

ԶԱՆԳՎԱԾԱՅԻՆ ԼՐԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ՄԻՋՈՑՆԵՐԸ ԺՈՂՈՎՐԴԱՎԱՐԱԿԱՆ ՀԱՍԱՐԱԿՈՒԹՅՈՒՆՈՒՄ. ՀՀ ՓՈՐՁԸ

ԱՊՀ ՄԱՍՆԱԿԻՑ ՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՄԻՋԽՈՐՀՐԴԱՐԱՆԱԿԱՆ ՎԵՀԱԺՈՂՎ
Ժողովրդավարության զարգացման, պաշտպանության և
քաղաքացիների ընտրական իրավունքների պաշտպանության
մոնիտորինգի միջազգային ինստիտուտի երևանյան մասնաճյուղ

**ԶԱՆԳՎԱԾԱՅԻՆ ԼՐԱՏՎՈՒԹՅԱՆ
ՄԻՋՈՑՆԵՐԸ ԺՈՂՈՎՐԴԱՎԱՐԱԿԱՆ
ՀԱՍԱՐԱԿՈՒԹՅՈՒՆՈՒՄ.
ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ՓՈՐՁԸ**



ԱՊՀ ՄԱՍՆԱԿԻՑ ՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ

ՄԻՋԽՈՐՀՐԴԱՐԱՆԱԿԱՆ ՎԵՀԱԺՈՂՈՎ

Ժողովրդավարության զարգացման, պառլամենտարիզմի և քաղաքացիների ընտրական իրավունքների պաշտպանության մոնիտորինգի միջազգային ինստիտուտի երևանյան մասնաճյուղ

ԶԱՆԳՎԱԾԱՅԻՆ ԼՐԱՏՎՈՒԹՅԱՆ

ՄԻՋՈՑՆԵՐԸ ԺՈՂՈՎՐԴԱՎԱՐԱԿԱՆ

ՀԱՍԱՐԱԿՈՒԹՅՈՒՆՈՒՄ.

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ՓՈՐՁԸ

ԵՐԵՎԱՆ

ՀԱՅՐԱՊԵՏ

2025

ՀՏԴ 070:366.636:316.77

ԳՄԴ 76.0+60.5

Հ 177

Աշխատանքը երաշխավորվել է տպագրության ԱՊՀ մասնակից պետությունների միջխորհրդարանական վեհաժողովի Ժողովրդավարության զարգացման, պառլամենտարիզմի և քաղաքացիների ընտրական իրավունքների պաշտպանության մոնիտորինգի միջազգային ինստիտուտի կողմից

Հակոբյան Լ., Ասատրյան Ա.

Հ 177 Զանգվածային լրատվության միջոցները ժողովրդավարական հասարակությունում. Հայաստանի Հանրապետության փորձը/ Լ. Հակոբյան, Ա. Ասատրյան.– Եր.: «Հայրապետ» հրատ., 2025 – 192 էջ:

Այսօր զանգվածային լրատվության միջոցները շատ ավելին են, քան պարզապես հաղորդման ալիք կամ կոնտենտ: Մեղիադրոտում հետազոտությունները տարվում են վաղուց և բավականին լայնորեն: Ժամանակակից մեդիա հետազոտություններն ուսումնասիրում են այն ազդեցությունը, որը մեդիական տեքստի սպառումն ունենում է հասարակության վրա, որպես ամբողջություն, կամ առանձին խմբերի, լսարանի առանձին անդամների վրա, գնահատում են ՁԼՄ-ների գործունեությունը և նրանց ֆինանսավորման մեխանիզմները, նրանց նկատմամբ կիրառվող օրենսդրական սահմանափակումները և այլն: ՁԼՄ-ների կարևորությունը հասարակական գիտակցության ձևավորման գործում, տեխնոլոգիական նորամուծությունները և դրանց ազդեցությունը ժամանակակից ՁԼՄ-ների և նրանց առաջարկած կոնտենտի վրա, նրանց մասնակցությունը ժողովրդավարական, այդ թվում՝ ընտրական, գործընթացներին ընդգծում է տեղեկատվության սպառման նկատմամբ ավելի գիտակցված մոտեցման, ինչպես նաև այդ գործընթացի պատշաճ և ժամանակակից իրավական կարգավորման կարևորությունը: Վերոշարադրյալը կանխորոշում է այս հետազոտության արդիականությունը, որը կարող է հետաքրքրել քաղաքագետներին, իրավաբաններին, լրագրողներին, սոցիոլոգներին, քաղաքական գործիչներին, հետազոտողներին, գիտաշխատողներին, փորձագետներին և վերլուծաբաններին, ովքեր զբաղվում են զանգվածային հաղորդակցության խնդիրներով, ժամանակակից հասարակություններում ՁԼՄ-ների դերի, ժողովրդավարական գործընթացների վրա ՁԼՄ-ների ազդեցության, ընտրություններին ՁԼՄ-ների մասնակցության խնդիրներով:

ՀՏԴ 070:366.636:316.77

ԳՄԴ 76.0+60.5

ISBN 978-9939-887-59-3 © ԱՊՀ ՄԽՎ խորհրդի քարտուղարություն, 2025

Աշխատանքային խմբի ղեկավար՝

ԱՊՀ մասնակից պետությունների միջխորհրդարանական
վեհաժողովի ժողովրդավարության զարգացման,
պառլամենտարիզմի և քաղաքացիների ընտրական իրավունքների
պաշտպանության մոնիթորինգի միջազգային ինստիտուտի
երևանյան մասնաճյուղի տնօրեն՝
իրավ. գիտ. դոկտոր, պրոֆեսոր Վ. Ավետիսյան

Հեղինակներ՝

Լիլիա Արեգի Հակոբյան

իրավաբանական գիտությունների թեկնածու, դոցենտ

Հայ-Ռուսական համալսարանի իրավունքի

և քաղաքականության ինստիտուտի

Իրավունքի տեսության և սահմանադրական

իրավունքի ամբիոնի դոցենտ

ՀՀ Պետական կառավարման ակադեմիայի

իրավագիտության ամբիոնի դոցենտ,

ՀՀ կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովի

իրավաբանական վարչության պետ

Գլուխ 2 (2.1 և 2.2), Գլուխ 3

Արտակ Միքայելի Ասատրյան

իրավաբանական գիտությունների թեկնածու, դոցենտ

ԵՊՀ Եվրոպական և միջազգային իրավունքի ամբիոնի վարիչ

Գլուխ 1, Գլուխ 2 (2.3)

Թարգմանիչ՝

Լյուդմիլա Սարգսի Ղազարյան

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ	7
ԳԼՈՒԽ 1. ԶԱՆԳՎԱԾԱՅԻՆ ԼՐԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ՄԻՋՈՑՆԵՐԸ՝ ՈՐՊԵՍ ՀԱՍԱՐԱԿՈՒԹՅԱՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆ ՀԱՄԱԿԱՐԳԻ ՏԱՐԸ	15
1.1. Զանգվածային լրատվության միջոցներ. հասկացությունը և իրավական կարգավիճակը	15
1.2. Զանգվածային լրատվության միջոցների քաղաքական գործառույթները	35
1.3. Զանգվածային լրատվության միջոցների ազատությունը և անկախությունը որպես ժողովրդավարական պետության հատկանիշ	44
ԳԼՈՒԽ 2. ԶԱՆԳՎԱԾԱՅԻՆ ԼՐԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ՄԻՋՈՑՆԵՐԻ ԴԵՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ԺԱՄԱՆԱԿԱԿԻՑ ՀԱՍԱՐԱԿՈՒԹՅԱՆ ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ ԳՈՐԾԸՆԹԱՑՆԵՐԻ ԿԱՌԱՎԱՐՄԱՆ ԳՈՐԾՈՒՄ	59
2.1. Զանգվածային լրատվության միջոցները և ժամանակակից զանգվածային հաղորդակցությունը	59
2.2. Զանգվածային լրատվության օբյեկտն ու սուբյեկտը. 67	
2.3. Զանգվածային լրատվության միջոցները և Հայաստանի Հանրապետության պետական տեղեկատվական քաղաքականությունը	75
ԳԼՈՒԽ 3. ԶԱՆԳՎԱԾԱՅԻՆ ԼՐԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ՄԻՋՈՑՆԵՐԻ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆ ԳՈՐԾԸՆԹԱՑՆԵՐԻ ՎՐԱ	89

3.1. Զանգվածային լրատվության միջոցների դերը Հայաստանի Հանրապետությունում քաղաքացիների քաղաքական կամքի ձևավորման գործում.....	89
3.2. Զանգվածային լրատվության միջոցների մասնակցությունն ընտրական գործընթացների լուսաբանմանը ՀՀ-ում	106
3.3. Զանգվածային լրատվության միջոցները և նախընտրական քարոզչությունը	136
ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆ	171
ՕԳՏԱԳՈՐԾՎԱԾ ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ՑԱՆԿ	175

ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

Այն պնդումը, որ զանգվածային լրատվության միջոցներն առանցքային դեր են խաղում ժողովրդավարական հասարակության կայացման և զարգացման գործում, անվիճելի է: Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների, ինտերնետի, տարատեսակ գաջետների և կապի միջոցների շարունակական զարգացմամբ զանգվածային լրատվության միջոցները (այսուհետ՝ նաև ՋԼՄ-ներ) վերափոխվում են, փոխվում են դրանց ֆունկցիոնալ շեշտադրումներն ու տեխնիկական հնարավորությունները, ինչը, անկասկած, արտացոլվում է նաև լսարանի վրա նրանց ազդեցության մեջ:

Այսօր զանգվածային լրատվության միջոցները շատ ավելին են, քան պարզապես հաղորդման ալիք կամ կոնտենտ: Մեդիառլորտում հետազոտությունները տարվում են վաղուց և բավականին լայնորեն: Ժամանակակից մեդիահետազոտություններն անդրադառնում են հաղորդակցության կատեգորիաներին և դրա տարատեսակներին, զանգվածային հաղորդակցության համակարգում զանգվածային լրատվության միջոցների տեղին, ուսումնասիրում են այն ազդեցությունը, որը մեդիակոնտենտի սպառումն ունենում է հասարակության՝ որպես ամբողջության վրա, կամ առանձին խմբերի, լսարանի առանձին անդամների վրա, ուսումնասիրում են հաղորդակցման սխեմաները, որոնց շրջանակներում տեղեկատվության աղբյուրները (սուբյեկտները) որոշակի ալիքների միջոցով հաղորդագրություն (կոնտենտ) են փոխանցում ստացողին (լսարանին), գնահատում են ՋԼՄ-ների գործունեությունը և նրանց ֆինանսավորման մեխանիզմները, նրանց նկատմամբ կիրառվող օրենսդրական սահմանափակումները և այլն:

Զանգվածային հաղորդակցությանը, զանգվածային լրատվության միջոցներին, դրանց ազդեցությանը մեր կյանքի որոշակի աս-

պեկտների վրա և այս թեմայի վերաբերյալ այլ հարցերին են նվիրված այնպիսի հետազոտողների աշխատությունները, ինչպիսիք են Տ.Ա. Ալեքսինան, Ս.Վ. Անուֆրիենկոն, Չ. Ատկինը, Ս. Բարանը, Ա.Կ. Բոտաշևան, Պ. Բերգերը, Ն. Վիները, Գ. Գերբները, Է. Հերմանը, Է. Գրիֆֆինը, Ֆ. Դենսը, Բ. Ջոնսոնը, Բ. Դոերթին, Կ.Ա. Ջենինը, Վ.Ա. Իշունինը, Ս. Կագանը, Մ. Կաստելյը, Ն. Կոլդրին, Բ.Դ. Կոլոսովը, Չ. Քուլին, Ս. Լարսոնը, Ս. Լիվինգսթոնը, Պ. Լոնգը, Կ. Լուքմանը, Ն. Լումանը, Դ. Մաքվեյլը, Մ. Մաքլուենը, Տ.Վ. Նաումենկոն, Գ.Բ. Օվչարովան, Դ. Օուենը, Ռ. Ռայսը, Մ. Ռոբինսոնը, Վ.Պ. Տերինը, Ն.Տ. Թովմասյանը, Զ. Թոմսոնը, Վ. Ուիվերը, Զ. Ֆոլին, Յու. Հաբերմասը, Ս. Հերբստը, Ն. Խոմսկին, Ֆ.Ի. Շարկովը, Կ. Շենոնը, Օ.Ա. Յակիմովան և այլոք:

Զանգվածային հաղորդակցության, ժամանակակից հասարակության մեջ ՋԼՄ-ների դերի, մեդիաազդեցության, ՋԼՄ գործունեության իրավական կարգավորման հարցերով զբաղվել են նաև հայրենական հետազոտողները: Նրանց թվում կարելի է նշել բանասիրական գիտությունների թեկնածու, դոցենտ Մ.Վ. Ալեքյանին, ով «Պառլամենտարիզմի զարգացումը Հայաստանի Հանրապետությունում»¹ աշխատությունում անդրադարձել է մեդիային՝ որպես պառլամենտարիզմի զարգացման գործիքի, քաղաքական գիտությունների դոկտոր Ա.Վ. Աթանեսյանին, որի աշխատություններում դիտարկվում են հաղորդակցական ասպեկտներն առանձին համա-

¹ **Բեգլարյան Ա., Ալեքյան Մ., Վաղարշյան Ա.** Պառլամենտարիզմի զարգացումը Հայաստանի Հանրապետությունում/ – Եր.՝ «Հայրապետ» հրատ., 2024; **Алекян М.В., Абрамян Н.Л., Тадевосян М.Р.** К вопросу о репозиционировании СМИ в условиях модификации информационных потоков // Ученые записки Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого. № 6 (31). 2020 / Աղբյուրը՝ <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-repozitsionirovanii-smi-v-usloviyah-modifikatsii-informatsionnyh-potokov/viewer> (դիմելու ամսաթիվը՝ 20.12.2024)

տեքստերում, ՋԼՄ-ների քննադատական տեսությունները², բանասիրական գիտությունների թեկնածու, դոցենտ Ն.Ն. Մարտիրոսյանին, ով անդրադարձել է ՋԼՄ-ների պատմությանը, ՋԼՄ-ների ազդեցության ժամանակակից տեսություններին³ և այլ հարցերի, բանասիրական գիտությունների թեկնածու, դոցենտ Լ.Կ. Սայադյանին, ով իր հետազոտությունները նվիրել է ՀՀ անկախությունից հետո քաղաքական զարգացման գործընթացներին և զանգվածային լրատվության միջոցներին⁴, բանասիրական գիտությունների թեկնածու, դոցենտ Մ.Ռ. Թադևոսյանին, ով իր ատենախոսական հե-

² **Атанесян А.В.** Коммуникативные аспекты политических конфликтов; Армян. филос. акад., Междунар. акад. филос. – Ереван: Гитутюн, 2005; **Атанесян А.В., Тер-Арутюнян А.С.** Современные критические теории СМИ, с. 35-87 // Актуальные вопросы массовой информации и политических коммуникаций: коллективная монография. Под общей ред. доктора полит. наук, профессора А.В. Атанесяна, канд. полит. наук И.А. Румачик, Ереван: Изд-во Ереванского государственного университета, 2017 и др.

³ **Мартirosян Н., Даниелян Т.** Средства массовой коммуникации как объект научного исследования в Республике Армения (на примере диссертаций, 1991-2022 гг.) // Научная информация Ванадзорского государственного университета / Гуманитарные и социальные науки, 1 // Министерство образования, науки, культуры и спорта РА, Ванадзорский государственный университет. Эд. Совет: Т. Шахвердян и другие. – Ванадзор: 2023, с. 153-170.; **Саядян Л.К., Мартirosян, Н.Н.** Политические процессы и СМИ в Республике Армения (после 1990-ых годов), с. 194-210 // Актуальные вопросы массовой информации и политических коммуникаций: коллективная монография. Под общей ред. доктора полит. наук, профессора А.В. Атанесяна, канд. полит. наук И.А. Румачик, Ереван: Изд-во Ереванского государственного университета, 2017 и др.

⁴ **Sayadyan L., Izquierdo-Iranzo P.,** Armenian Media System Overview According to the Hallin and Mancini Mode // Media and Communication, 2024, article 7850 <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/7850/3781> (նիմեյն աւսաթիւն՝ 20.12.2024)

տազոտությունը նվիրել է Հայաստանի ՋԼՄ-ներում տեղեկատվական ժամանակակից հոսքերին⁵, բանասիրական գիտությունների թեկնածու, դոցենտ Ջ.Ջ. Սարգսյանին, ով զբաղվում էր մեդիաազդեցության տեսություններով⁶:

Մեդիահետազոտությունների ոլորտում առանձնահատուկ հետաքրքրություն է ներկայացնում ՋԼՄ-ների նշանակության դիտարկումը տարբեր համատեքստերում՝ կապված հասարակության տարբեր ասպեկտների հետ: Ակնհայտ է, որ ՋԼՄ-ները ստեղծվում և գործում են պատմական, քաղաքական, տնտեսական, մշակութային և տեխնոլոգիական կոնկրետ համատեքստերում:

Այս հետազոտությունն անդրադառնում է ժողովրդավարական հասարակությունում ՋԼՄ-ների դերին: Այս համատեքստում հետաքրքրություն է ներկայացնում այն հարցը, թե ինչպես են ՋԼՄ-ները կարողանում ազդել ժողովրդավարական հասարակությունում տեղի ունեցող գործընթացների վրա, ինչպիսին է նրանց ազդեցությունը հասարակության քաղաքական կամքի ձևավորման հարցում, որ ՋԼՄ-ներն են մասնակից, որոնք՝ ոչ քաղաքական գործընթացներում և այլն:

Եթե դիտարկենք հետխորհրդային ժամանակաշրջանի առաջին տարիները, ապա հայկական ՋԼՄ-ների համար այդ ժամանա-

⁵ **Тадевосян М.Р.** Современные информационные потоки в СМИ Армении: особенности трансформации медиапространства / Дисс. на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.06 – «Журналистика», Ереван, 2021; **Аветисян П.С., Тадевосян М.Р.** Информационные потоки в СМИ: особенности формирования и фактор информационной безопасности РА/ Աղբյուրը՝ <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnye-potoki-v-smi-osobennosti-formirovaniya-i-faktor-informatsionnoy-bezopasnosti-ra/viewer> (նիմեյն աւսաթիւն՝ 20.12.2024)

⁶ Սարգսյան Ջ. Մեդիաազդեցության ժամանակակից տեսություններ: Դասախոսություններ/ Ջ. Սարգսյան: ԵՊՀ: Ժողովրդասիրական ֆակուլտետ: Եր., ԵՊՀ հրատ., 2022:

կը կարելի է անվանել տպագիր մամուլի վերելքի և վերածննդի ժամանակ: 90-ականների սկզբին սկսեցին տպագրվել մեծ տպաքանակով շատ թերթեր: «Ազատության ալիք զգացվեց: Հիշում եմ, թե ինչպես էին մարդիկ առավոտյան հերթ կանգնում թերթեր գնելու համար: Պետք չէ մոռանալ, որ 90-ականների սկզբին Հայաստանը պատերազմական վիճակում էր, շրջափակման մեջ էր և բնակարաններում լույս չկար: Տեղեկատվություն ստանալու համար հեռուստացույց դիտելու հնարավորություն չկար, ուստի թերթերն ու ռադիոն այն ժամանակ կարևոր դեր էին խաղում հասարակության իրազեկման գործում: Հեռուստատեսության ժամանակը եկավ 90-ականների վերջին: Բացի պետականից, սկսեցին բացվել մասնավոր հեռուստաալիքներ: 2003-2004 թվականներին սկսեցին ակտիվորեն հայտնվել և զարգանալ առցանց հրատարակությունները»: Սակայն հիմա էլ հասանելիության սեզմենտով Հայաստանում ամենահանրաճանաչ մեդիան դեռևս հեռուստատեսությունն է: Դրանից հետո գալիս են ինտերնետային ՋԼՄ-ները⁷:

Ժամանակակից հասարակություններում ՋԼՄ-ները կարևոր դեր են ձեռք բերում ժողովրդավարացման գործընթացներում: ՄԱԿ-ի Ծրագրային փաստաթղթում ժողովրդավարության և զարգացման ապահովման գործում ՄԱԿ-ի դերի մասին ասվում է. «Զարգացման պատասխանատվությունը պետք է ժողովրդավարացվի: Դրա համար կարող են և պետք է իրենց դերը խաղան ժողովրդավարացման գործընթացների այնպիսի առանցքային դերակատարները, ինչպիսիք են քաղաքական կուսակցությունները, օրենսդիր մարմինները, քաղաքացիական հասարակությունը և

զանգվածային լրատվության միջոցները»⁸:

ՋԼՄ-ները հատկապես կարևոր դեր են ստանում ընտրական շրջանում: Ընտրություններն օբյեկտիվորեն լուսաբանող ազատ և անկախ ՋԼՄ-ների գործունեությունը ժողովրդավարական ընտրությունների և ժողովրդավարական պետության կայունության կարևորագույն երաշխիքներից է: Ու թեև նշվել է, որ «գլոբալ մասշտաբով ակնհայտ է մի բան՝ մամուլի ազատությունը վտանգված է հենց այն մարդկանց կողմից, ովքեր պետք է լինեն դրա երաշխավորը՝ քաղաքական իշխանությունների կողմից»⁹, այս հարցում Հայաստանում վերջին տարիներին կարելի է բավականին դրական դինամիկա արձանագրել: Այսպես, եթե անդրադառնանք վերջին տասնամյակին, ապա կարելի է նշել, որ «Լրագրողներ առանց սահմանների» միջազգային կազմակերպության 2014-2015 թվականների Մամուլի ազատության համաշխարհային ինդեքսում Հայաստանը 180 երկրների ցանկում զբաղեցրել է 78-րդ տեղը, 2016 թվականին՝ 74-րդ տեղը, ապա նույն կազմակերպության 2023 թվականի մամուլի ազատության ինդեքսում՝ 49-րդ տեղը, 2024 թվականին՝ 43-րդ տեղը¹⁰:

⁸ Демократия и развитие: роль ООН Программный документ ООН // Доклад по итогам двух международных совещаний за круглым столом по вопросам демократии и развития, совместно организованных ИИДЕА, Программой развития ООН и Департаментом по политическим вопросам. Ред. Массимо Томмазоли, докладчик Тимоти Сиск, сентябрь 2013, с. 57. Աղբյուրը՝ <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/democracy-and-development-RU.pdf> (դիմելու անսաթիվ՝ 20.12.2024)

⁹ Репортеры без границ «Всемирный индекс свободы прессы RSF за 2024 год: журналистика под политическим давлением». Աղբյուրը՝ <https://rsf.org/sites/default/files/medias/file/2024/05/RU%20GLOBAL%20INDEX%20GLOBAL%202024.pdf> (դիմելու անսաթիվ՝ 20.12.2024)

¹⁰ Եթե համեմատության համար անդրադառնանք տարածաշրջանի և ԱՊՀ երկրներին, կարելի է նկատել, որ Ադրբեջանը 2014-2015 թվականների զբաղեցրել է 162-րդ տեղը, իսկ 2024 թվականին՝ 164-րդ տեղը, Բելարուսը՝

⁷ Анализ армянских СМИ с медиаэкспертом Гегамом Варданяном, 30 мая 2017 года. Աղբյուրը՝ <https://ru.ejo.ch/media-i-politika/svoboda-slova/analiz-armyanskih-smi> (դիմելու անսաթիվ՝ 20.12.2024)

Չնայած մամուլի ազատության մակարդակի ապահովման նման առաջընթացին, չպետք է մոռանալ, որ ՋԼՄ-ների միջոցով ստացվող տեղեկատվության բազմազանությունը և դրա արագությունը, կանոնավորությունը և անանձնական բնույթը խորը ազդեցություն են ունենում շրջակա աշխարհի ընկալման վրա, ինչը կարող է ունենալ ինչպես դրական, այնպես էլ բացասական ազդեցություն անհատի վրա: Այս համատեքստում կարևորվում է այն գիտակցումը, որ ՋԼՄ-ները կարող են ոչ միայն տեղեկացնել, այլև ապատեղեկացնել, ինչը հատկապես արդիական է ընտրական գործընթացների համատեքստում: Չանգվածային լրատվության միջոցները դառնում են թեկնածուների և ընտրողների միջև հաղորդակցության կարևոր ուղի՝ ազդելով քաղաքական գործիչների, կուսակցությունների և նրանց ծրագրերի ընկալման վրա: Ընտրական գործընթացների ընթացքում ՋԼՄ-ները կարող են էապես փոխել հանրային կարծիքը՝ նորությունների, հարցազրույցների, բանավեճերի և կոնտենտի այլ ձևերի միջոցով ձևավորելով թեկնածուների դրական կամ բացասական կերպարը: Բացի այդ, ժամանակակից տեխնոլոգիաները թույլ են տալիս ոչ միայն տարածել տեղեկատվությունը, այլև շահարկել այն, ինչը կարող է հանգեցնել կեղծ լուրերի և թերի տեղեկատվության միջոցով ընտրական և քաղաքական մանիպուլյացիայի:

Հաճախ ընտրությունների ընթացքում ՋԼՄ-ները սկսում են կատարել ոչ միայն իրազեկման, այլև ակտիվ քաղաքական քարոզչության գործառնություններ՝ ամրապնդելով որոշակի քաղաքական

կողմնորոշիչներ և արժեքային կողմնորոշումներ, ինչն ամրապնդվում է զանգվածային գիտակցության մեջ: Նման ժամանակահատվածներում ՋԼՄ-ների ազդեցությունը հասարակական կարծիքի վրա հատկապես ուժեղ է դառնում, քանի որ ընտրություններն այն պահն են, երբ յուրաքանչյուր տեղեկատվություն և դրա մեկնաբանություն կարող են որոշիչ նշանակություն ունենալ քվեարկության արդյունքների համար: Այսօր ՋԼՄ-ները ոչ միայն աջակցում են այս գործընթացին, այլև այն հասցնում են գլոբալ մակարդակի, ինչն էլ ավելի նշանակալից է դարձնում մեդիայի ազդեցությունը:

Այսպիսով, ՋԼՄ-ների կարևորությունը հասարակական գիտակցության ձևավորման գործում, տեխնոլոգիական նորամուծությունները և դրանց ազդեցությունը ժամանակակից ՋԼՄ-ների և նրանց առաջարկած կոնտենտի վրա, նրանց մասնակցությունն ընտրական գործընթացներին ընդգծում են տեղեկատվության սպառման նկատմամբ ավելի գիտակցված մոտեցման, ինչպես նաև այդ գործընթացի պատշաճ և ժամանակակից իրավական կարգավորման կարևորությունը: Վերոշարադրյալը կանխորոշում է այս հետազոտության արդիականությունը, որը կարող է հետաքրքրել քաղաքագետներին, իրավաբաններին, լրագրողներին, սոցիոլոգներին, քաղաքական գործիչներին, հետազոտողներին, գիտաշխատողներին, փորձագետներին և վերլուծաբաններին, ովքեր զբաղվում են զանգվածային հաղորդակցության խնդիրներով, ժամանակակից հասարակություններում ՋԼՄ-ների դերի, ժողովրդավարական գործընթացների վրա ՋԼՄ-ների ազդեցության, ընտրություններին ՋԼՄ-ների մասնակցության խնդիրներով:

համապատասխանաբար 157-րդ և 167-րդ տեղերը, Վրաստանը՝ 69-րդ և 103-րդ տեղերը, Իրանը՝ 173-րդ և 176-րդ տեղերը, Ղազախստանը՝ 160-րդ և 142-րդ տեղերը, Ղրղզստանը՝ 88-րդ և 120-րդ, Մոլդովան՝ 72-րդ և 31-րդ տեղերը, Ռուսաստանը՝ 152-րդ և 162-րդ տեղերը, Տաջիկստանը՝ 116-րդ և 155-րդ տեղերը, Թուրքմենստանը՝ 178-րդ և 175-րդ տեղերը, Թուրքիան՝ 149-րդ և 158-րդ տեղերը, Ուզբեկստանը՝ 166-րդ և 148-րդ տեղերը, Ուկրաինան՝ 129-րդ և 61-րդ տեղերը: / Աղբյուրը՝ <https://rsf.org/en> (դիմելու ամսաթիվը՝ 20.01.2025)

ԳԼՈՒԽ 1. ԶԱՆԳՎԱԾԱՅԻՆ ԼՐԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ՄԻՋՈՑՆԵՐԸ՝ ՈՐՊԵՍ ՀԱՍԱՐԱԿՈՒԹՅԱՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆ ՀԱՄԱԿԱՐԳԻ ՏԱՐԻ

1.1. Զանգվածային լրատվության միջոցներ. հասկացությունը և իրավական կարգավիճակը

Արագ զարգացող տեղեկատվական տեխնոլոգիաների դարաշրջանում զանգվածային լրատվության միջոցների (այսուհետ նաև՝ ԶԼՄ) վերաբերյալ հասարակական ընկալումները ենթարկվել են որոշակի փոփոխությունների: Զանգվածային լրատվության միջոցները ավանդաբար մեծ նշանակություն ու առանձնահատուկ դեր են ունեցել անձի՝ տեղեկություններ ստանալու իրավունքի պատշաճ իրացման համատեքստում՝ նկատի ունենալով նաև վերջիններիս մեծ ազդեցությունը հասարակական գործընթացների վրա:

Զանգվածային լրատվության միջոցները շրջապատում են մեզ: Մեր առօրյա կյանքը հագեցած է ինտերնետով, հեռուստատեսությամբ, ռադիոյով, ֆիլմերով, ծայնագրված երաժշտությամբ, թերթերով, գրքերով, ամսագրերով և այլն: 21-րդ դարում, մասամբ նաև բջջային սարքերի տարածման շնորհիվ, մենք շրջում ենք զանգվածային լրատվամիջոցների հսկայական միջավայրում, որն անսահմանափակ է մարդկության պատմության մեջ¹¹:

Մասնագիտական գրականության մեջ զանգվածային լրատվամիջոցների հասկացության շուրջ բազմաթիվ տեսակետներ են արտահայտվել:

Զանգվածային լրատվության միջոցի տակ հասկացվում է զանգվածային հաղորդակցության հատուկ տեսակ, որի մեջ նե-

րառվում են պարբերականները, հեռուստատեսությունը, ռադիոհեռարձակումը, որոշ ինտերնետային ռեսուրսները և որոշ ռեսուրսներ, որոնք ստեղծված են նույնիսկ ավելի նոր տեխնոլոգիաների հիման վրա, քան ինտերնետը, որոնք բնութագրվում են ինստիտուցիոնալացմամբ, այսինքն տեղեկատվության տարածման կամ դրա արտադրության պլանավորման, հավաքման, ընտրության, նախապատրաստման մշտական հատուկ ապարատի առկայությամբ¹²:

«ԶԼՄ» տերմինը սովորաբար վերաբերում է անգլալեզու mass media կամ media տերմիններին, բայց այդ դեպքում այն ստանում է լայն մեկնաբանություն: Զանգվածային լրատվության միջոցների շարքին այդ դեպքում կդասվեն ոչ միայն պարբերականները, հեռուստատեսությունը, ռադիոն, ինտերնետը, այլ նաև կինոն, ծայնագրման արդյունաբերությունը, գրականի հրատարակությունները, լուսանկարչությունը և նույնիսկ կաբելային ցանցերը: Տանք սահմանումներից մեկը. «Մեդիան տարբեր խմբերի, անհատների միջև հաղորդակցության և (կամ) ցանկացած իմաստալից արտադրանք հանդիսատեսին մատուցելու միջոց է: Լրատվամիջոցները բազմաթիվ են և ներառում են զանգվածային լրատվության միջոցները (թերթեր, ամսագրեր, գրքեր, հեռուստատեսություն, կաբելային ցանցեր, ռադիո, կինո), տեղեկատվության և տվյալների առանձին կրիչները (նամակներ, աուդիո և վիդեո ծայնագրություններ ցանկացած կրիչի վրա, ծայնասկավառակներ), ինչպես նաև հասարակության հաղորդակցման համակարգերը (հեռագիր, հեռախոս, փոստ, համակարգչային ցանցեր)»¹³:

Զանգվածային լրատվության միջոցները ներառում են բազմաթիվ լրատվամիջոցներ, որոնք զանգվածային հաղորդակցության

¹¹ **David Croteau, William Hoynes**, Media/society: industries, images, and audiences, Virginia Commonwealth University. Fifth Edition, 2014, p. 2.

¹² **Фомичева И.Д.** Социология СМИ: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся специальности 030601 «Журналистика». Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2012. – с. 22–23.

¹³ **Вартанова Е.Л.** Медиаэкономика зарубежных стран. М., 2003.

միջոցով հասնում են մեծ լսարանի:

Հեռարձակվող լրատվամիջոցները տեղեկատվություն են փոխանցում էլեկտրոնային եղանակով լրատվամիջոցների միջոցով, ինչպիսիք են ֆիլմերը, ռադիոն, ծայնագրված երաժշտությունը կամ հեռուստատեսությունը: Թվային լրատվամիջոցների մեջ ներառվում են ինչպես Ինտերնետը, այնպես էլ բջջային զանգվածային հաղորդակցությունը: Ինտերնետային լրատվամիջոցները ներառում են այնպիսի ծառայություններ, ինչպիսիք են էլեկտրոնային փոստը, սոցիալական մեդիա կայքերը, վեբկայքերը և ինտերնետի վրա հիմնված ռադիոն և հեռուստատեսությունը¹⁴:

Ժամանակի ընթացքում զանգվածային լրատվամիջոցների դերի բարձրացմանը զուգահեռ առաջ է եկել դրանց գործունեության իրավական կարգավորման անհրաժեշտությունը: Հայկական իրականության մեջ ՀՀ-ների իրավական կարգավորումների պատմական էքսկուրս կատարելով՝ նշենք, որ 1995 թվականի հուլիսի 5-ին ընդունված ՀՀ Սահմանադրության¹⁵ 24-րդ հոդվածը երաշխավորում էր խոսքի ազատությունը՝ սահմանելով. «Յուրաքանչյուր ոք ունի իր կարծիքը անհատապես արտահայտելու և արձանագրելու իրավունք: Արգելվում է մարդուն հարկադրել հրաժարվել իր կարծիքից կամ փոխել այն:

Յուրաքանչյուր ոք ունի խոսքի ազատության իրավունք՝ ներառյալ տեղեկություններ և գաղափարներ փնտրելու, ստանալու, տարածելու ազատությունը տեղեկատվության ցանկացած միջոցով՝ անկախ պետական սահմաններից:»:

Այնուհետև, 2005 թվականի նոյեմբերի 27-ի սահմանադրական փոփոխությունները¹⁶ շոշափեցին նաև խոսքի ազատության սահմանադրական կարգավորումները: Մասնավորապես, Սահմանադրության փոփոխված տեքստի 27-րդ հոդվածն ուներ հետևյալ

խմբագրությունը. «Յուրաքանչյուր ոք ունի իր կարծիքն ազատ արտահայտելու իրավունք: Արգելվում է մարդուն հարկադրել հրաժարվելու իր կարծիքից կամ փոխելու այն:

Յուրաքանչյուր ոք ունի խոսքի ազատության իրավունք, ներառյալ՝ տեղեկություններ և գաղափարներ փնտրելու, ստանալու, տարածելու ազատությունը, տեղեկատվության ցանկացած միջոցով՝ անկախ պետական սահմաններից:

Լրատվամիջոցների և տեղեկատվական այլ միջոցների ազատությունը երաշխավորվում է:

Պետությունը երաշխավորում է տեղեկատվական, կրթական, մշակութային և ժամանցային բնույթի հաղորդումների բազմազանություն առաջարկող անկախ հանրային ռադիոյի և հեռուստատեսության առկայությունը և գործունեությունը:»:

Այս փոփոխությունների նորամուծությունն այն էր, որ դրանցով նաև ուղղակիորեն երաշխավորվեց լրատվամիջոցների և տեղեկատվական այլ միջոցների ազատությունը:

Ինչ վերաբերում է 2015 թվականի դեկտեմբերի 6-ի սահմանադրական փոփոխություններին¹⁷, ապա դրանց արդյունքում Սահմանադրության 42-րդ հոդվածում ամրագրվեց, որ՝

1. Յուրաքանչյուր ոք ունի իր կարծիքն ազատ արտահայտելու իրավունք: Այս իրավունքը ներառում է սեփական կարծիք ունենալու, ինչպես նաև առանց պետական և տեղական ինքնակառավարման մարմինների միջամտության և անկախ պետական սահմաններից՝ տեղեկատվության որևէ միջոցով տեղեկություններ ու գաղափարներ փնտրելու, ստանալու և տարածելու ազատությունը:

2. Մամուլի, ռադիոյի, հեռուստատեսության և տեղեկատվական այլ միջոցների ազատությունը երաշխավորվում է: Պետությունը երաշխավորում է տեղեկատվական, կրթական, մշակութային և ժամանցային բնույթի հաղորդումների բազմազանություն առաջարկող անկախ

¹⁴ https://en.wikipedia.org/wiki/Mass_media

¹⁵ Հասանելի է <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=1>

¹⁶ Հասանելի է <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=75780>

¹⁷ Հասանելի է <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=143723>

հանրային հեռուստատեսության և ռադիոյի գործունեությունը:

3. Կարծիքի արտահայտման ազատությունը կարող է սահմանափակվել միայն օրենքով՝ պետական անվտանգության, հասարակական կարգի, առողջության և բարոյականության կամ այլոց պատվի ու բարի համբավի և այլ հիմնական իրավունքների և ազատությունների պաշտպանության նպատակով:

Ի դեպ, նախքան 1995 թվականի Սահմանադրության ընդունումը Հայաստանի Հանրապետությունում զանգվածային լրատվության միջոցների գործունեությունը կարգավորող օրենք արդեն ընդունվել էր: Հայաստանի Հանրապետության անկախացումից կարճ ժամանակ անց՝ 1991 թվականի հոկտեմբերի 8-ին, ՀՀ Գերագույն խորհուրդն ընդունեց «Մամուլի և զանգվածային լրատվության մյուս միջոցների մասին» ՀՀ օրենքը¹⁸, որով դրվեց մեդիադատի կարգավորման հիմքը: Մասնավորապես, օրենքի 1-ին հոդվածի համաձայն՝ մամուլ և զանգվածային լրատվության մյուս միջոցներ էին համարվում՝ թերթերը, հանդեսները, փաստավավերագրերը, տեղեկագրերը և պարբերականները, որոնք միանվագ հրատարակվում էին 100 օրինակից ավելի տպաքանակով, ինչպես նաև հեռուստառադիո ծրագրերը, կինովավերագրերը, որոնք պարբերաբար ստեղծում և հրապարակայնորեն տարածում էին լուրեր և տեղեկություններ՝ այդ օրենքով սահմանված կարգով:

Այդ օրենքը տվյալ ժամանակահատվածի իրողությունների պայմաններում հավանաբար բավարարում էր զանգվածային լրատվության ոլորտում ծագող հարաբերությունների կարգավորման տրամաբանությանը, սակայն հասարակական կյանքի զարգացմանը զուգընթաց անհրաժեշտություն առաջացավ ընդունելու նոր օրենք: «Զանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենքը¹⁹ (այսուհետ նաև՝ Օրենք) ՀՀ Ազգային ժողովն ընդունեց 2003 թվակա-

նի դեկտեմբերի 13-ին, որի 3-րդ հոդվածը սահմանում է օրենքում օգտագործվող հասկացությունները: Համաձայն այդ հոդվածի՝ զանգվածային լրատվությունը անսահմանափակ թվով անձանց համար հասանելի տեղեկատվության տարածումն է, որի հիմնական նպատակն է ապահովել մարդու սահմանադրական իրավունքը՝ ազատորեն, անկախ պետական սահմաններից՝ փնտրելու, ստանալու և տարածելու տեղեկություններ ու գաղափարներ:

Նույն հոդվածը նշում է, որ լրատվությունն իրականացվում է զանգվածային լրատվության միջոցի տարածմամբ, իսկ որպես զանգվածային լրատվության միջոց Օրենքը դիտարկում է լրատվություն իրականացնելու միջոցը, որը բաժանորդագրությամբ կամ առանց դրա, վճարովի կամ անվճար հիմունքներով տարածվում է՝

- մշտական անվանում, հերթական համար և ամսաթիվ ունեցող պարբերական թողարկումներով՝ նյութական կրիչի վրա, որոնց միևնույն բովանդակությամբ օրինակների քանակը պակաս չէ հարյուրից,

- հեռուստառադիոհաղորդմամբ,

- հանրային հեռահաղորդակցության ցանցով (ցանցային լրատվության միջոց)՝ որպես որոշակի հասցե ունեցող, անսահմանափակ թվով անձանց համար հասանելի և լրատվություն ներառող տեղեկատվական պաշար՝ անկախ թարմացման պարբերականությունից, պահման ժամանակի տևողությունից և այլ չափանիշներից,

- համացանցում գրանցված դոմեյն, հոսթինգ ունեցող և սույն օրենքի 11-րդ հոդվածի 4-րդ մասում նշված տվյալները պարունակող կայքի միջոցով:

Օրենքի 11-րդ հոդվածի 4-րդ մասը սահմանում է, որ համացանցում գրանցված դոմեյն, հոսթինգ ունեցող զանգվածային լրատվության միջոցն իր կայքում պետք է ներառի՝

1) լրատվության միջոցի անվանումը.

2) լրատվական գործունեություն իրականացնող իրավաբանա-

¹⁸ Հասանելի է <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=23844>

¹⁹ Հասանելի է <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=164454>

կան անձի լրիվ անվանումը, կազմակերպական-իրավական ձևը, գրանցման համարը, իսկ եթե լրատվական գործունեություն իրականացնողը ֆիզիկական անձ է, ապա նրա անունը, ազգանունը, բնակության կամ հաշվառման հասցեն, եթե նա անհատ ձեռնարկատեր է, ապա նաև պետական հաշվառման համարը:

Լրատվության միջոց են նաև լրատվական գործակալության և նմանատիպ բնույթի այլ կազմակերպությունների պարբերական հաղորդումները՝ ուղղված լրատվական գործունեություն իրականացնողներին՝ անկախ տարածման ձևից, թողարկման օրինակների քանակից կամ որևէ այլ չափանիշից:

Իր հերթին Եվրոպայի խորհրդի նախարարների կոմիտեի CM/Rec(2022)1138 հանձնարարականը²⁰ նախատեսում է, որ «մեդիան» ներառում է այն ծառայություններ մատուցողներին, որոնք համապատասխանում են հետևյալ չափանիշներին կամ դրանց համակցությանը, ինչպես նշված է Եվրոպայի խորհրդի նախարարների կոմիտեի Լրատվամիջոցների նոր հասկացության վերաբերյալ CM/Rec(2011)7 Հանձնարարականում. ա) նրանք մտադիր են գործել որպես լրատվամիջոց, բ) նրանք նպատակ ունեն կոնտենտ արտադրել և տարածել, գ) նրանք իրականացնում են խմբագրական վերահսկողություն կոնտենտի նկատմամբ և պահպանում են մասնագիտական չափանիշները, և (դ) նրանք ձգտում են իրազեկման և ենթակա են հանրային ակնկալիքների²¹: Այս սահմանումը ներառում է տպագիր, հեռարձակվող և առցանց լրատվամիջոցները, ներառյալ աուդիո և վիդեո հոսքային ծառայությունները:

Օրենքը սահմանում է նաև «լրատվական գործունեություն իրականացնող» և «լրագրող» հասկացությունները: Համաձայն Օ-

րենքի՝ լրատվական գործունեություն իրականացնող է՝ իրավաբանական կամ ֆիզիկական անձը, այդ թվում՝ անհատ ձեռնարկատերը, որն իր անունից տարածում է լրատվության միջոց:

Ընդ որում, եթե Հայաստանի Հանրապետությունում լրատվական գործունեություն իրականացնողն այդ գործունեության առանձին փուլերն իրականացնում է այլ անձանց (զուտ տարածողը, հրատարակիչը և այլն) հետ կնքած գործարքների հիման վրա, ապա այդ անձինք Օրենքի իմաստով լրատվական գործունեություն իրականացնողներ չեն:

Ինչ վերաբերում է լրագրողին, ապա Օրենքը տալիս է վերջինիս հետևյալ սահմանումը՝ լրատվական գործունեություն իրականացնող ֆիզիկական անձ, լրատվական գործունեություն իրականացնողի ներկայացուցիչ, նրա հետ կնքած աշխատանքային կամ այլ պայմանագրի հիման վրա տեղեկատվություն փնտրող, հավաքող, ստացող, պատրաստող, խմբագրող:

Ձանգվածային լրատվության ոլորտը կարգավորող կարևոր իրավական ակտերից էր 2000 թվականի հոկտեմբերի 9-ին ընդունված «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքը²², որը հետագայում ուժը կորցրեց «Տեսալսողական մեդիայի մասին» ՀՀ օրենքի ընդունմամբ²³: Այս օրենքը մանրամասն սահմանում է տեսալսողական մեդիածառայություն մատուցողների և օպերատորների կարգավիճակը, կանոնակարգում հեղինակագործման, լիցենզավորման, ծանուցումների ներկայացման կարգը, այդ օրենքի կարգավորման առարկա հանդիսացող սուբյեկտների իրավունքների ու պարտականությունների առաջացման հիմքերը, գործունեության ընթացքում ծագող հարաբերությունները:

Ինչ վերաբերում է զանգվածային լրատվության միջոցների կարգավիճակին, ապա նախ տեսական մակարդակում փորձենք

²⁰ Recommendation CM/Rec(2022)11 of the Committee of Ministers to member States on principles for media and communication governance.

²¹ Recommendation CM/Rec(2011)7 of the Committee of Ministers to member States on a new notion of media

²² Հասանելի է <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=145134>

²³ ՀՀ Ազգային ժողովի կողմից ընդունվել է 2020 թվականի հուլիսի 16-ին: Հասանելի է <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=193040> :

հասկանալ «կարգավիճակ» հասկացության բովանդակությունը: Մասնագիտական գրականության մեջ «կարգավիճակ» կատեգորիայի և դրա բաղադրիչների վերաբերյալ միասնական մոտեցում դեռևս չի ձևավորվել: Մասնավորապես, որոշ հեղինակներ կարծիք են հայտնում առ այն, որ «կարգավիճակ» կատեգորիան իրենից ներկայացնում է բազմասպեկտ և բազմատարր երևույթ, ինչը և որոշակի դժվարություններ է առաջացնում այն վերլուծելիս²⁴: Կարգավիճակ տերմինը ծագում է լատիներեն status (վիճակ, դրություն) բառից, որը մեկնաբանվում է որպես իրավունքի նորմերով սահմանված նրա սուբյեկտների դրություն, իրավունքների և պարտականությունների ամբողջություն²⁵:

Տեսական ուսումնասիրությունների արդյունքում կարելի է ընդհանրական ներկայացնել իրավահարաբերության սուբյեկտի, տվյալ դեպքում՝ զանգվածային լրատվության միջոցի կարգավիճակի հետևյալ տարրերը՝ իրավունքներն ու պարտականությունները, պատասխանատվությունը, գործառույթները և գործունեության երաշխիքները:

Սույն ենթագլխի շրջանակներում անդրադառնանք ՁԼՄ-ների իրավունքներին, պարտականություններին և պատասխանատվությանը, իսկ գործառույթները²⁶ և գործունեության երաշխիքները կվերլուծվեն սույն ուսումնասիրության հաջորդ ենթագլուխներում:

Ի տարբերություն, օրինակ, «Զանգվածային լրատվամիջոցների մասին» ՌԴ օրենքի²⁷, որն առանձին կարգավորումներ է նախատեսում ՁԼՄ-ի հիմնադրի, խմբագրության և հրատարակչի կարգա-

վիճակների վերաբերյալ, «Զանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենքն այս հարցի առնչությամբ ամփոփ կարգավորումներ չունի և լրատվամիջոցների կարգավիճակի վերհանման համար ստիպված ենք ուսումնասիրել ինչպես Օրենքի առանձին դրույթներ, այնպես էլ այլ իրավական ակտեր: Այսպես, ՀՀ կառավարությունը, հիմք ընդունելով «Զանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենքի 6-րդ հոդվածի 4-րդ մասը՝ 2004 թվականի մարտի 4-ին ընդունել է «Հաստատանի Հանրապետության պետական կառավարման մարմիններում լրագրողների հավատարմագրման օրինակելի կարգը հաստատելու մասին» թիվ 333-Ն որոշումը²⁸ (այսուհետ նաև՝ հավատարմագրման օրինակելի կարգ), որի 2-րդ կետով ՀՀ պետական կառավարման մարմիններին հանձնարարվել է հաստատված օրինակելի կարգի հիման վրա և հաշվի առնելով պետական կառավարման մարմնի գործունեության առանձնահատկությունները՝ 10-օրյա ժամկետում հաստատել պետական կառավարման մարմնում լրագրողների հավատարմագրման կարգը: Կարգի հիման վրա պետական մարմիններում արդեն իսկ հաստատվել են լրագրողների հավատարմագրման համանման կարգեր: Հավատարմագրման օրինակելի կարգի 15-րդ կետի համաձայն՝ հավատարմագրված լրագրողն իրավունք ունի՝

ա) ստանալու լրատվության միջոցների համար նախատեսված տեղեկատվությունը.

բ) նախապես տեղեկացված լինելու պետական մարմնի միջոցառումների անցկացման մասին և ծանոթանալու առկա տեղեկատու նյութերին.

գ) մասնակցելու պետական մարմնի միջոցառումներին.

դ) հավատարմագրված այլ լրագրողների հետ համահավասար օգտվելու հավատարմագրված լրագրողների համար ստեղծված պայմաններից.

²⁴ Տե՛ս **Матузов Н.И.** Правовая система и личность. Саратов, 1987, с. 48:

²⁵ Տե՛ս Большой юридический словарь. Под. ред. А.Я. Сухарева, В.Е. Крутских, Москва, ИНФРА-М, 2002, էջ 587:

²⁶ Հաջորդ ենթագլում կքննարկենք սույն ուսումնասիրության շրջանակներում հետաքրքրություն ներկայացնող ՁԼՄ-ների միայն քաղաքական գործառույթները:

²⁷ Տե՛ս «Զանգվածային լրատվության մասին» ՌԴ օրենքի 18-րդ, 19-րդ և 21-րդ հոդվածները: Հասանելի է https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/

²⁸ Հասանելի է <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=12230>

ե) պետական մարմնում հավատարմագրված լինելու հանգամանքից անկախ՝ տեղեկատվության ազատության վերաբերյալ Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրությամբ սահմանված կարգով դիմելու և ստանալու իրեն անհրաժեշտ տեղեկատվությունը:

Օրենքի 11-13-րդ հոդվածներով զանգվածային լրատվամիջոցների համար սահմանվում են որոշակի պարտականություններ: Մասնավորապես, Օրենքի 11-րդ հոդվածը սահմանում է, որ նյութական կրիչի վրա թողարկված լրատվության միջոցի յուրաքանչյուր թողարկում պետք է ներառի՝

1) լրատվության միջոցի անվանումը.

2) լրատվական գործունեություն իրականացնող իրավաբանական անձի լրիվ անվանումը, կազմակերպական-իրավական ձևը, գտնվելու վայրը, իրավաբանական անձի պետական գրանցման (կամ իրավաբանական անձի անունից գործող նրա առանձնացված ստորաբաժանման հաշվառման) վկայականի համարը, տրման օրը, իսկ եթե լրատվական գործունեություն իրականացնողը ֆիզիկական անձ է, ապա նրա անունը, ազգանունը, հասցեն, եթե նա անհատ ձեռնարկատեր է, ապա նաև պետական գրանցման վկայականի համարը և տրման օրը.

3) լրատվության միջոցի տվյալ թողարկման համար պատասխանատու անձի անունը, ազգանունը (ըստ անձնագրի).

4) տվյալ թողարկման տարին, ամիսը և ամսաթիվը.

5) տվյալ թողարկման հերթական համարը.

6) տվյալ թողարկման օրինակների ընդհանուր քանակը:

Հեռուստառադիոհաղորդմամբ տարածվող լրատվության միջոցի թողարկման տվյալները ներկայացվում են հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրությանը համապատասխան (Օրենքի 11-րդ հոդվածի 3-րդ մաս):

Համացանցում գրանցված դոմեյն, հոսթինգ ունեցող զանգվածային լրատվության միջոցն իր կայքում պետք է ներառի՝

1) լրատվության միջոցի անվանումը.

2) լրատվական գործունեություն իրականացնող իրավաբանական անձի լրիվ անվանումը, կազմակերպական-իրավական ձևը, գրանցման համարը, իսկ եթե լրատվական գործունեություն իրականացնողը ֆիզիկական անձ է, ապա նրա անունը, ազգանունը, բնակության կամ հաշվառման հասցեն, եթե նա անհատ ձեռնարկատեր է, ապա նաև պետական հաշվառման համարը:

Օրենքի 12-րդ հոդվածի 2-րդ մասը պարտականություն է սահմանում լրատվական գործունեություն իրականացնողի համար, նշելով, որ վերջինս ընթացիկ տարվա մարտի 31-ը ներառյալ, պարտավոր է նյութական կրիչի վրա թողարկված լրատվության միջոցի հերթական թողարկման մեջ (եթե դա թողարկվում է), իսկ համացանցում գրանցված դոմեյն, հոսթինգ ունեցող կայքի գլխավոր էջում «Տարեկան հաշվետվություն» վերնագրի ներքո հրապարակել նախորդ տարվա ֆինանսական հաշվետվությունը՝ ըստ սույն նույն հոդվածի 1-ին մասում նշված եկամուտների աղբյուրների:

Օրենքը լրատվական գործունեություն իրականացնողի համար սահմանում է նաև հետևյալ պարտականությունը, համաձայն որի՝ Հայաստանի Հանրապետությունում նյութական կրիչի վրա թողարկված և Հայաստանի Հանրապետությունում տարածվող լրատվության միջոցի յուրաքանչյուր թողարկման երկուական օրինակ անվճար ուղարկվում է Հայաստանի Հանրապետության արդարադատության նախարարություն, Հայաստանի ազգային գրադարան և Հայաստանի ազգային գրապալատ²⁹:

Իր հերթին «Տեսալսողական մեդիայի մասին» ՀՀ օրենքը որոշակի պարտականություններ է սահմանում նաև հեռարձակողների համար: Այսպես, «Տեսալսողական մեդիայի մասին» ՀՀ օրենքի 7-րդ հոդվածի համաձայն՝ հեռարձակողները պետք է ապահովեն՝

1) որևէ անձի անվանական ուղղված խոսքի պատասխանի ի-

²⁹ Զանգվածային լրատվության մասին ՀՀ օրենքի 13-րդ հոդված:

րավունքը.

2) ներկայացված տեղեկություններում սխալների առկայության դեպքում՝ սեղմ ժամկետում միևնույն հաղորդման, իսկ հնարավորության բացակայության դեպքում՝ այլ հաղորդման ժամանակ այդ մասին իրազեկումը.

3) իրազեկումը՝ ներկայացված փաստերի անանուն կամ հավաստիությունը բավականաչափ չստուգված աղբյուրների վերաբերյալ:

Նույն հոդվածի 2-րդ մասի համաձայն՝ տեսալսողական հաղորդումների ընթացքում հեռարձակողը պետք է պահպանի հետևյալ պահանջները.

1) ուղիղ եթերը պետք է ուղեկցվի «Ուղիղ եթեր» գրառմամբ.

2) տեսալսողական հաղորդումների կրկնությունը ողջ ընթացքում պետք է ուղեկցվի «Կրկնություն» գրառմամբ, բացառությամբ կինեմատոգրաֆիական և երաժշտական ստեղծագործությունների.

3) արխիվային տեսագրությունները կամ ձայնագրությունները պետք է թվագրվեն կամ ուղեկցվեն «Արխիվ» գրառմամբ:

«Տեսալսողական մեդիայի մասին» ՀՀ օրենքը առանձին կարգավորում է նաև հանրային հեռարձակողների կարգավիճակի հետ կապված հարցերը՝ սահմանելով լրացուցիչ պարտականություններ վերջիններիս համար, ինչպես նաև ամրագրում նրանց գործունեության սկզբունքները³⁰:

Ինչ վերաբերում է զանգվածային լրատվամիջոցների պատասխանատվությանը, ապա այս հարցին անդրադառնում է Օրենքի 9-րդ հոդվածը, համաձայն որի՝ լրատվական գործունեություն իրականացնողի կողմից այդ գործունեության իրականացումն օրենքի պահանջների խախտմամբ առաջ է բերում օրենքով նախատեսված պատասխանատվություն:

³⁰ Առավել մանրամասն տե՛ս «Տեսալսողական մեդիայի մասին» ՀՀ օրենքի 22-րդ հոդվածը:

Նույն հոդվածի 2-րդ մասը սահմանում է, որ լրատվական գործունեություն իրականացնողն ազատվում է տվյալ տեղեկատվության տարածման համար պատասխանատվությունից, եթե դա՝

1) ստացվել է լրատվական գործակալությունից.

2) բխում է վիճարկող կողմի կամ նրա ներկայացուցչի հրապարակային ելույթից կամ պատասխանից կամ նրանցից ելնող փաստաթղթից.

3) հրապարակային ելույթի հրապարակման, պետական մարմինների պաշտոնական փաստաթղթերի, լրատվության այլ միջոցի կամ հեղինակային որևէ ստեղծագործության բովանդակված տեղեկատվության բառացի կամ բարեխիղճ վերարտադրությունն է, և դա տարածելիս ինքը կատարել է հղում այդ աղբյուրին: Այս կետով նախատեսված դեպքում լրատվական գործունեություն իրականացնողը չի ազատվում տեղեկատվության տարածման համար պատասխանատվությունից, եթե այն չնույնականացվող աղբյուրի³¹ տարածած տեղեկատվության վերարտադրությունն է՝ անկախ այդ չնույնականացվող աղբյուրին հղում կատարելու հանգամանքից:

Օրենքով սահմանված կարգով գաղտնի համարվող տեղեկատվության տարածման համար լրատվական գործունեություն ի-

³¹ Չնույնականացվող աղբյուրի սահմանումը տրված է Օրենքի 3-րդ հոդվածում, համաձայն որի՝ չնույնականացվող աղբյուրը համացանցում գրանցված դոմեյն, հոսթինգ ունեցող կայքը կամ համացանցային կայքի կամ հավելվածի օգտահաշիվը կամ ալիքը կամ էջն է (այսուհետ՝ աղբյուր), որի տնօրինողի նույնականացման տվյալները բացակայում են կամ ակնհայտ կեղծ են կամ թերի են, եթե այդ թերությունը թույլ չի տալիս նույնականացնել աղբյուրը տնօրինողին: Տնօրինողի նույնականացման տվյալներն են աղբյուրը տնօրինող ֆիզիկական անձի անունը, ազգանունը, բնակության կամ հաշվառման հասցեն, եթե նա լրատվական գործունեությունն իրականացնում է որպես անհատ ձեռնարկատեր, ապա նաև պետական հաշվառման համարը, իսկ եթե աղբյուրը տնօրինում է իրավաբանական անձը՝ իրավաբանական անձի լրիվ անվանումը, կազմակերպական-իրավական ձևը, գրանցման համարը:

րականացնողը պատասխանատվության ենթակա չէ, եթե այդ տեղեկատվությունը նա ձեռք չի բերել օրենքով արգելված եղանակով, կամ ակնհայտ չի եղել, որ դա օրենքով սահմանված կարգով գաղտնիք է համարվել:

Եթե լրատվական գործունեություն իրականացնողը տարածել է այնպիսի տեղեկատվություն, որի՝ օրենքով սահմանված կարգով գաղտնի համարվելն ակնհայտ է եղել, սակայն այդ տեղեկատվության տարածումը բխել է հանրային շահերի պաշտպանության անհրաժեշտությունից, ապա նա պատասխանատվության ենթակա չէ (Օրենքի 9-րդ հոդվածի 3-րդ մաս):

Լրատվական գործունեություն իրականացնողների և ՋԼՄ-ների պատասխանատվության հարցերը կարգավորվում են ոչ միայն Օրենքով, այլ նաև մի շարք այլ իրավական ակտերով, որոնց կանդիդատներն են:

Այսպես, Վարչական իրավախախտումների վերաբերյալ ՀՀ օրենսգրքի³² (այսուհետ նաև՝ ՎԻՎՕ) 40.1 հոդվածը վարչական պատասխանատվություն է նախատեսում քվեարկության և դրան նախորդող օրը տպագիր մամուլի, կաբելային (մալուխային) ցանցով, վերգետնյա եթերային հեռարձակում իրականացնող ռադիոընկերությունների և հեռուստաընկերությունների (այդ թվում՝ արբանյակային հեռարձակման ժամանակ) կամ համացանցի միջոցով քարոզչություն կատարելու համար՝ սահմանելով տուգանքի նշանակում՝ լրատվական գործունեություն իրականացնող անձի կամ ղեկավարի նկատմամբ՝ նվազագույն աշխատավարձի հինգհարյուրապատիկից մինչև յոթհարյուրապատիկի չափով:

Իսկ ահա ՎԻՎՕ 40.7 հոդվածը լրատվամիջոցների համար պատասխանատվություն է նախատեսում հետևյալ իրավախախտումների առնչությամբ՝

❖ Զանգվածային լրատվության միջոցներով, բացառությամբ կուսակցությունների հիմնադրած մամուլի միջոցների, թեկնածուների, կուսակցությունների (կուսակցությունների դաշինքների) նախընտրական քարոզչության իրականացման համար հավասար պայմաններ՝ եթերաժամ կամ ծավալ, սակագին և այլն չապահովելը՝ առաջացնում է տուգանքի նշանակում՝ լրատվական գործունեություն իրականացնողի նկատմամբ՝ նվազագույն աշխատավարձի չորսհարյուրապատիկից մինչև վեցհարյուրապատիկի չափով:

❖ Նախընտրական քարոզչության իրականացման համար օրենքով սահմանված ժամանակահատվածում հեռուստառադիոընկերությամբ (հեռուստաընկերությամբ կամ ռադիոընկերությամբ) հեռարձակվող լրատվական հաղորդումներում թեկնածուների, կուսակցությունների (կուսակցությունների դաշինքների) կողմից իրականացվող նախընտրական քարոզչության վերաբերյալ ակնհայտ կողմնակալ և (կամ) գնահատականներով տեղեկատվություն ներկայացնելը՝ առաջացնում է տուգանքի նշանակում՝ լրատվական գործունեություն իրականացնողի նկատմամբ՝ նվազագույն աշխատավարձի վեցհարյուրապատիկից մինչև ութհարյուրապատիկի չափով:

❖ Օրենքով սահմանված կարգով որպես թեկնածու գրանցվելուց հետո՝ մինչև ընտրությունների ավարտն ընկած ժամանակահատվածը, հեռուստառադիոընկերությունների աշխատակիցների կողմից հեռուստառադիոընկերությամբ (հեռուստաընկերությամբ կամ ռադիոընկերությամբ) ընտրությունները լուսաբանելը և (կամ) հեռուստառադիոհաղորդում (հեռուստահաղորդում կամ ռադիոհաղորդում) վարելը՝ առաջացնում են տուգանքի նշանակում՝ լրատվական գործունեություն իրականացնողի նկատմամբ՝ նվազագույն աշխատավարձի վեցհարյուրապատիկից մինչև ութհարյուրապատիկի չափով:

❖ Նախընտրական քարոզչության իրականացման համար օրենքով սահմանված ժամանակահատվածում նախընտրական քարոզչությանը վերաբերող հեռուստառադիոհաղորդումները (հեռուս-

³² Ընդունվել է 1985 թվականի դեկտեմբերի 6-ին, հասանելի է <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=200344>

տահադորդումները կամ ռադիոհաղորդումները) առևտրային գովազդով ընդմիջելը՝ առաջացնում է տուգանքի նշանակում՝ լրատվական գործունեություն իրականացնող անձի կամ ղեկավարի նկատմամբ՝ նվազագույն աշխատավարձի երեքհարյուրապատիկից մինչև հինգհարյուրապատիկի չափով:

ՎԻՎՕ 189-րդ հոդվածը պատասխանատվություն է նախատեսում ՀԼՄ-ների կողմից Օրենքով իրենց վրա դրված պարտականությունները չկատարելու համար: Մասնավորապես, զանգվածային լրատվության միջոցի ֆինանսական հաշվետվությունն օրենքով սահմանված ժամկետում չհրապարակելն առաջացնում է տուգանքի նշանակում լրատվական գործունեություն իրականացնողի նկատմամբ՝ սահմանված նվազագույն աշխատավարձի երեքհարյուրապատիկից հինգհարյուրապատիկի չափով:

Նույն խախտումը, որը կատարվել է կրկին՝ վարչական տույժի միջոցներ կիրառելուց հետո՝ մեկ տարվա ընթացքում՝ առաջացնում է տուգանքի նշանակում լրատվական գործունեություն իրականացնողի նկատմամբ՝ սահմանված նվազագույն աշխատավարձի հինգհարյուրապատիկից յոթհարյուրապատիկի չափով:

Նյութական կրիչի վրա թողարկված զանգվածային լրատվության միջոցի տարածումն առանց օրենքով սահմանված պարտադիր օրինակներն ըստ պատկանելության ուղարկելու՝ առաջացնում է տուգանքի նշանակում լրատվական գործունեություն իրականացնողի նկատմամբ՝ սահմանված նվազագույն աշխատավարձի տասնապատիկի չափով:

Նույն խախտումը, որը կատարվել է կրկին՝ վարչական տույժի միջոցներ կիրառելուց հետո՝ մեկ տարվա ընթացքում՝ առաջացնում է տուգանքի նշանակում լրատվական գործունեություն իրականացնողի նկատմամբ՝ սահմանված նվազագույն աշխատավարձի քսանապատիկի չափով:

Զանգվածային լրատվության միջոցի տարածումը, որի թողար-

կումը չի պարունակում օրենքով սահմանված թողարկման տվյալները՝ առաջացնում է տուգանքի նշանակում լրատվական գործունեություն իրականացնողի նկատմամբ՝ սահմանված նվազագույն աշխատավարձի երկուհարյուրապատիկից չորսհարյուրապատիկի չափով:

Նույն խախտումը, որը կատարվել է կրկին՝ վարչական տույժի միջոցներ կիրառելուց հետո՝ մեկ տարվա ընթացքում՝ առաջացնում է տուգանքի նշանակում լրատվական գործունեություն իրականացնողի նկատմամբ՝ սահմանված նվազագույն աշխատավարձի երեքհարյուրապատիկից վեցհարյուրապատիկի չափով:

ՀՀ օրենսդրությամբ սահմանված արտակարգ դրության և ռազմական դրության իրավական ռեժիմների պայմաններում կիրառվող սահմանափակումները (այդ թվում՝ տեղեկատվության տարածման) պատշաճ ապահովելու նպատակով Վարչական իրավախախտումների վերաբերյալ ՀՀ օրենսգրքով պատասխանատվություն է սահմանված դրանց խախտման համար: Մասնավորապես, ՎԻՎՕ 182³ հոդվածի 8-րդ մասը լրատվական գործունեություն իրականացնողի կողմից արտակարգ դրության ընթացքում սահմանված տեղեկությունների հրապարակման կամ տարածման կանոնները խախտելու համար նախատեսում է տուգանքի նշանակում՝ սահմանված նվազագույն աշխատավարձի հարյուրապատիկից երեքհարյուրապատիկի չափով, իսկ ահա այս տույժին ենթարկվելուց հետո՝ մեկ օրվա ընթացքում, արտակարգ դրության ընթացքում սահմանված տեղեկությունների հրապարակման կամ տարածման կանոնների խախտմամբ տարածված հրապարակումը չվերացնելը՝ առաջացնում է տուգանքի նշանակում՝ սահմանված նվազագույն աշխատավարձի հինգհարյուրապատիկից հազարապատիկի չափով (ՎԻՎՕ 182³-րդ հոդվածի 8.1 մաս):

Համանման պատասխանատվություն է սահմանում ՎԻՎՕ 182.5. հոդվածը ռազմական դրության իրավական ռեժիմի ընթաց-

քում գործող կանոնները խախտելու համար: Այսպես, հոդվածի 5-րդ մասը լրատվական գործունեություն իրականացնողի կողմից ռազմական դրության ընթացքում տեղեկությունների հրապարակման կամ տարածման կանոնները խախտելու, լրագրողի կողմից հավատարմագրման հատուկ կարգը չպահպանելու, կապի միջոցներից օգտվելու հատուկ կանոնները խախտելու համար նախատեսվում է տուգանքի նշանակում՝ սահմանված նվազագույն աշխատավարձի յոթադարյուրապատիկից մինչև հազարապատիկի չափով, իսկ այս տույժին ենթարկվելուց հետո՝ անհապաղ, ռազմական դրության ընթացքում սահմանված տեղեկությունների հրապարակման կամ տարածման կանոնների խախտմամբ տարածված հրապարակումը չվերացնելն առաջացնում է տուգանքի նշանակում՝ լրատվական գործունեություն իրականացնողի նկատմամբ՝ նվազագույն աշխատավարձի հազարապատիկից մինչև հազար հինգ հարյուրապատիկի չափով (ՎԻՎՕ 182.5. հոդվածի 7-րդ մաս):

Ինչ վերաբերում է հեռարձակողների և օպերատորների պատասխանատվությանը, ապա այն իր կարգավորումն է գտել «Տեսալսողական մեդիայի մասին» ՀՀ օրենքի 9-րդ գլխում, որով սահմանվում են համապատասխան խախտումները և դրանց համար նախատեսված տույժի միջոցները:

Հակակոռուպցիոն քաղաքականության և հանրային ծառայության համակարգում բարեվարքության ամրապնդման կարևոր քայլերից էր «Ազդարարման համակարգի մասին» ՀՀ օրենքի³³ ընդունումը, որի 9.2 հոդվածի 1-ին մասի համաձայն՝ եթե ազդարարման մյուս տեսակներով հաղորդումը օրենքով նախատեսված կարգով և ժամկետներում ընթացք չի ստացել, ապա ազդարարը կարող է հաղորդումը հայտնի դարձնել հանրությանը զանգվածային լրատվության միջոցներով:

³³ ՀՀ Ազգային ժողովի կողմից ընդունվել է 2017 թվականի հունիսի 9-ին, հասանելի է <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=172131>

Նույն հոդվածի 2-րդ մասը հաղորդում ստացած զանգվածային լրատվության միջոցների համար պարտականություն է սահմանում ապահովել ազդարարի անձնական տվյալների չբացահայտումը, եթե օրենքով այլ բան նախատեսված չէ, կամ առկա չէ անձի գրավոր համաձայնությունը:

Այս դրույթների երաշխավորման ուղղությամբ գործունե կառուցակարգ է սահմանված ՀՀ քրեական օրենսգրքի³⁴ 502-րդ հոդվածի 2-րդ մասով, համաձայն որի՝ ազդարարի տվյալի ապօրինի հրապարակումը հաղորդում ստացած զանգվածային լրատվության միջոցի ներկայացուցչի կողմից պատժվում է տուգանքով՝ առավելագույնը տասնապատիկի չափով, կամ հանրային աշխատանքներով՝ առավելագույնը հարյուր ժամ տևողությամբ, կամ ազատության սահմանափակմամբ՝ առավելագույնը մեկ տարի ժամկետով, կամ կարճաժամկետ ազատազրկմամբ՝ առավելագույնը մեկ ամիս ժամկետով, կամ ազատազրկմամբ՝ առավելագույնը մեկ տարի ժամկետով:

Այսպիսով, ամփոփելով վերոշարադրյալը կարող ենք փաստել, որ զանգվածային լրատվության միջոցների գործունեությունը կարգավորող և նրանց կարգավիճակը սահմանող օրենսդրությունը Հայաստանի Հանրապետության անկախացումից մինչ օրս անցել է ձևավորման և զարգացման իր ուրույն ճանապարհը, որը կարևոր նախադրյալներ է ստեղծել լրատվամիջոցների կենսական առաքելության պատշաճ իրականացման համար: Սրանով հանդերձ, հարկ է նշել, որ այն չի հասել կատարելության և հասարակական հարաբերությունների զարգացման դինամիկային զուգահեռ մշտապես վերանայման անհրաժեշտություն ունի: Այդ վերանայումները ներկայումս էլ տեղի են ունենում, որոնց առավել մանրամասն կանդիդատառնանք սույն աշխատության 2-րդ գլխի 3-րդ ենթագլխում:

³⁴ ՀՀ Ազգային ժողովի կողմից ընդունվել է 2021 թվականի մայիսի 5-ին, հասանելի է <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=199821>

1.2. Զանգվածային լրատվության միջոցների քաղաքական գործառույթները

Արդի պայմաններում, երբ տեղեկատվական տեխնոլոգիաները և ինտերնետը գնալով ավելի մեծ տեղ են զբաղեցնում հանրային կյանքում, զուգահեռաբար մեծանում է նաև զանգվածային լրատվամիջոցների դերը հասարակական կյանքի բոլոր բնագավառներում, այդ թվում՝ քաղաքական:

Նախքան զանգվածային լրատվամիջոցների քաղաքական գործառույթներին անդրադառնալը, նախ համառոտ շարադրենք դրանց ընդհանուր գործառույթները:

Եթե մեղիան դիտարկենք որպես ամբողջություն, ապա կարող ենք առանձնացնել լրատվամիջոցների հետևյալ ինը գործառույթները հասարակության կյանքում.

1. Տեղեկատվական գործառույթ.

Տվյալ դեպքում նկատի է ունեցվում անհրաժեշտ տեղեկատվության ձեռքբերման հասարակության կարիքների բավարարումը կամ կարևորագույն քաղաքական, սոցիալ-տնտեսական, մշակութային և այլ գործընթացները արտացոլող տեղական և գլոբալ նշանակության փաստերի և իրադարձությունների հրապարակումը, որոնք միասին կազմում են հասարակության կյանքի օբյեկտիվ պատկերը.

2. Գաղափարական գործառույթը հանգում է ազգային և համամարդկային արժեքների և նորմերի, բարոյական ուղենիշների, հասարակության զարգացման քաղաքական և տնտեսական հիմքերի, ժողովրդավարության և ազատության սկզբունքների քարոզմանը:

3. Սոցիալական վերահսկողության գործառույթ.

Այն ենթադրում է երկրի սոցիալ-քաղաքական և տնտեսական կյանքի հասարակական նշանակալի փաստերի հրապարակում, ո-

րոնք վերաբերում են օրինականության պահպանմանը, սոցիալական արդարությանը, հասարակության բոլոր անդամների սահմանադրական և միջազգայնորեն ճանաչված հիմնարար իրավունքների և ազատությունների պաշտպանությանը:

4. Բարոյադաստիարակչական գործառույթ.

Այն սերտ կապ ունի գաղափարական գործառույթի հետ՝ արտացոլելով հասարակական վարքի բարոյական և գեղագիտական առաջնահերթ ձևերը, բարոյականության և գեղագիտական ճաշակի սկզբունքները, բարու և չարի մասին պատկերացումները:

5. Ճանաչողական և կրթական գործառույթ.

Այն հանգում է հասարակության անդամների լրացուցիչ կրթության և որակավորման բարձրացման կոնկրետ խնդիրներ լուծող նյութերի հանրակրթական և գիտաճանաչողական թեմաներին:

6. Համախմբման գործառույթ.

Ձգտել արտահայտելու բնակչության բոլոր խմբերի շահերը, նպաստել հանդուրժողականությանը, փոխադարձ հարգանքին, սոցիալական հաշտեցմանը և կոնսենսուսին, հավասարակշռմանը և համախմբմանը՝ հանուն հասարակության հրատապ խնդիրների համընդհանուր լուծման:

7. Ռեկրեատիվ գործառույթն ուղղված է ժամանցին, ժամանակի հաճելի անցկացմանը, հանգստին, ուժերի վերականգնմանը (ռեկրեացիային), ապաքինմանը, միջոցառումների լուսաբանմանը և ժամանցային նյութերի ներկայացմանը:

8. Նորարարական գործառույթ.

Սա լրատվամիջոցների համեմատաբար նոր գործառույթ է, որի էությունն այն է, որ դինամիկ զարգացող գործընթացների պայմաններում լրատվամիջոցները կատարում են բացատրական, նախապատրաստական դեր, ստեղծում նախադրյալներ նոր գործընթացների համարժեք ընդունման համար՝ նպատակ ունենալով խուսափել նորամուծությունները մերժելուց և արագ հարմարվել հնա-

րավոր փոփոխություններին: Այս գործառույթը կարևոր է նաև այն պատճառով, որ հասարակությունները հիմնականում խորապես պահպանողական են և միշտ այս կամ այն չափով դիմադրում են փոփոխություններին, մինչդեռ լրատվամիջոցների խնդիրն այս հարցում դրանց ընդունումը հնարավորինս արագացնելը և դրանց ինստիտուցիոնալացումը խթանելն է:

9. Ակնհայտ գործառույթների հետ մեկտեղ մասնագետները հաճախ առանձնացնում են նաև լատենտային գործառույթներ, որոնց էությունը հանրային գիտակցության վրա թաքնված ազդեցության մեջ է: Այսպիսով, հաճախ քրեական դեպքերի հաղորդումները և կատարված հանցագործությունների համար պատիժների ցուցադրումը նպատակ ունի կանխելու հետագա հանցագործությունները և հատուցման անխուսափելիության փաստը, այսինքն խոսքը լրատվամիջոցների, այսպես կոչված, **կանխարգելիչ կամ նախազգուշացնող գործառույթի** մասին է³⁵:

Ինչ վերաբերում է զանգվածային լրատվամիջոցների քաղաքական գործառույթներին, ապա կարող ենք առանձնացնել հետևյալները՝ վերահսկողական գործառույթ, հանրային իշխանության մարմինների գործունեության թափանցիկության և հաշվետվողականության ապահովման գործառույթ, պետական կառավարման ոլորտում կոռուպցիայի կանխարգելման գործառույթ, տեղեկատվական գործառույթ, ընտրողների քաղաքական կամքի ձևավորման գործառույթ և կառավարման էթիկայի ամրապնդման գործառույթ: Թվարկված գործառույթների տարանջատումը պայմանական է՝ նկատի ունենալով դրանց մասնակի համընկնումը և փոխլրացումը:

³⁵ Армен Саркисян, СМИ И ЖУРНАЛИСТИКА. Их функции и роль в общественнои жизни Армении, "Интерньюс", 2002, հասանելի է <https://mediainitiatives.am/wp-content/uploads/2017/02/Mass-Media-and-Journalism-Functions-and-Role-in-Social-Life-in-Russian.pdf>

Վերահսկողական գործառույթի էությունը կայանում է նրանում, որ զանգվածային լրատվության միջոցները, ամենօրյա ռեժիմով լուսաբանելով քաղաքական իշխանության մարմինների և դրանց պաշտոնատար անձանց գործունեությունը, այն պահում են հանրային ուշադրության կենտրոնում՝ թույլ չտալով իշխանության չարաշահում և ապօրինություններ:

Հանրային իշխանության մարմինների գործունեության թափանցիկության և հաշվետվողականության ապահովման ու պետական կառավարման ոլորտում կոռուպցիայի կանխարգելման գործառույթները սերտորեն փոխկապակցված են միմյանց հետ: Լրատվամիջոցներն իրենց գործունեության միջոցով քաղաքական իշխանությունների գործունեությունը դարձնում են առավել թափանցիկ և տեսանելի հասարակության լայն շերտերի համար:

Ժողովրդավարական զարգացումը խրախուսելու ՁԼՄ-ների ներուժը չի կարելի հերքել: Լրատվամիջոցները մարդկանց ծայն են տալիս՝ հանդես գալով որպես կառավարության պոտենցիալ սխալվարքագիծը հավասարակշռող և հսկող: Առանց ծայնի քաղաքացիներին չեն կարող լսել, ծայնով՝ նրանց չի կարելի անտեսել: Լրատվամիջոցները պատուհան են տալիս դեպի կառավարության ներքին գործունեությունը՝ դրանով իսկ մեծացնելով թափանցիկությունը և նվազեցնելով կոռուպցիան: Երկրները ոչ միայն ավելի ժողովրդավարական են՝ ազատ և անկախ լրատվամիջոցներով, այլև նրանց կառավարությունները ավելի հաշվետու են³⁶:

ՁԼՄ-ների կողմից իրականացվող լրագրողական հետաքննությունները մեր օրերում ուրույն գործիք են դարձել հանրային իշխանությունների կողմից թույլ տրված կոռուպցիոն դեպքերի վեր հանման և դրանց պաշտոնական քննության ապահովման համար:

³⁶ Lavayana Singh, Role of media in making and execution of public policy in India. The Indian Journal of Political Science, Vol. 74, No. 2, 2013, էջ 311.

ԶԼՄ-ների նշված գործառույթների առանձին տարրեր արտացոլված են նաև պաշտոնական մի շարք փաստաթղթերում: Այսպես, Եվրոպայի խորհրդի նախարարների կոմիտեի 2002թ. «Պաշտոնական փաստաթղթերի մատչելիության վերաբերյալ» Rec(2002)2 հանձնարարականում³⁷ նշվում է, որ տեղեկատվության ազատությունը՝

- հանրությանը հնարավորություն է ընձեռում ճիշտ ընկալել և առանցքային կարծիք կազմել այն հասարակության վերաբերյալ, որում ինքն ապրում է, և այն իշխանությունների վերաբերյալ, որոնք ղեկավարում են իրեն՝ միևնույն ժամանակ խթանելով հասարակության շահերին առնչվող խնդիրների լուծմանը քաղաքացիների մասնակցությունը,

- խթանում է պետական կառավարման մարմինների արդյունավետությունը և օգտակարությունն ու օգնում վերջիններիս պահպանել իրենց բարեվարքությունը՝ խուսափելով կոռուպցիայի վտանգից,

- նպաստում է պետական կառավարման մարմինների օրինականության հաստատմանը՝ իբրև հանրային ծառայությունների մատուցողների, և պետական իշխանության նկատմամբ հասարակության վստահության ամրապնդմանը:

ԶԼՄ-ների քաղաքական գործառույթներից **տեղեկատվականի** էությունը կայանում է նրանում, որ դրա միջոցով լրատվամիջոցները ապահովում են հասարակության տեղեկատվություն ստանալու իրավունքը, այդ թվում՝ քաղաքական իրադարձությունների աղբյուրները:

ԶԼՄ-ների այս գործառույթն ամրագրված է վերջիններիս գործունեությունը կարգավորող իրավական ակտերով: Մասնավորա-

պես, «Տեսալսողական մեդիայի մասին» ՀՀ օրենքի 22-րդ հոդվածի համաձայն՝ հանրային հեռարձակողները պարտավոր են մշակել և իրականացնել ծրագրային քաղաքականություն, որն ի թիվս այլնի, սպառողներին կմատուցի հաղորդումներ, որոնք ուղղված են բնակչության իրավագիտակցության, սոցիալական պատասխանատվության և մեդիագրագիտության բարձրացմանը, հասարակական-քաղաքական, միջազգային իրադարձությունների մասին բնակչությանը համալիր տեղեկատվության տրամադրմանը, Հայաստանի Հանրապետությունում աղետների կառավարմանը և նվազեցմանը:

Բացի այդ, Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի 2020 թվականի օգոստոսի 28-ի թիվ 80-Ա որոշմամբ³⁸ սահմանվել են թեմատիկ ուղղվածության չափորոշիչները և դրանց հասկացությունները, որոնք տարածվում են Հանրային հեռարձակողի և հանրային մուլտիպլեքսի սլոթի օգտագործման լիցենզավորման մրցույթի արդյունքում լիցենզիա ստացած տեսալսողական մեդիա-ծառայություններ մատուցողների վրա: Համաձայն այդ որոշման հավելվածի 7-րդ կետի 3-րդ ենթակետի՝ քաղաքական տեսալսողական հաղորդում է ներքին իրադարձությունների, ինչպես նաև միջազգային իրավիճակի, երևույթների, փաստերի, տարբեր գործընթացների հետ կապված քաղաքական գնահատականներ, վերլուծություններ և կարծիքներ պարունակող տեղեկատվական նյութը, այդ թվում՝ քաղաքական բանավեճերը, հարցազրույցները, կյո սեղանները, հանրային քննարկումները, պաշտոնական լրահոսը և այլն:

Քննարկվող գործառույթի համատեքստում հատուկ ուշադրության է արժանի քաղաքական իշխանությունների, քաղաքական դերակատարների կողմից գեներացվող օրակարգը լայն զանգվածներին հասցնելը, քաղաքական գործընթացների լուսաբանումը: Սա

³⁷ Ընդունվել է ԵԽ Նախարարների կոմիտեի կողմից 2002 թվականի փետրվարի 21-ին, հասանելի է <https://rm.coe.int/16804c6fcc>

³⁸ Հասանելի է <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docID=145689>

որպես կանոն կարևոր ազդեցություն է ունենում հանրային նշանակության բազմաթիվ հարցերի վերաբերյալ հասարակական կարծիքի ձևավորման և այն քաղաքական իշխանություններին հասցնելու տեսանկյունից: Այս առումով, հարկ է նշել, որ լրատվամիջոցները ոչ միայն քաղաքական օրակարգն են հասցնում հանրությանը, այլ նաև ինչպես արդեն նշվեց տարբեր հարցերի վերաբերյալ հանրային կարծիքի ձևավորման վրա զգալի ազդեցություն ունենալու միջոցով իրենք են դառնում հենց քաղաքական օրակարգի ձևավորողներ՝ ստիպելով քաղաքական մարմիններին անդրադառնալ այս կամ այն հարցին կամ փոխել այս կամ այն հարցի վերաբերյալ որդեգրված քաղաքականությունը:

ԶԼՄ-ների տեղեկատվական գործառույթի պատշաճ իրականացման համար կարևոր նորմ-երաշխիքներ են սահմանված քաղաքական մարմինների գործունեությունը կարգավորող իրավական ակտերում: Այսպես, օրինակ, Կառավարության աշխատակարգի³⁹ 136-րդ կետի համաձայն՝ վարչապետը Կառավարության գործունեության վերաբերյալ պարբերաբար տեղեկատվություն է փոխանցում հանրությանը պաշտոնական հաղորդագրությունների, մամուլի ասուլիսների, համացանցային հարթակներում հրապարակումների, Կառավարության նիստերում հնչեցվող ելույթների կամ այլ միջոցներով:

Տեղեկատվական գործառույթի միջոցով մեդիան մեծ ազդեցություն է ունենում նաև քաղաքական կուսակցությունների և քաղաքական գործիչների վարկանիշների վրա: Կախված նրանից, թե այս կամ այն կուսակցության կամ գործչի վերաբերյալ տեղեկությունը ինչ լույսի ներքո է ներկայացվում, ըստ այդմ էլ վերջիններիս վարկանիշը կարող է աճել կամ նվազել: Միևնույն ժամանակ, հարկ

³⁹ Հաստատվել է ՀՀ կառավարության 2021 թվականի փետրվարի 25-ի N 252-Լ որոշմամբ: Հասանելի է <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=196182>

է նշել, որ ինչպես շատ երկրներում, հայաստանյան մեդիադաշտը ևս խիստ քաղաքականացված է և օբյեկտիվ տեղեկատվություն ստանալը այս ոլորտում հաճախ դժվարություն է իրենից ներկայացնում:

Լրատվամիջոցների քաղաքական գործառույթների շարքում առանձնահատուկ տեղ է զբաղեցնում **ընտրողների կամքի ձևավորման գործառույթը**: Այս գործառույթը կարևոր է այնքանով, որ դրանից է կախված, թե հաջորդող մի քանի տարիներին որ քաղաքական ուժը կամ ուժերը կլինեն իշխանության դեկին: Հետևաբար և կարևորվում է ընտրապայքարին մասնակցող կուսակցություններին և թեկնածուներին իրենց նախընտրական ծրագրերը ներկայացնելու հավասար հնարավորությունների տրամադրումը: «Հայաստանի Հանրապետության ընտրական օրենսգիրք» ՀՀ սահմանադրական օրենքով (այսուհետ՝ նաև Ընտրական օրենսգիրք) ամրագրված են որոշակի կարգավորումներ այս ուղղությամբ: Մասնավորապես, Ընտրական օրենսգրքի 20-րդ հոդվածի համաձայն՝ Ազգային ժողովի, Երևանի ավագանու և մարզկենտրոնների ավագանիների ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունները (կուսակցությունների դաշինքները) ունեն սույն օրենսգրքով սահմանված չափով ռադիոյի և հեռուստատեսության եթերաժամերից հավասար պայմաններով անվճար և վճարովի (այդ թվում՝ ուղիղ եթերով) օգտվելու իրավունք:

Ազգային ժողովի, Երևանի ավագանու և մարզկենտրոնների ավագանիների ընտրություններին մասնակցող կուսակցություններին (կուսակցությունների դաշինքներին) հանրային ռադիոյից և հանրային հեռուստատեսությունից անվճար և վճարովի եթերաժամ տրամադրելու կարգը և ժամանակացույցը սահմանում է Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովը:

Ընտրությունների ժամանակ հանրային ռադիոն և հանրային հեռուստատեսությունը պարտավոր են թեկնածուների, ընտրույթ-

յուններին մասնակցող կուսակցությունների (կուսակցությունների դաշինքների) համար ապահովել ոչ խտրական պայմաններ:

Հանրային ռադիոյի և հանրային հեռուստատեսության լրատվական հաղորդումներում թեկնածուների, ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների (կուսակցությունների դաշինքների) նախընտրական քարոզչության վերաբերյալ ներկայացվում է անկողմնակալ և գնահատականներից զերծ տեղեկատվություն: Ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների (կուսակցությունների դաշինքների) և թեկնածուների վերաբերյալ նախընտրական քարոզչության հետ չկապված հրապարակումները պետք է լինեն առավելագույնը չեզոք:

Ինչ վերաբերում է **կառավարման էթիկայի ամրապնդման գործառույթին**, ապա այն վերոգրյալ մի քանի այլ գործառույթների հետ մեկտեղ կարևոր ազդեցություն է ունենում քաղաքական գործընթացներում և բանավեճերում հանրային անձանց բարեվարքությունը և կառավարման էթիկան պահպանելու և խրախուսելու գործում: Հատկապես ուղիղ եթերով հեռարձակվող հեռուստա և ռադիո հաղորդումները մեծ նշանակություն են ունենում կառավարման էթիկայի ամրապնդման գործում: Քաղաքական դերակատարները, գիտակցելով իրենց գործունեության հանրային բնույթը և ՋԼՄ-ների կողմից դրա լայն լուսաբանման իրողությունը, մնում են էթիկական նորմերի տիրույթում՝ հակառակ պարագայում էական վնաս հասցնելով իրենց քաղաքական վարկանիշին և մաշելով սեփական քաղաքական կապիտալը:

Այսպիսով, ամփոփելով վերոգրյալը՝ կարող ենք փաստել, որ զանգվածային լրատվության միջոցները իրենց քաղաքական գործառույթների միջոցով մշտապես ազդեցություն են ունենում հասարակության քաղաքական կյանքի վրա՝ հաճախ դառնալով քաղաքական օրակարգի թելադրողներ:

1.3. Զանգվածային լրատվության միջոցների ազատությունը և անկախությունը որպես ժողովրդավարական պետության հատկանիշ

Զանգվածային լրատվամիջոցները որպես հասարակական ինստիտուտ մեծ ազդեցություն ունեն հանրային օրակարգի ձևավորման և իրացման համատեքստում, սակայն առանց անկախ և ազատ լրատվության դժվար է դա պատկերացնել:

Տարբեր հեղինակների կողմից զանգվածային լրատվամիջոցների ազատության և անկախության տարաբնույթ սահմանումներ են տրվել:

ՋԼՄ-ների ազատությունը, նախ և առաջ, արտահայտվում է լրատվամիջոցի գործունեությամբ, որը ենթադրաբար ազատ է գրաքննությունից և պետական իշխանության միջամտությունից: Մինչդեռ անկախ լինելու հանգամանքը չի արտահայտվում անկախությամբ միայն պետական մարմիններից: Հաճախ «լրատվամիջոցները կախվածության մեջ են լինում նաև խմբագրություններից, ՋԼՄ-ների հիմնադիրներից, խմբագրական կոլեկտիվից, և երբեմն էլ՝ հրապարակված նյութերի «հերոսներից»»⁴⁰:

Ազատությունը կոնկրետ հասկացություն է, որն ամրագրվում է հստակ՝ ՋԼՄ-ների անկախության իրավական երաշխիքների վերաբերյալ նորմերով, ինչպես նաև այնպիսի նորմերի միջոցով, որոնցով իշխանությունները ստանձնում են համապատասխան պարտավորություններ ՋԼՄ-ների, այսինքն՝ հանրային կամքի կամ կարծիքի նկատմամբ: ՋԼՄ-ների և՛ անկախությանը, և՛ ազատությանը հասնելու ամենաարդյունավետ միջոցը՝ դրանց սահմանադրաիրա-

⁴⁰ **Романович Н.А.** О независимости от власти и взгляде общества на миссию российского телевидения. Статья www.mognovse.ru

վական ամրագրումն է և օրենսդրական կարգավորումը⁴¹:

Լրատվամիջոցների անկախության ապահովման ուղղությամբ մեծածավալ փաստաթղթեր կան ընդունված, որոնց շարքում կարևոր դերակատարություն ունի Եվրոպայի խորհրդի նախարարների կոմիտեի CM/Rec(2016)4 Հանձնարարականը լրագրության պաշտպանության և լրագրողների և լրատվամիջոցների այլ դերակատարների անվտանգության մասին, որի հավելվածով հաստատվել է նաև հանձնարարականի իրացման Ուղեցույցը⁴²:

Ի դեպ, «Լրագրողներ առանց սահմանների» կազմակերպության 2024 թվականի մամուլի ազատության համաշխարհային ինդեքսում Հայաստանը 180 երկրների շարքում զբաղեցրել է 43-րդ տեղը՝ 2018 թվականից ի վեր 37 միավորով բարելավելով իր դիրքը⁴³: Սա բավական լավ արդյունք է:

Ստորև անդրադառնանք ՀՀ օրենսդրության այն կարգավորումներին, որոնք զանգվածային լրատվամիջոցների անկախության և ազատության երաշխիքների առանցքն են կազմում:

ՀՀ Սահմանադրության 42-րդ հոդվածը, յուրաքանչյուրի կարծիքն ազատ արտահայտվելու իրավունքը ամրագրելով, բացահայտում է նաև դրա բովանդակությունը, որը ինքնին որոշակի երաշխիքներ է պարունակում: Մասնավորապես, Մայր օրենքը նշում է, որ այս իրավունքը ներառում է սեփական կարծիք ունենալու, ինչպես նաև առանց պետական և տեղական ինքնակառավարման մարմինների միջամտության և անկախ պետական սահմաններից՝ տեղեկատվության որևէ միջոցով տեղեկություններ ու գաղափար-

ներ փնտրելու, ստանալու և տարածելու ազատությունը: Զանգվածային լրատվամիջոցների համատեքստում չափազանց կարևոր է նաև 42-րդ հոդվածի մեկ այլ դրույթ, համաձայն որի՝ մամուլի, ռադիոյի, հեռուստատեսության և տեղեկատվական այլ միջոցների ազատությունը երաշխավորվում է:

Լրատվամիջոցների ազատ արտահայտվելու իրավունքի երաշխավորման տեսանկյունից կարևոր նշանակություն ունեն նաև միջազգային իրավական փաստաթղթերը, որոնցից ՀՀ ներպետական համակարգի վրա խորը ազդեցություն է թողել հատկապես ՀՀ Ազգային ժողովի կողմից 2002 թվականի ապրիլի 26-ին վավերացված Մարդու իրավունքների և հիմնարար ազատությունների պաշտպանության մասին կոնվենցիան⁴⁴: Կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի համաձայն՝ յուրաքանչյուր ոք ունի ազատորեն արտահայտվելու իրավունք: Այս իրավունքը ներառում է սեփական կարծիք ունենալու, տեղեկություններ և գաղափարներ ստանալու և տարածելու ազատությունը՝ առանց պետական մարմինների միջամտության և անկախ սահմաններից:

Վերադառնալով սահմանադրական կարգավորումներին՝ նշենք, որ ԶԼՄ-ների ազատության համար նշանակալի նորմ-երաշխիք է ամրագրված նաև ՀՀ Սահմանադրության 51-րդ հոդվածով, համաձայն որի՝ յուրաքանչյուր ոք ունի պետական և տեղական ինքնակառավարման մարմինների ու պաշտոնատար անձանց գործունեության մասին տեղեկություններ ստանալու և փաստաթղթերին ծանոթանալու իրավունք:

Տեղեկություններ ստանալու իրավունքը կարող է սահմանափակվել միայն օրենքով՝ հանրային շահերի կամ այլոց հիմնական իրավունքների և ազատությունների պաշտպանության նպատակով

⁴¹ **Խառատյան Լ.Ա.** ԶԼՄ-ների անկախության և ազատության արդի հիմնախնդիրները, Լրաբեր հասարակական գիտությունների, 2017, N2, էջ 161:

⁴² Հասանելի է <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680645b44>

⁴³ 2024 World Press Freedom Index by Reporters Without Borders, հասանելի է <https://rsf.org/en/index>

⁴⁴ Ստորագրվել է 1950 թվականի նոյեմբերի 4-ին, Հռոմում: Հասանելի է https://www.echr.coe.int/documents/d/echr/convention_ENG

(հոդված 51, մաս 2):

Տեղեկություններ ստանալու կարգը, ինչպես նաև տեղեկությունները թաքցնելու կամ դրանց տրամադրումն անհիմն մերժելու համար պաշտոնատար անձանց պատասխանատվության հիմքերը սահմանվում են օրենքով (հոդված 51, մաս 3):

Այս իրավունքի պատշաճ իրացումն ապահովվում է «Տեղեկատվության ազատության մասին» ՀՀ օրենքով⁴⁵, որի 5-րդ հոդվածը սահմանում է, որ յուրաքանչյուր անձ իրավունք ունի ծանոթանալու իր փնտրած տեղեկությանը և (կամ) դա ստանալու նպատակով օրենքով սահմանված կարգով հարցմամբ դիմելու տեղեկատվություն տնօրինողին և ստանալու այդ տեղեկությունը:

Տեղեկատվության ազատության ապահովման կարևոր երաշխիք է տեղեկության տրամադրումը մերժելու հիմքերի սպառնալիք սահմանումը օրենքով: Մասնավորապես, «Տեղեկատվության ազատության մասին» ՀՀ օրենքի 8-րդ հոդվածի 1-ին մասի համաձայն՝ տեղեկատվություն տնօրինողը, բացառությամբ այդ հոդվածի 3-րդ մասում սահմանված դեպքերի, մերժում է տեղեկության տրամադրումը, եթե դա՝

1) պարունակում է պետական, բանկային, առևտրային գաղտնիք կամ սահմանափակ տարածման ծառայողական տեղեկություն:

2) խախտում է մարդու անձնական և ընտանեկան կյանքի գաղտնիությունը, այդ թվում՝ նամակագրության, հեռախոսային խոսակցությունների, փոստային, հեռագրական և այլ հաղորդումների գաղտնիությունը:

3) պարունակում է քրեական վարույթի՝ հրապարակման ոչ ենթակա տվյալներ:

4) բացահայտում է մասնագիտական գործունեությամբ պայմա-

նավորված մատչելիության սահմանափակում պահանջող տվյալներ (բժշկական, նոտարական, փաստաբանական գաղտնիք):

5) խախտում է հեղինակային իրավունքը և (կամ) հարակից իրավունքները:

Չանգվածային լրատվամիջոցների ազատության ապահովման երաշխիքները սահմանված են Օրենքի 4-րդ հոդվածում: Այդ հոդվածի 1-ին մասի համաձայն՝ լրատվական գործունեություն իրականացնողները և լրագրողները գործում են ազատորեն՝ իրավահավասարության, օրինականության, խոսքի (արտահայտվելու) ազատության և բազմակարծության սկզբունքների հիման վրա:

Լրագրողն իր մասնագիտական օրինական գործունեության ընթացքում, որպես հասարակական պարտք կատարող անձ, պաշտպանվում է Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրությամբ:

Օրենքը նաև սահմանում է, որ լրատվության միջոցները թողարկվում և տարածվում են առանց նախնական կամ ընթացիկ պետական գրանցման, լիցենզավորման, պետական կամ որևէ այլ մարմնում հայտարարագրման կամ որևէ մարմնի ծանուցման:

Հեռուստառադիոհեռարձակման լիցենզավորումն իրականացվում է հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրությանը համապատասխան, որի հիմնական կարգավորումները սահմանված են «Տեսալսողական մեդիայի մասին» ՀՀ օրենքի 7-րդ գլխով:

ԶԼՄ-ների ազատության երաշխիքների շարքում առանձնահատուկ տեղ ունեն Օրենքի այն կարգավորումները, որոնք արգելում են՝

1) գրաքննությունը:

2) որևէ տեղեկատվություն տարածելուն կամ դա տարածելուց հրաժարվելուն նպատակաուղղված կամ դրան հանգեցնող հարկադրանքը լրատվական գործունեություն իրականացնողի և լրագ-

⁴⁵ ՀՀ Ազգային ժողովի կողմից ընդունվել է 2003 թվականի սեպտեմբերի 23-ին, հասանելի է <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=175858>

րողի նկատմամբ.

3) լրագրողի մասնագիտական օրինական գործունեությանը խոչընդոտելը.

4) խտրականությունը լրատվության համար անհրաժեշտ սարքավորումների և նյութերի քաղաքացիական շրջանառությունում.

5) ցանկացած, այդ թվում՝ այլ երկրներում թողարկված և տարածված լրատվության միջոցներից օգտվելու՝ անձի իրավունքի սահմանափակումը (Օրենքի 4-րդ հոդվածի 3-րդ մաս):

Շարունակելով Օրենքի կարգավորումների վերլուծությունը՝ անդրադառնանք սույն ենթագլխի համատեքստում մեծ հետաքրքրություն ներկայացնող դրա մեկ այլ հոդվածի, որը ուժեղ երաշխիք է սահմանում տեղեկատվության աղբյուրների պաշտպանության առնչությամբ: Մասնավորապես, Օրենքի 5-րդ հոդվածի համաձայն՝ լրատվական գործունեություն իրականացնողները և լրագրողները պարտավոր չեն բացահայտել տեղեկատվության աղբյուրը, բացառությամբ նույն հոդվածի 2-րդ մասով նախատեսված դեպքերի:

Հոդվածի երկրորդ մասը սահմանում է, որ տեղեկատվության աղբյուրի բացահայտումը լրատվական գործունեություն իրականացնողին, ինչպես նաև լրագրողին կարող է պարտադրվել դատարանի որոշմամբ՝ քրեական գործի առիթով՝ ծանր կամ առանձնապես ծանր հանցագործության բացահայտման նպատակով, եթե հասարակության շահերի քրեաիրավական պաշտպանության անհրաժեշտությունն ավելի ծանրակշիռ է, քան տեղեկատվության աղբյուրը չբացահայտելու հասարակության շահագրգռվածությունը, և սպառված են հասարակական շահերի պաշտպանության մնացած բոլոր միջոցները: Այդ դեպքում, լրագրողի միջնորդությամբ, դատական քննությունն իրականացվում է դռնփակ:

Այս դրույթի առնչությամբ գործնականում առաջացած խնդիրներով պայմանավորված որոշ լրատվամիջոցներ դիմել էին ՀՀ

սահմանադրական դատարան դրա՝ ՀՀ Սահմանադրությանը համապատասխանության հարցը որոշելու խնդրանքով: ՀՀ սահմանադրական դատարանը 2015 թվականի հոկտեմբերի 20-ի ՍԴՈ-1234⁴⁶ որոշմամբ եկել էր այն հետևության, որ «Ձանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենքի 5-րդ հոդվածի 2-րդ մասը համապատասխանում է ՀՀ Սահմանադրությանը իր կողմից բացահայտված սահմանադրաիրավական բովանդակության շրջանակներում: Իսկ այդ բովանդակությունը հանգում էր հետևյալին. իրավունքի գերակայությամբ առաջնորդվող ժողովրդավարական պետությունում՝ իրավական որոշակիության և իրավունքների սահմանափակման համաչափության սկզբունքներից ելնելով, **տեղեկատվության աղբյուրի բացահայտման օրինական շահը գերակա կարող է ճանաչվել այն չբացահայտելու հանրային շահի նկատմամբ այն դեպքերում, երբ աղբյուրի բացահայտումն անհրաժեշտ է անձի կյանքի պաշտպանության, ծանր (առանձնապես ծանր) հանցագործությունը կանխելու կամ ծանր (առանձնապես ծանր) հանցանքի մեջ մեղադրվող անձի դատական պաշտպանությունն ապահովելու համար:** Այդ իրավապայմաններից առնվազն մեկի առկայությունը միայն իրավաչափ հիմք կարող է հանդիսանալ օրենքով սահմանված կարգով ու վեճի առարկա դրույթում նախատեսված այլ հիմքերի առկայության դեպքում տեղեկատվության աղբյուրի բացահայտման համար:

Ձանգվածային լրատվամիջոցների ազատության կարևոր երաշխիքներից է նաև սահմանադրությամբ ամրագրված կարծիքի արտահայտման ազատության սահմանափակման հիմքերի սպառնալիք ցանկը: Այսպես, ՀՀ Սահմանադրության 42-րդ հոդվածի 3-րդ մասի համաձայն կարծիքի արտահայտման ազատությունը կարող է սահմանափակվել միայն օրենքով՝ պետական անվտանգության,

⁴⁶ Հասանելի է՝ <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=101125>

հասարակական կարգի, առողջության և բարոյականության կամ այլոց պատվի ու բարի համբավի և այլ հիմնական իրավունքների և ազատությունների պաշտպանության նպատակով:

Նմանատիպ կարգավորում է նախատեսում նաև Մարդու իրավունքների և հիմնարար ազատությունների պաշտպանության մասին կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի 2-րդ կետը, որը արտահայտվելու ազատության համար թույլատրում է միայն այնպիսի սահմանափակումներ, որոնք նախատեսված են օրենքով և անհրաժեշտ են ժողովրդավարական հասարակությունում՝ ի շահ պետական անվտանգության, տարածքային ամբողջականության կամ հասարակության անվտանգության, անկարգությունները կամ հանցագործությունները կանխելու, առողջությունը կամ բարոյականությունը, ինչպես և այլ անձանց հեղինակությունը կամ իրավունքները պաշտպանելու, խորհրդապահական պայմաններով ստացված տեղեկատվության բացահայտումը կանխելու կամ արդարադատության հեղինակությունն ու անաչառությունը պահպանելու նպատակով:

Օրենքը, կարևորելով լրագրողների հավատարմագրումը՝ որպես վերջիններիս գործառույթների պատշաճ իրացման նախապայմաններից մեկը, սահմանում է նաև որոշ երաշխիքներ այդ գործընթացում պետական մարմինների կողմից չարաշահումներ թույլ չտալու համար: Մասնավորապես, Օրենքի 6-րդ հոդվածի 3-րդ մասն ամրագրում է, որ լրագրողների հավատարմագրման կարգում չպետք է սահմանվեն, իսկ սահմանվելու դեպքում իրավաբանական ուժ չունեն այնպիսի դրույթները, որոնք՝

1) կսահմանափակեն հավատարմագրված լրագրողի իրավունքը՝ մասնակցելու տվյալ մարմնի, դրա ստորաբաժանումների նիստերին, այլ միջոցառումներին, բացառությամբ դրանց դռնփակ լինելու դեպքերի:

2) կբացառեն տվյալ մարմնում անցկացվող միջոցառումների

մասին լրագրողների՝ ողջամիտ ժամկետում տեղեկացված լինելը:

3) անհավասար պայմաններ կստեղծեն հավատարմագրված լրագրողների համար:

4) կսահմանափակեն լրագրողի՝ տեղեկատվություն ձեռք բերելու օրենքով սահմանված իրավունքները:

Իր հերթին Հայաստանի Հանրապետության պետական կառավարման մարմիններում լրագրողների հավատարմագրման օրինակելի կարգը, ի թիվս այլ երաշխիքների, 16-րդ կետում սահմանում է, որ պետական մարմնի պատասխանատուն լրագրողի մասնագիտական գործունեությանն օժանդակելու նպատակով, լրագրողի միջնորդությամբ, կազմակերպում է այցելություններ պետական մարմնի ստորաբաժանումներ և հանդիպումներ պետական մարմնի պաշտոնատար անձանց հետ:

Ուշագրավ է, որ լրատվամիջոցների ազատությանը միտված կարգավորումներ կան նաև ՀՀ օրենսդրության՝ ազդարարման ոլորտը կարգավորող նորմերում: Մասնավորապես, ազդարարման ոլորտում զանգվածային լրատվամիջոցների նշանակալի դերակատարությունը գիտակցելով՝ օրենսդիրը «Ազդարարման համակարգի մասին» ՀՀ օրենքի 9.2 հոդվածի 3-րդ մասում նախատեսել է վերջիններիս գործունեության պաշտպանության կարևոր դրույթ, համաձայն որի՝ ազդարարին տրվող պաշտպանությունը տարածվում է զանգվածային լրատվության միջոցների վրա այնքանով, որքանով այդ պաշտպանությունն իր էությամբ կիրառելի է նրանց նկատմամբ:

Զանգվածային լրատվամիջոցների ազատության և անկախության տեսանկյունից կարևոր դերակատարություն ունեն նաև ՀՀ քրեական օրենսգրքի նորմերը, որոնք սահմանում են լրագրողների գործունեության խոչընդոտման հետ կապված առանձին հանցակազմեր՝ նախատեսելով նաև քրեաիրավական ներգործության միջոցներ:

Այսպես, ՀՀ քրեական օրենսգրքի 237-րդ հոդվածի 1-ին մասի համաձայն՝ լրագրողին տեղեկություն տարածելուն կամ տարածելուց հրաժարվելուն հարկադրելը կամ նրա մասնագիտական օրինական գործունեությունն այլ կերպ խոչընդոտելը՝ պատժվում է տուգանքով՝ առավելագույնը քսանապատիկի չափով, կամ հանրային աշխատանքներով՝ ութսունից հարյուր հիսուն ժամ տևողությամբ, կամ որոշակի պաշտոններ զբաղեցնելու կամ որոշակի գործունեությամբ զբաղվելու իրավունքից զրկելով՝ առավելագույնը երեք տարի ժամկետով, կամ ազատության սահմանափակմամբ՝ առավելագույնը երկու տարի ժամկետով, կամ կարճաժամկետ ազատազրկմամբ՝ առավելագույնը երկու ամիս ժամկետով, կամ ազատազրկմամբ՝ առավելագույնը երկու տարի ժամկետով:

Նույն արարքը, որը կատարվել է իշխանական կամ ծառայողական լիազորությունները կամ դրանցով պայմանավորված ազդեցությունն օգտագործելով՝ պատժվում է տուգանքով՝ քսանապատիկից հիսնապատիկի չափով, կամ հանրային աշխատանքներով՝ հարյուր հիսունից երկու հարյուր յոթանասուն ժամ տևողությամբ, կամ որոշակի պաշտոններ զբաղեցնելու կամ որոշակի գործունեությամբ զբաղվելու իրավունքից զրկելով՝ երեքից յոթ տարի ժամկետով, կամ ազատության սահմանափակմամբ՝ մեկից երեք տարի ժամկետով, կամ կարճաժամկետ ազատազրկմամբ՝ մեկից երկու ամիս ժամկետով, կամ ազատազրկմամբ՝ երկուսից հինգ տարի ժամկետով (237-րդ հոդվածի 2-րդ մաս):

ՀՀ քրեական օրենսգրքի 237-րդ հոդվածի 1-ին կամ 2-րդ մասով նախատեսված արարքը, որը կատարվել է լրագրողի կամ նրա մերձավոր ազգականի կամ մերձավորի նկատմամբ բռնություն գործադրելով կամ բռնություն գործադրելու սպառնալիքով՝ պատժվում է ազատազրկմամբ՝ երեքից վեց տարի ժամկետով (237-րդ հոդվածի 3-րդ մաս):

ՀՀ քրեական օրենսգրքի 210-րդ հոդվածը քրեական պատաս-

խանատվություն է նախատեսում ընտրությանը կամ հանրաքվեին մասնակցող անձանց իրավունքների կամ պարտականությունների իրականացմանը խոչընդոտելու համար, որոնց շարքում առանձնացնում է նաև զանգվածային լրատվության միջոցի ներկայացուցչին: Որպես պատիժ նախատեսվում է տուգանք՝ առավելագույնը քսանապատիկի չափով, կամ ազատության սահմանափակում՝ առավելագույնը երկու տարի ժամկետով, կամ կարճաժամկետ ազատազրկում՝ առավելագույնը երկու ամիս ժամկետով, կամ ազատազրկում՝ առավելագույնը երկու տարի ժամկետով (1-ին մաս):

Հոդվածի 1-ին մասով նախատեսված արարքը, որը կատարվել է՝

- 1) շանտաժով,
- 2) անձի կամ նրա մերձավոր ազգականի կամ մերձավորի նկատմամբ բռնություն գործադրելու կամ գույք ոչնչացնելու կամ վնասելու սպառնալիքով,
- 3) նյութապես շահագրգռելով,
- 4) ընտրական կամ հանրաքվեի հանձնաժողովի նախագահի կամ անդամի կողմից,
- 5) իշխանական կամ ծառայողական լիազորությունները կամ դրանցով պայմանավորված ազդեցությունն օգտագործելով կամ
- 6) մի խումբ անձանց կողմից նախնական համաձայնությամբ՝ պատժվում է ազատազրկմամբ՝ երեքից վեց տարի ժամկետով (210-րդ հոդվածի 2-րդ մաս):

Անդրադառնանք ՀՀ քրեական օրենսգրքի մեկ այլ նորմի, որը պատասխանատվություն է նախատեսում վստահված անձին, ընտրական կամ հանրաքվեի հանձնաժողովի անդամին, դիտորդին կամ զանգվածային լրատվության միջոցի ներկայացուցչին ընտրական կամ հանրաքվեի փաստաթղթին օրենքով սահմանված կարգով ծանոթանալուն խոչընդոտելու կամ ընտրական կամ հանրաքվեի հանձնաժողովի արձանագրության պատճենը կամ քաղվածքը

չտալու համար՝ որպես պատիժ նախատեսելով ազատագրելով՝ երկուսից հինգ տարի ժամկետով (հոդված 222):

Վերլուծելով լրատվամիջոցների ազատության և անկախության հիմնահարցերը՝ չենք կարող տեսադաշտից դուրս թողնել տեսալսողական մեդիան: Մասնավորապես, այս ոլորտում կարևոր դերակատարություն ունի Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովը, որի կարգավիճակի հետ կապված առանձին հարցեր կարգավորված են ՀՀ Սահմանադրության 196-րդ հոդվածով՝ համաձայն որի՝ Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովն անկախ պետական մարմին է, որն ապահովում է հեռարձակվող լրատվության միջոցների ազատությունը, անկախությունը և բազմազանությունը, վերահսկում է հեռուստաընկերությունների և ռադիոընկերությունների գործունեությունը:

Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովը վերահսկողություն է իրականացնում հանրային հեռուստատեսությունում և ռադիոյում տեղեկատվական, կրթական, մշակութային և ժամանցային բնույթի հաղորդումների բազմազանության ապահովման նկատմամբ:

Հանձնաժողովի գործունեության թափանցիկության և հաշվետվողականության ապահովման ուղղությամբ կարևոր դրույթ է պարունակում ՀՀ Սահմանադրության 196-րդ հոդվածի 3-րդ մասը, համաձայն որի՝ Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովը տարեկան հաղորդում է ներկայացնում Ազգային ժողով իր գործունեության, հեռուստատեսությունում և ռադիոյում տեղեկատվության ազատության վիճակի մասին:

Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի լիազորությունները, գործունեության կարգը և երաշխիքները մանրամասն իրենց կարգավորումն են գտել «Տեսալսողական մեդիայի մասին» ՀՀ օրենքով:

Այս օրենքի կարգավորումները նաև հեռարձակողների և օպե-

րատորների ինքնուրույնության որոշ երաշխիքներ են սահմանում: Մասնավորապես, օրենքի 17-րդ հոդվածը արգելում է հեռարձակողների և օպերատորների գործունեությանը միջամտելը, իսկ պետական իշխանության մարմիններին թույլ տալիս հեռարձակողների և օպերատորների գործունեությանը միջամտել միայն օրենսդրությամբ սահմանված դեպքերում:

Զանգվածային լրատվամիջոցները իրենց ամենօրյա աշխատանքում թերևս առավել հաճախ առնչվում են հանրային իշխանության մարմինների և վերջիններիս պաշտոնատար անձանց հետ, որոնց պատշաճ վարքագիծը ևս կարևոր նշանակություն ունի լրատվամիջոցների ազատության և անկախության ապահովման գործում: Այս առումով նշենք, որ վերջին տարիներին լայն թափով զարգանում են «Հանրային ծառայության մասին» ՀՀ օրենքով⁴⁷ նախատեսված բարեվարքության համակարգի տարրերը, որոնց շարքում իրենց ուրույն տեղն ունեն հանրային պաշտոն զբաղեցնող և հանրային ծառայողների վարքագծի կանոնները: Այդ կանոնները, ի թիվս այլնի, լրատվամիջոցների ազատությանը և անկախությանը նպաստող որոշ կարգավորումներ են նախատեսում: Այսպես, Կոռուպցիայի կանխարգելման հանձնաժողովի կողմից 2024 թվականի փետրվարի 6-ի թիվ 02-Ն որոշմամբ սահմանվել է Պետական պաշտոն զբաղեցնող անձանց (բացառությամբ պատգամավորի, դատավորի, Բարձրագույն դատական խորհրդի անդամի, դատախազի, քննիչի), համայնքների ղեկավարների, նրանց տեղակալների, Երևան համայնքի վարչական շրջանների ղեկավարների, նրանց տեղակալների պաշտոն զբաղեցնող անձանց վարքագծի կանոնադիրքը⁴⁸, որի 26-րդ կետի համաձայն՝ հանրային պաշտոն զբաղեցնող անձը, տեղեկատվության ազատությունը երաշխավոր-

⁴⁷ ՀՀ Ազգային ժողովի կողմից ընդունվել է 2018 թվականի մարտի 28-ին: Հասանելի է <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=199625>

⁴⁸ Հասանելի է <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=189669>

րող Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրության համաձայն, պարտավոր է ի պաշտոնե իր տնօրինման տակ եղած տեղեկատվությունն օրենքով սահմանված կարգով և ժամկետներում տրամադրել հանրային իշխանության այլ մարմինների, ֆիզիկական կամ իրավաբանական անձանց: Իսկ կանոնագրքի 51-րդ կետը սահմանում է, որ հանրային պաշտոն զբաղեցնող անձը պարտավոր է լրագրողների, լրատվամիջոցների ներկայացուցիչների հետ հաղորդակցվելիս ցուցաբերել հարգալից վերաբերմունք, իր գործողություններով չխախտել լրատվամիջոցների ներկայացուցիչների իրավունքները, չխոչընդոտել նրանց օրինական գործունեությանը և մասնագիտական աշխատանքին:

Կոռուպցիայի կանխարգելման հանձնաժողովի մեկ այլ որոշմամբ սահմանվել են «Հանրային ծառայողների վարքագծի տիպային կանոններ»-ը⁴⁹, որոնց 64-րդ կետը նշում է, որ հանրային ծառայողը պարտավոր է հարգել հանրության իրազեկմանն ուղղված զանգվածային լրատվամիջոցների գործունեությունը, ինչպես նաև իր իրավասության սահմաններում աջակցել նրանց սահմանված կարգով հավաստի տեղեկություններ ստանալու հարցում:

ՀՀ փոխվարչապետի 2022 թվականի հոկտեմբերի 4-ի N697-Ն որոշմամբ սահմանվել է «Քաղաքացիական ծառայողների վարքագծի կանոնագիրքը»⁵⁰, որի 16-րդ կետի համաձայն քաղաքացիական ծառայողը պարտավոր է օրինական հիմքերով տեղեկատվություն հայցողներին տրամադրել օրենսդրությամբ սահմանված տեղեկատվությունը՝ իր իրավասության սահմաններում ապահովելով իր և իր աշխատավայրը հանդիսացող պետական մարմնի գործունեության թափանցիկությունը:

⁴⁹ Կոռուպցիայի կանխարգելման հանձնաժողովի 2022 թվականի հունիսի 17-ի N 01-Ն որոշում: Հասանելի է <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=164523>

⁵⁰ Հասանելի է <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=169106>

Վարքագծի կանոններ են հաստատվել նաև այլ հանրային ծառայողների համար⁵¹, որոնք կարևոր միջավայր են ստեղծում վերջիններիս բարեվարքության ամրապնդման համար՝ անուղղակի կերպով նպաստելով նաև լրատվամիջոցների ազատությանը:

Այսպիսով, ամփոփելով վերոշարադրյալը, կարող ենք փաստել, որ ՀՀ օրենսդրության կարգավորումները բավարար հիմքեր են ստեղծել լրատվամիջոցների ազատության և անկախության ապահովման համար, իսկ ոլորտում առկա խնդիրների լուծման և մարտահրավերների հաղթահարման ուղղությամբ մեծ դերակատարություն պետք է ունենան այդ թվում և իրենք՝ լրատվամիջոցները՝ դրանց մասին պարբերաբար բարձրաձայնելով և ոլորտի պատասխանատուների ուշադրությունը դրանց վրա հրավիրելով:

⁵¹ Ի թիվս այլ կանոնների՝ տե՛ս օրինակ, ՀՀ տարածքային կառավարման և ենթակառուցվածքների նախարարի 2023 թվականի սեպտեմբերի 26-ի «Համայնքային ծառայողների վարքագծի կանոնագիրքը սահմանելու մասին» N 09-Ն հրամանը, հասանելի է <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=183329>

ԳԼՈՒԽ 2. ԶԱՆԳՎԱԾԱՅԻՆ ԼՐԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ՄԻՋՈՑՆԵՐԻ ԴԵՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ԺԱՄԱՆԱԿԱԿԻՑ ՀԱՍԱՐԱԿՈՒԹՅԱՆ ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ ԳՈՐԾԸՆԹԱՅՆԵՐԻ ԿԱՌԱՎԱՐՄԱՆ ԳՈՐԾՈՒՄ

2.1. Զանգվածային լրատվության միջոցները և Ժամանակակից զանգվածային հաղորդակցությունը

Տեղեկատվական հասարակության դարաշրջանում զանգվածային հաղորդակցությունը ձեռք է բերում հատուկ նշանակություն և դառնում է քաղաքագիտության, լրագրության, սոցիոլոգիայի, փիլիսոփայության, հոգեբանության, կիրքերնետիկայի, լեզվաբանության և այլ գիտությունների ուսումնասիրության օբյեկտ: Զանգվածային հաղորդակցության կատեգորիային լուրջ անդրադարձը տեղի է ունենում XX դարի հենց սկզբից: Որպես սոցիալական փոխազդեցության ֆենոմեն՝ հաղորդակցման գործընթացն ընկալվում է որպես հիմնական մարդկային գործունեություն: Հաղորդակցությունը հայեցակարգային առումով կարող է սահմանվել որպես «հաղորդագրության ստեղծման և մեկնաբանման գործընթաց, որը հեռարձակվում է կապի տարբեր միջոցներով և ստացողի մոտ որոշակի արձագանք է առաջացնում»⁵²:

Եթե անդրադառնանք հաղորդակցության երևույթի սոցիալական և հումանիտար ուսումնասիրություններին, ապա այստեղ ուշադրության կենտրոնում է նշանակությունների և իմաստների

⁵² Առավել մանրամասն տես՝ **Якимова О.А.** Массовая коммуникация: теория и практика: учебное пособие / О. А. Якимова; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2020, с. 9-10.

կառուցման, փոխանցման և մեկնաբանման հետ կապված տեղեկատվության հեռարձակման գործընթացի ոչ թե տեխնիկական, այլ խորհրդանշական կողմը:⁵³

Ի սկզբանե զանգվածային հաղորդակցությունը նախատեսված էր հասարակության մեջ տեղեկատվության, «անհրաժեշտ» տեղեկատվության կամ մեծ քանակությամբ տեղեկատվության շրջանառությունն ապահովելու, ապրանքների և տեղեկատվության փոխանակման համակարգի գործունեության և զարգացման շրջանակն ընդլայնելու համար՝ կարողանալով, ըստ հնարավորության, «հաղթահարել» տարածությունն ու ժամանակը: Չնայած «հաղորդակցություն» տերմինը գիտական շրջանառության մեջ մտավ XX դարում⁵⁴, այս հասկացության տեսական ծագումը կարելի է գտնել անտիկ փիլիսոփայության դասական շրջանում, երբ փիլիսոփայական հիմնավորումների համար կենտրոնական է դառնում մարդու խնդիրը: Հասարակական կապերի և հարաբերությունների բարդացումը հանգեցնում է նաև հաղորդակցության ընկալման բարդացմանը: Մինչև XIX դ. ներառյալ մարդկային հաղորդակցության խնդիրների ընկալումն իրականացվում էր հիմնականում փիլիսոփայության շրջանակներում: XX դարը նշանավորվեց տեխնոլոգիաների զարգացմամբ, որն իր հերթին նպաստեց հաղորդակցության այլ ընկալմանը: «Հաղորդակցություն» կատեգորիային անդրադար-

⁵³ **Гриффин Э.** Коммуникация: теории и практики / Э. Гриффин; пер. с англ. А.А. Науменко. — Харьков: Гуманитарный центр, 2015, с. 36-40.

⁵⁴ Ընդունված է համարել, որ «հաղորդակցություն» կատեգորիային գիտական անդրադարձի հիմնադիրն է հանդիսացել ամերիկյան սոցիոլոգ, սոցիալական հոգեբան Չարլզ Քուլին, ով առանձնացրել է հաղորդակցությունն իբրև մարդկային մտքի արդիականացման միջոց: Մանրամասն տես՝ **Кули Ч.Х.** Человеческая природа и социальный порядок. — М.: Идея-Пресс, 2000/ Աղբյուրը՝ https://royallib.com/read/kuli_charlz/chelovecheskaya_priroda_i_sotsialniy_poryadok.html#20480 (դիմելու ամսաթիվը՝ 10.02.2024)

ծել են շատ հետազոտողներ, հատկապես Արևմուտքի ներկայացուցիչները:⁵⁵

Ամերիկացի գիտնականներ Ֆ. Դենսը և Կ. Լարսոնը հայտարարում են «հաղորդակցություն» տերմինի 126 սահմանումների գոյության մասին, որոնք կարելի է ամփոփել երեք խմբերի մեջ.

⁵⁵ **Dance F., Larson C.** The Functions of Human Communication: A Theoretical. Approach. N.Y.: Holt, Rinehart&Winston, 1976; **Лассуэлл Г.Д.** Структура и функции коммуникации в обществе. Москва: Изд-во РАГС, 2007; **Бергер П., Лукман К.** Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / Пер. с англ. Е. Руткевич. М., 1995. / Աղբյուրը՝ https://skepdic.ru/wpcontent/uploads/2013/05/Berger_LukmanSotcialnoe_konstruirovanie_realnosti_Skepdic.ru_.pdf (ղիմելու ամսաթիվը՝ 10.02.2024), **Луман Н.** Медиа коммуникации / Н. Луман; пер. с нем. А. Глухов, О. Никифоров. Москва: Логос, 2005; **Baran S. J.** Introduction To Mass Communication: Media Literacy and Culture, 2001 Update Upd Subedition, 2001; **Mcluhan M.** Understanding Media, The Extensions of Man – Routledge, London, 1964; Սարգսյան Զ. Մեդիաազդեցության ժամանակակից տեսություններ: Դասախոսություններ/ Զ. Սարգսյան: ԵՊՀ: Ժողովրդավարության ֆակուլտետ: - Եր., ԵՊՀ հրատ., 2022; **Товмасын Н.Т.** Трансформация публичной сферы в эпоху виртуальной коммуникации // Автореферат Специальность Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук по специальности 09.00.11 – социальная философия. Сургут, 2021; **Науменко Т.В.** Социология массовых коммуникаций в структуре социологического знания // Социологические исследования. 2003. № 10. с. 39-46; **Шарков Ф.И.** Основы теории коммуникации: Учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности 350400 «Связи с общественностью» / Ф. И. Шарков; Акад. труда и соц. отношений. - Москва: Соц. отношения, 2002; **Терин В.П.** Массовая коммуникация: Социо-культур. аспекты полит. воздействия: Исслед. опыта Запада / В. П. Терин; Моск. гос. ин-т (ун-т) междунар. отношений МИД РФ. Каф. философии. - Москва: Изд-во Ин-та социологии РАН, 1999; **Якимова, О.А.** Массовая коммуникация: теория и практика: учебное пособие / О. А. Якимова; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2020 և այլ:

1. հաղորդակցությունը ներկայացվում է որպես նյութական և հոգևոր աշխարհի ցանկացած օբյեկտների հաղորդակցման միջոց, այսինքն՝ որպես որոշակի կառուցվածք,

2. հաղորդակցությունը շփում է, որի ընթացքում մարդիկ տեղեկատվություն են փոխանակում,

3. հաղորդակցությունը ենթադրում է տեղեկատվության փոխանցում և զանգվածային փոխանակում՝ հասարակության և դրա բաղկացուցիչ բաղադրիչների վրա ազդելու նպատակով:⁵⁶

Այս ուսումնասիրության շրջանակներում հետաքրքրություն է ներկայացնում զանգվածային հաղորդակցությունը և այս հասկացության հարաբերակցությունը զանգվածային լրատվության միջոցների հետ: Զանգվածային հաղորդակցությունը և զանգվածային լրատվության միջոցները փոխկապակցված, բայց ոչ նույնական հասկացություններ են: Զանգվածային հաղորդակցությունն աղբյուրի և մեծ լսարանի միջև տեղեկատվության փոխանակման գործընթաց է, որը կարող է ներառել հաղորդագրությունների փոխանցման տարբեր ալիքներ և եղանակներ: Դա ավելի լայն հասկացություն է, որն ընդգրկում է հաղորդակցության ցանկացած ձև՝ ուղղված զանգվածային լսարանին: Զանգվածային հաղորդակցությունը ներառում է տեղեկատվության փոխանցման ինչպես ավանդական, այնպես էլ նոր եղանակներ, ինչպիսիք են հեռուստատեսությունը, ռադիոն, համացանցը, սոցցանցերը և այլ ձևեր: Այս համատեքստում զանգվածային լրատվության միջոցները յուրահատուկ ինստիտուտներ և ալիքներ են, որոնք իրականացնում են զանգվածային հաղորդակցություն, այսինքն՝ հանդիսանում են այն գործիքները, որոնց միջոցով տեղեկատվությունը փոխանցվում է զանգվածային

⁵⁶ **Борцова Е.С.** История понятия «коммуникация» в науке, философии, методологии и социальном управлении // Научная статья. Աղբյուրը՝ <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-ponyatiya-kommunikatsiya-v-nauke-filosofii-metodologii-i-sotsialnom-upravlenii?ysclid=m6gscmaiv736545729> (ղիմելու ամսաթիվը՝ 29.12.2024)

լսարանին (հեռուստատեսություն, ռադիո, թերթեր, ամսագրեր, կայքեր, բլոգեր, սոցիալական ցանցեր և այլն):

Չնայած ՀԼՄ-ները, անկասկած, առանցքային դեր են խաղում զանգվածային հաղորդակցության գործընթացում, այնուամենայնիվ, այն կարող է տեղի ունենալ այլ ալիքների միջոցով (օրինակ՝ արտաքին գովազդ, բաններներ, սոցիալական ցանցերում անհատների էջեր, հանրային ելույթներ, համերգներ, զանգվածային միջոցառումներ, կոնֆերանսներ և, ի վերջո, ասեկոսներ և առասպելներ և այլն): Սակայն, զանգվածային հաղորդակցության մեջ ՀԼՄ-ների մասնակցության մասնաբաժինն այնքան մեծ է (առնվազն հասարակական կարծիքի ձևավորման վրա դրանց ազդեցության, քաղաքական կամքի ձևավորման գործում նրանց դերի տեսանկյունից), որ սխալ չի լինի այն պնդումը, որ առավել ազդեցիկ զանգվածային հաղորդակցությունը, որն ավելի կառուցվածքային և տեխնոլոգիապես զարգացած է դարձել, հիմնականում տեղի է ունենում զանգվածային լրատվամիջոցների միջոցով: Այս գործընթացի զարգացումը կարելի է դիտարկել մի քանի պատմական փուլերի ընթացքում.

- **տպագիր ՀԼՄ-ներ** (XV-XIX դարեր). XV դարի կեսերին Գուտենբերգի կողմից հորինված տպագրական տեխնոլոգիան հնարավոր դարձրեց գրքերի, թերթերի և ամսագրերի զանգվածային արտադրությունը: XVII դարում Եվրոպայում սկսեցին հայտնվել առաջին թերթերը, ինչը մեկնարկային կետ էր ՀԼՄ-ների միջոցով զանգվածային հաղորդակցության համար: Այդ ժամանակ տեղեկատվությունը սկսեց տարածվել ավելի արագ և ավելի մատչելի լայն լսարանի համար: Լուսավորության դարաշրջանում թերթերն ու ամսագրերը դառնում էին կարևոր գործիք զանգվածներին տեղեկատվություն տարածելու համար: XIX դարում թերթերը ձեռք բերեցին զանգվածային լսարան, իսկ լրագրությունը սկսեց ձևավորվել որպես մասնագիտություն:

- **ռադիո և հեռուստատեսություն** (XX դար). XX դարի սկզբին ռադիոյի, այնուհետև հեռուստատեսության ստեղծումով

հաղորդակցությունն էլ ավելի զանգվածային և մատչելի դարձավ: Այս նոր տեխնոլոգիաների օգտագործմամբ զանգվածային հաղորդակցության գործընթացում առավել տպավորիչ էր երկար հեռավորությունների և հսկայական լսարանի համար իրական ժամանակում տեղեկատվություն փոխանցելու հնարավորությունը՝ միաժամանակ կարողանալով տեսողական պատկերացնել փոխանցվող հաղորդագրությունը (հեռուստատեսության միջոցով):

- **Համացանց և թվային ՀԼՄ-ներ** (XX դարի վերջ - XXI դար). XX դարի վերջին և XXI դարի սկզբին համացանցի և սոցիալական մեդիայի զարգացման հետ մեկտեղ հաղորդակցությունը տեղափոխվեց նոր մակարդակ: Տեղեկատվության տարածման ժամանակը կրճատվել է մինչև մեկ ակնթարթ, իսկ լսարանը դարձել է ոչ միայն սպառող, այլև կոնտենտ արտադրող: Ժամանակակից ՀԼՄ-ներն ավանդական ձևերի (նորություններ, հոդվածներ, ծրագրեր) համադրումն է թվային գործիքների հետ (կայքեր, բլոգեր, վիդեո հարթակներ և սոցիալական ցանցեր), ինչը հնարավորություն է տալիս լսարանին լինել ավելի ակտիվ և ներգրավված հաղորդակցության գործընթացներում:

Այսպիսով, զանգվածային հաղորդակցությունից զանգվածային լրատվության միջոցների միջոցով զանգվածային հաղորդակցությանն անցնելու գործընթացը տեխնոլոգիական փոփոխությունների, սոցիալական առաջընթացի և լսարանի հետ փոխգործակցության նոր ձևերի ի հայտ գալու արդյունք էր:⁵⁷

Այս ամենը չէր կարող չանդրադառնալ հաղորդակցության որակական բնութագրերի վրա: Այս ասպեկտը կարևոր է նաև արդիական և արդյունավետ իրավական կարգավորման անհրաժեշտության տեսանկյունից: Այսպես, նոր հաղորդակցական տեխնոլո-

⁵⁷ Առավել մանրամասն տես՝ **Baran Stanley and Davis Dennis K.**, Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future, sixth edition, Wadsworth, 2021

գիտնականների տարածման արդյունքում, որոնք որոշակի իմաստով ինչպես հանրային են, այդպես էլ մատչելի, հաղորդակցության նորմատիվ ձևերը, ինչպիսիք են երկխոսությունը, փաստարկային քննարկումը, կոնսենսուսի քննադատական որոնումը և տեղեկացված մասնակցությունը, իրենց տեղը գիջում են հաղորդակցության այլ ձևերին:⁵⁸

Վերջին տասնամյակների ընթացքում տեղեկատվական տեխնոլոգիաները և հատկապես համացանցը զգալիորեն փոխել են ժամանակակից զանգվածային հաղորդակցության լանդշաֆտը: Համացանցը դարձել է ոչ միայն տեղեկատվության աղբյուր, այլև հաղորդակցության, գովազդի, բիզնեսի և զվարճանքի հզոր գործիք: Այնուամենայնիվ, այս առաջընթացով անհրաժեշտություն է առաջանում ստեղծել նոր իրավական մեխանիզմներ ցանցի աշխատանքը կարգավորելու և օգտատերերի շահերը պաշտպանելու համար: Համացանցն օգտատերերին առաջարկում է եզակի հնարավորություններ, որոնք հասանելի չեն ավանդական ՋԼՄ-ներին. տեղեկատվության հասանելիություն առանց ժամանակի սահմանափակումների, օրվա ցանկացած ժամի, անհատական պահանջով տեղեկատվություն ստանալու հնարավորություն, ամբողջ աշխարհի մարդկանց հետ փոխգործակցություն և բազմաթիվ այլ ծառայություններ: Սակայն այդ հնարավորությունները նաև նոր մարտահրավերներ են ստեղծում իրավական կարգավորման համար:

Էությունը կայանում է նրանում, որ նոր մեդիան ապահովում է տեղեկատվության ավելի մեծ ազատություն և հասանելիություն, բայց նաև նպաստում է անվստահելի և բևեռացնող կոնտենտի տարածմանը: Սա մարտահրավերներ է ստեղծում ավանդական ՋԼՄ-

ների՝ որպես ժողովրդավարական հասարակության մեջ տեղեկատվության հուսալի աղբյուրի դերի համար:⁵⁹

Ի տարբերություն ռադիոյի, հեռուստատեսության և թերթերի, որոնք ունեն իրենց հաստատված կանոնները և համապատասխան իրավական կարգավորումը, Համացանցը չունի մեկ կենտրոնացված վերահսկողություն: Սա խնդիրներ է առաջացնում հեղինակային իրավունքի պաշտպանության, տվյալների գաղտնիության, կիբերհանցագործությունների դեմ պայքարի, գովազդի կարգավորման կապակցությամբ:

Ներկա պահին Հայաստանում ցանցային հեռուստատեսությունը, ռադիոն և թերթերը համացանցում միայն լրացնում են ավանդական զանգվածային լրատվամիջոցները⁶⁰, սակայն դրանց արագ աճը և դինամիկ զարգացումը պահանջում են ստեղծել նոր իրավաբանական նորմեր, որոնք կապահովեն տեղեկատվության ազատության և քաղաքացիների իրավունքների պաշտպանության միջև հավասարակշռությունը:

Ավանդական ՋԼՄ-ների գործունեությունը կարգավորող ժամանակակից օրենքները չեն կարող լիովին կիրառելի լինել Համացանցի համար՝ իր գլոբալ մասշտաբի և առանձնահատկությունների պատճառով: Յուրահատուկ կարգավորում է անհրաժեշտ նաև քաղաքական, մասնավորապես, ընտրական գործընթացների և

⁵⁹ Առավել մանրամասն տես՝ **Owen D.** The new media's role in politics. Forms of new media have introduced an unprecedented level of instability and distortion into the political communications system. March 11, 2019, <https://www.technologyreview.com/2019/03/11/136690/the-new-medias-role-in-politics/> (դիմելու ամսաթիվը՝ 10.12.2024)

⁶⁰ Առավել մանրամասն տես՝ Հայաստանում խոսքի ազատության և մեդիայի սպառման հետազոտություն / Զեկույցի բովանդակության համար պատասխանատուներ՝ Շուշան Ղահրիյան, Գայանե Հարությունյան, Լիանա Պողոսյան, «Պրիզմա» ՍՊԸ, Երևան, 2024: (դիմելու ամսաթիվը՝ 10.12.2024)

⁵⁸ **Товмасын Н.Т.** Трансформация публичной сферы в эпоху виртуальной коммуникации // Автореферат Специальность Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук по специальности 09.00.11 – социальная философия. Сургут, 2021, с. 23.

հատկապես նախընտրական քարոզչության լուսաբանմանը ՁԼՄ-ների մասնակցության շրջանակներում: Հարկ է հաշվի առնել, որ ավանդական ՁԼՄ-ների գործունեությունը նախկինում նախատեսված չէր լսարանի հետադարձ կապի համար: Այսօր հաղորդակցության շատ միջոցներ ենթադրում են հետադարձ կապ, և նման գործընթացները պատշաճ իրավական կարգավորման կարիք ունեն:

Այսպիսով, ժամանակակից զանգվածային հաղորդակցությունները, հատկապես համացանցը, պահանջում են նոր իրավական մոտեցումների և կարգավորող միջոցների ներդրում: Դա կապահովի ոչ միայն օգտատերերի (քաղաքական գործընթացների մասնակիցների) իրավունքների պաշտպանությունը, այլև գլոբալ ցանցի բոլոր մասնակիցների համար ավելի արդար և անվտանգ տեղեկատվական միջավայրի ստեղծումը:

2.2. Զանգվածային լրատվության օբյեկտն ու սուբյեկտը

Զանգվածային հաղորդակցության հայեցակարգում կարևոր տեղ է զբաղեցնում ՁԼՄ-ների միջոցով իրականացվող այս գործընթացի կառուցվածքավորումը: Այս հարցին անդրադարձել են բազմաթիվ մեդիա հետազոտողներ, և նրանք բոլորը տարբեր կերպ են շեշտադրել տվյալ գործընթացի այս կամ այն բաղադրիչները:

Մեդիա տեսաբանների առաջին սերնդի հիմնական խնդիրն էր փորձել հայեցակարգավորել հաղորդակցության գործընթացը, որի միջոցով հաղորդակցվում են զանգվածային լրատվության միջոցներն ու լսարանը: Ամենակարևոր դասը, որ մենք պետք է քաղենք վաղ աշխատանքներից, այն է, որ հասկանալու համար, թե ինչ ձևով է ներկայացվում ուսումնասիրության օբյեկտը, առավելապես

կախված է նրանից, թե ինչ ենք ուզում իմանալ⁶¹:

Տեսական մեդիա հետազոտությունների սկզբնական փուլերում սովորաբար կենտրոնանում էին այն հարցի ուսումնասիրության և բացահայտման վրա, թե ինչպես է մարդկանց վարքը փոխվում ՁԼՄ-ների ազդեցության տակ: Ազդեցությունն «առանցքային» բառ է զանգվածային հաղորդակցության ուսումնասիրության մեջ: Ակնհայտ է, որ սա ընդհանուր թեմա էր մեդիա հետազոտության վաղ շրջանում, և որ ՁԼՄ-ների տեսաբաններն ավելի շատ կենտրոնանում էին ՁԼՄ-ների բովանդակության վրա, այլ ոչ թե հաղորդագրություն ուղարկելու ձևերի կամ լսարանի վրա:⁶² Սակայն կային նաև այլ մոտեցումներ: Այսպիսով, օրինակ, Մ. Մաքլուենը խոսել է այն մասին, որ տեղեկատվության անհատական միջավայրի ձևն ու չափումներն են իմաստ հաղորդում փոխանցվող հաղորդագրությանը, և եթե կենտրոնանալ միայն բովանդակության (կոնտենտի) վրա, ապա շատ կարևոր, նշանակալից բաներ կարելի է բաց թողնել:⁶³ Հետագայում, այն ձևերը, որոնցով հաղորդագրություններ են ուղարկվում (լայն իմաստով) միևնույն աղբյուրից միաժամանակ բազմաթիվ ուղղություններով, հասցեագրելով այն մարդկանց անանուն զանգվածին, ովքեր կազմում են լսարան, սպառողներ, ունկնդիրներ, ընթերցողներ, համայնք և այլն, այնքան մտահոգիչ են, որ դրանք նկարագրելու համար առաջարկվել է օգտագործել որակավորված եզրույթ՝ «զանգվածային լրատվության միջոցներ»:⁶⁴

⁶¹ **Սարգսյան Զ.** Մեդիա ազդեցության ժամանակակից տեսություններ: Դասախոսություններ / Զ. Սարգսյան: ԵՊՀ: Ժողովրդավարական համալսարանի հրատ., 2022, էջ 20-21:

⁶² Նույն տեղում:

⁶³ **McLuhan M.** Understanding Media: The Extensions of Man. McGraw-Hill Book Company, New York, Toronto, London, 1964, p. 7-8.

⁶⁴ Առավել մանրամասն տես՝ **Paul Long, Beth Johnson, Shana MacDonald and Schem Rogerson Bader with Vian Bakir and Andrew McStay**, Media Studies Texts, Production, Context. Third edition, Routledge is an imprint of the Taylor & Francis Group, London and New York, 2022, p. 5.

Ընդ որում, գիտնականների ուշադրության կենտրոնում են հայտնվել այն հարցերը, թե որն է զանգվածային հաղորդակցության միջոցների (սուբյեկտների) դերը և ինչպիսին է այն կոնտենտը (օբյեկտները), որը նրանք տարածում են՝ կենտրոնանալով հասարակության և հաղորդակցության գործընթացին դրանց ազդեցության վրա:

Մեդիայի վաղ ուսումնասիրություններում առավել մեջբերված մոդելը պատկանում է Հարոլդ Լասսուելին, ով ներկայացրել է հետևյալ բանաձևը. «ով, ինչ է ասում, որ ալիքով, ում, ինչ ազդեցությամբ» (Who, Says What, Through What Channel, To Whom, With What Effect)⁶⁵:

Կ. Շենոնի և Վ. Ուիվերի հաղորդակցության դասական մոդելը հաղորդակցության հիմնարար տեսություններից մեկն է և կենտրոնանում է տեղեկատվության տեխնիկական փոխանցման վրա: Այն ավելի գծային մեխանիկական մոդել է՝ համեմատած Հ. Լասսուելի մոդելի հետ և արտահայտվում է հետևյալ կերպ. տեղեկատվության աղբյուր (սուբյեկտ) – հաղորդիչ – ընդունիչ – վերջնական ստացող:⁶⁶ Հեղինակները ներկայացնում են, որ տեղեկատվության աղբյուրը հնարավոր հաղորդագրությունների շարքից ընտրում է ցանկալի հաղորդագրությունը (ընտրված հաղորդագրությունը կարող է բաղկացած լինել գրված կամ արտասանված բառերից, նկարներից, երաժշտությունից և այլն): Հաղորդիչը այս հաղորդագրությունը վերածում է ազդանշանի, որը փաստացի ուղարկվում է հաղորդակցման ալիքով հաղորդիչից ընդունիչ: Օրինակ՝ բանավոր խոսքում տեղեկատվության աղբյուրն ուղեղն է, հաղորդիչը ձայնային մեխանիզմն է, որն առաջացնում է փոփոխվող ձայնային ճնշում

(ազդանշան), որը փոխանցվում է օդով (ալիքով): Ընդունիչը յուրօրինակ հակադարձ հաղորդիչ է, որը փոխանցված ազդանշանը վերածում է հաղորդագրության և այդ հաղորդագրությունն ուղղորդում դեպի իր նպատակակետը: «Երբ ես խոսում եմ ձեզ հետ, իմ ուղեղը տեղեկատվության աղբյուր է, ձերը՝ նպատակակետը, իմ ձայնային համակարգը հաղորդիչ է, իսկ ձեր ականջը և դրա հետ կապված ութերորդ նյարդն ընդունիչ են»: Փոխանցման գործընթացում, ցավոք, ազդանշանին ավելացվում են որոշակի բաներ, որոնք նախատեսված չէին տեղեկատվության աղբյուրի կողմից: Փոխանցվող ազդանշանի այս բոլոր փոփոխությունները կոչվում են աղմուկ:⁶⁷ Այսպիսով, Շենոնի և Ուիվերի մոդելի կարևոր լրացումն աղմուկն է, որը վերաբերում է ցանկացած միջամտություններին (տեխնիկական, մշակութային, իմաստային, հոգեբանական և այլն), որը խաթարում է հաղորդագրության փոխանցումը կամ մեկնաբանությունը: Դա կարող է տեղի ունենալ հաղորդակցության գործընթացի ցանկացած փուլում և կարող է ազդել հաղորդակցության արդյունավետության վրա:

Շենոնի և Ուիվերի մոդելի առանցքային հայեցակարգերից մեկը հետադարձ կապի շեշտադրումն է՝ ստացողից աղբյուրին ուղարկված հաղորդագրությունները: Հետադարձ կապն անհրաժեշտ է, քանի որ այն աղբյուրին տեղեկացնում է, թե արդյոք հաղորդագրությունը ստացվել է:⁶⁸

Նույն սխեման գործում է զանգվածային հաղորդակցության շրջանակներում, որն ունի զանգվածային լրատվության հատուկ օբյեկտը և սուբյեկտը: Ժամանակակից շատ հեղինակներ անդրադառնում են զանգվածային լրատվության օբյեկտների և սուբյեկտ-

⁶⁵ Առավել մանրամասն տես՝ **Baran Stanley and Davis Dennis K.**, Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future, sixth edition, Wadsworth, 2021.

⁶⁶ **Shannon Claude E., Weaver Warren**, The Mathematical Theory of Communication. Urbana: The University of Illinois Press, 1949, pp.7 and 34.

⁶⁷ **Shannon Claude E., Weaver Warren**, The Mathematical Theory of Communication. Urbana: The University of Illinois Press, 1949, p.7-8.

⁶⁸ **Foley Joseph M.** Communication Aspects of Information Science // Theory Into Practice, Vol. 12, No. 3, The New Science of Information in Education (Jun., 1973), p. 168.

ների հարցին: Այսպիսով, գործընթացի մասնակիցների հետ հարցազրույցների վերլուծությունը թույլ տվեց Ջ. Թոմփսոնին կենտրոնանալ սոցիալական դերակատարների վրա, ովքեր օգտագործում են տեխնոլոգիական փոփոխությունների արդյունքում առաջացած հնարավորությունները՝ առաջ քաշելով նոր գաղափարներ և ձգտելով մշակել նոր գրքային արտադրանք, նոր պրակտիկա, կոնտենտ ստեղծելու, տարածելու և սպառելու նոր եղանակներ, ինչպես նաև փորձում են հասկանալ, թե ինչպես կարելի է բիզնեսի այս նոր ձևերը վերածել գործունեության, որը ժամանակի ընթացքում կայուն կլինի:⁶⁹ Հեղինակը նշում է, որ «խորը և անշրջելի կերպով մեդիայի զարգացումը փոխակերպեց ժամանակակից աշխարհում խորհրդանշական արտադրության և փոխանակման բնույթը»:⁷⁰

Օբյեկտն այն է, ինչի մասին խոսվում է՝ փոխանցվող հաղորդագրություն կամ կոնտենտ: Այդպիսին կարող է լինել լրատվական հոդվածը, իրադարձությունը, գովազդը, ժամանցային կոնտենտը, կրթական նյութերը, քաղաքական հաղորդագրությունները և այլն: Օբյեկտը ձևավորվում է սուբյեկտի կողմից և փոխանցվում է տարբեր ալիքներով՝ ազդելով լսարանի ըմբռնման, համոզմունքների կամ վարքի վրա:

Սուբյեկտը վերաբերում է հաղորդագրության աղբյուրին կամ ուղարկողին՝ նրանց, ովքեր պատասխանատու են տեղեկատվության ստեղծման, ձևավորման և տարածման համար: Զանգվածային հաղորդակցության մեջ դա կարող է լինել անհատ, մեդիակազմակերպություն կամ խումբ: Սուբյեկտները վերահսկում են տեղեկատվության հոսքը և կարող են ազդել կոնտենտի բովանդակության և լսարանի կողմից այն ընկալելու վրա: Զանգվածային լրատվության

⁶⁹ Հղումն ըստ՝ **Коломиец В.П.** Трансформация книги: медиатизация коллективного опыта поколений // Социологические исследования № 9, 2023, с. 158.

⁷⁰ **Thompson John B.** Media and Modernity: A Social Theory of the Media. Polity Press, 1995, p. 10.

սուբյեկտների թվին կարող են դասվել. լրատվական գործակալություններ, հեռարձակողներ, հարթակներ, լրագրողներ, խմբագրեր, կառավարություններ և այլ քաղաքական ինստիտուտներ, գովազդատուներ, քաղաքացիական հասարակության ներկայացուցիչներ, հասարակական կազմակերպություններ և այլն:

Սուբյեկտը (տեղեկատվության աղբյուրը) ընտրում է ցանկալի հաղորդագրությունը, ձևավորում է այն և որոշում դրա բովանդակությունը (օբյեկտը):⁷¹ Դա արվում է տարբեր տեսակի ալիքներով: Ընդ որում, անդադար շարունակվում է մի գործընթաց, որը կոչվում է «ռեժիմների կոնվերգենցիա», որը խաթարում է զանգվածային լրատվության միջոցների միջև սահմանները, նույնիսկ երկու կետանոց կապի, ինչպիսիք են փոստը, հեռախոսը և հեռագիրը, և զանգվածային հաղորդակցության միջոցները, ինչպիսիք են մամուլը, ռադիոն և հեռուստատեսությունը: Միասնական ֆիզիկական միջոցը (լինի դա հաղորդակարեր, մալուխներ կամ եթեր) կարող է մատուցել ծառայություններ, որոնք անցյալում մատուցվել են առանձին եղանակներով: Ընդհակառակը, ծառայությունը, որը անցյալում մատուցվել է ցանկացած մեկ զանգվածային լրատվության միջոցի կողմից (լինի դա հեռարձակում, մամուլ կամ հեռախոսակապ), կարող է մատուցվել մի քանի տարբեր ֆիզիկական միջոցներով: Այսպիսով, միանշանակ կապը, որը գոյություն ուներ զանգվածային լրատվության միջոցի և դրա օգտագործման միջև, քանդվում է:⁷²

Այս գործընթացը ենթակա է իրավական կարգավորումների՝ կախված նրանից, թե ինչ հաղորդակցությունների մասին է խոսքը:

⁷¹ Մեդիականտենտի խնդիրների, հայեցակարգի և վերլուծության մեթոդների ու զանգվածային լրատվության սուբյեկտների մասին առավել մանրամասն տես՝ **McQuail Denis**, *McQuail's Mass Communication Theory*, 6th edition, SAGE Publications Ltd, Los Angeles | London | New Delhi | Singapore | Washington DC, 2010, p. 231-328.

⁷² **Castells Manuel**, *Communication Power*. Oxford New York, Oxford University Press, 2009, p. 58.

Օրինակ՝ օրենսդրորեն կարգավորվում է քաղաքական գործընթացներին անձի մասնակցությունը կամ իշխանության և ժողովրդի միջև հաղորդակցությունը: Այս ասպեկտում հիմնական գործոն, ի թիվս այլոց, պետք է ճանաչվի արտահայտման ազատությունն ամենալայն իմաստով: Առանձին հաղորդակցությունների առանձնահատկությունը պահանջում է հատուկ կարգավորումներ: Ամեն դեպքում, զանգվածային լրատվության սուբյեկտին և օբյեկտին ներկայացվում են յուրաքանչյուր հասարակության մեջ առկա բարոյական և էթիկական պահանջներ⁷³: Բացի այդ, հաղորդակցության յուրաքանչյուր հատուկ ոլորտ ենթարկվում է այլ, լրացուցիչ կարգավորումների: Այսպիսով, օրինակ, ընտրական գործընթացի փուլերից մեկի՝ նախընտրական քարոզչության շրջանակներում, զանգվածային լրատվության սուբյեկտների և օբյեկտների հարցը ենթակա է հատուկ կարգավորման: Մասնավորապես, Ընտրական օրենսգիրքը նախընտրական քարոզչությունը սահմանում է որպես ցանկացած գործողություն, որն ուղղված է ընտրողներին որոշակի թեկնածուի կամ կուսակցության օգտին քվեարկել կամ չքվեարկել համոզելուն (Ընտրական օրենսգրքի 19-րդ հոդվածի 1.1-ին մաս): Նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում արգելվում է քարոզչություն իրականացնել՝ դատավորներին, դատախազներին, ոստիկանության, ազգային անվտանգության ծառայության, պրորբացիայի ծառայության, փրկարար ծառայության աշխատակիցներին, զինծառայողներին, ընտրական հանձնաժողովների անդամներին, բարեգործական և կրոնական կազմակերպություններին, միջազգային կազմակերպություններին, օտարերկրյա քաղաքացիներին և կազմակերպություններին, դիտորդական առաքելություն իրականացնելու համար հավատարմագրված կազմակերպություններին:

⁷³ Առավել մանրամասն տես՝ **Clifford G. Christians, Mark Fackler, Kathy Brittain Richardson, Peggy J. Kreshel, Robert H. Woods, Jr.** Media Ethics: Cases And Moral Reasoning. Tenth edition, Routledge, New York, 2017

րին և դիտորդներին և այլն (Ընտրական օրենսգրքի 23-րդ հոդվածի 1-ին մաս):

Այսպիսով, նախընտրական քարոզչության իրականացման հաղորդակցային սխեմայում գործելու են իրավական սահմանափակումներ զանգվածային լրատվության և՛ սուբյեկտի, և՛ օբյեկտի վերաբերյալ⁷⁴:

Ամենակարևորն է հանդիսանում սահմանադրական պահանջն առ այն, որ արտահայտման ազատության նկատմամբ կիրառվող սահմանափակումները կարող են նախատեսվել միայն օրենքով, պետք է հետապնդեն որոշակի նպատակներ և անհրաժեշտ լինեն ժողովրդավարական հասարակությունում: Հաշվի առնելով վերը նշվածը՝ իրավաբանական տեսանկյունից կարևոր է յուրաքանչյուր հաղորդակցման սխեմայի շրջանակներում պաշտպանել զանգվածային լրատվության սուբյեկտին և օբյեկտին ոչ իրավաչափ սահմանափակումներից: Քաղաքացիների քաղաքական կամքի ձևավորման, ընտրական գործընթացների լուսաբանմանը ՀՀՄ-ների մասնակցության⁷⁵ և նախընտրական քարոզչության լուսաբանմանը և իրականացմանը մասնակցության շրջանակներում զանգվածային լրատվության սուբյեկտների և օբյեկտների նկատմամբ իրավաչափ և ոչ իրավաչափ սահմանափակումների վերաբերյալ հարցերը մանրամասն կքննարկվեն սույն հետազոտության երրորդ գլխում:

⁷⁴ Քարոզարշավի շրջանակներում զանգվածային տեղեկատվության օբյեկտի և սուբյեկտի փոխգործակցության մասի առավել մանրամասն տես՝ **Rice Ronald E., Atkin Charles K.** Public Communication Campaigns: Theoretical Principles and Practical Applications, p. 436-468 //Media effects: advances in theory and research / Jennings Bryant, Mary Beth Oliver. – 3rd ed., Routledge, Taylor & Francis, New York and London, 2009

⁷⁵ Դրա վերաբերյալ տես նաև՝ [Herman Edward S., Chomsky Noam, Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media.](#) Pantheon Books, New York, 1988

2.3. Զանգվածային լրատվության միջոցները և Հայաստանի Հանրապետության պետական տեղեկատվական քաղաքականությունը

Հայաստանի Հանրապետության անկախացումից հետո մեդիա ոլորտում պետական քաղաքականության ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ այն առանձնապես ակտիվ չի եղել և գլոբալ առումով դրսևորվել է որոշոր կարգավորող մի քանի օրենսդրական ակտերի ընդունմամբ, որոնցում հետագա փոփոխությունները ևս էպիզոդիկ բնույթ են կրել: Օրինակ, ոլորտը կարգավորող հիմնական իրավական ակտի՝ «Զանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենքի ընդունումից հետո դրանում փոփոխություններ և լրացումներ կատարվել են ընդամենը 3 անգամ՝ 2020, 2021 և 2022 թվականներին, որոնք նպատակ էին հետապնդում օրենքի կարգավորումները ներդաշնակեցնել մեդիադաշտի զարգացումներին: Նման սահմանափակ փոփոխությունները հավանաբար պայմանավորված են եղել զանգվածային լրատվության չափազանց զգայուն ոլորտում չափավոր միջամտություններ կատարելու նկատառումներով: Սակայն վերջին տարիներին ոլորտի փորձագետների կողմից կատարված ուսումնասիրությունների արդյունքում մեդիադաշտի կարգավորումները համապարփակ վերանայելու առաջարկություններ են ներկայացվել: Մասնավորապես Եվրոպայի խորհրդի փորձագետների կողմից պատրաստված Հայաստանի ԶԼՄ-ների ոլորտի կարիքների գնահատման զեկույցում կարծիք է հայտնվել առ այն, որ լրատվամիջոցների ոլորտը կարգավորող ընդհանուր իրավական դաշտը հնացած է և պատշաճ չէ խոսքի ազատության և լրատվամիջոցների ամրապնդման համար: Հետագա փոփոխությունների փոխարեն անհրաժեշտ է հրատապ և համապարփակ ի-

րավական բարեփոխումներ կատարել⁷⁶:

Եվրոպայի խորհրդի խորհրդարանական վեհաժողովը (ԵԽՏԿ) իր 2022 թվականի զեկույցում նշել է, որ 2018 թվականից ի վեր Հայաստանում մեդիա դաշտն ավելի բազմազան է դարձել: Այնուամենայնիվ, զեկույցը նաև ընդգծում է հայկական լրատվամիջոցների շարունակական բևեռացման խնդիրը⁷⁷:

Հայաստանյան լրատվական դաշտի բևեռացման խնդիրը բարձրաձայնվել է նաև տեղական մեդիա ոլորտի մասնագետների կողմից: Մասնավորապես, Խոսքի ազատության պաշտպանության կոմիտեի նախագահ Ա. Մելիքյանի կարծիքով հետհեղափոխական շրջանում բևեռացումը լրատվական դաշտում էլ ավելի է ուժեղացել: Լրատվական դաշտի մեծ մասը բևեռացված է և սպասարկում է տարբեր քաղաքական ուժերի՝ մինչդեռ հանրային շահը երկրորդ պլան է մղվում⁷⁸:

«Լրագրողներ առանց սահմանների» կազմակերպության 2024 թվականի մամուլի ազատության համաշխարհային ինդեքսում Հայաստանը 180 երկրների շարքում զբաղեցրել է 43-րդ տեղը՝ 2018 թվականից ի վեր 37 միավորով բարելավելով իր դիրքը:

Թեև այս վարկանիշն ընդունում է լրատվամիջոցների բազմազանությունը, այն նաև նշում է, որ հեռարձակվող և տպագիր լրատվամիջոցների մեծ մասը, որոնք կապված են հիմնական քաղաքա-

⁷⁶ TECHNICAL PAPER: Armenia's Media Sector Needs Assessment Report – 2022. Overview of the National Legislative Framework Covering Media Freedom, Freedom of Expression, Public Service Media and its compliance with Council of Europe standards, prepared by the Council of Europe experts Dr Krisztina Rozgonyi and Shushan Doydoyan, page 7.

⁷⁷ Report No. 15432 of the Parliamentary Assembly of the Council of Europe, 10 January 2022, para 118, հասանելի է

https://pace.coe.int/en/files/29607/html#_TOC_d19e1200

⁷⁸ <https://www.1lurer.am/hy/2024/11/22/1/1225109>

կան և առևտրային շահերի հետ, շարունակում են ճնշումների ենթարկվել իրենց խմբագրական քաղաքականության հետ կապված⁷⁹:

Տեղեկատվական քաղաքականության մշակման համատեքստում ողջունելի է, որ դեռևս 2022թ. ապրիլի 19-ին Արդարադատության նախարարությունը, Ազգային ժողովի գիտության, կրթության, մշակույթի, սփյուռքի, երիտասարդության և սպորտի հարցերի մշտական հանձնաժողովը եւ լրագրողական 10 հասարակական կազմակերպություն համագործակցության հուշագիր էին ստորագրել մեդիա ոլորտի զարգացման քաղաքականության արդիականացման ու լրատվամիջոցների գործունեությունը կարգավորող օրենսդրության բարեփոխման վերաբերյալ: Նպատակն այն էր, որ համատեղ ջանքերով մշակեն ՀԼՄ դաշտի զարգացման հայեցակարգ, որից կբխեն հետագա օրենսդրական բարեփոխումները⁸⁰:

Բարեփոխումների շրջանակներում, ի թիվս այնի, նախատեսվում է ներդնել նաև ինքնակարգավորման կառուցակարգեր:

Ինքնակարգավորման գաղափարն այն է, որ լրատվամիջոցներն ու լրագրողները ձգտեն պրոֆեսիոնալ լրագրության, ստեղծեն ինքնակարգավորման մարմիններ՝ մասնագիտական խնդիրները, ընթերցողի կամ հեռուստադիտողի բողոքները քննարկելու, արտահատական կարգով լուծելու և այլ հարցերի կարգավորման համար: Ինքնակարգավորումը ենթադրում է նաև էթիկական լրագրություն՝ խթանելով սեփական կամ կոլեկտիվ վարքագծային կանոնների ընդունումը⁸¹:

Այս ամենի լույսի ներքո ՀՀ արդարադատության նախարարության կողմից իրավական ակտերի նախագծերի հրապարակման

միասնական կայքում (e-draft.am) 2023թ. նոյեմբերի 29-ին քննարկման է ներկայացվել «Ձանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին» ՀՀ օրենքի նախագիծը⁸² (այսուհետ՝ Նախագիծ), որը 2 հիմնական նպատակ էր հետապնդում՝ նորովի շարադրել Օրենքի հիմնական հասկացությունների մի մասը և օրենսդրական մակարդակում ներդնել լրատվամիջոցների ինքնակարգավորման ինստիտուտը: Մասնավորապես, Նախագիծով առաջարկվում է Օրենքի 3-րդ հոդվածի 1-ին մասի 1-4-րդ կետերը շարադրել հետևյալ խմբագրությամբ:

«1) լրատվական գործունեություն՝ հաղորդակցության ցանկացած միջոցով պարբերական հիմունքներով հասարակությանը հանրային նշանակության տեղեկատվություն ներկայացնելու նպատակով և խմբագրական պատասխանատվության կամ վերահսկողության ներքո իրականացվող գործունեություն:

2) զանգվածային լրատվության միջոց (այսուհետ՝ լրատվության միջոց)՝ խմբագրական պատասխանատվության կամ վերահսկողության ներքո հասարակությանը պարբերական հիմունքներով հանրային նշանակության տեղեկատվություն ներկայացնելու նպատակով օգտագործվող ցանկացած հաղորդակցության միջոց:

3) լրատվական գործունեություն իրականացնող՝ իրավաբանական կամ ֆիզիկական անձ, այդ թվում՝ անհատ ձեռնարկատեր, որի մասնագիտական գործունեությունն ուղղված է լրատվական գործունեության իրականացմանը, և որը խմբագրական պատասխանատվություն է կրում ներկայացվող տեղեկատվության բովանդակության համար, ինչպես նաև ունի որպես լրատվական գործունեություն իրականացնող գործելու մտադրություն:

Սույն կետի իմաստով որպես լրատվական գործունեություն

⁷⁹ 2024 World Press Freedom Index by Reporters Without Borders, հասանելի է <https://rsf.org/en/index>

⁸⁰ <https://media.am/hy/newsroom/2022/04/20/32448/>

⁸¹ <https://hetq.am/hy/article/155509>

⁸² <https://www.e-draft.am/projects/6552/about>

իրականացնող գործելու մտադրության առկայությունը գնահատելիս կարող են հաշվի առնվել լրատվական գործունեություն իրականացնողին հատուկ աշխատանքային մեթոդների կիրառման, ինքնաճանաչման, ինչպես նաև միջազգային չափանիշներին համապատասխանող մասնագիտական էթիկայի կանոններին հետևելու հանգամանքները, ներառյալ՝ ինքնակարգավորման միջոցների առկայությունը, այդ թվում՝ սույն օրենքով սահմանված կարգով ճանաչված ինքնակարգավորման միջոցի անդամակցելու կամ այդպիսի ինքնակարգավորման միջոց ունենալու հանգամանքները.

4) լրագրող՝ լրատվական գործունեություն իրականացնող ֆիզիկական անձ, լրատվական գործունեություն իրականացնողի համար մասնագիտական գործունեության կամ պարբերական հիմունքներով տեղեկատվության հավաքման և տարածման գործընթացում ներգրավված անձ. »:

Նախագծով առաջարկվում է Օրենքի 3-րդ հոդվածի 1-ին մասը լրացնել նոր՝ 6-9-րդ կետերով, հետևյալ բովանդակությամբ՝

«6) հանրային իրազեկման միջոց տարածող՝ լրատվական գործունեություն իրականացնող անձ կամ լրագրող, որը անդամակցում է սույն օրենքին համապատասխան ճանաչված ինքնակարգավորման միջոցի կամ ունի այդպիսի միջոց.

7) էթիկայի կանոնագիր՝ լրատվական գործունեություն իրականացնողների, լրագրողների, մասնագիտացված կազմակերպությունների, քաղաքացիական հասարակության ներկայացուցիչների կողմից կամ նրանց մասնակցությամբ՝ միջազգային չափանիշներին համապատասխան կազմված փաստաթուղթ սեփական լրագրողական էթիկայի նորմերի վերաբերյալ (այդ թվում՝ լրագրողական էթիկայի կանոնագիրք, վարքականոն, մասնագիտական էթիկայի կանոնագիրք և այլն). »:

8) ինքնակարգավորման միջոցներ՝ էթիկայի կանոնագրի դրույթների ապահովման նպատակով կամավոր կերպով ստեղծ-

ված ինքնակարգավորման մարմիններ (այդ թվում՝ մամուլի կամ մեդիա խորհուրդներ), լրատվական գործունեություն իրականացնողների ներքին ինքնակարգավորման մարմիններ (այդ թվում՝ ներքին կամ մեդիա օմբուդսմեններ).

9) ճանաչված ինքնակարգավորման միջոցներ՝ Մեդիա խորհրդի կողմից միջազգային չափանիշներին համապատասխանության հավաստում ստացած ինքնակարգավորման միջոցներ. »:

Նախագծով առաջարկվում է ներդնել նաև Մեդիա խորհուրդ և ինքնակարգավորման միջոցների ճանաչման կառուցակարգեր: Այդ նպատակով առաջարկվում է Օրենքը լրացնել նոր 6.1 հոդվածով, հետևյալ բովանդակությամբ՝

«Հոդված 6.1. Մեդիա խորհուրդը և ինքնակարգավորման միջոցների ճանաչումը

Մեդիա խորհուրդը ինքնակարգավորման միջոցների կամավորության սկզբունքի վրա հիմնված միավորում հանդիսացող, լրատվամիջոցների մասնագիտական, անկախ, ինքնակառավարվող ոչ առևտրային կազմակերպություն է:

Մեդիա խորհուրդը իրականացնում է ինքնակարգավորման միջոցների ճանաչում ինքնակարգավորման մարմինների և էթիկայի կանոնագրերի՝ միջազգային չափանիշներին համապատասխանության հավաստման միջոցով:

Մեդիա խորհրդի կողմից վարվում է հանրային իրազեկման միջոց տարածողների հրապարակային ռեեստրը. »:

Հաշվի առնելով Նախագծի կարևորությունը և դրա հնարավոր ազդեցությունը ոլորտի դերակատարների վրա՝ ՀՀ արդարադատության նախարարը 2024 թվականի հուլիսի 12-ին դիմել է «Ժողովրդավարություն՝ իրավունքի միջոցով» եվրոպական հանձնաժողովին (Վենետիկի հանձնաժողով) Նախագծի վերաբերյալ կարծիք տրամադրելու խնդրանքով:

Վենետիկի հանձնաժողովը 2024 թվականի հոկտեմբերի 14-ին

տրամադրել է իր կարծիքը (CDL-AD(2024)030)⁸³, որով ծավալուն դիտարկումներ է ներկայացրել Նախագծի վերաբերյալ և արել մի շարք առաջարկություններ, որոնք հանգում են հետևյալին՝

- վերանայել «զանգվածային լրատվության միջոց» հասկացությունը՝ ապահովելու դրա լիակատար համապատասխանությունը ԵԽ Նախարարների կոմիտեի Լրատվամիջոցների նոր հասկացության վերաբերյալ CM/Rec(2011)7 հանձնարարականին:

- լրացուցիչ հստակություն մտցնել «լրագրող» հասկացության որոշ ասպեկտների վերաբերյալ, հիմնականում կենտրոնանալով գործառնական չափանիշների վրա, ինչպիսիք են տեղեկատվության և գաղափարների տարածումը հանրային շախի համար, և «մասնագիտական գործունեություն» տերմինի վրա, եթե այն մնա օրենքի նախագծում:

- Փոփոխություններ կատարել Նախագծում՝ «լրատվական գործունեություն իրականացնող» և «հանրային իրազեկման միջոց տարածողներ» եզրույթներում հստակություն մտցնելու համար: Մասնավորապես, պետք է կոնկրետ սահմանվի այս եզրաբանության իրավական և պրակտիկ ենթատեքստը:

- Նախագծում կոնկրետ նկարագրել արտաքին մեդիայի դերակատարների թափանցիկության և ինքնակարգավորման պահանջները, ինչպես նաև կանոնակարգել ինքնակարգավորման մարմինների և ազգային կարգավորող մարմնի միջև համագործակցությունը:

- Պարզաբանել օրենքի նախագծում «նախապայման» եզրույթը լրագրողների հավատարմագրման համատեքստում: Վենետիկի հանձնաժողովը նաև առաջարկում է հստակորեն նշել հավատարմագրման հետևանքները, այդ թվում՝ առաջարկվող առավելություն-

ները և չհավատարմագրված լրագրողների համար հնարավոր խնդիրները: Սակայն, հավատարմագրումը որևէ դեպքում չի կարող օգտագործվել տեղեկատվության հասանելիության մեդիայի իրավունքը սահմանափակելու նպատակով: Հանձնաժողովը նաև առաջարկում է ներդնել բողոքարկման արդյունավետ մեխանիզմ, այն դեպքում, երբ մերժվում է լրագրողի հավատարմագրումը:

- Ապագա օրենսդրական ակտերը, Մեդիա խորհրդի կանոնադրությունը (ենթաօրենսդրական ակտերը), ինքնակարգավորման մարմինների մոդելային չափանիշները, որոնք դեռ պետք է մշակվեն, պետք է ամբողջապես համապատասխանեն միջազգային չափանիշներին:

- Հանձնաժողովը նաև առաջարկում է, որ ԶԼՄ-ների ինքնակարգավորման մարմինների, այդ թվում՝ Մեդիա խորհրդի ստեղծման առաջնային պատասխանատվությունը վերապահվի հենց լրատվամիջոցներին՝ ապահովելով նաև թվային լրատվամիջոցների ներկայացուցիչների ավելի լայն մասնակցություն: Ավելին, պատշաճ ֆինանսական ռեսուրսներ պետք է հատկացվեն՝ երաշխավորելու համար լրատվամիջոցների ինքնակարգավորման մեխանիզմների արդյունավետ գործունեությունը:

Նախագծի կարգավորումների առնչությամբ այս պահին զերծ կմնանք մեկնաբանություններ ներկայացնելուց, քանի որ Վենետիկի հանձնաժողովի առաջարկությունների հիման վրա ՀՀ արդարադատության նախարարությունը լրամշակում է Նախագիծը և առաջիկայում լրամշակված տարբերակը կներկայացվի հանրային քննարկման, որից հետո կներկայացվի ՀՀ կառավարության հաստատմանը, ապա կուղարկվի ՀՀ Ազգային ժողով:

Տեղեկատվական ոլորտում պետության կողմից իրականացված քաղաքականության արդիական դրսևորումներից կարելի է համարել 2023 թվականի դեկտեմբերի 27-ի ՀՀ վարչապետի 1319-Լ որոշմամբ հաստատված Հայաստանի Հանրապետության ապա-

⁸³ Հասանելի է [https://www.venice.coe.int/webforms/documents/default.aspx?pdffile=CDL-AD\(2024\)030-e](https://www.venice.coe.int/webforms/documents/default.aspx?pdffile=CDL-AD(2024)030-e)

տեղեկատվության դեմ պայքարի 2024-2026 թվականների հայեցակարգը և դրանից բխող գործողությունների ծրագիրը⁸⁴:

Հայեցակարգը համախմբում է կառավարության, քաղաքացիական հասարակության և քաղաքացիների ջանքերը՝ ուղղված ապատեղեկատվության դեմ պայքարին: Փաստաթուղթը նախատեսում է ապատեղեկատվության դեմ պայքարի շրջանակը, նպատակը, ժամանակակից մեթոդներն ու գործիքակազմը:

Ընդունված փաստաթուղթով սահմանվում են ապատեղեկատվության դեմ պայքարի հայեցակարգի ուղղությունները, որոնցով պետք է առաջնորդվի ՀՀ կառավարությունը հասարակության, լրատվամիջոցների և քաղաքացիական հասարակության հետ հաղորդակցվելիս: Այն նախատեսում է հրատապ և անհետաձգելի գործողությունների համալիր Հայաստանի Հանրապետությունը, նրա ինստիտուտներին և քաղաքացիներին ապատեղեկատվությունից պաշտպանելու նպատակով:

Հայեցակարգի գլխավոր նպատակն է Հայաստանի Հանրապետությունում ապահովել պատշաճ արձագանք ընդդեմ ապատեղեկատվության՝ կանխարգելելով, նվազեցնելով ու չեզոքացնելով ապատեղեկատվության ռիսկերը: Գլխավոր նպատակի շրջանակներում սահմանվել են նաև այն ենթանպատակները, որոնք ակնկալվում է իրագործել Հայեցակարգի կատարման միջոցով: Դրանք են՝

✓ Քաղաքացիական կրթության ազգային ծրագրերի միջոցով ձևավորել հանրային հակազդեցություն ապատեղեկատվության նկատմամբ:

✓ Նպաստել պաշտոնական տեղեկությունների մատչելիությանը և պրոակտիվ հաշվետվողականությանը:

✓ Ստեղծել ապատեղեկատվության, հիբրիդային տեղեկատվական գրոհների/արշավների կանխարգելման/տարածման նվազեցման և հակազդեցության գործուն մեխանիզմներ՝ հաշվի առնե-

լով, ներդնելով և տեղայնացնելով միջազգային լավագույն փորձը:

✓ Կարողությունների զարգացման ծրագրերի միջոցով հզորացնել ՀՀ պետական կառույցների կարողությունը ապատեղեկատվությունը կանխելու, հայտնաբերելու և վերլուծելու նպատակով:

Որպես ակնկալվող արդյունքներ Հայեցակարգում առանձնացված են հետևյալները՝

◇ Սույն հայեցակարգի նպատակներին և ուղղություններին միտված պետական քաղաքականության մշակում և իրականացում

◇ Քաղաքացիների մեդիաազատությունների վերաբերյալ գիտելիքի և հմտությունների զարգացում, որը կհանգեցնի ապատեղեկատվության ռիսկերի կառավարման և ապատեղեկատվության տարածման կրճատմանը,

◇ Մեդիագրագիտության հայեցակարգի և գործողությունների պլանի մշակում եւ ընդունում, դրա հիման վրա հանրակրթության մեջ մեդիագրագիտության ինտեգրման ուղեցույցների և կրթական ծրագրերի ստեղծում և դասավանդում՝ որակավորված մասնագետների կողմից,

◇ Պետական կառույցների առավել թափանցիկ, հաշվետու աշխատանքին միտված ձևաչափերի և հարթակների գործարկում, առկա ռեսուրսների բարելավում,

◇ Պետական կառույցներում հաղորդակցության մասնագետների աշխատանքի բարելավում, մեդիագրագիտության և փաստերի ստուգման հմտությունների զարգացում,

◇ Ապատեղեկատվության դեմ պայքարում պետություն - մասնավոր հատվածի ակտիվ փոխգործակցության ապահովում, մասնավոր հատվածի թափանցիկության ու հաշվետվողականության բարելավում:

ՀՀ կառավարության ապատեղեկատվության դեմ պայքարի հայեցակարգը ներառում է 3 ռազմավարական ուղղություն՝ համապատասխան 12 գործողությունների համալիրով:

⁸⁴ Հասանելի է <https://www.e-gov.am/decrees/item/26645/>

Ուղղություն	Գործողություն
1. Հզորացնել ՀՀ ինստիտուտների կարողությունը՝ ապատեղեկատվությունը կանխելու, հայտնաբերելու, արձագանքելու և վերլուծելու նպատակով	1.1 Բարելավել պետական կառույցների ռազմավարական հաղորդակցությունը և հզորացնել հաղորդակցության ստորաբաժանումների մարդկային, ֆինանսական և տեխնիկական ռեսուրսները 1.2 Բարելավել պետական կառավարման մարմինների պրոակտիվ հրապարակայնությունը 1.3 Ներդնել պետական կառույցների թափանցիկության և հաշվետվողականության գնահատման համակարգ
2. Փոխգործակցության բարելավում և մասնավոր հատվածի մոբիլիզացիա	2.1 Փոխգործակցության և երկխոսության բարելավում 2.2 Փոխգործակցություն փաստեր ստուգող հարթակների հետ 2.3 Փոխգործակցություն մեդիայի համակարգավորման եւ ինքնակարգավորման խթանման նպատակով 2.4 Մասնավոր հատվածի ներգրավում եւ մոբիլիզացիա
3. Բարձրացնել իրազեկումը և մեդիաազատությունների ու մեդիագրագիտության վերաբերյալ կրթության մակարդակը՝ ձևավորելով ապատեղեկատվության հանդեպ հանրային դիմակայություն	3.1 Մեդիագրագիտության հայեցակարգի, գործողությունների պլանի կամ քյուջետային ծրագրերի մշակում և ընդունում՝ ներառական ձևաչափով 3.2 Մեդիագրագիտության ինտեգրում կրթության մեջ 3.3 Հանրակրթությունից դուրս մնացած խմբերի հետ աշխատանք 3.4 Հանրային (այդ թվում՝ համայնքային) ծառայողների վերապատրաստումներ և կարողությունների զարգացում

ՀՀ վարչապետի որոշմամբ հաստատվել է նաև Հայեցակարգից բխող գործողությունների ծրագիրը, որը թվարկում է հայեցակարգի իրացման գործողությունները (ընդհանուր 26 գործողություն)՝ իրենց ենթագործողություններով, դրանց կատարման վերջնաժամկետները, ակնկալվող արդյունքները՝ ըստ տարիների (2024թ., 2025թ., 2026թ.), կատարման պատասխանատուները և ֆինանսավորման աղբյուրները:

Օբյեկտիվ տեղեկատվություն ստանալու իրավունքի կարևորությունը հատկապես ընդգծվում է արտակարգ իրավիճակներում և ցավոք տարբեր պատճառներով հաճախ փորձ է արվում հասարակության շրջանում տարածել ապատեղեկատվություն, այդ թվում՝ քառս և խուճապ ստեղծելու նպատակով:

Այս խնդրին ուղղակի անդրադարձ կա նաև Հայեցակարգում, որում նշվում է, որ արտակարգ իրավիճակների, պատերազմական գործողությունների, ինչպես նաև ճգնաժամային այլ իրավիճակների ընթացքում ապատեղեկատվության տարածման ծավալները զգալիորեն աճում են, որը կարող է հանգեցնել հանրության շրջանում խուճապային տրամադրության առաջացմանը, նպաստել հանրության բևեռացմանը՝ դժվարացնելով կեղծ տեղեկատվական հոսքերի կառավարելիությունը: Ապատեղեկատվության տարածմանը կարող են նաև նպաստել կեղծ ահազանգերը, որոնք կարող են բնակչության շրջանում առաջացնել խուճապ և խաթարել պետական մարմինների և կազմակերպությունների անխափան գործունեությունը: Արդյունքում օգնություն ակնկալող քաղաքացիները հնարավոր է զրկվեն օպերատիվ և ժամանակին սպասարկումից⁸⁵:

Այս առումով նշենք, որ «Դաճական դրության իրավական ռե-

⁸⁵ Տես Հայաստանի Հանրապետության ապատեղեկատվության դեմ պայքարի 2024-2026 թվականների հայեցակարգը, էջ 6, հասանելի է https://www.e-gov.am/u_files/file/decrees/varch/GV65-3FA5-9437-87B6/1319.1.pdf

Ժիմի մասին» ՀՀ օրենքը⁸⁶ և «Արտակարգ դրության իրավական ռեժիմի մասին» ՀՀ օրենքը⁸⁷ սահմանում են նման իրավիճակներում տեղեկատվության տարածման որոշակի սահմանափակումներ: Մասնավորապես, «Ռազմական դրության իրավական ռեժիմի մասին» ՀՀ օրենքի 8-րդ հոդվածը, որը կարգավորում է ռազմական դրություն հայտարարվելու դեպքում իրականացվող միջոցառումները և ժամանակավոր սահմանափակումները, ամրագրում է, որ ռազմական դրության ամբողջ ժամկետի ընթացքում օրենքով սահմանված կարգով կարող է իրականացվել կարծիքի արտահայտման ազատության սահմանափակում, ինչպես նաև տպագրող սարքերի, ռադիոհեռարձակող, ձայնաուժեղացնող տեխնիկական միջոցների, բազմացնող տեխնիկայի ժամանակավոր առգրավում կամ կալանք, լրագրողների հավատարմագրման հատուկ կարգի, կապի միջոցներից օգտվելու հատուկ կանոնների սահմանում (8-րդ հոդվածի 1-ին մասի «Ժբ» կետ):

Նմանատիպ դրույթ նախատեսված է նաև է «Արտակարգ դրության իրավական ռեժիմի մասին» ՀՀ օրենքի 7-րդ հոդվածում, որը սահմանում է արտակարգ դրության ընթացքում արտակարգ դրության տարածքում կիրառվող միջոցառումները և իրավունքների ու ազատությունների ժամանակավոր սահմանափակումները, ի թիվս որոնց կարող է սահմանափակվել նաև կարծիքի արտահայտման ազատությունը, մասնավորապես զանգվածային լրատվության միջոցներով առանձին հրապարակումների և հաղորդումների արգելման տեսքով (7-րդ հոդվածի 1-ին մասի 12-րդ կետ):

Ջուզահեռաքար նշենք, որ «Տեսալսողական մեդիայի մասին» ՀՀ օրենքը ևս կարգավորումներ է պարունակում ռազմական և ար-

տակարգ դրության ժամանակ պաշտոնական լրատվության տարածումն ապահովելու և ապատեղեկատվության դեմ պայքարն առավել արդյունավետ դարձնելու համար: Մասնավորապես, այդ օրենքի 12-րդ հոդվածի համաձայն՝ հեռարձակողները պարտավոր են ռազմական կամ արտակարգ դրության ժամանակ վարչապետին կամ արտակարգ դրության ընթացքում ի պաշտոնե արտակարգ դրության տարածքի պարետ հանդիսացող պաշտոնյային հատկացնել եթերաժամանակ՝ պաշտոնական հաղորդագրություն կատարելու համար:

Այս նպատակով Հեռարձակողների կողմից եթերաժամանակի հատկացման կարգը և պայմանները սահմանում է կարգավորող պետական մարմինը:

«Տեսալսողական մեդիայի մասին» ՀՀ օրենքը ռազմական կամ արտակարգ դրության ժամանակ Հեռարձակողների տեղեկատվության տարածման սահմանափակումների կիրառման շրջանակների մասով հղում է տալիս «Ռազմական դրության իրավական ռեժիմի մասին» և «Արտակարգ դրության իրավական ռեժիմի մասին» ՀՀ օրենքներին (Տեսալսողական մեդիայի մասին օրենքի 12-րդ հոդվածի 3-րդ մաս):

Թեպետ այս օրենքները որոշակի լուծումներ նախատեսում են ռազմական և արտակարգ դրությունների ժամանակ ապատեղեկատվության տարածումը կանխելու և գրագետ տեղեկատվական քաղաքականություն վարելու առումով, այնուամենայնիվ տեխնոլոգիաների և մեդիադաշտի արագ փոփոխությունների և Հայեցակարգի շրջանակներում վեր հանված մարտահրավերների պայմաններում այդ լուծումները բավարար գնահատվել չեն կարող և հուսանք Հայեցակարգից բխող գործողությունները իրական հնարավորություն կտան ոլորտում առկա վիճակը լավարկելու համար:

⁸⁶ Ընդունվել է 2006 թվականի դեկտեմբերի 5-ին, հասանելի է <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=147114>

⁸⁷ Ընդունվել է 2012 թվականի մարտի 21-ին, հասանելի է <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=142153>

ԳԼՈՒԽ 3. ԶԱՆԳՎԱԾԱՅԻՆ ԼՐԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ՄԻՋՈՑՆԵՐԻ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆ ԳՈՐԾԸՆԹԱՑՆԵՐԻ ՎՐԱ

3.1. Զանգվածային լրատվության միջոցների դերը Հայաստանի Հանրապետությունում քաղաքացիների քաղաքական կամքի ձևավորման գործում

Տեղեկատվական դարաշրջանում ապրող ժամանակակից հասարակությունը չափազանց ենթակա է տարասեռ և բազմազան տեղեկատվական հոսքերի ազդեցությանը: Հաշվի առնելով այն փաստը, որ զանգվածային լրատվության միջոցները հասարակության քաղաքական համակարգի բաղադրիչներից մեկն են, ակնհայտ է թվում, որ զանգվածային լրատվության միջոցներն էապես ազդում են ընդհանուր առմամբ քաղաքական գործընթացների վրա:

Քաղաքացիների քաղաքական կամքի ձևավորման գործում ԶԼՄ-ների դերին անդրադառնալուց առաջ անհրաժեշտ է պարզել, թե որոնք են ՀՀ-ում սահմանադրական կարգի քաղաքական հիմունքները և քաղաքական իրավունքների սահմանադրական հիմքերը, որոնց շրջանակներում դրսևորվում է այդ նույն քաղաքական կամքը: ***Կախված նրանից, թե ինչպիսին կլինեն սահմանադրական կարգի հիմունքները, քաղաքական համակարգի բնութագիրը, պետական ռեժիմը, ԶԼՄ-ների դերը քաղաքացիների քաղաքական կամքի ձևավորման գործում փարբեր կլինի, և, որ ավելի կարևոր է, քաղաքացիների քաղաքական կամքը փարբեր կերպ կդրսևորվի:***

Պետությունների մեծ մասում սահմանադրական կարգի հիմունքները սահմանող նորմերը ներառված են կամ Սահմանադրությո-

յան առանձին գլուխներում, կամ դրա համար հատուկ նախատեսված առանձին գլխում: Այսպես, օրինակ, Իտալիայի 1947 թվականի Սահմանադրությունում⁸⁸ սահմանադրական համակարգի հիմունքները սահմանող նորմեր պարունակվում են ինչպես ներառական մասում, որը կոչվում է «Հիմնական սկզբունքներ», այնպես էլ առաջին մասում, որի գլուխները վերնագրված են «Քաղաքացիական հարաբերություններ», «Բարոյասոցիալական հարաբերություններ», «Տնտեսական հարաբերություններ» և «Քաղաքական հարաբերություններ»: Այս կերպ սահմանադրական կարգի հիմունքներն ամրագրված են նաև Իսպանիայի 1978 թվականի Սահմանադրության մեջ⁸⁹:

Ոչ այնքան հաճախ, բայց, այնուամենայնիվ, վերջին երեք-չորս տասնամյակների ընթացքում ընդունված սահմանադրությունների շարքում կան նաև այնպիսի սահմանադրություններ, որոնցում տարբեր գլուխներ են նվիրված սահմանադրական կարգի հիմունքներին: Ամենավառն Ուզբեկստանի Սահմանադրության⁹⁰ օրինակն է, որում սահմանադրական կարգի հիմունքներին նվիրված է ամբողջ առաջին՝ «Հիմնական սկզբունքներ» բաժինը, որն իր մեջ ներառում է 4 գլուխ՝ նվիրված պետական ինքնիշխանությանը, ժողովրդավարությանը, Սահմանադրության և օրենքի գերակայությանը, արտաքին քաղաքականությանը: Այնուհետև երրորդ՝ «Հասարակություն և անհատականություն» վերնագրով բաժինը չորս գլուխների շրջանակներում անդրադառնում է հասարակության տնտեսական հիմունքներին, քաղաքացիական հասարակության ինստիտուտներին, ընտանիքին, երեխաներին և երիտասարդությանը, զանգվածային լրատվության միջոցներին: Սահմանադրությո-

⁸⁸ https://www.cortecostituzionale.it/documenti/download/pdf/The_Constitution_of_the_Italian_Republic.pdf (ղիմելու ամսաթիվը՝ 17.10.2024)

⁸⁹ https://www.senado.es/web/conocersenado/normas/constitucion/detalle_constitucioncompleta/index.html?lang=en (ղիմելու ամսաթիվը՝ 17.10.2024)

⁹⁰ <https://constitution.uz/ru> (ղիմելու ամսաթիվը՝ 17.10.2024)

յան չորրորդ բաժնում, որը նվիրված է վարչատարածքային և պետական կառուցվածքին, 16-րդ գլուխն անդրադառնում է Ուզբեկստանի Հանրապետության վարչատարածքային կառուցվածքի հարցերին: Ղրղզստանի Հանրապետության Սահմանադրությունը⁹¹ սահմանադրական կարգի հիմունքներին է նվիրել ամբողջ առաջին բաժինը, որը ներառում է 3 գլուխ՝ նվիրված սահմանադրական կարգի քաղաքական, սոցիալ-տնտեսական հիմունքներին և հասարակության հոգևոր-մշակութային հիմունքներին:

Սակայն վերջին մի քանի տասնամյակների ընթացքում ընդունված սահմանադրությունների շրջանակներում ամենից հաճախ սահմանադրական կարգի հիմունքներն ընդգրկվում են առանձին գլխում: Այդպիսիք են ԱՊՀ երկրների մեծամասնության սահմանադրությունները: Օրինակ՝ սահմանադրական կարգի հիմունքներին նվիրված է Բելառուսի⁹², Ռուսաստանի⁹³ և Տաջիկստանի⁹⁴ Սահմանադրությունների 1-ին գլուխները, Ղազախստանի⁹⁵ Սահմանադրության 1-ին գլուխը՝ «Ընդհանուր դրույթներ» վերնագրով, Մոլդովայի⁹⁶ Սահմանադրության 1-ին բաժինը՝ «Հիմնական սկզբունքներ» վերնագրով: Արևելաեվրոպական երկրների շարքում այդպիսիքն են Բուլղարիայի Սահմանադրությունը⁹⁷ (գլուխ 1 «Հիմ-

նական հիմունքներ»), Լատվիայի Սահմանադրությունը⁹⁸ (գլուխ 1 «Ընդհանուր դրույթներ»), Խորվաթիայի Սահմանադրությունը⁹⁹ (բաժին II «Հիմնական դրույթներ») և այլն: Նույն մոտեցումն ամրագրված է նաև Հայաստանի Հանրապետության Սահմանադրության¹⁰⁰ մեջ, որի 1-ին գլուխը նվիրված է սահմանադրական կարգի հիմունքներին:

Ավանդաբար, սահմանադրական համակարգի քաղաքական հիմունքները սահմանվում են որպես հասարակական հարաբերություններ, որոնք ծագում են պետության կառավարման և հանրային իշխանության կազմակերպման կապակցությամբ: Քաղաքական հարաբերություններին հաճախ մեծ դեր է տրվում տարբեր երկրների սահմանադրություններում: Սահմանադրական կարգի քաղաքական հիմունքների շրջանակներում ավանդաբար առանձնանում են հետևյալ իրավական ինստիտուտները.

Հանրային իշխանության համակարգ: Արտասահմանյան երկրների սահմանադրություններում, առաջին հերթին, սահմանվում են իշխանության համակարգին վերաբերող նորմերը, որոնք արտացոլում են այս երկրում իշխանության միասնության (հիմնականում սոցիալիստական երկրներում) կամ իշխանությունների տարանջատման (հիմնականում ժողովրդավարական երկրներում) սկզբունքները, ինչը ենթադրում է իշխանության երեք անկախ ճյուղերի առկայություն՝ օրենսդիր, գործադիր և դատական:

Ինքնիշխանություն: Ենթադրվում է, որ «ինքնիշխանություն» տերմինը (ֆրանսերեն՝ «souverainete» նշանակում է գերակայութ-

⁹¹<https://cbd.minjust.gov.kg/112213/edition/1202952/ru?ysclid=m5k8hooovc299872202> (ղիմելու ամսաթիվը՝ 17.10.2024)

⁹²<http://www.kc.gov.by/document-1013> (ղիմելու ամսաթիվը՝ 17.10.2024)

⁹³https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399 (ղիմելու ամսաթիվը՝ 17.10.2024)

⁹⁴<https://www.mfa.tj/ru/main/tadzhikistan/konstitutsiya?ysclid=m5k8ajzhoy93946444> (ղիմելու ամսաթիվը՝ 17.10.2024)

⁹⁵https://www.akorda.kz/ru/official_documents/constitution (ղիմելու ամսաթիվը՝ 17.10.2024)

⁹⁶https://www.constcourt.md/public/files/file/Actele%20Curtii/acte_en/MDA_Constitution_EN.pdf (ղիմելու ամսաթիվը՝ 17.10.2024)

⁹⁷<https://www.parliament.bg/en/const> (ղիմելու ամսաթիվը՝ 17.10.2024)

⁹⁸<https://www.saeima.lv/en/legislative-process/constitution> (ղիմելու ամսաթիվը՝ 17.10.2024)

⁹⁹<https://www.usud.hr/sites/default/files/dokumenti/The consolidated text of the Constitution of the Republic of Croatia as of 15 January 2014.pdf> (ղիմելու ամսաթիվը՝ 17.10.2024)

¹⁰⁰<https://www.arlis.am> (ղիմելու ամսաթիվը՝ 17.10.2024)

յուն) առաջին անգամ ներառվել է XVI դարի ֆրանսիական օրենսդրության մեջ ժան Բադենի կողմից, ով այս հասկացության մեջ տեսնում էր պետության մշտական և բացարձակ իշխանություն՝ ի դեմս բռնապետի: Ժամանակակից սահմանադրական իրավունքում պետության ինքնիշխանությունը նշանակում է պետական իշխանության կայունություն, գերակայություն և անկախություն, որն արտահայտվում է պետության ներքին և արտաքին քաղաքականության մեջ:

Քաղաքական համակարգի բնութագիր: Սահմանադրական կարգի քաղաքական հիմունքների շրջանակներում այն իր ուրույն արտահայտությունն է գտնում պետության բնութագրերի (ինքնիշխան, անբաժանելի, իրավական, ժողովրդավարական, սոցիալական, աշխարհիկ և այլն), կառավարման ձևի, քաղաքական ռեժիմի և այլնի կապակցությամբ: Ժամանակակից աշխարհում պետությունը կարող է որակավորվել որպես ժողովրդավարական, եթե դրանում գործում են պետական ռեժիմի հետևյալ ասպեկտները.

- ✓ Ժողովրդաիշխանության սկզբունքը. ժողովուրդը ճանաչվում է որպես պետական իշխանության միակ աղբյուր, ժողովրդի կողմից քաղաքական իշխանության ձևավորումը,
- ✓ պետական իշխանության մարմինների ընտրելիությունը,
- ✓ մարդու իրավունքների և ազատությունների ճանաչում և երաշխավորում,
- ✓ քաղաքական և գաղափարական բազմակարծություն, բազմակուսակցական համակարգ,
- ✓ իշխանությունների տարանջատման սկզբունք,
- ✓ տեղական ինքնակառավարման համակարգի առկայություն:

Քաղաքացիների վերաբերմունքը նշված ինստիտուտների նկատմամբ, նրանց ներգրավվածությունը նշված սկզբունքների իրականացմանը պահանջում է ձևավորված քաղաքական կամք: Քաղաքացիների քաղաքական կամքը ձևավորվում է մի գործընթացի միջոցով, որը ներառում է տարբեր ասպեկտներ, ինչպիսիք են

քաղաքացիների կողմից իրենց քաղաքական իրավունքների և պարտականությունների գիտակցումը, մասնակցությունը երկրի հասարակական և քաղաքական կյանքին, կարծիքների փոխանակումը, բանավեճերը և որոշումների կայացումը ժողովրդավարական գործընթացների շրջանակներում: Այն ձևավորվում է հասարակական կարծիքի հիման վրա, սակայն անպայմանորեն ներառում է քաղաքական ակտիվության տարրեր (ընտրություններին, հանրաքվեներին և քաղաքացիական նախաձեռնություններին մասնակցություն, ամենալայն դրսևորմամբ միավորվելու իրավունքի իրացում, կուսակցության ստեղծում, կուսակցությանը կամ հասարակական կազմակերպությանն անդամակցություն, արհմիությունների գործունեությանը մասնակցություն և այլն), հավաքների իրավունքի իրացում (բողոքներին, հանրահավաքներին և քաղաքացիական մասնակցության այլ ձևերին մասնակցություն):

Անվիճելի է, որ ԶԼՄ-ները հսկայական ազդեցություն ունեն քաղաքացիների քաղաքական կամքի ձևավորման վրա: Քաղաքականությունը, որպես հասարակական գործունեության մի տեսակ, մյուսներից ավելին ունի հաղորդակցման գործընթացների և տեղեկատվության փոխանակման հատուկ միջոցների կարիք: Եթե, օրինակ, տնտեսությունը կարող է գործել շուկայական ինքնակարգավորման հիման վրա՝ մարդկանց փոխազդեցության սահմանափակ, հիմնականում անմիջական ձևերով, ապա քաղաքականությունն անհնար է առանց հաղորդակցության միջնորդավորված ձևերի և իշխանության տարբեր կրողների միջև կապի հատուկ միջոցների, ինչպես նաև պետության և քաղաքացիների միջև:¹⁰¹ Քաղաքականության բնույթն է դա պահանջում՝ հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ այն ենթադրում է ակտիվ գործունեություն՝ ուղղված հավաքական, հասարակական նպատակների իրականացմանը,

¹⁰¹ Швидунова А. СМИ как субъект политического процесса и инструмент политических технологий // Աղբյուր՝ https://pr-club.com/pr_lib/pr_raboty/earlier/techn_13.htm (ղիմելու ամսաթիվը՝ 12.12.2024)

ինչը, անկասկած, նախատեսված է առանձին անհատների և հասարակության կողմից դրա ընկալման համար:

Ձանգվածային լրատվության միջոցները ձևավորում են քաղաքացիների պատկերացումները երկրի և աշխարհի մասին: Նման պատկերի օբյեկտիվությունն առաջին հերթին կախված է ՁԼՄ-ների բազմազանությունից, տեղեկատվական դաշտում տարբեր տեսակետների առկայությունից: Թվային հեռահաղորդակցման գլոբալ ցանցերի զարգացումը զգալիորեն ուժեղացրել է զանգվածային հաղորդակցության միջոցների ազդեցությունը քաղաքացիների աշխարհայացքի ձևավորման և արժեքային կողմնորոշման վրա¹⁰²: Միևնույն ժամանակ, զարգացող տեղեկատվական հասարակության պայմաններում ՁԼՄ-ները ձեռք բերեցին մի փոքր այլ դեր, քան նրանք կատարում էին նախատեղեկատվական հասարակության մեջ:

Այսպիսով, եթե Պ. Բերգերի և Թ. Լուքմանի¹⁰³ դասական սոցիալական տեսության համաձայն՝ նախկինում ենթադրվում էր, որ լրատվամիջոցներն արձանագրում էին իրականությունը, սոցիալական աշխարհի օբյեկտիվ պատկերը, փոխանցում էին փաստեր, նկարագրում էին իրադարձություններն ու պատմությունը, վերլուծում առկա իրողությունը, սպասարկում էին հանրային շահը, ապահովում էին հավասարակշռություն և կայունություն հասարակության մեջ, ընդհանուր առմամբ հասարակական կարգը, որի բնական մասն էին կազմում ՁԼՄ-ները, ապա այժմ թվայնացման և մեդիա-

տիզացիայի պայմաններում, ըստ հետազոտողներ Ն. Քոուլդրիի և Ա. Հեփի¹⁰⁴, օբյեկտիվ իրականությունը լսարանի համար գոյություն ունի մեդիայի դիտադաշտով: «Ըստ էության, մեդիան ոչ միայն սուբյեկտիվության այս կամ այն աստիճանով վերարտադրում է օբյեկտիվ իրականության իրողությունները, այլև ինքն է լսարանի գիտակցության մեջ ստեղծում այդ օբյեկտիվ, իսկ իրականում՝ սուբյեկտիվ իրականության նոր տեսակը: Վիրտուալ իրականությունը կամ մեդիաիրականությունն իրենց հերթին ձևավորում են նոր սոցիալական աշխարհ՝ հասարակական-քաղաքական և մշակութային արժեքների, նորմերի և գիտելիքների արտադրության և տարածման իրենց հատուկ կանոններով: Այսօրվա դրությամբ հետազոտողները մեդիատիզացիայի գործընթացը համարում են հասարակության նոր վիճակ, այլ ոչ թե դրա ժամանակավոր բնութագիր, ինչը մեդիային տալիս է հատուկ կարգավիճակ՝ կապված ՁԼՄ-ների վերահսկողական և կարգավորող գործառույթների հետ»¹⁰⁵:

Հասարակության քաղաքական համակարգը, որի առանցքը պետությունն ինքն է՝ ի դեմս պետական իշխանության մարմինների և ինստիտուտների, կառավարում է հասարակությունը և դրա համար օգտագործում է տարբեր գործիքակազմ, ներառյալ՝ ՁԼՄ-ները: Ըստ Ս. Լիվինգսթոնի և Պ. Լանթի, լրատվամիջոցները որոշիչ դեր են խաղում ժամանակակից քաղաքական գործընթացում, քանի որ նույնիսկ ժողովրդավարության էլիտար ձևերում պետությանը պահանջվում է որոշակի միջնորդավորված հաղորդակցություն բնակչության հետ՝ համաձայնություն ստանալու համար: Արտահայտման

¹⁰² Մանրաման՝ **Зимин В.А.** Роль СМИ в формировании политической культуры и развитии институтов гражданского общества в России // Известия Саратовского университета. 2012. Т. 12. Сер. Социология. Политология, вып. 1, с. 91-94.

¹⁰³ **Berger P.L., Luckmann T.** The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge. 1966, New York: Doubleday & Company. // Հղումն ըստ՝ **Бегларян А., Алесян М., Вагаршян А.Б.** Развитие парламентаризма в Республике Армения / А. Бегларян и др. – Ер.: Изд.-во «Айрапет», 2024, с. 54.

¹⁰⁴ **Couldry N., Hepp A.** The Mediated Construction of Reality. 2016, Cambridge: Polity. // Հղումն ըստ՝ **Бегларян А., Алесян М., Вагаршян А.Б.** Развитие парламентаризма в Республике Армения / А. Бегларян и др. – Ер.: Изд.-во «Айрапет», 2024, с. 54.

¹⁰⁵ **Бегларян А., Алесян М., Вагаршян А.Б.** Развитие парламентаризма в Республике Армения / А. Бегларян и др. – Ер.: Изд.-во «Айрапет», 2024, с. 54-55.

ազատությունը երկար ժամանակ դիտվում էր որպես անհատի իրավունքները քաղաքական բռնակալությունից պաշտպանելու անհրաժեշտություն. համաձայնության միջոցով լեգիտիմացված կառավարությունը կախված է ազատ մամուլից: Այնուամենայնիվ, այս միջնորդությունը չեզոք չէ, այլ ազդում է այն բանի վրա, թե ինչպես են քաղաքական գործընթացները հաղորդակցվում¹⁰⁶: Այսօր անկախ ՋԼՄ-ները դիտարկվում են որպես ժողովրդավարական պետության անհրաժեշտ նախադրյալ, սակայն ՋԼՄ-ների անկախության կայացման ճանապարհը երկար է եղել¹⁰⁷: «Ազատ, բազմազան և անկախ զանգվածային լրատվության միջոցներն անհրաժեշտ են ցանկացած հասարակության մեջ՝ խթանելու և պաշտպանելու կարծիքի և արտահայտվելու ազատությունը և մարդու այլ իրավունքները: Նպաստելով հասարակական շահ ներկայացնող գործերում տեղեկատվության և գաղափարների ազատ հոսքին և ապահովելով թափանցիկություն և հաշվետվողականություն՝ անկախ ՋԼՄ-ները ժողովրդավարական հասարակության հիմնաքարերից մեկն են հանդիսանում: Առանց արտահայտվելու ազատության և ՋԼՄ-ների ազատության չի կարող գոյություն ունենալ տեղեկացված, ակտիվ և նախաձեռնող քաղաքացիական բնակչություն», - ասված է «Համացանցում և դրանից դուրս արտահայտվելու ազատության ոլորտում մարդու իրավունքների վերաբերյալ ԵՄ ուղեցույցի» 4-րդ

¹⁰⁶ **Livingstone, S., and Lunt, P.** The Mass Media, Democracy and the Public Sphere. In *Talk on Television: Audience participation and public debate*. London: Routledge, 1994, pp. 9-35. // Աղբյուր՝ https://eprints.lse.ac.uk/48964/1/Amended%20Livingstone_Mass_media_democaracy.pdf (դիմելու ամսաթիվ՝ 15.12.2024)

¹⁰⁷ Մանրամասն տես՝ **Кин Дж.** Средства массовой информации и демократия / Пер. с англ., М., Наука, 1993 // Աղբյուր՝ https://www.johnkeane.net/wp-content/uploads/2015/02/media_dc_russian.pdf (դիմելու ամսաթիվ՝ 15.12.2024)

կետում (SN 10232/14)¹⁰⁸:

Այսօր արտահայտման ազատությունն ու լրատվամիջոցների անկախությունը երաշխավորվում են ինչպես միջազգային, այնպես էլ ազգային իրավունքի շրջանակներում: Կարծիքի և արտահայտվելու ազատության հետ կապված միջազգային աղբյուրների ոչ ամբողջական ցանկը ներառում է 1948թ. Մարդու իրավունքների համընդհանուր հռչակագիրը, 1966թ. Քաղաքացիական և քաղաքական իրավունքների մասին միջազգային դաշնագիրը, 1965թ. Ռասայական խտրականության բոլոր ձևերի վերացման մասին միջազգային կոնվենցիան, 1989թ. Երեխայի իրավունքների մասին կոնվենցիան, 1950թ. Մարդու իրավունքների և հիմնարար ազատությունների պաշտպանության մասին Եվրոպական կոնվենցիան, 1990թ. ԵԱՀԽ Մարդկային չափանիշի խորհրդաժողովի Կոպենհագենի խորհրդակցության փաստաթուղթը, 2009թ. Պաշտոնական փաստաթղթերի հասանելիության մասին Եվրոպայի խորհրդի կոնվենցիան և այլն:

ՀՀ Սահմանադրության 42-րդ հոդվածը սահմանում է.

«1. Յուրաքանչյուր ոք ունի իր կարծիքն ազատ արտահայտելու իրավունք: Այս իրավունքը ներառում է սեփական կարծիք ունենալու, ինչպես նաև առանց պետական և տեղական ինքնակառավարման մարմինների միջամտության և անկախ պետական սահմաններից՝ տեղեկատվության որևէ միջոցով տեղեկություններ ու գաղափարներ փնտրելու, ստանալու և տարածելու ազատությունը:

2. Մամուլի, ռադիոյի, հեռուստատեսության և տեղեկատվական այլ միջոցների ազատությունը երաշխավորվում է: Պետությունը երաշխավորում է տեղեկատվական, կրթական, մշակութային և ժամանցային բնույթի հաղորդումների բազմազանություն առաջարկող

¹⁰⁸ Աղբյուր՝ https://www.eas.europa.eu/sites/default/files/eu_human_rights_guidelines_on_freedom_of_expression_online_and_offline_ru.pdf (դիմելու ամսաթիվ՝ 4.11.2024)

անկախ հանրային հեռուստատեսության և ռադիոյի գործունեությունը:

3. Կարծիքի արտահայտման ազատությունը կարող է սահմանափակվել միայն օրենքով՝ պետական անվտանգության, հասարակական կարգի, առողջության և բարոյականության կամ այլոց պատվի ու բարի համբավի և այլ հիմնական իրավունքների և ազատությունների պաշտպանության նպատակով»:

«Համացանցում և դրանից դուրս արտահայտվելու ազատության ոլորտում մարդու իրավունքների վերաբերյալ ԵՄ ուղեցույցի» (SN 10232/14)¹⁰⁹ 2-րդ կետում ասվում է. «Կարծիքի և արտահայտվելու ազատությունն անհրաժեշտ է մարդու մի շարք այլ իրավունքների իրականացման և օգտագործման համար, ներառյալ՝ հավաքների և միավորումների ազատությունը, մտքի, կրոնի կամ հավատքի ազատությունը, կրթության իրավունքը, մշակութային կյանքին մասնակցելու իրավունքը, քվեարկելու իրավունքը և բոլոր այլ քաղաքական իրավունքները, որոնք կապված են հասարակական գործերին մասնակցելու հետ: Ժողովրդավարությունը չի կարող գոյություն ունենալ առանց դրանց»: Կարծիքի և արտահայտվելու ազատության իրացման գործում կորսնորվի նաև քաղաքացիների քաղաքական կամքը, ինչն առանձնահատուկ հետաքրքրություն է ներկայացնում սույն հետազոտության շրջանակներում: Քաղաքացիների քաղաքական կամքի արտահայտման ձևերը կարող են տարբեր լինել և կախված են հասարակության ժողովրդավարական զարգացման մակարդակից: Քաղաքացիների քաղաքական կամքի արտահայտման հիմնական ձևերն են.

1. Ընտրությունները, հանրաքվեները և քաղաքացիական նախաձեռնությունները, որոնք թույլ են տալիս քաղաքացիներին ուղ-

ղակիորեն մասնակցել իշխանության ձևավորմանը և իրենց քաղաքական կամքի արտահայտմանը: Քաղաքացիներն ընտրում են իրենց ներկայացուցիչներին իշխանության մարմիններում, քվեարկում են հանրաքվեներին կարևոր որոշումների համար կամ մասնակցում են (նախաձեռնելու կամ միանալու միջոցով) քաղաքացիական նախաձեռնություններին:

2. Զանգվածային միջոցառումները. հավաքների ազատության իրացում, հանրահավաքներին, ցույցերին, հանրագրերին, երթերին և իրենց քաղաքական կամքի զանգվածային արտահայտման այլ ձևերին մասնակցություն:

3. Միավորումները. քաղաքացիները կարող են անդամակցել քաղաքական կուսակցություններին, հասարակական կազմակերպություններին կամ ինքնուրույն ստեղծել դրանք՝ որոշումների կայացման վրա ազդելու և կոլեկտիվ գործողության միջոցով քաղաքական կամք ձևավորելու համար:

4. Զանգվածային լրատվության միջոցները (հաղորդակցություն). քաղաքացիները կարող են իրենց քաղաքական կամքն արտահայտել լրատվամիջոցների միջոցով, ինչպիսիք են թերթերը, հեռուստատեսությունը, ռադիոն, համացանցը և սոցիալական ցանցերը՝ հրապարակելով իրենց կարծիքները, առաջարկությունները կամ քննադատությունները:

Կարևոր է նաև հասկանալ, թե ինչպիսին է երկրում քաղաքական ռեժիմը, որքանով է իրական քաղաքացիների մասնակցությունը պետական մարմինների ձևավորմանը, քաղաքական որոշումների կայացմանը, որքանով է երաշխավորված նրանց իրավունքների իրացումը և այլն: Այսպիսով, ԶԼՄ-ները տարբեր կերպ են ազդելու քաղաքացիների քաղաքական կամքի ձևավորման վրա՝ կախված նրանից, թե սահմանադրական կարգի հիմունքների շրջանակներում ամրագրված է իշխանության միասնության սկզբունքը, թե իշխանությունների տարանջատման սկզբունքը, արդյոք երկրում

¹⁰⁹ Աղբյուրը՝ https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/eu_human_rights_guidelines_on_freedom_of_expression_online_and_offline_ru.pdf (դիմելու ամսաթիվը՝ 4.11.2024)

ապահովված է միակուսակցական կամ բազմակուսակցական համակարգ, արդյոք երաշխավորված է գաղափարախոսական բազմազանությունը, մարդու իրավունքների պաշտպանության ինչպիսի երաշխիքներ և կառուցակարգեր են իրականում գործում և այլն:

Յուրաքանչյուր ժամանակակից պետություն, ինչպես նշում են Կ.Ա. Ջենինը և Վ.Ա. Իշունինը, ունի քաղաքական հաղորդակցությունը պայմանավորող՝ «իշխանություն-մամուլ-հասարակություն» սխեմայում հարաբերությունների կառուցման իր առանձնահատկությունները: Տվյալ փոխհարաբերությունների ուսումնասիրության պատմությունը (Յու. Հաբերմասի աշխատություններից մինչև Ժամանակակից ուսումնասիրություններ) ուսումնասիրում է երկու հիմնական մոդել:

1. Ավանդական քաղաքական հաղորդակցություն, որում փոխհարաբերությունների նախաձեռնողն իշխանությունն է: Հաղորդակցության այս տեսակը հաճախ ժողովրդից հետադարձ կապ չի պահանջում և ՋԼՄ-ներն օգտագործում է որպես քաղաքական գործիչների իշխանական որոշումների տարածման միջոց:

2. Այլընտրանքային մոդելում քաղաքացիների հասարակական միավորումները ստանձնում են փոխհարաբերությունների նախաձեռնողի դերը: Այս տեսակի հաղորդակցության դեպքում հետադարձ կապը կառուցվածքի պարտադիր տարր է, և ՋԼՄ-ները ձեռք են բերում ավելի ծանրակշիռ նշանակություն: Այս մոդելը տարածված է ժողովրդավարական երկրներում¹¹⁰:

Անդրադառնալով «իշխանություն-մամուլ-հասարակություն» համակարգում քաղաքացիների տեղի մասին հարցին՝ նույն հեղինակներն առանձնացնում են ազդեցության հետևյալ չափանիշները, թե ինչ դեր է վերապահվելու քաղաքացիներին քաղաքական հա-

ղորդակցության իրականացման հարցերում:

- ինտելեկտուալ մակարդակ և հետաքրքրվածություն, քաղաքական մշակույթի զարգացում,

- հասանելիություն ոչ միայն իր երկրի, այլև ողջ համաշխարհային լրագրության ոլորտի տեղեկատվական հոսքերին,

- սեփական պետության քաղաքական կյանքին մասնակցելու ցանկություն և մենթալիտետ:

Լսարանի ակտիվ գործունեությունից կախված են ՋԼՄ-ների աշխատանքի եղանակները, որոնք հետաքրքրված են հետադարձ կապ ստանալու մեջ: Դրա որակյալ իրականացման դեպքում ՋԼՄ-ները դառնում են գործիք ժողովրդի ձեռքում քաղաքական որոշումների կառավարման համար, ինչը թույլ է տալիս ձևավորել նորմալ գործող քաղաքացիական հասարակություն:

Այսպիսով, կարելի է եզրակացնել, որ որքան պակաս ժողովրդավարական է երկրում քաղաքական ռեժիմը, այնքան ավելի վերահսկելի և պակաս ազատ են ՋԼՄ-ները: Այս դեպքում ՋԼՄ-ների ամենանշանակալի գործառույթը դառնում է ոչ թե քաղաքացիներին իրազեկելը, այլ պետական կառույցների կողմից իրականացվող պրոպագանդան ու քարոզչությունը, որը հաճախ ծանրաբեռնված է պաշտոնական գաղափարախոսությամբ: Հասարակական կարծիքի ձևավորումը և դրա ազդեցության ներքո քաղաքացիների քաղաքական կամքի ձևավորումն իրականացվում է նպատակային՝ չթողնելով քննադատական կամ այլընտրանքային մոտեցումների հնարավորություններ:

Որքան ավելի ժողովրդավար է քաղաքական ռեժիմը, այնքան քիչ վերահսկելի ու ազատ են ՋԼՄ-ները: Նման պայմաններում, բացի քաղաքացիներին իրազեկելու հիմնական գործառույթից, լրարվամիջոցներն ակտիվորեն կատարում են նաև նրանց վերագրվող այլ գործառույթներ (քաղաքացիների սոցիալականացում, ներկայացուցչական գործառույթ, իշխանության գործունեության նկատմամբ հասարակական վերահսկողություն, մոբիլիզացիոն

¹¹⁰ Зенин К.А., Ишунин В.А. Особенности структуры «власть-пресса-общество» в России // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2021. с. 88.

և այլ գործառնություններ): Ժողովրդավարական երկրներում իշխանությունը պետական ՁԼՄ-ների միջոցով փորձում է քաղաքացիներին ներկայացնել պետական քաղաքականության հիմնական ուղղությունները՝ միաժամանակ պարտավորվելով ապահովել նրանց անկախությունն ու առաջարկվող կոնտենտի բազմազանությունը: Հենց այս մոտեցումն է ամրագրված ՀՀ Սահմանադրության 42-րդ հոդվածի 2-րդ մասում:

Ժողովրդավարական պետության որակի և նրան ներկայացվող պահանջների փոփոխությունը փոխել է նաև քաղաքացիների քաղաքական կամքի ձևավորման վրա ՁԼՄ-ների ազդեցության բնույթը: Կարևոր է հասկանալ, որ քաղաքացիների քաղաքական կամքի ձևավորումը երկար և մշտական գործընթաց է, որը պահանջում է յուրաքանչյուր քաղաքացու ակտիվ և տեղեկացված մասնակցություն: Որքան շատ մարդիկ ներգրավվեն այս գործընթացում, այնքան ավելի լավ քաղաքացիների քաղաքական կամքը կարտացոլի հասարակության շահերն ու կարիքները: Ժողովրդավարական ավանդույթների շրջանակներում քաղաքացիների մասնակցությունը քաղաքական գործընթացներին կարելի է պատկերացնել երկու ձևով: Մի կողմից, բնակչությունը քաղաքականության մեջ ուղղակի դեր չի խաղում, բայց քաղաքականությունն իրականացվում է հանրային շահերից ելնելով՝ ժողովրդի համաձայնությամբ: Մյուս կողմից, քաղաքացիները մասնակցում են քաղաքական գործընթացին քվեարկության, լոբբինգի, զանգվածային ակցիաների, քաղաքական կուսակցություններին և արհմիություններին անդամակցության և այլնի միջոցով: Քաղաքական գործընթացներում ավելի ու ավելի մեծ թվով մարդկանց ներգրավման հնարավորությունների փոփոխությունները հանգեցրել են վերը նշված երկու հակասական մոտեցումների մերձեցմանը, որով կարելի է հիմնավորել «էլիտար»-ից «ներկայացուցչական» ժողովրդավարության անցումը: «Լրատվամիջոցների քաղաքական դերը, այսպիսով, կախված

է ոչ միայն քաղաքական գործընթացի բնույթից. քանի որ դրանք միջնորդավորում են քաղաքական հաղորդակցությունները, զանգվածային լրատվության միջոցների աշխատանքը այս գործընթացի համար նույնպես բաղկացուցիչ (ձևավորող) է: Միջնորդավորված քաղաքական վերահսկողությունը զանգվածների հանդեպ ավելի հեշտ է էլիտար ժողովրդավարության մեջ, որտեղ լրատվամիջոցները ճնշման տակ են գտնվում, որպեսզի քննադատաբար ներկայացնեն բնակչությանը քաղաքական էլիտայի գաղափարները: Ավելի մեծ մասնակցության ժողովրդավարության պայմաններում լրատվամիջոցների արտադրության գործընթացների նկատմամբ վերահսկողությունը և հասարակության կողմից դրանց հասանելիությունը դառնում են քաղաքական մասնակցության կենսական չափում»:¹¹¹

Միևնույն ժամանակ, դժվար է կանխատեսել, թե ինչպես կձևավորվի հասարակական կարծիքը որևէ հարցի վերաբերյալ, քանզի յուրաքանչյուր մարդու կարծիքի ձևավորման գործում դեր են խաղում հոգեբանական կառուցվածքը, անձնական հանգամանքները և արտաքին ազդեցությունները: Նույնը վերաբերում է հանրային կարծիքի փոփոխություններին: Որոշ հասարակական կարծիքներ կարելի է բացատրել կոնկրետ իրադարձություններով և հանգամանքներով, բայց այլ դեպքերում պատճառներն ավելի անորոշալի են: Որոշ կարծիքներ, սակայն, կանխատեսելի են. օրինակ, այլ երկրների մասին հասարակական կարծիքը, ըստ երևույթի, մեծապես կախված է այդ երկրների կառավարությունների միջև հարաբերությունների վիճակից: Թշնամական հասարակական վերաբերմունքը վատ հարաբերությունների պատճառ չէ, այլ դրա

¹¹¹ Livingstone, S., and Lunt, P. The Mass Media, Democracy and the Public Sphere. In *Talk on Television: Audience participation and public debate*. London: Routledge, 1994, pp. 9-35. // Աղբյուրը՝ https://eprints.lse.ac.uk/48964/1/Amended%20Livingstone_Mass_media_democaracy.pdf (ղիմելու ամսաթիվը՝ 18.12.2024)

արդյունքն է¹¹²: Պրոֆեսոր Վ.Ֆ. Կուզնեցովը նշում է, որ պետական կառավարման շրջանակներում հիմնականում գործում են պահպանողական միտումները և միակողմանի գործառնությունը՝ կենտրոնից դեպի հասարակություն, որի արդյունքում քաղաքացիներն անտեղյակ են լինում քաղաքական ոլորտում գործերից և չեն տեսնում ապագա հեռանկարներ: Դրա կապակցությամբ հեղինակն առաջարկում է վերանայել կայացած քաղաքական հաղորդակցական կապերը և ստեղծել հաղորդակցական պետական կառավարման նոր համակարգ, որպեսզի տարբեր սոցիալական խմբերի միջև հաղորդագրությունների փոխանցման և փոխանակման հաշվին ստեղծվեն կոնտակտներ և կապեր, որոնք թույլ կտան նրան մասնակցել պետական քաղաքականության մշակման և իրացման հարցերում¹¹³:

Ամփոփելով վերը նշվածը՝ կարելի է փաստել.

- ՂԼՄ-ները ձևավորում են հասարակական կարծիք, որը հիմք է ծառայում ցանկացած պետությունում քաղաքացիների քաղաքական կամքի ձևավորման համար,

- ձևավորվող քաղաքական կամքի բնույթը կտարբերվի՝ կախված սահմանադրական կարգի հիմունքներից, քաղաքական ռեժիմից, երկրի քաղաքական համակարգի բնութագրերից,

- պեք է նախանշել ՂԼՄ-ների և հասարակական կարծիքի փոխադարձ ազդեցությունը. ՂԼՄ-ները ձևավորում են հասարակական կարծիք, ընդ որում, նրանց գործունեությունն ուղղված է հասարակության կարիքների բավարարմանը, ուստի, հարկադրված են ըստ անհրաժեշտության հարմարեցնել իրենց արտադրանքը,

- պետության ժողովրդավարության աստիճանը թույլ է տալիս

առաջին պլան բերել ՂԼՄ-ների որոշակի գործառնություններ,

- քաղաքացիների քաղաքական մասնակցության չափումն է դառնում զանգվածային լրատվության միջոցների արտադրանքի նկատմամբ վերահսկողության հնարավորությունը և դրանց հասանելիությունն ամենալայն հանրության կողմից,

- միայն քաղաքական հաղորդակցությանը քաղաքացիների ակտիվ մասնակցության դեպքում ՂԼՄ-ները դառնում են գործիք ժողովրդի ձեռքում քաղաքական որոշումների կառավարման համար, ինչը թույլ է տալիս ձևավորել իրական քաղաքացիական հասարակություն:

3.2. Զանգվածային լրատվության միջոցների մասնակցությունը ընտրական գործընթացների լուսաբանմանը ՀՀ-ում

Այն թեզը, որ զանգվածային լրատվության միջոցներն առանցքային դեր են խաղում ժողովրդավարական գործընթացներում, այդ թվում՝ ընտրություններում, անվիճելի է: Սակայն, քանի որ քաղաքական հաջողությունը, որպես կանոն, ընդունված է մեկնաբանել որպես հաջողություն ընտրություններում, հիմնական ուշադրությունը հատկացվում է հենց ընտրությունների շրջանին: Հետազոտություններում նաև ուշադրության կենտրոնում են ժողովրդավարական գործընթացների լուսաբանման հարցերը, որոնք առավել հաճախ սահմանափակվում են զանգվածային լրատվության միջոցների գործունեությամբ ընտրական ժամանակահատվածում, այլ ոչ թե ընտրությունների միջև ընկած ժամանակահատվածում¹¹⁴: Հանուն

¹¹² Աղբյուրը՝ <https://www.britannica.com/topic/public-opinion/Mass-media-and-social-media> (դիմելու ամսաթիվը՝ 18.12.2024)

¹¹³ Кузнецов В.Ф. Развитие интегрированных политических коммуникаций в государственном управлении // Вестник Института мировых цивилизаций. Т. 10, N 4 (25), 2019, с. 75-76.

¹¹⁴ Annelien Van Remoortere, Rens Vliegenthart, The influence of mass media on the popularity of politicians // Party Politics, Volume 30, Issue 5, p. 781-794. Աղբյուրը՝ <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/13540688231187964> (դիմելու ամսաթիվը՝ 10.12.2024)

արդարության, հարկ է նշել, որ ՋԼՄ-ների դերն ընտրությունների միջև ընկած ժամանակահատվածում ժողովրդավարական գործընթացների լուսաբանման գործում պակաս կարևոր չէ, քանի որ քաղաքացիներն իրենց պատկերացումները քաղաքական գործիչների, քաղաքական հայացքների և քաղաքական վեկտորների մասին ձևավորում են ոչ միայն ընտրություններից անմիջապես առաջ, այլև մի քանի տարի ընտրությունների միջև ընկած ժամանակահատվածում: Այս առումով այսօր շատ փորձագետներ և հետազոտողներ պնդում են, որ նշված համատեքստում միջընտրական և ընտրական ժամանակաշրջանների միջև տարբերությունը լոռված է, և առաջ են բերում «մշտական ընտրարշավի» տեսությունը¹¹⁵:

Մշտական ընտրարշավի տեսության հիմքում ընկած գաղափարը կայանում է նրանում, որ քաղաքական գործիչները, որոշումներ կայացնելիս իրենց ամենօրյա գործունեության մեջ (լինի դա կառավարությունում, թե ընդդիմությունում), անընդհատ հաշվի են առնում դրանց ազդեցությունն ընտրողների գնահատման վրա և, կախված դրանից, իրենց կամ իրենց քաղաքական ուժի վարկանիշի վրա: Այսպես, օրինակ, Բրենդան Ջ. Դոհերթին ներկայացնում է էմպիրիկ ապացույցներ իրենց պաշտոնավարման ընթացքում ընտրությունների խնդիրների վրա ԱՄՆ նախագահների աճող ուշադրության վերաբերյալ՝ հստակ ցույց տալով, որ դժվար է ենթադրել, որ նախագահի կողմից վերընտրվելու ընտրարշավի վրա ծախսվող ժամանակը կարող է առանձնացվել իշխանության մեջ անցկացրած ժամանակից: Դոհերթին պնդում է, որ մշտական ընտրարշավի ձգտումը և իր հանրաճանաչությունը պահպանելու անհրաժեշտությո-

¹¹⁵ Տես, օրինակ՝ **Koliastasis P.A.** Permanent Campaigning in Greece. In: Permanent Campaigning in Greece in Times of Crisis. Political Campaigning and Communication. Palgrave Macmillan, Cham. 2022, p. 1-24 // https://doi.org/10.1007/978-3-031-11691-9_1 (դիմելու ամսաթիվը՝ 10.12.2024)

յունը ստիպում են նախագահին մշտապես փնտրել ընտրազանգվածը մոբիլիզացնելու և քաղաքական ակցիաներ անցկացնելու նոր ուղիներ, ինչը խլում է այն ժամանակը, որը կարող էր ծախսվել երկրի ավելի խորը ռազմավարական ղեկավարման վրա: Այսպիսով, հիմնական գաղափարը կայանում է նրանում, որ կա կոնֆլիկտ կառավարելու պարտականության և ընտրություններին անընդհատ պատրաստվելու անհրաժեշտության միջև, ինչը մեծացնում է նախագահի ծանրաբեռնվածությունը և կարող է բացասաբար ազդել պետական կառավարման որակի վրա¹¹⁶: Միևնույն ժամանակ, ՋԼՄ-ների համար քաղաքական առաջնորդների նման պահվածքը շատ ավելի գրավիչ է թվում, քան նրանց գործունեությունը միայն որպես իրենց պարտականությունները կատարող քաղաքական գործիչներ:

Մեծ նշանակություն են ստանում ոչ միայն հասարակական կարծիքի քաղաքական հարցումները, որոնք չի կարելի գնահատել որպես ընտրազանգվածի քաղաքական տրամադրությունը չափելու պարզապես պասիվ գործիք, այլ նաև հասարակական կարծիքի հարցումների արդյունքները, որոնք, իրենց հերթին, ազդում են հասարակական կարծիքի վրա, հատկապես քաղաքական գործիչների կամ թեկնածուների հաջողությունների կամ անհաջողությունների մասին տեղեկությունները¹¹⁷: Մարդիկ ավելի ու ավելի են դիմում ՋԼՄ-ներին՝ պարզելու, թե ինչ են մտածում այլ մարդիկ, որպեսզի

¹¹⁶ Առավել մանրամասն տես՝ **Doherty, Brendan J.** The Rise of the President's Permanent Campaign. Lawrence: University Press of Kansas, 2012.

¹¹⁷ Առավել մանրամասն տես՝ **Andersson, P., Gschwend, T., Meffert, M. F., Schmidt, C.** Forecasting the outcome of a national election: the influence of expertise, information, and political preferences. Mannheim. 2006. Աղբյուրը՝ https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/25772/ssoar-2006-andersson_et_al-forecasting_the_outcome_of_a.pdf?sequence=1&isAllowed=y&Inkname=ssoar-2006-andersson_et_al-forecasting_the_outcome_of_a.pdf (դիմելու ամսաթիվը՝ 14.12.2024)

հաշվի առնեն իրենց կարծիքը ձևավորելիս:

Այսպես, Սյուզան Հերբսթեն¹¹⁸ ապացուցում է, որ վերջին տասնամյակներում ամերիկացին, այս կամ այն խնդիրների նկատմամբ իր վերաբերմունքը ձևավորելիս, ավելի հաճախ կողմնորոշվում է հարցումների արդյունքներով, այլ ոչ թե ավելի մանրամասն տեղեկատվությամբ: Դրա պատճառով տարբեր հարցերի շուրջ քաղաքական բանավեճերը կորցնում են իրենց նշանակությունը: Մեթյու Ռոբինսոնը¹¹⁹ պնդում է, որ ԱՄՆ նախագահ Բիլ Բլինթոնը խուսափել է պաշտոնանկությունից իմպիչմենթի արդյունքում հիմնականում այն պատճառով, որ հարցումները ցույց են տվել, որ նա մեծ հանրաճանաչություն է վայելում ամերիկացիների շրջանում, և ԱՄՆ օրենսդիրները չեն ցանկացել ռիսկի դիմել և նյարդայնացնել իրենց ընտրողներին¹²⁰:

Ժամանակակից աշխարհում զանգվածային լրատվամիջոցները, հասարակական կարծիքը և հասարակական կարծիքի հարցումները սերտորեն կապված են միմյանց հետ: Դրա ապացույցն այն փաստն է, որ տարբեր ՉԼՄ-ներ իրականացնում կամ հովանավորում են իրենց սեփական հարցումները՝ փաստացի ստեղծելով բացառիկ նորություններ: Այսպիսով, հարցումները դառնում են լրագրողների կողմից վերահսկվող նորությունների հավաքման գործիք:

¹¹⁸ **Herbst, Susan** Numbered Voices: How Opinion Polling Has Shaped American Politics. University of Chicago Press, 1993 // https://books.google.am/books?id=Tx7lUgaU8FQC&printsec=frontcover&hl=hy&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false (ղիմելու ամսաթիվը՝ 14.12.2024)

¹¹⁹ **Robinson, Matthew** Mobocracy: How the Media's Obsession with Polling Twists the News, Alters Elections, and Undermines Democracy Forum, 2002 // https://books.google.am/books/about/Mobocracy.html?id=cmkfAAAAAIAAJ&redir_esc=y (ղիմելու ամսաթիվը՝ 10.12.2024)

¹²⁰ Հղումն ըստ՝ <https://psyfactor.org/lib/sociology.htm?ysclid=m5x29krerd376664826> (ղիմելու ամսաթիվը՝ 14.12.2024)

Նկատելով, թե որքանով են հասարակական կարծիքի հարցումները համատարած օգտագործվում ՉԼՄ-ներում քաղաքականության լուսաբանման մեջ, հատուկ հետաքրքրություն է առաջացրել ընտրազանգվածի վարքագծի վրա հասարակական կարծիքի հարցումների ազդեցության հարցը: Չնայած այն հանգամանքին, որ այս ոլորտում կատարված ուսումնասիրությունները հակասական եզրակացություններ են տալիս, այնուամենայնիվ, հայկական ընտրական օրենսդրությունն ուղղակիորեն անդրադառնում է այս հարցի իրավական կարգավորմանը: Այսպես, համաձայն «Հայաստանի Հանրապետության ընտրական օրենսգիրք» ՀՀ սահմանադրական օրենքի¹²¹ 22-րդ հոդվածի 2-րդ մասի՝ «Թեկնածուների, ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների վարկանիշների վերաբերյալ սոցիոլոգիական հարցման արդյունքներ հրապարակելիս հարցումն իրականացնող կազմակերպությունը պարտավոր է նշել հարցման ժամկետները, հարցվողների թիվը և ընտրանքի ձևը, հավաքման ձևը և վայրը, հարցի ճշգրիտ ձևակերպումը, հնարավոր սխալի վիճակագրական գնահատականը և պատվիրատուին:

Թեկնածուների, ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների վարկանիշների վերաբերյալ լրագրողական հարցման արդյունքները հրապարակելիս հարցում իրականացնող զանգվածային լրատվության միջոցը, ինչպես նաև հարցման արդյունքները վերահրապարակող կամ լուսաբանող անձինք պարտավոր են նշել հարցման ժամկետները, հարցվողների թիվը և ընտրանքի ձևը, հավաքման ձևը և վայրը, հարցի ճշգրիտ ձևակերպումը:

Արգելվում է քվեարկության նախորդ օրը, ինչպես նաև քվեար-

¹²¹ «Հայաստանի Հանրապետության ընտրական օրենսգիրք» Հայաստանի Հանրապետության սահմանադրական օրենք ՀՕ-54-Ն՝ ընդունված 2016 թվականի մայիսի 25ին: Աղբյուրը՝ www.arlis.am (ղիմելու ամսաթիվը՝ 10.12.2024)

կության օրը՝ մինչև ժամը 20.00-ն, վերգետնյա եթերային հեռարձակում իրականացնող տեսալսողական մեդիա ծառայություն մատուցողների եթերով կամ տպագիր մամուլով թեկնածուների, ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների վերաբերյալ սոցիոլոգիական հարցման արդյունքները, ինչպես նաև դրանց վերաբերյալ տեղեկատվություն հրապարակելը»:

Այսպիսով, կարելի է փաստել, որ **հայաստանյան օրենսդիրն անուղղակիորեն ընդունում է հասարակական կարծիքի հարցումների արդյունքների էական ազդեցությունն ընտրազանգվածի տրամադրության ձևավորման և, հնարավոր է, ընտրողների վարքագծի վրա՝ սահմանափակելով այդ արդյունքների կամ դրանց մասին տեղեկությունների հրապարակման հնարավորությունները, այսպես կոչված, «լռության օրերին»**, որոնք ներառում են քվեարկության նախորդ օրը, ինչպես նաև քվեարկության օրը մինչև քվեարկության ավարտը, այսինքն՝ մինչև ժամը 20.00-ն: Ընդ որում, սահմանափակումը վերաբերում է ոչ միայն այն սուբյեկտներին, որոնք իրականացրել կամ պատվիրել են այդ հարցումը, ինչպիսին կարող են լինել, ասենք, թեկնածուները, կուսակցությունները, ընտրական գործընթացներով հետաքրքրվող տարբեր կազմակերպությունները, ինչպես նաև ՀԼՄ-ները, այլև զանգվածային լրատվության միջոցներին, որոնք տվյալ դեպքում կարող են լինել միայն այդ տեղեկատվությունը տարածող կամ նշված հարցումների արդյունքները լուսաբանող: Քաղաքական գործիչների ընտրական հաջողության վրա ՀԼՄ-ները դրական են ազդում՝ հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ ընտրողները, ամենայն հավանականությամբ, կքվեարկեն այն թեկնածուների օգտին, որոնց հետ իրենք ծանոթ են և որոնց մասին բավականաչափ տեղեկություններ ունեն: Բացի այդ, ՀԼՄ-ները հիանալի հարթակ են քաղաքական գործիչների և քաղաքացիների փոխգործակցության համար: Քաղաքական գործիչների հետ հասարակության փոխգործակցություն-

նը գրեթե միշտ միջնորդավորված է, ՀԼՄ-ների միջոցով քաղաքական գործիչները կարող են հասարակությանը տեղեկացնել իրենց որոշումների և դիրքորոշումների մասին և առաջ տանել իրենց նպատակներն ու ծրագրերը: Ավելին, ՀԼՄ-ները նաև օգնում են քաղաքական գործիչներին ազդել միմյանց վրա՝ քաղաքական գործիչների միջև բանավեճերի և երկխոսության հնարավորություններ ստեղծելով:

Վերոնշյալից հետևում է, որ **քաղաքական գործիչների կամ թեկնածուների գործունեության լուսաբանումը ՀԼՄ-ներում ազդում է հասարակական կարծիքի վրա և կարևոր դեր է խաղում այդ քաղաքական գործիչների (թեկնածուների) հանրաճանաչության և, որպես հետևանք, քաղաքական հաջողության ապահովման գործում**: Հաշվի առնելով նշված հանգամանքը՝ ժամանակակից պետությունների ընտրական օրենսդրությունը, ինչպես նաև միջազգային իրավական ակտերը լայնորեն անդրադառնում են ՀԼՄ-ներում ժողովրդավարական և հատկապես ընտրական գործընթացների լուսաբանման հարցերի իրավական կարգավորումներին:

Ընտրական գործընթացների լուսաբանմանը ՀԼՄ-ների մասնակցությունը պայմանականորեն կարելի է բաժանել երկու ձևաչափի՝ ընտրական գործընթացների մասնակիցների իրազեկում ընտրությունների մասին և նախընտրական քարոզչություն: Սույն ենթագլխի շրջանակներում կդիտարկվի ընտրական գործընթացների լուսաբանմանը ՀԼՄ-ների մասնակցության ներկայացված ձևաչափերից առաջինը:

Հարկ է նշել, որ լրատվամիջոցների մասնակցությունն ընտրական գործընթացների լուսաբանմանը կարող է դիտարկվել նաև ավելի նեղ իմաստով, օրինակ՝ որպես ոչ թե ընտրական գործընթացի բոլոր մասնակիցների, այլ միայն ընտրողների իրազեկում: Այսպես, օրինակ՝ 2020 թվականի ԱՊՀ անդամ պետությունների մոդելային

ընտրական օրենսգրքի 48-րդ հոդվածի 1-ին մասում նշվում է, որ «ընտրությունների տեղեկատվական ապահովումը ներառում է ընտրողների իրազեկումը և նախընտրական քարոզչությունը»¹²²:

Ընտրություններին ՁԼՄ-ների մասնակցությունը կարգավորող թե միջազգային իրավական փաստաթղթերը, թե ազգային օրենսդրություններն ուղղված են ազատ, արդար և թափանցիկ ընտրությունների ապահովմանը, ինչպես նաև մանիպուլացիաների և քարոզչության կանխարգելմանը, ինչը նպաստում է քաղաքացիների տեղեկատվության և քաղաքական գործընթացին մասնակցելու իրավունքի երաշխավորմանը: Կարգավորման նման նպատակները կարևոր են՝ հաշվի առնելով նաև այն փաստը, որ ՁԼՄ-ների ուշադրությունն օբյեկտիվորեն անհավասարաչափ է բաշխված տարբեր սուբյեկտների միջև: Քաղաքական իշխանության, պաշտոնի կամ ազդեցիկ քաղաքական դիրքի առկայությունը հանդիսանում է ամենակարևոր չափանիշներից մեկը:

Զանգվածային լրատվության միջոցներն առանցքային դեր են խաղում ժողովրդավարական գործընթացներում, այդ թվում՝ ժողովրդավարական ընտրություններում՝ ապահովելով դրանց տեղեկատվական թափանցիկությունը, հասանելիությունը և հաշվետվողականությունը: Ժողովրդավարական ընտրությունների ինստիտուտի իրավական կարգավորման առկայությունը և ընտրությունների պարբերական անցկացումը դեռևս չեն երաշխավորում ընտրական գործընթացների ժողովրդավարականությունը: Միջազգային հանրությունը բազմաթիվ չափանիշներ է մշակել ընտրական գործըն-

¹²² Անկախ Պետությունների Համագործակցության Անդամ Պետությունների Միջխորհրդարանական Վեհաժողովի ԱՊՀ անդամ պետությունների մոդելային ընտրական օրենսգրքը / ԱՊՀ ՄԽՎ 2020 թվականի նոյեմբերի 27-ի թիվ 51-15 որոշման հավելված: Աղբյուրը՝ <https://iacis.ru/public/upload/files/1/934.pdf?ysclid=m9ubc9a231687289556> (դիմելու ամսաթիվը՝ 23.04.2025)

թացների ժողովրդավարական բնույթը կամ աստիճանը որոշելու համար¹²³: Դրանք ներառում են, օրինակ, ընտրական իրավունքի այնպիսի սկզբունքների առկայությունը, ինչպիսիք են համընդհանուր ընտրական իրավունքը, հավասար ընտրական իրավունքը, ուղղակի ընտրական իրավունքը, ազատ կամարտահայտումը, քվեարկության գաղտնիությունը, ընտրությունների պարբերականությունը, ընտրությունների թափանցիկությունը և հրապարակայնությունը, կամ այնպիսի պահանջներ, ինչպիսիք են ընտրությունների կազմակերպումն անկախ մարմնի կողմից, ընտրությունների դիտարկման հնարավորությունը, բողոքարկման և ընտրական իրավունքների պաշտպանության արդյունավետ համակարգը և այլն:

Ժողովրդավարական ընտրությունների չափանիշների վերաբերյալ կարևորագույն և առավել համընդհանուր միջազգային իրավական փաստաթուղթ կարելի է ճանաչել Անկախ Պետությունների Համագործակցության մասնակից պետություններում ժողովրդավարական ընտրությունների, ընտրական իրավունքների և ազատությունների չափանիշների մասին Կոնվենցիան (այսուհետ՝ Չափանիշների մասին կոնվենցիա)¹²⁴: Չափանիշների մասին կոնվենցիայի թափանցիկ և հրապարակային ընտրություններին նվիրված հոդվածում ասվում է.

«1. Ընտրությունների նախապատրաստումը և անցկացումն

¹²³ Ժողովրդավարական ընտրությունների վերաբերյալ միջազգային-իրավական փաստաթղթերի մասին մանրամասն տես՝ Избирательное законодательство и выборы в современном мире. Ближневосточно-Азиатский регион / В.И. Лысенко; Под общей ред. Э.А. Памфиловой; Центральная избирательная комиссия Российской Федерации. – Вып. 5. – М., 2017, с. 1337-1362.

¹²⁴ Конвенция о стандартах демократических выборов, избирательных прав и свобод в государствах - участниках Содружества Независимых Государств (Кишинев, 7 октября 2002 г.) // Աղբյուրը՝ https://iacis.ru/baza_dokumentov/normativno-pravovie_dokumenti_sng_podgotovlennii_mpa_sng (դիմելու ամսաթիվը՝ 14.12.2024)

իրականացվում են թափանցիկ և հրապարակայնորեն:

2. Ընտրությունների նշանակման, նախապատրաստման և անցկացման, քաղաքացիների ընտրական իրավունքների ու ազատությունների ապահովման և պաշտպանության վերաբերյալ պետական իշխանության մարմինների, տեղական ինքնակառավարման մարմինների, ընտրական մարմինների՝ իրենց լիազորությունների սահմաններում ընդունված որոշումները պարտադիր կարգով ենթակա են պաշտոնական հրապարակման կամ համընդհանուր ծանոթացման են ներկայացվում այլ ձևով՝ օրենքներով նախատեսված կարգով և ժամկետներում:

3. Քաղաքացու ընտրական իրավունքներին, ազատություններին և պարտականություններին վերաբերող իրավական ակտերը և որոշումները չեն կարող կիրառվել, եթե դրանք պաշտոնապես չեն հրապարակվել համընդհանուր ծանոթացման համար:

4. Ընտրական մարմինը ընտրական օրենսդրությամբ սահմանված ժամկետներում իր տպագիր մամուլում կամ զանգվածային լրատվության այլ միջոցներում պաշտոնապես հրապարակում է տեղեկատվություն քվեարկության արդյունքների, ինչպես նաև տվյալներ ընտրված անձանց վերաբերյալ:

5. Ընտրությունների թափանցիկության և հրապարակայնության սկզբունքի պահպանումը պետք է ապահովի պայմանների ստեղծում ընտրությունների հրապարկման և միջազգային դիտարկման համար:» (հոդված 7):

Չնայած այն հանգամանքին, որ այսօր բոլոր պետական և համայնքային մարմիններն ունեն իրենց ակտերի հրապարակման պաշտոնական ալիքներ (հիմնականում էլեկտրոնային), այնուամենայնիվ, ՀՀ-ների դերը հսկայական է ընտրական գործընթացի բոլոր սուբյեկտներին՝ ընտրողներին, թեկնածուներին, դիտորդներին և այլոց իրազեկելու հարցում: Այսպես, եթե հանրային իշխանության մարմինները, օրինակ՝ Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովը, Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովը և

այլն, իրենց պաշտոնական ինտերնետային կայքերում հրապարակում են իրենց իրավական ակտերը, տեղեկանքները, հայտարարությունները՝ ներկայացնելով քաղաքականապես զուսպ, կշռադատված և բալանսավորված, որևէ գնահատականից զուրկ տեղեկատվություն, ապա ՀՀ-ներն իրենց կարող են թույլ տալ գնահատականներ, մեկնաբանություններ, մեջբերումներ, որոնք շատ զգացմունքային երանգ են հաղորդում թվացյալ շատ առօրեական թեմաներին ու հարցերին՝ անգամ վերջիններիս կողմից իրենց հիմնական գործառույթի՝ ընտրական գործընթացի մասնակիցների իրազեկման, շրջանակներում:

Չափանիշների մասին կոնվենցիան առանձին հոդված է նվիրել ընտրությունների պետական տեղեկատվական աջակցությանը և քարոզչական գործունեությանը, որի շրջանակներում Կողմերին պարտավորեցրել է ապահովել ընտրությունների, թեկնածուների վերաբերյալ տեղեկատվության որոնման, հավաքման, տարածման ազատությունը, զանգվածային լրատվության և հեռահաղորդակցության միջոցներով ընտրությունների անկողմնակալ տեղեկատվական լուսաբանումը (13-րդ հոդվածի 1-ին մաս): Զանգվածային լրատվության և հեռահաղորդակցության միջոցները կոչված են բնակչությանը տեղեկացնելու ընտրությունների, թեկնածուների (թեկնածուների ցուցակների) առաջադրման, նրանց նախընտրական ծրագրերի (պլատֆորմների) մասին, ընտրարշավի ընթացքի, քվեարկության և ընտրությունների արդյունքների մասին, իրականացնելու իրենց գործունեությունը Սահմանադրության, օրենքների, պետության միջազգային պարտավորությունների շրջանակներում (13-րդ հոդվածի 2-րդ մաս):

Չափանիշների մասին կոնվենցիան երաշխավորում է մի շարք իրավունքներ ընտրական գործընթացները լուսաբանելիս: Այսպես, օրենսդրությանը համապատասխան՝ զանգվածային լրատվության և հեռահաղորդակցության միջոցների ներկայացուցիչներն իրավունք ունեն:

ա) ներկա գտնվելու ընտրական մարմինների նիստերին՝ ապահովելով նրանց գործունեության հրապարակայնությունը և թափանցիկությունը:

բ) ծանոթանալու քվեարկության ու ընտրությունների արդյունքների վերաբերյալ համապատասխան ընտրական մարմինների փաստաթղթերին և նյութերին, պատրաստելու կամ համապատասխան ընտրական մարմնից ստանալու նշված փաստաթղթերի և նյութերի պատճենները, փոխանցել դրանք՝ զանգվածային լրատվության և հեռահաղորդակցության միջոցներով հրապարակելու համար:

գ) ներկա գտնվելու հրապարակային քարոզչական միջոցառումներին, լուսաբանելու դրանց անցկացման ընթացքը զանգվածային լրատվության միջոցներով:

դ) ներկա գտնվելու քվեարկության անցկացմանը, ընտրողների ձայների հաշվարկմանը, քվեարկության և ընտրությունների արդյունքների ամփոփմանը (13-րդ հոդվածի 3-րդ մաս):

Ուսումնասիրվող հարցի շրջանակներում առանձնահատուկ հետաքրքրություն է ներկայացնում Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանի (այսուհետ՝ ՄԻԵԴ) պրակտիկան: Մարդու իրավունքների և հիմնարար ազատությունների պաշտպանության մասին կոնվենցիայի (այսուհետ՝ Եվրոպական կոնվենցիա)¹²⁵ N 1 արձանագրության «Ազատ ընտրությունների իրավունքը» 3-րդ հոդվածը սահմանում է. «Բարձր պայմանավորվող կողմերը պարտավորվում են անցկացնել ազատ ընտրություններ՝ ողջամիտ պարբերականությամբ, զաղտնի քվեարկությամբ, այնպիսի պայմաններում, որոնք կապահովեն ժողովրդի կամքի ազատ արտահայտումն օրենսդիր իշխանություն ընտրելիս»:

Ժամանակի ընթացքում Մարդու իրավունքների եվրոպական

դատարանը, մեկնաբանելով Եվրոպական կոնվենցիան, նշել է, որ վեճի առարկա դարձած հոդվածը ներառում է նաև նախընտրական քարոզչությունը: Ավելին, Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանը բազմիցս (մի քանի գործերի առումով) ընդգծել է Եվրոպական կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի վերաբերյալ ազատ ընտրությունների և կարծիքի արտահայտման ազատության միջև սերտ կապը: Դատարանը գտել է, որ այս երկու իրավունքները, հատկապես քաղաքական բանավեճերի ազատությունը, ժողովրդավարական հասարակության հիմքն են: Երկու իրավունքներն էլ փոխկապակցված են և ամրապնդում են միմյանց¹²⁶:

Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանն իր պրակտիկայում բազմիցս անդրադարձել է ընտրությունների լուսաբանման գործում ԶԼՄ-ների դերի հետ կապված հարցերին: ՄԻԵԴ-ի կողմից բարձրացված կարևորագույն ասպեկտներից են ԶԼՄ-ների ազատությունը, հավասարության և չեզոքության ապահովումը, ինչպես նաև ընտրությունների համատեքստում տեղեկատվության բազմակարծության սկզբունքների պահպանումը: Կարևոր ենք համարում ընդգծել ՄԻԵԴ-ի հետևյալ առանցքային իրավական դիրքորոշումները՝ կապված ընտրական գործընթացում ԶԼՄ-ների դերի հետ (առանց սպառիչ ցանկ ներկայացնելու հավակնության)։

1. *Արդահայտվելու ազատությունը և ԶԼՄ-ները* (Մարդու իրավունքների եվրոպական կոնվենցիայի 10-րդ հոդված): ՄԻԵԴ-ը բազմիցս ընդգծել է, որ ԶԼՄ-ների ազատությունը ժողովրդավարական հասարակության կարևորագույն բաղադրիչն է, հատկապես ընտրությունների համատեքստում, որտեղ կարևոր է, որ քաղաքացիներն ունենան բազմազան տեղեկատվության հասանելիություն և

¹²⁵ Протокол к Европейской конвенции о защите прав и основных свобод (измененная 11-ым Протоколом) (Париж, 20 марта 1952 г.) // Աղբյուրը՝ www.arlis.am (դիմելու ամսաթիվը՝ 14.12.2024)

¹²⁶ Առավել մանրամասն տես՝ **Акопян Л.А., Варагян Л.А., Асатрян А.М.** Политико-правовое значение изменений Конституционного закона Республики Армения «Избирательный кодекс Республики Армения» / Л.А. Акопян, Л.А. Варагян, А.М. Асатрян.- Ер.: Изд. «Айрапет», 2021, с. 47-118.

կարողանան ազատորեն մասնակցել քաղաքական գործընթացին: Այսպես, Լինգենսն ընդդեմ Ավստրիայի (*Lingens v. Austria, 1986*) գործով ՄԻԵԴ-ը վճռել է, որ լրագրողներն ու ՋԼՄ-ները պետք է իրավունք ունենան տեղեկատվություն հաղորդել և արտահայտել իրենց կարծիքները, նույնիսկ եթե այդ կարծիքները կարող են քննադատական լինել պետական ինստիտուտների կամ քաղաքական գործիչների նկատմամբ: Այս իրավունքը պաշտպանվում է նաև ընտրությունների շրջանում, երբ կարևոր է ապահովել քաղաքական ծրագրերի և թեկնածուների քննարկման ազատությունը: «Մամուլի ազատությունը հասարակությանն օժտում է ամենակատարյալ գործիքներից մեկով, որը թույլ է տալիս իմանալ և պատկերացում կազմել քաղաքական առաջնորդների գաղափարների և դիրքորոշումների մասին: Ավելի ընդհանուր ձևով կարելի է ասել, որ քաղաքական բանավեճի ազատությունը կազմում է ժողովրդավարական հասարակության հայեցակարգի առանցքը, որն անցնում է ամբողջ Կոնվենցիայով: Ըստ այդմ, քաղաքական գործչի նկատմամբ թույլատրելի քննադատության սահմաններն ավելի լայն են, քան մասնավոր անձի նկատմամբ: Ի տարբերություն վերջինիս՝ առաջինը պետք է հանդուրժողականության մեծ աստիճան ցուցաբերի լրագրողների և ողջ հասարակության ուշադրությանն իր յուրաքանչյուր խոսքի և գործողության նկատմամբ:» (կ. 42)¹²⁷:

Գյունդյուզն ընդդեմ Թուրքիայի գործով (*Gunduz v. Turkey, 2003*) անդրադարձ է կատարվել հանրային քաղաքական բանավեճերի նկատմամբ Եվրոպական կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի կիրառման առանձնահատկություններին: ՄԻԵԴ-ը վերահաստատել է իր կայուն իրավական դիրքորոշումը, ըստ որի պետք է հաշվի առնել ոչ միայն բանավեճի բովանդակությունը, այլև այն պայմանները,

որոնցում այն անցկացվում է: Մասնավորապես, կենդանի բանավոր երկխոսության ընթացքում արտահայտման ազատության նկատմամբ պետական վերահսկողությունը չի կարող նույնքան խիստ լինել, որքան տպագիր ՋԼՄ-ներում կարծիքների փոխանակման նկատմամբ¹²⁸:

2. *ՋԼՄ-ների չեզոքության և օբյեկտիվության սկզբունքն ընտրական շրջանում*: Թեև արտահայտման ազատությունն ունի կարևոր նշանակություն, ՄԻԵԴ-ը նաև ընդունում է, որ ընտրությունների համատեքստում կարող են առաջանալ սահմանափակումներ՝ երաշխավորելու արդար և հավասար պայմաններ քաղաքական ընտրարշավի բոլոր մասնակիցների համար: Կարևոր է, որ զանգվածային լրատվության միջոցները հավասարակշռված տեղեկատվություն տրամադրեն և չխեղաթյուրեն թեկնածուների կամ կուսակցությունների մասին պատկերացումները: Այսպես, Ֆելդեկն ընդդեմ Սլովակիայի գործով (*Feldek v. Slovakia, 2001*) ՄԻԵԴ-ը նշել է. «Իր պրակտիկայում Դատարանը տարբերակում է փաստական հաղորդումները և գնահատողական դատողությունները: Մինչդեռ փաստերի իրականությունը կարելի է ցուցադրել, գնահատողական դատողությունների հավաստիությունը հնարավոր չէ ապացուցել: Գնահատողական դատողության հավաստիության ապացուցման վերաբերյալ պահանջը հնարավոր չէ պահպանել, նման պահանջը խախտում է հայացքների արտահայտման ազատությունը, որը 10-րդ հոդվածով երաշխավորված իրավունքի հիմնական մասն է (կ. 75)¹²⁹:

3. *Հավասարություն և հասանելիություն ընտրությունների բոլոր մասնակիցների համար*: ՄԻԵԴ-ը շեշտը դնում է ՋԼՄ-ների

¹²⁷ [https://hudoc.echr.coe.int/app/conversion/pdf/?library=ECHR&id=001-94175&filename=CASE%20OF%20LINGENS%20v.%20AUSTRIA%20-%20\[Russian%20Translation\].pdf](https://hudoc.echr.coe.int/app/conversion/pdf/?library=ECHR&id=001-94175&filename=CASE%20OF%20LINGENS%20v.%20AUSTRIA%20-%20[Russian%20Translation].pdf) (դիմելու ամսաթիվը՝ 14.12.2024)

¹²⁸ https://ozlib.com/993723/pravo/gyundyuz_protiv_turtsii (դիմելու ամսաթիվը՝ 14.12.2024)

¹²⁹ https://mmdc.ru/blog/2001/07/12/europ_practice50/ (դիմելու ամսաթիվը՝ 14.12.2024)

նկատմամբ բոլոր թեկնածուների և քաղաքական կուսակցությունների հավասար հասանելիության ապահովման կարևորության վրա: Ընդ որում, խոսում է նաև քաղաքական գործիչների նկատմամբ քննադատության սահմանների թույլատրելիության մասին: Այսպես, Օբերշլիկն ընդդեմ Ավստրիայի (*Oberschlick v. Austria, 1991*) գործում ասվում է. «...Քաղաքական գործչի, որպես այդպիսին, ընդունելի քննադատության սահմաններն ավելի լայն են, քան մասնավոր անձի նկատմամբ: Առաջինն անխուսափելիորեն և գիտակցաբար բաց է թողնում լրագրողների և ընդհանրապես հասարակության ուշադիր վերլուծության համար իր յուրաքանչյուր խոսքն ու գործողությունը, հետևաբար պետք է նաև հանդուրժողականության ավելի մեծ աստիճան ցուցաբերի, հատկապես, երբ ինքն է հրապարակային հայտարարություններ անում, որոնք կարող են քննադատություն առաջացնել: Քաղաքական գործիչը, իհարկե, իրավունք ունի պաշտպանել իր հեղինակությունը, նույնիսկ այն դեպքում, երբ նա հանդես է գալիս ոչ որպես անհատ անձ, բայց այս դեպքերում անհրաժեշտ է կշռադատել նման պաշտպանության կարիքները՝ կապված քաղաքական հարցերի շուրջ բաց բանավեճի նկատմամբ հասարակության շահի հետ» (կ. 59)¹³⁰:

4. *Պաշտպանություն անբարեխիղճ քաղաքական քարոզչությունից և մանիպուլյացիաներից*: ՄԻԵԴ-ը նաև ընդունում է ՀԼՄ-ներում քաղաքական քարոզչության և մանիպուլյացիաների նկատմամբ սահմանափակումներ մտցնելու անհրաժեշտությունը, հատկապես, երբ խոսքը վերաբերում է նախընտրական շրջանում ապատեղեկատվության կամ կեղծ տեղեկատվության տարածմանը: Այսպես, Բոումանն ընդդեմ Միացյալ Թագավորության (*Bowman V. The United Kingdom, 1998*) գործում ասվում է. «Ազատ ընտրություն-

ները և արտահայտվելու ազատությունը, հատկապես քաղաքական բանավեճերի ազատությունը, միասին վերցված, ձևավորում են ցանկացած ժողովրդավարական համակարգի հիմնական սկզբունքները: ...Այն, որ նախընտրական շրջանում որևէ կարծիքի և տեղեկատվության տարածում չի թույլատրվում, հատկապես կարևոր է» (կ. 43): Սակայն, արտահայտվելու ազատությունը և սահմանափակման անհրաժեշտությունը ժողովրդավարական հասարակությունում կարող են հակասության մեջ մտնել միմյանց հետ, և արտահայտման ազատության նկատմամբ որոշակի սահմանափակումների կիրառումը նախընտրական շրջանում կարող է դիտվել որպես անհրաժեշտություն. նրանց միջև հավասարակշռություն գտնելու համար Պետություններն օժտված են հայեցողության սահմաններով¹³¹:

5. *Սոցիալական մեդիայի և համացանցային հարթակների դերը*: Համացանցի և սոցիալական մեդիայի զարգացման հետ մեկտեղ ՄԻԵԴ-ը սկսեց ուշադրություն դարձնել այդ հարթակների դերին քաղաքական գործընթացում և դրանց ազդեցությանն ընտրությունների վրա: Դատարանն ընդգծում է նույն չափանիշներին համապատասխանելու կարևորությունը, որոնք կիրառվում են ավանդական ՀԼՄ-ների նկատմամբ, որպեսզի կանխվի ապատեղեկատվության և մանիպուլյացիաների տարածումը համացանցի միջոցով: Այսպես, Ջենգիզը և մյուսներն ընդդեմ Թուրքիայի գործով (*Cengiz and Others v. Turkey, 2016*) Դատարանը քննել է ինտերնետ-ռեսուրսների հասանելիության արգելափակման հարցը, այդ թվում՝ ընտրությունների համատեքստում, և հաստատել է, որ տեղեկատվության հասանելիության միջամտությունը պետք է խստո-

¹³⁰ <https://hudoc.echr.coe.int/app/conversion/pdf/?library=ECHR&id=001-94181&filename=CASE%20OF%200 BERSCHLICK%20v.%20AUSTRIA%20-%20%5BRussian%20Translation%5D.pdf> (դիմելու ամսաթիվը՝ 14.12.2024)

¹³¹ Судебная практика Европейского Суда по правам человека по статье 10 Европейской Конвенции: Т. 2 / Под ред. Г.Ю. Араповой – СПб.: 2004, с. 8 (288с.). Աղբյուրը՝ <https://media-pravo.info/wp-content/uploads/2019/08/204.pdf> (դիմելու ամսաթիվը՝ 14.12.2024)

րեն սահմանափակվի և արդարացվի օրինական նպատակներով¹³²:

Բացի դատական պրակտիկայից, Եվրոպայի Խորհրդի Նախարարների կոմիտեի կողմից բազմիցս ընդունվել են փաստաթղթեր, որոնք ուղղված են ԶԼՄ-ների կողմից ընտրական գործընթացների լուսաբանման պատշաճ կանոնակարգմանը: Մասնավորապես, Նախարարների Կոմիտեի N Rec(99)15 Հանձնարարականը մասնակից պետություններին՝ զանգվածային լրատվության միջոցներով ընտրարշավների լուսաբանմանն ուղղված միջոցառումների մասին, սահմանում է հետևյալը. «Արդարության, կշռադատվածության և անկողմնակալության սկզբունքները պետք է կիրառվեն ԶԼՄ-ների կողմից մասնակից պետություններում տեղի ունեցող բոլոր տեսակի քաղաքական ընտրությունների նախընտրական ընտրարշավը լուսաբանելիս, այսինքն՝ նախագահական, խորհրդարանական, տարածաշրջանային և, որտեղ կիրառելի է, տեղական ընտրությունների և քաղաքական հանրաքվեների նկատմամբ»¹³³:

Նախարարների Կոմիտեի CM/Rec(2007)15 Հանձնարարականում անդամ պետություններին՝ ԶԼՄ-ներում ընտրարշավների լուսաբանմանն առնչվող միջոցառումների մասին, ասվում է. «ԶԼՄ-ներում ընտրությունների լուսաբանման նորմատիվ շրջանակները պետք է հարգեն ԶԼՄ-ների խմբագրական անկախությունը: Անդամ պետությունները պետք է ապահովեն արդյունավետ և բացահայտ տարանջատում ԶԼՄ-ների նկատմամբ վերահսկողություն իրականացնելու և դրանց վերաբերյալ որոշումներ կայացնելու և քաղաքական իշխանություն կամ ազդեցություն իրականացնելու միջև»

¹³² [https://hudoc.echr.coe.int/#/{%22itemid%22:\[%22002-10983%22\]}](https://hudoc.echr.coe.int/#/{%22itemid%22:[%22002-10983%22]}) (ղիմելու ամսաթիվը՝ 16.12.2024)

¹³³ <http://humanrts.umn.edu/russian/euro/R15Rec1999.html> (ղիմելու ամսաթիվը՝ 16.12.2024)

(կ.3)¹³⁴:

Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանի պրակտիկայի և զանգվածային լրատվության միջոցների կողմից ընտրական գործընթացների լուսաբանման վերաբերյալ որոշ միջազգային փաստաթղթերի ուսումնասիրությունը թույլ է տալիս կատարել հետևյալ եզրահանգումները.

- ընտրությունների լուսաբանման շրջանակներում ԶԼՄ-ների գործունեությունը պետք է օրենսդրորեն կարգավորվի,

- արտահայտվելու ազատությունը չպետք է սահմանափակվի նաև ընտրությունների շրջանում,

- ԶԼՄ-ները պետք է հավասարություն և հասանելիություն ապահովեն ընտրությունների բոլոր մասնակիցների համար,

- նախընտրական շրջանում ԶԼՄ-ները պետք է առաջնորդվեն չեզոքության և օբյեկտիվության սկզբունքով,

- քաղաքական բանավեճի շրջանակներում արտահայտման ազատությունը կարող է սահմանափակվել ժողովրդավարական հասարակության անհրաժեշտության չափանիշներին համապատասխան,

- քաղաքական գործիչների նկատմամբ թույլատրելի քննադատության սահմաններն ավելի լայն են, քան մասնավոր անձանց նկատմամբ:

Կարևոր ենք համարում ընդգծել, որ վերը ներկայացված դրույթներն այս կամ այն չափով արտացոլված են նաև Հայաստանի Հանրապետության ընտրական օրենսդրության մեջ: Նախ՝ ընտրությունների տեղեկատվական ապահովման նպատակով օրենսդիրը պարտավորեցրել է Հանրային ռադիոյին և հեռուստատեսությանը հանրությանը ներկայացնել Ընտրական օրենսգրքով նշված

¹³⁴ [https://search.coe.int/cm/#/{%22CoEIdentifier%22:\[%2209000016805d4a3d%22\],%22sort%22:\[%22CoEValidation Date %20Descending%22\]}](https://search.coe.int/cm/#/{%22CoEIdentifier%22:[%2209000016805d4a3d%22],%22sort%22:[%22CoEValidation Date %20Descending%22]}) (ղիմելու ամսաթիվը՝ 16.12.2024)

տեղեկատվությունը: Այսպես,

- տեղական ինքնակառավարման մարմինների ընտրությունների դեպքում Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովն ընտրությունները նշանակելուց հետո՝ յոթնօրյա ժամկետում, հանրային ռադիոյով և հեռուստատեսությամբ տեղեկատվություն է հրապարակում տեղական ինքնակառավարման մարմինների ընտրությունների, այն համայնքների մասին, որտեղ անցկացվում են ընտրությունները, ընտրողների ցուցակներում տեղ գտած անճշտությունների վերաբերյալ դիմումներ տալու ժամկետների, թեկնածուների առաջադրման և գրանցման ժամկետների, ինչպես նաև քվեարկության օրվա մասին (Ընտրական օրենսգրքի 8-րդ հոդվածի 8-րդ մաս),

- Ազգային ժողովի ընտրությունների ժամանակ Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովը քվեարկությունն սկսելուց հետո երեքժամյա պարբերականությամբ Հանրային ռադիոյով և Հանրային հեռուստատեսությամբ Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովի նստավայրից ուղիղ եթերով հրապարակում է ընտրողների քվեարկության մասնակցության վերաբերյալ տվյալներ (Ընտրական օրենսգրքի 8-րդ հոդվածի 9-րդ մաս),

- Ազգային ժողովի, Երևանի ավագանու և մարզկենտրոնների ավագանու ընտրություններին մասնակցող կուսակցություններին (կուսակցությունների դաշինքներին) Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովի սահմանած կարգով տրամադրվում է Հանրային ռադիոյով և Հանրային հեռուստատեսությամբ անվճար և վճարովի եթերաժամ (Ընտրական օրենսգրքի 20-րդ հոդվածի 2-րդ մաս),

- Ազգային ժողովի, Երևանի ավագանու և մարզկենտրոն ընդգրկող համայնքների ավագանու ընտրությունների ժամանակ Հայաստանի հանրային հեռուստաընկերությունը նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում կազմակերպում է նախընտրական բանավեճեր՝ ապահովելով մասնակցության հավասար պայմաններ բոլոր կուսակցությունների (կուսակցությունների դա-

շինքների) համար: Նախընտրական բանավեճերի թեման, ձևաչափը և կանոնները որոշում է Հայաստանի հանրային հեռուստաընկերությունը: Նախընտրական բանավեճերը հեռարձակվում են ուղիղ եթերով (Ընտրական օրենսգրքի 20-րդ հոդվածի 4-րդ մասի 2-րդ պարբերություն),

- Հանրային ռադիոն և Հանրային հեռուստատեսությունը ողջամիտ հաճախականությամբ հեռարձակում են Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովի ներկայացրած սոցիալական գովազդը (Ընտրական օրենսգրքի 20-րդ հոդվածի 4-րդ մասի 5-րդ պարբերություն),

- Ազգային ժողովի ընտրությունների քվեարկության նախնական արդյունքները պաշտոնապես հրապարակվում են Հանրային ռադիոյի և Հանրային հեռուստատեսության ուղիղ եթերով (Ընտրական օրենսգրքի 75-րդ հոդվածի 1-ին մասի 2-րդ պարբերություն):

Երկրորդ՝ օրենսդիրն ամրագրում է նաև Հանրային հեռուստատեսության և ռադիոյի կողմից տրվող տեղեկատվության «որակին» և հեռարձակման բնութագրերին ներկայացվող պահանջները: Այսպիսով,

- 1) Ազգային ժողովի, Երևանի ավագանու և մարզկենտրոն ընդգրկող համայնքների ավագանու ընտրությունների ժամանակ հանրային տեսալսողական և հանրային լսողական հեռարձակողները պարտավոր են հեռարձակել ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների (կուսակցությունների դաշինքների) նախընտրական ծրագրերի մասին հաղորդումներ կամ թողարկումներ՝ ապահովելով անկողմնակալություն, հավասարակշռվածություն, գնահատականներից զերծ տեղեկատվություն և հավասար պայմաններ (Ընտրական օրենսգրքի 20-րդ հոդվածի 4-րդ մասի 1-ին պարբերություն),

- 2) Ընտրությունների ժամանակ Հանրային ռադիոն և Հանրային հեռուստատեսությունը պարտավոր են ընտրություններին մասնակցող թեկնածուների, կուսակցությունների (կուսակցությունների

դաշինքների) համար ապահովել ոչ խտրական պայմաններ: Հանրային ռադիոյի և Հանրային հեռուստատեսության լրատվական հաղորդումներում թեկնածուների, ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների (կուսակցությունների դաշինքների) նախընտրական քարոզչության վերաբերյալ ներկայացվում է անկողմնակալ և գնահատականներից զերծ տեղեկատվություն (Ընտրական օրենսգրքի 20-րդ հոդվածի 3-րդ մասի 1-ին և 2-րդ պարբերություններ):

3) Թեկնածուի, ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների (կուսակցությունների դաշինքների) կողմից նախընտրական քարոզչություն չիրականացնելը զանգվածային լրատվության միջոցի համար հիմք չէ տվյալ թեկնածուի, ընտրություններին մասնակցող կուսակցության մասին տեղեկություններ չհրապարակելու համար (Ընտրական օրենսգրքի 20-րդ հոդվածի 3-րդ մասի 3-րդ պարբերություն): Իրավաբանական գրականության մեջ անդրադարձ կա նշված հոդվածում առաջարկվող Ընտրական օրենսգրքի ձևակերպմամբ առաջացած անորոշությանը¹³⁵: Մասնավորապես, բաց է մնում այն հարցը, թե ինչպիսին են զանգվածային լրատվության միջոցների հայեցողության սահմանները նման թեկնածուների և կուսակցությունների մասին տեղեկություններ հրապարակելիս, և արդյոք ԶԼՄ-ների համար այդպիսի թեկնածուների կամ կուսակցությունների մասին տեղեկություններ հրապարակելը նրանց իրավունքն է, թե՛ պարտականությունը: Բաց է մնում նաև այն հարցը, թե արդյոք արդարացի է նման բեռ դնել զանգվածային լրատվության միջոցների վրա, եթե կուսակցությունները կամ թեկնածուներն իրենց մտադիր չեն քարոզչություն իրականացնել:

¹³⁵ **Акопян Л.А., Варагян Л.А., Асатрян А.М.** Политико-правовое значение изменений Конституционного закона Республики Армения «Избирательный кодекс Республики Армения» / Л.А. Акопян, Л.А. Варагян, А.М. Асатрян.- Ер.: Изд. «Айрапет», 2021, с. 91-92.

4) Ամենալայն լուսաբանումն ապահովելու նպատակով օրենսդրությամբ պահանջվում է՝ Հայաստանի հանրային հեռուստաընկերության անվճար եթերաժամերի և նախընտրական բանավեճերի ժամանակ ապահովել հայերեն ժեստերի լեզվով թարգմանություն: Հայաստանի հանրային հեռուստաընկերության եթերով նախընտրական քարոզչության հետ կապված տեսալսողական հաղորդումների տեսագրությունները պետք է ապահովվեն հայերեն ենթագրերով (Ընտրական օրենսգրքի 20-րդ հոդվածի 14-րդ մաս):

Կարևոր ենք համարում նշել նաև, որ վերը նշված դրույթներից առաջին երեքը հավասարապես տարածվում են նաև թեկնածուներին, ընտրություններին մասնակցող կուսակցություններին (կուսակցությունների դաշինքներին) նախընտրական քարոզչություն իրականացնելու համար եթերաժամ տրամադրող մասնավոր հիմունքներով հեռուստառադիոհեռարձակում իրականացնող հեռուստաընկերությունների և ռադիոընկերությունների վրա (Ընտրական օրենսգրքի 20-րդ հոդվածի 6-րդ մաս):

Ընտրողների կամքի ազատ արտահայտման վրա ներգործության արգելքի երաշխիքների ապահովման նպատակով Ընտրական օրենսգիրքն արգելում է վերգետնյա եթերային հեռարձակում իրականացնող ռադիոընկերությունների և հեռուստաընկերությունների՝ որպես թեկնածու գրանցված աշխատակիցներին, ինչպես նաև աշխատանքային կամ ծառայությունների վճարովի մատուցման պայմանագիր ունեցող անձանց ընտրությունների լուսաբանումը, ռադիոհաղորդումների կամ հեռուստահաղորդումների վարումը, բացառությամբ՝ օրենքով սահմանված դեպքերի (Ընտրական օրենսգրքի 22-րդ հոդվածի 1-ին մաս):

Ինչպես հայտնի է, իրավակարգավորումների առկայությունը դեռևս չի երաշխավորում դրանց անշեղ կատարումը: Ձայնա- և տեսաձրագրեր հեռարձակող հեռուստառադիոընկերությունների կողմից նախընտրական քարոզչության պահպանման նկատմամբ վե-

րահսկողությունն իրականացնում է Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովը: Նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում Ընտրական օրենսգրքով նրան վերապահվում է հեռուստառադիոընկերությունների կողմից Ազգային ժողովի, Երևանի ավագանու և համայնքների ավագանու ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների (կուսակցությունների դաշինքների) համար հավասար պայմանների ապահովման գնահատման մոնիթորինգ իրականացնելու լիազորությունը: Այդ նպատակով Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովը մշակում, հրապարակում և Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողով է ներկայացնում վերգետնյա, կաբելային և արբանյակային հեռարձակում իրականացնող հեռուստառադիոընկերությունների կողմից նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների համար հավասար պայմանների ապահովման գնահատման մեթոդաբանությունը: Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովը մշտադիտարկման արդյունքներն ամփոփում է եզրակացության տեսքով, հրապարակում և ներկայացնում է ԿԸՀ:

Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի՝ որպես տեսալսողական լրատվամիջոցների ոլորտը կարգավորող անկախ սահմանադրական մարմնի դերը շատ կարևոր է ընտրական գործընթացի թափանցիկության, ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների (կուսակցությունների դաշինքների) համար ոչ խտրական պայմանների և ընտրողների՝ օբյեկտիվ, ստուգված և հավաստի տեղեկատվություն ստանալու, իրավունքի ապահովման գործում: Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի այս գործունեության արդյունքներն իրենց արտացոլումն են ստանում եզրակացության մեջ՝ կատարված գնահատման տեսքով: Անկախ սահմանադրական մարմնի կողմից տրված գնահատականը, այլ գնահատականների, տեղեկությունների, որոշումների, եզրակա-

ցությունների և այլնի հետ միասին, իր հերթին, դրվում է ընտրությունների վավերականության գնահատման հիմքում, որը տրվում է Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովի կողմից¹³⁶: Ընտրական օրենսգրքն ընտրություններն անվավեր ճանաչելու պայման է համարում Ընտրական օրենսգրքի այն խախտումները, որոնք տեղի են ունեցել ընտրությունների ժամանակ և որոնք կարող էին ազդել ընտրությունների արդյունքների վրա՝ պայմանով, որ այդ խախտումների հետևանքները հնարավոր չէ վերացնել վերաքվեարկություն անցկացնելու միջոցով:

Այսպիսով, երկու անկախ պետական մարմինների առջև դրված է գերբարդ խնդիր՝ բացահայտել ընտրությունների ժամանակ տեղի ունեցած Ընտրական օրենսգրքի խախտումները և գնահատական տալ դրանց: Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովը պետք է եզրակացնի, կան արդյոք մեղիա ծառայություններ մատուցող տեսալսողական ընկերությունների գործողություններում նախընտրական քարոզչությանը մասնակցող կուսակցությունների և կուսակցությունների դաշինքների համար հավասար պայմանների ապահովման խախտումներ: Եվ եթե արդյունքում Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովը եզրակացնի, որ խախտումներ կան, ապա ընտրությունների արդյունքների ամփոփման գործընթացի շրջանակներում Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովը ստիպված կլինի գնահատել այդ (և այլ) խախտումների ազդեցությունն ընտրությունների արդյունքների վրա, ինչպես նաև այդ խախտումների հետևանքների վերացման հնարավորությունները:

Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի գործու-

¹³⁶ Տես, օրինակ՝ ՀՀ Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովի 2021 թվականի հունիսի 27-ի «Հայաստանի Հանրապետության Ազգային ժողովի 2021 թվականի հունիսի 20-ի արտահերթ ընտրությունների արդյունքների մասին» N 183-Ա որոշումը: Աղբյուրը՝ https://res.elections.am/images/Decisions/27.06.21/21.183_A.pdf (դիմելու ամսաթիվը՝ 16.12.2024)

նությունն ընտրությունների շրջանում նշանակալի է նաև Հայաստանում զանգվածային լրատվության միջոցներով ընտրությունների լուսաբանման գործընթացում առկա խնդիրների և մարտահրավերների վերհանման հարցերում: Եվ եթե տեսալսողական լրատվամիջոցներով, ինչպիսիք են հեռուստատեսությունը և ռադիոն, ընտրությունների լուսաբանումը հնարավոր է վերահսկել, ինչն էլ իր հերթին հնարավորություն է տալիս եզրահանգումների և եզրակացությունների հիման վրա հանդես գալ խնդիրների լուծման ուղիների վերաբերյալ առաջարկություններով, ձեռնարկել մարտահրավերների լուծմանն ու մեղմմանն ուղղված միջոցներ, ապա հաղորդակցության ժամանակակից միջոցներով ընտրությունների լուսաբանման շրջանակներում վերահսկողության և մշտադիտարկման հարցերը դեռևս չի հաջողվում լուծել: Այս փաստը համարում ենք առավել նշանակալի ժամանակակից մարտահրավեր՝ զանգվածային լրատվության միջոցներով ընտրությունների լուսաբանման շրջանակներում, հատկապես հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ Հայաստանում մեդիասպառմանն ու մեդիաօգտագործողների սովորություններին նվիրված վերջին հետազոտությունների համաձայն, եթե մեդիա աղբյուրների ընդհանուր սպառման շրջանակներում հեռուստատեսությունը դեռևս առաջ է անցել ինտերնետ աղբյուրներից, որոնք անցյալում են թողել ռադիոն և մամուլը, ապա հասարակական-քաղաքական լուրեր ստանալու համար օգտագործվող մեդիա աղբյուրների շրջանակներում 2024 թվականին (նման է 2023 թվականի արդյունքներին) հիմնական աղբյուրները եղել են սոցիալական ցանցերը (հարցվածների 62 տոկոսը նշել է այս տարբերակը), որին հաջորդում է հեռուստատեսությունը (45 տոկոս)¹³⁷:

¹³⁷ [Հայաստանում խոսքի ազատության և մեդիայի սպառման հետազոտություն](#) / Զեկույցի բովանդակության համար պատասխանատուներ՝ Շուշան Ղահրիյան, Գայանե Հարությունյան, Լիանա Պողոսյան, «Պրիզմա» ՍՊԸ, Երևան, 2024/դիմելու ամսաթիվը՝ 16.12.2024

Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի պրակտիկայի, ինչպես նաև այդ ոլորտի փորձագետների, ընտրությունների շրջանակներում դիտորդական առաքելություն իրականացնող հեղինակավոր միջազգային կազմակերպությունների եզրակացությունների ուսումնասիրությունը թույլ է տալիս մատնանշել Հայաստանի Հանրապետությունում զանգվածային լրատվության միջոցներով ընտրությունների լուսաբանման հետ կապված հետևյալ, մեր կարծիքով, հիմնական արդիական խնդիրները.

1. *Առանձին ԶԼՄ-ների քաղաքական կողմնակալությունը*: Հայաստանում ԶԼՄ-ները հաճախ են տուժում քաղաքական ազդեցությունից՝ աջակցություն ստանալով առանձին ազդեցիկ քաղաքական գործիչներից, գործարարներից կամ քաղաքական ուժերից: Հաշվի առնելով ձեռներեցներին քաղաքականության մեջ ներգրավելու պրակտիկան, դա կարող է ազդել ընտրական տեղեկատվության որակի վրա՝ սահմանափակելով հասարակության հասանելիությունը օբյեկտիվ փաստերին և իրադարձություններին, ստեղծելով ընտրությունների լուսաբանման ժամանակ կողմնակալ տեղեկատվության մատուցման խնդիր՝ որոշակի ուժերի շահերի տեսանկյունից: Այս խնդրին, մասնավորապես, անդրադառնում է ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ դիտորդական առաքելությունը ՀՀ Ազգային ժողովի 2021 թվականի հունիսի 20-ի արտահերթ ընտրությունների վերաբերյալ իր եզրափակիչ զեկույցում (Վարշավա, 2021 թվականի հոկտեմբերի 27), ԶԼՄ-ներին նվիրված X բաժնում, նշելով, որ ԶԼՄ-ները «խմբագրական տարբեր քաղաքականություն» են կիրառել ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների և կուսակցությունների դաշինքների նկատմամբ¹³⁸:

¹³⁸ Հայաստանի Հանրապետություն Ազգային ժողովի 2021թ. հունիսի 20-ի արտահերթ ընտրությունների վերաբերյալ ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ դիտորդական առաքելություն վերջնական զեկույց (Վարշավա, 2021թ. հոկտեմբերի 27), բաժին X, էջ 30: Աղբյուրը՝ <https://res.elections.am/images/doc/OCS20.06.21.pdf> (դիմելու ամսաթիվը՝ 16.12.2024)

2. Համացանցային ռեսուրսների տարածում և դրանց կողմից ընտրական գործընթացների լուսաբանման հնարավոր վերահսկման համար ռեսուրսների բացակայություն: Ինչպես ասված է ՀՀ Ազգային ժողովի 2018 թվականի դեկտեմբերի 9-ի արտահերթ ընտրությունների վերաբերյալ ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ եզրափակիչ զեկույցում (Վարչակազմ, 2019 թվականի մարտի 7), «մինչդեռ հեռուստատեսությունը քաղաքական տեղեկատվության հիմնական աղբյուրն է, լրատվական կայքերի և սոցիալական ցանցերի դերը մեծացել է»¹³⁹: Էլեկտրոնային ռեսուրսները մեր ժամանակներում ընտրողների և ընտրվողների միջև հաղորդակցության ամենալայն կիրառվող ալիքն են: Տարբեր երկրների օրենսդրություններն անդրադառնում են համացանցային ռեսուրսների միջոցով ընտրությունների լուսաբանման իրավական կարգավորման հարցերին: Բայց եթե էլեկտրոնային ԶԼՄ-ների գործունեության շրջանակներում օրենքով նախատեսված դասական իրավական ազդեցության միջոցները կիրառելի են, ապա այլ համացանցային ռեսուրսների կապակցությամբ հարցն ավելի բարդ է: Ընտրությունների լուսաբանման նորագույն գործիքներից մեկը պետք է ճանաչել սոցիալական ցանցերը, որոնք լայնորեն օգտագործվում են ինչպես դրական քարոզչության, այնպես էլ խեղաթյուրված կամ կեղծ տեղեկություններ տարածելու համար: Հայաստանի ընտրական պրակտիկայում հաճախ օգտագործվում է ագրեսիվ քաղաքական գովազդ, որը ներառում է ապատեղեկատվություն: Ընտրողների կարծիքի վրա ակտիվ ազդեցություն են ունենում նաև անկախ բլոգերները՝ տրամադրելով այնպիսի տեղեկատվություն, որը կարող է չհայտնվել ավանդական լրատվամի-

¹³⁹ Հայաստանի Հանրապետություն Ազգային ժողովի 2018թ. դեկտեմբերի 9-ի արտահերթ ընտրությունների վերաբերյալ ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ դիտորդական առաքելություն վերջնական զեկույց (Վարչակազմ, 2019թ. մարտի 7), էջ 4: Աղբյուրը՝ <https://res.elections.am/images/doc/OSCE09.12.18.pdf> (դիմելու ամսաթիվը՝ 16.12.2024)

ջոցներում: Սակայն դժվար է գերազնահատել այս ոլորտում առկա ռիսկերը: Նրանց միջոցով տեղեկատվության տարածման անհավատալի արագությունն ու մասշտաբները գրեթե լիակատար անվերահսկելիության պայմաններում կարող են բացասաբար ազդել ոչ միայն ընտրողների քաղաքական համակրանքի և հակակրանքի, այլև ընտրական գործընթացների նկատմամբ ընտրողների վստահության աստիճանի վրա:

3. Քաղաքական դիսկուրսի շրջանակներում արտահայտվելու ազատության և դրա սահմանափակման անհրաժեշտության միջև հավասարակշռության խախտում: Ընտրությունները հասարակության մեջ հակասական տրամադրությունների սրման ժամանակաշրջան են: Դրան էլ ավելի է նպաստում անբարենպաստ պայմանների՝ տարածվածությամբ մասշտաբային և մեծ ծախսեր պահանջող ժամանակակից մարտահրավերների առկայությունը, ինչպիսիք են համավարակը, պատերազմները և այլն: Քաղաքական կրքերի շիկացման աստիճանն այնքան բարձր է, որքան անբարենպաստ է ընտրությունների անցկացման ընդհանուր մթնոլորտը: Այս տեսանկյունից 2021 թվականի Հայաստանի խորհրդարանական ընտրություններում ագրեսիվ հռետորաբանության առկայությունը միանգամայն օրինաչափ և ընդգծված է եղել բազմաթիվ շահագրգիռ սուբյեկտների կողմից (ՀՀ ԿԸՀ¹⁴⁰, Մարդու իրավունքների պաշտպան¹⁴¹, Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողով, ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ միջազգային դիտորդական առաքելություն և այլն): Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի 2021 թվականի հունիսի 25-ի եզրակացության մեջ ասված է. «...Հանձնաժողովը

¹⁴⁰ <https://www.elections.am/Cec/Announcement/Item/8ddb9c2a-adc9-40b9-92f4-51ec0ffb0fd> (դիմելու ամսաթիվը՝ 16.12.2024)

¹⁴¹ <https://ombuds.am/am/site/ViewNews/1755>, <https://ombuds.am/am/site/ViewNews/1721> (դիմելու ամսաթիվը՝ 16.12.2024)

կիսում է ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ ընտրությունների միջազգային դիտորդների տեսակետն առ այն, որ ԺՀՄԻԳ ԸԴԱ-ի զրուցակիցները ընդգծել են կոշտ, անհանդուրժող և սադրիչ հռետորաբանության աճող ծավալը քաղաքական ասպարեզում: Քաղաքական միջավայրը, որում տարբեր կարծիքները պարբերաբար բախվում են ատելության և կշտամբանքի, մասնավորապես սոցիալական ցանցերում, բացասաբար է ազդում հանրային դիսկուրսի վրա» և այդ ամենը փոխանցվում է նաև տեսալսողական մեդիածառայություն մատուցածների կողմից հեռարձակված 8 հաղորդումներում: Հանձնաժողովի կարծիքով անհրաժեշտ է անցկացնել օրենսդրական փոփոխություններ, որոնք կչեզոքացնեն հասարակության վրա ծանր հետևանք թողնող ատելության խոսքի, ապատեղեկատվության, կողմնակալության և կոշտ վարքագծի դրսևորումները Հեռարձակողների եթերում»¹⁴²:

Հենց այս խնդրի հաղթահարումն առավելապես կապված է նաև նախորդի հետ՝ ընտրությունների անվերահսկելի լուսաբանումը ինտերնետ-ռեսուրսների միջոցով, քանի որ հենց այստեղ՝ վիրտուալ հարթակներում, պայմաններ են ստեղծվել ընտրողի և թեկնածուների ու քաղաքական գործիչների, հենց ընտրողների և հենց թեկնածուների ու քաղաքական գործիչների միջև ինտերակտիվ փոխգործակցության համար: Նման հաղորդակցության բազմավեկտորությունն ու արագությունը թույլ չեն տալիս լիովին հետևել մասնակիցների կողմից նախընտրական քարոզչության կամ ընտ-

րությունների լուսաբանման՝ օրենքով սահմանված կանոնների պահպանմանը, իսկ նման խախտումներ հայտնաբերելու դեպքում՝ կիրառել օրենքով նախատեսված միջոցներ:

Եվ այսպես, կարելի է եզրակացնել, որ մեդիան կարևորագույն դեր ունի Հայաստանի քաղաքական կյանքում, հատկապես ընտրությունների համատեքստում: Դրանք ապահովում են քաղաքացիների տեղեկացվածությունը, ազդում են նրանց կարծիքի վրա, ինչպես նաև նպաստում են քաղաքական, այդ թվում՝ ընտրական, մշակույթի ձևավորմանը: Սակայն, ընտրական գործընթացների լուսաբանման որակը բարձրացնելու համար անհրաժեշտ է ուժեղացնել ԶԼՄ-ների անկախությունը, պայքարել կողմնակալության և մանիպուլացիաների դեմ, ապահովել տեղեկատվության ամենալայն և ազատ հասանելիությունը բոլոր քաղաքացիների համար: Ապագայում հայկական ԶԼՄ-ների համար հիմնական մարտահրավերը, ինչպես մեզ թվում է, կլինի մամուլի ազատության և քաղաքական ազդեցության միջև հավասարակշռության պահպանումը, որը կարող է ընտրողին երաշխավորել օբյեկտիվ տեղեկատվության վրա հիմնված որոշումներ կայացնելու հնարավորությունները:

3.3. Զանգվածային լրատվության միջոցները և նախընտրական քարոզչությունը

ԶԼՄ-ները կարևորագույն դեր են խաղում ցանկացած ժամանակակից պետության ընտրական գործընթացներում: Ընտրությունները ժամանակի մեջ ձգվող գործընթաց են, որը բաղկացած է միմյանց հաջորդող մի քանի փուլերից: Ինչպես նշում է Ի.Պ. Կենենովան, ընտրությունները ձեռք են բերել տպավորիչ ժողովրդավարական ծիսակարգի կարգավիճակ, այլ ոչ թե պարզապես սովորա-

¹⁴² Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի 2021 թվականի հունիսի 25-ի «Հեսալսողական մեդիածառայություններ իրականացնող ընկերությունների կողմից ՀՀ Ազգային ժողովի 2021 թվականի հունիսի 20-ի արտահերթ ընտրությունների նախընտրական քարոզչության սահմանված կարգի պահպանման մասին» եզրակացությունը՝ Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի մոնիտորինգի արդյունքներով»։ Աղբյուրը՝ <https://tvradio.am/resolutions/> (դիմելու ամսաթիվը՝ 16.12.2024)

կան դարձած քաղաքական-իրավական ընթացակարգ:¹⁴³ Եվ եթե ընտրական գործընթացը փուլերի բաժանելու և դրանց քանակի մասին հարցը վիճելի է, ապա նախընտրական քարոզչությունն ամենագագանունքային և ինտերակտիվ փուլ ճանաչելն անվիճելի է:¹⁴⁴ Նախորդ ենթագլխում արդեն ասվել է, որ ընտրական գործընթացների լուսաբանմանը ՁԼՄ-ների մասնակցությունը պայմանականորեն կարելի է բաժանել երկու ձևաչափի՝ ընտրական գործընթացների մասնակիցների իրազեկում ընտրությունների մասին և նախընտրական քարոզչություն: Քանի որ նախորդ ենթագլխի շրջանակներում ներկայացվել էր նշված ձևաչափերից առաջինը, ապա

¹⁴³ Право избирать и быть избранным в российских политических реалиях: основные конституционно-правовые проблемы. Учебно-методический комплекс / Коллектив авторов. Рук. авт. кол. и отв. ред. проф. Авакьян С.А. – М.: Юстицинформ, 2015, с. 485.

¹⁴⁴ **Акопян Л.А., Оганесян Н.С.** Участие молодежи в выборах: повышение электоральной активности молодых избирателей в Республике Армения / Л.А. Акопян, Н.С. Оганесян.- Ер.: Изд.-во «Айрапет», 2024, с. 75-77, Избирательное право и избирательный процесс в Российской Федерации: учебник / С. А. Куемжиева, М. С. Савченко, А. В. Красницкая [и др.] ; под общ. ред. М. С. Савченко. – Краснодар: КубГАУ, 2018, с. 56-60, **Курышов И.С.** Актуальные вопросы избирательного права (Особенная часть): учебное пособие / И.С. Курышов; ФГКОУ ВО Университет прокуратуры Российской Федерации, Дальневосточный юридический институт, Владивосток, Изд.-во ДВФУ, 2024, с. 8-9, Понятие и структура избирательного процесса / д.ю.н., проф. С. Князев, к.ю.н., доц. А. Яшин // <https://www.democracy.ru/library/learning/lectures/page10.html> (նիմելու ամսաթիվ՝ 16.12.2024), **Хрусталеv Е.Н.** Избирательный процесс в России: понятие и стадии // Правоведение. 1998. № 2. С. 33–34; **Князев С.Д.** Очерки теории российского избирательного права. Владивосток, 1999, с. 315–316, **Игнатенко В.В., Князев С.Д., Кутафин О.Е.** Избирательное право Российской Федерации. Иркутск, 2001, с. 193, **Чудаков М.Ф.** Избирательный процесс: понятие и основные стадии. Минск, 2001, с.4; https://portal.anterior.ine.mx/archivos3/portal/historico/contenido/Fundamental_stages_and_activities_of_the_Electoral_Process/ (նիմելու ամսաթիվ՝ 16.12.2024) և այլն:

տվյալ ենթագլուխը նվիրված կլինի նախընտրական քարոզչությանը ՁԼՄ-ների մասնակցությանը: Ընտրական գործընթացների լուսաբանմանը ՁԼՄ-ների մասնակցության նման տարանջատումը կարևոր է ինչպես ֆունկցիոնալ բաղադրիչի, այնպես էլ ՁԼՄ-ների գործունեության շրջանակներում սուբյեկտային և ժամանակային ընդգրկման տեսանկյունից: Այսպես, եթե նեղ մոտեցում ցուցաբերենք ընտրությունների լուսաբանմանը ՁԼՄ-ների մասնակցության ժամկետային շրջանակների սահմանման հարցում (անտեսելով մշտական ընտրարշավի տեսության մոտեցումները, միջընտրական և ընտրական ժամանակաշրջանների միջև լրիվաժողության մասին թեզերը), ապա ընտրական գործընթացների մասնակիցների իրազեկումն ընտրությունների մասին կրնդգրկի առնվազն ընտրությունների նշանակման պահից մինչև ընտրությունների արդյունքների պաշտոնական ամփոփումն ընկած ժամանակահատվածը, մինչդեռ նախընտրական քարոզչությունը տեղի է ունենում կարճ ժամանակահատվածում, որի մեկնարկը տարբեր երկրներում տարբեր է, սակայն միանշանակ տեղի է ունենում ընտրություններին մասնակցող թեկնածուների և կուսակցությունների գրանցումից հետո և, որպես կանոն, ավարտվում է քվեարկությունից մեկ օր առաջ:

Ընտրություններին ՁԼՄ-ների մասնակցության նշված երկու ձևաչափերի սուբյեկտիվ կազմի տարբերությունն այն է, որ եթե իրազեկումն իրականացվում է ընտրական գործընթացի այնպիսի սուբյեկտների կողմից, ինչպիսիք են ընտրությունների կառավարման մարմինները (առավել հաճախ՝ ընտրական հանձնաժողովները), պետական մարմինները, տեղական ինքնակառավարման մարմինները, զանգվածային լրատվության միջոցները և այլն, ապա նախընտրական քարոզչությամբ զբաղվում են թեկնածուները և կուսակցությունները, նրանց ներկայացուցիչներն ու վստահված անձինք, կողմնակիցներն ու հակառակորդները և այլն: Ընդ որում, նման իրավունքից զրկված են այն սուբյեկտները, որոնց վրա

դրված են ընտրական գործընթացի մասնակիցներին իրազեկելու գործառնությունները:

Ֆունկցիոնալ բաղադրիչի շրջանակներում ընտրողներին իրազեկելու նպատակն է ապահովել, առաջին հերթին, ընտրողներին, ինչպես նաև թեկնածուներին, նրանց վստահված անձանց, դիտորդներին և ընտրական գործընթացի այլ մասնակիցներին ընտրությունների վերաբերյալ հիմնական տեղեկությունների մասին ժամանակին իրազեկումը (քվեարկության օրվա, վայրի և ժամի, քվեարկության կարգի, ընտրական տեղամասերի, ընտրողների ցուցակների, ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների և թեկնածուների, նախընտրական քարոզչության ընթացքի, նախընտրական քարոզչության անցկացման կանոնների, ընտրությունների դիտարկման կանոնների, քվեարկության արդյունքների և ընտրությունների արդյունքների, ընտրական հանձնաժողովների գործողությունների (անգործության) և իրավական ակտերի բողոքարկման կարգի մասին և այլն):

Նախընտրական քարոզչության բնույթն այլ է: Այն ուղղված է այս կամ այն թեկնածուներին «կողմ» կամ «դեմ» քվեարկելու մղելուն: Այս գործունեությունն իրականացվում և անցկացվում է ընտրական գործընթացի այլ սուբյեկտների՝ գրանցված թեկնածուների, քաղաքական կուսակցությունների, ընտրական դաշինքների, ինչպես նաև քաղաքացիների և հասարակական միավորումների կողմից՝ օրենքով թույլատրված ձևերով և օրինական մեթոդներով, մրցակցային հիմունքներով, ազատ, բայց ընտրական օրենսդրության շրջանակներում:¹⁴⁵

Նախընտրական քարոզչության մեջ ՁԼՄ-ների դերին անդրա-

¹⁴⁵ **Колосов Б.Д.** Информационное сопровождение избирательной кампании: содержание и условия эффективности / Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата политических наук по специальности 23.00.02, М., 2006, с. 14.

դառնալուց առաջ անհրաժեշտ է հասկանալ կիրառվող տերմինաբանությունը և սահմանել, թե ինչ է նախընտրական քարոզչությունը:

Նախընտրական քարոզչությունն ընտրական գործընթացի փուլերից մեկն է, որը ծավալվում է որոշակի իրավական համատեքստում և մեկնարկում է դրա նշանակման պահից: Օրենսդրական սահմանման շրջանակներում, որն իր ամրագրումն է գտել Ընտրական օրենսգրքում ոչ վաղ անցյալում¹⁴⁶, նախընտրական քարոզչություն է համարվում «ցանկացած գործողություն, որը նպատակ ունի համոզել ընտրողներին քվեարկել կամ չքվեարկել կոնկրետ թեկնածուի կամ կուսակցության (կուսակցությունների դաշինքի) օգտին» (Ընտրական օրենսգրքի 19-րդ հոդվածի 1.1-ին մաս):

Որպես կանոն, ընտրությունների կոնկրետ ամսաթվի հայտարարումը խաղում է կարճատև սոցիալական համակարգի ձևավորման խթանիչ ազդակի դերը: Այս ժամանակահատվածում որոշակի տարածքում մեծանում է թաքնված կամ բացահայտ սոցիալական լարվածությունը, մեծանում են սոցիալական գործընթացների արագությունն ու ինտենսիվությունը, սրվում են սոցիալական խմբերի մեծ մասի մոտիվացիոն գերիշխողները: Մոտեցող ընտրությունների իրավիճակը թեժացնում է ոմանց հավակնությունները, սպառնալիք է ստեղծում մյուսների շահերի համար, արթնացնում սոցիալական էներգետիկան

¹⁴⁶ 2016 թվականի Ընտրական օրենսգրքի սկզբնական տեքստում «նախընտրական քարոզչություն» հասկացությունը տրված չէր, միայն նշված էր որպես նախընտրական քարոզչություն սահմանվող ժամանակահատվածը: Սակայն ավելի ուշ՝ 2021 թվականի մայիսի 7-ի ««Հայաստանի Հանրապետության ընտրական օրենսգիրք» սահմանադրական օրենքում լրացումներ և փոփոխություններ կատարելու մասին» N 202-Ն ՀՀ սահմանադրական օրենքով Ընտրական օրենսգրքի 19-րդ հոդվածը լրացվել է 1.1-րդ մասով, որը սահմանում է նախընտրական քարոզչության հասկացությունը:

սնուցող դրդապատճառների ամբողջ սպեկտրը:¹⁴⁷

Նշված գործոններն ու հանգամանքները առաջացնում են ընտրությունների կազմակերպման և անցկացման հատուկ մթնոլորտ, որի կարևորագույն բաղադրիչն է դառնում է ընտրական գործընթացի տեղեկատվական դաշտը, որը ձևավորվում է, ինչպես նշում է Բ.Դ. Կոլոսովը, «հաղորդակցության ուղիների ամբողջության գործառնությամբ, որոնց միջոցով քարոզարշավի ընթացքում շրջանառվում է հատուկ տեղեկատվություն, որը ծածկում է որոշակի տարածք, որի բնակչությունը այս կամ այն կերպ ներգրավված է ընտրական գործընթացում»: Նրա խոսքով՝ ընտրարշավի տեղեկատվական դաշտը ակտիվ և բավականին լոկալ, ժամանակի և տարածության մեջ սահմանափակ գոտի է, որը մեծապես որոշում է ընտրական գործընթացի բնույթն ու արդյունքները:¹⁴⁸

Կարևոր է հասկանալ, որ եթե ամբողջ ընտրական գործընթացը հասկացվում է որպես կարճատև ժամանակահատված՝ հատուկ մթնոլորտով, որտեղ ձևավորվում է հատուկ տեղեկատվական դաշտ, ապա նախընտրական քարոզչության ժամանակային ընդգրկումն էլ ավելի կարճ է: Հստակություն մտցնելու համար հարկ է նշել, որ ընտրական գործընթացների շրջանակներում *քարոզչությունն* իրականացվում է *նախընտրական քարոզչությունից* շատ առաջ, հաճախ՝ մեկնարկելով նույնիսկ ընտրությունների պաշտոնական նշանակումից առաջ: Ընտրական գործընթացի շրջանակներում քարոզչությունը հատուկ իրավական կարգավորման չի ենթարկվում (չնչին բացառություններով), դրա վրա տարածվում են միայն ընդհանուր կանոնները, որոնց պահպանումն անհրաժեշտ է

ժողովրդավարական հասարակությունում (ԶԼՄ-ների ազատություն, անձի արժանապատվության հարգանք, անձնական տվյալների պաշտպանություն, տեղեկատվության իրավունք և այլն): Նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածը սահմանվում է օրենսդրորեն՝ ընտրությունների բոլոր մասնակիցների համար հավասար պայմանների ապահովման և, մասնավորապես, հանրային ռեսուրսներից հավասար օգտվելու հնարավորության ապահովման համար: Հստակ ժամկետներ սահմանելը երաշխավորում է բոլոր թեկնածուներին և քաղաքական կուսակցություններին (ունևոր և չունևոր, նոր և փորձառու, հայտնի և ոչ այնքան) ունենալ նույնական հնարավորություններ իրենց ծրագրերն ու գաղափարները ներկայացնելու համար: Նախընտրական քարոզչության ժամանակային սահմանների օրենսդրական սահմանումը հնարավորություն է տալիս պլանավորել իրենց քայլերը, կանխատեսելի է դարձնում ընտրական գործընթացի մասնակիցների և վերահսկող մարմինների գործողություններն ու փոխհարաբերությունները: Բացի այդ, նախընտրական քարոզչության իրականացումն ուղեկցվում է դրա ֆինանսավորմամբ, որը պետք է լինի թափանցիկ և հասանելի օրենքի շրջանակներում վերահսկողության համար: Նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածի օրենսդրական ամրագրումը թույլ է տալիս սահմանել ընտրական գործընթացի մասնակիցների ֆինանսական շրջանակները՝ այդպիսով նրանց «հավասարեցնելով» ֆինանսական հնարավորությունների մեջ: Քարոզչության ժամանակահատվածի կարգավորման անհրաժեշտության հիմնավորման մեկ այլ էական գործոն է ընտրողի նկատմամբ վերջին պահերին նրա անմիջական կամարտահայտությունից առաջ չափազանց մեծ ճնշում գործադրելը կանխելը, ընտրողին հնարավորություն ընձեռել իրականացնելու իր ընտրությունը՝ չգտնվելով չափազանց երկար կամ ինտենսիվ քարոզչության ճնշման տակ:

¹⁴⁷ Колосов Б.Д. Информационное сопровождение избирательной кампании: содержание и условия эффективности / Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата политических наук по специальности 23.00.02, М., 2006, с. 15.

¹⁴⁸ Նույն տեղում:

Ընտրական օրենսգիրքը նախընտրական քարոզչության ժամանակահատված է համարում օրենսդրորեն սահմանված ժամանակահատվածը, որի ընթացքում ընտրություններին մասնակցող կուսակցություններին, թեկնածուներին հավասար հնարավորություններ ապահովելու նպատակով գործում են Ընտրական օրենսգրքով սահմանված «*հանրային ռեսուրսներից օգտվելու, քարոզչություն իրականացնելու և ֆինանսական թափանցիկությունն ապահովելու կանոնները*» (19-րդ հոդվածի 1-ին մասի 1-ին պարբերություն): Նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածը սկսվում է ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների ընտրական ցուցակների, թեկնածուների գրանցման համար սահմանված ժամկետի վերջին օրվան հաջորդող 5-րդ օրը և ավարտվում քվեարկության օրվանից մեկ օր առաջ: Ընտրական օրենսգիրքն ամրագրում է, որ նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածի սահմանված լինելը չի սահմանափակում օրենքով չարգելված այլ ժամանակահատվածում քարոզչության իրականացումը (19-րդ հոդվածի 1-ին մասի 2-րդ պարբերություն): Բայց, ինչպես ցույց է տալիս պրակտիկան, քաղաքական գործիչները շատ հաճախ սկսում են քարոզչություն իրականացնել նախընտրական քարոզչությունից շատ առաջ՝ միաժամանակ ծանրաբեռնված չլինելով նախընտրական քարոզչության իրականացման, այդ թվում՝ դրա ֆինանսավորման, կանոններով:

Շատ հետազոտողներ անդրադարձել են այն հարցին, թե որքանով է ազդեցիկ քարոզչությունը՝ կախված դրա անցկացման ժամանակից: Մասնավորապես, Վան Էրկելը և մյուսները, ուսումնասիրելով տարբեր ժամանակահատվածներում լրատվամիջոցների հավանական թեկնածուների հիշատակման ազդեցությունը, պարզել են, որ իրենց ՁԼՄ-ներում հայտնվելը օգուտ է բերում առաջատար թեկնածուներին (առաջնորդներին) երկարատև քարոզարշավի ընթացքում (ընտրություններից մեկ տարի առաջ), մինչդեռ ՁԼՄ-ների ուշադրությունը կարճաժամկետ քարոզարշավի ընթացքում (ընտ-

րություններից մեկ ամիս առաջ) ավելի մեծ նշանակություն ունի տվորական թեկնածուների համար:¹⁴⁹ Այսպիսով, ՁԼՄ-ների ազդեցությունը քաղաքական հաջողության վրա բազմակողմանի է և ոչ միանշանակ, իսկ այդ ազդեցության արդյունքները տարբեր կլինեն՝ կախված նրանից, թե կոնկրետ ընտրական գործընթացի հետ կապված որ ժամանակահատվածում են ՁԼՄ-ները դարձել քարոզչության իրականացման միջոց:

Հայաստանի ընտրական օրենսդրությունը նախատեսում է նախընտրական քարոզչություն իրականացնելու բազմաթիվ եղանակներ. ՁԼՄ-ների միջոցով, համացանցում, քարոզչական պաստառների, քարոզչական տպագիր և այլ նյութերի միջոցով, տարաբնույթ հավաքների շրջանակներում ընտրողների հետ հանդիպումների միջոցով (ինչպես ներսում, այնպես էլ դրսում), համերգների, ներկայացումների, կինոցուցադրությունների, սպորտային և այլ միջոցառումների կազմակերպման, քաղաքական գովազդի տարածման և այլ միջոցներով:

ՁԼՄ-ների միջոցով նախընտրական քարոզչությանը նվիրված է Ընտրական օրենսգրքի 20-րդ հոդվածը, որը սահմանում է ընտրություններին մասնակցող բոլոր կուսակցություններին, թեկնածուներին հավասար պայմաններով Հանրային ռադիոյով և հեռուստատեսությամբ անվճար և վճարովի եթերաժամ տրամադրելու կանոնները, ինչպես նաև կանոններ այն մասնավոր հեռուստառադիոհեռարձակող ընկերությունների համար, որոնք մտադիր են եթերաժամ տրամադրել ընտրություններին մասնակցող թեկնածուներին,

¹⁴⁹ **van Erkel Patrick, Aelst Peter, Thijssen Peter**, Does media attention lead to personal electoral success? Differences in long and short campaign media effects for top and ordinary political candidates. Acta Politica. 55. 10.1057/s41269-018-0109-x, 2018./ Աղբյուրը՝ https://www.researchgate.net/publication/326559317_Does_media_attention_lead_to_personal_electoral_success_Differences_in_long_and_short_campaign_media_effects_for_top_and_ordinary_political_candidates (դիմելու ամսաթիվը՝ 18.12.2024)

կուսակցություններին (կուսակցությունների դաշինքներին) նախընտրական քարոզչություն իրականացնելու համար: Կարևոր է նշել, որ Ընտրական օրենսգրքով սահմանված կանոնները գործում են միայն նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում (հազվադեպ բացառություններով): Հիշեցնենք, որ քվեարկության օրը և նախօրեին հանրային ելույթների, հանրային միջոցառումների, զանգվածային լրատվության միջոցների, այդ թվում՝ կաբելային ցանցի, արբանյակային կապի և վերգետնյա հեռարձակում իրականացնող տեսալսողական մեդիա ծառայություններ մատուցողների, ինչպես նաև համացանցում գովազդի միջոցով քարոզչությունն արգելվում է: Այսպիսով, այն ժամանակահատվածը, որի շրջանակներում գործելու են օրենքով սահմանված կանոնները, հաշվի առնելով Ընտրական օրենսգրքի իրավակարգավորումները, տևում է մեկ ամսից քիչ՝ հերթական խորհրդարանական ընտրությունների շրջանակներում, երեք շաբաթից քիչ՝ արտահերթ խորհրդարանական և ավագանու հերթական ընտրությունների շրջանակներում և երկու շաբաթից քիչ՝ ավագանու արտահերթ ընտրությունների շրջանակներում:¹⁵⁰ Եվ այսպես, նախընտրական քարոզչության իրականացման և նախընտրական քարոզչության լուսաբանման ինչ կանոններ են նախատեսված Ընտրական օրենսգրքով.

1) Ընտրությունների ժամանակ հեռարձակող ՀԼՄ-ները (ռա-

¹⁵⁰ 2016 թվականի մայիսի 25-ի «Հայաստանի Հանրապետության ընտրական օրենսգրք» ՀՕ-54-Ն ՀՀ սահմանադրական օրենքի 19-րդ, 103-րդ, 204-րդ, 120-րդ և 122-րդ հոդվածներ: Հարկ է նկատել, որ Ընտրական օրենսգրքում փոփոխություններ կատարելու շրջանակներում արտահերթ համայնքային ընտրությունների ինստիտուտը վերանայվել է, և 2025 թվականի ապրիլի 1-ից նշված փոփոխությունների ուժի մեջ մտնելուց հետո հերթական և արտահերթ համայնքային ընտրությունների շրջանակներում նախընտրական քարոզչության ժամկետները նույնն են լինելու: 2024 թվականի դեկտեմբերի 5-ի «Հայաստանի Հանրապետության ընտրական օրենսգրքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին» ՀՕ-505-Ն ՀՀ սահմանադրական օրենք. www.arlis.am (դիմելու ամսաթիվը՝ 16.12.2024)

դիոն և հեռուստատեսությունը) պարտավոր են ընտրություններին մասնակցող թեկնածուների, կուսակցությունների (կուսակցությունների դաշինքների) համար ապահովել ոչ խտրական պայմաններ (Ընտրական օրենսգրքի 20-րդ հոդվածի 3-րդ մասի 1-ին պարբերություն և 6-րդ մաս):

2) Պետական և տեղական ինքնակառավարման մարմինների հիմնադրած զանգվածային լրատվության միջոցները պարտավոր են նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում ընտրություններին մասնակցող թեկնածուների, կուսակցությունների (կուսակցությունների դաշինքների) համար ապահովել ոչ խտրական և ոչ կողմնակալ պայմաններ (Ընտրական օրենսգրքի 20-րդ հոդվածի 13-րդ մաս):

3) Վերգետնյա հեռարձակում իրականացնող հեռուստաընկերությունները և ռադիոընկերությունները պարտավոր են արբանյակային հեռարձակում իրականացնելիս պահպանել շարադրված պահանջները (Ընտրական օրենսգրքի 20-րդ հոդվածի 8-րդ մաս):

4) Հեռարձակվող ՀԼՄ-ների (ռադիոյի և հեռուստատեսության) լրատվական ծրագրերում պետք է ներկայացվի թեկնածուների, ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների (կուսակցությունների դաշինքների) նախընտրական քարոզչության վերաբերյալ օբյեկտիվ և անկողմնակալ տեղեկատվություն (Ընտրական օրենսգրքի 20-րդ հոդվածի 3-րդ մասի 2-րդ պարբերություն և 6-րդ մաս):

5) Ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների (կուսակցությունների դաշինքների) և թեկնածուների վերաբերյալ նախընտրական քարոզչության հետ չկապված հրապարակումները պետք է լինեն հնարավորինս չեզոք (Ընտրական օրենսգրքի 20-րդ հոդվածի 3-րդ մասի 1-ին պարբերություն և 6-րդ մաս):

6) Արգելվում է նախընտրական քարոզչությանը վերաբերող ռադիոհաղորդումները և հեռուստահաղորդումներն ընդմիջել

առևտրային գովազդով (Ընտրական օրենսգրքի 20-րդ հոդվածի 7-րդ մաս): Հարկ է նշել, որ Անկախ Պետությունների Համագործակցության Անդամ Պետությունների Միջխորհրդարանական Վերաժողովի (այսուհետ՝ նաև ԱՊՀ ՄԽՎ) 2019 թվականի «Գովազդի մասին» մոդելային օրենքը նախատեսում է նմանատիպ կարգավորում, նշելով, որ «ընտրությունների մասին ազգային օրենսդրությանը համապատասխան՝ հեռուստաձրագրերում և հեռուստահաղորդումներում տարածվող քարոզչական նյութերի հեռարձակումը չի թույլատրվում ընդհատել գովազդով կամ համատեղել «վազող տողով» գովազդի հետ ...» (ԱՊՀ ՄԽՎ մոդելային օրենքի 13-րդ հոդվածի 4-րդ մասի 5-րդ կետ) և որ «չի թույլատրվում գովազդով ընդհատել ... ընտրությունների մասին ազգային օրենսդրությանը համապատասխան հեռուստաձրագրերում և հեռուստահաղորդումներում տարածվող քարոզչական նյութերի հեռարձակումը» (ԱՊՀ ՄԽՎ մոդելային օրենքի 14-րդ հոդվածի 4-րդ մասի 5-րդ կետ)¹⁵¹:

7) Նախընտրական քարոզչությանը վերաբերող ռադիոհաղորդումները և հեռուստահաղորդումները ձայնագրվում և տեսագրվում են: Դրանք պահպանվում են մինչև ընտրվող մարմնի լիազորությունների ստանձնման օրը (Ընտրական օրենսգրքի 20-րդ հոդվածի 9-րդ մաս):

8) Նախընտրական քարոզչության ժամանակ, ինչպես նաև քվեարկության նախորդ և քվեարկության օրը թեկնածուներին, ընտրություններին մասնակցող կուսակցություններին արգելվում է անձամբ կամ նրանց անունից կամ որևէ այլ եղանակով ընտրողներին անհատույց կամ արտոնյալ պայմաններով տալ (խոստանալ) դրամ, սննդամթերք, արժեթղթեր, ապրանքներ կամ մատուցել

¹⁵¹ Անկախ Պետությունների Համագործակցության անդամ Պետությունների Միջխորհրդարանական Վերաժողովի «Գովազդի մասին» մոդելային օրենք / ԱՊՀ ՄԽՎ 2019 թվականի նոյեմբերի 22-ի թիվ 50-8 որոշման հավելված: Աղբյուր՝ <https://iacis.ru/public/upload/files/1/759.pdf> (դիմելու ամսաթիվը՝ 23.04.2025)

(խոստանալ) ծառայություններ (Ընտրական օրենսգրքի 19-րդ հոդվածի 6-րդ մաս):

9) Այն բարեգործական կազմակերպությունները, որոնց անվանումները կարող են նմանեցվել (ասոցացվել) ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների անվանումներին, թեկնածուների անուններին, նախընտրական քարոզչության ժամանակ բարեգործություն չեն կարող իրականացնել այն համայնքներում, որտեղ անցկացվում են ընտրություններ, որոնց մասնակցում են այդ թեկնածուները, կուսակցությունները կամ նրանց առաջադրած թեկնածուները (Ընտրական օրենսգրքի 19-րդ հոդվածի 6-րդ մաս):

10) Պետական մարմինների, տեղական ինքնակառավարման մարմինների ընտրությունների ժամանակ թեկնածուի մասին տարածված տեղեկատվության հերքումը կատարվում է 24 ժամվա ընթացքում: Եթե մինչև քվեարկության սկիզբը մնացել է ոչ ավելի, քան 24 ժամ, ապա հերքումը կատարվում է դրա մասին պահանջն ստանալուն պես, իսկ եթե դա հնարավոր չէ, ապա ոչ ուշ, քան 24 ժամվա ընթացքում («Ձանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենքի 8-րդ հոդվածի 4-րդ մաս¹⁵²):

11) Տեսալսողական հաղորդումները հեռարձակվում են ընտրությունների մասին օրենսդրությանը համապատասխան («Տեսալսողական մեդիայի մասին» ՀՀ օրենքի 11-րդ հոդվածի 1-ին մասի 1-ին կետ¹⁵³):

12) Հեռարձակողները պարտավոր են հավասար պայմաններ ապահովել թեկնածուների և մասնակցող կուսակցությունների, կու-

¹⁵² «Ձանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենք ՀՕ-14-Ն՝ ընդունված 2003 թվականի դեկտեմբերի 13-ին // Աղբյուր՝ www.arlis.am (դիմելու ամսաթիվը՝ 16.12.2024)

¹⁵³ «Տեսալսողական մեդիայի մասին» ՀՀ օրենք ՀՕ-395-Ն՝ ընդունված 2020 թվականի հուլիսի 16-ին: Աղբյուր՝ www.arlis.am (դիմելու ամսաթիվը՝ 16.12.2024)

սակցությունների դաշինքների համար՝ հրապարակավ հայտնելով վճարովի տեսալսողական հաղորդումների իրենց եթերաժամի գինը և հեռարձակման պայմանագրի էական այլ պայմաններ («Տեսալսողական մեդիայի մասին» ՀՀ օրենքի 11-րդ հոդվածի 1-ին մասի 2-րդ կետ):

13) Հեռարձակողի լրատվական հաղորդումներում թեկնածուների, կուսակցությունների, կուսակցությունների դաշինքների նախընտրական քարոզչության վերաբերյալ պետք է ներկայացվի անկողմնակալ և գնահատականներից զերծ տեղեկատվություն՝ պահպանելով լուսաբանման համար հավասար հնարավորություններ ապահովող Հայաստանի Հանրապետության ընտրական օրենսգրքով և Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովի որոշումներով սահմանված կարգերը («Տեսալսողական մեդիայի մասին» ՀՀ օրենքի 11-րդ հոդվածի 1-ին մասի 3-րդ կետ):

14) Թեկնածուներին, կուսակցություններին, կուսակցությունների դաշինքներին նախընտրական հիմնադրամի միջոցների հաշվին տրամադրվող նախընտրական քարոզչական տեսալսողական հաղորդումները, ինչպես նաև օրենքով սահմանված անվճար եթերաժամը պետք է էկրանի վրա պարտադիր անընդմեջ ուղեկցվեն «Նախընտրական քարոզչություն» լուսագրով, իսկ լսողական հաղորդումների դեպքում յուրաքանչյուր հաղորդման ընթացքում ոչ պակաս, քան երկու անգամ պետք է հիշեցվի դրա մասին («Տեսալսողական մեդիայի մասին» ՀՀ օրենքի 11-րդ հոդվածի 1-ին մասի 4-րդ կետ):

15) քվեարկության օրը և դրան նախորդող օրն արգելվում է հեռարձակել քարոզչական կամ քարոզչությանը նպաստող նյութ՝ տեղեկատվական, խմբագրական, փաստավավերագրական, հեղինակային կամ այլ հաղորդումների տեսքով կամ ցանկացած այլ ձևով նախընտրական քարոզչություն իրականացնելը («Տեսալսողական մեդիայի մասին» ՀՀ օրենքի 11-րդ հոդվածի 2-րդ մաս):

16) Քվեարկության օրը և դրան նախորդող օրը ուղիղ եթերի

ժամանակ քարոզչության հեղինակն ուղիղ եթերով պետք է նախազգուշացվի իրավախախտման մասին, իսկ կրկնակի քարոզչության դեպքում ուղիղ եթերը պետք է դադարեցվի («Տեսալսողական մեդիայի մասին» ՀՀ օրենքի 11-րդ հոդվածի 3-րդ մաս):

Հարկ է նշել, որ վերը ներկայացված է ընտրական օրենսդրությամբ նախատեսված նախընտրական քարոզչության կանոնների հիմնական, բայց ոչ սպառիչ ցանկը: Հաշվի առնելով ընտրված թեմայի լայնությունը և այս ոլորտում առկա խնդիրները, վերը նշված կանոնների ապահովման պրակտիկայի ուսումնասիրությունը, խնդիրների բացահայտումը և դրանց լուծման ուղիների որոնումը սույն հետազոտության շրջանակներում կիրականացվի մեկ հարցի քննարկման լույսի ներքո՝ ՀՀ ընտրական օրենսդրության շրջանակներում որոնք են նախընտրական քարոզչության բովանդակությանը և լուսաբանմանը միջամտելու սահմանները:

Միջամտության սահմանները: Ակնհայտ է, որ տվյալ հարցը քննարկելիս գործ ունենք կարծիքի արտահայտման ազատության հետ, որը կարող է սահմանափակվել միայն օրենքով՝ պետական անվտանգության, հասարակական կարգի, առողջության և բարոյականության կամ այլոց պատվի ու բարի համբավի, ինչպես նաև այլ հիմնական իրավունքների և ազատությունների պաշտպանության նպատակով (ՀՀ Սահմանադրության 42-րդ հոդվածի 3-րդ մաս¹⁵⁴): Ժողովրդավարական հասարակությունում ընդունելի սահմանափակումները կգործեն նաև նախընտրական քարոզչության շրջանակներում, քանի որ նման սահմանափակումների համար ժամկետներ սահմանված չեն և նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածը չի կարող արգելափակվել այդ սահմանափա-

¹⁵⁴ Հայաստանի Հանրապետության Սահմանադրություն՝ ընդունված 1995 թվականի հուլիսի 5-ին (2005 թվականի նոյեմբերի 27-ի և 2015 թվականի դեկտեմբերի 6-ի փոփոխություններով): // Աղբյուրը՝ www.arlis.am (դիմելու ամսաթիվը՝ 16.12.2024)

կումներից (օրինակ՝ ռասայի, ազգային, էթնիկական կամ սոցիալական ծագման, կրոնի, քաղաքական կամ այլ համոզմունքների կամ անձնական կամ սոցիալական բնույթի այլ հանգամանքների հիման վրա անձի կամ անձանց խմբի նկատմամբ ատելություն, խտրականություն, անհանդուրժողականություն կամ թշնամանք հարուցելուն կամ քարոզելուն ուղղված հրապարակային ելույթների արգելքը, կամ ռասայական, ազգային, էթնիկական կամ սոցիալական ծագման, կրոնի, քաղաքական կամ այլ հայացքների կամ անձնական կամ սոցիալական բնույթի այլ հանգամանքների հիման վրա անձի կամ անձանց խմբի նկատմամբ բռնության հրապարակային կոչերի արգելումը, նման բռնությունը հրապարակայնորեն արդարացնելը կամ քարոզելը և այլն): Արտահայտման ազատության ցանկացած չարաշահում անթույլատրելի է, այդ թվում՝ նախընտրական քարոզչության շրջանակներում: Թեև Ընտրական օրենսգիրքն ուղիղ ցուցումներ չի պարունակում արտահայտման ազատության չարաշահման արգելքի վերաբերյալ, սակայն Հայաստանի կողմից վավերացված Չափանիշների մասին կոնվենցիայի 13-րդ հոդվածի 6-րդ մասը սահմանում է. «Քարոզչական գործունեություն իրականացնելու ժամանակ չի թույլատրվում խոսքի ազատության և զանգվածային լրատվության միջոցների ազատության չարաշահում, այդ թվում՝ իշխանությունը բռնի զավթելու, սահմանադրական կարգը բռնի փոխելու և պետության տարածքային ամբողջականությունը խախտելու կոչեր, պատերազմի, ահաբեկչության, ռասայական, ազգային, էթնիկական, կրոնական ատելություն և թշնամանք հրահրող կոչեր»:

Ավելին, ինչպես հետևում է վերը ներկայացված ՀՀ օրենսդրությամբ նախատեսված նախընտրական քարոզչության կանոնների ցանկից, դժվար չէ նկատել, որ **նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում արտահայտման ազատության սահմանափակումներ ավելի շատ են նախատեսված, քան միջընտրա-**

կան կամ մինչ նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում՝ հենց թեկնածուների և ընտրողների, ինչպես նաև թեկնածուների կողմից միմյանց միջև հրապարակային հաղորդակցության այդ ժամանակահատվածի առանձնահատկություններից ելնելով:

Ընտրությունները, որպես կարևորագույն իրադարձություն ցանկացած պետության և հասարակության կյանքում, ընտրողների և ընտրվողների միջև թերևս ամենակարևոր երկխոսության հիմնական հարթակներից մեկն են: Եվ դա պայմանավորում է հենց այդ երկխոսության հատուկ «որակի» ապահովման անհրաժեշտությունը, ընդ որում, ինչպես վերը նշվեց, պահանջներ ներկայացվում են ոչ միայն դրա պայմաններին, այլ նաև բովանդակությանը:

Ավելի վաղ արդեն նշվել էր, որ, ընդգծելով արտահայտման ազատության առանձնահատուկ կարևորությունը, Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանը միաժամանակ ընդունում է, որ ընտրությունների համատեքստում կարող են առաջանալ սահմանափակումներ՝ ընտրական գործընթացի բոլոր մասնակիցների համար արդար և հավասար պայմաններ երաշխավորելու համար: Այս տեսանկյունից ընտրվողների և ընտրողների միջև երկխոսության «որակը» ապահովելու համար պետք է ճանաչել որոշակի սահմանափակումների առկայությունը, որոնք այլ տեսակի «երկխոսություններում» չեն կիրառվում և այլ հանգամանքներում կարող են դիտարկվել որպես արտահայտման ազատության խախտում: Այսպես, օրինակ, նախընտրական քարոզչության շրջանակներում թեկնածուներին և կուսակցություններին արգելվում է անհատույց կամ արտոնյալ պայմաններով տալ կամ խոստանալ դրամ, սննդամթերք, արժեթղթեր, ապրանքներ կամ մատուցել կամ խոստանալ ծառայություններ: Կամ նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում թեկնածուները, ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունները չեն կարող իրականացնել բարեգործա-

կան գործունեություն և լուսաբանել այդ գործունեությունը և այլն:

Հարկ է նաև հաշվի առնել, որ, մյուս կողմից, նախընտրական քարոզչության շրջանակներում, հաշվի առնելով այդ գործընթացի մասնակիցների շրջանակը (հայրնի քաղաքական և պետական գործիչներ, պաշտոնատար անձինք և այլն) և դրա իրականացման ձևաչափերը (բանավեճեր, քաղաքական գովազդ և այլն), ինչպես նաև հաշվի առնելով բուն քարոզչության բնույթը, որը գնահատվում է որպես ցանկացած գործունեություն՝ ուղղված ընտրողին այս կամ այն կերպ քվեարկելու մղելուն, արտահայտման ազատությունը կարող է ավելի լայն դրսևորում և ապահովում ստանալ, քան այլ ժամանակահատվածներում, ինչը արդարացված է հետևյալ արժեքները կշռադատելու անհրաժեշտությամբ. մի կողմից՝ թեկնածուների կողմից իրենց հեղինակությունը պաշտպանելու կարիքները և նրանց անձնական կյանքին միջամտելու անթույլատրելիությունը, իսկ մյուս կողմից՝ քաղաքական հարցերի շուրջ բաց քննարկման հասարակության շահերը: Այս առիթով տեղին է հիշել Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանի իրավական դիրքորոշումն առ այն, որ քաղաքական գործչի, որպես այդպիսին, թույլատրելի քննադատության սահմաններն ավելի լայն են, քան մասնավոր անձի նկատմամբ:

Սակայն քննարկվող թեմայի շրջանակներում ավելի մեծ հետաքրքրություն է ներկայացնում այն հարցը, թե ով պետք է գնահատի նախընտրական քարոզչության կարգի պահպանումը և որոնք են համապատասխան սուբյեկտների միջամտության սահմանները:

Վենետիկի հանձնաժողովի 52-րդ նստաշրջանում (Վենետիկ, 18-19 հոկտեմբերի, 2002 թ.) ընդունված Ընտրական հարցերում բարենպաստ գործունեության Կանոնագրքի բացատրական զեկույցում ասված է. «Հայտնի է, որ շատ երկրներում օրենքով նախատեսված են խոսքի ազատության սահմանափակումներ: Սահմա-

նափակող մեկնաբանության դեպքում դա միանգամայն թույլատրելի է, սակայն կարող է հանգեցնել չարաշահումների այն երկրներում, որտեղ բացակայում են ազատական ժողովրդավարական ավանդույթները: Տեսականորեն դրանք կոչված են թույլ չտալ խոսքի ազատության «չարաշահումներ», օրինակ՝ վարկաբեկել թեկնածուներին և պետական մարմիններին, կամ նույնիսկ պաշտպանել սահմանադրական համակարգը: Իրականում դա կարող է հանգեցնել ցանկացած հայտարարության գրաքննության, որը քննադատական բնույթ է կրում իշխանությունների նկատմամբ կամ սահմանադրական փոփոխությունների կոչ է անում, թեև հենց դա է կազմում ժողովրդավարական բանավեճի բուն էությունը: Այսպես, եթե ընտրական օրենքն արգելում է նախընտրական փաստաթղթերում պաշտոնատար անձանց կամ այլ թեկնածուների նկատմամբ վիրավորական կամ զրպարտչական արտահայտությունները, խախտում է ճանաչում թեկնածուներին արատավորող տեղեկատվության տարածումը կամ թեկնածուների վրա պատասխանատվություն է դնում նրանց կողմնակիցների կողմից կատարված որոշակի խախտումների համար, ապա այդ օրենքը կհամարվի եվրոպական չափորոշիչները խախտող: Պահանջները՝ ներկայացնելու ընտրական հանձնաժողովներ այն նյութերը, որոնք նախատեսվում է օգտագործել ընտրարշավի ընթացքում, նշելով դրանք պատվիրած և պատրաստած կազմակերպությունը, պատճենների քանակը և հրապարակման ամսաթիվը, գրաքննության անընդունելի ձև են, հատկապես, եթե ընտրական հանձնաժողովներին հանձնարարվում է միջոցներ ձեռնարկել անօրինական կամ ոչ ճշգրիտ հրապարակումների դեմ: Սա հատկապես արդիական է այն դեպքերում, երբ ընտրարշավների ընթացքում զանգվածային լրատվության միջոցների ոչ պատշաճ օգտագործումն արգելող նորմերը ձևակերպված են բավա-

կանին անորոշ» (Բացատրական զեկույցի 61-րդ կետ)¹⁵⁵:

Ընտրական օրենսգրքի համաձայն՝ «Ընտրական հանձնաժողովները հսկում են նախընտրական քարոզչության՝ սույն Օրենսգրքով կամ օրենսգրքի հիման վրա ընդունված իրավական ակտերով սահմանված կարգի պահպանումը: Թեկնածուների, ընտրությունների մասնակցող կուսակցությունների կողմից այդ կարգի խախտման դեպքում թեկնածուին, ընտրություններին մասնակցող կուսակցության ընտրական ցուցակը գրանցած ընտրական հանձնաժողովը դիմում է իրավասու մարմիններ դրանք կանխելու նպատակով կամ կիրառում նախազգուշացում խախտում թույլ տված թեկնածուի, ընտրություններին մասնակցող կուսակցության նկատմամբ՝ տալով խախտումը վերացնելու համար ողջամիտ ժամկետ, որը չի կարող գերազանցել 3 օրը: Թեկնածուն, ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունը պարտավոր են որոշմամբ նշված ժամկետում վերացնել խախտումը (խախտման հետևանքները) և այդ մասին գրավոր տեղեկացնել ընտրական հանձնաժողովին» (19-րդ հոդվածի 7-րդ մաս): Եվ այսպես, թեկնածուների և կուսակցությունների կողմից նախընտրական քարոզչության կարգի պահպանմանը պետք է հետևեն ընտրական հանձնաժողովները: Հարկ է անդրադառնալ նաև Ընտրական օրենսգրքի 20-րդ հոդվածի 10-րդ մասին, որը սահմանում է, որ տեսալսողական ծրագրերի հեռարձակում իրականացնող հեռուստաընկերությունների և ռադիոընկերությունների կողմից նախընտրական քարոզչության կանոնների պահպանման նկատմամբ վերահսկողությունն իրակա-

նացնում է Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովը: Ամենադժվարն այն հարցն է, թե ընտրական հանձնաժողովները կամ Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովն ինչ չափանիշներով պետք է գնահատեն թեկնածուների և կուսակցությունների կողմից նախընտրական քարոզչության կանոնների պահպանումը: Չնայած նրան, որ Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովը հեռուստաընկերությունների, ռադիոընկերությունների կողմից ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների (կուսակցությունների դաշինքների) համար հավասար պայմանների ապահովման գնահատման մշտադիտարկում է իրականացնում նախապես ընդունված մեթոդաբանության հիման վրա (Ընտրական օրենսգրքի 20-րդ հոդվածի 11-րդ մաս), այդուհանդերձ, նախընտրական քարոզչության կարգի պահպանման գնահատման հարցի շուրջ մոտեցումների մշակման հիմքում ընկած են մարդու իրավունքների միջազգային չափանիշները, ժողովրդավարական ընտրությունների ժամանակակից չափանիշները և ՀՀ ընտրական օրենսդրության մեջ նշված չափանիշների հաշվառմամբ ամրագրված ընտրական իրավունքի հիմնական սկզբունքները, Սահմանադրական դատարանի իրավական դիրքորոշումները, Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանի դիրքորոշումները, ինչպես նաև ստեղծված իրավակիրառ պրակտիկայի վերլուծությունը և հայ հասարակության քաղաքական մշակույթի առանձնահատկությունների հաշվառումը: Ե՛վ Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովի, և՛ Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի պրակտիկայի ուսումնասիրությունը վկայում է, որ նշված երկու անկախ պետական մարմիններն իրենց իրավակիրառ պրակտիկայի շրջանակներում ձևավորել են մոտեցում առ այն, որ **նախընտրական քարոզչության նյութերի բովանդակության նկատմամբ գրաքննության կիրառումն անթույլատրելի է**: Այսպես, 2021 թվականի արտահերթ խորհրդարանական ընտրությունների շրջանակներում Հեռուստատեսության և

¹⁵⁵ Свод рекомендуемых норм при проведении выборов: Руководящие принципы и Пояснительный доклад, принятые Венецианской комиссией на 52-й сессии (Венеция, 18-19 октября 2002 года), Страсбург, 30 октября 2002 г. Заключение n° 190/2002 CDL-AD (2002) 23 // Աղբյուրը՝ Основополагающие документы Венецианской комиссии в области избирательного права и политических партий. - Кишинев: Cudrag, 2016, с. 34.

ռադիոյի հանձնաժողովը միանշանակ է արձագանքել Հանրային հեռուստատեսության՝ ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների (կուսակցությունների դաշինքների) քարոզչական նյութերն անվճար եթերաժամանակի շրջանակներում չցուցադրելու մտադրությանը, որը պատճառաբանվել է նրանով, որ դրանք ունեն ակնհայտ վիրավորական, վարկաբեկող, այլոց իրավունքները խախտող, ատելության խոսք տարածող կամ պարկեշտության ակնհայտ կանոններին այլ կերպ հակասող բնույթ:¹⁵⁶ Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովը նշել է նաև, որ քարոզչական նյութը (տեսանյութերը) գտելու, խմբագրելու և այդ նյութերին միջամտելու գործընթացը կարող է պարունակել գրաքննության տարրեր, ինչն արգելված է Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրությամբ:¹⁵⁷

Նույն հարցի վերաբերյալ Հայաստանի Հանրային հեռուստաընկերությունից ստացված հարցմանն ի պատասխան՝ Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովը, նշելով, որ նախընտրական քարոզչության միջոցների և քարոզչական նյութերի ընտրությունը, հայտարարությունների և ուղերձների բովանդակությունը որոշում է հենց քարոզիչը, արտահայտել է հետևյալ հստակ ձևակերպված մոտեցումը. *կուսակցությունների և կուսակցությունների դաշինքների, նրանց ընտրական ցուցակներում ընդգրկված թեկնածուների կողմից իրականացվող նախընտրական քարոզչության բովանդակության գնահատումը, չունենալով օրենքով հստակ սահմանված չափանիշներ և սահմանափակումներ, կարող է թույլ տալ զանազան սուբյեկտիվ գնահատականներ, որոնք կարող են հանգեցնել ցանկացած պնդման, ընդհուպ մինչև գրաքննության, ինչը միանշանակ անթույլատրելի է: Ընտրական օրենսգիրքը հեռարձակող ընկերություններին քարոզչական նյութերը գրաքննության ենթարկելու որևէ*

լիազորություն չի տալիս: Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովն ընդգծում է, որ թեկնածուների կողմից հնչեցվող խոսքում, հրապարակային ելույթներում և այլ քարոզչական նյութերում հնարավոր քրեական պատասխանատվության հանգեցնող կոչերն ու հայտարարությունները ենթակա են գնահատման իրավապահ մարմինների կողմից և կարող են հադիսանալ այլ վարույթների առարկա:¹⁵⁸

Նման դիրքորոշում ՀՀ ԿԸՀ-ն դրսևորել է բազմիցս: Այսպես, ընտրություններին մասնակցող կուսակցություններից մեկի դիմումի քննարկման շրջանակներում, որում ասվում էր, որ ընտրություններին մասնակցող կուսակցության ցուցակը գլխավորող վարչապետի պաշտոնակատարը «ատելության և բռնության կոչերով ահաբեկում է իր մրցակիցների և քաղաքական ընդդիմախոսների պոտենցիալ ընտրողներին՝ քաղաքական բախումների համար պարարտ հող ստեղծելով», որում պահանջվում էր այդ կուսակցության ընտրական ցուցակի գրանցումն անվավեր ճանաչելու դիմումով դիմել դատարան, ԿԸՀ-ն իր 2021 թվականի հունիսի 13-ի թիվ 149-Ա որոշման մեջ¹⁵⁹ նշել է. «Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովը գտնում է, որ սույն դիմումի փաստերի համատեքստում կուսակցությունների ընտրական ցուցակում ընդգրկված թեկնածուների կողմից իրականացվող նախընտրական քարոզչության բովանդակության գնահատումը, այն էլ առանց օրենքով հստակ սահմանված սահմանների առկայության կամ ամրագրված չափորոշիչների և այդ գնահատման հիմքով էլ կուսակցության կամ կուսակցությունների դաշինքի, ինչպես նաև նրանց ընտրական ցուցակներում

¹⁵⁸ <https://www.elections.am/News/Item/589> (դիմելու ամսաթիվը՝ 16.12.2024)

¹⁵⁹ ՀՀ Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովի 2021 թվականի հունիսի 13-ի ««Զարթոնք» ազգային-քրիստոնեական կուսակցության դիմումը քննարկելու մասին» N 149-Ա որոշում // Աղբյուրը՝ https://res.elections.am/images/Decisions/13.06.21/21.149_A.pdf (դիմելու ամսաթիվը՝ 16.12.2024)

¹⁵⁶ <https://tvradio.am/2021/06/14/> (դիմելու ամսաթիվը՝ 16.12.2024)

¹⁵⁷ Նույն տեղում:

ընդգրկված թեկնածուների գրանցումն ուժը կորցրած ճանաչելու հարցի առաջադրումը, հնարավորություն կտա ամենատարբեր սուբյեկտիվ որակումներ տալու համար՝ հանգեցնելով ցանկացած հայտարարության և քարոզչական նյութի ընդհուպ գրաքննության: Իհարկե, նման մոտեցումը չի կարող ընկալվել և մեկնաբանվել այն համատեքստում, որ ներառի նաև Ընտրական օրենսգրքի 19-րդ հոդվածի 6-րդ մասի կանոնակարգումը, ըստ որի՝ նախընտրական քարոզչության ժամանակ, ինչպես նաև քվեարկության նախորդ և քվեարկության օրը թեկնածուներին, ընտրություններին մասնակցող կուսակցություններին արգելվում է անձամբ կամ նրանց անունից կամ որևէ այլ եղանակով ընտրողներին անհատույց կամ արտոնյալ պայմաններով տալ (խոստանալ) դրամ, սննդամթերք, արժեթղթեր, ապրանքներ կամ մատուցել (խոստանալ) ծառայություններ:

Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովը վերոհիշյալ իրավական դիրքորոշումների համատեքստում նաև հայտնում է, որ խոսքի ազատությունը բարձրագույն արժեք է, որի պահպանումը հատկապես կարևոր է քարոզարշավների ժամանակ, այդուհանդերձ, նշում է, որ այն չի կարող մեկնաբանվել որպես բացարձակ իրավունք: Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովն ընդգծում է, որ թեկնածուների կողմից հնչեցվող խոսքում, հրապարակային ելույթներում և այլ քարոզչական նյութերում հնարավոր քրեական պատասխանատվության հանգեցնող կոչերն ու հայտարարությունները ենթակա են գնահատման իրավապահ մարմինների կողմից և կարող են հադիսանալ այլ վարույթների առարկա:»¹⁶⁰ Նույն իրավական դիրքորոշումն է արտահայտվել նաև ՀՀ ԿԸՀ այլ իրավա-

¹⁶⁰ Արդարության համար հարկ է նկատել, որ տվյալ գործի հանգամանքների կապակցությամբ դիմումատուն հայցադիմումով դիմել է ՀՀ վարչական դատարան, որը, իր հերթին, ՎԴ/6861/05/21 գործով կայացված վճռով ճանաչել է նախընտրական քարոզչության կանոնների խախտում՝ կիրառելով Չափանիշների մասին կոնվենցիայի 8-րդ հոդվածի 3-րդ մասի նորմերը:

կան ակտերում:¹⁶¹

Նախընտրական քարոզչության շրջանակներում արտահայտման ազատության սահմանափակման մեկ այլ իրավական հիմք է թեկնածուի կողմից հանրային պաշտոն կամ հանրային ծառայության պաշտոն զբաղեցնելը: Այս հարցը պետք է դիտարկել երկու համատեքստում. ինչպես նման դեպքում թեկնածուի նախընտրական քարոզչությունը պետք է լուսաբանվի զանգվածային լրատվության միջոցներով և ինչպես նման դեպքում պետք է քարոզի թեկնածուն:

Օրենսդրությամբ նախատեսված է, որ նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում ընտրություններին մասնակցող թեկնածուների լիազորությունների իրականացման վերաբերյալ պաշտոնական հաղորդումները նախընտրական քարոզչություն չեն համարվում: Նման հաղորդումները չպետք է պարունակեն քարոզչական բնույթի մեկնաբանություններ կամ իրենցից ներկայացնեն տվյալ պաշտոնատար անձի՝ որպես թեկնածուի գործունեությունը լուսաբանող տեսանկյունից, ֆիլմեր կամ պատկերներ, որոնք կարող են ասոցացվել նախընտրական քարոզչության հետ (Ընտրական օրենսգրքի 19-րդ հոդվածի 1.4-րդ մաս):

Այն դեպքում, երբ իրականացվում է ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների ընտրական ցուցակում ընդգրկված՝ պաշտոնատար անձ հանդիսացող թեկնածուի այլ գործունեության լուսաբանում, վերգետնյա հեռարձակում իրականացնող զանգվածային լրատվության միջոցը պարտավոր է դա հաշվի առնել ընտրություններին մասնակցող մյուս թեկնածուների և կուսակցություն-

¹⁶¹ Տես, օրինակ՝ ՀՀ Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովի 2021 թվականի հունիսի 27-ի «Հայաստանի Հանրապետության Ազգային ժողովի 2021 թվականի հունիսի 20-ի արտահերթ ընտրությունների արդյունքների մասին» N 183-Ա որոշում // Աղբյուրը՝ https://res.elections.am/images/Decisions/27.06.21/21.183_A.pdf (դիմելու ամսաթիվը՝ 16.12.2024)

ների գործունեությունը լուսաբանելիս՝ լուսաբանման հավասարության ոչ խտրական սկզբունքի պահպանման նպատակով (Ընտրական օրենսգրքի 23-րդ հոդվածի 4-րդ մաս):

Այլ թեկնածուների և կուսակցությունների գործունեությունը լուսաբանելիս պաշտոնատար անձ հանդիսացող թեկնածուի՝ ընտրական գործընթացների հետ չկապված գործունեության լուսաբանման փաստը «հաշվի առնելու» պարտականության մասին բավական լրոգված ձևակերպումը և կոնկրետ չափանիշների բացակայությունը, այդ թվում՝ Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի կողմից մշակվող նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում կուսակցությունների մասնակցության հավասար պայմանների ապահովման գնահատման մեթոդաբանության մեջ, բարդացնում է այդ նույն հավասար պայմանների ապահովման խնդիրը: Այսպես, Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի մշակած մեթոդաբանության մեջ միայն նշված է, որ նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում հեռարձակողների կողմից հեռարձակվող տեսալսողական հաղորդումները (բացի ընտրություններին մասնակցող կուսակցություններին և կուսակցությունների դաշինքներին տրամադրված վճարովի և անվճար եթերաժամից) ստուգելիս գնահատվում է նաև նախընտրական քարոզչություն իրականացնող պաշտոնատար անձի գործունեության լուսաբանման համապատասխանությունը նախընտրական քարոզչության սահմանափակումների և վարչական ռեսուրսի օգտագործման արգելքի մասին Ընտրական օրենսգրքի 23-րդ հոդվածի պահանջներին, ինչպես նաև պաշտոնական և այլ գործունեության լուսաբանման սահմանազատումը (նշված մեթոդաբանության 8-րդ

կետի 4-րդ ենթակետ¹⁶²):

Կարևոր է նշել, որ օրենսդիրը չի սահմանափակում ԶԼՄ-ների մեկնաբանությունները թեկնածու պաշտոնատար անձի գործունեությունը լուսաբանելիս, այլ նախատեսում է միայն *քարոզչական բնույթի* մեկնաբանությունների արգելք: Այս սահմանը շատ նուրբ է և վերը նշված իրավական նորմի լայն մեկնաբանման դեպքում կարող է հանգեցնել խոսքի ազատության խախտման: Այս խնդրին անդրադարձել է Ռուսաստանի Դաշնության Սահմանադրական

¹⁶² Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի 2021 թվականի մայիսի 27-ի «Տեսալսողական մեդիա ծառայություններ մատուցող հեռարձակողների կողմից 2021 թվականի հունիսի 20-ի արտահերթ ընտրությունների նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների և կուսակցությունների դաշինքների համար հավասար պայմանների ապահովման գնահատման մեթոդաբանությունը հաստատելու մասին» N 68-Ա որոշում // Աղբյուրը՝ <https://tvradio.am/wp-content/uploads/2021/05/68-21.pdf> (դիմելու ամսաթիվը՝ 16.12.2024): Նման կարգավորում է նախատեսված նաև Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի մի շարք այլ որոշումներում (Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի 2021 թվականի հոկտեմբերի 13-ի «Տեսալսողական մեդիա ծառայություններ մատուցող հեռարձակողների կողմից 2021 թվականի դեկտեմբերի 5-ին 70.000-ից ավելի ընտրողներ ունեցող համայնքներում ավագանու ընտրությունների նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների և կուսակցությունների դաշինքների համար հավասար պայմանների ապահովման գնահատման մեթոդաբանությունը հաստատելու մասին» N 156-Ա որոշում) // Աղբյուրը՝ <https://tvradio.am/wp-content/uploads/2021/10/156-21.pdf> (դիմելու ամսաթիվը՝ 16.12.2024), Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի 2023 թվականի հուլիսի 19-ի «Տեսալսողական մեդիա ծառայություններ մատուցող հեռարձակողների կողմից 2023 թվականի սեպտեմբերի 17-ին կայանալիք Երևանի ավագանու ընտրությունների նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների և կուսակցությունների դաշինքների համար հավասար պայմանների ապահովման գնահատման մեթոդաբանությունը հաստատելու մասին» N 70-Ա որոշում // Աղբյուրը՝ <https://tvradio.am/wp-content/uploads/2023/07/70-23.pdf> (դիմելու ամսաթիվը՝ 16.12.2024) և այլն:

դատարանը 2003 թվականի հոկտեմբերի 30-ի N 15-Ո որոշման մեջ, որտեղ, մասնավորապես, ասվում է. «Քանի որ ինչպես քարոզչությունը, այնպես էլ ցանկացած բնույթի իրազեկումը կարող են դրդել ընտրողներին կատարել այս կամ այն ընտրությունը, ընդ որում, թեկնածուի վերաբերյալ հավաստի և օբյեկտիվ տեղեկություններն ավելի շատ են օգնում ընտրողին ձևավորել իր նախասիրությունները, քան պարզապես «կողմ» կամ «դեմ» քվեարկելու կոչերը, ապա ակնհայտ է, որ նախընտրական քարոզչությունն ու իրազեկումը տարբերակելու չափանիշ կարող է ծառայել միայն քարոզչական գործունեության մեջ հատուկ նպատակի առկայությունը՝ ընտրողներին ուղղորդել որոշակի ուղղությամբ, ապահովել աջակցություն կամ, ընդհակառակը, հակազդեցություն կոնկրետ թեկնածուին, ընտրական միավորմանը: Հակառակ դեպքում, իրազեկման և նախընտրական քարոզչության միջև սահմանը կջնջվեր այնպես, որ ընտրողներին իրազեկելու ցանկացած գործողություն կարող էր դիտարկվել քարոզչություն հասկացության ներքո, ինչը զանգվածային լրատվության միջոցներ թողարկող կազմակերպությունների ներկայացուցիչների համար գործող արգելքի ուժով ոչ իրավաչափ կսահմանափակեր խոսքի և տեղեկատվության ազատության սահմանադրական երաշխիքները, ինչպես նաև կխախտեր ազատ և հրապարակային ընտրությունների սկզբունքները:

... Թեկնածուներից որևէ մեկի վերաբերյալ դրական կամ բացասական կարծիքն ինքնին նախընտրական քարոզչություն չէ և չի կարող հիմք հանդիսանալ զանգվածային լրատվության միջոցների թողարկումն իրականացնող կազմակերպության ներկայացուցչին վարչական պատասխանատվության ենթարկելու համար, քանի դեռ չի ապացուցվել հատուկ նպատակը, այն է՝ որոշակի թեկնածուին, ընտրական միավորմանը, ընտրական դաշինքին աջակցելուն կամ հակազդելուն ուղղվածությունը: «Նախապատվության արտահայտումը» ոչ այլ ինչ է, քան կարծիքի արտահայտման տեսակ: Հերևաբար, ՀԼՄ-ների ներկայացուցիչների մասնագիտական գոր-

ծունեության հետ կապված նախապատվության արտահայտության մեկնաբանությունը որպես իրավախախտում, առանց դրա ապացուցման, որ այն ուղղված է հենց քարոզչությանը, կնշանակեր արտահայտվելու ազատության սահմանափակում և զանգվածային տեղեկատվության ազատության խախտում»:¹⁶³

Համաձայնելով նման մոտեցման հետ՝ հարկ ենք համարում նշել, որ **նախընտրական քարոզչության ոչ բոլոր մեկնաբանություններն արժեն դիտարկել որպես քարոզչություն, դրա հետ մեկտեղ, պատասխանատու մարմինները պետք է զգոն լինեն, որպեսզի թույլ չտան քողարկված քարոզչություն, որի ռիսկն այս դեպքում մեծ է:**

Անդրադառնալով պաշտոնատար անձ հանդիսացող թեկնածուի նախընտրական քարոզչության սահմանափակման հարցին¹⁶⁴

¹⁶³ Постановление Конституционного Суда РФ от 30 октября 2003 г. N 15-П «По делу о проверке конституционности отдельных положений Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» в связи с запросом группы депутатов Государственной Думы и жалобами граждан С.А. Бунтмана, К.А. Катаняна и К.С. Рожкова» // Աղբյուրը՝ <https://base.garant.ru/12132995/?ysclid=m68f67py5a886822954> (դիմելու ամսաթիվը՝ 16.12.2024)

¹⁶⁴ Սույն հետազոտության շրջանակներում դրված չէ նպատակ՝ լայն ներկայացնելու վարչական ռեսուրսի չարաշահման խնդիրը, որին նվիրված է բազմաթիվ գրականություն, ինչպես նաև միջազգային փաստաթղթեր: Խնդիրը ծայրահեղ լայն է և արժանի առանձին հետազոտության շրջանակներում ուսումնասիրության, այդ թվում՝ տվյալ բնագավառում ձևավորված հարուստ իրավակիրառ պրակտիկայի հաշվառմամբ (տես, օրինակ՝ ՀՀ վարչական դատարանի ՎԴ/6861/05/21 վարչական գործով կայացված դատական ակտը, ՀՀ ԿԸՀ 2017 թվականի մարտի 18-ի N 98-Ա, 2017 թվականի մարտի 25-ի N 137-Ա, 2017 թվականի մարտի 28-ի N 143-Ա, 2021 թվականի հունիսի 13-ի N 149-Ա, 2021 թվականի հունիսի 19-ի N 160-Ա և այլ որոշումներ): Սույն հետազոտությունում վարչական ռեսուրսի օգտագործման հարցը քննարկվում է բացառապես նախընտրական քարոզչության սահմանափակման ևս մեկ իրավական հիմքի համատեքստում:

բախվում ենք այսպես կոչված «նախընտրական արձակուրդի» խնդրին, որն իրենից ներկայացնում է երաշխիք ընտրական գործընթացում սեփական ընտրարշավը սատարող պաշտոնատար անձի (ծառայողի) չափազանց մեծ ներգրավվածության դեմ՝ առանց հիմնական աշխատանքից կտրվելու: Այս համատեքստում քննարկման ենթակա ևս մեկ հարց վերաբերում է պաշտոնատար անձի կողմից իր իշխանական դիրքն օգտագործելու խնդրին՝ իր կամ ընտրական գործընթացի առանձին մասնակիցների համար որոշակի առավելություններ ստեղծելու համար¹⁶⁵:

Հայաստանյան օրենսդրությունը խորհրդարանական ընտրությունների շրջանակներում արգելում է հանրային ծառայող հանդիսացող պատգամավորի թեկնածուներին օգտագործելու իրենց պաշտոնեական կամ ծառայողական դիրքի առավելությունները՝ նախընտրական քարոզչության պաշտոնական մեկնարկի օրվանից մինչև քվեարկության օրն օրենքի ուժով ազատելով նրանց (բացառությամբ Հանրապետության Նախագահի, Ազգային ժողովի պատգամավորների և կառավարության անդամների) իրենց ծառայողական պարտականությունների կատարումից (Ընտրական օրենսգրքի 91-րդ հոդվածի 2-րդ մաս), իսկ համայնքային ընտրությունների շրջանակներում նույն իրավական կարգավորումը կիրառվում է թեկնածու հանդիսացող պետական և տեղական ինքնակառավարման մարմինների աշխատակիցների ու պաշտոնատար անձանց նկատմամբ, բացառությամբ քաղաքական, վարչական և հայեցողական պաշտոն զբաղեցնողների (Ընտրական օրենսգրքի 137-րդ հոդվածի 1-ին մաս): Այս տարբերակված մոտեցումը բազմաթիվ հարցեր է առաջացնում, այդ թվում՝ բոլոր թեկնածուների համար

հավասար պայմանների ապահովման հարցի շրջանակներում:

Արտասահմանյան երկրներում միասնական մոտեցում չկա, թե գործող պաշտոնյան որքանով պետք է հեռացվի ընտրական գործընթացից: Ակնհայտ է, որ եթե ընտրությունների ընթացքում իր հանրային կարգավիճակի առավելությունների օգտագործման ռիսկի աստիճանը հասարակության մեջ բարձր է համարվում, ապա օրենսդրությունը փորձում է նրա համար համապատասխան սահմանափակումներ սահմանել:¹⁶⁶ Օրինակ՝ «Ֆրանսիայում միանգամայն սովորական է դառնում կառավարական կառույցի պաշտոնյայի կարիերան, որը ձգտում է ընտրովի քաղաքական պաշտոնի: Պետական գերատեսչությունների պաշտոնյաներն իրավունք ունեն մասնակցել ընտրություններին՝ չկորցնելով իրենց կարգավիճակը, և նույնիսկ կարող են համատեղել իրենց աշխատանքը տեղական մակարդակում ընտրովի պաշտոնի հետ: Անցնելով համազգային խորհրդարան՝ նրանք պարտավոր են արձակուրդ գնալ ծառայությունից, բայց պատգամավորական լիազորությունների ժամկետը լրանալուց հետո կարող են վերադառնալ նույն պաշտոնին՝ առանց որևէ կորստի: 1958-1986 թվականներին Ազգային ժողովի անդամների 33%-ը մինչ ընտրությունները զբաղեցրել է պետական պաշտոններ (...): Զարգացող երկրներում, որտեղ արմատավորված է նույն ավանդույթը, ֆրանսիական մոդելը կարող է օրինակելի լինել: Իսկ այնտեղ, որտեղ պետական ծառայությունն ասոցացվում է կոռուպցիայի և ֆավորիտիզմի հետ, նախընտրելի է վարչական և քաղաքական ոլորտի հստակ տարանջատումը, ինչպես դա տեղի է ու-

¹⁶⁵ Այս հարցերի վերաբերյալ առավել մանրամասն տես՝ Право избирать и быть избранным в российских политических реалиях: основные конституционно-правовые проблемы. Учебно-методический комплекс / Рук. авт. кол. и отв. ред. проф. Авакьян С.А. – М.: Юстицинформ, 2015, с. 145-151.

¹⁶⁶ Право избирать и быть избранным в российских политических реалиях: основные конституционно-правовые проблемы. Учебно-методический комплекс / Коллектив авторов. Рук. авт. кол. и отв. ред. проф. Авакьян С.А. – М.: Юстицинформ, 2015, с. 123.

նենում ամերիկյան մոդելում»:¹⁶⁷

Հայաստանյան պրակտիկայում հաճախակի են դեպքերը, երբ թեկնածուն պետական ծառայության որոշակի պաշտոն է զբաղեցնում, ընդգրկված է կուսակցության ընտրական ցուցակում, սակայն նախընտրական քարոզչությանը մասնակցելու մտադրություն չունի: Գործող օրենսդրական կարգավորումը պահանջում է նրան ազատել նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում իր պաշտոնեական պարտականությունների կատարումից՝ առանց հաշվի առնելու նշված հանգամանքը: Հարցը սրվում է այս ժամանակահատվածում աշխատավարձի չպահպանման իրավական դրույթի ֆոնին: Մեր կարծիքով, «նախընտրական արձակուրդի» հարցին պետք է զգուշորեն մոտենալ, և եթե օրենսդրի մտադրությունը թեկնածուներին պաշտոնեական պարտականությունների կատարումից ազատելու ամբողջական պահանջն է, ապա դա պետք է արվի բոլոր պաշտոնատար անձանց նկատմամբ, առանց բացառության, նույն պայմաններով (բացառություն կարող են լինել միայն ներկայացուցչական մարմինների անդամները): Սակայն առավել արդարացված ենք համարում թեկնածուներին ընտրության հնարավորության ընձեռումը՝ ազատվել պաշտոնեական պարտականությունների կատարումից և մասնակցել նախընտրական քարոզչությանը, կամ շարունակել կատարել պաշտոնեական պարտականությունները և չմասնակցել նախընտրական քարոզչությանը:

Հանրային ծառայության մեջ գտնվող և ընտրություններին մասնակցող կուսակցության ընտրական ցուցակում ընդգրկված

թեկնածուներն իրենց նախընտրական քարոզչությունն իրականացնում են հետևյալ սահմանափակումների հաշվառմամբ.

1) արգելվում են թեկնածուին, ընտրություններին մասնակցող կուսակցությանը կողմ կամ դեմ քվեարկելուն ուղղված ուղղակի կամ անուղղակի կոչերը պաշտոնեական լիազորություններն իրականացնելիս կամ պաշտոնեական դիրքի ցանկացած չարաշահումը՝ ընտրությունների ժամանակ առավելություն ստանալու համար,

2) արգելվում է նախընտրական քարոզչության նպատակով ծառայողական պարտականությունների իրականացման համար տրամադրված տարածքների, տրանսպորտային և կապի միջոցների, նյութական ու մարդկային ռեսուրսների օգտագործումը, բացառությամբ «Հատուկ պետական պաշտպանության ենթակա անձանց անվտանգության ապահովման մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքով պետական պահպանության ենթակա բարձրաստիճան պաշտոնատար անձանց նկատմամբ կիրառվող անվտանգության միջոցառումների (Ընտրական օրենսգրքի 23-րդ հոդվածի 3-րդ մաս):

Օրենսդրությամբ նման սահմանափակում նախատեսված է ոչ միայն թեկնածուների, այլև նախընտրական քարոզչությանը մասնակցող այլ պաշտոնատար անձանց համար (Ընտրական օրենսգրքի 23-րդ հոդվածի 1-ին մաս): Հարկ է նշել, որ վերը նշված իրավակարգավորումները պահանջներ չեն ներկայացնում նախընտրական քարոզչության բովանդակության նկատմամբ, այլ պահանջներ են ներկայացնում նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում պաշտոնատար անձանց, որպես այդպիսիք, հրապարակային ելույթների շրջանակներում հռետորաբանության նկատմամբ: Այս տեսանկյունից ԶԼՄ-ների համար գերխնդիր է կոնկրետ անձի՝ որպես պաշտոնյայի և որպես թեկնածուի գործունեության լուսաբանման տարբերակումը, նաև այն պայմաններում, երբ մարդը կարող է սկսել իր հրապարակային ելույթը ԶԼՄ-ներում՝ ներկա-

¹⁶⁷ Стен' Ройз-Аккерман С. Коррупция и государство. Причины, следствия, реформы: Пер. с англ. О.А. Алякринского. М., Логос, 2003. С. 101-102. // Հղումն ըստ՝ Право избирать и быть избранным в российских политических реалиях: основные конституционно-правовые проблемы. Учебно-методический комплекс / Коллектив авторов. Рук. авт. кол. и отв. ред. проф. Авакьян С.А. – М.: Юстицинформ, 2015, с. 123.

յանալով որպես պաշտոնատար անձ, իսկ ելույթն ավարտել որպես թեկնածու: Կարևոր է սահմանել նման տարբերակման չափանիշները և ՁԼՄ-ների համար մոտեցումների մշակման չափանիշները՝ վերջիններիս կողմից ընտրական գործընթացների լուսաբանման իրենց գործունեությունը օրենսդրության պահանջների հաշվառմամբ որոշելու կամ պլանավորելու համար: Մեր կարծիքով, միանգամայն տեղին է դա անել Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի կողմից նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում կուսակցությունների մասնակցության համար հավասար պայմանների ապահովման գնահատման մեթոդաբանության մշակման շրջանակներում:

Վերոնշյալ բոլոր եզրակացություններն ու արված առաջարկությունները վերաբերում են այսպես կոչված ավանդական ՁԼՄ-ներին: Ընտրական օրենսդրության իրականացման խնդրահարույց հարցերից է գործող ընտրական իրավունքի նորմերով վիրտուալ տարածքում իրականացվող նախընտրական քարոզչության կարգավորման անհնարինությունը: Ընտրական օրենսդրությունը պահանջում է քարոզչական նյութերի համար որոշակի կանոնների պահպանում (տեղեկություններ տպաքանակի, պատվիրատուի, վճարման աղբյուրի և չափի մասին և այլն): «Հնարավոր չէ խոսել սոցիալական ցանցում էջի գրառման հետ կապված տպաքանակի մասին, ինչպես նաև նյութի հրապարակման համար վճարման մասին, եթե խոսքը գնում է այս կամ այն թեկնածուի կողմնակցի մասնավոր էջի մասին, որը որոշել է քարոզչական գրառում կատարել սեփական նկատառումներով: Այս իրավիճակը նախընտրական քարոզչությունը համացանցում դնում է իրավական դաշտի շրջանակներից դուրս, նպաստում դրա անթափանցիկությանը, ոչ հավաստի տեղեկությունների տարածմանը, կոմպրոմատի «արտահոսքին», «սև PR» պարունակող նյութերի ի հայտ գալուն, այդ ամենի հետ մեկտեղ՝ բավականին դժվար է պարզել նման քարոզչական

նյութերի հեղինակներին: Սոցիալական ցանցերը որակապես տարբերվում են հաղորդակցական այլ միջոցներից, որոնց միջոցով իրականացվում է տեղեկատվության, այդ թվում՝ ընտրությունների վերաբերյալ տեղեկատվության տարածումը: Այս հանգամանքը պետք է նկատի ունենալ համացանցում այս կամ այն երևույթի օրինականությունը գնահատելու համար իրավական նորմեր կիրառելիս: Իրավակիրառի գլխավոր նպատակը պետք է լինի խոսքի ազատության սահմանադրական պաշտպանության և ընտրական օրենսդրության նորմերի միջև հավասարակշռության պահպանումը», - գրում է Լ.Մ. Բոլշակովը:¹⁶⁸ Չնայած նրան, որ Ընտրական օրենսգիրքը «Նախընտրական քարոզչությունը Համացանցում» վերտառությամբ առանձին հոդված է նվիրել համացանցում քարոզչության կանոններին (հոդված 20.1), սակայն առկա իրավակարգավորումների հիման վրա համացանցում իրականացվող նախընտրական քարոզչության կարգի պահպանման նկատմամբ (նույնիսկ գրանցված լրատվամիջոցների, առավել ևս սոցիալական ցանցերի) որևէ արդյունավետ վերահսկողություն հնարավոր չէ իրականացնել:

¹⁶⁸ **Большаков, Л. М.** Ограничение конституционной свободы слова в период предвыборной агитации / Л. М. Большаков // Вестник ЮУрГУ. Серия «Право». – 2018. – Т. 18, № 2. – С. 65–68.

ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆ

Ամփոփելով կատարված ուսումնասիրությունը՝ կարող ենք եզրակացնել, որ զանգվածային լրատվամիջոցների գործունեության ոլորտը կարգավորող օրենսդրությունը Հայաստանի Հանրապետության անկախացման օրվանից անցել է զարգացման ուրույն ճանապարհ՝ փորձելով համարժեք արձագանքել ժամանակի զարգացումներին և զանգվածային լրատվամիջոցների վերաբերյալ հանրային ընկալումներին: Մեր օրերում ևս այն գտնվում է վերափոխումների ակտիվ փուլում՝ նկատի ունենալով ՀՀ արդարադատության նախարարության կողմից շրջանառության մեջ դրված «Ձանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին» օրենքի նախագիծը, որով, ի թիվս այլնի, առաջարկվում է հայեցակարգային փոփոխություններ կատարել «զանգվածային լրատվության միջոց» հասկացության մեջ և ներդնել լրատվամիջոցների ինքնակարգավորման կառուցակարգեր:

Ձանգվածային լրատվամիջոցների կարգավիճակի հետ կապված հարաբերություններն իրենց կարգավորումն են գտել գործող օրենսդրության մեջ, որը լրատվամիջոցների՝ տեղեկություններ տարածելու առաքելության իրականացման համար բավարար հիմքեր է ստեղծել: Այս օրենսդրության վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ ՀՀ-ների գործունեության անկախությունը և ազատությունն ապահովելու նպատակով երաշխիքների մի ամբողջ համալիր է սահմանված, ինչը շատ կարևոր է ոչ միայն խոսքի ազատության ապահովման տեսանկյունից, այլ նաև հասարակությունում ժողովրդավարական արժեքների պաշտպանության և ամրապնդման համար:

Ձանգվածային լրատվամիջոցները կարևոր գործառույթներ են իրականացնում հասարակական կյանքում, որոնց շարքում առանձնանում են նրանց քաղաքական գործառույթները: Դրանց միջոցով մեդիա դերակատարները ակտիվ մասնակցություն են ունենում քաղաքական օրակարգի, ընտրողների քաղաքական կամքի ձևավոր-

ման, քաղաքական իշխանությունների վերահսկման, վերջիններիս գործունեության թափանցիկության և հաշվետվողականության ապահովման, պետական կառավարման ոլորտում կոռուպցիայի կանխարգելման և կառավարման էթիկայի ամրապնդման գործում:

Այս համատեքստում չափազանց կարևոր է պետության տեղեկատվական քաղաքականությունը, որը, ինչպես վերևում արդեն նշվեց, ներկայումս ակտիվ փուլում է գտնվում: Հուսանք, որ «Ձանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենքում առաջարկված փոփոխությունները և լրացումները կներդաշնակեցվեն միջազգային լավագույն փորձի հետ, իսկ ապատեղեկատվության դեմ պայքարի հայեցակարգը և դրանից բխող գործողությունները շոշափելի արդյունքներ կտան հասարակությանն օբյեկտիվ տեղեկություններ տրամադրելու կարևոր առաքելությունը պատշաճ իրականացնելու համար:

Այս ուսումնասիրության երրորդ գլխի շրջանակներում եզրակացություն է արվել, որ կախված այն բանից, թե ինչպիսին կլինեն սահմանադրական կարգի հիմունքները, քաղաքական համակարգի բնութագրերը, պետական ռեժիմը, ՀՀ-ների դերը քաղաքացիների քաղաքական կամքի ձևավորման գործում տարբեր կլինի, և, որն ավելի կարևոր է, քաղաքացիների քաղաքական կամքը տարբեր կերպ կդրսևորվի:

ՀՀ-ում ընտրական գործընթացների լուսաբանմանը ՀՀ-ների մասնակցության քննարկման շրջանակներում ուշադրություն է դարձվել հասարակական կարծիքի հարցման ինստիտուտին՝ նկատելով, որ չնայած այս ոլորտում կատարված ուսումնասիրությունները հակասական եզրակացություններ են տալիս, այնուամենայնիվ, հայաստանյան ընտրական օրենսդրությունն ուղղակիորեն անդրադառնում է այդ հարցի իրավական կարգավորմանը՝ արձանագրելով, որ հայաստանյան օրենսդիրն անուղղակիորեն ընդունում է հասարակական կարծիքի հարցումների արդյունքների էական ազդեցությունն ընտրազանգվածի տրամադրության ձևավորման և, հնարավոր է, ընտրողների վարքագծի վրա՝ սահմանափակելով այդ

արդյունքների կամ դրանց մասին տեղեկությունների հրապարակման հնարավորությունները, այսպես կոչված, «լռության օրերին», որոնք ներառում են քվեարկության նախորդ օրը, ինչպես նաև քվեարկության օրը մինչև քվեարկության ավարտը, այսինքն՝ մինչև ժամը 20.00-ն:

Ընտրական գործընթացների լուսաբանմանը ՀԼՄ-ների մասնակցությունը հետազոտության մեջ դիտարկվել է երկու ձևաչափով՝ ընտրական գործընթացների մասնակիցների իրազեկում ընտրությունների մասին և նախընտրական քարոզչություն:

Եզրակացվել է, որ ընտրական գործընթացների լուսաբանմանը ՀԼՄ-ների մասնակցության նման տարանջատումը կարևոր է երեք առումով՝ գործառնական բաղադրիչի, ՀԼՄ-ների գործունեության շրջանակներում սուբյեկտային կազմի և ժամանակային ընդգրկման տեսանկյունից:

Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանի պրակտիկայի և զանգվածային լրատվության միջոցների ընտրական գործընթացների լուսաբանման վերաբերյալ որոշ միջազգային փաստաթղթերի ուսումնասիրությունը թույլ է տալիս կատարել հետևյալ եզրահանգումները.

- ընտրությունների լուսաբանման շրջանակներում ՀԼՄ-ների գործունեությունը պետք է օրենսդրորեն կարգավորվի,
- արտահայտման ազատությունը չպետք է սահմանափակվի նաև ընտրությունների շրջանում,
- ՀԼՄ-ները պետք է հավասարություն և հասանելիություն ապահովեն ընտրությունների բոլոր մասնակիցների համար,
- նախընտրական շրջանում ՀԼՄ-ները պետք է առաջնորդվեն չեզոքության և օբյեկտիվության սկզբունքներով,
- քաղաքական բանավեճի շրջանակներում արտահայտման ազատությունը կարող է սահմանափակվել ժողովրդավարական հասարակության անհրաժեշտության չափանիշներին համապատասխան,
- քաղաքական գործիչների նկատմամբ թույլատրելի քննադա-

տության սահմաններն ավելի լայն են, քան մասնավոր անձանց նկատմամբ:

Նախընտրական քարոզչության իրականացմանը և լուսաբանմանը ՀԼՄ-ների մասնակցության շրջանակներում, ՀՀ օրենսդրությամբ նախատեսված նախընտրական քարոզչության կանոնների վերլուծության հիման վրա, նշվում է, որ նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում արտահայտման ազատության սահմանափակումներ ավելի շատ են նախատեսված, քան միջընտրական փուլում կամ նախընտրական քարոզչությանը նախորդող ժամանակահատվածում՝ հենց թեկնածուների և ընտրողների, ինչպես նաև թեկնածուների միջև հանրային հաղորդակցության այդ ժամանակահատվածի առանձնահատկություններից ելնելով:

Մյուս կողմից, նախընտրական քարոզչության շրջանակներում, հաշվի առնելով այդ գործընթացի մասնակիցների շրջանակը (հայտնի քաղաքական և պետական գործիչներ, պաշտոնատար անձինք և այլն) և դրա իրականացման ձևաչափերը (բանավեճեր, քաղաքական գովազդ և այլն), ինչպես նաև հաշվի առնելով բուն քարոզչության բնույթը, որը գնահատվում է որպես ցանկացած գործունեություն՝ ուղղված ընտրողին այս կամ այն կերպ քվեարկելու մղելուն, արտահայտման ազատությունը կարող է ավելի լայն դրսևորում և ապահովում ստանալ, քան այլ ժամանակահատվածներում, ինչը արդարացված է հետևյալ արժեքները կշռադատելու անհրաժեշտությամբ. մի կողմից՝ թեկնածուների կողմից իրենց հեղինակությունը պաշտպանելու կարիքները և նրանց անձնական կյանքին միջամտելու անթույլատրելիությունը, իսկ մյուս կողմից՝ քաղաքական հարցերի շուրջ բաց քննարկման հասարակության շահերը:

ՕԳՏԱԳՈՐԾՎԱԾ ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ՑԱՆԿ

ՄԱՍՆԱԳԻՏԱԿԱՆ ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. **Բեգլարյան Ա., Ալեքյան Մ., Վաղարշյան Ա.** Պառլամենտարիզմի զարգացումը Հայաստանի Հանրապետությունում / Ա. Բեգլարյան և ուրիշ. – Եր.: Հայրապետ հրատ., 2024, 208 էջ
2. **Խառատյան Լ.Ա.** ԶԼՄ-ների անկախության և ազատության արդի հիմնախնդիրները, Լրաբեր հասարակական գիտությունների, 2017, N2
3. **Հակոբյան Լ., Վարազյան Լ., Ասատրյան Ա.** «Հայաստանի Հանրապետության ընտրական օրենսգիրք» ՀՀ սահմանադրական օրենքի փոփոխությունների քաղաքական-իրավական նշանակությունը:–Եր.: Հայրապետ հրատ., 2021, 304 էջ
4. **Հակոբյան Լ., Հովհաննիսյան Ն.** Երիտասարդների մասնակցությունն ընտրություններին. երիտասարդ ընտրողների ընտրական ակտիվության բարձրացումը Հայաստանի Հանրապետությունում / Լ. Հակոբյան, Ն. Հովհաննիսյան. – Եր.: Հայրապետ հրատ., 2024, 200 էջ
5. Հայաստանում խոսքի ազատության և մեդիայի սպառման հետազոտություն / Զեկույցի բովանդակության համար պատասխանատուներ՝ Շուշան Ղահիրյան, Գայանե Հարությունյան, Լիանա Պողոսյան, «Պրիզմա» ՍՊԸ, Երևան, 2024, 74 էջ
6. **Սարգսյան Զ.** Մեդիաազդեցության ժամանակակից տեսություններ: Դասախոսություններ/ Զ. Սարգսյան: ԵՊՀ: Ժողովրդագրության ֆակուլտետ:–Եր., ԵՊՀ հրատ., 2022, 84 էջ
7. Актуальные вопросы массовой информации и политических коммуникаций: коллективная монография /С.В. Ануфриенко, А.В. Атанесян, А.С. Тер-Арутюнян, А.К. Боташева, Н.А. Мелконян, О.Ф. Волочаева, Г.Б. Овчарова, А.Е. Мкртчян,

И.А. Румачик, Л.К. Саадян, Н.Н. Мартиросян; под общей ред. доктора полит. наук, профессора А.В. Атанесяна, к. полит. наук И.А. Румачик, Ереван: Изд-во Ереванского государственного университета, 2017, 214 с.

8. **Алесян М.В., Абрамян Н.Л., Тадевосян М.Р.** К вопросу о репозиционировании СМИ в условиях модификации информационных потоков // Ученые записки Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого. № 6 (31). 2020, 6 с.
9. Анализ армянских СМИ с медиаэкспертом Гегамом Варданяном, 30 мая 2017 года// EuropeanJournalismObservatory (электронный ресурс)
10. **Армен Саркисян,** СМИ И ЖУРНАЛИСТИКА. Их функции и роль в общественной жизни Армении, "Интерньюс", 2002.
11. **Атанесян А.В.** Коммуникативные аспекты политических конфликтов; Армян. филос. акад., Междунар. акад. филос. – Ереван: Гитутюн, 2005, 155 с.
12. **Бергер П., Лукман К.** Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / Пер. с англ. Е. Руткевич. М., «Медиум», 1995, 323 с.
13. **Большаков Л.М.** Ограничение конституционной свободы слова в период предвыборной агитации / Л. М. Большаков // Вестник ЮУрГУ. Серия «Право», 2018, Т. 18, № 2, с. 65–68.
14. **Большой юридический словарь.** Под. ред. А.Я. Сухарева, В.Е. Крутских, Москва, ИНФРА-М, 2002.
15. **Борцова Е.С.** История понятия «коммуникация» в науке, философии, методологии и социальном управлении // Вестник МГУП им. Ивана Федорова. – 2015. – № 2, с. 447–458.
16. **Вартанова Е.Л.** Медиаэкономика зарубежных стран. М., 2003.
17. **Гриффин Э.** Коммуникация: теории и практики / Э.

Гриффин; пер. с англ. А.А. Науменко. — Харьков: Гуманитарный центр, 2015, 688 с.

18. Зенин К.А., Ишунин В.А. Особенности структуры «власть-пресса-общество» в России // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2021. с. 87-90.

19. Зимин В.А. Роль СМИ в формировании политической культуры и развитии институтов гражданского общества в России // Известия Саратовского университета. 2012. Т. 12. Сер. Социология. Политология, вып. 1, с. 91-94.

20. Игнатенко В.В., Князев С.Д., Кутафин О.Е. Избирательное право Российской Федерации. Иркутск, 2001, 332 с.

21. Избирательное законодательство и выборы в современном мире. Ближневосточно-Азиатский регион / В.И. Лысенко; Под общей ред. Э.А. Памфиловой; Центральная избирательная комиссия Российской Федерации. – Вып. 5. – М., 2017, 1366 с.

22. Избирательное право и избирательный процесс в Российской Федерации: учебник / С. А. Куемжиева, М. С. Савченко, А. В. Красницкая [и др.] ; под общ. ред. М. С. Савченко. – Краснодар: КубГАУ, 2018, 199 с.

23. Кин Дж. Средства массовой информации и демократия / Пер. с англ., М., Наука, 1993, 167с.

24. Князев С.Д. Очерки теории российского избирательного права. Владивосток, 1999, 414с.

25. Коломиец В.П. Трансформация книги: медиатизация коллективного опыта поколений // Социологические исследования № 9, 2023, с. 156-161.

26. Колосов Б.Д. Информационное сопровождение избирательной кампании: содержание и условия эффективности / Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата политических наук по специальности 23.00.02, М., 2006, 24 с.

27. Кузнецов В.Ф. Развитие интегрированных политических коммуникаций в государственном управлении // Вестник Института мировых цивилизаций. Т. 10, N 4 (25), 2019, с. 73-78.

28. Кули Ч.Х. Человеческая природа и социальный порядок. — М.: Идея-Пресс, 2000, 320 с.

29. Курышов И.С. Актуальные вопросы избирательного права (Особенная часть): учебное пособие / И.С. Курышов; ФГКОУ ВО Университет прокуратуры Российской Федерации, Дальневосточный юридический институт, Владивосток, Изд-во ДВФУ, 2024, 88 с.

30. Лассуэлл Г.-Д. Структура и функции коммуникации в обществе. Москва : Изд-во РАГС, 2007, 169 с.

31. Луман Н. Медиа коммуникации / Н. Луман ; пер. с нем. А. Глухов, О. Никифоров. Москва: Логос, 2005, 280 с.

32. Мартиросян Н., Даниелян Т. Средства массовой коммуникации как объект научного исследования в Республике Армения (на примере диссертаций, 1991-2022 гг.) // Научная информация Ванадзорского государственного университета / Гуманитарные и социальные науки, 1 // Министерство образования, науки, культуры и спорта РА, Ванадзорский государственный университет. Эд. Совет: Т. Шахвердян и другие. – Ванадзор: 2023, с. 153-170. (572 с.)

33. Матузов Н.И. Правовая система и личность. Саратов, 1987.

34. Науменко Т.В. Социология массовых коммуникаций в структуре социологического знания // Социологические исследования. 2003, № 10, с. 39-46.

35. Понятие и структура избирательного процесса / д.ю.н., проф. С. Князев, к.ю.н., доц. А. Яшин // Курс лекций по избирательному праву и избирательному процессу Российской Федерации (электронный ресурс)

36. Право избирать и быть избранным в российских полити-

ческих реалиях: основные конституционно-правовые проблемы. Учебно-методический комплекс / Коллектив авторов. Рук. авт. кол. и отв. ред. проф. Авакьян С.А. – М.: Юстицинформ, 2015, 680 с.

37. Репортеры без границ «Всемирный индекс свободы прессы RSF за 2024 год: журналистика под политическим давлением» (электронный ресурс)

38. Романович Н.А. О независимости от власти и взгляде общества на миссию российского телевидения.

39. Роуз-Аккерман С. Коррупция и государство. Причины, следствия, реформы: Пер. с англ. О.А. Алякринского. М., Логос, 2003, 356 с.

40. Свод рекомендуемых норм при проведении выборов: Руководящие принципы и Пояснительный доклад, принятые Венецианской комиссией на 52-й сессии (Венеция, 18-19 октября 2002 года), Страсбург, 30 октября 2002 г. Заключение n° 190/2002 CDL-AD (2002) 23 // Источник: Основополагающие документы Венецианской комиссии в области избирательного права и политических партий. – Кишинев: Cudrag, 2016, 560 с.

41. Судебная практика Европейского Суда по правам человека по статье 10 Европейской Конвенции: Т. 2/Под ред. Г.Ю. Араповой - СПб.: 2004, 288 с.

42. Тадевосян М.Р. Информационные потоки Армении: к вопросу о стратегии национальной и региональной безопасности. СМИ и информация в войнах XXI века / Материалы конференции. Ер.: «Актуальное искусство», 2021, с. 60–71.

43. Тадевосян М.Р. Современные информационные потоки в СМИ Армении: особенности трансформации медиапространства / Дисс. на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.06 – «Журналистика», Ереван, 2021

44. Терин В.П. Массовая коммуникация: Социо-культур. аспекты полит. воздействия: Исслед. опыта Запада / В. П. Терин;

Моск. гос. ин-т (ун-т) междунар. отношений МИД РФ. Каф. философии. – Москва: Изд-во Ин-та социологии РАН, 1999. 169 с.

45. Товмасян Н.Т. Трансформация публичной сферы в эпоху виртуальной коммуникации // Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук по специальности 09.00.11 – социальная философия. Сургут, 2021, 32 с.

46. Фомичева И.Д. Социология СМИ: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 «Журналистика». Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2012.

47. Хрусталева Е.Н. Избирательный процесс в России: понятие и стадии // Правоведение. 1998. № 2, с. 32–35.

48. Чудаков М.Ф. Избирательный процесс: понятие и основные стадии. Минск, Мн.: ООО «Тесей», 2001, 70 с.

49. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации: Учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности 350400 «Связи с общественностью» / Ф. И. Шарков; Акад. труда и соц. отношений. – Москва: Соц. отношения, 2002, 245 с.

50. Швидунова А. СМИ как субъект политического процесса и инструмент политических технологий (электронный ресурс)

51. Якимова О.А. Массовая коммуникация: теория и практика: учебное пособие / О. А. Якимова; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2020, 112 с.

52. Andersson P., Gschwend T., Meffert M. F., Schmidt C. Forecasting the outcome of a national election: the influence of expertise, information, and political preferences. Mannheim. 2006, 30p.

53. Annelien Van Remoortere, Rens Vliegthart, The influence of mass media on the popularity of politicians // Party

Politics, Volume 30, Issue 5, p. 781-794.

54. Baran S.J. Introduction To Mass Communication: Media Literacy and Culture, 2001 UpdateUpd Sub edition, 2001, 519 p.

55. Baran Stanley and Davis Dennis K., Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future, sixth edition, Wadsworth, 2021, 392 p.

56. Berger P.L., Luckmann T. The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge. 1966, New York: Doubleday & Company, 249 p.

57. Castells Manuel, CommunicationPower. Oxford New York, Oxford University Press, 2009, 590 p.

58. Clifford G. Christians, Mark Fackler, Kathy Brittain Richardson, Peggy J. Kreshel, Robert H. Woods, Jr. Media Ethics: Cases And Moral Reasoning. Tenth edition, Routledge, New York, 2017, 361 p.

59. Couldry N., Hepp A. The Mediated Construction of Reality. 2016, Cambridge: Polity, 305 p.

60. Dance F., Larson C. The Functions of Human Communication: A Theoretical. Approach. N.Y.: Holt, Rinehart & Winston, 1976, 206 p.

61. David Croteau, William Hoynes, Media/society: industries, images, and audiences, Virginia Commonwealth University. Fifth Edition, 2014

62. Doherty, Brendan J. The Rise of the President's Permanent Campaign. Lawrence: University Press of Kansas, 2012, 203 (xi) p.

63. Foley Joseph M. Communication Aspects of Information Science // Theory Into Practice, Vol. 12, No. 3, The New Science of Information in Education (Jun., 1973), p. 167-172.

64. Herbst Susan, Numbered Voices: How Opinion Polling Has Shaped American Politics. University of Chicago Press, 1993, 227 p.

65. Herman Edward S.,Chomsky Noam, Manufacturing

Consent: The Political Economy of the Mass Media. Pantheon Books, New York, 1988, 412 p.

66. Koliastasis P.A. Permanent Campaigning in Greece. In: Permanent Campaigning in Greece in Times of Crisis. Political Campaigning and Communication. Palgrave Macmillan, Cham. 2022, 202 p.

67. Lavayana Singh, Role of media in making and execution of public policy in India. The Indian Journal of Political Science, Vol. 74, No. 2, 2013

68. Livingstone, S., and Lunt, P. The Mass Media, Democracy and the Public Sphere. In Talk on Television: Audience participation and public debate. London: Routledge, 1994, pp. 9-35.

69. McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man. McGraw-Hill Book Company, New York, Toronto, London, 1964, 384 p.

70. McQuail Denis, McQuail's Mass Communication Theory, 6th edition, SAGE Publications Ltd, Los Angeles | London | New Delhi | Singapore | Washington DC, 2010, 534 p.

71. Owen Diana, The New Media's Role in Politics. Forms of New Media Have Introduced an Unprecedented Level of Instability and Distortion into the Political Communications System. March 11, 2019 (электронныйресурс)

72. Paul Long, Beth Johnson, Shana MacDonald and Schem Rogerson Bader with Vian Bakir and Andrew McStay, Media Studies Texts, Production, Context. Third edition, Routledge is an imprint of the Taylor & Francis Group, London and New York, 2022, 548 p.

73. Rice Ronald E., Atkin Charles K. Public Communication Campaigns: Theoretical Principles and Practical Applications, p. 436-468 //Media effects: advances in theory and research / Jennings Bryant, Mary Beth Oliver. – 3rd ed., Routledge, Taylor & Francis, New

York and London, 2009, 640 p.

74. Robinson Matthew, Mobocracy: How the Media's Obsession with Polling Twists the News, Alters Elections, and Undermines Democracy Forum, 2002, 378 p.

75. Sayadyan L., Izquierdo-Iranzo P., Armenian Media System Overview According to the Hallin and Mancini Mode // Media and Communication, 2024, article 7850 (электронный ресурс)

76. Shannon Claude E., Weaver Warren, The Mathematical Theory of Communication. Urbana: The University of Illinois Press, 1949, 125 p.

77. Thompson John B. Media and Modernity: A Social Theory of the Media. Polity Press, 1995, 314p.

78. van Erkel Patrick, Aelst Peter, Thijssen Peter, Does Media Attention Lead to Personal Electoral Success? Differences in Long and Short Campaign Media Effects for Top and Ordinary Political Candidates. Acta Politica. 55. 10.1057/s41269-018-0109-x, 2018, 34 p. (электронный ресурс)

ԻՐԱՎԱԿԱՆ ԱԿՏԵՐ

1. Հայաստանի Հանրապետության Սահմանադրություն, ընդունված 1995 թվականի հուլիսի 5-ին (2005 թվականի նոյեմբերի 27-ի և 2015 թվականի դեկտեմբերի 6-ի փոփոխություններով)

2. Բելառուսի Հանրապետության Սահմանադրություն, ընդունված 1994 թվականի մարտի 15-ին (1996 թվականի նոյեմբերի 24-ի, 2004 թվականի հոկտեմբերի 17-ի, 2022 թվականի փետրվարի 27-ի հանրապետական հանրաքվեներում ընդունված և Բելառուսի Հանրապետության 2021 թվականի հոկտեմբերի 12-ի թիվ №124-3 օրենքով կատարված փոփոխություններով և լրացումներով)

3. Բուլղարիայի Հանրապետության Սահմանադրություն, ընդունված 1991 թվականի հուլիսի 13-ին (փոփոխություններով և լրացումներով)

4. Իսպանիայի Թագավորության Սահմանադրություն, ընդունված 1978 թվականի դեկտեմբերի 27-ին

5. Իտալիայի Հանրապետության Սահմանադրություն, ընդունված 1947 թվականի դեկտեմբերի 22-ին

6. Ղազախստանի Հանրապետության Սահմանադրություն, ընդունված 1995 թվականի օգոստոսի 30-ին

7. Ղրղզստանի Հանրապետության Սահմանադրություն, ընդունված 2021 թվականի մայիսի 5-ին

8. Լատվիայի Հանրապետության Սահմանադրություն, ընդունված 1922 թվականի փետրվարի 15-ին (կրկին ուժի մեջ է մտել 1993 թվականի հուլիսի 6-ին)

9. Մոլդովայի Հանրապետության Սահմանադրություն, ընդունված 1994 թվականի հուլիսի 27-ին

10. Ռուսաստանի Դաշնության Սահմանադրություն, ընդունված 1993 թվականի դեկտեմբերի 12-ին (2020 թվականի հուլիսի 1-ի փոփոխություններով)

11. Տաջիկստանի Հանրապետության Սահմանադրություն, ընդունված 1994 թվականի նոյեմբերի 6-ին (1999 թվականի սեպտեմբերի 26-ի, 2003 թվականի հունիսի 22-ի, 2016 թվականի մայիսի 22-ի փոփոխություններով)

12. Ուզբեկստանի Հանրապետության Սահմանադրություն, ընդունված 2023 թվականի ապրիլի 30-ին

13. Խորվաթիայի Հանրապետության Սահմանադրություն, ընդունված 2014 թվականի հունվարի 15-ին

14. Մարդու իրավունքների համընդհանուր հռչակագիր, ընդունվել և հաստատվել է ՄԱԿ-ի Գլխավոր ասամբլեայի կողմից 1948 թվականի դեկտեմբերի 10-ին

15. Մարդու իրավունքների և հիմնարար ազատությունների պաշտպանության մասին կոնվենցիա, ստորագրվել է 1950 թվականի նոյեմբերի 4-ին

16. Քաղաքացիական և քաղաքական իրավունքների մասին Միջազգային դաշնագիր, ընդունվել է 1966 թվականի դեկտեմբերի

16-ին

17. Ռասայական խտրականության բոլոր ձևերի վերացման մասին միջազգային կոնվենցիա (ICERD), ընդունվել է ՄԱԿ-ի Գլխավոր ասամբլեայի կողմից 1965 թվականի դեկտեմբերի 21-ին

18. Կանանց նկատմամբ խտրականության բոլոր ձևերի վերացման մասին կոնվենցիա, ընդունված 1979 թվականի դեկտեմբերի 18-ին

19. Մարդու իրավունքների և հիմնարար ազատությունների պաշտպանության մասին կոնվենցիայի N 1 արձանագրություն, ընդունված 1952 թվականի մարտի 20-ին

20. Անկախ Պետությունների Համագործակցության մասնակից պետություններում ժողովրդավարական ընտրությունների, ընտրական իրավունքների և ազատությունների Չափանիշների մասին կոնվենցիա, ընդունված 2002 թվականի հոկտեմբերի 7-ին Քիշնուում

21. «Հայաստանի Հանրապետության ընտրական օրենսգիրք» ՀՀ սահմանադրական ՀՕ-54-Ն օրենք, ընդունված 2016 թվականի մայիսի 25-ին

22. «Հայաստանի Հանրապետության ընտրական օրենսգրքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին» ՀՕ-505-Ն ՀՀ սահմանադրական օրենք, ընդունված 2024 թվականի դեկտեմբերի 5-ին

23. «Հայաստանի Հանրապետության ընտրական օրենսգիրք» սահմանադրական օրենքում լրացումներ և փոփոխություններ կատարելու մասին» N 202-Ն ՀՀ սահմանադրական օրենք, ընդունված 2021 թվականի մայիսի 7-ին

24. Վարչական իրավախախտումների մասին ՀՀ օրենսգիրք, ընդունված 1985 թվականի դեկտեմբերի 6-ին

25. ՀՀ քրեական օրենսգիրք, ընդունված 2021 թվականի մայիսի 5-ին

26. «Զանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենք, ընդունված 2003 թվականի դեկտեմբերի 13-ին

27. «Տեսալսողական մեդիայի մասին» ՀՀ օրենք, ընդունված 2020 թվականի հուլիսի 16-ին

28. «Մամուլի և զանգվածային լրատվության մյուս միջոցների մասին» ՀՀ օրենք, ընդունված 1991թ. հոկտեմբերի 8-ին

29. «Տեղեկատվության ազատության մասին» ՀՀ օրենք, ընդունված 2003 թվականի սեպտեմբերի 23-ին

30. «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենք, ընդունված 2000 թվականի հոկտեմբերի 9-ին

31. «Ազդարարման համակարգի մասին» ՀՀ օրենք, ընդունված 2017 թվականի հունիսի 9-ին

32. «Հանրային ծառայության մասին» ՀՀ օրենք, 2018 թվականի մարտի 28-ին

33. «Ռազմական դրության իրավական ռեժիմի մասին» ՀՀ օրենք, ընդունված 2006 թվականի դեկտեմբերի 5-ին

34. «Արտակարգ դրության իրավական ռեժիմի մասին» ՀՀ օրենք, ընդունված 2012 թվականի մարտի 21-ին

35. «Զանգվածային լրատվամիջոցների մասին» ՌԴ օրենք, ընդունված 1991 թվականի դեկտեմբերի 27-ին

36. «Հրապարակ օրաթերթ» ՍՊԸ-ի և «Ստարտ մեդիա» ՍՊԸ-ի դիմումների հիման վրա՝ «Զանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենքի 5-րդ հոդվածի 2-րդ մասի, ՀՀ քրեական դատավարության օրենսգրքի 14-րդ հոդվածի 2-րդ մասի, 41-րդ հոդվածի 2-րդ մասի 1-ին կետի, 279-րդ հոդվածի՝ Հայաստանի Հանրապետության սահմանադրությանը համապատասխանության հարցը որոշելու վերաբերյալ գործով ՀՀ Սահմանադրական դատարանի 2015 թվականի հոկտեմբերի 20-ի ՍԴՈ-1234 որոշում

37. Ռուսաստանի Դաշնության Սահմանադրական դատարանի 2003 թվականի հոկտեմբերի 30-ի «Ռուսաստանի Դաշնության

քաղաքացիների ընտրական իրավունքների և հանրաքվեին մասնակցելու իրավունքի հիմնական երաշխիքների մասին» Դաշնային օրենքի առանձին դրույթների սահմանադրականության ստուգման գործով՝ Պետական դումայի մի խումբ պատգամավորների հարցման և քաղաքացիներ Ս.Ա. Բունտմանի, Կ.Ա. Քաթանյանի և Կ.Ա. Ռոժկովի բողոքների կապակցությամբ» N 15-Ո գործով որոշում

38. «Հայաստանի Հանրապետության պետական կառավարման մարմիններում լրագրողների հավատարմագրման օրինակելի կարգը հաստատելու մասին» ՀՀ կառավարության 2004 թվականի մարտի 4-ի թիվ 333-Ն որոշում

39. «Կառավարության աշխատակարգը հաստատելու մասին» ՀՀ կառավարության 2021 թվականի փետրվարի 25-ի N 252-Լ որոշում

40. «Քաղաքացիական ծառայողների վարքագծի կանոնագիրքը սահմանելու մասին» ՀՀ փոխվարչապետի 2022 թվականի հոկտեմբերի 4-ի N 697-Ն որոշում

41. Հայաստանի Հանրապետության ապատեղեկատվության դեմ պայքարի 2024-2026 թվականների հայեցակարգը և դրանից բխող գործողությունների ծրագիրը հաստատելու մասին ՀՀ վարչապետի 2023 թվականի դեկտեմբերի 27-ի N 1319-Լ որոշում

42. ՀՀ Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովի 2021 թվականի հունիսի 13-ի ««Զարթոնք» ազգային-քրիստոնեական կուսակցության դիմումը քննարկելու մասին» N 149-Ա որոշում

43. ՀՀ Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովի 2021 թվականի հունիսի 27-ի «Հայաստանի Հանրապետության Ազգային ժողովի 2021 թվականի հունիսի 20-ի արտահերթ ընտրությունների արդյունքների մասին» N 183-Ա որոշում

44. ՀՀ Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովի 2017 թվականի մարտի 18-ի «Իրազեկ քաղաքացիների միավորում» խորհրդատվական հասարակական կազմակերպության դիմումը

քննարկելու մասին» N 98-Ա որոշում

45. ՀՀ Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովի 2017 թվականի մարտի 25-ի «Հելսինկյան քաղաքացիական քսամբլեայի Վանաձորի գրասենյակի հաղորդումները քննարկելու մասին» N 137-Ա որոշում

46. ՀՀ Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովի 2021 թվականի հունիսի 19-ի ««Պատիվ ունեմ» դաշինքի 19.06.2021 թ. դիմումը քննարկելու մասին» N 160-Ա որոշում

47. ՀՀ Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովի 2017 թվականի մարտի 28-ի «Հելսինկյան քաղաքացիական ասամբլեայի Վանաձորի գրասենյակի 21.03.2017 թ. և 23.03.2017 թ. դիմումներով ներկայացված հաղորդումները քննարկելու մասին» N 143-Ա որոշում

48. Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի 2021 թվականի հոկտեմբերի 13-ի «Տեսալսողական մեդիա ծառայություններ մատուցող հեռարձակողների կողմից 2021 թվականի դեկտեմբերի 5-ին 70.000-ից ավելի ընտրողներ ունեցող համայնքներում ավագանու ընտրությունների նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների և կուսակցությունների դաշինքների համար հավասար պայմանների ապահովման գնահատման մեթոդաբանությունը հաստատելու մասին» N 156-Ա որոշում

49. Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի 2023 թվականի հուլիսի 19-ի «Տեսալսողական մեդիա ծառայություններ մատուցող հեռարձակողների կողմից 2023 թվականի սեպտեմբերի 17-ին կայանալիք Երևանի ավագանու ընտրությունների նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների և կուսակցությունների դաշինքների համար հավասար պայմանների ապահովման գնահատման մեթոդաբանությունը հաստատելու մասին» N 70-Ա որոշում

50. Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի 2021 թվականի մայիսի 27-ի «Տեսալսողական մեդիա ծառայություններ մատուցող հեռարձակողների կողմից 2021 թվականի հունիսի 20-ի արտահերթ ընտրությունների նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների և կուսակցությունների դաշինքների համար հավասար պայմանների ապահովման գնահատման մեթոդաբանությունը հաստատելու մասին» N 68-Ա որոշում

51. Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի 2021 թվականի հունիսի 25-ի «Հեսալսողական մեդիա ծառայություններ իրականացնող ընկերությունների կողմից ՀՀ Ազգային ժողովի 2021 թվականի հունիսի 20-ի արտահերթ ընտրությունների նախընտրական քարոզչության սահմանված կարգի պահպանման մասին» եզրակացությունը՝ Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի մոնիտորինգի արդյունքներով»

52. Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի 2020 թվականի օգոստոսի 28-ի «Թեմատիկ ուղղվածության չափորոշիչները, դրանց հասկացությունները սահմանելու մասին» թիվ 80-Ա որոշում

53. «Պետական պաշտոն զբաղեցնող անձանց (բացառությամբ պատգամավորի, դատավորի, Բարձրագույն դատական խորհրդի անդամի, դատախազի, քննիչի), համայնքների ղեկավարների, նրանց տեղակալների, Երևան համայնքի վարչական շրջանների ղեկավարների, նրանց տեղակալների պաշտոն զբաղեցնող անձանց վարքագծի կանոնադրությունը սահմանելու մասին» Կոռուպցիայի կանխարգելման հանձնաժողովի 2024 թվականի փետրվարի 6-ի N 02-Ն որոշում

54. «Հանրային ծառայողների վարքագծի տիպային կանոնները սահմանելու մասին» Կոռուպցիայի կանխարգելման հանձնաժողովի 2022 թվականի հունիսի 17-ի N 01-Ն որոշում

55. ՀՀ Վարչական դատարանի ՎԴ/6861/05/21 գործով դատական ակտ

56. ՀՀ Վարչական դատարանի ՎԴ /2433/05/17 գործով դատական ակտ

57. Ընտրությունների հարցերում բարենպաստ գործունեության կանոնագիրք. Ղեկավար սկզբունքներ և բացատրական զեկույց՝ ընդունված Վենետիկի հանձնաժողովի 52-րդ նստաշրջանում (Վենետիկ, 2002թ. հոկտեմբերի 18-19,), Ստրասբուրգ, 2002թ. հոկտեմբերի 30, Եզրակացություն N°190/2002 CDL-AD (2002) 23

58. ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ-ի ՀՀ Ազգային ժողովի 2021 թվականի հունիսի 20-ի արտահերթ ընտրությունների վերաբերյալ եզրափակիչ զեկույց (Վարշավա, 2021 թվականի հոկտեմբերի 27)

59. ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ-ի ՀՀ Ազգային ժողովի 2018 թվականի դեկտեմբերի 9-ի արտահերթ ընտրությունների վերաբերյալ եզրափակիչ զեկույց (Վարշավա, 2019 թվականի մարտի 7)

60. Ժողովրդավարություն և զարգացում. ՄԱԿ-ի դերը ՄԱԿ-ի ծրագրային փաստաթուղթ //Զեկույց՝ ԻԱՅԴԻԱ-ի, ՄԱԿ-ի Զարգացման ծրագրի և քաղաքական հարցերի Դեպարտամենտի կողմից համատեղ կազմակերպված Ժողովրդավարության և զարգացման հարցերով երկու միջազգային կլոր սեղանի հանդիպումների արդյունքների վերաբերյալ: Խմբ. Մասիմո Տոմմազոլի, զեկույցով Թիմոթի Սիսկ, Սեպտեմբեր 2013

61. Անկախ Պետությունների Համագործակցության Անդամ Պետությունների Միջխորհրդարանական Վեհաժողովի ԱՊՀ անդամ պետությունների մոդելային ընտրական օրենսգիրք / ԱՊՀ ՄԽՎ 2020 թվականի նոյեմբերի 27-ի թիվ 51-15 որոշման հավելված

62. Անկախ Պետությունների Համագործակցության անդամ Պետությունների Միջխորհրդարանական Վեհաժողովի «Գովազդի մասին» մոդելային օրենք / ԱՊՀ ՄԽՎ 2019 թվականի նոյեմբերի

22-ի թիվ 50-8 որոշման հավելված

63. «Ինտերնետում և դրանից դուրս արտահայտվելու ազատության ոլորտում մարդու իրավունքների վերաբերյալ ԵՄ ուղեցույց» (SN 10232/14)

64. Նախարարների Կոմիտեի CM/Rec(2007)15 Հանձնարարական ՁԼՄ-ներում ընտրարշավների լուսաբանմանն առնչվող միջոցառումների մասին

65. Եվրոպայի խորհրդի նախարարների կոմիտեի 2002թ. «Պաշտոնական փաստաթղթերի մատչելիության վերաբերյալ» Rec(2002)2 Հանձնարարական

66. Եվրոպայի խորհրդի նախարարների կոմիտեի CM/Rec(2016)4 Հանձնարարականը լրագրության պաշտպանության և լրագրողների և լրատվամիջոցների այլ դերակատարների անվտանգության մասին

67. Recommendation CM/Rec(2022)11 of the Committee of Ministers to member States on principles for media and communication governance.

68. Recommendation CM/Rec(2011)7 of the Committee of Ministers to member States on a new notion of media

Չափսը 60×84¹/₁₆: Թուղթը օֆսեթ:
12 տպագրական մամուլ:
Տպաքանակը՝ 100:

ISBN 978-9939-887-59-3

