որ հաղթանակի հավանականութիւնն ունեցող կուսակցութեանը լրատվա-

փառացների աջակցության շնորհիվ այդ կուսակցությունն, իրոք հաղթանակի՞ր՝ Սակայն չպետք է հապճեպ ենթադրություններ անել, թե ընտրությունն էլքն անմիջականորեն թերթի գործելակերպի հետ էր կապված։

Ընտրություններում լրատվամիջոցների դիտորդները պետք է աշխատեն պատասխանել այնպիսի հարցերի, ինչպես՝

Լրատվական միջավայրն արդյոք անկանխակա՞լ էր նախքան լուտրարշավի սկսվելը,

լրատվամիջոցների կողմից ընտրողների ուսուցման ու տեղեկատվության բավարար աշխատանք տարվե՞լ է, թե՞ ոչ,

ընտրարշավի անաչառ լուսաբանում եղե՞լ է, թե՞ ոչ,

կուսակցությունների ու թեկնածուների համար լրատվամիջոցները հավասարապես մատչելի՞ էին, թե՞ ոչ,

քվեարկության օրվա, ընտրության արդյունքների ու իշխանության փոխանցման մասին արդար լրատվություն եղե՞լ է, թե՞ ոչ։

Ընտրության շրջանում ՁԼՄ դիտորդները հաճախ ուշադրությունը կենտրոնացնում են բացառապես էլեկտրոնային լրատվամիջոցների վրա, մանավանդ՝ երբ դիտարկման ռեսուրսները սահմանափակ են։ Պատճառն այն է, որ հեռարձակող լրատվամիջոցներն առանձնապես ազդեցիկ են (նախ՝ որովհետեւ հասնում են շատ ավելի մեծ լսարանի), հաճախ դրանք պետական օժանդակություն ստացող միջոցներ են, եւ այդ պատճառով էլ անաչառ ու հավասարակշիռ լրատվության հստակ պարտավորություն են կրում։

Դիտորդները գնահատում են ընտրության լուսաբանման տարբեր ձեւերը, ինչպես որ մանրամասն շարադրված է երրորդ բաժնում։ Նրանք նշում են լուրերի թողարկման մեջ տեղ գտած աղաղակող կողմնապահությունը, մանավանդ՝ երբ ընտրարշավի ընթացքում օրեր ու շաբաթներ շարունակ այդ կողմակալությունը կրկնվում է։ Դիտորդները սովորաբար անցկացնում են լրատվամիջոցների քանակական ու որակական վերլուծություն։

Նրանք քննում են նաեւ ընտրական հատուկ թողարկումներում տեղ գտած կողմնապահության երեւոյթները։ Գնահատվում է ոչ միայն այն, թե որ թեկնածուներն են հրավիրվել եւ յուրաքանչյուրին որքան ժամանակ է հատկացվել ներկայացնելու իր հայացքները, այլեւ այն, թե ինչպես է կառուցված ու նկարահանված ծրագիրը, եւ արդյոք կողմնապահություն նկատվու՞մ է հեռուստավարի հարցերում կամ ծրագրի կառուցվածքի ու հեռարձակման այլ պարագաներում։

Դիտորդները նշում են, թե արդյո՞ք ուղղակի եթերաժամը թեկնածուներին տրամադրվել է արդար ու հավասար պայմաններով, նկատի առնելով, թե տրամադրվող եթերաժամը համապատասխանո՞ւմ է արդյոք ընտրական օրենքին, եւ քաղաքական կուսակցություններն ու թեկնածուներն արդյոք համաձայն են այն ձեւին, որով եթերաժամը տրամադրվում է Բացի այդ նրանք վերահսկում են, թե կուսակցական ընտրական ծրագրերի համար պետական օժանդակության հեռուստատեսությամբ ու ռադիոյով տրամադրված միջոցները հավասար հիմունքներով են տրամադրվել, թե՞ ոչ: Այն դեպքում, երբ վճարովի քաղաքական գովազդը թույլատրելի է, նրանք տարբեր քաղաքական կուսակցություններից պարզում են, արդյոք գովազդը բոլորին նույն արժեքով է տրամադրվել, թե՞ ոչ:

Լրատվամիջոցների դիտորդները կարող են գնահատել նաեւ ՉԼՄ-ներով ընտրողների ուսուցումը պարզելու, թե ընտրության գործընթացի ու ընտրողներին իրենց իրավունքների մասին տեղեկացնելու այլ ձեւերի հետ համատեղ բավականաչափ լուսաբանում անցկացվե՞լ է, թե՞ ոչ: Դիտորդները վերահսկում են, որ ընտրողների լուսաբանման ծրագրերը որեւէ մեկ կուսակցությանն առաջ քաշելու նպատակով չկիրառվեն. եղել են դեպքեր, երբ ուսուցման ժամանակ հստակ ցույց է տրվել ինչպես ընտրել՝ նշան անելով հատկապես իշխող կուսակցության թեկնածուի անվան դիմաց:

Քանակական վերլուծությունը ամենահստակ մեխանիզմն է հաստատելու, թե ընտրարշավի ժամանակ պետական լրատվամիջոցների տեղեկատվությունը հիմնականում արդարացի՞ է եղել, թե՞ նկատելի խտրականություն է դրսևորվել: Նվազագույնը դիտորդները կարող են արձանագրել հաղորդումների տեսողությունը, յուրաքանչյուր կուսակցությանը կամ թեկնածուին տրամադրված եթերաժամը: Նրանք կարող են արձանագրել նաեւ այն, թե լայն իմաստով լրատվությունը դրական է եղել, բացասական, թե՞ չեզոք՝ ամեն անդրադարձ չէ, որ անպայմանորեն դրական է:

Որակական վերլուծությունը կարող է ընդգրկել տարբեր ՉԼՄ-ների դիրքորոշումը լրատվության հիմնախնդիրների նկատմամբ՝ այն համեմատելով սկզբնաղբյուրից ստացված նյութի, օրինակ կուսակցության տեղեկագրերի կամ հանրահավաքներին արված ճառերից կատարված մեջբերումների հետ.

Որեւէ իրադարձություն լրատվության հետ համեմատելիս դիտորդները խեղաթյուրումներ, չափազանցություններ կամ թերասացություններ են փնտրում հօգուտ մեկ կամ մյուս կուսակցության: Օրինակ ընտրական հանրահավաքը նկարագրելիս ՉԼՄ-ն կարող է ասել, որ դրան տասնյակ հազարավոր մարդիկ էին մասնակցում, այն դեպքում, երբ

ստուկիցների թիվը ընդամենը մի քանի տասնյակ կամ հարյուր մարդ էր եւ ընդհակառակը Կամ արդյոք նախագահական շարասյան ճանաչողներին խսկապէ՞ս նրան ողջունող խումներան ամբոխ էր հավաքվել, ինչպէս սարգապետ մի քանի անտարբեր գյուղացիներ գործից գլուխը կտրելով նայեցին անցնող շարասյանը:

Ընտելանորեն արդյունավետ դիտորդական միջոց է որեւէ կարեւոր իրադարձության լրատվության վերլուծությունը. Սա նշանակում է վերջնական մեկ առանձին նորություն, սովորաբար որեւէ նշանակալի պատճառով, եւ հետեւել դրա լուսաբանմանը տարբեր ՁԼՄ-ներով սովորաբար մի քանի օրվա ընթացքում: Գնահատելով, թե տարբեր լրատվամիջոցներն ինչպէս են լուսաբանել նույն պատմությունը, հնարավոր է կոտնոնում որոշել, թե քաղաքական նկատառումներով ո՞ր ՁԼՄ-ներն են իրենց շարադրանքում խտրական մոտեցում ցուցաբերել կամ աղճատել այն: Սովորաբար մի այնպիսի իրադարձություն է ընտրվում, որ լայն սրճագանքի է արժանանում, օրինակ կաշառակերության մասին որեւէ սխալակալային պատմություն: Նույն կերպ՝ կարելի է հետեւել նաեւ ընտրական այնպիսի կարեւոր խնդիրների լուսաբանմանը, ինչպէս հարկերն են կամ բարեփոխումները:

Ավելի բարդ կառուցվածքային վերլուծությամբ դիտարկվում է նյութերի դասավորությունը լրատվական ծրագրում կամ թերթի էջում: Այն կարող է ընդգրկել նաեւ լեզվական վերլուծությունը. Նորություններում գործածվող լեզվական երանգները կարող են ունկնդրի կամ դիտողի վրա ազդել՝ դեպքին որոշակի մեկնաբանություն տալու տեսանկյունից. Մա, անկասկած, վերլուծության ամենադժվարին ու ամենավիճահարույց տիրույթն է, որ սակայն, կարող է լրատվության անաչառության ու իրավասարակշռության մասին կարեւոր փաստեր բացահայտել:

Բազմաթիվ միջոցներ կամ կիրառվող լեզուն ծառայեցնելու նրան, որ ունկնդրին մղի որոշակի եզրահանգումների, ինչպէս որ ցույց է տրված ստորեւ.

1. Դեպքն ու՞մ տեսանկյունից է նկարագրվում: Դա կարող է լինել լրագրողի տեսակետը, քաղաքական թեկնածուի կամ հասարակության որեւէ անդամի տեսակետը: Կիրառվող լեզուն է ստեղծում աղ տեսակետը եւ կարող է դիտողի մոտ որեւէ կուսակցության հանդեպ առավել մեծ համակրանք առաջացնել.

2. Արժեքավորման լիցք ունեցող դարձվածքների ու արտահայտությունների կիրառությունը Շատ բառեր այնպիսի երանգ են պարունակում, որ փոխում է նախադասության իմաստը. Դասական օրինակն այն է, թե «պարտիզանին» «ազատամարտիկի՞» բնորոշում է տրված, թե՞ «սահաբեկչի» Մեկ այլ օրինակ կարող է ծառայել նույն իրադարձու-

թյան մասին երկու տարբեր տեսակետ օգտագործելիս կիրառվող բառանքերը «Կառավարությունը հայտարարում է. » եւ «Ընդդիմութեան կարծիքով .» պարզորոշ երեւում է, որ մեկ կուսակցութեանը մյուսի համոզեալ առավելություն է տրվում:

Դիտորդները պետք է հաշվի առնեն եզրաքանակային տարբերութունները, որոնք դրական կամ բացասական իմաստ են պարունակում տեղական խոսքում: Օրինակ՝ «առաջադիմական» ու «այլախոհ» բառերը դրակա՞ն են ընկալվում, թե՞ բացասական. Նման բառերը գուցե, ակնարկներ են պարունակում նախորդ վարչակազմի մասին, վերաբերվում ազգային էթնիկական փոքրամասնություններին կամ հարեւան երկրներին: Դիտորդները պետք է նախնական դիտարկումների հիման վրա աշխատեն կազմել այն արտահայտությունների ու բառերի ցանկը, որ պիտի քննվի մոնիտորինգի կամ նախընտրական մոնիտորինգի ժամանակ:

3. Աղոտ խոսքը կամ մանրամասների պակասը կարող է գործածվել պատասախանատվությունից խուսափելու նպատակով, օրինակ՝ «Ոստիկանութեան հետ փոխհրաձգութեան ժամանակ երեք մարդ է մահացել»: Եթե քննելու լինենք, ապա այս հաղորդագրությունն ավելի շատ հարց է պարունակում, քան պատասխան. ո՞վ է սպանել եւ ո՞վ է սպանվողը. մահացողները ոստիկաննե՞ր են եղել, թե՞ քաղաքացիներ. ո՞վ էր առաջինը կրակողը. ի՞նչն էր ընդհարման պատճառը. ե՞րբ եւ որտե՞ղ է այն տեղի ունեցել. քաղաքացիների ձեռքին ընդհանրապէս զենք եղե՞լ է. եւ այլն, եւ այլն:

Այնտեղ, ուր պետական լրատվամիջոցները կառավարամետ դիրքորոշում ունեն, ցույցերի ու գործադուլների մասին հաղորդագրություններում ավելի շուտ այդ գործողությունների կարգը խանգարելու հանգամանքն է ընդգծվում, քան դրանց բուն դրդապատճառները: Հավասարակշիռ զեկույցը պետք է այդ երկու տարրն էլ շոշափի, ավելի խոհուն լրատվությունը կվերլուծեր այդ ցույցերի դրդապատճառները, ինչ պահանջներ են առաջ քաշվում, ինչպէս են դրան արձագանքել տարբեր քաղաքական ուժերը, ինչպէս են անկախ մասնագետները գնահատում այդ հարցերը, եւ այլն.

Արդյունքներ

Ընտրական ՁԼՄ դիտորդներն իրենց դիտարկման արդյունքները ներկայացնում են շահագրգիռ լայն շրջանակներին՝ ներառյալ կառավարութեան ներկայացուցիչներին, լրատվամիջոցներին, ընտրութեան դիտորդներին, հասարակական կազմակերպություններին ու հասարակությանը

Այս արդյունքները լրատվամիջոցները կարող են կիրառել ՁԼՄ-ների ուժերի հարաբերակցությունը գնահատելու ու պետական լրատվամիջոցներին ճնշելու համար, որպեսզի ուղղեն իրավիճակը Անցումային հարավրդավարական հասարակարգերում, ուր ՁԼՄ-ները փորձում են կարվել նախկին շաբլոնից ու բարելավել իրենց լրատվության անաչատությունն ու ներդաշնակությունը, դիտարկման արդյունքները լրագրողներին ու խմբագիրների համար կարող են միջոց դառնալ կառավարության վրա ճնշում բանեցնելու, որպեսզի վերջինս այս լրատվամիջոցներին ավելի մեծ խմբագրական ազատություն շնորհի:

Դիտարկման արդյունքները կարող են կիրառվել կառավարական կամ անկախ այնպիսի մարմինների կողմից, ինչպիսիք են՝

- ընտրության անցկացման պարտականությունը կրող մարմինը սովորաբար հատուկ կազմավորված ընտրական հանձնաժողովը,

- լրատվամիջոցների հանձնաժողովը, եւ կամ կառավարությունից անկախ կամ կիսաանկախ որեւէ այլ մարմին, որ զբաղվում է արտոնագրման ու ՁԼՄ-ների հարցերով,

- քաղաքացիական կամ մարդու իրավունքների հարցերով զբաղվող օմբուդսմենը,

- լրատվամիջոցների օմբուդսմենը:

- ունկնդիրները, հեռուստադիտողները, ընթերցողները, որեւէ լրատվամիջոցի ներկայացուցիչները. որոշ դեպքերում դրանք տվյալ լրատվամիջոցում կամավոր ուղղումներ անցկացնելու լիազորություններ ունեն:

Հնարավոր է, որ այս մարմիններից ոմանք իրավասություն ունենան ըննելու լրատվամիջոցների վերաբերյալ քաղաքացիների բողոքները Եվ անշուշտ, ընտրական հանձնաժողովը պետք է իրավասություն ունենա քննելու ընտրական գործընթացի արդար ընթացքը եւ ընտրական օրենքի խախտման մեղադրանքները:

Կառավարության կողմից ստեղծված բոլոր այս մարմինների որոշումները ենթակա են դատական վերանայման, եւ այդ միջոցը հետապնդելու համար դիտորդները կարող են համագործակցել այլ հասարակական կազմակերպությունների ու քաղաքացիական խմբերի հետ, եթե համապատասխան մարմինը բողոքներին ըստ հարկի չի արձագանքում

Լրատվամիջոցների մոնիտորինգի մեկ այլ շատ կարեւոր լսարան էլ՝ ընտրական մյուս դիտորդական խմբերն են, լինեն դրանք ազգային, թե միջազգային դիտորդներ Մի շարք ընտրությունների ընթացքում դիտորդները հայտարարել են, թե քվեարկությունը ազատ ու արդար է եղել, այն դեպքում, երբ լրատվամիջոցներում ակնհայտ խտրականություն ու գատողություն է նկատվել. Դիտորդական խմբերը, որ միայն ընտրությունների տեխնիկական կողմն են վերահսկում, ինչպես՝ քվեարկման գաղտնությունը, հաշվարկման ճշգրտությունը եւ այլն, պետք է ունենան լրատվամիջոցների դիտարկման արդյունքները, որպեսզի ընտրությունների արդարությունն ու ազատությունը գնահատելիս դրանք հաշվի առնեն:

Գրականություն

Guidelines for Election Broadcasting in Transitional Democracies The ARTICLE 19 Freedom of Expression Handbook

ARTICLE 19, the International Centre Against Censorship
33 Islington High Street
London N1 9LH
United Kingdom
Tel: + 44 171 278 9292
Fax: + 44 171 713 1356
e-mail: article19@gn.apc.org

Election Reporting Handbook

International Federation of Journalists
rue Royale, 266
1210 Brussels
Belgium
Tel: + 32 2 223 2265
Fax: + 32 2 219 2976
e-mail: ifj@pophost.eunet

Media and elections

The European Institute for the Media
Kaistrasse 13
40221, Dusseldorf
Germany
Tel: + 49 211 90104
Fax: + 49 211 90104 or 56
e-mail: 100443.1703@compuserve.com

Գլուխ հինգերորդ

Լրասվամիջոցների Էկոնոմիկա

Դոկտոր, դոկտոր Բարու Յակուբովիչ

Դեռ 1960 թվականին ռադիոհաղորդումների բրիտանացի պատմաբան Ազա Բրիգսը գրում էր

«Չվարձալիքների ապահովումը երբեք չի եղել ոչ տնտեսագետների, ոչ էլ տնտեսագիտության պատմաբանների հետաքրքրության առարկան, համեմայն դեպս, ոչ նրանց աշխատանքային ժամերին՝ Սակայն քասներորդ դարի պայմաններում տեղին է խոսել Չվարձալիքների բարձր կազմակերպված արդյունաբերության մասին, դրանում տարբերակել արտադրություն եւ բաշխում, ուսումնասիրել այն ուժերը, որոնք առաջ են բերում մրցակցություն, միավորում, կենտրոնացում եւ վերահսկում, ապա հարաբերակցել նման ուսումնասիրությունը ազգային եկամտի եւ արտադրանքի, գովազդի զարգացման, միջազգային տնտեսական հարաբերությունների, ոչ վերջին հերթին՝ շուկայի կենտրոնական տնտեսական կոնցեպցիայի հետ...» (մեջբերումը՝ Գարնհամ, 1990, 44)

Այսօր այն գաղափարը, թե լրատվամիջոցների գործունեության տնտեսական կողմը արժանի է լուրջ ուսումնասիրության եւ ուշադրության, եւ որ այն ազդում է լրատվամիջոցների աշխատանքի վրա, իհարկե, ընդունվում է որպես ինքնին հասկանալի Սակայն ամբողջությամբ գնահատել դրա արժատական կարեւորությունը հնարավոր է միայն, երբ դիտարկվում է, թե ինչպես են լրատվամիջոցները փորձում գործել նորմալ շուկայական պայմանները խաթարող հանգամանքներում.

«Լրատվամիջոցներ եւ ընտրություններ քաղաքական ժողովուրդատիրակայի դասեր» սեմինարի ժամանակ (Կիեւ, 1994 թ. մայիսի 10-15) Ղրիմում հրատարակվող մի թերթի լրագրող խորհուրդ հարցրեց, թե ինչպես իրենց հրատարակությունը եկամտաբեր դարձնեն, միաժամանակ բացատրելով, թե, քանի որ լրագիրն ուզում է իսկապես անկախ լինել, այն չի «վերցնում դրամ ոչ կառավարությունից, ոչ էլ որեւէ կուսակցությունից, կամ ընկերությունից, կամ էլ, անգամ, մաֆիայից» Եվ, որ «սղաճի բարձր տեմպի պատճառով բաժանորդագրություններից եկող գումարն արագ կորցնում է իր արժեքը» շատ քիչ միջոցներ թողնելով

խառանքային ծախսերի համար Հետո նա ինձ ցույց տվեց իր թեր-
խի սի օրինակ Ես նայեցի, որպեսզի տեսնեմ գինը, բայց կազմի վրա
վստյի գրված էր «Գինը պայմանագրային», որը նշանակում էր, որ
խորագիրները երբեք չէին կարող համոզված լինել, թե որքան գումար
կոտունան վաճառքից Սա տեսնելով՝ ես պատասխանեցի «Ես ձեր
կարգին ոչ մի պատասխան չունեմ»:

Այս առումով մեկ այլ օրինակ են Ուկրաինական անկախ արտադ-
րողները Այդ ժամանակ Ուկրաինական հեռուստատեսությունը, ինքն էլ
սյուսնի խիստ կարիք զգալով հանդերձ, իր ալիքներից մեկում ժամ էր
արտադրել Ուկրաինական արտադրողներին Հեռուստատեսությունը
ոչ գումար էր պահանջում այդ ծրագրերի համար, ոչ էլ վճարում էր
սյուսնից համար, այն պարզապես որոշակի ժամահատված տրամադրել
էր արտադրողներին: Կարելի է ասել, որ ինչ-որ մեկը երկու ժամ էր ստա-
ցիոնի իր սեփական արտադրանքով եթերը լցնելու համար Նրա առաջին
գործնական պատվերը (եթե դա կարելի է այդպես անվանել) այն էր, որ
այս ու այն կողմ ընկնելով վաճառք գովազդային Վանանակր, որպես-
զի բավականաչափ գումար հավաքեր, որ արտադրեր կամ գներ ծրա-
գիր երկու ժամը լցնելու համար Հեռուստատեսությունն ի վիճակի էր դա
անել, քանի որ ուկրաինական բիզնեսը չէր մտածում գովազդային ար-
շավի մասին. այն ավելի շուտ գովազդում էր այն, ինչ-որ պետք է վաճա-
ռեր այդ պահին, իսկ որոշումները գովազդի մասին ընդունվում էին
կոնկրետ դեպքի համար: Կախված այն բանից, թե ինչ էր կարողանում
արտադրողը անել այս ձեռով՝ նա փորձում էր լցնել ծրագրի երկու ժամը,
կամ, եթե դրանք չէր բավականացնում, նա «ենթագիջում էր» մի ժամը
մեկ ուրիշին, որպեսզի նա նույն ձեռով լցնի ժամանակը: Այս ձեռով հա-
վաքվում էր երկու ժամանոց ծրագիր եւ տրամադրվում էր Ուկրաինա-
կան հեռուստատեսությանը: Արտադրողը՝ ծախսած լինելով իր ամբողջ
դրամը (միգուցե մի փոքր մնացորդով), պատրաստ էր նորից սկսել այս
պրոցեսը: Ինչպես կտեսնենք հետագայում, Բելոռուսում անկախ ար-
տադրողը ոչ միայն չի ակնկալում վճար ստանալ պետական հեռարձա-
կող կազմակերպությունից, այլ պետք է ինքը վճարի այն եթերաժամի
համար, երբ ցուցադրվում է իր ծրագիրը: Այնտեղ այսպես են հասկա-
նում նորմալ հեռարձակող-արտադրող հարաբերությունները:

Նույն Կիեւի կոնֆերանսում, իմանալով, թե ինչ տարադրամային
սահմանափակումներ կարող են լինել անցումային տնտեսության մեջ,
ես հարցրեցի մի հաջողակ լրատվական գործակալության ներկայա-
ցուցչի, թե իրենք ինչպե՞ս են վճար ստանում իրենց արտասահմանյան
հաճախորդներից Նա մի պահ հապաղեց, ապա պատասխանեց «Ա-
վելի լավ է չասեմ» Ակնհայտորեն դա արվում էր կանոնների որոշ
խախտումով

Կոնֆերանսը պարզեց, որ հետեյալ տնտեսական պատճառներն են բացատրում Ուկրաինայում մասնավոր լրատվամիջոցների թերզարգացումը, որը դիտվում էր որպես այն ընդհանուր վիճակի արտացոլում, որում Ուկրաինան հայտնվել էր հետ ընկնելով շուկայական տնտեսությանն անցման ընթացքում (տես Ստեյլման, 1994).

«- հարաբերությունները լրատվամիջոցների միջև հաճախ հիմնվում են բարտերի, փոխանակման եւ այլնի վրա անհնար դարձնելով նորմալ գործունեությունը,

- կանխիկ գործարքները դժվարացվում են գոյություն ունեցող ֆինանսական եւ տարադրամային կանոնակարգերով,

- վարկ ստանալը դժվար է,

- լրատվամիջոցների շատ ձեռնարկություններ չունեն անհրաժեշտ կազմակերպչական, ղեկավար եւ ֆինանսական կառույցներ,

- բարձր սղաճը անարդյունավետ է դարձնում մամուլի բաժանորդագրության համակարգը, որը շատ լրագրեր դարձնում է ոչ կենսունակ եւ անկարող մրցակցելու քաղաքական ու տնտեսական շահերից ֆինանսավորվող լրագրերի հետ,

- չկան հեռարձակման վարկանիշներ (ռեյտինգ) եւ օբյեկտիվ տվյալներ թերթերի շրջանառության վերաբերյալ, այնպես որ անհնար է ճշգրիտ հաշվարկել գովազդի արդյունավետությունը,

- կախվածությունը հովանավորներից ստիպում է մեներգերներին եւ լրագրողներին տպել եւ տարածել քաղաքական շահեր արտահայտող նյութեր եւ ուղղակի քարոզչություն» (1994 թվականի խորհրդարանական եւ նախագահական ընտրություններն Ուկրաինայում, Եզրափակիչ զեկուցագիր, 1994. 257)

Այս բոլորը վնաս է հասցնում լրատվամիջոցների զարգացմանը: Իրավիճակը Բելոռուսում տնտեսական տեսակետից նույնն է կամ ավելի վատ է, եւ դրա հետեւանքները լրատվամիջոցների համար լավ նկարագրել են Բազիլերը եւ Պոնսարը (առանց ամսաթվի)

«Եթե պելրք է լինի որեւէ այլընտրանք պելրական կամ ամբողջությամբ լրավճարով աշխարող լրարվամիջոցներին, ուրեմն պելրք է լինելն ֆինանսավորման այլ աղբյուրներ Եթե շար երկրներում մասնավոր շուկան կարող է օժանդակել լրարվամիջոցներին գնման գների եւ գովազդի միջոցով, ապա Բելոռուսում սա հնարավոր չէ րնրեասկան վար պայմանների պարճառով Առելրայի հեռուարարեությունն ու ռադիոն պելրք է հիմնվեն բացառապես գովազդի վրա, իսկ կաբելային հեռուարարեությունը՝ բաժանորդագրության գնի վրա Բարձր սղաճի, ցածր աշխարավարձի եւ կենսապահովման աճող ծախսերի պարճառով սպառողների գնողունակությունը ցածր է Եթե լրարվորյան այն օրգանները, որոնք ֆինանսավորվում են վաճառքից, այնպիսի գներ նշանակեն, որ ապահովեն շահույթ, ապա համարյա ոչ-ոք ի վիճակի չի լինի գնել այդ արրադրանքը: Նույն պարճառով դժվար է հայրարարություն րալը, քանի որ գործարարները չեն կարծում, որ սպառողն ի վիճակի է հաղթահարել գնի մեջ մրցված դրա արծերը: Դեռ սվելին, քիչ ջեռնարկություններ ունեն այնպիսի հկամուր, որ լուրջ ներդրումներ անեն գովազդի մեջ Այդպիսով լրարվորյան շար մասնավոր օրգաններ գործում են վնասով, իսկ մյուսներն առանց զգալի շահույրի . Սղաճի անչափ բարձր րեմպերի պարճառով վարկերը րրամսդրվում են շար անբարենպաստ պայմաններով, իսկ շրջանառության մեջ գրնվող ներդրումային կապիտալը շար րոքը է Իր հերթին կապիտալ ճարելու դժվարությունը իսպ բարդացնում է անհրաժեշտ սարքավորման եւ րեխնոլոգիաների գնումը. Սա վերաբերում է հարկապես էլեկրոնային լրարվամիջոցներին, բայց անգամ լրագրերը իսղիրներ են ունենում՝ կապված, օրինակ, քղթի արծերի կամ րպագրության գնի հեւ... Լրացուցիչ բեռ է կառավարության պարրադրած կրգմակերպչական կառույցների եւ ֆինանսական գործավարության վերահսկումը: Կառավարությունը նաեւ հարկեր է գանչում, որոնք կրգնում են շահույթի մեծ մասը Արրադրողները, որոնք ցանկանում են հեռարչակման ժամանակ սրանալ պելրությանը պարկանող էլիլրոնային լրարվամիջոցներում, զգալի գումարներ են վճարում՝ միևչեւ գովազդից սրացած եկամրի 50 %, որպեսզի եթեր արչակեն իրենց ծրագրերը»

Ինչպես պարգ երեում է եւ Ուկրաինայի, եւ Բելոռուսի օրինակներից, շուկայում ֆինանսական հաջողության հասնելու լրատվամիջոցների ունակությունը վճոռոշ է նրանց անկախության համար, էլ չենք խոսում բովանդակության որակի մասին (Շրյոդեր, 1992):

Լրասվամիջոցները շուկայում. դարադոսներ եւ հակասություններ

Այս համառոտ էքսկուրսից հետո դեպի այն երկրները, որտեղ շուկայական տնտեսություն նոր է սկսում զարգանալ, եկենք նշենք, որ զարգացած երկրներում բարձր զարգացած շուկայական տնտեսություններով, լրատվամիջոցների գործունեության տնտեսական ասպեկտի կարևորությունը ընդգծվում է «մշակույթի արդյունաբերացմամբ», որը նշանակում է, ըստ իր Բրիգսի ձեակերպման, որ խոշոր շուկայական շահերը սկսել են գերիշխել մշակույթի ներառյալ լրատվամիջոցների վրա: Այս շուկայական շահերը (որոնք ներառում են թերթերը, գրահրատարակչությունը, ձայնագրող ընկերությունները, երաժշտական հրատարակչությունները, կինոստուդիաները, ռադիոն եւ հեռուստատեսությունը) հայտնի են որպես «մշակութային արդյունաբերություններ» շնորհիվ այն փաստի, որ դրանք կիրառում են արդյունաբերական կորպորացիաներին հատուկ արտադրության եւ կազմակերպման մեթոդներ, որպեսզի արտադրեն եւ տարածեն նշաններ՝ մշակութային ապրանքների եւ ծառայությունների տեսքով՝ ընդհանուր առմամբ, բայց ոչ բացառապես, շուկայում որպես ապրանք իրացնելու համար: Կարելի է տեսնել, որ բոլոր այս արդյունաբերություններում ինչ-որ առումով կիրառվում են զանգվածային արտադրությանն ու բաշխմանը բնորոշ ինտենսիվ կապիտալ ներդրումային տեխնոլոգիական միջոցներ, բարձր զարգացած աշխատանքի բաժանում եւ ղեկավարման կազմակերպման հիերարխիկ մեթոդներ (տես Գարնհամ, 1994, 154-68): Քանի որ դրանք գործում են շուկայում եւ հիմնականում ձգտում են առավելագույն շահույթի, դրանք մրցակցում են նաեւ հետեւյալի համար.

- հարկերի վճարումից հետո մնացող սպառողական եկամտի մի սահմանափակ ֆոնդ,
- գովազդից ստացվող եկամտի մի սահմանափակ ֆոնդ,
- սպառողների ժամանակի մի սահմանափակ քանակ,
- բարձր որակավորում ունեցող աշխատուժ:

Այս կապակցությամբ առաջացել է մի ամբողջ գիտություն՝ լրատվամիջոցների էկոնոմիկա (Գոմերի, 1989; Փիքարդ, Վինթեր, Մաքքոմբ, Լեյսի, 1988), որպեսզի ուսումնասիրի լրատվամիջոցները, այլ մշակութային արդյունաբերությունների հետ միասին, որպես շուկայի կանոններին ենթարկվող տնտեսական ամբողջություններ: Սա բացատրվում է նաեւ նրանով, որ լրատվամիջոցներն ավելի ու ավելի շատ են ընկալվում

որպես բուն էկոնոմիկայի մի մաս, որպես տնտեսական աճի շարժիչ ուժ՝ արհիվ հեռահաղորդակցությունների և ինֆորմատիկայի հետ միավորման գործընթացի Եվրոպական հանձնաժողովը դա շատ հստակ վստահեցրել է իր 1993 թվականի «Սպիտակ գիրք աճի, մրցակցության և աշխատատեղերի մասին» և դրան հաջորդած «Եվրոպան և հատաշխարհային տեղեկատվական հասարակությունը» զեկույցների մեջ։ Կարելի է ասել, որ լրատվամիջոցները դարձել են տնտեսության արտադրող ուժերի և տնտեսական զարգացման հիմքերի բաղկացուցիչ մասը։ Սա եւս մեկ պատճառ է, որ լրատվամիջոցները դիտարկվեն տնտեսական տեսանկյունից, և նրանց գործունեությունը ուսումնասիրվի ճիշտ այնպես, ինչպես այլ տնտեսական սուբյեկտներինը։

Միեւնույն ժամանակ, տնտեսական տեսանկյունից լրատվամիջոցներն ու լրատվական արտադրանքը ունեն շատ պարադոքսալ և հակասական հատկանիշներ։ Լրատվական արտադրանքը կարող է լինել ժառանգվոր ապրանք (որը նշանակում է, որ դրա սպառումը իջեցնում է դրա պտտենցիալ արժեքը կամ էլ անհնար է դարձնում դրա օգտագործումն այլ մարդկանց կողմից), սակայն ավելի հաճախ դա հասարակական ապրանք է, որը չի ոչնչացվում սպառման ընթացքում և կարող է ծառայել նաև ուրիշներին՝ եթե մեկը գիրք է կարդում կամ կինոնկար է դիտում, դա բնավ չի սահմանափակում դրանցից օգտվելու ուրիշների հնարավորությունները։ Սա նշանակում է, ի թիվս այլ բաների, որ դրանք արժեքավորելու և որոշակի գնով վաճառվելիք ապրանք դարձնելու համար, երբեմն պետք է արհեստականորեն սահմանափակել մուտքը դեպի այդ ապրանքը, որպեսզի ստեղծվի սակավություն և խթանվի պահանջարկը։

Լրատվամիջոցներն, ինչպես օրինակ թերթերը, անշուշտ ֆիզիկական ապրանքներ են, սակայն դրանք նաև խորհրդանշական ապրանքներ են։ Լրատվամիջոցներն, այս երկու առումներով, արտադրվում են աշխատողների տարբեր խմբերի կողմից, որոնք իրար հետ ոչ մի ընդհանուր բան չունեն և որոնք առաջնորդվում են բոլորովին տարբեր տրամաբանություններով։

Բոլոր լրատվական արտադրանքները ինչ-որ առումով նախատիպեր են։ Դրանց մեծ մասն օգտագործվում է միայն մեկ կամ սոսկ մի քանի անգամ։ Այլ մշակութային ապրանքների նման, դրանք դիմադրում են միասեռացման գործընթացին, որը տեղի է ունենում, երբ նույն արտադրանքից շատ օրինակներ են պատրաստվում որպես վաճառքի համար նախատեսված ապրանք։ Այս ձգտումը դեպի նորը նշանակում է, որ բնութագրող առումներ վերարտադրության արժեքը արտադրանքի արժեքի համեմատությամբ սահմանային է (յուրաքանչյուր ձայնապնակի

պատրաստման արժեքը ձայնագրության արժեքի համեմատությամբ չնչին է, նույնը վերաբերում է, օրինակ, կինոնկարների պատճեններին): Համապատասխանաբար, յուրաքանչյուր լրացուցիչ օրինակի վաճառքից եկող եկամուտ աճի միտում ունի, որն իր հերթին ծնում է հզոր խթան ուղղված հանդիսականի քանակի առավելագույն մեծացմանը, որպես շահույթի առավելագույն մեծացման նախընտրելի ռազմավարություն: Այսինքն բաշխումն է դառնում շահույթի աղբյուրը եւ ոչ թե արտադրությունը լրատվական արտադրանքի հիմնական նպատակը հանդիսական ստեղծելն է:

Սակայն միշտ չէ, որ հիմնական նպատակը հանդիսականի առավելագույն մեծացումն է: Ամերիկյան լրատվական հանդեսներն, օրինակ, նույնքան մտահոգված են բարձրացնելու ընթերցողի «որակը» նրա եկամուտը եւ գնողունակությունը, որքան նրա քանակը: Եվ նրանք տենդուսգին մրցակցում են ապացուցելու գովազդատուներին, որ իրենցից յուրաքանչյուրը գրավում է ավելի երիտասարդ, ավելի ունեւոր եւ ավելի կիրթ, բիզնեսի ժարգոնով՝ ավելի «բարձրակարգ» ընթերցողի: Ամեն դեպքում նրանք գերադասում են ավելի կիրթ ընթերցողի, որոնց համար ավելի հեշտ է գրելը: Մյուս կողմից, շրջանառության ավելացումն էլ ավելի է բարձրացնում բաժանորդների փոստային առաքման ծախսերը, իսկ այդ բաժանորդներից շատերը կարող են լինել պակաս ունեւորներից, որոնց չեն ուզում ոչ գովազդատուները, ոչ էլ լրագրողները: Այնպես որ, լրատվական հանդեսները պարբերաբար փորձում են հիասթափեցնել «ցածրակարգ» ընթերցողներին, օրինակ, հողվածներում բաց թողնելով այնպիսի մանրամասն բացատրություններ, որի կարիքն այս ընթերցողները պիտի որ ունենան, «եւ նրանք հույսեր են փայփայում, որ կասկածելի հողվածները եւ անդրադարձները սեքսին, երբ բացահայտ ցուցադրվում է էրոտիկան եւ քննարկվում է սեքսուալ մոտեցումների եւ վարքագծերի ազատականացումը, այնքան կզայրացնեն նրանց, որ նրանք կդադարեցնեն իրենց բաժանորդագրությունները» (Գանս, 1980, 219):

Նշվել է, որ լրատվական արտադրողները «պետք է հաշվի առնեն որոշ առեւտրային եւ հանդիսականի հետ կապված գործոններ . առեւտրային գործոնները նպատակ ունեն կրճատել լրատվական արտադրանքի արժեքը կամ էլ բարձրացնել շահույթը հանդիսականներից եւ (կամ) գովազդատուներից: Հանդիսականի գործոնը, մյուս կողմից, ներկա հանդիսականին պահպանելն է » (Գանս, 1980, 214): Սա մատնանշում է այն փաստը, որ լրատվամիջոցները գործում են այսպես կոչված «երկակի արտադրանքի շուկաներում», քանի որ, մի կողմից, լրատվամիջոցներն առաջարկում են արտադրանք (այսինքն իրենց բովանդակությունը), իսկ մյուս կողմից ծառայություն (այսինքն մուտք դեսլի իրենց հանդիսականը գովազդատուների համար)

Լրատվամիջոցների եւ լրատվական արտադրանքի այս հակասութունը կատկանիչները բացատրում են այն դժվարությունները, որոնք ապրում են դրանք տնտեսական վերլուծության ենթարկելիս:

Լրատվամիջոցների էկոնոմիկան, ընդհանուր առմամբ, տնտեսական հետազոտությունների մի ենթակառուցվածք է, որի նպատակն է վերլուծել ռեսուրսների օգտագործումը եւ արտադրանքի ու ծառայությունների բաշխումը տնտեսության մեջ: Լրատվամիջոցների շուկան* սակայն երկու բաղկացուցիչ մաս, որոնք միասին պատկերացում են տալիս, թե ինչ փոխհարաբերության մեջ են վաճառողը (լրատվամիջոցները) եւ գնորդը (նրանց հանդիսականը)՝ արտադրանքի շուկան եւ աշխարհագրական շուկան: Մովորական արտադրանքի շուկան բաղկացած է վաճառողից (լրատվամիջոցներ), որն առաջարկում է նույն արտադրանքը (լրովանդակությունը) կամ էլ դրան շատ նման փոխարինող արտադրանք, գնորդների մի ընդհանուր խմբի: Աշխարհագրական չափը կարեւոր նկատառում է, երբ արտադրանքի շուկան հիմնականում տեղային կամ տարածաշրջանային բնույթ ունի: Այս տարրերը տրված են ստորև աղյուսակ 1-ում:

Աղյուսակ 1. Լրատվամիջոցների շուկայի սահմանումը

Արտադրանքի եւ ծառայությունների շուկա	+	Աշխարհագրական շուկա	
Արտադրանք	Մուտք դեպի հանդիսականը	+	Աշխարհագրական տարածք
(Լրատվամիջոցների բովանդակությունը)	(գովազդատուի համար)		(որոշվում է ինդուստրիայի, իշխանությունների կամ հենց իր լրատվամիջոցի կողմից)

Արդյունաբերական կազմակերպության մոդելը (տես Բուստերնա, 1988) ներկայացնում է մի կառուցվածք, որը հնարավորություն է տալիս դիտարկել լրատվական ձեռնարկություններին որպես շուկայի մասնակիցների: Այս մոդելը ներկայացված է ստորև՝ աղյուսակ 2-ում:

* Լրատվամիջոցների շուկան տարբեր սահմանումներ ունի. Եթե խոսքը վերաբերում է թերթերի աշխարհագրական շուկային (տես ստորև), ապա հաճախ կիրառվում է մանրածախ առևտրի գոտի՝ եզրը նկարագրելու համար այն տարածքը, որտեղից տվյալ թերթը ստանում է իր մանրածախ առևտրի գովազդի մեծ մասը եւ որտեղ իրացվում է նրա տպաքանակի մեծ մասը. Երբեմն թերթերը կենտրոնանում են "հիմնական շուկայական տարածքի" վրա՝ ավելի ընդարձակ աշխարհագրական շուկայի շրջանակներում "Որոշված շուկայական տարածքը" նույնպես ավելի ընդարձակ աշխարհագրական շուկայի մի հատված է, որն ընտրվել է ինչ-որ լրատվամիջոցի կողմից որպես "շուկայի իր անկյուն": "Գերիշխող ազդեցության տարածքը" վերաբերում է աշխարհագրական շուկայի այն մասին, որտեղ տվյալ լրատվամիջոցը (սովորաբար ռադիո կամ հեռուստատեսային կայանը) ամենամեծ մասայականությունն է վայելում:

Աղյուսակ 2 Արդյունաբերական կազմակերպության մոդել

Շուկայի կառուցվածքը	Վաճառողների եւ գնորդների կենտրոնացում Արտադրանքի տարբերակում Մուտքի արգելքներ Արժեքի կառույցներ Ուղղահայաց ինտեգրացիա
Շուկայական վարքը	Գնային վարքագիծ Արտադրանքի ռազմավարություն Ջետազուտություն եւ նորամուծություն Գովազդ
Շուկայի աշխատանքը	Տեխնիկական եւ հատկացումային արդյունավետություն Առաջընթաց Գարծագրկության բացակայություն Արդարություն

Այս մոդելում շուկայի կառուցվածքը վերաբերում է ինչ-որ տրված շուկայի կազմակերպմանը, վաճառողների (այսինքն՝ լրատվամիջոցների) եւ գնորդների (այսինքն՝ լրատվամիջոցների սպառողի) թվին եւ հարաբերական չափին. Ապրանքի տարբերակումը կարող է արդյունք լինել լրատվամիջոցների սեփականատերերի կամ ղեկավարության վարած քաղաքականության առաջարկելու այլ լրատվամիջոցներից տարբերվող բովանդակություն (կամ էլ այլ փաթեթավորմամբ), որպեսզի նվազեցնեն մրցակցության մակարդակը նրանց միջեւ. Տվյալ շուկա մուտքի պայմանը նկարագրում է այն դյուրությունը կամ դժվարությունը, որն առկա է այն պոտենցիալ լրատվամիջոցի համար, որը ցանկանում է մուտք գործել այդ շուկան. Մուտքի բարձր արգելքները սահմանափակում են այն լրատվամիջոցների քանակը, որ կարող էին գործել տվյալ տարածքում կրճատելով սպառողին մատչելի բովանդակության ծավալը. Արժեքի կառույցները վերաբերում են ֆիքսված արտադրական ծախսերի եւ ընդհանուր արտադրական ծախսերի հարաբերությանը շուկայում. Երբ ֆիքսված ծախսերը բարձր են, ապա լրատվական բովանդակության խոշոր արտադրողները կարող են զգալի եկամուտ ունենալ մասշտաբային տնտեսումների շնորհիվ ընդլայնվելու համար զարգացնելով հատկապես ինտենսիվ կապիտալ ներդրումային լրատվամիջոցները (օրինակ՝ հեռուստատեսությունը) եւ ուղիներ փնտրելով ընդլայնելու իրենց շուկան եւ գործունեության մասշտաբները. Ուղղա-

հույաց ինտեգրացիան վերաբերում է լրատվական բովանդակության արտադրության եւ բաշխման տարբեր փուլերի ինտեգրացիային միեւնույն ընկերությունում

Շուկայական վարքը վերաբերում է այն մեթոդներին, որոնց լրատվամիջոցները դիմում են շուկայի մեծ բաժինը նվաճելու կամ պահելու նույնատակով ներառյալ գնային վարքագիծը Արտադրանքի ռազմավարությունը վերաբերում է լրատվական արտադրանքի դիզայնին եւ որակին, ինչպես նաեւ արտադրանքի բաշխման պրակտիկային: Հետազոտություններն ու նորամուծությունները ծառայում են արտադրանքի բարելավմանը կամ էլ տարբերակմանն այլ լրատվամիջոցների առաջարկած արտադրանքից: Գովազդը ծառայում է սպառողների պահպանմանն ու նրա թվաքանակի մեծացմանը:

Վերջապես, շուկայի աշխատանքն ընդգրկում է տեխնիկական արդյունավետությունը (տրված մակարդակի արտադրանքի արտադրումը արտադրական ներդրումների նվազագույն քանակով), հատկացումային արդյունավետությունը, որը վերաբերում է նրան, թե արդյոք շուկան բերում է նորմա¹, թե² գերշահույթ (գերշահույթը նշանակում է, որ պետք է լինեն ավելի շատ մրցակիցներ, որը շահույթը կնվազեցնի), առաջընթացը (ընկերությունները ժամանակի ընթացքում ավելացնում են արտադրանքն ըստ ներդրված միավորի), առկա ռեսուրսների լրիվ ապահովումն աշխատանքով եւ արդարությունը (որը նշանակում է, որ արտադրողներն իրենց ներդրած ջանքերի դիմաց չափազանց մեծ շահույթ չեն ստանում, եւ որ կա հարաբերական գնային կայունություն):

Այս ընդհանուր մոդելն օգնում է բացատրելու լրատվամիջոցների՝ որպես տնտեսական ամբողջությունների գործունեության շատ կողմեր եւ հասկանալի է դարձնում լրատվամիջոցների վարքագծի տրամաբանությունը եւ շուկայական գործընթացները տնտեսության այս հատվածում:

«Լրատվամիջոցների օժանդակության «կոնտինուումը» ցույց է տալիս, թե «կոնտինուումի» որ մասում են գտնվում կոնկրետ լրատվամիջոցները՝ կախված ֆինանսավորման ձեւից «ուղղակի օժանդակություն» (բաժանորդագրություն կամ վաճառք սպառողներին), թե³ «անուղղակի օժանդակություն» (հովանավորչություն, գովազդ):

Աղյուսակ 3 Լրատվամիջոցների օժանդակության «կոնտինուում»

100%	կինոնկարներ գրքեր	հանդեսներ թերթեր	առևտրային հեռուստա տեսություն/ռադիո	100%
Ուղղակի				Անուղղակի

Աղբյուր Չեֆֆերս, 1986.

Հանդեսներն իրենց օժանդակության կեսը ստանում են բաժանորդագրությունից եւ մանրածախ առևտրից, իսկ մյուս կեսը՝ գովազդից, մինչ թերթերն իրենց եկամտի մոտ երկու երրորդը ստանում են գովազդից: Առևտրային ռադիոն եւ հեռուստատեսությունը եկամտի մեծ մասը ստանում են հովանավորներից եւ գովազդից: Նոր տեխնոլոգիաները (օրինակ տեսաերիզային ձայնագրիչները, կաբելային վճարովի հեռուստատեսությունը՝ ամսավճարով կամ ըստ դիտման վճարով եւ այլն) փոխում են «կոնտինուումը»՝ ավելացնելով ուղղակի օժանդակության նոր ձեւեր:

Հետեւյալ աղյուսակը ցույց է տալիս 1979 թվականին Մեծ Բրիտանիայում մամուլի՝ գովազդից ստացած եկամտի հարաբերակցությունը: Վիճակը դրանից հետո կարող է փոխված լինել, սակայն տվյալները դեռևս հատկանշական են տարբեր տպագիր լրատվամիջոցների միջև տարբերությունների առումով:

Աղյուսակ 4. 1979 թվականին Մեծ Բրիտանիայի մամուլի գովազդից ստացած եկամտի հարաբերակցությունը

Ազգային օրաթերթեր	Ազգային կիրակնօրյա թերթեր	Տարածքային օրաթերթեր եւ կիրակնօրյա թերթեր	Տեղական շաբաթաթերթեր	Ընդամենը թերթեր	Առևտրային տեխնիկական եւ մասնագիտական հանդեսներ	Այլ պարբերականներ	Ընդամենը պարբերականներ
44%	44%	66%	85%	59%	64%	47%	54%

Աղբյուր՝ Քարան, 1986.

Այս թվերը ցույց են տալիս, թե որ լրատվամիջոցներն են իսկապես գործում երկակի արտադրանքի շուկայում՝ Հասարակական ծառայության լրատվամիջոցները, որոնք ֆինանսավորվում են միայն արտոնավճարներից, գործում են միայն մեկ շուկայում՝ նրանք կենտրոնա-

տուն են լրատվության բովանդակությունը հանդիսականին հասցնելու վրա՝ Նույնը կարելի է ասել գրքերի եւ կինոնկարների մասին, որոնք հատորյա ամբողջությամբ կախված են կինոդիտողներին եւ ընթերցողներին ուղղակի վաճառքից՝ Մակայն եվրոպական երկրների մեծ մասում հասարակական ծառայությունների եթեր հեռարձակումների հանդիսականը արտոնավճարները կատարելու այլընտրանք փաստորեն չուկի, որը հասարակական լրատվամիջոցներին ֆինանսավորման երաշխավորված աղբյուր է տալիս (որն ավելի հաճախ լրացվում է գովազդից ստացված եկամտով)՝ անկախ ծրագրերի բովանդակությունից եւ որակից՝ Մյուս կողմից, գիրք ընթերցողներն ու կինոդիտողները կարող են ընտրել իրենց դրամով, եթե նրանք չեն գնում գիրքը կամ կինոյի տոմսը, գրքերի կամ կինոնկարի արտադրության մեջ ներդրված գումարը եկամուտ չի բերի։ Սա այս լրատվամիջոցներին շատ ավելի կախյալ է դարձնում շուկայից։

Մյուս լրատվամիջոցները, որոնք մասնակիորեն կամ ամբողջությամբ կախված են գովազդատուներից, այլ վիճակում են՝ նրանք դիմակայում են մի շարք տարբեր, երբեմն հակասական նպատակների եւ պետք է միշտ համաձայնեցնեն բովանդակությունը հանդիսականին հասցնելու իրենց մտահոգությունը գովազդատուներին այնպիսի ծառայություն մատուցելու անհրաժեշտության հետ, որի համար նրանք կուզենան վճարել՝ այդպիսով ծածկելով որեւէ կոնկրետ թերթի կամ ռադիո կամ հեռուստատեսային կայանի ծախսերի մեծ մասը եւ ապահովելով դրա շահութաբերությունը։ Այս նպատակների բնույթից հաճախակիորեն բխող հակասությունների հարթման ձեւը եւ այն, որ լրատվամիջոցի գոյատեւումն ապահովելու համար հաճախ կարիք է լինում ստացնությունը տալ երկրորդին՝ մեծապես որոշում է իրավիճակը կոնկրետ թերթում, ռադիո կամ հեռուստատեսային կայանում։

Գովազդի եկամուտը լրատվամիջոցների համար, իհարկե, անփոխարինելի է։ Ինչպես կտեսնենք հետագայում, այն կարող է նաեւ դրական ազդեցություն ունենալ լրատվության բազմակացության որոշ ձեւերի խթանման առումով։

Լրատվամիջոցների մեծ մասն առանձնացնում է խմբագրական բաժնի բիզնես բաժնից (տես՝ Գանս, 1980), որպեսզի թույլ չտա, որ բովանդակությունը կամ ծրագրերի պատրաստումը պայմանավորվի անտրային տրամաբանությամբ։ Բրիտանական առետրային հեռուստատեսությունում պնդում են, որ իրենց ծրագրերի վերահսկիչներն ավելի են կողմնորոշված դեպի հասարակական ծառայությունները, քան BBC-ն՝ Ամերիկյան հեռուստատեսային ցանցերի եւ համազգային լրատվական հանդեսների լրագրողները նույնպես հարաբերականորեն ավատ են գովազդատուների ուղղակի ճնշումից իրենց չափերի եւ նման

բնույթի ուղղակի ճնշումից հարաբերական անձեռնմխելիության պատճառով (վիճակը կարող է տարբեր լինել տեղական լրատվամիջոցներում)։ Կարելի է, սակայն, այն չէ, թե արդյոք գովազդատուները կարող են հաջողությամբ պահանջել, որ իրենց շահերին վնասող բովանդակությունը հանվի կամ փոփոխվի, կամ էլ հանել իրենց գովազդը՝ ապագայում ավելի շահեկան համագործակցության հույսով, այլ այն է, որ ամերիկյան առևտրային հեռուստատեսությունում (ինչպես նաև շատ այլ առևտրային լրատվամիջոցներում) «այն, ինչն անմիջականորեն եւ մեծապես որոշում է բովանդակությունը ... տնտեսության անտեսանելի ձեռքն է որոշումներն ընդունում է այն, ինչ շահույթ է բերում» (Քոմսթոք, 1980, 13)։ Այս պարագայում գովազդի գործառույթը կարող է ձեռք բերել խմբագրականին հավասար կարեւորություն կամ էլ նույնիսկ գերակայել նրա նկատմամբ։

Սա կարող է արտահայտվել ամենատարբեր ձևերով։ Օրինակ՝ հաճախ դժվար է լինում համատեղել հոդվածները կամ ծրագրերը հայտարարությունների կամ գովազդների հետ։ Դրա օրինակ է ծառայում հետևյալը.

«Եթե գլխավոր [հեռուստատեսային] պրոդյուսերն ընտրում է մի ծրագիր ծիսելու եւ թոքերի քաղցկեղի կապի վերաբերյալ, ապա նա ստուգում է, արդյոք օրվա հովանավորների թվում չկա՞ որեւէ ծխախոտային ընկերություն . . [եթե կա], նա տեղյակ է պահում քիզնես բաժնին այդ մասին, որը խնդրում է հովանավորին (կամ էլ գովազդային գործակալությանը) հեղաշփել գովազդը որեւէ ուրիշ օր։ Եթե գործակալությունն այնուամենայնիվ որոշում է գովազդը եթեր հեռարձակել, ապա այն տեղադրվում է քաղցկեղի ծրագրից հնարավորին շափ հեռու։ Վիճակը լրատվական հանդեսներում հիմնականում նույնն է, չնայած գլխավոր խմբագիրները, որոնք գլխավոր պրոդյուսերների համեմատ փոփոխությունների ավելի մեծ հնարավորություն ունեն, միշտ էլ կարող են հայտարարությունների տեղը փոխել եւ հեղաշփել խնդրելու կարիքը չունեն . . Շարաթօրյա եւ կիրակնօրյա լուրերի ծրագրերը հաճախ մեկ հովանավոր են ունենում՝ NBC ընկերության լրատվության բաժնի մի աշխատակից նշեց, որ «Exxon» ընկերությունը, որը հովանավորում է այդ ծրագրերը, երբեք չի բողոքել եւ չի միջամտել։ Բայց նա նաեւ ենթադրություն հայտնեց, որ եթե կիրակի օրը նավթի հետ կապված որեւէ խոշոր աղետ լինի, նա ստիպված կլինի հեղաշփել օրվա գովազդները, «իսկ դա շատ դժվար կլինի» (Գանս, 1980, 254)։

Միկրոկառուցվածքային մակարդակում «անտեսանելի ձեռքը» օգնում է որոշել (իսկ որոշ դեպքերում կարող է լինել որոշում կայացնելով վճռորոշ գործոնը), թե ինչ բովանդակություն պետք է տպագրվի կամ ե

րեր հեռարձակվի Ծայրահեղ դեպքերում այն, փաստորեն, բավական տեսանելի է դառնում. Օրինակ, նշվում է որ, ամերիկյան հեռուստատեսային լուրերի ծրագրերում

«Գովազդայությունները սկսում են որոշել, թե ինչ տեսակի լրատվական հատվածներ են իրենք ուզում, որ ստեղծվեն որպես իրենց գովազդների տարածման միջոց ... ավելի ու ավելի հաճախ նորությունների և տեղեկատվական ծրագրերը պատրաստվում են հիմնականում գովազդայուի համար, և ոչ թե դիրոդի ... Վաճառք խթանող տեղեկատվական ծրագրերը նախ հայրնվեցին ցանցային հեռուստատեսությունում, ABC-ի «Բարի լույս, Ամերիկա» ծրագրում. [վերջինս] առողջապահական հատված չունեի, մինչև որ ABC-ն պարզեց, որ այն կարելի է վաճառել «Bristol Myers» և «American Home Products» ընկերություններին: Հաջորդը նորաձեւությունների հատվածն էր, որը հովանավորվեց «Revlon» և «J.C.Penney» ընկերությունների կողմից Սրանց օրինակին հետևեց «Independent Network News» ընկերության «ԱՄՆ-ը այս երեկո» ծրագիրը՝ ֆինանսավորված և նախապես հայտարարված առողջապահական հատվածով Լուրջ, հարցեր բարչրացնող փաստագրական ծրագրերն այսօր պրակտիկորեն թանգարանային նմուշներ են դարձել: Իսկ գովազդայությունների կողմից կազմված և ֆինանսավորված հատուկ ծրագրերը կարող են և դուրս են գալիս եթեր Իսկ երե, օրինակ, ֆինանսական նորությունները ֆինանսավորվում են «Մերիլ Լինչ» ընկերություն կողմից, կարող է, արդյոք, դիրոդը համոզված լինել, որ ինչ-որ ներքին առեւտրական սկանդալին «Մերիլ Լինչի» առնչությանը վերաբերող տեղեկատվությունն անաչառ է» (Քամինգզ, 1987, տարբեր տեղեր):

Վերջին հարցն ավելի մեծ նշանակություն է ստանում, երբ գործ ենք ունենում լրատվական ընկերությունների հետ, որոնք ավելի խոշոր տնտեսական միավորումների մաս են կազմում: Ինչպե՞ս կարող է հանդիսականը համոզված լինել, որ նրանց դիրքորոշումը կոնկրետ հարցի վերաբերյալ չի ստորադասվում նրանց տերերի այլ տնտեսական կամ քաղաքական շահերին:

Ի վերջո, Ռուսերթ Մերդոքի «Թայմս»-ը օժանդակեց «British Sky Broadcasting» ընկերության կայացմանը (որը նույնպես պատկանում է Մերդոքին) և նրա տերերի կողմն անցավ, երբ քննարկվում էր, թե արդյոք թույլատրելի՞ է կենտրոնացման նման ձեւը: Քանի որ Մերդոքը կապված է առեւտրային հեռուստատեսության հետ, ապա հասարակական հեռուստատեսությունը նրա թերթերից կոշտ վերաբերմունքից բացի ուրիշ ոչինչ չի կարող ակնկալել:

Այս առնչությամբ մեկ այլ օրինակ է այն փաստը, որ Ծոցի պատերազմի ժամանակ NBC ընկերությունը Միացյալ Նահանգներում հաճախ նշում էր ԱՄՆ բանակի կողմից կիրառվող առաջնակարգ ամերիկյան ռազմական համակարգերի մասին «Փեթրիոթ» եւ «Թոմահավթ» հեռահար հրթիռներ, «Սթելս» ուժեղացուցիչներ, B-52 ուժեղացուցիչներ, ԱՎԱԶՍ ինքնաթիռներ, «Ապաչի» եւ «Կոբրա» ուղղաթիռներ, ՆԱՎՍԹԱԲ հետախուզական արբանյակային համակարգը, բոլորը նախագծված եւ կառուցված «Ջեներալ էլեքթրիկ» ընկերության կողմից, որին եւ պատկանում է NBC ընկերությունը։ NBC-ի թղթակիցները հավանաբար այս ռազմական համակարգերը նշելու ծանրակշիռ հիմքեր ունեին, սակայն կայանի կապը դրանց արտադրողների հետ որոշակի հարցերի տեղիք է տալիս՝ նրանց արածի բնույթի վերաբերյալ։ Նրանք ծառայում են իրենց գործատուներին որպես լրագրողներ, թե՞ որպես գովազդային գործակալներ։

Սովորաբար ամերիկյան առեւտրային հեռուստատեսային կայանները որոշում են ընդունում որեւէ թանկ ծրագրի թողարկման մասին, միայն երբ գովազդատուները հետաքրքրություն են ցուցաբերում որոշակի շուտի կամ սերիալի նկատմամբ եւ պարտավորվում են ֆինանսավորել այդ հաղորդումները կամ էլ իրենց գովազդը տեղադրել հաղորդման գովազդային ընդմիջումների ժամանակ։ Եվ քանի որ գովազդատուները ուզում են վստահ լինել, որ այդ շուտի կամ սերիալի հանդիսատեսն իսկապես բաղկացած է իրենց գովազդվող ապրանքների եւ ծառայությունների հավանական սպառողներից, ապա հաղորդումը հենց այդ սոցիալական խմբերի համար գրավիչ դարձնելու շահագրգռությունը հասնում է ընդհուպ մինչեւ սցենար գրելու, գեղարվեստական ձեւավորում ընտրելու, կերպարներ եւ սյուժետային գծեր ընտրելու ստեղծագործական գործընթացը։ Լայնորեն հայտնի այն երեւույթը, երբ ընդմիջումներն այնպես են մտցվում կինոնկարի կամ սերիալի սյուժեի մեջ, որ գովազդային ընդմիջմանը նախորդող տեսարանը լարված սպասումի վիճակ է ստեղծում՝ հանդիսականին մինչեւ գովազդի ավարտը էկրանի մոտ պահելու հույսով։ Սա նույնպես հաղորդումների բուն կառուցվածքը գովազդային տրամաբանությանը ստորադասելու ձեւ է։

Սա վերաբերում է ամեն տեսակի հաղորդումներին։ Որոշ ժամանակ առաջ Ուոլթեր Զրոնքայթը հետելյալն է ասել ի պատասխան հեռուստատեսային լուրերի խորհրդատուների այն խորհրդի, թե ինչպես հասնել ավելի լավ վարկանիշի լրատվական հաղորդումների ժամանակ

«Չկա նորությունների բնագավառում աշխարհող լրագրող, որն իրենից մի բան է ներկայացնում եւ ծանոթ չէ [] այն խորհրդատուներին, որոնք պնդում են, թե ոչ մի նյութ չպետք է տեսի քառասունհինգ վայր»

կյուսնից ավելի եւ թե այն պէտք է գործողություն պարունակի (կարելի է վառելիք ամբար կամ ջարդված տրակտոր, կամ բեռնատար), որոնք ինեսուն վայրկյանանոց ռեպրորաժը "մինի վավերագրական ֆիլմ" են անվանում, որոնք խորհուրդ են տալիս ցույց չտալ քաղաքապետարանի շենքը, որովհետեւ այն անշուք է, որոնք ասում են, թե հաղորդում վարողը պէտք է կարդա հեղափոխական ամբողջ տեքստը «խկություն» համար: Ամեն մի իսկական լրագրող, որն աշխատում է նորությունների բնագավառում, գիտի, որ այդ ամենն անհեթեթություն է: Դա կոսմետիկ, սիրուն փաթեթավորում է, եւ ոչ թե էությունը» (մեջբերումը վերցված է՝ Ֆանգ, 1980, 280):

Էլ ավելի կարեւոր է գովազդի ազդեցությունը լրատվամիջոցների վրա մակրոկառուցվածքային մակարդակում, որտեղ այն, կարելի է ասել, ձեւավորում է բուն լրատվական համակարգը՝ Սա տեղի է ունենում՝ ըստ Չեյնս Բարանի ձեւակերպման, հետեւյալ պատճառով:

«Գովազդատուները հազվադեպ են մտածում լրատվամիջոցների մասին բացառապես որպես իրենց գովազդի տարածման համակարգի, երանք նաեւ ընդհանրապես դատում են տարբեր լրատվամիջոցների արդյունավետության մասին որպես համոզման գործակալությունների՝ Նրանք «չեզոք» չեն հասարակության բոլոր անդամներին հասնելու իրենց ցանկության մեջ երանք սովորաբար ցանկանում են հասնել, եւ պատրաստ են ավելին վճարել, որպեսզի հասնեն շուկայի որոշակի հատվածներին: Նրանք «պասիվ» եւ անփոփոխ չեն լրատվամիջոցներ գնելու իրենց չափանիշներում, ճիշտ հակառակը՝ փոփոխությունները տուկայական հեռանկարներում, հեղափոխություններն ու առկա տվյալների ուսումնասիրությունը փոփոխել են գովազդատուների ներդրումային քաղաքականությունը՝ լրատվամիջոցների զարգացման համար կարեւոր երկարաժամկետ հետեւանքներով» (Բարան, 1986, 310):

Սա նշանակում է, որ ուր գնում են գովազդատուները, այնտեղ էլ նրանց հետեւում են լրատվամիջոցները, իսկ արդյունքն այն է, որ «բրիտանական մամուլի շուկայական կողմնորոշման . . . «պատճառով» . . . նրա կառուցվածքը ձեւավորվել է ոչ ըստ ժողովրդավարության կարիքներից եւ պահանջներից բխող նկատառումների» (Բարան, 1995, 43) Բարանի բերած մի օրինակ է այն փաստը, որ չնայած անկախ քաղաքական ամսագրերը ռազմավարական դեր ունեն ժողովրդավարության քաղաքական քննարկումներում նոր գաղափարներ առաջադրելու եւ զարգացնելու գործում, Բրիտանիայում դրանք «բայրալման եզրին են» (լրացառությամբ «Economist» հանդեսի), մասամբ որովհետեւ չեն կարո-

դանում գովազդատուների համար սպահովել նրանց հետաքրքրող մասնագիտացված ընթերցողին Ավելի ընդհանուր առմամբ, բրիտանական լրատվամիջոցների ուսումնասիրությունը պարզել է, որ առետրային հեռուստատեսության առաջացումը սկիզբ է դրել լրատվամիջոցների վերադասավորմանը որպես գովազդի տարածման միջոցների: Խրախուսվում են մասնագիտական լրատվամիջոցները, որոնք ի վիճակի են սպասարկել հանդիսականների որոշակի խմբեր՝ միաժամանակ նսեմացնելով զանգվածային եւ շարքային հանդիսականին ուղղված լրատվամիջոցների կարեւորությունը (այս հանդիսականն ավելի մատչելի է հեռուստատեսության համար):

«Նախ՝ լրատվամիջոցների հարվածների միջեւ գովազդի տեղաբաշխման վերջին փոփոխությունները միտում ունեն թուլացնելու ավանդական զանգվածային լրատվամիջոցները, խթանելու մասնագիտացված լրատվամիջոցների աճը եւ օժանդակելու տեղական մամուլի զարգացմանը Երկրորդ՝ գովազդային հարկացումները լրատվամիջոցների ամեն մի հարվածի ներսում մեծապես ազդել են ամեն մի լրատվամիջոցի բնույթի եւ զարգացման վրա: Մասնավորապես, դրանք ուժեղացրել են համազգային մամուլի պահպանողական գերակայությունը, կանաչի ամսագրային բիզնեսը հիմնականում կողմնորոշել են դեպի երիտասարդ միջին դասը, եւ նպաստել են հեռարձակման հասարակական եւ մասնավոր հարվածների միջեւ աճող ֆինանսական անհավասարակշռությանը: Երրորդ՝ լրատվամիջոցները այնպես են հարմարվել գովազդատուների պահանջներին, որ առավելագույն եկամուտ սպաստվեն: Սրա հետեւանքով աճում է բեռնացումը հանրամատչելի եւ բարձրակարգ լրագրային ժուռնալիստիկայի միջեւ, հեռուստատեսության համար մեծաքանակ եւ կանխատեսելի հանդիսական սրեղծելու համար ընդունվում է սահմանափակող հաղորդումային ռազմավարություն եւ շարունակվում է սպառողական ամսագրերի մամուլի սրորադասումը գովազդի համար բարենպաստ խմբագրական միջավայր սրեղծելու խնդրին» (Քարան, 1986, 332-3):

Լրատվամիջոցների կենտրոնացումը եւ ժողովրդավարությունը

Իրավիճակը լրատվամիջոցների շուկայում կարող է տանել դեպի լրատվամիջոցների կենտրոնացում կամ բազմազանացում: Նկար 5-ը ցույց է տալիս, որ ընկերությունները կարող են կենտրոնացնել կամ բազմազանել իրենց բիզնեսը միաձուլումների, գնումների, այլ լրատվա-

միջոցների հիմնադրման, ինչպես նաև այլ լրատվական ընկերությունների հետ գործակցելու միջոցով.

Աղյուսակ 5. Լրատվամիջոցների կենտրոնացման եւ բազմազանացման գործընթացները

Լրատվամիջոցների կենտրոնացման կամ բազմազանացման ձևերը	Անհրաժեշտ պայմաններ	Չետեանքներ (ընկերություններ եւ շուկաներ)
Միաձուլումներ	Ճգնաժամ արդյունաբերության մեջ	⇒ մրցակցության մակարդակի նվազում շուկայում ⇒ ավելի նպաստավոր պայմաններ միաձուլված ընկերությունների համար
Գնումներ	⇒ Ֆինանսական արդյունաբերական եւ առևտրական գերակայություն (գնորդ) ⇒ Մրցունակության բարելավման ներածեչություն (վաճառող)	⇒ Մեծ գումարներ ներդնող ընկերությունների արագ աճ ⇒ Ավելի քիչ “ծայներ” շուկայում
Լրատվամիջոցների հիմնադրում	Շուկայի փոփոխություն, աճ կամ նոր հնարավորություններ (օր. նոր բաժանմունքներ)	⇒ ընկերության դանդաղ աճ ⇒ ավելի բազմազան շուկա
Գործարքներ ընկերությունների միջև	Արդյունաբերության հասունություն եւ մուտքի զգալի արգելքներ	⇒ խուսափում վտանգավոր մրցակցությունից ⇒ իշխանության կիսում

Աղբյուր՝ Սանչես-Թաբերներո եւ այլն, 1993:

Ավանդականորեն, մինչև նոր տեխնոլոգիաների երեսան գալը լրատվամիջոցների կենտրոնացումն ավելի տարածված գործընթաց էր, քան դրանց բազմազանացումը: Լրատվական հաստատությունների էքսպանսիան նրանց առևտրային եւ շուկայական հաջողության բնական արդյունքն է: Ինչպես նշում է Գուստաֆսոնը (1995), «Լրատվամիջոցների ինտեգրացիան ինքնաբոխ գործընթաց է, որը խթանվում է «ընկերությունների նորմալ գուրծունեությամբ»: Հետեւյալ մոդելը երբեմն կիրառվում է լրատվամիջոցների կենտրոնացման պատճառները բացատրելու համար՝ մի գործընթաց, որը ձեւակերպված է ԵՏՀ Խորհրդի՝ 1989 թվականի դեմտեմբերի 21-ի Ձեռնարկությունների կենտրոնացման վերահսկման կանոնակարգում որպես իրավիճակ, երբ «ա) երկու կամ ավելի նախկինում անկախ ձեռնարկություններ միաձուլվում են, կամ բ) երբ մեկ կամ ավելի անձինք, որոնք արդեն վերահսկում են առնվազն մեկ ձեռնարկություն, ... ձեռք են բերում՝ արժեթղթերի կամ ունեցվածքի գնման միջոցով, կամ պայմանագրով, կամ որեւէ այլ միջոցով մեկ կամ ավելի ձեռնարկությունների ամբողջի կամ մի մասի նկատմամբ ուղղակի կամ անուղղակի վերահսկողությունը»:

Աղյուսակ 6 Շուկայի ուժի մոդել

Գովազդ	Արտադրանքի տարբերակում	Ավելի մեծ հավատարմություն ասպրանքանիշին	Ցածր գնային ճկունություն	Ավելի բարձր գներ
Գովազդի արժեքը մուտքի արգելք է	Բարձր կենտրոնացում		Բարձր եկամուտներ	

Աղբյուր՝ Ջեֆֆերս, 1986.

Ըստ այս մոդելի գովազդը ստիպում է արտադրողներին թողարկել ուրիշներից տարբերվող արտադրանք կամ ծառայություն, որպեսզի ցուցադրեն իրենց «գերազանցությունը» եւ այդպիսով ցուցադրեն իրենց շուկայական ուժը: Սա նշանակում է, որ հաստատվում է հավատարմություն ասպրանքանիշի նկատմամբ (այլոց թվում նաեւ գովազդի միջոցով) եւ արդյունքում պահանջի կորերը պակաս ճկուն են դառնում (այսինքն՝ սպառողներն ուզում են ասպրանքները, եւ գնային փոփոխությունները նրանց չեն վանում, որը նշանակում է, թե արտադրողը կարող է առանց հաճախորդ կորցնելու բարձրացնել գները): Սա նաեւ արգելքներ է ստեղծում նոր մրցակիցների համար, որովհետեւ ստիպում է նրանց շատ մեծ գովազդային ծախսեր անել՝ արդեն հիմնավորված ընկերությունների հետ մրցակցությամբ շուկայի մի մասը նվաճելու համար: Որպես հետեւանք, գովազդի միջոցով ձեռք է բերվում շուկայական ուժի կենտրոնացում, եւ նրանք, ովքեր գերիշխում են այդ շուկայում, կարող են մեծ շահույթներ ստանալ:

Շուկայական ուժի մոդելը կենտրոնացման գործընթացի բազմաթիվ բացատրություններից մեկն է: Լրատվական ձեռնարկությունները փորձում են առավելություններ ստանալ համագործակցելով եւ համագործակցության պայմանագրեր կնքելով, որոնք վերաբերում են համատեղ գնմանը եւ վաճառքին, բացառիկությանը, համատեղ ձեռնարկությունների, ոչ մրցակցության համաձայնություններին, մասնագիտացմանը եւ այլն: Սա չի ենթադրում օրինական վերահսկողության կորուստ կոնկրետ ձեռնարկությունների կողմից միաժամանակ ապահովելով նրանց ուժեղ ազդեցությունը շուկայի վրա, որը հավասարվում է շուկայական ուժի կենտրոնացմանը:

Կենտրոնացումը, որպես այդպիսին, բնորոշվում է ընկերության ինքնավարության կամ նրա նկատմամբ իրավաբանական վերահսկողության նվազմամբ: Դա տեղի է ունենում, հիմնականում, արդյունաբերության կենտրոնացումից: Այլ դեպք է լրատվական շուկայի կենտրոնացումը, որը սահմանվում է որպես մի իրավիճակ, որը տեղի է ունենում, երբ տարբեր հնարավոր գործընթացների հետեւանքով (գնումներ, միաձուլումներ, գործարքներ այլ ընկերությունների հետ եւ անգամ մրցա-

կիցների անհայտացում), միայն մեկ կամ մի փոքր խումբ լրատվական ընկերություններ են գործում տվյալ շուկայում.

Կենտրոնացման այս երկու տեսակների միջեւ տարբերությունը ցույց է տրվում հետևյալ օրինակով: Տեսականորեն ավելի լավ է, որ ուրեւ է երկրում գոյություն ունենա ոչ թե քսան, այլ քառասուն թերթ: Սակայն, եթե այդ քառասուն թերթերից յուրաքանչյուրն ունի բաշխման տարածք, որտեղ ինքը համարյա մենաշնորհային կարգավիճակ է վայելում, ապա բազմախոհության ավելի հեշտ է հասնել, եթե կա քսան թերթ, որոնց բաշխման տարածքը ծածկում է երկրի մեծ մասը՝ ստիպելով թերթերին մրցակցել նույն շուկաներում: Արդյունաբերության կենտրոնացումն ավելի բարձր է, սակայն շուկայական կենտրոնացումն ավելի ցածր է: Ահա թե ինչու է կենտրոնացում հասկացությունը այդքան սերտորեն հարաբերակցում մրցակցություն հասկացության հետ: Ցածր կենտրոնացումը նշանակում է (լրիվ) մրցակցային իրավիճակ, իսկ բարձր կենտրոնացումը՝ (համարյա) մենաշնորհային իրավիճակ՝ ներառյալ երկաշնորհ (երկու մրցակից ընկերությունների մենաշնորհ) կամ էլ գերիշխող շուկայական առաջատար:

Լրատվական շուկաների ներկա վիճակը Եվրոպայում ցույց է տալիս (Մունյեր, 1997), որ կենտրոնացում իսկապես գոյություն ունի երբեմն այնտեղ, որտեղ ամենաքիչը կարելի էր ակնկալել: Օրինակ, տպաքանակով «Բիլդ ցայթունգը» գերազանցում է բաշխման բոլոր ռեկորդները Եվրոպայում (1,3 միլիոն օրինակ), սակայն շուկայական մասնաբաժնի առումով ցուցակը գլխավորում է «Լյուքսեմբուրգեր վորթը» (60 տոկոս Լյուքսեմբուրգում), որին հաջորդում է «Ինդիփենդենթ թայմսը» Իռլանդիայում: Հանդեսների շուկայում, եթե անտեսենք հեռուստատեսային հրատարակությունները, «ԱՌԱԿ մոթորվելթը» ունի համարյա 18 միլիոն ընթերցող, սակայն «Ռե կամպիոնը» (հոլանդական ավտոմոբիլային ասոցիացիայի հանդեսը) տիրում է հոլանդական շուկայի ավելի քան 35 տոկոսին: Մասնավոր հեռուստատեսության շուկայում, եթե TF1-ը սպասարկում է 60 միլիոն մարդու Ֆրանսիայում, ապա MTV Oy ընկերությանն է պատկանում Ֆինլանդիայի շուկայի ավելի քան 43 տոկոսը, որին հաջորդում են TV2-ը Դանիայում եւ SIC-ը Պորտուգալիայում: Ինչ վերաբերում է ռադիոյին, ապա ոչ մի մասնավոր ռադիոկայան չի գերազանցում ազգային շուկայի 25 տոկոսը, եւ միայն P4 National-ը Նորվեգիայում եւ RTL-ը Ֆրանսիայում նշանակալի ազդեցություն ունեն իրենց շուկաներում:

Ինչ վերաբերում է գովազդից ստացված եկամուտներին, օրաթերթերի կենտրոնացմամբ առաջատարներն Ավստրիան եւ Նորվեգիան են ընդհանուր եկամուտների համապատասխանաբար 63 եւ 58 տոկոսով

Canale 5-ը Իտալիայում եւ TF1-ը Ֆրանսիայում տիրում են հեռուստատեսային գովազդի շուկայի համարյա 50 տոկոսին: Եթե RTL France-ը միակ ռադիոընկերությունն է, որի եկամուտները գերազանցում են 200 միլիոն էրյուն, ապա գովազդի եկամուտների առումով կենտրոնացումը շատ քարձր է Հունաստանում (Sky Radio ընկերությունը՝ 43 տոկոսով):

Արդյունաբերության կենտրոնացումն ընդունում է մի շարք ձեւեր, որոնք նշված են ստորեւ.

1. Միաձուլում՝ մի գործընթաց, երբ մի ձեռնարկություն կլանվում է մեկ այլ ձեռնարկության կողմից, կամ էլ երկու կամ ավելի ձեռնարկություններ միավորվում են մեկ ձեռնարկություն հիմնելու համար:

2. Ինտեգրացիա՝ մեկ կամ մի խումբ ձեռնարկությունների գործունեության նկատմամբ ուժերի եւ վերահսկման տարբեր մակարդակի միավորման բոլոր ձեւերը.

- հորիզոնական ինտեգրացիա. իրավիճակ, երբ մեկ ձեռնարկություն (կամ մի խումբ ձեռնարկություններ) գործադիր մակարդակով վերահսկում է միեւնույն գործունեությանը զբաղվող մի քանի արտադրական միավորներ (օրինակ՝ ձեռնարկությունը վերահսկում է մի քանի տպագրական բիզնեսներ կամ մի քանի գովազդային գործակալություններ եւ այլն): Մամուլում, օրինակ, հորիզոնական ինտեգրացիան հնարավոր է դարձնում հասնել մասշտաբային տնտեսումների, որը գալիս է տարբեր գործողություններից (օրինակ՝ գովազդի վերահսկում, մի քանի վերնագրերի համար ընդհանուր խմբագրական հատվածների միավորում, համատեղ տպագրություն, գովազդի բաշխում եւ այլն),

- ուղղահայաց ինտեգրացիա. իրավիճակ, երբ մեկ ձեռնարկություն (կամ մի խումբ ձեռնարկություններ) վերահսկում է արտադրական գործընթացի տարբեր փուլերը (օրինակ՝ մամուլի ձեռնարկություն, որը վերահսկում է լրագրային թուղթը, բուն հրատարակությունը, տպագրությունը եւ բաշխումը): Սա կարող է լինել վերընթաց ինտեգրացիա, երբ ձեռնարկությունը միաձուլվում է այլ ձեռնարկությունների հետ, որոնք արտադրանքի աղբյուր են հանդիսանում, եւ վարընթաց ինտեգրացիա՝ միաձուլումն այնպիսի ձեռնարկությունների հետ է, որոնք զբաղվում են արտադրանքի վաճառքով կամ բաշխմամբ: Համարյա բոլոր առաջատար ընկերությունները խիստ ինտեգրացված են արտադրության, բաշխման եւ առևտրականացման շղթայում: Նրանք անընդհատ են գնում են դեպի «վեր», այսինքն դեպի լրատվամիջոցների բովանդակության աղբյուրները (հեռուստատեսային ընկերությունները ներդրումներ են անում գրահրատարակության, թերթերի եւ պարբերականների, կինոստուդիաների եւ այլնի մեջ), եւ դեպի «վար», այսինքն, դեպի բաշխման տարբեր ձեւերը (կաբելային, տեսաերիզային, սինդիկատային եւ այլն), որպեսզի շահույթ քաղեն արդեն առկա արտադրանքի շահա-

գործման տարբեր ձևերից Սա մասշտաբային տնտեսումների մի ձև է, որն ընձեռում է այսպես կոչված «կասկադային ռազմավարությունը» կամ նույն արտադրանքի տարբեր ձևերի հաջորդական բաշխումը*:

3. Տարբեր լրատվամիջոցների ինտեգրացիա. իրավիճակ, երբ մեկ ձեռնարկություն (կամ մի խումբ ձեռնարկություններ) վերահսկում է տարբեր լրատվամիջոցներ (մամուլի ձեռնարկությունների մասնակցությունը ռադիո կամ հեռարձակման կապիտալում). Հայտնի է նաև որպես բազմալրատվամիջոցային սեփականություն:

4. Բազմաուղրտ ինտեգրացիա. իրավիճակ, երբ մեկ ձեռնարկություն (կամ մի խումբ ձեռնարկություններ) վերահսկում է մեկ կամ մի քանի տարբեր լրատվամիջոցներ՝ միաժամանակ ակտիվ լինելով տնտեսության մեկ կամ մի քանի այլ ոլորտներում (օրինակ՝ ձեռնարկություն, որն ակտիվ է միաժամանակ շինարարության արդյունաբերությունում, բաշխման ասպարեզում եւ լրատվամիջոցների ասպարեզում):

5. Միջազգային ինտեգրացիա. իրավիճակ, երբ մեկ կամ մի խումբ ձեռնարկությունների գործունեությունը ծավալվում է երկու կամ ավելի երկրներում:

Հորիզոնական եւ ուղղահայաց ինտեգրացիաները լրատվամիջոցների կենտրոնացման երկու առավել տարածված գործընթացներն են (Պրեստիմարի, 1993): Ինչ վերաբերում է հորիզոնական ինտեգրացիայի բազմազանությանը, ապա իրենց սեփական հեռուստատեսային բիզնեսը հիմնադրած խոշորագույն ընկերությունները հավատարիմ են մնում հաջողության իրենց սեփական բանաձևերին. Բնորոշ օրինակ է CLT ընկերությունը, որը բազմապատկել է սեփական կայանների ցանցը՝ մուտք գործելով մի քանի ազգային շուկաներ, ինչպես RTL Hei Elei-ը Լյուքսեմբուրգում, RTL TV-ն Լյուքսեմբուրգում եւ Ֆրանսիայում, M6-ը Ֆրանսիայում, RTL-ը (նախկին RTL Plus) Գերմանիայում, RTL TVI-ն Բելգիայում, RTL 4-ը Նիդեռլանդներում եւ RTL 7-ը Լեհաստանում: Հաջողակ ֆրանսիական Canal+ ընկերությունը հիմնականում հետևել է նույն բանաձևին: Անգամ որոշ հասարակական հեռարձակման ընկերություններ իրենց հիմնական ծառայությանն ավելացրել են լրացուցիչ

* Հաջորդական բաշխում նշանակում է, որ նույն խորհրդանշական ապրանքը կարող է հաջորդաբար տարբեր գործերի ձևեր ընդունել, որոնք բաշխվում են հաջորդաբար, որպեսզի առավելագույն շահույթ ապահովվի Այս գործերը եւ բաշխման փուլերը կարող են լինել հետևյալը կոշտ կազմով գիրք եւ/կամ թատերական ներկայացում, փափուկ կազմով գիրք, առաջին ցուցադրման կինոթատրոն, երկրորդ ցուցադրման կինոթատրոն, տեսաերիզ (առաջին վաճառք, հետո վարձույթի շուկա), ըստ դիտումների վճարովի կաբելային հեռուստատեսություն, ամսավճարային կաբելային ալիքներ, սովորական վճարովի հեռուստատեսություն, "ծրի" հեռուստատեսային ցանց, արտասահմանյան հեռուստատեսություն, "երկրորդ ցուցադրման" վճարովի հեռուստատեսություն, հեռուստատեսային սինդիկացիա

ալիքներ, ինչպես գերմանական ARD-ն 3 SAT ալիքը, ZDF-ը Eins Plus-ը, RAI-ն RAI-Sat-ը, France-Television-ը Bravo-ն, Sport 2-3-ը եւ TV5-ը, Nos-ը D2TV-ն. Հիմնական նպատակը նոր տեխնոլոգիաներ ներմուծելն է, ինչպես օրինակ՝ արբանյակային հեռարձակում կամ էլ մշակութային եւ ուսումնական ծրագրերին ավելի շատ տեղ հատկացնելը BBC-ն ներկայումս զբաղված է ընդլայնման խոշոր ծրագրով նախատեսելով աշխարհով մեկ հիմնադրել թեմատիկ արբանյակային հեռուստատեսային ալիքներ Ինչ վերաբերում է ուղղահայաց ինտեգրացմանը, ապա դրա մի օրինակ է Ֆինիմվեստ խումբը, որը ներկայացված է հեռուստաբիզնեսի բոլոր կարեւոր հանգուցակետերում՝ հեռուստատեսությունից եւ ֆիլմերի արտադրությունից (Videotime եւ Silvio Berlusconi Communications/Pentra) մինչեւ օպերատորական իրավունքների վերահսկում (SBC), հեռարձակում (երեք ալիք՝ Canale 5, Italia 1 եւ Retequattro), հնչուղիների վերահսկում եւ առետրականացում (RTI Music), գովազդային եթերաժամի վաճառք (Publitalia 80) եւ, վերջապես՝ ազդանշանի հաղորդում (Elettronica Industriale):

Ընդհանուր առմամբ, գոյություն ունի լրատվամիջոցների միջազգային միաձուլումների երեք հիմնական ձեւ՝ իրենց տարբեր դրսեւորումներով.

1. Բազմալրատվամիջոցային կայսրության հիմնում. միաձուլվում են ընկերություններ, որոնք տիրում են լրատվամիջոցների տարբեր ձեւերի՝ գրահրատարակչություն, հեռուստատեսություն, ռադիո, թերթեր, ամսագրեր, ձայնագրման ընկերություններ: Նման միաձուլումները ստեղծում են պոտենցիալ սիներգիաներ՝ ընդլայնելով այն շուկաները, որ գովազդատուն կարող է ստանալ՝ ընդամենը մեկ գովազդային փաթեթ գնելով, ինչպես նաեւ/կամ էլ ընդլայնելով մի ստեղծագործական արտադրանքի բաշխման պոտենցիալ հնարավորությունները:

2. Սարքավորում-ծրագրավորում միաձուլումներ (օրինակ՝ Columbia Pictures եւ CBS Records ընկերությունների գնումը Sony-ի կողմից՝ իր սարքավորումների ստանդարտին համապատասխանող ծրագրերի ապահովման համար):

3. Կենտրոնացված, ներճյուղային գործարքներ, երբ լրատվական ընկերությունը գնում է նման լրատվական ընկերության ձեռնարկություն այլ երկրում

Այս բոլորը շատ կարեւոր է ժողովրդավարության պահպանման առումով: Եվրախորհրդի Նախարարների կոմիտեի 1982 թվականի ապրիլի 29-ին ընդունած «Տեղեկատվության եւ արտահայտման ազատության մասին» Հռչակագիրը կարեւորում է «գաղափարների եւ կարծիքների բազմազանության արտացոլումն ապահովող անկախ եւ ինքնավար լրատվամիջոցների լայն դիսպլազոնի գոյությունը» Լրատվամիջոցների բազմազանությունը մեկն է եւ քաղաքական, եւ մշակութային

ուսկարդակներում գաղափարների, ճաշակների, կարծիքների այլուրա-
 լիստական արտահայտման հիմնական կողմերից, որոնք դիտվում են
 սրվես նախադրյալ՝ Մարդու իրավունքների եվրոպական կոնվենցիայի
 10-րդ հոդվածով երաշխավորվող արտահայտման եւ տեղեկատվու-
 րյան ազատության արդյունավետ ապահովման համար, ինչպես նաեւ
 ժողովրդավարական հասարակության կյանքին քաղաքացիների ար-
 վյունավետ մասնակցության համար՝ այն տեղեկատվության միջոցով,
 որ քաղաքացիները ստանում եւ տարածում են լրատվամիջոցների մի-
 ջոցով Հետեւաբար, հարցը հետեւյալն է. ծառայո՞ւմ են, արդյոք, վերո-
 նիշյալ միտումները ժողովրդավարության գործին, թե՞ ոչ:

Լրատվամիջոցների բնագավառում եւ այլուր տարբերակվում են
 շուկայի կազմակերպման չորս ստանդարտ մոդելներ. Այս մոդելներից
 յուրաքանչյուրն իրենից ներկայացնում է ենթադրությունների մի տար-
 րեր եւ հստակ կոմբինացիա, որ վերաբերում է սլահանջարկի բնույթին,
 ծախսերի արդյունավետությանը, մուտքի պայմաններին եւ, թերեւս, ա-
 ծենակարեւորը՝ իշխանության բաշխմանն ընկերություններով եւ նրանց
 հարաբերությանը շուկային, որի միջոցով իրացվում է արտադրանքը:
 Հետեւաբար այս մոդելները պետք է ապահովեն մեզ վերլուծության մի
 հստակարգով՝ մեր հետաքրքրության շրջանակներում, այսինքն՝ լրատ-
 վամիջոցների գործունեության տնտեսական ասպեկտները ժողովրդա-
 վարական հասարակությունում.

Այս մոդելների հիմնական բնորոշ գծերն ի մի են բերված աղյուսակ 7-ում:

Աղյուսակ 7 Շուկայի կազմակերպման մոդելներ

	Կատարյալ մրցակցություն	Մոնոպոլիստա- կան մրցակցու- թյուն	Օլիգոպոլիա	Մոնոպոլիա
Ձև ների թիվը	մեծ	մեծ	փոքր	մեկ
Գործունեու- թյան մասշտաբ	փոքր	փոքր	մեծ	շատ մեծ
Մասնաբաժին շուկայում	աննշան	փոքր	մեծ	100%
արտադրանք	չտարբերակված	տարբերակված	համասեռ կամ խիստ տարբերակված	համասեռ կամ խիստ տարբերակված
Ենթակայու- թյուն շուկայա- կան ուժերին	լիակատար	անկախ գործելու որոշ ունակություն	մրցակիցների փոխադարձ կախվածություն	շատ ցածր
Շահույթ	նորմալ (միջին ծախսերից մի քիչ ավել)	նորմալ, երբեմն գերշահույթ	գերշահույթ ժամանակի ընթացքում	գերշահույթ
Մուտք շուկա նոր ՋԼՄ-ների համար	հեշտ	հեշտ	դժվար	մուտքի մեծ արգելքներ
Շուկայական պայմաններ	երկարատեւ հավասարա- կշռություն	կարճատեւ հավասարա- կշռություն	կարճատեւ հավասա- րակշռություն	երկարատեւ հավասա- րակշռություն

Վերցված է Լիտմանից, 1988

Համաձայն տարածված մի տեսակետի ժողովրդավարությունն առավելագույնս ապահովվում է այն դեպքում, երբ շուկայում գործում են մեծաթիվ լրատվամիջոցներ մրցակցելով հասարակության հետաքրքրությունը գրավելու համար Թվում է, թե դա պետք է խոսի լրատվամիջոցների ոլորտում կատարյալ մրցակցության վիճակ պահպանելու օգտին: Այն շուկայում մեծաթիվ տարբեր (լրատվական) ընկերությունների գոյությունը համակցում է նոր (լրատվական) ընկերությունների շուկային շտ մուտքի հետ: Սակայն սա դժվար է իրականացնել երկու պատճառով: Սա տեսական մոդել է, եւ դժվար է գտնել դրա կիրառումը պրակտիկայում: Ավելին, այն ենթադրում է, որ տվյալ շուկայում գործող բոլոր ընկերություններն առաջարկում են միեւնույն չտարբերակված արտադրանքը: Դժվար է պատկերացնել նույն շուկայում գործող ճիշտ նույն տեսակի թերթեր կամ ռադիոկայաններ, որոնք առաջարկում են ճիշտ նույն բովանդակությունը: Ժողովրդավարությանն ավելի լավ ծառայում են բազմակարծիք լրատվամիջոցները, որոնք առաջարկում են գաղափարների, տեղեկատվության եւ մշակութային տիպերի լայն դիապազոն:

Հետեւաբար, պատասխանը կարծես պետք է փնտրել մոնոպոլիստական մրցակցության մոդելում. Այս դեպքում ընկերությունները հարմարեցնում են բովանդակությունը կոնկրետ շուկայական պայմաններին եւ հաջողության հասնելու համար պետք է ստեղծեն իրենց՝ եզակի արտադրանք ապահովողի իմիջը: Քանի որ լրատվական ձեռնարկությունների մեծ մասն իրենց ֆինանսավորման համար հույսը դնում է հիմնականում գովազդի վրա, ապա նրանք կարող են նպաստել բազմազանացմանը՝ կիրառելով արտադրանքի տարբերակման ռազմավարությունը, օրինակ, հարմարեցնելով արտադրանքի բովանդակությունը տվյալ սպառողական շուկայի կարիքներին եւ շահերին: Սա կարող է բերել շուկայի հատվածավորման (սեգմենտացիայի), եւ տարբեր լրատվամիջոցներ պետք է փորձեն դիմել տարբեր խմբերի, որովհետեւ գովազդային հաղորդումները պետք է հնարավորին չափ լավ հարմարեցվեն տվյալ հանդիսականին եւ համապատասխանեն նրա դեմոգրաֆիկ կազմին տարիքի, սեռի, եկամտի, բնակավայրի եւ այլ առումներով: Այսպիսով խոշոր ընկերությունները կարող են նպաստել բազմազանությանը պարզապես որպես բիզնեսի ռազմավարություն, այսինքն բազմազանելով իրենց լրատվական ձեռնարկությունները եւ հիմնելով նոր թերթեր, ռադիո եւ հեռուստատեսային ալիքներ եւ այլն, որպեսզի սպասարկեն հանդիսականի տարբեր խմբեր (օրինակ՝ մեկ կոնգլոմերատի շրջանակներում ստեղծելով թերթեր, որոնք արտահայտում են բոլորովին տարբեր կողմնորոշումներ, որպեսզի հասարակական տարբեր խմբերի սպասարկելով ավելի բարձր շահույթ ապահովեն):

Եվրոպայում, սակայն, մենք ականատես ենք լինում օլիգոպոլիստական շուկայի զարգացման միտումին՝ Սրա մի օրինակը բրիտանական մամուլն է՝ 1994 թվականին նշվել էր հետեւյալը

«Այսօրվա դրությամբ ընդամենը չորս ընկերություն վերահսկում է լուրը օրաթերթերի եւ կիրակնօրյա թերթերի փապաքանակի ավելի քան 55 տոկոսը Ռուսները Մերդոքի "Նյուս քորիորեյշեն"-ին եւն պայտկատում The Times, Sunday Times, The Sun, News of the World եւ Today թերթերը, եւ այն վերահսկում է օրաթերթերի փապաքանակի 34,4 տոկոսը եւ կիրակնօրյա թերթերի 37,6 տոկոսը: Մյուս խոշոր ընկերություններն են Mirror Group Newspapers ընկերությունը (օրաթերթերի փապաքանակի 23,3 տոկոս եւ կիրակնօրյա թերթերի փապաքանակի 28,9 տոկոս), United Newspapers ընկերությունը (15,4 տոկոս եւ 10,4 տոկոս) եւ Associated Newspapers ընկերությունը (12,3 տոկոս եւ 12,2 տոկոս)» (Liberty, Մարդու իրավունքների համաժողովի գեկույցներ, մեջբերումն ըստ՝ Սիաքս, 1995):

Բրիտանական մամուլում այս չորս ընկերությունները գերիշխում են ստեղծված 1950-ականների կեսից: Վերջին 35 տարվա ընթացքում այս խոշոր խմբերից դուրս հրատարակված թերթերը երբեք չեն գրավել շուկայի 15 տոկոսից ավելին: Գերիշխող ընկերությունների այս խումբ միակ երկարաժամկետ մուտքը վերջին հիսուն տարում տեղի է ունեցել 25 տարի առաջ: Գա Մերդոքի News International-ն էր, որը հազիվ թե կարելի է նորություն համարել թերթահրատարակության բնագավառում. «Այսպիսով՝ նորմալ մուտք հնարավոր է կամ երբ տվյալ շուկայում չգործող որեւէ խոշոր հրատարակիչ ձեռք է բերում որեւէ գործող հրատարակություն, կամ էլ երբ շուկա մուտք գործած բոլորովին նոր մասնակիցներն անհաջողության են մատնվում եւ գոյություն ունեցող խոշոր ընկերությունները ձեռք են բերում այդ հրատարակությունները» (Սիաքս, 1995, 189):

Լրատվամիջոցների կենտրոնացման գործընթացն ազգային եւ միջազգային (կամ, ավելի ճիշտ, համաշխարհային) մակարդակներում մեծ թափ է հավաքել: Այս գործընթացը երկարատեւ եւ դեռեւս չլուծված բանավեճերի նյութ է:

Ոմանք կողմ են թույլատրելու կենտրոնացման գործընթացի շարունակումը: Մյուս կողմից, նրանք կարծում են, որ խոշոր լրատվական ձեռնարկություններն ավելի մեծ հնարավորություն ունեն պաշտպանելու իրենց անկախությունն ու ինքնավարությունը քաղաքական եւ վարչական իշխանություններից եւ, հետեւաբար, անհատ գովազդատուներից: Բացի այդ, նրանք ունեն կապիտալ, ինչպես նաեւ ղեկավարման, հետազոտությունների եւ զարգացման հնարավորություններ, որ թույլ է տալիս նրանց հաղթահարել շուկա մուտքի բարձր արգելքները եւ լրատվամիջոցների նոր մասնաճյուղեր բացել ու ֆինանսավորել դրանց մինչեւ ուրքի կանգները Նրանք ավելի ունակ են ֆինանսավորելու կոնկրետ

լրատվական մասնաճյուղեր իրենց կազմակերպությունների շրջանակներում եւ այսպիսով կենդանի պահել ցածր շահույթ բերող կամ վնասով աշխատող այն լրատվամիջոցները, որոնք այլապես դժվար թե գոյատևեին շուկայում:

«Լրատվական պլյուրալիզմի շուկայական այս մոդելի» հակառակորդները բերում են երկու հիմնական առարկություն.

1. Շուկայական այս մոդելն իրականում չի բերում սոցիալ-քաղաքական-մշակութային բազմազանության՝ ներառյալ քննադատական եւ ընդդիմադիր ձայները, փոխարենը գերիշխող միտումը կլինի հոգուտ միեւնոյն ապահով քաղաքական բովանդակության մակերեսային այլազանությանը («կորպորատիվ խոսք», Քին, 1991)՝ տարբեր սպառողական խմբերի համար տարբեր փաթեթավորմամբ: (Քին 1991) արտահայտում է հաճախ լսվող այն տեսակետը, որ գովազդը նվազեցնում է «փոքրամասնությանը հետաքրքրող» հաղորդումների թիվը, գեղագիտական եւ ինտելեկտուալ առումով վիճահարույց թեմաների թիվը, քաղաքականորեն վիճելի նյութերի քանակը, որոնք չեն կարողանում մեծաթիվ հանդիսական ապահովել:

2. Շուկայական այս մոդելի հակառակորդները նաեւ նշում են, որ թեւեւ մեծ կորպորացիաները կարող են ավելի լավ պաշտպանել սեփական ինքնավարությունն ու անկախությունը, նրանք նաեւ կարող են իրենց կազմակերպությունների շրջանակներում պարփակելով մեծ թվով առանձին լրատվամիջոցներ, սահմանափակել այդ լրատվամիջոցների խմբագրական ազատությունը: Անգամ այն դեպքում, երբ սեփականատիրությունը չի վերածվում ուղղակի վերահսկողության, եւ այդ առանձին միավորները շարունակում են խմբագրական առումով անկախ մնալ (քանի դեռ խոսքը բովանդակությանը վերաբերող որոշումների մասին է), բիզնեսի եւ կազմակերպչական ռացիոնալիզմը հաճախ հանգեցնում է որոշակի ծառայությունների համատեղման եւ նվազեցնում է նրանց միջեւ եղած տարբերությունը: Որպեսզի գոյատևելու համար շահույթ ստանա, կորպորատիվ ղեկավարությունը հաճախ ընդունում է որոշումներ, որոնք ուղղակիորեն ազդում են բովանդակության վրա (առաջ են քաշվում լուծումներ, որոնք հնարավոր են դարձնում մասշտաբային տնտեսումները, ծախսերի կրճատումները, ձեռնարկությունների փակումը, աշխատակազմի կրճատումները, ներդրումներ անել կամ չանել եւ միաձուլումները): Որոշ դեպքերում լրատվամիջոցների կենտրոնացման դրդապատճառը կարող է լինել կուտակված լրատվական

բովանդակության նորացված կամ կրկնակի օգտագործման հնարավորություն ստեղծելը, կամ էլ միեւնույն լրատվական արտադրանքը տարբեր շուկաներում բազմազան փաթեթավորմամբ ներկայացնելու համար սիներգիաներ ստեղծելը. Իսկ սա ծառայում է լրատվական բովանդակության ստանդարտացմանը, եւ ոչ թե բազմազանացմանը:

Այս ընդհանուր մոտեցման կողմնակիցները պնդում են, որ թեւ լրատվամիջոցների կենտրոնացումը կարող է մեծ հաջողությամբ ապահովել թվական պլյուրալիզմ աշխիւնքն, մեծ թվով թերթեր, ռադիո եւ հեռուստակայաններ, արբանյակային եւ կաբելային ալիքներ եւ այլն (հեռուրկե, եթե շուկան կարողանա մարսել այդ ամենը), այն կարող է նաեւ նախնադրել կոնկրետ լրատվական միավորների ինքնավարության եւ անկախության սահմանափակմանը, տարբեր լրատվական աղբյուրների թվի սահմանափակմանը եւ, հետեւաբար, բովանդակության ավելի մեծ միօրինակությանը: Եվ, ամեն դեպքում, երբ լրատվամիջոցների կենտրոնացումը հասնում է ինչ-որ չափազանց մակարդակի, այն կարող է խեղաթյուրել մրցակցությունը եւ գոյություն ունեցող լրատվական լուկերություններին հնարավորություն տալ փակել մուտքը նոր անկախ լուկերությունների կամ ավելի թույլ մրցակիցների համար, եւ վերջին հոսշվով, հանգեցնել մոնոպոլիայի կամ օլիգոպոլիայի, որն անցանկալի է եւ սոցիալական, եւ տնտեսական տեսանկյունից: Այս գործընթացը կարող է նաեւ խոշոր լրատվական կոնգլոմերատները վերահսկող անաստներին կամ խմբերին չափազանց մեծ իշխանություն տալ՝ վերահսկելու հասարակական կարծիքը՝ ներառյալ թաքցնելու այն տեղեկությունները, որ չեն ծառայում սեփականատերերի շահերին: Այն լրատվամիջոցները, որոնք ավելի մեծ խմբերի մի մասն են կազմում, իրենց խմբագրական քաղաքականության մեջ անկախ եւ ինքնավար չեն, այլ վերահսկվում են մայր ընկերության կողմից, որն այս իրավիճակում կարող է ներկայացվել որպէս իրական «հաղորդող», իսկ մյուս լրատվամիջոցները հիմնականում ծառայում են որպէս որեւէ այլ տեղում արտադրված եւ որոշված բովանդակության բաշխման ուղիներ: Ավելին, սեփականատերերի քաղաքականությունը կարող է տարբեր լինել սոցիալական խաղաղության եւ կայունության պայմաններում եւ սոցիալական պայքարի պայմաններում, երբ քաղաքական եւ տնտեսական կարգը, որում նրանք օրենքով ամրագրված ունեցվածքային իրավունքներ ունեն, կարող է ապակայունացվել կամ վտանգվել: Սա նրանց պոտենցիալ իշխանություն է տալիս օգտագործելու լրատվամիջոցները, որպէսզի ազդեն հասարակական կարծիքի վրա եւ թույլ չտան, որ ընդհանուր հանդիսականին հասնեն այն տեսակետները, որոնք, իրենց կարծիքով, չեն նպաստում իրենց շահերին

Նշվում է նաեւ, որ ազատականացված կանոնակարգի շրջանակներում լրատվամիջոցների կենտրոնացումը խրախուսող որեւէ հավանական ռազմավարություն, որը նպատակ է հետապնդում երաշխավորել ուլորտի ֆինանսական առողջությունը եւ շուկայում մրցակցելու նրա ունակությունը, հարմար է միայն ավելի մեծ ու ավելի հարուստ շուկաներին, որտեղ լրատվական բովանդակության արտադրության եւ բաշխման համար անհրաժեշտ առկա միջոցների եւ լրատվամիջոցների պլյուրալիստական արտադրանքի համար անհրաժեշտ միջոցների միջեւ եղած հավասարակշռությունը նպաստավոր է պլյուրալիստականին: Ավելի փոքր շուկաները ("փոքր" երկրներ, տարածաշրջաններ, մշակութային կամ լեզվական միավորներ), ինչպես նաեւ նոր կամ կազմավորվող շուկաները, կարող են ի վիճակի չլինել մարսել խոշոր լրատվական խմբավորումները կամ էլ լրատվամիջոցների ամբողջ դիսպագոնը՝ ներառյալ բազմաթիվ մասնագիտացված կամ ավելի փոքր շուկաներին կողմնորոշված միջոցները:

Հեռուստատեսությունում, օրինակ, բոլոր համապատասխան ուսումնասիրությունները պարզել են, որ մինչեւ փոքրամասնությանն ուղղված այլընտրանքային հաղորդումներ պատրաստելը, որպես մարկետինգային եւ բիզնեսի ռազմավարություն, պետք է գործեն առնվազն հինգ-վեց մրցակից ալիքներ: Սակայն համեմատաբար փոքր երկրում, որտեղ հաղորդում պատրաստելու հնարավորությունները չափազանց հետ են մնում բաշխման ալիքների զարգացումից, ալիքների նման առատությունը սովորաբար նշանակում է, որ մեծանում է պատրաստի արտասահմանյան հաղորդումների ներմուծումը եւ ուժեղանում է մրցակցությունը բովանդակության բավականին մեղ սպեկտրում: Այս իմաստով, նոր լրատվական մասնաճյուղերի դեպի շուկա մուտքի խրախուսումը եւ նվազ կենտրոնացումը այն երկրներում, որտեղ չկան բավական ռեսուրսներ, իրականում կարող է նվազեցնել բովանդակության պլյուրալիզմը: Ամեն դեպքում, նման երկրները, օտարերկրյա լրատվական խմբավորումների կամքով, կարող են կախյալ դառնալ մասնագիտացված ալիքներից եւ փոքրամասնությանն ուղղված հաղորդումներից, եթե շուկայի կամ գովազդի տեսանկյունից դա բավականաչափ գրավիչ դառնա այդ խմբավորումների համար:

Այս փաստարկները բավականաչափ համոզիչ են, որպեսզի ստիպեն մի շարք երկրների դիմելու հասարակական ինտերվենցիայի մամուլում (իսկ որոշ դեպքերում՝ նաեւ հեռարձակման համակարգում), որպեսզի սահմանափակեն լրատվամիջոցների կենտրոնացումը եւ նպաստեն մամուլի պլյուրալիզմին Սա ցույց է տրված աղյուսակ 8-ում:

Աղյուսակ 8 Օժանդակող եւ սահմանափակող միջոցներ արեւմտաեվրոպական երկրներում

երկիր	ուղղակի օժանդակություն մամուլին	միաձուլումները վերահսկող կանոններ	երկիր	ուղղակի օժանդակություն մամուլին	միաձուլումները վերահսկող կանոններ
Ավստրիա	այո	ոչ	Լյուքսեմբուրգ	այո	ոչ
Բելգիա	այո	ոչ	Նիդեռլանդներ	այո	ոչ
Դանիա	ոչ	ոչ	Նորվեգիա	այո	ոչ
Ֆինլանդիա	այո	ոչ	Պորտուգալիա	այո	այո
Ֆրանսիա	այո	այո	Իսպանիա	ոչ	այո
Գերմանիա	ոչ	այո	Շվեդիա	այո	ոչ
Գունաստան	ոչ	ոչ	Շվեյցարիա	ոչ	այո
Իռլանդիա	ոչ	այո			

1. առավելություններ. օժանդակության ծրագրեր, որոնք նախատեսում են վճարի եւ այլ արտոնություններ պետական կամ պետության կողմից վերահսկվող կառույցների ծառայությունների համար (նվազեցված ԱԱՀ, պետական երկաթուղում կամ ավիաընկերություններում լրագրողների անվճար կամ արտոնյալ գներով սպասարկում, պետության կողմից վերահսկվող կառույցների ծառայությունների համար (նվազեցված ԱԱՀ, պետական երկաթուղում կամ ավիաընկերություններում լրագրողների անվճար կամ արտոնյալ գներով սպասարկում),

2. լրավճարներ,

3. կանոնակարգ, որն, օրինակ, ընդգրկում է թերթերի սեփականատիրության վերահսկողություն եւ հակատրեստային օրենքներ:

Աղյուսակ 9-ը ներկայացնում է մամուլի օժանդակության տիպոլոգիան այն երկրներում, որտեղ կիրառվում է մամուլի պլյուրալիզմին օժանդակող հասարակական քաղաքականություն (տես նաև Հավելվածը)

Աղյուսակ 9 Մամուլի օժանդակության տիպերը

Պետական օժանդակություն մամուլին			
Ուղղակի		Անուղղակի	
Ընդհանուր (1)	Կոնկրետ (2)	Ընդհանուր (3)	Կոնկրետ (4)
ուղղակի լրավճարներ (1+2)		եթերում գովազդի սահմանափակումներ (3)	
վարկեր ցածր տոկոսներով (1+2)		թղթի ներմուծման նվազեցված մաքսայի տուրքեր (3)	
պետական գովազդ (1+2)		օժանդակություն թղթի արդյունաբերությանը (3)	
		կրթական օժանդակություն լրագրողներին (3)	
		օժանդակություն լրատվ գործակալություններին (3)	
		արտոնյալ հարկում/հարկազատում (3)	
		գովազդային հարկից ազատում (նվազեցում) (3)	
		հասարակական տրանսպորտի արտոնյալ գներ	
		լրագրողների համար (3)	
		արտոնյալ գներ փոստային ծառայությունների համար (3+4)	
		արտոնյալ գներ երկաթուղային տրանսպորտի համար (3+4)	

Աղբյուր Հոլց-Բաշա, 1994

Ընդհանուր օգնությունն այն օգնությունն է, որը տրվում է թերթին օժանդակության, բայց ոչ միանվագ օգտագործման համար (օրինակ՝ աշխատանքային լրավճարներ) Կոնկրետ օգնությունը ներառում է այն օժանդակությունը, որը կարող է օգտագործվել միայն որեւէ կոնկրետ նպատակով, օրինակ՝ դրամաշնորհի տպագրական անձնակազմի վերապատրաստման համար Անուղղակի օժանդակությունը տրվում է ընդհանրապես լրատվամիջոցների արդյունաբերությանը, եւ ոչ թե որեւէ կոնկրետ թերթի Ուղղակի օժանդակությունը տրվում է ուղղակիորեն որեւէ կոնկրետ թերթի Ընտրողական ինտերվենցիայի դեպքում որեւէ

Լուսինյան մարմին կարող է որոշում կայացնել առավելությունները, լրավճարները եւ կանոնակարգերը կիրառե՞լ, թե՞ ոչ եւ որ թերթերի օկուտմամբ Մանդատային ինտերվենցիայի դեպքում օժանդակություն որսումադրելու կամ օժանդակությունից զրկելու իրավունքը վերաայախ- լած չէ որեւէ վարչական մարմնի կամ պաշտոնյայի, որովհետեւ ինտեր- վենցիան հաստատված է օրենքով:

Ինչպես կարելի է տեսնել, պետական օժանդակությունը մամուլին եխմուականում անուղղակի եւ ընդհանուր բնույթ է կրում, որպեսզի կարե- լի լինի խուսափել կամայական վարչական որոշումներից, թե որ թերթը սխտր է օժանդակություն ստանա. Մակայն մի շարք երկրներում (տես՝ տվելվածը) կան նաեւ ընտրողական լրավճարներ տնտեսապես թույլ թւրթերի համար, այն համոզմունքով, ինչպես Նորվեգիայի դեպքում, որ

«Տնրեսական օժանդակությունը մամուլի այն հարվածներին, ո- յուրք առավել խոցելի են մրցակցության պայմաններում, շուկայական մեխանիզմի անհրաժեշտ մեղմացում է. Որպեսզի ապահովվի մամուլի սուսպիսի կառուցվածք, որը կազմված է տեղական մակարդակում մր- յակցող տարթեր քաղաքական կուսակցությունների "ներկայացնող" թերթերից, քաղաքական մեծամասնությունը որոշել է պահպանել մա- մուլի բազմազան կառուցվածքը՝ որպես հասարակական բարիք, որի համար պարասխանարվությունը չի կարող ամբողջությամբ թողնվել ուկայի վրա» (Մկոզերթո, 1997, 102):

Ըստ այդմ, Նորվեգիայում կան լրավճարների հետեւյալ տիպերը

- արտադրական լրավճարներ, որոնք չափանիշների բարդ համա- կարգ կիրառելով, հանձնաժողովի որոշմամբ շնորհվում են տեղական թւրթերի շուկայի «N 2» թերթերին եւ տեղական փոքր թերթերին,

- լրավճարներ սաամիական թերթերին,

- լրավճարներ «հատուկ հրատարակությունների», որոնք ներկա- յուցնում են սոցիալական կամ քաղաքական խմբեր կամ էլ ծառայում են սրեւէ կոնկրետ նպատակային խմբի,

- լրավճարներ մամուլի գրասենյակների համար,

- լրավճարներ թերթերը ֆիննական մարկով բաշխելու համար,

- լրավճարներ լրատվամիջոցների կիրառական հետազոտություն- ների համար

Աղյուսակ 10 Երկրների դասակարգումն ըստ թերթերի էկոնոմիկայում իրականացված ընդհանուր ինտերվենցիայի միջինացված ցուցանիշների

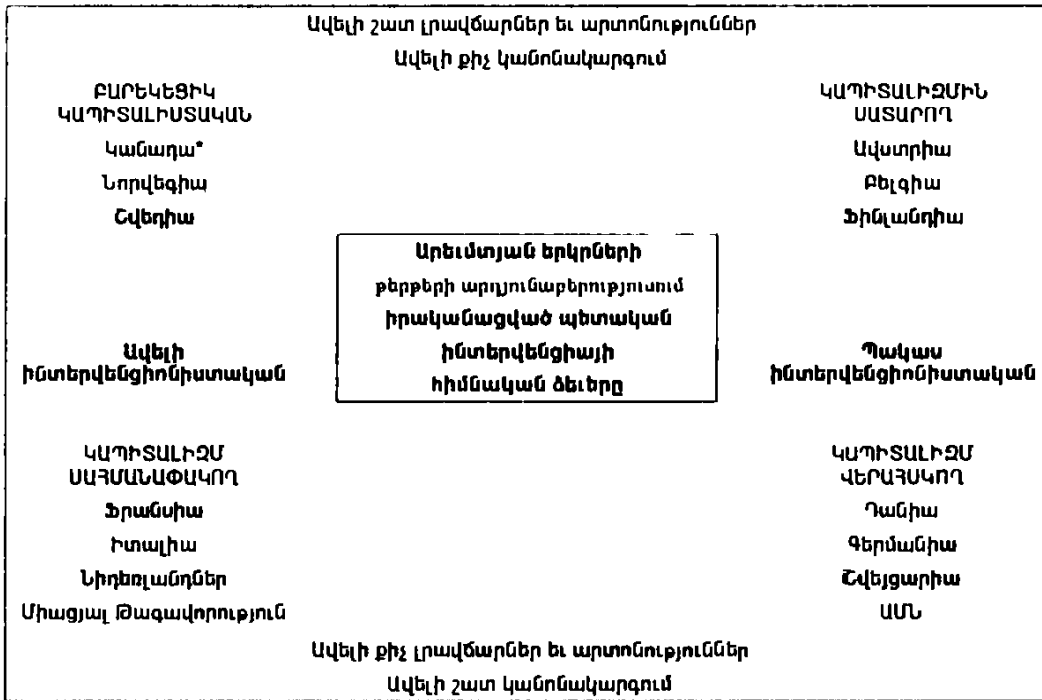
Տեղ	Երկիր	Ցուցանիշ	Տեղ	Երկիր	Ցուցանիշ
1	Շվեդիա	19,2	9	Կանադա	11,0
2	Իտալիա	17,8	10	Ավստրիա	10,8
3	Նիդեռլանդներ	17,8	11	Իսլանդիա	10,2
4	Ֆրանսիա	17,6	12	Մեծ Բրիտանիա	9,6
5	Նորվեգիա	16,6	13	Դանիա	8,8
6	Ֆինլանդիա	14,8	14	ԱՄՆ	8,6
7	Բելգիա	13,4	15	Իռլանդիա	7,4
8	Գերմանիա	11,4	16	Շվեյցարիա	7,0

Աղբյուր՝ Պիկարդ, 1995:

Ցուցանիշները ստացվել են գումարելով տարբեր տեսակի ինտերվենցիաների միջինացված ցուցանիշները (եւ օժանդակության, եւ կենտրոնացման սահմանափակման առումներով): Այս ցուցանիշները կան բոլոր երկրներում: Ինտերվենցիայի յուրաքանչյուր տեսակի համար ընդունվել են 1-ից մինչեւ 3 գործակիցներ՝ կախված նրանից, թե ինչչափով են դրանք սահմանափակել կամ փոփոխել մրցակցային պայմանները կամ արդյունաբերության առկա կառուցվածքը:

Այլուսակ 11-ը ներկայացնում է տարբեր երկրների թերթերի շուկայական իրականացված տնտեսական ինտերվենցիոնիզմի տեսակների լուրջանուր պատկերը.

Այլուսակ 11. Տնտեսական ինտերվենցիոնիզմի տեսակները
 Աղբյուր՝ Պիկարդ, 1995՝



Լրատվամիջոցների էկոնոմիկան եւ նոր տեխնոլոգիաները**

Հեռահաղորդակցությունների, հեռարձակման եւ տեղեկատվական ծառայությունների միավորումը նշանակում է, որ առանձին հստակ շուկաներ կազմելու փոխարեն նրանք բոլորը միասին կազմելու են մեկ ինտեգրացված հաղորդակցությունների շուկա: Նոր տեխնոլոգիաները

* Ամենից ոչ բնորոշը խմբում Նաեւ միտում ունի դեպի սատարող եւ վերահսկող խմբերը
 ** Այս բաժինը մեծապես հենվում է հետեւյալ երկու աշխատանքների վրա
 Կ Պրոասեր, Դ.Ուլբերգ, Ս Վերհուլստ (1996) «Հաղորդակցությունների նոր տեխնոլոգիաների ազդեցությունը լրատվամիջոցների կենտրոնացման եւ պլյուրալիզմի վրա» Ուսումնասիրություն պատրաստված Լրատվամիջոցների կենտրոնացման եւ պլյուրալիզմի գծով փորձագետների հանձնաժողովի պատվերով, Եվրոպայի խորհուրդ, Գլազգո. Գլազգոյի համալսարան, եւ «Ձեկուցագիր լրատվամիջոցների կենտրոնացման եւ պլյուրալիզմի մասին» պատրաստված Լրատվամիջոցների կենտրոնացման եւ պլյուրալիզմի գծով փորձագետների հանձնաժողովի կողմից, Ստրասբուրգ Եվրոպայի խորհուրդ, 20 հունվարի 1997 թիվ

կարելի է սահմանել որպես «թվանշային հաղորդակցման ուղիներ, որոնց միջոցով տեքստը, գրաֆիկան, շարժանկարները եւ ձայնը ներկայացվում են մեկ փաթեթով եւ որոնք ունեն արտադրության, հաղորդման, ընդունման եւ պահեստավորման բազմապիսի եղանակներ» Սա նշանակում է, որ նոր տեղեկատվական եւ հաղորդակցման տեխնոլոգիաների զարգացումը կհանգեցնի լրատվամիջոցների էկոնոմիկայի հիմնավորապես նոր փուլի, կտանի դեպի, ինչպես Վինսենթ Մոսքոն է ձեռնկերպել, «ըստ միավորի վճարող հասարակության» ստեղծումը.

«Մենք տեսնում ենք ըստ միավորի վճարող հասարակության ապացույցները մեր շրջապատում Կա ըստ զանգի վճարում հեռախոսակապում, ըստ դիրման վճարում հեռուստատեսությունում, ըստ բիթի կամ նյութի էկրանային էջի վճարում տեղեկատվական բիզնեսում Գովազդարությունները գովազդ տեղադրելիս խոսում են ըստ ընթերցողի, ըստ դիրտողի կամ ըստ անջի վճարման մասին: Համակարգչային խմբագիրները գիրեն ըստ սրեղնաշարային նշանի վճարման մասին եւ այլն: Այս գործընթացի էությունը հետեւյալն է նոր տեխնոլոգիաները հնարավորություն են տալիս չափել եւ վերահսկել մեր էլեկտրոնային հաղորդակցական եւ տեղեկատվական գործունեության ավելի ու ավելի մեծ մասը: Բիզնեսը եւ կառավարությունը դիրում են այս ներուժը որպես շահույթի մեծացման եւ վերահսկման ուժեղացման կարեւոր միջոց: Սրա արդյունքն ըստ միավորի վճարող հասարակությունն է» (Մոսքոն, 1988, 4-5):

Բիզնեսը, շարունակում է Մոսքոն, մեծ սպասելիքներ ունի ըստ միավորի վճարող հասարակությունում: Այն շահույթ է ստանում պարզապես տեղեկությունները վաճառքի ապրանք դարձնելով: Նոր տեխնոլոգիաները խորացնում եւ ընդլայնում են տեղեկությունները վաճառելու հնարավորությունները՝ հաղթահարելով տարածության եւ ժամանակի կողմից դրված տեղեկություններն ապրանքային տեսքով փաթեթավորելու եւ վերափաթեթավորելու սահմանափակումները Թերթի հողվածը կարելի է վերափաթեթավորել մի շարք ապրանքային տեսքերով ներառյալ ռադիոն, հեռուստատեսությունը, կաբելային հեռուստատեսությունը, հեռատեքստը, ամսագրերը, համակարգչային տվյալների բազաները, ուսուցողական «դասընթացները» եւ այլն, եւ յուրաքանչյուր փաթեթ բերում է իր սեփական շահույթը ըստ էության միեւնույն բովանդակության համար Հետեւաբար, զարմանալի չէ, որ «Թայմ»-ի, Inc.-ի կամ ABC-ի նման ընկերությունները կուզենային մասնակցել այս բիզնեսին Դա հնարավորություն է մի քանի անգամ վճար ստանալ միեւնույն նյութի համար Նույն ձեռքով, տեղեկությունները մարդկանց վարկային գնումների, արձակուրդային նախասիրությունների, հասարակության

... բաղադրականության վերաբերյալ կարծիքների մասին կարելի է փա-
րակավորել եւ մի քանի անգամ վաճառել. Եվ, նորից, զարմանալի չէ, որ
... սի կամ American Express-ի նման ընկերությունները կուզենային
... ստանակցություն ունենալ բիզնեսի այս ճյուղերում. Մյուս կողմից, եթե
... սիլի շատ տեղեկություն է վաճառվում բառ առ բառ, կամ բիթ առ բիթ,
... եւ ոռաջարկվում է միայն այս ձեռով, ապա ավելի ու ավելի շատ տեղե-
կություն եւ լրատվական բովանդակություն պետք է գնվի աճող ֆինան-
... սական բեռ դառնալով տեղեկատվություն սպառողների եւ լրատվական
... հանդիսականի վրա:

Այս նոր տեխնոլոգիաների ստեղծած բիզնես հնարավորություննե-
... րը, ինչպես նաեւ այնպիսի դիրքերի կարելիությունը, որոնք հնարավո-
... րություն կտան՝ համապատասխան բնագավառներում կամ ապագա
... հնարավոր զարգացումներում մասնակցություն բերելով, օգտվելու սի-
... ներգիաներից, դրդում են շատ ընկերությունների արդեն այսօր ամ-
... բուսակնդվել նոր հաղորդակցման ծառայություններում: Ստեղծվում են
... սիավորումներ միջուղորտային ծառայություններ մատուցելու կամ միջո-
... րորտային ենթակառուցվածք ապահովելու նպատակով, հեռարձակման
... եւ հեռահաղորդակցման սեկտորում տարբեր ծառայություններ մատու-
... ցողների խաչասեփականությամբ միավորումներ, ինչպես նաեւ ռազ-
... մավարական միավորումներ տարբեր ոլորտների առաջատարների մի-
... ջեւ: Այսպիսի միավորումներ են տեղի ունենում հաղորդակցման սար-
... բավորումների եւ համակարգչային սարքավորումների ընկերություննե-
... րի միջեւ, սպառման էլեկտրոնիկայի ընկերությունների եւ բովանդակու-
... րություն ստեղծողների միջեւ, հեռահաղորդակցման ընկերությունների եւ
... կոսպեյլային հեռուստատեսային ընկերությունների միջեւ. Եվ լրատվա-
... կյան կոնգլոմերատները, որոնք առաջանում են բազմալրատվական ար-
... ւյունաբերությունների միավորումից, սկսում են ավելի ու ավելի մեծ դեր
... խաղալ:

Սա, իհարկե, նախ եւ առաջ վերաբերում է հեռուստատեսության ո-
... րրտին, որտեղ Եվրոպայի բոլոր խոշորագույն օպերատորները հայ-
... տարարել են, որ սկսում են թվանշային հեռարձակման ծառայություն-
... ները կամ փնջային հաղորդումները (ինչպես, օրինակ, Canal+-ը եւ TPS
... ընկերության շուրջը համախմբված տարբեր օպերատորները Ֆրան-
... սիայում, Kirch եւ Bertelsmann խմբերը Գերմանիայում, Telepiu-ն եւ Cec-
... clo Group-ը Իտալիայում, CLT Group-ը Լյուքսեմբուրգում, Nethold
... Group-ը Նիդերլանդներում եւ B-SkyB-ն եւ BBC-ն Միացյալ Թագավո-
... րությունում) Այս ֆոնի վրա արժե ընդգծել, թե որքան են այս օպերա-
... տորները կարելիություն դեպի նոր հեռուստատեսային ծառայությունները
... ուտք ապահովող տեխնիկական համակարգերի վրա վերահսկողու-

թյուն ձեռք բերելը, եւ այն իշխանության պայքարը, որ սկսվել է նրանց միջեւ շուկային իրենց համակարգը պարտադրելու համար, որի օրինակը Գերմանիայում թվային դեկոդերների բնագավառում Multimediale Betriebsgesellschaft (MMBG) կոնսորցիումի ստեղծումն է, ինչպես նաեւ բախումը Kirch եւ Bertelsmann խմբերի միջեւ:

Սակայն սա հավասարապես վերաբերում է նաեւ մամուլի ոլորտին՝ որտեղ մի քանի հրատարակչական խմբեր՝ միայնակ կամ ուրիշ գործընկերների հետ համագործակցության համաձայնագրերով զիջված, վճռականորեն մուտք են գործել նոր բնագավառներ, ինչպես օրինակ «օնլայն» տեղեկատվական ծառայությունները: Այլ օրինակներ են միությունը Bertelsmann եւ America Online ընկերությունների միջեւ, համագործակցությունը Burda Group-ի եւ AT&T-ի միջեւ՝ Europe Online ընկերությունը ստեղծելու նպատակով կամ էլ դեպի Ինտերնետ պլատֆորմի մշակումը ֆրանսիական Lagardere խմբի կողմից: Այլ բնագավառներն են համակարգչային ծրագրերը եւ CD-ROM հրատարակչությունը (օրինակ, այս բնագավառներն են տեղափոխել իրենց գործունեությունը հոլանդական VNU եւ Wolters Kluwer հրատարակչական խմբերը):

Նման ուշադրություն կարելի է նկատել մի շարք կաբելային օպերատորների կողմից: Օրինակներից են համաձայնագիրը Nynex, TeleWest եւ Bell Cablemedia ընկերությունների միջեւ Միացյալ Թագավորությունում՝ ինտերակտիվ եւ բազմալրատվական ծառայությունները զարգացնելու նպատակով, կամ էլ «օնլայն» ծառայությունների ձեռնարկումը Lyonnaise Communications ընկերության կողմից Ֆրանսիայում:

Վերոհիշյալ կոալիցիաները անցել են այն պայմանական բաժանման սահմանները, որ գոյություն ունեին հաղորդակցությունների աշխարհում տարբեր մասնագիտությունների միջեւ (հեռարձակում, կաբելային հաղորդակցում, հեռահաղորդակցում, տվյալների մշակում)՝ զգալի չափով հաղորդակցման համակարգերի միավորման պատճառով: Միավորումները մինչ այդ իրար հետ կապ չունեցած ոլորտների գործընկերների միջեւ միտում, որ նկատելի էր դեռ մինչեւ 1994 թիվը, այդ ժամանակից բազմապատկվել են ինչպես Եվրոպայում, այնպես էլ նրա սահմաններից դուրս: Միացյալ Նահանգների պարագայում կարելի է, օրինակ, նշել American Communications ընկերության օպերատոր MCI-ի եւ News Corporation Group-ի միավորումը, NBC-ի գործակցությունը Microsoft-ի հետ կամ էլ Disney Group ընկերության կնքած համաձայնագիրը BellSouth, SBC Communications եւ Ameritech Corp. տարածքային հեռախոսային օպերատորներների հետ: Եվրոպական քատերաբենում նույն կարգի օրինակներից են German telecommunications ընկերության օպերատոր Deutsche Telekom AG ընկերության մասնակցությունը ներկայումս Գերմանիայում ծավալվող այն ծրագրերին, որոնք ուղղ-

... Եւ րվանշային հեռուստատեսության եւ «Օնլայն» ծառայությունների զարգացմանը, կամ էլ France Telecom եւ US West ընկերությունների այլուստը բազմալրատվական բնագավառում: Բնագավառի այլ զարգացումները ցույց են տրված աղյուսակներ 12-ում եւ 13-ում

Աղյուսակ 12 Եվրոպայի խոշորագույն ընկերությունները, որոնք ակտիվորեն մասնակցում են նոր հաղորդակցական ծառայությունների զարգացմանը

Երկիր	Օպերատոր
Բելգիա	Belgacom (T), France Telecom (T)
Ֆինլանդիա	Telekom Finland (T), Nokia Oy, Yleisradio Oy Sanoma Corporation, Aamulehti Group
Ֆրանսիա	France Telecom (T), Havas, Canal+, Hachette
Գերմանիա	Deutsche Telekom AG (T), Bertelsmann, Deutsche Bahn AG Mannesmann, Thyssen AG, Veba, RWE, Viag
Իտալիա	Stet (T), Telepiu
Նիդերլանդներ	Philips, Nethold, VNU
Նորվեգիա	Telenor (T), NetCom GSM A/S
Իսպանիա	Telefonica (T), Retevision, Alritel Hispasat
Շվեդիա	Telia (T), Sveriges Television/Sveriges Radio Kinnevik, Bonnier
Շվեյցարիա	Telecom PTT (T), SSR, Rediffusion Pay TV SA
Միացյալ Թագավորություն	British Telecom (T), News International Pearson, Reed Elsevier, BBC, Reuters

(T) = Հեռահաղորդակցման օպերատոր

Աղյուսակ 13 Նոր հաղորդակցական ծառայությունների բնագավառում 1995 թվին հիմնադրված ընկերակցություններ

<p>Բազմալրատվական/ինտերակտիվ ծառայություններ</p>	<p>NBC/Microsoft (ԱՄՆ) ինտերակտիվ հեռուստատեսություն, բազմալրատվական ծառայություններ Microsoft/Dreamworks (ԱՄՆ) ինտերակտիվ ծրագրեր Hitachi (Ճապոնիա)/Oracle (ԱՄՆ) ինտերակտիվ հեռուստատեսություն Intel/Oracle/Sequent Computer Systems (ԱՄՆ) նյութեր եւ ծրագրեր ինտերակտիվ բազմալրատվության համար NTT/Sony/Sega/Yamaha/Victor (Ճապոնիա) ինտերակտիվ ծառայություններ Nynex/TeleWest/Bell Cablemedia (ԱՄՆ) ինտերակտիվ հեռուստատեսություն France Telecom (Ֆրանսիա)/US West (ԱՄՆ) բազմալրատվական սերվերներ Sega/CSK (Ճապոնիա) ինտերակտիվ ծրագրավորում NTT Ճապոնիա/Sony(Ճապոնիա)/AT&T(ԱՄՆ) բազմալրատվական ծառայություններ</p>
<p>Տեսանյութ ըստ պահանջի</p>	<p>Sony (Ճապոնիա)/Microsoft (ԱՄՆ). ընդունող տերմինալ Disney/Bell South/SBC Comms/Ameritech/GTE (ԱՄՆ) տեսանյութ ըստ պահանջի Sun Microsystems (ԱՄՆ)/Toshiba (Ճապոնիա) տեսանյութ ըստ պահանջի եւ լուրեր ըստ պահանջի</p>
<p>Օնլայն ծառայություններ</p>	<p>Burda (Գերմանիա)/AT&T (ԱՄՆ) Bertelsmann (Գերմանիա)/Deutsche Telekom (Գերմանիա)/Vebacom (Գերմանիա)/America Online (ԱՄՆ) Sega/Fujitsu (Ճապոնիա) MCI (ԱՄՆ)/News Corp (Ավստրալիա) NBC/Microsoft (ԱՄՆ)</p>
<p>Տվյալների բազաներ</p>	<p>Sony (Ճապոնիա)/Oracle (ԱՄՆ) արտադրանք տվյալների բազաների համար</p>

Հաղորդակցությունների այս նոր շուկայում կարելի է տարբերակել երեք սպառողական շուկաներ.

- ծառայություններ բնակչությանը վճարովի հեռուստատեսություն, տեսանյութ ըստ պահանջի եւ ինտերակտիվ հեռուստատեսություն, տեսախաղեր, էլեկտրոնային գնումներ, տնային բանկային գործ կամ անձնական ֆինանսներ, բնակարանային ազդանշանային համակարգեր, վիրտուալ իրականություն եւ այլն,

- բիզնես ծառայություններ տվյալների էլեկտրոնային փոխանակում եւ էլեկտրոնային հաղորդագրություններ, տեսա- եւ համակարգչային կոնֆերանսների կազմակերպում, կորպորատիվ ուսուցում, բազմալրատվական տվյալների բազաներ, ցանցերի ստեղծում, ինտերնետ, էլեկտրոնային առեսուր եւ այլն,

հասարակական ծառայություններ «օնլայն» կառավարում, հեռուստատեսային կրթություն, թվային գրադարաններ, բժշկական գրանցման քարտերի հաղորդում եւ համակարգչավորում, հեռուստատեսային բժշկություն, վիրտուալ թանգարաններ եւ այլն

Ըստ այդ կլինեն նաեւ միջշուկայական ծառայություններ. «օնլայն» ծառայություններ (էլեկտրոնային օրագրեր, թերթեր, տեղեկատվություն, լուրերի եւ եղանակի տեսություններ, միջոցառումների մասին տեղեկություններ, ճանապարհորդական չվացուցակներ, էլեկտրոնային փոստ եւ այլն), կաքելային հեռախոս, ֆոտո-CD, CD-ROM, տեսափոստ, համաշխարհային համակարգչային ցանց (WWW)

Կիրառումները հիմնականում կլինեն անձնական բնույթի, եւ սպառողական միավորը կլինի ավելի շուտ անձը, քան թե ընտանիքը, դպրոցը կամ օրգանիզացիան:

Ինչպես երեւում է վերոհիշյալից «օնլայն» ծառայություններն առավելելու են հինգ կարգի ծառայություններ հաղորդակցություններ, գործարքներ, տեղեկատվության ստացում, գվարձալիքներ, կրթություն:

Ծառայությունների ենթակառուցվածքն իրենից կներկայացնի եռափուլ մոդել՝ կիրառումներ, հիմնական ծառայություններ եւ կրող ծառայություններ: Հիմնական ծառայությունները գերազանց օժանդակություն կլինեն համամետ կիրառումների համար կրող ցանցերի թափանցիկ միջգործունակության շնորհիվ Գրանք ներառում են էլեկտրոնային փոստի սարքավորումները, մուտք դեպի տեղեկատվություն, նավագնացության համակարգեր, պայմանական մուտքի համակարգեր եւ հաշիվների համակարգ: Այս ծառայությունները կգերիշխեն դեպի տեղեկությունները վճարովի մուտքի ասպարեզում. Եթե դրանք վերահսկվեն մատակարարների փոքր խմբի կողմից, ապա վերջիններս կարող են ստեղծել "դարպասային մոնոպոլիաներ" եւ հսկայական ազդեցություն ունենալ սպառողներին մատչելի ընտրությունների հնարավոր շրջանակների եւ այդ ընտրությունների գների վրա.

Որպեսզի ժամանակակից տեղեկատվության եւ գվարձալիքների համակարգերը զարգանան, պետք է առկա լինի հարմար բազմալրատվական առաքման մի կառույց: Գոյություն կունենան առնվազն հինգ տեսակներ՝ ըստ նոր արժեքների շղթայի.

- բովանդակության մատակարարներ, որոնք կարտադրեն եւ կտիրեն բազմալրատվական տեղեկատվությանը եւ լրատվական բովանդակությանը ընդգրկելով ինչպես անհատ ստեղծագործողների, այնպես էլ օտարոզ ընկերությունների (հեռուստատեսային պրոդյուսերներ, երաժշտական ընկերություններ, լուրերի ծառայություններ եւ այլն),

- բովանդակություն եւ ծառայություններ արտադրողներ/փաթեթավորողներ (տվյալների բազաներ կազմողներ, հրատարակիչներ, հեռարձակողներ, ձայնագրող ընկերություններ եւ այլն),

- ցանցեր կառուցողներ, որոնք զարգացնում են ինտեգրացված լայնածավալ հաղորդակցությունների ենթակառուցվածքը,

- ցանցային օպերատորներ կամ ծառայությունների մատակարարներ, որոնք ղեկավարում են ցանցերի գործունեությունը եւ նոր հաղորդակցական ծառայություններ են մատակարարում՝ տեղեկատվություն եւ զվարճալիքային բովանդակություն հաղորդելով: Մրանք կբաժանվեն ազգային եւ տեղական բաշխիչների (վերջիններս այն ցանցերն են, որոնք շահագործվում են տեղական հեռախոսակայանների, կաբելային հեռուստահամակարգերի, անլար համակարգերի, տեղական հեռարձակողների կողմից): Մրանց մի մասը կարող է վերահսկել իրենց սեփական դարպասները կամ վերահսկման համակարգերը: Մյուսները կարող են հավաքել վճարումները եւ զբաղվել կապուղային համակարգերով,

- մուտքի միջոցների կամ սարքավորումների մատակարարներ, որոնք կառաքեն սպառողական էլեկտրոնային սարքավորումներ (անհատական համակարգիչներ՝ ԱՀ-ներ, ԱՀ-հեռուստացույցներ, համակցված սարքավորումներ եւ այլն), կիրառական ծրագրեր (ընտրություն, ստացում, դիտում, թերթում, հաշվագրում եւ այլն՝ տեղեկատվական եւ զվարճալի ծրագրերում):

Այս զարգացումների ազդեցությունը շատ մեծ կլինի եւ կընդգրկի հետեւյալը

- արժեքների շղթայի ամբողջ ոլորտների վերացում, օրինակ՝ հրատարակությունների էլեկտրոնային առաքումը կվերացնի մանրածախ կետերի եւ ներկայումս ամսագրերի եւ թերթերի բաշխումն իրականացնող բեռնատարների բանակի անհրաժեշտությունը: Եթե ավելի խորանանք, ապա այս գործընթացը առաջ կբերի ապամիջնորդացում (տեղեկատվություն եւ բովանդակություն մատակարարողների եւ ստացողների միջեւ միջնորդների, ինչպես նաեւ շուկայում միջին չափի ընկերությունների վերացում) եւ դրանով էվոլյուցիա դեպի երկնյուղ լրատվական սեկտոր, որը հիմնականում կազմված կլինի խոշոր (շատ դեպքերում՝ միջազգային) ընկերություններից եւ փոքր կազմակերպություններից Սա, ի վերջո, կարող է ստեղծել մի իրավիճակ, որտեղ ավելի ու ավելի դժվար կլինի պահպանել համեմատելի չափերի եւ ազդեցության

խորհրավար լրատվամիջոցների մեծ թվի գոյությունը, որն ավանդաբար հասնարվել է լրատվամիջոցների բազմակարծության անհրաժեշտ նախադասմանը Ապամիջոցորդացումը սահմանափակելով խմբագիրների և լրագրողների դերը դեպի հասարակություն տեղեկատվական հոսքի օլիգորոդավորման, դարպաս պահողի ֆունկցիայի իրականացման և իրավաբանությունների համար վերլուծություն միջավայր և մեկնաբանությունն ապահովելու գործում, կփոխանցի այս գործունեության զգալի մասն անհատների՝ խրախուսելով նրանց հանձն առնել դրա իրականացումը, և մի կերպ՝ առանց անհրաժեշտ կրթության և պատրաստություն, իրականացնելով այդ գործունեության որոշ տեսակներ,

- նախկինում առանձին շուկաների միավորումը, օրինակ տպագրության և հեռարձակման,

- նոր բիզնես հնարավորությունների ստեղծում:

Ավանդական լրատվամիջոցներում ոլորտի տարբեր մասերի միջև ուժեղացած ուղղահայաց ինտեգրացիան ենթադրում է ուժեղ կապեր, մի կողմից՝ հեռարձակողների և բովանդակություն ստեղծողների ու արտադրողների միջև (վերընթաց գնումների պայմանագիր), ապա՝ արտադրողների և հեռարձակողների և բաշխողների միջև (վարընթաց պայմանագրեր): «Օնլայն» ծառայություններում ինտեգրացիայի այս տեսակը ենթադրում է պայմանագրեր բովանդակության և ծառայությունների մատակարարների և ցանց կառուցողների միջև: Լրատվամիջոցների խաչասեփականության ավելի ավանդական ձևերի հետ միասին, բազմալրատվության կենտրոնացման բոլոր այս ձևերը կարող են ունենալ տարբեր հետեւանքներ: Մյուս կողմից, դրանք կարող են առաջացնել մասշտաբային տնտեսումներ և հիմք ստեղծել ծախսերը նվազագույնի հասցնելու համար: Սակայն շուկայում գերակայության աճի հետ այս գործընթացը կարող է անարդար մրցակցային առավելությունների տեղիք տալ (փակելով ուրիշների մուտքը շուկա, թույլատրելով խաչաֆինանսավորում կամ պարտադրելով պայմանագրային կապեր, օրինակ՝ պարտադրելով հաճախորդներին անցանկալի ծառայություններ):

Ավելին, լրատվամիջոցների կենտրոնացումը կարող է, նոր և օրիգինալ ստեղծագործությունները խրախուսելու փոխարեն, նախապատվությունը տալ արդեն առկա նյութերի վերամշակմանը: Օրինակ՝ նոր լրատվամիջոցները մասամբ զարգացվել են նաև ֆիլմադարաններում և հեռուստադարաններում կուտակված նյութի հսկայական ծավալները օգտագործելու համար.

«Կարելային եւ արքանյակային հեռուստատեսությունները հարկապես կարող են կիրառում գրեթե որոշ հաղորդումների համար, որոնք արտասովոր է ժան լինելու հսկայական առավելությունն ունեն . Այսպիսով երկարացվում է այս հաղորդումների՝ դրամ վստահելու կյանքը. սա գրավում է կինո եւ հեռուստաընկերություններին, իսկ նոր ալիքներին ժամանակը լցնելու պատրաստի նյութ է տալիս. . Այդ պարճառով են կինոալիքներն այդքան տարածված կարելային հեռուստատեսությունում, մարզական ալիքները, որոնք առաջարկում են որոշ ուղիղ հաղորդումներ՝ հիմնական շեշտը դնելով արխիվային նյութերի վրա, նույպես ժողովրդականություն են վայելում, նոր ալիքների եթերաժամում մեծ տեղ է հատկացվում 1950-ականների եւ 1960-ականների առավել հաջող հեռուստատեսիալների վերացուցադրումներին» (Վերստեր, Ռոբինս, 1986, 285)

ԳՆՈՐԱՎԱԳՈՒՄԸ ԵՒ ԼՐԱՏՎԱՄԻՋՈՑՆԵՐԻ ԷԿՈՆՈՄԻԿԱՆ

Լրատվամիջոցների կենտրոնացումը ոչ միայն ազգային, այլ նաեւ միջազգային երեւոյթ է: Եվրոպան այս բնագավառում ներկայումս շատ զարգացումներ է տեսնում:

Գրավոր մամուլի ոլորտում, երկրների մեծ մասի ազգային օրաթերթերի շուկայում շարունակում են գերիշխել տվյալ երկրի փայատերերից կազմված ընկերությունները: Արտասահմանյան կապիտալի առավել կամ պակաս լայնամասշտաբ ներկայությունն արժանի է հիշատակման երկու տիպի երկրներում.

- Կենտրոնական եւ Արեւելյան Եվրոպայի երկրներ. օրինակներն ընդգրկում են շվեդական Bonniers խումբը, գերմանական JMG Ost Presse Holding ընկերությունը եւ ամերիկյան Cox Enterprise խմբի մասնաճյուղին պատկանող ներդրումները լեհական ազգային օրաթերթերի հրատարակչությունների կապիտալում կամ էլ գերմանական եւ ավստրիական բաժնետերերի ներկայությունը Սլովակիայի խոշորագույն օրաթերթերի՝ Novy cas-ի հրատարակչի կապիտալում,

- Արեւմտյան Եվրոպայի այն "փոքր" երկրները, որտեղ կիրառվում է որեւէ "մեծ" եվրոպական երկրում նույնպէս կիրառվող լեզուն: Օրինակ՝ ֆրանսախոս համայնքը Բելգիայում, որտեղ օրաթերթերի երեք խոշորագույն հրատարակիչներից երկուսի Rossel & Co. եւ IPM ընկերությունների կապիտալներում կան ֆրանսիական ներդրումներ:

Արտասահմանյան կապիտալը կազմում է որոշ երկրների ամսագրերի շուկայի մի զգալի մասը, հատկապես Կենտրոնական եւ Արեւելյան Եվրոպայի երկրների (ինչպես Լեհաստանը եւ ավելի քիչ Սլովակիան), սակայն նաեւ այլ եվրոպական երկրներում (օրինակ VNU խմբի գերիշխանությունը Բելգիայի ֆրանսախոս համայնքում, դանիական Allers եւ Egmont խմբերը Շվեդիայի ընտանեկան ամսագրերի շուկայում կամ էլ շվեյցարական Edipresse խմբի շահերը պորտուգալական շուկայում «Publicacoes Projornal» ընկերության միջոցով): Այս երեւոյթը երբեմն տեղի է ունենում նաեւ «ավելի խոշոր» երկրներում (ինչպես գերմանական Gruner & Jahr ընկերության եւ քրիտանական EMAP խմբի գերակայող ներկայությունը Ֆրանսիայի մասնագիտացված ամսագրերի շուկայում):

Չնայած շատ երկրների ռադիոյի ոլորտում շարունակում են գերիշխել ազգային օպերատորները (Էստոնիա, Հունաստան, Իսլանդիա, Նորվեգիա, Իսպանիա, Թուրքիա), որոշ այլ երկրներում օտարերկրյա օպերատորներն ավել կամ պակաս զգալի բաժին ունեն ազգային եւ (կամ) տեղական մակարդակներում: Օրինակներն ընդգրկում են NRJ ֆրանսիական ռադիոխմբի ներկայությունը Բելգիայի ֆրանսիական համայնքում, Ֆինլանդիայում, Գերմանիայում եւ Շվեդիայում՝ «RBS Broadcasting AB» ընկերության միջոցով; CLT խմբի ներկայությունը Բելգիայի ֆրանսիական համայնքում, Ֆրանսիայում, Գերմանիայում եւ Միացյալ Թագավորությունում, շվեդական Kinnevik խմբի ներկայությունը Ֆինլանդիայում եւ Նորվեգիայում եւ ամերիկյան SBS ընկերության ներկայությունը Դանիայում եւ Ֆինլանդիայում:

1994 թվականից սկսած տեղի են ունեցել տարբեր իրադարձություններ, որոնք մատնանշում են կաբելային օպերատորների գործունեության միջազգայնացման աճը: Սա հաստատվում է ամերիկյան ընկերությունների (ինչպես կաբելային օպերատորների, այնպես էլ հեռուստահաղորդակցման օպերատորների) հետաքրքրությամբ եվրոպական կաբելային շուկայի նկատմամբ: Այս առումով հատուկ պետք է նշել US West ընկերության 1995 թվականին ցուցաբերած բազմաթիվ նախաձեռնությունները (ի հավելումն վերոհիշյալ գործառնությունների՝ US West-ը ձեռք է բերել Կենտրոնական եւ Արեւելյան Եվրոպայի խոշորագույն կաբելային ընկերության՝ Kabel Plus-ի բաժնետոմսերի մի մասը): Նույն ոգով կարելի է խոսել որոշ եվրոպական օպերատորների գործունեության աճող միջազգայնացման մասին (վկայությունը KPN Kabel ընկերության ծավալումն է ինչպես Միացյալ Թագավորությունում, այնպես էլ Իրանսիայում):

Եվրոպական լրատվամիջոցների կենտրոնացման գործընթացները յուրալիզացիայի ավելի մեծ գործընթացի մի տարրն են.

«Հաղորդակցությունների արդյունաբերության գլոբալացումը, որը գլխավորում են ամերիկյան եւ ճապոնական կոնգլոմերատները, նպաստում է համաշխարհային փարադրամային շուկաների ապակարգավորմանը Եվրոպան արդեն ամերիկյան ծրագրերի եւ ճապոնական սարքավորումների խոշորագույն գնորդ է, սակայն այս երկու բնագավառներում էլ այն զգալի արտադրական ներուժ ունի: Այնպես որ եվրոպական հաղորդակցությունների շուկայում Կեդ գրած հուզումների մեծ մասը բա ցարվում են եվրոպական եւ այլ կոնգլոմերատների ռազմավարական խուսանավումներով՝ ուղղված համաշխարհային շուկայում իրենց դիրքերի ամրապնդմանն ու բարելավմանը: Գլոբալացման երեւույթը առաջ է բերել հաղորդակցությունների արդյունաբերության չափի եւ կարեւորության անդառնալի ան» (Վեյնուր, Լամիզեպ, 1996, 17):

Իբրեւ հետեւանք Եվրոպան ի վիճակի է եղել կազմավորել մի շարք խոշոր լրատվական կոնգլոմերատներ: Աղյուսակ 14-ում տրված են տասը առաջատար կոնգլոմերատները.

Աղյուսակ 14. Եվրոպայի տասը առաջատար լրատվական ընկերությունները (դասակարգված ըստ լրատվական շրջանառության)

Ընկերություն	Երկիր	Լրատվական շրջանառություն (\$ միլիարդ)
Bertelsmann	Գերմանիա	7,9
Havas	Ֆրանսիա	7,3
ARD	Գերմանիա	5,4
Reed-Elsevier	Մեծ Բրիտանիա-Նիդերլանդներ	4,2
BBC	Մեծ Բրիտանիա	3,6
Fininvest	Իտալիա	3,5
Matra Hachette	Ֆրանսիա	3,5
RAI	Իտալիա	2,9
CLT	Լյուքսեմբուրգ	2,6
Axel Springer	Գերմանիա	2,4

Աղբյուր Մունիեր, 1997

Ի լրումն միջազգային էքսպանսիայի վերոհիշյալ այլ պատճառների լրվում է, թե իրենց միջազգային գործունեությունն իրականացնելիս ընկերությունները երբեմն նախապատվությունը տալիս են ոչ թե կենտրոնացմանը, այլ տարաբաշխմանը: Կենտրոնացումը ենթադրում է ամբողջ արտադրական գործունեության տեղաբաշխում երկրի ներսում եւ պատրաստի արտադրանքի արտահանում արտասահման. Տարաբաշխումը նշանակում է արտադրական եւ բաշխման գործունեության տեղաբաշխում տարբեր երկրներում, որպեսզի հնարավոր լինի օգտվել տարբեր մրցակցային գործոններից (ինչպես, օրինակ, ավելի էժան աշխատուժը) կամ առանձնահատկություններից (մշակութային տարբերություններ), որոնք ազդում են ընկերության գործունեության հաջողության վրա: Լրատվամիջոցների արտադրության համար տարաբաշխումային ռազմավարությունը, բնականաբար, նպաստավոր է, քանի որ այն օգնում է հաղթահարել հյուրընկալող երկրի լեզվական, մշակութային եւ ինստիտուցիոնալ արգելքները՝ հարմարեցնելով լրատվական արտադրանքը տեղական պահանջներին (տես՝ Կարվետ, 1992): Մյուս հիմնարար սկզբունքը, որը մեծապես պայմանավորում է լրատվական կոնգլոմերատների գործունեությունն ինչպես ազգային, այնպես էլ միջազգային մակարդակներում, ձգտումն է դեպի սիներգիա, այսինքն «ընկերության մասերի այնպիսի համակարգում, երբ ամբողջի տվածը, փաստորեն, ավելի մեծ է լինում, քան նրա մասերի արդյունքների գումարը, երբ դրանք աշխատում են իրարից անկախ, առանց իրար օգնելու» (Թուրոու, 1992, 683): Time Magazines Inc, ընկերության աշխատակցի խոսքերով՝ ընկերությունը որոշել էր միաձուլվել Warner Communications ընկերության հետ՝ Time Warner ընկերությունը կազմելու համար, հետեւյալ պատճառներով.

«Լրատվական ընկերությունը, որը մրտադրություն ուներ հաջողության մրցակցել [միջազգային] միջավայրում ... պետք է առաջարկեր այնպիսի արտադրանքներ եւ սիներգիաներ, որն ի գործ էր միայն խոշոր, բազմակողմանի կազմակերպությանը: Այն պետք է ի վիճակի լիներ փոխադրել իր արտադրանքը կազմավորվող համաշխարհային շուկայով մեկ եւ ամուրիիզացնել սեփական ծախսերը հնարավորին չափ մեծաթիվ բաշխման ցանցերի միջոցով: Գովազդատուները պահանջելու էին ավելի մեծ արագություն, արձագանք, ձկունություն եւ համարեղ թիմային աշխատանք . . Մենք կարծում էինք, որ ժամանակի ընթացքում աշխարհը կկարողանա պայմաններ ապահովել, թերեւս, կես տասնյակ գլոբալ ընկերությունների գործունեության համար: Եվ մենք մրտադիր էինք լինել դրանցից մեկը, ընդ որում, խոշորությունը որպես այդպիսին մեզ առանցնապես չէր հեղափոխում Մեր ուզածը

հիմնավոր ուղղահայաց ինֆեզրացիան էր, որը մեզ թույլ կտար արեւ-
ծել սինեթզիաներ, որոնք կմիավորեին ամսագրեր, հրատարակչու-
թյուններ, արտոդրաներ, կարելային ալիքներ եւ այլն՝ մեկ կապակցված
գործունեության մեջ» (մեջբերումն՝ ըստ Թուրոու, 1992, 688-689)

Այս կարգի դրդապատճառներն են պայմանավորում համաշխար-
հային ամբողջ շուկայում գործող ընկերությունների աճը: Աղյուսակ 15-
ում թվարկված են դրանցից մի քանիսը միայն:

Աղյուսակ 15. Միջազգային լրատվական կոնգլոմերատներ

Ընկերություն	Երկիր
News International (Murdoch)	Ավստրալիա, Սիացյալ Թագավորություն, Գերմանիա, Ֆրանսիա, Իսպանիա, Նիդեռլանդներ, Գոնգարիա, Ռուսաստան, ԱՄՆ, Գոնկոնգ, Ֆիջի, Պապուա Նոր Գվինեա
Bertelsmann	Գերմանիա, Ֆրանսիա, Իսպանիա, Բելգիա, Նիդեռլանդներ, Սիացյալ Թագավորություն, Շվեդիա, Նորվեգիա, Դանիա, Իտալիա, Շվեյցարիա, Ավստրիա, Պորտուգալիա, Գոնաստան, ԱՄՆ, Կանադա, Կոլումբիա, Արգենտինա, Բրազիլիա, Սեքսիկա, Վենեսուելա, Էկվադոր, Չիլի, Ճապոնիա, Ավստրալիա, Նոր Զելանդիա
Hachette	Ֆրանսիա, Սոնակր, Իսպանիա, Իտալիա, Բելգիա, Նիդեռլանդներ, Պորտուգալիա, Սիացյալ Թագավորություն, Գերմանիա, Շվեդիա, Ճապոնիա, Գոնկոնգ, Չինաստան, Բրազիլիա, Կանադա, ԱՄՆ
Havas	Ֆրանսիա, Սիացյալ Թագավորություն, Իտալիա, Իսպանիա, Բելգիա, Գերմանիա, Չեխիա, Սլովակիա, Ռուսաստան, Լյուքսեմբուրգ, Սոնակր, ԱՄՆ
Robert Hersant	Ֆրանսիա, Բելգիա, Իսպանիա, ԱՄՆ
Silvio Berlusconi	Իտալիա, Իսպանիա, Ֆրանսիա, Գերմանիա

Աղբյուր՝ Համելինկ, 1994:

Հաշվի առնելով արագ փոփոխվող իրավիճակը համաշխարհային շուկաներում՝ վերոհիշյալ ցուցակը պետք է դիտվի լոկ որպես ցուցադրական:

Ազգային մակարդակով լրատվամիջոցների կենտրոնացման նման՝ գործընթացի մայրցամաքային եւ գլոբալ մակարդակի դեպքում էլ, կասկածներ են արտահայտվել, որ մի բուռ ընկերություններ կարող են վերահսկել աշխարհի բնակչությանն առաջարկվող տեղեկատվական բովանդակության մեծ մասը՝ Համեմատելով նման կոնգլոմերատների կենտրոնացված լրատվական իշխանությունը «տեղեկատվական մասնավոր նախարարությունների» հետ Բեն Բադդիկյանը (ԱՄՆ) նշում է

Տխուր իրականությունն այն է, որ զարգանալով եւ իրենց հզորութունը համարյա գերազանցելով կառավարություններին եւ բացարձակորեն լինելով քաղաքական սպեկտրի մի կողմում խոշոր լրատվական կորպորացիաները սոցիալական եւ փնտեսական պրոբլեմ են ամեն մի երկրի համար, որը հասել է այդ վիճակի: .. Տեղեկատվության մասնավոր նախարարությունները պակաս պրոբլեմներ չեն հարուցում, քան կառավարական քարոզչականները: Սա ավելի քան երբեւէ հրապարակ է դարձնում փորձարարական եւ իրական մոդելների ուսումնասիրությունն ու տարածումը տարբեր ժողովրդավարական երկրներում, որոնք հնարավորություն են տալիս խուսափել այս երկու ծայրահեղություններից, մի կողմից՝ լրատվամիջոցների լրիվ քաղաքական շահագործումից կառավարությունների կողմից, եւ մյուս կողմից՝ հասարակական տեղեկատվության բնագավառում անարգել գործող հզոր կորպորացիաների նման գերիշխանությունից, որոնք իրենց ուրույն ձեւով ներկայացնում են հասարակության նույն անկարողությունը» (Բաղդիկյան, 1995, 121-22):

Եվրոպայում նույնպես կոչեր են եղել վերահսկել համաեվրոպական մակարդակով լրատվամիջոցների միջազգային կենտրոնացումները մայրցամաքում.

«Եթե համահունչ եւ հավասարակշռող միջոցներ չլինեն, ապա եվրոպական հեռարձակումը մի մեծ ցարկ կկատարի հասարակական մոնոպոլիայի վրա հիմնված համակարգից դեպի մի համակարգ, որտեղ իշխում է մասնավոր մոնոպոլիան՝ ընթացքում ոչնչացնելով այն ամենն, ինչն այդքան յուրահատուկ եւ բացառիկ էր դարձրել եվրոպական հեռարձակման ավանդույթները: Համաեվրոպական կանոնակարգումը կարելու է որքան իր դրդապատճառների, այնքան էլ բովանդակության առումով: Եվրոպական սահմանների վրայով հաղորդումների ազար հոսքի եւ շայնարեսանյութերի համարեղ արտադրության դյուրացումն ինքնին չեն կարող սրեղծել բարգավաճող եւ մրցունակ արդյունաբերություն... Հենց հեռարձակման տեսանելի միջազգայնացումը բոլոր եվրոպական երկրներում հեռուարարեսային ալիքների մասնավորեցման գործընթացի ամին զուգընթաց, կարծես պարարտ հող է, որպեսզի կանոնակարգող մարմինների իրավասությունները հեռարձակման բնագավառում ազգային ասպարեզից տարածվեն միջազգայինի վրա (Հիրշ, Պերերսեն, 1992, 55)

Երկար ժամանակ է, ինչ այս հարցը վիճաբանությունների նյութ է Եվրոպական միությունում. Եվրահամայնքի Կանաչ զեկուցագիրը

«Բազմակարծությունը և լրատվամիջոցների կենտրոնացումը ներքին շուկայում» (COM(92) 480 եզրափակիչ, 1992 թվականի դեկտեմբեր) (ուսումնասիրությունն իրականացվել է Եվրոպայի խորհրդարանի ցուցումով հիմնված այն համոզմունքի վրա, որ լրատվամիջոցների մոնոպոլացումը պետք է կանխվի) ներկայացրել է Միության հնարավոր գործողությունների հետևյալ տարբերակները.

- ընդհանրապես ոչ մի գործողություն չձեռնարկել,

- ուժեղացնել թափանցիկությունը դիմելով այնպիսի միջոցների, որոնք ավելի հրապարակային կդարձնեն Համայնքում լրատվամիջոցների սեփականությանն ու վերահսկմանը վերաբերող տեղեկությունները՝ բարելավելով տեղյակությունը լրատվամիջոցների կենտրոնացման մակարդակին,

- ընդունել Խորհրդի հրահանգ կամ կանոնակարգ՝ Համայնքում լրատվամիջոցների սեփականությանը վերաբերող օրենքների ներդաշնակեցման համար:

Մրան հաջորդել են բազմաթիվ խորհրդակցություններ և քննարկումներ այդպիսի մի հրահանգի հնարավոր բովանդակության և ուղղվածության վերաբերյալ, սակայն 1997 թվականի մարտին Եվրոպական հանձնաժողովը կրկին հետաձգեց շուկայում խոշոր ընկերությունների գերիշխանությունը սահմանափակող հրահանգի նախագծի վերաբերյալ որոշման ընդունումը:

Բացի այս բնագավառում գործող ընկերությունների բողոքներից՝ Եվրոպական հանձնաժողովի որոշման վրա հավանաբար ազդել են երկու նկատառումներ.

- քանի որ լրատվամիջոցների հսկա խմբերի մեծ մասն առայժմ կազմավորվել է Եվրոպայից դուրս, կարելու է, որ նման եվրոպական խմբերն ի վիճակի լինեն դիմագրավել միջազգային մրցակցությանը և պաշտպանեն լրատվամիջոցների եվրոպական շուկան բացառապես բիզնես մեթոդներով, նկատի ունենալով, որ ազատականացված շուկայում և գլոբալացման պայմաններում այս առումով ավելի ու ավելի քիչ քանի կարելի է հասնել օրենսդրական և վարչական միջոցներով: Գլոբալացման և փոքրաթիվ բազմազգ կոնգլոմերատների կողմից մեծապես գերիշխվող համաշխարհային շուկայի արագ աճի դարաշրջանում խոհեմ չէ արգելակել ազգային լրատվամիջոցների ընդլայնումն ու մրցունակությունը: Ազգային կամ եվրոպական լրատվական խմբերի

զարգացումը զսպող քաղաքականությունը միայն հեշտացնում է նրանց ենթարկումը բազմազգ հսկաներին Այս կառավարությանը լուսկյաց ենթադրությունն այն է, որ ավելի լավ է գոհաբերել բազմակարծության ինչ-որ մաս ազգային մակարդակում, որպեսզի ապահովվի եվրոպական լրատվական խմբերի գոյատևումը, որոնք ի վիճակի կլինեն գործել մայրցամաքի մասշտաբով եւ պայքարելով հետ մղել լրատվական կոնգլոմերատների ծավալապաշտական նկրտումներն աշխարհի այլ մասերից,

- նոր տեխնոլոգիաներն առաջարկում են այնպիսի վիրտուալ անսահմանափակ հնարավորություններ հասարակական քննարկումներին նոր ձայների մասնակցության համար եւ լրատվամիջոցների շուկա՝ անհատների, խմբերի եւ ընկերությունների մուտքի համար, որ չկա ոչ մի վտանգ, որ անգամ ամենախոշոր համաշխարհային լրատվական կոնգլոմերատները կսահմանափակեն խոսքի ազատությունն ու բազմակարծիք հաղորդակցությունը

Այս նկատառումները կարծես թե գերիշխում են նաեւ ազգային մակարդակում, քանի որ եվրոպական երկրները թուլացնում կամ վերացնում են լրատվամիջոցների կենտրոնացման սահմանափակումները: Մնում է սպասել եւ տեսնել, թե ինչպիսին կլինեն այս միտման հետեւանքները: Ամեն դեպքում, հաստատապես առաջին պլան է դուրս գալիս լրատվամիջոցների տնտեսական ասպեկտը:

Հավելված

Երկիր	Անուղղակի օժանդակության հիմնական ձևեր	Ուղղակի օժանդակություն	Ուղղակի օժանդակության հիմնական ձևեր
Շվեյցարիա	զննան հարկ, արտոնյալ փոստավճար, գովազդի շուկա	ոչ	
Գերմանիա	ԱԱՀ, արտոնյալ փոստավճար, գովազդի շուկա	ոչ	
Միացյալ Թագավորություն	ԱԱՀ, արտոնյալ փոստավճար, գովազդի շուկա	ոչ	
Իռլանդիա	ԱԱՀ	ոչ	
Շվեդիա	ԱԱՀ, գովազդի շուկա, բաշխում	այո	ընտրողական տնտեսապես թույլ թերթեր
Ֆինլանդիա	ԱԱՀ, արտոնյալ փոստավճար, բաշխում, գովազդի շուկա	այո	ընտրողական տնտեսապես թույլ թերթեր
Նորվեգիա	ԱԱՀ, արտոնյալ փոստավճար, գովազդի շուկա	այո	ընտրողական տնտեսապես թույլ թերթեր
Նիդերլանդներ	ԱԱՀ, գովազդի շուկա	այո	ընտրողական տնտեսապես թույլ թերթեր
Ֆրանսիա	մի քանի հարկեր, արտոնյալ փոստավճար, արտոնյալ հեռահաղորդակցավճար, երկաթուղային տրանսպորտ, գովազդի շուկա	այո	ընտրողական տնտեսապես թույլ թերթեր ֆրանսիական մամուլ արտասահմանում
Իտալիա	ԱԱՀ, արտոնյալ փոստավճար, հեռահաղորդակցական ծառայություններ, գովազդի շուկա	այո*	ընտրողական կուսակցական թերթեր լրագրողների կոոպերատիվների թերթեր իտալական մամուլ արտասահմանում
Ավստրիա	ԱԱՀ, արտոնյալ փոստավճար գովազդի շուկա, ժուռնալիստական կրթություն	այո	ընդհանուր ընտրողական տնտեսապես թույլ թերթեր

Աղբյուր Հոլց-Բաշա, 1994

* շատ սահմանափակ

Հղումներ

Bagdikian, B. (1995) "Competition and Pluralism in American Media" In Media Concentration: Transparency, Access and Pluralism. Report of the Danish Media Committee's International Hearing on Media Concentration. Copenhagen: Pressto Kommunikation.

Bazyler, M. and Pomar, O. (1994) An Analysis of Mass Media Law in Belarus Paper prepared for a conference on "The Law of the Press and the Process of Democratisation", Minsk, 3-5 May 1994.

Busterna, J.C. (1988) "Concentration and the Industrial Organisation Model" In Picard, R.G., M. E. McCombs, J. P. Winter, S. Lacy (eds) Concentration and Monopoly. New Perspectives on Newspaper Ownership and Operation. Norwood, N.J.: Ablex.

Carveth, R. (1992) "The Reconstruction of the Global Media Marketplace", Communication Research, 19(6): 705-723.

Comstock, G. (1980) Television in America. Beverly Hills: Sage.

Cummings, G. (1987) "The Watershed in Local TV News" Gannett Centre Journal, Vol. I. No. 1: 40-51.

Curran, J. (1986) "The impact of advertising on the British mass media" In: R. Collins, J. Curran, N. Garnham, P. Scannell, P. Schlesinger, C. Sparks (eds.) Media, Culture and Society. A Critical Reader. London: Sage Publishers.

Curran, J. (1991) "Rethinking the media as a public sphere" In: P. Dahlgren, C. Sparks (eds.), Communication and Citizenship: Journalism and the Public Sphere in the New Media Age. London: Routledge.

Lang, I.E. (1980) Television News, Radio News St Paul: Rada Press

Gans H. J. (1980) Deciding What's News New York: Vintage Books.

Garnham, N. (1990) Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information. London: Sage Publications

- Gomery, D (1989) "Media Economics Terms of Analysis" *Critical Studies on Mass Communication* 6 43-60
- Gustafsson, K E. (1995) "The Process of Media Integration - the case of Sweden and the Nordic Area" In *Media Concentration: Transparency, Access and Pluralism. Report of the Danish Media Committee's International Hearing on Media Concentration* Copenhagen Pressto Kommunikation.
- Hamelink, C.J. (1994) *Trends in World Communication. On Disempowerment and Self-Empowerment.* Penang Southbound.
- Hirsch, M., V.G. Petersen (1992) "Regulation of Media at the European Level" In K. Siune, W. Truetzschler (eds.) *Dynamics of Media Politics.* London: Sage.
- Holtz-Bacha, C. (1994) *How to enhance competition. Supportive and restrictive measures on West European press markets. Paper prepared for presentation at the 1994 conference of the IAMCR in Seoul, Korea.*
- Jeffres, L.W. (1986) *Mass Media Processes and Effects.* Prospect Heights, III.: Waveland Press.
- Keane, J. (1991) *The Media And Democracy.* London: Polity Press.
- Mosco, V. (1988) "Introduction Information in the Pay-Per Society" In: V. Mosco, J Wasko (eds.) *The Political Economy of Information.* Madison: The University of Wisconsin Press.
- Mounier, P (1997) "The Concentration Game". *The Bulletin* 14(1): 2-3.
- Picard, R.G. (1995) "Free Press and Government: The Ignored Economic Relationships of U S Newspapers" In K. E. Gustafsson (ed.) *Media Structure and the State Concepts, Issues, Measures.* Göteborg: Mass Media Research Unit
- Picard, R.G., M E. McCombs, J. P Winter, S. Lacy (1988) (eds.) *Concentration and Monopoly. New Perspectives on Newspaper Ownership and Operation* Norwood, N J Ablex
- Prestinari, P (1993) "The audiovisual and publishing sector" In. A. Pilati (ed.) *Media industry in Europe* London John Libbey

Sanchez-Tabernero, A et al (1993) Media Concentration in Europe Commercial Enterprise and the Public Interest Dusseldorf The European Institute for the Media

Schroder, H-D. (1992) "The Importance of Adequate Funding in Securing High Quality". In: A. Pragnell, I. Gergely (eds.) The Economic Conditions of Broadcasting in Democratic Societies. Düsseldorf: The European Institute for the Media.

Skogerbo, E. (1997) "The Press Subsidy System in Norway. Controversial Past - Unpredictable Future?. European Journal of Communication. 12(1): 99-118.

Sparks, C. (1995) "Concentration and Market Entry in the UK National Daily Press". European Journal of Communication 10(2). 179-206.

Steilmann, K. (1995) "Opening Address", The Ukrainian Media Bulletin, No 1, March.

The 1994 Parliamentary and Presidential Elections in Ukraine. Final Report. Dusseldorf: European Institute for the Media.

Turow, J. (1992) "The Organisational Underpinnings of Contemporary Media Conglomerates" Communication Research 19(6) 682-704.

Webster, F.K. Robbins (1986) Information Technology. A Luddite Analysis. Norwood N.J.: Ablex.

Գլուխ վեցերորդ

Հեռարձակման ոլորտի կանոնակարգումը: Կանոնակարգող մարմիններ

*Ֆրանսուա Ուրար, Զրազրերի բաժնի տես
Հեռարձակման բարձրագույն խորհուրդ,
Ֆրանսիա*

Երկրորդ համաշխարհային պատերազմից հետո Եվրոպայի բոլոր երկրները հասարակական հեռարձակման ոլորտի զարգացումը դնում էին մասնավոր ոլորտի զարգացումից առաջ՝ ի տարբերություն Ամերիկայի, որտեղ արդեն գերիշխում էր մասնավոր հեռարձակումը: Հասարակական հեռարձակող կորպորացիաների անկախության աստիճանը մեծապես կախված էր պետության կողմից հասարակական ալիքներում նշանակված տնօրենի անձից, քաղաքական գործիչների եւ հեռարձակողների հարաբերություններից, հեռարձակող կորպորացիաների տնօրենների խորհուրդների անդամակազմից, նրանց վրա խորհրդարանների ունեցած վերահսկողությունից եւ այլն: Ենթադրվում էր, որ հասարակական հեռարձակումը պետք է ապահովեր հեռարձակման, հատկապես նորությունների հեռարձակման բազմախոհությունն ու անկախությունը եթերի հասարակական մոնոպոլիայի համատեքստում:

Այս իրավիճակը Եվրոպայում երկար տևեց, մինչեւ որ աստիճանաբար, տեխնոլոգիական առաջընթացի եւ բարենպաստ քաղաքական եւ օրենսդրական միջավայրի շնորհիվ, մոնոպոլիաներին մարտահրավեր նետվեց եւ զարգացավ հեռարձակման մասնավոր ոլորտը՝ առաջարկելով ռադիո եւ հեռուստատեսային հաղորդումների նոր ծառայություններ՝ կաբելային, արբանյակային եւ ավանդական հերցային հաճախականություններով հեռարձակմամբ

Եթերի ազատականացման եւ մասնավորեցման այս նոր քայլը, որը դիտողներին եւ ունկնդիրներին մուտք էր տալիս դեպի նորությունների եւ հաղորդումների աղբյուրների ավելի մեծ ընտրություն, անհրաժեշտություն դարձրեց ինչ-որ կանոնակարգի ստեղծումը, որպեսզի ապահովվի իրական բազմախոհություն եւ բազմազանություն, ինչպես նաեւ հաղորդումների որակ, այլ ոչ թե այդ ամենը թողնվի միայն շուկայական ուժերին Խնդիրն այս կոնկրետ բնագավառում այն է, որ պետք է պաշտպանել Մարդու իրավունքների եվրոպական կոնվենցիայի 10-րդ

կառավարվում էր աշխարհային տեղեկատվության եւ արտահայտման ա-
րտության իրավունքը, որն արձանագրում է, որ պետական մարմին-
ները չպետք է միջամտեն այս ազատություններին միաժամանակ թույ-
լատրելով հեռարձակողների արտոնագրումը պետության կողմից. Հա-
րուդակցության ազատության սկզբունքի եւ հեռարձակման ոլորտի օ-
րենսդրական շրջանակների անհրաժեշտության միջեւ պատշաճ հա-
վասարակշռություն ստեղծելու հենց այս կարիքն էր, որ ծնեց լրատվա-
նախոսների կանոնակարգման գաղափարը:

Ստեղծվեցին հեռարձակման մարմիններ, որոնք պետք է շնորհեին
արտոնագրեր կամ լիազորագրեր եւ վերահսկեին հեռարձակման հա-
ստիքայինությունների օգտագործումը (որոնք բոլոր երկրներում մնում
են պետական սեփականություն) հասարակական եւ մասնավոր հե-
ռարձակողների կողմից, որպեսզի երաշխավորվեր դրանց օգտագոր-
ծումն ի շահ հասարակության: Քանի որ այս առաջադրանքի կատա-
րումը պահանջում է, որ հեռարձակման մարմինները ազատ լինեն որե-
ւի արտաքին ազդեցությունից, դրանք աստիճանաբար դարձան հենց ի-
րենց հեռարձակող լրատվամիջոցների կենդանի խորհրդանիշը եւ
մարմնացումը՝ գերազանցելով օրենսդրությամբ սահմանված սկզբունք-
ները՝ «Կանոնակարգում» եզրը սկսեց աստիճանաբար նշանակել ոչ թե
բառացիորեն լրատվամիջոցներում կարգուկանոն հաստատող կանոն-
ներ ու հրահանգներ, այլ ավելի շուտ հեռարձակման ոլորտում որոշակի
կոսվասարակշռության հասնելու մի փորձ. Այն նաեւ բնորոշեց այդ կազ-
մակերպությունների կողմից իրականացվող գործառնությունների յուրահա-
տուկ բնույթը եւ կիրառվող միջոցները: Մի հատուկ օրենսդրական կա-
նոնակարգ, որն ավելի մոտ էր անգլիական օրենքին եւ նրա ավանդույթ-
ներին, քան հռոմեական օրենքին, իր դրոշմը թողեց վաղ շրջանի հեռար-
ձակման կանոնակարգման վրա՝ ընդունելով որեւէ կոնկրետ բնագավա-
րում առանձնահատուկ կանոնակարգող իրավասությունները գործա-
վիր իշխանությունից անկախ մի մարմնի լիազորելու սկզբունքը: Եվ ի-
րականում զուգադիպություն չէ, որ կանոնակարգումը նախ մտցվեց
Հյուսիսային Եվրոպայում (Միացյալ Թագավորությունում 1950-ական-
ների վերջում, երբ դրվեց մասնավոր հեռուստատեսության հիմքը), եւ ա-
վելի ուշ՝ Եվրոպայի հարավում:

Իհարկե, այս կարգավորող մարմինների կայացման ձեւերը տարբեր
լին կախված ամեն մի երկրի կոնկրետ վիճակից, նրա օրենսդրական եւ
վարչական ավանդույթներից, լրատվամիջոցների հատկապես ու-
վիտյի եւ հեռուստատեսության զարգացման մակարդակից եւ այլն. Այ-
սօր Եվրոպական հեռարձակման թատերաբեմում կան մոտ քառասուն
կանոնակարգող մարմիններ (որոշ երկրներում դրանք մեկից ավել են)
ամեն մեկն իր յուրահատուկ լիազորություններով, ձեւերով, առաքելու-

թյուններով եւ կառուցվածքով, սակայն բոլորն էլ ստեղծված են, որպէս-
զի խթանեն ու երաշխավորեն հաղորդակցությունների ազատությունն
ու ձայնատեսայրատվական ծառայությունների զարգացումն ի շահ
հասարակության: Այս բազմազանությունն էլ ավելի օգտակար է այսօր,
երբ այն սկսում է սկիզբ դնել երկխոսության եւ փոխանակման, զարգա-
նալ այնպիսի ուղղություններով, որոնք աստիճանաբար ձեւավորում են
լրատվամիջոցների կանոնակարգման պրակտիկ կանոնների մի իսկա-
կան օրենսգիրք, որի նպատակն է ամրապնդել եւ երաշխավորել ոլորտի
իրական անկախությունը:

1. Կանոնակարգող մարմինների ստեղծումը

Կանոնակարգող մարմինները հայեցվեցին եթերի ազատականացման հետ

Եվրոպական հեռարձակման բնագավառում կանոնակարգող մար-
մինները երեսան եկան հեռարձակման ոլորտի ազատականացման եւ
հասարակական ոլորտի մոնոպոլիայի ավարտի հետ՝ հեռարձակող
լրատվական ոլորտը կանոնակարգելու համար ընդունված օրենսդրա-
կան ակտերից հետո: Օրենսդիրները հիմնականում հարմար էին հա-
մարում ստեղծել հատուկ անկախ մարմիններ, որոնք պետք է վե-
րահսկեին ալիքների հերցյան սպեկտրը, մի ֆունկցիա, որը նախկինում
իրականացվում էր օրենսդրական եւ տեխնիկական մակարդակում,
հասարակական հեռարձակման կորպորացիաների տնօրենների խոր-
հրդի կողմից (հեռարձակման հաճախականությունների վերահսկում ու
ղեկավարում, հաղորդումների ներքին վերահսկում) կամ էլ կառավա-
րության գործադիր ճյուղի կողմից՝ հաղորդակցությունների, տեղեկատ-
վության կամ հեռահաղորդակցությունների նախարարությունների մի-
ջոցով: Ակնհայտ պատճառներով այս մարմիններն ընդհանրապես
այնպիսի կարգավիճակ էին վայելում, որը նրանց անկախ էր դարձնում
քաղաքական իշխանություններից

Հեռարձակումը կանոնակարգող մարմինների գործառույթները, առաքելությունները եւ լիազորությունները եվրոպայում

Կանոնակարգող մարմիններին վերագրված առաքելությունն ա-
վանդականորեն քառամաս է.

1. ղեկավարել եւ կառավարել հերցային հաճախականությունների
տիրույթը մի առաջադրանք, որի հիմնական էությունը մասնավոր օպե-

լուստորներին օրենքով սահմանված կարգով հաճախականություն ստանալը և Նրանց աշխատանքի այս կողմն ավելի բազմազան եւ լուսող դարձավ նոր կաբելային եւ արբանյակային հեռարձակող լրատվամիջոցների երեւան գալով եւ տվյալների խտացման թվային տեխնոլոգիաների զարգացմամբ, որոնք հնարավորություն են տալիս մի քանի ծառայություններ հեռարձակել միեւնոյն հաճախականությամբ: Բոլոր դեպքերում, կանոնակարգող մարմինը մեծ իրավասություններ ունի հեռարձակման ոլորտի կազմակերպման եւ զարգացման առումով շնորհիվ իր կողմից տրվող լիազորությունների,

2. ապահովել, որ իրենց հաճախականություններն օգտագործող հեռարձակողները կատարեն իրենց օրենսդրական պարտավորությունները տեղեկատվության բազմակարծության, փոքրամասնությունների սլաշտպանության, հասարակական կարգուկանոնի ասպահովման, պատասխանի կամ սխալի ուղղման իրավունքի, հաղորդումների որակի, հեռարձակման մշակութային պարտավորությունների եւ հաղորդումների բազմազանության քվտայի, գովազդի կանոնակարգման եւ այլնի առումով: Սա մի վերահսկող դեր է, որը հաշվի է առնում այս ծառայությունների առանձնահատուկ բնույթը եւ ոլորտի յուրահատկությունները, որոնք տեղակայված են ինչ-որ տեղ տեղեկատվական հասարակության եւ զվարճալիքների արդյունաբերության միջեւ,

3. գործել որպէս միջնորդ ունկնդիրների (հեռուստադիտողների) եւ հեռարձակողների, ինչպէս նաեւ վերջինների եւ սլետական իշխանությունների միջեւ: Այս առումով, հաճախ, իր լիազորությունների պատճառով, կանոնակարգող մարմնի վրա է դրվում պատասխանատվությունը հեռարձակող ոլորտի վիճակի եւ դրա զարգացման, ինչպէս նաեւ կթեր հեռարձակվող հաղորդումների որակի եւ բազմազանության համար,

4. հետեւել, որ հեռարձակողների միջեւ գերակայի առողջ մրցակցությունը եւ պահպանվեն հակակենտրոնացման կանոնները, որպէսզի ոչ մի հեռարձակող կամ հեռարձակողների խումբ չկարողանա այնպիսի իշխանություն ձեռք բերել, որ սպառնալիք դառնա տեղեկատվության ազատ մատչելիությանը:

Հեռարձակման ոլորտի կանոնակարգումն, այսպիսով, հրաշալիորեն միախմբում է մի շարք տարբեր խնդիրներ եւ լիազորություններ: Եվ յոպայում ստեղծված կանոնակարգող մարմինները չնայած այսպիսով իրականացնում են այս առաքելություններից մեկը կամ մյուսը, սակայն տարբեր երկրներում տարբեր ձեւերով

2. Կանոնակարգման արբեր մոդելները

Կանոնակարգման իրավասությունների կիրառումը. խորհրդակցակա՞ն, թե՞ որոշումներ ընդունելու իրավասություններ

Ժողովրդավարական երկրում հեռարձակման ոլորտի կանոնակարգմանը վերապահված կարելությունն, իհարկե, կարող է չափվել այն լիազորություններով, որոնցով օժտված է վերահսկող մարմինը: Այստեղ պետք է նշել, որ անգամ Եվրոպայում այսօր որոշ երկրներ դեռ չեն հասցրել բաժանվել լրատվամիջոցների նկատմամբ իրենց իշխանությունից՝ իրենց առանձնաշնորհների մի մասն անկախ մարմիններին շնորհելու միջոցով: Սակայն տրամաբանորեն, գործադիր իշխանությունը հեռարձակման ոլորտում կանոնակարգման եւ ղեկավարման իր բոլոր իրավասությունները պետք է հանձնի այս անկախ մարմիններին, որպեսզի մեկընդմիջտ կտրի քաղաքականության եւ լրատվամիջոցների միջեւ եղած կապերը: Ճիշտ է, հեռարձակման ոլորտի կանոնակարգումն աստիճանական գործընթաց է, եւ վերջին տարիներին Եվրոպայում ստեղծված մոդելների առանձնահատկություններից մեկը կանոնակարգող մարմիններին վերապահված լիազորությունների շրջանակներն ու բնույթն են:

Կանոնակարգող մարմիններին վերապահված լիազորությունների շրջանակների մի ցուցանիշն այն է, թե արդյոք դրանք ունեն որոշումների կայացման, թե՞ սուկ խորհրդակցական իրավասություններ: Այն մարմինները, որոնք ունեն միայն խորհրդակցական իրավասություններ, կարող են միայն կարծիք հայտնել եւ խորհուրդ տալ, սակայն զուրկ են իրական իշխանությունից՝ անգամ արտոնագիր շնորհելու հարցում: Սա կանոնակարգման առավել սաղմնային մակարդակն է: Այսպիսի խորհրդակցական մարմինները զուտ ուղեղային կենտրոնների մակարդակի հասցված եւ առանց որոշում կայացնելու իրավասությունների, համեմատաբար սահմանափակ դեր են խաղում, սակայն դրանք կարող են օգտակար լինել հաղորդակցությունների ազատության պաշտպանության գործում: Այսօրինակ զուտ խորհրդակցական մարմնի ամենաբնորոշ օրինակը կարելի է գտնել Ֆրանսայի Բելգիայում՝ իր Հեռարձակման բարձրագույն խորհրդով (ՀԲԽ), որը կազմված է Ֆրանսայի համայնքի գործադիր մարմնի նշանակած տարբեր տե-

ուսկետների հարող 35 անդամներից, եւ դրա համարժեքը Լրատվամի-
ւայնների խորհուրդը, ֆլամանդախոս համայնքում

Այլ երկրներում կանոնակարգող մարմինները ստանձնում են գոր-
ծողի իշխանությունների որոշ իրավասություններ ներառյալ արտո-
նագրման, կանոնակարգման եւ պատժամիջոցների կիրառման իրա-
ւասությունները:

Ինչպես, օրինակ, Բրիտանական անկախ հեռուստատեսության
խորհուրդը մասնավոր հեռուստատեսությունում, կամ Ռադիոյի եւ հե-
ռուստատեսության ազգային խորհուրդը (ՌՀԱԽ) Լեհաստանում, որն
օժտված է իրական կանոնակարգող լիազորություններով հեռարձա-
կումը վերահսկող կանոններ եւ հասարակական ալիքների համար հե-
ռուստատեսային արտոնագրի գներ սահմանելու առումով: Այլ մարմին-
ներն ունեն որոշում կայացնելու իրավասություններ որոշ ոլորտներում
եւ միայն խորհրդակցական իրավասություններ այլ ոլորտներում: Դրա
օրինակ է Հեռարձակման բարձրագույն խորհուրդը (ՀԲԽ) Ֆրանսիա-
յում, որն օժտված է հաճախականությունների վերահսկման եւ արտո-
նագրերի շնորհման ու պատժամիջոցների կիրառման ոլորտում իրա-
կան որոշում կայացնելու լիազորություններով, սակայն հեռարձակումը
վերահսկող կանոններ չի սահմանում: Վերջինս վերապահված է կառա-
վարությանը, չնայած խորհուրդը կարող է կարծիք հայտնել եւ օրենսդ-
րական փոփոխություններ առաջարկել իր տարեկան զեկուցագրերում:

Իրավասության ոլորտները

Կանոնակարգող մարմինները տարբերվում են նաեւ հեռարձակման
ոլորտում իրենց իրավասությունների աստիճանով: Մի քանի եվրոպա-
կան երկրներ անհրաժեշտ են համարել ստեղծել տարբեր կանոնակար-
վեր հասարակական եւ մասնավոր լրատվամիջոցների համար՝ մի տե-
ուակ ներքին վերահսկում սահմանելով հասարակական հեռարձակման
կորպորացիաների կազմում եղած մարմինների կողմից, եւ արտաքին
վերահսկում եւ հասարակական, եւ մասնավոր հեռարձակման կորպո-
րացիաների կազմից դուրս գտնվող մարմինների կողմից: Սակայն աշ-
խատանքը կարող է կիսվել նաեւ այլ կերպ, օրինակ՝ ստեղծելով որոշ
մարմիններ, որոնք պատասխանատու կլինեն միայն հաղորդումները
վերահսկելու եւ բողոքների հետ աշխատելու համար, եւ ուրիշ մարմին-
ներ հեռարձակման արտոնագրեր շնորհելու համար, կամ էլ մի մարմին
պատասխանատու հեռուստահեռարձակման, իսկ մի ուրիշը՝ ռադիոհե-
ռարձակման համար եւ այլն

Որոշ երկրներ հեռարձակող լրատվամիջոցների կանոնակարգման բնագավառում նախապատվությունը տվել են բազմակարծությանը եւ մասնագիտացմանը՝ ստեղծելով մի քանի մասնագիտացված մարմիններ ծառայություններն ըստ ոլորտների կանոնակարգելու համար: Այսպիսին է վիճակն, օրինակ, այն երկրներում, որոնք հասարակական հեռարձակման համար առանձին կանոնակարգող համակարգ էին ընտրել, որտեղ կանոնակարգման պարտավորություններն ամենասկզբիցի դրվում էին հենց իրենց՝ ալիքների տնօրենների խորհրդի կամ էլ համապատասխան խորհրդարանական հանձնաժողովների վրա: Կողք-կողքի գործող մի քանի կանոնակարգող մարմիններ ստեղծելու որոշումն ընդհանրապես հիմնավորվում էր այն կարծիքով, թե մասնավոր ոլորտը սկզբունքորեն, պահանջում է հասարակական ոլորտից տարբեր մի կանոնակարգման ձեռնարկ: Պատմականորեն Միացյալ Թագավորությունն էր, որ 1950-ականների վերջին ճանապարհ հարթեց դեպի երկակի կանոնակարգում՝ հասարակական հեռարձակման ծառայությունում՝ ստեղծելով ներքին կանոնակարգման մի մարմին BBC-ի տնօրենների խորհուրդ, որը պատասխանատու էր կորպորացիայի գործունեության բոլոր բնագավառների վերահսկման համար՝ սկսած բյուջեի ապահովումից մինչեւ հաղորդումների վերահսկումն ու անձնակազմի համար հրահանգների (էթիկական կանոնագրի) հաստատումը: Գերմանիայում ստեղծվել էին երկու առանձին մարմիններ հասարակական հեռարձակման ծառայությունների համար՝ Rundfunkrat-ը՝ ARD-ի համար եւ Fernsehrat-ը՝ ZDF-ի համար: Այս ինքնակարգավորող մարմինները կազմված են քաղաքացիական հասարակության ներկայացուցիչներից: Ավստրիան ունի Rundfunkkommission-ը եւ Kuratorium-ն իր հասարակական հեռարձակման կորպորացիայի համար (ORF): Ռումինիայում Ազգային հեռարձակման խորհուրդը (ԱՀԽ) վերահսկում է մասնավոր հեռարձակումը, մինչ հասարակական ոլորտը կանոնակարգվում է մեկ այլ մարմնի կողմից՝ Մյուս կողմից Ֆրանսիան իր ՀԲԽ-ով, Լեհաստանն իր ՌՀԱԽ-ով, Պորտուգալիան իր Սոցիալական հաղորդակցությունների բարձրագույն մարմնով եւ Նիդերլանդները Լրատվամիջոցների նախարարությանը բոլորն էլ նախընտրել են մեկ կանոնակարգող մարմին՝ պատասխանատու հեռարձակման ինչպես հասարակական այնպես էլ մասնավոր ոլորտի համար (չնայած դրանց լիազորությունները տարբեր երկրներում տարբեր են) Լեհաստանում, օրինակ ՌՀԱԽ-ը սահմանում է հեռուստատեսային արտոնագրերի գինը հասարակական ծառայությունների ոլորտում, հեռարձակման արտոնագրեր է շնորհում մասնավոր ոլորտում եւ որոշում է երկու ոլորտների վրա դր

ված պարտավորությունները Իսկ Ֆրանսիայում, չնայած ՀԲԽ-ն տնօրեններ է նշանակում հասարակական ռադիո եւ հեռուստատեսային կորպորացիաներում (կառավարությունը հրաժարվել է այս առանձնաշնորհից) եւ հետեւում է, որ հեռարձակողները կատարեն իրենց պարտավորությունները, այն չի վերահսկում դրանց բյուջեյի ապահովումն ու չափը: Եվ, զարմանալիորեն, թեւէ ՀԲԽ-ն պարտավորություններ չի սահմանում հասարակական ծառայությունների ալիքների համար, այն կարող է, ընդհանուր համաձայնությամբ, որոշակի պարտավորություններ սահմանել մասնավոր ալիքների համար: Մի քանի առանձին մարմինների միջեւ կանոնակարգման լիազորությունների բաշխման ամենաակնառու օրինակն, անկասկած, Միացյալ Թագավորությունն է, որտեղ կան հեռարձակման ոլորտը կանոնակարգող առնվազն հինգ տարբեր մարմիններ. BBC-ի տնօրենների խորհուրդ (հասարակական ոլորտ), ITC (մասնավոր հեռուստատեսություն), Ռադիոյի վարչություն (մասնավոր ռադիո), Հեռարձակման ստանդարտների խորհուրդ (ՀՄԽ), որը պատասխանատու է հաղորդումների էթիկայի համար եւ Հեռարձակման հետ կապված բողոքների հանձնաժողով (ՀԲՀ), որը պատասխանատու է այնպիսի բաների համար, ինչպիսին է պատասխանի իրավունքը եւ այլն: Այսպիսի առատությունը, սակայն, չափազանց է թվում, եւ նախատեսվում է միավորել այս մարմինների մի մասը:

Կանոնակարգող մարմինների կառուցվածք, անդամակազմը եւ կազմակերպությունը

Կանոնակարգող մարմինների կառուցվածքը, կազմը, նշանակումները, վարչական կազմակերպությունը եւ աշխատանքային ռեսուրսները որոշում են նրանց իրավասությունների իրական աստիճանը եւ գործունեության անկախությունը:

Անդամակազմը կարող է ձեւավորվել երկու սկզբունքով: Այն կարող է լինել բավականին մեծ՝ արտացոլելով ամբողջ հասարակության բազմազանությունը, ինչպես, օրինակ՝ Բելգիայում եւ Գերմանիայում, որոնք ստեղծել են կոլեգիալ կառույցներ, որտեղ ներկայացված են տարբեր սոցիալ-մշակութային խմբեր, որոնք քվեարկությամբ մասնակցում են որոշումներ կայացնելուն: Այս անդամությունը հիմնական աշխատանք չէ մասնակիցների համար, եւ պարտադիր չէ, որ նրանք լրատվական հարցերում փորձագետ լինեն:

Որպես այլընտրանք, կարող է կազմվել վեցից տասներկու ընտրյալ անդամներից կազմված մի մարմին՝ ավելի երկար ժամկետով: Անդամները կրում են ընդհանուր պատասխանատվություն եւ որոշումներ են

կայացնում քվեարկությամբ Միակ բացառությունն իտալական II Garante-ն է (Երաշխավորող մարմին), երբ մեկ անձ միայնակ որոշումներ է կայացնում

Այս կոլեգիալ կառույցների հետ միասին՝ ընդունված որոշումների իրականացումն ապահովվում է վարչական մարմիններով Դրանց չափը եւ աշխատակազմը մեծապես կախված են կանոնակարգող մարմինների վերապահված իրավասությունների շրջանակներից, մասնավորապես՝ հեռարձակման արտոնագրերի համար դիմումների քննարկման, հեռարձակման հաճախականությունների պլանավորման եւ վերահսկման, հաղորդումների վերահսկման եւ որոշ օրենսդրական հարցերի (պատժամիջոցներ եւ այլն) բնագավառում՝

Կարգավիճակը եւ անկախության երաշխիքները

Սովորաբար կանոնակարգող այս մարմիններին վերապահված գործառույթները եւ հեռարձակող լրատվամիջոցների անկախությունը երաշխավորելու նրանց բուն իմաստը, նշանակում են, որ պետք է հստակորեն ձեւակերպվեն եւ երաշխավորվեն նրանց սեփական անկախության պայմանները: Նրանց գործողությունների օրինականությունը կախված է որոշում ընդունելու եւ ընտրություն անելու նրանց անկախությունից: Նրանք նաեւ պետք է ի վիճակի լինեն գործել եւ, անհրաժեշտության դեպքում, կանոններ սահմանել ու իրականացնել իրենց հսկիչ գործառույթները՝ ազատ որեւէ քաղաքական ճնշումից, իսկ ամբողջ աշխարհի կոնտեքստով՝ ազատ լրատվամիջոցներում եղած հսկայական առեւտրական եւ ֆինանսական շահեր ունեցող խոշոր ազգային եւ միջազգային տնտեսական ընկերությունների որեւէ ճնշումից: Նրանք պետք է ի վիճակի լինեն պաշտպանել հասարակության ընդհանուր շահերը եւ հարգանքը սահմանադրական սկզբունքների նկատմամբ: Դեռ ավելին՝ իրենց հսկիչ եւ պատժիչ գործառույթներում, որ նրանք երբեմն ստիպված են լինում իրականացնել, կարելի է, որ նրանք առաջնորդվեն արդարության եւ անաչառության սկզբունքներով եւ բոլոր մասնակիցներին հավասարապես վերաբերվեն:

Այնպես, որ սկզբունքի հարց է, որ հեռարձակումը կանոնակարգող մարմինները պետք է լինեն անկախ. դա նրանց բուն էությունն է: Խնդիրն այս սկզբունքն իրականություն դարձնելն է, քանի որ անկախությունը չի նշանակում սլարգապես, որ կանոնակարգողն իր սեփական իրավասություններն ունի, այլ որ այն իսկապես անկախորեն օգտագործում է դրանք Կաճախ հենց ըստ իրենց իրավասություններն իսկապես անկախորեն իրականացնելու իրական ունակությամբ են դա-

տում այս կանոնակարգող մարմինների մասին ու գնահատում դրանք պիտուց նկատմամբ հարգանքը, դրանց ազդեցությունն ու կայունությունը այլ խոսքերով լրատվամիջոցներն արդյունավետ կերպով կանոնակարգելու դրանց ունակությունը, կախված է դրանից Դեռ ավելին, բարևրախտաբար այն երկրների մեծ մասում, որտեղ ստեղծվել են այսօրինակ մարմիններ, նրանց հասարակական վարկը համարյա բացառապես հիմնված է անկախորեն՝ մասնավորապես առանց գործադիր իշխանությունների միջամտության գործելու նրանց ունակության վրա:

Նման անկախության հասնելու օրենսդրական միջոցները տարբերվում են երկրից երկիր, սակայն դրանք ունեն նաև որոշ նկատելի ընդհանրություններ: Օրենսդրական երաշխիքները վերաբերում են ոչ ոլոայն այս մարմինների կարգավիճակին, այլ նաև դրանց անդամակազմին, նշանակումների ձեւին, սլաշտոնավարման ժամկետներին, պիտանց տրամադրության տակ եղած միջոցներին եւ, ավելի ընդհանուր ստոււմով, նրանց հարաբերություններին հեռարձակման ոլորտում ակտիվ քաղաքական իշխանությունների եւ զանազան մասնակիցների նկատ (գովազդատուներ, բիզնես կոնցեռններ, քաղաքական յորբիներ, ասոցիացիաներ եւ այլն):

Կանոնակարգող մարմինների կարգավիճակը

Հեռարձակման ոլորտում կանոնակարգող մարմնի օրենսդրական կարգավիճակն ակնհայտորեն ազդում է նրա անկախության վրա: Կանոնակարգող մարմինների մեծ մասը Եվրոպայում ստեղծվել է համաձայն օրենսդրական ակտերի, որոնք նաև սահմանել են նրանց խնդիրների շրջանակներն ու նրանց լիազորված իրավասությունները: Սակայն ամենայն հավանականությամբ սահմանադրականությունն է, կամ հեռարձակող լրատվամիջոցների կանոնակարգման գործառույթի ուսհմանադրական հաստատումն է, որ առավելագույնս կերաշխավորելու կանոնակարգող մարմինների կատարյալ անկախությունն ու նրանց երկարատեւ գոյությունը՝ բարձրացնելով նրանց վարկը մինչեւ ույն աստիճան, որ վայելում են այսօր սահմանադրական դատարանները Ժամանակին Ֆրանսիան նախատեսում էր սահմանադրականացուել ՀԲԽ-ն, իսկ Պորտուգալիայում Alta autoridade per a comunicacao-ու արդեն ստացել է սահմանադրական կարգավիճակ:

**Կանոնակարգող մարմինների
անդամակազմը եւ անդամների
նշանակումը**

Կանոնակարգող մարմինների բազմազանությունը Եվրոպայում հատկապես ակնհայտ է նրանց անդամակազմի եւ անդամների նշանակման ձեւերի առումով՝ Իտալիայի միանձնյա մարմնի (Երաշխավորող մարմին), Բելգիայի 35 անդամով ՀԲԽ-ի եւ Գերմանիայի 50 անդամով Landesmedienanstalten-ից զատ գոյություն ունեն մի ամբողջ շարք մոդելներ, որոնց խնդիրն այս մարմինների գործունեության անկախությունը երաշխավորելն է: Սակայն երկու հիմնական մոդելները հետեւյալն են.

- սահմանափակ անդամակազմ (1-ից 13 անդամ)՝ նշանակված գործադիր (նախարարներ, վարչապետ, նախագահ) կամ օրենսդիր (խորհրդարանական հանձնաժողովների նախագահներ, խորհրդարանական քվեարկություն) իշխանության կողմից,

- անդամների ավելի մեծ կազմ (20-ից 50), որն արտացոլում է սոցիալ-մասնագիտական եւ քաղաքական ողջ բազմազանությունը:

Երկու դեպքում էլ ակնհայտորեն կարելի է, որ անդամակազմը որոշակի բազմակարծություն արտացոլի՝ ինչպես քաղաքական բազմազանության, այնպես էլ տեխնիկա-մասնագիտական փորձառության առումով: Երկրների մեծ մասում հեռարձակման ոլորտը կանոնակարգող մարմիններում նշանակված անդամները տարբեր մասնագիտություններ են ունենում. հեռարձակող լրատվության մասնագետներ (լրագրողներ, հասարակական ալիքների նախկին տնօրեններ, պրոդյուսերներ, ռեժիսորներ, եւ այլն), հեռարձակման ինժեներներ եւ տեխնիկական մասնագետներ, բայց նաեւ դատավորներ, քաղաքացիական բարձր պաշտոնյաներ, ակադեմիկոսներ (իրավաբաններ, տնտեսագետներ, սոցիոլոգներ) եւ այլն

Պաշտոնավարման ժամկետները եւ անդամների ֆինանսական անկախությունը, ինչպես նաեւ շահերի բախումը բացառող օրենսդրական միջոցները կարող են օգնել պահպանելու նրանց անկախությունը: Նրանց կարգավիճակը տարբերվում է, մասնավորապես, անդամության տիպերի առումով: Կա երկու հիմնական մոդել մարմիններ ոչ լրիվ ծանրաբեռնվածությամբ աշխատող մեծաքանակ անդամներով եւ լրիվ ծանրաբեռնվածությամբ աշխատող ավելի փոքրաթիվ անդամներով: Առաջին դեպքում մարմինները գործում են որպես համաժողովներ, իսկ

նյուսնց անդամները միաժամանակ շարունակում են իրենց մասնագիտական գործունեությունը (սրանք հիմնականում միայն խորհրդակցական կարգավիճակ ունեցող մարմիններ են), վերջին դեպքում անդամությունը հիմնական աշխատանք է, եւ կանոնակարգող մարմիններն ավելի արհեստավարժ են: Սակայն նման արդյունքի կարելի է հասնել նաեւ երբ ոչ լրիվ ծանրաբեռնվածությամբ աշխատող անդամներից կազմված մարմնին օգնում են ինչ-որ կառույցներ, որոնք արդյունավետ կերպով կիրարկում են անդամների ընդունած որոշումները:

Շատ դեպքերում կիրառվում են միջոցներ, որոնք արգելում են այն անձանց մասնակցությունը, որանք զբաղվում են որոշակի շահույթ հետապնդող, անդամությանն անհամատեղելի համարվող գործունեությամբ այսպիսով ամրապնդելով կանոնակարգող մարմնի եւ նրա անդամների անկախությունը եւ խուսափելով շահերի բախումից: Անհամատեղելի գործունեություն, տվյալ դեպքում, կարող է լինել գործունեությունը լրատվության ոլորտում կամ էլ շահերը հեռարձակող լրատվության ոլորտում: Ընտրովի պաշտոն ստանձնած անձինք նույնպես կարող են զրկվել անդամությունից: Պաշտոնավարման ժամկետի տեւողությունը նույնպես կարող է անկախության երաշխիք լինել: Որպես կանոն, կանոնակարգող մարմինների անդամները Եվրոպայում նշանակվում են հինգ տարի կամ ավել ժամկետով: Որոշ երկրներում պաշտոնավարումը չի երկարացվում, որպեսզի խուսափեն որեւէ կասկածից, թե անդամները կարող են հավատարմություն ցուցաբերել իրենց նշանակող անձանց կամ մարմինների նկատմամբ՝ իրենց նշանակումները երկարացնելու հույսով: Մարմինների անդամների կամ նախագահների հեռացման հանգամանքները նույնպես կարող են ազդեցություն ունենալ նրանց անկախության վրա: Որոշ դեպքերում անդամները կարող են ազատվել պաշտոնից միայն հենց իր՝ կանոնակարգող մարմնի ձայների մեծամասնությամբ՝ նրանց կանոնադրությամբ ամրագրված հատուկ դեպքերում, որը նման է խորհրդարանական համակարգին: Մյուս կողմից, այն համակարգերը, որոնք թույլ են տալիս գործադիր իշխանությանը պաշտոնից ազատել կանոնակարգող մարմնի անդամներին, միտում ունեն սահմանափակելու այդ մարմինների անկախությունը:

Ռեսուրսներ եւ կառույցներ

Կանոնակարգող մարմինների ֆինանսական եւ բյուջետային անկախությունը նպաստում է նրանց պարտականությունների կատարմանը, հատկապես հեռարձակման ոլորտի վերահսկման գործում: Լավագույն լուծումն այս մարմինների ֆինանսական անկախության համար (որպեսզի նրանք մշտապես կախված չլինեն կառավարության շռայլու-

թյունից) բյուջետային ինքնավարությունն է, օրինակ, երբ կանոնակարգող մարմինը ֆինանսավորվում է հեռարձակողների վճարած հարկերից կամ արտոնավճարներից (ինչպես ITC-ն Միացյալ Թագավորությունում եւ Medienanstalten-ը Գերմանիայում), կենտրոնական Եվրոպայում մասնավորապես Լեհաստանում եւ Հունգարիայում, կանոնակարգող մարմինները ֆինանսավորվում են հեռարձակաման շրջանառությունից ստացվող հարկից:

Ավելին, կանոնակարգող մարմինները պետք է ունենան անհրաժեշտ մարդկային եւ տեխնիկական ռեսուրսներ, որպեսզի ինչպես հարկն է իրականացնեն իրենց գործառույթները: Այդ պատճառով Եվրոպայում կանոնակարգող մարմինների մեծ մասն իրենց տրամադրության տակ ունի մարդկային եւ տեխնիկական ռեսուրսներ, ոմանք՝ ավելի չափով, մյուսները՝ պակաս, հատկապես, քանի որ դրանք սկսել են աստիճանաբար զարգանալ: Մուտքը դեպի գործունեության բոլոր բնագավառների մասնագետները (օրենսդրական, տեխնիկական, գովազդի, էթիկայի) կարելի էր կապիտալ է, որը հնարավորություն է տալիս կանոնակարգող մարմիններին որոշումներ կայացնել ներկա իրավիճակների եւ ապագա միտումների խոր վերլուծության հիման վրա, որոնք շատ կարելի է նման արագ փոփոխվող ոլորտում:

Այնպես որ, հեռարձակման ոլորտի կանոնակարգումը դանդաղորեն դառնում է արհեստ, մեթոդիկա, պրակտիկա: Կարելի է ասել, որ վերջին տասը տարիների ընթացքում կանոնակարգող մարմիններն՝ անկախ իրենց կառուցվածքից, դարձել են լրատվական թատերաբեմի մշտական բնորոշ գծերից մեկը, եւ որքան ընդլայնվում են նրանց իրավասությունները եւ որքան ավելի են նրանք ինտեգրացվում համակարգին, այնքան ավելի մեծ անկախություն է նրանց պետք: Օրինակ, այն մարմինը, որի պատասխանատվությունը միայն հաղորդումների էթիկային վերաբերող դիտողների բողոքները քննարկելն է (ինչպես ՀՄԽ-ն Միացյալ Թագավորությունում), այնպիսի սահմանափակ իրավասություններ ունի, որ կարող է հեշտությամբ իրականացնել դրանք անկախության անհրաժեշտ աստիճանով եւ գործել ոչ լրիվ ծանրաբեռնվածությամբ աշխատող անձնակազմով եւ նվազագույն միջոցներով: Մյուս կողմից, այն կանոնակարգող մարմինը, որը նաեւ պատասխանատու է հեռարձակման արտոնագրեր շնորհելու համար եւ լրատվամիջոցների մրցակցությունն ու կենտրոնացումը վերահսկելու համար, բնականաբար, ենթարկվում է շատ ավելի մեծ ճնշումների տարբեր կողմերից: Այնպես որ, պետք է հոգատարությամբ ապահովել այս մարմնի անկախությունը, իսկ նրա ռեսուրսները պետք է համապատասխան լինեն նրա իրավասություններին եւ պարտականություններին:

3. Կանոնակարգման որակսիկա

Ա. Հարաբերություններ հեռարձակողների հետ. արժույթային արժանապատիվ, արժանապատիվ, վերահսկում, արդար մրցակցություն

Հեռարձակման արժույթային շնորհիվ իրավունք

Որոշակի հաճախականությունների համար հեռարձակման արտոնագրեր շնորհելը կանոնակարգող մարմնի դերի մարմնավորումն է: Եվ լուրջաբար այսօր հազվադեպ են այն երկրները, որոնք չեն ստեղծել կանոնակարգող մարմիններ՝ մասնավոր օպերատորներին կոնցեսիաներ, արտոնագրեր կամ լիազորագրեր տալու համար: Նրանց գործունեությունը վերաբերում է ծառայությունների բոլոր տեսակներին. հեռուստատեսություն եւ ռադիո՝ իրենց տարբեր ձևերով (վճարովի հեռուստատեսություն, առևտրային հեռուստատեսություն, ասոցիացիաների կողմից գործարկվող ռադիոկայաններ եւ այլն) ազգային, տարածքային կամ տեղական մակարդակներում, ինչպես նաեւ տարբեր հաղորդող եւ բնութագրող լրատվամիջոցներ (վերգետնյա հերցյան ցանցեր, արբանյակային հաճախականություններ, կաբելային ցանցեր, MMDS ցանցեր, սննդային եւ թվային հաճախականություններ), եւ տարբեր կատեգորիաների օպերատորներ, ինչպես օրինակ, հաղորդումների բաշխիչներ եւ խմբագիրներ, հատկապես կաբելային եւ արբանյակային հեռուստատեսությունում:

Հեռուստատեսային եւ ռադիո օպերատորներին արտոնագրեր շնորհելու գործընթացը հիմնվում է երկու գործոնների վրա՝

1. Մասնավոր օպերատորների կողմից հեռահաղորդակցական ծառայությունների համար օգտագործման հարմար հաճախականությունների հարաբերական սակավությունը: Վերցնենք պարզապես երկու օրինակ. Եվրոպայի յուրաքանչյուր երկրում եթերային հեռուստատեսային ալիքների համար նախատեսված հաճախականությունների քանակը սահմանափակվում է չորսից վեցով. Նույն ձևով, տեղական մակարդակում ռադիոկայանների թիվը, որ կարող են հաղորդումներ տալ որով կոնկրետ տարածքում, սահմանափակված է տեխնիկական շրջանակներով: Այստեղից էլ՝ ընտրություն անելու անհրաժեշտությունը, քանի որ հավակնորդ հեռարձակողները սովորաբար ավելի շատ են լինում, քան տեղա հաճախականությունները

2. Արտոնագրման արարողակարգի կիրառումն արդարացնող մյուս գործոնը եթերի սեփականաշնորհման եւ հասարակական ոլորտի մի մասի կոնցեսավորման համատեքստում ընտրության չափանիշներ մշակելու անհրաժեշտությունն է՝ հաշվի առնելով հեռարձակող լրատվության բնագավառում հանդիպող յուրահատուկ սահմանափակումները: Լրատվամիջոցների բազմակարծությունը եւ արդար մրցակցությունն ու կենտրոնացումը վերահսկող կանոնները պաշտպանելու համար, հաղորդումների բովանդակությանը վերաբերող մի ամբողջ շարք էթիկական եւ մշակութային պարտավորություններ կարելի է դնել օպերատորի վրա՝ որեւէ հաճախականություն կոնկրետ ժամանակով օգտագործելու իրավունքի դիմաց:

Մրանք են արտոնագրման արարողակարգերի կիրառման պատճառները: Հնարավոր է, որ ոչ շատ հեռավոր ապագայում թվանշային տեխնոլոգիաները (հատկապես տվյալների խտացումը) կմեծացնեն ռադիո եւ հեռուստատեսային հեռարձակման ալիքների քանակը: Թեւ այս միտումը կարող է հերքել այն փաստարկը, թե արտոնագրումն անհրաժեշտ է առկա հաճախականությունների սակավության պատճառով, այն չի կարող ավելորդ դարձնել արարողակարգի կիրառումը, որովհետեւ դրանք շարունակում են ծառայել օպերատորներ ընտրելուն՝ հենվելով տնտեսական եւ սոցիալ-մշակութային չափանիշների վրա, որոնք բարենպաստ են բազմակարծության եւ հասարակության ընդհանուր շահերի համար:

Այն դեպքում, երբ կանոնակարգող մարմինների դերը չի սահմանափակվում սոսկ նախնական կարծիք հայտնելով կամ խորհուրդ տալով, դրանք պատասխանատվություն են կրում արտոնագրման տարբեր փուլերի իրականացման համար՝ հենվելով հեռարձակման արտոնագրեր շնորհելու որոշակի չափանիշների եւ ընտրության բազմափուլ գործընթացի վրա:

Առաջին փուլը մրցույթ հայտարարելն է, որը հաջորդում է կանոնակարգող մարմնի որոշմանը՝ ստեղծելու մասնավոր օպերատորի կողմից շահագործվող որեւէ ցանց կամ նոր ռադիոկայան կամ հեռուստատեսային ալիք: Կանոնակարգող մարմիններն իրենք են որոշում, եթե դա չի գերազանցում նրանց լիազորությունները, նոր ռադիո կամ հեռուստատեսային ծառայություն ստեղծելու առաջնահերթության եւ համապատասխան մրցույթ հայտարարելու հարցը՝ հենվելով այնպիսի չափանիշների վրա, ինչպես հեռարձակման հաճախականությունների առկայությունը, շուկայի վճարունակությունը (հատկապես գովազդային շուկայի, որն էական է, եթե նոր ալիքը պետք է տնտեսապես կենսունակ լինի) եւ հասարակության շահերը:

Այս ընտրություններն ակնհայտորեն վճռորոշ նշանակություն ունեն, քանի որ դրանք ազդում են ամբողջ ձայնատեսադրուսի վրա Ավելի լավ է ստեղծել բաժանորդավճարով հեռուստատեսություն միանգամի՞ց, թե՞ նախապատվությունը սկզբից պետք է տալ միայն իրենց գովազդային եկամուտների հաշվին գոյատևող հեռուստատեսային ալիքներին Քանի՞ ազգային հերցային ալիք կարող է ապահովել գովազդային շուկան: Այս հարցերը պետք է ուշադիր քննարկվեն, մինչև մրցույթ հայտարարելը:

Մրցույթ հայտարարելու մեկ այլ պատճառ կարող է հանդիսանալ խորհրդարանի որոշումը՝ սեփականաշնորհել նախկինում հասարակական օպերատորի կողմից շահագործվող որեւէ ցանց (հասարակական ալիքներն այս կերպ են սեփականաշնորհվել մի քանի եվրոպական երկրներում): Մրցույթի հայտարարության մեջ սահմանվում է ծառայության այն տեսակը, որի համար ոադիո կամ հեռուստատեսային հեռարձակման արտոնագիր է շնորհվելու՝ հաշվի առնելով հաղորդումների բովանդակությունը (թեմատիկ կամ ընդհանուր), ֆինանսավորման ձեւը (վճարովի հեռուստատեսություն, առետրային հեռուստատեսություն, ռադիոկայան, որը շահագործվում է գովազդային ռեսուրսներ չունեցող ասոցիացիայի կողմից եւ այլն), աշխարհագրական լայնույթը եւ այլն: Մրցույթը նաեւ սահմանում է մասնակիցների համար պարտադիր պայմանները եւ ընտրության չափանիշները: Այն կարող է նաեւ ընդգրկել կանոնակարգող մարմնի կողմից առաջ քաշված պայմաններ, եթե վերջինս ունի այդպիսի իրավասություններ. հաղորդումների նվազագույն որակական եւ քանակական չափանիշներ, ինչպես, օրինակ՝ բրիտանական ITC-ի առաջադրած հանրահայտ "որակի շեմը", երբ քննվում էին դիմումները ITV ցանցի համար:

Դիմումների քննումը եւ թեկնածուների ընտրությունն արտոնագրման արարողակարգի երկրորդ փուլն է: Մրցույթի հայտարարության մեջ սահմանված են դիմումների ներկայացման եւ դրանց քննման վերջին ժամկետները: Կանոնակարգող մարմինները սովորաբար բավականաչափ ժամանակ են տալիս թեկնածուներին (երեքից վեց ամիս)՝ մրցույթներին նախապատրաստվելու եւ անհրաժեշտ ֆինանսական կարգադրություններն անելու համար: Սովորաբար հեռարձակման իրենց ծրագրի շարադրանքում դիմումները ենթարկվում են կոնկրետության եւ թափանցիկության հետ կապված որոշակի պարտադիր պայմանների՝ տնտեսական առումով (փայատերերի ինքնությունը եւ հիմնական օպերատորը), մշակութային առումով (հաղորդումների ծրագիրը, հաղորդումների ֆինանսավորման հնարավորությունները, լրատվական հաղորդումները, հաղորդման ցանցը եւ այլն) կամ տեխնիկական առումով (արտադրական հզորությունները, հեռարձակման սարքավո-

րումները եւ այլն) Վերջապես, կարող է կազմակերպվել աճուրդ, որպեսզի որոշվի այն արտոնավճարը, որ օպերատորը պետք է վճարի հաճախականությունը շահագործելու համար (ինչպես «ամենաբարձր դրամական առաջարկը», որն ընտրության չափանիշներից մեկն էր Միացյալ Թագավորությունում Channel 3 ցանցի հաճախականությունների հատկացման ժամանակ)

Դիմումների այսօրինակ քննումից հետո, ընտրվում են հաղթող թեկնածուները եւ շնորհվում են հեռարձակման արտոնագրերը: Ընդհանրապես դիմումները քննվում են հետևյալ չափանիշների տեսանկյունից. առաջարկված հաղորդման շահութաբերությունը, ծրագրի ֆինանսական հիմնավորվածությունն ու դրա համատեղելիությունը լրատվամիջոցներում բազմակարծությունն ապահովող կանոնների հետ (ներդրողների ազգությունը, հակակենտրոնացման շեմերը) եւ, իհարկե, տեխնիկական հնարավորությունները: Դիմումները նախ քննվում են փակ, որպեսզի պահպանվի յուրաքանչյուր դիմումի գաղտնիությունը եւ, դրանով՝ մրցակցության արդարությունը: Սակայն հաճախ, հասարակական շահերը շոշափող արարողակարգերի անհրաժեշտ թափանցիկությունն ապահովելու համար, ընտրության արարողակարգի վերջին փուլն ընդունում է հասարակական ունկնդրման ձեւ, որից հետո կանոնակարգող մարմնի անդամները քվեարկությամբ որոշում են հաղթող թեկնածուին:

Հետո գալիս է արարողակարգի երրորդ փուլը՝ արտոնագրային պայմանագրի կազմումը: Որեւէ հաճախականության շահագործումն օպերատորի կողմից պետք է ենթարկվի որեւէ պայմանագրի կամ համաձայնագրի պայմաններին: Արտոնագրային պայմանագիրը վերարտադրում է հաջողակ թեկնածուի մրցույթի հիմնական դրույթները՝ ներառյալ օպերատորի ինքնությունը, սեփականությունը, հաղորդումների բովանդակության հետ կապված պարտավորությունները, պարտականությունները կանոնակարգող մարմնի նկատմամբ (տեղեկություններ տրամադրելը եւ այլն): Պայմանագրում նշված պայմաններն ու պարտավորությունները կանոնակարգող մարմնի եւ օպերատորի միջեւ, բնականաբար, հեռարձակողին չեն ազատում օրենքի առջեւ ունեցած իր ընդհանուր պարտավորություններից: Սակայն կարելու է, որ պայմանագիրն ընդգրկի օպերատորի կողմից մրցութային դիմումի մեջ մտցված բոլոր պարտավորությունները, քանի որ հենց այս պարտավորությունների հիման վրա է նախապատվությունը տրվում այս կամ այն օպերատորին:

Արտոնագիրը տրվում է որոշակի ժամանակով (հինգից տասը տարի), որի ընթացքում օպերատորը պետք է ջանա կատարել իր բոլոր պարտավորությունները թերացումն այս հարցում կարող է պատժամիջոցներ առաջ բերել Այստեղ է, որ սկսվում է վերահսկման փուլը

Վերահսկողություն եւ ռասժամիջոցներ

Հեռարձակման արտոնագիր շնորհելու կանոնակարգող մարմնի իշխանության հակառակ կողմն ու տրամաբանական հետեւանքն այն է, որ այն պետք է հետո հետեւի օպերատորին եւ վերահսկի նրա գործունեությունը՝ ապահովելով որոշակի պարտավորությունների կատարումը, որպեսզի ապահովի հաղորդման որակը, պաշտպանի դիտողներին եւ պահպանի հաղորդման մշակութային ինքնությունը Կանոնակարգող մարմնի աշխատանքի այս պահպանական կողմը նույնպես ծառայում է մրցակցությունը կանոնակարգելու վերջնական նպատակին. Սա նշանակում է, որ կանոնակարգող մարմինը պետք է կարողանա հետեւել հեռարձակողի վարքին եւ արձագանքել դիտողների բողոքներին, ինչպես նաեւ օրենքով սահմանված իրավունք ունենա պատժամիջոցներ կիրառել թերացումներ հայտնաբերելու դեպքում. Սա է կանոնակարգող մարմինների հեղինակության հիմքը, որը հաստատում է նրանց իշխանությունը եւ մշտական վերահսկողությունը հեռարձակման ոլորտի եւ նրա գործունեության վրա, որպեսզի հիմնարար հավասարակշռություն պահպանի այնտեղ:

Հաճախ ասում են, եւ փորձը դա, ցավոք, հաստատում է, որ եթե իրենց դիմումների քննության ժամանակ օպերատորները պատրաստակամ են եւ լի են լավ մտադրություններով, ապա արտոնագիր ստանալուց հետո նրանք դառնում են ավելի անբարտավան եւ ավելի քիչ են հարգում ստանձնած պարտականություններն ու պարտավորությունները. Եթե նրանց չստիպես գիտակցել, որ իրենց յուրաքանչյուր քայլ խստորեն վերահսկվում է, ապա պայմանագիրը ստորագրելուց հետո նրանք կսկսեն անտեսել այն: Այդ պատճառով արտոնագրման պայմանագրում նշված պարտավորությունների կատարումը պետք է պարբերաբար ենթարկվի գնահատման եւ կազմվի գործունեության զեկուցագիր. Կանոնակարգող մարմինների դիտարկումները հեռարձակողների պարտավորությունների կատարման վերաբերյալ հաճախ ընդգրկվում են նրանց տարեկան զեկուցագրերի մեջ, որպեսզի պարզ լինի, պահպանվե՞լ է արդյոք տեղեկատվության բազմակարծությունը, եղե՞լ են արդյոք գովազդն ու հովանավորչությունը կարգավորող կանոնների խախտումներ, պահպանվե՞լ են արդյոք հեռարձակման քվոտաները (երե այդպիսիք եղել են), արդյոք հեռարձակողը պահպանե՞լ է երեխաների եւ երիտասարդների պաշտպանության կանոնները, եւ այլն բոլոր այն պարտավորությունները, որ պետք է մշտական վերահսկողության տակ լինեն:

ՎԵՐԱԽՍԿՄԱՆ ԱՆՔՈՂՈՒՆԵՐ

Կանոնակարգող մարմինները մի քանի ավել կամ պակաս թանկ, մեթոդ են մշակել իրենց այս պահապանական գործառույթներն իրականացնելու համար Վերահսկումը կարող է ընդունել ուղղակի հսկման (մոնիտորինգի) ձեւ (հաղորդումների ձայնագրում եւ դիտում, տեղեկությունների հավաքում, վիճակագրական տվյալներ) այն մարմնի կողմից, որը երաշխավորում է այս կերպ հավաքած տեղեկությունների հուսալիությունը: Սակայն այսպիսի մշտական հսկումը պահանջում է թանկ տեխնիկական ենթակառուցվածք: Ֆրանսիայում ՀԲԽ-ն ունի քառասուն հոգիանոց մի բաժին, որը պատասխանատու է հեռուստատեսային հաղորդումների հսկման համար (եթերային, արբանյակային եւ կաբելային): Հսկման այս մեթոդը կիրառվում է մի շարք եվրոպական երկրներում ընտրությունների ժամանակ ռադիոյով եւ հեռուստատեսությամբ տարբեր կուսակցությունների թեկնածուներին տրամադրված եթերաժամի հաշվարկման համար: Օրինակ Չեխիայում Ռադիո եւ հեռուստատեսային հաղորդումների խորհուրդը ներկայումս այս մեթոդն է կիրառում ընտրությունների ժամանակ: Հսկումը կարելի է իրականացնել յուրաքանչյուր ալիքի հաղորդումների կարճատեւ, սակայն կարելի է ժամանակահատվածների ընթացքում՝ կիրառելով նմուշների մեթոդը: Այս մեթոդը կիրառվում է կանոնակարգող մարմինների կողմից գերմանական Lander-ում: Եվրոպական հանձնաժողովն ինքն է խորհուրդ տվել երկրներին ուսումնասիրել միեւնույն տարվա երեք շաբաթների հաղորդումների նմուշները, որպես իրավիճակի պարզաբանման ձեւ՝ «Անդրսահմանային հեռուստատեսության մասին» հրահանգի շրջանակներում:

Մեկ ուրիշ էժան, բայց ակնհայտորեն նվազ հուսալի պարզաբանման մեթոդ է հենց իրենց՝ հեռարձակողների ներկայացրած զեկուցագրերի վերլուծությունը՝ մեթոդին հատուկ հնարավոր սխալներով եւ մոտավորություններով:

Ինչպիսին էլ լինի լուծումը, կարելի է հիշել, որ կանոնակարգող մարմինների պահապանական գործառույթն իրականացվում է դեպքից հետո, եթե դա վերաբերում է հաղորդման բովանդակությանը, քանի որ ստուգումը եթե արձակելուց առաջ կարող է դիտվել որպես գրաքննություն, որն անհամատեղելի է տեղեկատվության եւ հաղորդակցության ազատության սկզբունքի եւ հեռարձակողների խմբագրական պատասխանատվության նկատմամբ հարգանքի հետ:

Երբ հեռուստադիտողները տեղյակ են կանոնակարգող մարմինների գոյությանը, նրանք հակված են լինում այդ մարմնին պատասխանատու համարել իրենց առաջարկված հաղորդումների որակի կամ բովան-

ուսկության համար, կարծես կանոնակարգող մարմինը մի ինչ-որ «գեր-
հեռարձակող» է Քանի որ հաղորդման որակի վերահսկումը դիտողի
համար կանոնակարգման առավել տեսանելի ասպեկտն է Սա
սկնհայտորեն բխում է կանոնակարգողի դերի ոչ ճիշտ ըմբռնումից.
Կանոնակարգողի խնդիրը չէ փոխարինել հեռարձակողին կամ սահմա-
նափակել նրա խմբագրական պատասխանատվությունը միջամտելով
հաղորդումների ընտրությանը: Սակայն իրենց պահապանական գոր-
ծունեության միջոցով կանոնակարգողները կարող են համոզել հեռար-
ձակողներին՝ տալ իրենց նախապատվությունն այն հաղորդումներին,
որոնք բավարարում են օրենքով պահանջվող որակի որոշակի չափա-
նիշներ կամ էլ համապատասխանում են որոշակի օրենսդրական
սկզբունքներին: Այլ խոսքերով՝ իրականացնելով իրենց վերահսկողա-
կան գործառույթները, կանոնակարգողները պետք է ոչ թե փոխարինեն
հեռարձակողներին, այլ պարզապես խրախուսեն նրանց կատարել
ստանձնած պարտավորությունները օրենքի խիստ համապատասխա-
նությամբ:

ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՎԵՐԱՀՍԿՈՂՈՒԹՅՈՒՆ

Վերահսկողության մյուս ձևեր, որ կանոնակարգող մարմինները կա-
րող են կիրառել լրատվամիջոցների նկատմամբ, վերաբերում է արդար
առեստրին եւ այն միջոցներին, որոնք պետք է երաշխավորեն պլյուրա-
լիզմը՝ սահմանափակելով խաչափայատիրությունը եւ լրատվամիջոց-
ների կենտրոնացումը քչերի ձեռքում, ինչպես նաեւ արգելքներ ստեղծե-
լով մի քանի լրատվամիջոցների սեփականատիրության դեմ ինչպես
տպագրական մամուլում, այնպես էլ հեռարձակման ոլորտում: Լրատ-
վամիջոցների տնտեսական այս ստուգումները կարող են իրականաց-
վել մրցակցության ապահովման համար պատասխանատու մարմիննե-
րի հետ համատեղ, ինչպես Արդար առեստրի վարչությունը (OFT) Միա-
ցյալ Թագավորությունում, Մրցակցության խորհուրդը Ֆրանսիայում
կամ էլ Kartelrat-ը Գերմանիայում:

Ընդհանուր առմամբ, կանոնակարգողներն ուշադիր հետետում են
հեռարձակող կորպորացիաների կապիտալի եւ սեփականատիրու-
թյան հետ առնչվող փոփոխություններին, քանի որ բաժնետոմսերի
պատկանելության փոփոխությունները կարող են անվավեր դարձնել
այն նախնական պայմանները, որոնց հիման վրա շնորհվել է հեռար-
ձակման արտոնագիրը ելնելով այն սկզբունքից, որ հեռարձակման
հաճախականությունները ենթակա չեն փոխանցման եւ չեն կարող ա-
ռեստրական գործարքների օբյեկտ հանդիսանալ առանց նախնական
լիազորության.

Պատժամիջոցների կիրառման լիազորություն

Հիմնվելով իրենց վերահսկողական գործունեության հայտնաբերած փաստերի վրա՝ կանոնակարգող մարմինները գնահատում են հեռարձակողների վարքը, պարտականությունների կատարման առումով, նպատակ ունենալով վերացնել կամ շտկել հայտնաբերված թերություններն՝ ի շահ օրենքի եւ արդար առեստրի: Պատժամիջոցների լիազորությունները, որոնցով նրանք օժտված են, հիմնականում վարչական օրենսդրության ոլորտից են, եւ այդ պատժամիջոցներն, անկախ իրենց բնույթից, հիմնականում ենթակա են բողոքարկման վարչական դատարանում: Կանոնակարգողները նաեւ իրավասու են դատարան դիմել հեռարձակողների խախտումների կապակցությամբ: Այն դեպքում, եթե հեռարձակողը խախտել է իր պարտավորությունները ծառայության շահագործման կամ արտոնագրի պայմանների առումով, կանոնակարգող մարմինը կարող է կիրառել իր սեփական պատժամիջոցները (օրինակ՝ վերջերս նման հոդված է մտցվել Ֆրանսիայում. պատժամիջոցներ կիրառել այն օպերատորների նկատմամբ, որոնք թերանում են կատարել՝ հեռարձակման արտոնագրի համար դիմելիս, իրենց հոժար կամքով ստանձնած պարտավորությունները):

Վարչական մարմինն լիազորություն տալ պատժամիջոցներ կիրառել այն օպերատորների նկատմամբ, ում այն հեռարձակման արտոնագիր է շնորհում եւ ում գործունեությունն է վերահսկում, ակնհայտորեն մեծացնում է այդ մարմնի իշխանությունը եւ թույլ չի տալիս, որ հեռարձակողները չափից ավելի անտեսեն իրենց պարտավորությունները կամ օրենքը: Այսպիսով, պատժամիջոցներ կիրառելու լիազորությունը էականորեն լրացնում է արտոնագրման եւ վերահսկման լիազորությունները: Ըստ էության, պատժամիջոցների առաջին, եւ ամենակարեւոր ձեւը, այն է՝ օպերատորի արտոնագիրը հետ վերցնելու իրավասությունը, թույլտվություն կամ հեռարձակման արտոնագիր շնորհելու նրանց լիազորության ուղղակի հետեւանքն է: Այս պատժամիջոցն, ընդհանրապես, համարվում է ծայրահեղ արգելամիջոց, որն օգտագործվում է ոչ թե պատահական զանցանքը պատժելու համար, այլ ավելի լուրջ խախտումների, տնտեսական սնանկության կամ օպերատորի կողմից իր պարտավորությունները կատարելու անկարողության դեպքում: Եվրոպայում կանոնակարգող մարմինների կողմից հեռարձակման արտոնագրերի հետ վերցնելու դեպքերը հիմնականում կապված են եղել ալիքների լուծարման հետ: Ռադիոհեռարձակման բնագավառում արտոնագիրը հետ վերցնելու հիմք կարող է հանդիսանալ օրենքի հետեւողական անտեսումը (եթեւ տրվող հաղորդումների վերահսկման

րացակայություն, ռասիստական գաղափարների հեռարձակում, եւ այլն)։

Բացի հեռարձակողի արտոնագիրը հետ վերցնելու այս ծայրահեղ միջոցից, կանոնակարգողների տրամադրության տակ կա հնարավոր պատժամիջոցների մի ամբողջ շարք, որ կարող է կիրառվել հայտնաբերված խախտումներին համապատասխան։ Օրինակ կանոնակարգող մարմինները կարող են.

- արձակել զգուշացումներ, խորհուրդներ, հրահանգներ կամ պաշտոնական ծանուցումներ հեռարձակողներին՝ կոչ անելով նրանց կատարել իրենց պարտավորությունները կամ էլ շտկել ինչ-որ կոնկրետ իրավիճակ։ Ավելի հաճախ այս զգուշացումները կատարվում են հրապարակայնորեն՝ դրանց ավելի մեծ կշիռ տալու նպատակով,

- ֆինանսական պատժամիջոցներ կամ տուգանքներ կիրառել հեռարձակողների նկատմամբ։ Տուգանքների չափը սահմանափակվում է օրենքով՝ օպերատորի շրջանառության որոշակի տոկոսի շրջանակներում (Ֆրանսիայում՝ 3-ից 5 տոկոս),

- ելույթ ունենալ հայտարարությամբ՝ եթերով կամ մամուլում,

- ժամանակավորապես դադարեցնել հեռարձակողի արտոնագրի գործողությունը կամ որոշում ընդունել դրա ժամկետի կրճատման մասին։

Կանոնակարգողները շրջահայեցող են կիրառում պատժամիջոցների այս իրավունքը՝ միշտ հեռարձակողներին հնարավորություն տալով շարադրել իրենց տեսակետը, այլապես պատժամիջոցները կարող են բողոքարկվել եւ մերժվել։ Ընդհանրապես պատժամիջոցները ենթակա են բողոքարկման եւ հաստատման դատավորի վերահսկողությամբ (վարչական կամ սահմանադրական դատարանի դատավորի՝ կախված օրենսդրական համակարգից)։ Սակայն, ընդհանուր առմամբ, կանոնակարգողները հազվադեպ են դիմում պատժամիջոցներ կիրառելու իրենց լիազորությանը (եւ դա ուրախալի է)։ Վիճակագրական տվյալներով, այն ավելի հաճախ կիրառվում է ռադիոհեռարձակողների (հիմնականում բովանդակության հետ կապված խնդիրների համար), քան թե հեռուստահեռարձակողների նկատմամբ։ Հեռարձակողների նկատմամբ կիրառվող պատժամիջոցները հետեւյալ ոլորտներին են վերաբերում. հսկողություն եթեր դուրս եկող հաղորդումների նկատմամբ, երեխաների եւ երիտասարդների պաշտպանություն, եւ, ամենից շատ, գովազդը եւ հովանավորչությունը կանոնակարգող կանոնների խախտումներ (գովազդին հատկացված քվոտաների գերազանցում, քողարկված գո-

վագը, «Անդրսահմանային հեռուստատեսության մասին» հրահանգը խախտող հովանավորչություն, եւ այլն) Սակայն կանոնակարգողները դիմում են պատժամիջոցների, միայն երբ մնացած բոլոր միջոցները՝ բանակցությունները, զգուշացումները, հրամանները, հաջողության չեն հասնում:

Սակայն չի կարելի ժխտել, որ այնտեղ, որտեղ կանոնակարգող մարմիններն անմիջականորեն գործելու եւ «եթերը հսկելու» այս իրավունքն ունեն, պատժամիջոցներ կիրառելու լիազորությունն ավելի արդյունավետ է դարձնում նրանց աշխատանքը եւ օգնում է կանխել հեռարձակման չափանիշների ամենօրյա խախտումները: Այսպիսով, պատժամիջոցների իրավունքը նկատելիորեն մեծացնում է կանոնակարգող մարմինների դերը, պայմանով, որ նրանք լավ են կիրառում այդ իրավունքը, երբ դրա կարիքն առաջանում է: Այստեղ առկա է նաեւ տնտեսական գործոնը այնքանով, որքանով հեռարձակողի ամեն մի խախտում անարդար մրցակցության մի ձեւ է մեկ այլ հեռարձակողի հանդեպ: Վերջ դնելով այս խախտումներին՝ կանոնակարգող մարմինը մինչեւ վերջ կատարում է իր դերը երաշխավորելով վերաբերմունքի հավասարությունը:

Թողնել կանոնակարգող մարմնին՝ սեփական կամքով, առանց դատարանի օգնության որոշելու, թե որքանով է խախտումը լուրջ եւ արդյոք հեռարձակողն արժանի է պատժամիջոցների, նշանակում է հարցը թողնել մասնագետների խմբի, այլ ոչ թե դատավորի հայեցողությանը, որը կարող նույնչափ լավատեղյակ չլինել հեռարձակման ոլորտի գործունեությանը՝ այսպիսով պաշտպանելով հեռարձակողներին անհարկի քննադատությունից: Այս առումով, պատժամիջոցների կիրառումը հեռարձակման ոլորտի համար պատասխանատու կանոնակարգող մարմնի կողմից երաշխիք է, որ օպերատորներին կդատեն նրանք, ովքեր պատասխանատու են լրատվամիջոցների ոլորտի համար եւ արդարադատությունը կհաստատվի հնարավոր ամենաարդար ձեւով:

Բ. Հարաբերությունները ֆաղափական իշխանությունների հետ. բախումներ եւ լարվածություններ

Հեռարձակման ոլորտում կանոնակարգող մարմինների բուն սկզբունքը պահանջում է, որ, ինչպես տեսանք, դրանք լինեն երկրի քաղաքական իշխանություններից անկախ՝ Որպեսզի ինչպես հարկն է կատարեն իրենց գործը, կանոնակարգողները պետք է ազատ լինեն որեւէ արտաքին ազդեցությունից կամ քաղաքական կամ որեւէ այլ բնույթի

ճնշումից Ի՞նչ է իրականում տեղի ունենում պրակտիկայում.

Ընդհանուր առմամբ, հեռարձակման ոլորտի կանոնակարգող մարմիններն անկախ կարգավիճակ են վայելում, հատկապես գործադիր իշխանություններից անկախ: Ավելի կոնկրետ, սա նշանակում է, որ քաղաքական իշխանություններն ամբողջությամբ եւ որոշակիորեն հրաժարվում են լրատվամիջոցների ոլորտում միջոցների դիմելու իրենց իշխանության բոլոր ձեւերից, բացի օրենսդրականից, որոնք մնում են նրանց միակ միջոցը: Դիշտ է, այն հաճախակի փոփոխությունները, որոնց ենթարկվել են հեռարձակման օրենսդրությունները այնպիսի երկրներում, ինչպիսիք են Ֆրանսիան, Իտալիան եւ Միացյալ Թագավորությունը, ցույց են տալիս, որ ոլորտում մշտական տեխնոլոգիական առաջընթացի պատճառով օրենսդրությունը պետք է շարունակաբար ճշտվի, բայց դրանք նաեւ մատնանշում են քաղաքական գործիչների համար մշտական գայթակղությանը՝ միջամտելու ոլորտի գործունեությանը օրենսդրական ուղիներով:

Հեռարձակման կանոնակարգման կարճ պատմության ընթացքում հարաբերությունները կանոնակարգողների եւ գործադիր իշխանությունների միջեւ հաճախ շատ լարված են եղել: Օրինակ, Ֆրանսիայում առնվազն երեք օրենք եւ իրար հաջորդող երեք տարբեր տեսակի կանոնակարգող մարմին (Հեռարձակման բարձրագույն մարմինը 1982 թվին, Հաղորդակցությունների եւ ազատությունների ազգային հանձնաժողովը 1986 թվին եւ Հեռարձակման բարձրագույն խորհուրդը 1989 թվին) անհրաժեշտ եղավ, որպեսզի, ի վերջո, գիտակցվեր կանոնակարգող մարմնի կարիքը եւ այն օրինականացվեր: Իսկ մինչ այդ, քաղաքական ճոճանակի վերուվարումներով ականատես եղանք, թե ինչպես երկու կառավարություններ հողին հավասարեցրին իրենց նախորդների արածը: Օրինակ՝ Հաղորդակցությունների եւ ազատությունների ազգային հանձնաժողովը (ՀԱԱՀ) ենթարկվեց նախագահ Ֆրանսուա Միտերանի խիստ քննադատությանը, որը պնդում էր, թե «այն հարգանք չի ներշնչում» եւ բացահայտորեն կասկած հայտնեց, թե հանձնաժողովն իրապես անկախ չէ գործող կառավարությունից, որն իրեն իշխանության բերած կառավարությունը չէր: Նախագահ Միտերանի վերընտրությունից եւ նոր մեծամասնության իշխանության գալուց հետո օրենքը վերջ տվեց ՀԱԱՀ-ի գոյությանը եւ ստեղծեց ներկա ՀԲԽ-ն, որը կարողացավ, ի վերջո, դիմանալ 1993 թվականի նոր քաղաքական իշխանափոխությանը եւ կարողացավ մեկընդմիջտ հաստատել իր օրինականությունը: Եթե անգամ դրա որոշումները քննադատվում են քաղաքական գործիչների եւ գործադիր իշխանության կողմից, դրա բուն գոյությունն այսօր արդեն ոչ-ոքի կողմից կասկածի տակ չի դրվում: Կենտրոնական Եվրոպայի երկրներում հարաբերությունները համեմատաբար

նորաստեղծ կանոնակարգող մարմինների եւ կառավարությունների միջեւ նույնպէս երբեմն լարված են եղել Օրինակ Լեհաստանում Ռադիոյի եւ հեռուստատեսության ազգային խորհրդի (ՌՀԱԽ) առաջին նախագահը 1994 թվականի մարտի 1-ին հեռացվեց պաշտոնից նախագահ Լեյա Վալենսայի կողմից: Որոշումը բողոքարկվեց սահմանադրական դատարանում եւ կուսակցությունների միջեւ երկարատեւ վիճարանությունների սկիզբ դրեց: Դրանից հետո ՌՀԱԽ-ի նախագահը մի քանի անգամ փոխվել է: Չեխիայի Հանրապետությունում Ռադիո եւ հեռուստատեսային հաղորդումների խորհրդի ամենամյա հաշվետվությունը 1994 թվականին մերժվեց խորհրդարանի կողմից՝ առաջ բերելով կանոնակարգող մարմնի պաշտոնակալությունը:

Իհարկե, քաղաքական գործիչների համար մեծ գայթակղություն է փորձել խափանել անկախ մարմինների գործունեությունը եւ առարկել նրանց որոշումների դեմ, հատկապէս, երբ վերջիններս առավելագույնս օգտվում են իրենց անկախությունից: Ավելին, այն ոլորտները, որտեղ ակտիվ են կանոնակարգող մարմինները, հատկապէս մասնավոր օպերատորների ընտրությունը (դրանց մի մասը կարող է գործող կառավարությանն ավելի հաճելի լինի, քան մյուսը) եւ բազմակարծությունը եթերում, ուղղակիորեն առնչվում են լրատվամիջոցների նկատմամբ կառավարության վերաբերմունքին: Իրականում սա է կանոնակարգող մարմինների անհրաժեշտության պատճառներից մեկը: 1994 թվականին Ֆրանսիայում ՀԲԽ-ն որոշեց պատժամիջոցներ կիրառել երեք հեռուստատեսային ալիքների նկատմամբ (երկու հասարակական եւ մեկ մասնավոր), որոնք չէին ապահովել տարվա առաջին վեց ամիսների ընթացքում քաղաքական գործիչներին տրամադրած եթերաժամերի արդար հավասարակշռությունը՝ ավելի շատ եթերաժամ տրամադրելով կառավարությանը համակրողներին: Որոշումը առաջ չբերեց քաղաքական կառույցների առանձնահատուկ արձագանքը, որոնք ընդհանուր առմամբ, մեկնաբանեցին այն որպէս կանոնակարգող մարմնի իրավասությունների շրջանակներին խստիվ համապատասխան: Գործերի նման ընթացքն ինքնին բավական էր, որ ստիպեր շահագրգիռ հեռարձակողներին արագորեն շտկել հավասարակշռությունը կառավարության, խորհրդարանական մեծամասնության եւ ընդդիմության միջեւ:

Ինչ էլ որ լինի, բախումները գործադիր իշխանությունների կամ քաղաքական ուժերի հետ կանոնակարգող մարմինների ճակատագրի մի մասն են: Եվ անկասկած, այդպէս էլ պետք է լինի, քանի որ նման լարվածությունները քաղաքական իշխանություններից կանոնակարգող մարմինների անկախության պարզորոշ ապացույցն են

Ավելորդ է ասել, որ եթե այս անկախությունը սայթաքում է, ապա

կանոնակարգողներն իրենց ենթարկում են քննադատության վտանգին Բիչ չեն այն օրինակները, երբ կանոնակարգող մարմինները մեղադրվել են կամ կոնկրետ քաղաքական գործչի կամ կազմակերպության հետ կապերի համար, կամ էլ արտոնագրեր շնորհելիս այս կամ այն օպերատորին չհիմնավորված նախապատվություն տալու համար: Սակայն կանոնակարգող մարմիններին այդպիսի քննադատության առարկա է դարձնում իրենց կողմից իրականացվող գործառույթի բուն էությունը: Եվ կանոնակարգող մարմինների հեղինակությունը կարող է վտանգվել, եթե նրանք ի վիճակի չլինեն դիմակայել նման քննադատությունների եւ արդարանալ, հատկապես, քանի որ նման բախումները ձայնատեսարոտվության ոլորտում հաճախ ընդարձակ լուսաբանվում են լրատվամիջոցներում: Այդ պատճառով, նման հարձակումներից եւ ճգնաժամերից խուսափելու համար, կանոնակարգող մարմիններն իրենք պետք է կարողանան հաղորդակցվել լայն հասարակայնության հետ, հիմնավորեն իրենց ընտրություններն ու հրապարակայնացնեն իրենց գործունեությունը: Գործունեության թափանցիկությունը իրապես այն միջոցներից մեկն է, որ նրանք կարող են կիրառել քննադատությունից խուսափելու եւ իրենց որոշումները բացատրելու համար:

Հաղորդակցություններ եւ թափանցիկություն

Հեռարձակման ոլորտի կանոնակարգումը դեռ չափազանց նոր երևույթ է, որպեսզի լիովին գնահատվի եւ գիտակցվի ամբողջ հասարակության կողմից: Կանոնակարգողների կողմից կիրառվող բարդ մեխանիզմներն ու օրենսդրական արարողակարգերը, ունկնդիրների եւ հեռուստադիտողների տեսակետից, շատ քիչ են ազդում լրատվամիջոցների ամենօրյա իրականության վրա: Ուստի, բնական է, որ հանդիսականը պետք է ընկալի կանոնակարգողների գործունեությունը հաղորդումների որակի եւ բովանդակության վերահսկողության առումով: Այս իմաստով, չնայած կանոնակարգող մարմինների ազդեցությունն իրական է, այն միշտ չէ, որ բավարարում է լսարանի ակնկալիքները, որն ավելի հակված է պատկերացնելու կանոնակարգողին որպես մի տեսակ գերհսկիչի, որն, ի վերջո, պատասխանատու է այն ամենի համար, ինչ ինքը տեսնում է հեռուստատեսությամբ կամ լսում է ուղիղ լսումով: Սա, իհարկե, սխալ տպավորություն է, սակայն այն, այնուամենայնիվ, բացահայտում է ինչ-որ տեսակի վերահսկող մարմնի անհրաժեշտությունը տեսաձայնային լրատվության ոլորտում:

Ըստ էության, կանոնակարգողի ամեն մի գործողություն կամ որոշում կարող է ուղղակիորեն կամ անուղղակիորեն ազդել հաղորդման որակի եւ բովանդակության վրա: Ազդելով այնպիսի կարետր հարցերում, ինչպիսիք են բռնությունը հեռուստատեսությունում (պաշտպանելով երեխաներին եւ երիտասարդներին), տեղեկատվության բազմակարծությունը եւ ճշտությունը, պատասխանի կամ ճշտման իրավունքը, եւ անգամ քողարկված գովազդը՝ կանոնակարգող մարմինները կարետր դեր են խաղում դիտողների եւ ունկնդիրների պաշտանության գործում, անգամ եթե չեն մասնակցում եթեր հեռարձակվող հաղորդումների ընտրությանը. Սակայն երկարատեւ բացատրություններ են պետք, որպեսզի լայն հասարակայնությունը լիովին հասկանա հեռարձակման ոլորտի կանոնակարգման մեխանիզմները:

Կիրառվող արարողակարգերի թափանցիկությունը մեծապես օգնում է կանոնակարգող մարմինների կողմից կիրառված օրենսդրական մեխանիզմների պարզաբանման հարցում: Կանոնակարգողների ընդունած որոշումների հրապարակային պարզաբանումները կարող են նաեւ օգնել կանոնակարգողներին համապատասխան օրենսդրական կոնտեքստ տալ իրենց գործողություններին՝ հեռու մեքենայություններից եւ իշխանության չարաշահումներից, եւ ցուցադրել իրենց անկախությունը եւ այն չափանիշները, որոնք ընկած են իրենց դատողությունների հիմքում:

Որոշ երկրներում, ինչպես օրինակ Միացյալ Թագավորությունում, տեսաձայնային լրատվության ծառայությունները պարտավոր են պարբերաբար տեղեկացնել հասարակայնությանը կանոնակարգող մարմինների գործունեության եւ խնդիրների մասին: Օրինակ՝ ռադիո եւ հեռուստատեսային ալիքները հաղորդում են Հեռարձակման ստանդարտների խորհրդի եւ Հեռարձակման բողոքների հանձնաժողովի հայտարարությունները: Իսկ Անկախ հեռուստատեսային հանձնաժողովը (ԱՀՀ) կանոնավոր գովազդարշավներ է եթեր տալիս մասնավոր ալիքներով՝ բացատրելով հեռուստադիտողներին, հումորով եւ երեակայությամբ, թե ինչպես է ԱՀՀ-ն պաշտպանում իրենց շահերը՝ պաշտպանելով իրենց էկրանային բռնությունից եւ մոլորեցնող գովազդից եւ խրախուսելով տեղեկատվության բազմակարծությունն ու հավասարակշռությունը: Մասնավոր ալիքները պարտավոր են ցուցադրել այս հայտարարություններն անվճար:

Իրենց տրամադրության տակ հաղորդակցության հզոր միջոցներ ունեցող օպերատորների համեմատությամբ (իսկ դրանց մի մասն առանց վարանման օգտագործում է դրանք կանոնակարգող մարմինների որոշումների քննադատության համար եւ հրահրում է դիտողներին բողոքել դրանց դեմ) կանոնակարգող մարմինները լսված լինելու սահմանա-

վիակ միջոցներ ունեն: Ահա թե ինչու կարելու է, որ հասարակայնությունը տեղեկացվի կանոնակարգողների գործունեության եւ նրանց գոյության պատճառների մասին: Սա կարելի է անել, այլոց թվում, կանոնավոր կապեր հաստատելով հեռուստադիտողների եւ ունկնդիրների, ինչպես նաեւ նրանց ներկայացուցիչների հետ, երբ վերջիններս կազմում են սպառողների միություններ կամ ազդեցության խմբեր:

9. Հարաբերությունները սղառողների հետ

Եվրոպական ընտանիքների մոտ 97 տոկոսն այսօր հեռուստացույց ունի, այնպես որ Եվրոպայի քաղաքացիների ճնշող մեծամասնությունը հեռուստադիտող է: Այս հեռուստադիտողների (նաեւ ուղիղստղների) մի մասը միավորվել է միությունների մեջ, որոնք գնալով ավելի ակտիվ են դառնում ձայնատեսալրատվության ոլորտում: Նրանք ուղղակիորեն դիմում են կանոնակարգող մարմիններին՝ կանոնավոր կերպով արտահայտելով իրենց տեսակետներն ու կարծիքները, ինչպես նաեւ հենց իրենց՝ հեռարձակողներին: Որոշ տեղերում օրենքներ են ընդունվել, որոնք լիազորում են դիտողներին եւ նրանց միություններին բողոքներ ներկայացնել կանոնակարգող մարմիններին: Երբեմն կանոնակարգողի աշխատանքի մեծ մասը դառնում է անհատ դիտողների կամ նրանց միությունների բողոքների քննումը: Օրինակ՝ Միացյալ Թագավորությունում Հեռարձակման ստանդարտների խորհրդի (ԵՄԽ) պարտավորությունն է քննել հեռուստադիտողների եւ ունկնդիրների բողոքները կապված էկրանին բռնության, անպարկեշտության, անպատշաճ լեզվի եւ այլնի հետ: Ամեն տարի ՀՄԽ-ն քննում է ավելի քան 2500 բողոք: Նորությունների եւ տեղեկատվության ճշտությանը վերաբերող դիտողների բողոքները քննվում են (անհրաժեշտության դեպքում համապատասխան ընթացք տալով) Հեռարձակման բողոքների համաձայնագրով կողմից, որը տարեկան ստանում է 1000-ից ավել բողոքներ: Ֆրանսիայում օրենքը լիազորում է որոշ միությունների՝ պահանջել ՀԲԽ-ից միջոցներ ձեռք առնել այն հեռարձակողների դեմ, որոնք թերանում են իրենց պարտականությունների կատարման հարցում: Բացի այդ, ցանկացած հեռուստադիտող կարող է բողոք ներկայացնել ՀԲԽ-ին այն հեռարձակողի դեմ, որը խախտել է կանոնները կամ ներխուժել է իր անձնական կյանքը: Ամեն տարի ՀԲԽ-ն ստանում է մոտ 2500 նամակ հեռուստադիտողներից, որոնք բողոքում են հեռուստատեսային հաղորդումներից: Գերմանիայում Landesmedienanstalten-ը նույապես քննում է հեռուստադիտողների բողոքները երբեմն համապատասխան միջոցներ ձեռնարկելով օրինազանց հեռարձակողների դեմ:

Որոշ մարմիններ ստեղծել են խորհրդատվական հանձնաժողովներ, որոնք կազմված են դիտողների միությունների ներկայացուցիչներից կամ կամավոր դիտողներից՝ Եվրոպական որոշ հասարակական ալիքների կազմում գտնվող կանոնակարգող մարմինները, ինչպես BBC-ն կամ ZDF-ը, ինչպես նաև ITC-ն, այս եղանակով ստեղծել են, ինչպես իրենք են կոչում, խորհրդատվական հանձնաժողովներ կամ դիտողների խորհրդատվական խորհուրդներ իրենց դիտողների կարծիքը պարզելու համար:

Վերջապես, կանոնակարգողները հաճախ խորհրդակցում են հեռուստադիտողների կազմակերպությունների հետ ավելի պաշտոնական, ավելի լուրջ եղանակով հրապարակային ունկնդրումների ժամանակ, որոնք կազմակերպվում են կարելու որոշումներ ընդունելուց առաջ, ինչպիսիք են հեռարձակման արտոնագրերի վերաշնորհումը, հաղորդումների նոր կանոնակարգման ընդունումը եւ այլն: Մինչեւ 1996 թվականին ֆրանսիական TF1 եւ M6 ալիքների արտոնագրերի վերաշնորհումը, ՀԲԽ-ն խորհրդակցել էր դիտողների միությունների հետ եւ ընդունել էր նրանց առաջարկների մի մասը, որոնք տեղ էին գտել հեռարձակողների հետ կնքված պայմանագրերում: Հետաքրքիր է նշել, որ այս պարագայում ստեղծվել էր մի միություն, որպեսզի կանխեր TF1-ի օպերատորի արտոնագրի վերաշնորհումն առանց մրցույթ հայտարարելու:

Թեեւ այս միությունները դեռեւս շատ ներկայացուցչական չեն հասարակական կարծիքի առումով, եւ դիտողների մեծ մասն անտեղյակ է այն դերից, որ կանոնակարգող մարմինները խաղում են իրենց շահերի պաշտպանության գործում, հասարակայնության տեղակայությունը նրանց գործին աստիճանաբար աճում է: Հեռուստադիտողների եւ հեռարձակողների միջեւ միջնորդի դերը, որը նրանց գործառույթներից մեկն է, մեծապես կախված է հեռուստադիտողների եւ նրանց ներկայացուցիչների հետ կանոնակարգողների ունեցած հարաբերություններից, եւ հետեւաբար հասարակայնության հետ հաղորդակցման նրանց վարած քաղաքականությունից:

4. Կանոնակարգման հեռանկարները Եվրոպայում

Անդրազգային հեռուստատեսային ծառայությունները եւ ազգային կանոնակարգումը. Խնդիրներ թվանշանային արբանյակային հեռուստատեսությունում

Ապագայում կանոնակարգողներին սպասող մարտահրավերներից մեկը կլինի լրատվամիջոցների բազմակարծության երաշխավորումը Եվրոպայի բոլոր երկրներում՝ ներառյալ անդրազգային ծառայությունները, որոնք անկասկած կզարգանան հաղորդման եւ ընդունման տեխնոլոգիաների առաջընթացի՝ հատկապես արբանյակային հեռարձակման բնագավառում, եւ տվյալների խտացման թվային տեխնոլոգիաների զարգացման հետ, որը կկրճատի հեռարձակման ծախսերը:

Առնչվելով ընտրությունների եւ որոշումների հետ, որոնք հաճախ նման վերլուծություններ եւ լուծումներ են պահանջում, տարբեր երկրների կանոնակարգող մարմինները լավ արդյունքների կհասնեն, եթե իրար հետ խորհրդակցեն՝ առաջացած խնդիրներին լավագույն մոտեցումներ գտնելու համար: Եվրոպայի հեռարձակման ոլորտում, որտեղ խոշորագույն ընկերությունների գործունեությունն աստիճանաբար ավելի միջազգային մասշտաբներ է ընդունում, կանոնակարգող մարմինները հաճախ գործ են ունենում միեւնույն օպերատորների հետ՝ Bertelsmann, Canal-Plus, CLT, Kirch, Mediaset, Murdoch, Nethold, դեռ մի կողմ թողնելով ամերիկյան օպերատորներին, որոնք արբանյակային ծառայություններ են իրականացնում կամ կիրականացնեն Եվրոպայում:

Այսօր կան բազմաթիվ ոչ պաշտոնական շփումներ տարբեր կանոնակարգող մարմինների միջեւ, որոնք կազմում են փորձագետների մի խորհուրդ, եւ Եվրախորհուրդը քաջալերում է նրանց փոխանակել տեսակետներ, մեթոդներ, գործնական եւ տեսական գիտելիքներ, ինչպես նաեւ ուսումնասիրել «Անդրսահմանային հեռուստատեսության մասին» եվրոպական կոնվենցիայի կիրառման գործընթացն այն երկրներում, որոնք վավերացրել են այն. Եվրախորհուրդը կանոնավոր կերպով հանդիպումներ է կազմակերպում բոլոր երկրների կանոնակարգող մարմինների համար, քանի որ կանոնակարգող մարմիններ ունեցող երկրների թիվն ամեն տարի աճում է, ճիշտ ինչպես այն թեմաների քանակը, որոնց վերաբերյալ գաղափարների եւ տեղեկատվության փոխանակման կարիք կա: Եվրամիության «Անդրսահմանային հեռուստատեսություն» ծրագրի նոր հրահանգը նույնպես նախատեսում է Միության

բոլոր երկրների կանոնակարգողներից կազմված մի հատուկ հանձնա-
ժողովի ստեղծում հրահանգի կիրառման բոլոր դժվարություններն ու-
սումնասիրելու համար

Աստիճանաբար ուժ է հավաքում անգամ եվրոպական մի կանոնա-
կարգող մարմնի ստեղծման գաղափարը, որը պատասխանատու կլինի՝
առանց ազգային մարմինների իրավասությունների եւ առանձնաշնորհ-
ների նկատմամբ ոտնձգություններ անելու, Հրահանգի կիրառման հետ
կապված հարցերի քննության համար՝ նպատակ ունենալով կարգավո-
րել երկրների միջեւ ծագած վիճաբանությունները կամ միջազգային
խնդիրներն՝ առանց Եվրոպական դատարան դիմելու:

Վերջապես, վերջին երկու տարվա ընթացքում Եվրոպական դատա-
րանը սկսել է հեռարձակման ոլորտի վերաբերյալ որոշումներ կայաց-
նել, որոնք աստիճանաբար վերածվում են նախադեպային իրավունքի
մի համակարգի, որի հետ ստիպված են հաշվի նստել ինչպես կառավա-
րությունները, այնպես էլ ազգային կանոնակարգող մարմինները: Ծառ
կանոնակարգող մարմիններ արդեն բացել են միջազգային հարաբերու-
թյունների բաժիններ:

Քանի որ հեռարձակման արդյունաբերությունը հաստատ շարունա-
կելու է իր միջազգային զարգացումը՝ Եվրոպայի տարբեր երկրներում
միջազգային բազմալրատվական խմբերի առկայությամբ եւ ավելի ու
ավելի ընդարձակ անդրազգային հեռուստատեսային ծառայություննե-
րով, իսկապես կարելու է, որ կանոնակարգողները համագործակցեն
եվրոպական մակարդակով, որպեսզի հեռարձակման կանոնակարգ-
ման կոնկրետ ասպեկտների կապակցությամբ ընդունվեն ընդհանուր
դիրքորոշումներ եւ բարձրացնեն կանոնակարգող մարմինների կշիռը
համաշխարհային հավակնություններ ունեցող համաշխարհային կար-
գի օպերատորների հետ համագործակցելիս:

Հեռարձակման կանոնակարգում. միավորում, թե՞ մասնագիտացում

Այն ժամանակ, երբ հեռարձակման ոլորտի կանոնակարգումը սկ-
սում է դառնալ եվրոպական հեռարձակման հիմնադիր բաղկացուցիչ
մասերից մեկը, երբ հասարակայնությունը սկսում է ավելի լավ գիտակ-
ցել կանոնակարգողի դերը, եւ նրանց աշխատանքը սկսում են համարել
արդյունավետ եւ անգամ էականորեն կարելու, կանխատեսելի հորի-
զոններում հայտնվում են նոր մարտահրավերներ:

Տեղեկատվական հասարակության կողմից բացված նոր հեռան-
կարները եւ հիբրիդային կամ թերի ձեւակերպված օրենսդրական կար-
գավիճակ ունեցող նոր ծառայությունները խախտելու են հաստատված

հավասարակշռությունը եւ կասկածի տակ են դնելու օրենքների եւ չափանիշների ներկա համակարգը Այնպիսի չափանիշներ, ինչպես խմբագրական պատասխանատվությունը, հարգանքը հասարակայնության նկատմամբ, հավասար մուտք դեպի տեղեկատվություն եւ պլուրալիզմ, որ մինչեւ հիմա պաշտպանվել եւ լուսաբանվել էին հեռարձակումը կանոնակարգող մարմինների կողմից, պետք է անկասկած կիրառվեն նաեւ տեղեկատվական հասարակության խոստացած նոր ծառայությունների նկատմամբ:

Անգամ եթե ավանդական լրատվամիջոցները (ռադիոն եւ եթերային հեռուստատեսությունը) հավանաբար դեռ երկար ժամանակ են լինելու գերակայող զանգվածային լրատվամիջոցներ, նոր լրատվամիջոցները, որոնք օգտվում են «միավորման տեխնոլոգիաների» բոլոր առավելություններից (թվայնացում, դեպի տեղեկատվություն մուտքի նոր միջոցներ), հաստատապես շատ արագ են զարգանալու եւ նոր խնդիրներ են առաջ քաշելու: Վերջին վիճաբանություններն այնպիսի ծառայությունների կապակցությամբ, ինչպես Ինտերնետը, պարզորոշ ցույց տվեցին, որ նոր ծառայությունները նույնպես կարիք ունեն ինչ-որ տեսակի կանոնակարգման, որոշակի էթիկական սկզբունքների, վերահսկողական միջոցառումների եւ այլն, կարճ՝ նրանց պետք է մի կարգավորող համակարգ՝ նման այն համակարգին, որ համբերատար կերպով ստեղծվել է ռադիո եւ հեռարձակման համար վերջին քսան տարիների ընթացքում: Իհարկե, ծագելու է այս նոր լրատվական (եւ զվարճալիքային) ծառայությունները կանոնակարգող մարմինների իրավասությունների սահմանների հարցը: Անկասկած, նախ պետք է քննարկվի եւ ճշտվի ձայնատեսաձայնալուսանկարների սահմանումը: Մակայն անմտություն չէ երեւակայել, որ ապագայի նոր ցանցերի առաջարկած ամեն մի ծառայություն, որը բաղկացած է պատկերից եւ ձայնից եւ տարբերվում է մասնավոր թղթակցությունից նրանով, որ այն ներկայացվում է հասարակայնությանը, կընդգրկվի հեռարձակումը կանոնակարգող մարմինների իրավասության ոլորտում: Մակայն նոր լրատվամիջոցների կանոնակարգման հեռանկարը պահանջում է ձայնատեսաուլորտի կանոնակարգման զարգացման եւ սոցիալական նշանակության խոր վերլուծությունը:

Իդեալական հասարակությունն, իհարկե, կարող է գոյատևել առանց հեռարձակումը կանոնակարգող մարմինների նման կառույցների: Քիչ չեն անսահման ազատականացման այն կողմնակիցները, ովքեր քննադատում են դրանց գոյությունը՝ առաջարկելով թողնել կանոնակարգումը միայն շուկայական ուժերին: Մակայն նրանք մոռանում են, որ կանոնակարգող մարմինների գործառույթներից մեկն էլ հենց ապահովելն է, որ շուկայական ուժերն ի վիճակի լինեն իսկապես ազատ

գործելու (մի բան, որ միշտ չի լինում), եւ որ այս յուրահատուկ շուկան, որտեղ սպառողներին առաջարկվող ապրանքները տեղեկատվությունն ու զվարճալիքները, հեռու են սոսկ սպառողական ապրանք լինելուց, հատուկ պաշտպանության կարիք ունի: Մեր հասարակությանը հաջողվել է ստեղծել վերահսկողական մի համակարգ էլեկտրոնային լրատվամիջոցների համար, որը ոչ մի ընդհանուր բան չունի գրաքննության հետ, այլ հակառակը, երաշխավորում է արտահայտվելու եւ տեղեկատվության ազատությունը: Սա է կանոնակարգող մարմինների գլխավոր խնդիրը, եւ ինչպես տեսանք, Եվրոպայում նրանք կատարում են այդ խնդիրն ավելի ու ավելի պրոֆեսիոնալ մակարդակով՝ հարմարվելով յուրաքանչյուր երկրի առանձնահատուկ պահանջներին: Սա մի մշտական մարտահրավեր է, որը կանոնակարգողներից պահանջում է իրենց պարտականությունների հստակ գիտակցում, եթե հեռարձակումն իսկապես ծառայելու է հասարակության շահերին:

ԳԼՈՒԽ ԵՐԵՐՈՒՂ

Տեղեկատվական հասարակություն

Այդան Ուայթ,

Լրագրողների միջազգային դաժնություն

Ես ամբողջովին կողմնակից եմ առաջընթացին: Դա մի փոփոխություն է, որ ինչ դուր չի գալիս:

Մարկ Տվեն

Փոփոխությունը տեղեկատվական դարաշրջանի հիմնական հասկացությունն է: Մենք ապրում ենք այնպիսի ժամանակաշրջանում, երբ ապակեթելն ու արբանյակները հնարավորություն են ընձեռում մեծ արագությամբ եւ էժան գնով աշխարհի մի ծայրից մյուսը տեղեկատվության հեռադձակել կամ հրապարակել: Մեր հեռուստացույցները դարձել են տեսախանութներ, իսկ հեռախոսները՝ արագագործ տվյալների շտեմարան: Տեխնոլոգիաներն իրոք փոխում են հասարակությունը, բայց արդյո՞ք դա առաջընթաց է:

Մեզ խոստանում են, որ կունենանք առողջապահության ավելի լավ ծառայություն եւ ամբողջ կյանքի ընթացքում ուսումնառությունը շարունակելու հնարավորություն, կապրենք ավելի հարուստ ու ապահով միջավայրում, կվայելենք մարդուն ուղղված ժողովրդավարության եւ արտահայտվելու էլ ավելի լայն ազատության պտուղները, որը լրագրության ու զանգվածային հաղորդակցության «դրամն» է:

Իրավամբ, սա հեղափոխություն է, բայց արդյո՞ք այն կնպաստի համընդհանուր ընթրնմանն ու ժողովրդավարությանը՝ բազմակարծության, մամուլի ազատության, տեղեկատվության մատչելիության եւ քաղաքացիների՝ իրենց կյանքը վերահսկելու ավելի լայն հնարավորություններ տալու միջոցով:

Հարցի պատասխանը արդյունաբերության (որն այժմ զբաղված է տեղեկատվական դաշտի տենդագին ու հապշտապ վերակառուցմամբ, ինչպես նաեւ լրագրողական, զանգվածային լրատվության ու հաղորդակցության աշխարհի) շահերի եւ հասարակության՝ համայնքային շահերի (որոնք մեծապես անտեսվել են տեղեկատվական տեխնոլոգիաների օգուտի, զարգացման եւ շահագործման մասին բանավեճերի ու ճառերի աղմուկում) միջեւ հավասարակշռություն գտնելու մեջ է

Տեղեկատվական հասարակությունը մի հանելուկ է Մենք հաղորդակցական հեղափոխության միջնամասում ենք, որը արմատապես կփոխի մեր կյանքն ու աշխատանքը Սակայն ոչ մարդիկ, ոչ մեր հանրային կառույցները, ոչ էլ գործարար աշխարհը պատրաստ չեն այդ փոփոխությանը

Անպատրաստ են նաև լրագրողներն ու ավանդական լրատվամիջոցները, որոնց անտեղյակությունն ու անորոշությունը սպառնում են կազմալուծել ծառայությունների դիմաց օգուտներ քաղելու հնարավորությունը միասնական բազմամիջոց (մուլտիմեդիա) միջավայրում, որոնք են՝ տնտեսական շահութաբերություն, ավելի շատ աշխատատեղեր, լրագրության բարձր չափանիշներ ու բազմակարծության էլ ավելի բարձր մակարդակ:

Համընդհանուր համայնքը շատ բան է անում այս ուղղությամբ եւ քիչ եռանդ չի ներդնում աշխարհի տարբեր մշակույթների միջեւ լուսավորություն տարածելու ու հաղորդակցության համար: Սակայն մենք վտանգի կենթարկվենք, եթե չգիտակցենք այս համայնքում հատակագիծ ունենալու անհրաժեշտությունը, քանի որ հասարակության պատկերացումները պահանջում են սոցիալական ու մշակութային արժեքների հաշվառում՝ տնտեսական ու առևտրային նեղ հրամայականներից զատ:

Տեղեկատվական հեղափոխության սյուները հեռախոսը, հեռուստացույցն ու համակարգիչն են: Դրանք են դարձել փոփոխության գործիքները՝ շնորհիվ տեխնոլոգիական զարգացումների:

Առաջինը թվայնացումն է: Այս գործընթացի շնորհիվ տեղեկատվությունը համակարգչային կողմի միջոցով վերածվում է տվյալների բիթերի: Եթե տվյալները գրանցված են գույգրվային (բինար) լեզվով, ապա տեղեկատվության աղբյուրը (ձայնագրություն, ռադիո, հեռուստատեսություն, ժապավեն, տեսագրություն, գրաֆիկա կամ տպագիր տեքստ) նշանակություն չունի: Բիթը՝ բիթ է Այս բիթերը ի մի բերելով կարելի է մեծ արագությամբ հաղորդել հեռախոսագծերով:

Երկրորդ հեղաշրջումը կապված է հենց գծերի հետ: Ապակեթել հեռախոսագծերի օգտագործումը աշխարհի խոշորագույն կապուղիներում հնարավորություն է տալիս միաժամանակ միլիոնավոր ձայնային հաղորդագրություններ ուղարկել մազի հաստություն ունեցող մալուխով: Հարյուրավոր տեսահաղորդումներ կարող են փոխանցվել նույն ձեռով: Այսօր մշակվում են տվյալների սեղմման նոր եղանակներ, որոնց շնորհիվ հնարավոր կդառնա տեղեկատվության մեծ քանակներ հաղորդել սովորական պղնձե հաղորդալարերով

Երրորդ կարևոր տարրը, որի շնորհիվ տեղեկատվական հեղաշրջումը հասանելի է դառնում յուրաքանչյուր ընտանիքի, համակարգչային

տեխնոլոգիաների արագ էժանացումն է Մի քանի տարի առաջ համակարգչից օգտվելը հարուստ ու կրթված վերնախավի մենաշնորհն էր Այսօր, համակարգիչների նոր սերունդը ցանցային համակարգիչները մուտք են գործել միլիոնավոր տներ. Յանցային համակարգիչները, որ չունեն կարծր սկավառակներ, բարդ ծրագրեր ու մարդկանց վախեցնող մեծաթիվ հավելյալ սարքեր, տերմինալի կամ մոդեմի միջոցով հեշտու-թյամբ միանում են ցանցերին: Դրանք հեշտ են գործածության եւ էժան՝ գնելու համար:

Անսպասելիորեն տեղեկատվական հասարակությունը իրականու-թյուն կդառնա միլիոնավոր մարդկանց համար. Սակայն մենք դրանից օգուտ կքաղենք, եթե ավելանա մարդկանց իրազեկությունն ու մասնակ-ցությունն այդ փոփոխության ժողովրդավարական եւ սոցիալական հե-տեւանքներին: Պետք է ճիշտ ընտրություն կատարել:

Եթե հավատանք այն ամենին, ինչ գրում են տեղեկատվական հեղա-փոխության ոգեշունչ աջակիցները, ուրեմն մեզ սպասում է տեխնոլո-գիական նորամուծությունների հետինդուստրիալ դրախտ, որից կօգտ-վեն բոլորը: Մովորաբար զարմանքի եւ հուզումի երանգ կա էլեկտրոնա-յին հաղորդակցության այնպիսի նոր ծառայությունների հեռանկարի մասին խոսելիս, ինչպիսիք են ինտերակտիվ առևտուրը, տեսանյութերն ըստ պահանջի, 500 եւ ավելի հեռուստաալիքների հաջորդափոխությունը երկրային կամ արբանյակային աղբյուրներից, հեռաաշխատանք, հե-ռաուսուցում եւ էլեկտրոնային ժողովրդավարության նոր ձեւեր:

Ինտերակտիվ ծառայություններ տեղեկատվական հասարակությունում

*Գործարքներ տնային առևտուր, բանկային ծառայություններ
տնից, էլեկտրոնային պատվերներ, էլեկտրոնային առք ու վաճառք,
ֆինանսական ծառայություններ:*

*Ջվարճանքներ տեսաֆիլմեր ըստ պահանջի, ինտերակտիվ կա-
տակներ, տեսախաղեր:*

*Տեղեկատվական ծառայություններ բազմամիջոց տպագրություն,
«օնլայն» տեղեկատվական բազաներ, էլ. փոստ, էլեկտրոնային խոր-
հրդակցություններ, տեսահեռախոսներ, տեսակոնֆերանսներ:*

Վերահսկողության ծառայություններ հեռահազանգ եւ հեռաանվտանգություն, «ՕՆԼայն» գործարկում եւ կարգավորում

Հանրային ծառայություններ «ՕՆԼայն» կենտրոնական ու տեղական վարչական ծառայություններ, ուղիղ ժողովրդավարության տեսակներ, հեռաուսուցում, «ՕՆԼայն» առողջապահական ծառայություններ, էլեկտրոնային թանգարաններ ու պատկերասրահներ, էլեկտրոնային գրադարաններ:

Մասնագիտական ծառայություններ՝ հեռաաշխատանք, հեռամարքետինգ, հեռաուսուցում:

Անկասկած, հնարավոր է կատարելագործել առողջապահական, կրթական եւ այլ հանրային ծառայությունները, ինչպես նաեւ ցանկալի է բարելավել լրատվամիջոցների լուսաբանումների որակն ու ծավալը, սակայն այս ամենը երաշխավորված չէ: Միայն ընտրությունը կարող է հանգեցնել.

- իշխանության հետագա կենտրոնացման հարուստների ձեռքում, խոշոր քաղաքներում, շրջանների մարդկանց հետագա մեկուսացման եւ ամբողջ աշխարհում աղքատների ու հարուստների միջեւ անդունդի խորացման,

- մարդկանց համար առանձնանալու հնարավորության կորստի, հասարակությունից որոշ անապահով խավերի դուրսմղման,

- լրատվամիջոցների էլ ավելի կենտրոնացման,

- լրատվամիջոցների ու հեռահաղորդակցության կոնգլոմերատների անհարկի ազդեցության քաղաքական մարմինների եւ հասարակական կարծիքի վրա,

- կոմերցիոն ծրագրավորման, խաղ-շոուների, սենսացիոն ու բիրտ ցածրակարգ հեռուստատեսության, գովազդի ու վաճառքի գերակայության:

Շատերին մտահոգում է նաեւ այն հանգամանքը, որ եթե ճիշտ ընտրություն չկատարվի, տեղեկատվական հասարակությունը կլինի մի անարդար, ոչ բարի միջավայր, ուր «ունետրի» ու «չունետրի» միջեւ ճեղքվածքը կընդարձակվի, ուր քաղաքային եւ հարուստ տեղեկատվություն ունեցող հանրույթները կբարգավաճեն, իսկ ավելի աղքատ ու մեկուսացած համայնքների տգիտությունը կխորանա: Եթե տեղեկատվական տեխնոլոգիաները մնան հարաբերաբար հարուստ, կիրթ ու արտոնյալ ընտրախավի մենաշնորհը, անխուսափելիորեն կգոյանա ժողովրդավարության պակասորդ, որը կվնասի հասարակության ամբողջ հյուսվածքը:

Նոր լրասվամիջոցներ եւ նոր կորոնրաշիվ դերակասարներ

Տեղեկատվական հասարակությունը աճող տազնապների տեղիք է տալիս, որովհետեւ թե՛ Եվրոպայում, թե՛ Միացյալ Նահանգներում այդ մասին քննարկումները մինչ այժմ ենթարկված են եղել ինդուստրիայի հրամայականներին՝ ինչպես օգտագործել տեխնոլոգիաները եւ ինչ ենթակառուցվածքներ ստեղծել, որպեսզի դրանց շահագործումը շահութաբեր լինի: Այս մոտեցումը թելադրված է տեղեկատվական շուկայի տեղի կարիքներով Անչափ քիչ են քննարկվում այնպիսի հարցեր, ինչպիսիք են հուսալիությունը, որակը, էթիկան, չի քննարկվում լրատվամիջոցների ապագա դերը:

Սա վտանգավոր եւ անհավասարակշիռ մոտեցում է նոր հասարակություն կառուցելու համար: Այնտեղ, ուր գերիշխում է շուկան, քաղաքացիներն ընդամենը դառնում են տեղեկատվական արտադրանքի սպառողներ, եւ հասարության այնպիսի հատվածներ, ինչպիսիք են երեխաները, ծերերը, փոքրամասնությունները, դառնում են առքուվաճառքի թիրախ, եւ շուկաների մոլուցքը առեւտրային խնդիրները մղում է դեպի քաղաքականության առաջին գիծ: Այսպիսի պայմաններում քիչ տեղ է մնում սուր, հետաքննական, մարտահրավեր նետող լրագրության համար: Չանգվածային լրատվությունը, որը սիրում է խոսել հանրության անունից, չի հոգում այն համայնքների մասին, որոնց կարծիքները կամ գաղափարները չեն ծառայում ընկերության կամ դրա հովանավորների շահերին:

Հետեւաբար, կարեւոր է գիտակցել, որ պետք է ընտրություն կատարել ոչ միայն ընկերությունների ու սպառողների, այլ նաեւ համայնքների ու քաղաքացիների օգտին: Սակայն հասարակական հնչեղություն ունեցող հարցերը, թեւեւ եվրոպացի քաղաքագետները դրանց այժմ ավելի մեծ ուշադրության են արժանացնում, շարունակում են մնալ լուսանցքում:

Այս հարցերին քիչ ուշադրություն է դարձվում, որովհետեւ հաղորդակցությունների աշխարհում այժմ երկու վճռական կորստորատիվ ճակատամարտեր են մղվում. մեկը ենթակառուցվածքները վերահսկելու համար (տեղեկատվական գերուղիներ, զարկերակներ, որ սնում են տեղեկատվական հասարակությունը), մյուսը՝ այդ ուղիներով փոխանցվող տեղեկատվության բովանդակությունը վերահսկելու, շահութաբեր տեղեկատվական ծառայություններ մատուցելու համար

Այս ընթացքում տեղեկատվության աշխարհը արագորեն անճանաչելի է դառնում Տեղեկատվության ավանդական դերակատարներին հրատարակիչներին ու հեռարձակողներին նոր, հզոր մրցակիցներ են ավելանում հեռահաղորդակցության ու արբանյակային հեռուստատեսության, համակարգչային ու ծրագրավորման արդյունաբերությունից, ֆինանսական ծառայությունների ասպարեզից. Հզոր ընկերությունների միաձուլման ու միմյանց վրա վերահսկողություն սահմանելու արդյունքում ստեղծվեցին անդրազգային ընկերություններ. Քանի որ տեղեկատվությունը դառնում է աշխարհում ամենալավ վաճառվող ապրանքը, ինդուստրիայի խոշոր դերակատարներից շատերը՝ գլոբալ ընկերությունները, ավելի հարուստ կլինեն, քան միջին չափսի երկրներից շատերը: Դրանք ահռելի հզորություն կունենան Միավորվող ընկերությունները, հատկապես մուլտիմեդիայի բնագավառում, արդյունաբերական հզորությունների նոր կենտրոնացում են առաջացնում: Կենտրոնացումը հակաթեզն է բազմազանության, որն անհրաժեշտ է առողջ ժողովրդավարության համար.

Միավորվում են նաև տեղեկատվության փոխադրողներն ու բովանդակություն ապահովողները. Այստեղ ծագում է գերուղիների մուտքը վերահսկելու խնդիրը: «Դոմայանների» (մարմին, որը որոշում է, թե ով մուտք կունենա դեպի տեղեկատվության ցանցեր, ով՝ ոչ) խնդիրն արդեն գլխացավեր է առաջացնում Եվրոպայում կարգավորման կողմնակիցների համար:

Միացյալ Թագավորությունում արդեն արժարժվում է այն հարցը, որ Ռուփերտ Մերդոքի «News Corporation»-ը շուտով անարդար եւ վտանգավոր մենաշնորհ կհաստատի էժան արբանյակային դեկոդերների տրամադրման ասպարեզում: Այս առավելությունը նրա ընկերություններին կարող է հնարավորություն տալ որոշելու, թե որ ծառայությունները կարող են իրենց արբանյակային կապերի միջոցով մուտք ունենալ դեպի տնային հեռուստացույց, որոնք՝ ոչ Շատերը երկյուղում են, որ խտրականության հետեւանքով կտուժեն մրցակիցները: Ի լրումն, ընկերության մեծապես քաղաքականացված լինելը բովանդակության բազմազանության մասին տագնապելու տեղիք է տալիս:

Չնայած ընկերության հակաճառությանը, թե այդ ամենն իրենց հաջողվել է մեծ ներդրումների շնորհիվ, «News Corporation»-ի պակաս հարուստ մրցակիցների դեմ մղած կործանիչ գնային պատերազմը լավատեսություն չի ներշնչում, թե ընկերությունը կվարի արդար քաղաքականություն, մրցակցային կլինի կամ կնպաստի բազմակարծությանը:

Միացյալ Նահանգներում (նաև ամբողջ աշխարհում) Մայքրոսոֆթի գերիշխանությունը ծրագրավորման շուկայում ծնունդ է տվել մտահոգությունների, որ ընկերության հիմնադիր Բիլ Գեյթսը կարող է ան-

հարկի ազդեցություն գործադրել տեղեկատվական հասարակության վրա Ապագայի իր պատկերացումները, որ նա շարադրել է «Առաջընթաց ճանապարհ» գրքում, վստահություն չեն ներշնչում, որ հասարակական ու մշակութային արժեքները կենտրոնական դիրք են գրավում ընկերության ռազմավարական ծրագրերում

Նոր տեխնոլոգիաների շահագործման նպատակով Բրիթիշ Թելեկոմի եւ ԱՄՆ հեռախոսային կոնգլոմերատի՝ MCI-ի միաձուլման բազմամիլիարդանոց գործարքը, որով ստեղծվեց աշխարհի խոշորագույն ընկերություններից մեկը, ցնցող տպավորություն գործեց շուկայում։ Սակայն տազնապահարույց է այն հանգամանաքը, որ MCI-ը լայնորեն համագործակցում է «News Corporation»-ի հետ, մի ընկերություն, որը համաշխարհային մակարդակով լավագույնս շահագործում է տեղեկատվական հասարակության բարիքները։

Ահա մի ընկերություն, որն ի վիճակի է ապագա հեռահաղորդակցությունների մայրուղիներ կառուցել եւ համագործակցել կարող գործընկերոջ հետ՝ ժողովրդականություն վայելող բովանդակություն (լուրեր, զվարճալի ծրագրեր, սպորտ) ապահովելու համար։ 1996-ի հոտեմբերին դիմելով բաժնետերերին, Ռուփերտ Մերդոքը բացատրեց, թե ինչու է ուզում գնել ազգային ու միջազգային խոշորագույն մարզական իրադարձությունները։ Դրանք, իր խոսքերով օգտագործվելու են որպես «պարսպակործան մեքենաներ»՝ ավելի ընդարձակ բովանդակային շուկա մուտք գործելու համար։

Ապագայի կանխատեսումներով էլեկտրոնային հրատարակչությունը կարող է շահութաբեր լինել, սակայն քիչ հրատարակիչների կհաջողվի շահույթ ստանալ 2000-ից շուտ։

Եվրոպայում թերթերի, ամսագրերի ու գրքերի էլեկտրոնային հրատարակության նկատմամբ հետաքրքրությունը 1996-ին կազմում էր ընդհանուր շուկայի ընդամենը 1%։ Նախատեսվում է, որ 2000թ. այն կկազմի 6%։

Անդերսեն Քրնսալթինգ, Ձեկուցագիր Եվրամիության հանձնաժողովին Էլեկտրոնային հրատարակչության վերաբերյալ, 1996:

Ցանցերի օպերատորների՝ ծառայություններ մատուցողի եւ կորպորատիվ շահերի գտնան «դոնապանների» վտանգը գուրկ չէ հիմքից։ Թեեւ արդյունաբերության առաջնորդները գտնում են, որ շուկան ինքը կկարգավորի ասպարեզը, այնուամենայնիվ հզոր ճնշում է գոր-

Ժաղրվում նոր, արդյունավետ ազգային եւ միջազգային հակամենաշնորհային կանոնների հաստատման համար, որը կսահմանափակի տեղեկատվական միջոցների կենտրոնացումը բազմակարծությունը ապահովագրելու նպատակով

Վաղուց ժամանակն էր այդ քայլին դիմելու, հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ դեռես 1992 թվականին Եվրոպական հանձնաժողովը տեղեկատվության կենտրոնացմանը նվիրված «Կանաչ թերթում» ընդունեց, որ մրցակցության կանոնները բավարար չեն տեղեկատվության բազմակարծությունն ու մատչելիությունը ապահովագրելու համար:

Լրասվամիջոցներ, ժողովրդավարություն եւ «օնլայն» հանրություն

Լրագրողների ու լրագրողական կազմակերպությունների դժվարություններից մեկը՝ արդյունաբերությունում ընթացող փոփոխությունների թափին դիմագրավելու առումով այն է, որ այդ փոփոխությունն այնքան արագ է տեղի ունենում, որ քչերն են տեղյակ դրա կիրարկումներին: Ապագան կանխատեսելն անշուշտ անհնաստ է, եթե չասենք վտանգավոր: Սա հատկապես ճիշտ է հաղորդակցության ասպարեզին սերտորեն առնչվող մարդկանց համար:

Երբ 1876-ին Վեսթերն Յունիոն հեռագրական ընկերությունը մերժեց գնել Ալեքսանդր Գրեհեմ Բելի հեռախոսի պատենտը, ասելով, որ «այդ սարքը մեզ համար որեւէ արժեք չի ներկայացնում», սկիզբ դրվեց հաղորդակցության ապագայի վերաբերյալ թյուրըմբռնմանը, որն էլ շարունակվում է մինչ օրս:

1996-ին Եվրոպայի հրատարակչական արդյունաբերությունը շտապեց միանալ Համաշխարհային Համակարգչային Համոստայնին (World Wide Web), ինչպես մի ժամանակ մարդիկ՝ Կալիֆորնիայի ոսկու տենդին: Միայն Գերմանիայում ինտերնետային 60 օրաթերթ է հրատարակվում: Եվրոպացի հրատարակիչները աճապարում են էլեկտրոնային ձեռնարկներ իրագործել: Միայն Գերմանիայում մոտ 500 լրագրողներ են աշխատում ոպես «օնլայն» խմբագիրներ: Սակայն ի տարբերություն կալիֆորնիական ոսկու տենդով բռնվածների, որոնցից ոմանք այնուամենայնիվ հարստացան, առ այսօր ոչ մի գերմանական թերթ իր էլեկտրոնային գործունեությունից որեւէ շահույթ չի ստացել: Սակայն ժամացույցը հետ չի շարժվում Կիբեռտարածքում թաքնված հարստության մասին կանխատեսումներն առայժմ չեն արդարացել, սակայն ոչ ոք չի կասկածում, որ դա միայն ժամանակի խնդիր է

Բարդ խնդիրների առջև են հայտնվում նաև տեղեկատվության ավանդական դերակատարներն ու լրագրողները. Դրանցից կարևորագույնը նոր, տեղեկատվական հասարակության պահանջները կանխատեսելն է. Այստեղ ամենամեծ դժվարությունն այն է, որ տեղեկատվության միջոցները պետք է հաշվի նստեն մարդկանց՝ շատ ավելի մեծ թվով աղբյուրներից օգտվելու հնարավորության իրողության հետ. Մարդիկ նաև կարող են ներգրավվել հաղորդակցության գործընթացին՝ ինտերակտիվ եւ վճռական ձեով:

Լավն այն է, որ մեր՝ տեղեկատվություն ստանալու հնարավորությունները մեծապես ընդլայնվել են: Վատն էլ այն է, որ բոլորս էլ կարող ենք ենթարվել տեղեկատվական գերբեռնվածության՝ տեղեկատվական հեղափոխությանը բնորոշ, ուղեղը մթանգնող մի հիվանդություն, որի ընթացքում անկարևոր, ճղճիմ եւ խորապես անհետաքրքիր տեղեկատվության ձյունահյուսքի տակ խեղդվում է հարցասիրության ոգին:

Խնդիրն արդեն գիտակցում են Ինտերնետի գերուղիների փորձառու ճամփորդները: Համակարգչային համաշխարհային ցանցը՝ Ինտերնետն, առաջին անգամ սաղմնային վիճակում օգտագործվել է 1980-ականների սկզբին՝ ԱՄՆ -ի համալսարաններում: Այն հայտնի չէր Եվրոպայում: Այսօր արդեն դա տեղեկատվական հեղափոխության հիմնական միջոցն է, որը հնարավոր է դարձնում այնպիսի բաներ, որոնց մասին քսան տարի առաջ չէին էլ երագում: Այսօր կարելի է նստել համակարգչի առջև եւ ցանկացած թեմայով տեղեկատվություն ստանալ աշխարհի ցանկացած ծայրից: Կարելի է ներածել նկարներ, ձայնագրություններ, ուղարկել էլեկտրոնային նամակներ եւ տեղեկատվություն փոխանակելու նպատակով միանալ ցանկացած թվով հաղորդակցվող խմբերի:

Սակայն անհատականացման այս գործընթացը զերծ չէ թերություններից: Ինտերնետով հաղորդակցվող խմբերը, որոնց դերը մեծ է տեղեկատվությունը եւ բազմազան կարծիքներ մատչելի դարձնելու գործում, կարող են վերածվել ասեկոսեների ջերմոցի, ուր իրական քննարկումը այլասերվում է վիրավորանքների ու անհարկի ծակոցների, եւ ուր իրական փաստերը կորչում են «օնլայն» նախապաշարումների ու տգիտության պղտոր ջրերում: Զլիֆորդ Սթոլը՝ «Միլիկոն Մնեյք Օյլ» -ի հեղինակը (գիրք, որն ընթերցելը տեղեկատվական հասարակության մութ կողմերը թափանցել ցանկացողների համար պարտադիր է), զգուշացնում է, որ Ինտերնետը մարդկանց կարող է տանել դեպի գոյություն չունեցող տիեզերք, ուր «շատ են մարդկային կապերը, սակայն իսպառ բացակայում է մարդկությունը»:

Ինտերնետ օգտագործողների ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ օգտագործողների մեծ մասը համեմատաբար երիտասարդ, կրթու-

թյան ու եկամտի բարձր մակարդակ ունեցող տղամարդիկ են՝ Սա մխիթարական փաստ է տեղեկատվության մարքեթինգով զբաղվողների համար, որոնք ձգտում են հասնել բարձր վճարվող սպառողների, սակայն միեւնույն ժամանակ ցույց է տալիս, թե որքան ճանապարհ պետք է անցնել, մինչեւ որ հնտերնետը դառնա ժողովրդավարության գործիք:

Տեղեկատվական հեղափոխության առավելությունն այն է, որ հնարավորություն է ընձեռվում քաղաքացիներին՝ բոլոր մակարդակների քաղաքական իշխանության վրա ազդեցություն գործելու: Առայժմ միայն խոշոր արդյունաբերական լոբբինգով զբաղվողները կարող են վերահսկել եւ ազդել նոր օրենքների ու քաղաքականության գործադրման վրա:

«Բազմակարծությունը այն երաշխիքն է, որ քաղաքացիներին ապահովում է լուրերի, տեսակետների ու տեղեկատվության բազմազանություն: Խնդրի իրագործումը նպատակ ունի պահպանել ժողովրդավարական գործընթացը – շարունակել մնալ ուշադրության կենտրոնում կոնվերգենցիայի օրոք»:

«Որոշ լրատվամիջոցներ հնարավոր է, որ հասարակական կարծիքի վրա գերիշխող ազդեցություն ձեռք բերեն: Իշխանությունները պետք է հետ–են, որ այդ լրատվամիջոցները չսնվեն միայն մեկ անհատի, ընկերության կամ խմբի տեղեկատվությամբ»:

«Իշխանությունները պետք է ապահովեն համընդհանրություն – սահմանեն ծառայությունների մի ցանկ, որը հասանելի կլինի շատերին: Անհրաժեշտ է առանձնացնել նա– հիմնական ծառայությունների ցանկ, որը մատչելի կլինի բոլորին...»:

Ձեկուցագիր կոնվերգենցիայից բխող հանրային քաղաքականության հարցերի վերաբերյալ, KMPG ԵՄ հանձնաժողովի համար, 1996

Շարքային քաղաքացիներին, առնվազն նրանց, ովքեր համակարգիչներ, մոդեմներ ու դեպի ցանց ելքեր ունեն, պետք է մատչելի դառնան լոբբինգի միջոցները, որոնք առաջ հասանելի էին միայն հատուկ շահերի հետամուտ հարուստ ու հզոր խմբերին: Սակայն վստահ լինելու համար, որ քաղաքացիները ակտիվ դեր կստանձնեն հասարակության մեջ, կարելու է, որ հիմնական տեղեկատվությունը, որն անհրաժեշտ է որոշումների կայացնելու համար, անվճար լինի:

Կարելու է, իսկ լրագրության ասպարեզի աշխատողների համար նաեւ վաղուց երազանք, որ ամբողջ պաշտոնական տեղեկատվությունը

կառավարություններից, խորհրդարաններից եւ հանրային պաշտոնատարներից էլեկտրոնային եղանակով արագորեն մատչելի դառնա, որպէսզի բոլոր քաղաքացիները նույնպիսի մուտք ունենան դեպի տեղակատվություն, ինչպես որ ներսի աշխատողները.

Լրատվամիջոցների արդի աշխարհում տեղեկատվության հոսքը ներքեւից վերեւ ու վերեւից ներքեւ այլեւս միաժամանակյա չէ Շարքային քաղաքացիների՝ կառավարության գործունեությունը վերահսկելու ու դրա վրա ուղղակիորեն ներգործելու հնարավորությունը լրջորեն առաջ է քաշում գոյություն ունեցող ժողովրդավարական կառույցների ձեւափոխման եւ խնամքով կառուցված վերահսկման ու հավասարակշռման սահմանադրական համակարգի ապագայի խնդիրը:

Տեղեկատվական հեղափոխությունը հնարավորություն է տալիս նորոգել ու վերակենդանացնել ժողովրդավարության այնպիսի կառույցներ, ինչպես, մասնավորապէս, տեղեկատվության մատչելիությունը, հանրային վարչարարության արդյունավետության բարձրացումը եւ որոշումների կայացման մեջ հանրության մասնակցության ավելացումը: Տեխնոլոգիական փոփոխությունները կարող են հանգեցնել չմիջնորդավորված «հանրաքվեի ժողովրդավարության»:

Կարելի է հարցերի լուծումը օրենսդիրներից ուղղակիորեն ընտրողների վրա դնելը նորություն չէ: Սահմանափակ ձեւով, ուղղակի ժողովրդավարությունը լավ հաստատված գործելակերպ է ԱՄՆ նահանգներից կեսում, Ավստրալիայում, Իտալիայում եւ ժողովրդավարության դարբնոց Շվեյցարիայում:

Սակայն դեռեւս անհասկանալի է, թե ինչպէս է Միացյալ Նահանգներում կամ Եվրոպայում, ուր էլեկտրոնային ժողովրդավարությունը զարգացում է ապրում, էլեկտրոնային քաղաքականության գաղափարը վերածելու ժողովրդավարությունը: Այս փուլում անհավանական է, որ քաղաքական կյանքի արմատական փոփոխություն տեղի ունենա դեպի «բազկաթոռային» կամ տնային ընտրության համակարգեր: Ավելի հավանական են ներկա ժողովրդավարական ու քաղաքական կառույցներում գործնական կիրառությունների զարգացումը:

Տեղեկատվական հասարակությունը կարող է մեզ առիթ տալ անդրադառնալու ժողովրդավարության այնպիսի ձեւերի, ինչպիսիք վերջին անգամ դրսևորվել են Հին հունական կայսրության քաղաք-պետություններում. Սակայն ուղղակի ժողովրդավարությունն էլ հեռուն գնացող ռիսկեր է պարունակում. Քաղաքական գործընթացի արագացումը լրացուցիչ ճնշում կարող է առաջացնել ներկայացուցչական մարմիններում. Իշխանությունները կարող են ավելի ռեակտիվ ոճ որդեգրել եւ տարբեր տեսակետների ու շահերի նկատմամբ դառնալ ավելի անտարբեր

Քաղաքական գործիչներից շատերը, ովքեր պարտավորություններ ունեն հզոր շահեր ներկայացնող ուժերի նկատմամբ, ավելի մեծ ճնշման կենթարկվեն դեպի բարձր տեխնոլոգիաներ մուտք ունեցող լոբբիստական խմբերի կորպորատիվ ազդեցությանը տեղի տալու համար Առկա է արդի մարքեթինգային միջոցներով քաղաքականության ու ընտրարշավների առետրայնացման մեծ վտանգ:

Ահշտ օգտագործելու դեպքում տեղեկատվական տեխնոլոգիաները շարքային քաղաքացիների համար կարող են դառնալ սեփական իրավունքների ճանաչման, ինքնավստահության ձեռք բերման, հաստատականության դրսեւորման միջոցներ եւ խրախուսեն նրանց ներգրավումը ժողովրդավարության գործարկման մեջ:

Սակայն տեխնիկական միջոցներ չունեցող հասարակության որոշ խավերի դուրսնդումը լուրջ անհանգստության տեղիք է տալիս եւ առաջ է քաշում ծառայությունների մատուցման եւ տեղեկատվական տեխնոլոգիաների համընդհանուր մատչելիության վերաբերյալ քաղաքական պատասխանատվություն ստանձնելու հրամայականը:

Համընդհանուր ծառայություններ ասելով կարող ենք հասկանալ Եվրոպայի ողջ բնակչությանը հաղորդակցության հիմնական ծառայությունները մատչելի դարձնելու նպատակը: Դա պետք է ավելին լինի, քան հեռախոսային ու հեռուստատեսային կապով մարդկանց ապահովելը: Այդ գաղափարը պետք է վերասահմանվի եւ ընդլայնվի ու հաշվի առնի տեխնոլոգիական զարգացումներն ու հանրային կարիքները: Սա եւս մի բնագավառ է, որի վերաբերյալ գործնական քայլեր ձեռնարկելու անհրաժեշտությունը սկսել են գիտակցել եվրոպացի քաղաքագետները: Սակայն ի տարբերություն ինդուստրիայի՝ շուկան նվաճելու տեմպերի, քաղաքական գործընթացները ցավալիորեն ետ են մնում:

Ազգային ու միջազգային մակարդակներում հստակության բացակայության պայմաններում, տեղական նախաձեռնությունները էական նշանակություն են ձեռք բերում: Եվրոպայում կոչեր են հնչում ստեղծելու համայնքային ցանցեր Միացյալ Նահանգների «Ֆրի նեթերի» նմանությամբ, որոնք գործում են ԱՄՆ համարյա հարյուր քաղաքներում եւ հանրային ծառայություններից օգտվելու ձրի հնարավորություն են ընձեռում քաղաքաբնակներին, այդ թվում քաղաքային կենտրոններում բացված կետերի միջոցով: Այս նախագծերի իմաստը բոլորին ծանոթացնելն է տեխնոլոգիաների հետ, այդ թվում նրանց, ովքեր միջոցներ չունեն տեղեկատվական շուկայի վճարովի ծառայություններից օգտվելու համար:

Տեղեկատվական հասարակության հանրային ծառայությունների ֆինանսավորումը նույնքան կարեւոր է, որքան Եվրոպայում հանրային

հեռարձակման ինդուստրիտայի ստեղծումը, որն ապահովում է բազմակարծությունն ու բազմազանությունը բեռնացված հասարակություններում, ինչպես նաև անապահով մարդկանց հիմնական ծառայություններից օգտվելու հնարավորությունը

Փաստարկը, թե տեխնոլոգիան է որոշում տեղեկատվական հասարակության շրջանակները, ճիշտ չէ: Ոչինչից չի երևում, թե մասնավոր ոլորտը միայնակ կարող է բոլորին ապահովել գործնական միջոցներով՝ տեղեկատվական հասարակությանը մասնակից լինելու համար՝ անկախ նրանց մշակութային, տնտեսական, եւ սոցիալական պայմաններից: Այդ պատճառով կարելի է եւ պետք է քաղաքական կամք գործադրել՝ հանրային շահերի համար տեխնոլոգիաների օգտագործման առաջնայնությունը որոշելիս:

Եվրպական Միության 45 ավանդական ու նոր լրատվամիջոցների, հեռահաղորդակցության ու տեխնոլոգիական ընկերությունների շրջանում անցկացված հարցումը ցույց է տալիս, որ.

- դժվար է կանխատեսումներ անել երեք տարուց ավելի ժամանակաշրջանի համար,*
- զվարճալիքներն ու լրատվությունը դեռեւս համարվում են տարբեր շուկաներ,*
- արդյունաբերական ձեռնարկությունների միացումներն ավելի շուտ այլանսների ձեւով են, քան միաձուլումների,*
- միացումները տեղի կունենան էվոյուցիոն զարգացման շնորհիվ*
- առկա են բազմաթիվ փոխադարձաբար իրար հակասող դիրքորոշումներ, հետեւողականության պակաս մոտեցումներում ու կարծիքներում, եւ չկա համաձայնություն ապագային վերաբերող հարցերից շատերի վերաբերյալ:*

KMPS զեկուցագիրը Եվրոպական հանձնաժողովին, 1996

Հասարակության ուշադրությունը լրատվամիջոցների վրա պահելու կարիքը լավագույնս երեւում է ավանդական հեռարձակման ոլորտում, ուր տասը տարի տեւած վայրիվերումներից հետո եւ մասնավոր սեկտորի՝

հանրային ռադիոն ու հեռուստատեսությունը կանոնակարգումից զերծ պահելու ջանքերի հետեւանքով խաղի կանոնները մնում են ոչ հստակ

1994 թվականի դեկտեմբերին, Պրահայում տեղի ունեցած Եվրախորհրդի Չանգվածային լրատվամիջոցների քաղաքականության Եվրոպական նախարական համաժողովը որոշ արժեքավոր ուղենիշներ սահմանեց տեղեկատվական հասարակությունում հանրային հեռարձակման դերի վերաբերյալ: Նախարարների հայտարարության մեջ քննարկվում է համարժեք ֆինանսավորման, նոր ծառայությունների առաջարկման եւ նոր տեխնոլոգիաների մատչելիության հարցեր: Որոշումը հաստատում է «հանրային հեռարձակման կենսական դերը՝ որպես բոլորին մատչելի բազմակարծիք հաղորդակցության էական գործոնի»: Այնուհետեւ, որոշման մեջ ասված է. «. . հանրային հեռարձակողների անկախությունը պետք է երաշխավորվի համապատասխան կառույցների, ինչպես օրինակ՝ բազմակարծիք ներքին խորհուրդների կամ այլ անկախ մարմինների միջոցով»:

Այսօր, երբ էլեկտրոնային լրատվամիջոցները միջազգային այլքների ու արտադրողների տիրապետության տակ են, կենսական նշանակություն է ձեռք բերում ազգային հանրային ռադիոյի ու հեռուստատեսության հարատևությունը: Բարձրորակ, էթիկայի չափանիշներին բավարարող, պատասխանատվությամբ ու լրագրողական ճաշակով ստեղծված հաղորդումների ստեղծումն ու հեռարձակումը պետք է պահպանվի: Սակայն դեռեւս պարզ չէ, թե դա տեղի կունենա՞, թե՞ ոչ:

Իրական լրագրություն եւ վիճուալ լրասվական միջոցներ

Տեղեկատվություն մատակարարողները՝ տպագիր մամուլի ու հեռուստառադիոլրագրողները եւս վայրիվերումներով լի ճանապարհ են անցնում դեպի տեղեկատվական դար: Լրագրողներն են տեղեկատվական հասարակության առանցքը հանդիսացող լրատվական նյութի հիմնական արտադրողները՝ Նրանք մտահոգ են տեղեկատվական հեղափոխության բովանդակությամբ եւ տեղեկատվական հեղափոխության սոցիալական չափումներով, ինչպես նաեւ ոլորտի ընկերությունների ֆինանսական հաջողություններով: Բարձրակարգ լրագրողներն են, որ գիտակցելով իրենց բարոյական պատասխանատվությունը եւ վստահ լինելով իրենց մասնագիտության կարեւորությանը, վճռական դեր ունեն խաղալու տեղեկատվական նոր ծառայությունների տրամադրման գործում:

Լրագրողների գրաված դիրքն իսկ հնարավորություն է տալիս լավա-

գույնս տեսնել այն ուղիները, որոնցով լրատվամիջոցների արդյունաբերությունը կարող է հասնել առեւտրային հաջողության եւ բազմակարծության հավասարակշռությանը, բազմակարծություն, որին ուզում են հասնել իշխանությունները, գոնե իրենց հրապարակային հայտարարություններում: Ժամանակակից զանգվածային լրատվամիջոցները հարուստ են տաղանդավոր լրագրությամբ, բարձրարվեստ զվարճալիքներով եւ այնպիսի հաղորդումներով, որոնք կարող են ապահովել տեսակետների բազմազանությամբ, բարձր որակով եւ պրոֆեսիոնալիզմով աչքի ընկնող ծրագրավորում ու լրատվական ծառայություններ:

Սակայն լրագրողների եւ ստեղծագործական մյուս աշխատակիցների ներդրումը միշտ չէ, որ գնահատվում է ըստ արժանվույն, նույնիսկ ավանդական լրատվամիջոցներում: Լրատվամիջոցների վերածենման քառսում եւ շուկաներ գրավելու մրցավազքում, բավարար չափով չի շեշտադրվում որակյալ լրագրության կարեւորությունը: Մասնագիտական ուսուցման հնարավորության նվազումը, բարոյական չափանիշների պակաս կարեւորումը, լրագրողների աշխատանքի անապահովությունը հետեւանք են մրցակցությանը դիմանալու նպատկով ծախսերի կրճատման:

«Օնլայն» ծառայությունների զարգացումը լրատվամիջոցների աշխատանքային շուկայում զգալի փոփոխություններ կառաջացնի: Աշխատատեղը պահպանելու համար լրագրողներից պահանջվում է բավարարել որակավորման նոր չափանիշների, իսկ ապագայում շատ նոր աշխատեղեր կառաջանան, օրինակ, CD նյութերի պատրաստման եւ «օնլայն» լրագրության ասպարեզում:

Լրագրողներին միանում են հազարավոր այլ մասնագետներ՝ ներգրավված տեղեկատվության մշակման բիզնեսում: Հսկայական մրցակցություն կա տեղեկատվությունը «օնլայն» սփռելու համար:

Սակայն ավանդական լրատվամիջոցների ու նոր միջոցների շուկայում մրցակիցներից շատերի տարբերությունը լրագրության հասկացությունների՝ բարոյական չափանիշների, հավաստիության, ճաշակի ու պրոֆեսիոնալիզմի նվազ գնահատումն է:

Մեր ավանդական լրատվամիջոցների մշակույթը հիմնված է «առաքելության» եւ տեղեկատվության տրամադրումը որպէս հասարակական պարտք դիտարկելու գաղափարի վրա: Դիշտ չէ չափազանց ուռճացնել սա, սակայն իր էությանը լրագրությունը միշտ էլ հասարակությունում մշակութային պատասխանատվություն է կրել: Այսօր շատ բազմամիջոց (մուլտիմեդիա) ծրագրեր հստակ նպատակ են հետապնդում պարզել, թե ով ինչի համար որքան փող պետք է ծախսի: Նպատակն է պարզել, թե որ ծառայությունն է շահութաբեր Սա նշանակում է, որ բազմամիջոց ընկերությունները տեղեկատվությունը դիտում

են որպես վաճառքի ենթակա ապրանք Շուկայական տնտեսության մեջ ապրանքը հանվում է արտադրությունից, երբ դառնում է ոչ շահութաբեր Եթե այս բանը տեղի ունենա լրատվամիջոցների հետ, ապա անխուսափելիորեն կնեղանա տեղեկատվության շրջանակը:

«Թվում է, թե աշխարհի ուշադրությունը սեւեռված է այն բանին, թե ով է կառուցում տեղեկատվական գերուղիները, առանց ուշադրություն դարձնելու այն փոխադրամիջոցների վրա, որոնք ճամփորդելու են այդ գերուղիներով, կամ մարդականց ուլքեր օգտագործելու են դրանք»:

Ընդհանրական գեկուցում, Համաշխարհային հեռուստատեսային համաժողով, ՄԱԿ, ՆյուՅորք, 1996

«Օնլայն» տեղեկատվության հաջողության գրավականներից կարող է լինել տեղեկատվության բարձր որակը: Այդ պատճառով առկա է այդ գործով բոլոր գրավողների համար համընդհանուր կանոնների ու լրագրողների պատրաստման չափանիշների ընդունման անհրաժեշտությունը՝ բովանդակության արժանահավատության, ճշգրտության եւ պրոֆեսիոնալիզի պահանջները բավարարելու համար:

Տեղեկատվական այն նոր ծառայությունները, որոնք չունեն տեղեկատվության ամբողջականության ավանդույթը, եւ որոնք լրջորեն չեն վերաբերվում լրագրողների վերապատրաստմանը, վտանգ են ներկայացնում լրատվամիջոցների չափանիշների համար: Հաճախորդները պարզապես չեն օգտվի այն ծառայություններից, որոնց չեն վստահում: Ոմանք կարող են խաբվել, սակայն անխուսափելիորեն ճշմարտությունը ի հայտ կգա, եւ գործը կտուժի:

Լրատվությունը տարբերվում է այլ արտադրանքներից, քանի որ այն մարդկանց ապահովում է այնպիսի տեղեկատվությամբ, որի օգնությամբ նրանք ակտիվ քաղաքացիներ են դառնում: Նույն ձեւով, լրահավաքությունը տարբերվում է այլ տեսակի գործունեությունից, մասնավորաբար՝ գովազդայինից: Պրոֆեսիոնալ լրագրողները վճռականորեն եւ իրավացիորեն հրաժարվում են իրենց աշխատանքը առաջին հերթին տնտեսական կամ վաճառքի ենթակա միավոր համարելուց:

Տեղեկացնելու առաքելության եւ լրատվամիջոցների՝ նոր ծառայություններից փող սարքելու ձգտման հստակ տարբերակումը ինչպես միշտ, այսօր էլ նույնչափ հրատապ է

Բովանդակության վերահսկման խնդիրը, լինի դա լրագրողական էթիկայով թելադրված, թե հանրությանը ներկայացվող ծառայության տեսակներով, լրատվամիջոցների աշխարհի ամենափշուռ հարցերից մեկն է

Լրագրողներն ու լրատվության պրոֆեսիոնալներն ընդդիմանում են որսեցիների՝ իրենց աշխատանքը վերահսկելու ու կանոնակարգելու փորձերին, հատկապես օրենսդիրների փորձերին, ովքեր շահագրգիռ են լրատվության գործունեությամբ Սակայն «օնլայն» ծառայությունների ու ինքնակարգավորման սահմանափակումներով չծանրաբեռնված նոր դերակատարների ի հայտ գալը նշանակում է, որ գոյություն ունեցող ինքնակարգավորման մեթոդները բժախնդրությամբ վերանայվելու են: Լրագրողները պետք է վերագնահատեն այն վարքականոնները, որոնցով առաջնորդվում են, համոզվելու համար, որ դրանք շարունակում են ծառայել նպատակին նաեւ նոր տեխնոլոգիական միջավայրում:

Սակայն սա կարող է քավարար չլինել ազատության ու տեղեկատվության որակի նկատմամբ Եվրոպայի հանձնառությանը հավատարիմ մնալու համար. Եվրահանձնաժողովի տեղեկատվական հասարակության համաժողովի զեկուցման մեջ ընդգծվում է, որ արտահայտվելու ու կարծիք ունենալու ազատությունը, մշակութային իրավունքի պահպանությունն ապահովող օրենքներն ու ստանդարտները պետք է համընդհանուր լինեն հանրային սպառման տեղեկատվական ծառայությունների համար:

Անհանգստություն է առաջացնում «օնլայն» պոռնոգրաֆիան, ռասիզմի ու քաղաքական ծայրահեղականության քարոզումը. Վիրտուալ աշխարհի հետ կապված խնդիրներից մեկն այն է, որ դժվար է վերահսկել բովանդակությունը: Անհրաժեշտ կլինեն նոր տեխնիկական մեխանիզմներ՝ ապահովելու համար բովանդակության ու որակի վերահսկման գոյություն ունեցող ստանդարտների կիրառումը նոր, թվային միջավայրում:

1996-ի սկանդալային իրադարձությունները՝ Բելգիայում աղմուկ հանած մանկապղծության դեպքերը, ամբողջ աշխարհում տարածված երեխաների պոռնոգրաֆիան, հեռուստատեսությամբ ցուցադրվող բռնության նկատմամբ հասարակության աճող դժգոհությունը ստիպել են ծառայություն մատուցողներին մշակել սեփական վարքականոնները՝ խուսափելու համար օրենսդրական վերահսկումից: Ժամանակը ցույց կտա, թե արդյո՞ք այս միջոցները բավարար են խորհրդարաններին հետ պահելու բովանդակության որոշ տեսակների վրա արգելք դնելու փորձերից:

Գեռես հարց է արդյոք սա հնարավո՞ր է «օնլայն» աշխարհում իրագործել, թե՞ ոչ, սակայն սպառողների՝ ընտրության ազատությունը եւ արտահայտվելու ազատությունը պահանջում է, որ վերահսկման համակարգերը լինեն ճկուն եւ ոչ պարտադրող Սա բարդություններով լի մարտահրավեր է եվրոպական շատ երկրների համար, ուր վերջին հի-

սուն տարիների քաղաքականությունն է եղել ճաշակի, հանդուրժողականության եւ պատշաճության սահմաններից դուրս հայտնված մտքերի ու գաղափարների թույլատրելի սահմանների օրենսդրական կարգավորումը

Ինքնին հասկանալի է, որ ազգային ու միջազգային կարգավորումը պետք էրաշխավորի քաղաքացիների՝ արտահայտվելու ազատությունը՝ առանց անհարկի միջամտության, քաղաքական ու տնտեսական ճնշման: Կանոնները պետք է կիրարկվեն տեղեկատվության բոլոր արտադրողների նկատմամբ եւ պետք է սահմանվեն միջազգային մակարդակով:

Տեղեկատվական հասարակության ֆորումի գեկուցագրում նշված է, որ հարմարավետության, արագության ու ծառայությունների բազմազանության ավելացման համար վճարվող գինը կարող է անանունության կորուստը լինել: Գերուղիներով «ճամփորդողներին» կարող են վերահսկել ու հետեւել ամեն քայլափոխում: Դրանց տեղաշարժերը գրանցվում են տվյալների հարածուն շտեմարանում:

Եվրոպացիները միշտ գնահատել են առանձնությունը, սակայն այժմ այն վտանգված է: Տեխնոլոգիական զարգացումները նշանակում են, որ մենք կորցնում ենք մեր անձնական կյանքը: Հուսահատ անձի՝ Մամարիացիներին ուղղված կանչը, տագնապած հիվանդի զանգը ԴԱՎ-ի օգնության հեռախոսով կամ անհայտ մեկի՝ ոստիկանություն կատարած զանգը գաղտնիության որոշակի աստիճան էին պարունակում: Սակայն այլեւս այդպես չէ: Մութագրվող զանգի համարը տարբերակել կարողացող կամ որոշ դեպքերում անգամ հեռախոսն օգտագործողի անունը տվող սարքերի արտադրությունն ընթանում է լայն թափով:

Ֆինանսական ու առեւտրական կազմակերպությունները միլիոնավոր անունների, հասցեների, անձնական տվյալների հսկայական հավաքածուներ ունեն, որոնցից պարզ է դառնում, թե մարդիկ որտեղ, ինչ եւ ինչպես են առեւտուր արել Այս հանգամանքը եւս անհանգստության տեղիք է տալիս: Սակայն մի՞թե սպառողները տեղյակ են իրենց՝ գաղտնիության իրավունքի գործառույթներին:

Տեղեկատվություն հավաքելու ձգտումը ուժեղ է ինչպես մասնավոր, այնպես էլ հանրային հատվածներում: Իշխանությունները, գուցե իրենց օրինապահ դերից ելնելով, գուցե հանրության անվտանգության մտահոգությամբ, շահագրգռված են քաղաքացիների մասին տեղեկատվությամբ: Լրատվամիջոցները եւս, իրենց օրինական լրագրողական նպատակներով, անձնական բնույթի տեղեկատվություն են որոնում

Ինչեւէ, անձի պաշտպանությունը պահանջում է, որ անձնական տեղեկատվության մատչելիությունը պաշտոնեական նպատակներով խստո-

րեն վերահսկվի եւ ենթակա լինի հրապարակայնության, հաշվետվության եւ թափանցիկության կանոններին. Այս իմաստով կարելի է ձգտել, որ որպէս կանոն, անձնականացված տեղեկատվության հավաքումը եւ պահումը նվազագույնի հասցվի,
քաղաքացիները իրազեկ լինեն անհատական տեղեկատվության հավաքման ընթացքում ծագող հնարավոր վտանգների մասին,
քաղաքացիներին մատչելի լինեն գաղտնիության ապահովման տեխնոլոգիաները,
գաղտնիության պահպանումը դառնա քաղաքական խնդիր՝ երաշխավորելու համար, որ քաղաքացու անանունության իրավունքը առաջնային նշանակություն ունի տեղեկատվության հավաքման ու պահման համակարգեր մշակելիս:

Անձնական տվյալների հավաքման ու մշակման Տվյալների պահպանության Եվրոպական դիրեկտիվում սահմանված պայմանները սէտք է վերահաստատվեն եւ էլ ավելի զարգացվեն բավարարելու համար տեղեկատվական հասարակության պահանջները.

Լրագրողների աշխատանք. Որ չափանիւժներ

Եվրախորհրդարանի տնտեսական ու ֆինանսական գործերի ու որամական քաղաքականության «Եվրոպան ու գլոբալ տեղեկատվական հասարակությունը. հանձնարարականներ Եվրախորհրդին» զեկուցագրի մեջ կոչ է արվում արհմիությունների ներգրավմամբ երկխոսություն սկսել՝ հաղորդակցության ցանցերի եւ աշխատանքի պայմանների վերաբերյալ սոցիալապէս ընդունելի կանոններ սահմանելու նպատակով: Բայց ո՞վ է ստանձնելու «արհմիության» դերն այս նոր արդյունաբերության մեջ:

Լրատվամիջոցների վերակառուցումը նշանակում է, որ մասնագիտական կազմակերպության ավանդական կառուցվածքը արագորեն փոփոխվում է: Հեռարձակողները, հրատարակիչները, կարելային ընկերությունները, կինոարտադրողները, հեռախոսային ընկերությունները վերագնահատելու են իրենց դիրքը. Նույնը վերաբերում է նաեւ ոլորտի աշխատակիցներին ներկայացնող արհմիություններին ու մասնագիտական խմբերին: Առայժմ գործավոր-գործատու փոխհարաբերությունը հստակեցված չէ, սակայն իրավիճակը կարող է արագորեն փոխվել Եվրամիության որոշման համաձայն եվրոպական աշխատանքային խորհուրդների ստեղծումով

Անշուշտ ամենահրատապ հարցերից մեկն այն է, թե ինչպես է արդյունաբերությունը գլոխ հանելու լրատվամիջոցների նոր սերնդի աշխատակիցներից, որոնցից շատերն աշխատում են ճնշող եւ անորոշ պայմաններում Շատ լրատվական կազմակերպություններ այսօր աշխատում են պատահական կամ կիսով չափ բեռնված աշխատուժով Արտահաստիքային գործունեությունը այսօր լրագրության ամենաբուռն զարգացող հատվածն է. Այս լրագրողներից շատերն արդեն «հեռակա աշխատանքի» դարաշրջանի առաջամարտիկներն են:

Լրատվամիջոցների համար հաճախ ավելի էժան է լինում գործը պայմանագրային հիմունքներով արտահաստիքային լրագրողներին հանձնարարելը, մանավանդ, եթե դա տեղի է ունենում ցածր վճարվող շրջաններում կամ երկրներում: Հաճախ այդ լրագրողները որոշ սոցիալական օգուտներ են ունենում: Դա անապահով միջավայր է, որտեղ միշտ չէ, որ խրախուսվում է շիտակ եւ վիճահարուց հարցերին նվիրված լրագրությունը:

«Հեռակա» աշխատանքը նվազեցնում է գրասենյակային, ապահովագրական եւ այլ կազմակերպական ծախսերը: Այդ ծախսերի մի մասը փոխանցվում է աշխատողներին, որոնք ստիպված են լինում իրենց բնակարաններում տեղ առանձնացնել, լրացուցիչ պահանջվող ապահովագրական ծախսեր տեսնել: Տեխնոլոգիաները հնարավորություն են տալիս գործատուին ստուգել, թե մարդիկ աշխատու՞մ են, թե ոչ, նաեւ նրանց աշխատանքի մակարդակը. Արդյունքում հեռակա աշխատողները ստիպված են լինում գերծանրաբեռնվել: Այլ խոսքերով պահպանվում է գրասենյակային կարգուկանոնը, սակայն առանց հիմնական աշխատանքից բխող սոցիալական օգուտների:

Շատերի համար այս աշխատաձեւը հրապուրիչ է, քանի որ հնարավորություն է ընձեռում աշխատանքը հարմարավետորեն զուգակցել այլ պահանջմունքների հետ Բայց այս առավելությունից օգտվելու համար անհրաժեշտ է «հեռակա» աշխատանքի կազմակերպում վերահսկելի, անձին պաշտպանող պայմաններում:

Տանն իրականացվող լրիվ օրով «հեռակա» աշխատանքը կարող մեկուսացնել աշխատողին, եւ նա գործընկերների հետ հաղորդակցվելու, ղեկավարության հետ համատեղ ուժերով ինչ-ինչ հարցերի լուծելու կարիք կունենա: Արհմիութենական կազմակերպություն ունենալն անչափ դժվար կլինի այս պայմաններում, մի բան, որ աշխատողի տեսակետից ակնհայտորեն առավելություն կլիներ

Չկարգավորվող աշխարհում, սակայն, հեռակա աշխատանքը կարող է մեկուսացման եւ շահագործման հանգեցնել Տեխնոլոգիական զարգացումը հենց այնպես չի տրվում

Լրագրողներն ու անցման շրջանի դժվարություններն իրենց վրա կրող մյուս մասնագետներն իրենց աշխատանքն իրավունագրելու համար համապատասխան սոցիալական պաշտպանություն են պահանջում. Կարելու է, որ տեղեկատվական հասարակության սոցիալական ազդեցությունը առաջնային ուշադրության արժանանա, եւ որ սոցիալական ու աշխատանքային օրենսդրությունները վերանայվեն՝ պաշտպանելու համար դրա բացասական ազդեցությունը կրողներին :

Լրագրողների ու նրանց ապագայի համար հավասար կարելորություն ունի իրենց աշխատանքի ստեղծագործական վերահսկողության եւ մտավոր սեփականության հարցը: Լրագրողներն աշխատանքային նորմալ պայմաններ են պահանջում. Նրանց անհրաժեշտ են իրենց աշխատանքի օգտագործման արդար չափանիշներ: Նրանք ուզում են պահպանել հեղինակային իրավունքները, մասնավորապես, այն ժամանակ, երբ իրենց աշխատանքը շահագործվում է կամ շատ անգամներ կրկնվում տարբեր լրատվամիջոցներում:

Սակայն Եվրոպայում հեղինակների ու գործատուների՝ հեղինակային իրավունքի վերաբերյալ ավանդական սակարկությունը վտանգված է, քանի որ երկու կողմերն էլ զբաղված են բարոյական ու տնտեսական իրավունքների ապագա վերահսկման համար պայքարով: Լրագրողներն առարկում են, որ չափազանց մեծ թիվ են կազմում այն հին ու նոր գործատուները, ովքեր տեղեկատվությունը դիտում են որպես ապրանք գերծ որեւէ մշակութային, սոցիալական ու ժողովրդավարական արժեքից: Հրատարակիչները պայքարում են լիակատար հեղինակային իրավունքի ձեռքբերման համար՝ պատճառաբանելով, որ արդյունաբերությունը բարգավաճելու համար կարիք ունի ֆինանսական եկամուտների

Եվրոպական շատ երկրներում՝ Գերմանիայում, Ֆրանսիայում, Բելգիայում եւ հյուսիսային երկրներում, օրինակ, հեղինակային իրավունքների զարգացած համակարգը նպաստավոր հենք է լրատվամիջոցների տերերի հետ բանակցելիս: Նրանք կարող են լրագրողներից կամ հեղինակներից ձեռք բերել իրավունքներ՝ միանգամայն խելամիտ ու կազմակերպված ձեռով: Այս համակարգը գործում է, եւ բոլորն էլ գոհ են:

Հեղինակների հարցում ամեն ինչ պարզ է եթե լրագրողների, գրողների կամ ստեղծագործողների աշխատանքը շարունակաբար օգտագործվում է, ապա հեղինակը վճարվում է կրկնությունների համար:

Լրատվամիջոցները սրան ընդդիմանում են. Հրատարակիչները պնդում են, որ անհրաժեշտ է իրավունքների լիակատար սեփականություն, որպեսզի եվրոպական լրատվամիջոցները կարողանան մրցակցել ԱՄՆ-ի հետ, ուր հեղինակային իրավունքի այլ համակարգ է գործում Սակայն այս վեճը միայն տնտեսական բնույթի չէ Մեծ կապ կա

հեղինակային իրավունքի ու լրագրողների մասնագիտական վարքականոնների միջեւ Լրագրողներն անձնական պատասխանատվություն են կրում իրենց ստեղծած նյութի համար, սակայն պատասխանատու լինելու համար նրանք պետք է իմանան, թե այդ նյութն ինչպես է օգտագործվելու. Այդ պատճառով նրանք համարում են, որ բարոյական իրավունքները պետք է պահպանվեն եւ պետք է ընդունվեն համընդհանուր ներդաշնակ չափանիշներ:

Այս վիճաբանությունը գնալով շիկանում է եւ արտացոլում լրատվամիջոցների՝ ավանդաբար մեկ ֆորմատ ունեցող տեղեկատվությունը բազմաթիվ տարբեր ձեւերով օգտագործելու կարողությունը: Սա մի բնագավառ է, որտեղ ժամանակի փորձությունը բռնած բանակցության ավանդույթների շրջանակը պետք է ընդլայնվի՝ բոլոր կողմերի համար ընդունելի լուծում գտնելու նպատակով:

ԿԱՐԳԱՎՈՐՈՒՄԸ ԱՊԱԳԱՅԻ ՀՐԱՄԱՅՆԱԿԱՆՆ Է

Այս գլխում խոսվում է այն մասին, որ տեղեկատվական հասարակության հաստատումը Եվրոպայում պետք է զարգացման, աշխատատեղերի աճի եւ հավասարության նոր հնարավորություններ բացի: Տեղեկատվական գերուղու ներմուծումը հսկայական գին է ունենալու ինչպես ֆինանսական ներդրումների, այնպես էլ մարդկային ռեսուրսների առումով, եւ այս ամենը մի ժամանակաշրջանում, երբ ապագա հետեւանքներն անհայտ են: Ինչեւէ, Եվրոպան հինգ մարտահրավեր է դիմակայում.

- օգտակար լինել քաղաքացիներին՝ ժողովրդավարության, տեղեկատվության մատչելիության, կյանքի որակի բարելավման առումով,
- ապահովել տեղեկատվական հասարակության պայմաններում աշխատանքի լավ հնարավորություններ եւ սոցիալապես ապահով աշատանք,
- խուսափել լրատվամիջոցների ու հաղորդակցության արդյունաբերության հետագա կենտրոնացումից,
- նպաստել բազմակարծությանը, ուժեղացնել լրատվամիջոցների հանրային ծառայության գաղափարը եւ միեւնույն ժամանակ խուսափել այնպիսի իրավիճակից, երբ եվրոպական հասարակությունը կարող է խեղդվել արտասահմանյան պատրաստի ծառայությունների առատությունից արգելակելով եվրոպական լրատվամիջոցների, զվարճանքների ու լրատվության ինդուստրիայի զարգացումը,

- խուսափել հասարկությունից որքան խմբի սոցիալական մեկուսացմից

Այս խնդիրներն արդյունավետ կերպով իրագործելու նպատակով անհրաժեշտ կլինի ազգային ու միջազգային մակարդակով մշակել քաղաքականություն, որը կարգավորվում է օրենսդրությամբ ու ամրապնդվում նորմերով. Սա կենսական նշանակություն կունենա, եթե եվրոպացիները ցանկանում են օգտվել զարգացման, զբաղվածության ու հավասարության ընձեռած բարիքներից

Տեղեկատվական հասարակությունը կարող է ծառայել ինչպես մասնավոր, այնպես էլ հասարակական ոլորտին, սակայն այդպես կլինի միայն այն դեպքում, եթե առաջնորդվի դեպի ցանցեր մուտքի ազատության, հանրային տեղեկատվության մատակարարների՝ ցանցեր մուտք գործելու ազատության եւ, վերաջապես, օգտագործողների՝ մուտք ձեռք բերելու ազատության սկզբունքով: Այս ազատությունները ձեռք բերելու նպատակով հարկ կլինի դիմել հասարակության աջակցությանը, սակայն ոչ բյուրոկրատական կամ կորպորատիվ եղանակով:

Ավանդական լրատվությունն ու պրոֆեսիոնալ լրագրողները, որոնց ջանքերով է նաեւ, որ ձեռք է բերվել արդի եվրոպական ժողովրդավարությունը, միշտ էլ պաշտպանել են Եվրոպայի մշակութային բազմազանությունը: Նրանք վճռական դեր կարող են խաղալ ապագայում. Սակայն նրանք դա կանեն, եթե քաղաքական գործիչներին հաջողվի հավասարակշռություն մտցնել հասարակության ու շուկայի միջեւ:

Հետեւաբար՝ անհրաժեշտ կլինի մի քանի բնագավառների իրավական կարգավորման.

- հասարակական շահերի պաշտպանություն՝ բազմակարծության միջոցով կարգավորելով մուտքի համակարգերը եւ բոլոր հեռարձակողների ու ծառայություն մատուցողների համար բաշխիչ համակարգեր մուտք գործելու արդար, խելամիտ եւ ոչ խտրական չափանիշների սահմանում,

- ապահովել հեռակա աշխատողների ու կենտրոնական գրասենյակների համար հեռվից աշխատող մարդկանց սոցիալական ու աշխատանքային իրավունքները,

- հեղինակային իրավունքների պաշտպանություն՝ տեղեկատվության բազմակի օգտագործման դեպքում, սեփականության խիստ կանոնների կիրառում արբանյակային, մալուխային կամ վերերկրյա հաղորդման ծառայություններ մատուցողների նկատմամբ,

- ստիպել, որ բազմուղի ծառայություններ մատուցելու ունակ ցանցերը սպասարկեն որոշակի պարտադիր պայմաններով, իսկ հասարակությանն ուղղված ծառայություններ մատուցողները սպասարկվեն անվճար

Բովանդակության կարգավորումը շատ ավելի դժվար ու վիճահարույց կլինի Ինքնակարգավորման հին ձեւերը մասամբ կարող են բավարար լինել, սակայն անհրաժեշտ է մշակել եվրոպական մշակութային չափանիշները պաշտպանող վարքականոցներ ու կամավոր հանձնառության այլ ձեւեր

Ինչ ձեւով էլ դա իրականացվի, ապագայի տեղեկատվական համապատկերը անչափ կտարբերվի լրատվամիջոցների անցյալի ծանոթ խճանկարից: Սակայն հեղափոխությունները, եթե դրանք հաջողվում են, պետք է վայելեն հասարակության աջակցությունը Քանի դեռ տեղեկատվական հասարակության մասին կատարյալ անգիտություն է տիրում եւ չի հաջողվել մատչելիության խնդիրն առաջնային դարձնել՝ ժողովրդավարությունն ու բազմակարծությունը թույլ ու անկատար կլինեն:

Լրացուցիչ գրականություն

Building the European Information Society for us all, (1996) Report of High Level Group of Experts to European Commission, Luxembourg

European Commission (1996) First Annual Information Society Forum Report, Luxembourg

Consultants Report to European Commission, 1996. Electronic Publishing Strategic Developments for the European Publishing Industry Towards the Year 2000.

Public Policy Issues Arising from Telecommunications and Audio-visual Convergence, KPMG Report to European Commission, 1996.

European Federation of Journalists (1996) Journalism and Authors Rights, Brussels.

European Publishers Council (1996) Copyright: Copyright and the Publishers.

Grossman, Lawrence. The Electronic Republic: Reshaping Democracy in the Information Age, Viking, New York.

Human Rights Watch (1996) Silencing the Net - The threat to Freedom of Expression On-Line, New York.

International Federation of Journalists (1995) Information Society: Access and Pluralism.

RAI, Working Papers, UN World Television Forum, New York, November 1996, Rome.

Stoll, Clifford. Silicon Snake Oil: Second Thoughts on the Information Superhighway. Macmillan, London.

ՄԱՍՈՒԼԸ ԵՎ
ԺՈՂՈՎՐԴԱԿԱՐՈՒԹՅՈՒՆԸ

MEDIA AND DEMOCRACY

ԴՏՅ 002
ԳՄԴ 76 1
Մ - 228

Մ - 228 ՄԱՍՈՒԼԸ ԵՎ ԺՈՂՈՎՐԴԱԿԱՐՈՒԹՅՈՒՆԸ /-եր
Վան Արյան, 2001 -264էջ /

Մ - $\frac{4502010000}{854(01)-2001}$ 2001թ

ԳՄԴ 76 1

ISBN 99930-57-64-9

© ԵՄԱ, 2001թ

Յավակը՝ 16.5 ՏՊ մամուլ Տղաբանակը՝ 500

Տղագրվել է «Վան Արյան» հրատարակչասանը

5

1

1

1