

МЕЖПАРЛАМЕНТСКАЯ АССАМБЛЕЯ ГОСУДАРСТВ-УЧАСТНИКОВ СНГ
Ереванский филиал Международного института
мониторинга развития демократии, парламентаризма
и соблюдения избирательных
прав граждан государств-участников МПА СНГ

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ДЕМОКРАТИЧЕСКОМ ОБЩЕСТВЕ: ОПЫТ РЕСПУБЛИКИ АРМЕНИЯ

**МЕЖПАРЛАМЕНТСКАЯ АССАМБЛЕЯ
ГОСУДАРСТВ-УЧАСТНИКОВ СНГ
Ереванский филиал Международного института
мониторинга развития демократии, парламентаризма
и соблюдения избирательных
прав граждан государств-участников МПА СНГ**

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ДЕМОКРАТИЧЕСКОМ ОБЩЕСТВЕ: ОПЫТ РЕСПУБЛИКИ АРМЕНИЯ

**ЕРЕВАН
АЙРАПЕТ
2025**

УДК 070:366.636. 316.77
ББК 76.0+60.5
А 406

Акопян Л., Асатрян А.
А 406 Средства массовой информации в демократическом обществе: опыт Республики Армения / Л. Акопян, А. Асатрян.— Ер.: Изд-во «Айрапет», 2025.— 144 с.

Сегодня средства массовой информации – больше, чем просто канал передачи или контент. Исследования в области медиа ведутся давно и весьма широко. Современные медиаисследования изучают эффект или влияние, которое потребление медийного контента оказывает на общество в целом или на отдельные группы, отдельных членов аудитории, оценивают деятельность СМИ и механизмы их финансирования, применяемые к ним законодательные ограничения и т.д. Значимость СМИ в формировании общественного сознания, технологические новшества и их влияние на современные СМИ и на предлагаемый ими контент, их участие в демократических, в том числе избирательных, процессах подчеркивают важность более осознанного подхода к потреблению информации, а также надлежащего и современного правового регулирования этого процесса. Вышеизложенное предопределяет актуальность данного исследования, которое может представлять интерес для политологов, юристов, журналистов, социологов, политиков, исследователей, научных сотрудников, экспертов и аналитиков, занимающихся проблемами массовой коммуникации, роли СМИ в современных обществах, влияния СМИ на демократические процессы, участия СМИ в выборах.

УДК 070:366.636. 316.77
ББК 76.0+60.5

ISBN 978-9939-887-59-3 © Секретариат Совета МПА СНГ, 2025

Руководитель рабочей группы

Аветисян Ваграм Давидович,
доктор юридических наук, профессор

директор Ереванского филиала Международного института мониторинга развития демократии, парламентаризма и защиты избирательных прав граждан государств-участников Межпарламентской ассамблеи СНГ

Авторы

Акопян Лилия Ареговна

кандидат юридических наук, доцент
доцент кафедры теории права и конституционного права
Института права и политики
Российско-Армянского университета

доцент кафедры юриспруденции
Академии государственного управления Республики Армения

начальник юридического управления
Центральной избирательной комиссии Республики Армения

Глава 2 (2.1 и 2.2), Глава 3

Асатрян Артак Микаелович
кандидат юридических наук, доцент

заведующий кафедрой Европейского и международного права
Ереванского государственного университета
Глава 1, Глава 2 (2.3)

Переводчик

Казарян Людмила Саркисовна

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
ГЛАВА 1. СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ КАК ЭЛЕМЕНТ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ОБЩЕСТВА	11
1.1. Средства массовой информации: понятие и правовой статус	11
1.2. Политические функции средств массовой информации ..	27
1.3. Свобода и независимость средств массовой информации как признак демократического государства	34
ГЛАВА 2. РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ИНФОРМАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ РЕСПУБЛИКИ АРМЕНИЯ	46
2.1. Средства массовой информации и современные массовые коммуникации	46
2.2. Объект и субъект массовой информации	52
2.3. Средства массовой информации и информационная политика государства в Республике Армения	58
ГЛАВА 3. ВЛИЯНИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ В РЕСПУБЛИКЕ АРМЕНИЯ	70
3.1. Роль средств массовой информации в формировании политической воли граждан в Республике Армения	70
3.2. Участие средств массовой информации в освещении избирательных процессов в Республике Армения	83
3.3. Средства массовой информации и предвыборная агитация	104
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	129
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	132

ВВЕДЕНИЕ

Утверждение о том, что средства массовой информации играют ключевую роль в становлении и развитии демократического общества, бесспорно. С непрерывным развитием информационных технологий, интернета, всевозможных гаджетов и средств связи средства массовой информации (далее – также СМИ) преобразуются, меняются их функциональные акценты и технические возможности, что, несомненно, отражается и на их влиянии на аудиторию.

Сегодня средства массовой информации – гораздо большее, чем просто канал передачи или контент. Исследования в области медиа ведутся давно и весьма широко. Современные медиаисследования обращаются к категориям коммуникации и ее разновидностей, месту средств массовой информации в системе массовой коммуникации; изучают эффект или влияние, которое потребление медийного контента оказывает на общество в целом или на отдельные группы, отдельных членов аудитории; рассматривают коммуникационные схемы, в рамках которых источники (субъекты) информации через определенные каналы пересылают сообщение (контент) получателю (аудитории); оценивают деятельность СМИ и механизмы их финансирования, применяемые к ним законодательные ограничения и т.д.

Массовой коммуникации, средствам массовой информации, их влиянию на те или иные аспекты нашей жизни, иным вопросам по указанной тематике посвящены труды таких исследователей, как Т.А. Алексина, С.В. Ануфриенко, Ч. Аткин, С. Баран, А.К. Боташева, П. Бергер, Н. Винер, Г. Гербнер, Э. Герман, Э. Гриффин, Ф. Денс, Б. Джонсон, Б. Доэрти, К.А. Зенин, В.А. Ишунин, С. Кэган, М. Кастеллс, Н. Колдри, Б.Д. Колосов, Ч. Кули, С. Ларсон, Г. Лассауэлл, С. Ливингстон, П. Лонг, К. Лукман, Н. Луман, Д. Макквейл, М. Маклюэн, Т.В. Науменко, Г.Б. Овчарова, Д. Оуэн, Р. Райс, М. Робинсон, В.П. Терин, Н.Т. Товмасын, Дж. Томпсон, В. Уивер, Дж. Фоли, Ю. Хабермас, С. Хербст, Н. Хомски, Ф.И. Шарков, К. Шеннон, О.А. Якимова и многие другие.

Проблемами массовой коммуникации, роли СМИ в современном обществе, медиавлияниями, вопросами правового регулирования деятельности СМИ занимались и отечественные исследователи. Среди них можно отметить кандидата филологических наук, доцента М.В. Алекия, которая в труде «Развитие парламентаризма в Республике Армения»¹ обратилась к медиа как инструменту развития парламентаризма; доктора политических наук А.В. Атанесяна, в трудах которого рассмотрены коммуникативные аспекты в отдельных контекстах, критические теории СМИ²; кандидата филологических наук, доцента Н.Н. Мартиросяна, который обращался к истории СМИ, современным теориям влияния СМИ³ и другим вопросам; кандидата филологических наук, доцента Л.К. Саядяна, посвятившей свои исследования про-

¹ **Бегларян А., Алекия М., Вагаршян А.Б.** Развитие парламентаризма в Республике Армения / А. Бегларян и др. – Ер.: Изд.-во «Айрапет», 2024; **Алекия 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 / Источник: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-repozitsionirovanii-smi-v-usloviyah-modifikatsii-informatsionnyh-potokov/viewer> (дата обращения: 20.12.2024)

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 **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; **Саядян Л.К., Мартиросян, 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.

цессам политического развития и средствам массовой информации после независимости РА⁴; кандидата филологических наук, доцента М.Р. Тадевосян, посвятившей свое диссертационное исследование современным информационным потокам в СМИ Армении⁵; кандидата филологических наук, доцента З.Дж. Саргсян, которая занималась теориями медиавлияния⁶.

Особый интерес в области медиа-исследований представляет рассмотрение значения СМИ в различных контекстах, применительно к различным аспектам общества. Очевидно, что СМИ создаются и функционируют в конкретных исторических, политических, экономических, культурных и технологических контекстах.

Данное исследование обращено к роли СМИ в демократическом обществе. В этом контексте интерес представляет вопрос о том, каким образом СМИ способны повлиять на процессы, проходящие в демократическом обществе, каково их влияние в вопросе формирования политической воли общества, какие СМИ участливы, а какие – нет в политических процессах и т.д.

Если рассматривать первые годы постсоветского времени, то для армянских СМИ это время можно назвать временем подъема и ренессанса печатной прессы. В начале 90-ых стало издаваться очень много газет с большими тиражами. «Почувствовалась волна свободы. Я помню как люди по утрам стояли в очереди для того, чтобы купить газеты. Не стоит забывать, что в начале 90-ых Армения была в состоянии войны, была блокада и в квартирах не было света. Не было возможности смотреть телеви-

зор, чтобы получать информацию, поэтому газеты и радио тогда играли важную роль в информировании общества. Пора телевидения настала в конце 90-ых. Помимо государственного, начали открываться частные телевизионные каналы. Начиная с 2003-2004 годов стали активно появляться и развиваться онлайн-издания». Однако и сейчас по сегменту досягаемости самым популярным медиа в Армении является пока еще телевидение. А после него идут интернет-СМИ⁷.

В современных обществах СМИ приобретают важную роль в процессах демократизации. В Программном документе ООН о роли ООН в обеспечении демократии и развития говорится: «Ответственность за развитие необходимо демократизировать. Для этого могут и должны сыграть свою роль такие ключевые субъекты процессов демократизации, как политические партии, законодательные органы, гражданское общество и средства массовой информации»⁸.

Особо важную роль СМИ приобретают в избирательный период. Деятельность свободных и независимых СМИ, которые объективно освещают выборы, являются одним из важнейших гарантов демократических выборов и стабильности демократического государства. И хотя было отмечено, что «в глобальном масштабе очевидно одно: свобода прессы находится под угрозой со стороны тех самых людей, которые должны быть ее гарантами: политических властей»⁹, по этому вопросу в Армении в последние годы можно проследить весьма положительную динами-

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

⁵ Тадевосян М.Р. Современные информационные потоки в СМИ Армении: особенности трансформации медиaprостранства / 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 // Источник: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnye-potoki-v-smi-osobennosti-formirovaniya-i-faktor-informatsionnoy-bezopasnosti-ra/viewer> (дата обращения: 20.12.2024)

⁶ Саргсян З. Современные теории медиавлияния: Лекции /З. Саргсян: ЕГУ: Факультет журналистики, Издательство ЕГУ, 2022 (на арм. языке).

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

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. // Источник: <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/democracy-and-development-RU.pdf> (дата обращения: 20.12.2024)

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

ку. Так, если обратиться к последнему десятилетию, то можно отметить, что согласно всемирному индексу свободы прессы 2014–2015 годов международной организации «Репортеры без границ» Армения занимала 78-е место в списке 180 стран, в 2016 году – 74-ое место, то согласно индексу свободы прессы 2023 года той же организации – 49-ое место, в 2024 году – 43-е место¹⁰.

Несмотря на такой прогресс в обеспечении уровня свободы прессы, не нужно забывать, что разнообразие информации, поступающей через СМИ, и ее быстрота, регулярность и безличный характер имеют глубокое влияние на восприятие окружающего мира, что может оказывать как положительное, так и отрицательное воздействие на индивида. В этом контексте становится важным осознание того, что СМИ могут не только информировать, но и дезинформировать, что особенно актуально в контексте избирательных процессов. Средства массовой информации становятся важным каналом коммуникации между кандидатами и избирателями, влияя на восприятие политических фигур, партий и их программ. В ходе избирательных процессов СМИ могут существенно изменять общественное мнение, формируя позитивный или негативный образ кандидатов через новости, интервью, дебаты и другие формы контента. Кроме того, современные технологии позволяют не только распространять информацию, но и манипулировать ею, что может привести к избирательным манипуляциям и политической манипуляции через фальшивые новости и неполную информацию.

Нередко в ходе выборов СМИ начинают выполнять функции не только информирования, но и активной политической агитации, подкрепляя определенные политические ориентиры и ценностные установки, что закрепляется в массовом сознании. Влия-

ние СМИ на общественное мнение в такие периоды становится особенно сильным, ведь выборы — это момент, когда каждая информация и ее интерпретация могут оказать решающее влияние на результаты голосования. Сегодня СМИ не только поддерживают этот процесс, но и выводят его на глобальный уровень, что делает воздействие медиа еще более значимым.

Таким образом, значимость СМИ в формировании общественного сознания, технологические новшества и их влияние на современные СМИ и на предлагаемый ими контент, их участие в избирательных процессах подчеркивают важность более осознанного подхода к потреблению информации, а также надлежащего и современного правового регулирования этого процесса. Вышеизложенное предопределяет актуальность данного исследования, которое может представлять интерес для политологов, юристов, журналистов, социологов, политиков, исследователей, научных сотрудников, экспертов и аналитиков, занимающихся проблемами массовой коммуникации, роли СМИ в современных обществах, влияния СМИ на демократические процессы, участия СМИ в выборах.

¹⁰ Если для сравнения обратиться к странам региона и СНГ, можно отметить, что Азербайджан в 2014-2015 годах занимал 162-ое место, в 2024 году – 164-ое место, Беларусь – 157-ое и 167-ое, Грузия – 69-ое и 103-е, Иран – 173-е и 176-ое, Казахстан – 160-ое и 142-ое, Киргизия – 88-ое и 120-ое, Молдова – 72-ое и 31-ое, Россия – 152-ое и 162-ое, Таджикистан – 116-ое и 155-ое, Туркменстан – 178-ое и 175-ое, Турция – 149-ое и 158-ое, Узбекистан – 166-ое и 148-ое, Украина – 129-ое и 61-ое места соответственно. // Источник: <https://rsf.org/en> (дата обращения: 20.01.2025)

ГЛАВА 1. СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ КАК ЭЛЕМЕНТ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ОБЩЕСТВА

1.1. Средства массовой информации: понятие и правовой статус

В эпоху стремительно развивающихся информационных технологий представления общества о средствах массовой информации (далее – СМИ) претерпели определенные изменения. Средства массовой информации традиционно играли большое значение и особую роль в контексте реализации права человека на получение информации надлежащим образом, учитывая также их большое влияние на социальные процессы.

Средства массовой информации окружают нас. Наша повседневная жизнь насыщена Интернетом, телевидением, радио, фильмами, музыкальными записями, газетами, книгами, журналами и т. д.. В XXI веке, отчасти благодаря распространению мобильных устройств, мы «бродим» в огромной среде средств массовой информации, которая является беспрецедентной в истории человечества¹¹.

В профессиональной литературе высказано множество точек зрения относительно концепции средств массовой информации.

Под средствами массовой информации понимается особый вид средств массовой коммуникации, в который входят периодическая печать, телевидение, радиовещание, часть ресурсов Интернета и часть ресурсов, создающихся на базе еще более новых, чем Интернет, технологий, которые отличаются институционализацией, т.е. наличием постоянного специального аппарата для планирования, сбора, отбора, подготовки к распространению информации или ее производства¹².

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 по специальности 030601 «Журналистика». Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2012. – стр. 22–23.

Термин «СМИ» обычно соотносится с англоязычным mass media или media, но в таком случае приобретает расширительное толкование. К средствам массовой информации тогда относятся не только периодические издания, ТВ, РВ, Интернет, но и кино, звукозаписывающая промышленность, карманные издания, фотография и даже кабельные сети. Приведем одно из определений: «Медиа — средства осуществления коммуникации между различными группами, индивидуумами и (или) доставки любых содержательных продуктов аудитории. Медиа многочисленны и включают в себя средства массовой информации (газеты, журналы, книги, телевидение, кабельные сети, радио, кинематограф), отдельные носители информации и данных (письма, аудио- и видеозаписи на любых носителях, компакт-диски), а также коммуникационные системы общества (телеграф, телефон, почта, компьютерные сети)»¹³.

Средства массовой информации включают в себя множество средств информации, которые с помощью массовой коммуникации охватывают широкую аудиторию.

Вещательные СМИ передают информацию в электронном виде через такие медиа, как фильмы, радио, записанная музыка или телевидение. Цифровые медиа включают в себя как Интернет, так и мобильную массовую коммуникацию. Интернет-медиа включают в себя такие сервисы, как электронная почта, сайты социальных сетей, веб-сайты, а также интернет-радио и телевидение¹⁴.

Наряду с возрастанием роли средств массовой информации с течением времени возникла необходимость правового регулирования их деятельности. Совершая исторический экскурс в правовое регулирование средств массовой информации в армянской действительности, отметим, что статья 24 Конституции РА¹⁵, принятая 5 июля 1995 года, гарантировала свободу слова, определяя: «Каждый имеет право отстаивать свое мнение. Запрещено

¹³ Варпанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М., 2003.

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

¹⁵ Доступно по ссылке: <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=1>

принуждать человека отказаться от своего мнения или изменить его. Каждый имеет право на свободу выражения мнений, включая свободу искать, получать и распространять информацию и идеи любыми средствами, независимо от государственных границ».

Затем конституционные изменения¹⁶ от 27 ноября 2005 года коснулись и конституционных положений о свободе слова. В частности, статья 27 измененного текста Конституции имела следующую формулировку: «Каждый имеет право свободно выражать свое мнение. Запрещено принуждать человека отказаться от своего мнения или изменить его».

Каждый имеет право на свободное выражение мнений, включая свободу искать, получать и распространять информацию и идеи любыми средствами, независимо от государственных границ.

Свобода СМИ и других средств информации гарантируется.

Государство гарантирует наличие и деятельность независимых общественных радио и телевидения, предлагающих разнообразные познавательные, образовательные, культурные и развлекательные программы».

Новизна этих изменений заключалась в том, что они также напрямую гарантировали свободу СМИ и других средств информации.

Что касается конституционных изменений¹⁷ от 6 декабря 2015 года, то в результате этих изменений статья 42 Конституции установила, что:

1. Каждый имеет право на свободное выражение своего мнения. Это право включает в себя свободу иметь собственное мнение, а также свободу поиска, получения и распространения сведений и идей через какое-либо средство информации без вмешательства государственных органов и органов местного самоуправления и независимо от государственных границ.

¹⁶ Доступно по ссылке:
<https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=75780>

¹⁷ Доступно по ссылке:
<https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=143723>

2. Гарантируется свобода печати, радио, телевидения и других средств информации. Государство гарантирует деятельность независимого общественного телевидения и общественного радио, предлагающих разнообразие передач информационного, образовательного, культурного и развлекательного характера.

3. Свобода выражения мнения может быть ограничена только законом — в целях государственной безопасности, защиты общественного порядка, здоровья и нравственности или чести и доброго имени, а также основных прав и свобод других лиц.

Вместе с тем, до принятия Конституции 1995 года в Республике Армения уже был принят закон, регулирующий деятельность средств массовой информации. Вскоре после обретения независимости Республики Армения, 8 октября 1991 года, Верховный Совет Республики Армения принял Закон Республики Армения «О печати и других средствах массовой информации»¹⁸, заложивший основы регулирования медиаполя. В частности, согласно статье 1 закона, прессой и другими средствами массовой информации считались: газеты, журналы, документальные фильмы, информационные бюллетени и периодические издания, издаваемые одновременно тиражом более 100 экземпляров, а также теле- и радиопрограммы, кинодокументы, которые, в установленном этим законом порядке, регулярно создавали и публично распространяли новости и информацию.

В условиях реалий данного периода этот закон, вероятно, удовлетворял логике регулирования отношений, возникающих в сфере средств массовой информации, однако наряду с развитием общественной жизни возникла необходимость принятия нового закона. Закон РА «О средствах массовой информации»¹⁹ (далее - Закон) был принят Национальным Собранием РА 13 декабря 2003 года. Статья 3 данного закона определила используемые в нем понятия. Согласно этой статье, **массовая информация** – распространение доступной для неограниченного числа

¹⁸ Доступно по ссылке:
<https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=23844>

¹⁹ Доступно по ссылке:
<https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=164454>

лиц информации, основной целью которой является обеспечение конституционного права человека на свободу поиска, получения и распространения сведений и идей независимо от государственных границ.

В той же статье указано, что информирование осуществляется посредством распространения средств массовой информации, а в качестве средств массовой информации Закон рассматривает средства осуществления информирования, которые распространяются по подписке или без нее, на платной или бесплатной основе:

- на материальном носителе в периодических изданиях с постоянным наименованием, порядковым номером и датой, число экземпляров одного и того же содержания которых составляет не менее ста;

- посредством телерадиовещания;

- посредством телекоммуникационной сети общего пользования (сетевым СМИ) в качестве доступного неограниченному кругу лиц, имеющего определенный адрес и включающего информационное хранилище, независимо от частоты обновления, продолжительности времени хранения и других критериев;

- через сайт с зарегистрированным в сети Интернет доменом, хостингом и содержащим данные, указанные в части 4 статьи 11 Закона.

Часть 4 статьи 11 Закона определяет, что зарегистрированное в Сети средство массовой информации должно включать:

- 1) название средства информации;

- 2) полное наименование, организационно-правовую форму, место нахождения юридического лица, осуществляющего информационную деятельность, номер, день выдачи свидетельства о государственной регистрации юридического лица (или об учете действующего от имени юридического лица его выделенного подразделения), а если осуществляющим информационную деятельность является физическое лицо, – его имя, фамилию, адрес, если же оно является индивидуальным предпринимателем, – также и номер и день выдачи свидетельства о государственной регистрации.

Средствами массовой информации также являются периодические сообщения информационных агентств и других организаций аналогичного характера, адресованные лицам, осуществляющим информационную деятельность, независимо от формы распространения, количества выпущенных экземпляров или каких-либо иных критериев.

В свою очередь, Рекомендация Комитета министров Совета Европы номер CM/Rec (2022) 1138²⁰ предусматривает, что «медиа» включает поставщиков услуг, которые соответствуют следующим критериям или их комбинации, как указано в новом понятии средств информации в Рекомендации CM/Rec (2011) 7 Комитета министров Совета Европы: **(а)** они намерены действовать как средства массовой информации, **(б)** они стремятся производить и распространять контент, **(в)** они осуществляют редакционный контроль над содержанием и поддерживают профессиональные стандарты, и **(г)** они стремятся к повышению осведомленности и подчиняются ожиданиям общественности.²¹ Это определение включает в себя печатные, вещательные и онлайн-СМИ, включая потоковые аудио- и видеослужбы.

Закон также определяет понятия «медийная деятельность» и «журналист». Согласно Закону, **лицо, осуществляющее информационную деятельность** – юридическое или физическое лицо, в том числе и индивидуальный предприниматель, распространяющий средство информации от своего имени. При этом, если лицо, осуществляющее в Республике Армения информационную деятельность, осуществляет отдельные этапы этой деятельности на основании сделок, заключенных с другими лицами (непосредственный распространитель, издатель и др.), то эти лица по смыслу Закона не являются лицами, осуществляющими информационную деятельность.

Что же касается журналиста, то Закон определяет его как физическое лицо, осуществляющее информационную дея-

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

тельность, представитель лица, осуществляющего информационную деятельность, занимающийся поиском, сбором, получением, подготовкой, редактированием информации на основании заключенного с этим лицом трудового или иного договора.

Одним из важных правовых актов, регулирующих сферу средств массовой информации, стал Закон РА «О телевидении и радио»²², принятый 9 октября 2000 года, который впоследствии утратил силу принятием Закона РА «Об аудиовизуальных СМИ»²³. Этот закон подробно определяет статус поставщиков и операторов аудиовизуальных медиауслуг, регулирует порядок авторизации, лицензирования, подачи уведомлений, основания возникновения прав и обязанностей субъектов, попадающих под регулирование указанного закона, и отношения, возникающие в ходе деятельности.

Что касается статуса средств массовой информации, то сначала попробуем разобраться в содержании понятия «статус» на теоретическом уровне. В профессиональной литературе пока не сформировался единый подход к категории «статус» и его компонентам. В частности, некоторые авторы высказывают мнение, что категория «статус» представляет собой многогранное и многоэлементное явление, что вызывает определенные трудности при его анализе²⁴. Термин «статус» происходит от латинского слова «status» (состояние, положение), которое трактуется как состояние его субъектов, определяемое нормами права, совокупностью прав и обязанностей²⁵.

В обобщенном виде в результате теоретических исследований можно представить следующие элементы статуса субъекта правоотношений, в данном случае средств массовой информа-

ции: права и обязанности, ответственность, функции и гарантии деятельности.

В рамках данного параграфа мы рассмотрим права, обязанности и ответственность средств массовой информации, а функции²⁶ и гарантии деятельности будут проанализированы в следующих параграфах настоящего исследования.

В отличие от закона РФ «О средствах массовой информации»²⁷, который предусматривает отдельное регулирование статусов учредителя СМИ, редакции и издателя, закон РА «О массовой информации» не имеет исчерпывающих положений по этому вопросу, и для выявления статуса СМИ приходится изучать как отдельные положения Закона, так и другие правовые акты. Так, Правительство РА, основываясь на части 4-ой статьи 6 Закона РА «О массовой информации», 4 марта 2004 года приняло Постановление № 333-Н «Об утверждении типового порядка аккредитации журналистов в органах государственного управления Республики Армения»²⁸ (далее также типовой порядок аккредитации), согласно пункту 2 которого органам государственного управления Республики Армения поручено на основании утвержденного типового порядка и с учетом особенностей деятельности органа государственного управления утвердить порядок аккредитации журналистов в органе государственного управления в течение 10 дней. Согласно пункту 15 Типового порядка аккредитации, аккредитованный журналист имеет право:

а) получать информацию, предназначенную для средств массовой информации;

б) быть заблаговременно информированным о проведении мероприятий государственного органа и знакомиться с имеющимися справочными материалами;

²² Доступно по ссылке:

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

²³ Был принят Национальным собранием РА 16 июля 2020 года. Доступно по ссылке: <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=193040>.

²⁴ См. Матузов Н.И. Правовая система и личность. Саратов, 1987, стр. 48.

²⁵ См. Большой юридический словарь. Под. ред. А.Я. Сухарева, В.Е. Крутских, Москва, ИНФРА-М, 2002, стр. 587.

²⁶ В следующем параграфе, в рамках данного исследования, мы обсудим лишь интересующие нас политические функции СМИ.

²⁷ См. статьи 18, 19, 21 Закона РФ «О средствах массовой информации» Доступно по ссылке: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/

²⁸ Доступно по ссылке: <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=12230>

в) участвовать в мероприятиях государственного органа;
г) использовать условия, созданные для аккредитованных журналистов, наравне с другими аккредитованными журналистами;

д) обращаться и получать необходимую информацию в порядке, установленном законодательством Республики Армения о свободе информации, независимо от факта аккредитации в государственном органе.

Статьи 11-13 указанного Закона устанавливают определенные обязанности средств массовой информации. В частности, статья 11 указанного Закона предусматривает, что каждый выпуск средства информации, выпущенный на материальном носителе, должен включать:

- 1) название средства информации;
- 2) полное наименование, организационно-правовую форму, место нахождения юридического лица, осуществляющего информационную деятельность, номер, день выдачи свидетельства о государственной регистрации юридического лица (или об учете действующего от имени юридического лица его выделенного подразделения), а если осуществляющим информационную деятельность является физическое лицо, – его имя, фамилию, адрес, если же оно является индивидуальным предпринимателем, – также и номер и день выдачи свидетельства о государственной регистрации;
- 3) имя, фамилию (по паспорту) лица, ответственного за данный выпуск средства информации;
- 4) число, месяц, год данного выпуска;
- 5) порядковый номер данного выпуска;
- 6) общее количество экземпляров данного выпуска.

Выпускные данные средства информации, распространяемого посредством телерадиопередачи, представляются в соответствии с законодательством Республики Армения о телевидении и радио (часть 3 статьи 11 Закона).

Средство массовой информации, имеющее зарегистрированный в сети Интернет и размещенный на хостинге домен, обязано разместить на своем сайте:

- 1) название средства информации;
- 2) полное наименование, организационно-правовую форму, место нахождения юридического лица, осуществляющего информационную деятельность, номер, день выдачи свидетельства о государственной регистрации юридического лица (или об учете действующего от имени юридического лица его выделенного подразделения), а если осуществляющим информационную деятельность является физическое лицо, – его имя, фамилию, адрес, если же оно является индивидуальным предпринимателем, – также и номер и день выдачи свидетельства о государственной регистрации.

Часть 2 статьи 12 Закона устанавливает обязанность лица, осуществляющего информационную деятельность, отмечая, что последний обязан до тридцать первого марта текущего года включительно опубликовать в очередном выпуске средства информации (если оно выпускается), а в случае наличия зарегистрированного в Интернете домена и хостинга – на главной странице своего сайта, представить финансовый отчет за предыдущий год относительно деятельности, касающейся данного средства информации, под заголовком «Годовой отчет» в соответствии с источниками доходов, указанных в части 1 статьи 12.

Для лица, осуществляющего информационную деятельность, Закон также устанавливает следующую обязанность, согласно которой, средства информации согласно полученным обязательным экземплярам и выпускным данным, регистрируются в Административном регистре средств информации Республики Армения, который действует в системе Министерства юстиции Республики Армения и порядок ведения которого устанавливается министром юстиции Республики Армения.²⁹

Закон РА «Об аудиовизуальных медиа», в свою очередь, устанавливает некоторые обязанности и для вещателей. Так, согласно статье 7 Закона РА «Об аудиовизуальных медиа», вещатели должны обеспечить:

- 1) право ответа на персонифицированно направленную речь какого-либо лица;

²⁹ Статья 13 Закона РА «О массовой информации»

2) при наличии ошибок в представленных сведениях информирование об этом в сжатые сроки в той же программе, а при отсутствии такой возможности - в другой программе;

3) информирование об анонимности или недостаточно проверенной достоверности источников, представивших факты.

Согласно части 2-ой той же статьи, в ходе аудиовизуальных программ Вещатель должен соблюдать следующие требования:

1) прямой эфир должен сопровождаться надписью «Прямой эфир»;

2) повтор аудиовизуальных передач должен непрерывно сопровождаться надписью «Повтор», за исключением кинематографических и музыкальных произведений;

3) архивные видеозаписи или аудиозаписи должны быть датированы или сопровождаться надписью «Архив».

Закон РА «Об аудиовизуальных медиа» отдельно регулирует и вопросы, связанные со статусом общественных вещателей, устанавливая для них дополнительные обязанности, а также закрепляя принципы их деятельности³⁰.

Что же касается ответственности средств массовой информации, то данный вопрос отражен в статье 9 Закона, согласно которой осуществление организатором средства массовой информации указанной деятельности с нарушением требований закона влечет ответственность, предусмотренную законом.

Часть 2 той же статьи устанавливает, что лицо, осуществляющее информационную деятельность, освобождается от ответственности за распространение данной информации, если она:

1) получена от информационного агентства;

2) следует из публичного выступления или ответа оспаривающей стороны или ее представителя либо исходящих от них документов;

3) является дословным или добросовестным воспроизведением информации, содержащейся в публичном выступлении,

³⁰ Для более подробной информации см. статью 22 Закона РА «Об аудиовизуальных медиа»

официальных документах государственных органов, другом средстве информации или каком-либо авторском произведении, и при ее распространении лицом совершена ссылка на этот источник. В случае, предусмотренном настоящим пунктом, лицо, осуществляющее информационную деятельность, не освобождается от ответственности за распространение информации, если речь идет о воспроизведении информации, распространенной неидентифицированным источником, независимо от факта ссылки на этот неидентифицированный источник³¹.

Лицо, осуществляющее информационную деятельность, несет ответственность за распространение информации, считающейся конфиденциальной в соответствии с законом, если он не получил эту информацию запрещенным законом способом или не было очевидно, что в установленном законом порядке она считается конфиденциальной.

Если лицо, осуществляющее информационную деятельность, распространило такую информацию, конфиденциальность которой в установленном законом порядке была очевидной, однако распространение данной информации возникло из необходимости защиты общественных интересов, то оно не несет ответственности (ч. 3 ст. 9 Закона).

Вопросы ответственности лиц, осуществляющих информационную деятельность, и средств массовой информации регулируются не только Законом, но и рядом других правовых актов, которые мы рассмотрим ниже.

³¹ Определение неидентифицированного источника приводится в статье 3 Закона, согласно которой неидентифицированным считается зарегистрированный в Интернете домен, сайт с хостингом, аккаунт, канал или страница интернет-сайта или приложения, данные владельца которых отсутствуют, являются ложными или недостаточными, если невозможно идентифицировать владельца. Идентифицирующими данными владельца источника являются имя, фамилия, место проживания или регистрации, а если последний осуществляет информационную деятельность в качестве индивидуального предпринимателя, - также номер свидетельства государственной регистрации, а в случае если владельцем источника является юридическое лицо, - полное наименование юридического лица, его организационно-правовая форма, регистрационный номер.

Так, статья 40.1 Кодекса РА об административных правонарушениях³² (далее - КоАП) предусматривает административную ответственность за проведение в день голосования и в предшествующий ему день агитации посредством печатной прессы, радиокompаний и телекомпаний, осуществляющих наземное эфирное вещание (в том числе при спутниковом вещании), что влечет назначение штрафа — лицу, осуществляющему информационную деятельность, или руководителю — в размере от пятисоткратного до семисоткратного размера установленной минимальной заработной платы.

А статья 40.7 КоАП предусматривает ответственность СМИ за следующие правонарушения:

- ❖ необеспечение равных условий — эфирного времени или объема, тарифа или прочего для осуществления предвыборной агитации кандидатов, партий (блоков партий) через средства массовой информации, за исключением прессы, учрежденной партиями, что влечет назначение штрафа лицу, осуществляющему информационную деятельность, в размере от четырехсоткратного до шестисоткратного размера установленной минимальной заработной платы.

- ❖ Представление кандидатами, партиями (блоками партий) в период, установленный законом для осуществления предвыборной агитации, в транслируемых телерадиокомпанией (телекомпанией или радиокompанией) информационных передачах очевидно пристрастной и (или) содержащей оценки информации об осуществляемой предвыборной агитации, что влечет назначение штрафа лицу, осуществляющему информационную деятельность, в размере от шестисоткратного до восьмисоткратного размера установленной минимальной заработной платы.

- ❖ Освещение выборов и (или) ведение телерадиопередачи (телепередачи или радиопередачи) по телерадиокомпании (телекомпании или радиокompании) сотрудниками телерадиокompаний после регистрации в качестве кандидата в установленном за-

коном порядке — в период до окончания выборов, что влечет назначение штрафа лицу, осуществляющему информационную деятельность, в размере от шестисоткратного до восьмисоткратного размера установленной минимальной заработной платы.

- ❖ Прерывание коммерческой рекламой телерадиопередач (телепередач или радиопередач) о предвыборной агитации в установленный законом срок для осуществления предвыборной агитации, что влечет назначение штрафа лицу, осуществляющему информационную деятельность, или руководителю в размере от трехсоткратного до пятисоткратного размера установленной минимальной заработной платы.

Статья 189 КоАП предусматривает ответственность за неисполнение средствами массовой информации возложенных на них Законом обязанностей. В частности, неопубликование финансового отчета средства массовой информации в установленный законом срок влечет назначение штрафа лицу, осуществляющему информационную деятельность, в размере от трехсоткратного до пятисоткратного размера установленной минимальной заработной платы.

То же нарушение, совершенное повторно после применения мер административного взыскания в течение одного года, влечет назначение штрафа лицу, осуществляющему информационную деятельность, в размере от пятисоткратного до семисоткратного размера установленной минимальной заработной платы.

Распространение средств массовой информации, выпущенных на материальном носителе, без направления установленных законом обязательных экземпляров по их назначению, влечет назначение штрафа лицу, осуществляющему информационную деятельность, в десятикратном размере установленной минимальной заработной платы.

То же нарушение, совершенное повторно после применения мер административного взыскания в течение одного года, влечет назначение штрафа лицу, осуществляющему информационную деятельность, в двадцатикратном размере установленной минимальной заработной платы.

³² Принят 6 декабря 1985 года, доступен по ссылке: <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=200344>

Распространение средства массовой информации, выпуск которого не содержит предусмотренных законом данных о выпуске, влечет назначение штрафа лицу, осуществляющему информационную деятельность, в размере от двухсоткратного до четырехсоткратного размера установленной минимальной заработной платы.

То же нарушение, совершенное повторно после применения мер административного взыскания в течение одного года, влечет назначение штрафа лицу, осуществляющему информационную деятельность, в размере от трехсоткратного до шестисоткратного размера установленной минимальной заработной платы.

В целях надлежащего обеспечения ограничений (в том числе распространения информации), применяемых в рамках правовых режимов чрезвычайного и военного положения, установленных законодательством РА, Кодексом об административных правонарушениях РА установлена ответственность за их нарушение. В частности, согласно части 8 статьи 182³ КоАП, выпуск средствами массовой информации запрещенных во время чрезвычайного положения публикаций, передач влечет назначение штрафа в размере от стократного до трехсоткратного размера установленной минимальной заработной платы, а вот уже после взыскания штрафа, если публикация, осуществленная в условиях чрезвычайного положения с нарушением правил опубликования или распространения информации, не удаляется в течение одного дня, это влечет назначение штрафа в размере от пятисоткратного до тысячекратного размера установленной минимальной заработной платы (часть 8.1 статьи 182³ КоАП).

Статья 182.5 КоАП предусматривает эквивалентную ответственность за нарушение правил, действующих при режиме военного положения. Так, часть 5 статьи устанавливает, что нарушение правил публикации или распространения информации журналистом, осуществляющим информационную деятельность в период военного положения, несоблюдение специального порядка аккредитации журналиста, нарушение специальных правил использования средств связи влечет назначение штрафа от семисоткратного до тысячекратного размера установленной мини-

мальной заработной платы, а после применения данного взыскания, если публикация, осуществленная в условиях чрезвычайного положения с нарушением правил опубликования или распространения информации, немедленно не удаляется, влечет назначение штрафа лицу, осуществляющему информационную деятельность, в размере от тысячекратного до полуторатысячекратного размера установленной минимальной заработной платы (часть 7 статьи 182.5 КоАП).

Что касается ответственности вещателей и операторов, то она регулируется главой 9 Закона Республики Армения «Об аудиовизуальных СМИ», в которой определены соответствующие нарушения и взыскания за них.

Одним из важных шагов по укреплению антикоррупционной политики и добросовестного поведения в системе государственной службы стало принятие Закона РА «О системе осведомления»³³, согласно части 1 статьи 9.2 которого если сообщение, полученное посредством других видов осведомления, не было рассмотрено в порядке и сроках, установленных законом, осведомитель может довести сообщение до сведения общественности через средства массовой информации.

Часть 2 той же статьи устанавливает для средств массовой информации, получивших сообщение, обязанность обеспечения неразглашения персональных данных лица, сообщившего о нарушениях, если иное не установлено законом или не имеется письменное согласие лица.

Эффективный механизм обеспечения этих положений установлен в части 2 статьи 502 Уголовного кодекса Республики Армения³⁴, согласно которой незаконное опубликование получившим сообщение представителем средства массовой информации сведений о лице, сообщившем о коррупции, наказывается штрафом до десятикратной суммы, либо общественными работами на срок не более ста часов, либо ограничением свободы на срок не

³³ Принят Национальным собранием РА 9 июня 2017 года. Доступен по ссылке: <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=172131>

³⁴ Принят Национальным собранием РА 5 мая 2021 года. Доступен по ссылке: <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=199821>

более одного года, либо краткосрочным арестом на срок не более одного месяца, либо лишением свободы на срок не более одного года.

Таким образом, резюмируя вышеизложенное, можно констатировать, что законодательство, регулирующее деятельность средств массовой информации и определяющее их статус, со времени независимости Республики Армения прошло свой путь становления и развития, что создало важные предпосылки для надлежащей реализации жизненной миссии средств массовой информации. Вместе с тем следует отметить, что оно (законодательство) далеко от совершенства и, наряду с динамикой развития общественных отношений, нуждается в постоянном пересмотре, который производится и в настоящее время. Более подробно этот вопрос мы рассмотрим в 3-ем параграфе главы 2 настоящей работы.

1.2. Политические функции средств массовой информации

В современных условиях, когда информационные технологии и Интернет занимают все больше места в общественной жизни, во всех сферах общественной жизни, в том числе политической, параллельно возрастает и роль средств массовой информации.

Прежде чем перейти к политическим функциям средств массовой информации, сначала кратко обозначим их общие функции.

Если рассматривать медиа как целое, то можно выделить следующие девять функций, которые они выполняют в общественной жизни.

1. Информационная функция.

В данном случае имеется в виду удовлетворение потребностей общества в получении необходимой информации или опубликовании имеющих общественное значение фактов и событий местного и глобального значения, отражающих важнейшие политические, социально-экономические, культурные и другие

процессы, которые в совокупности составляют объективную картину жизни общества.

2. Идеологическая функция.

Восходит к пропаганде национальных и общечеловеческих ценностей и норм, нравственных ориентиров, политических и экономических основ развития общества, принципов демократии и свободы.

3. Функция социального контроля.

Предполагает публикацию общественно значимых фактов социально-политической и экономической жизни страны, касающихся соблюдения законности, социальной справедливости, защиты конституционных и международно-признанных фундаментальных прав и свобод всех членов общества.

4. Нравственно-воспитательная функция.

Имеет тесную связь с идеологической функцией, отображая морально-эстетические приоритетные образцы общественного поведения, принципы нравственности и эстетического вкуса, представления о том, что такое добро и зло.

5. Познавательная-образовательная функция.

Восходит к общеобразовательной и научно-познавательной тематике материалов, которые решают конкретные задачи дополнительного обучения и повышения квалификации членов общества.

6. Консолидационная функция.

Стремление к выражению интересов всех групп населения, пропаганде терпимости, взаимоуважения, общественного примирения и консенсуса, уравнивания и консолидации во имя всеобщего решения насущных проблем общества.

7. Рекреативная функция.

Направлена на обеспечение досуга, приятного времяпрепровождения, отдыха, восстановления сил (рекреации), освещения событий и представления материалов развлекательного характера.

8. Инновационная функция.

Сравнительно новая функция СМИ, сущность которой заключается в том, что в условиях динамично развивающихся процес-

сов, СМИ выполняют разъясняющую, подготовительную роль, создают предпосылки для адекватного принятия новых процессов, с целью избежания неприятия инноваций и скорейшей адаптации к возможным переменам. Данная функция важна ещё и потому, что общества в основном глубоко консервативны и всегда в той или иной степени оказывают сопротивление переменам, в то время как задача СМИ в данном вопросе по возможности ускорить их принятие и способствовать их институционализации.

9. Наряду с явными функциями специалисты часто выделяют также и латентные функции, сущность которых заключается в скрытом воздействии на общественное сознание. Так, зачастую демонстрация криминальной хроники и наказаний за содеянные преступления имеет целью удерживания дальнейших преступлений и факта неотвратимости возмездия, т.е. речь идёт о так называемой **превентивной** или **предупредительной** функции СМИ³⁵.

Что касается политических функций средств массовой информации, то можно выделить следующие: контрольная функция, функция обеспечения прозрачности и подотчетности деятельности органов государственной власти, функция предотвращения коррупции в сфере государственного управления, информационная функция, функция формирования политической воли избирателей и функция укрепления этики управления. Разделение перечисленных функций является условным, учитывая их частичное совпадение и взаимодополняемость.

Суть **контрольной функции** заключается в том, что средства массовой информации, ежедневно освещая деятельность органов политической власти и их должностных лиц, держат их в центре общественного внимания, не допуская злоупотреблений властью и беззаконий. **Функции обеспечения прозрачности и подотчетности деятельности органов государственной власти и предупреждения коррупции в сфере государственного управления** тесно взаимосвязаны. Благодаря своей дея-

тельности средства массовой информации делают деятельность политической власти более прозрачной и заметной для широких слоев общества.

Потенциал СМИ в способствовании развитию демократии неоспорим. Средства массовой информации дают людям голос, выступая в качестве баланса и проверки потенциальных правонарушений действий правительства. Не имея голоса, граждане не могут быть услышаны; но обретая его, становятся неоспоримой силой. Средства массовой информации служат окном в деятельность правительства, способствуя прозрачности и снижению коррупции. Страны со свободными и независимыми СМИ являются не только более демократичными, но их правительства становятся более подотчетными³⁶.

Журналистские расследования, проводимые средствами массовой информации, стали в наше время уникальным инструментом выявления фактов коррупции, совершаемых государственными органами, и обеспечения их официального расследования.

Отдельные элементы указанных функций СМИ отражены также в ряде официальных документов. Так, в Рекомендации комитета министров Совета Европы Rec (2002)³⁷ «**О доступе к официальным документам**» указывается, что свобода информации

- позволяет людям получать адекватное представление и формировать критические суждения о состоянии общества, в котором они проживают, и органах власти, которые ими управляют, способствуя тем самым вовлечению осведомленной общественности в дела, представляющие всеобщий интерес;
- укрепляет действенность и эффективность функционирования органов власти и помогает поддерживать их единство, противодействуя опасности коррупции;

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

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, стр. 311.

³⁷ Была принята Комитетом министров СЕ 21 февраля 2002 года, доступна по ссылке: <https://rm.coe.int/16804c6fcc>

- способствует утверждению легитимности административных властей как общественных органов и укреплению доверия к ним со стороны населения.

Суть **информационной** функции, которая является составляющей политических функций СМИ, заключается в том, что посредством нее СМИ обеспечивают право населения на получение информации, в том числе и о политических событиях.

Данная функция СМИ закреплена регулирующими их деятельность правовыми актами. В частности, согласно статье 22 Закона РА «Об аудиовизуальных медиа», общественные вещатели обязаны разрабатывать и реализовывать программную политику, которая должна в числе прочих предоставлять потребителям передачи, направленные на повышение правосознания, социальной ответственности и медиаграмотности населения, предоставление населению комплексной информации об общественно-политических, международных событиях, на управление стихийными бедствиями и их минимализацию в Республике Армения.

Кроме того, решением Комиссии по телевидению и радио номер 80-И³⁸ от 28 августа 2020 года были установлены стандарты тематической направленности и их понятия, которые применяются к Общественному вещателю и поставщикам аудиовизуальных медиауслуг, получившим лицензию по результатам лицензионного конкурса на использование слота общественного мультимедиа. Согласно пункту 3 статьи 7 данного решения, политической аудиовизуальной передачей считаются информационные материалы, содержащие политические оценки, анализы и мнения, касающиеся внутренних событий, а также международной обстановки, явлений, фактов и различных процессов, включая политические дебаты, интервью, круглые столы, публичные дискуссии, официальные новостные ленты и т.д.

В контексте рассматриваемой функции особое внимание уделяется доведению повестки дня, формируемой политической властью и политическими акторами, до широких масс, освеще-

нию политических процессов. Это, как правило, оказывает важное влияние на формирование общественного мнения по многим вопросам, имеющим общественное значение, и на доведение его до политических органов власти. В этой связи стоит отметить, что средства массовой информации не только доносят до общественности политическую повестку дня, но и, как уже было сказано, оказывая существенное влияние на формирование общественного мнения по различным вопросам, сами становятся теми, кто формирует политическую повестку дня, заставляя политические органы решать тот или иной вопрос или менять принятую политику по тому или иному вопросу.

Важные нормы и гарантии надлежащего осуществления информационной функции средств массовой информации закреплены в правовых актах, регулирующих деятельность политических органов. Например, согласно статье 136 Регламента Правительства³⁹, Премьер-министр регулярно доводит до сведения общественности информацию о деятельности Правительства посредством официальных заявлений, пресс-конференций, публикаций на интернет-платформах, выступлений на заседаниях Правительства и иными способами.

Благодаря своей информационной функции СМИ также оказывают большое влияние на рейтинги политических партий и политиков. В зависимости от того, в каком свете представлена информация о той или иной партии или деятеле, их рейтинг может соответственно увеличиваться или уменьшаться. В то же время стоит отметить, что, как и во многих странах, армянское медиапространство сильно политизировано и получение объективной информации в этой сфере зачастую затруднено.

Среди политических функций СМИ особое место занимает функция **формирования воли избирателей**. Эта функция важна в той мере, в какой она определяет, какая политическая сила или силы будут у власти в ближайшие несколько лет. Поэтому важно предоставить партиям и кандидатам, участвующим в избиратель-

³⁸ Доступно по ссылке: <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docID=145689>

³⁹ Утвержден Постановлением Правительства от 25 февраля 2021 года N252-П. Доступно по ссылке: <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=196182>

ной кампании, равные возможности для представления своих предвыборных программ. По этому поводу Конституционный закон РА «Избирательный кодекс Республики Армения» (далее – также Избирательный кодекс РА) устанавливает определенные правила. В частности, согласно статье 20 Избирательного кодекса, партии (блоки партий), участвующие в выборах в Национальное Собрание, Муниципальный совет Еревана и муниципальные советы областных центров, имеют право на равных условиях, бесплатно и за плату (в том числе в прямом эфире) пользоваться эфирным временем радио- и телевидения в объеме, установленном Избирательным кодексом.

Порядок и сроки предоставления бесплатного и платного эфирного времени на Общественном радио и Общественном телевидении партиям (партийным блокам), участвующим в выборах в Национальное Собрание, Муниципальный совет Еревана и муниципальные советы областных центров, устанавливаются Центральной избирательной комиссией.

В период выборов государственное радио и государственное телевидение обязаны обеспечить недискриминационные условия для кандидатов и партий (партийных блоков), участвующих в выборах.

Информационные программы государственного радио и государственного телевидения должны предоставлять беспристрастную и непредвзятую информацию об избирательной кампании кандидатов и партий (партийных блоков), участвующих в выборах. Публикации о партиях (партийных блоках) и кандидатах, участвующих в выборах, не связанные с избирательной кампанией, должны быть максимально нейтральными.

Что касается **функции по укреплению управленческой этики**, то наряду с рядом других функций, упомянутых выше, она оказывает важное влияние на поддержание и поощрение надлежащего поведения общественных деятелей и этики управления в политических процессах и дебатах. В частности, большое значение для укрепления этики управления имеют прямые теле- и радиопередачи. Политические деятели, осознавая публичный характер своей деятельности и реальность ее широкого освещения в СМИ, остаются в рамках этических норм, в противном случае

наносит значительный ущерб своей политической репутации и подрывая собственный политический капитал. Таким образом, подытоживая вышеизложенное, можно констатировать, что средства массовой информации посредством своих политических функций постоянно оказывают влияние на политическую жизнь общества, зачастую становясь теми, кто диктует политическую повестку дня.

1.3. Свобода и независимость средств массовой информации как признак демократического государства

Средства массовой информации как общественный институт оказывают большое влияние в контексте формирования и реализации общественной повестки дня, однако это трудно представить без независимых и свободных СМИ.

Различные авторы дают разные определения свободе и независимости СМИ. Свобода СМИ выражается, прежде всего, в деятельности СМИ, предположительно свободной от цензуры и вмешательства государственных органов. Между тем, независимость выражается не только в независимости от государственных органов. Зачастую «СМИ зависят также от редакций, учредителей СМИ, редакционного состава, а иногда и от «героев» публикуемых материалов»⁴⁰.

Свобода — это конкретное понятие, которое четко закреплено в нормах о правовых гарантиях независимости СМИ, а также нормах, посредством которых органы власти принимают на себя соответствующие обязательства по отношению к СМИ, т.е. общественное волеизъявление или мнение. Наиболее эффективным способом достижения как независимости, так и свободы СМИ является их конституционно-правовое закрепление и законодательное регулирование⁴¹.

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

⁴¹ Харатян Л.А. Актуальные проблемы независимости и свободы СМИ, Вестник общественных наук, 2017, N2, стр. 161.

Принято большое количество документов, обеспечивающих независимость СМИ, среди которых важную роль играет Рекомендация CM/Res (2016) 4 Комитета министров Совета Европы о защите журналистики и безопасности журналистов и других субъектов СМИ, приложением к которой также утверждено Руководство по реализации Рекомендации⁴².

Заметим, что в рейтинге Всемирного индекса свободы прессы «Репортеров без границ» за 2024 год Армения заняла 43-е место из 180 стран, улучшив свои позиции на 37 пунктов с 2018 года⁴³. Это довольно хороший результат.

Ниже рассмотрим те положения законодательства РА, которые составляют основу гарантий независимости и свободы средств массовой информации.

Статья 42 Конституции Республики Армения, закрепляя право каждого свободно выражать свое мнение, раскрывает также его содержание, которое само по себе содержит определенные гарантии. В частности, в Конституции указано, что это право включает свободу придерживаться собственного мнения, искать, получать и распространять информацию и идеи любыми средствами информации без вмешательства со стороны государственных или местных органов власти и независимо от государственных границ. Чрезвычайно важным в контексте средств массовой информации является и другое положение статьи 42, согласно которому гарантируется свобода печати, радио, телевидения и других средств информации.

С точки зрения обеспечения права свободы слова в средствах массовой информации большое значение имеют также международно-правовые документы, оказавшие глубокое влияние на внутригосударственную систему Республики Армения, среди которых Конвенция о защите прав человека и основных свобод, ратифицированная Национальным Собранием Республики Армения

⁴² Доступно по ссылке: <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680645b44>

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

26 апреля 2002 года⁴⁴. Согласно статье 10 Конвенции, каждый имеет право свободно выражать свое мнение. Это право включает свободу придерживаться своего мнения, а также получать и распространять информацию и идеи без вмешательства со стороны государственных властей и независимо от государственных границ.

Возвращаясь к конституционным нормам, отметим, что значимая норма-гарантия свободы СМИ закреплена также в статье 51 Конституции Республики Армения, согласно которой каждый имеет право получать информацию о деятельности государственных органов, органов местного самоуправления и должностных лиц и знакомиться с документами.

Право на получение информации может быть ограничено только законом в целях защиты общественных интересов или основных прав и свобод других лиц (статья 51, часть 2).

Порядок получения информации, а также основания ответственности должностных лиц за сокрытие информации или необоснованный отказ в ее предоставлении устанавливаются законом (статья 51, часть 3).

Надлежащая реализация этого права обеспечивается Законом РА «О свободе информации»⁴⁵, статья 5 которого устанавливает, что каждое лицо имеет право знакомиться с интересующей его информацией и (или) обращаться с запросом к обладателю информации в установленном законом порядке и получать эту информацию.

Важной гарантией обеспечения свободы информации является исчерпывающее определение в законе оснований для отказа в ее предоставлении. В частности, согласно части 1 статьи 8 закона РА «О свободе информации», обладатель информации, за исключением случаев, установленных частью 3 настоящей статьи, отказывает в предоставлении сведения, если оно:

1) содержит государственную, служебную, банковскую, коммерческую тайну;

⁴⁴ Подписана 4 ноября 1950 года в Риме. Доступна по ссылке: https://www.echr.coe.int/documents/d/echr/convention_ENG

⁴⁵ Принят Национальным Собранием РА 23 сентября 2003 года. Доступен по ссылке: <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=175858>

2) нарушает тайну личной и семейной жизни, в том числе тайну переписки, телефонных переговоров, почтовых, телеграфных и иных сообщений человека;

3) содержит не подлежащие огласке данные предварительного следствия;

4) раскрывает обусловленные профессиональной деятельностью данные, требующие ограничения доступа (врачебная, нотариальная, адвокатская тайна);

5) нарушает авторские права и (или) смежные права.

Гарантии обеспечения свободы массовой информации изложены в статье 4 Закона. Согласно части 1 этой статьи, лица, осуществляющие информационную деятельность, и журналисты осуществляют свою деятельность свободно, основываясь на принципах равенства, законности, свободы слова (выражения мнений) и плюрализма.

Журналист при осуществлении законной профессиональной деятельности как лицо, выполняющее общественный долг, защищается законодательством Республики Армения.

Закон предусматривает также, что средства массовой информации выпускаются и распространяются без предварительной или постоянной государственной регистрации, лицензирования, заявления в государственный или иной орган или уведомления какого-либо органа.

Лицензирование телерадиовещания производится в соответствии с законодательством Республики Армения о телевидении и радио, основные регулирующие положения которого определены в 7-й главе закона РА «Об аудиовизуальных медиа».

Особое место в числе гарантий свободы СМИ занимают положения, которые запрещают:

1) цензуру;

2) принуждение к распространению какой-либо информации или отказу от ее распространения в отношении лица, осуществляющего деятельность в сфере СМИ, и журналиста;

3) препятствование осуществлению законной профессиональной деятельности журналиста;

4) дискриминация в гражданском обороте оборудования и материалов, необходимых для осуществления информационной деятельности;

5) ограничение права лица на использование любых средств массовой информации, в том числе произведенных и распространяемых в других странах (часть 3 статьи 4 Закона).

Продолжая анализ положений Закона, обратимся к еще одной статье, представляющей большой интерес в контексте данного параграфа, которая устанавливает серьезные гарантии в отношении защиты источников информации. В частности, согласно статье 5 Закона, субъекты деятельности средств массовой информации и журналисты не обязаны раскрывать источник информации, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 той же статьи.

Часть вторая статьи устанавливает, что раскрытие источника информации по решению суда может быть возложено на лицо, осуществляющее информационную деятельность, а также на журналиста в связи с уголовным делом в целях раскрытия тяжкого или особо тяжкого преступления, если необходимость уголовно-правовой защиты интересов общества преобладает над интересом общества в неразглашении источника информации и исчерпаны все иные средства защиты общественных интересов. В таком случае по ходатайству журналиста судебное следствие проводится в закрытом судебном заседании.

В связи с практическими проблемами, вытекающими из данного положения, некоторые средства массовой информации обратились в Конституционный Суд Республики Армения с просьбой определить его соответствие Конституции Республики Армения. Конституционный Суд Республики Армения Постановлением от 20 октября 2015 года № ПКС-1234⁴⁶ пришел к выводу, что часть 2 статьи 5 Закона РА «О средствах массовой информации», в рамках определенного ею конституционно-правового содержания, соответствует Конституции РА. И это содержание сводилось к следующему: в демократическом государстве, основанном на принципах верховенства права, правовой определенности и соразмерности ограничений прав, **законный интерес в раскрытии**

⁴⁶ Доступно по ссылке: <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=101125>

источника информации может быть признан выше публичного интереса в ее неразглашении в случаях, когда раскрытие источника необходимо для защиты жизни человека, предотвращения тяжкого (особо тяжкого) преступления или обеспечения правовой защиты лица, обвиняемого в совершении тяжкого (особо тяжкого) преступления. Наличие хотя бы одного из этих правовых условий может служить законным основанием для раскрытия источника информации только в порядке, установленном законом, и при наличии иных оснований, предусмотренных в оспариваемом положении.

Другой важной гарантией свободы массовой информации является исчерпывающий перечень оснований ограничения свободы выражения мнения, закрепленный в Конституции. Так, согласно части 3 статьи 42 Конституции Республики Армения, свобода слова может быть ограничена только законом в целях защиты государственной безопасности, общественного порядка, здоровья и нравственности, чести и доброго имени других лиц, иных основных прав и свобод.

Аналогичное положение предусмотрено и в пункте 2 статьи 10 Конвенции о защите прав человека и основных свобод, которая допускает в отношении свободы выражения мнения только такие ограничения, которые предусмотрены законом и необходимы в демократическом обществе в интересах национальной безопасности, территориальной целостности или общественного порядка, для предотвращения беспорядков или преступлений, для охраны здоровья и нравственности, защиты репутации или прав других лиц, предотвращения разглашения информации, полученной конфиденциально, или обеспечения авторитета и беспристрастности правосудия.

Закон, подчеркивая важность аккредитации журналистов в качестве одного из необходимых условий надлежащего осуществления ими своих функций, устанавливает также определенные гарантии, направленные на предотвращение злоупотреблений со стороны государственных органов в этом процессе. В частности, часть 3 статьи 6 Закона устанавливает, что в порядок аккредита-

ции журналистов не должны включаться, а в случае включения не имеют юридической силы такие положения, которые:

- 1) ограничат право аккредитованного журналиста участвовать в заседаниях данного органа, его подразделений и иных мероприятиях, за исключением случаев, если они проводятся в закрытом режиме;
- 2) не позволят журналистам в разумные сроки получать информацию о мероприятиях, проводимых в данном органе;
- 3) создадут неравные условия для аккредитованных журналистов;
- 4) ограничат установленные законом права журналиста на получение информации.

В свою очередь, Типовой порядок аккредитации журналистов в органах государственного управления Республики Армения, среди прочих гарантий, в пункте 16 предусматривает, что ответственное лицо государственного органа в случае ходатайства журналиста, с целью содействия его профессиональной деятельности, организует посещения подразделений государственного органа и встречи с должностными лицами государственного органа.

Примечательно, что в нормах законодательства РА, регулирующих сферу осведомления, также имеются положения, направленные на свободу СМИ. В частности, признавая значительную роль средств массовой информации в сфере осведомления, законодатель в части 3 статьи 9.2 Закона РА «О системе осведомления» для защиты деятельности СМИ предусмотрел важное положение, согласно которому защита, предоставляемая осведомителю, распространяется на средства массовой информации в той мере, в какой эта защита по своей сути применима к ним.

Важную роль с точки зрения свободы и независимости средств массовой информации играют также нормы Уголовного кодекса РА, которые устанавливают отдельный состав преступления для ситуаций, связанных с препятствованием деятельности журналистов, предусматривающий и уголовно-правовые меры.

Так, согласно части 1 статьи 237 Уголовного кодекса Республики Армения, принуждение журналиста к распространению или

отказу от распространения информации либо иное воспрепятствование его законной профессиональной деятельности наказывается штрафом в размере до двадцати максимально допустимых размеров оплаты труда, либо общественными работами на срок от восьмидесяти до ста пятидесяти часов, либо лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет, либо ограничением свободы на срок до двух лет, либо арестом на срок до двух месяцев, либо лишением свободы на срок до двух лет.

То же деяние, совершенное с использованием служебных или должностных полномочий либо влияния, наказывается штрафом в размере от двадцатикратного до пятидесятикратного размера минимальной оплаты труда, либо общественными работами на срок от ста пятидесяти до двухсот семидесяти часов, либо лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок от трех до семи лет, либо ограничением свободы на срок от одного года до трех лет, либо арестом на срок от одного месяца до двух месяцев, либо лишением свободы на срок от двух до пяти лет (часть 2 статьи 237).

Деяние, предусмотренное частями 1 или 2 статьи 237 Уголовного кодекса Республики Армения, совершенное с применением насилия или с угрозой его применения в отношении журналиста или его близкого родственника или близкого лица, наказывается лишением свободы на срок от трех до шести лет (часть 3 статьи 237).

Статья 210 Уголовного кодекса Республики Армения предусматривает уголовную ответственность за воспрепятствование осуществлению прав или обязанностей лиц, участвующих в выборах или референдуме, среди которых выделяет также представителя средства массовой информации. Наказание – штраф в размере до двадцатикратного размера установленной минимальной заработной платы, либо ограничение свободы на срок до двух лет, либо краткосрочное лишение свободы на срок до двух месяцев, либо лишение свободы на срок до двух лет (часть 1).

Предусмотренное частью 1 статьи деяние, совершенное:

- 1) посредством шантажа;
 - 2) с угрозой применения насилия к человеку или его близкому родственнику или близкому другу либо уничтожения или повреждения имущества;
 - 3) материально заинтересовывая;
 - 4) со стороны председателя или члена избирательной комиссии выборов или референдума;
 - 5) используя правительственные или официальные полномочия или влияние, полученное в результате этого, или
 - 6) группой лиц по предварительному согласию:
- наказывается лишением свободы на срок от трех до шести лет (часть 2 статьи 210).

Обратимся к другой норме Уголовного кодекса РА, которая предусматривает ответственность за воспрепятствование доверенному лицу, члену избирательной комиссии, комиссии референдума, наблюдателю, представителю средства массовой информации в ознакомлении с избирательным документом или документом референдума в установленном законом порядке либо за непредоставление копии или выписки из протокола избирательной комиссии, комиссии референдума, предусматривающую в качестве наказания лишение свободы на срок от двух до пяти лет (статья 222).

Анализируя вопросы свободы и независимости медиа, мы не можем оставить без внимания аудиовизуальные СМИ. В частности, важную роль в этой сфере играет Комиссия по телевидению и радио. Отдельные вопросы, связанные с ее статусом, регулируются статьей 196 Конституции Республики Армения, согласно которой Комиссия по телевидению и радио является независимым государственным органом, обеспечивающим свободу, независимость и многообразие вещательных СМИ, а также осуществляющим надзор за деятельностью телерадиокомпаний.

Комиссия по телевидению и радиовещанию осуществляет контроль за обеспечением трансляции различных информационных, образовательных, культурных и развлекательных программ на общественном телевидении и радио.

Часть 3 статьи 196 Конституции РА содержит важное положение, направленное на обеспечение прозрачности и подотчетности деятельности Комиссии, согласно которому Комиссия по телевидению и радио ежегодно представляет Национальному Собранию отчет о своей деятельности и состоянии свободы информации на телевидении и радио.

Полномочия, процедуры и гарантии Комиссии по телевидению и радио подробно регламентированы Законом РА «Об аудиовизуальных медиа».

Положения указанного закона также устанавливают определенные гарантии независимости вещателей и операторов. В частности, статья 17 Закона запрещает вмешательство в деятельность вещателей и операторов и разрешает государственным органам вмешиваться в деятельность вещателей и операторов только в предусмотренных законодательством случаях.

Средства массовой информации в своей повседневной работе, пожалуй, наиболее тесно взаимодействуют с органами государственной власти и их должностными лицами, надлежащее поведение которых также имеет большое значение для обеспечения свободы и независимости СМИ. В этой связи следует отметить, что в последние годы стремительно развиваются элементы системы добросовестного поведения, предусмотренные Законом РА «О публичной службе»⁴⁷, среди которых особое место занимают правила поведения лиц, занимающих государственные должности, и государственных служащих.

Эти правила, среди прочего, предусматривают определенные положения, способствующие свободе и независимости средств массовой информации. Так, постановлением Комиссии по предупреждению коррупции от 6 февраля 2024 года № 02-Н был утвержден Кодекс⁴⁸ поведения лиц, занимающих государственные должности (за исключением депутата, судьи, члена Высшего судебного совета, прокурора, следователя), и лиц, занимаю-

щих должности глав муниципалитетов, их заместителей, глав административных округов муниципалитета Ереван, их заместителей, согласно пункту 26 которого лицо, занимающее государственную должность, в соответствии с законодательством Республики Армения, гарантирующим свободу информации, обязано предоставлять находящуюся по должности под его контролем информацию другим органам государственной власти, физическим или юридическим лицам в порядке и сроки, установленные законом. А пункт 51 Кодекса поведения устанавливает, что лицо, занимающее государственную должность, обязано проявлять уважительное отношение при общении с журналистами и представителями средств массовой информации, не нарушать своими действиями права представителей средств массовой информации, не препятствовать их законной деятельности и профессиональной работе.

Другим постановлением Комиссии по предупреждению коррупции утверждены «Типовые правила поведения государственных служащих»⁴⁹, пункт 64 которых гласит, что государственный служащий обязан с уважением относиться к деятельности средств массовой информации, направленной на информирование общественности, а также содействовать им в пределах своей компетенции в получении достоверной информации в установленном порядке.

Постановлением вице-премьер-министра Республики Армения № 697-Н от 4 октября 2022 года был установлен «Кодекс поведения государственных служащих»⁵⁰, согласно пункту 16 которого государственный служащий обязан предоставлять лицам, на законных основаниях запрашивающим информацию, установленную законом, в пределах своей компетенции обеспечивая прозрачность своей деятельности и деятельности государственного органа, в котором он работает.

⁴⁷ Принят Национальным Собранием РА 28 марта 2018 года. Доступен по ссылке: <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=199625>

⁴⁸ Доступен по ссылке: <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=189669>

⁴⁹ Постановление Комиссии по предотвращению коррупции от 7 июня 2022 года N 01-Н. Доступно по ссылке: <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=164523>

⁵⁰ Доступен по ссылке: <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=169106>

Кодексы поведения были также разработаны для других государственных служащих⁵¹, что создает важную среду для укрепления их добросовестного поведения, косвенно способствуя свободе средств информации.

Таким образом, обобщая вышеизложенное, можно констатировать, что нормы законодательства РА создали достаточные основания для обеспечения свободы и независимости средств массовой информации, а сами средства массовой информации должны играть ключевую роль в решении проблем и преодолении вызовов отрасли, в том числе регулярно поднимая эти вопросы и привлекая к ним внимание ответственных лиц.

⁵¹ Среди прочих правил см., например, приказ Министра территориального управления и инфраструктур Республики Армения от 26 сентября 2023 года № 09-Н «Об утверждении Кодекса поведения муниципальных служащих». Доступен по ссылке: <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=183329>

ГЛАВА 2. РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ИНФОРМАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ РЕСПУБЛИКИ АРМЕНИЯ

2.1. Средства массовой информации и современные массовые коммуникации

В эпоху информационного общества массовая коммуникация приобретает особое значение и становится объектом исследования политологии, журналистики, социологии, философии, психологии, кибернетики, лингвистики и других наук. Серьезное обращение к категории массовая коммуникация происходит с самого начала XX века. Как феномен социального взаимодействия процесс коммуникации воспринимается как базовая человеческая активность. Коммуникацию концептуально можно определить как «процесс создания и интерпретации сообщения, транслируемого с помощью различных средств связи и вызывающего определенную реакцию у получателя»⁵².

Если обращаться к социально-гуманитарным исследованиям феномена коммуникации, то здесь в центре внимания оказывается не техническая, а символическая сторона процесса трансляции информации, связанной с конструированием, передачей и интерпретацией значений и смыслов⁵³.

Изначально массовая коммуникация предназначалась для обеспечения обращения в обществе информации, «нужной» ин-

⁵² Подробнее см.: **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.

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

формации или большого количества информации, для расширения сферы функционирования и развития системы обмена товарами и информацией, умея «преодолеть», по возможности, пространство и время. Хотя термин «коммуникация» был введен в научный оборот в XX веке⁵⁴, теоретические истоки этого понятия можно обнаружить еще в классическом периоде античной философии, когда центральной для философских рассуждений становится проблема человека. Усложнение общественных связей и отношений влечет за собой и усложнение восприятия коммуникации. До XIX в. включительно осмысление проблем человеческой коммуникации осуществлялось преимущественно в рамках философии. XX век ознаменовался развитием технологий, что, в свою очередь, внесло свой вклад в иное восприятие коммуникации. К категории «коммуникация» обращались очень многие исследователи, особенно представители Запада⁵⁵.

⁵⁴ Принято считать, что основоположником научного обращения к категории «коммуникация» был американский социолог, социальный психолог Чарльз Кули, который выделил коммуникацию как средство актуализации человеческой мысли. См. подробнее: **Кули Ч. Х.** Человеческая природа и социальный порядок. — М.: Идея-Пресс, 2000 // Источник: https://royallib.com/read/kuli_charlz/chelovecheskaya_priroda_i_sotsialnyy_poryadok.html#20480 (дата обращения: 10.12.2024)

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. // Источник: https://skepdic.ru/wpcontent/uploads/2013/05/Berger_Lukman_Sotcialnoe_konstruirovanie_realnosti_Skepdic.ru_.pdf (дата обращения: 10.12.2024); **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 Sub edition, 2001; **Mcluhan M.** Understanding Media, The Extensions of Man — Routledge, London, 1964; **Саргсян З.** Современные теории медиавлияния: Лекции /З. Саргсян: ЕГУ: Факультет журналистики, Издательство ЕГУ, 2022 (на арм. языке); **Товмасын 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; **Науменко Т.В.** Социология массовых коммуникаций в структуре социологического зна-

Американские ученые Ф. Дэнс и К. Ларсон заявляют о существовании 126 определений термина «коммуникация», которые можно обобщить в три группы:

1. коммуникация представляется как средство связи любых объектов материального и духовного мира, то есть как определенная структура;

2. коммуникация — это общение, в процессе которого люди обмениваются информацией;

3. под коммуникацией подразумевают передачу и массовый обмен информацией с целью воздействия на общество и его составные компоненты⁵⁶.

В рамках данного исследования интерес представляет массовая коммуникация и соотношение этого понятия со средствами массовой информации. Массовая коммуникация и средства массовой информации — это взаимосвязанные, но не тождественные понятия. **Массовая коммуникация** представляет собою процесс обмена информацией между источником и большой аудиторией, которая может включать разные каналы и способы передачи сообщений. Это более широкое понятие, которое охватывает любые формы коммуникации, направленные на массовую аудиторию. Массовая коммуникация включает в себя как традиционные, так и новые способы передачи информации, такие как телевидение, радио, интернет, социальные сети и другие формы. В

ния // 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 и др.

⁵⁶ **Борцова Е.С.** История понятия «коммуникация» в науке, философии, методологии и социальном управлении // // Научная статья. Источник: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-ponyatiya-kommunikatsiya-v-nauke-filosofii-metodologii-i-sotsialnom-upravlenii?ysclid=m6gscraiv736545729> (дата обращения: 29.12.2024)

этом контексте **средства массовой информации** являются специфическими институтами и каналами, которые осуществляют массовую коммуникацию, то есть являются теми инструментами, через которые информация передается массовой аудитории (телевидение, радио, газеты, журналы, сайты, блоги, социальные сети и т.д.).

Хотя СМИ, без сомнений, играют ключевую роль в процессе массовой коммуникации, тем не менее, она может происходить и через другие каналы (например, наружная реклама, баннеры, странички отдельных людей в социальных сетях, публичные выступления, концерты, массовые мероприятия, конференции и, в конце концов, слухи и мифы и т.д.). Однако доля участия СМИ в массовой коммуникации так велика (по крайней мере, с точки зрения их влияния на формирование общественного мнения, их роли в формировании политической воли), что не будет ошибочным утверждение о том, что самая влиятельная массовая коммуникация, которая стала более структурированной и технологически развитой, преимущественно происходит через средства массовой информации. Динамику этого процесса можно наблюдать в ходе нескольких исторических этапов:

- **печатные СМИ (XV-XIX века):** печатные технологии, изобретенные Гутенбергом в середине XV века, сделали возможным массовое производство книг, газет и журналов. В XVII веке в Европе начали появляться первые газеты, что стало отправной точкой для массовой коммуникации через СМИ. В это время информация начала распространяться быстрее и доступнее для широкой аудитории. В эпоху Просвещения газеты и журналы становились важным инструментом для распространения информации среди масс. В XIX веке газеты приобрели массовую аудиторию, а журналистика начала формироваться как профессия.

- **радио и телевидение (XX век):** с появлением радио в начале XX века, а затем телевидения, коммуникация стала еще более массовой и доступной. Самым эффективным в процессе массовой коммуникации с использованием этих новых технологий оказалась возможность передачи информации в реальном времени на большие расстояния и практически для необъятной аудитории, при этом имея возможность визуализировать передаваемое сообщение (через телевидение).

- **Интернет и цифровые СМИ (конец XX - XXI века):** в конце XX века и начале XXI века с развитием Интернета и социальных медиа коммуникация перешла на новый уровень. Время распространения информации сократилось до мгновения, а аудитория стала не только потребителем, но и производителем контента. Современные СМИ — это совмещение традиционных форм (новости, статьи, программы) с цифровыми инструментами (веб-сайты, блоги, видеоплатформы и социальные сети), что позволяет аудитории быть более активной и вовлеченной в процесс коммуникации.

Таким образом, процесс перехода от массовой коммуникации к массовой коммуникации через средства массовой информации стал результатом технологических изменений, социального прогресса и появления новых форм взаимодействия с аудиторией⁵⁷.

Такое положение вещей не могло не отразиться на качественных характеристиках коммуникации. Этот аспект важен в том числе и с точки зрения необходимости актуального и эффективного правового регулирования. Так, в результате распространения новых коммуникационных технологий, которые в определенном смысле являются как публичными, так и доступными, нормативные формы общения, такие как диалог, аргументированное обсуждение, критический поиск консенсуса и информированное участие, уступают место другим формам общения⁵⁸.

В последние десятилетия информационные технологии и особенно Интернет значительно изменили ландшафт современных массовых коммуникаций. Интернет стал не только источником информации, но и мощным инструментом для общения, рекламы, бизнеса и развлечений. Однако с этим прогрессом возникает необходимость создания новых правовых механизмов для регулирования работы сети и защиты интересов пользователей.

⁵⁷ См. подробнее: **Baran Stanley and Davis Dennis K.**, Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future, sixth edition, Wadsworth, 2021

⁵⁸ **Товмасьян 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.

Интернет предлагает пользователю уникальные возможности, которые недоступны традиционным СМИ: доступность информации без ограничений во времени, в любое время суток, возможность получения сведений по индивидуальному запросу, взаимодействие с людьми по всему миру и множество других сервисов. Однако эти возможности также создают новые вызовы для правового регулирования.

Суть заключается в том, что новые медиа предоставляют большую свободу и доступ к информации, но также способствуют распространению ненадежного и поляризующего контента. Это создает вызовы для роли традиционных СМИ как надежного источника информации в демократическом обществе⁵⁹.

В отличие от радио, телевидения и газет, которые имеют свои устоявшиеся правила и соответствующее правовое регулирование, Интернет не имеет единого централизованного контроля. Это порождает проблемы с защитой авторских прав, конфиденциальности данных, борьбой с киберпреступностью, регулированием рекламы.

На текущий период времени в Армении сетевое телевидение, радио и газеты в Интернете лишь дополняют традиционные средства массовой информации⁶⁰, но их быстрый рост и динамичное развитие требуют создания новых юридических норм, которые обеспечат баланс между свободой информации и защитой прав граждан.

Современные законы, которые регулируют деятельность традиционных СМИ, не могут быть полностью применимы к Интернету из-за его глобального масштаба и особенностей. Своеобразное регулирование необходимо также в рамках участия СМИ в освещении политических, в частности, избирательных процес-

сов и в особенности предвыборной агитации. Следует учесть, что деятельность традиционных СМИ ранее не была рассчитана на обратную связь аудитории. Сегодня многие средства коммуникации предполагают обратную связь, и такого рода процессы нуждаются в надлежащем правовом регулировании.

Таким образом, современные массовые коммуникации, в особенности Интернет, требуют внедрения новых правовых подходов и регулирующих мер. Это обеспечит не только защиту прав пользователей (участников политических процессов), но и создание более справедливой и безопасной информационной среды для всех участников глобальной сети.

2.2. Объект и субъект массовой информации

Важное место в концепции массовой коммуникации занимает структурирование данного процесса, осуществляемого через СМИ. К данному вопросу обращались многие медиаисследователи, и все они по-разному акцентировали внимание на тех или иных компонентах этого процесса.

Основной задачей первого поколения медиатеоретиков была попытка концептуализировать процесс коммуникации, посредством которого связываются средства массовой информации и аудитория. Самый важный урок, который мы должны извлечь из ранних работ, заключается в том, что для того чтобы понять, в какой форме представляется объект исследования, преимущественно зависит от того, что желаем знать⁶¹.

На начальных стадиях теоретических медиаисследований обычно сосредотачивались на изучении, обнаружении того, как поведение людей меняется под воздействием СМИ. Влияние — «ключевое» слово в изучении массовой коммуникации. Совершенно очевидно, что это была общая тема в ранний период медиаисследований и что теоретики СМИ больше фокусировались

⁵⁹ Подробнее об этом см.: **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 // Источник: <https://www.technologyreview.com/2019/03/11/136690/the-new-medias-role-in-politics/> (дата обращения: 10.12.2024)

⁶⁰ См. подробнее: [Исследование свободы слова и потребления СМИ в Армении. / Ответственные за содержание отчета: Шушан Гариян, Гаяне Арутюнян, Лиана Погосян, ООО «Призма». Ереван, 2024](#) (на арм. языке) (дата обращения: 10.12.2024)

⁶¹ **Саргсян З.** Современные теории медиавлияния: Лекции /З. Саргсян: ЕГУ: Факультет журналистики, Издательство ЕГУ, 2022, с. 20-21 (на арм. языке)

на содержании СМИ, а не на формах отправки сообщения или на аудитории⁶². Однако были и другие подходы. Так, например, М. Маклюэн говорил о том, что именно форма и измерения индивидуальной среды информации вносят вклад в смысл передаваемого сообщения и что если сосредотачиваться только на содержании (контенте), то много важного, значительного будет упущено⁶³. В дальнейшем, формы, в которых отправляются сообщения (в широком смысле) из одного источника одновременно во многие пункты назначения, адресуя анонимной массе людей, которые составляют аудиторию, потребителей, слушателей, читателей, сообщество и т. д., вызывает озабоченность настолько, что для их описания было предложено использовать квалифицированный термин – «средства массовой информации»⁶⁴. При этом в центре внимания ученых оказались вопросы о том, какова роль средств массовой коммуникации (субъектов) и каков контент (объекты), который они распространяют, сосредоточившись на их влиянии на общество и процесс коммуникации.

Наиболее цитируемая модель в ранних исследованиях медиа принадлежит Гарольду Лассуэллу, который представил следующую формулу: «кто, что говорит, через какой канал, кому, с каким эффектом» (Who, Says What, Through What Channel, To Whom, With What Effect)⁶⁵.

Классическая модель коммуникации К. Шеннона и В. Уивера является одной из основополагающих теорий коммуникации и фокусируется на технической передаче информации. Она более линейная, механическая модель по сравнению с моделью Г. Лас-

суэлла и выражается следующим образом: источник информации (субъект) – передатчик — приемник – конечный получатель⁶⁶. Авторы представляют, что источник информации выбирает желаемое сообщение из набора возможных сообщений (выбранное сообщение может состоять из написанных или произнесенных слов, изображений, музыки и т. д.). Передатчик преобразует это сообщение в сигнал, который фактически отправляется по каналу связи от передатчика к приемнику. Например, в устной речи источником информации является мозг, передатчиком – голосовой механизм, производящий изменяющееся звуковое давление (сигнал), который передается по воздуху (каналу). Приемник — это своего рода обратный передатчик, преобразующий переданный сигнал обратно в сообщение и направляющий это сообщение к месту назначения. «Когда я говорю с вами, мой мозг — источник информации, ваш — пункт назначения; моя голосовая система — передатчик, а ваше ухо и связанный с ним восьмой нерв — приемник». В процессе передачи, к сожалению, к сигналу добавляются определенные вещи, которые не были предусмотрены источником информации. Все эти изменения в передаваемом сигнале называются шумом⁶⁷. Таким образом, важным дополнением к модели Шеннона и Уивера является шум, который относится к любым помехам (техническим, культурным, семантическим, психологическим и т.д.), которые нарушают передачу или интерпретацию сообщения. Это может произойти на любом этапе процесса коммуникации и может повлиять на эффективность коммуникации.

Одной из ключевых концепций модели Шеннона и Уивера является акцент на обратной связи — сообщениях, отправляемых от получателя обратно к источнику. Обратная связь необходима,

⁶² Там же.

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

⁶⁴ См. подробнее: **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.

⁶⁵ См. подробнее: **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.

поскольку она информирует источник о том, было ли получено сообщение⁶⁸.

Такая же схема функционирует в рамках массовой коммуникации, у которой свой особый объект и субъект массовой информации. К вопросу об объектах и субъектах массовой информации обращаются многие современные авторы. Так, анализ интервью с участниками процесса позволил Дж. Томпсону сосредоточиться на социальных акторах, которые используют возможности, открываемые технологическими изменениями, выдвигая новые идеи и стремясь разработать новые книжные продукты, новые практики, новые способы создавать, распространять и потреблять контент, а также пытаться понять, как превратить эти новые способы ведения дел в деятельность, которая будет устойчивой с течением времени⁶⁹. Автор отмечает, что «глубоким и необратимым образом развитие медиа преобразило природу символического производства и обмена в современном мире»⁷⁰.

Объект, то, о чем говорится, — это передаваемое сообщение или контент. Таковым может оказаться новостная статья, событие, реклама, развлекательный контент, образовательные материалы, политические сообщения и т.д. Объект формируется субъектом и передается по различным каналам, влияя на понимание, убеждения или поведение аудитории.

Субъект относится к источнику или отправителю сообщения — тем, кто отвечает за создание, оформление и распространение информации. В массовой коммуникации это может быть отдельное лицо, медиаорганизация или группа. Субъекты контролируют поток информации и могут влиять на содержание контента и то, как его воспринимает аудитория. К числу субъектов массовой информации могут быть отнесены: информационные

агентства, вещатели, платформы, журналисты, репортеры, редакторы, правительства и иные политические институты, рекламодатели, представители гражданского общества, общественные организации и т.д.

Субъект (источник информации) выбирает нужное сообщение, формирует его и определяет его содержание (объект)⁷¹. Делается это через разного рода каналы. При этом безостановочно продолжается процесс, называемый «конвергенцией режимов», который размывает границы между средствами массовой информации, даже между двухточечной связью, такой как почта, телефон и телеграф, и средствами массовой коммуникации, такими как пресса, радио и телевидение. Единое физическое средство (будь то провода, кабели или эфир) может оказывать услуги, которые в прошлом предоставлялись отдельными способами. И наоборот, услуга, которая в прошлом предоставлялась любым одним средством массовой информации (будь то вещание, пресса или телефония), может предоставляться несколькими различными физическими способами. Таким образом, однозначная связь, которая существовала между средством массовой информации и его использованием, разрушается⁷².

Этот процесс подвержен правовым регулированиям в зависимости от того, о каких коммуникациях идет речь. Например, коммуникации по участию человека в политических процессах либо между властью и народом законодательно регламентированы. Базовым фактором в данном аспекте, помимо прочих, следует признать свободу выражения в самом широком понимании. Специфика отдельных коммуникаций требует специфических регулирований. В любом случае к субъекту и объекту массовой информации предъявляются морально-этические требования, имею-

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.

⁶⁹ Цит. по: **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.

⁷¹ Подробнее о проблемах, концепции и методах анализа медиаконтента и о субъектах массовой информации см.: **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.

щиеся в каждом обществе⁷³. Помимо этого, каждая специфичная коммуникационная сфера подвергается иным, дополнительным регулированиям. Так, например, в рамках одного из стадий избирательного процесса – предвыборной агитации – вопрос о субъектах и объектах массовой информации подлежит специфическому регулированию. В частности, Избирательный кодекс РА определяет предвыборную агитацию как любые действия, направленные на убеждение избирателей голосовать или не голосовать за определенного кандидата или партию (часть 1.1 статьи 19 Избирательного кодекса РА). В период предвыборной агитации агитировать запрещено: судьям, прокурорам, сотрудникам полиции, службы национальной безопасности, службы пробации, службы спасения, военнослужащим, членам избирательных комиссий, благотворительным и религиозным организациям, международным организациям, иностранным гражданам и организациям, аккредитованным для осуществления наблюдательной миссии организациям и наблюдателям и т.д. (часть 1 статьи 23 Избирательного кодекса РА).

Таким образом, в коммуникационной схеме по осуществлению предвыборной агитации будут действовать правовые ограничения касательно и субъекта, и объекта массовой информации⁷⁴.

Важнейшим является конституционное требование о том, что ограничения, применяемые к свободе выражения, могут быть предусмотрены только законом, должны преследовать определенные цели и должны быть необходимыми в демократическом обществе. С учетом вышеизложенного, с юридической точки зрения, важно в рамках каждой коммуникационной схемы защищать

⁷³ Подробнее об этом см.: **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

⁷⁴ Подробнее о взаимодействии субъекта и объекта массовой информации в рамках кампаний см.: **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

субъект и объект массовой информации от неправомерных ограничений. Вопросы о правомерных и неправомерных ограничениях в отношении субъектов и объектов массовой информации в рамках формирования политической воли граждан, участия СМИ в освещении избирательных процессов⁷⁵ и участия в освещении и осуществлении предвыборной агитации подробнее будут рассмотрены в третьей главе данного исследования.

2.3. Средства массовой информации и информационная политика государства в Республике Армения

Изучение государственной политики в сфере СМИ после обретения Республикой Армения независимости показывает, что она не была особенно активной и проявилась в основном принятием нескольких законодательных актов, регулирующих деятельность СМИ, дальнейшие изменения в которых также носили эпизодический характер. Например, после принятия регулирующего сферу Основного правового акта, закона РА «О средствах массовой информации», изменения и дополнения в него вносились всего 3 раза – в 2020, 2021 и 2022 годах. Следует отметить, что данные изменения и дополнения преследовали цель привести нормативные акты закона в соответствие с развитием медиаполя. Такие ограниченные изменения, вероятно, были вызваны соображениями умеренного вмешательства в чрезвычайно чувствительную сферу средств массовой информации. Однако в результате исследований, проведенных отраслевыми экспертами в последние годы, были представлены рекомендации по всестороннему пересмотру регулирования медиаполя. В частности, в докладе об оценке потребностей сферы СМИ Армении, подготовленном экспертами Совета Европы, было высказано мнение о том, что общее правовое поле, регулирующее сферу средств массовой информации, устарело и не подходит для укрепления

⁷⁵ Об этом см. также: **Herman Edward S., Chomsky Noam, Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media.** Pantheon Books, New York, 1988

свободы слова и СМИ. Вместо дальнейших изменений необходимо провести срочную и всеобъемлющую правовую реформу⁷⁶.

Парламентская ассамблея Совета Европы (ПАСЕ) в своем отчете за 2022 год отметила, что с 2018 года медиаполе в Армении стало более разнообразным. Тем не менее, в отчете также отмечается проблема продолжающейся поляризации армянских СМИ⁷⁷.

Проблема поляризации информационного поля Армении была также поднята специалистами местной медиасферы. В частности, по мнению председателя комитета по защите свободы слова А. Меликяна, в постреволюционный период поляризация в информационном поле еще больше усилилась. Большая часть информационного поля поляризована и обслуживает различные политические силы, в то время как общественные интересы отходят на второй план⁷⁸.

Во всемирном индексе свободы прессы организации «Репортеры без границ» за 2024 год Армения заняла 43-е место среди 180 стран, улучшив свои позиции на 37 пунктов с 2018 года.

Хотя этот рейтинг учитывает разнообразие средств массовой информации, в нем также отмечается, что большинство вещательных и печатных СМИ, которые связаны с основными политическими и коммерческими интересами, продолжают подвергаться давлению из-за своей редакционной политики⁷⁹.

В контексте разработки информационной политики приветствуется тот факт, что 19 апреля 2022 года Министерство юстиции, постоянная комиссия Национального собрания по вопросам науки, образования, культуры, диаспоры, молодежи и спорта и 10

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, доступно

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

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

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

журналистских общественных организаций подписали меморандум о сотрудничестве по модернизации политики развития медиасферы и реформированию законодательства, регулирующего деятельность средств массовой информации. Цель состояла в том, чтобы совместными усилиями разработать концепцию развития сферы СМИ, из которой будут вытекать дальнейшие законодательные реформы⁸⁰.

В рамках реформ, среди прочего, планируется внедрить механизмы саморегулирования.

Идея саморегулирования заключается в том, что средства массовой информации и журналисты стремятся к профессиональной журналистике, создают органы саморегулирования для обсуждения профессиональных проблем, жалоб читателей или зрителей, решения во внесудебном порядке и урегулирования других вопросов. Саморегулирование также подразумевает этическую журналистику, способствующую принятию собственных или коллективных правил поведения⁸¹.

В свете всего этого Министерством юстиции РА на едином веб-сайте для публикации проектов правовых актов (e-draft.am) 29 ноября 2023 года на обсуждение был представлен проект закона РА «О внесении изменений и дополнений в Закон РА «О средствах массовой информации»»⁸² (далее - проект), который преследовал две основные цели: по-новому изложить некоторые из основных концепций закона и внедрить институт саморегулирования СМИ на законодательном уровне. В частности, проектом предлагается изложить пункты 1-4 части 1 статьи 3 Закона в следующей редакции:

«1) информационная деятельность – деятельность, осуществляемая под редакционной ответственностью или контролем с целью периодического представления общественности общественно значимой информации с помощью любого средства коммуникации;

2) средство массовой информации (далее средство информации) – любое средство связи, используемое для периодическо-

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>

го представления общественности общественно значимой информации под редакционной ответственностью или контролем;

3) лицо, осуществляющее информационную деятельность – юридическое или физическое лицо, в том числе и индивидуальный предприниматель, чья профессиональная деятельность направлена на осуществление информационной деятельности и которое несет редакционную ответственность за содержание представляемой информации, а также имеет намерение действовать в качестве лица, осуществляющего информационную деятельность.

По смыслу настоящего пункта при оценке наличия намерения действовать в качестве лица, осуществляющего информационную деятельность, могут учитываться обстоятельства применения методов работы, специфичных для лица, осуществляющего информационную деятельность, самопознания, а также соблюдения правил профессиональной этики, соответствующих международным стандартам, включая наличие средств саморегулирования, в том числе обстоятельства членства в средствах саморегулирования, признанных в порядке, установленном настоящим законом, или наличие таких средств саморегулирования;

4) журналист – физическое лицо, осуществляющее журналистскую деятельность, лицо, участвующее в процессе профессиональной деятельности или периодического сбора и распространения информации для лица, осуществляющего информационную деятельность».

Проектом предлагается дополнить часть 1 статьи 3 Закона новыми пунктами 6-9 следующего содержания:

«6) распространяющее средство общественного оповещения – лицо или журналист, осуществляющий информационную деятельность, который является членом признанного в соответствии с настоящим законом средства саморегулирования или обладает таким средством;

7) кодекс этики – документ, составленный в соответствии с международными стандартами лицами, осуществляющими информационную деятельность, журналистами, специализированными организациями, представителями гражданского общества или с их участием относительно собственных норм журналистс-

кой этики (в том числе кодекс журналистской этики, кодекс поведения, кодекс профессиональной этики и т.д.)»;

8) меры саморегулирования – органы саморегулирования, добровольно созданные в целях обеспечения соблюдения положений этического кодекса (в том числе советы прессы или медиа-советы), внутренние органы саморегулирования лиц, осуществляющих информационную деятельность (в том числе внутренние или медиа-омбудсмены);

9) признанные средства саморегулирования – средства саморегулирования, получившие подтверждение соответствия международным стандартам со стороны Медiasовета».

Проектом также предлагается внедрить Медiasовет и механизмы подтверждения средств саморегулирования. С этой целью предлагается дополнить закон новой статьей 6.1 следующего содержания:

«Статья 6.1. Медiasовет и признание мер саморегулирования

Медiasовет – это профессиональная, независимая, самоуправляемая некоммерческая организация средств массовой информации, основанная на принципе добровольности средств саморегулирования.

Медiasовет осуществляет признание мер саморегулирования посредством подтверждения соответствия органов саморегулирования и этических кодексов международным стандартам.

Медiasовет ведет публичный реестр распространителей средств общественного осведомления».

Учитывая важность проекта и его возможное влияние на представителей сферы, 12 июля 2024 года министр юстиции Республики Армения обратился в Европейскую комиссию (Венецианскую комиссию) «Демократия через право» с просьбой предоставить заключение по Проекту.

14 октября 2024 года Венецианская комиссия предоставила свое мнение (CDL-AD (2024)030)⁸³, в котором представила под-

⁸³Доступно по ссылке:
[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)

робные замечания по проекту и внесла ряд рекомендаций, которые сводятся к следующему:

- Пересмотреть понятие «средства массовой информации», чтобы обеспечить его полное соответствие рекомендации CM/Рес (2011)7 Комитета министров Совета Европы по новому понятию средств массовой информации.
- Внести дополнительную ясность в некоторые аспекты понятия «журналист», уделяя особое внимание операционным критериям, таким как распространение информации и идей в общественных интересах, и термину «профессиональная деятельность», если он останется в законопроекте.
- Внести изменения в проект, чтобы внести ясность в термины «осуществляющие информационную деятельность» и «распространители средств общественного осведомления». В частности, необходимо конкретно определить юридический и практический контекст этой терминологии.
- В проекте дать конкретное описание требований к прозрачности и саморегулированию внешних медиа-исполнителей, а также регулировать сотрудничество между органами саморегулирования и национальным регулирующим органом.
- Разъяснить в законопроекте термин «предварительное условие» в контексте аккредитации журналистов. Венецианская комиссия также предлагает четко указать последствия аккредитации, в том числе предлагаемые преимущества и возможные сложности для неаккредитованных журналистов. Однако аккредитация ни в коем случае не может быть использована для ограничения права СМИ на доступ к информации. Комиссия также предлагает внедрить эффективный механизм обжалования в случае отказа в аккредитации журналиста.
- Будущие законодательные акты, устав (подзаконные акты) Медiasовета, модельные стандарты органов саморегулирования, которые еще предстоит разработать, должны полностью соответствовать международным стандартам.
- Комиссия также предлагает, чтобы основная ответственность за создание органов саморегулирования СМИ, в том числе Медiasовета, была возложена на сами средства массовой информации, обеспечивая также более широкое участие предста-

вителей цифровых СМИ. Более того, необходимо выделить надлежащие финансовые ресурсы, чтобы гарантировать эффективное функционирование механизмов саморегулирования средств массовой информации.

В связи с регулированием Проекта на данный момент мы воздержимся от комментариев, поскольку на основе предложений Венецианской комиссии Министерство юстиции РА дорабатывает его, и в ближайшее время доработанный вариант будет представлен на общественное обсуждение, после чего будет представлен на утверждение Правительства РА, а затем направлен в Национальное Собрание РА.

Одним из актуальных проявлений политики, проводимой государством в информационной сфере, можно считать утвержденную решением премьер-министра РА 1319-Л от 27 декабря 2023 года Концепцию Республики Армения на 2024-2026 годы по борьбе с дезинформацией и вытекающий из нее план действий⁸⁴.

Концепция объединяет усилия Правительства, гражданского общества и граждан по борьбе с дезинформацией. Документ предусматривает масштабы, цель, современные методы и инструментов борьбы с дезинформацией.

Принятым документом определяются направления концепции борьбы с дезинформацией, которыми Правительство Армении должно руководствоваться при общении с общественностью, средствами массовой информации и гражданским обществом. Он предусматривает комплекс важных и неотложных действий с целью защиты Республики Армения, ее институтов и граждан от дезинформации.

Основной целью концепции является обеспечение надлежащего реагирования на дезинформацию в Республике Армения, предотвращая, снижая и нейтрализуя риски дезинформации. В рамках главной цели также были определены подцели, которые, как ожидается, будут достигнуты путем реализации Концепции, а именно:

⁸⁴ Доступно по ссылке: <https://www.e-gov.am/decrees/item/26645/>

- Формировать общественное противодействие по отношению к дезинформации с помощью национальных программ гражданского образования.
- Содействовать доступности официальной информации и проактивной отчетности.
- Создать действенные механизмы противодействия дезинформации, снижения предотвращения/распространения гибридных информационных атак/кампаний, учитывая и внедряя передовой международный опыт.
- Посредством программ развития потенциала усилить способность государственных структур РА предотвращать, обнаруживать и анализировать дезинформацию.

Ожидаемыми результатами Концепции являются:

- Разработка и реализация государственной политики, направленной на цели и направления Концепции;
- Развитие знаний и навыков граждан в области медиасвободы, что приведет к управлению рисками дезинформации и сокращению распространения дезинформации;
- Разработка и принятие концепции и плана действий по медиаграмотности, на их основе разработка руководств и образовательных программ по интеграции медиаграмотности в общее образование и преподавание квалифицированными специалистами;
- Запуск форматов и платформ, ориентированных на более прозрачную и подотчетную работу государственных структур, улучшение имеющихся ресурсов;
- Улучшение работы специалистов по коммуникациям в государственных структурах, развитие навыков медиаграмотности и проверки фактов;
- Обеспечение активного взаимодействия государства и частного сектора в борьбе с дезинформацией, повышение прозрачности и подотчетности частного сектора.

Концепция правительства Республики Армения по борьбе с дезинформацией включает 3 стратегических направления с соответствующим комплексом из 12 действий.

Направление	Действие
1. Усилить потенциал институтов РА в предотвращении, обнаружении, реагировании и анализе дезинформации	1.1 Улучшить стратегическую коммуникацию государственных структур и расширить человеческие, финансовые и технические ресурсы подразделений коммуникации. 1.2 Повысить проактивную публичность органов государственного управления. 1.3 Внедрить систему оценки прозрачности и подотчетности государственных учреждений.
2. Улучшение взаимодействия и мобилизация частного сектора	2.2 Взаимодействие с платформами, проверяющими факты. 2.3 Взаимодействие с целью содействия координации и саморегулирования медиа. 2.4 Вовлечение и мобилизация частного сектора.
3. Повысить осведомленность и уровень образования в области медиасвободы и медиаграмотности, формируя общественное противодействие дезинформации	3.1 Разработка и принятие концепции медиаграмотности, плана действий или бюджетных планов в инклюзивном формате. 3.2 Интеграция медиаграмотности в образование. 3.3 Работа с группами, оставшимися за пределами общего образования. 3.4 Обучение и развитие потенциала публичных (в том числе муниципальных) служащих.

Решением премьер-министра РА также утверждена программа действий, вытекающая из Концепции, в которой перечислены действия по реализации концепции (всего 26 действий), их поддействия, крайние сроки их выполнения, ожидаемые результаты по годам (2024г., 2025г., 2026г.), лица, ответственные за выполнение, и источники финансирования.

Важность права на получение объективной информации особенно подчеркивается в чрезвычайных ситуациях, и, к сожалению, по разным причинам часто предпринимаются попытки распространения дезинформации среди общественности, в том числе с целью создания хаоса и паники.

Эта проблема также напрямую затронута в Концепции, в которой отмечается, что во время чрезвычайных ситуаций, военных действий, а также других кризисных ситуаций объем распространения дезинформации значительно возрастает, что может привести к возникновению паники в обществе, способствовать поляризации общества, затрудняя управление ложными информационными потоками. Распространению дезинформации также могут способствовать ложные предупредительные сигналы, которые могут вызвать панику среди населения и нарушить непрерывную деятельность государственных органов и организаций. В результате граждане, ожидающие помощи, могут лишиться оперативного и своевременного обслуживания⁸⁵.

В связи с этим следует отметить, что Закон РА «О правовом режиме военного положения»⁸⁶ и Закон РА «О правовом режиме чрезвычайного положения»⁸⁷ устанавливают определенные ограничения на распространение информации в подобных ситуациях. В частности, статья 8 Закона РА «О правовом режиме военного положения», которая регулирует меры и временные ограничения,

применяемые в случае объявления военного положения, устанавливает, что в течение всего срока действия военного положения может осуществляться ограничение в установленном законом порядке свободы выражения мнения, а также изъятие или арест печатного оборудования, радиотрансляционных, звукоусилительных технических средств, множительной техники, установление особого порядка аккредитации журналистов, особых правил пользования средствами связи (пункт «м» части 1 статьи 8).

Аналогичное положение предусмотрено также в статье 7 Закона РА «О правовом режиме чрезвычайного положения», которая устанавливает мероприятия, применяемые на территории чрезвычайного положения во время чрезвычайного положения, и временное ограничение прав и свобод, в том числе ограничение свободы выражения мнения, в частности запрет на отдельные публикации, передачи в средствах массовой информации (пункт 12 части 1 статьи 7).

Параллельно отметим, что Закон РА «Об аудиовизуальных медиа» также содержит положения для обеспечения распространения официальной информации во время военного и чрезвычайного положения и повышения эффективности борьбы с дезинформацией. В частности, в соответствии со статьей 12 этого Закона Вещатели в период военного или чрезвычайного положения обязаны предоставлять Премьер-министру или должностному лицу, официально являющемуся комендантом территории чрезвычайного положения, эфирное время для выступления с официальным сообщением.

С этой целью порядок и условия предоставления Вещателями эфирного времени устанавливаются регулирующим государственным органом.

Закон РА «Об аудиовизуальных медиа» по части ограничения на информацию Вещателей в период военного или чрезвычайного положения ссылается на Законы «О правовом режиме военного положения» и «О правовом режиме чрезвычайного положения» (Закон РА «Об аудиовизуальных медиа» часть 3 статьи 12).

⁸⁵ См. Концепцию борьбы с дезинформацией Республики Армения на 2024-2026 годы, стр. 6, доступно по ссылке:

https://www.e-gov.am/u_files/file/decrees/varch/GV65-3FA5-9437-87B6/1319.1.pdf

⁸⁶ Закон был принят 5 декабря 2006 года, доступно по ссылке:

<https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=147114>

⁸⁷ Закон был принят 21 марта 2012 года, доступно по ссылке:

<https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=142153>

Хотя эти законы предусматривают определенные решения с точки зрения предотвращения распространения дезинформации во время военных и чрезвычайных ситуаций и проведения грамотной информационной политики, тем не менее, в условиях быстрых изменений технологий и медиа-пространства, а также вызовов, поднятых в рамках Концепции, эти решения не могут быть оценены должным образом, и мы надеемся, что действия, вытекающие из Концепции, предоставят реальную возможность для улучшения существующей ситуации в этой области.

ГЛАВА 3. ВЛИЯНИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ В РЕСПУБЛИКЕ АРМЕНИЯ

3.1. Роль средств массовой информации в формировании политической воли граждан в Республике Армения

Современное общество, живущее в информационную эпоху, крайне подвержено влиянию разнородных и разнообразных информационных потоков. С учетом того факта, что средства массовой информации – один из компонентов политической системы общества, кажется очевидным, что средства массовой информации существенно влияют на политические процессы в целом.

Прежде чем обратиться к роли средств массовой информации в формировании политической воли граждан, необходимо выяснить, каковы политические основы конституционного строя и конституционные основы политических прав в РА, в рамках которых эта самая политическая воля проявляется. ***В зависимости от того, каковыми окажутся основы конституционного строя, характеристика политической системы, государственный режим, роль СМИ в формировании политической воли граждан будет разной, и, что важнее, политическая воля граждан будет по-разному проявляться.***

В большинстве государств нормы, определяющие основы конституционного строя, включены либо в отдельные главы конституции, либо в специально предусмотренную для этого отдельную главу. Так, например, в Конституции Италии 1947 года⁸⁸ нормы, определяющие основы конституционного строя, содержатся как во вводной части, озаглавленной «Основные принципы», так и в первой части, главы которой озаглавлены «Граж-

⁸⁸ https://www.cortecostituzionale.it/documenti/download/pdf/The_Constitution_of_the_Italian_Republic.pdf (дата обращения: 17.10.2024)

данские отношения», «Нравственно-социальные отношения», «Экономические отношения» и «Политические отношения». Подобным образом основы конституционного строя закреплены и в Конституции Испании 1978 года⁸⁹.

Не так часто, но всё же среди конституций, принятых в период последних трех-четырёх десятилетий, также встречаются те, что посвящают основам конституционного строя разные главы. Самым ярким оказывается пример Конституции Узбекистана⁹⁰, в которой основам конституционного строя посвящен весь первый раздел «Основные принципы», который включает 4 главы, посвященные государственному суверенитету, народовластью, верховенству Конституции и закона, внешней политике. Далее раздел третий под названием «Общество и личность» в рамках четырех глав обращается к экономическим основам общества, институтам гражданского общества, семье, детям и молодежи, средствам массовой информации. В четвертом разделе Конституции, посвященном административно-территориальному и государственному устройству, глава 16 обращается к вопросам административно-территориального устройства Республики Узбекистан. Конституция Кыргызской Республики⁹¹ посвятила основам конституционного строя весь первый раздел, включающий 3 главы, посвященные политическим, социально-экономическим основам конституционного строя и духовно-культурным основам общества.

Однако в рамках принятых в период последних нескольких десятилетий конституций чаще всего основы конституционного строя включаются в отдельную главу. Таковыми являются конституции большинства стран СНГ. Например, основам конституционного строя посвящена глава 1 Конституции Беларуси⁹²,

⁸⁹ <https://www.senado.es/web/conocersenado/normas/constitucion/detalleconstitucioncompleta/index.html?lang=en> (дата обращения: 17.10.2024)

⁹⁰ <https://constitution.uz/ru> (дата обращения: 17.10.2024)

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

⁹² <http://www.kc.gov.by/document-1013> (дата обращения: 17.10.2024)

России⁹³ и Таджикистана⁹⁴, глава 1 Конституции Казахстана⁹⁵ под названием «Общие положения», раздел 1 Конституции Молдовы⁹⁶ под названием «Основные принципы». Среди восточноевропейских стран таковыми являются Конституция Болгарии⁹⁷ (глава 1 «Основные начала»), Конституция Латвии⁹⁸ (глава 1 «Общие положения»), Конституция Хорватии⁹⁹ (раздел II «Основные положения») и др. Такой же подход закреплен в Конституции Армении¹⁰⁰, где глава 1 посвящена основам конституционного строя.

Традиционно политические основы конституционного строя определяются как общественные отношения, возникающие в связи с управлением государством и организацией публичной власти. Политическим отношениям часто отводится большая роль в конституциях разных стран. В рамках **политических основ** конституционного строя традиционно выделяются следующие правовые институты:

Система публичной власти. В конституциях зарубежных стран, прежде всего, определяются нормы, относящиеся к системе власти, в которых отражаются принципы единства власти в этой стране (главным образом в социалистических странах) или разделения властей (преимущественно в демократических странах), что предполагает существование трех независимых ветвей власти: законодательной, исполнительной и судебной.

⁹³ https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399 (дата обращения: 17.10.2024)

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

⁹⁵ https://www.akorda.kz/ru/official_documents/constitution (дата обращения: 17.10.2024)

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

⁹⁷ <https://www.parliament.bg/en/const> (дата обращения: 17.10.2024)

⁹⁸ <https://www.saeima.lv/en/legislative-process/constitution> (дата обращения: 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> (дата обращения: 17.10.2024)

¹⁰⁰ <https://www.arlis.am> (дата обращения: 17.10.2024)

Суверенитет. Считается, что термин «суверенитет» (по-французски «souverainete» означает верховенство) был впервые введен во французское законодательство XVI века Жаном Баденом, который видел в нем постоянную и абсолютную власть государства в лице диктатора. В современном конституционном праве суверенитет государства означает стабильность, верховенство и независимость государственной власти, что выражается во внутренней и внешней политике государства.

Характеристика политической системы. В рамках политических основ конституционного строя она находит свое особое выражение в отношении характеристик государства (суверенное, неделимое, правовое, демократическое, социальное, светское и т.д.), формы правления, политического режима и т.д. В современном мире государство можно квалифицировать как демократическое, если в нем действуют следующие аспекты государственного режима:

- ✓ принцип народовластия: народ признается единственным источником государственной власти; формирование политической власти народом,
- ✓ избираемость органов государственной власти,
- ✓ признание и гарантия прав и свобод человека,
- ✓ политический и идеологический плюрализм, многопартийность,
- ✓ принцип разделения властей,
- ✓ наличие системы местного самоуправления.

Отношение граждан к указанным институтам, их причастность к реализации указанных принципов требует сформированной политической воли. Политическая воля граждан формируется через процесс, который включает в себя различные аспекты, такие как осознание гражданами своих политических прав и обязанностей, участие в общественной и политической жизни страны, обмен мнениями, дискуссии и принятие решений в рамках демократических процессов. Она формируется на основе общественного мнения, однако при этом обязательно включает элементы политической активности (участие в выборах, референдумах и гражданских инициативах, реализация права на объединение в

самом широком проявлении, создание партии, вступление в партию или общественную организацию, участие в деятельности профсоюзов и т.д.), реализация права собраний (участие в протестах, митингах и других формах гражданского участия).

Бесспорно, что СМИ имеют огромное влияние на формирование политической воли граждан. Политика, как разновидность общественной деятельности, больше других нуждается в коммуникационных процессах и специальных средствах информационного обмена. Если, например, экономика вполне может функционировать на основе рыночного саморегулирования при ограниченных, преимущественно непосредственных формах взаимодействия людей, то политика невозможна без опосредованных форм общения и специальных средств связи между различными носителями власти, а также между государством и гражданами.¹⁰¹ Сама природа политики этого требует с учетом того обстоятельства, что она предполагает активную деятельность, направленную на достижение коллективных, общественных целей, что, несомненно, рассчитано на её восприятие отдельными индивидами и обществом в целом.

Средства массовой информации формируют представления граждан о стране и о мире. Объективность такой картины зависит, в первую очередь, от разнообразия СМИ, наличия в информационном поле различных точек зрения. Развитие глобальных сетей цифровых телекоммуникаций значительно усилило влияние средств массовой коммуникации на формирование мировоззренческих установок, ценностной ориентации граждан.¹⁰² При этом в условиях формирующегося информационного общества СМИ приобрели несколько иную роль, нежели они выполняли в доинформационном обществе.

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

¹⁰² Подробнее: 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.

Так, если согласно классической социальной теории П. Бергера и Т. Лукмана¹⁰³ ранее считалось, что средства массовой информации фиксировали реальность, объективную картину социального мира, передавали факты, описывали события и историю, проводили анализ сложившихся реалий, обслуживали общественный интерес, обеспечивали равновесие и стабильность в обществе, в целом социальный порядок, естественной частью которого СМИ, собственно, и выступали, то ныне, в условиях цифровизации и медиатизации, по мнению исследователей Н. Коулдри и А. Хеппа¹⁰⁴, сама объективная реальность для аудитории существует через призму медиа. «По сути, медиа не просто с той или иной степенью субъективности воспроизводят реалии объективной действительности, но сами создают в сознании аудитории новый вид этой объективной, а в реальности – субъективной реальности. Виртуальная реальность или медиареальность, в свою очередь, формируют новый социальный мир со своими особыми правилами производства и распространения общественно-политических и культурных ценностей, норм и знаний. На сегодня исследователи считают процесс медиатизации новым состоянием общества, а не его временной характеристикой, что придает медиа особый статус, связанный с контрольной и регулирующей функциями СМИ»¹⁰⁵.

Политическая система общества, ядром которой выступает само государство в лице органов и институтов государственной власти, управляет обществом и использует для этого различные инструментари, в том числе и СМИ. По мнению С. Ливингстон и П. Ланта, средства массовой информации играют решающую

¹⁰³ Berger P.L., Luckmann T. The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge. 1966, New York: Doubleday & Company. // Цит. по: 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. // Цит. по: 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.

роль в современном политическом процессе, поскольку даже в элитных формах демократии государству требуется некоторая опосредованная коммуникация с населением для получения согласия. Свобода выражения мнений долгое время рассматривалась как необходимость для защиты прав личности от политической тирании: правительство, легитимированное через согласие, зависит от свободной прессы. Однако это посредничество не является нейтральным, а влияет на то, как политические процессы коммуницируются»¹⁰⁶. Сегодня независимые СМИ рассматриваются как необходимая предпосылка демократического государства, однако путь становления независимости СМИ был долгим¹⁰⁷. «Свободные, разнообразные и независимые средства массовой информации необходимы в любом обществе для продвижения и защиты свободы мнения и выражения и других прав человека. Способствуя свободным потокам информации и идей в делах, представляющих собой общественный интерес, и обеспечивая прозрачность и подотчетность, независимые СМИ являются одним из краеугольных камней демократического общества. Без свободы выражения и свободы СМИ не может существовать информированное, активное и инициативное гражданское население» - сказано в пункте 4 «Руководства ЕС по правам человека в области свободы выражения мнений в интернете и вне его» (SN 10232/14)¹⁰⁸.

Сегодня свобода выражения мнения и независимость СМИ гарантируются в рамках как международного, так и национального права. Неполный перечень международных источников, связанных со свободой мнения и выражения, включает Всеобщую

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. // Источник: [https://eprints.lse.ac.uk/48964/1/Amended%20Livingstone Mass media democracy.pdf](https://eprints.lse.ac.uk/48964/1/Amended%20Livingstone%20Mass%20media%20democracy.pdf) (дата обращения: 15.12.2024)

¹⁰⁷ Подробнее см.: Кин Дж. Средства массовой информации и демократия / Пер. с англ., М., Наука, 1993 // Источник: https://www.johnkeane.net/wp-content/uploads/2015/02/media_dc_russian.pdf (дата обращения: 15.12.2024)

¹⁰⁸ https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/eu_human_rights_guidelines_on_freedom_of_expression_online_and_offline_ru.pdf (дата обращения: 4.11.2024)

декларацию прав человека 1948 года, Международный пакт о гражданских и политических правах 1966 года, Международную конвенцию о ликвидации всех форм расовой дискриминации 1965 года, Конвенцию о правах ребёнка 1989 года, Европейскую конвенцию о защите прав человека и основных свобод 1950 года, Документ Копенгагенского совещания Конференции по человеческому измерению СБСЕ 1990 года, Конвенцию Совета Европы о доступе к официальным документам 2009 года и многие другие.

Статья 42 Конституции РА гласит:

«1. Каждый имеет право на свободное выражение своего мнения. Это право включает в себя свободу иметь собственное мнение, а также свободу поиска, получения и распространения сведений и идей через какое-либо средство информации без вмешательства государственных органов и органов местного самоуправления и независимо от государственных границ.

2. Гарантируется свобода печати, радио, телевидения и других средств информации. Государство гарантирует деятельность независимого общественного телевидения и общественного радио, предлагающих разнообразие передач информационного, образовательного, культурного и развлекательного характера.

3. Свобода выражения мнения может быть ограничена только законом — в целях государственной безопасности, защиты общественного порядка, здоровья и нравственности или чести и доброго имени, а также основных прав и свобод других лиц.»

В пункте 2 «Руководства ЕС по правам человека в области свободы выражения мнений в интернете и вне его» (SN 10232/14)¹⁰⁹ говорится: «Свобода мнения и выражения необходима для реализации и использования множества других прав человека, включая свободу собраний и объединений, свободу мысли, религии или веры, право на образование, право на участие в культурной жизни, право голосовать и все прочие политические права, связанные с участием в общественных делах. Демократия не может существовать без них». В реализации свободы мнения и выражения будет проявляться и политическая воля граждан,

что представляет особый интерес в рамках данного исследования. Формы выражения политической воли граждан могут быть различными и зависят от уровня демократического развития общества. Основными формами выражения политической воли граждан являются:

1. Выборы, референдумы и гражданские инициативы, которые позволяют гражданам прямо участвовать в формировании власти и выражении своей политической воли. Граждане избирают своих представителей в органы власти, голосуют за важные решения на референдумах либо принимают участие (путем инициирования или присоединения) в гражданских инициативах.

2. Массовые мероприятия: реализация свободы собраний, участие в митингах, демонстрациях, петициях, шествиях и других формах массовых выражений своей политической воли.

3. Объединения: граждане могут вступать в политические партии, общественные организации или создавать их сами, чтобы оказывать влияние на принятие решений и формировать политическую волю через коллективное действие.

4. Средства массовой информации (коммуникации): граждане могут выражать свою политическую волю через средства массовой информации, такие как газеты, телевидение, радио, интернет и социальные сети, публикуя свои мнения, предложения или критику.

Важно также понимать каков политический режим в стране, насколько реально участие граждан в формировании органов государственной власти, в принятии политических решений, насколько гарантирована реализация их прав и т.д. Таким образом, СМИ по-разному будут влиять на формирование политической воли граждан в зависимости от того, закреплён ли в рамках основ конституционного строя принцип единства власти или принцип разделения властей, обеспечена ли в стране однопартийная или многопартийная система, гарантировано ли идеологическое многообразие, какие гарантии и механизмы защиты прав человека реально действуют и т.д.

Любое современное государство, как отмечают К.А. Зенин и В.А. Ишунин, обладает собственной спецификой построения отношений в схеме «власть-пресса-общество», обуславливающей

¹⁰⁹ https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/eu_human_rights_guidelines_on_freedom_of_expression_online_and_offline_ru.pdf (дата обращения: 4.11.2024)

политическую коммуникацию. История изучения данных взаимоотношений (от работ Ю. Хабермаса до современных исследований) изучает две основные модели:

1. Традиционная политическая коммуникация, при которой инициатором взаимоотношений выступает власть. Данный тип коммуникации зачастую не требует обратной связи от народа и использует СМИ как средство распространения властных решений политиков.

2. При альтернативной модели роль инициатора взаимоотношений берут на себя общественные объединения граждан. При таком типе коммуникации обратная связь является обязательным элементом структуры, а СМИ обретают более весомое значение. Данная модель распространена в демократических странах¹¹⁰.

Обращаясь к вопросу о месте граждан в системе «власть-пресса-общество», те же авторы выделяют следующие критерии влияния на то, какая роль будет отведена гражданам в вопросах осуществления политической коммуникации:

- интеллектуальный уровень и заинтересованность, развитие политической культуры;
- доступ к информационным потокам не только своей страны, но и всей мировой индустрии журналистики;
- менталитет и желание принимать участие в политической жизни своего государства.

От активности аудитории зависят способы работы СМИ, которые заинтересованы в получении обратной связи. При качественном её осуществлении СМИ становятся инструментом в руках народа по управлению политическими решениями, что позволяет формировать нормально действующее гражданское общество.

Таким образом, можно заключить, что чем менее демократичен политический режим в стране, тем более контролируемы и менее свободны СМИ. В таком случае наиболее значимой функцией СМИ становится не инфор-

мирование граждан, а пропаганда и агитация, проводимая государственными структурами, часто обремененная официальной идеологией. Формирование общественного мнения и под его воздействием политической воли граждан осуществляется целенаправленно, не оставляя возможностей для критических либо альтернативных подходов.

Чем более демократичен политический режим, тем менее подконтрольны и более свободны СМИ. При таких условиях, помимо основной функции по информированию граждан, СМИ активно выполняют также иные приписываемые им функции (социализация граждан, представительная функция, общественный контроль за деятельностью власти, мобилизационная и другие функции). В демократических странах власть через государственные СМИ старается преподнести гражданам основные направления государственной политики, при этом обязуясь обеспечить их независимость и разнообразие предлагаемого ими контента. Именно такой подход закреплён в части 2 статьи 42 Конституции РФ.

Изменение качества демократического государства и предъявляемых ему требований изменили также характер влияния СМИ на формирование политической воли граждан. Важно понимать, что формирование политической воли граждан – это долгий и постоянный процесс, который требует активного и информированного участия каждого гражданина. Чем больше людей вовлечено в этот процесс, тем лучше политическая воля граждан будет отражать интересы и потребности общества. В рамках демократических традиций можно представить участие граждан в политических процессах двояко. С одной стороны, население не играет прямой роли в политике, но политика осуществляется в общественных интересах с согласия народа. С другой стороны, граждане участвуют в политическом процессе посредством голосования, лоббирования, массовых акций, членства в политических партиях и профсоюзах и т.д. Изменения возможностей вовлеченности все большего числа людей в политические процессы привели к сближению двух вышеизложенных противоречивых подходов, чем можно обосновать переход от

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

«элитарной» к «представительной» демократии. «Политическая роль средств массовой информации, таким образом, зависит не только от характера политического процесса; поскольку они опосредуют политические коммуникации, работа средств массовой информации также является конститутивной (образующей) для этого процесса. Опосредованный политический контроль над массами проще в элитарной демократии, где средства массовой информации находятся под давлением, чтобы критически представлять идеи политической элиты населению. В условиях демократии большего участия контроль над процессами производства средств массовой информации и доступ к ним со стороны общественности становятся жизненно важным измерением политического участия»¹¹¹.

При этом сложно предсказать, как сформируется общественное мнение по какому-либо вопросу, так как психологическая структура, личные обстоятельства и внешние влияния играют роль в формировании мнений каждого человека. То же самое относится и к изменениям в общественном мнении. Некоторые общественные мнения можно объяснить конкретными событиями и обстоятельствами, но в других случаях причины более неуловимы. Некоторые мнения, однако, предсказуемы: например, общественное мнение о других странах, по-видимому, во многом зависит от состояния отношений между правительствами этих стран. Враждебное общественное отношение не является причиной плохих отношений — оно является их результатом.¹¹² Профессор В.Ф. Кузнецов отмечает, что в рамках государственного управления в основном действуют консервативные тенденции и одностороннее функционирование — от центра к обществу, в результате чего граждане находятся в неведении о состоянии дел в политической сфере и не видят будущих перспектив. В связи с

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. // Источник: [https://eprints.lse.ac.uk/48964/1/Amended%20Livingstone Mass media democaracy.pdf](https://eprints.lse.ac.uk/48964/1/Amended%20Livingstone%20Mass%20media%20democracy.pdf) (дата обращения: 18.12.2024)

¹¹² <https://www.britannica.com/topic/public-opinion/Mass-media-and-social-media> (дата обращения: 18.12.2024)

этим автор предлагает пересмотреть устоявшиеся политические коммуникационные связи и создать новую систему коммуникационного государственного управления, чтобы за счет передачи и обмена сообщениями между различными социальными группами устанавливались контакты и связи, позволяющие им принимать участие в выработке и реализации государственной политики¹¹³.

Обобщая вышеизложенное, можно констатировать:

- *СМИ формируют общественное мнение, которое служит почвой для формирования политической воли граждан в любом государстве,*

- *характер формируемой политической воли будет разниться в зависимости от основ конституционного строя, политического режима, характеристик политической системы страны,*

- *следует обозначить взаимовлияние СМИ и общественного мнения: СМИ формируют общественное мнение, при этом их деятельность направлена на удовлетворение потребностей общества, поэтому вынуждены по необходимости корректировать свою продукцию,*

- *степень демократичности государства позволяет вывести на первый план определенные функции СМИ,*

- *измерением политического участия граждан становится возможность контроля над продукцией средств массовой информации и доступ к ним со стороны самой широкой общественности,*

- *только при активном участии граждан в политической коммуникации СМИ становятся инструментом в руках народа по управлению политическими решениями, что позволяет формировать истинное гражданское общество.*

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

3.2. Участие средств массовой информации в освещении избирательных процессов в Республике Армения

Тезис о том, что средства массовой информации играют ключевую роль в демократических процессах, в том числе в выборах, неоспорим. Однако так как политический успех в основном принято интерпретировать как успех на выборах, основное внимание уделяется именно периоду выборов. В исследованиях тоже в центре внимания оказываются вопросы освещения демократических процессов, которые чаще всего сводятся к деятельности средств массовой информации в периоды выборов, нежели периоды между выборами¹¹⁴. Справедливости ради, стоит отметить, что роль СМИ в освещении демократических процессов в период между выборами не менее важна, ведь граждане формируют свое представление о политиках, политических взглядах и политических векторах не только в период непосредственно перед выборами, но и на протяжении нескольких лет между выборами. В связи с этим сегодня многие эксперты и исследователи твердят, что в указанном контексте разница между межвыборными периодами и периодами выборов размыта, и выдвигают теорию «постоянной кампании»¹¹⁵.

Идея, лежащая в основе теории постоянной кампании, заключается в том, что политические деятели, принимая решения в своей повседневной деятельности (будь то в правительстве или в оппозиции), постоянно учитывают их влияние на оценку избирателей и, в зависимости от этого, на свой рейтинг или рейтинг своей политической силы. Так, например, Брендан Дж. Доэрти приводит эмпирические доказательства растущего внимания

американских президентов к проблемам выборов на протяжении всего срока их полномочий, ясно демонстрируя, что сложно предполагать, что время, которое президент тратит на кампанию за переизбрание, можно отделить от времени, которое он проводит у власти. Доэрти утверждает, что стремление к постоянным кампаниям и необходимости поддержания своей популярности заставляет президента всегда быть в поиске новых способов мобилизации электората и проведения политических акций, что забирает время, которое могло бы быть потрачено на более глубокое стратегическое руководство страной. Таким образом, основная идея заключается в том, что существует конфликт между обязанностью управлять и необходимостью постоянно готовиться к выборам, что увеличивает нагрузку на президента и может негативно сказаться на качестве государственного управления¹¹⁶. Но при этом для СМИ такое поведение политических лидеров выглядит гораздо привлекательнее, чем их деятельность лишь в качестве политических деятелей, исполняющих свои обязанности.

Огромное значение приобретают не только политические опросы общественного мнения, которые нельзя оценивать как всего лишь пассивный инструмент измерения политического настроения электората, но и сами результаты опросов общественного мнения, которые, в свою очередь, влияют на общественное мнение, особенно сведения об успехах или неудачах политических деятелей или кандидатов¹¹⁷. Люди все чаще обращаются к СМИ, чтобы узнать, что думают другие люди, чтобы учесть при формировании собственного мнения.

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 // Источник: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/13540688231187964> (дата обращения: 10.12.2024)

¹¹⁵ См., например: 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 // Источник: https://doi.org/10.1007/978-3-031-11691-9_1 (дата обращения: 10.12.2024)

¹¹⁶ Подробнее см.: Doherty, Brendan J. The Rise of the President's Permanent Campaign. Lawrence: University Press of Kansas, 2012

¹¹⁷ См. об этом подробнее: 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 // Источник: https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/25772/ssoar-2006-andersson_et_al-forecasting_the_outcome_of_a.pdf?sequence=1&isAllowed=y&lnkname=ssoar-2006-andersson_et_al-forecasting_the_outcome_of_a.pdf (дата обращения: 14.12.2024)

Так, Сюзен Хербст¹¹⁸ доказывает, что в последние десятилетия американец, желающий определиться со своим отношением к каким-то проблемам, все чаще ориентируется на результаты опросов, а не на более детальную информацию. Из-за этого политические дискуссии по различным вопросам теряют свое значение. Мэтью Робинсон¹¹⁹ утверждает, что президент США Билл Клинтон избежал отстранения от власти в результате импичмента во многом благодаря тому, что опросы показывали, что он пользуется высокой популярностью у американцев, и законодатели США не захотели рисковать и раздражать своих избирателей¹²⁰.

В современном мире средства массовой информации, общественное мнение и опросы общественного мнения тесно связаны. Доказательством этого является тот факт, что различные СМИ проводят или спонсируют собственные опросы, фактически создавая эксклюзивные новости. Таким образом, опросы становятся инструментом для сбора новостей, контролируемым журналистами.

Заметив, насколько опросы общественного мнения повсеместно используются в освещении политики в СМИ, особый интерес стал вызывать вопрос о влиянии опросов общественного мнения на электоральное поведение. Несмотря на то что исследования в этой области дают противоречивые выводы, тем не менее, армянское избирательное законодательство напрямую обращается к правовому регулированию этого вопроса. Так, согласно части 2 статьи 22 Конституционного закона РА «Избирательный кодекс Республики Армения» (далее – Избирательный

кодекс РА)¹²¹, «при опубликовании результатов социологического опроса о рейтингах кандидатов и партий, участвующих в выборах, организация, проводящая опрос, обязана указать даты проведения опроса, количество респондентов и форму выборки, форму и место сбора, точную формулировку вопроса, статистическую оценку возможной ошибки и заказчика».

При публикации результатов журналистского опроса о рейтингах кандидатов и партий, участвующих в выборах, средства массовой информации, проводящие опрос, а также лица, переиздающие или освещающие результаты опроса, обязаны указывать даты проведения опроса, количество респондентов и форму выборки, форму и место сбора, точную формулировку вопроса.

В день, предшествующий дню голосования, а также в день голосования до 20:00 часов запрещается публиковать результаты социологического опроса о кандидатах, партиях, участвующих в выборах, а также информацию о них, посредством телевидения и радио, осуществляющих наземное вещание, или печатную прессу».

Таким образом, можно констатировать, что **армянский законодатель косвенно признает существенное влияние результатов опросов общественного мнения на формирование электорального настроения и, возможно, поведение избирателей, ограничив возможности опубликования этих результатов или сведений о них в так называемые «дни молчания»**, включающие день, предшествующий дню голосования, и сам день голосования до срока окончания голосования, то есть до 20:00. Причем ограничение касается не только тех субъектов, которые осуществили или заказали этот опрос, какими могут оказаться, скажем, кандидаты, партии, интересующиеся избирательными процессами различные организации, а также СМИ, но и средств массовой информации, которые в данном случае могут оказаться лишь распространяющими эту информацию или освещающими результаты указанных опросов. На электоральный успех политических деятелей СМИ влияют положительно с учетом того обстоятельства, что избиратели, скорее

¹¹⁸ **Herbst Susan** Numbered Voices: How Opinion Polling Has Shaped American Politics. University of Chicago Press, 1993 // Источник: https://books.google.am/books?id=Tx7JUgaU8FQC&printsec=frontcover&hl=hy&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false (дата обращения: 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=cmkfAAAAAAAJ&redir_esc=y (дата обращения: 10.12.2024)

¹²⁰ Цит. по: <https://psyfactor.org/lib/sociology.htm?ysclid=m5x29krerd376664826> (дата обращения: 14.12.2024)

¹²¹ Конституционный закон РА «Избирательный кодекс Республики Армения» ЗР-54-Н, принят 25 мая 2016 года. // Источник: www.arlis.am (дата обращения: 14.10.2024)

всего, проголосуют за кандидатов, с которыми они знакомы и о которых у них имеется достаточно информации. Кроме того, СМИ являются отличной платформой, позволяющей политическим деятелям взаимодействовать с гражданами. Взаимодействие общественности с политическими деятелями почти всегда опосредовано, через СМИ политики могут информировать общественность о своих решениях и позициях и продвигать свои цели и планы. Более того, СМИ также помогают политикам влиять друг на друга, создавая возможности для дискуссий и диалога между политическими деятелями.

Из вышеизложенного следует, что **освещение в СМИ деятельности политических деятелей или кандидатов влияет на общественное мнение и играет важную роль в обеспечении популярности этих политиков (кандидатов) и, как следствие, политического успеха.** С учетом указанного обстоятельства, избирательное законодательство современных государств, а также международно-правовые акты широко обращаются к правовым регулированиям вопросов освещения в СМИ демократических и в особенности избирательных процессов. Участие СМИ в освещении избирательных процессов условно можно разделить на два формата: информирование участников избирательных процессов о выборах и предвыборная агитация. В рамках данного параграфа будет рассмотрен первый из представленных форматов участия СМИ в освещении избирательных процессов.

Следует отметить, что участие СМИ в освещении избирательных процессов может рассматриваться и в более узком понимании, например, как информирование не всех участников избирательного процесса, а лишь избирателей. Так, например, в части 1 статьи 48 Модельного избирательного кодекса для государств-участников СНГ 2020 года указано, что «информационное обеспечение выборов включает в себя информирование избирателей и предвыборную агитацию»¹²².

¹²² Модельный избирательный кодекс для государств-участников СНГ Межпарламентской Ассамблеи государств – участников СНГ / Приложение к постановлению МПА СНГ от 27 ноября 2020 года № 51-15. Источник: <https://iacis.ru/public/upload/files/1/934.pdf?ysclid=m9ubc9a231687289556> (дата обращения: 23.04.2025)

И международно-правовые документы, и национальные законодательства, регулирующие участие СМИ в выборах, направлены на обеспечение свободных, честных и прозрачных выборов, а также на предотвращение манипуляций и пропаганды, что способствует гарантированию права граждан на информацию и участие в политическом процессе. Такие цели регулирования важны с учетом в том числе и того факта, что объективно внимание СМИ неравномерно распределено между различными субъектами. Наличие политической власти, должности или влиятельной политической позиции оказывается одним из наиболее важных критериев.

Средства массовой информации играют ключевую роль в демократических процессах, в том числе и в демократических выборах, обеспечивая их информационную прозрачность, доступность и подотчетность. Наличие правового регулирования института демократических выборов и периодическое проведение выборов еще не гарантируют демократичности избирательных процессов. Мировое сообщество выработало множество критериев для определения характера или степени демократичности избирательных процессов¹²³. К таковым относятся, например, наличие таких принципов избирательного права, как всеобщее избирательное право, равное избирательное право, прямое избирательное право, свобода волеизъявления, тайность голосования, периодичность выборов, открытость и гласность выборов, или такие требования, как организация выборов независимым органом, возможность наблюдения за выборами, эффективная система обжалования и защиты избирательных прав и т.д.

Касательно стандартов демократических выборов важнейшим и наиболее универсальным международно-правовым документом можно признать Конвенцию о стандартах демократических выборов, избирательных прав и свобод в государствах-участниках Содружества Независимых Государств (далее – также Кон-

¹²³ Подробнее о международно-правовых документах, касающихся демократических выборов, см.: 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.

венция о стандартах)¹²⁴. Конвенция о стандартах в статье, посвященной открытым и гласным выборам, гласит:

«1. Подготовка и проведение выборов осуществляется открыто и гласно.

2. Решения органов государственной власти, органов местного самоуправления, избирательных органов, принятые в пределах их компетенции и связанные с назначением, подготовкой и проведением выборов, обеспечением и защитой избирательных прав и свобод гражданина, в обязательном порядке подлежат официальному опубликованию либо доводятся до всеобщего сведения иным путем в порядке и сроки, предусмотренные законами.

3. Правовые акты и решения, затрагивающие избирательные права, свободы и обязанности гражданина, не могут применяться, если они не опубликованы официально для всеобщего сведения.

4. Избирательный орган в течение срока, установленного законодательством о выборах, официально публикует в своем печатном органе или в иных средствах массовой информации сведения об итогах голосования, а также данные об избранных лицах.

5. Соблюдение принципа открытости и гласности выборов должно обеспечивать создание условий для осуществления общественного и международного наблюдения за выборами» (статья 7).

Несмотря на то что сегодня все государственные и муниципальные органы власти имеют официальные каналы (преимущественно электронные) опубликования своих актов, однако роль СМИ огромна в вопросах информирования всех субъектов избирательного процесса: избирателей, кандидатов, наблюдателей и др. Так, если органы публичной власти, например, Центральная избирательная комиссия, Комиссия по телевидению и радио и т.д., на своих официальных интернет-сайтах публикуют

свои правовые акты, справки, объявления, представляя политически сдержанную, взвешанную и сбалансированную информацию, лишенную каких-либо оценок, то СМИ могут позволить себе оценки, комментарии, цитаты, которые придают эмоциональный окрас казалось бы весьма прозаичным темам и вопросам даже в рамках выполнения ими основной своей функции – информирования участников избирательного процесса.

Отдельную статью Конвенция о стандартах посвятила государственной информационной поддержке выборов и агитационной деятельности, в рамках которой обязала Стороны обеспечить свободу поиска, сбора, распространения информации о выборах, кандидатах, беспристрастное информационное освещение выборов в средствах массовой информации и телекоммуникаций (часть 1 статьи 13). Средства массовой информации и телекоммуникаций призваны информировать население о выборах, выдвижении кандидатов (списков кандидатов), их предвыборных программах (платформах), о ходе избирательной кампании, итогах голосования и результатах выборов, осуществлять свою деятельность в рамках конституции, законов, международных обязательств государства (часть 2 статьи 13).

Конвенция о стандартах гарантирует ряд прав при освещении избирательных процессов. Так, в соответствии с законодательством представители средств массовой информации и телекоммуникаций вправе:

а) присутствовать на заседаниях избирательных органов, обеспечивая гласность и открытость их деятельности;

б) знакомиться с документами и материалами соответствующих избирательных органов об итогах голосования или результатах выборов, изготавливать либо получать от соответствующего избирательного органа копии указанных документов и материалов, передавать их для опубликования в средства массовой информации и телекоммуникаций;

в) присутствовать на публичных агитационных мероприятиях, освещать в средствах массовой информации ход их проведения;

г) присутствовать при проведении голосования, подсчете голосов избирателей, установлении итогов голосования и результатов выборов (часть 3 статьи 13).

¹²⁴ Конвенция о стандартах демократических выборов, избирательных прав и свобод в государствах – участниках СНГ (Кишинев, 7 октября 2002 г.) // Источник: https://iacis.ru/baza_dokumentov/normativno-pravovie_dokumenti_sng_podgotovlennii_mpa_sng (дата обращения: 14.10.2024)

В рамках рассматриваемого вопроса особый интерес представляет практика Европейского суда по правам человека (далее – также ЕСПЧ). Статья 3 Протокола N 1 к Конвенции о защите прав человека и основных свобод (далее - Европейская конвенция)¹²⁵ «Право на свободные выборы» устанавливает: «Высокие Договаривающиеся Стороны обязуются проводить с разумной периодичностью свободные выборы путем тайного голосования в таких условиях, которые обеспечивали бы свободное волеизъявление народа при выборе органов законодательной власти».

Со временем Европейский суд по правам человека, толкуя Европейскую конвенцию, отметил, что являющаяся предметом спора статья включает также предвыборную агитацию. Более того, Европейский суд по правам человека уже неоднократно (в аспекте нескольких дел) подчеркивал тесную связь между свободными выборами и свободой выражения мнения касательно статьи 10 Европейской конвенции. Суд нашел, что эти два права, особенно свобода политических дискуссий, являются основой демократического общества. Оба права взаимосвязаны и укрепляют друг друга¹²⁶.

Европейский суд по правам человека в своей практике не раз рассматривал вопросы, связанные с ролью СМИ в освещении выборов. Важнейшими аспектами, которые ЕСПЧ поднимал, являются свобода СМИ, обеспечение равенства и нейтралитета, а также соблюдение принципов плюрализма информации в контексте выборов. Считаем важным подчеркнуть следующие ключевые правовые позиции ЕСПЧ, связанные с ролью СМИ в избирательном процессе (не претендуя на то, чтобы представить исчерпывающий перечень):

1. *свобода выражения и СМИ* (статья 10 Европейской конвенции по правам человека). ЕСПЧ неоднократно подчеркивал,

¹²⁵ Протокол к Европейской конвенции о защите прав и основных свобод (измененная 11-ым Протоколом) (Париж, 20 марта 1952 г.) // Источник: www.arlis.am (дата обращения: 14.10.2024)

¹²⁶ Подробнее см.: **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.

что свобода СМИ является важнейшей составляющей демократического общества, особенно в контексте выборов, где важно, чтобы граждане имели доступ к разнообразной информации и могли свободно принимать участие в политическом процессе. Так, в деле Лингенс против Австрии (*Lingens v. Austria, 1986*) ЕСПЧ постановил, что журналисты и СМИ должны иметь право сообщать информацию и выражать свои мнения, даже если эти мнения могут быть критическими к государственным институтам или политическим фигурам. Это право защищается также в период выборов, когда важно обеспечить свободу обсуждения политических программ и кандидатов. «Свобода печати наделяет к тому же общество одним из самых совершенных инструментов, позволяющих узнать и составить представление об идеях и позициях политических лидеров. В более общем виде можно сказать, что свобода политической дискуссии составляет стержень концепции демократического общества, которая проходит через всю Конвенцию. Соответственно, пределы допустимой критики в отношении политического деятеля как такового шире, чем в отношении частного лица. В отличие от последнего, первый должен проявлять и большую степень терпимости к пристальному вниманию журналистов и всего общества к каждому его слову и действию» (п. 42)¹²⁷.

В деле Гюндюз против Турции (*Gunduz v. Turkey, 2003*) были затронуты особенности применения статьи 10 Европейской конвенции к публичным политическим дебатам. ЕСПЧ подтвердил свою устойчивую правовую позицию, согласно которой необходимо учитывать не только содержание дискуссии, но и условия, в которой она проводится. В частности, государственный контроль за свободой выражения мнений в ходе живого устного диалога не может быть таким же строгим, как по отношению к обмену мнениями в печатных СМИ.¹²⁸

2. *Принцип нейтралитета и объективности СМИ в избирательный период.* Хотя свобода выражения имеет важное значение,

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) (дата обращения: 14.10.2024)

¹²⁸ https://ozlib.com/993723/pravo/gyundyuz_protiv_turtsii (дата обращения: 14.10.2024)

3. *Равенство и доступность для всех участников выборов.* ЕСПЧ акцентирует внимание на важности обеспечения равного доступа всех кандидатов и политических партий к СМИ. При этом говорит и о допустимости пределов критики в отношении политических деятелей. Так, в деле *Обершлик против Австрии (Oberschlick v. Austria, 1991)* говорится: « ... Пределы допустимой критики в отношении политического деятеля как такового шире, чем в отношении частного лица. Первый неизбежно и сознательно оставляет открытым для пристального анализа журналистов и общества в целом каждое свое слово и действие, а следовательно, должен проявлять и большую степень терпимости, особенно когда он сам делает публичные заявления, которые способны вызвать критику. Политик, конечно, имеет право на защиту своей репутации, даже когда он выступает не в личном качестве, но в таких случаях необходимо взвешивать потребности подобной защиты в связи с интересом общества к открытой дискуссии по политическим вопросам (п. 59)¹³⁰.

93

Помимо судебной практики, Комитетом министров Совета Европы неоднократно были приняты документы, направленные на надлежащее регламентирование освещения средствами мас-

94

совой информации избирательных процессов. В частности, Рекомендация N Rec(99)15 Комитета министров государствам-участникам о мерах по освещению избирательных кампаний средствами массовой информации гласит следующее: «Принципы справедливости, взвешенности и непредвзятости при освещении избирательной кампании СМИ должны применяться ко всем видам политических выборов, происходящих в государствах-участниках, то есть к президентским, парламентским, региональным и, где применимо, к местным выборам и политическим референдумам»¹³³.

В Рекомендации CM/Rec(2007)15 Комитета министров государствам-членам о мерах, касающихся освещения избирательных кампаний в СМИ, говорится: «Нормативные рамки освещения выборов в СМИ должны уважать редакционную независимость СМИ. Государства-члены должны обеспечить эффективное и явное разделение между осуществлением контроля над СМИ и принятием решений в их отношении и осуществлением политической власти или влияния» (п. 3)¹³⁴.

Рассмотрение практики Европейского суда по правам человека и некоторых международных документов об освещении избирательных процессов средствами массовой информации позволяет сделать следующие выводы:

- *деятельность СМИ в рамках освещения выборов должна быть законодательно урегулирована,*
- *свобода выражения не должна ограничиваться, в том числе в период выборов,*
- *СМИ должны обеспечить равенство и доступность для всех участников выборов,*
- *в выборный период СМИ должны руководствоваться принципом нейтралитета и объективности,*
- *в рамках политической дискуссии свобода выражения может быть ограничена в соответствии с критериями необходимости в демократическом обществе,*

¹³³ <http://humanrts.umn.edu/russian/euro/R15Rec1999.html> (дата обращения: 16.12.2024)

¹³⁴ [https://search.coe.int/cm/#\[%22CoEIdentifier%22:\[%2209000016805d4a3d%22\],%22sort%22:\[%22CoEValidationDate_%20Descending%22\]\]](https://search.coe.int/cm/#[%22CoEIdentifier%22:[%2209000016805d4a3d%22],%22sort%22:[%22CoEValidationDate_%20Descending%22]]) (дата обращения: 16.12.2024)

- пределы допустимой критики в отношении политических деятелей шире, чем в отношении частных лиц.

Считаем важным подчеркнуть, что вышепредставленные постулаты в той или иной степени отражены и в избирательном законодательстве Республики Армения. Во-первых, в целях информационного обеспечения выборов законодатель обязал Общественное радио и телевидение представлять общественности указанную Избирательным кодексом информацию. Так,

- в случае выборов в органы местного самоуправления Центральная избирательная комиссия в семидневный срок после назначения выборов публикует на Общественном радио и телевидении информацию о выборах органов местного самоуправления, о тех муниципалитетах, в которых проводятся выборы, о сроках подачи заявлений о неточностях в списках избирателей, о сроках выдвижения и регистрации кандидатов, а также дне голосования (часть 8 статьи 8 Избирательного кодекса РА),

- во время выборов в Национальное Собрание Центральная избирательная комиссия с трехчасовой периодичностью после начала голосования по Общественному радио и Общественному телевидению в прямом эфире из места пребывания Центральной избирательной комиссии публикует данные об участии избирателей в голосовании (часть 9 статьи 8 Избирательного кодекса РА),

- партиям (блокам партий), участвующим в выборах в Национальное Собрание, муниципального совета Еревана и муниципальных советов областных центров, в порядке, установленном Центральной избирательной комиссией, предоставляется бесплатное и платное эфирное время на Общественном радио и Общественном телевидении (часть 2 статьи 20 Избирательного кодекса РА),

- во время выборов в Национальное собрание, Муниципального совета Еревана и муниципальных советов областных центров Общественное телевидение Армении в период предвыборной агитации организует предвыборные дебаты, обеспечивая равные условия участия для всех партий (партийных блоков) (абзац 2 части 4 статьи 20 Избирательного кодекса РА),

- Общественное радио и Общественное телевидение с разумной частотой транслируют социальную рекламу, представлен-

ную Центральной избирательной комиссией (абзац 5 части 4 статьи 20 Избирательного кодекса РА),

- предварительные результаты голосования на выборах в Национальное Собрание официально объявляются в прямом эфире по Общественному радио и Общественному телевидению (абзац 2 части 1 статьи 75 Избирательного кодекса РА).

Во-вторых, законодатель закрепляет также требования, предъявляемые «качеству» выдаваемой Общественным телевидением и радио информации и характеристикам трансляции. Так,

1) во время выборов в Национальное собрание, Муниципального совета Еревана и муниципальных советов областных центров Общественное радио и Общественное телевидение обязаны транслировать выпуски или передачи о предвыборных программах партий (блоков партий), участвующих в выборах, *обеспечивая беспристрастность, сбалансированность, информацию, свободную от оценок, и равные условия* (абзац 1 части 4 статьи 20 Избирательного кодекса РА),

2) Общественное радио и Общественное телевидение во время выборов обязаны *обеспечить недискриминационные условия для кандидатов, партий (блоков партий), участвующих в выборах*. В программах новостей Общественного радио и Общественного телевидения *должна быть представлена непредвзятая и лишенная оценок информация о предвыборной агитации партий (партийных блоков), участвующих в выборах* (абзацы 1 и 2 части 3 статьи 20 Избирательного кодекса РА).

3) Неосуществление кандидатом, партиями (блоками партий), участвующими в выборах, предвыборной агитации не является основанием для неопубликования сведений о данном кандидате, партии, участвующей в выборах, в средствах массовой информации (абзац 3 части 3 статьи 20 Избирательного кодекса РА). В юридической литературе есть обращение к неопределенности, порожденной предложенной в указанной статье формулировкой Избирательного кодекса РА¹³⁵. В частности, открытым

остается вопрос о том, каковы границы усмотрения средств массовой информации при опубликовании сведений о таких кандидатах и партиях, и является ли для СМИ публикация сведений о таких кандидатах или партиях их правом или обязанностью. Открытым остается также вопрос о том, справедливо ли возлагать такое бремя на средства массовой информации, если сами партии или кандидаты не намерены агитировать.

4) В целях обеспечения самого широкого освещения законодательством требуется *армянский сурдоперевод во время бесплатных эфиров и предвыборных дебатов* Общественного телевидения Армении. *Видеозаписи аудиовизуальных программ*, посвященных предвыборной агитации, транслируемых Общественной телекомпанией Армении, *должны сопровождаться армянскими субтитрами* (часть 14 статьи 20 Избирательного кодекса РА).

Считаем важным отметить также, что первые три из вышеизложенных положений распространяются в равной степени на телекомпанию и радиокompанию, осуществляющие телерадиовещание на частной основе, предоставляющие эфирное время для предвыборной агитации кандидатам и партиям (часть 6 статьи 20 Избирательного кодекса РА).

В целях обеспечения гарантий запрета воздействия на свободное волеизъявление избирателей Избирательный кодекс РА запрещает сотрудникам радиокompаний и телекомпаний, осуществляющих наземное эфирное вещание, а также лицам, имеющим трудовые договоры или договоры на оказание платных услуг, зарегистрированным в качестве кандидатов, освещать выборы, вести радиопередачи или телепередачи, за исключением установленных законом случаев (часть 1 статьи 22 Избирательного кодекса РА).

Как известно, наличие правовых регулирований еще не гарантирует их неукоснительного исполнения. Контроль за соблюдением предвыборной агитации телерадиокompаниями, транслирующими аудио- и видеопрограммы, осуществляет Комиссия по телевидению и радио. В период предвыборной агитации она наделяется Избирательным кодексом полномочием по осуществлению мониторинга оценки обеспечения телерадиокompаниями равных условий для партий (блоков партий), участвующих в вы-

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.

борах Национального Собрания, Муниципального совета Еревана и муниципальных советов областных центров. С этой целью Комиссия по телевидению и радио разрабатывает, публикует и представляет в Центральную избирательную комиссию методику оценки обеспечения равных условий для партий, участвующих в выборах, в период предвыборной агитации телерадиокомпаниями, осуществляющими наземное, кабельное и спутниковое вещание. Комиссия по телевидению и радио обобщает результаты мониторинга в виде заключения, публикует и представляет в ЦИК.

Роль Комиссии по телевидению и радио как независимого конституционного органа, регулирующего сферу аудиовизуальных СМИ, очень важна в обеспечении прозрачности избирательного процесса, недискриминационных условий для партий (блоков партий), участвующих в выборах, и права избирателей на получение объективной, проверенной и достоверной информации. Итоги этой деятельности Комиссии по телевидению и радио получают свое отражение в заключении в виде проведенной оценки. Оценка, данная независимым конституционным органом, вместе с иными оценками, сведениями, решениями, заключениями и т.д., в свою очередь, ложится в основу оценки действительности выборов, которая дается Центральной избирательной комиссией¹³⁶. Избирательный кодекс РА условием признания выборов недействительными признает нарушения Избирательного кодекса, которые произошли во время выборов и которые могли повлиять на результаты выборов – при условии, что последствия этих нарушений невозможно устранить путем проведения переголосования.

Таким образом, перед двумя независимыми государственными органами стоит архисложная задача – выявить нарушения Избирательного кодекса, которые произошли во время выборов, и дать им оценку. Комиссия по телевидению и радио должна заключить, имеются ли в действиях аудиовизуальных компаний, предоставляющих медиа услуги, нарушения в обеспечении рав-

ных условий для партий и партийных блоков, участвующих в предвыборной агитации. И если в итоге Комиссия по телевидению и радио заключит, что нарушения имеются, тогда в рамках процесса обобщения результатов выборов Центральная избирательная комиссия будет вынуждена оценить влияние этих (и иных) нарушений на итоги выборов, а также возможности устранения последствий этих нарушений.

Деятельность Комиссии по телевидению и радио в период выборов значима еще и в вопросах выявления проблем и вызовов, существующих в процессе освещения выборов средствами массовой информации в Армении. И если в рамках освещения выборов аудиовизуальными СМИ, такими как телевидение и радио, их деятельность возможно контролировать, что, в свою очередь, дает возможность на основе выводов и заключений выступать с предложениями о путях устранения проблем, предпринимать меры, направленные на решение или смягчение вызовов, то в рамках освещения выборов современными средствами коммуникации вопросы контроля и мониторинга пока решить не удастся. Этот факт считаем наиболее значимым современным вызовом в рамках освещения выборов средствами массовой информации, особенно с учетом того обстоятельства, что согласно последним исследованиям, посвященным медиапотреблению и привычкам медиапользователей в Армении, если в рамках общего потребления медиа-источников телевидение все еще опережает интернет-источники, которые оставили далеко позади радио и прессу, то в рамках медиа-источников, используемых для получения общественно-политических новостей, в 2024 году (аналогичны результатам 2023 года) основными источниками оказались социальные сети (62 процента респондентов указали этот вариант), далее следует телевидение (45 процентов)¹³⁷.

Рассмотрение практики Комиссии по телевидению и радио, а также заключений экспертов в этой области, авторитетных международных организаций, осуществляющих наблюдательную

¹³⁶ См., например, Постановление ЦИК от 27 июня 2021 года «О результатах внеочередных выборов Национального Собрания Республики Армения 20 июня 2021 года» N 183-И. Источник: https://res.elections.am/images/Decisions/27.06.21/21.183_A.pdf (дата обращения: 16.12.2024)

¹³⁷ [Исследование свободы слова и потребления СМИ в Армении](#). / Ответственные за содержание отчета: Шушан Гариян, Гаяне Арутюнян, Лиана Погосян, ООО «Призма», Ереван, 2024 (на арм. языке)/(дата обращения: 16.12.2024)

миссию в рамках выборов, позволяет обозначить следующие, на наш взгляд, основные актуальные проблемы, связанные с освещением выборов средствами массовой информации в Республике Армения:

1. *Политическая предвзятость отдельных СМИ.* СМИ в Армении часто страдают от политического влияния, получая поддержку от отдельных влиятельных политиков, предпринимателей или политических сил. Учитывая практику вовлечения предпринимателей в политику, это может повлиять на качество избирательной информации, ограничивая доступ общественности к объективным фактам и событиям, создавая проблему подачи предвзятой информации при освещении выборов с точки зрения интересов определенных сил. К этой проблеме, в частности обращается наблюдательная миссия ОБСЕ/БДИПЧ в своем заключительном докладе о внеочередных выборах Национального Собрания РА от 20 июня 2021 года (Варшава, 27 октября 2021 года), в разделе X, посвященном СМИ, указав, что СМИ применяли «разную редакционную политику» в отношении партий и блоков партий, участвующих в выборах¹³⁸.

2. *Распространение интернет-ресурсов и отсутствие ресурсов для возможного контроля освещения ими избирательных процессов.* Как сказано в заключительном докладе ОБСЕ/БДИПЧ о внеочередных выборах Национального Собрания РА от 9 декабря 2018 года (Варшава, 7 марта 2019 года), «Пока телевидение является основным источником политической информации, роль новостных интернет сайтов и социальных сетей возросла»¹³⁹. Электронные ресурсы являются самым широко применяемым каналом общения между избирателями и избираемыми в наше время. Законодательства разных стран обращаются к вопросам правового регулирования освещения выборов пос-

¹³⁸ Заключительный доклад ОБСЕ/БДИПЧ о внеочередных выборах Национального Собрания РА от 20 июня 2021 года (Варшава, 27 октября 2021 года), раздел X, с. 30. // Источник: <https://res.elections.am/images/doc/OSCE20.06.21.pdf> (дата обращения: 16.12.2024)

¹³⁹ Заключительный доклад ОБСЕ/БДИПЧ о внеочередных выборах Национального Собрания РА от 9 декабря 2018 года (Варшава, 7 марта 2019 года), с. 4. // Источник: <https://res.elections.am/images/doc/OSCE09.12.18.pdf> (дата обращения: 16.12.2024)

редством интернет-ресурсов. Но если в рамках деятельности электронных СМИ классические правовые меры воздействия, предусмотренные законодательством, применимы, с иными интернет-ресурсами дела обстоят сложнее. Одним из новейших инструментов освещения выборов следует признать социальные сети, которые широко используются как для положительной пропаганды, так и для распространения искаженных или ложных сведений. В избирательной практике Армении часто используется агрессивная политическая реклама, включающая дезинформацию. Активное влияние на мнение избирателей оказывают также независимые блогеры, предоставляя информацию, которая может не попасть в традиционные СМИ. Однако трудно переоценить риски в этой сфере. Неимоверная скорость и масштабность распространения через них информации в условиях практически полной бесконтрольности способно отрицательно повлиять не только на политические симпатии и антипатии избирателей, но и на уровень доверия избирателей к избирательным процессам.

3. *Нарушение баланса между свободой выражения и необходимостью ее ограничения в рамках политического дискурса.* Выборы – период времени обострения противоречивых настроений в обществе. Этому еще больше способствует наличие неблагоприятных фонов, которые оказались масштабными по распространенности и требующими больших затрат современные вызовы, такие как пандемия, войны и т.д. Градус накала политических страстей тем выше, чем неблагоприятнее общая атмосфера проведения выборов. С этой точки зрения наличие агрессивной риторики на парламентских выборах в Армении 2021 года вполне закономерна и отмечена многими заинтересованными субъектами (ЦИК РА¹⁴⁰, Защитник прав человека¹⁴¹, Комиссия по телевидению и радио, миссия международных наблюдателей ОБСЕ/БДИПЧ и др.). В Заключении Комиссии по телевидению и радио от 25 июня 2021 года сказано: «... Комиссия разделяет мнение международных наблюдателей за выборами ОБСЕ/БДИПЧ о том,

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

¹⁴¹ <https://ombuds.am/am/site/ViewNews/1755>, <https://ombuds.am/am/site/ViewNews/1721> (дата обращения: 16.12.2024)

что «собеседники ФДИ БДИПЧ отметили растущий объем жесткой, нетерпимой и провокационной риторики на политической арене. Политическая среда, в которой различные мнения регулярно сталкиваются с ненавистью и упреками, особенно в социальных сетях, отрицательно влияют на общественный дискурс» и на все, что передается в программах, транслируемых поставщиками аудиовизуальных медиа-услуг.

По мнению комиссии, необходимо реализовать законодательные изменения, которые нейтрализуют проявления языка ненависти, дезинформации, предвзятости и жесткого поведения в отношении вещателей, которые оказывают серьезное влияние на общество»¹⁴².

Преодоление именно этой проблемы преимущественно связано также с предыдущей – бесконтрольное освещение выборов через интернет-ресурсы, так как именно здесь, на виртуальных площадках, созданы условия для интерактивного взаимодействия избирателя с кандидатами и политическими деятелями, между самими избирателями и между самими кандидатами и политическими деятелями. Многовекторность и скорость такого рода общения не позволяет всецело проследить за соблюдением участниками предписанных законом правил предвыборной агитации или освещения выборов, а при обнаружении такого рода нарушений – применить предусмотренные законом меры.

Итак, можно заключить, что медиа играют важнейшую роль в политической жизни Армении, особенно в контексте выборов. Они обеспечивают информированность граждан, воздействуют на их мнение, а также способствуют формированию политической, в том числе электоральной, культуры. Однако, для повышения качества освещения избирательных процессов необходимо усилить независимость СМИ, бороться с предвзятостью и манипуляциями, обеспечить самый широкий и свободный доступ к информации для всех граждан. Основным вызовом для армянских

¹⁴² Заключение Комиссии по телевидению и радио от 25 июня 2021 года «О соблюдении установленного порядка предвыборной агитации внеочередных выборов Национального Собрания РА от 20 июня 2021 года компаниями, осуществляющими аудиовизуальные медиауслуги, - по результатам мониторинга Комиссии по телевидению и радио». Источник: <https://tvradio.am/resolutions/> (дата обращения: 16.12.2024)

СМИ в будущем, как нам кажется, окажется сохранение баланса между свободой прессы и политическим влиянием, способного гарантировать избирателю возможности принятия решений, основанных на объективной информации.

3.3. Средства массовой информации и предвыборная агитация

СМИ играют важнейшую роль в избирательных процессах любого современного государства. Выборы – протяженный во времени процесс, состоящий из следующих друг за другом нескольких этапов. Как отмечает И.П. Кененова, выборы обрели статус впечатляющего демократического ритуала, а не просто рутинной политико-правовой процедуры¹⁴³. И если вопрос о разбивке избирательного процесса на стадии и об их количестве является дискуссионным¹⁴⁴, то признание предвыборной агитации самым

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 // Источник: www.democracy.ru/library/learning/lectures/page10.html (дата обращения: 16.12.2024); **Хрусталева 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/](https://portal.anterior.ine.mx/archivos3/portal/historico/contenido/Fundamental%20stages%20and%20activities%20of%20the%20Electoral%20Process/) (дата обращения: 16.12.2024) и др.

эмоциональным и интерактивным этапом является бесспорным. Ранее уже говорилось, что участие СМИ в освещении избирательных процессов условно можно разделить на два формата: информирование участников избирательных процессов о выборах и предвыборная агитация. Так как в рамках предыдущего параграфа был представлен первый из названных форматов, то данный параграф будет посвящен участию СМИ в предвыборной агитации. Такое разграничение участия СМИ в освещении избирательных процессов важно как с точки зрения функциональной составляющей, так и субъектного и временного охвата в рамках деятельности СМИ. Так, если применить узкий подход к определению временных рамок участия СМИ в освещении выборов (игнорируя подходы теории постоянной кампании, тезисы о размытости между межвыборными периодами и периодами выборов), то информирование участников избирательных процессов о выборах будет охватывать период времени как минимум с момента назначения выборов до официального подведения итогов выборов, тогда как предвыборная агитация проходит в короткий период времени, который стартует в разных странах по-разному, однако определенно после регистрации кандидатов и партий, участвующих в выборах, и, как правило, заканчивается за день до голосования.

Разница в субъектном составе двух указанных форматов участия СМИ в выборах заключается в том, что если информирование осуществляется такими субъектами избирательного процесса, как органы администрирования выборов (чаще всего, избирательные комиссии), иные органы государственной власти, органы местного самоуправления, средства массовой информации и т.д., то предвыборной агитацией занимаются кандидаты и партии, их представители и доверенные лица, сторонники и противники и т.д. При этом такого права лишены те субъекты, на которых возложены функции информирования участников избирательного процесса.

В рамках функциональной составляющей целью информирования избирателей является обеспечение своевременного оповещения, в первую очередь, избирателей, а также кандидатов, их доверенных лиц, наблюдателей и иных участников избиратель-

ного процесса об основных сведениях по выборам (о дне, месте и времени голосования, о порядке голосования, об избирательных участках, о списках избирателей, об участвующих в выборах партиях и кандидатах, о ходе предвыборной агитации, о правилах проведения предвыборной агитации, о правилах наблюдения за выборами, о результатах голосования и итогах выборов, о порядке обжалования действий (бездействия) и правовых актов избирательных комиссий, и т.д.).

Природа предвыборной агитации иная. Она нацелена на побуждение голосовать «за» или «против» тех или иных кандидатов. Эта деятельность осуществляется и проводится иными субъектами избирательного процесса — зарегистрированными кандидатами, политическими партиями, избирательными блоками, а также гражданами и общественными объединениями в допускаемых законом формах и законными методами, на состязательной основе, свободно, но в рамках избирательного законодательства¹⁴⁵.

Прежде чем обратиться к роли СМИ в предвыборной агитации, необходимо разобраться в применяемой терминологии и определить, что такое предвыборная агитация.

Предвыборная агитация — одна из стадий избирательного процесса, которая разворачивается в определенном юридическом контексте и стартует с момента его назначения. В рамках законодательного определения, которое нашло свое закрепление в Избирательном кодексе РА не так давно¹⁴⁶, предвыборной агитацией считается «любое действие, имеющее цель убедить избирателей голосовать или не голосовать за конкретного кандидата

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.

¹⁴⁶ В изначальном тексте Избирательного кодекса РА 2016 года понятие «предвыборная агитация» не было определено, был лишь обозначен период времени, определяемый как предвыборная агитация. Однако позже Конституционным законом РА от 7 мая 2021 года «О внесении изменений и дополнений в Конституционный закон «Избирательный кодекс Республики Армения»» N 202-Н статья 19 Избирательного кодекса была дополнена частью 1.1, закрепляющей понятие предвыборной агитации.

или партию (блок партий)» (часть 1.1 статьи 19 Избирательного кодекса РА).

Как правило, объявление конкретной даты выборов играет роль запускающего импульса формирования короткоживущей социальной системы. В этот период на конкретной территории нарастает скрытое или явное социальное напряжение, увеличиваются скорость и интенсивность социальных процессов, обостряются мотивационные доминанты большинства социальных групп. Ситуация приближающихся выборов подогревает амбиции одних, создает угрозу интересам других, пробуждает весь спектр мотивов, питающих социальную энергетику¹⁴⁷.

Указанные факторы и обстоятельства генерируют особую атмосферу организации и проведения выборов, важнейшей составляющей которой становится информационное поле избирательного процесса, которое образуется, как отмечает Б.Д. Колосов, «функционированием всей совокупности каналов коммуникации, по которым в период кампании циркулирует специфическая информация, покрывающая определенную территорию, население которой так или иначе вовлечено в избирательный процесс». По его словам, информационное поле избирательной кампании — активная и достаточно локальная, ограниченная во времени и пространстве зона, во многом определяющая характер и результаты избирательного процесса¹⁴⁸.

Важно понимать, что если весь избирательный процесс понимается как недолгий период времени с особой атмосферой, где формируется особое информационное поле, то временной охват предвыборной агитации еще короче. Для внесения ясности следует отметить, что *агитация* в рамках избирательных процессов проводится задолго до *предвыборной агитации*, чаще всего, стартуя даже до официального назначения выборов. Агитирование в рамках избирательного процесса особому правовому регулированию не подвергается (за незначительными исключения-

ми), на него распространяются лишь общие правила, соблюдение которых необходимо в демократическом обществе (свобода СМИ, уважение достоинства личности, защита персональных данных, право на информацию и др.). Период предвыборной агитации устанавливается законодательно для обеспечения равных условий и, в частности, для обеспечения возможности равного пользования публичными ресурсами для всех участников выборов. Установление четких временных рамок гарантирует всем кандидатам и политическим партиям (имущим и неимущим, новым и опытным, знаменитым и не очень) иметь одинаковые возможности для представления своих программ и идей. Законодательное определение временных границ предвыборной агитации дает возможность запланировать свои шаги, делает прогнозируемыми действия и взаимоотношения участников избирательного процесса и контролирующих органов. Кроме того, осуществление предвыборной агитации сопровождается ее финансированием, которое должно быть транспарентным и доступным для контроля в рамках закона. Законодательное закрепление периода предвыборной агитации позволяет определить финансовые рамки для участников избирательного процесса, «уровняв» их таким образом в финансовых возможностях. Еще одним существенным фактором обоснования необходимости регулирования периода агитации является предотвращение чрезмерного давления на избирателя в последние моменты перед их непосредственным волеизъявлением, предоставление возможности избирателю осуществить свой выбор, не находясь под натиском слишком продолжительной или интенсивной агитации.

Избирательный кодекс РА периодом предвыборной агитации признает законодательно определенный период, в течение которого в целях обеспечения равных возможностей для участвующих в выборах партий, кандидатов действуют определенные Избирательным кодексом «*правила пользования публичными ресурсами, осуществления агитации и обеспечения финансовой прозрачности*» (абзац 1 части 1 статьи 19). Период предвыборной агитации начинается на 5-й день после окончания срока, установленного для регистрации кандидатов, избирательных списков участвующих в выборах партий, и заканчивается за день

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 Там же.

до дня выборов. Избирательный кодекс РА закрепляет, что определение периода предвыборной агитации не ограничивает проведение агитации в другие не запрещенные законом периоды (абзац 2 части 1 статьи 19). Но, как показывает практика, политики очень часто начинают агитировать задолго до предвыборной агитации, будучи не обремененными при этом правилами осуществления предвыборной агитации, в том числе ее финансирования. Многие исследователи обращались к вопросу о том, насколько влиятельна агитация в зависимости от времени ее проведения. В частности, Ван Эркель и другие, исследуя вопрос об эффекте упоминания потенциальных кандидатов в СМИ в разные периоды времени, обнаружили, что их появление в СМИ приносит пользу ведущим кандидатам (лидерам) во время длительной кампании (за год до выборов), тогда как внимание СМИ во время короткой кампании (за месяц до выборов) имеет большее значение для обычных кандидатов.¹⁴⁹ Таким образом, влияние СМИ на политический успех многогранно и неоднозначно, а результаты этого влияния окажутся разными в зависимости от того, в какой период времени применительно к конкретному избирательному процессу СМИ оказались способом осуществления агитации.

Избирательное законодательство Армении предусматривает множество способов осуществления предвыборной агитации: через СМИ, в Интернете, посредством агитационных плакатов, агитационных печатных и другие материалов, посредством встреч с избирателями в рамках различного рода собраний (как в помещениях, так и вне помещений), путем организации концертов, представлений, кинопоказов, спортивных и иных мероприятий, путем распространения политической рекламы и т.д.

Предвыборной агитации через СМИ посвящена статья 20 Избирательного кодекса РА, устанавливающая правила предостав-

ления бесплатного и платного эфирного времени на Общественном телевидении и радио всем участвующим в выборах партиям, кандидатам на равных условиях, а также правила для частных телерадиовещательных компаний, которые намерены предоставить эфирное время кандидатам, партиям (блокам партий), участвующим в выборах, для проведения предвыборной агитации. Важно заметить, что установленные Избирательным кодексом правила действуют лишь в период предвыборной агитации (за редкими исключениями). Напомним, что в день голосования и накануне его агитация посредством публичных выступлений, публичных мероприятий, средств массовой информации, в том числе кабельной сети, спутниковой связи и поставщиков аудиовизуальных медиауслуг, осуществляющих наземное вещание, а также посредством рекламы в Интернете запрещена. Таким образом, период времени, в рамках которого будут действовать установленные законом правила, с учетом правовых регулирований Избирательного кодекса РА, длится чуть менее месяца – в рамках очередных парламентских выборов, чуть менее трех недель – в рамках внеочередных парламентских и очередных муниципальных выборов и чуть менее двух недель – в рамках внеочередных муниципальных выборов¹⁵⁰. Итак, какие правила предвыборной агитации и освещения предвыборной агитации предусмотрены Избирательным кодексом РА.

1) Во время выборов вещательные СМИ (радио и телевидение) обязаны обеспечить недискриминационные условия для кандидатов, партий (блоков партий), участвующих в выборах (абзац 1 части 3 и часть 6 статьи 20 Избирательного кодекса РА).

2) Средства массовой информации, учрежденные государственными органами и органами местного самоуправления,

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. // Источник: 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 (дата обращения: 18.12.2024)

¹⁵⁰ Статьи 19, 103, 104, 120 и 122 Конституционного закона РА «Избирательный кодекс Республики Армения» от 25 мая 2016 года N 54-Н. Следует упомянуть, что в рамках внесения изменений в Избирательный кодекс институт внеочередных муниципальных выборов пересмотрен, и после вступления указанных изменений в силу с 1 апреля 2025 года сроки предвыборной агитации в рамках очередных и внеочередных муниципальных выборов будут одинаковы. Конституционный закон РА «О внесении изменений и дополнений в Избирательный кодекс Республики Армения» от 5 декабря 2024 года ЗР-505-Н. Источник: www.arlis.am (дата обращения: 16.12.2024)

обязаны обеспечить недискриминационные и непредвзятые условия для кандидатов, партий (партийных блоков), участвующих в выборах, в период предвыборной агитации (часть 13 статьи 20 Избирательного кодекса РА).

3) Телекомпании и радиокomпании, осуществляющие наземное вещание, обязаны соблюдать излагаемые требования при осуществлении спутникового вещания (часть 8 статьи 20 Избирательного кодекса РА).

4) В новостных программах вещательных СМИ (радио и телевидения) должна быть представлена объективная и непредвзятая информация о предвыборной агитации кандидатов, партий (партийных блоков), участвующих в выборах (абзац 2 части 3 и часть 6 статьи 20 Избирательного кодекса РА).

5) Публикации о партиях (партийных блоках) и кандидатах, участвующих в выборах, не связанные с предвыборной агитацией, должны быть максимально нейтральными (абзац 1 части 3 и часть 6 статьи 20 Избирательного кодекса РА).

6) Запрещается прерывать радиопередачи и телепередачи, связанные с предвыборной агитацией, коммерческой рекламой (часть 7 статьи 20 Избирательного кодекса РА). Следует отметить, что Модельный закон Межпарламентской Ассамблеи государств – участников Содружества Независимых Государств (далее также МПА СНГ) 2019 года «О рекламе» предусматривает подобное регулирование, указав, что «не допускается прерывать рекламой и совмещать с рекламой способом «бегущей строки» ... трансляцию агитационных материалов, распространяемых в телепрограммах и телепередачах в соответствии с национальным законодательством о выборах» (пункт 5 части 4 статьи 13 Модельного закона МПА СНГ) и что «не допускается прерывать рекламой ... трансляцию агитационных материалов, распространяемых в телепрограммах и телепередачах в соответствии с национальным законодательством о выборах» » (пункт 5 части 4 статьи 14 Модельного закона МПА СНГ)¹⁵¹.

¹⁵¹ Модельный закон Межпарламентской Ассамблеи государств – участников Содружества Независимых Государств «О рекламе» / Приложение к постановлению МПА СНГ от 22 ноября 2019 года № 50-8. Источник: <https://iacis.ru/public/upload/files/1/759.pdf> (дата обращения: 23.04.2025)

7) Радиопередачи и телепередачи, связанные с предвыборной агитацией, подлежат аудиозаписи и видеосъемке, которые должны храниться не менее, чем до дня вступления в должность избранного органа (часть 9 статьи 20 Избирательного кодекса РА).

8) В период предвыборной агитации, а также в день выборов и за день до выборов кандидатам, партиям, участвующим в выборах, запрещается безвозмездно либо на льготных условиях дарить (обещать) деньги, продукты питания, ценные бумаги, товары или оказывать (обещать) услуги избирателям лично или от их имени или иным способом (часть 6 статьи 19 Избирательного кодекса РА).

9) Благотворительные организации, названия которых могут сопоставляться (ассоциироваться) с названиями партий, участвующих в выборах, именами кандидатов, в период предвыборной агитации не могут осуществлять благотворительную деятельность в муниципалитетах, где проводятся выборы, в которых участвуют эти кандидаты, партии или выдвинутые ими кандидаты (часть 6 статьи 19 Избирательного кодекса РА).

10) Во время выборов в государственные органы, органы местного самоуправления опровержение информации, распространенной о кандидате, производится в течение 24 часов. Если до начала голосования остается менее 24 часов, то опровержение производится сразу же после получения, а если это невозможно, то не позднее, чем в течение 24 часов (часть 4 статьи 8 Закона РА «О массовой информации»¹⁵²).

11) Аудиовизуальные программы вещаются в соответствии с законодательством о выборах (пункт 1 части 1 статьи 11 Закона РА «Об аудиовизуальных медиа»¹⁵³).

12) Вещатели обязаны обеспечивать равные условия для кандидатов и участвующих партий, партийных блоков, публично объявляя цену их эфирного времени в платных аудиовизуальных передачах и иные существенные условия договора вещания

¹⁵² Закон РА «О массовой информации» от 13 декабря 2003 года ЗР-14-Н. // Источник: www.arlis.am (дата обращения: 16.12.2024)

¹⁵³ Закон РА «Об аудиовизуальных медиа» от 16 июля 2020 года ЗР-395-Н. Источник: www.arlis.am (дата обращения: 16.12.2024)

(пункт 2 части 1 статьи 11 Закона РА «Об аудиовизуальных медиа»).

13) В информационных передачах вещателя относительно предвыборной агитации кандидатов, партий, партийных блоков должна быть представлена непредвзятая и лишенная оценок информация с соблюдением обеспечивающих равные возможности для освещения порядков, установленных Избирательным кодексом Республики Армения и постановлениями Центральной избирательной комиссии (пункт 3 части 1 статьи 11 Закона РА «Об аудиовизуальных медиа»).

14) Предвыборные агитационные аудиовизуальные передачи, предоставляемые кандидатам, партиям, партийным блокам за счет средств предвыборного фонда, а также предоставляемое согласно закону бесплатное эфирное время должны на экране обязательно непрерывно сопровождаться титрами «Предвыборная агитация», а в случае аудиопередач в течение каждой передачи об этом должно напоминаться не менее, чем два раза (пункт 4 части 1 статьи 11 Закона РА «Об аудиовизуальных медиа»).

15) В день голосования и в предшествующий этому день запрещается транслировать агитационный либо способствующий агитации материал в виде информационных, редакционных, документальных, авторских или иных программ или в любой иной форме проводить предвыборную агитацию (часть 2 статьи 11 Закона РА «Об аудиовизуальных медиа»).

16) Во время прямого эфира в день голосования и в предшествующий этому день автор агитации в прямом эфире должен быть предупрежден о правонарушении, а в случае повторной агитации прямой эфир должен быть прерван (часть 3 статьи 11 Закона РА «Об аудиовизуальных медиа»).

Нужно оговориться, что выше представлен основной, но не исчерпывающий перечень правил предвыборной агитации, предусмотренных избирательным законодательством РА. С учетом широты избранной темы и существующих в этой области задач и проблем, исследование практики обеспечения вышеуказанных правил, выявление проблем и поиск путей их решения в рамках данного исследования будет проводиться в свете рассмотрения

одного вопроса – в рамках избирательного законодательства РА каковы пределы вмешательства в содержание и в освещение предвыборной агитации.

Пределы вмешательства. Очевидно, что при рассмотрении данного вопроса имеем дело со свободой выражения, которая может быть ограничена только законом в целях защиты государственной безопасности, общественного порядка, здоровья и нравственности или чести и доброй репутации, а также иных основных прав и свобод других лиц (часть 3 статьи 42 Конституции РА¹⁵⁴). Ограничения, приемлемые в демократическом обществе, будут действовать и в рамках предвыборной агитации, так как для такого рода ограничений временные рамки не определены и период предвыборной агитации не может быть отгражден от этих ограничений (например, запрет на публичные выступления, направленные на возбуждение или пропаганду ненависти, дискриминации, нетерпимости или вражды в отношении человека или группы лиц по признаку расы, национального, этнического или социального происхождения, религии, политических или иных убеждений либо иных обстоятельств личного или социального характера; или запрет на публичные призывы к насилию в отношении человека или группы лиц по признаку расового, национального, этнического или социального происхождения, религии, политических или иных взглядов или иных обстоятельств личного или социального характера, публичное оправдание или пропаганда такого насилия и т.д.). Любое злоупотребление свободой выражения недопустимо, в том числе и в рамках предвыборной агитации. Хотя Избирательный кодекс РА не содержит прямых указаний на запрет злоупотребления свободой выражения, однако часть 6 статьи 13 Конвенции о стандартах, ратифицированной Арменией, гласит: «При проведении агитационной деятельности не допускается злоупотребление свободой слова и свободой массовой информации, в том числе призывы к насильственному захвату власти, насильственному изменению конституционного строя и нарушению территориальной целостности государства,

¹⁵⁴ Конституция Республики Армения, принята 5 июля 1995 года (с изменениями от 27 ноября 2005 года и от 6 декабря 2015 года). // Источник: www.arlis.am (дата обращения: 16.12.2024)

призывы, направленные на пропаганду войны, террористических, любых иных насильственных действий и возбуждающие социальную, расовую, национальную, этническую, религиозную ненависть и вражду».

Более того, как следует из представленного выше перечня правил предвыборной агитации, предусмотренных законодательством РА, не сложно заметить, что **ограничений свободы выражения в период предвыборной агитации предусмотрено больше, нежели в межвыборный период или период до предвыборной агитации именно в силу особенностей этого периода публичного общения между кандидатами и избирателями, а также кандидатами между собой.**

Выборы, как важнейшее событие в жизни любого государства и общества, - одна из основных платформ, пожалуй, для самого важного в жизни государства диалога между избирателями и избираемыми. И это обуславливает необходимость обеспечения особого «качества» этого самого диалога, причем, как было представлено выше, требования предъявляются не только к его условиям, но и к содержанию.

Ранее уже говорилось, что, подчеркивая особую значимость свободы выражения, Европейский суд по правам человека одновременно признает, что в контексте выборов могут возникать ограничения, чтобы гарантировать справедливые и равные условия для всех участников избирательного процесса. С этой точки зрения для обеспечения «качества» диалога между избираемыми и избирателями следует признать наличие определенных ограничений, которые в иного рода «диалогах» не применяются и в иных обстоятельствах могут быть рассмотрены как нарушения свободы выражения. Так, например, в рамках предвыборной агитации кандидатам и партиям запрещается безвозмездно либо на льготных условиях дарить или обещать деньги, продукты питания, ценные бумаги, товары или оказывать либо обещать услуги избирателям. Или в период предвыборной агитации кандидаты, партии, участвующие в выборах, не могут осуществлять благотворительную деятельность и освещать эту деятельность и т.д.

Следует также учесть, что, **с другой стороны, в рамках предвыборной агитации, с учетом круга участников этого**

процесса (известные политические и государственные деятели, должностные лица и т.д.) и форматов ее осуществления (дебаты, политическая реклама и т.д.), а также учитывая природу самой агитации, которая расценивается как любая деятельность, направленная на то, чтобы склонить избирателя проголосовать так или иначе, свобода выражения может получить более широкое проявление и обеспечение, нежели в иные периоды, что оправдывается необходимостью взвешивать, с одной стороны, потребности защиты кандидатами своей репутации и недопустимость вмешательства в их личную жизнь, и, с другой стороны, интересы общества к открытой дискуссии по политическим вопросам. По этому поводу уместно вспомнить правовую позицию Европейского суда по правам человека о том, что пределы допустимой критики в отношении политического деятеля как такового шире, чем в отношении частного лица.

Однако больший интерес в рамках рассматриваемой тематики представляет вопрос о том, кто должен оценивать соблюдение порядка предвыборной агитации и каковы пределы вмешательства соответствующих субъектов.

В Пояснительном докладе Свода рекомендуемых норм при проведении выборов, принятого Венецианской комиссией на 52-й сессии (Венеция, 18-19 октября 2002 года), сказано: «Известно, что во многих странах законом предусмотрены ограничения свободы слова. При ограничительном толковании это вполне допустимо, однако может привести к злоупотреблениям в странах, где отсутствуют либеральные демократические традиции. Теоретически они призваны не допускать «злоупотреблений» свободой слова, например, «очернения» кандидатов и государственных органов, или даже защищать конституционную систему. На деле же это может привести к цензуре любых заявлений, которые носят критический по отношению к властям характер или призывают к конституционным изменениям, хотя это-то и составляет саму сущность демократической дискуссии. Так, если закон о выборах запрещает оскорбительные или клеветнические высказывания в отношении должностных лиц или других кандидатов в предвы-

борных документах, признает нарушением распространение информации, порочащей кандидатов, или возлагает на самих кандидатов ответственность за определенные нарушения, совершенные их сторонниками, то этот закон будет признан нарушающим европейские стандарты. Требования представлять в избирательные комиссии материалы, которые предполагается использовать в ходе избирательной кампании, с указанием организации, которая заказала и изготовила их, количества копий и даты публикации, представляют собой неприемлемую форму цензуры, особенно если избирательным комиссиям предписывается принимать меры против незаконных или неточных публикаций. Это особенно актуально в тех случаях, когда нормы, запрещающие ненадлежащее использование средств массовой информации в ходе избирательных кампаний, сформулированы довольно расплывчато» (п. 61 Пояснительного доклада)¹⁵⁵.

Согласно Избирательному кодексу РА, «избирательные комиссии осуществляют надзор за соблюдением порядка предвыборной агитации, установленного настоящим Кодексом или принятыми на его основе правовыми актами. В случае нарушения данного порядка кандидатами, партиями, участвующими в выборах, избирательная комиссия, зарегистрировавшая кандидата, избирательный список партии, участвующей в выборах, обращается в компетентные органы с целью их предотвращения либо применяет предупреждение к кандидату, партии, участвующей в выборах, допустившим нарушение, с предоставлением разумного срока для устранения нарушения, который не может превышать трех дней. Кандидат, партия, участвующая в выборах, обязаны устранить нарушение (последствия нарушения) в срок, установленный постановлением, и письменно сообщить об этом избирательной комиссии» (часть 7 статьи 19). Итак, за соблюдением порядка предвыборной агитации кандидатами и партиями должны

следить избирательные комиссии. Следует обратиться также к части 10 статьи 20 Избирательного кодекса РА, гласящей, что контроль за соблюдением правил предвыборной агитации теле-радиокомпаниями, осуществляющими трансляцию аудио- и видеопрограмм, осуществляет Комиссия по телевидению и радио. Самым сложным оказывается вопрос о том, по каким критериям избирательные комиссии или Комиссия по телевидению и радио должны оценить соблюдение правил предвыборной агитации кандидатами и партиями. Несмотря на то что Комиссией по телевидению и радио проводится мониторинг оценки обеспечения телерадиокомпаниями, радиокомпаниями равных условий для партий (блоков партий), участвующих в выборах, на основе заранее принятой методологии (часть 11 статьи 20 Избирательного кодекса РА), все же в основе выработки подходов к вопросу оценки соблюдения порядка предвыборной агитации лежат международные стандарты прав человека, современные стандарты демократических выборов и закрепленные с учетом указанных стандартов в избирательном законодательстве РА основные принципы избирательного права, правовые позиции Конституционного Суда, позиции Европейского суда по правам человека, а также анализ сложившейся правоприменительной практики и учет особенностей политической культуры армянского общества. Исследование практики и Центральной избирательной комиссии, и Комиссии по телевидению и радио свидетельствует о том, что оба из указанных независимых государственных органов в рамках своей правоприменительной практики сформировали подход о том, что **применение цензуры в отношении содержания материалов предвыборной агитации недопустимо**. Так, в рамках внеочередных парламентских выборов 2021 года Комиссия по телевидению и радио однозначно отреагировала на намерение Общественного телевидения не допустить к показу в рамках бесплатного эфирного времени агитационных материалов участвующих в выборах партий (блоков партий), мотивировав это тем, что они имеют явно оскорбительный, дискредитирующий, нарушающий права других, распространяющий разжигание ненависти или иным образом противоречащий очевидным правилам приличия

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 // Источник: Основопологающие документы Венецианской комиссии в области избирательного права и политических партий. - Кишинев: Cudrag, 2016, с. 34.

характер¹⁵⁶. Комиссия по телевидению и радио отметила также, что процесс фильтрации, редактирования и вмешательства в агитационный материал (видеоролики) могут содержать элементы цензуры, что запрещено законодательством Республики Армения¹⁵⁷.

В ответном заявлении на запрос от Общественного телевидения Армении по тому же вопросу Центральная избирательная комиссия, отметив, что выбор предвыборных агитационных средств и агитационных материалов, содержание объявлений и обращений определяет сам агитирующий, выразила следующий четко сформированный подход: *оценка содержания предвыборной агитации, проводимой партиями и партийными блоками, кандидатами, включенными в их избирательные списки, не имея при этом четко определенных законом стандартов и ограничений, может допустить всевозможные субъективные оценки, способные свести к любому утверждению, вплоть до цензуры, что однозначно недопустимо. Избирательный кодекс РА не предоставляет вещательным компаниям никаких полномочий по цензуре агитационных материалов. Центральная избирательная комиссия подчеркивает, что призывы и заявления, сделанные кандидатами в речах, публичных выступлениях и других агитационных материалах, которые могут повлечь за собой возможную уголовную ответственность, могут быть предметом оценки правоохранительных органов и могут быть предметом иного производства*¹⁵⁸.

Такую позицию ЦИК РА проявляла неоднократно. Так, в рамках рассмотрения заявления одной из участвовавших в выборах партии, в котором говорилось о том, что возглавляющий список участвующей в выборах партии исполняющий обязанности премьер-министра кандидат «терроризирует потенциальных избирателей своих конкурентов и политических оппонентов призывами к ненависти и насилию, создавая благодатную почву для политических конфликтов», в котором требовалось обратиться в суд с заявлением о признании недействительной регистрации из-

бирательного списка этой партии, ЦИК в своем Постановлении от 13 июня 2021 года N 149-И¹⁵⁹ отметила: «ЦИК считает, что в контексте фактов настоящего заявления *оценка содержания предвыборной агитации*, проводимая кандидатами, включенными в избирательный список партий, без наличия четко определенных законом ограничений или закреплённых стандартов, а также *предложение о признании утратившей силу регистрации* партии или партийного блока или включенного в их избирательные списки кандидата на основании вышеуказанной оценки предоставит возможность для дачи разного рода субъективных квалификаций, сводя к цензуре любых утверждений, или агитационных материалов.

Разумеется, такой подход нельзя понимать и интерпретировать в контексте включения в него нормы части 6 статьи 19 Избирательного кодекса РА, согласно которой в ходе предвыборной кампании, а также накануне и в день выборов кандидатам, партиям, участвующим в выборах, запрещается безвозмездно либо на льготных условиях дарить (обещать) драмы, продукты питания, ценные бумаги, товары или оказывать (обещать) услуги избирателям.

В контексте вышеизложенных правовых позиций ЦИК также заявляет, что свобода слова является высшей ценностью, сохранение которой особенно важно во время предвыборных кампаний, тем не менее, отмечает, что ее нельзя трактовать как абсолютное право. ЦИК подчеркивает, что призывы и заявления в озвучиваемой кандидатами речи, публичных выступлениях и других агитационных материалах, которые влекут за собой возможную уголовную ответственность, подлежат оценке правоохранительными органами и могут стать предметом иного производства»¹⁶⁰.

¹⁵⁹ Постановление Центральной избирательной комиссии РА от 13 июня 2021 года «О рассмотрении заявления Национально-христианской партии «Зартонк»» N 149-И. // Источник: https://res.elections.am/images/Decisions/13.06.21/21.149_A.pdf (дата обращения: 16.12.2024)

¹⁶⁰ Справедливости ради, следует отметить, что в связи с обстоятельствами данного дела заявитель обратился с иском в Административный суд РА, который в своем решении по делу AC/6861/05/21 признал наличие нарушений порядка предвыборной агитации, применив нормы части 3 статьи 8 Конвенции о стандартах.

¹⁵⁶ <https://tvradio.am/2021/06/14/> (дата обращения: 16.12.2024)

¹⁵⁷ Там же.

¹⁵⁸ <https://www.elections.am/News/Item/589> (дата обращения: 16.12.2024)

Такая же правовая позиция была выражена и в иных правовых актах ЦИК РА¹⁶¹.

Еще одним правовым основанием ограничения свободы выражения в рамках предвыборной агитации является занятие кандидатом публичной должности либо должности публичной службы. Данный вопрос следует рассматривать в двух контекстах: как в подобном случае предвыборная агитация кандидата должна освещаться средствами массовой информации и как в подобном случае должен агитировать кандидат.

Законодательством предусмотрено, что в период предвыборной агитации официальные сообщения о реализации полномочий кандидатов, участвующих в выборах, не считаются предвыборной агитацией. Такие сообщения не должны содержать комментарии агитационного характера или представлять собою аудиовидеоролики, фильмы или изображения, освещающие деятельность данного должностного лица как кандидата, которые могут ассоциироваться с предвыборной агитацией (часть 1.4 статьи 19 Избирательного кодекса РА).

В случае, если осуществляется освещение иной деятельности кандидата, включенного в избирательный список участвующих в выборах партий, который является должностным лицом, средство массовой информации, осуществляющее наземное вещание, обязано учитывать это при освещении деятельности других кандидатов и партий, участвующих в выборах, в целях соблюдения недискриминационного принципа равенства освещения (часть 4 статьи 23 Избирательного кодекса РА).

Весьма размытая формулировка по поводу обязанности «учитывать» факт освещения деятельности должностного лица кандидата, не связанной с избирательными процессами, при освещении деятельности других кандидатов и партий и отсутствие конкретных критериев, в том числе в вырабатываемой Комиссией по телевидению и радио методологии оценки обеспечения рав-

ных условий для участия партий в выборах в период предвыборной агитации телерадиокомпаниями, осуществляющими эфирное вещание, усложняет задачу обеспечения тех самых равных условий. Так, в выработанной Комиссией по телевидению и радио методологии лишь указано, что при проверке аудиовизуальных программ, транслируемых вещателями в период предвыборной кампании (кроме платного и бесплатного эфирного времени, предоставленного участвующим в выборах партиям и партийным блокам), оценивается также соответствие освещения деятельности должностного лица, осуществляющего предвыборную агитацию, требованиям статьи 23 Избирательного кодекса РА об ограничениях предвыборной агитации и запрете на использование административного ресурса, а также разграничение освещения официальной и иной деятельности (подпункт 4 пункта 8 указанной методологии¹⁶²).

Важно отметить, что законодатель не ограничивает СМИ в комментировании при освещении деятельности должностного лица, являющегося кандидатом, а предусматривает лишь запрет на

¹⁶² Постановление Комиссии по телевидению и радио от 27 мая 2021 года «Об утверждении методологии оценки обеспечения равных условий для партий и партийных блоков, участвующих в выборах, в период предвыборной агитации внеочередных выборов Национального Собрания 20 июня 2021 года вещателями, оказывающими аудиовизуальные медиауслуги» N 68-И. // Источник: <https://tvradio.am/wp-content/uploads/2021/05/68-21.pdf> (дата обращения: 16.12.2024). Такое же регулирование предусмотрено и в рамках иных постановлений Комиссии по телевидению и радио (Постановление Комиссии по телевидению и радио от 13 октября 2021 года «Об утверждении методологии оценки обеспечения равных условий для партий и партийных блоков, участвующих в выборах, в период предвыборной агитации выборов муниципального совета в муниципалитетах с числом избирателей, превышающем 70 000, 5 декабря 2021 года вещателями, оказывающими аудиовизуальные медиауслуги» N 156-И. // Источник: <https://tvradio.am/wp-content/uploads/2021/10/156-21.pdf> (дата обращения: 16.12.2024); Постановление Комиссии по телевидению и радио от 19 июля 2023 года «Об утверждении методологии оценки обеспечения равных условий для партий и партийных блоков, участвующих в выборах, в период предвыборной агитации предстоящих 17 сентября 2023 года выборов Муниципального совета Еревана вещателями, оказывающими аудиовизуальные медиауслуги» N 70-И. // Источник: <https://tvradio.am/wp-content/uploads/2023/07/70-23.pdf> (дата обращения: 16.12.2024) и др.

¹⁶¹ См., например: Постановление Центральной избирательной комиссии РА от 27 июня 2021 года «О результатах внеочередных выборов Национального Собрания РА от 20 июня 2021 года» N 183-И. // Источник: https://res.elections.am/images/Decisions/27.06.21/21.183_A.pdf (дата обращения: 16.12.2024)

комментарии агитационного характера. Эта грань весьма тонка и при широкой интерпретации вышеизложенной правовой нормы может привести к нарушению свободы слова. К данной проблематике обращался Конституционный Суд РФ в своем Постановлении от 30 октября 2003 г. N 15-П, где, в частности, сказано:

«Поскольку как агитация, так и информирование любого характера могут побудить избирателей сделать тот или иной выбор, при том что достоверные и объективные сведения о кандидате в большей мере помогают избирателю сформировать свои предпочтения, чем просто призывы голосовать "за" или "против", то очевидно, что критерием, позволяющим различить предвыборную агитацию и информирование, может служить лишь наличие в агитационной деятельности специальной цели - склонить избирателей в определенную сторону, обеспечить поддержку или, напротив, противодействие конкретному кандидату, избирательному объединению. В противном случае граница между информированием и предвыборной агитацией стиралась бы так, что любые действия по информированию избирателей можно было бы подвести под понятие агитации, что в силу действующего для представителей организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, запрета неправомерно ограничивало бы конституционные гарантии свободы слова и информации, а также нарушало бы принципы свободных и гласных выборов.

... Само по себе позитивное или негативное мнение о ком-либо из кандидатов не является предвыборной агитацией и не может послужить основанием для привлечения к административной ответственности представителя организации, осуществляющей выпуск средств массовой информации, если только не будет доказана специальная цель, а именно: направленность на поддержку либо на противодействие конкретному кандидату, избирательному объединению, избирательному блоку. "Выражение предпочтения" является не чем иным, как разновидностью выражения мнений. Следовательно, применительно к профессиональной деятельности представителей средств массовой информации толкование такого действия, как выражение предпочтения, в качестве правонарушения - без

*доказанности его направленности именно на агитацию - означало бы ограничение свободы выражения мнений и нарушение свободы массовой информации».*¹⁶³

Соглашаясь с таким подходом, хочется отметить, что **не всякое комментирование предвыборной агитации стоит рассматривать как агитирование, при этом ответственные органы должны быть бдительны, чтобы не допустить при этом скрытой агитации, риск которой в данном случае велик.**

Обращаясь к вопросу об ограничении предвыборной агитации кандидата, являющегося должностным лицом¹⁶⁴, сталкиваемся с проблемой так называемого «предвыборного отпуска», которая представляет собой гарантию от чрезмерной вовлеченности в избирательный процесс должностного лица (служащего), поддерживающего свою собственную избирательную кампанию, не отрываясь от основной работы. Еще один вопрос, подлежащий рассмотрению в данном контексте, касается проблемы использования должностным лицом своего властного положения для соз-

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» // Источник: <https://base.garant.ru/12132995/?ysclid=m68f67py5a886822954> (дата обращения: 16.12.2024)

¹⁶⁴ В рамках данного исследования нет намерения широкого представления проблемы злоупотребления административным ресурсом, которой посвящено множество литературы, а также международных документов. Проблема крайне широка и заслуживает рассмотрения в рамках отдельного исследования, в том числе и с учетом сложившейся богатой правоприменительной практики в этой области (см., например, судебные акты Административного суда РА по делу АС/6861/05/21, АС/2433/05/17 и др., Постановление ЦИК РА от 18 марта 2017 года N 98-И, Постановление ЦИК РА от 25 марта 2017 года N 137-И, Постановление ЦИК РА от 28 марта 2017 года N 143-И, Постановление ЦИК РА от 13 июня 2021 года N 149-И, Постановление ЦИК РА от 19 июня 2021 года N 160-И и др.). В данном исследовании вопрос использования административного ресурса рассматривается исключительно в контексте еще одного из правовых оснований ограничения предвыборной агитации.

дания определенных преимуществ себе или отдельным участникам избирательного процесса¹⁶⁵.

Армянское законодательство в рамках парламентских выборов запрещает кандидатам в депутаты, находящимся на публичной службе, использовать преимущества своего должностного или служебного положения, освободив их (за исключением Президента Республики, депутатов Национального Собрания и членов Правительства) от выполнения ими должностных обязанностей в силу закона со дня официального начала предвыборной агитации до дня голосования (часть 2 статьи 91 Избирательного кодекса РА), а в рамках муниципальных выборов такое же правовое регулирование применяет в отношении работников и должностных лиц государственных органов и органов местного самоуправления, являющихся кандидатами, за исключением лиц, занимающих политические, административные и дискреционные должности (часть 1 статьи 137 Избирательного кодекса РА). Такой дифференцированный подход вызывает много вопросов, в том числе в рамках вопроса об обеспечении равных условий для всех кандидатов.

В зарубежных странах нет единого подхода к вопросу о том, насколько действующий чиновник должен быть удален от выборного процесса. Очевидно, что если степень риска использования им преимуществ своего публичного статуса в период выборов считается в обществе высокой, то законодательство старается установить для него соответствующие ограничения¹⁶⁶. Например, «во Франции совершенно обычной оказывается карьера чиновника правительственной структуры, добивающегося выборного политического поста. Чиновники государственных ведомств вправе участвовать в выборах, не утрачивая своего статуса, и даже могут совмещать свою работу с выборной должностью на местном

уровне. Пройдя же в общенациональный парламент, они обязаны уйти в отпуск со службы, но по истечении срока их депутатских полномочий могут вернуться на ту же должность без всяких потерь. Между 1958 и 1986 гг. 33% членов Национального Собрания до выборов занимали государственные посты (...). В развивающихся странах, где укоренена такая же традиция, французская модель может стать образцом для подражания. А там, где госслужба ассоциируется с коррупцией и фаворитизмом, предпочтительнее четкое разграничение административной и политической сферы, как это имеет место в американской модели»¹⁶⁷.

В армянской практике часты случаи, когда кандидат занимает определенную должность государственной службы, включен в избирательный список партии, но принимать участия в предвыборной агитации не намерен. Имеющееся законодательное регулирование требует освободить его от выполнения своих должностных обязанностей на период предвыборной агитации без учета указанного обстоятельства. Вопрос усугубляется на фоне правового положения о несохранении зарплаты на этот период. На наш взгляд, к вопросу о «предвыборном отпуске» стоит подходить осторожно, и если намерение законодателя заключается в тотальном требовании освободить кандидатов от выполнения должностных обязанностей, то это следует делать в отношении всех без исключения должностных лиц на одинаковых условиях (исключением могут оказаться лишь члены представительных органов). Однако более оправданным считаем предоставление возможности выбора самим кандидатам: освободиться от выполнения должностных обязанностей и принимать участие в предвыборной агитации либо продолжать выполнять должностные обязанности и не участвовать в предвыборной агитации.

Кандидаты, находящиеся на публичной службе и включенные в избирательный список партии, участвующей в выборах,

¹⁶⁵ Подробнее об этих вопросах см.: 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.

¹⁶⁷ См.: **Роуз-Аккерман С.** Коррупция и государство. Причины, следствия, реформы: Пер. с англ. О.А. Алякринского. М., Логос, 2003. С. 101-102. // Цит. по: 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.

проводят свою предвыборную агитацию с учетом следующих ограничений:

1) запрещаются прямые или косвенные призывы голосовать за или против кандидата или партию, участвующую в выборах, при осуществлении должностных полномочий, а также любое злоупотребление должностным положением в целях получения преимущества на выборах;

2) использование финансовых, информационных средств, территорий, средств транспорта и связи, материальных и людских ресурсов, предоставленных для исполнения служебных обязанностей, в целях предвыборной агитации запрещается, за исключением мер безопасности, применяемых к подлежащим государственной охране высшим должностным лицам в соответствии с Законом Республики Армения «Об обеспечении безопасности лиц, подлежащих особой государственной охране» (часть 3 статьи 23 Избирательного кодекса РА).

Подобное ограничение законодательством предусмотрено не только для кандидатов, но и для иных должностных лиц, участвующих в предвыборной агитации (часть 1 статьи 23 Избирательного кодекса РА). Следует отметить, что приведенные выше правовые регулирования не предъявляют требований к содержанию предвыборной агитации, но предъявляют требования к риторике должностных лиц как таковых в рамках их публичных выступлений в период предвыборной агитации. С этой точки зрения сверхзадачей для СМИ оказывается разграничение освещения деятельности конкретного лица в качестве чиновника и в качестве кандидата, еще и в условиях, когда человек может начать свое публичное выступление в СМИ, позиционируя как должностное лицо, а закончить речь в качестве кандидата. Важно обозначить критерии такого разграничения и критерии выработки подходов для СМИ в целях определения или планирования ими своей деятельности по освещению избирательных процессов с учетом требований законодательства. На наш взгляд, вполне уместно сделать это в рамках разработки методологии оценки обеспечения равных условий для участия партий в выборах в период предвыборной агитации Комиссией по телевидению и радио.

Все приведенные выше выводы и сделанные предложения касаются так называемых традиционных СМИ. Одним из проб-

лемных вопросов реализации избирательного законодательства является невозможность регуляции действующими нормами избирательного права предвыборной агитации, проводимой в виртуальном пространстве. Избирательное законодательство требует соблюдения каких-то правил для агитационных материалов (сведения о тираже, заказчике, источнике и размерах оплаты и т.д.). «Говорить о тираже в отношении записи на странице в социальной сети не представляется возможным, как и об оплате публикации материала, если речь идет о частной странице сторонника того или иного кандидата, решившего сделать агитационную запись по собственным соображениям. Такое положение дел фактически ставит предвыборную агитацию в Интернете вне рамок правового поля, способствует ее непрозрачности, распространению недостоверных сведений, «сливу» компромата, появлению материалов, содержащих «черный пиар», при этом довольно сложно установить авторов подобных агитационных материалов. Социальные сети качественно отличаются от иных коммуникативных средств, с помощью которых осуществляется распространение информации, в том числе информации о выборах. Данное обстоятельство необходимо иметь в виду, применяя правовые нормы для оценки легальности того или иного явления в Интернете. Главной целью правоприменителя должно быть соблюдение баланса между конституционной защитой свободы слова и нормами избирательного законодательства» - пишет Л.М. Большаков¹⁶⁸. Несмотря на то что Избирательный кодекс РА посвятил отдельную статью правилам агитирования через Интернет под названием «Предвыборная агитация в Интернете» (20.1), однако какой-либо эффективный контроль за соблюдением порядка предвыборной агитации, осуществляемой в Интернете (даже зарегистрированными СМИ, не говоря уже о социальных сетях), на основе имеющихся правовых регулирований не представляется возможным.

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.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итоги проведенного исследования, можно прийти к выводу, что регулирующее сферу деятельности средств массовой информации законодательство со дня обретения Республикой Армения независимости прошло уникальный путь развития, пытаясь адекватно реагировать на события того времени и общественное восприятие средств массовой информации. В настоящее время оно также находится в активной стадии преобразований, учитывая, что Министерство юстиции РА ввело в обращение проект Закона «О внесении изменений и дополнений в Закон РА «О средствах массовой информации»», которым, среди прочего, предлагается внести концептуальные изменения в понятие «средство массовой информации» и внедрить механизмы саморегулирования СМИ.

Отношения, связанные со статусом средств массовой информации, нашли свое регулирование в действующем законодательстве, которое создало достаточные основания для реализации миссии средств массовой информации по распространению информации. Анализ данного законодательства показывает, что для обеспечения независимости и свободы деятельности СМИ установлен целый комплекс гарантий, что очень важно не только с точки зрения обеспечения свободы слова, но и для защиты и укрепления демократических ценностей в обществе.

Средства массовой информации выполняют важные функции в общественной жизни, среди которых выделяются их политические функции. Посредством них медиа-участники принимают активное участие в политической повестке дня, формировании политической воли избирателей, контроле над политическими властями, обеспечении прозрачности и подотчетности их деятельности, предотвращении коррупции в сфере государственного управления и укреплении управленческой этики.

В этом контексте чрезвычайно важна информационная политика государства, которая, как уже упоминалось выше, в настоящее время находится в активной фазе. Будем надеяться, что изменения и дополнения, предложенные в Законе РА «О средствах

массовой информации», будут соответствовать лучшему международному опыту, а концепция борьбы с дезинформацией и вытекающие из нее действия дадут ощутимые результаты для надлежащего выполнения важной миссии по предоставлению объективной информации обществу.

В рамках данного исследования сделан вывод о том, что в зависимости от того, каковыми окажутся основы конституционного строя, характеристика политической системы, государственный режим, роль СМИ в формировании политической воли граждан будет разной, и, что важнее, политическая воля граждан будет по-разному проявляться.

В рамках рассмотрения участия СМИ в освещении избирательных процессов в РА было обращено внимание институту опроса общественного мнения, заметив, что, несмотря на то что исследования в этой области дают противоречивые выводы, тем не менее, армянское избирательное законодательство напрямую обращается к правовому регулированию этого вопроса, констатируя, что армянский законодатель косвенно признает существенное влияние результатов опросов общественного мнения на формирование электорального настроения и, возможно, поведение избирателей, ограничив возможности опубликования этих результатов или сведений о них в так называемые «дни молчания», включающие день, предшествующий дню голосования, и сам день голосования до срока окончания голосования, то есть до 20:00.

Участие СМИ в освещении избирательных процессов рассмотрено в исследовании в двух форматах: информирование участников избирательных процессов о выборах и предвыборная агитация. Был сделан вывод о том, что, такое разграничение участия СМИ в освещении избирательных процессов важно в трех аспектах: функциональной составляющей, субъектного состава и временного охвата в рамках деятельности СМИ.

Рассмотрение практики Европейского суда по правам человека и некоторых международных документов об освещении избирательных процессов средствами массовой информации позволяет сделать следующие выводы:

- деятельность СМИ в рамках освещения выборов должна быть законодательно урегулирована,
- свобода выражения не должна ограничиваться, в том числе в период выборов,
- СМИ должны обеспечить равенство и доступность для всех участников выборов,
- в выборный период СМИ должны руководствоваться принципом нейтралитета и объективности,
- в рамках политической дискуссии свобода выражения может быть ограничена в соответствии с критериями необходимости в демократическом обществе,
- пределы допустимой критики в отношении политических деятелей шире, чем в отношении частных лиц.

В рамках участия СМИ в осуществлении и освещении предвыборной агитации, на основе анализа правил предвыборной агитации, предусмотренных законодательством РА, отмечено, что ограничений свободы выражения в период предвыборной агитации предусмотрено больше, нежели в межвыборный период или период до предвыборной агитации именно в силу особенностей этого периода публичного общения между кандидатами и избирателями, а также кандидатами между собой.

С другой стороны, в рамках предвыборной агитации, с учетом круга участников этого процесса (известные политические и государственные деятели, должностные лица и т.д.) и форматов ее осуществления (дебаты, политическая реклама и т.д.), а также учитывая природу самой агитации, которая расценивается как любая деятельность, направленная на то, чтобы склонить избирателя проголосовать так или иначе, свобода выражения может получить более широкое проявление и обеспечение, нежели в иные периоды, что оправдывается необходимостью взвешивать, с одной стороны, потребности защиты кандидатами своей репутации и недопустимость вмешательства в их личную жизнь, и, с другой стороны, интересы общества к открытой дискуссии по политическим вопросам.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Профессиональная литература

1. **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, 256с.
2. **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, 152 с.
3. 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.
4. **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.
5. Анализ армянских СМИ с медиаэкспертом Гегамом Варданяном, 30 мая 2017 года // European Journalism Observatory (электронный ресурс)
6. **Армен Саркисян**, СМИ И ЖУРНАЛИСТИКА. Их функции и роль в общественной жизни Армении, "Интерньюс", 2002.
7. **Атанесян А.В.** Коммуникативные аспекты политических конфликтов; Армян. филос. акад., Междунар. акад. филос. – Ереван: Гитутюн, 2005, 155 с.
8. **Бегларян А., Алесян М., Вагаршян А.Б.** Развитие парламентаризма в Республике Армения / А. Бегларян и др.– Ер.: Изд.-во «Айрапет», 2024, 208 с.
9. **Бергер П., Лукман К.** Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / Пер. с англ. Е. Руткевич. М., «Медиум», 1995, 323 с.

10. **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.

11. Большой юридический словарь. Под. ред. А.Я. Сухарева, В.Е. Крутских, Москва, ИНФРА-М, 2002.

12. **Борцова Е.С.** История понятия «коммуникация» в науке, философии, методологии и социальном управлении // Вестник МГУП им. Ивана Федорова. – 2015. – № 2, с. 447–458.

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

14. **Гриффин Э.** Коммуникация: теории и практики / Э. Гриффин; пер. с англ. А.А. Науменко. — Харьков: Гуманитарный центр, 2015, 688 с.

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

16. **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.

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

18. 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.

19. 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.

20. Исследование свободы слова и потребления СМИ в Армении. / Ответственные за содержание отчета: Шушан Гариян, Гаяне Арутюнян, Лиана Погосян, ООО «Призма», Ереван, 2024, 74 с. (на арм. языке)

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

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

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

24. **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.

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

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

27. **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.

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

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

30. **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.)

31. **Матузов Н.И.,** Правовая система и личность. Саратов, 1987.

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

33. 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)

34. 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, 680 с.

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

36. **Романович Н.А.** О независимости от власти и взгляде общества на миссию российского телевидения (электронный ресурс)

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

38. **Саргсян З.** Современные теории медиавлияния: Лекции /З. Саргсян: ЕГУ: Факультет журналистики, Издательство ЕГУ, 2022, 84 с. (на арм. языке)

39. 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.

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

41. **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.

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

43. **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.

44. **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.

45. **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.

46. **Харатян Л.А.** Актуальные проблемы независимости и свободы СМИ, Вестник общественных наук, 2017, N 2

47. **Хрусталеv 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 фед. 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, 30 p.

53. **Annelien Van Remoortere, Rens Vliegenthart,** 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 Update Upd 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,** Communication Power. 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 (электронный ресурс)
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, 314 p.
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)

Правовые акты

1. Конституция Республики Армения, принята 5 июля 1995 года (с изменениями от 27 ноября 2005 г. и 6 декабря 2015 г.)
2. Конституция Республики Беларусь, принята 15 марта 1994 года (с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 ноября 1996 г., 17 октября 2004 г., 27 февраля 2022 г. и внесенными Законом Республики Беларусь от 12 октября 2021 г. № 124-З)
3. Конституция Республики Болгария, принята 13 июля 1991 года (с изменениями и дополнениями)
4. Конституция Королевства Испании, принята 27 декабря 1978 года
5. Конституция Итальянской Республики, принята 22 декабря 1947 года
6. Конституция Республики Казахстан, принята 30 августа 1995 года
7. Конституция Кыргызской Республики, принята 5 мая 2021 года
8. Конституция Республики Латвия, принята 15 февраля 1922 года (вновь введена в силу 6 июля 1993 года)
9. Конституция Республики Молдова, принята 27 июля 1994 года
10. Конституция Российской Федерации, принята 12 декабря 1993 года (с изменениями от 1 июля 2020 года)
11. Конституция Республики Таджикистан, принята 6 ноября 1994 года (с изменениями от 26 сентября 1999 года, от 22 июня 2003 года, 22 мая 2016 года)
12. Конституция Республики Узбекистан, принята 30 апреля 2023 года
13. Конституция Республики Хорватия, принята 15 января 2014 года
14. Всеобщая декларация прав человека, принята и одобрена Генеральной Ассамблеей ООН 10 декабря 1948 года
15. Конвенция о защите прав человека и основных свобод, подписанная 4 ноября 1950 г.
16. Международный пакт о гражданских и политических правах, принят 16 декабря 1966 года

17. Международная конвенция о ликвидации всех форм расовой дискриминации (ICERD), принята Генеральной Ассамблеей ООН 21 декабря 1965 года
18. Конвенция о ликвидации всех форм дискриминации в отношении женщин, принята 18 декабря 1979 года
19. Протокол N 1 к Конвенции о защите прав человека и основных свобод, принят 20 марта 1952 года
20. Конвенция о стандартах демократических выборов, избирательных прав и свобод в государствах-участниках Содружества Независимых Государств, принята 7 октября 2002 года в Кишиневе
21. Конституционный закон РА «Избирательный кодекс Республики Армения» ЗР-54-Н, принят 25 мая 2016 года
22. Конституционный закон РА «О внесении изменений и дополнений в Избирательный кодекс Республики Армения» ЗР-505-Н, принят 5 декабря 2024 года
23. Конституционный закон РА «О внесении изменений и дополнений в Конституционный закон «Избирательный кодекс Республики Армения»» N 202-Н, принят 7 мая 2021 года
24. Кодекс Республики Армения Об административных правонарушениях, принят 6 декабря 1985 года
25. Уголовный кодекс РА ЗР-199-Н., принят 5 мая 2021 года
26. Закон РА «О массовой информации» ЗР-14-Н, принят 13 декабря 2003 года
27. Закон РА «Об аудиовизуальных медиа» ЗР-395-Н, принят 16 июля 2020 года
28. Закон РА «О печати и других средствах массовой информации» Н-0421-І, принят 8 октября 1991 года
29. Закон РА «О свободе информации» ЗР-11-Н, принят 23 сентября 2003 года
30. Закон РА «О телевидении и радио» ЗР-97, принят 9 октября 2000 года
31. Закон РА «О системе осведомления» ЗР-97-Н., принят 9 июня 2017 года
32. Закон РА «О публичной службе» ЗР-206-Н., принят 28 марта 2018 года
33. Закон РА «О правовом режиме военного положения» ЗР-258-Н., принят 5 декабря 2006 года

34. Закон РА «О правовом режиме чрезвычайного положения» ЗР-106-Н., принят 21 марта 2012 года

35. Закон РФ «О средствах массовой информации», принят 27 декабря 1991 года

36. Постановление Конституционного суда РА от 20 октября 2015 года N ПКС-1234 «По делу об определении вопроса соответствия части 2 статьи 5 Закона РА «О массовой информации», части 2 статьи 14, пункта 1 части 2 статьи 41, статьи 279 Уголовно-процессуального кодекса РА Конституции Республики Армения на основании обращений ООО «Грапарак Оратерт» и ООО «Старт Медиа»»

37. 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»

38. Постановление Правительства РА № 333-Н от 4 марта 2004 года «Об утверждении примерного порядка аккредитации журналистов в органах государственного управления Республики Армения»

39. Постановление Правительства РА № 252-Л от 25 февраля 2021г. «Об утверждении порядка деятельности правительства»

40. Решение вице-премьера РА № 697-Н от 4 октября 2022 года «Об установлении кодекса поведения гражданских служащих»

41. Решение премьер-министра Республики Армения № 1319-Л от 27 декабря 2023 года «Об утверждении Концепции Республики Армения на 2024-2026 годы по борьбе с дезинформацией и вытекающего из нее плана действий»

42. Постановление Центральной избирательной комиссии РА от 13 июня 2021 года «О рассмотрении заявления Национально-христианской партии «Зартонк»» N 149-И

43. Постановление Центральной избирательной комиссии РА от 27 июня 2021 года «О результатах внеочередных выборов Национального Собрания РА от 20 июня 2021 года» N 183-И

44. Постановление Центральной избирательной комиссии РА от 18 марта 2017 года «О рассмотрении заявления консультативной общественной организации «Союз информированных граждан»» N 98-И

45. Постановление Центральной избирательной комиссии РА от 25 марта 2017 года «О рассмотрении сообщений Ванадзорского офиса Хельсинской гражданской ассамблеи» N 137-И

46. Постановление Центральной избирательной комиссии РА от 19 июня 2021 года «О рассмотрении заявления блока «Честь имею» от 19.06.2021г.» N 160-И

47. Постановление Центральной избирательной комиссии РА от 28 марта 2017 года «О рассмотрении сообщений, представленных заявлениями от 21.03.2017г. и от 23.03.2017г. Ванадзорского офиса Хельсинской гражданской ассамблеи» N 143-И

48. Постановление Комиссии по телевидению и радио от 13 октября 2021 года «Об утверждении методологии оценки обеспечения равных условий для партий и партийных блоков, участвующих в выборах, в период предвыборной агитации выборов муниципального совета в муниципалитетах с числом избирателей, превышающем 70 000, 5 декабря 2021 года вещателями, оказывающими аудиовизуальные медиауслуги» N 156-И

49. Постановление Комиссии по телевидению и радио от 19 июля 2023 года «Об утверждении методологии оценки обеспечения равных условий для партий и партийных блоков, участвующих в выборах, в период предвыборной агитации предстоящих 17 сентября 2023 года выборов муниципального совета Еревана вещателями, оказывающими аудиовизуальные медиауслуги» N 70-И

50. Постановление Комиссии по телевидению и радио от 27 мая 2021 года «Об утверждении методологии оценки обеспечения равных условий для партий и партийных блоков, участвующих в выборах, в период предвыборной агитации внеочередных выборов Национального Собрания 20 июня 2021 года вещателями, оказывающими аудиовизуальные медиауслуги» N 68-И

51. Заключение Комиссии по телевидению и радио от 25 июня 2021 года «О соблюдении установленного порядка предвыборной агитации внеочередных выборов Национального Собрания РА от 20 июня 2021 года компаниями, осуществляющими ау-

диовизуальные медиа-услуги, - по результатам мониторинга Комиссии по телевидению и радио»

52. Постановление Комиссии по телевидению и радио РА от 28 августа 2020 года «Об определении критериев тематической направленности и их понятий» № 80-И

53. Постановление Комиссии по предотвращению коррупции № 02-Н от 6 февраля 2024 года «Об установлении кодекса поведения лиц, занимающих государственные должности (за исключением депутата, судьи, члена Высшего Судебного Совета, прокурора, следователя), глав муниципалитетов, их заместителей, глав административных районов муниципалитета Ереван, лиц, занимающих должности их заместителей».

54. Постановление Комиссии по предотвращению коррупции N 01-Н от 17 июня 2022 года «Об установлении типовых правил поведения государственных служащих».

55. Судебный акт Административного суда РА по делу AC/6861/05/21

56. Судебный акт Административного суда РА по делу AC/2433/05/17

57. 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

58. Заключительный доклад ОБСЕ/БДИПЧ о внеочередных выборах Национального Собрания РА от 20 июня 2021 года (Варшава, 27 октября 2021 года)

59. Заключительный доклад ОБСЕ/БДИПЧ о внеочередных выборах Национального Собрания РА от 9 декабря 2018 года (Варшава, 7 марта 2019 года)

60. 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

61. Модельный избирательный кодекс для государств-участников СНГ Межпарламентской Ассамблеи государств –

участников Содружества Независимых Государств / Приложение к постановлению МПА СНГ от 27 ноября 2020 года № 51-15

62. Модельный закон Межпарламентской Ассамблеи государств – участников Содружества Независимых Государств «О рекламе» / Приложение к постановлению МПА СНГ от 22 ноября 2019 года № 50-8

63. Руководство ЕС по правам человека в области свободы выражения мнений в интернете и вне его (SN 10232/14)

64. Рекомендация CM/Rec(2007)15 Комитета министров государствам-членам о мерах, касающихся освещения избирательных кампаний в СМИ

65. Рекомендация Rec (2002)2 Комитета министров Совета Европы от 2002 года. «О доступности официальных документов»

66. Рекомендация CM/Rec(2016)4 Комитета министров Совета Европы о защите журналистики и безопасности журналистов и других участников СМИ

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