

1. «Ինտերնյուս» ՉԿ-ի կողմից անցկացված 19 հեռուստաընկերությունների կողմից հեռարձակվող եթերի մոնիտորինգի արդյունքների և ՉՉ օրենսդրության միջև դիտարկված անհամապատասխանությունների համեմատական վերլուծություն

Մոնիտորինգի արդյունքները հիմնված են մեկ շաբաթվա ընթացքում կատարված ուսումնասիրությունների վրա և որոշ դեպքերում պարունակում են միջին հաշվարկներ:

1.1 Հեռուստառադիոհաղորդումների հեռարձակման ժամերն օրվա ընթացքում

«Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՉՉ օրենքի 52 հոդվածի երկրորդ պարբերության համաձայն արտոնագրի բովանդակության մեջ են մտնում Ազգային հանձնաժողովի տված տեղեկությունները՝ այդ թվում նաև հեռուստառադիոհաղորդումների հեռարձակման ժամերն օրվա ընթացքում, հետևավաբար յուրաքանչյուր արտոնագրատիրոջ կողմից այդ պայմանը պետք է պահպանվի:

Մոնիտորինգի արդյունքները ցույց տվեցին, որ 19 հեռուստառադիոընկերություններից 9 ընկերությունները չեն ապահովում հեռարձակման ժամերի սահմանված ժավալը, իսկ 4 ընկերությունների եթերի ժամերը գերազանցում են արտոնագրով սահմանվածը:

1.1 Հայրենական արտադրության ընդհանուր ծավալը ընդհանուր եթերաժամի հաշվով

Հիմք ընդունելով «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՉՉ օրենքի 9 հոդվածը, որով կանոնակարգվում է հեռուստաընկերությունների կողմից հայրենական արտադրության հաղորդումների հեռարձակումը և այն մեկ հեռուստաալիքով չի կարող ընդհանուր եթերաժամի 65 տոկոսից պակաս լինել, ըստ անցկացված մոնիտորինգի արդյունքների՝ խախտումները գրանցվել են 14 ընկերություններում: Միայն 5 հեռուստաընկերությունների հայրենական արտադրության հաղորդումների ժավալը գերազանցում է 65 տոկոսը, մյուս բոլոր ընկերություններում չի պահպանվում օրենքի պահանջը և ցուցանիշը 65% ցածր է: Ընդ որում ամենա բարձր ցուցանիշը 92% է, իսկ ցածր՝ 12%:

Սուրդոթարգմանությամբ հեռուստահաղորդումները գրանցվել են միայն մեկ հեռուստաընկերությունում:

1.2 Սեփական արտադրության հեռուստահաղորդումների ծավալը հայրենական արտադրության հաղորդումների, օրենքով նախատեսված նվազագույն ծավալի հաշվով

Սեփական արտադրության հեռուստահաղորդումների ծավալը օրենքով չի կարգավորվում: Նշված հաղորդումների տոկոսային ծավալը որոշվում է առանձին՝

յուրաքանչյուր հեռուստաընկերության համար մրցույթային /լիցենզիոն/ պայմաններին համապատասխան:

Ոսումնասիրելով 19 հեռուստաընկերությունների մրցույթային առաջարկները և անցկացված մոնիտորինգի արդյունքները կարող ենք հստակ ասել, որ բոլոր հեռուստաընկերությունների կողմից պահպանվում են լիցենզիոն պայմանները սեփական արտադրության հաղորդումների ծավալի նկատմամբ:

1.3 Հեռուստառադիոհաղորդումների լեզուն

«Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի 5 հոդվածի համաձայն Հայաստանի Հանրապետության տարածքում հեռարձակվող հեռուստառադիոհաղորդումների լեզուն հայերենն է, բացառությամբ օրենքով սահմանված դեպքերի: Օտար լեզուներով հեռուստառադիոհաղորդումները, գեղարվեստական, վավերագրական և մուլտիպլիկացիոն կինոնկարները, ինչպես նաև հայերեն հաղորդումների օտարալեզու դրվագները /հատվածները/ հեռարձակվում են հայերեն համաժամանակյա թարգմանությամբ՝ ձայնային կամ լուսագրային եղանակով: Նշված պահանջը չի տարածվում այլ լեզուների ուսուցման նպատակով կազմակերպվող հեռուստառադիոհասընթացների, ինչպես նաև երգերի և երաժշտական այլ ժանրերի ստեղծագործությունների վրա, որոնք կարող են եթեր հեռարձակվել առանց հայերեն թարգմանության: Սույն հոդվածի դրույթները չեն տարածվում նաև արտերկրի համար հեռարձակվող հեռուստառադիոհաղորդումների և ազգային փոքրամասնությունների լեզուներով տրվող հաղորդումների վրա: Հեռուստառադիոընկերությունները պարտավոր են ապահովել իրենց հաղորդումների լեզվի անաղարտությունը:

Ինչպես վկայում են մոնիտորինգի արդյունքները ընկերությունները որպես կանոն չեն պահպանում օրենքի նշված պահանջը: Այսպես 19 հեռուստաընկերություններից 7 ընկերություններում օրվա ընդհանուր եթերաժամից հայերենով հեռարձակվող հաղորդումների ծավալը 50-72 % է կազմում, միայն երկու ընկերություններում՝ 87,4 և 91 %, իսկ մնացած 10 հեռուստաընկերություններում նշված հաղորդումների ծավալը չի հասնում նույնիսկ 50% : Ամենա ցածր ցուցանիշը 11% կազմում:

1.4 Էրոտիկ բնույթի հեռուստառադիոհաղորդումների և սարսափ ֆիլմերի առկայությունը

Հեռուստառադիոհաղորդումների չարաշահման անթույլատրելիության դեպքերը սահմանված են Օրենքի 24 հոդվածով: Նշված հոդվածի վերջին պարբերության համաձայն էրոտիկ բնույթի հեռուստառադիոհաղորդումները և սարսափ ֆիլմերը, ինչպես նաև անչաձահասների մտավոր և ֆիզիկական զարգացման, բարոյական դաստիարակության վրա հնարավոր բացասական ազդեցություն ունեցող հաղորդումները, բացառությամբ կողավորված հեռուստառադիոհաղորդումների, կարող են եթեր հեռարձակվել ժամը 24.00-6.00-ը:

Հոդվածի պահանջների խախտում գրանցվել է ընդամենը մեկ հեռուստաընկերությունում՝ մոնիտորինգի 2-րդ, 4-րդ և 5-րդ օրերերին, յուրաքանչյուր օր՝ մեկ դեպք:

1.5 Վերահեռարձակման առկայությունը

Օրենքի 10 հոդվածի 2-րդ պարբերության համաձայն ՀՀ արտոնագրված հեռուստաընկերություններն օտարերկրյա հեռուստառադիոընկերությունների

հաղորդումները կարող են վերահեռարձակել պայմանագրային հիմունքներով՝ պահպանելով 5-րդ և 9-րդ հաղվածների պահանջները ու արտոնագրման պայմանները՝ վերահեռարձակումից առաջ այդ մասին գրավոր տեղեկացնելով Ազգային հանձնաժողովին:

Մոնիտորինգի ժամանակ 7 հեռուստաընկերություններում վերահեռարձակման դեպքեր են արձանագրվել և նշված ծրագրերի միջին հաշվարկը օրվա կտրվածքով կազմում է 2,6 մինչև 14,8 ժամ: Անհրաժեշտ է նշել, որ մոնիտորների կողմից պայմանագրերի և գրավոր զգուշացման առկայությունը չի ուսումնասիրվել:

1.6 Գովազդի ընդհանուր ծավալը 24 եթերային ժամի հաշվով

Հիմք ընդունելով «Գովազդի մասին» ՀՀ Օրենքի 9-րդ հոդվածը, ըստ որի արգելվում է ռադիոհեռուստատեսային հաղորդման ընթացքում հեռարձակել գովազդ՝ յուրաքանչյուր մեկ եթերային ժամի հաշվով 10 րոպեյից ավելի տևողությամբ, այսինքն 24 ժամվա ընթացքում 240 րոպե, ըստ անցկացված մոնիտորինգի արդյունքների՝ խախտումներ չեն գրանցվել:

1.7 Գովազդի ծավալը մեկ եթերային ժամի հաշվով

Եթե 24 եթերային ժամ տևողության ընթացքում գովազդի ծավալների գերազանցման խախտումներ չեն գրանցվել, ապա **մեկ շաբաթվա ընթացքում** մեկ ժամվա կտրվածքով արձանագրվել է տասնհինգ հեռուստաընկերությունների կողմից արված 276 խախտում: Հատկանշական է այն հանգամանքը, որ տասնինը հեռուստաընկերություններից միայն երեքի կողմից է, որ որևէ խախտում չի արձանագրվել: Համապատասխան հեռուստաընկերությունների կողմից կատարվել են նվազագույնը երեք, հինգ և նույնիսկ ութ խախտումներ: Իսկ, ընդհանուր առմամբ, խախտումների միջին թիվը կազմում է մոտավորապես 14.5 խախտում՝ ամեն հեռուստաընկերության հաշվով ընդհանուր տասնինը հեռուստաընկերություններից:

1.8 Սոցիալական գովազդի ծավալը

Նշենք, որ համաձայն «Գովազդի մասին» ՀՀ Օրենքի 13-րդ հոդվածի, սոցիալական գովազդի ծավալը պետք է կազմի տարեկան եթերային ժամանակի ոչ պակաս, քան 5 տոկոսը: Այսինքն, հաշվի առնելով հեռուստաընկերության եթերային ժամանակը, այդ ծավալը կարող է տարբերվել ըստ որոշակի հեռուստաընկերության մրցութային պայմանների և մրցութային իր առաջարկի: Այնուամենայնիվ, մոնիտորինգի անցկացման ընթացքում արձանագրվել են ութ հեռուստաընկերություններ, որոնք այդ ժամանակահատվածում որևէ սոցիալական գովազդ չեն հեռարձակել: Հաշվի առնելով այն փաստը, որ օրենսդրության պահանջներին սոցիալական գովազդի ծավալների համապատասխանության հարցը որոշելու համար պահանջվում են ոչ միայն բարդ մաթեմատիկական տոկոսային հաշվարկներ, այլ նաև հեռուստաընկերությունների ծրագրային քաղաքականության կանխատեսում տարվա մյուս հատվածում, անհնարին ենք համարում դիտարկել նման գովազդի ծավալների համապատասխանությունը օրենսդրությանը, քանի որ այդ գովազդը հաշվարկվում է տարեկան տևողությամբ:

1.9 Թունդ ակոհոլային (սպիրտի պարունակությունը 20 և ավելի ծավալային տոկոս) խմիչքների (բացառությամբ կոնյակի) և ծխախոտի գովազդը.

Համաձայն «Գովազդի մասին» ՀՀ Օրենքի 15-րդ հոդվածի, վերոնշյալ ապրանքների առանձին տեսակների գովազդը զանգվածային լրատվության էլեկտրոնային միջոցներով արգելվում է: Սակայն, մոնիտորինգի ընթացքում արձանագրվել է, որ վերջինիս անցկացման ժամանակահատվածում Օրենքի տվյալ պահանջին հետևել են ընդամենը ութ հեռուստաընկերություն:

1.10 Վիճակախաղերի, շահումով խաղերի, խաղատան կազմակերպչի գովազդի ընդհանուր տևողությունը 24 ժամվա ընթացքում

Այս առումով գրանցվել է միայն մեկ խախտում, որը իր բնույթով գերազանցում է այս տիպի գովազդի թույլատրելի նվազագույնը ինը րոպե տևողությունը 24 ժամվա ընթացքում, ավելի քան 2.5 անգամ: Հետաքրքրական է, որ նման խախտում թույլ տված հեռուստաընկերությունը զերծ չի մնում նաև այլ պահանջների խախտումներից: