

ՀԲԻ զարգացման ուսումնասիրություններ

Տեղեկացնելու իրավունք

*Ջանգվածային լրատվության միջոցների դերը
տնտեսական զարգացման գործում*

Երեւան 2003

© 2002 Վերակառուցման եւ Ջարգացման Միջազգային Բանկ /
Համաշխարհային Բանկ
1818 H Street, NW
Washington, DC 20433

Բոլոր իրավունքները պաշտպանված են

1 2 3 4 5 03 02

Այստեղ բերված բոլոր տվյալները, մեկնաբանություններն ու եզրակացությունները հեղինակներինն են եւ պարտադիր չէ, որ արտացոլեն Համաշխարհային բանկի գործադիր տնօրենների խորհրդի կամ նրանց կողմից ներկայացվող կառավարությունների տեսակետները:

Համաշխարհային բանկը չի երաշխավորում այս աշխատանքում ընդգրկված տեղեկությունների հավաստիությունը: Գրքում ներառված քարտեզներում նշված սահմանները, գույները, անվանումները եւ այլ տեղեկատվությունը չեն կարող դիտվել որպես Համաշխարհային Բանկի տեսակետներ որեւէ տարածքի իրավական կարգավիճակի վերաբերյալ կամ Համաշխարհային Բանկի կողմից այդ սահմանների հավանություն եւ ընդունում:

Իրավունքներ եւ թույլտվություններ

Այս աշխատանքի նյութերը պահպանվում են հեղինակային իրավունքով: Այս աշխատանքի որեւէ մաս չի կարող վերատպվել կամ հեռարձակվել որեւէ ձեւով կամ էլեկտրոնային կամ մեխանիկական միջոցներով, ներառյալ պատճենահանումը, ձայնագրումը կամ որեւէ տեղեկատվական բազայում եւ որոնման համակարգում ներառումը, առանց Համաշխարհային Բանկի նախնական գրավոր համաձայնության: Համաշխարհային Բանկը խրախուսում է իր աշխատանքի տարածումը եւ այդ նպատակով հնարավորին սեղմ ժամկետներում թույլտվություն կտրամադրի ցանկացողներին:

Խնդրում ենք պատճենահանման կամ վերատպման թույլտվության համար համապատասխան ամբողջական տեղեկատվությամբ հանդերձ Ձեր խնդրանքն ուղարկել Copyright Clearance Center, Inc., 222 Rosewood Drive, Danvers, MA 01923, USA հասցեով, հեռ.՝ 978-750-8400, ֆաքս՝ 978-750-4470, www.copyright.com.

Իրավունքներին եւ լիցենզիաներին, ներառյալ վերարտադրման իրավունքին վերաբերող մյուս բոլոր հարցերը պետք է ուղղվեն Office of the Publisher, World Bank, 1818 H Street NW, Washington, DC 20433, USA հասցեով, ֆաքս՝ 202-522-2422, էլ. փոստ՝ pubrights@worldbank.org.

Գրքի հայերեն թարգմանությունն ու հրատարակությունը ֆինանսավորել են Համաշխարհային բանկը եւ Բաց հասարակության ինստիտուտը

Թարգմանությունը՝ **Մանվել Բադայանի**
Խմբագիր՝ **Մեսրոպ Հարությունյան**
Համակարգչային ձեւավորումը եւ էջադրումը՝ **Նարա Մենդելյանի**
Օրագրի տնօրեն **Բորիս Նավասարդյան**

© Երեւանի մամուլի ակումբ, 2003թ. 
(թարգմանություն, ձեւավորում, հրատարակություն)

Ցանկ

Նախաբան	V
Մեր գործընկերները	VII
1. Հայելի. Ինչ են ասում լրատվամիջոցները եւ ինչու <i>Ռոուլին Իսլամ</i>	1

ՄԱՍ I

ԻՆՉՊԵՍ ԵՆ ԼՐԱՏՎԱՄԻՋՈՑՆԵՐՆ ԱԶԱԿՑՈՒՄ ՇՈՒԿԱՆԵՐԻՆ

2. Իշխանության թափանցիկությունը <i>Ջոզեֆ Ստիգլից</i>	28
3. Ջանգվածային լրատվամիջոցները եւ քաղաքական հաշվետվությունը <i>Թիմոթի Բեսլի, Ռոբին Բուրջես եւ Անդրեա Պրատ</i>	47
4. Լրատվամիջոցները եւ շուկաները Միացյալ Նահանգներում <i>Էդվարդ Ս. Հերման</i>	65
5. Անհիմն չափազանցությունները լրատվամիջոցներում <i>Ռոբերտ Ջ. Շիլլեր</i>	88
6. Նորություններ եւ քաղաքական ազդեցություն տարածելը <i>Դեվիդ Ստրյոմբերգ</i>	100
7. Լրատվամիջոցների դերը կորպորատիվ կառավարման համակարգում <i>Ալեքսանդր Դիկ եւ Լուիջի Ջինգալես</i>	113

ՄԱՍ II

ԻՆՉՆ Ե ԼՐԱՏՎԱՄԻՋՈՑՆԵՐԻՆ ԳՈՐԾԵԼՈՒ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆ ՏԱԼԻՍ

8. Լրատվամիջոցների սեփականությունը եւ բարգավաճումը <i>Սիմեոն Ջանկով, Կարալի ՄակԼիշ, Տատյանա Նենովա եւ Անդրեյ Շլեյֆեր</i>	147
---	-----

9. Լրատվամիջոցները որպես արտադրություն՝ զանգվածային հաղորդակցության տնտեսական կազմակերպություններ <i>Բրյուս Ս. Օուեն</i>	177
10. Լրատվամիջոցների իրավական միջավայրը <i>Պետեր Կրուզ եւ Մոնրո Ե. Փրայս</i>	200
11. Վիրավորանքը սահմանող օրենքներ <i>Ռուբ Վոլդեն</i>	221
12. Լրատվամիջոցներն անցումային շրջանում. տնտեսության հեգեմոնիան <i>Թիմ Քարինգտոն եւ Մարկ Նելսոն</i>	241

ՄԱՍ III

ԻՆՉ ԵՆ ԱՍՈՒՄ ԼՐԱՏՎԱՄԻՋՈՑՆԵՐԸ ԼՐԱՏՎԱՄԻՋՈՑՆԵՐԻ ՄԱՍԻՆ

13. Աշխարհի լավագույն մասնագիտությունը <i>Գաբրիել Գարսիա Մարկես</i>	265
14. Լրատվամիջոցները եւ տեղեկատվություն ստանալու հնարավորությունները թախանդում <i>Կավի Չոնգկիտավորն</i>	271
15. Լրատվամիջոցները եւ զարգացումը Բանգլադեշում <i>Մահֆուզ Անամ</i>	283
16. Ինչու «Քայրո թայմսը» սկսեց տպագրվել Կիպրոսում <i>Չիչան Քասեմ</i>	292
17. Լրատվամիջոցների դերը Չինբաբվեում <i>Մարկ Գ. Չավունդուկա</i>	298
18. Լրագրությունը կոմունիզմից հետո. Տասը պատվիրան պարկեշտ լրագրողի համար <i>Ադամ Միչնիկ</i>	309
19. Շրջանային հեռուստակայանի գոյատևումը արմատական փոփոխությունների դարաշրջանում <i>Վիկտոր Մուչնիկ եւ Յուլիա Մուչնիկ</i>	318
Այբբենական անվանացանկ	325

Նախաբան

Աշխարհում ավելի քան 1,2 միլիարդ մարդ ապրում է օրական մեկ ԱՄՆ դոլարից պակաս եկամտով: Եվ այս աղքատ մարդկանցից շատերը ոչ միայն տառապում են ֆիզիկական կամ բնական զրկանքներից, այլ նաև զրկված են իրենց կյանքին վերաբերող որոշումներ ընդունելու հնարավորությունից: Ավելին, կաշառակերությունը եւ ապաշնորհ իշխանությունները խոչընդոտում են օգնության արդյունավետությանը: Անկասկած, այս առումներով որոշակի առաջընթաց է նկատվում, սակայն զարգացումը համապարփակ գաղափար է, որն ընդգրկում է զանազան ոլորտներում որոշակի գործընթացներ: Զարգացման արդյունավետ ռազմավարության հիմնական բաղկացուցիչ մասն են կազմում տեղեկատվության տարածումը եւ առավելագույն թափանցիկությունը: Աղքատության դեմ պայքարելու համար անհրաժեշտ է ապահովել տեղեկատվության մատչելիությունը եւ բարելավել տեղեկատվության որակը: Լավ տեղեկացված մարդիկ ավելի ունակ են ճիշտ որոշումներ կայացնել:

Այս պատճառներով ես միշտ ասել եմ, որ ազատ մամուլը շռայլությունն է: Այն օբյեկտիվ զարգացման հիմքն է: Լրատվամիջոցները կարող են բացահայտել կաշառակերությունը: Նրանք կարող են վերահսկել պետական քաղաքականությունը՝ լուսաբանելով կառավարության գործունեությունը: Նրանք թույլ են տալիս մարդկանց արտահայտել իրենց կարծիքները կառավարման եւ բարեփոխումների վերաբերյալ եւ նպաստում են հասարակական համաձայնության ստեղծմանը՝ փոփոխություններ մտցնելու նպատակով: Այդպիսի լրատվամիջոցները օգնում են շուկաներին բարելավելու իրենց գործունեությունը՝ սկսած Ինդոնեզիայի փոքր բանջարեղենի շուկաներից եւ վերջացրած Լոնդոնի ու Նյու-Յորքի արժույթի եւ արժեթղթերի գլոբալ շուկաներով: Նրանք կարող են նպաստել առևտրին՝ այլ երկրներ գաղափարներ եւ նորարարություններ փոխանցելով: Մենք ականատես ենք եղել նաև լրատվամիջոցների կարելորդությանը մարդկության զարգացման հարցում, օրինակ՝ Ուզանդայի, Նիկարագուայի եւ բազմաթիվ այլ երկրների հեռավոր գյուղերում առողջապահության եւ կրթության վերաբերյալ տեղեկատվության տարածման հարցում:

Բայց փորձը ցույց է տալիս, որ լրատվամիջոցների անկախությունը կարող է շատ դյուրաբեկ լինել եւ հեշտորեն խախտվել: Շատ հաճախակի է պատահում, որ իշխանությունները ճնշում են լրատվամիջոցներին: Երբեմն իշխանության վրա հզոր մասնավոր շահերի վերահսկողությունը արգելակում է տեղեկատվության տարածումը: Կրթական, մարդկային կապիտալի եւ տեխնոլոգիաների ցածր մակարդակը նույնպես կարող են սահմանափակել այն դրական դերը, որը կատարում են լրատվամիջոցները: Եվ մենք ականատես ենք եղել նաև տեղեկատվության անպատասխանատու տարածման եւ աճապարարության ազդեցությանը: Որպես օրինակ կարելի է բերել Ռուսիայում պատերազմական քարոզչության կործանարար հետեւանքները: Ակնհայտ

է, որ զարգացմանը նպաստելու համար լրատվամիջոցները համապատասխան միջավայրի ազատության, հնարավորությունների եւ հակակշիռների կարիք ունեն:

Համաշխարհային զարգացման «Շուկաների համար ինստիտուտներ ստեղծելը» հաշվետվությունը մի ամբողջ գլուխ է նվիրել զարգացման 2002 թվականի հարցում լրատվամիջոցների խաղացած դերին: Այս գիրքն այդ աշխատանքի շարունակությունն է: Սա մի կարեւոր ներդրում է, որը կօգնի մեզ հասկանալու, թե զանազան իրավիճակներում լրատվամիջոցներն ինչպես կարող են ազդել զարգացման արդյունքների վրա եւ ներկայացնում է այն պայմանները, որոնք անհրաժեշտ են քաղաքական միջավայրին, որպեսզի թույլ տա լրատվամիջոցներին աջակցելու տնտեսական եւ քաղաքական շուկաներին, եւ լրատվամիջոցները ձայնի իրավունքից զրկվածներին իրենց կարծիքն արտահայտելու հնարավորություն ընձեռեն: Այդ նպատակով այս աշխատանքը համակցում է ինչպես գիտնականների, այնպես էլ բուն գործընթացով զբաղվողների՝ լրագրողների տեսակետները: Այս գիրքը հետարքրություն կներկայացնի քաղաքականություն մշակողների, ոչ կառավարական կազմակերպությունների, լրագրողների, գիտնականների եւ ուսանողների համար:

Այս հրապարակումն իր աջակցությունն է հայտնում այն աշխատանքներին, որն իրականացնում է Համաշխարհային բանկը՝ թափանցիկության ապահովման եւ կառավարման արդյունավետության բարձրացման հարցերում, ինչպես նաեւ ողջունում է ավելի քան 50 երկրներում հետաքննությանը զբաղվող լրագրողների ուսուցման կազմակերպմանն ուղղված Համաշխարհային բանկի ինստիտուտի շարունակական ջանքերը: Այն նաեւ իր աջակցությունն է հայտնում մեր Արտաքին կապերի վարչության աշխատանքին, որը համագործակցում է կառավարությունների հետ՝ արդյունավետ զարգացմանն ուղղված փոխհարաբերություններ ձեւավորելու նպատակով:

Առաջ նայելով՝ կարելի է ասել, որ այս գիրքը մեկն է այն քայլերից, որ կատարելու է Համաշխարհային բանկն իր գործընկերների հետ միասին՝ առավել թափանցիկ աշխարհի կառուցելու եւ պատասխանատու իշխանություններ ստեղծելու նպատակով:

Ջեյմս Դ. Վուլֆենսոն

Համաշխարհային բանկի խմբի նախագահ

Մեր գործընկերները

Այս գիրքը *Համաշխարհային զարգացման «Շուկաների համար իստիտուտներ ստեղծելը» 2002 թվականի հաշվետվության* աշխատանքի շարունակությունն է: Այն գրել է Ռոուլանդ Իսլամի ղեկավարած թիմը, որում ներգրավված էին նաև Սիմեոն Ջանկովը եւ Կարալի ՍակԼիշը: Խմբագրման պատասխանատուն է Էլիս Ֆեյնթիչը, տպագրման վերահսկողությունն իրականացրել է Ջոն Դիոյեն:

Մահֆուզ Անանը բանգլադեշյան «Դեյլի Սթար» թերթի գլխավոր խմբագիրն է:

Թիմոթի Բեսլին Լոնդոնի տնտեսագիտության դպրոցի տնտեսագիտության պրոֆեսոր է, ինչպես նաև տնտեսագիտության եւ հարակից գիտությունների Սանտորի եւ Տոյոտա Միջազգային Կենտրոնների տնօրենը:

Ռոբին Բուրջեսը Լոնդոնի տնտեսագիտության դպրոցի տնտեսագիտության դասախոս է, ինչպես նաև տնտեսագիտության եւ հարակից գիտությունների Սանտորի եւ Տոյոտա միջազգային կենտրոնների տնտեսական կազմակերպությունների եւ պետական քաղաքականության ուսումնասիրության ծրագրի տնօրենը:

Թիմ Քարինգտոնը Համաշխարհային բանկի Վաշինգտոնի ինստիտուտի հասարակական տեղեկատվության ավագ աշխատակից է:

Մարկ Չավունդուկան Ջիմբաբվեի առաջատար անկախ թերթի՝ «Ստանդարտի» նախկին խմբագիրն է:

Կավի Չոնգկիտավորնը Թայլանդի առաջատար անգլալեզու թերթի՝ «Նեյշնի» գործադիր խմբագիրն է:

Սիմեոն Ջանկովը Համաշխարհային բանկի մասնավոր հատվածի խորհրդատվական ծառայությունների ավագ տնտեսագետ է:

Ալեքսանդր Դիկը Հարվարդի բիզնես դպրոցի բիզնեսի եւ կառավարման պրոֆեսորի օգնական է:

Գաբրիել Գարսիա Մարկեսը լրագրող է եւ գրող, գրականության Նոբելյան մրցանակի 1982թ. դափնեկիր:

Էդվարդ Չերմանը Փենսիլվանիայի համալսարանի Վարթոնի դպրոցի տնտեսագիտության պատվավոր պրոֆեսոր է:

Ռոուլին Իսլամը Համաշխարհային բանկի ինստիտուտի աղքատության կրճատման եւ տնտեսական կառավարման բաժնի ղեկավարն է:

Հիշան Քասենը Եգիպտոսի անգլալեզու նորություններ տպագրող հանդեսի՝ «Կաիրո թայմսի» խմբագիրն է:

Պետեր Կրուզը Օկլահոմայի համալսարանի իրավաբանական քոլեջի հաղորդակցության օրենքի պրոֆեսոր է:

Կարալի ՄակԼիշը Համաշխարհային բանկի մասնավոր հատվածի խորհրդատվական ծառայությունների տնտեսագետ է:

Ադամ Միչնիկը Լեհաստանի առաջատար օրաթերթի՝ «Գազետա վիբորչայի» գլխավոր խմբագիրն է:

Վիկտոր Մուչնիկը Ռուսաստանի Տոմսկ քաղաքի «ՏՎ2» հեռուստաալիքի գլխավոր խմբագիրն է:

Յուլիա Մուչնիկը Ռուսաստանի Տոմսկ քաղաքի «ՏՎ2» հեռուստաալիքի ժուռնալիստ է:

Մարկ Նելսոնը Համաշխարհային բանկի ինստիտուտի փարիզյան մասնաճյուղի ծրագրի ղեկավարն է:

Տատյանա Նենովան Համաշխարհային բանկի մասնավոր հատվածի խորհրդատվական ծառայությունների ֆինանսական տնտեսագետ է:

Բրյուս Օուենը նախագահն է «Էքոնոմիսթս Ինքորփորեյթիդի», որը միկրոտնտեսական վերլուծություններում մասնագիտացած խորհրդատվական ընկերություն է:

Անդրեա Պրատը Լոնդոնի տնտեսագիտության ինստիտուտի տնտեսագիտության դասախոս է, ինչպես նաև «Տնտեսական հետազոտությունների անդրադարձի» խմբագրական կոլեգիայի անդամ:

Մոնրո Փրայսը Միացյալ Թագավորության Օքսֆորդի համալսարանի մամուլի համեմատական իրավունքի եւ քաղաքականություն ծրագրի հիմնադիրը եւ համատնօրենն է, ինչպես նաև Նյու-Յորքի Բենջամեն Ն. Կարդոզյի անվան դպրոցի իրավաբանության՝ Ջոզեֆ եւ Սադի Դանսիգերների անվան պատվավոր պրոֆեսոր:

Ռոբերտ Շիլլերը Յեյլի համալսարանի տնտեսագիտության՝ Ստենլի Բ. Ռեսորի անվան պատվավոր պրոֆեսոր է:

Անդրեյ Շլեյֆերը Հարվարդի համալսարանի տնտեսագիտության՝ Ուիլի Վ.Ն. Ջոնսի անվան պրոֆեսոր է եւ 1999թ. Ջոն Բեյթս Քլարք մրցանակի դափնեկիր:

Ջոզեֆ Ստիգլիցը Կոլումբիայի համալսարանի բիզնեսի բարձրագույն դպրոցի, միջազգային եւ հասարակական հարաբերությունների դպրոցի եւ տնտեսագիտական ֆակուլտետի ֆինանսների եւ տնտեսագիտության պրոֆեսոր է եւ տնտեսագիտության Նոբելյան մրցանակի 2001թ դափնեկիր:

Դեվիդ Ստրյոմբերգը Ստոկհոլմի միջազգային տնտեսագիտական ուսումնասիրությունների ինստիտուտի գիտաշխատող է:

Ռուֆ Վոլդենը Չապել Հիլի Հյուսիսային Կարոլինայի համալսարանի ժուռնալիստիկայի եւ զանգվածային հաղորդակցության դպրոցի պրոֆեսոր է եւ ասպիրանտուրայի տնօրեն:

Լուիջի Ջինգալեսը Չիկագոյի համալսարանի բիզնեսի բարձրագույն դպրոցի Ռոբերտ Ս. ՄակԿորմակի անվան ձեռնարկատիրության եւ ֆինանսների պրոֆեսոր է:

1

Չայելի.

ինչ են ասում լրատվամիջոցները եւ ինչու

ակնարկ

Ռոուլին Իսլամ

Լրատվամիջոցները, լինեն դրանք պետական, թե մասնավոր, կարելու դեր են խաղում ցանկացած տնտեսության մեջ՝ իշխանության դեկի մոտ գտնվողներին աջակցելով կամ ընդդիմախոսելով, արդյունաբերության ճյուղերի տեսակետները եւ/կամ մեղքերը մատնանշելով կամ այդ չանելով, մարդկանց ձայն տրամադրելով կամ չտրամադրելով եւ պարզապես տնտեսական տեղեկատվություն տարածելով: Իրենց գործունեության ընթացքում լրատվամիջոցները կախում ունեն պետությունից, որը կարգավորում է նրանց գործունեությունը, ընկերություններից, որոնք վճարում են գովազդներ տարածելու դիմաց եւ սպառողներից, որոնց նրանք ծառայություններ են մատուցում: Այս տարբեր շահեր ունեցող խմբերը հավասարակշռության մեջ պահելը դժվարին խնդիր է: Այն, թե ինչպես են լրատվամիջոցները դա անում, ի ցույց է բերում ոչ միայն նրանց գոյատեւելու ունակությունը, այլեւ նրանց ազդեցությունը տնտեսության վրա: Այս գիրքն այն գործոնների մասին է, որոնք սահմանում են, թե ինչպես կարող են լրատվամիջոցներն աջակցել տնտեսական առաջընթացին:

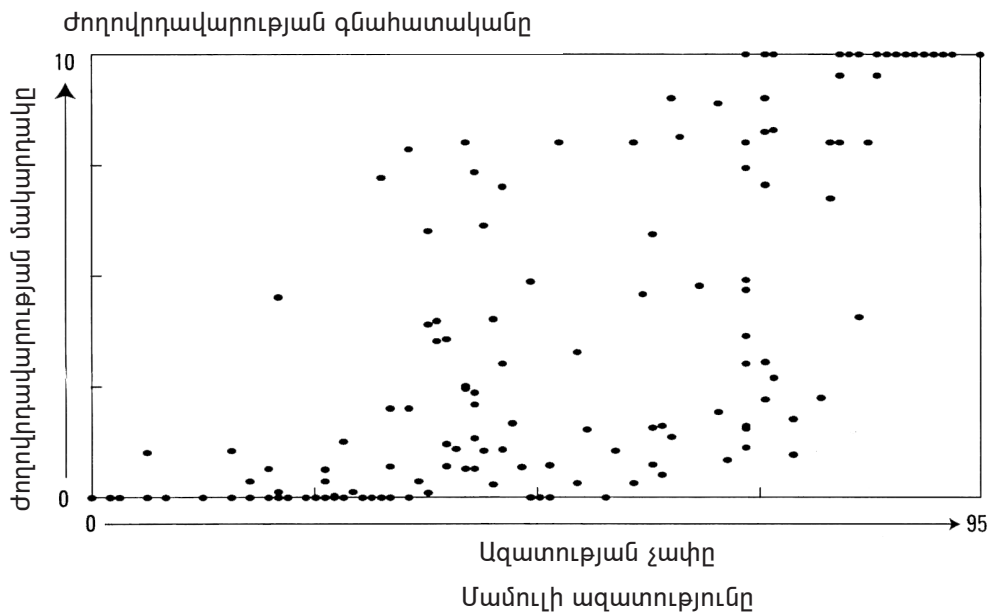
Պարզ է, որ որպես տեղեկատվության կարելու աղբյուր լրատվամիջոցներն ավելի շատ կնպաստեն տնտեսության զարգացմանը, եթե բավարարեն ներքոհիշյալ երեք պայմաններին՝ լինեն անկախ, տրամադրեն բարձրորակ տեղեկատվություն եւ լինեն մատչելի, այսինքն՝ ինչպես Ջոզեֆ Ստիգլիցն է նշել 2-րդ գլխում, եթե լրատվամիջոցները պակասեցնում են տեղեկատվության բնական անհավասարակշռությունը նրանց միջեւ, ովքեր կառավարում են, եւ նրանց միջեւ, ում նրանք կոչված են ծառայելու, եւ երբ նրանք պակասեցնում են տեղեկատվության անհավասարակշռությունը մասնավոր հատվածի ներկայացուցիչների միջեւ: Այդպիսի լրատվամիջոցները կարող են մեծացնել ինչպես բիզնեսի, այնպես էլ իշխանության հաշվետվության աստիճանը մոնիտորինգի եւ վարկանիշի անկման տուգանքի միջոցով՝ միաժամանակ սպառողներին հնարավորություն ընձեռնելով ավելի տեղեկացված որոշումներ ընդունել:

Այս գիրքը բերում է բազմաթիվ օրինակներ, որոնք ցույց են տալիս լրատվամիջոցների կողմից տրամադրվող տեղեկատվության արժեքը: Ալեքսանդր Դիկը եւ Լուիջի Զինգալեսը (գլուխ 7) քննարկում են, թե լրատվամիջոցներն ինչպես կարող են ազդել կորպորատիվ կառավարիչների եւ տնօրենների վրա, որպեսզի վերջիններս հասարակության կողմից ընդունելի վարքագիծ պահպանեն եւ այդպիսով խուսափեն այնպիսի քայլեր ձեռնարկելուց, որոնք կարող են հանգեցնել պարսպանքի եւ սպա-

ռողների կողմից բոյկոտների: Նրանք նաեւ տեղեկացնում են, որ Մալազիայում վերջերս կատարված հարցման ժամանակ ինստիտուցիոնալ ներդրողներին եւ բաժնետոմսերի շուկայի վերլուծաբաններին հարցրել էին, թե ո՞ր գործոններն են նրանց համար առավել կարեւոր կորպորատիվ կառավարման եւ պետականորեն գրանցված ընկերություններում ներդրումներ կատարելու վերաբերյալ որոշումներ ընդունելիս: Հարցվածներն առավել մեծ կարեւորություն էին տվել ընկերությունների մասին հասարակական եւ լրագրողական մեկնաբանությունների հաճախականությանը եւ բնույթին, քան ակադեմիական քննարկումներում հիմնական համարվող մի շարք այլ գործոնների: Ինչեւէ, հավաստի տեղեկատվության պարբերական տարածումը մեծապես կախում ունի այն բանից, թե ինչպես է լրատվամիջոցների բիզնեսը կառավարվում եւ կարգավորվում: Այս գրքի բոլոր գլուխները արձանագրում են բազմաթիվ երկրներում լրատվամիջոցների գործունեության եւ կարգավորման մեթոդները եւ մատնանշում են, թե ինչպիսի պետական քաղաքականությունը եւ տնտեսական պայմանները կարող են խոչընդոտել լրատվամիջոցներին՝ նպաստելու աղքատ երկրներում տնտեսական զարգացմանը:

Մինչեւ ազդեցիկ լրատվամիջոցների երեք հատկանիշները (անկախություն, որակ եւ մատչելիություն) քննարկելը եւ կցանկանայի ձեր ուշադրությունը բեւեռել այս գրքում արծարծված թեմաների հետ կապ ունեցող երկու հիմնական հարցերին: Առաջինը անկախ լրատվամիջոցների եւ ժողովրդավարության միջեւ փոխհարաբերություններն են: Թվում է, թե ակնհայտ է, որ ընդհանրապես ավելի ժողովրդավարական երկրները նաեւ ավելի անկախ մամուլ ունեն, ինչպես երեւում է դիագրամ 1.1.-ից, բայց արդյո՞ք անկախ լրատվամիջոցներն են նպաստում ժողովրդավարության ավելացմանը, թե՞ գործուն ժողովրդավարություն է նպաստում անկախ լրատվամիջոցների ձեւավորմանը: Անկասկած, երկուսն էլ գտնվում են փոխազդեցության մեջ, եւ գոյություն ունեն լրատվամիջոցների ազատության եւ ժողովրդավարության տարբեր աստիճաններ: Նույնիսկ ժողովրդավարական երկրներում լրատվամիջոցների անկախության աստիճանները տարբեր են, եւ նույնիսկ համեմատաբար ոչ ժողովրդավարական պետությունները կարող են տարբերակվել լրատվամիջոցների անկախության վերաբերյալ իրենց դիրքորոշմամբ: Օրինակ երկու այնպիսի ժողովրդավարական երկրներ, ինչպիսիք են Ռուսաստանը եւ Միացյալ Նահանգները, բավականին տարբեր մոտեցումներ ունեն լրատվամիջոցների եւ նրանց անկախության գաղափարի նկատմամբ: Ավելացնեն նաեւ, որ նույնիսկ նույն ժողովրդավարության պայմաններում լրատվության որոշակի ձեւեր կարող են չկարգավորվել, մինչդեռ մյուս ձեւերը կարգավորվում են, օրինակ՝ տնտեսական նորությունները կարող են ավելի քիչ կարգավորվել, քան զուտ քաղաքական նորությունները: Մամուլի անկախությունը կախում ունի նաեւ եկամտից՝ ավելի հարուստ երկրները տեղեկատվությունն ավելի շատ են արժեքավորում, սակայն կան նաեւ տարբերություններ: Կոլումբիան, Պորտուգալիան եւ Ուկրաինան ունեն ժողովրդավարության զարգացածության միեւնույն մակարդակ, սակայն զգալիորեն տարբերակվում են այս երկրների մոտեցումները մամուլի ազատության հարցում:

Դիագրամ 1.1. Մամուլի անկախությունը եւ ժողովրդավարությունը



Աղբյուր՝ Freedom House (n.d.):

Երկրորդ հարցը, որ կուզենայի քննարկել, վերաբերում է լրատվամիջոցների անկախության, որակի եւ մատչելիության համար օրենքների եւ պաշտոնական կարգավորման կարելուրությանն ընդհանրապես: Շատ դեպքերում լրատվամիջոցների ոլորտը կարգավորող օրենքներն ունեն միայն սահմանափակ կարելուրություն: Ավելացնեն նաեւ, որ օրենքի ընդունումը չի երաշխավորում, որ այն կիրազորվի կամ կլինի արդյունավետ: Սա մասամբ այն պատճառով է, որ օրենքի կիրառումը շատ ավելի դժվար խնդիր է, քան դրա ընդունումը: Ոչ պաշտոնական վարվելակերպի կանոնները նույնպես կարող են հակասել օրենքներին եւ այդպիսով նվազեցնել դրանց արդյունավետությունը: Պետությունների մեծ մասում լրատվամիջոցների ազատությունն ու անկախությունը երաշխավորվում են ոչ միայն օրենքներով, այլ նաեւ ավանդույթով եւ հասարակության կողմից ընդունված բարքերով: Օրինակ՝ չնայած Միացյալ Թագավորությունը ունի Պետական գաղտնիքների մասին բավականին խիստ օրենք (մինչեւ 1989թ.-ը նույնիսկ երկրի վարչապետին մատուցվող խմորեղենի տեսակը համարվում էր պետական գաղտնիք), Բրիտանական լրատվամիջոցների կարգը ազատության ցանկացած չափորոշիչով համարվում է շատ բարձր. Freedom House - ի կողմից տրվող մամուլի ազատության ինդեքսի գնահատականը Միացյալ Թագավորության համար կազմում է 80 միավոր, առավելագույն 100-ի դեպքում:

Ավանդությանիս եւ ակնկալիքների առումով փոփոխություններն ազդում են լրատվամիջոցների ազատության աստիճանի փոփոխությունների վրա այնպես, ինչպես լրատվամիջոցների կողմից տրամադրված տեղեկատվության միջոցով կարող են փոփոխվել մշակույթը եւ ակնկալիքները: Այն երկրներում, որտեղ լրատվամիջոցներն ունեն անկախության երկարամյա ավանդույթներ, եւ ոլորտն արդեն դարձել է լավ կարգավորված բիզնես, իշխանությունների ցանկությամբ ընդունված սահմանափակող օրենքները երկար չեն դիմանում: Նոր ստեղծվող լրատվամիջոցներն առավել դժվար խնդրների են բախվում: Այն երկրներում, որտեղ տեղեկատվությունը միշտ սակավ է եղել կամ գաղտնի է պահվել, որոշ գործոններ աշխատում են ընդդեմ լրատվամիջոց-

ների՝ ա) տեղեկատվության առավելագույն մեծ չափի պոտենցիալ արժեքը թերագնահատվում է կամ լավ չի հասկացվում, բ) հասարակությունը կարծում է, թե միայն տեղեկատվությունը չի կարող օգնել, քանի որ չկան այնչափ հզոր կոալիցիաներ, որոնք կկարողանային օգտագործել առկա տեղեկատվությունը, գ) լրատվամիջոցների թույլ ֆինանսական վիճակը եւ նրանց սպառողների թույլ բազան թուլացնում են այս ոլորտը: Այնուամենայնիվ, այս տարրերից յուրաքանչյուրը ժամանակի ընթացքում կարող է բարելավվել:

Փաստերի հիման վրա կարելի է ենթադրել, որ իրավական համակարգերը կարելի է որ եւ: Իշխանությունները ձեւափոխել են օրենքներն ու իրավական համակարգերը՝ օրինականացնելու համար իրենց գործողություններն ընդդեմ լրատվամիջոցների, բայց նաեւ լրատվամիջոցների իրավունքներն ապահովելու նպատակով: Լրագրողներն օգտագործել են օրենքները՝ պաշտպանելու համար տեղեկանալու եւ տեղեկացնելու իրենց իրավունքը: Երբեմն օրենքը կարելի է, քանի որ իշխանությունները թեւ չեն թաքցնում տեղեկատվությունը, սակայն այն հեշտ չէ ձեռք բերել, քանզի իշխանությունները պարտավոր չեն այն հասանելի դարձնել: Արտահայտվելու եւ տեղեկատվության առավելագույն ազատությունը ապահովող օրենքները կարող են օգտակար լինել նույնիսկ այն դեպքում, երբ ոչ բոլոր կողմերն են համոզված նրանց կարելիության մեջ: Օրենքն ընդունելու փաստը ինքնին կարող է սահմանափակել որոշակի չարաշահումները եւ կարող է ձեւավորել կարծիք, թե ինչն է կարելի եւ ինչը՝ ոչ, մասնավորապես երբ դատաիրավական համակարգը արդյունավետ է եւ անկախ: Օրենքի ընդունումը տեղեկատվության ազատության խնդիրը դարձնում է հասարակական քննարկման առարկա, եւ կարող է դառնալ իրական փոփոխությունների շարժառիթ: Ինչպես ասում է Կավի Չոնգկիտավորնը գլուխ 14-ում, Թաիլանդում «Տեղեկատվության ազատության ակտի» ընդունումը խրախուսեց մարդկանց կառավարությունից ավելի շատ տեղեկատվություն պահանջել՝ փաստորեն փոփոխելով սպասումներն ու վարքագիծը: Եվ ընդհակառակը, ինչպես նշել է Մարկ Չավունդուկան գլուխ 17-ում, Չինքաբվեի իշխանությունները մի քանի օրենքներ են ընդունել մամուլը լռեցնելու նպատակով: Հիշան Բասենը գլուխ 16-ում նշում է, որ, այդուհանդերձ, լրատվամիջոցների նորարար ձեռնարկատերերը հաճախ հնարավորություններ են գտնում շրջանցել սահմանափակող օրենքները:

Ակնարկի վերջում կքննարկենք լրատվամիջոցների գործունեության վրա ազդեցություն ունեցող նախկինում նշված երեք հիմնական գործոնները՝ անկախություն, որակ եւ մատչելիություն¹:

Անկախություն եւ որակ

Անկախությունը վերաբերում է առանց պատժվելուց անհարկի վախենալու ձեռք բերած տեղեկատվությունը տարածելու լրատվամիջոցների հնարավորությանը: Այն նաեւ վերաբերում է այն լրատվամիջոցներին, որոնք չեն վերահսկվում որեւէ շահերի խնդիր կողմից, սակայն այնուամենայնիվ հնարավորություն ունեն ստանալու իրենց անհրաժեշտ տեղեկատվությունը: Լրատվամիջոցների ոչ մի տեսակ չի կարող բացարձակ անկախ լինել՝ նույնիսկ եթե իշխանությունը ուղղակիորեն չի պատժում անցանկալի նորություններ տարածողներին, այն կարող է հրաժարվել տեղեկատվություն տրամադրել հետաքրքիր նորությունների վերաբերյալ: Ստիգլիցը նշում է լրատվամիջոցներին տեղեկատվություն տրամադրող աղբյուրների եւ լրատվամիջոցների միջեւ առկա փոխկախվածությունը: Տեղեկատվության աղբյուրները կարելի է, քա-

¹ Նյուքի մի մասը քննարկվել է նաև Համաշխարհային Բանկում (2001):

նի որ նրանք այլ պայմաններում գաղտնի տեղեկատվությունը փոխանցում են հասարակությանը, սակայն նրանք նաեւ պետական պաշտոնյաներին հնարավորություն են ընձեռում այնպես մատուցել նորությունները, որ ձեռնտու լինի իրենց շահերին եւ գործին:

Լրատվամիջոցների որակը դժվար է նկարագրել կամ բացատրել: Այստեղ բարձրորակ լրատվամիջոցներ են համարվում նրանք, որոնք հնարավորություններ են ունակություններ ունեն օբյեկտիվորեն (շատ թե քիչ) լուսաբանել տնտեսական, սոցիալական եւ քաղաքական հիմնական տեղեկատվությունը, նրանք, որոնք կարող են արտահայտել տեսակետների բազմազանությունը եւ պատասխանատու են իրենց կողմից հրապարակված տեղեկատվության համար, ինչպես նաեւ նրանք, որոնք ունակ են ձեռք բերված տեղեկատվությունը վերլուծել իր արժեքի եւ «ճշմարտացիության» առումով: Գլուխ 13-ում Գաբրիել Գարսիա Մարկեսը «լավագույն» նորությունը սահմանում է որպես ոչ թե միշտ այն նորությունը, որ առաջինն է ձեռք բերվել, «այլ շատ հաճախ այն նորությունը, որը լավագույն ձեւով է ներկայացվել»: Եղվարդ Յերմանի օբյեկտիվության սահմանումը հնչում է հետեւյալ կերպ (գլուխ 4)՝ որակի հիմնական էլեմենտը «առաջին՝ ... նյութի տարբեր կողմերը ներկայացնելը, առանց քաղաքական ճշումների փաստերի հավաքագրումը եւ այդ փաստերի ազնիվ եւ անկողմնակալ ներկայացումը, երկրորդ՝ որոշելը թե ինչն է արժանի նորություն կոչվելու, ելնելով մշտապես կիրառվող նորությունների արժեքներից, որոնք ազդեցության չեն ենթարկվում քաղաքական ուղղությունների կամ գաղափարական ենթադրությունների կողմից եւ փոխզիջման չեն գնում ռազմավարական կամ շահութաբերության նկատառումների հետ»:

Ինչեւէ, անկախ լրատվամիջոցները կարող են որեւէ հարցի դեպքում ինչ-որ մեկի կողմը բռնել կամ ունակ չլինել արժանահավատ նյութ հրապարակել: Քանի որ լրատվամիջոցներն ունեն մարդկանց ստվար զանգվածի կամ մի քանի կարելուր անձանց վարքագծի վրա ազդելու ներուժ, ապա նրանք կարող են հասարակության աչքում նվազեցնել կամ մեծացնել որեւէ խնդրի նշանակությունը եւ այդպիսով ազդել հասարակությունում շահույթի բաշխման վրա: Այս տիպի ազդեցությունը պետք է ենթակա լինի ստուգման, ինչը կքննարկվի հետագայում: Բարձրորակ լրատվամիջոցներն ավելի մեծ հնարավորություններ ունեն ազդելու տեղեկատվության սպառողների վրա: Դիկը եւ Ջինգալեսը նշում են, որ Կորեայի Հանրապետությունում «SK Telecom» ընկերության ներքին մեքենայությունների վերաբերյալ «Ֆայնենշլ թայմսի» նյութն էր, որ այդ պատմությանն արժանահավատություն հաղորդեց, քանի որ այն ավելի համբավվոր էր, քան տեղական թերթերը:

Մի քանի գործոններ բնորոշում են լրատվամիջոցների անկախությունը՝

- լրատվամիջոցի սեփականատիրական կառուցվածքը,
- ոլորտի տնտեսական կառուցվածքը, տնտեսական պայմանները եւ ֆինանսավորման հնարավորությունները,
- տեղեկատվության մատչելիությունը եւ հրապարակումը, լրատվամիջոցների գործունեությանը զբաղվելու հնարավորությունները եւ նորությունների բովանդակությունը կարգավորող օրենքները,
- լրատվամիջոցներին հարող ոլորտներին վերաբերող քաղաքականությունը:

Որակի եւ անկախության հասկացությունները փոխկապակցված են: Օրինակ՝ լրատվամիջոցը կարող է հաշվի չառնել որակը, եթե կախում ունենա կոնկրետ ֆինանսավորման աղբյուրից: Այս պատճառով այդ հասկացությունները դիտարկվում են միասին: Որակի համար կարելուր են եւս երկու հավելյալ գործոններ՝

- լրագրողների եւ լրատվամիջոցների բիզնեսը կառավարողների պատրաստվածությունը եւ ունակությունները,
- լրագրողներին եւ լրատվամիջոցների ոլորտի մարդկանց պատասխանատվության եւ հակակշիռների մեխանիզմները :

Սեփականությունը

Լրատվամիջոցների պատկանելությունը հնարավորություն է տալիս վերահսկել տարածվող տեղեկատվության բնույթը: Լրատվամիջոցների պետական սեփականության կողմնակիցներն ասում են. տեղեկատվությունը հասարակական բարիք է, եւ երբ այն տրամադրվում է սպառողների որոշ քանակի, ապա շատ դժվար կլինի այն հեռու պահել այն մարդկանցից, որոնք դրա համար չեն վճարել, ուստի մասնավոր սեփականատերերը հակված են ավելի քիչ տեղեկատվություն տրամադրել, քան հասարակությանը ցանկալի է: Նրանք նաեւ նշում են, որ մասնավոր սեփականություն հանդիսացող լրատվամիջոցների ոլորտը ենթակա է հասարակության միայն նեղ խմբի տեսակետներն արտահայտելու ռիսկին², իսկ լրատվամիջոցների պետական սեփականությունն անհրաժեշտ է հասարակությանը ցանկալի մշակութային եւ կրթական թեմաներ եւ արժեքներ ներկայացնելու նպատակով եւ ապահովելու համար տեղերում պատրաստված նյութերի հրապարակումը տեղական լեզուներով³:

Պետական սեփականության հակառակորդները պնդում են, թե լրատվամիջոցների պետական կառավարումը կարող է օգտագործվել մարդկանց թյուրիմացության մեջ զգելու եւ իշխանության ղեկի մոտ գտնվողների օգտին տեղեկատվությունն աղավաղելու նպատակով: Ավելին, փորձը ցույց է տալիս, որ պետական սեփականություն հանդիսացող ձեռնարկությունները (հավանաբար լրատվամիջոցները այս առումով նման են մյուս ձեռնարկություններին) ավելի պակաս ունակ են արձագանքելու սպառողների պահանջներին: Եվ վերջապես, պետական սեփականություն հանդիսացող լրատվամիջոցները մրցունակ չեն. այդպիսով մեծանում է ինչպես ցածրորակ արտադրանքի, այնպես էլ ազդեցիկ չլինելու վտանգը: «Բրիթիշ բրոդքասթինգ քորպորեյշնի» (BBC) մասին վերջերս լույս տեսած նյութում («Էկոնոմիստ» 2002ա) նշվում է, որ ընկերության պետական սեփականությունը մյուս լրատվամիջոցների համար ավելի է նվազեցնում աճելու հնարավորությունները, քան դա հնարավոր կլիներ, եթե ընկերությունը լիներ մասնավոր: Նյութում նշվում է, որ հարկերից ձեւավորվող շահույթի այն խոշոր մասը, որ տրվում է «BBC»-ին, վերջինիս առավելություն է տալիս մասնավոր ընկերությունների համեմատությամբ: Այն նաեւ ասում է, որ որպես մասնավոր ընկերություն «BBC»-ին կլիներ ավելի դինամիկ եւ, հետեւաբար, ավելի ունակ մրցակցելու գլոբալ լրատվամիջոցների հետ:

Չարգացող երկրների իրականության տեսանկյունից դիտելիս, երկու կողմերի ներկայացվող դիրքորոշումներում էլ խնդիրներ կան, սակայն պետական ձեռնարկությունների կառավարման արդյունավետության խնդիրը կշեռքի նժարը թեքում է դեպի մասնավոր սեփականության կողմը: Շատ երկրներում նույնիսկ «ինքնիշխան» պետական կազմակերպությունների համար շատ դժվար է իսկապես ինքնիշխան լինել:

2 ՁԼՄ-ները տնօրինելու խոշոր, ոչ ֆինանսական պոտենցիալ օգուտների պատճառով և՛ պետական, և՛ մասնավոր սեփականատերերը դրված են ՁԼՄ-ները ղեկավարել այդ ոլորտում համատեղ սեփականության միջոցով:

3 Նիդերլանդներում 1998թ. ակտը պահաջում է, որ պետական լրատվամիջոցների 25 տոկոսը լինի նորություն, 20 տոկոսը՝ մշակութային և 5 տոկոսը՝ կրթական ծրագրեր: Իտալիայում պահանջվում է, որ հաղորդումների 50 տոկոսը լինի եվրոպական արտադրության: Պետական սեփականությանը վերագրվող օգուտների մեծ մասին կարելի է հասնել նաև մասնավոր սեփականության և պետական կարգավորման արդյունքում:

Դա հատկապես ցայտուն արտահայտվում է զարգացող երկրներում: Մասնավոր լրատվամիջոցները, որոնք մոտ կապեր ունեն այլ բիզնեսների կամ իշխանությունների հետ, նույնպես ենթակա են տեղեկատվության աղավաղման վտանգին: Ավելին, եթե նրանք մրցակցությունից դուրս են, ապա սպառողների նախասիրություններն անտեսելու հարցում նրանք նույնքան մեղավոր են, որքան իշխանության ղեկի մոտ գտնվողները: Օրինակ, Իտալիայում մի քանի ընտանիքների կողմից լրատվամիջոցների նկատմամբ վերահսկողությունը նշանակալի քննարկումների եւ իրարամերժ կարծիքների տեղիք է տվել: Հերմանը նշում է, որ այն երկրներում, որտեղ հիմնական լրատվամիջոցները մասնավոր են եւ ֆինանսավորվում են հիմնականում առևտրային գովազդների հաշվին, ինչպես ԱՄՆ-ում, լրատվամիջոցներն արտահայտում են մեղ խմբակային շահերը, մասնավորապես՝ խոշոր գործարարների շահերը, որոնք խստորեն ընդդիմանում են բիզնեսը քննադատող նյութերին: Համաձայնելով այն մտքի հետ, որ լրատվամիջոցները կարող են ազդել պետական քաղաքականության վրա, գլուխ 6-ում Դելիդ Ստրյոմբերգը նշում է, որ մեծամասնության համար հետաքրքրությունն առաջացնող նյութերին անդրադառնալու միտումը նվազեցնում է փոքրամասնությունների եւ հատուկ հետաքրքրություն ունեցող խմբավորումների քաղաքական ուժը եւ ավելացնում խոշոր խմբերի քաղաքական ազդեցությունը: Այսպիսով, մասնավոր շահույթ հետապնդող ընկերությունների կողմից նորությունների արտադրությունը ծառայում է խոշոր խմբերի շահերին:

Գլուխ 8-ում ներկայացված Սիմեոն Ջանկովի, Կարալի ՄակԼիշի, Տատյանա Նանովայի եւ Անդրեյ Շլեյֆերի վերջերս կատարած հետազոտությունը ցույց է տալիս, որ լրատվամիջոցների սեփականությունը հակված է ծայրահեղ կենտրոնացված լինելուն: Ընկերությունները հիմնականում պատկանում են պետությանը կամ կոնկրետ ընտանիքների, եւ լայն շրջանակների կողմից սեփականության հանդիսացող ընկերություններ հազվադեպ են պատահում: Ավելին, պետության կողմից վերահսկվող ընկերությունների տոկոսային մասը բավականին բարձր է հատկապես զարգացող երկրներում: Այդ երկրներում պետությունը, միջին հաշվով, վերահսկում է առաջատար հինգ թերթերի 30 տոկոսը եւ հինգ առաջատար հեռուստաալիքների 60 տոկոսը: Բելգիայում, Ֆրանսիայում եւ ճապոնիայում մասնավոր հեռուստաալիքների լսարանը կազմում է ընդհանուր շուկայի 56-ից 60 տոկոսը: Ավստրալիայում լսարանի 83 տոկոսը դիտում է մասնավոր հեռուստաալիքներ, իսկ Կանադայում այդ ցուցանիշը կազմում է 66 տոկոս: Արդյունաբերական երկրներում թերթերը մեծ մասամբ մասնավոր են: Բազմաթիվ աղքատ երկրներում, ինչպիսիք են Չինաստանը, Եգիպտոսը եւ Մալավին, ամբողջ հեռուստատեսությունը վերահսկվում է պետության կողմից: Ավելի աղքատ եւ ավելի ավտոկրատ իշխանություններ ունեցող երկրներում առավել հավանական է լրատվամիջոցների պետական սեփականությունը: Ջանկովը եւ մյուսները գտնում են, որ պետական սեփականության բարձր մակարդակը նվազեցնում է լրատվամիջոցների արդյունավետությունը պետական հատվածի վարքագծի վերահսկման հարցում եւ բացասական իմաստով կապված է տնտեսական եւ սոցիալական արդյունքների հետ:

Շատ երկրներ, օրինակ ինչպես Նիդերլանդները եւ Միացյալ Թագավորությունը, անկախ լրատվությունը խրախուսելու նպատակով ստեղծել են անկախ կամ ինքնիշխան պետական լրատվական գործակալություններ, որոնք պարտավոր են ապահովել հասարակության համար հետաքրքրություն ներկայացնող այնպիսի ծրագրեր, որ մասնավոր ընկերությունները չեն կարող առաջարկել, բայց այդ ընկերություններին թույլ է տրված աշխատել առանց քաղաքական միջամտության: Օրինակ «BBC»-ն պետական ընկերություն է, եւ պետական պաշտոնյաների կողմից նշանակվող նրա կառավարիչների խորհուրդը հաշվետու է կառավարությանը: Սակայն «BBC»-ի կանոնադրությունը սահմանում է, որ այն անկախ կորպորացիա է եւ երաշխավորում է

նրա անկախությունը պետական միջամտությունից իր հաղորդումների բովանդակության եւ ժամանակային առումով, ինչպես նաեւ իր ներքին գործերի կառավարման առումով:

Տեսականորեն, ստուգման համակարգը կարող է ներդրվել ինքնիշխան պետական գործակալությունների կառուցվածքի մեջ՝ ապահովագրելու համար նրանց իշխանության կամ բիզնեսների կողմից անհարկի ազդեցության ենթարկվելուց, սակայն այս դեպքում էլ մասնավոր ընկերությունների համար բաց է մնում «ոչ արդար» մրցակցության խնդիրը, այսինքն՝ արդյո՞ք պետական գործակալությունը չի արժանանա կանխակալ վերաբերմունքի, ասենք նպաստների տեսքով: Մյուս խնդիրն այն է, որ նման գործակալությունների անկախությունը ժամանակի ընթացքում կարող է քայքայվել այն երկրներում, որտեղ պետական իշխանության ստուգման համակարգ գոյություն չունի: 1981թ.-ին Ջիմբաբվեի կառավարությունը ստեղծեց պետական սեփականություն հանդիսացող, սակայն քաղաքականապես անկախ «Մասս մեդիա թրասթը»՝ կառավարելու համար ազգային միակ թերթերի ցանցը՝ «Ջիմփեյվորդը»: Այնուհանդերձ, կառավարությունն անցանկալի նորությունների տպագրման պատճառով երկու անգամ աշխատանքից ազատեց տնօրենների խորհրդի ամբողջ կազմը եւ այժմ էլ պարբերաբար միջամտում է նորությունների բովանդակությանը վերաբերվող որոշումների կայացմանը:

Այնտեղ, որտեղ պետությունը շուկայում գերակշիռ ազդեցություն չունի, այլ վերահսկում է շուկայի համեմատաբար փոքր մասը, ավելի քիչ հավանական է մասնավոր լրատվամիջոցների վրա ճնշումներ գործադրելը: Այսուհանդերձ, միշտ չէ, որ հեշտ է լինում առավել կարելու շուկան որոշել: Եթե եւ թերթերը, եւ հեռարձակողները, եւ էլեկտրոնային լրատվամիջոցները ծառայում են նույն լսարանին, սակայն պետությունը գերակշռում է միայն մեկ ոլորտում, ապա նորությունների շուկայում մասնավոր հատվածի կողմից մրցակցությունը բավականին հզոր կարող է լինել: Եթե շուկան բաժանված է լրատվամիջոցների համապատասխան հատվածներին (թերթեր, հեռուստատեսություն, ռադիո, էլեկտրոնային մամուլ) եւ բնակչության եկամտի չափին կամ կրթական մակարդակին համապատասխան, ապա մեկ ոլորտում գերակայությունը առավել հավանական է բացասական ազդեցություն ունենա, անկախ այն բանից, թե գերակայում է պետակա՞ն, թե՞ մասնավոր լրատվամիջոցը: Այն մարդիկ, ովքեր կարողալ չգիտեն, թերթեր չեն գնի եւ տեղեկատվություն կստանան միայն ռադիոյի միջոցով: Սակայն եթե նրանց հարեւանները կամ բարեկամները գիտեն կարդալ եւ կարող են տեղեկատվությունը փոխանցել նրանց, ապա այս գործոնի ազդեցությունը նվազում է:

Մասնավորեցումն, իր բոլոր թերություններով հանդերձ, լրատվությունը իշխանության ազդեցությունից դուրս բերելու խնդրի հավանական լուծում է: Օրինակ՝ Մեքսիկայում 1989թ.-ին հեռարձակման մասնավորեցումը զգալիորեն ավելացրեց իշխանության կաշառակերության հետ կապված խնդիրների լուսաբանումը: Այս լուսաբանման ավելացումը նպաստեց մասնավոր կայաններին պատկանող շուկայի հատվածի 20 տոկոսով աճին՝ ստիպելով պետությանը պատկանող կայաններին նույնպես լուսաբանել այդ անցուդարձերը: Անցումային տնտեսություն ունեցող երկրներում պետությանը պատկանող լրատվամիջոցների մասնավորեցումը, որն ուղեկցվում էր շուկայի ազատականացմամբ եւ լրագրական փորձ ունեցող օտարերկրյա սեփականատերերի կողմից փորձի փոխանակմամբ, նշանակալիորեն ավելացրեց տնտեսական եւ ֆինանսական նորությունների լուսաբանումը (Նելսոն 1999թ.): Բրյուս Օուենը գլուխ 9-ում նշում է, որ էլեկտրոնային լրատվամիջոցների մասնավորեցումը եւ կարգավորման վերացումը հիմնականում նպաստեցին մրցակցության ավելացմանը եւ նվազեցրեցին դրանց կենտրոնացածությունը:

Ի՞նչ է սա նշանակում մասնավորեցման եւ ինքնիշխան պետական գործակալություններ ստեղծելու միջեւ ընտրություն կատարելու հարցում: Մասնավորեցումը կարող է խլել տեղեկատվության հոսքի նկատմամբ վերահսկողությունը կառավարության ձեռքից, սակայն մասնավորեցումը եւ հետագայում կարգավորումը պետք է իրականացնել մտածված կերպով՝ խուսափելու համար տեղեկատվության նկատմամբ վերահսկողություն իրականացնող մենաշնորհներից: Ինքնիշխան պետական գործակալություններ ստեղծելու փաստարկները թուլանում են, եթե հաշվի առնենք, որ ինքնիշխանությունը կարող է հեշտությամբ քայքայվել, եւ որ կարգավորումը եւ «հասարակության համար ցանկալի» ծրագրերին մրցակցության հիման վրա պետական ֆինանսավորման տրամադրումը կարող են հանգեցնել միեւնույն արդյունքներին: Այսինքն՝ պետության գերակշիռ դերը դժվար է արդարացնել:

Տնտեսական կառուցվածքը եւ ֆինանսավորումը

Լրատվամիջոցների հետ կապ չունեցող արտադրությունների կառուցվածքը եւ իշխանությունների ընդհանուր տնտեսական քաղաքականությունը կարելու ազդեցություն ունեն լրատվամիջոցների անկախության եւ աշխատանքի վրա: Ռուսաստանում իշխանություններին քննադատող մասնավոր լրատվամիջոցների նկատմամբ կիրառվող ճնշումները «Գազպրոմի»՝ զգալի պետական բաժնեմաս եւ պետական ազդեցություն ունեցող գազային ընկերության կողմից, քննարկվող խնդրի կարելու մասն են կազմում: Այն երկրներում, որտեղ պետությանը պատկանող ընկերությունները գերակշիռ դեր ունեն տնտեսության մեջ, մասնավոր լրատվամիջոցները կարող են դժվարությունների առջեւ կանգնել, եթե աջակցություն չստանան պետության կողմից: Բանգլադեշի լրատվամիջոցների ոլորտի պատմությունը նկարագրելով՝ Մահֆուզ Անամը (գլուխ15) նշում է, որ լրատվամիջոցների ոլորտի մասնավորեցումը չի կարող լուծել կողմնակալության խնդիրը, եթե գովազդ պատվիրողները, այսինքն՝ փաստորեն ֆինանսավորողները, միայն պետությանը պատկանող ընկերություններն են կամ թեկուզ մասնավոր ընկերությունների մի առանձին խումբ: Որոշ երկրներում այս խնդիրը լուծվում է միայն երկու չարյաց փոքրագույնը ընտրելով:

Ինչպես մատնանշում են Բրյուս Օուենը (գլուխ 9) եւ Թիմ Քարինգտոնն ու Մարկ Նելսոնը (գլուխ 12), լրատվամիջոցների, որպես բիզնեսի պահպանումը, հաճախ աննպաստ տնտեսական պայմաններում առաջնահերթ խնդիր է: Եթե բիզնեսը չկարողանա գոյատևել, ապա որակի մասին խոսք անգամ լինել չի կարող: Բազմաթիվ նորաստեղծ տնտեսություններում փոքր ընկերությունները կարող են լրատվամիջոցների համար ֆինանսավորման աղբյուր դառնալ, ինչպես երեւում է Տոմսկի «ՏՎ-2» հեռուստակայանի փորձից, որը գլուխ 19-ում նկարագրում են Վիկտոր եւ Յուլիա Մուչնիկները: Ընդհանուր տնտեսական քաղաքականությունն է որոշում նման ընկերությունների ի հայտ գալը եւ գոյությունը պահպանելը: Անձնական կապերը եւ հարաբերությունները նույնպես կարող են կարելու լինել: «ՏՎ-2»-ի դեպքում սկզբնական ծախսերը ֆինանսավորվել են տեղական մի բանկի կողմից տրամադրված վարկի հաշվին: Այս ձեռնարկատերերը վարկը ստացել են այն պատճառով, որ այն երաշխավորվել է Տոմսկի քաղաքային խորհրդի նախագահի՝ նրանց ընկերոջ կողմից:

Քարինգտոնը եւ Նելսոնը մատնանշում են օտարերկրյա ներդրումների կարելությունը զարգացող երկրներում լրատվամիջոցների ոտքի կանգնելուն օգնելու հարցում: Լեհաստանում 1991թ. նոր կառավարության օրոք իշխանական «Ռեչպուսպոլիտա» թերթը զրկվեց պետական ֆինանսավորումից, անկախ հայտարարվեց եւ դուրս նետվեց թուլացող տնտեսության մեջ: Թերթի գոյությունը պահպանվեց օտարերկրյա ներդրման հաշվին՝ ֆրանսիական «Հերսամտ» թերթերի խումբը գնեց ըն-

կերության 49 տոկոսը եւ օգնեց նորացնելու տեխնոլոգիաները եւ տպարանները: Սլովակիայի Հանրապետությունում «Լրատվամիջոցների զարգացման վարկերի հիմնադրամը» նույնպես օգնեց մասնավոր մի թերթի եւ, որպես արդյունք, լրատվամիջոցներին աջակցելու նպատակով ի հայտ եկավ հզոր մասնավոր հատվածը:

Մրցունակ շուկայի կառուցվածքը (ինչպես նաեւ ֆինանսավորման աղբյուրները) նպաստում է բազմազանությանը եւ ապահովում է որակի վերահսկումը: Ըստ Ստիգ-լիցի, մամուլի նկատմամբ իրականացվող չարաշահումների դեմ ամենակարեւոր ստուգման մեխանիզմը հետաքրքրությունների տարբեր շրջանակների շահերն արտահայտող մրցունակ մամուլի առկայությունն է: Օուենը նշում է, որ նորությունների այն բնույթը, որը ծառայում է լրատվամիջոցների՝ իշխանություն եւ ազդեցություն հետապնդող սեփականատերերի շահերին, հիմնականում այն նույն բնույթը չէ, որն անհրաժեշտ է տնտեսական հաջողության հասնելու համար, եւ հետեւաբար, այն, որն անհրաժեշտ է մրցակցային շուկայական միջավայրում սեփական գոյությունը պահպանելու համար: Կարելի է ասել. սա նշանակում է, որ առավել մրցակցային միջավայրը կարող է սահմանափակել իշխանության չարաշահումը լրատվամիջոցների սեփականատերերի կողմից:

Լրատվամիջոցների լիցենզավորումը կարող է նորությունների բովանդակությունը վերահսկելու եւ մրցակցությունը սահմանափակելու միջոց լինել⁴: Լիցենզավորման սահմանափակումները կարող են լինել բացահայտ, երբ արգելվում են որոշակի տեսակի հաղորդումներ կամ ոչ բացահայտ, երբ կառավարությունը կարող է չնորացնել լիցենզիան մինչեւ հաղորդումների բովանդակությունն իր համար ընդունելի չհամարի: Թերթերի համար, ի տարբերություն հեռուստատեսության եւ ռադիոյի, տեխնիկական իմաստով լիցենզավորումն անհրաժեշտ չէ: Իշխանությունների համար թերթերի լիցենզավորման հիմնական նպատակը նոր թերթերի մուտքը սահմանափակելով տեղեկատվական հոսքերի վրա ազդելու հնարավորություն ստանալն է⁵: Կորեայում, օրինակ, լիցենզավորման ազատականացումից հետո շատ կարճ ժամանակում միայն Սեուլի օրաթերթերի քանակը 6-ից հասավ 17-ի, եւ մի քանի տասնյակ թերթեր էլ ի հայտ եկան երկրի մյուս վայրերում: Ավելին, սկսեցին արտահայտվել բազմաթիվ տեսակետներ, երբ ընդդիմախոս, իշխանամետ, բիզնեսի, սպորտային եւ կրոնական թերթերը սկսեցին մրցակցել միմյանց հետ (Յեո, Ուհմ եւ Չանգ 2000; Վեբստեր 1992): Որոշ երկրներում, ինչպես օրինակ Եթովպիայում, թերթերն իրենց լիցենզիան երկարածոցում են տարեկան նորացման վարձավճար մուծելով: Լիցենզավորումը կախված է վճարունակության ապացույց ներկայացնելուց, որը պահանջում է, որ բոլոր գործող եւ գործունեություն սկսող թերթերը բանկերում պահպանեն 10000 Բր. (1250 ԱՄՆ դոլար) նվազագույն հաշիվ, որպես երաշխիք, եթե նրանց լրագրողները որեւէ զանցանք գործեն: Այն պարբերականները, որոնք ամեն տարվա սկզբին կամ տեղեկատվության եւ մշակույթի նախարարության կողմից պահանջ ներկայացնելու պահին չեն կարողանում ապացուցել իրենց վճարունակությունը, կորցնում են իրենց լիցենզիան (Լրագրողների պաշտպանության կոմիտե):

4 Հեռուստատեսության համար հեռարձակողների որոշակի լիցենզավորման ձև անհրաժեշտ է պաշտպանելու համար սահմանափակ հաճախականությունների սեփականության իրավունքը, սակայն շատ կառավարություններ ավելի հեռու են տարածում լիցենզավորման համակարգը, քան տեխնիկական նպատակներով անհրաժեշտ է՝ ներառյալ հեռարձակումների բովանդակության նկատմամբ սահմանափակումների կիրառումը:

5 Ոմանք վիճում են, թե լիցենզավորումը ծառայում է հասարակության շահերին՝ խրախուսելով պատասխանատվությունը և լրատվության չափանիշների պահպանումը: Նրանց հակառակորդներն առարկում են, որ լիցենզավորումը կարգավորողներին հնարավորություն է ընձեռում ստիպել աշխատանքի չընդունել այն լրագրողներին, ովքեր կարող են իշխանությանն անբարենպաստ տեսքով ներկայացնել: Միջազգային դատարանները որոշում կայացնելիս հաշվի են առնում վերջին փաստարկը: 1985թ.-ին Կոստա Ռիկայում չլիցենզավորված մի լրագրողի նկատմամբ դատավարության վերաբերյալ Մարդու իրավունքների միջամերիկյան դատարանը գտավ, որ լրագրողների լիցենզավորումը հակասում է Մարդու իրավունքների ամերիկյան կոնվենցիային:

Այս ասպարեզում գործունեություն ծավալելուն կարող են խոչընդոտել նաեւ այլ մեթոդներով: Ինչպես նշում է Քասենը, գրանցման համար անհրաժեշտ չափից ավելի շատ պահանջները եւ անորոշ ժամկետներով ձգձգումը եզրապահ լրագրողներին ստիպել է իրենց գրասենյակները գրանցել օֆշորային գոտիներում: Ավելին, լրագրողներին արգելված է անդամակցել արհմիություններին եւ այդպիսով որոշակի առողջապահական նպաստներ ստանալ, եթե նրանք չեն աշխատում կառավարական թերթերում: Լատինաամերիկյան երկրների ավելի քան մեկ երրորդը վերահսկում է լրագրողներին՝ լիցենզավորման կամ լիազորագրման ընթացակարգի միջոցով (տես՝ Միջամերիկյան մամուլի ասոցիացիայի տեղեկատվական բազան՝ <http://www.sipia-pa.org>):

Ինչպես նշում է Օուենը, կարգավորման կառույցներից բացի, լրատվամիջոցների բիզնեսը հակամարտության մեջ է մի կողմից այն ուժերի հետ, որոնք կողմնակից են մենաշնորհներին, իսկ մյուս կողմից՝ այն ուժերի հետ, որոնք կողմնակից են մրցակցությանը: Նախ եւ առաջ, լրատվամիջոցների բիզնեսը բնութագրվում է, որպես արտադրության ծավալների ավելացումից օգուտների զգալի ավելացում ունեցող բիզնես, ինչն առավել նպաստավոր է խոշոր ընկերությունների համար: Երկրորդ՝ մեծ տպաքանակ ունեցող պարբերականների միջոցով գովազդելն ավելի արդյունավետ է: Երրորդ հիմնական բնութագրումը արտադրանքի անմիատարրությունն է՝ ընկերությունները մրցակցում են իրենց արտադրանքի տեսականին մեծացնելով, քանի որ տարբեր մարդիկ տարբեր ճաշակ ունեն: Սա նշանակում է, որ փոքր ընկերությունները կարող են ավելացնել իրենց տեսականին եւ իրենց ուրույն տեղը զբաղեցնել շուկայում: Նոր, շուկայում իրենց տեղը փնտրող ընկերություններն ավելի մեծ հնարավորություններ ունեն տեսականին փոխելու եւ բազմազան դարձնելու, քան ավելի հները⁶: Օրինակ՝ տեղական թերթերը կարող են մասնագիտանալ տեղական նորությունների մեջ (ինչը նաեւ նշանակում է, որ նրանք հաճախ ունակ չեն լինում արդյունավետ մրցակցել այլ վայրերում): Օուենը բերում է Մոնդոլիայի Ուլան-Բատորի օրինակը, որը հավանաբար 1994թ.-ին չէր կարող ունենալ 18 առաջատար թերթեր, եթե դրանք էապես չտարբերվեին քաղաքական եւ այլ առումներով:

Տեխնոլոգիաները, ենթակառուցվածքը եւ աշխարհագրությունը նույնպես սահմանափակում են թերթերի տպաքանակը եւ ազդում են շուկայական մրցակցության բնույթի վրա, քանի որ դրանք առնչվում են տրանսպորտային ծախսերին եւ առաքման ժամկետներին: Այս խոչընդոտներն ավելի հեշտ են հաղթահարվում հեռարձակվող լրատվամիջոցների կողմից, այդ պատճառով նույնիսկ Միացյալ Նահանգները շատ ավելի վաղ ազգային ռադիոյի եւ հեռուստատեսության, քան ազգային թերթերի ցանցեր ուներ: Աֆրիկայում, որտեղ տեխնոլոգիաները ավելի քիչ են զարգացած եւ կրթական մակարդակը ցածր է, մասնավոր ռադիոկայանները ծաղկում են ապրում («Էկոնոմիստ», 2002թ): Օրինակ՝ Ուզանդայում այն բնակավայրերը, որոնք 1985թ.-ին ունեին 10 համայնքային հեռարձակման կայաններ, այժմ ունեն 300 կամ ավելին:

Զարգացող երկրների իշխանությունների համար դժվարություններից մեկն էլ նրանց սահմանափակ հնարավորությունն է այն ոլորտներում մրցակցային քաղաքականության իրականացման հարցում, որտեղ դա անհրաժեշտ է: Որոշ զարգացած եւ զարգացող երկրներում արգելվում կամ սահմանափակվում են մրցակցող լրատվամիջոցների սեփականությունը միեւնույն անձանց կամ խմբերի ձեռքում կուտակելու հնարավորությունները՝ նորությունների եւ կարծիքների ավելի մեծ բազմազանություն ապահովելու նպատակով: Ինչպես նշում է Օուենը, լրատվամիջոցների կենտրոնացումը դառնում է մտահոգության առիթ. արդյո՞ք այն մենաշնորհ չի դառնա՝ հանգեցնելով գների ավելացման եւ արտադրանքի որակի իջեցման վերաբերյալ

⁶ Օուենը նշում է, որ խոշոր կվազի-մենշնորհները նույնպես ուշադրություն են դարձնում բազմազանությանը՝ իրենց գրաստեղծման ապահովելու նպատակով:

պայմանավորվածության: Տեղեկատվության բնույթի առումով մրցակցության եւ բազմազանության խնդրից բացի, լրատվամիջոցների կենտրոնացումը որեւէ վայրում կարող է նաեւ որոշակի գովազդ պատվիրողների առումով տնտեսական մրցակցության խնդիր բարձրացնել, նույնիսկ եթե գաղափարների, ներառյալ քաղաքական զանազան տեսակետների արտահայտման համար առկա են այլ միջոցներ, ինչպես ասենք հեռուստատեսությունը, թերթերը, հանդեսները եւ էլեկտրոնային ծառայությունները: Հակամենաշնորհային վարքագիծը գնահատելը միշտ էլ դժվարին խնդիր է եղել, եւ զարգացող երկրների համապատասխան գործակալությունները հաճախ անհրաժեշտ պատրաստվածություն են միջոցներ չունեն:

Իրավական կառուցվածքը

Լրատվամիջոցների գործունեության վրա նշանակալից ազդեցություն ունեն երկու տեսակի իրավական ինստիտուտներ՝ ա) նրանք, որոնք սահմանում են տեղեկատվություն ձեռք բերելու կարգը, եւ բ) նրանք, որոնք պարտադրում են լրատվամիջոցների ձեռք բերած տեղեկատվությունը գործածելու որոշակի կարգ: Լրատվություն տրամադրելու լրատվամիջոցների հնարավորությունը սահմանափակվում է այն տեղեկատվության քանակով եւ տեսակով (պետական եւ մասնավոր կառույցների եւ ընդհանուր տնտեսական իրավիճակի մասին), որը հնարավոր է ստանալ պաշտոնական կամ ոչ պաշտոնական աղբյուրների միջոցով: Ինչպես նշում են Դիկը եւ Ջինգալեսը, կառավարության կողմից տրամադրված տեղեկատվությունն ամենահավաստին է, քանի որ այն պայմանավորված չէ ընտրողականությամբ եւ որեւէ բան փոխանակելու նպատակով չի տրվում: Տեղեկատվության ձեռք բերման ոչ պաշտոնական կամ չկարգավորվող ձեւերը ներառում են տեղեկատվության աղբյուրներից հարցազրույց վերցնելը կամ այն մարդկանցից տեղեկություններ ստանալը, որոնք ցանկանում են հասարակությանը ներկայացնել իրենց որոշակի տեսակետը կոնկրետ հարցի վերաբերյալ: Մենք կքննարկենք միայն տեղեկատվության ձեռք բերման պաշտոնական ձեւը:

Տեղեկատվության հոսքը կարգավորվում է բազմազան օրենքներով, որոնք կարող են ցանկալի տեղեկությունները ստանալու ազատ կամ արտոնյալ հնարավորություններ տալ: Ընկերությունների հաշվեկշիռների կամ անհատների ֆինանսական վիճակի վերաբերյալ տեղեկատվություն ստանալու կարգը կարգավորող օրենքները սահմանում են, թե ինչ հաճախականությամբ եւ մեթոդներով լրատվամիջոցները կարող են նման նյութերի վերաբերյալ «պաշտոնական» տեղեկատվություն ստանալ: Մասնավոր հատվածից տեղեկատվության տրամադրումը կարգավորող օրենքներ ընդունելը հիմնականում հետապնդում է շուկաների սահուն աշխատանքը կազմակերպելու եւ զանազան այլ օրենսդրության իրագործումն ապահովելու նպատակ, սակայն շուկայի վիճակը նույնպես մեծապես կախված է հիմնականում պետական հատվածում առկա տեղեկատվությունից: Ստիգլիցը կարծում է, որ պետական պաշտոնյաների՝ պետական գումարների հաշվին հավաքած տեղեկատվությունը պատկանում է հասարակությանը, եւ այդ մտավոր սեփականությունը մասնավոր նպատակներով օգտագործելը նույնպիսի լուրջ խախտում է, ինչպես անձնական նպատակներով այլ հասարակական սեփականության յուրացումը:

Սահմանադրությունները եւ բազմաթիվ այլ իրավական ակտեր որոշում են այն պայմանները, որոնց դեպքում մասնավոր անձինք եւ պետական կամ մասնավոր կառույցները կարող են ձեռք բերել «հասարակական» տեղեկատվություն: Շատ երկրների սահմանադրությունները լայնորեն նկարագրում են մարդկանց խոսքի եւ երբեմն նաեւ՝ տեղեկատվության ձեռք բերման ազատության հիմնական իրավունքները:

Նույն դրույթների վերաբերյալ օրենքները կարող են ունենալ զանազան անվանումներ, կախված այն բանից, թե որ երկրում են դրանք ընդունվել: Չնայած այս հիմնական իրավունքների ընդունված լինելուն, իրականում ժամանակին տեղեկություններ ստանալը (այնպիսի կարճ ժամանակահատվածում, որ տեղեկատվությունը պահպանի իր արժեքը դրա կարիքն ունեցողների համար) դժվար է, քանի որ օրենքները պետք է կիրառվեն, մարդկանց պետք է բացատրել դա եւ շահագրգռել, որ նրանք հնարավորին չափ շուտ պատասխանեն, եւ տեղեկատվությունը պետք է տրամադրվի հասանելի եւ հեշտ հասկանալի ձևով:

Շատ երկրներ արդեն ընդունել են տեղեկատվության ազատության մասին օրենքներ, իսկ մյուսներն այդ ճանապարհին են: Այդպիսի օրենքների նպատակը այնպիսի համակարգի ապահովումն է, որը սահմանում է հասարակական տեղեկատվության մատչելիության աստիճանը եւ այդպիսի տեղեկատվություն ձեռք բերելու անհատների ու կազմակերպությունների իրավունքը: Տեղեկատվության ազատության օրենքի ընդունումը կարող է խթանել կառավարությանը՝ կողմնորոշվելու դեպի թափանցիկությունը: Այն կարող է նաեւ մասնավոր անձանց խրախուսել ավելի շատ տեղեկատվություն պահաջել, ինչպես ցույց է տվել Չոնգկիտավորը՝ Թաիլանդի օրինակով: Ներկայումս մոտ 46 երկիր ընդունել է տեղեկատվության ազատության մասին օրենք, եւ այդ թիվն օրեցօր աճում է: Սակայն շատ քիչ թվով աղքատ երկրներ ունեն նման օրենք, եւ, զարմանալիորեն, բարձր եկամուտներ ունեցող երկրների միայն 54 տոկոսն ունի այդպիսին (մեջբերումը՝ Իսլամի)⁷: 1.1. աղյուսակը ցույց է տալիս մամուլի անկախության ցուցանիշի եւ տեղեկատվության ազատության օրենքի առկայության դեպքում լրագրողների նկատմամբ արձանագրված խախտումների ցուցանիշի որոշ պարզ փոխհարաբերությունները: Տեղեկատվության ազատության օրենքի առկայությունը բացասական փոխհարաբերակցության մեջ է լրատվամիջոցների պետական սեփականության բարձր աստիճանի եւ նշանակալիորեն դրական փոխհարաբերակցության մեջ է մամուլի ազատության հետ⁸:

Աղյուսակ 1.1. Մամուլի ազատության փոփոխականների փոխհարաբերությունները

<i>Կարգ</i>	<i>Մամուլի ազատություն</i>	<i>Մամուլի պետական սեփականություն</i>	<i>Տեղեկատվության ազատության ակտ</i>	<i>Լրագրողների իրավունքների խախտումներ</i>
Մամուլի ազատություն	1			
Մամուլի պետական սեփականություն*	-0,64 (0)	1		
Տեղեկատվության ազատության ակտ	0,36 (0)	-0,49 (0)	1	
Լրագրողների իրավունքների խախտումներ**	-0,5 (0)	0,157 (0,163)	-0.2 (0,03)	1

7 Եւ կիրառում են բարձր եկամուտներ ունեցող երկրների Զամաչխարիային բանկի սահմանումը, որտեղ մեկ անձին ընկնող տարեկան եկամուտը կազմում է 9 266 ԱՄՆ դոլար կամ ավել:

8 Նկատել, որ այս փոխհարաբերակցությունը չի ապացուցում, որ մեկը պայմանավորված է մյուսով: Այն երկրներում, որտեղ մամուլն ի սկզբանե ազատ է, առավել հավանական է, որ կընդունվեն տեղեկատվության ազատության մասին օրենքներ՝ այդ ազատությունը վավերացնելու համար:

Նշում՝ փակագծերում նշված թվերը փոխհարաբերությունների գործակիցների արժեքներն են (ինչ-քան ցածր է փոխարժեքը, այնքան ուժեղ է երկու փոփոխականների կապը):

* Այս փոփոխականը Ջանկովի եւ մյուսների (2001թ.) մշակած սեփականության փոփոխականների միջինն է:

** Սպանված լրագրողների կամ ճնշումների ենթարկված մամուլի կշռված ինդեքս: *Աղբյուր՝* Մամուլի ազատություն (Freedom House); տեղեկատվության ազատության ակտերի մոդել (հավաքված է հեղինակի կողմից տարբեր աղբյուրներից); մամուլի պետական սեփականություն (Ջանկով եւ ուրիշներ, 2001թ.); խախտումներ լրագրողների նկատմամբ (Reporters Sans Frontières, 2000):

Ծիշտ է, տեղեկատվության ազատության մասին օրենքների ընդունումը կարելուր նախաձեռնություն է, սակայն ամենակարելուր հարցն այն է, թե ինչպես է տվյալ երկիրն իրականացնում դա: Տարբերակներից մեկը առանձին հաստատություն ստեղծելն է, որի հիմնական խնդիրը պետք է լինի տարբեր տեսակի տեղեկատվության տրամադրման վերաբերյալ պահանջների եւ խնդրանքների հետ աշխատելը, իսկ մյուսը՝ յուրաքանչյուր պետական կազմակերպության կամ գործակալության համար տեղեկատվության տրամադրման հետ կապված հատուկ ուղեցույցների սահմանումը: Հենց որ ստեղծվի նման գործակալություն եւ հավաքագրվեն աշխատակիցներ, պետք է նախագծվեն այն համակարգերը, որոնք կնպաստեն տեղեկատվություն ստանալու պահանջների արագ փոխանցմանը եւ բավարարմանը: Մյուս հարցը, որ պետք է հաշվի առնվի, տեղեկատվության տրամադրման ձեւերի եւ այն ստանալու համար համապատասխան վճարների սահմանումն է:

Պորտուգալիայում Վարչական փաստաթղթերի տրամադրման հանձնաժողովն է պատասխանատու տեղեկատվություն (ներառյալ որոշակի պաշտոնական փաստաթղթեր) ստանալու պահանջի բավարարման, ինչպես նաեւ՝ կառավարության համապատասխան ճյուղերի միջեւ փոխանակվող փաստաթղթերի տեսակների սահմանման վերաբերյալ որոշումներ կայացնելու, բողոքները քննարկելու, փաստաթղթերի դասակարգման համակարգի ստեղծման եւ «Վարչական փաստաթղթերի տրամադրման մասին» օրենքի եւ այլ համապատասխան օրենսդրության մոնիտորինգի եւ ճշգրիտ կիրառման համար (տես՝ <http://www.infocid.pt/infocid/2092%5F1.asp>): Լատվիայում, յուրաքանչյուր կառավարական գործակալություն կամ պետական ինստիտուտ պարտավոր է պետական ռեգիստրում հրապարակել ընդհանուր հասանելի տեղեկատվության բովանդակությունը: «Տեղեկատվության ազատության մասին» օրենքը վերահսկող առանձին անկախ գործակալություն գոյություն չունի, եւ տեղեկատվություն ստանալու գործընթացը կանոնակարգվում է առանձին օրենսդրությամբ, որը նկարագրում է առաջարկների, բողոքների եւ դիմումների քննարկման ընթացակարգը: Մերժման դեպքում այն կարելի է բողոքարկել, եւ բողոքները պետք է ուղղել համապատասխան կառույցի տնօրենին (տես՝ http://www.delna.lv/english/legal_normas/ln2.htm):

Ինչեւէ, պետական հատվածը հսկայական քանակի տեղեկատվության է տիրապետում, որը կարող է պատրաստակամորեն տրամադրվել առանց տեղեկատվության ազատության օրենքի: Բոլոր երկրները որոշակի տեղեկատվության են տիրապետում հիմնական տնտեսական ցուցանիշների վերաբերյալ, չնայած այն կարող է տարբերվել քանակի, որակի, հաճախականության եւ ստանալու հնարավորության տեսանկյուններից⁹: Կամերունը նույնիսկ այնպիսի հիմնական տեղեկատվությունը, ինչպիսիք են համախառն ներքին արդյունքը (ՀՆԱ), արտաքին առեւտրի ցուցանիշները, արտա-

9 Նման տեղեկատվություն կարելի է գտնել Արժույթի միջազգային հիմնադրամի «Միջազգային ֆինանսական վիճակագրություն» աշխատությունում, կառավարական ինտերնետ էջերում, կառավարական հրապարակումներում կամ Համաշխարհային բանկի «Համաշխարհային զարգացման ցուցանիշներ» աշխատությունում: Նկատենք, որ այս աղբյուրները հեշտ հասանելի չեն նրանց համար, ովքեր մուտք չունեն դեպի դրանք, չեն կարող գնել կամ գրադարաններից վերցնել այս հրապարակումները կամ մուտք չունեն այդ ինտերնետային էջերը:

քին ուղղակի ներդրումները եւ պետական ֆինանսները, տրամադրում է միայն մի քանի տարի անց: Ի տարբերություն դրա, Հայաստանը՝ ցածր եկամուտ ունեցող մեկ այլ երկիր, տրամաբանական հաճախականությամբ եւ ժամանակին տեղեկատվություն է տրամադրում հիմնական տնտեսական եւ ֆինանսական ցուցանիշների վերաբերյալ, քանի որ կարծում է, որ նման տեղեկատվության հավաքագրումը եւ տարածումը պարտադիր կերպով կապված չէ եկամտի խնդրի հետ: Աշխարհի ավելի քան 200 երկրներից մոտ 100-ի կենտրոնական բանկերն ունեն իրենց պաշտոնական ինտերնետ էջերը, որտեղ տեղեկատվություն են հրապարակում, չնայած դրանց որակը եւ տրամադրման ժամկետները էապես տարբերվում են:

Այլ օրենքներ արգելում են ստացված տեղեկատվության օգտագործումը: Պետեր Կրուզը եւ Սոնրո Փրայսը գլուխ 10-ում եւ Ռուք Վոլդենը գլուխ 11-ում քննարկում են զրպարտության եւ վիրավորանքների վերաբերյալ օրենքները, որոնց հիմնական նպատակը մասնավոր անձանց պաշտպանելն է լրատվամիջոցներով վիրավորանքներից: Թեպետ այս օրենքների որոշ տեսակներ անհրաժեշտ են մարդկանց համբավը պաշտպանելու եւ հաղորդված լուրերի ճշգրտությունն ապահովելու համար, սակայն դրանք կարող են նաեւ օգտագործվել լրագրողներին ճնշելու նպատակով՝ այդպիսով ստիպելով լրատվամիջոցներին դիմելու ինքնագրաքննության (Վոլդեն 2000):

Այսպիսի օրենքների ձեւակերպումներից կախված երեք հիմնական խնդիրներ են ծառանում՝ ա) երբ զրպարտությունը ոչ թե քաղաքացիական զանցանք է, այլ քրեական հանցագործություն, լրագրողները հակված են լինում դեպի ինքնագրաքննությունը; բ) երբ ճշմարտությունը զրպարտանքի մեջ մեղադրվելուց պաշտպանություն չէ, լրագրողները հակված են սահմանափակել իրենց հետաքննությունները, գ) երբ օրենքները պաշտպանում են հասարակական հետաքրքրություններ կայացնող խնդիրների վերաբերյալ զրպարտական հայտարարությունները, իսկ անհատներից պահանջվում է ապացուցել, որ հեղինակներին նախապես հայտնի էր հայտարարությունների զրպարտչական բնույթը, կոպիտ անզգուշություն է թույլ տրվել եւ դրանք արված են չարամիտ նպատակներով, այդ դեպքում դա նպաստում է լրագրության ազատությանը: Իշխանությունները կարող են նաեւ սահմանել կառավարական մարմինների կողմից տեղեկատվության պարտադիր նախնական գրաքննություն կամ՝ տեղեկատվության հրապարակման կամ հեռարձակման պայմաններ: Նման պայմաններում լրագրողների համար պատժամիջոցներից խուսափելու հնարավորություններից մեկը ինքնագրաքննության կիրառումն է:

Լրատվամիջոցների հարակից արտադրական ոլորտները կարգավորող քաղաքականությունը

Լրատվամիջոցների հետ անմիջական կապ ունեցող արտադրական ոլորտներն են թղթի արտադրության եւ մամուլի տարածման ոլորտները: Նույնիսկ ազատ եւ անկախ լրատվամիջոցների առկայության դեպքում, եթե տարածումը խստորեն կարգավորվում է կառավարության կողմից, ապա լրատվամիջոցների անկախությունը կարող է տուժել: Իշխանությունները կարող են նաեւ գնային սահմանափակումներ եւ արտադրական ծախսերի հարկումներ կիրառել՝ խոչընդոտելու համար լրատվամիջոցների գործունեությանը, իսկ ենթակառուցվածքի կարգավորումը եւ վիճակը նույնպես կարող են խոչընդոտել լրատվամիջոցների գործունեությանը: Օրինակ՝ Ինտերնետը հաճախ տեղական լրատվամիջոցներին տրամադրում է մրցակցելու հնարավորություն, ինչպես նաեւ դուրին մուտք է ապահովում դեպի գլոբալ լրատվամիջոցներ: Սակայն շատ երկրներում ինտերնետային կապը թանկարժեք է եւ այն դժվար է ապահովել, քանի որ հեռահաղորդակցության ոլորտը զարգացած չէ: Ավելին, չնայած ինտերնետ

սրճարաններն ավելի ու ավելի մեծ տարածում են գտնում, շատ երկրներում մուտքը դեպի համակարգիչները դեռեւս սահմանափակ է:

Լրատվամիջոցների անձնակազմի ուսուցումը եւ ունակությունները

Շատ զարգացած երկրներում լրատվամիջոցների անձնակազմը տեխնիկական փորձի պակաս ունի, ինչն իր անբարենպաստ ազդեցությունն է թողնում տնտեսական եւ քաղաքական տեղեկատվության տրամադրման վրա: Սա ներառում է ինչպես հետազոտություններում, վերլուծություններում, եւ նորություններ հրապարակելու ու հեռարձակելու, կազմակերպական գործընթացներում ընդգրկվածների ունակությունները, այնպես էլ ձեռնարկությունը որպես շահութաբեր բիզնես պահպանելու համար անհրաժեշտ կառավարման կարողությունները: Ինչպես բիզնեսի այլ ոլորտներում, կառավարման ընդունակությունները կարելի է ձեռք բերել ժամանակի ընթացքում, սակայն ուսուցումը նույնպես կարող է օգնել՝ հատկապես մեներջերներին այլ երկրներում կիրառվող որոշումների կայացման եւ արտադրական մեթոդաբանությանը ծանոթացնելու միջոցով: Ինչպես նշում են Վիկտոր եւ Յուլիա Մուլենիկները, Ռուսաստանում օտարերկրյա խորհրդատուների երեւան գալը 1990-ականների սկզբին Տոմսկի հեռուստակայանի համար չափազանց նպաստավոր էր, եւ կայանի հաջողության համար չափազանց կարեւոր էր կառավարման, գովազդման եւ արտադրության վերաբերյալ օտարերկրյա խորհրդատվությունը: Լեհաստանում, նմանապես, օտարերկրյա ներդրումն օգնեց լրացնել կառավարման եւ ունակությունների ոլորտներում առկա բացերը:

Տնտեսական եւ ֆինանսական թեմաներով տեղեկատվության տրամադրումն ավելի դժվար է, չնայած ոմանք վիճարկում են այս դրույթը: Որոշակի ուսուցումը կարող է բարձրացնել լրագրողների կողմից այս հարցերի վերաբերյալ կատարվող վերլուծությունների որակը: Անորակ վերլուծությունները չեն արժանանա ընկալունակ ընթերցողների ուշադրությունը, իսկ պակաս ընկալունակ ընթերցողներին կարող են թյուրիմացության մեջ զգել: Սակայն լրատվամիջոցներում համապատասխան ունակություններ ունեցող անձնակազմ ունենալը, նույնիսկ եթե դա հնարավոր է, չի կարող բիզնեսը շահութաբեր դարձնել, եթե գոյություն չունի բավականաչափ լայն ընկալունակ լսարան: Կաշառակարությունը կամ սխալ գործելակերպը բացահայտելը, սակայն, չի պահանջում այդ գործընթացների մանրամասները հասկանալու բարձր աստիճան: Օրինակ՝ պետական պաշտոնյաների կողմից կաշառք ստանալը կարող է բացահայտվել առանց բացատրելու դրա ազդեցությունը տնտեսական գործընթացների վրա: Մարկետը կարծում է, որ ինքնուսույց մարդիկ ցանկություն ունեն սովորելու եւ արագ են դա անում, եւ որ լրագրողների ուսուցման ցանկացած տեսակ պետք է կենտրոնանա երեք հիմնական ուղղությունների վրա՝ ունակությունների եւ մասնագիտական հակումների որոշումը, այն փաստի հաստատումը, որ բոլոր լրագրողները պետք է հակված լինեն հետազոտություններ կատարել, եւ բարոյական նորմերի կարեւորությունը նշելը:

Պատասխանատվություն եւ հակակշիռներ

Չնայած անկախ լրատվամիջոցների առկայությունը ցանկալի է, սակայն յուրաքանչյուր գործակալություն եւ կազմակերպություն պետք է որոշակի վերահսկողության ենթարկվի: Լրատվամիջոցների բիզնեսի շատ ներկայացուցիչներ լրատվամիջոցների դերը տեսնում են ճշմարտության պաշտպանության եւ մարդկանց

ծայն տրամադրելու մեջ: Մարկեսը (գլուխ 13) եւ Ադամ Մուչնիկը (գլուխ 18) քննարկում են լրագրողի մասնագիտության հռչակը, սակայն նաեւ նշում են, որ լրագրողները պետք է լինեն անկաշառ, ազնիվ եւ անկանխակալ: Դժբախտաբար, քանի որ մարդկային բնույթն այնպիսին է, ինչպիսին կա, մենք երբեմն չենք կարողանում ապահովել այն բարձր չափանիշները, որոնց ձգտում ենք: Առանց հաշվետու լինելու եւ պատասխանատվության զգացումն ապահովող վերահսկողության, լրատվամիջոցները կարող են չարաշահել իրենց իշխանությունը: Ինչպես նշում են Մուչնիկները, իշխանության չարաշահումը կարող է երեւան գալ որպես լրագրության էությունը սխալ հասկանալու հետեւանք: Նրանք քննարկում են, թե ինչպես են բացահայտորեն մասնակցել քաղաքականությանը՝ այս կամ այն կողմերին պաշտպանելով, մինչեւ որ հասկացել են գաղափարներին նվիրված լինելու եւ առանձին անհատների հետ քաղաքական դաշինքներ կազմելու տարբերությունը, ինչպես նաեւ այն, որ բարձրորակ լրագրությունը նշանակում է նաեւ քաղաքական գործիչներից որոշակի հեռավորության պահպանում:

Ինչպես նշում են Ռոբերտ Շիլլերը (գլուխ 5) եւ Թիմոթի Բեսլին, Ռոբին Բուրջեսն ու Անդրեա Պրատը (գլուխ 3), լրատվամիջոցները ոչ միայն տեղեկատվություն են տարածում, այլ նաեւ կարող են հասարակական կարծիք ձեւավորել եւ խնդիրները բարձրացնել նախադեպը չունեցող կարեւորության աստիճանի կամ «լռեցնել» դրանք հասարակության համար: Նրանք կարող են մեծացնել լրատվության տարածման արագությունը, ազդել նրանց վրա, ուն այն տրամադրվում է, եւ ազդել այն քայլերի վրա, որոնք կարող են կիրառվել տվյալ պայմաններում: Նրանք կարող են չհաղորդել խնդրի բոլոր կողմերը: Երբեմն լրատվամիջոցների գործողությունները կարող են նպաստել թափանցիկությանը, սակայն երաշխիք չկա, որ նրանք ինքնաբերաբար այդպես կանեն: Նոր եւ հետաքրքիր նորություն տրամադրելու ցանկությունը կարող է գերակայել «պատմել այն, ինչ կա» ցանկության նկատմամբ: Դժբախտաբար, բոլոր տեսակի լրատվամիջոցներում, ներառյալ ամենահեղինակավորները, գոյություն ունի միտում դեպի սենսացիոնը, չնայած ունենք կարող են վիճարկել, թե ինչքան աղբյուրը հեղինակավոր է, այնքան այս միտումներն ավելի պակաս են արտահայտվում: Իշխանության չարաշահման ինքնաստուգման չափանիշ կարող է լինել, եթե երկարատեւ չարաշահման դեպքում լրատվամիջոցը ժամանակի ընթացքում կորցնում է իր ազդեցությունը:

Համապատասխան իրավական համակարգը ձգտում է հակակշռել ազատ խոսքը լրատվամիջոցների կողմից չարաշահումներին: Մեկ այլ կառուցողական լուծում է ինքնակարգավորման խորհուրդների ստեղծումը: Ինքնակարգավորման մարմինները բավականին զարգացած են արդյունաբերական երկրներում, սակայն դրանք նոր են սկսում ի հայտ գալ զարգացող երկրներում: Վերջիններիս շարքում, Քայանան եւ Տանզանիան ստեղծում են մամուլի ինքնակարգավորման խորհուրդներ, որոնք պետք է սահմանեն ազնվության, ճշգրտության, մասնավոր կյանքի անձեռնմխելիության եւ ընդհանուր ճաշակի կանոնները: որիւրդները նման կանոնները կիրառում են լրատվամիջոցների նկատմամբ բողոքների վերաբերյալ իրենց որոշումներն ընդունելիս: Շատ դեպքերում խորհուրդները փոխարինում են ավանդական դատական գործընթացներին: Օրինակ՝ Ավստրալիայում բողոքողները հայտարարություն են ստորագրում, որով պարտավորվում են խորհրդի ընդունած որոշումներով բավարարված չլինելու դեպքում դատարան բողոք չներկայացնել:

Այս խորհուրդների հաջողություններն ապահովում են մի շարք գործոններ: Առաջինը՝ այսպիսի խորհուրդներ ստեղծելու որոշումը պետք է կայացնի ինքը մամուլը եւ այն պետք է ցանկալի լինի մամուլի ներկայացուցիչների համար: Կառավարությունները, ոչ կառավարական կազմակերպությունները կամ այլ շահագրգիռ կողմերը կարող են խրախուսել նման խորհուրդների ստեղծումը: Իշխանությունները կարող են խրախուսել խոստանալով ավելի քիչ կարգավորել ոլորտը նման խոր-

հուրդների ստեղծման դեպքում: Աջակից կառույցները, ինչպես օրինակ լրատվամիջոցների ազատության եւ պատասխանատվության հասարակական կազմակերպությունները, կարող են նպաստել խորհրդի աշխատանքներին: Երկրորդ՝ մամուլի խորհուրդները պետք է որոշակի կշիռ ունենան առանձին լրատվական կազմակերպությունների աչքերում, որպեսզի մեծ ընկերություններն իրենց պարտավորված զգան ենթարկվելու նրանց որոշումներին (Ընդդեմ գրաքննության միջազգային կենտրոն, 1993թ., գլուխ 19): Այս նպատակին կարելի է հասնել տարբեր ճանապարհներով, օրինակ՝ խորհրդի անդամները կարող են հրապարակայնորեն պարսավանքի ենթարկել նրանց, ովքեր չեն կատարում խորհրդի որոշումները: Երրորդ՝ մեծ խորհուրդներին անհրաժեշտ են ուժեղ ղեկավարություն եւ լրատվամիջոցների աշխատանքը բարելավելու իրական ցանկություն: Չորրորդ՝ չափազանց կարելու է լրատվամիջոցների ազատությունն ու պատասխանատվությունը հավասարակշռող բարոյական չափանիշների սահմանումը: Հինգերորդ՝ իրավականությունը պահպանելու համար չափանիշները պետք է հետեւողականորեն կիրառվեն:

Արդյունավետ եւ անկախ դատական համակարգը եւ անցանկալի վարվելակերպը պատժող այլ մեխանիզմները կարող են նպաստել կառավարման բարելավման հարցում լրատվամիջոցների դերի հզորացմանը, չնայած միայն անկախ դատավարությունը բավարար չէ պետության կողմից կամայական քայլերի կատարումը սահմանափակելու համար: Անկախ դատական համակարգը կարող է օգնել պաշտպանելու լրագրողների իրավունքները, կարող է ապահովել լրատվամիջոցների կողմից բացահայտված խնդիրների վերաբերյալ անհրաժեշտ քայլերի կատարումը եւ կարող է անհատներին պաշտպանել լրատվամիջոցների չարաշահումներից: Օրինակ՝ ինչպես նշում է Չավունդուկյան, Ջիմբաբվեում դատարանները որոշակի հաջողություններ են ունեցել լրագրողների իրավունքները պաշտպանելու հարցում: Ֆիլիպիններում լրատվամիջոցներով օտարերկրյա զինված ուժերի կողմից թունավոր թափոնների արտանետումների բացահայտումը հանգեցրեց նախ խորհրդարանական հետաքննության, այնուհետեւ պաշտոնական կառավարական հետաքննության եւ, ի վերջո՝ կառավարության մի որոշման, որով արգելվում էր այդ թափոնների արտանետումը:

Հասանելիություն

Հասանելիությունը վերաբերում է լսարանին. որքանով են մարդկանց մատչելի տպագիր, հեռարձակվող կամ էլեկտրոնային լրատվամիջոցները: Հասանելի լրատվամիջոցը կարելիություն ունի եւ նորություններ է տրամադրում բնակչության մեծ մասի համար: Հասարակության վրա լրատվամիջոցի ազդեցությունը մեծապես կախված է այն բանից, թե ում է այն հասանելի: Թերթերի, հեռուստա եւ ռադիոկայանների հասանելիությունը մեծապես տարբերվում է ըստ երկրների՝ քանի որ եկամուտը սերտ փոխկապակցված է լրատվամիջոցների տարածվածության հետ: Դիկը եւ Ջիմզալեսը կարծում են, որ թերթերի ընթերցողների քանակը ներառում է ինչպես թերթերի տարածման քանակը, այնպես էլ նրանց ընդհանուր վստահելիության որոշակի մակարդակը: Այսինքն՝ եթե թերթերը վստահելի չլինեին, ապա նրանք չէին կարողացվի: Նրանք կարծում են, որ սեփականության կենտրոնացումը անբարենպաստ եւ վիճակագրական առումով նշանակալի ազդեցություն ունի մամուլի տարածման եւ լրատվամիջոցների կողմից տրամադրված տեղեկատվության նկատմամբ մասնավոր ոլորտի վերաբերմունքի վրա: 1.2. աղյուսակը ցույց է տալիս եկամտի տարբեր մակարդակ ունեցող երկրներում լրատվամիջոցների տարածվածության եւ շրջանառության աստիճանները: Եթե բարձր եկամուտ ունեցող երկրները, ինչպիսիք են Դանիան, ճապոնիան եւ Ամերիկայի Միացյալ Նահանգները, ունեն լրատվամիջոցների տարածվա-

ծության բարձր մակարդակ, Չաղը, Եթովպիան եւ Ջամբիան, որոնք բոլորն էլ ցածր եկամուտ ունեցող երկրներ են, էապես տարբերվում են լրատվամիջոցների տարածվածության առումով: Բոտսվանան եւ Թաիլանդը մեկ շնչին ընկնող ՀՆԱ-ի բաժնով միեւնույն մակարդակի վրա են գտնվում, սակայն զգալիորեն տարբերվում են հեռուստացույցների տարածվածության առումով:

Ջարգացած արդյունաբերական երկրների քաղաքացիների ամենօրյա թերթ ստանալու հավանակությունը, միջին հաշվով, 25 անգամ ավելի մեծ է, քան աֆրիկյան երկրների քաղաքացիներինը: Սակայն համաձայն Թերթերի համաշխարհային ընկերակցության (2001թ.), շատ աֆրիկյան երկրներում թերթի մեկ օրինակը կարդում է մոտ մեկ ոչուժին մարդ: Բանգլադեշի եւ Նեպալի գյուղերում թերթերը կարդացվում են բարձրաձայն, որպեսզի բաժանորդագրված մարդկանցից բացի մյուսներն էլ կարողանան տեղեկություններ ստանալ: Ծիշտ է, գրագիտությունն իսկապես իր դերն ունի զանազան երկրներում լրատվամիջոցների շրջանառության մակարդակի տարբերության վրա, սակայն դա մամուլի տարածման վրա ազդեցություն ունեցող գործոններից միայն մեկն է: Եվ մեկ շնչին ընկնող ՀՆԱ-ի բաժնով, եւ գրագիտությամբ էկվադորը զիջում է Պանամային կամ Պարագվային, սակայն թերթերի շրջանառության առումով էկվադորն ավելի առաջ է անցել: Ավանդույթներն ու մշակույթը նույնպես կարող են ազդեցություն ունենալ մարդկանց կողմից լրատվամիջոցների ընկալման վրա՝ մեկ շնչին ընկնող ՀՆԱ-ի բաժնով նույն մակարդակի վրա գտնվող որոշ երկրներ կարող են ավելի քիչ կապված լինել հեռուստատեսությանը կամ տպագիր մամուլին, քան մյուսները: Ենթակառուցվածքի վիճակը նույնպես կարող է տարբերությունների պատճառ լինել:

Աղյուսակ 1.2. Լրատվամիջոցների տարածվածության տարբերությունները, ընտրովի երկրներ

<i>Երկիր</i>	<i>Հեռուստացույցների քանակը / 1000 մարդ, 1999թ.</i>	<i>Թերթերի շրջանառությունը / 1000 մարդ, 1999թ.</i>	<i>Մեկ շնչին ընկնող ՀՆԱ, 1994-98թթ. միջին (ԱՄՆ դոլար)</i>
Բուլիվիա	118	55	2 143
Բոտսվանա	21	27	5 486
Չաղ	1	1	898
Չինաստան	292	42	2 644
Ղանիա	772	311	21 376
Եթովպիա	6	2	573
Գերմանիա	580	311	19 536
Հնդկաստան	75	27	1 882
Ճապոնիա	719	580	20 952
Կորեայի Հանրապետություն	361	394	12 333
Մալավի	3	3	614
Հարավային Աֆրիկա	128	30	7 943
Սիրիայի Արաբական Հանրապետություն	67	20	3 041
Թայլանդ	279	65	5 541
Միացյալ Նահանգներ	854	212	28 567
Ջամբիա	145	14	659

Աղբյուր Թերթերի շրջանառություն՝ UNESCO (1999թ.); հեռուստացույցների քանակ՝ Միջազգային հեռահաղորդակցությունների միության տեղեկատվական բազա (<http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/world/world.html>) եւ «համաշխարհային հեռահաղորդակցությունների զարգացման հաշվետվություն» (http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/wtdr_02/index.html); ՀՆԱ՝ Համաշխարհային բանկ (2002թ.):

Պաշտոնական ռեգրեսիվ վերլուծությունները ցույց են տալիս (աղյուսակ 1.3.), որ թերթերի շրջանառությունը հակադարձ համեմատական է անգրագիտությանը եւ եկամտին: Այս փոխներգործությունը վիճակագրականորեն կարելու է: Աֆրիկյան զգալիորեն ավելի ցածր շրջանառություն ունի, քան այլ տարածաշրջանները, նույնիսկ եթե հաշվի առնենք եկամտի եւ կրթվածության տարբերությունները: Անգրագիտությունը նույն կերպ չի ազդում հեռուստատեսության տարածվածության վրա, ինչպես էթնիկական տարբերությունները, չնայած կարելի է սպասել, որ բազմալեզու հաղորդումների առկայության դեպքում որոշակի լրատվամիջոցների նկատմամբ պահանջարկը կարող է նվազել, եթե վերջիններս ապահովում են միայն հիմնական լեզվով հաղորդումներ: Եվրոպական ու ՏՆտեսական համագործակցության եւ զարգացման կազմակերպության անդամ երկրներում հեռուստատեսության տարածվածության մակարդակն ավելի բարձր է, քան այլ երկրներում, նույնիսկ եթե հաշվի առնենք եկամուտները եւ էթնիկական տարբերությունները (աղյուսակ 1.4.):

Աղյուսակ 1.3. Մամուլի շրջանառության ռեգրեսիվ վերլուծություն

Կարգ	1	2	3	4
Մեկ շնչին ընկնող ՀՆԱ, 1991-95թթ. միջին	1,12 ^{***} (13,6)	0,80 ^{***} (8,24)	0,76 ^{***} (7,58)	0,64 ^{***} (6,89)
Անգրագիտության մակարդակ, 1991-95թթ. միջին		-0,03 ^{***} (-6,89)	-0,03 ^{***} (-6,15)	-0,02 ^{***} (-5,7)
Էթնիկական տարբերություններ	-0,88 ^{**} (-2,88)		-0,50 [*] (-1,70)	-0,19 (-0,75)
Աֆրիկա				-0,94 ^{***} (-5,05)
Հաստատուն	-5,17 ^{***} (-6,73)	-2,11 ^{**} (-2,46)	-1,57 [*] (-1,77)	-0,70 (-0,89)
R ²	0,78	0,80	0,81	0,84
Դիտարկումների քանակ	96	79	76	76

* Կարելու է 10 տոկոսի դեպքում:

** Կարելու է 5 տոկոսի դեպքում:

*** Կարելու է 1 տոկոսի դեպքում:

Աղբյուր՝ ՀՆԱ՝ վերցված է Համաշխարհային բանկի տեղեկատվական բազայից; անգրագիտության մակարդակ՝ UNESCO (1999թ.); էթնիկական տարբերությունների կոտորակային ինդեքս՝ «Taylor and Hudson» (1972թ.); թերթերի պետական սեփականություն՝ Ջանկով եւ ուրիշներ (2001թ.):

Հեռուստացույց դիտողները պարտադիր չէ, որ գրագետ լինեն, բայց նրանք պետք է ունենան բավականին արժեքավոր սարքավորումներ, տեխնոլոգիա եւ էլեկտրականություն: Սա զարգացող երկրներում շատ մարդկանց համար հեռուստատեսությունն անհասանելի է դարձնում, միայն մեկ բացառությամբ: Եթե համայնքում կամ գյուղում թեկուզ եւ մեկ անձ հեռուստացույց ունի, ապա շատ ուրիշների համար այն եւս հասանելի կլինի: Ռադիոհաղորդումն ավելի էժան է, էլեկտրականություն չի պահանջում եւ կարող է հեռու շրջաններ հեռարձակվել այն մարդկանց համար, ովքեր կարողալ չզգիտեն: Ջարմանալի չէ, որ բոլոր տարածաշրջաններում ռադիոընդունիչների տարածվածությունն ավելի մեծ է, քան այլ լրատվամիջոցների տարածվածությունը եւ բազմաթիվ զարգացող երկրներում ռադիոն քաղաքացիներին դիմելու հիմնական միջոցն է: Ըստ Ստրյոմբերգի (գլուխ 6), ռադիոն վերացրեց Միացյալ Նահանգների գյուղական շրջանների մեկուսացվածությունը եւ հզորացրեց գյուղական շրջանների քաղաքական ներուժը: Ստրյոմբերգը կարծում է, որ ռադիոն եւ հեռուստատեսությունը փոփոխեցին զանազան խմբերի քաղաքական հզորությունը՝ ազդելով նրանց վրա, ովքեր տեղեկացված են: Մասնավորապես, 1950-ականներին հեռուստատեսության ի հայտ գալով շահեցին փոքրամասնությունները եւ այն հատվածը, որը կրթվածության ցածր մակարդակ ուներ:

Աղյուսակ 1.4. Հեռուստատեսության տարածվածության ռեգրեսիվ վերլուծություն

Կարգ	1	2	3	4
Մեկ շնչին ընկնող ՀՆԱ, 1994-98թթ. միջին	0,07*** (5,43)	0,13*** (12,41)	0,09*** (6,12)	0,08*** (5,66)
Անգրագիտության մակարդակ, 1994-98թթ. միջին	-0,002*** (-3,12)		-0,003 (-0,58)	-0,0001 (-0,29)
Էթնիկական տարբերություններ		-0,08** (-2,46)	-0,08** (-2,29)	-0,06* (-1,87)
Եվրոպա ^ա				-0,09** (2,24)
Հաստատուն	-0,56*** (-4,10)	-0,85*** (-9,06)	-0,56*** (-4,1)	-0,53*** (-3,88)
R ²	0,58	0,69	0,58	0,61
Դիտարկումների քանակ	98	135	98	98

- * Կարելու է 10 տոկոսի դեպքում:
- ** Կարելու է 5 տոկոսի դեպքում:
- *** Կարելու է 1 տոկոսի դեպքում:
- ա Ֆիկտիվ փոփոխական:

Աղբյուր՝ ՀՆԱ՝ վերցված է Համաշխարհային բանկի տեղեկատվական բազայից; անգրագիտության մակարդակ՝ UNESCO (1999թ.); հեռուստացույցների տարածվածություն՝ Միջազգային հեռահաղորդակցությունների միության տեղեկատվական բազա (<http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/world/world.html>) եւ «Համաշխարհային Հեռահաղորդակցությունների զարգացման հաշվետվություն» (http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/wtdr_02/index.html):

Ռադիոյի եւ այլ լրատվամիջոցների հասանելիության տարբերությունը զարգացող երկրներում ավելի մեծ է, քան զարգացած արդյունաբերական երկրներում, իսկ եկամտի ու կրթվածության մակարդակներն ազդում են եւ առաջարկի, եւ պահանջարկի վրա: Եկամուտների հետ կապված պահանջարկի սահմանափակումները հաղթահարելու նպատակով Կոնգոյի Ժողովրդավարական Հանրապետությունում եւ Նիգերիայում թերթերի կրպակները մարդկանց հնարավորություն են տալիս թերթի արժեքի մի փոքր մասի դիմաց այն ընթերցել հենց կրպակի մոտ: Այս առումով միջազգային դոնորները կարող են կարելուր դեր խաղալ եւ նրանք աջակցում են հեռուստակենտրոնների, որոնք հեռավոր շրջանների հասարակության համար մուտք են ապահովում դեպի լրատվամիջոցները եւ հեռահաղորդակցման ոլորտի կազմակերպությունները:

Լրատվամիջոցների մեծ տարածվածությունն իսկապես նպաստում է հասարակության եւ մասնավոր հատվածի ակտիվության վրա, ինչպես ցույց են տալիս Դիկն ու Ջինգալեսը եւ Բեսլին, Բուրջեսն ու Պրատը: Վերջինս դիտարկել է Հնդկաստանի տարբեր նահանգներում լրատվամիջոցների հասանելիությունը, երկրի ներքին համակարգում համեմատություններ կատարել՝ հեշտացնելով տարբեր երկրներում տարբեր քաղաքական եւ տնտեսական համակարգերը համեմատելու խնդիրը, եւ պարզել է, որ բնական աղետների ժամանակ կառավարության կողմից տրամադրված օգնությունները եւ մթերքի բաշխումն ավելի մեծ ծավալով են կատարվել այն նահանգներում, որտեղ թերթերի շրջանառությունն ավելի մեծ է: Լրատվամիջոցների ներկայության մեծ ծավալը քաղաքացիներին հնարավորություն էր տվել ձեւավորել եւ արտահայտել իրենց ընդհանուր խնդիրները, եւ դա առավել արդյունավետ էր տեղական լեզվով լույս տեսնող թերթերի առումով (Բեսլի եւ Բուրջես, 2000թ.):

Նույնիսկ լրատվամիջոցների ցածր տարածվածություն ունեցող երկրներում գործունեությունը կարող է կարելուր հետեւանքներ ունենալ մարդկանց ստվար զանգվածների համար: Օրինակ՝ Քենիայում, չնայած թերթերի տարածվածության ցածր աստիճանին (1000 հոգուն՝ 9), տեղական մամուլի լուսաբանումից հետո կաշառակերության վերաբերյալ հետաքննություն սկսվեց, որը հանգեցրեց մի նախարար պաշտոնաթողության: Բացի այդ, ֆինանսական եւ մակրոտնտեսական քաղաքականության վրա ազդեցություն ունեցող ազդեցիկ կոալիցիաներին դիմելով՝ լրատվամիջոցները կարող են ազդեցություն ունենալ ընդհանուր բնակչության կյանքի պայմանների վրա:

Կառավարության քաղաքականությունը նույնպես կարող է նպաստել լրատվամիջոցների մատչելիությանը: Նոր լրատվամիջոցների առջեւ ծառայած խոչընդոտների (որոնցից է պարտադիր լիցենզավորումը) վերացումը կարող է այդ ուղղությամբ առաջին քայլը լինել: Համայնքային խմբերի եւ շահույթ չհետապնդող կազմակերպությունների նորարարությունները նույնպես օգնել են մեծացնելու աղքատ երկրներում լրատվամիջոցների տարածվածությունը: Շահույթ չհետապնդող կազմակերպությունները զարգացող երկրներում զգալիորեն մեծացրել են համայնքային ռադիոյի հասանելիությունը՝ լարովի ռադիոընդունիչների եւ արբանյակային տեխնոլոգիաների միջոցով: Այս ծառայությունները հատկապես կարելուր են առողջապահության եւ կրթական խնդիրների վերաբերյալ տեղեկատվության տրամադրման առումով: Նրանք նաեւ հեռավոր շրջանների համայնքների անդամներին հնարավորություն են ընձեռել արտահայտել իրենց մտահոգությունները եւ տեղեկատվություն փոխանակել այլ համայնքների հետ: Վերջապես, ենթակառուցվածքների համակարգում ներդրումները եւ դեպի ենթակառուցվածքներ մուտք ապահովող համապատասխան կարգավորումը լրատվամիջոցների հասանելիության ավելացման առումով դեռ երկար ճանապարհ ունեն անցնելու:

Օտարերկրյա լրատվամիջոցներ

Աճող գլոբալացման պայմաններում օտարերկրյա լրատվամիջոցները նույնպես կարող են ազդել ներքին արդյունքների վրա: Նրանք դա կարող են անել երկու ճանապարհով՝ ա) ազդելով երկրում առկա կարծիքների եւ քաղաքական ուժերի վրա, եւ բ) ազդելով արտասահմանում առկա կարծիքների եւ քաղաքական ուժերի վրա, որոնք հետագայում ճնշման են ենթարկում իրենց կառավարություններին կամ միջազգային կազմակերպություններին, որպեսզի վերջիններս տվյալ երկրի վրա ազդող քայլեր ձեռնարկեն: Օտարերկրյա լրատվամիջոցներին ներքին շուկա մուտք գործելու հնարավորություն տալը կարող է անմիջապես խարխուլել տեղեկատվական մենաշնորհը, որը բնորոշ է որոշ տնտեսություններին: Օրինակ՝ պետական «Յերալդ օնլայնը» հաղորդեց, որ Տանզանիայում վերջերս կայացած ընտրություններն անցել են խաղաղ, ազատ եւ ազնիվ: Ի տարբերություն դրա, «Ասոշիեյթիդ պրեսը» հաղորդեց, որ կառավարող կուսակցության ներկայացուցիչներն ընտրողներին հեռու էին քշում ընտրատեղամասերից:

Օտարերկրյա լրատվամիջոցների աշխատանքն ընդունող երկրում կարող է ավելի անկախ թվալ, սակայն ժամանակի ընթացքում նրանց անկախությունը սովորաբար քայքայվում է այնպիսի պայմանների ի հայտ գալով, երբ ներքին լրատվամիջոցների քանակը էապես կրճատվում է: Օտարերկրյա լրատվամիջոցները կարող են ենթարկվել նույնատիպ սահմանափակումների եւ ճնշումների, սակայն որոշ դեպքերում դրանք կարող են լրացնել ներքին լրատվության բացը: Այսպես՝ օտարերկրյա լրագրողների նկատմամբ կիրառվող ճնշումները բավականին մեծ ուշադրության են արժանանում միջազգային հանրության կողմից: Բարձր եկամուտ ունեցող երկրները ներկայացնող օտարերկրյա լրագրողները կարող են նաեւ ավելի լավ պատրաստված լինել, պակաս ազդեցությունների ենթարկվել ներքին անկայունությունների դեպքում (օրինակ մայր ընկերությունը կարող է օգնել նրանց ծանր պայմանների դեպքում), ունենալ ավելի լավ ղեկավարություն (տես՝ գլուխներ 12 եւ 19) եւ կարող են լավ մրցակիցներ լինել տեղական լրատվամիջոցների համար: Լրագրության ասպարեզում փորձ ունեցող օտարերկրյա սեփականատերերի կողմից գիտելիքների փոխանցումը կարող է զգալի աճ արձանագրել նորությունների տարածման եւ որակի առումով: Վերջապես, օտարերկրյա կամ գլոբալ լրատվամիջոցները կարող են հնարավորություն ընձեռել տեղեկատվություն ստանալ այն խնդիրների վերաբերյալ, որոնց մասին տեղական լրատվամիջոցները չեն հաղորդում, ինչի անթիվ օրինակներն են այն դեպքերը, երբ քաղաքացիները ներքին քաղաքական ճգնաժամերի մասին առաջին անգամ լսում են օտարերկրյա լրատվամիջոցներից:

Ջարմանալիորեն, օտարերկրյա լրատվամիջոցների կողմից ներքին շուկաների համար թողարկվող տեղական նորությունները բավականին սահմանափակ են, եւ Յամախարիային բանկի (2001թ.) ծրագիրը ցույց է տալիս, որ լրատվամիջոցների օտարերկրյա սեփականությունը դեռեւս համեմատաբար ցածր մակարդակի վրա է գտնվում: Ուսումնասիրված 97 երկրներում, չնայած դրանց մեծամասնությունը թույլատրում է լրատվամիջոցների օտարերկրյա սեփականատիրությունը, խոշորագույն հինգ թերթերի միայն 10 տոկոսը եւ խոշորագույն հինգ հեռուստակայանների միայն 14 տոկոսն են վերահսկվում օտարերկրացիների կողմից (գլուխ 8): Նման ցածր մասնաբաժին ունենալու պատճառները կարող են լինել կամ փոքր շուկայի պայմաններում ցածր շահութաբերությունը եւ զովագրից ստացվող ցածր եկամուտները կամ էլ, որոշ դեպքերում, կառավարական սահմանափակումները:

Շատերի կարծիքով այս երեւույթի բացասական կողմն այն է, որ լրատվամիջոցների գլոբալ միավորումները կարող են անբարեխիղճ մրցակցություն ստեղծել եւ

գրավել զարգացող երկրների լրատվական շուկան: Ինչպես այլ ոլորտներում, այնպես էլ այստեղ, վերագրային ընկերությունները, շնորհիվ իրենց հսկայածավալ չափերի եւ գերադասելի ֆինանսական վիճակի, որոշ շուկաներում հեշտորեն առաջատար դիրքեր են գրավում: Սա իսկապես կարող է խեղդել մրցակցությունը, եւ կառավարությունները ստիպված կլինել կիրառել այնպիսի կարգավորող քայլեր, ինչպիսիք են շուկայում մասնաբաժնի սահմանափակումները: Շատերը կարծում են, որ օտարերկրյա լրատվամիջոցների ներթափանցումը նաեւ տեղական մշակույթի քայքայման միտումներ ունի: Ինչպես նշում է Օուենը, համաշխարհային մրցակցության պայմաններում զանգվածային լրատվամիջոցների տնտեսությունը չի նպաստում այն լեզուների կամ մշակույթների գոյատեւմանը, որոնք չեն պատկանում լայն զանգվածներին կամ չեն համապատասխանում որոշակի մասնագիտացված տնտեսական պահանջներին: Սակայն սա պարզապես արտացոլում է այն, որ նման լրատվամիջոցները ոչ թե մշակութային իմպերիալիզմի ջատագովներ են, այլ ունակ են գայթակղիչ գնով բավարարել սպառողների պահանջները: Եթե մի կողմ թողնենք գլոբալ լրատվամիջոցների հաջողությունների պատճառները, ապա երկարաժամկետ սոցիալական բարեկեցության համար կարեւորություն ունեցող տեղական մշակույթի քայքայման վերաբերյալ մտահոգությունները կարելի է փարատել մշակութային ծրագրերին որոշակի տեղ կամ ժամանակ տրամադրել պարտադրելով: Սակայն այս մտահոգությունները պետք է դիտարկվեն նաեւ շուկայում մարդկանց պահանջարկի տեսանկյունից:

Եզրակացություն

Ինչպես ցույց է տվել համաշխարհային փորձը, լրատվամիջոցները ազդում են տնտեսական, քաղաքական եւ սոցիալական արդյունքների վրա: Իսկ այսպիսի արդյունքների՝ տնտեսական զարգացմանը նպաստելը կախված է մի շարք գործոններից, որոնցից շատերը քննարկվում են այս գրքում: Տեղեկատվական արդյունաբերությունը, որում լրատվամիջոցները կարեւորագույն դեր ունեն, միտում ունի ավելի արագ զարգանալու այն ժողովրդավարական հասարակություններում, որոնք հիմնականում խթանում են ազատ տեղեկատվական հոսքերը: Այսպիսով, լրատվամիջոցները ժամանակի ընթացքում կարող են նաեւ նպաստել ազատականության եւ ժողովրդավարության զարգացմանը: Մինչ այս գործոնները ազդում են միմյանց վրա, քաղաքականություն մշակողների համար կարեւոր խնդիր է այն, թե ինչպիսի խելամիտ քայլեր կարող են իրենք ձեռնարկվել ազատ եւ անկախ լրատվամիջոցներ ստեղծելու եւ պահպանելու ուղղությամբ: Սա խնդիր է բոլոր երկրների համար, լինեն դրանք հարուստ, թե աղքատ: Միշտ պետք է զգուշանալ իշխանությունների հնարավոր կամայական գործողություններից: Եթե տրամադրվող տեղեկատվության քանակի վերաբերյալ նախապաշարմունքներ գոյություն ունեն, ապա սխալմամբ ավելի շատ ազատություններ տրամադրելը հավանաբար ավելի քիչ վնաս կհասցնի, քան այդ ազատությունների սահմանափակումները:

Նույնիսկ ոչ ժողովրդավարական եւ ավտոկրատ երկրներում նոր ստեղծվող լրատվամիջոցները հնարավորություններ ունեն զարգանալու: Առաջընթացը կարող է իրականացվել փոքր քայլերով, եւ նույնիսկ կարող է ժամանակավոր հետընթաց արձանագրվել, սակայն եթե մարդիկ պայքարում են մամուլի ազատության համար, ապա հույսը միշտ էլ կա: Որոշակի մի պահի լրատվամիջոցները հասնում են այսպես կոչված ազատության կրիտիկական կամ սահմանային մակարդակի եւ պահպանում այն, երբ մարդիկ սովորում են այդ ազատությանը եւ դրա նկատմամբ սահմանափակումներ կիրառելն անհնարին է դառնում:

Մարդկանց ձայն տրամադրելու հարցում լրատվամիջոցներին հնարավորություն ընձեռող եւ աջակցող քաղաքականություն մշակելիս, սովորաբար թերագնահատվում է այլ ոլորտներում սովորական դարձած հետազոտությունների, ուսումնասիրությունների եւ տեղեկատվության հավաքման կարելիությունը: Անկախ լրատվամիջոցներ ունեցող երկրներում դրանց զարգացման պատմությունը ցույց է տալիս, թե ինչպիսի իրավական գործընթացները եւ որ քաղաքական ուժերն են հաջողությունների հասել երկրում փոփոխություններ մտցնելու խնդրում: Անառարկելի է այն փաստը, որ ազատ խոսքի իրավունք տրամադրող օրենքներն իսկապես նշանակություն ունեն. հենց միայն օրենքի ընդունումն ինքնին փոխում է մարդկանց գործելակերպը: Բայց եւ այնպես, այն, թե ինչպես են զանազան երկրներում կիրառվում նման պաշտոնական օրենքները, մասամբ կախված է տվյալ երկրի ավանդույթներից, այսինքն՝ մարդկանց ակնկալիքներից եւ վարքից: Իրավական մոտեցումների սահմանափակության պատճառով շեշտը պետք է դրվի թափանցիկության ավանդույթի վրա, ինչը բնականորեն ենթադրում է, որ հասարակությունը պետք է իմանա իր կյանքի վրա ազդող բոլոր որոշումների մասին եւ մասնակցի դրանց ընդունմանը:

Ինչպես իրավական դաշտը, այնպես էլ սեփականատիրական կառուցվածքը սահմանում են որոշակի իրավունքներ: Օրինակները ցույց են տալիս, որ լրատվամիջոցների սեփականատիրական կառուցվածքը եւ սեփականատիրոջ բնույթը, մասնավոր, թե պետական, կարող են ուղղակիորեն ազդել տեղեկատվության տեսակի եւ տարածման ձեւի վրա: Տնտեսական պայմանները եւ ընդհանուր արդյունաբերական կառուցվածքը նույնպես որոշում են լրատվամիջոցների գործունեության ձեւերը:

Այն կառավարությունը, որն իսկապես ցանկանում է մեծացնել լրատվամիջոցների մատչելիությունը, կարող է հասնել այս նպատակին՝ նպաստելով մրցակցությանը, նոր լրատվամիջոցներ ստեղծելու վերաբերյալ սահմանափակումները պակասեցնելով եւ խրախուսելով ու կիրառելով մարդկանց տեղեկատվություն տրամադրելու նոր միջոցները: Մեկ այլ ճանապարհ է նաեւ լրագրողական դպրոցների հիմնումը կամ լրագրողների ուսուցման նպատակով օտարերկրյա կազմակերպությունների հետ համագործակցելը: Վերջապես, մարդկանց ձայնին փոխարինող ոչ մի այլ միջոց չկա: Եթե մարդիկ ցանկանում են ունենալ ավելի թափանցիկ ու արդյունավետ տնտեսություն եւ աշխատում են այդ ուղղությամբ, ապա նրանք պետք է պայքարեն տեղեկատվություն տարածողների ազատության համար: Նրանք պետք է պայքարեն իմանալու եւ ճշմարտությունը պատմելու իրավունքի համար:

Գրականություն

Besley, Timothy, and Robin Burgess. 2000. "The Political Economy of Government Responsiveness: Theory and Evidence from India." Working Paper. London School of Economics, Department of Economics, London.

Committee to Protect Journalists. n.d. Available on: <http://www.cpj.org/attacks00/africa00/Ethiopia.html>.

Djankov, Simeon, C. McLiesh, T. Nenova, and A. Shleifer. 2001. "Who Owns the Media." Working paper. National Bureau of Economic Research, Cambridge, Massachusetts.

Economist. 2002a. "Free TV – Britain's Media Bill." May 11.

———. 2002b. "Media Freedom in Africa – Watch What You Say." May 11.

Freedom House. n.d. Freedom of Press Index. <http://www.freedomhouse.org/research/pressurvey.htm>.

Heo, Chul, Ki-Yul Uhm, and Jeong-Heon Chang. 2000. "South Korea." In Shelton A. Gunaratne, ed., *Handbook of the Media in Asia*. New Delhi: Sage Publications.

International Center against Censorship. 1993. "Article 19." In *Press Law and Practice: A Comparative Study of Press Freedom in European and Other Democracies*. London: United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization.

Islam, Roumeen. Forthcoming. "After the Fall: Business Reporting in Eastern Europe." *Media Studies Journal* 13(5): 150-57.

Reporters Sans Frontières. 2000. *Annual Report 2000*. Available online: <http://www.rsf.fr>

Taylor, Charles Lewis, and Michael C. Hudson, with the collaboration of Katherine H. Dolan and others. 1972. *World Handbook of Political and Social Indicators*. New haven, Connecticut: Yale University Press.

UNESCO (United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization). 1999. *Statistical Yearbook*. Paris.

Walden, Ruth. 2000. "Insult Laws: An Insult to Press Freedom" World Press Freedom Committee, Reston, Virginia.

Webster, David. 1992. "Building Free and Independent Media" Freedom Paper no. 1. United States Information agency, Washington, D.C.

World Association of Newspapers. 2001. *World Press Trends 2001*. Paris: Zenith Media.

World Bank. 2001. *World Development Report 2002: Building Institutions for Markets*. New York: Oxford University Press.

———. 2002. *World Development Indicators 2000*. Washington, D.C.

ՄԱՍ I

ԻՆՉՊԵՍ ԵՆ ԼՐԱՏՎԱՄԻՋՈՑՆԵՐՆ
ԱԶԱԿՑՈՒՄ ՇՈՒԿԱՆԵՐԻՆ

2

Իշխանության թափանցիկությունը

Ջոզեֆ Ստիգլից³

Ենթադրվում է, որ կառավարությունը պետք է գործի ի շահ քաղաքացիների: Երբ այլընտրանքային քաղաքականությունը տարբեր խմբերի վրա տարբեր ազդեցություն է թողնում, կառավարությունը պետք է սահմանի փոխզիջումների տարբերակները, այսինքն այն, թե ով է շահում եւ ով է տուժում այս այլընտրանքային ծրագրերից: Կառավարությունը չպետք է օգտագործի իր հսկայական իշխանությունն հօգուտ իր առաջնորդների կամ հատուկ շահերի՝ ողջ հասարակության հաշվին:

Եթե ընտրողներն իմանան, որ կառավարությունը չարաշահել է այս վստահությունը, ապա նրանց այլեւս չեն ընտրի, չնայած հաճախ իշխանությունները բացահայտորեն գործում են ոչ ի նպաստ ընդհանուր շահերի, ինչքան էլ աղոտ մենք դրանք սահմանենք: Հաճախ ճշմարտանման փաստարկներ են ներկայացվում վստահեցնելու համար, որ այն, ինչը հատուկ ուշադրության է արժանանում, իսկապես բխում է ընդհանուր շահերից, իսկ հասարակությունը հաճախ ընդունում է այդ փաստարկները: Տնտեսական խնդիրներն, ընդհանրապես, բավականին բարդ են, եւ եթե հաշվի առնենք տնտեսագետների միջեւ առկա տարածայնությունները, ապա զարմանալի չէ, որ մնացածները կարող են կարծել, որ զանազան փաստարկների միջեւ կողմնորոշվելը բավականին բարդ է: Սակայն շատ պետական պաշտոնյաներ նույնիսկ ավելի հեռուն են գնում եւ փորձում են այն, ինչ իրենք անում են, գաղտնի պահել, այսինքն՝ հեռու հասարակության տեսադաշտից:

Իշխանության ղեկի մոտ գտնվողների եւ նրանց միջեւ, ունի այդ մարդիկ պետք է ծառայեն, գոյություն ունի տեղեկացվածության բնական անհամաչափություն, որը նման է որել է ընկերության մենեջերների եւ բաժնետերերի միջեւ գոյություն ունեցող տեղեկացվածության անհամաչափությանը: 2001թ. Նոբելյան մրցանակը տրվել էր Ջորջ Ակերլոֆին, Մայքլ Սփենսին եւ ինձ՝ մեր այն աշխատանքի համար, որն ուսումնասիրում էր տեղեկատվության անհավասարության տնտեսական հետեւանքները, սակայն տեղեկատվության նման անհավասարությունը ի հայտ է գալիս նաեւ քաղաքական գործընթացների արդյունքում եւ այդ ոլորտում նշանակալի հետեւանքների է հանգեցնում: Ինչպես նման անհամաչափությունները մենեջերներին հնարավորություն են տալիս իրականացնել այն քաղաքականությունը, որը բխում է ավելի շատ իրենց, քան թե բաժնետերերի շահերից, այնպես էլ դրանք պետական պաշտոնյաներին հնարավորություն են ընձեռում իրականացնել այն քաղաքականությունը, որն

Այս գլխի գաղափարը պատկանում են Ստիգլիցին (1999թ.): Ես մեծապես պարտական եմ Դեվիդ Էլերմանին նրա խորաթափանցության և մանավանդ գաղտնիության վերաբերյալ պատմական քննարկումների մասին նրա գիտելիքների համար, ինչպես նաև Ռոուլին Իսլամին՝ լրատվամիջոցների և թափանցիկության միջև կապերի վերաբերյալ առաջարկությունների համար: Մեծապես շնորհակալ եմ նաև Ռոբֆելեր հիմնադրամին, Ֆորդ հիմնադրամին, ՄաքՍթր-թուր հիմնադրամին և Ջարգացման համագործակցության շվեդական գործակալությանը՝ ֆինանսական աջակցության համար:

ավելի մոտ է իրենց, քան թե մնացած քաղաքացիների շահերին: Տեղեկատվության եւ դրա տարածումը կարգավորող կանոնների բարելավումը կարող է նվազեցնել այս չարաշահումների քանակն ինչպես շուկաներում, այնպես էլ քաղաքական գործընթացներում: Շուկաներում վերլուծողներն ու աուդիտորները կարելու էր դեր են խաղում տեղեկատվության տրամադրման հարցում: Միացյալ Նահանգներում Արժեթղթերի եւ բորսաների հանձնաժողովի կանոնները պահանջում են պարտադիր հրապարակման ենթարկել որոշ տեսակի տեղեկատվություն¹: Այս գլխում քննարկվում են քաղաքական գործընթացներում տեղեկատվության անհամապատասխանություններն ու անհամաչափությունները եւ լրատվամիջոցների դերը, մանավանդ հասարակական ոլորտում թափանցիկությանը նպաստելու հարցում: Այստեղ նաեւ կարծիք է հայտնվում է, որ համապատասխան իրավական դաշտ պետք է ստեղծվի, որը լրատվամիջոցներին հնարավորություն կտա տեղեկատվություն ստանալ եւ կապահովի անհարկի ճնշումներից: Ինչեւէ, լրատվամիջոցների դերը հասկանալու համար մենք նախ պետք է հասկանանք պետական պաշտոնյաների գաղտնապահության դրդապատճառները:

Մինչ ոմանք խոսքի եւ մամուլի ազատությունը դիտարկում են որպես ինքնին գույություն ունեցող երեւոյթ՝ անօտարելի իրավունք, որից իշխանությունները չեն կարող զրկել քաղաքացիներին, այս գլուխն այդ խնդիրը դիտարկում է գործառնական տեսանկյունից, այսինքն՝ որպես այլ հավասարապես կարելու նպատակների հասնելու միջոց: Ազատ խոսքը եւ ազատ մամուլը ոչ միայն նվազեցնում են իշխանության չարաշահման հնարավորությունները, այլ նաեւ ավելացնում են մարդկանց հիմնական սոցիալական կարիքների բավարարման հնարավորությունները: Օրինակ՝ Սենը (1980թ.) պնդում է, որ ազատ մամուլ ունեցող երկրները սովի չեն մատնվում, քանի որ ազատ մամուլը հասարակության ուշադրությունը կենտրոնացնում է այդ խնդրի վրա, եւ մարդիկ նման իրավիճակում կառավարության գործելու անընդունակությունը չեն ներում: Այս օրինակները մատնանշում են տեղեկատվության՝ իբրեւ կառավարման գործընթացի մասի դերը: Նմանապես, Համաշխարհային բանկի եւ այլ կազմակերպությունների աշխատանքը ցույց է տվել, որ, օրինակ, շրջակա միջավայրի աղտոտման վերաբերյալ տեղեկատվության հրապարակման պահանջը կարող է արդյունավետ մեխանիզմ լինել աղտոտման մակարդակը նվազեցնելու համար (տես՝ Համաշխարհային բանկ, 1998թ.): Հասարակական կարծիքը կարող է իշխանություններին, հատկապես ժողովրդավարական կերպով ընտրվածներին, ստիպել որոշակի քայլեր ձեռնարկել կամ հրաժարվել այլ քայլեր ձեռնարկելուց:

Ժամանակակից տեղեկատվական տեսության կարելու դրույթներից մեկն այն է, որ բազմաթիվ առումներով տեղեկատվությունը հասարակական բարիք է: Ինչքան էլ, ասենք, վճարային հաշվեկշռի տվյալների իմացությունը կարելուություն ներկայացնի տնտեսության զանազան մասնակիցների համար, այդ տեղեկատվության օգտագործումն ունի զրոյական մարդինալ արժեք: Ինչպես այլ հասարակական բարիքների դեպքում, իշխանությունները տեղեկատվության բաշխման հարցում եւս կարելու դեր ունեն: Ժամանակակից բարդ տնտեսությունում, ի տարբերություն տնտեսագիտության սովորական ստանդարտ տեսության (նախատեղեկատվական տեսություն), գները չեն ներկայացնում ամբողջ անհրաժեշտ տեղեկատվությունը: Ընկերությունները եւ տնտեսությունները կարող են բավականին լուրջ հետաքրքրվել տնտեսական աճի ցուցանիշներով, գործազրկության կամ սղաճի մակարդակով: Ամեն ամիս նրանք անհամբեր սպասում են կառավարության կողմից հավաքագրված նոր տեղեկատվության հրապարակմանը:

1 Այսինքն՝ պատմական փորձի և տնտեսագիտական տեսության վրա հիմնված կարծիք կա, որ շուկայի մասնակիցները կարող են կամովին չբացահայտել ամբողջ կարելու տեղեկատվությունը: Էդլինը և Ստիգլիցը (1995թ.) ցույց են տվել, որ մենեջերները դրդապատճառներ ունեն ավելացնելու իրենց և կողմնակի անձանց միջև առկա տեղեկացվածության անհամաչափությունը:

Այս տեղեկատվությունը ոչ միայն ազդում է մասնավոր հատվածի՝ ասեմբլ, արտադրության կամ ներդրումների վերաբերյալ որոշումների վրա, այլ նաև՝ իշխանությունների վերաբերյալ մարդկանց կարծիքի վրա: Եթե տեղեկատվությունը հավաստում է, որ գործազրկությունն աճում է, ապա նրանք կսկսեն մտածել, որ կառավարությունը սխալ մակրոտնտեսական քաղաքականություն է վարում: Եթե տեղեկատվությունը հավաստում է, որ աճում է անհավասարությունը, ապա կաճեն նրանց մտահոգությունները հասարակական բարիքների բաշխման քաղաքականության եւ իշխանությունների կողմից աղքատներին օգնելու ուղղությամբ ձեռնարկվող քայլերի համապատասխանության վերաբերյալ: Այսպիսով, իշխանությունները երբեմն շարժառիթներ ունեն աղավաղելու կամ սահմանափակելու տեղեկատվությունը: Երբեմն ճշմարտության աղավաղման հետեւանքով շահում են ոչ թե ուղղակիորեն իշխանությունները, այլ որոշակի խմբեր, ի նպաստ որոնց նրանք աշխատում են: Օրինակ՝ եթե թոշակառուների սոցիալական ապահովության վճարները կախված են նվազագույն կենսամակարդակի աճից կամ եթե աշխատավարձերը բարձրանում են ապրուստի ծախսերի աճի դեպքում, ապա այն հաշվարկները, որոնք կուռճացնեն այդ ծախսերի աճերը, կծառայեն ի շահ թոշակառուների կամ աշխատավորների: Աղավաղված տեղեկատվության տրամադրման շարժառիթների բացահայտմամբ իշխանությունները պետք է ստեղծեն (եւ որոշ դեպքերում արդեն ստեղծել են) կառուցվածքային ստորաբաժանումներ, որոնք կսահմանափակեն չարաշահման հնարավորությունները: Այսպիսով, հավանաբար ավելի լավ կլինի, եթե վիճակագրական տվյալները հավաքվեն անկախ վիճակագրական ծառայությունների կողմից, քան թե այն ծառայությունների, որոնք սերտ կապեր ունեն որոշակի շահերի խմբերի հետ:

Մի հին արտահայտություն ասում է, որ այն, ինչ կարելի է չափել, ուշադրություն է գրավում: Գոյություն ունի փոփոխականների մի հսկայական քանակ, որը կարելի է ենթարկել մոնիտորինգի, սակայն մոնիտորինգը բավականին թանկ արժե, եւ հետաքրքրությունների շրջանակներն էլ սահմանափակ են: Այսպիսով, իշխանությունները շարժառիթներ ունեն մոնիտորինգի համար ընտրել այն փոփոխականները, որոնք արտահայտում են իրենց կամ այն հատուկ շահերի օրակարգային խնդիրները, ում նրանք կարող են ծառայել, եւ մոնիտորինգի չենթարկել այն փոփոխականները, որոնք անբարենպաստ ազդեցության են ենթարկվում իրենց վարած քաղաքականության պատճառով: Օրինակ՝ Միացյալ Նահանգներում Ռեյզանի վարչակազմը փորձեց լուծության մատնել անհավասարության եւ աղքատության վերաբերյալ վիճակագրության հավաքագրումը, իսկ ներկայումս որոշ օղակներ խոչընդոտում են Համախառն ներքին արդյունքի այնպիսի հաշվապահական համակարգի ստեղծումը, որը հաշվի կառնի շրջակա միջավայրի վիճակի վատթարացումը եւ բնական պաշարների սպառումը:

Մինչ տեղեկատվական անհամաչափության վերլուծաբանները նոր լույս են սփռել կառավարողների եւ կառավարվողների միջեւ առկա փոխհարաբերությունների վրա, դրանց հիմնական խնդիրները բավականին հնուց կազմել են ժողովրդավարական գործընթացների վերաբերյալ գաղափարների մի մասը: Ժողովրդավարական հասարակություններում քաղաքացիները հիմնարար իրավունքներ ունեն՝ իմանալու, խոսելու, տեղեկացված լինելու այն հարցերի վերաբերյալ, թե ինչ են անում իշխանությունները, եւ քննարկելու այդ հարցերը: Ժողովրդավարական հասարակությունները խստորեն հակված են դեպի թափանցիկությունը եւ իշխանությունների շիտակությունը: Սակայն վաղուց հայտնի է, որ իշխանությունները եւ նրանց առաջնորդներն ինքնին շարժառիթներ չունեն չթաքցնելու (էլ չենք խոսում տարածելու մասին) այն տեղեկատվությունը, որը չի համապատասխանում իրենց շահերին: Ավելի քան 200 տարի առաջ Շվեդիան ընդունեց պետական համակարգում թափանցիկությունը բարելավելու վերաբերյալ հավանաբար առաջին օրենքների շարքը:

Թափանցիկ լինելու հիմնական իմաստը

Ֆրենսիս Բեկոնը նշում էր, որ իմացությունն ինքնին ուժ է: Գաղտնիությունն իշխանության ղեկի մոտ գտնվողներին հնարավորություն է տալիս վերահսկել իմացության որոշակի ոլորտներ՝ այդպիսով մեծացնելով նրանց հզորությունը: Ուստի զարմանալի չէ, որ հասարակական հարաբերություններում գաղտնիության խնդիրը վաղուց դարձել է հասարակության մտահոգության առարկա (ընդհանուր տեսակետի համար տես՝ Բոկ, 1982թ.): Գաղտնիության դեմ փաստարկները համագոյակցում են գրաքննության դեմ եւ խոսքի ազատության կողմ փաստարկների հետ (տես՝ Էմերսոնի ակնարկները, 1967թ., 1970թ.): Ջեյմս Մեդիսոնը, ԱՄՆ Սահմանադրության խոսքի ազատությունն ապահովող առաջին ուղղման հեղինակը, նշել է այդ փաստարկի հիմնախնդիրը. «Այն մարդիկ, ովքեր ցանկանում են իրենք իրենց գլխի տերը լինել, պետք է զինվեն գիտելիքներով: Ժողովրդական իշխանությունն առանց ժողովրդական տեղեկատվության կամ առանց այն հայթայթելու միջոցների ոչ այլ ինչ է, քան ֆարսի կամ ողբերգության նախերգանք, գուցե եւ այդ երկուսի համակցությունը» (Ջեյմս Մեդիսոնի նամակներից Վ.Տ. Բարրիին, 1822թ. Օգոստոսի 4, մեջբերված «Փաղովեր»-ում 1953թ.-ին եւ «Կարպենետեր»-ում 1995թ.-ին):

Ջերեմի Բենթամն իր սահմանադրական համակարգը հիմնել է «ամենալայն հրապարակայնության միջոցով ճշգրտված անձնական շահի» դրդապատճառի վրա (1838-43թթ., մաս 4-րդ, 317 էջ) եւ հրապարակայնությունն ընդունում է որպես վատ կառավարման վերահսկման հիմնական միջոց²: «Ազատության մասին» իր հայտնի ակնարկում Ջոն Սոյուարտ Միլը (1859թ.) նշում է, որ փաստարկները հասարակության քննարկմանը ներկայացնելն անվերապահորեն շահեկան է եւ ամենաապահով միջոցն է լավ փաստարկները վատերից տարանջատելու համար³: Իր «Ներկայացուցչական կառավարության վերաբերյալ մտորումներ» աշխատությունում Միլը (1861թ.) հավելել է իր այդ փաստարկը՝ ընդգծելու համար ժողովրդական մասնակցության արժանիքները⁴: Ըստ էության, ժողովրդավարական գործընթացներին իմաստալի մասնակցությունը նախատեսում է, որ մասնակիցները պետք է տեղեկացված լինեն: Գաղտնիությունը պակասեցնում է քաղաքացիներին հասանելի տեղեկատվության քանակը՝ նվազեցնելով մարդկանց գիտակցված մասնակցելու հնարավորությունները: Տնօրենների խորհրդի անդամ եղած ցանկացած մարդ տեղյակ է, որ ուղղություն տալու եւ իր տեսակետն անցկացնելու հնարավորությունները սահմանափակվում են իր ձեռքի տակ առկա տեղեկատվությամբ: Դեկավարությունը գիտի դա եւ ցանկանում է վերահսկել տեղեկատվության հոսքը: Մենք հաճախ խոսում ենք մարդկանց առջեւ իշխանությունների հաշվետու լինելու մասին, սակայն արդյունավետ ժողովրդա-

2 «Առանց հրապարակայնության բոլոր մյուս վերահսկողություններն անօգուտ են, համեմատած հրապարակայնության հետ, մյուս բոլոր վերահսկողությունների արժեքը՝ բավականին փոքր»:

3 Միլը կարծում է. «Կարծիքների արտահայտումը լռեցնելու հատկանշական վնասն այն է, որ այն կողպատում է մարդկային ռասան, ապագա և ներկա սերունդներին, այդ կարծիքների հետ չհամաձայնվողներին և ավելի մեծ չափով նրանց, ովքեր դրանք լռեցնում են: Եթե կարծիքը ճիշտ է, ապա նրանք զրկվում են սուտը ճշմարտությամբ փոխարինելու հնարավորությունից, եթե այն սխալ է, ապա նրանք կորցնում են սխալի հետ համեմատելու արդյունքում առաջացած ճշմարտության առավել ընկալելի և աշխույժ արտահայտման հնարավորությունը, որը, գուցե, նույնչափ շահեկան է» (տես՝ Միլ, 1859թ., էջ 205, 1961թ.):

4 «Ժողովրդական իշխանության տարբեր ձևերի միջև նախընտրելի են նրանք, որոնք լայնորեն հրապարակայնացնում են պաշտոնական գործունեությունը, ... բոլոր տեսակի անհատ քաղաքացիներին հնարավորություն ընձեռնելով լայնորեն մասնակցել դատական և վարչական աշխատանքների մանրամասներին (քանի դեռ դա չի հակասում հավասարապես կարևորություն ունեցող այլ խնդիրներին) դատավարություններին մասնակցության, մունիցիպալ գրասենյակներում աշխատանքի ընդունվելու և, ամենից առաջ, քննարկումների հնարավոր ամենալայն հրապարակայնության և ազատականության միջոցով, որտեղ ոչ թե ընդամենը մի քանի անհատներ, այլ ամբողջ հասարակությունը, որոշակի առունով, մասնակից է դառնում կառավարման գործընթացին և կիսում է հասարակական գիտակցության առաջընթացի արդյունքները» (Միլ, 1861, 1972, էջ 325):

վարական վերահսկման հասնելու համար ընտրողները պետք է տեղեկացված լինեն՝ նրանք պետք է իմանան, թե ինչ այլընտրանքային քայլեր կարող էին կիրառվել եւ ինչ արդյունքների դրանք կարող էին հանգեցնել: Իշխանության ղեկի մոտ գտնվողներին բնորոշ է որոշումներ կայացնելու համար ավելի շատ կարելու տեղեկատվության տիրապետել, քան մնացածներին, ինչպես ընկերությունների ղեկավարներն ավելի շատ տեղեկություն ունեն ընկերության շուկաների, ապագայի եւ տեխնոլոգիաների վերաբերյալ, քան բաժնետերերը, էլ չենք խոսում կողմնակի անձանց մասին: Իսկապես, մենջերներին վճարում են տեղեկատվություն հավաքելու համար:

Ոմանք կարող են կարծել, որ ազատ մամուլ եւ ազատ կառույցներ ունեցող հասարակությունում իշխանությունների գաղտնապահության դեպքում քիչ բան է կորսվում, չէ՞ որ գոյություն ունեն կարելու տեղեկատվության ձեռք բերման այլ աղբյուրներ: Իսկապես, արդյունավետ կառավարման համար տեղեկատվության կարելու թյունը հասկանալով, ժամանակակից ժողովրդավարական հասարակությունները ձգտում են պաշտպանել մամուլի ազատությունն ու անկախությունը եւ ջանքեր են գործադրում խրախուսելու անկախ կարծիքների օջախներն ու համալսարանները՝ իշխանությունների նկատմամբ արդյունավետ վերահսկողություն իրականացնելու նպատակով: Խնդիրն այն է, որ պետական պաշտոնյաները հաճախ կարելու եւ արդի տեղեկատվության միակ հիմնական աղբյուրն են: Եթե պաշտոնյաներին ստիպում են լռել, ապա հասարակությունը չունի դրա արդյունավետ փոխարինման միջոց: Սա ճիշտ է ինչպես քաղաքականության, այնպես էլ տեղեկատվության քննարկման առումով, քանի որ հավաքված տեղեկատվության զգալի մասը հաճախ իրենից հասարակական արժեք է ներկայացնում: Եթե իշխանությունները տեղեկատվություն չեն տրամադրում, ապա ոչ ոք այն չի տրամադրի կամ կտրամադրվի ոչ բավարար քանակությամբ: Իշխանությունը, որի քաղաքականության հետեւանքով աճում է անհավասարությունը, չի ցանկանա ի ցույց դնել այն տեղեկատվությունը, որը կհաստատի իրենց քաղաքականության վնասակար ազդեցությունը, համենայն դեպս մինչեւ այն պահը, երբ այդ քաղաքականությունը անուր հիմքերի վրա կդրվի: Համապատասխանաբար, քաղաքականություն մշակողները հաճախ կարծում են, որ եթե իրենց հաջողվի կուլիսներում որոշակի գաղտնի կոնսենսուսի հասնել, ապա այդպես ավելի հեշտ կլինի լռեցնել ընդդիմությանը, իսկ մինչեւ այդ կոնսենսուսին հասնելը դրա վերաբերյալ տեղեկատվության հրապարակումը զգալի հասարակական հակազդեցություն կառաջացնի, որը կարող է կանխարգելել այդ գաղտնի կոնսենսուսի կամ ցանկացած այլ հավանական կոնսենսուսի հնարավորությունը:

Նորից կրկնենք, որ բաց լինելը պետական կառավարման կարելուրագույն բաղկացուցիչներից մեկն է: Հիրշմանը (1970թ.) կարծում է, որ հեռանալու եւ ձայնի հնարավորությունները կազմակերպությունում կարգուկանոնի հաստատման միջոցներն են: Պետական կազմակերպությունների անդամների, այսինքն՝ քաղաքացիների համար հեռանալը սովորաբար այլընտրանք չէ, եւ այդ պատճառով առավել մեծ հույսեր են կապվում ձայնի իրավունքի հետ: Մասնավոր շուկայում այն, թե ինչպես է ընկերությունը գործում (այն գաղտնիքներ պահում է, թե ոչ), գրեթե եղանակ չի ստեղծում: Սպառողներին անհանգստացնում են միայն արտադրանքները եւ գները, եւ անկախ այն բանից, թե ինչպես է ընկերությունը կազմակերպում արտադրությունը, այն հաջողության կիսանի, եթե ցածր գներով որակյալ արտադրանք թողարկի: Իհարկե, քափանցիկության հարցեր ծագում են: Ընկերությունները հաճախ շահագրգռված չեն ամբողջապես բացահայտել իրենց արտադրանքի հատկությունները, եւ կառավարությունը, համապատասխանաբար, պարտադրում է բացահայտման զանազան պահանջներ՝ ներառյալ բարեխիղճ զովագրումը, վարկերի ստացման պայմանների բացահայտումը, հրապարակայնորեն կապիտալ ձեռք բերող ընկերությունների վերաբերյալ տեղեկատվության բացահայտումը եւ խաբեությունների վերաբերյալ օրենքները (բացահայտման շուկա-

յական շարժառիթների եւ կառավարության միջամտության անհրաժեշտության վերաբերյալ քննարկումների համար տես՝ Գրոսման, 1981թ.; Ստիգլից, 1975թ. ա,բ, 1998թ.):

Մինչդեռ պետական կազմակերպություններում նման կանոններ չեն գործում: Արդյունավետ կառավարումը կարող է իրականացվել միայն ձայնի միջոցով (իրականացվող քաղաքականության տեղեկացված քննարկումների միջոցով): Քանի որ պետական մարմիններն իրենց գործունեության ոլորտների զգալի մասում արդյունավետ մենաշնորհ ունեն, հեռանալն այլընտրանք չէ: Եկեք դիտարկենք այն բժիշկների միջեւ տարբերությունները, որոնցից մեկը գործում է մի համայնքում, որտեղ բազմաթիվ բժիշկներ կան, իսկ մյուսը որեւէ համայնքում բուժօգնություն տրամադրող միակ անձն է, այսինքն՝ մենաշնորհ ունի: Եթե նշանակված բուժումը չօգնի, միակ բժիշկը կարող է հիվանդին մեղադրել իր հանձնարարությունները ճշգրտորեն չկատարելու մեջ: Ի տարբերություն դրա, այն համայնքում, որտեղ բժիշկների միջեւ մրցակցություն կա, նրանց վարկանիշը, ում նշանակումները չեն օգնի հիվանդներին, կրնկնի, եւ հիվանդները կկիրառեն «հեռացման» մեխանիզմը: Եթե ընդամենը մեկ բժիշկ դեղամիջոցներ բաժաներ, ապա նա կարող էր փորձել վերահսկել տեղեկատվությունը: Նա կարող էր պնդել, որ այդպես անելն անհրաժեշտ է իր բուժումների նկատմամբ վստահությունն ապահովելու նպատակով (եւ այն դեպքերում, երբ դեղամիջոցը սոսկ հիվանդին հանգստացնելու միջոց է, այստեղ կարող է նաեւ ճշմարտության մասնիկ լինել): Բժիշկը գիտի, որ մրցակցության ճնշման բացակայությունն իրեն չի ստիպում բացահայտել տեղեկատվությունը, քանի որ հիվանդի համար հեռանալն արդյունավետ այլընտրանք չէ:

Բոլոր կազմակերպություններում տեղեկատվության անկատարությունը խնդիրներ է առաջացնում: Որպես հետեւեալ, կարող են նշանակալի անհամապատասխանություններ առաջանալ, ասենք, մենեջերների գործունեության եւ բաժնետերերի շահերի միջեւ: Համապատասխանաբար, պետական կառավարման ոլորտում կազմակերպություններում առաջացած խնդիրները կարող են անհամապատասխանությունն առաջացնել, ասենք, նրանց գործողությունների միջեւ, ով իշխանության ղեկի մոտ է, եւ նրանց, ում իշխանությունները պետք է ծառայեն: Հեռանալու այլընտրանքի բացակայությունը կարող է խորացնել գործակալությունների այս խնդիրները: Բացահայտ է, որ տեղեկատվության բարելավումը կարող է նվազեցնել գործակալությունների այս խնդիրների չափերը եւ հետեւանքները:

Թափանցիկ լինելու նշանակությունը ժողովրդավարական գործընթացների համար

Նախորդ բաժնում ներկայացվեցին բաց լինելու ավանդական փաստարկները, սակայն կան նաեւ ժողովրդավարական գործընթացների եւ մասնակցության վրա գաղտնիության ավելի ուղղակի ազդեցությանն առնչվող այլ փաստարկներ:

Մասնավոր հատվածում ղեկավարությունը հաճախ փորձում է վերահսկել տեղեկատվությունը՝ սահմանափակելու համար բաժնետերերի եւ նրանց ընտրած տնօրենների կողմից սեփական քաղաքականության իրականացման հնարավորությունները: Տեղեկացվածության անհամաչափություններ ստեղծելով՝ մենեջերները կարող են խոչընդոտներ ստեղծել արտաքին մենեջերների եւ կլանման փորձերի ճանապարհին (Էդլին եւ Ստիգլից, 1995թ.; տես նաեւ Շլեյֆեր եւ Վիշնի, 1989թ.): Այդպես անելով՝ նրանք կարող են բաժնետերերի հաշվին ավելացնել իրենց մենեջերական շահույթները: Նույն մեխանիզմը գործում է նաեւ հասարակական մենեջերների՝ ընտրված պաշտոնյաների համար: Եթե կողմնակի անձինք ավելի քիչ տեղեկատվություն ունեն,

ապա ընտրողները չեն կարող բավականաչափ վստահ լինել, որ իրենք կարող են արդյունավետորեն փոխել ղեկավարությունը: Իսկապես, կողմնակի անձանց տեղեկատվության պակասը մեծացնում է փոփոխությունների արժեքը, եւ հասարակության համար ավելի դժվար են դառնում ղեկավարող թիմերի փոփոխությունները: Այն փաստը, որ կառավարման այլընտրանքային թիմերն ավելի քիչ տեղեկատվական միջոցներ ունեն, նշանակում է, որ նրանց կողմից ներկայացված ցանկացած առաջարկ իրադրությանն անհամապատասխան լինելու առավել մեծ հավանականություն ունի: Մեծացնելով անցումների եւ սուբյեկտիվ փոփոխությունների միջին արժեքը՝ գաղտնիությունը պաշտոն զբաղեցնողներին անվիճելի առավելություն է տալիս այդ պաշտոնը զբաղեցնել ցանկացողների նկատմամբ⁵:

Բացի այդ, գաղտնիությունը խոչընդոտում է նույնիսկ ընտրողների մասնակցությանը ժողովրդավարական գործընթացներին: Առավել հավանական է, որ ընտրողներն անկախ եզրահանգումներ կանեն (ինչպես պարզապես քվեարկելու, այնպես էլ որեւէ կուսակցությունից անկախ քվեարկելու վերաբերյալ), եթե նրանք վստահ լինեն իրենց տեսակետների վերաբերյալ, իսկ սա, իր հերթին, պահանջում է, որ նրանք տեղեկացված լինեն: Տեղեկացված լինելը որոշակի արժեք ունի: Ընտրողներն ունեն սահմաններ՝ այսինքն հասարակական շահերի հետապնդման մեջ ժամանակի եւ էներգիայի որոշակի քանակի ներդրում կատարելու ցանկության սահմանափակումներ: Գաղտնիությունը մեծացնում է տեղեկատվության արժեքը, ստիպելով հատուկ շահեր չունեցող ընտրողներին ակտիվ մասնակցություն չցուցաբերել, ինչի հետեւանքով դաշտն ավել ազատ է դառնում հատուկ շահեր ունեցողների համար: Այսպիսով, գաղտնիության քողի տակ հատուկ շահեր ունեցողները ոչ միայն իրականացնում են իրենց անարդար գործունեությունը, այլ նաեւ ինքը՝ գաղտնիությունը մնացածներին ստիպում է հրաժարվել տեղեկացված ընտրություն կատարելու միջոցով հատուկ շահերի խմբերին արդյունավետորեն վերահսկելուց:

Ավելացնենք նաեւ, որ գաղտնիությունը կարող է խոչընդոտել հավանական մրցակիցներին ոչ միայն ընտրական գործընթացում հաջողության հասնելու ակնկալիքների նվազեցման պատճառով, այլեւ, որ գաղտնիությունը մեծացնում է նրանց սուբյեկտիվ անվստահությունը իրավիճակը բարելավելու իրենց հնարավորությունների վերաբերյալ: Ինչքա՞ն հաճախ է պատահել, որ որոշակի քաղաքական ծրագրով ընտրված պաշտոնյաները պարզել են, որ բյուջեի վիճակը շատ ավելի ծանր է, քան իրենք կարծում էին, ինչը ստիպել է նրանց մի կողմ թողնել իրենց բոլոր պլանները եւ խորասուզվել բյուջեի հավասարակշռման գործընթացի մեջ, որի համար նրանք գուցե ոչ համեմատական առավելություն, ոչ էլ համբերություն ունեին:

Անբարենպաստ ազդեցությունները, սակայն, ավելի խորն են: Չնայած գաղտնիության պահպանումը կարող է բխել կառավարության ընդհանուր շահերից, սակայն այն չի չբխում որոշակի անհատների շահերից: Իրականում հենց այստեղ է առաջանում տեղեկատվության արտահոսքի խնդիրը: Ինչպես գաղտնի վարքագծի այլ տեսակներում, այստեղ էլ անհատները խուսանավելու դրդապատճառներ ունեն: Եթե գաղտնիքը կիսում են մի քանի անհատներ, ապա նրանցից յուրաքանչյուրը կարող է իր սեփական շահը հետապնդելով այդ տեղեկատվությունը տրամադրել մանուլին: Եթե որոշումների կայացման գործընթացը փակ է, եւ հատկապես, երբ այն իրականացվում է հատուկ շահերի կողմից, նրանք, ովքեր իսկապես համաձայն չեն ընդուն-

5 1700-ականների «Օտարների և սադրանքների մասին» օրենքին ընդդիմախոսելով՝ Ջեյմս Մեդիսոնը նշել է, թե ինչպես պաշտոնյաները «կարող են «սադրանքների մասին օրենքով» ծածկվել քննադատություններից, որոնք զցում են նրանց վարկանիշները», մինչդեռ թեկնածուները նման պաշտպանություն չեն ունենա: Այդպիսով նա հարցնում է. «Արդյո՞ք նրանք, ովքեր իշխանության ղեկի մոտ են, չեն չարաչափ իրենց հնարավորությունները պաշտոնավարումը շարունակելու համար, ինչը, ընտրության իրավունքը խախտելով, վտանգում է դրա վրա հիմնված իշխանության բարերարությունը» (տես՝ Մեդիսոն, 1799թ., 966թ., էջ 225):

ված որոշման հետ, կարող են հանգել այն եզրակացությանը, որ «ավելի լավ» որոշում կայացնելու միակ ճանապարհը դրա վերաբերյալ հրապարակային գործընթաց սկսելն է: Հաճախ գաղտնիությունն պահպանելու նպատակով որոշումներ կայացնելու գործընթացում ընդգրկվածների շրջանակը բավականին սահմանափակ է լինում, եւ այն մարդկանց մի մասը, ովքեր կարող էին արժեքավոր կարծիքներ հայտնել, չեն մասնակցում քննարկումներին: Այսպիսով տուժում է կայացվող որոշումներ որակը: Եվ կրկին կախարդական շրջան է ստացվում: Ավելի շատ սխալներ գործելով՝ պետական պաշտոնյաներն ավելի պաշտպանողական դիրք են ընդունում, եւ իրենց պաշտպանելու նպատակով նրանք ավելի գաղտնապահ են դառնում՝ ավելի նեղացնելով շրջանակը եւ ավելի նվազեցնելով կայացված որոշումների որակը:

Քանի որ սահմանափակվում է կարելուր խնդիրների վերաբերյալ տեղեկացված կարծիքների քանակը, ապա ուշադրությունն ավելի ու ավելի շատ կենտրոնացվում է արժեքների վերաբերյալ հարցերի վրա: Բարդ տնտեսական խնդիրների վերաբերյալ եզրակացություններ անելու համար հսկայական ծավալի տեղեկատվություն է անհրաժեշտ, մինչդեռ արբորտների կամ ընտնեկան արժեքների վերաբերյալ որեւէ կարծիքի հանգելու համար շատ ավելի քիչ կամ բավականին այլ տեսակի տեղեկատվություն է պահանջվում: Այսպիսով, գաղտնիությունը աղավաղում է քաղաքական դաշտը: Այսպիսով գաղտնիության անբարենպաստ ազդեցությունները բավականին շատ են. ոչ միայն պետական քաղաքականության կարելուրագույն ոլորտներում արդյունավետ որոշումներ չեն կայացվում, այլ նաեւ քննարկումներն անհամաչափորեն կենտրոնացվում են այնպիսի խնդիրների շուրջ, որոնք հաճախ շատ ավելի մեծ տարածայնությունների առիթ են տալիս:

Գաղտնիության դրդապատճառները

Գաղտնիությունը 20-րդ դարի ընդհանուր պատկերը փչացնող տոտալիտար պետությունների հատկանիշն էր, քանի որ թեւեւ հասարակությունը շահագրգռված է բաց լինելու մեջ, սակայն նույնիսկ ժողովրդավարական հասարակություններում պետական պաշտոնյաները գաղտնիության համար դրդապատճառներ ունեն: Ինչպես նշվել է, գաղտնիությունը քայքայիչ է՝ այն հակաբարոյական է ժողովրդավարական արժեքների համար եւ խափանում է ժողովրդավարական գործընթացները, այն ծառայում է պաշտոնավարողների դիրքերն ամրապնդելուն եւ ժողովրդավարական գործընթացներին հասարակական մասնակցությանը խոչընդոտելուն, այն հիմնված է իշխողների եւ իշխվողների միջեւ անվստահության վրա եւ միաժամանակ խորացնում է այդ անվստահությունը: Գաղտնիությունը հատուկ շահերի համար հիանալի հնարավորություններ է ստեղծում եւ խոչընդոտում է իշխանությունների չարաշահումների նկատմամբ արդյունավետ վերահսկողությունն իրականացնելու մամուլի ունակությամբ: Միաժամանակ, խախտելով այն կարծիքը, որ ժողովրդավարական գործընթացները պետք է աշխատեն ի նպաստ ընդհանուր շահերի, այն սատարում է նրանց, ավքեր հանդես են գալիս ընդդեմ ժողովրդավարական գործընթացների⁶:

Ինչքան էլ բաց լինելու վերաբերյալ հասարակական շահերի փաստարկները անվիճելի լինեն, դրանք բախվում են իշխանության ղեկի մոտ գտնվող բյուրոկրատների, ընտրված պաշտոնյաների եւ հատուկ շահերի խմբերի հզոր մասնավոր շարժառիթներ:

6 Ժողովրդավարության նշանակության վերաբերյալ բավականաչափ շատ գրականություն գոյություն ունի, որին եւս չէի ցանկանա անդրադառնալ այս գլխում: Բնականաբար, այն, ինչ մենք հասկանում ենք ժողովրդավարական գործընթաց ասելով, տարածվում է ավելի հեռուն, քան ընտրական ժողովրդավարությունը: Այն ընտրական ժողովրդավարություններում, որտեղ հատուկ շահերը քվեներ են գնում, պակասում է ժողովրդավարական լեգիտիմությունը: Առկա խնդիրների առումով, ցանկացած երկինմաստություն, որ կարող է ծագել հստակ սահմանման բացակայության պատճառով, չպետք է խոչընդոտի այս գլխում կատարված վերլուծություններին:

րին, որոնք փորձում են ազդել այդ փաստարկների վրա: Հասարակական ընտրության տեսությունը ընդգծել է այս շարժառիթների կարելությունը (Մյուլլեր, 1997թ.):

Գաղտնիության շարժառիթների մի մասը կարելի է հեշտորեն հասկանալ. գաղտնի որոշումներ կայացնելը, առանց հազարավոր ուժերի ազդեցությանը ենթարկվելու, շատ ավելի հեշտ է, քան այդ որոշումները հասարակության աչքի առջև բաց կերպով կայացնելը: Ժողովրդավարական գործընթացները կառավարելը հեշտ չէ, եւ գաղտնիությունը, զոնե ժամանակավորապես, մեկուսացման հնարավորություն է տալիս:

Այնինչ գաղտնիության շարժառիթների մեծ մասն ավելի անարդար է: Գաղտնիությունը սխալ գործելու մեջ մեղադրվելուց որոշակի պաշտպանություն է ենթադրում: Եթե քաղաքականությունը ցանկալի արդյունքների չի հասցնում, ապա կառավարական պաշտոնյաները միշտ էլ կարող են ասել, որ վիճակն ավելի վատթար կլիներ, եթե չլիներ կառավարության քաղաքականությունը: Մինչդեռ հասարակությունը սխալները բավականին կտրուկ է գնահատում: Արդյունքում կախարդական շրջան է ստացվում՝ շատ քիչ տեղեկատվություն ստանալով, հասարակությունը ստիպված է կառավարական պաշտոնյաների գործունեությունը գնահատել նրանց աշխատանքի արդյունքների վրա հիմնվելով: Պաշտոնյաները դրվատանքի են արժանանում լավ արդյունքների համար, անկախ այն բանից, արժանի՞ են դրան, թե՞ ոչ, եւ նրանք մեղադրվում են վատ արդյունքների համար, անկախ այն բանից, թե դրանք արդյունքն են կառավարության գործունեության կամ անգործության, թե՞ ոչ: Ավելի շատ տեղեկատվություն ստանալով՝ հասարակությունը կկարողանա հասարակական գործունեության արժեքներն ավելի ճիշտ տարբերակել:

Պետական պաշտոնյաների համար գաղտնիություն պահպանելու մեկ այլ դրդապատճառն էլ այն է, որ գաղտնիությունը հատուկ շահերին հնարավորություն է տալիս ավելի մեծ իշխանություն ունենալ: Որոշ հասարակություններում սա ընդունում է կոռուպցիայի եւ կաշառակերության բաց ձևեր, սակայն նույնիսկ այն հասարակություններում, որտեղ կաշառակերությունն ընդունելի չէ, քաղաքական գործիչներին ընտրվելու եւ վերընտրվելու ընտրարշավների համար գումարներ են անհրաժեշտ: Այդ գումարները տրամադրող հատուկ շահերի խմբերն այդպես են անում ոչ թե հասարակության բարեկեցությունն ավելացնելու նպատակով, այլ որովհետեւ նրանք հավատացած են, թե այդպես անելով իրենք կարող են ազդել քաղաքականության վրա, որպեսզի այն ավելացնի իրենց շահույթներն ու շահութաբերությունը: Եթե ի նպաստ հատուկ շահերի խմբերի կատարվող այս քայլերը հասարակական քննարկման առարկա դառնան, ապա ֆավորիտիզմի չափերը բավականին կսահմանափակվեն: Գաղտնիությունը կոռուպցիայի հիմքն է, որն աշխարհի մեծ մասում խարխուլ է ժողովրդավարական իշխանությունների նկատմամբ վստահությունը: Ինչպես ասվում է ասացվածքում՝ արելի լույսն անենաուժեղ հակառակիչ միջոցն է:

Վերջապես, տեղեկատվության պակասը, ինչպես արհեստականորեն ստեղծված ցանկացած այլ դեֆիցիտ, ոմանց համար շահույթ ստանալու հնարավորություն է ստեղծում: Նման վարվելակերպի անբարենպաստ հետեւանքները վաղուց մտահոգության առարկա են դարձել: Այս դեպքում անառողջ գործընթաց է իրականացվում՝ պետական պաշտոնյաները շարժառիթներ ունեն գաղտնիքներ պահել, որը նրանց համար շահույթներ հայթայթելու աղբյուր է: Որոշ երկրներում պետական պաշտոնյաներն այդ օգուտը քաղում են բացահայտ կաշառակերության կամ թանկարժեք տեղեկատվության վաճառքի միջոցով, այլ երկրներում այս գործընթացն իրականացվում է մի փոքր ավելի հմտորեն՝ նախընտրական արշավներին օգնելու միջոցով, իսկ կան նաեւ երկրներ, որտեղ դա ծայրահեղ անբարենպաստ ազդեցություններ է ունենում մամուլի վրա:

Անբարենպաստ տնտեսական ազդեցություն

Այս գլխի մեծ մասը վերաբերում է գաղտնիության անբարենպաստ ազդեցությանը քաղաքական գործընթացների վրա, սակայն այն ունի նաև անբարենպաստ տնտեսական ազդեցություն: Ամենաակնհայտ մտահոգությունը քաղաքական որոշումների տնտեսական հետեւանքներն են: Քաղաքական ասպարեզում ընդունված որոշումներից շատերը տնտեսական հետեւանքներ են ունենում՝ ոչ միայն ընդհանուր արդյունքի, այլ նաև դրա բաշխման առումով:

Ներկայումս ընդհանուր ճանաչում է գտել այն փաստը, որ ավելի ճշգրիտ եւ ժամանակին տրամադրված տեղեկատվությամբ տեղի է ունենում միջոցների առավել արդյունավետ բաշխում: Տեղեկատվության հավաքագրման, մշակման եւ տարածման գործընթացներում ընդգրկված աշխատուժի աճող հարաբերակցությունը վկայում է դրա կարելություն մասին: Ծակատագրի հեզմանքով, այս մարդկանցից շատերը զբաղվում են պետական ոլորտում այս տեղեկատվության փնտրմամբ, այն տեղեկատվության, որն ըստ շատերի կարծիքի պետք է հրապարակայնորեն հասանելի լինի: Եթե ավելի շատ տեղեկացվածությունը հանգեցնում է միջոցների առավել արդյունավետ բաշխմանը, ապա արդյո՞ք իշխանությունների համար իմաստ ունի մտածված կերպով այն գաղտնի պահել, փոխանակ շուկային հնարավորություն տալու որոշել, թե ինչն է կարելու եւ ինչը՝ ոչ:

Տեղեկատվության բացահայտման բացառությունները

Տեղեկատվության բացահայտման մի քանի բացառություններ գոյություն ունեն (մանրամասների համար տես՝ Ստիգլից, 1999թ.): Առաջին՝ ամենակարելու եւ ամենահանդուժիչ բացառությունը վերաբերում է անհատների մասնավոր կյանքի եւ կազմակերպությունների ներքին խնդիրներին: Իրականացնելով իր պարտականությունները՝ կառավարությունը հսկայածավալ տեղեկատվություն է հավաքում մասնավոր անձանց վերաբերյալ, ինչպիսին են օրինակ եկամուտները եւ առողջապահական վիճակագրությունը, սակայն այս հարցերից շատ քչերը կան ընդհանրապես ոչ մեկը չի ներառվում մասնավոր կյանքի բացառության մեջ:

Երկրորդ՝ շատ մոտ կանգնած մյուս բացառությունը վերաբերում է որոշակի տեղեկատվության, որին տեղյակ անձինք այն երբեք չեն բացահայտի իշխանություններին, եթե նրանք գիտեն, որ դա հետագայում հրապարակայնացվելու է: Բժիշկ-հիվանդ եւ փաստաբան-հաճախորդ հարաբերությունների գաղտնիության կարելությունը վաղուց է ճանաչում գտել, սակայն պետական ոլորտում փոխհարաբերությունների շատ սահմանափակ մի հատված կարող է ներառվել բացահայտման բացառության մեջ:

Երրորդ՝ պատերազմի ժամանակ գաղտնիության կարելությունն անվիճելի է: Երբ խնդիրը վերաբերում է ազգային անվտանգությանը, ապա պետությունը պետք է կիրառի իր ձեռքի տակ եղած բոլոր միջոցները՝ հաղթանակի հնարավորությունը մեծացնելու նպատակով: Ռազմական հարձակման հաջողությունը կարող է մեծապես կախված լինել հանկարծակիությունից: Այս դեպքում խնդրահարույց է այն, որ ազգային անվտանգությամբ պայմանավորված բացառությունները երբեմն տարածվում են այնպիսի հարցերի վրա, որոնցում բացահայտորեն ազգային անվտանգության խնդիրներ չկան:

Լեփ-լեցուն դահլիճում «Յրդեհ» գոռալը

Տեղեկատվության բացահայտումը կարող է պատահականորեն կյանքի սպառնալիք ստեղծել: Իրականում խնդիրը ոչ թե տեղեկատվությունը բացահայտելը կամ չբացահայտելն է, այլ բացահայտման ձեռը: Ազատ խոսքի վերաբերյալ դատավոր Յոլմսի հայտնի բացառությունը հիմնված էր Լեփ-լեցուն դահլիճում «Յրդեհ» գոռալով խուճապ ստեղծելուն:

Տնտեսության մեջ ստեղծվում են իրավիճակներ, երբ նման մտահոգություններն իրական են: Օրինակ՝ այն տեղեկատվության բացահայտումը, թե որտեղ բանկ հնարավոր է փակվի, կարող է հանգեցնել (եւ ավանդների ապահովագրության բացակայության դեպքում հավանաբար կհանգեցնի) ավանդատուների կողմից ավանդների վերադարձի պահանջի: Երբ Արժույթի միջազգային հիմնադրամը (ԱՄՀ) բացահայտեց այն տեղեկատվությունը, որ Ինդոնեզիայում արդեն փակված բանկերի թվին հնարավոր է ավելանան եւս 16-ը, սակայն դեռեւս չի ճշտվել, թե որ բանկերն են փակվելու, եւ որ ավանդատուները կարող են ունենալ միայն սահմանափակ ապահովագրություն, ապա դա հսկայական վնասի հանգեցրեց, քանի որ ավանդատուները բոլոր մասնավոր բանկերից հետ վերցրեցին իրենց ավանդները:

Մինչդեռ հաճախ այս փաստարկը կիրառվում է պաշտպանելու համար գաղտնիությունն այն դեպքերում, երբ դրա կարիքը չկա: Քլինթոնի պաշտոնավարման ժամանակ գլխավոր գանձապետը պնդում էր, թե դրամային քաղաքականության խնդիրների բաց քննարկումները կարող են խառնաշփոթ ստեղծել շուկայում՝ հանգեցնելով անկայունության: Սա գավեշտական է, քանի որ նրանք, ովքեր զբաղեցնում են այդ պաշտոնը, պետք է շուկայավարման բացահայտ կողմնակիցներ լինեն: Չնայած նրանք վստահ են շուկայի ինքնակարգավորման ունակություններին, բացահայտորեն կարծում են, որ անկարելի է «աղմուկը» կարող է ազդել շուկայում իրավիճակի վրա: Արդյո՞ք մենք չպետք է բավականաչափ վստահություն տածենք ժողովրդավարական եւ շուկայական գործընթացներին, հավատալու համար, որ շուկան կարող է ճիշտ կողմնորոշվել ձայների խառնաղմուկի մեջ, գնահատել հիմնական փաստարկները եւ տվյալները:

Իհարկե, եթե քննարկվող կամ բացահայտվող տեղեկատվությունը կարելի է, այսինքն այն ազդում է տնտեսության հիմքերի վրա, ապա տեղեկատվության հնարավորինս արագ բացահայտումը թույլ կտա ամենաարդյունավետ կերպով բաշխել միջոցները: Եթե որոշ քաղաքական որոշումներ կարող են տնտեսական հետեւանքներ ունենալ, ապա բնական է, որ շուկայի մասնակիցների համար կարելի է կլինի գործողությունների հնարավոր տարբերակների գնահատում իրականացնել: Գաղտնիությունը նրանց զրկում է այն տեղեկատվությունից, որը նրանց անհրաժեշտ է այդ գնահատումներն անելու համար:

Այս վերլուծությունների մի որոշակի տեսակը կենտրոնանում է դրամային քաղաքականության վրա: Կենտրոնական բանկերի գաղտնիության սահմանները բավականին լուրջ քննարկումների առիթ են դարձել: Արդյո՞ք նրանք պետք է բացահայտեն իրենց գործունեության կարգը, եւ եթե այո, ապա ի՞նչ պարբերականությամբ եւ ինչպիսի՞ մանրամասներով: Եվ կրկին, այս քննարկումներն ուղեկցվում են որոշակի հեգնանքով: Չնայած շուկայական հարաբերությունների կողմնակիցները գովաբանում են շուկաների գների «բացահայտման» գործառույթը, սակայն արժեթղթերի շուկայի գների բացահայտման գործառույթն ուղղված է կենտրոնական բանկերի քաղաքականության բացահայտմանը: Այս անուղղակի քայլերի փոխարեն արդյո՞ք ավելի խելամիտ չէր լինի, եթե կենտրոնական բանկերն իրենք տրամադրեին այդ տեղեկատվությունը: Եթե շուկաները կարծում են, որ այն արժեքավոր է (ինչպես վկայում են ան-

բողջ աշխարհի կենտրոնական բանկերի գործունեությանը հետեւող բազմաթիվ անհատներ), ապա արդյո՞ք կառավարությունը չպետք է այդ տեղեկատվությունը պարբերական կերպով հասանելի դարձնի:

Ոչ տեսությունը, ոչ էլ փորձը չեն հաստատում այն վարկածը, որ ավելի ամբողջական եւ պարբերական բացահայտումը եւ քննարկումները անբարենպաստ ազդեցություն կունենան: Իսկապես, ինչպես փորձն է ցույց տալիս, տեղեկատվության տրամադրումը կասեցնելու հետեւանքով պարբերաբար տեղի է ունենում մեծ ծավալի տեղեկատվության բացահայտում: Ինչպես փոխարժեքների հաճախակի եւ աննշան փոփոխությունների շնորհիվ տնտեսությունը հավանաբար ավելի կայուն կարող է լինել, քան հազվադեպ եւ խոշոր փոփոխությունների դեպքում, այնպես էլ տնտեսությունը հավանաբար ավելի կայուն կարող է լինել տեղեկատվության պարբերական հոսքի դեպքում: Տեղեկատվության պարբերական հոսքի դեպքում մի որեւէ առանձին փաստին ավելի քիչ ուշադրություն կդարձվի, եւ հետագա բաշխումների ուղղումներն ավելի աննշան կլինեն: Այսինքն, այն փաստարկը, որ ավելի ամբողջական բացահայտումը եւ քննարկումները կարող են խոռովել շուկայի հանգստությունը, լավագույն դեպքում փաստարկ է բացահայտման պարբերականության եւ ձեւի, այլ ոչ թե հասարակական քննարկումներն անորոշ ժամանակով հետաձգելու վերաբերյալ:

Կենտրոնական բանկերն արտահայտում են այն խնդիրների լայն շրջանակը, որոնց առջեւ կանգնած են ներկայիս ժողովրդավարական հասարակությունները: Ժողովրդավարական հասարակությունները պետք է ուղիներ գտնեն (եւ արդեն գտել են) բարդ եւ տեխնիկական որոշումներ ընդունելու գործընթացում իրենց փորձն այնպիսի ձեւով կիրառելու համար, որ այն արտացոլի ընդհանուր արժեքները եւ փորձը: Ներառված տեխնիկական խնդիրների բարդության պատճառով շատ երկրներ հրաժարվում են կրիտիկական որոշումների ընդունման պատասխանատվությունից, օրինակ՝ մասնագիտացված գործակալություններին կարգավորելու հնարավորություններ տրամադրելով: Սակայն որոշումները չեն կարող արտահայտել միայն այն արդյունաբերական խմբերի շահերը, որոնց դրանք վերաբերվում են, քանի որ այդ խմբերը կարող են յուրացնել փորձի անհամապատասխան ավելի մեծ մասը: Այդ որոշումները պետք է այնպես մշակվեն, որ եւ իրենք որոշումները, եւ այն կառույցները, որտեղ դրանք մշակվել են, բաց լինեն ժողովրդավարական գործընթացների համար: Շատ ոլորտներում կարգավորող գործընթացներն արտահայտում են այս մտահոգությունները, օրինակ՝ հրապարակելով առաջարկվող կարգավորումների տեսակները եւ մեկնաբանությունների համար ժամանակ տրամադրելով:

Պարտականություններն ավելի լայն շրջանակների միջեւ բաշխելու համար (օրինակ՝ որպեսզի անկախ մարմինները փորձի ավելի լայն շրջանակ ներառեն եւ որոշումների կայացման գործընթացը մեկուսացնեն քաղաքական գործընթացի փոփոխականությունից) բաց լինելու եւ թափանցիկության նույնիսկ ավելի մեծ կարիք կա:

Վարկանիշը զցելը կամ ձեր կեղտոտ սպիտակեղենը հասարակությանն ի ցույց մի՛ դրեք

Այն փաստարկը, որ հասարակական քննարկումները, ներառյալ անվստահությունների եւ սխալների քննարկումները, կարող են զցել պետական կառույցների վարկանիշը, ամենաքայքայիչն են ժողովրդավարական գործընթացի համար: Դա նման է ավտորիտար համակարգերի կողմից պայմանականորեն կիրառվող փաստարկներին: Հակառակ դրան, ես պնդում եմ, որ եթե կառավարություններն իրենց երկրի քաղաքացիների հետ ազնվորեն վարվեն, ապա պետական կառույցների նկատմամբ վստահությունը ոչ թե կնվազի, այլ կավելանա: Մարդու սխալականությունը մեր քաղաքական

կառույցների անկյունաքարն է, եւ հենց այդ պատճառով էլ ստեղծվել է ստուգման համակարգը: Մենք բոլորս գիտենք, որ տեղեկատվությունը կատարյալ չէ, եւ որ տեղեկատվության այդ անկատարություններն արտահայտվում են մեր կայացրած ամենակարեւոր որոշումների մի մասում:

Այսպիսով, մտածելը, թե որեւէ կառույց սխալակա՞ն չէ կամ այն բացարձակապես վստահ է իր քայլերի ճշգրտության մեջ, նշանակում է սավառնել ամպերում: Խաբել կարելի է միայն նրանց, ովքեր ցանկանում են խաբված լինել: Սխալակա՞նության ընդունումը եւ ցուցաբերելը, որ իրենք կարող են սովորել սեփական սխալների վրա, պետք է ավելացնեն հասարակության վստահությունը կառույցի վերաբերյալ, համեմայն դեպս՝ ցուցադրելով, որ տվյալ կառույցը բավականին վստահ է իր ունակությունների եւ ժողովրդավարական գործընթացի մեջ՝ բաց քննարկումներում ներգրավվելու համար:

ԱՄՅ-ը համարում է, որ եթե թույլատրվեն այլընտրանքային քաղաքականության բաց քննարկումները, ապա դա ի ցույց կդնի քաղաքական անհամաձայնությունները, այն քաղաքականության նկատմամբ անվստահությունը, որն ինքը դիտարկում է որպես վարկ տրամադրելու նախապայման, կնպաստի ընդդիմության շահերին: Այսուհանդերձ, նման դիրքորոշումը խախտում է ինչպես արդարության, այնպես էլ գիտության սկզբունքները: Գիտությունն ընդունում է, որ հնարավոր չէ ամբողջապես կանխատեսել այլընտրանքային գործողությունների հետեւանքները, եւ փորձում է չափել զանազան տեսակետների հետ կապված անվստահության մակարդակը: Տնտեսագիտությունն ընդունում է ընտրության, այլընտրանքների եւ ռիսկերի գոյությունը: Տարբեր քաղաքականությունները հասարակության ներսում տարբեր խմբերի վրա տարբեր ձեւով են ազդում եւ տարբեր խմբերին տարբեր ռիսկերի են ենթարկում: Գոյություն չունի միատեսակ գերակշռող Պարետոյի քաղաքականություն, այսինքն մի քաղաքականություն, որը բոլորի համար լավագույնն է, եւ ժողովրդավարական գործընթացները ճանաչում են, որ ժողովրդավարական երկրներում իրենք երկրները պետք է ընտրեն տարբերակներից որեւէ մեկը, եւ նման ընտրությունները չպետք է կատարվեն ներքին կամ արտաքին տեխնոկրատների կողմից:

Վերջնական արդյունքում, ԱՄՅ-ի կրկնվող ձախողումները (այն ծրագրերի եւ քաղաքականության, ինչպիսիք են խոշոր վարկերը եւ կապիտալի շուկայի ազատականացումը, որոնք ԱՄՅ-ը վաճառում էր այդպիսի վստահությամբ, վստահություն, որը փորձի երաշխավորված սահմաններից շատ ավելի հեռուն էր գնում) այդ կառույցի նկատմամբ վստահությունն այն աստիճանի խարխուլեցին, որ նույնիսկ Ուոլլ-Սթրիթում մարդիկ սկսեցին խոսել «մերկ արքայի» մասին (Սորոս, 2002թ.): Եթե ԱՄՅ-ն ավելի բաց լիներ (խոսքը ինչպես անվստահությունների, այնպես էլ ընտրության մասին է) այդ կառույցի նկատմամբ վստահությունն այսօր հավանաբար շատ ավելի մեծ կլիներ: Գաղտնիությունը նաեւ ստիպում է մտածել, թե դա ավելի շուտ մասնավոր, քան ընդհանուր շահերին ծառայող հատուկ նպատակ է հետապնդում, եւ հաճախ հենց այդպես էլ լինում է⁷:

Հասարակությանը կարելի է ավելի արդյունավետ կերպով վստահեցնել, որ քննարկումներում չեն գերակշռում մասնավոր շահերը, եթե իրականում հենց այդպես է, եթե նկատելի է իշխանության բաց լինելը ինչպես որոշումների կայացման գործընթացում, այնպես էլ տարածայնությունների բնույթի առումով: Գործընթացի բաց լինելը հասարակությանը վստահեցնում է, որ որոշումը չի արտահայտում հատուկ շահերի

7 Օրինակ՝ լուրեր են պտտվում, որ ԱՄՅ-ի կոշտ քաղաքականությունը Արգենտինայի նկատմամբ, այդ երկրում վերջին դեֆոլտից հետո, ուղղված էր նաև մյուսներին դաս տալուն (լավ մտածիր, մինչև պարտքերը վճարելուց հրաժարվելը, նամանավանդ՝ օտարերկրյա պարտատերերին), ինչպես այն նպատակ ուներ «օգնել» Արգենտինային: Արգենտինացիները կատակում էին, որ ԱՄՅ-ը «այո»-ն որպես պատասխան չի ընդունում:

նպատակները⁸, իսկ քննարկումների ամփոփումը վստահեցնում է հասարակությանը, որ բոլոր կարելի փաստարկները հաշվի են առնվել, բոլոր կողմերը դիտարկվել են, եւ եզրահանգում է արվել, որ փաստարկների գերակշիռ մասը խոսում է ի նպաստ ընտրված ուղղության: Վերջիվերջո, իշխանություններն ընտրվում են մասամբ նաեւ այս դժվարին եզրահանգումներն անելու համար: Հասարակությունն ուզում է վստահ լինել, որ որոշումներ ընդունելիս լուրջ քննարկումներ են տեղի ունենում:

Լրատվամիջոցների դերը թափանցիկությունն ապահովելու խնդրում

Այս գլխում մինչ այժմ ես պնդել եմ, որ չնայած հասարակությունը հսկայական օգուտներ է քաղում ավելի մեծ թափանցիկությունից եւ բաց լինելուց, եւ որ գաղտնիությունը մեծ վնաս է հասցնում ժողովրդավարական գործընթացներին, այսուհանդերձ պետական պաշտոնյաները գաղտնիության համար լուրջ դրդապատճառներ ունեն: Սա հասկանալով՝ որոշ հասարակություններ փորձել են սահմանափակել իշխանությունների վարքագիծը՝ սահմանափակելով գաղտնիության չափերը եւ իշխանությունների հնարավորությունները ճնշելու նրանց, ովքեր կարող են պարտադրել առավել բացություն: Ահա թե ինչու են կարելի ազատ խոսքը եւ ազատ մամուլը պաշտպանող օրենքները: Այս գլուխը ցույց է տալիս ինչպես լրատվամիջոցների դերը թափանցիկության եւ բաց լինելն ապահովելու խնդրում, այնպես էլ այն, թե ինչպես թափանցիկությունը եւ բաց լինելն ապահովելու համար անհրաժեշտ ինստիտուցիոնալ կառույցները պետք է անեն շատ ավելին, քան պարզապես մամուլի ազատություն ապահովումն է:

Առավել թափանցիկ եւ բաց ժողովրդավարության ստեղծման հիմքն այնպիսի նոր մտածելակերպի ստեղծումն է, որն իշխանություններին կդիտարկի որպես քաղաքացիների ներկայացուցիչ, որոնց համար նա աշխատում է: Եթե հաշվի առնենք, որ հասարակությունն է վճարում իշխանությունների կողմից տեղեկատվության հավաքագրման համար, ապա այդ տեղեկատվության սեփականատերը հասարակությունն է: Դա ոչ թե կառավարական պաշտոնյաների մասնավոր սեփականությունն է, այլ պատկանում է ամբողջ հասարակությանը: Այսպիսով, այն տեղեկատվությունը, որ պետական պաշտոնյաները հավաքագրում են հասարակության հաշվին, պատկանում է հասարակությանը, այնպես, ինչպես կառավարության կողմից օգտագործվող աբոռները, շենքերը եւ այլ ակտիվները նույնպես պատկանում են հասարակությանը: Մենք մոտեցանք մտավոր սեփականության կարելիությունը նշելուն: Այն տեղեկատվությունը, որ պետական պաշտոնյաները հավաքագրում են եւ մշակում, մտավոր սեփականություն է, այնպես, ինչպես պատենտավորված նորարարությունը: Այդ մտավոր սեփականությունը մասնավոր նպատակներով օգտագործելը նույնքան լուրջ իրավախախտում է հասարակության նկատմամբ, ինչքան մասնավոր նպատակներով պետական ունեցվածքի ցանկացած այլ յուրացում: Բնականաբար, որոշ պայմաններում այդ տեղեկատվության ամբողջական բացահայտումը նպատակահարմար չէ, խոսքը վերաբերում է քիչ առաջ նշված բաց լինելու կանխավարկածի բացառություններին:

⁸ Վերջերս ԱՄՆ-ում էներգետիկայի հատուկ հանձնաժողովի վերաբերյալ վիճաբանությունների ժամանակ հասարակությունը ցանկանում էր իմանալ, թե ովքեր են այն մարդիկ, որ մշակել էին հանձնարարականները, այսինքն, թե ինչ շահեր են նրանք ներկայացնում: Հատուկ հանձնաժողովի անդամների անունները գաղտնի պահելու Բուշի վարչակազմի նպատակամղվածությունը ուժեղացնում էր այդ անհանգստությունները: Երբ վերջապես այդ ցանկը հրապարակվեց, մարդկանց անհանգստություններն արդարացվեցին՝ հատուկ հանձնաժողովը կազմված էր էներգետիկայի ասպարեզում զգալի շահեր հետապնդող խոշոր ընկերությունների ներկայացուցիչներից:

Միացյալ Նահանգներում այն կանխավարկածի հիմքը կազմող իրավական կառուցվածքը, որի համաձայն հասարակությունն իրավունք ունի տեղեկացված լինել, ամրագրված է 1966թ.-ին Կոնգրեսի կողմից ընդունված Տեղեկատվության ազատության ակտով: Սկզբունքորեն, այս օրենքը յուրաքանչյուր քաղաքացու հնարավորություն է ընձեռում մուտք ունենալ դեպի հասարակական ոլորտում առկա ցանկացած տեղեկատվության, բացառությամբ մասնավոր կյանքին վերաբերվող որոշ հարցերի, սակայն նման օրենսդրությունը միայն մասնակի հաջողությունների կարող է հասնել առանց բաց լինելուն իրական նվիրվածության: Կառավարական պաշտոնյաները կարող են հետևողականորեն զգուշություն պահպանել, երբ որեւէ բան են գրում կամ գաղտնի պահում, քանի որ նրանք չեն ցանկանում կարելու տեղեկատվությունը բացահայտել լայն հասարակությանը: Չնայած օրենքն ինքնին բավական չէ, սակայն դա կարելու քայլ է ճիշտ ուղղությամբ, եւ որոշ զարգացող երկրներում կարծես միայն այնպիսի օրենքի ընդունումը, որը մուտքի հնարավորություն է ստեղծում այնտեղ, որտեղ մինչ այդ մուտքն արգելված էր, ստիպում է մարդկանց տեղեկատվություն պահանջել:

Իրավական կառուցվածքը թափանցիկ եւ բաց ժողովրդավարության համար անհրաժեշտ ենթակառուցվածքի մի մասն է: Այդպիսին են նաեւ մի շարք հասարակական տեղեկատվական կառույցները, որոնք ստեղծված են հասարակության շահի համար տեղեկատվություն փնտրելու եւ գտնելու համար, ներառյալ՝ ազատ եւ, եթե անհրաժեշտ է, մրցակցող մամուլը (որպես հակակշիռ մրցակցությունից դուրս գտնվող մամուլի), լեզվաբան ընդդիմությունը եւ բազմազան հասարակական շահերի կազմակերպությունները, որոնց նպատակը հատուկ շահերի խմբերի քողարկված գործունեության բացահայտման, ինչպես նաեւ այն բանի երաշխավորումն է, որ վիճաբանության բոլոր կողմերի կարծիքները հաշվի առնվեն: Անկասկած, նման կառույցները արդյունավետ գործելու համար պետք է մուտք ունենան դեպի տեղեկատվությունը:

Մամուլն այս տեղեկատվական կառույցներից ամենակարեւորների շարքում է գտնվում: Ինչպես ցանկացած այլ կառույց, մամուլը գործ է ունենում շարժառիթների հետ, որոնք ոչ բոլորն են միտված նպաստելու տեղեկատվության ընդհանուր որակի բարձրացմանը եւ որոշումների կայացման թափանցիկությանը: Եթե նույնիսկ մենք հեշտորեն չենք կարող լուծել այս սահմանափակումների հետ կապված խնդիրները, ապա գոնե պետք է տեղյակ լինենք վտանգների մասին: Օրինակ՝ վաղուց հայտնի է, որ գաղտնիքների գոյությունը նաստում է այդ գաղտնիքների բացահայտմանը միտված մամուլի բարգավաճմանը: Ինչեւէ, քիչ առաջ ես բացատրել եմ, թե ինչպես է գաղտնիությունը նպաստում տեղեկատվության արհեստական պակասությանը, եւ թե ինչպես է նման արհեստական դեֆիցիտը նպաստում պաշտոնյաների շահույթի աճին:

Պետական պաշտոնյաների կողմից շահույթ ստանալու ձեւերից մեկը գաղտնիքները մամուլի այն ներկայացուցիչներին բացահայտելն է, որոնք իրենց լավ են վերաբերվում: Արդյունքում, ոչ միայն հասարակությունը զրկվում է ժամանակին տեղեկատվություն ստանալու հնարավորությունից, այլ նաեւ կառավարական պաշտոնյաներն օգտագործում են տեղեկատվության նկատմամբ իրենց վերահսկողությունն այն իրենց շահերին համապատասխան աղավաղելու նպատակով, աղավաղում, որն անցնում է չափից ավելի գովաբանվող պաշտոնյաների դերի եւ խորաթափանցորեն չափազանցվող մանրամասների ուռճացման սահմանը: Մամուլի եւ պաշտոնյաների միջեւ այս սիմբիոզ փոխհարաբերությունը երկուսի հանդեպ էլ խախտում է վստահությունը եւ միջամտում է իր կարելուրագույն գործառույթներն իրականացնելու ազատ մամուլի ունակությանը: Արդյո՞ք լրագրողները կարող են արդյունավետ քննադատներ լինել, եթե քննադատող հողվածի հրապարակմանը նրանց համար տեղեկատվության մատչելիության սահմանափակում է հետեւում: Որոշ կառավարական մարմիններ հենց այդպես են վարվում մամուլի հետ: Օրինակ՝ ԱՄՆ առաջատար թերթերից մեկի մի լրագրողի շարունակաբար առաջին էջի վրա տեղ էր տրամադրվում մի կա-

ռավարական հաստատության վերաբերյալ իր նյութերի համար, սակայն հանկարծ նրան հանձնարարվեց լուսաբանել Դետրոյտում մեքենաշինության արդյունաբերության խնդիրները: Նա ակնհայտորեն կորցրել էր տեղեկատվության աղբյուրը՝ քննադատական հոդվածից հետո, իսկ առանց դրա նա պարզապես չէր կարող նյութեր ձեռք բերել: Մյուս լրագրողները նույնպես ընկալեցին այս դասը:

Մամուլի եւ թափանցիկության միջեւ բարդ փոխհարաբերությունները բացահայտվում են արտահոսքերի միջոցով, որոնք սկսել են կարելու դեր խաղալ տեղեկատվության տարածման գործընթացում: Մամուլը պետք է վստահելի լինի այն առումով, որ այն չի բացահայտի իր տեղեկատվության աղբյուրը: Եթե լրագրողները բացահայտեն իրենց աղբյուրները, ապա այդ աղբյուրները «կցամաքեն»: Իսկապես, եթե արտահոսքի աղբյուրի վերաբերյալ տեղեկատվությունը հանրայնացվի, ապա կառավարության մյուս անդամները հավանաբար «պատժամիջոցներ» կկիրառեն այդ անհատի նկատմամբ՝ փակելով նրա մուտքը դեպի տեղեկատվությունը կամ նրան պարսավանքի ենթարկելով:

Երկկողմ հարաբերությունների բնույթն այնպիսին է, որ այն որոշ պետական պաշտոնյաների առավելություն է տրամադրում մյուսների նկատմամբ: Լրագրողների համար նպաստավոր է լավ հարաբերություններ զարգացնել այն անձի հետ, ով ավելի պարբերաբար եւ էքսկլյուզիվ է տեղեկատվություն տրամադրում (չափազանց շատ տեղեկատվության արտահոսքը նվազեցնում է այդ տեղեկատվության արժեքը), եւ ով, հավանական է, երկար ժամանակ կարող է աղբյուր լինել: Աղբյուրները, այսպիսով, դառնում են երկկողմանի սուր՝ դրանք կարելու միջոց են ստանալու այն տեղեկատվությունը, որն այլ դեպքում հասարակության համար գաղտնի կմնար, եւ, միաժամանակ, կառավարական պաշտոնյաների համար կարելու միջոց են լուսաբանումն այնպես ձեւավորելու, որ այն համապատասխանի իրենց սեփական շահերին եւ գործին: Աղբյուրները կարող են նպաստել տեղեկատվության ծավալի մեծացմանը, սակայն նաեւ՝ ավելի աղավաղված տեղեկատվության տարածմանը:

Չարաշահումների նկատմամբ ամենակարելու վերահսկողությունը մրցակցող մամուլն է, որն արտահայտում է զանազան շահեր: Լրատվամիջոցների ներուժի կենտրոնացումն այսպիսով մտահոգության առարկա է ոչ միայն ստեղծվող շուկայական ուժի առումով, որը կարող է հանգեցնել զովազդման արժեքների բարձրացման: Միայն, ասենք, ֆինանսական շահերի հետ բացառապես կապված լրատվամիջոցները չեն կարող համապատասխան վերահսկողություն իրականացնել հատուկ շահերի կողմից չարաշահումների նկատմամբ: Ռեսուրսների անհավասարակշռությունը որոշ մրցակիցների ավելի վատ պայմանների մեջ կդնի՝ ինչպես տեղեկատվության հայթայթման, այնպես էլ դրա ճշգրտության ստուգման առումով:

Ընդունվող հակամարտությունների ժամանակ (ինչպիսին ասենք ահաբեկչության դեմ ԱՄՆ-ի պայքարն է) ինքնագրաքննության եւ ընթերցողների գրաքննության համակցությունը նույնպես կարող է սահմանափակել ժողովրդավարական թափանցիկությունն ու բաց լինելն ապահովելու՝ ազատ մամուլի ներուժը: Ընթերցողները կարող են կարծել, որ կառավարությանը քննադատելը հայրենասիրական չէ, եւ կարող են բոյկոտել քննադատող լրատվամիջոցին, չնայած լրատվամիջոցներն իրենք կարող են ինքնագրաքննության ենթարկվել՝ կամ վախսեմալով կորցնել իրենց սպառողական հիմքը, կամ էլ եթե իրենք կիսուն են այդ հայրենասիրության զգացումը: Ինտերնետը, որն արտասահմանից նորություններ ստանալու հեշտ միջոց է, երկար ժամանակահատվածում կարող է որոշակի վերահսկողություն ապահովել, չնայած հայրենասիրությունն ինքնին հանգեցնում է այս «օտարերկրյա» աղբյուրների արժեզրկմանը:

Այսպիսով, մամուլը կարելու դեր է խաղում բաց լինելու համար պայքարում, սակայն այն միաժամանակ «գաղտնիության կոնսպիրացիայի» հիմնական մասն է: Մա-

մուլը պետք է իրեն նվիրի բաց լինելուն ուղղված աշխատանքին: Սպասել, թե լրագրողները կբացահայտեն իրենց գաղտնի աղբյուրները կառավարությունում կամ էքսկլյուզիվ տեղեկատվական աղբյուրներ չեն փնտրի, իրատեսական չէ, սակայն լրագրության գործընթացի վերաբերյալ ավելի շատ տեղեկատվություն հրապարակելն անհրաժեշտ է այս անագնիվ համակարգի վտանգները, եթե ոչ հիմնական գործող անձանց, բացահայտելու համար:

Եզրափակիչ դիտողություններ

Ինչպես արդեն նշել են, առավել բաց լինելը կարող է արդարացված լինել՝ որպես նպատակին հասնելու միջոց, ինչպիսին է իշխանության չարաշահման հնարավորությունը նվազեցնելը: Առավել բաց լինելը լավ կառավարման կարելուագույն մասն է, սակայն ես վստահ եմ, որ առավել բաց լինելն ունի նաև կարելու արժեք: Քաղաքացիներն ունեն տեղեկացված լինելու հիմնարար իրավունք: Ես փորձել եմ այդ իրավունքն արտահայտել մի քանի տարբեր ձևերով՝ հասարակությունը վճարում է տեղեկատվության համար, կառավարական պաշտոնյաների կողմից այն տեղեկատվության մասնավոր օգտագործման նպատակով յուրացումը, որը նրանք կարող են ստանալ, նույնպիսի գողություն է, ինչպես այլ հասարակական սեփականություն գողանալը, բացառությամբ երեւի թե այն դեպքի, երբ այդ տեղեկատվությունն օգտագործվում է թերթերի կողմից արդյունավետ լուսաբանման ձևով ոչ դրամական շահույթ ստանալու համար: Թեպետ մենք բոլորս ընդունում ենք կոլեկտիվ գործողությունների անհրաժեշտությունը եւ այդ գործողությունների աղդեցությունները անհատների ազատության վրա, բայց մենք նաև իրավունք ունենք իմանալու, թե ինչպես է կիրառվում այն իշխանությունը, որից մենք հրաժարվում ենք հանուն նոր կառավարության: Ես կարծում եմ, որ սա հիմնական մասն է այն ենթադրյալ պայմանագրի, որ կնքվում է կառավարվողների եւ նրանց կողմից իրենց ժամանակավորապես կառավարելու համար ընտրվածների միջեւ:

Ինչքան կառավարական մարմինը քիչ է հաշվետու հասարակությանը, այնքան կարելու է, որ նրա գործունեությունը բաց եւ թափանցիկ լինի: Բացի այդ, ինչքան անկախ եւ քաղաքականապես պակաս ուղղակիորեն է հաշվետու կառավարական մարմինը, այնքան մեծ է բաց լինելու կանխավարկածը: Բաց լինելը հասարակական վստահության չարաշահման վերահսկողության ամենակարելու միջոցներից մեկն է: Չնայած նման բաց լինելը չի կարող երաշխավորել, որ միշտ ճիշտ որոշումներ կկայացվեն, սակայն դա մի նշանակալի քայլ կլինի դեպի ժողովրդավարական գործընթացների շարունակական զարգացումը եւ մարդկանց իսկապես հնարավորություն կընձեռի իմաստալի մասնակցություն ունենալ կոլեկտիվ գործողություններին վերաբերվող որոշումների ընդունմանը, որոնք նման նշանակալի ազդեցություն ունեն նրանց կյանքի եւ բարեկեցության վրա:

Նպատակն իսկապես թափանցիկ եւ բաց կառավարություն ստեղծելն է: Գաղտնիության դրդապատճառները բազմաթիվ են, ինչպես եւ բացահայտումը կարգավորելու ցանկությունից խուսափելու հնարավորությունները: Եթե պաշտոնական հանդիպումները պարտադիր կերպով բաց լինեն, ապա բոլոր որոշումները կարող են ընդունվել ոչ պաշտոնական հանդիպումների ժամանակ: Եթե գրավոր նյութերը պարտադիր կերպով ենթակա լինեն հրապարակման, ապա պաշտոնյաները շարժառիթներ կունենան անել այնպես, որ քիչ բան գրվի, եւ այն, ինչ գրվի, ենթակա լինի պետական արխիվներում պահվելու: Այս իրավական մոտեցումների սահմանափակումներն ընդունելով՝ շեշտը պետք է դրվի բաց հասարակություն ստեղծելու վրա, որտեղ գոյություն ունեն հասարակության տեղեկացվածության եւ բոլոր կոլեկտիվ որոշում-

ների ընդունմանը մասնակցության կանխավարկածները: Մենք պետք է ստեղծենք բաց մտածողություն, հավատ, որ պետական պաշտոնյաների հավաքած տեղեկատվությունը պատկանում է հասարակությանը, և որ այն մասնավոր նպատակներով օգտագործելը (նույնիսկ եթե դա արվում է միայն լրագրողի հետ փոխադարձ ծառայությունների մատուցման ձևով) հասարակական սեփականության գողություն է:

Բաց լինելուն և թափանցիկությանն ուղղված իրավական դաշտը (ներառյալ տեղեկացված լինելու իրավունքի վերաբերյալ օրենքները և բազմատեսակ ու մրցակցող լրատվամիջոցների գոյության ապահովումը) կարելու է, սակայն ոչ բավարար: Կարելու է նաև, որ տեղեկատվական կառույցները, մանավանդ ազատ, մրցունակ և քննադատաբար մոտեցող լրատվամիջոցները, նպատակ ունենան ապահովելու կառավարության բաց լինելն ու թափանցիկությունը, և նույնքան նպատակամղված լինեն բացահայտելու իրենց սեփական սահմանափակումները (սինթիտիկ փոխհարաբերությունները նրանց և կառավարության միջև, որն այդքան հաճախ հանգեցնում է նորությունների աղավաղված տրամադրմանը), ինչքան իշխանություններինը:

Գրականություն

Bentham, J. 1838-43. *The Works of Jeremy Bentham*, 11 vols. Published under the supervision of his executor, John Bowring. Edinburgh: W. Tait.

Bok, S. 1982. *Secrets*. New York: Pantheon.

Carpenter, T.G. 1995. *The Captive Press: Foreign Policy Crises and the First Amendment*. Washington, D.c.: Cato Institute.

Edlin, A., and J.E. Stiglitz. 1995. "Discouraging Rivals: Managerial Rent-Seeking and Economic Inefficiencies." *American Economic Review* 85(5): 1301-12. Also published in 1997 as Working Paper no. 4145, National Bureau of Economic Research, Cambridge, Massachusetts.

Emerson, T. 1967. *Toward a General Theory of the First Amendment*. New York: Vintage Books.

———. 1970. *The System of Freedom of Expression*. New York: Vintage Books.

Grossman, S. 1981. "The Informational Role of Warranties and Private Disclosure about Product Quality." *Journal of Law and Economics* 24(3): 461-84.

Halnvy, E. 1972. *The Growth of Philosophic Radicalism*. London: Faber.

Hirschman, A.O. 1970. *Exit, Voice, and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organizations, and States*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

Madison, James. 1799. "The Virginia Report of 1799-1800, Touching the Alien and Sedition Laws." Reprinted in L. Levy, ed., 1966. *Freedom of the Press from Zenger to Jefferson*. Indianapolis: Bobbs-Merrill.

Mill, J.S. 1859. On Liberty. Reprinted in M. Cohen, ed., 1961. *The Philosophy of John Stuart Mill*. New York: Modern Library.

———. 1861. *Considerations of Representative Government*. Reprinted in H. B. Acton, ed., 1972. *J.S. Mill: Utilitarianism, On Liberty and Considerations on Representative Government*. London: J.M. Dent.

Mueller, D., ed. 1997. *Perspectives on Public Choice: A Handbook*. Cambridge, U.K.: Cambridge University Press.

Padover, S., ed. 1953. *The Complete Madison*. New York: Harper.

Sen, A. 1980. "Famines." *World Development* 8(9): 613-21.

Shleifer, A., and R.W. Vishny. 1989. "Management Entrenchment: The Case of Manager-Specific Investments." *Journal of Financial Economics* 25(1): 123-39.

- Soros, G. 2002. *George Soros on Globalization*. Public affairs, LLC.
- Stiglitz, J.E. 1975a. "Incentives, Risk, and Information: Notes towards a Theory of Hierarchy." *Bell Journal of Economics* 6(2): 552-79.
- . 1975b. "Information and Economic Analysis." In M. Parkin and A.R. Nobay, eds., *Current Economic Problems*. Cambridge, U.K.: Cambridge University Press.
- . 1998. "The Private Uses of Public Interests: Incentives and Institutions." *Journal of Economic Perspectives* 12(2): 3-22.
- . 1999. "On Liberty, the Right to Know, and Public Discourse: The role of Transparency in Public Life." Paper presented as the 1999 Oxford Amnesty Lecture, Oxford, U.K.
- World Bank. 1998. *Pollution Prevention and Abatement Handbook*. Washington, D.C.

3

Ջանգվածային լրատվամիջոցները եւ քաղաքական հաշվետվությունը

Թիմոթի Բեսլի, Ռոբին Բուրջես եւ Անդրեա Պրատ

Այս գլուխն ուսումնասիրում է տեղեկատվություն պատրաստելու եւ տարածելու լրատվամիջոցների դրդապատճառները: Ջանգվածային լրատվամիջոցները կարող են կարեւորագույն դեր կատարել՝ քաղաքացիներին ընձեռելով պաշտոնյաների գործողությունները վերահսկելու եւ այդ տեղեկատվությունն ընտրական որոշումներ կայացնելու համար կիրառելու հնարավորություններ: Սա կարող է հանգեցնել այնպիսի իշխանության ստեղծման, որն ավելի հաշվետու կլինի իր քաղաքացիների առջեւ եւ ավելի արձագանքող նրանց կարիքներին: Չնայած այս առաջարկի զգայականությանը, քաղաքական տնտեսագիտության գրականության մեջ համեմատաբար քիչ աշխատանքներ են ուսումնասիրում լրատվամիջոցների դերը եւ նշանակությունն այս գործունեությունն իրականացնելու խնդրում: Այսուհանդերձ, ի հայտ է գալիս գրականություն, որն իր ուշադրությունը կենտրոնանցնում է քաղաքական գործընթացներում չորրորդ իշխանություն կոչվածի դերի վրա:

Այս գլուխը քննարկում է քաղաքական կազմակերպությունների խնդիրները՝ առավել ուշադրություն դարձնելով հեղինակների վերջին աշխատանքներին: Բեսլին եւ Բուրջեսը (2001թ., պատրաստվում է տպագրության) դիտարկել են լրատվամիջոցների ազդեցությունը Յնդկաստանում ցնցումների նկատմամբ արձագանքների վրա, իսկ Բեսլին եւ Պրատը (2001թ.) կենտրոնացել են համապետական նշանակություն ունեցող էմպիրիկ փաստերն օգտագործող վերահսկվող լրատվամիջոցների կողմից կիրառվող չափորոշիչների եւ դրանց հետեւանքների վրա: Այս աշխատությունների հիմքը կազմում է այն գաղափարը, որ քաղաքացիները իշխանությունների գործունեության վերաբերյալ ոչ կատարյալ տեղեկատվություն են ստանում, եւ որ այդպիսով զանգվածային լրատվամիջոցները կարող են նպաստել իշխանությունների գործունեությանը տեղեկանալու քաղաքացիների հնարավորությանը:

Կան շատ պատճառներ, որոնք բացատրում են, թե ինչու են իշխանություններն ավելի լավ տեղեկացված, քան ընտրողները, եւ այդպիսով գործում են արտոնյալ տեղեկատվության հիման վրա: Քաղաքական գործիչներն ավելի, քան իրենց ընտրողները, որովհետեւ հնարավորություն ունեն զանազան աղբյուրներից ավելի շատ քաղաքական խորհուրդներ եւ ծրագրեր ստանալ: Օրինակ՝ եթե ամբարտակ կամ կամուրջ է կառուցվում, ապա քաղաքացիները միայն լրատվամիջոցների աշխատանքի շնորհիվ կարող են համոզվել, որ իշխանությունները համապատասխան ուշադրություն են դարձրել կարեւոր արժեքներին եւ օգուտներին: Նմանապես, երբ բնական աղետներ են տեղի ունենում, ակտիվ զանգվածային լրատվամիջոցներն ավելացնում են քաղաքացիների հնարավորությունը՝ հետեւելու, թե ինչ են անում իրենց ներկայացուցիչները տուժածներին օգնելու համար: Սա հատկապես կարեւոր է ցածր եկամուտ ունե-

ցող երկրներում, որտեղ քաղաքացիները սոցիալական պաշտպանվածության առումով պետությունից բավականին մեծ կախում ունեն: Օրինակ՝ ենթադրենք, որ որեւէ երկրի մի շրջանում, որտեղ 50 գյուղ կա, ջրհեղեղի հետեւանքով միայն մեկ գյուղ է վնասվել: Առանց լրատվամիջոցների աշխատանքի կառավարության գործողություններին կարող են տեղյակ լինել միայն նրանք, ովքեր ուղղակիորեն տուժել են: Սակայն զանգվածային լրատվամիջոցները բոլոր 50 գյուղերի բնակիչներին հնարավորություն են ընձեռում տեսնել, թե արդյոք կառավարությունն արձագանքում է քաղաքացիների կարիքներին: Սա բարձրացնում է քաղաքական գործիչների արձագանքելու դրդապատճառները, քանի որ մյուս 49 գյուղերի բնակիչները կարող են այս տեղեկատվությունն օգտագործել ընտրության ժամանակ որոշում կայացնելիս:

Որպեսզի լրատվամիջոցի կողմից տրամադրվող տեղեկատվությունը լինի արժեքավոր, այն պետք է համապատասխան ընդհանուր արձագանք առաջացնի: Սա հնարավոր է նույնիսկ ավտոկրատ միջավայրում, սակայն, առավել հավանական է, որ դակատարվի ժողովրդավարական կառույցներ (օրինակ՝ ազատ ընտրություններ) ունեցող երկրում: Ժողովրդավարական երկրներում քաղաքացիները պահանջում են այնպիսի տեղեկատվություն, որը նրանք կարող են օգտագործել ընտրելու համար այն քաղաքական գործիչներին, ովքեր ծառայում են իրենց նպատակներին, եւ պատժելու նրանց, ովքեր դա չեն անում, այլապես պաշտոնական ժողովրդավարությունը դատարկ հնչյուն է:

Զնայած պետությունների մեծ մասն ունի տարբեր լրատվամիջոցներ, սակայն միայն դրանց գոյությունը չի երաշխավորում, որ լրատվամիջոցները կարող են պետության գործունեությունը քննադատաբար դիտարկող արդյունավետ միջոց լինել: Դա անելու համար լրատվամիջոցները պետք է նման գործունեության վերաբերյալ ստույգ տեղեկատվություն ունենան, որը նրանք ցանկանում են հրապարակել: Սա կախված է լրատվամիջոցների կարգավորման, վերահսկման կամ ճնշումների ենթարկվելու աստիճանից, իշխանությունների զանազան գործողությունների արդյունքներից՝ ոլորտ մուտք գործելու կարգավորումների եւ սեփականատիրության վրա ազդեցություն ունեցող քաղաքական որոշումներից մինչեւ բացահայտ կաշառքը կամ սպառնալիքները: Պաշտոնապես ժողովրդավարական համարվող շատ երկրներում սահմանափակվել է մամուլի ազատությունը: 151 երկրներից, որոնց վերաբերյալ առկա է «Freedom House» - ի մամուլի ազատության վերաբերյալ գնահատականը եւ որոնցում վերջին հինգ տարիների ընթացքում ընտրություններ են անցկացվել, 36-ը ստացել է մամուլի ազատության նվազագույն երկու գնահատականները (առավելագույն վեցի դեպքում), եւ միայն 59 երկիր է ստացել առավելագույն երկու գնահատականները: Այն «Ժողովրդավարությունները», որոնք մամուլի ազատության ցածր գնահատականներ ունեն, հիմնականում նաեւ ցածր եկամուտ ունեցող երկրներ են:

Այն, թե ինչպես է իշխանությունը վերաբերվում լրատվամիջոցների ոլորտին, ազդում է լրատվամիջոցների զարգացման եւ նրանց կողմից տրամադրվող նորությունների քանակի եւ որակի վրա: Առկա տվյալները ցույց են տալիս, որ աշխարհում գոյություն ունեն լրատվամիջոցների հասանելիության հսկայական տարբերություններ: Համաշխարհային բանկի տվյալները (1997թ.) ցույց են տալիս 1000 շնչին ընկնող օրաթերթերի շրջանառության տարբերությունները 0,008-ից (Սբ. Վինսենտում եւ Գրենադյան կղզիներում) մինչեւ 792 (Հոնգ-Կոնգ, Չինաստան): Նմանապես, խոշոր տարբերություններ գոյություն ունեն նաեւ հեռուստացույց ունեցողների առումով, որը, համաձայն նույն աղբյուրի, 1000 շնչի հաշվով տարբերվում է 0,1-ից Ռուանդայում մինչեւ 850-ը Միացյալ Նահանգներում: Ջարմանալի չէ, որ ամուր կապեր գոյություն ունեն լրատվամիջոցների եւ այլ ոլորտների զարգացման ցուցանիշների միջեւ, ինչպես, ասենք, մեկ շնչին ընկնող եկամուտը եւ գրագիտությունը: Մեկ շնչին ընկնող եկամտից եւ տարածաշրջանային ֆիկտիվ փոփոխականներից բացի, տվյալները

ցույց են տալիս, որ թերթերի շրջանառությունը եւ հեռուստացույցների սեփականատերերի քանակն ավելի ցածր է այն երկրներում, որտեղ լրատվամիջոցների պետական սեփականությունն ավելի մեծ տարածում ունի (Ձանկով եւ ուրիշներ, կներկայացվի հետագայում):

Լրատվամիջոցների տարածվածության եւ մամուլի ազատության վերաբերյալ «Freedom House» - ի չափանիշների խիստ դրական փոխհարաբերություններն ակնհայտ են: Լրատվամիջոցների տարածվածությունը սերտ կապակցված է նաեւ ժողովրդավարության պաշտոնական եւ իրական ցուցանիշների հետ: Համաձայն «Փոլիթի IV» տեղեկատվական բազայի (տես՝ <http://weber.ucsd.edu/~kgledits/Polity.html>), այն երկրները, որոնք գնահատվել են որպես ավելի ժողովրդավարական, թերթերի շրջանառության եւ հեռուստացույց ունեցողների թվով հաշվարկելիս ունեն լրատվամիջոցների տարածվածության ավելի բարձր ցուցանիշներ: Իհարկե, պատճառահետեւանքային կապը այնքան էլ պարզ չէ: Նման դրական փոխկապակցվածություն է հայտնաբերվել նաեւ լրատվամիջոցների տարածվածության եւ ժողովրդավարության պակասի պաշտոնական ընկալման միջեւ, որը հաշվարկվում է Էլնելով երկրում վերջին հինգ տարիների ընթացքում ընտրությունների անցկացման փաստից:

Այս պարզ փոխհարաբերությունները ցույց են տալիս, որ թերի զարգացած լրատվամիջոցները հարաբերվում են նշանակալի բացասական ցուցանիշների հետ: Ավելին, լրատվամիջոցների թերզարգացվածությունը հաճախ իշխանությունների՝ իրենց գործունեությունը քննարկումներից եւ քննադատություններից զերծ պահելու վերաբերյալ որոշումների արդյունք է: Հաճախ դա ընդունում է լրատվամիջոցների պետական սեփականության, մասնավոր լրատվամիջոցների այդ ոլորտ մուտք գործելու նկատմամբ կիրառվող սահմանափակումների եւ զրպարտանքի դեմ օրենքների ձեւեր: Չնայած սա կարող է ծառայել կառավարական պաշտոնյաների շահերին, սակայն պարզ չէ, թե դա ինչպես է ծառայում հասարակական բարեկեցությանը: Այսպիսով, լրատվամիջոցների կարգավորման վերացումը առանձնանում է որպես հզոր քաղաքական լծակ, որը կարող է կիրառվել զարգացող աշխարհում հաշվետվության ավելացմանը նպաստելու համար: Խնդիրն այն է, թե ինչպես վերացնել նման կարգավորումը իշխանությունների կողմից ընդդիմության առկայության դեպքում:

Ինտելեկտուալ կառուցվածքը

Այս հատվածը ներկայացնում է քաղաքական կազմակերպության այն կառուցվածքը, որը մենք դիտարկում ենք որպես ժողովրդավարության պայմաններում լրատվամիջոցների դերի քննարման համար նպաստավոր կազմակերպչական միջոց:

Քաղաքական կազմակերպությունների խնդիրները

Լրատվամիջոցների դերը դիտարկելու հետաքրքրական համակարգն այն է, որի դեպքում քաղաքացիները թերի են տեղեկացված իշխանությունների գործողությունների եւ դրանց առաջնորդների աշխատանքային գործունեության վերաբերյալ: Եթե ընդունենք, որ քաղաքական գործիչները կարող են օգտագործել համապատասխան պահը եւ իշխանությունը ծառայեցնել ավելի շուտ իրենց մասնավոր, քան ընդհանուր հասարակական շահերին, ապա քաղաքականությունը յուրատեսակ պատվիրատուկապալառու հարաբերությունների տեսակ է: Պատվիրատուները պետության քաղաքացիներն են, որոնք ֆինանսավորում են կառավարության գործունեությունը հարկերի միջոցով եւ ենթարկվում են որոշակի կարգավորումների, իսկ կապալառուներն

ընտրված պաշտոնյաները եւ բյուրոկրատներն են, որոնք սահմանում են քաղաքական արդյունքները¹:

Քաղաքական կազմակերպությունների մի քանի առանձնահատկություններ տարբերակում են դրանք այլ կազմակերպություններում առկա փոխհարաբերություններից: Առաջին՝ առկա դրդապատճառների սխեմաները սովորաբար դեռ հասունացած չեն: Օրինակ՝ քաղաքական գործիչների նկատմամբ սովորաբար կիրառվող միակ պատժամիջոցը (բացառությամբ խոշոր պաշտոնական չարաշահումների) նրանց չընտրելն է: Դրանային կամ այլ ավելի նրբանկատ դրդապատճառներով պայմանագրերի հնարավորությունները համարյա երբեք չեն դիտարկվում: Սա նշանակում է, որ դրդապատճառները հիմնականում հստակ արտահայտված չեն, եւ քաղաքական գործիչները ավելի շուտ ստիպված են լինում ենթադրել, թե ընտրողներն ինչ են ցանկանում, որ իրենք անեն, այլ ոչ թե վերջիններս նախօրոք հայտնում են գործունեության չափորոշիչները: Նույնիսկ լրբեիզմի դեպքում դժվար է պատկերացնել այն պատրաստի վերջնական պայմանագիրը, որը կսահմանի պատվիրատուի (լրբեիստի) առաջադրած մանրամասները:

Երկրորդ հատկանշական առանձնահատկությունը պատվիրատուների բազմազանությունն է: Շատ քաղաքացիներ եւ այլ մասնակիցներ կան (ինչպիսիք են կորպորացիաները), որոնք անհամար տարբերություններ ունեն: Այդ պատճառով նույնիսկ եթե դրդապատճառները հստակ սահմանած լինեն, պատվիրատուների համար չափազանց դժվար կլինի համաձայնության գալ այն շարժառիթների վերաբերյալ, որոնք իրենք պետք է տրամադրեն կապալառուներին: Մենք առանց դժվարության կարող ենք գտնել տրամազօրեն հակառակ շահեր ունեցող պատվիրատուներ, որոնք կցանկանային կապալառուների աշխատանքները տանել բացարձակապես տարբեր ուղղություններով:

Տեղեկատվության առկայությունը իշխանության եւ քաղաքականության վերաբերյալ հետեւյալ տեսական կարծիքի հիմքն է: Երբ պատվիրատուները փորձում են ազդել քաղաքականության վրա քվեատուների կամ լրբեիզմի միջոցով, ապա նրանք դա անում են այն կապալառուների վերաբերյալ սահմանափակ տեղեկատվություն ունենալով, որոնց իրենք լրբեիզմի են ենթարկվում: Առաջանում են երկու տեսակի խնդիրներ՝ *թաքուն գործողությունների խնդիրներ* (բարոյական ռիսկ), որն առկա է, երբ կապալառուն, քաղաքացիներից զաղտնի, հնարավորություն է ունենում կաշառք վերցնել, եւ *թաքուն տեսակի խնդիրներ* (անբարենպաստ ընտրություն), որն առկա է, երբ կապալառուի շարժառիթները եւ (կամ) ձեռնհասությունը անհայտ են: Իդեալական տարբերակում պետական պաշտոնյա հանդիսացող քաղաքական գործիչները կաշառք վերցնելու եւ (կամ) անձեռնհասության համար կպատժվեն, սակայն եթե նման վարմունքը լայն հրապարակման չարժանանա, ապա դրա իրականացումը դժվար կլինի²:

Պատվիրատուների կողմից տեղեկատվության մասնավոր հավաքագրմամբ դժվար թե բավարար տեղեկատվություն ստացվի: Այս կարծիքը մոտավորապես նույն-

1 Այս մոտեցումը հին ավանդույթներ ունի ինչպես քաղաքագիտության, այնպես էլ տնտեսագիտության մեջ, սկսած Բարոյից (1973թ.) եւ Ֆերեյնից (1986թ.): Ժամանակակից տեսակետների համար տես, օրինակ, Պրծեվորսկի, Սթոքս եւ Մանին (1999թ.) եւ Պերսոն ու Տաբելինի (2000թ. գլուխ 4):

2 Բեսլին եւ Քեյսը (1995թ.) ենթադրում են, որ փաստերն ապացուցում են ԱՄՆ-ում նահանգապետների ինստիտուտի նկատմամբ կիրառվող քաղաքական կազմակերպությունների մոդելի էմպիրիկ կարեւորությունը, քանի որ նահանգապետներից ոմանք պարբերաբար ենթարկվում են ժամկետային սահմանափակման, ինչը զրկում է նրանց այդ պաշտոնը կրկին զբաղեցնելու հնարավորությունից: Այդպիսի դեպքերում վարկանիշները բարձրացնելու նահանգապետների շարժառիթները տարբերվում են նրանք, որոնք կարող են վերընտրվել, ունեն ավելի ուժեղ դրդապատճառներ, քան նրանք, որոնք այլեւս չեն կարող: Բեսլին եւ Քեյսը զգալի քաղաքական տարբերություններ են հայտնաբերել այն նահանգապետների միջեւ, որոնք առաջին պաշտոնավարման շրջանում են, եւ այն նահանգապետների, որոնք արդեն լրացրել են իրենց պաշտոնավարման առավելագույն ժամկետը:

քան հին է, ինչքան Դոուսինը (1975թ.), որը պնդում էր, թե ընտրողները «բնականորեն անտեղյակ» կլինեն քաղաքականությունից, քանի որ ընտրողների բանակից ընդամենը մեկ անհատ ընտրողը պետք է բավականին թանկ վճարի տեղեկատվության համար եւ դրա դիմաց բավականին աննշան շահ ունենա: Իրական քվեարկության ժամանակ այս բնական անտեղյակությունը դառնում է սովորական սխալ ընտրության հիմքը, երբ մեկ ընտրողը կարող է կարծել, որ քվեարկելուց ստացվող շահույթը չի կարող գերազանցել դրա դիմաց կատարված ծախսերին:

Սա կարող է հանգեցնել քաղաքական կազմակերպության խնդիրների լուծումները գտնելու ունակության վերաբերյալ հոռետեսության, սակայն, այնուամենայնիվ, լավատես լինելու համար կան ամենաքիչը մի քանի պատճառներ: Առաջին՝ քաղաքականության վերաբերյալ տեղեկացված լինելը կարող է հանգեցնել նշանակալի մասնավոր շահույթի: Հաշվի առեք տարիքային թռչակների խնդիրը: Ցանկացած ռացիոնալ անհատ, որը պլանավորում է թռչակի անցնել, կընկալի այս ուղորտում հասարակական քաղաքականության վերաբերյալ ծավալվող քննարկումների արդյունքում իր նշանակալի մասնավոր շահը: Երկրորդ՝ գոյություն ունեն առանձին հզոր երեւույթներ, ինչպիսին ասենք քաղաքացիական պարտքն է, որոնք նվազեցնում են մասնավոր շահի հետապնդման հնարավորությունը իրականության մեջ: Երրորդ՝ զանգվածային լրատվամիջոցները կարող են քաղաքացիներին ցածր արժեքով տեղեկատվության տրամադրման հզոր աղբյուր լինել: Քանի որ լրատվությունը կապված է այնպիսի տեղեկատվության հետ, ինչպիսիք են սպորտը եւ այլ հետաքրքիր նորությունները, շատերն այս տեղեկատվության ձեռք բերումն ընկալում են ոչ թե որպես տաղտկալի աշխատանք, այլ որպես հաճույք՝ այդպիսով ավելացնելով քաղաքականության եւ հասարակական հարաբերությունների իմացության ընդհանուր մակարդակը: Այդպես է, համեմայն դեպս, լավատեսի տեսանկյունից: Այստեղ մենք կկիրառենք քաղաքական կազմակերպության կառուցվածքը՝ խնդիրներն ավելի կոնկրետ նկարագրելու համար: Մենք ենթադրում ենք, որ լրատվամիջոցների արդյունավետության վերաբերյալ քննարկումները կարելի է բաժանել երկու մասի՝ ա) ուժեր, որոնք ազատ եւ անկախ լրատվամիջոցներին հնարավորություն են ընձեռում իշխանություններին ստիպել ավելի լավ ծառայել հասարակական շահերին, բ) ուժեր, որոնք առաջնորդում են իշխանություններին՝ լրատվամիջոցներին հաջողությամբ լռեցնելու գործում:

Լրատվամիջոցները եւ նրանց գործունեությունը

Անկախ լրատվամիջոցները քաղաքական արդյունքների վրա կարող են ազդել երեք ճանապարհով՝ տեսակավորում, վերահսկողություն եւ քաղաքականության նկատելիություն:

Տեսակավորումը վերաբերում է այն գործընթացին, որի միջոցով քաղաքական գործիչներն ընտրվում են պաշտոնավարման: Քաղաքական գործիչների շարժառիթները քաղաքացիների համար կարեւորություն ունեցող խնդիրներ են: Որոշ քաղաքական գործիչներ, չնայած սա հազվադեպ է պատահում, համարյա սրբացվող անձնավորություններ են, ինչպես օրինակ Գանդին կամ Նելսոն Մանդելան, մինչդեռ մյուսները հանդիմանանքի առարկա են: Սովորաբար քաղաքական գործիչների համբավն այս երկու ծայրահեղությունների մեջտեղում է, ուստի լրատվամիջոցների կողմից տրամադրվող տեղեկատվության բովանդակությունը կարող է նշանակալի լինել ընտրողների համար, որոնք որոշում են, թե ում ղեկավար ընտրել: Սա ներառում է թեկնածուների նախկին աշխատանքային կենսագրության վերաբերյալ տեղեկատվությունը: Պաշտոնավարման ընթացքում նրանց գործունեությունը նույնպես կարող է ներքին դրդապատճառների եւ իրավասությունների վերաբերյալ տեղեկատվության կարեւոր աղբյուր լինել: Այս

երեւույթների վրա լույս սփռող հողվածների հրապարակմամբ լրատվամիջոցները կարող են իրենցից հզոր ուժ ներկայացնել: Այն դեպքում, երբ տեսակավորումն արդյունավետ է, նախկին դրդապատճառները պակաս անհրաժեշտ են դառնում:

Վերահսկողության հասնելու խնդրում լրատվամիջոցների դերը կարելի է, երբ առկա է թաքուն գործունեություն: Ենթադրենք, թե քաղաքական գործիչը մտածում է կաշառք տալու կամ վերցնելու մասին, եւ հավանականությունը, որ դա կհրապարակայնացվի կախված է բացահայտելու եւ լայնորեն հրապարակման ենթարկելու հարցում լրատվամիջոցների արդյունավետությունից: Ինչքան մեծ լինի լրատվամիջոցների արդյունավետությունը, այնքան բարձր կլինի այդ գործողության մարզինալ արժեքը, ինչը հնարավոր է, որ անհատին ստիպի հրաժարվել կաշառք տալուց կամ վերցնելուց: Այսպիսով, մենք կարծում ենք, որ լրատվամիջոցների զարգացածությունը հակառակ համեմատական է այնպիսի գործողությունների հետ, որոնք հանգեցնում են պաշտոնատար անձանց ավելի բարձր կարգապահությանը:

Լրատվամիջոցները կարող են ազդել նաեւ ընտրողների համար խնդիրների նկատելիության վրա: Բեսլին եւ Բուրջեսը (գիրքը պատրաստվում է տպագրության) դիտարկում են զարգացող երկրներում երաշտի եւ ջրհեղեղի ենթակա բնակչության խնդիրները: Նման երկրների բնակչությունը կախում ունի այդ ցնցումների ազդեցության մեղմացմանն ուղղված պետության գործողություններից, սակայն նաեւ քաղաքական ազդեցություն ունենալու կարիք ունի՝ իր շահերը քաղաքական գաղափարախոսություններում արտահայտված լինելու համար: Այս նպատակին հասնելու միջոցներից մեկը քաղաքական գործիչների՝ այդ ցնցումներին արձագանքելու միջոցով իրենց վարկանիշը բարձրացնելու շահագրգռվածությունն է: Սա պահանջում է, որ այդ խմբերը տեղեկացված լինեն քաղաքական գործիչների կողմից ձեռնարկվող գործողություններին, եւ նրանց տեղեկացված լինելու դեպքում այդ խնդիրը պետք է քաղաքական գործիչների ուշադրությանն արժանացողներից մեկը լինի: Եթե ենթադրենք, որ երաշտների եւ ջրհեղեղների վերաբերյալ իշխանությունների արձագանքն այս քաղաքացիների համար բավականին կարելի խնդիր է, ապա ավելի մեծ քանակի տեղեկատվությունը կնպաստի այս խնդիրների նկատելիության մեծացմանը եւ այդպիսով քաղաքական գործիչների համար դրդապատճառներ կստեղծի արձագանքելու միջոցով բարձրացնելու իրենց վարկանիշները: Այսպիսով, այնպիսի տեղեկատվություն տրամադրելով, որը քաղաքացիները կարող են օգտագործել որոշելու համար, թե ում օգտին են իրենք քվեարկելու, զանգվածային լրատվամիջոցները կարելի դեր են խաղում պատասխանատվության ավելացման գործում:

Սովորաբար, հրապարակելով քաղաքական գործիչների տեսակետները որոշակի խնդիրների վերաբերյալ, լրատվամիջոցները կարող են փոփոխել ընտրությունների ժամանակ նկատելի խնդիրների կառուցվածքը: Սա կարող է նշանակել, որ լրատվամիջոցները զգալի ազդեցություն ունեն: Որոշ երկրներում այդ ազդեցությունը կարող է պակաս բարենպաստ լինել՝ կախված թերթերի սեփականատերերի դրդապատճառներից, օրինակ՝ նորությունային հողվածները կարող են լուսաբանել այնպիսի իրադարձություններ, որոնք նկատելի կդարձնեն որոշակի էթնիկական խմբերին հավանքի ենթարկելու հանգեցնող լարվածությունները:

Բոլոր այս երեք ազդեցությունները հիմնված են լրատվամիջոցների կողմից վստահելի տեղեկատվության տրամադրման վրա: Քաղաքացիներին առաջարկվող նորությունների որակը պայմանավորված է մի շարք գործոններով: Առաջին՝ կարելի է քաղաքական համակարգի թափանցիկությունը: Այն երկրներում, որտեղ գոյություն չունեն ազատ տեղեկատվական հոսքերի ավանդույթներ, սովորաբար տեղեկատվություն ձեռք բերելը դժվար է: Սպեկուլյատիվ նորությունների տպագրման սահմանը կախված է նաեւ լրատվամիջոցների գործունեության իրավական միջավայրից: Օրինակ՝ Միացյալ Նահանգները հասարակական գործիչներին ավելի քիչ տեղ է տվել զր-

պարտանքի մասին օրենքում, եւ, այդպիսով, լրատվամիջոցների համար ավելի հեշտ է նյութեր հրապարակել՝ առանց զրպարտանքի մեջ մեղադրվելուց վախենալու: Յակառակ դրան, Միացյալ Թագավորությունում զրպարտանքի մասին օրենքները սպեկուլյատիվ նորությունների հրապարակումն ավելի են դժվարացնում: Երկրորդ՝ նորությունների որակի վրա ազդում են նաեւ հետաքննական լրագրության մեթոդներն ու ավանդույթները: Սա կախված է լրագրողների պատրաստվածությունից եւ խմբագիրների կողմից հետաքննական գործունեությանը տրվող գնահատականից: Այն նաեւ կախված է քաղաքացիների տեղեկացված լինելու ցանկության որոշակի ընկալումից, եւ, այդպիսով, կարելու նորության մասին պատմության հրապարակման առեւտրային արժեքից:

Լրատվամիջոցների վերահսկողությունը

Ինչպես հենց նոր նշեցինք, ընտրողների առջև իշխանությունների հաշվետու լինելն ապահովելու համար պետությանն անրաժեշտ են արդյունավետ լրատվամիջոցներ: Այս գլուխը դիտարկում է լրատվամիջոցների արդյունավետության հիմնական խոչընդոտներից մեկը՝ քաղաքական վերահսկողության հնարավորությունը:

Որո՞նք են լրատվամիջոցների շարժառիթները: Առաջին՝ նրանք ցանկանում են հասանելի լինել լայն լսարանի համար: Սա ճիշտ է ինչպես թերթերի դեպքում, որոնցում վաճառքից եւ գովազդից եկամուտը կապված է շրջանառության հետ, այնպես էլ հեռուստակայանների դեպքում՝ գովազդների եւ, որտեղ հնարավոր է, կաբելային հեռուստատեսության վարձավճարների հավաքման համար: Լսարանի ուշադրության համար մրցակցությունը լրատվամիջոցներին դրդում է հետաքրքիր նորություններ տրամադրել եւ վստահելիության վարկանիշ ձեռք բերել:

Եթե արտադրությունների մեծ մասի համար սովորական է շուկայում իրենց բաժնի ավելացման ցանկությունը, ապա ՋԼՄ-ների համար երկրորդ դրդապատճառը բխում է լրատվամիջոցների՝ որպես քաղաքական լուսաբանողի հատուկ դերից: Ամեն անգամ, երբ լրատվամիջոցները լուսաբանում են որեւէ մեկի գործունեությունը, նա կարող է փորձել արժանանալ լուսաբանողի համակրանքին կամ սպառնալ նրան՝ ավելի բարենպաստ արձագանքի արժանանալու նպատակով: Իշխանությունների եւ լրատվամիջոցների դեպքում դա կարող է տարբեր ձեւեր ընդունել: Դրանց մի մասը բավականին պարզ է, ինչպես օրինակ անհատ լրագրողներին առաջարկվող դրամական կաշառքները, բռնության սպառնալիքները կամ գրաքննությունը: Մի մասն ավելի նուրբ է եւ, սովորաբար, օրինական: Իշխանությունը կարող է մի օրինագիծ ընդունել, որը նպաստավոր է մի որոշակի լրատվամիջոցի սեփականատիրոջ համար: Օրինակ՝ եթե թերթի սեփականատերը արտադրական մի կոնգլոմերատ է, որին նաեւ ավտոմեքենա արտադրող մի ընկերություն է պատկանում, ապա նպաստավոր կարգավորումը կարող է ընդունել ներկրվող մեքենաների վրա դրվող մաքսի ձեւ:

Ճշտելու համար, թե որ դրդապատճառն է գերակշռում, Բեսլին եւ Պրատը (2001թ.) կառուցեցին լրատվամիջոցների վերահսկման մի պարզ մոդել, որն ընդգրկում է մասնակիցների երեք տեսակ՝ ընտրողներ, քաղաքական գործիչներ եւ լրատվամիջոցներ: Ընտրողները ռացիոնալ են եւ, պարզության համար, ունեն միատեսակ նախընտրություններ: Նրանց խնդիրն այն է, որ իրենք ուղղակիորեն չեն կարող վերահսկել իրենց քաղաքական գործիչներին: Նրանց ստացած ամբողջ տեղեկատվությունը տրամադրում են լրատվամիջոցները:

Սողելի քաղաքական կողմը ներկայացվում է ստանդարտ երկժամկետ պաշտոնավարման հաշվետվությամբ: Առաջին ժամկետի ընթացքում քաղաքական գործչին (պաշտոնյային) առանց նախապայմանների իշխանություն է տրվում: Պաշտոնյայի լավ կամ վատ լինելը ուղղակիորեն հնարավոր չէ տեսնել: Առաջին ժամկետի վերջում տեղի են ունենում ընտրություններ, որոնց ժամանակ ընտրողները կարող են վերընտրել պաշտոնյային կամ փոխարինել նրան մեկ այլ թեկնածուով: Երկրորդ ժամկետի ընթացքում իշխանությունը պատկանում է ընտրված թեկնածուին:

Լրատվամիջոցների մասը կազմված է «ո» քանակի լրատվամիջոցներից: Որոշակի հավանականությամբ նրանք կարող են ստանալ տեղեկատվություն, որը հնարավոր է ճշտել եւ տրամադրել հասարակությանը (պարզության համար մոդելը նախատեսում է, որ հասարակության բոլոր անդամները կամ տեղեկացված են, կամ՝ ոչ): Լրատվամիջոցը չի կարող հորինել նորությունը, եւ այն լրատվամիջոցը, որը նորություններ է հաղորդում, ավելի մեծ լսարան ունի, քան այն, որն ընդհանրապես նորություններ չի հաղորդում: Ավելին, ինչքան շատ է նորություններ հաղորդող լրատվամիջոցների քանակը, այնքան պակասում է նման առանձին լրատվամիջոցի լսարանի բաժինը: Առանձին լրատվամիջոցի համար լավագույն տարբերակն այն է, երբ ինքը միակ նորություններ հաղորդողն է:

Սողելը նաեւ նախատեսում է, որ նորությունները կարող են միայն բացասական լինել, այսինքն՝ կարող է վստահելի տեղեկատվություն լինել, որ որեւէ քաղաքական գործիչ վատն է, սակայն չի կարող տեղեկատվություն լինել, որ նա լավն է: Այս ենթադրությունը չի սահմանափակում ուսումնասիրման մեր հնարավորությունները, քանի որ իրականում էլ իշխանությունները երբեք չեն ցանկանա թաքցնել դրական նորությունները: Կարելի է ենթադրություն է այն, որ նորությունը չի կարող մտացածին լինել: Ընտրողների ռացիոնալության ընդունման դեպքում նորությունների մտացածնության հնարավորությունն ընդունելը վերլուծությունը ծայրահեղ կոժվարացներ: Լրատվամիջոցի վստահելիությունը կախված կլինի բարդ ազդանշանային խաղից:

Լրատվամիջոցների շահույթները երկու բաղադրիչներ ունեն, որոնք հարաբերվում են նախկինում դիտարկված երկու դրդապատճառների հետ: Առաջինը լսարանի աճող նշանակությունն է: Երկրորդը իշխանությունների ազդեցությունն է, որը պարզ կարելի է բացատրել որպես բարենպաստ կարգավորում: Քաղաքական գործչի համար լրատվամիջոցին որոշակի արժեք փոխանցելու գինը կախված է գործարքի գներից: Սա կապված է այն բանի հետ, որ փոխանցումների որոշ տեսակներ կարող են անօրինական լինել կամ քաղաքականապես մեծ արժեքներ ունենալ, մինչդեռ մնացածները կարող են ներկայացվել որպես սովորական քաղաքականության իրականացում:

Խաղի հետեւողականությունը հետեւյալն է՝ ա) լրատվամիջոցը պաշտոնյայի վերաբերյալ ստանում է կամ չի ստանում տեղեկատվություն, բ) պաշտոնյան գիտի, թե լրատվամիջոցը ինչ տեղեկատվություն է ստացել, եւ նրան փոխանցման վերաբերյալ առաջարկություններ է անում, գ) առաջարկն ընդունած լրատվամիջոցները թաքցնում են տեղեկատվությունը, իսկ առաջարկը մերժածներն իրենց տեղեկատվությունը փոխանցում են ընտրողներին, եւ դ) ընտրողները վերընտրում են պաշտոնյային կամ նրան փոխարինում են մեկ այլ թեկնածուով:

Այս խաղի հավասարակշռվածությունը փնտրելու ժամանակ ծագող հիմնական հարցը հետեւյալն է՝ արդյոք պաշտոնյան կարծում է, որ լրատվամիջոցներին կաշառելը շահութաբե՞ր է, թե՞ ոչ: Եթե մի լրատվամիջոցը կարծում է, որ բոլոր մնացած լրատվամիջոցները լռելու են, ապա պաշտոնյայի առաջարկները մերժելու նրա դրդապատճառներն ավելանում են, քանի որ այդ դեպքում այն միակը կլինի, որ տեղեկատվությունը կհասցնի ընտրողներին եւ այդպիսով լայն լսարան ձեռք կբերի: Սա նշանակում է որ այն հավասարակշռվածության դեպքում, երբ բոլոր լրատվամիջոցները վաճառվում են, պաշտոնյան ստիպված կլինի գնել նրանց բոլորին այնպես, ասես դրանք միակն են, որ կարող են տեղեկատվությունը տարածել: Եթե նույնիսկ

մենք ամբողջ լրատվամիջոցների արդյունաբերության շահույթները պահենք նույն մակարդակի վրա, ապա լրատվամիջոցների քանակն ավելացնելու դեպքում պաշտոնյայի համար դրանց լռությունը գնելն ավելի թանկ կարժենա: Այս առումով է, որ լրատվամիջոցների բազմաքանակությունը նպաստում է դրանց անկախությանը:

Ի լրումն լրատվամիջոցների քանակի, դրանց վերահսկելիությունը որոշող այլ գործոններն են գործարքի արժեքները եւ լսարանի հետ կապված եկամտի ծավալը: Երկուսն էլ նվազեցնում են պաշտոնյաների կողմից լրատվամիջոցների լռեցման հնարավորության հավանականությունը: Ի տարբերություն դրա, այն հավանականությունը, որ լրատվամիջոցները տեղեկացված են, չի ազդում դրանց վերահսկելի լինելու հնարավորության վրա, սակայն ավելացնում է ընտրողների տեղեկացված լինելու հավանականությունը:

Այս մոդելը կարող է հավելվել մի քանի ուղղություններով: Բացի շահույթի ստացման նպատակով իրականացվող գործունեության տեսակից, քաղաքական գործիչները կարող են ընտրություն կատարել նաեւ դրա քանակական հնարավորությունների միջեւ: Ինչքան խոշոր է շահույթը, այնքան մեծ է հավանականությունը, որ լրատվամիջոցներն ունակ կլինեն նկատելու քաղաքական գործիչին: Նման դեպքերում լրատվամիջոցների կողմից վերահսկումը ոչ միայն տարբերակում է վատ քաղաքական գործիչներին, այլ նաեւ կարգապահական ազդեցություն է ունենում, քանի որ դա նշանակում է, որ անազնիվ քաղաքական գործիչների բռնվելու հավանականությունն ավելի մեծ է: Սա լրատվամիջոցների արդյունավետության եւ քաղաքական անցուդարձի միջեւ ստեղծում է «Ս» տեսակի փոխհարաբերություններ: Պաշտոնյայի փոխարինման հավանականությունը ցածր է, երբ արդյունավետությունը ցածր է (քանի որ ոչ մի քաղաքական գործիչ երբեք չի բռնվի) եւ երբ արդյունավետությունը բարձր է (քանի որ ոչ մի քաղաքական գործիչ չի փորձի օգուտ քաղել իր դիրքից): Այլ հնարավոր հավելումները ներառում են գաղափարական լրատվամիջոցները, ուղղահայաց տարբերակումները եւ նոր ներքին լրատվամիջոցների մուտքը տվյալ ոլորտ (մանրամասների համար տես՝ Բեսլի եւ Պրատ, 2001թ.):

Ամփոփելով՝ կարելի է ասել, որ լրատվամիջոցների վերահսկման մոդելից բխում են մի քանի ստուգման ենթակա հետեւանքներ: Լրատվամիջոցների վերահսկման եւ, այդպիսով, բացասական քաղաքական արդյունքների (ինչպիսին է կոռուպցիան) հավանականությունը ուղիղ համեմատական կապի մեջ է գտնվում հետեւյալ փոփոխականների հետ՝ լրատվամիջոցների մեկ կամ մի քանի ձեռքերում կենտրոնացվածություն, գործարքների արժեքներ եւ լսարանի հետ կապված շահույթ:

Հատկապես հետաքրքիր են գործարքների արժեքները: Կարելի է ենթադրել, որ դրանք կապված են լրատվամիջոցների սեփականության ձեւի հետ: Եթե լրատվամիջոցը պատկանում է պետությանը, ապա իշխանությունը կարող է նշանակել նրա դեկավարությանը եւ վերահսկել նրա միջոցները: Եթե լրատվամիջոցը պատկանում է մի որեւէ ընտանիքի կամ որեւէ մեկը տիրապետում է դրա վերահսկիչ փաթեթին, ապա իշխանությունը կարող է որեւէ կարգավորում կիրառել, որը կնպաստի սեփականատիրոջ շահերին: Եթե լրատվամիջոցը լայն սեփականատիրական հիմք ունեցող ընկերություն է, ապա իշխանությունը չի կարող ուղղակիորեն նպաստել սեփականատերերի շահերին, այլ ստիպված կլինի լրատվամիջոցի նկատմամբ որոշ ուղղակի զիջումների գնալ: Վերջապես, եթե սեփականատերն օտարերկրյա իրավաբանական անձ է, ապա նման զիջումներ կատարելը դառնում է բավականին դժվար:

Էնպիրիկ փաստեր

Մեր վերլուծության նպատակն է բացահայտել մի քանի հնարավորություններ, որոնց միջոցով զանգվածային լրատվամիջոցները կարող են ազդել քաղաքականության

մշակման վրա: Լրատվամիջոցների կողմից տրամադրված տեղեկատվությունը կարող է օգտագործվել ընտրությունների ժամանակ որոշումներ կայացնելու համար: Սա կարող է ավելացնել ինչպես որոշակի խնդիրների նկատելիությունը, այնպես էլ այն քաղաքական գործիչների ընտրվելու հնարավորությունները, որոնք գործում են ելնելով հասարակական շահերից: Ազատ մամուլը կարող է նաեւ ծառայել որպես քաղաքական գործիչների հայտարարությունների չափավորության ստուգման ուղղակի միջոց: Այդ պատճառով կարելի է սպասել, որ լրատվամիջոցները որոշակի ազդեցություն կունենան կոռուպցիայի կանխման վրա: Ընդհանրապես, տեսական հնարավորությունների բազմազանությունը հաստատող վստահելի փաստեր գտնելը հեշտ չէ: Այս հատվածը դիտարկում է առկա սահմանափակ քանակով փաստերը: Այն, ինչ մենք գիտենք, հիմնականում բխում է բավականին սահմանափակ տեսակի ընդհանուր համաշխարհային փաստերից: Հանրածանոթ է, որ նման փաստերը բավականին դժվար է ուսումնասիրել, քանի որ փաստորեն անհնարին է տարբերակել պատճառահետեւանքային կապը, ինչպես նաեւ փոփոխականների մեծամասնության չափորոշման մեծ անճշտությունների պատճառով: Առավել խոստումնալից մոտեցում է այս կամ այն պատճառով լրատվամիջոցների գործունեության բազմազանություն ունեցող երկրներից ստացվող տվյալների ուսումնասիրությունը: Տվյալ դեպքում խոսքը վերաբերում է Հնդկաստանին, որտեղ համապետական նշանակության լրատվամիջոցների ինստիտուտները եպես տարբերվում են: Քանի որ մեկ երկրի ներսում առկա փաստերն ավելի վստահելի են, ապա մենք նախ կդիտարկենք դրանք, իսկ հետագայում կգնահատենք համաշխարհային ուսումնասիրությունները:

Փաստեր Հնդկաստանից

Ձարգացող երկրներում որոշ չափով տարածվել են ազատ եւ անկախ մամուլի ավանդույթները: Հնդկաստանն աչքի ընկնող օրինակ է, որտեղ թերթերի արտադրությունը եպես տարբերվում է մի շարք այլ ցածր եկամուտ ունեցող երկրներից իր ազատությամբ եւ անկախությամբ (Ռամ, 1991թ.): Սենը (1984թ.) այս ազատությանն ու անկախությանը բավականին մեծ դեր է հատկացնում, երբ բացատրում է, թե ինչու անկախության նվաճումից հետո Հնդկաստանը երբեք սովի չի մատնվել: Նա դիտարկել է, որ.

«Հնդկաստանը սովի չի մատնվել անկախություն ձեռք բերելուց հետո, եւ եթե հաշվի առնենք Հնդկաստանի քաղաքականության եւ հասարակության բնույթը, ապա հավանական չէ, որ Հնդկաստանը սովի կմատնվի նույնիսկ այն տարիներին, երբ սննդի հետ կապված զգալի խնդիրներ առաջանան: Կառավարությունը չի կարող իրեն թույլ տալ սխալմամբ հանպատրաստից քայլեր ձեռնարկել, երբ երկրին խոշոր չափերի սով է սպառնում: Թերթերն այս հարցում նշանակալի դեր են կատարում՝ հրապարակելով փաստերը եւ իշխանություններին ստիպելով անդրադառնալ առկա հիմնախնդիրներին» (Սեն, 1984թ., էջ 84):

Ի տարբերություն դրա, հեազոտողները գտնում են, որ Չինաստանում ժողովրդավարության եւ ազատ տեղեկատվության պակասությունն էր 1958-1961թթ. նշանակալի սովի պատճառը, որի հետեւանքով, ըստ զանազան աղբյուրների, մահացության թիվը կազմում էր 16,5-ից մինչեւ 29,5 միլիոն: Նրանք նաեւ գտնում են, որ ներկայացուցչական ժողովրդավարությունը եւ լրատվամիջոցներն այն գործոններն էին, որոնք նպաստեցին սովի կանխարգելմանը որոշ Աֆրիկյան երկրներում (տես՝ Դրիզ եւ Սեն, 1989թ.): Սենի կողմից արված մեջբերումը նշում է, որ լրատվամիջոցները առավել նկատելի են

դարձնում իշխանությունների գործողությունները սովի ժամանակ՝ տեղեկավորում տրամադրելով քաղաքական գործիչների գործունեության մասին, որը քաղաքացիները կարող են օգտագործել ընտրությունների ժամանակ որոշումներ կայացնելիս:

Սենի վերլուծությունը չի արտահայտում զանգվածային լրատվամիջոցների եւ իշխանությունների պատասխանատվության միջեւ ամուր կապը, չնայած ենթադրում է այն: Բեսլին եւ Բուրջեսը (գիրքը պատրաստվում է տպագրության) լայնացնում են լրատվամիջոցների կառավարության քաղաքականության վրա ազդեցության դերի ուսումնասիրությունները: Օգտագործելով Յնդկաստանի նահանգների վերաբերյալ 1958-92թթ. վիճակագրական տվյալները՝ նրանք դիտարկել են քաղաքական արձագանքման երկու համակարգեր. առաջինը՝ սննդի հասարակական բաշխում ի պատասխան երաշտի հետ կապված սննդի պակասության, երկրորդ՝ փոխհատուցմանն ուղղված ծախսեր ի պատասխան ջրհեղեղների հետեւանքով բերքին հասցված վնասների: Ապա նրանք ուսումնասիրում են, թե ինչպես են թերթերը եւ քաղաքական գործիչներն այս ցնցումների ժամանակ ազդում Յնդկաստանի նահանգային իշխանությունների արձագանքման վրա: Նրանք գտել են, որ երկու դեպքում էլ թերթերի ավելի մեծ շրջանառությունը կապված է իշխանությունների աճող արձագանքման հետ: Մեկ շնչին ընկնող թերթերի շրջանառությամբ միջին դիրքերը գրավող նահանգներում սննդի արտադրության 10 տոկոսով անկումն ուղեկցվում է սննդի հասարակական բաշխման 1 տոկոս ավելացմամբ, իսկ այն նահանգներում, որտեղ այդ ցուցանիշը կազմում է 75 տոկոս, սննդի արտադրության 10 տոկոսով անկումն ուղեկցվում է սննդի հասարակական բաշխման 2,28 տոկոս ավելացմամբ: Յետաքրքիր հայտնագործությունն այն է, որ տեղական լեզուներով հրատարակվող թերթերն են, որ եղանակ են ստեղծում³: Սա բնական է, քանի որ տարածաշրջանային լեզուներով լույս տեսնող թերթերը լուսաբանում են տեղային ցնցումները, եւ տեղային խոցելի խմբերն ու քաղաքական գործիչներն առավել հավանական է, որ կկարդան այդ թերթերը, քան համապետական նշանակություն ունեցողները: Այս տվյալները հաստատվել են նաեւ բազմաթիվ ստուգումներով: Այսպիսով, մենք փաստեր ունենք, որ Յնդկաստանում նույնիսկ թերթերի շրջանառության տարբերությունները կարող են բացատրել իշխանությունների վերաբերմունքը իրենց քաղաքացիների կարիքների նկատմամբ:

Քաղաքական կազմակերպությունների տեսության հետ մեկտեղ, զանգվածային լրատվամիջոցների եւ քաղաքական ինստիտուտների փոխներգործությունն է որոշում իշխանությունների արձագանքի մակարդակը: Բեսլին եւ Բուրջեսը (գիրքը պատրաստվում է տպագրության) ուսումնասիրում են, թե ինչպես են զանազան գործոններ ազդում իշխանությունների արձագանքման վրա: Նրանք բացահայտել են, որ քաղաքական քննարկումներն ավելացնում են նահանգային իշխանությունների արձագանքը երաշտների եւ ջրհեղեղների ժամանակ: Ավելի մեծ քաղաքական մրցակցությունը նույնպես հարաբերվում է արձագանքման ավելացման հետ: Սա բնական է, քանի որ ավելի շատ քաղաքական քննարկումներն ու առավել ակտիվ քաղաքական մրցակցությունը ավելացնում են քաղաքացիների կարիքներին արձագանքողների վարկանիշ ձեռք բերելու քաղաքական գործիչների շարժառիթները:

3.1. աղյուսակը դասակարգում է Յնդկաստանի նահանգներն ըստ սննդի հասարակական բաշխման կարիքին արձագանքման, մեկ շնչին ընկնող եկամտի չափի եւ թերթերի շրջանառության: Արձագանքման գնահատականը ցույց է տալիս, թե միջինը ինչքան սնունդ է նահանգային իշխանությունը բաշխում, ի պատասխան նահանգում սննդի արտադրությունում փոփոխությունների: Ըստ այդ գնահատականի, Կերալան

3 Թերթերի շրջանառության տվյալները բաժանվում են 19 տարբեր լեզուների: Յինդուն եւ անգլերենը պետական են, իսկ մնացած լեզուները հիմնականում բնորոշ են առանձին նահանգների: Աղքատ, խոցելի բնակչությունը հիմնականում խոսում է նահանգին բնորոշ լեզվով: Այդ պատճառով մեր ուսումնասիրություններում թերթերի շրջանառությունը բաժանել ենք հինգու, անգլերեն եւ «այլ» լեզուների:

ամենաարձագանքող նահանգն է, իսկ Բիհարը՝ ամենաքիչ արձագանքողը: Արձագանքման այս դասակարգման աչքի զարնող առանձնահատկությունն այն է, թե ինչ աննշան կերպով է այն հարաբերակցվում մեկ շնչին ընկնող եկամտի դասակարգման հետ: Ինչեւէ, թերթերի շրջանառության դասակարգումը բավականին մոտ է արձագանքման դասակարգման ցուցանիշներին:

Այս արդյունքները, Բեսլիի եւ Բուրջեսի (գիրքը պատրաստվում է տպագրության) արդյունքների հետ միասին, էապես ամրացնում են այն տեսակետը, որ զանգվածային լրատվամիջոցներն օգնում են լուծելու քաղաքական կազմակերպությունների խնդիրները եւ իշխանություններին ստիպում են ավելի հաշվետու լինել: Քաղաքական գործիչների գործունեությունն ավելի թափանցիկ դարձնելով՝ լրատվամիջոցները քաղաքացիներին տեղեկացնում են ապագայում նրանց պաշտպանվածության հավանականության վերաբերյալ: Ի պատասխան դրա, քաղաքացիներն օգտագործում են այս տեղեկատվությունն ընտրությունների ժամանակ որոշումներ կայացնելիս: Քաղաքական գործիչները հասկանում են դա, ինչը նրանց մոտ ցնցումներին ավելի արձագանքող լինելու շարժառիթներ է առաջացնում: Նկատի առեք, որ այս շարժառիթներն առկա են նույնիսկ այն դեպքում, երբ քաղաքական գործիչներին բնորոշ չէ քաղաքացիներին պաշտպանելու շահագրգռվածությունը, եւ որ նրանք այդպես են վարվում միայն առավել խոցելի քաղաքացիների ձայները հավաքելու շահից ելնելով: Այսպիսով, զանգվածային լրատվամիջոցներն ազդում են արձագանքման վրա ինչպես մեծացնելով սոցիալական պաշտպանվածության խնդրի նշանակությունը, այնպես էլ ընտրությունների միջոցով քաղաքական գործիչների վրա ազդելով:

Աղյուսակ 3.1. Հնդկաստանի 16 նահանգների դասակարգում, ընտրովի փոփոխականներ, 1958-92թթ. (դասակարգման առավելագույն գնահատականը 1-ն է)

<i>Նահանգ</i>	<i>Արձագանքում</i>	<i>Մեկ շնչին ընկնող եկամուտ</i>	<i>Մեկ շնչին ընկնող թերթերի շրջանառություն</i>
Կերալա	1	13	1
Մահարաշտրա	2	3	2
Արենտյան Բենգալիա	3	5	4
Թամիլ Նադու	4	8	3
Գուջարատ	5	4	6
Ասսամ	6	10	15
Ութթար Փրադեշ	7	11	8
Անդիրա Փրադեշ	8	9	10
Կարնատակա	9	6	7
Ռաջաստան	10	15	9
Փունջաբ	11	1	5
Օրիսսա	12	12	16
Հարյանա	13	2	13
Ջամմու եւ Քաշմիր	14	7	11
Մադիյա Փրադեշ	15	14	12
Բիհար	16	16	14

Աղբյուր՝ Բեսլի եւ Բուրջես (2001թ.):

Հնդկաստանի օրինակը համապատասխանում է վերջերս այլ երկրներում իրականացված ուսումնասիրություններին, որոնք ցույց են տալիս, որ լրատվամիջոցները կարող են ազդել քաղաքականության իրականացման վրա: Օրինակ՝ Յեյթսը եւ Ստրոուպը (2000թ.) դիտարկել են ԱՄՆ Շրջակա միջավայրի պաշտպանության գործակալության կողմից ընդունված վնասատուների դեմ կիրառվող թունաքիմիկատների վերաբերյալ որոշումները եւ պարզել են, որ գործկալությունն ավելի խիստ ստանդարտներ է սահմանել, երբ թերթերն անվտանգության վերաբերյալ ավելի շատ նյութեր են հրապարակել: Սա համապատասխանում է այն գաղափարին, որ լրատվամիջոցները կարող են փոփոխել խնդրի նկատելիությունը: Օգտագործելով Միացյալ Թագավորության տվյալները, Լարսինսը (2001թ.) գտել է, որ զանգվածային լրատվամիջոցներն ինչպես սահմանում են քաղաքացիների քաղաքական գիտելիքների չափերը, այնպես էլ ազդում են ընտրությունների արդյունքների վրա: Ստրյոմբերգը (2001թ.) հարաբերել է ԱՄՆ-ում «Նոր մոտեցման» ծախսերի եւ երկրում ռադիոընդունիչների սեփականատերերի վերաբերյալ տվյալները եւ պարզել այդ երկուսի միջեւ առկա դրական փոխկապակցվածությունը, որը ենթադրում է, որ ռադիոընդունիչների առավել քանակի տարածվածությունն ունեցող շրջաններն ավելի հաջողակ էին «Նոր մոտեցման» արդյունքում դրամական միջոցների ներգրավման հարցում:

Համաշխարհային տվյալներից վերցված փաստեր

Վերջերս հնարավոր է դարձել կիրառել կոռուպցիայի չափորոշիչները զանազան երկրների համար: Ըստ ընթացիկ տեսական քննարկման, մամուլի կողմից ավելի մեծ քանակի լուսաբանումը հարաբերակցվում է կոռուպցիայի փոքր ծավալի հետ: Աիրենդը (2001թ.) եւ Բրունետտին ու Վեդերը (1999թ.) այս ուղղությամբ հետազոտություններ են կատարել եւ համաշխարհային տվյալներում ի հայտ են բերել մամուլի ազատության չափանիշների եւ կոռուպցիայի հակադարձ հարաբերակցության գոյությունը: Սակայն նման հայտնագործություններով դժվար է պարզել այդ երկու ցուցանիշների պատճառահետեւանքային փոխազդեցությունը, քանի որ կոռումպացված իշխանությունները կարող են վերահսկողություն հաստատել լրատվամիջոցների նկատմամբ եւ այնուհետեւ առավել կոռումպացվել, այսինքն երկուսն էլ փոխշահագրգռված կլինեն՝ անկախ իրարից: Ավելի խորն ուսումնասիրելու համար մենք պետք է չափենք լրատվամիջոցների շուկայի այն առանձնահատկությունները, որոնք լրատվամիջոցների վերահսկողությունը շատ կամ քիչ հնարավոր են դարձնում, այսինքն՝ մենք պետք է չափենք գործարքների արժեքները, որոնք քննարկել են Բեսլին եւ Պրատը (2001թ.):

Խոստումնալից ուղղություններից մեկն ուսումնասիրում է Ջանկոփի եւ մյուսների կողմից (կներկայացվի հետագայում) հավաքված լրատվամիջոցների սեփականության վերաբերյալ տվյալները: Վստահելի է այն տեսակետը, որ լրատվամիջոցների պետական սեփականությունը նվազեցնում է դրանք վերահսկելու համար անհրաժեշտ ծախսերի չափը: Ելնելով այս գաղափարից՝ Ջանկոփը եւ մյուսները (կներկայացվի հետագայում) կարծում են, որ կոռուպցիան ավելի փոքր չափեր ունի այն երկրներում, որտեղ ավելի քիչ են պետական սեփականություն հանդիսացող թերթերը: Սակայն նրանք հեռուստատեսության առումով որեւէ ազդեցություն չեն գրանցել:

Օգտագործելով նույն տվյալները՝ Բեսլին եւ Պրատը (2001թ.) դիտարկել են նաեւ կոռուպցիան որպես հետեւանք: Օգտագործելով կոռուպցիայի վերաբերյալ տվյալների երեք զանազան աղբյուրներ՝ նրանք եկել են այն եզրակացության, որ կոռուպցիան բացասական փոխկապակցվածություն ունի լրատվամիջոցների օտարերկրյա սեփականատիրության հետ, հայտնագործություն, որը խոսում է ուսումնասիրությունների ժամանակ վերահսկման բազմաթիվ տարբեր փոփոխականների ընդգրկման անհրաժեշտության մասին: Բեսլիի եւ Պրատի կարծիքով այս հայտնագործու-

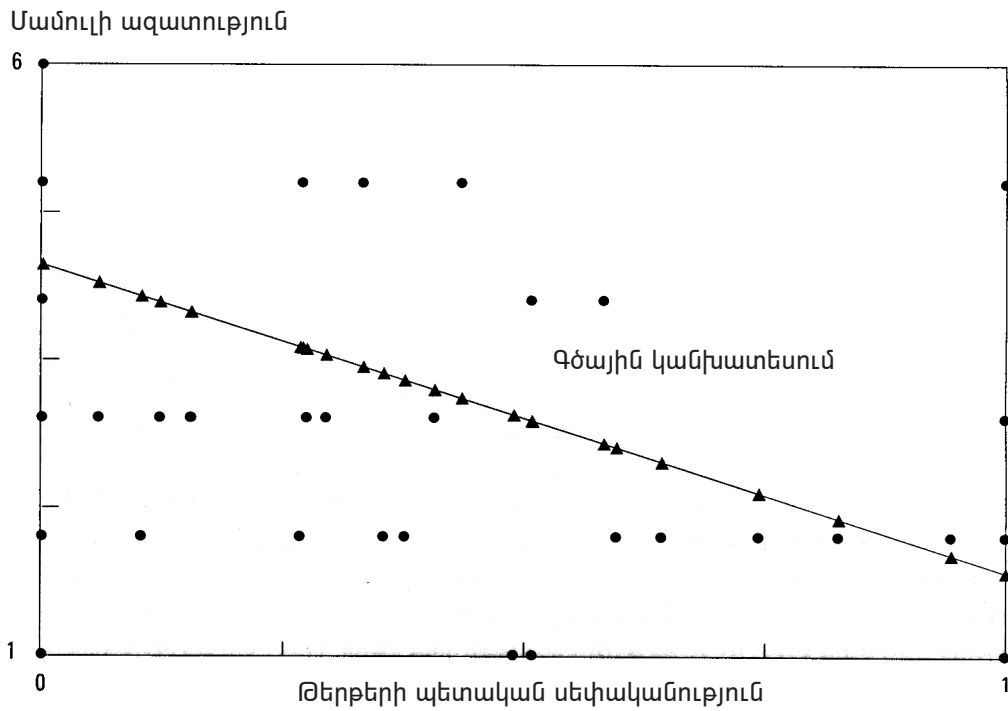
թյունը փաստում է, որ օտարերկրյա սեփականատիրությունը կարող է հարաբերվել այն գործոնների հետ, որոնք լրատվամիջոցներն ավելի արդյունավետ են դարձնում տեղեկատվության արտադրության առումով:

Ջանկովի և մյուսների (կներկայացվի հետագայում) ու Բեսլիի և Պրատի (2001թ.) հետազոտությունների արդյունքները մատնանշում են, որ կարիք կա ավելի ճիշտ հասկանալ այն իրողությունները, որոնցով պայմանավորված է լրատվամիջոցների նկատմամբ վերահսկողության հաստատումը: Ենպիսի կերպով լրատվամիջոցների վերահսկման աստիճանը չափելու կոպիտ միջոց է տեսնելը, թե արդյոք երկրի մամուլի ազատության գնահատականը Freedom House-ի 6 միավորանոց սանդղակով հավասար է կամ պակաս 2-ից: Այնուհետև մենք կարող ենք դիտարկել, թե երկրի լրատվամիջոցների շուկայի որ առանձնահատկություններն են զգալիորեն փոխներգործում այդ կերպով չափված լրատվամիջոցների վերահսկողության մակարդակի հետ: Դա անելու համար մենք օգտագործում ենք Ջանկովի և մյուսների (կներկայացվի հետագայում) տվյալները: Մասնավորապես, մենք կիրառում ենք երեք փոփոխականներ՝ օտարերկրյա սեփականության չափերը, պետական սեփականության չափերը և սեփականատիրության կենտրոնացվածության չափանիշը: Բեսլիի և Պրատի (2001թ.) տեսական կանխագուշակումների համաձայն, վերահսկողության հաստատումն ավելի հավանական է, եթե զերակշռում է թերթերի պետական սեփականությունը, և թերթերի սեփականությունն ավելի կենտրոնացված է: Վերջին փաստարկից բխում է, որ լրատվամիջոցների նկատմամբ վերահսկողության վրա ազդում է լրատվամիջոցների բազմաքանակությունը: Ի տարբերություն կոռուպցիայի դեպքի, օտարերկրյա սեփականությունը լրատվամիջոցների վերահսկման հավանականության վրա նշանակալի ազդեցություն չունի:

Բեսլին և Պրատը (2001թ.) նաև հարց են բարձրացրել, թե արդյո՞ք լրատվամիջոցների սեփականության և քաղաքական հետեւանքների միջև դիտարկված փոխհարաբերությունները տեղի են ունենում այն պատճառով, որ մասնավոր կամ օտարերկրյա սեփականությունը դրանք ավելի արդյունավետ են դարձնում, թե՞ այն պատճառով, որ պակաս ենթակա են դարձնում քաղաքական վերահսկմանը: Կիրառելով լրատվամիջոցների անկախությունը որպես ինստրումենտալ փոփոխական՝ կարելի է ստուգել, թե արդյոք լրատվամիջոցների սեփականությունը (չվերահսկվող լինելու պայմանով) ազդում է քաղաքական հետեւանքների վրա: Մասնավոր սեփականության դեպքում արդյունավետության ավելացում չի նկատվում: Մասնավոր լրատվամիջոցների դրական ազդեցությունն ի հայտ է գալիս միայն այն պատճառով, որ դրանց վերահսկման հավանականությունն ավելի փոքր է: Օտարերկրյա լրատվամիջոցների դեպքում տեսող խափանվում է, քանի որ հնարավոր չէ բացառել ինչպես արդյունավետության մեծացման, այնպես էլ վերահսկման հաստատման հնարավորությունները:

Դիագրամներ 3.1.-ը և 3.2.-ը այս հարաբերությունները ներկայացնում են գծագրի տեսքով: Դիագրամ 3.1.-ն արտահայտում է մամուլի ազատության և թերթերի պետական սեփականության չափի հարաբերակցությունը՝ օգտագործելով Ջանկովի և մյուսների (կներկայացվի հետագայում) ու Բեսլիի և Պրատի (2001թ.) տվյալները: Եթե մենք սահմանենք, որ մամուլը վերահսկվում է, երբ մամուլի ազատության գնահատականը 3 է կամ դրանից ցածր, ապա կարելի է կանխատեսել մամուլի նկատմամբ վերահսկողության սահմանումը: Դա կարելի է անել երեք փոփոխականների հիման վրա՝ թերթերի պետական սեփականություն, թերթերի օտարերկրյա սեփականություն և թերթերի սեփականության կենտրոնացում: Այնուհետև գծագրի տեսքով ներկայացնում ենք պետություններում ռիսկի միջազգային ձեռնարկի կողմից տրամադրված կոռուպցիայի ցուցանիշների և վերահսկողության սահմանման կանխատեսման մեր ցուցանիշների հարաբերակցությունը (դիագրամ 3.2.): Գծագրի դեպի վեր գնացող գիծն այժմ հասկանալի է դառնում՝ այն երկրները, որտեղ վերահսկման հավանականությունը մեծ է, ավելի կոռումպացված են: Չնայած արդյունքները մոտավոր են, սակայն դրանք ցույց են տալիս, թե ինչպես կարող են համաշխարհային տվյալները կիրառվել տեսական քննարկումների ժամանակ:

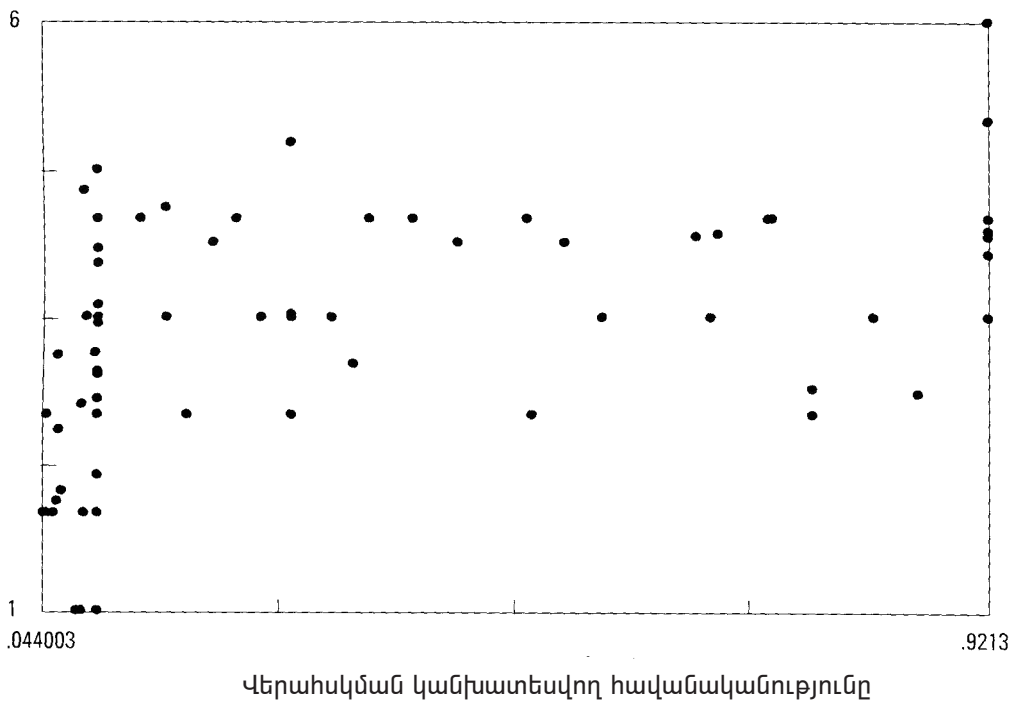
Դիագրամ 3.1. Մամուլի ազատությունը եւ թերթերի պետական սեփականությունը



Աղբյուր՝ հեղինակներ:

Դիագրամ 3.2. Կոռուպցիան եւ մամուլի վերահսկման կանխատեսվող հավանականությունը

Պետություններում ռիսկի միջազգային ձեռնարկի կոռուպցիայի չափանիշներ



Աղբյուր՝ հեղինակներ:

Ջանկովը եւ մյուսները (կներկայացվի հետագայում) նաեւ լույս են սփռում քաղաքականության նկատելիության փաստարկի վրա, քանի որ նրանք հայտնաբերել են, որ բարեկեցության եւ քաղաքականության մի շարք ցուցանիշներ դրական ազդեցության են ենթարկվում թերթերի պետական սեփականության ցածր հատվածի առկայության դեպքում: Եթե հաշվենք, որ սեփականության ձեւը փոխկապակցված է տեղեկատվության արտադրման գործընթացի որակի հետ, ինչը ճիշտ կլինի ասենք այն դեպքում, երբ շահույթ հետապնդող լրատվամիջոցը ավելի մեծ ներդրումներ կատարի կարելու նորությունային պատմությունների հետազոտման ոլորտում, ապա տվյալներում առկա քաղաքական գերակայությունների փոփոխությունը համապատասխանում է այն գաղափարի հետ, որ լրատվամիջոցների զարգացման արդյունքում փոփոխվում է խնդրի նկատելիությունը:

Եզրափակիչ դիտողություններ

Ամբողջ աշխարհում նկատելի է քաղաքացիների կարիքները հոգալու մասին իշխանությունների ավելի հաշվետու լինելու միտումը: Ներքին եւ միջազգային ոչ կառավարական կազմակերպություններից մինչեւ միջազգային ֆինանսական կազմակերպությունների մի շարք ներկայացուցիչներ պաշտպանում են այդ մոտեցումը: Չնայած հաշվետվության աստիճանը բարելավելու անհրաժեշտության վերաբերյալ լայն փոխհամաձայնություն գոյություն ունի, սակայն դրան հասնելու համար կիրառելի մեխանիզմների խնդիրը ամբողջովին պարզ չէ: Այս գլուխը դասակարգեց այն փաստերը, ըստ որոնց ազատ եւ անկախ մամուլը, ժողովրդավարական ինստիտուտների հետ համատեղ, կարող է իշխանություններին քաղաքացիների կարիքների նկատմամբ ավելի արձագանքող դարձնել: Քաղաքական կազմակերպությունների մոդելներն ապացուցեցին իրենց օգտակարությունը լրատվամիջոցների դերն ուսումնասիրելու խնդրում, քանի որ դրանք շեշտը դնում են քաղաքական գործընթացում տեղեկատվության կարելուության վրա: Մենք քննարկել ենք ազդեցության տարբեր շղթաները, որոնց միջոցով լրատվամիջոցները կարող են ազդել քաղաքական գործընթացի վրա՝ համաձայն այդ մոդելների: Այնուհետեւ մենք նշեցինք, որ այս մոդելները որոշակի փաստեր են տրամադրում, որոնք միմյանց են կապակցում ընտրական գործընթացը, լրատվամիջոցներին եւ իշխանությունների գործողությունները: Չնայած էմպիրիկ գրականությունը դեռ նոր է զարգանում, սակայն առկա տվյալներից կարելի է հստակորեն ենթադրել, որ լրատվամիջոցները զգալի դեր ունեն խաղալու քաղաքական կազմակերպություններում: Ճիշտ ըմբռնելը, թե ինչն է ստիպում իշխանություններին ավելի լավ ծառայել մարդկանց եւ ինչպես կարող է ինստիտուտների զարգացումը նպաստել այդ նպատակի իրականացմանը, սահմանում է քաղտնտեսության ասպարեզում ապագա աշխատանքի լայն ծրագիրը:

Մեր հիմնական եզրակացությունն այն է, որ ազատ եւ անկախ լրատվամիջոցները չպետք է դիտարկվեն որպես ճոխություն, որն իրենց կարող են թույլ տալ միայն հարուստ երկրները: Ընդհակառակը, մեր վերլուծությունները ենթադրում են, որ դրանք պետք է դիտարկվեն որպես ներկայացուցչական ժողովրդավարության ռեկվիզիտներ եւ անբաժանելի մաս: Այսպիսով գլխավոր հարցն այն է, թե ինչպիսի՞ բարեփոխումներ են անհրաժեշտ ուժեղացնելու համար լրատվամիջոցների դերը հաշվետվության ավելացման խնդրում: Այս առումով կենտրոնական է լրատվամիջոցների կարգավորման հարցը: Նախկինում, պետությունների մեծ մասը մամուլի եւ հեռարձակման վերաբերյալ ուներ արտադրությանը բնորոշ խոշորածավալ կանոններ: 1990-ականներին արդյունաբերական երկրները, ներառյալ Միացյալ Նահանգները եւ Եվրամիության անդամները, լրատվամիջոցների կարգավորման հիմքում ընկած գա-

ղափարների առումով զգալի առաջընթաց ապրեցին: Նոր մոդելը նախատեսում է, որ լրատվամիջոցները պետք է առաջնորդվեն նույն հիմնական մրցակցային քաղաքականության սկզբունքներով, որոնք վերաբերում են չմիջամտելու քաղաքականության հիման վրա գործող այլ արտադրություններին, բացառությամբ այն դեպքերի, երբ բացահայտորեն տուժում է սպառողների բարեկեցությունը: Սա հանգեցրեց լրատվամիջոցներին բնորոշ այնպիսի կանոնների վերացմանը, ինչպիսիք են սեփականության, կենտրոնացվածության եւ գների վերաբերյալ սահմանափակումները: Ինչեւէ, քաղաքական դիտորդի իրենց դերից ելնելով լրատվամիջոցները տարբերվում են այլ արտադրություններից: Սպառողների բարեկեցությունը, որը սահմանվում է որպես հաճախորդների (լսարան եւ գովազդ պատվիրողներ) շահեր, սահմանափակող հասկացություն է այն առումով, որ այն հաշվի չի առնում արտադրության ազդեցությունը ընտրողների բարեկեցության վրա: Այս ոլորտում ապագա հետազոտությունները պետք է վերագնահատեն առկա կարգավորման համակարգերը այս նոր լույսի ներքո:

Գրականություն

«Processed» բառը նկարագրում է այն պաշտոնապես վերարտադրված աշխատանքները, որոնք կարող են սովորական եղանակով գրադարաններում, հասանելի չլինել:

Arend, Rudiger. 2001. "Press Freedom, Human Capital, and Corruption." London School of Economics, London. Processed.

Barro, Robert. 1973. "The Control of Politicians: An Economic Model." *Public Choice* 14 (Spring): 19-42.

Besley, Timothy, and Robin Burgess. 2001. "Political Agency, Government Responsiveness, and the Role of Media." *European Economic Review* 45 (4-6): 629-40.

———. Forthcoming. "The Political Economy of Government Responsiveness: Theory and Evidence from India." *Quarterly Journal of Economics*.

Besley, Timothy J., and Anne C. Case. 1995. "Does Political Accountability Affect Economic Policy Choices? Evidence from Gubernatorial Term Limits." *Quarterly Journal of Economics* 110(3): 769-98.

Besley, Timothy, and Andrea Prat. 2001. "Handcuffs for the Grabbing Hand? Media Capture and Political Accountability." London School of Economics, London. Processed.

Brunetti, Ayo, and Beatrice Weder. 1999. "A Free Press Is Bad News for Corruption." University of Basel, Basel, Switzerland. Processed.

Djankov, Simeon, Caralee McLeish, Tatiana Nenova, and Andrei Shleifer. Forthcoming. "Who Owns the Media?" *Journal of Law and Economics*.

Downs, Anthony. 1957. *An Economic Theory of Democracy*. New York: HarperCollins.

Dreze, Jean, and Amartya Sen. 1989. *Hunger and Public Action*. Oxford, U.K.: Clarendon Press.

Ferejohn, John. 1986. "Incumbent Performance and Electoral control." *Public Choice* 50 (1-3): 5-25.

Larcinese, Valentino. 2001. "Information Acquisition, Ideology, and Turnout: Theory and Evidence from Britain." London School of Economics, London. Processed.

Persson, Torsten, and Guido Tabellini. 2000. *Political Economics: Explaining Economic Policy*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

Przeworski, Adam, Susan C. Stokes, and ernard Manin, eds. 1999. *Democracy, Accountability, and Representation*. Cambridge, U.K.: Cambridge University Press.

Ram, N. 1991. "An Independent Press and Anti-Hunger Strategies: The Indian Experience." In J. Dreze and A.Sen, eds., *The Political Economy of Hunger*, vol. 1. Oxford, U.K.: Oxford University Press.

Sen, Amartya. 1984. "Food Battles: Conflicts in the Access to Food." *Food and Nutrition* 10 (1): 81-89.

Strömberg, David. 2001. "Radio's Impact on the New Deal." Department of Economics, Institute of International Economic Studies, Stockholm. Processed.

World Bank. 1997. *World Development Indicators*. Washington, D.C.

Yates, Andrew J., and Richard L. Stroup. 2000. "Media Coverage and EPA Pesticide Decisions." *Public Choice* 102: 297-312.

4

Լրատվամիջոցները եւ շուկաները Միացյալ Նահանգներում

Էդվարդ Ս. Յերման

Արդյոք լրատվամիջոցները աջակցո՞ւմ են շուկաներին: Իհարկե, պրակտիկորեն յուրաքանչյուր երկրում գոյություն ունեն գանազան լրատվամիջոցներ, ինչպես նաեւ խոշոր տարբերություններ գանազան երկրների լրատվամիջոցների կառուցվածքների միջեւ (նաեւ տարբերություններ իշխանությունների եւ շուկաների հետ լրատվամիջոցների փոխհարաբերություններում): Այսպիսով կարելի է ենթադրել, որ լրատվամիջոցների վերաբերմունքը դեպի շուկաները կարող է համապատասխանաբար տարբեր լինել ինչպես երկրի ներսում, այնպես էլ տարբեր երկրների միջեւ: Միաժամանակ, վերջին տասնամյակներում կառավարությունների կողմից հովանավորվող, իսկ երբեմն էլ կառավարություններին պատկանող կամ նրանց կողմից վերահսկվող ոչ առետրային լրատվամիջոցների առետրային, գովազդներով ֆինանսավորվող լրատվամիջոցների փոխակերպման աճող միտում է նկատվել: Ակնհայտ է նաեւ դեպի կենտրոնացումը եւ կոնգլոմերացիան ուղղված կայուն միտումը՝ երկրների միջեւ ավելի խոշոր գործարքների եւ լրատվամիջոցների այս մասնավոր հատվածի վերահսկման հետ համատեղ (տես՝ Բաղդիկյան, 2000թ., Յերման եւ ՄակՉեսնի, 1997թ., ՄակՉեսնի, 1999թ.):

Այս միտումներն ամբողջ աշխարհում լրատվամիջոցների կառուցվածքը եւ արտադրանքն ավելի միատեսակ են դարձրել, քան նախկինում՝ մասամբ այնպիսի հայտնի աղբյուրներից, ինչպիսիք են «CNN»-ը, «BBS»-ն եւ «Նյուս քորփորեյշն»-ը եւ դրանց դուստր ձեռնարկությունները, դեպի արտասահման ուղղվող տեղեկատվության հոսքի, մասամբ այլ երկրներում սեփականության եւ միությունների աճի, եւ մասամբ էլ այն պատճառով, որ կոմերցիալիզացիան եւ մրցակցությունը ստիպել են միատեսակ դարձնել լրատվամիջոցների արտադրանքը, քանի որ դրանց ղեկավարները ձգտում են լայն լսարաններ գրավել եւ բավականություն պատճառել լրատվամիջոցների սեփականատերերին եւ գովազդատուներին: Այս միտումները Միացյալ Նահանգների ներքին լրատվամիջոցներն ավելի կենտրոնացված են դարձնում, իսկ մնացած երկրների լրատվամիջոցներին ստիպում են նմանվել Միացյալ Նահանգների լրատվամիջոցներին: ԱՄՆ լրատվամիջոցների համակարգն աշխարհում ամենահզորն է, եւ իր սահմաններից դուրս տարածումը հիմնականում կապված է նրա հեռուստակայանների, ինչպիսին «CNN»-ն է, կինոնկարների, հեռուստաշոունների, գովազդային գործակալությունների եւ արտասահմանում միությունների եւ սեփականության՝ դեպի այլ երկրներ զուգահեռ շարժման հետ: Նույնիսկ այն դեպքերում, երբ դեպի արտասահման աճը տեղի է ունենում ոչ Միացյալ Նահանգներում, ինչպես օրինակ «Brazilian Globo»-ի եւ «Mexican Televisa»-ի կողմից իսպանալեզու հեռուստասերիալների եւ այլ ծրագրերի արդյունավետ արտադրության եւ վաճառքի դեպքում,

այն խստորեն հետեւում է ԱՄՆ մոդելին (Յերման եւ ՄակՉեսնի, 1997թ., գլուխ 7, Ստրաուբհար, 1996թ., էջ 225):

Գլոբալ համակարգում ԱՄՆ լրատվամիջոցների կենտրոնական դերի, դրանց աշխատանքային ոճ սահմանող բնույթի եւ աշխարհի ամենազարգացած, գլխավորապես՝ առեւտրային համակարգը, որտեղ կոմերցիալիզացիոն ավելի ու ավելի կարելու է դառնում, ներկայացնելու պատճառով այս գլխում կուսուճանասիրվեն Միացյալ Նահանգներում լրատվամիջոցների եւ շուկաների միջեւ փոխհարաբերությունները:

Շուկայական ուղղվածության գովաբանման մոդել

Այնտեղ, որտեղ լրատվամիջոցների հիմնական մասը մասնավոր է եւ համարյա ամբողջապես ֆինանսավորվում է առեւտրային գովազդների միջոցով, ինչպես Միացյալ Նահանգներում, լրատվամիջոցներն իրենք շուկայի անդամներն ու մասնակիցներն են: Նրանց վերաբերմունքը դեպի շուկաները, բնականաբար, հիմնականում ձեւավորվում է ելնելով այդ փաստից: Այս առումով խնդիրը «շուկայի» ճշգրիտ նշանակությունը սահմանելն է: Դա կարող է նշանակել ազատ եւ բացարձակապես մրցակցային շուկա, դա կարող է պարզապես նշանակել մասնավոր սեփականություն՝ մրցակցային կամ մենաշնորհային, կամ էլ դա կարող է նկարագրել շուկայական գործընթացի գլխավոր մասնակիցների նախընտրությունները: Այս վերջին նշանակությունը սովորական է դարձել ամենօրյա խոսակցական լեզվում, երբ շուկա ասելով հասկանում են շուկայում որեւէ կարծիքի շուրջ համաձայնություն, որն, օրինակ, կարող է բարեհաճ լինել որեւէ արժեթղթի նկատմամբ կամ անբարյացակամ՝ կառավարության որոշակի գործողության նկատմամբ: Մարդիկ հաճախ ասում են, որ ներկայումս շուկան վերահսկում է ազգային քաղաքականությունը՝ ֆինանսական կապիտալի փախուստի կամ հնարավոր անբարենպաստ ներդրումային որոշումների սպառնալիքի պատճառով, երբ քաղաքականությունն ազդեցություն է թողնում շուկայի արդյունքների վրա¹: Այս իմաստով, շուկա ասելով հասկանում ենք շուկայի ֆինանսական եւ այլ կարելու մասնակիցների կոլեկտիվ կամ ընդհանուր գործողություններ եւ նախընտրություններ:

Այս սահմանման դեպքում, շուկան ինքնին կնպաստի մասնավոր սեփականությանը, սակայն պակաս վստահությամբ կարելի է ասել, որ այն բարենպաստ կլինի ազատ եւ բացարձակապես մրցակցային շուկաների համար: Դա կարող է կախված լինել առկա պայմաններից: Օրինակ՝ չնայած արտոնագրերի եւ հեղինակային իրավունքների տեսքով մտավոր սեփականության իրավունքները կարող են արդարացվել տեխնոլոգիական առաջընթացի խրախուսման առումով, սակայն դրանք բացահայտորեն խոչընդոտում են առեւտրի ազատությանը եւ ենթակա են պոտենցիալ չարաշահման՝ չափից ավելի մեծ մենաշնորհային ժամկետներ տրամադրելու, հասարակությունում արդեն առկա արժեքների հնարավոր արտոնագրման եւ նման այլ պատճառներով: Ինչպես, Միացյալ Նահանգներում այս մենաշնորհային իրավունքները խոչորանում են եւ հետապնդվում են դեղագործական եւ այլ արդյունաբերությունների հզոր կորպորատիվ շահերի կողմից, եւ այս շուկայի աջակցությունը ստանալով, լրատվամիջոցների հիմնական մասը չի առարկում ազատ առեւտրի սահմանափակմանը կամ խրախուսում է դրա չափերի վերաբերյալ զգալի հասարակական քննարկումները:

Մեկ այլ օրինակ՝ 2001-2002թթ.-ին ԱՄՆ պողպատի արդյունաբերությունը, գտնվելով ծանր դրության մեջ եւ ենթարկվելով էժան օտարերկրյա մրցակցության ազդեցությանը, նպաստեց պրոտեկցիոնիզմին (համենայն դեպս պողպատի առումով) եւ

¹ Ինչպես ասել է «Citicorp»-ի նախկին գլխավոր տնօրեն Ուոլտեր Վրիստոնը. «Հարյուրավոր առեւտրային գրասենյակներում ավելի քան 200 000 համակարգչային մոնիտորներ (որոնք) քվեարկում են ելնելով առկա (որոշակի քաղաքական) գործընթացների նկատմամբ իրենց տեսակետներից՝ գնելով կամ վաճառելով: Այս շուկան խստորեն կանոնակարգված է:» (Վրիստոն, 1993թ.)

կառավարությանը համոզեց ավելացնել մաքսերը՝ ներմուծումը սահմանափակելու նպատակով (Մարշ եւ Ալդեն, 2001թ., Մեթյուս, 2001թ.): Նմանապես, 1980-ականներին ԱՄՆ ավտոմեքենաների արդյունաբերությունը լրջորեն վտանգված էր ճապոնական մրցակցության պատճառով, եւ այն իր քաղաքական ուժը կիրառելով ոչ պաշտոնական քվոտայի համակարգ ներմուծեց, ինչը սահմանափակեց ճապոնական ներմուծումը եւ պաշտպանեց ներքին արտադրությունը: Այս դեպքերում ֆինանսական շրջանակները եւ առաջատար լրատվամիջոցները նույնպես լուռ էին, հաղորդում էին նվազագույն քանակի տեղեկատվություն, այլ ոչ թե մատնանշում էին կամ ակտիվորեն բողոքում ազատ առեւտրի հիմնական սկզբունքների այս ակնհայտ խախտման դեմ: Ի հավելումն դրա, այն դեպքերում, երբ օտարերկրյա մրցակցությունը լայն շրջանակներ ունի եւ նաեւ որոշակի գերակայություն՝ նոր ստեղծված ներքին թույլ արտադրության նկատմամբ, շուկայում կարող է փաստացի համաձայնություն լինել, որ պրոտեկցիոնիզմը բխում է ազգային շահերից: Ինչեւէ, երբ ազգային արդյունաբերությունը եւ ֆինանսները մրցակցային առավելություններ ունեն գործունեության լայն շրջանակներում եւ ազատ առեւտուրն ու օտարերկրյա ներդրումների համար բարենպաստ հնարավորությունները ծառայում են նրանց շահերին, ապա հավանական է, որ շուկան կաջակցի «ազատ առեւտրին» եւ կընդդիմանա պրոտեկցիոնիզմին՝ նշված օպորտունիստական բացառություններով (Դյուբոֆ, 1989թ., էջ 55-56, 152, 165-66, Շումպետեր, 1954թ., էջ 397-406):

Այն դեպքերում, երբ շուկան նպաստում է ազատ առեւտրին եւ ընդդիմանում է պրոտեկցիոնիզմին, աշխատավորները եւ ընդհանուր հասարակությունը կարող են այլ տեսակետներ ունենալ: Յենց այդպես էլ եղավ Յուսիսային Ամերիկայի ազատ առեւտրի պայմանագրի (NAFTA) վերաբերյալ ԱՄՆ-ում քննարկումների ժամանակ 1993 եւ 1994թթ. եւ ավելի ուշ՝ Առեւտրի համաշխարհային կազմակերպության (ԱՀԿ) գործողությունների եւ պլանների վերաբերյալ տարածայնությունների դեպքում: Հասարակական կարծիքի հարցումները 1993 եւ 1994 թթ.-ին, օրինակ, ցույց տվեցին, որ հասարակության մեծամասնությունը դեմ է «NAFTA»-ին (քաղաքացիների կարծիքների հարցման վերաբերյալ լրատվամիջոցների վերաբերմունքի մանրամասների համար տես՝ Յերման, 1999թ., գլուխ 14), մինչդեռ էլիտար կարծիքը եւ, բնականաբար, շուկան կողմ էին դրան: Միացյալ Նահանգների առաջատար լրատվամիջոցները նույնպես կողմ էին դրան, այնպես որ այս կարեւոր, եւ իհարկե ոչ առանձնահատուկ, դեպքում կարելի է ասել, որ լրատվամիջոցները աջակցում էին շուկային երկակի իմաստով՝ աջակցելով պայմանագրին, որն ընդլայնում էր շուկաները եւ սահմանափակում կառավարության դերը տնտեսական գործունեության մեջ, ինչպես նաեւ աջակցելով շուկայական կարծիքի նախընտրություններին:

Քանի որ հասարակությունն ընդհանուր առմամբ թշնամաբար էր տրամադրված «NAFTA»-ի նկատմամբ, ապա հարց է առաջանում. իսկ ու՞մ շահերին էին ծառայում լրատվամիջոցները: Մյուս հարցն այն է, թե արդյո՞ք լրատվամիջոցներն այդ խնդիրը ազնվորեն եւ օբյեկտիվորեն էին լուսաբանում, ինչը տեսականորեն նրանց՝ հասարակական ոլորտի առաջնորդների դերն է. պետք է բավարար տեղեկատվություն տրամադրվի ժողովրդավարական ընտրություն կատարելու եւ ժողովրդավարական գործընթացներին հասարակության մասնակցությունն իրական դարձնելու համար:

«NAFTA»-ի խնդրում լրատվամիջոցների համակարծիքությունը շուկայի հետ կանխատեսելի էր: Ինչպես արդեն նշվել է, Միացյալ Նահանգների լրատվամիջոցների հիմնական մասը շուկայի մասնակիցներ են, այնպես որ, օրինակ, եթե նրանք բիզնեսներ են, որոնք աշխատուժ են վարձում եւ գործ են ունենում արհմիությունների հետ (եւ հաճախ փորձում են հեռու վանել դրանց), ապա նրանք ի սկզբանե հակոտնյա հարաբերությունների մեջ են գտնվում աշխատուժի հետ²: Սա կառուցվածքային

2 «Վաշինգտոն փոստ»-ը, «Նյու Յորք թայմսը», «Նայթ-Ռիդերը», «Գամբլը» եւ մյուսները երկար տարիներ աշխատուժի հետ լուրջ հակամարտություններ են ունեցել (տես՝ Պունտե, 1992թ.):

փաստ է, որը հիմնականում կազդի լրատվամիջոցների սեփականատերերի եւ գլխավոր ղեկավարության վերաբերմունքի վրա, իսկ դրանք այն մարդիկ են, որոնք վերահսկում են այդ կազմակերպությունները, աշխատանքի են ընդունում անձնակազմին եւ սահմանում են այն ուղիները, որոնցով պետք է առաջ շարժվեն լրատվամիջոցները: Նկատելի է, որ 1993թ.-ին «NAFTA»-ի վերաբերյալ տարակարծությունների ժամանակ եւ «Նյու Յորք թայմս»-ը (նոյեմբերի 16), եւ «Վաշինգտոն փոստ»-ը (սեպտեմբերի 23) խմբագրական հոդվածներ տպագրեցին, որոնք քննադատում էին պայքարի արդյունքների վրա ազդելու կազմակերպված աշխատուժի փորձերը՝ ասելով, որ դա սխալ է, եւ որ աշխատուժը պետք է իմանա իր տեղը: Նրանք չհրապարակեցին օրենսդրական արդյունքների վրա ազդելուն ուղղված բիզնեսի ջանքերի կամ նույնիսկ քննարկումներին Մեքսիկայի կառավարության միջամտության (որն արտահայտվեց Միացյալ Նահանգներում հասարակական կապերի առումով կատարված 30 մլն ԱՄՆ դոլարի ծախսերով) համեմատական քննադատությունը:³

Այն ուժերը, որոնք ազդում են լրատվամիջոցների վերաբերմունքի վրա այս տեսակ խնդիրների ժամանակ, կարելի է դասակարգել մի մոդելի կամ համակարգի մեջ, որը կենտրոնանում է լրատվամիջոցների կառուցվածքի ու փոխհարաբերությունների վրա եւ արտահայտում է լրատվամիջոցների ինտեգրացիոն շուկայական համակարգի եւ քաղաքատնտեսության մեջ: Հերմանի եւ Չոմսկիի (2002թ., գլուխ 1) հրապարակման մոդելը փորձում է դա անել՝ նշելով հինգ գործոններ, որոնք մեծապես ազդում են լրատվամիջոցների խմբագրական տեսակետների եւ նորությունների ընտրության վրա: Դրանք են՝ ա) սեփականությունն ու վերահսկողությունը եւ հիմնական ուղղվածությունը, բ) գովազդողների միջոցով ֆինանսավորումը, գ) աղբյուրների ընտրությունը, դ) քննադատական մոտեցումները, ե) գաղափարախոսությունը:

Սեփականությունն ու վերահսկողությունն եւ հիմնական ուղղվածություն

Միացյալ Նահանգների առաջատար լրատվամիջոցները մասնավոր են եւ վերահսկվում են հարուստ անհատների կամ այլ կորպորացիաների կողմից: Լրատվամիջոցները փաստորեն հանձնակատարի պարտականություններ ունեն իրենց սեփականատերերի նկատմամբ հիմնական ուղղվածությունը պահպանելու առումով, ինչը կարող է իրականում հակասել ցանկացած հասարակական ծառայության տեսական պարտականությանը: Այսպիսով, հեռարձակողները չեն կատարում նախկինում տրված իրենց խոստումները՝ ներկայացնել հասարակական ծրագրեր, քանի որ գովազդների եւ գովազդողների կողմից զվարճալի ծրագրերի նախընտրության աճի հետեւանքով նրանք տեղեկատվական եւ այլ քաղաքական լուսաբանման հաղորդումները պարբերաբար փոխարինում են զվարճալի ծրագրերով (տես՝ Հերման եւ ՄակՉեսնի, 1997թ., գլուխ 5, եւ այնտեղ նշված աղբյուրները):

Մասնավոր սեփականատերերը, հատկապես խոշոր լրատվամիջոցներինը, առավել հավանական է, որ բարեհաճ լինեն այն շուկաների նկատմամբ, որոնց մասն են կազմում իրենք եւ որոնցից իրենք խոշոր օգուտներ են ստանում: Որոշակի տարակարծություններ կան լրատվամիջոցների ուղղվածության եւ գործունեության վրա սեփականատերերի ազդեցության չափի վերաբերյալ: Լավագույն դեպքում, նույնիսկ եթե լրատվամիջոցի բաժնետոմսերը լայն շրջանակի ձեռքում են, ղեկավարությունը խիստ ճնշման կենթարկվի հիմնական ուղղվածության վրա կենտրոնանալու առու-

3 «NAFTA»-ի խնդրում ԱՄՆ բիզնես-արշավի մեծ ազդեցության եւ այդ արշավին Քլինթոնի վարչակազմի մասնակցության համար տես՝ ՄակՎրթուր (1999թ.):

մով: Սա ինքնին ունի քաղաքական ենթատեքստ, քանի որ նման կենտրոնացվածությունը ենթադրում է գովազդողների պահանջների բավարարում, հարաբերությունների զարգացում առաջատար տեղեկատվական աղբյուրների հետ եւ այլ հզոր հովանավորների հետ հակամարտություններից խուսափում: Լրատվական կազմակերպությունները այս կամ այլ պատճառներով միշտ ունեն պատրաստի քաղաքականություն, որն ազդում է տնտեսական եւ այլ խնդիրների նկատմամբ իրենց վերաբերմունքի վրա:

Կարելի է լրատվամիջոցների սեփականատերերն ունեն հստակ, խիստ քաղաքական հայացքներ, որոնք նրանք տարածում են իրենց լրատվամիջոցների վրա⁴, եւ երբեմն փորձը ցույց է տալիս, որ շատ ավելի քիչ գաղափարական հայացքներ ունեցող սեփականատերեր հստակ եւ շարունակական ազդեցություն են ունենում լրատվամիջոցների կոմից քաղաքականության ընտրության խնդրում⁵: Փաստագրված են նաեւ մի կողմից խոշորագույն լրատվամիջոցների սեփականատերերի եւ ղեկավարների, իսկ մյուս կողմից ԱՄՆ նախագահների եւ Պետդեպարտամենտի, Կենտրոնական հետախուզական վարչության (ԿԴՎ) եւ Պենտագոնի պաշտոնյաների միջեւ սերտ կապերը եւ փոխադարձ ծառայությունները⁶:

Չնայած սեփականատիրական ազդեցության վերաբերյալ առկա մեծ քանակի փաստերին, հաճախ դա ընթացքում դժվար է լինում ապացուցել: Սովորաբար հասանելի են լինում միայն նախորդ տարիների վերաբերյալ անվիճելի փաստարկները: Առավել հավանական է, որ քաղաքականությունը ներքին շրջանակներ փոխանցվի նուրբ ճանապարհներով՝ աշխատանքի ընդունելով այնպիսի գլխավոր խմբագիրների, որոնք համապատասխանում են սեփականատիրոջ ընդհանուր հայացքներին կամ նրբանկատ են նրանց պահանջների նկատմամբ, լրագրողների քաղաքական կողմնակալությամբ ընտրության, առաջխաղացման եւ աշխատանքից ազատման միջոցով⁷ եւ նյութերի ընտրության, շեշտադրումների եւ ոճի վերաբերյալ խմբագրական

4 Հայտնի դեպքերից են՝ Չեմրի Լյուսի եւ նրա «Թայմ»-«Լայֆ»-«Ֆորչուն» կայսրությունը, Չերստի մամուլը, գնդապետ Ռոբերտ ՄակԿորմիկը եւ «Չիկագո Թրիբյուն»-ը, Ուոլլեսների ընտանիքի «Ռիդերս Դայջեսթ»-ը, Վիլյամ Նոուլենդսի «Օքլենդ քրիբյուն»-ը, Ռուպերտ Մերդոկի մամուլն ու հեռուստակայանները, Մունի կողմից ֆինանսավորվող «Վաշինգտոն քայնս»-ը, Ուոլտեր Ամենբերգի «Ֆիլադելֆիա ինքուայերեր»-ը եւ Կոպլիի թերթերը:

5 Թյորներ Քեթլիջը, «Նյու Յորք քայնս»-ի 17 տարվա խմբագիրը, նշել է, որ թերթի գլխավոր սեփականատերը՝ Արթուր Չեյն Սուլցբերգերը, սովորություն ուներ «իրապարակայնորեն արտահայտել իր հավանություններն ու դժկամությունները», եւ որ «նա փնտրում էր այնպիսի ղեկավարների, որոնք կիսում էին իր հիմնական տեսակետները, եւ խոսքով ու գործով փորձում էր թերթի համար ուղղություն սահմանել» (Քեթլիջ, 1971թ., էջ 189): Ավելի ուշ, երբ Ա. Մ. Ռոզենտալն էր «Թայմս»-ի գլխավոր խմբագիրը, նա թերթին տվեց հստակ քաղաքական կառուցվածք, ինչը ամբողջապես համապատասխանում էր իրատարակչի՝ Արթուր Օքս Սուլցբերգերի քաղաքական նախընտրություններին (տես՝ Չեմրան, 1999թ., գլուխ 6-8): Նմանատիպ եզրահանգումներ կարելի է անել «Վաշինգտոն փոստ»-ի (Դեվիս, 1984թ., Հալբերշտամ, 1981թ.), «CBS»-ի (Հալբերշտամ, 1981թ., Փեյփր, 1987թ.) եւ «Լոս Անջելես քայնս»-ի պատմություններից (Հալբերշտամ, 1981թ.):

6 «Նյու Յորք Թայմս»-ի եւ «Ուոլ Սթրիթ Ջորնալ»-ի միջեւ կապերի համար տես՝ Չեմրան (1999թ., գլուխներ 6-9): Դեվիդ Սարնովը, «RCA»-ի եւ «NBC»-ի ղեկավարը, երկրորդ համաշխարհային պատերազմի ժամանակ զինված ուժերում ծառայության քարոզման համար ստացավ բրիգադի գեներալի կոչում: 1940-ականների վերջին նա ղեկավարում էր «Զինված ուժերի հաղորդակցության միություն» կազմակերպությունը, որտեղ նա ներկայացնում էր Սառը պատերազմի քարոզման բազմաթիվ թեմաներ (տես՝ Լայոնս, 1966թ., էջ 270-71): «Պալեյ»-ի եւ «CBS»-ի կառավարության եւ ԿԴՎ-ի հետ լայն կապերի համար տես՝ Հալբերշտամ (1981թ.), Փեյփր (1987թ., էջ 303-4) եւ Սքորր (1987թ., էջեր 204, 275-ից մինչեւ վերջ): Պաշտոնների փոփոխությունները կառավարության եւ լրատվամիջոցների բարձրագույն ղեկավարության միջեւ ծայրահեղ ակտիվ է: Նախագահ Էյզենհաուերի մամուլ քարտուղար Ջեյմս Հագերտին դարձավ «ABC News»-ի ղեկավարը: Ռեյգանի Սպիտակ Տան լրատվական անձնակազմի անդամ Դեվիդ Գերգենը առաջատար խմբագրի պաշտոն զբաղեցրեց «Նյուս ընդ Ուորլդ ռիփորթ»-ում: Էդվարդ Բարետը ազատվեց պետքարտուղարի հասարակական կապերի գծով տեղակալի պաշտոնից՝ «NBC»-ում աշխատելու համար: Մինչեւ պետդեպարտամենտում աշխատելը նա «Նյուսուիք»-ի խմբագրական տնօրենն էր: «Վաշինգտոն փոստ»-ի եւ կառավարության ու ԿԴՎ-ի միջեւ կապերի համար տես՝ Դեվիս (1984թ.):

7 Ըստ Դեվիսի (1984թ., էջ 302), «Վաշինգտոն փոստ»-ում ղեկավար աշխատանքի ընդունվելու համար անցկացվող հարցազրույցում հրատարակիչ Կատերին Գրեհենը Բեն Բրեդլիին հարցրեց, թե ինչպես է վերջինս պատրաստվում լուսաբանել Վիետնամի պատերազմը, որին ինքը շարունակաբար աջակցում էր: «Բրեդլին պատասխանեց, որ ինքը չգիտի, սակայն նա աշխատանքի չի ընդունի «ոչ մի շան որդի» լրագրողի, որը հայրենասեր չէ»:

հրահանգներով, որոնք ստորադասներին տեղյակ են պահում, թե ինչ է իրենցից սպասվում (Տես՝ Բրիդ, 1955թ., Սոլոսկի, 1989թ.):

Սեփականատիրոջ կամ խմբագրի քաղաքականության եւ պարզապես շահույթի հետապնդման միջեւ հավասարապես կարելու տարբերակման խնդիրը բավականին դժվարին է: Այնինչ, ինչպես նշվել է, խստորեն շահութաբերության վրա կենտրոնանալու որոշումն ինքնին կարելու եւ պահպանողական քաղաքական որոշումն է: Կարելի է տարբերակել հստակ եւ նպատակամղված քաղաքական գիծը եւ նախատեսված քաղաքականությունը, որի դեպքում սեփականատերը, որը ցանկանում է առավելագույն շահույթ ստանալ, հետեւում է հիմնական աղբյուրների կողմից թելադրված ուղղությանը, որն ավելի էժան («արդյունավետ») կլինի եւ չի վիրավորի հզոր ուժերին:

Գովազդ

Լրատվամիջոցների հիմնական մասն իր գործունեության առումով մեծ կախվածություն ունի գովազդներից, որոնց ֆինանսավորումը կազմում է 70 տոկոս՝ թերթերի համար, մինչեւ 95 տոկոս՝ հեռուստակայանների համար: Գովազդողները լրատվամիջոցների վրա ազդում են ոչ թե կոպիտ ներխուժելով նրանց գործերի մեջ, ինչը համեմատաբար հազվադեպ է պատահում, այլ գովազդ պատվիրելով այնպիսի ծրագրերում, որոնք նպաստում են իրենց առեւտրային քաղաքականությանը, ինչպես նաեւ բիզնեսի դեմ հաղորդումների նկատմամբ թշնամական տրամադրվածությամբ⁸: Գովազդային բիզնեսի համար մրցակցությունը հզոր ուժ է, որը լրատվամիջոցներին ստիպում է իրենց ծրագրերը եւ գործունեությունն այնպես կազմակերպել, որպեսզի բավարարվեն եկամտի այս հիմնական աղբյուրների պահանջները (տես՝ Բարնոու, 1978թ.): Գովազդողների նախատիմքին արժանանալուց խուսափելը լրատվամիջոցների ղեկավարների հիմնական խնդիրներից մեկն է (տես «Նախատիմք» հատվածը):

Աղբյուրների ձեռք բերում

Խոշոր լրատվամիջոցները կարիք ունեն նորությունների կայուն եւ վստահելի աղբյուրների, որոնք կարելի է ձեռք բերել հիմնականում այլ խոշոր կառավարական կամ բիզնեսի կազմակերպություններում: Ֆիշմանը (1980թ., էջ 143) սա անվանում է «բյուրոկրատական համանմանության սկզբունք». միայն այլ բյուրոկրատները կարող են բավարարել նորությունների նկատմամբ բյուրոկրատիայի էլակետային կարիքները»: Այս փոխադարձ կախվածությունից եւ ծառայություններից բխող սիմբիոտիկ փոխհարաբերությունները խոշոր ոչ լրատվական կազմակերպություններին նորությունները կազմավորելու հնարավորություն են տալիս, եւ կառավարական եւ խոշոր բիզնեսի կազմակերպությունները միտված են աջակցելու շուկաներին, չնայած որոշակի քաղաքական խնդիրների վերաբերյալ բախումներ կարող են առաջանալ կառավարության եւ բիզնեսի կամ նույնիսկ բիզնեսի տարբեր կազմակերպությունների միջեւ, օրինակ՝ վերջերս տեղի ունեցած պրոտեկցիոնիստական քայլերի ձեռնարկման դեպքում, որոնք նպաստում էին պողպատ արտադրողների շահերին, երբ պողպատ օգտագործողները միանշանակորեն դեմ էին պրոտեկցիոնիզմին եւ կողմ՝ ազատ առեւտրին:

8 «Procter and Gamble»-ն ունի փաստաթղթորեն ամրագրված քաղաքականություն, որում ասվում է. «Մեր ծրագրերից ոչ մեկում չի լինի ոչ մի նյութ, որը կարող է որեւէ կերպ նշել, որ բիզնեսը սառն է, դաժան, հաշվի չի առնում զգացմունքները եւ հոգեւոր շարժառիթները»: Այդ ընկերությունն իր այս կարծիքում միայնակ չէ: Հավելյալ տեղեկատվության համար տես՝ Բադդիկյան (2000թ., էջ 155-73):

Նախատինք

Նախատինքը վերաբերում է նորությունների եւ լրատվամիջոցների առաջարկած այլ արդյունքների նկատմամբ բացասական արձագանքին, որը կարող է ընդունել բողոքի անհատական զանգերի եւ նամակների, կազմակերպված գործողությունների, ինչպիսիք են ցույցերը եւ բոյկոտները, հայցով դատարան դիմելու եւ նույնիսկ կոնգրեսում լսումների եւ կարգավորիչ գործողությունների ձեւեր: Նախատինքն ամենասպառնալի երեւույթն է լրատվամիջոցների համար եւ նրանց վարքագծի վրա ազդելու ամենաարդյունավետ միջոցը, երբ դա արտահայտվում է այնպիսի մարդկանց կամ կազմակերպությունների կողմից, որոնք կարող են լրատվամիջոցներին լուրջ վնաս պատճառել, ինչպես օրինակ գովազդողները, կազմակերպությունները եւ կառավարական մարմինները, որոնք կարող են այլևս չհովանավորել նրանց, նսեմացնել կամ նրանց դեմ ուղղված օրենքներ կամ օրինագծեր մշակել: Այսպես, երբ «CBS»-ը Պենտագոնի եւ նրա կապալառուների վերաբերյալ փաստագրական քննադատություն հրապարակեց («Պենտագոնի առեւտուրը», ցուցադրված 1971թ. փետրվարի 23-ին), «CBS»-ը ստիպված եղավ պաշտպանվել կոնգրեսի հանձնաժողովի լսումներում, ինչը բավականին սարսափեցնող երեւույթ էր «CBS»-ի համար եւ դաս` այլ լրատվամիջոցներին: Երբ «WNET» հասարակական հեռուստակայանը ցուցադրեց «Շահույթի սով» ծրագիրը, որը քննադատում էր անդրազգային կորպորացիաների վարքագիծը զարգացող աշխարհում, «Gulf & Western»-ը դադարեցրեց այդ հեռուստակայանի ֆինանսավորումը, եւ «Էկոնոմիստ»-ը («Յնդյու`դ, թե` հովվերգական երջանկություն») նշեց, որ «Մարդկանց մեծամասնությունը կարծում է, որ «WNET»-ն այլևս նույն սխալը չի կրկնի»:

Լրատվամիջոցներին լուրջ անհանգստություն պատճառող նախատինքը բխում է հիմնականում նույն խոշոր մարմիններից, ինչպիսիք են Պենտագոնը եւ նրա կապալառուները, «Gulf & Western»-ի նման ընկերությունները, եւ գովազդողները, որոնք տեղեկատվության կարելու աղբյուրներ են եւ նաեւ բարյացակամ են վերաբերվում շուկաներին: Նույնիսկ նախատինք արտահայտելու համար հատուկ ինստիտուտներ են ստեղծվել, ինչպիսիք են «Ճշգրտություն լրատվամիջոցներում» կազմակերպությունը, «Լրատվամիջոցների եւ հասարակական կապերի կենտրոն»-ը, «Ազատությունների տուն»-ը («Freedom House») եւ «Լրատվամիջոցների ինստիտուտ»-ը, որոնք հիմնականում ֆինանսավորվում են կորպորատիվ ընկերությունների կողմից: Իսկ վերջիններս քննադատում են լրատվամիջոցներին` ցանկացած ծագող պոպուլիստական միտումների համար եւ ստիպում են նրանց աջակցել ապակարգավորմանը, մասնավորեցմանը եւ ազդեցիկ արտաքին քաղաքականությանը:

Գաղափարախոսություն

ԱՄՆ գաղափարախոսությունը բխում է սեփականատիրության եւ բիզնեսի դասի հզորությունից եւ արդեն վաղուց բնութագրվում է որպես հակակոմունիստական, սեփականատիրական անհատապաշտության կողմնակից, մասնավոր ձեռնարկությունների եւ շուկաների առաքինության վերաբերյալ հավատի ջատագով, եւ բացասաբար տրամադրված կառավարության նկատմամբ, բացառությամբ օրենքի պահապանի եւ արտասահմանում բիզնեսի շահերին ծառայողի նրա դերի (Ջերման եւ Չոմսկի, 2002թ., Կացնելսոն եւ Կեսելման, 1979թ., գլուխ 2):

Գաղափարախոսության այս մասնիկներն ավելի հարազատ են բիզնեսի ներկայացուցիչների եւ վերնախավի, քան բանվորների եւ մյուսների համար, որոնք այս հավասարակշռված վիճակից նույնքան բացահայտ օգուտ չեն ստանում: Լրատվամիջոցների ղեկավարները, ինչպես նաեւ առաջատար լրատվական կազմակերպու-

թյունների լրագրողներից շատերն այդ վերնախավի անդամներն են (Կրոտո, 1998թ., Գանս, 1985թ.): Սոցիոլոգ եւ լրատվամիջոցների վերլուծաբան Գանսը (1979թ., էջեր 42-55) թվարկում է մի շարք ենթադրություններ, ինչպիսիք են «էթնոցենտրիզմը», «ալտրոնիստական ժողովրդավարությունը» եւ «պատասխանատու կապիտալիզմը», որոնք նա անվանում է նաեւ «մշտական արժեքներ», եւ կարծում է, որ ԱՄՆ լրագրողները դրանք ընդունում են որպես անվիճելի փաստեր: Նա այս ենթադրություններն ու արժեքներն անվանում է «ապագադափարախոսություն»: Կան փաստեր, որ շատ լրագրողների համար հավատը, որ ազատ ձեռնարկությունները եւ ազատ առեւտուրը դրական երեւոյթներ են, իսկ պետական ձեռնարկությունները եւ ազատ առեւտրի կարգավորումներն ու հարկադրանքը բացասական, ապագադափարախոսության կարեւոր մասնիկն է կազմում: Գաղափարախոսության եւ ապագադափարախոսության ուժերն այն գործոնների մի մասն են, որոնք միտված են լրագրողներին՝ շուկաների ծառայելու համար նպաստավոր դարձնելուն:

Վիճարկող տեսակետներ

Պահպանողականները սովորաբար արտահայտում են այն կարծիքը, թե լրատվամիջոցներն ազատական են, եւ երբեմն նույնիսկ հայտարարում, որ դրանք հակամարտության մեջ են գտնվում իշխանությունների եւ հզոր ուժերի հետ: Այս հայտարարությունները հաճախ արվում են լրատվամիջոցների ասպարեզում «փորձագետների» եւ նույնիսկ սեփականատերերի կողմից, որոնց հզորությունը լրատվամիջոցներում նախանձելի է, եւ այս հայտարարությունները հաճախ ընդունում են նախատինքի ձեւ, լրատվամիջոցներին կարգի հրավիրելու փորձերի մի մասն են կազմում եւ նրանց դրդում են դեպի ավելի աջ ուղղվածությամբ⁹: Այս հայտարարությունները սովորաբար ամրացվում են հարցումների վրա հղումներ կատարելով, որոնք ցույց են տալիս, որ լրատվամիջոցների անձնակազմը ահամենատ ավելի շատ ծայրեր է տալիս Դեմոկրատական կուսակցությանը եւ սոցիալական խնդիրների առումով բանվորներից ավելի ծախ է գտնվում (տես՝ Կրոտո, 1998թ., «EXTRA!», 1998թ., էջ 10, Գանս, 1985թ.): Նման հարցումներն անտեսում են այն փաստը, որ սեփականատերերը եւ վերին դեկավարությունն են վերահսկում լրատվամիջոցները, ձեւավորում նրանց նպատակներն ու ուղղությունները եւ մշակում ընդհանուր ու երբեմն նաեւ առանձնահատուկ քաղաքականությունը եւ այս ամենով հանդերձ ենթադրում, որ լրատվամիջոցների աշխատակիցների ներքին շարասյունը գործում է առանց վերելից հարկադրանքի ենթարկվելու: Ի հավելումն, կենտրոնանալով սոցիալական խնդիրների վրա, այս վերլուծություններն անտեսում են նաեւ այն փաստը, որ այդ խնդիրների առումով բարձրագույն կրթություն ունեցողները եւ բիզնեսի վերնախավը նույնպես ավելի ծախ կարծիքներ ունեն քան բանվորները: Վերլուծությունները նաեւ միտված են անտեսելու տնտեսական խնդիրները, մի ոլորտ, որտեղ լրագրողներն ավելի պահպանողական են, քան բանվորները եւ կիսում են բիզնեսի ներկայացուցիչների տեսակետները (տես՝ Կրոտո, 1998թ., Գանս, 1985թ.):

Մոդելի եւ դրա հետեւանքների դեմ ավելի լուրջ փաստարկ է այն, որ լրատվամիջոցների անձնակազմում մասնագետներ են, ովքեր աշխատում են մասնագիտական արժեքներից ելնելով, եւ կարող են, եթե գործում են եւ բավականաչափ հզոր, գերակայել դրսից կամ վերելից ցանկացած պահանջների եւ ճնշումների նկատմամբ: Մաս-

9 1996թ.-ին Ջոն Սելլունը եւ Ռուպերտ Մերդոկը, լրատվամիջոցների հիմնական ինստիտուտների ծայրահեղ հզոր սեփականատերերը, հայտարարեցին, որ իրենք պատրաստվում են նոր լրատվական ծառայություն ստեղծել՝ հիմնական լրատվամիջոցների ծախ ուղղվածության դեմ պայքարելու համար (տես՝ Յերման, 1999թ., էջեր 1-5):

նագիտական արժեքները ներառում են երկու երեւոյթ. առաջինը՝ օբյեկտիվություն, որը նշանակում է նյութի տարբեր կողմերը ներկայացնելը, առանց քաղաքական ճնշումների փաստերի հավաքագրումը եւ այդ փաստերի ազնիվ եւ անկողմնակալ ներկայացումը, երկրորդ՝ որոշելը թե ինչն է արժանի նորություն կոչվելու, ելնելով մշտապես կիրառվող նորությունների արժեքներից, որոնք ազդեցության չեն ենթարկվում քաղաքական ուղղությունների կամ գաղափարական ենթադրությունների կողմից եւ փոխզիջման չեն գնում ռազմավարական կամ շահութաբերության նկատառումների հետ:

Այն հայտարարությունը, որ մասնագիտական արժեքներն ազդում են նորությունների ստեղծման աշխատանքի վրա, անկասկած, որոշ չափով ճիշտ է: Շատ լրագրողներ ասում են, որ սրանք օպերատիվ արժեքներ են, եւ քանի որ լրագրողները որոշակի (եւ փոփոխական) աստիճանի ինքնավարություն ունեն ապա նրանք երբեմն շեղվում են հաստատված քաղաքականությունից, սկզբունքներից կամ կարծիքներից: Սակայն ի՞նչ ուժ ունեն մասնագիտական արժեքները համեմատած քարոզչական մոդելում ընդգրկված գործոնների հետ: Արդյո՞ք նրանք կարող են լրջորեն ազդել նորությունների եւ մեկնաբանությունների հեռանկարների վրա, որոնք բխում են լայնատարած միջազգայնացումից եւ դոմինանտ լեզվի կառուցվածքների գաղափարական ենթադրությունների եւ կարելու խնդիրների վերաբերյալ քաղաքական տեսակետների կիրառումից, որոնք քողարկված կամ բացահայտ կերպով արտահայտված են բազմաթիվ լրատվամիջոցներում:

Պատճառներից մեկը, թե ինչու հավանական չէ, որ մասնագիտական արժեքները կփոխհատուցեն կառուցվածքային եւ ուժի գործոններին, այն է, որ լրագրողների աշխատանքի ընդունումը, նրանց աշխատանքի անվտանգությունը եւ առաջխաղացումը կախված է հաստատված սկզբունքներից եւ քաղաքականությանը նրանց համակերպման հետ: Երբ լրագրողները նախապես ծանոթ չեն այդ գործոններին, աշխատանքի ընթացքում նրանք սովորում են եւ համակերպվում (տես՝ Բրիդ, 1955թ., Բոններ, 1984թ., էջեր 340-41, Յերման եւ Չոմսկի, 2002թ.)¹⁰: Մյուս պատճառն այն է, որ օբյեկտիվության կանոններն իրենք, հատկապես ինչպես ցույց է տալիս փորձը, նպաստում են աղբյուր հանդիսացող հզոր դերակատարներից կախվածությանը, ինչը կառավարական պաշտոնյաների եւ կորպորատիվ կազմակերպությունների տնօրինությանը նախապատվություն են տալիս նորությունների սահմանման եւ ձեւավորման գործում: Լրագրողները հաճախ գտնում են, որ առանց քննադատությունների պաշտոնական տեղեկատվության փոխանցումը հեշտ եւ ընդունելի ճանապարհ է, մինչդեռ դրանից ավելին անելը դժվար է եւ իր մեջ պարունակում է նորությունների հիմնական տրամադրողներին վանելու վտանգը: Սրա արդյունքն ավելի շուտ անվանական, քան իրական օբյեկտիվությունն է, սակայն սա նկարագրում է նորությունների ստեղծման սովորական դարձած փաստը (Յերման, 1999թ., գլուխ 5, Թաչմեն, 1972թ.):

Վերջապես, ինչպես նշվել է նախկինում, լրագրողները հակված են ընդունելու իրենց հասարակության գերակայող գաղափարախոսությունները, որոնք նորությունների ստեղծման աշխատանքի մեջ ներառվում են այնպիսի փաստերի գնահատման կամ ենթադրությունների տեսքով, որոնք վիճելի են եւ հիմնված են քողարկված արժեքներով գնահատման վրա: Շուկաների եւ ազատ առեւտրի առաքինությանը հավատալը ներառվում է այս դասակարգման մեջ: Գանսը (1979թ.) կարծում է, որ այս գաղափարախոսական մասնիկների ներկայությունը, որպես նորությունների ստեղծման աշխատանքի հիմք, չի նշանակում օբյեկտիվության խախտում: Նա պաշտպանում է

¹⁰ Բոնները (1984թ.) կարճ ներկայացնում է, թե ինչպես ինքը հարձակման ենթարկվեց «Ուոլ Սթրիթ ջորնալ»-ի կողմից էլ Սալվադորի էլ Մոցոտե վայրում տեղի ունեցած ջարդի լուսաբանման համար: Այս հարձակումից քիչ ժամանակ անց «Նյու Յորք թայմս»-ի ղեկավարությունը նրան ազատեց աշխատանքից:

այդ կարծիքը, քանի որ դրանք արդեն ներառված են նորությունների գնահատման մեջ, «դրանք հակամարտության մեջ չեն մտնում օբյեկտիվության հետ, այլ, փաստորեն, հնարավոր են դարձնում այն: Լինելով նորությունների մի մասը՝ կայուն արժեքները վերաբերում են ավելի շուտ լրագրությանը, քան լրագրողներին, հետեւաբար, լրագրողները կարող են իրենց անկողնակալ զգալ եւ կարիք չունենան իրենց սեփական արժեքները ներմուծելու» (Գանս, 1979թ., էջեր 196-197): Այսուհանդերձ, եթե գերակայող գաղափարախոսությունն արտացոլող ենթադրություններն արդեն ներառված են նորությունների գնահատման մեջ, ապա օբյեկտիվությունը կանխավ տուժում է, եւ ըստ Գանսի լրագրողները ստիպված չեն ներմուծել իրենց սեփական արժեքները, քանի որ դա արդեն նրանց փոխարեն արված է: Նա փորձում է պաշտպանել լրագրողների օբյեկտիվությունը՝ գաղափարական կանխակալությունը եւ սուբյեկտիվությունը վերապահելով լրագրությանը եւ հեռացնելով այն լրագրողներից¹¹, սակայն գաղափարախոսության, ներառյալ ապագաղափարախոսության ներմուծումը նորությունների ստեղծման գործընթացի ցանկացած փուլում անհամատեղելի է օբյեկտիվության իմաստավոր ըմբռնման եւ մասնագիտական արժեքների հետ:

Սոցիոլոգիական հետազոտություններ

Լրատվամիջոցների աշխատանքի վրա քարոզման մոդելի մասնիկների ֆիլտրող ազդեցությունը պետք է նման լինի դրամի ազդեցությանը ընտրությունների վրա: Ընտրական գործընթացի իր կարեւոր վերլուծությունում քաղաքագետ Թոմաս Ֆերգյուսոնը (1995թ., էջեր 28-29) նշում է, որ երբ ընտրությունները ֆինանսավորողները համաձայնության են գալիս որեւէ խնդրի շուրջ, ապա կուսակցությունները չեն մրցակցի այդ խնդրի առումով, նույնիսկ եթե հասարակության մեծ մասն այլ կարծիք ունենա: Նույն կերպ, եթե լրատվամիջոցների սեփականատերերը եւ գովազդողները համաձայնության գան որեւէ խնդրի շուրջ, ապա քարոզման մոդելից ելնելով կարելի է ենթադրել, որ լրատվամիջոցները կաջակցեն սեփականատերերի եւ գովազդողների ընտրությանը եւ թույլ չեն տա այդ խնդրի շուրջ հավելյալ քննարկումներ ծավալել եւ քննադատական նորություններ հրապարակել: Քանի որ սեփականատերերը եւ գովազդողները շուկայի կարեւոր անդամներից են եւ կարտահայտեն շուկայի ցանակացած կոնսենսուս, ապա դա հավասարազոր է ասելուն, որ այսպիսի խնդրի վերաբերյալ լրատվամիջոցների տեսակետը կարտահայտի շուկայի նախընտրությունները:

Ազգային պաշտպանություն եւ պաշտպանության բյուջե

ԱՄՆ կորպորատիվ հասարակությունը երկար տարիներ պաշտպանում է խոշոր ռազմական բյուջեն, քանի որ դա ուղղակիորեն ապահովում է արժեքավոր բիզնեսի խոշոր գործարքներ, խոշորածավալ ֆինանսավորման եւ նոր տեխնոլոգիաների օժանդակության աղբյուր է եւ ապահովում է զինված ուժերը, որոնք ԱՄՆ անդրազգային ընկերությունների համար շուկայական հնարավորություններ են ստեղծում: Սովորական

¹¹ Գանսը նաեւ կարծում է, որ ապագաղափարախոսությունը պակաս կողմնակալ է, քան այլ գաղափարախոսությունները. «Վերջնական առումով այն խրախուսում է նրանց (լրագրողներին) որոշ չափով ավելի ազատամիտ լինելու, քան ներմուծված գաղափարախոսությունը» (1979թ., էջեր 277-278): Այս հայտարարությունը համոզիչ չէ: Այն լրագրողները, ովքեր նույնիսկ չեն նկատում իրենց կանխակալությունը, դժվար թե ավելի օբյեկտիվ լինեն, քան նրանք, ովքեր դա նկատում են: Վերը նշված կարիքը հավասարակշռվածության առումով ոչ մի գիշում չի անում, քանի որ ճշմարտությունը բացարձակապես պարզ է:

քաղաքացիների համար օգուտները պակաս պարզ են, եւ տարիներ շարունակ հարցումները ցույց են տալիս, որ բացառությամբ պատերազմների եւ լայնատարած վախի կամ խուճապի դեպքերի, հասարակությունը նախընտրում է ավելի քիչ ծախսել պաշտպանության վրա եւ ավելի շատ՝ կրթության եւ այլ քաղաքացիական խնդիրների վրա (ընդհանուր ուսումնասիրության համար տես՝ Կուլ, 1996թ., նույնիսկ Ռեյզանի ժամանակաշրջանում չափազանց մեծ պաշտպանական ծախսերի դեմ հասարակության ընդունության համար տես՝ Ֆերգյուսոն եւ Ռոջերս, 1986թ., էջեր 19-24): Այնուամենայնիվ, հաշվի առնելով կորպորատիվ, այսինքն՝ շուկայական կոնսենսուսը, խոշոր կուսակցությունները չեն մրցակցում այս խնդրի շուրջ, եւ հիմնական լրատվամիջոցները թեկնածուներին չեն ստիպում քննարկել այս թեման եւ ոչ էլ իրենք են այն քննարկում:

Սա արտահայտվեց 2000թ.-ի նախագահական ընտրությունների ընտրարշավի ժամանակ, որի ընթացքում ոչ Ջորջ Բուշը, ոչ էլ Ալ Գորը չխոսեցին քաղաքացիական եւ պաշտպանական ծախսերի միջեւ փոփոխությունների մասին: Իսկապես, նրանք երկուսն էլ հայտարարեցին, որ կարիք կա ավելացնել պաշտպանական ծախսերը, եւ մրցակցում էին միայն պաշտպանությանը նվիրվածության եւ առաջարկվող ավելացումների չափի եւ կառուցվածքի առումով: Երրորդ թեկնածու Ռալֆ Նադերը կոչ արեց կրճատել պաշտպանության բյուջեն, սակայն նրան թույլ չտվեցին մասնակցել ազգային քննարկումներին Բուշի եւ Գորի հետ մեկտեղ: Արդարացնելով նրա բացակայությունը քննարկումների ժամանակ՝ «Նյու Յորք թայմս»-ը (խմբագրական, 2000թ. հունիսի 30) բացատրում էր, որ երկու հիմնական կուսակցություններն արտահայտում էին հասարակությանն անհրաժեշտ բոլոր տարբերակները: Խմբագրականում նշվում էր, որ Նադերը կարիք չուներ մասնակցելու ընտրությանը, քանի որ երկու կուսակցություններն առաջարկել էին «ընտրության բոլոր հնարավոր տարբերակները», այնպես որ «այս ընտրություններին երրորդ թեկնածուի մասնակցության տրամաբանական կարիք չկար»: «Նյու Յորք թայմս»-ը եւ առաջատար լրատվամիջոցներն այս առումով գլխավորապես հետեւում էին Բուշ-Գոր տեսակետին՝ պարզապես թույլ չտալով պաշտպանություն-քաղաքացիական հասարակություն բյուջետային փոփոխությունների վերաբերյալ լուրջ քննարկումներ ծավալել: Այսպես վարվելով՝ լրատվամիջոցները, կարելի է ասել, հետեւեցին շուկայական նախընտրություններին:

Գլոբալացումը եւ ազատ առևտուրը

Շուկայի գլխավոր դերակատարները նույնպես գլոբալացման գործընթացի առաջամարտիկներ էին եւ աջակցում էին ԱՅԿ-ին, Արժույթի միջազգային հիմնադրամին (ԱՄՅ) եւ Համաշխարհային բանկին, ինչպես նաեւ այնպիսի քայլերին, ինչպիսին առևտրային պայմանագրերն ու դրամաշնորհներն են: Ինչպես պաշտպանության եւ քաղաքացիական բյուջեի դեպքում, կորպորատիվ բիզնեսի ներկայացուցիչները եւ հասարակությունը համաձայնության չեն գալիս այս խնդիրների շուրջ: Ինչպես նշվել էր նախկինում, մինչեւ «NAFTA»-ի ուժի մեջ մտնելը կատարված հետազոտությունները ցույց տվեցին, որ նշանակալի մեծամասնությունը դեմ է դրա անցկացմանը (եւ հետագայում մեքսիկական արժեթղթերի մեջ ներդրողներին օգնության տրամադրմանը), սակայն վերնախավը կողմ կանգնեց դրա կիրառմանը:

Այս խնդիրների առումով առաջատար լրատվամիջոցները գրեթե միաձայն կորպորատիվ բիզնեսի կողմն էին՝ աջակցելով առևտրային պայմանագրերին, ԱՅԿ-ին, ԱՄՅ-ին, Համաշխարհային Բանկին եւ դրանց կողմնակից իշխանություններին ինչպես խմբագրական հոդվածներում, այնպես էլ նորությունների տրամադրման գործընթա-

ցում: Լրատվամիջոցների տեսակետն այն էր, որ ազատ առևտուրը դրական երեւոյթ է ու օգուտներ է բերում եւ երկրի, եւ օտարերկրյա քաղաքացիներին, ինչպէս նաեւ բոլոր դասակարգերին, որ առևտրային պայմանագրերը, ԱՅԿ-ն, ԱՄՅ-ը եւ Համաշխարհային բանկը ծառայում են ազատ առևտրին եւ շուկաների բաց լինելուն ու այդ պատճառով արժանի են աջակցության եւ որ՝ ազատ առևտրի այս ծառայողների նկատմամբ ընդհանրությունը հիմնված է հատուկ շահերի, անձնական շարժառիթների վրա եւ արդարացում չունի տնտեսական վերլուծության կամ շահույթների եւ կորուստների բաշխման առումով: Այս տեսակետն այնքան անվիճելի է թվում հիմնական լրատվամիջոցների խմբագրականների հեղինակներին եւ լրագրողներին, որ նրանք նույնիսկ չեն ցանկանում լսել հակափաստարկներ եւ անընդհատ կրկնում են «ազատ առևտուրը դրական երեւոյթ է» բառակապակցությունը, կարծես դա ինքնակա բանաձեւ է¹²:

Հատուկ շահեր տերմինի կիրառումն ինքնին բացահայտող է, որը ցույց է տալիս հենց լրատվամիջոցների ներգրավվածությունը կորպորատիվ բիզնեսի եւ շուկայի մեջ: Լրատվամիջոցները կորպորատիվ բիզնեսը կամ ազատ առևտրին աջակցող դրա բաղկացուցիչ մասը հատուկ շահերի կրողներ չեն համարում, այլ ավելի շուտ կարծում են, որ դրանք ներկայացնում են ազգային շահերը: Հատուկ շահերի կրողներ են համարվում այն մարդիկ, ովքեր ազատ առևտրի դեպքում կարող են տուժել, «հիմնականում կանայք, սեւամորթները եւ իսպանական ծագում ունեցողները» եւ «կիսաորակյալ բանվորական ուժը» (Լյուեկ, 1993թ.), որոնց խոշոր քանակը հիմք էին ծառայել «NAFTA»-ի եւ այլ առևտրային համաձայնագրերի վերաբերյալ հետազոտությունների արդյունքում ի հայտ բերված խոշոր ընդդիմությանը: Նշելու արժանի մի դեպքում «Վաշինգտոն փոստ»-ի խմբագրական սյունյակի խմբագիր Մեգ Գրինֆիլդը, պատասխանելով «NAFTA»-ի վերաբերյալ թերթի կարծիքի անհավասարակշռվածության քննադատությանը, հայտարարեց, որ «դա այն եզակի դեպքերից մեկն է, երբ աջ, ձախ եւ կենտրոնի հայացքների տեր լրագրողները միաձայն են: Ես չեմ կարծում, որ ճիշտ կլինի արհեստական հավասարակշռություն ստեղծել, եթե այն գոյություն չունի» (մեջբերված է՝ Կուրց, 1993թ.): Ինչէն, չնայած «NAFTA»-ի վերաբերյալ հարցումների արդյունքում երեւացող հասարակության մեծ մասի ընդդիմությանը, «NAFTA»-ի կողմնակից «Վաշինգտոն փոստ»-ի փորձագետների միությունը պարզապէս գովաբանում էր առաջատար փորձագետների խոշոր դասային կողմնակալությունները:

Առևտրի խնդիրներում լրատվամիջոցների եւ կորպորատիվ կարծիքի ինտեգրման մեկ այլ օրինակն արտահայտվում է ազատ առևտրին աջակցելու խնդրում գովազդողներին միանալու լրատվամիջոցների ցանկությանը: Ամենանշանակալի դեպքը երեք մասից բաղկացած «տեղեկատվական գովազդն» էր «Նյու Յորք թայմս»-ում, սկսած 1993թ. ապրիլից: Այն արդյունք էր թերթի կողմից գովազդողներին ուղղված «NAFTA»-ի տնտեսական եւ սոցիալական շահավետությունը ներկայացնելու» վերաբերյալ համառ դրդումների: Այս դրդումների վերաբերյալ տեղեկությունների ի հայտ գալը հանգեցրեց թերթում այդ խնդրի վերաբերյալ այսպիսի եղանակով հստակ դիրքորոշում արտահայտելու եւ մանավանդ այդ տեղեկատվական գովազդներում այս աջակցության վերաբերյալ այլախոհների կողմից կարծիք ներկայացնելու ցանկությունը մերժելու դեմ որոշակի բողոքների¹³:

12 «Նյու Յորք թայմս»-ի (Պասեյ, 1993թ.) առաջին էջում թերթի տեսակետն արտահայտող հոդվածը բառի բուն իմաստով սպորտային քիմին օժանդակողի տպավորություն էր թողնում. «Ազատ առևտուրը նշանակում է զարգացում: Ազատ առևտուրը նշանակում է զարգացում: Կրկնեք սա եւս հիսուն անգամ, եւ բոլոր կասկածները կվերանան»: Կարիք չկա ասելու, որ սա օժանդակող խմբին բնորոշ պահվածքի վառ օրինակ է:

13 1993թ. ապրիլի 6-ի «Թայմս»-ի համառ դրդումներ պարունակող նամակը եւ 10 հայտնի լրատվական քննադատների կողմից թերթի խմբագրին ուղղված բողոքի նամակը տպագրվել են «Մեր օրերի ստերը» հանդեսում (1993թ., էջեր 20-21):

Լրատվամիջոցները նաեւ անհաջող կերպով վարվեցին ազատ առեւտրի խնդիրների վերաբերյալ որեւէ քննարկում թույլ տալու առումով: Չնայած լրատվամիջոցները երբեմն ընդունում էին, որ այս խնդրում կային նաեւ տուժողներ, սակայն նրանք ծայրահեղ դժկամությամբ էին նշում այն մանրամասները, որոնք վերաբերում էին խնդրի ազդեցությանը աշխատավորների շուկայական հզորության եւ անհավասարության վրա, եւ հաճախ հստակորեն կամ քողարկված կերպով հերքում էին տուժողների առկայությունը: Նախ եւ առաջ, եւ հիմնականում նպաստավոր «ազատ առեւտուր» դարձվածքը նրանք պարբերաբար կիրառում էին ներդրողների իրավունքներին վերաբերվող միջոցառումները, այլ ոչ թե առեւտուրը նկարագրելու համար, եւ նույնիսկ չէին էլ նշում ներդրողների այդ իրավունքները: Նրանք նաեւ համառորեն անտեսում էին այն փաստը, որ մտավոր սեփականության իրավունքները, ինչպիսիք են արտոնագրերը, մենաշնորհային իրավունքներ են, որոնք միջամտում են առեւտրի ազատությանը, եւ զարգացող երկրներին ազատ առեւտրի օգուտները ներկայացնելիս լրատվամիջոցները մոռանում էին հիշեցնել, որ բոլոր հզոր արդյունաբերական երկրները, ներառյալ Գերմանիան, Ճապոնիան, Միացյալ Թագավորությունը եւ Միացյալ Նահանգները, ինչպես նաեւ Ասիական վագրերը, մինչեւ շարունակական զարգացման փուլի մեջ մտնելը երկար ժամանակ պրոտեկցիոնիստական քաղաքականություն էին կիրառում, որն օգնում էր նրանց ընդհանուր մրցակցության պայմաններում (Ամսդեն, 1989թ., Վեյդ, 1990թ.): ԱՄՆ լրատվամիջոցները ձախողվեցին ոչ միայն այս փաստարկների օգտագործումը թույլ տալու հարցում, այլ նույնիսկ մերժեցին դրանք եւ պատմական սխալ գործեցին՝ հայտարարելով, որ նման զարգացման ճանապարհն ազատ առեւտուրն է (այս սխալների օրինակների համար տես՝ Նասար, 1991թ.):

Ազատ առեւտուրը եւ ժողովրդավարությունը

Ազատ առեւտրի խնդիրների նկատմամբ լրատվամիջոցների ոչ ժողովրդավարական եւ հակաժողովրդավարական ելույթներն անցնում են օրենսդրության վրա ազդելու փորձերի աշխատավորների իրավունքի բացառման սահմանները: Օրինակ՝ ընթացող գլոբալացման գործընթացի քննադատները պնդում են, որ գործընթացը տուժել է գաղտնիության, փակ դռների ետեւում որոշումներ կայացնելու եւ քննարկումների պակասության պատճառով, ինչպես նաեւ այնպիսի համաձայնագրերի եւ մեխանիզմների ստեղծմամբ, որոնք ժողովրդավարական իշխանություններին զրկում են իրենց ոչ կորպորատիվ քաղաքացիներին ծառայելու իրավունքներից: Այս քայլերից շատերի դեմ լայնածավալ հասարակական ընդդիմության պայմաններում այդ համաձայնագրերի պարտադրումը, ըստ ոմանց կարծիքների, հարված էր ժողովրդավարությանն ի նպաստ Ռալֆ Նադերի եւ կորպորատիվ գլոբալացման այլ քննադատների կողմից այսպես կոչված «իրավունքների կորպորատիվ բիլլի»: Այսուհանդերձ, շուկան աջակցեց այս քայլերին, եւ լրատվամիջոցները գնացին շուկայի հետքերով: Նրանք երբեք խմբագրականներում չեն քննադատել կամ բավականին աննշան ուշադրություն են հատկացրել գաղտնիությանը, նոր օրենքների եւ կանոնների բացասական բնույթին կամ դրանց սահմանափակող ազդեցությանը ժողովրդավարական նորմերի վրա:

Իսկապես, առաջատար լրատվամիջոցները դրականորեն գովաբանում էին նոր ինստիտուտների եւ համաձայնագրերի որոշ հակաժողովրդական ազդեցությունները: Օրինակ՝ «NAFTA»-ի կողմ հիմնական փաստարկներից մեկն այն էր, որ դա Մեքսիկային «կկապի բարեփոխումներին»՝ երկրի կառավարության համար անհնարին դարձնելով ուղղվածության փոփոխությունը: 1993թ.-ին «NAFTA»-ի քննարկումների

վերաբերյալ «Նյու Յորք թայմս»-ի տասը խմբագրականներից վեցը նշում էին համաձայնագրի այս արժանիքը: Այն փաստը, որ լայն կարծիք կար, թե համաձայնագրի վերաբերյալ բանկցություններ վարող մեքսիկացի քաղաքական գործիչն ընտրություններում խախտումներով հաղթանակ տարավ, չազդեց համաձայնագրով Մեքսիկայի կապված լինելու վերաբերյալ «Թայմս»-ի (կամ այլ լրատվամիջոցների) տեսակետների վրա:

1994թ. դեկտեմբերին Մեքսիկայում ճգնաժամ առաջանալուց հետո ԱՄՆ պաշտոնյաները եւ տնտեսագետները նշեցին, որ այժմ Մեքսիկան չի կարող իրեն պաշտպանելու նպատակով ներմուծման քվոտաներ սահմանել եւ արգելել օտարերկրյա արժույթների կիրառումը եւ ստիպված կլինի ցավագին դեֆլացիայի ենթարկվել՝ նոր հավասարակշռության հասնելու համար: Ճնշումների այս համակարգի հակաժողովրդավարական բնույթը երբեք ուշադրության չարժանացավ ԱՄՆ առաջատար լրատվամիջոցների կողմից, քանի որ այս խնդիրների վերաբերյալ նրանց նորությունները եւ կարծիքները համահունչ էին ընդհանուր բիզնես հասարակության կարծիքներին:

Չնայած փողոցային բողոքները ժողովրդավարական գործընթացի վաղուց ճանաչված առանձնահատկություններից են, սակայն առաջատար լրատվամիջոցների վերաբերմունքը Սիեթլում, Վաշինգտոնում, Քվեբեկում եւ Ջենոպայում տեղի ունեցած ցույցերին համարյա միատեսակ հեզմական եւ թշնամական էր՝ հստակ պրոտեստիկանական եւ հակացուցարարական կանխակալությամբ եւ, ամենակարեւորը, առկա խնդիրները քննարկելու պարբերական ձախողմամբ: Վերադառնալով նրանց կանխակալ վերաբերմունքին՝ Վիետնամի պատերազմի շրջանում առկա բողոքներին (Ջիթլին, 1980թ., Մորգան, 2000թ.)՝ նշենք, որ նրանք չափազանցել էին ցուցարարների դաժանությունները, նվազեցրել ոստիկանության սադրանքները եւ դաժանությունը եւ մեծ կոմունակալություն էին ցուցաբերել ոստիկանության անօրինական մարտավարության նկատմամբ, որն ուղղված էր բոլոր ցուցարարների գործողությունները սահմանափակելուն, լինեին դրանք խաղաղ, թե՛ ոչ (Ակերման, 2000թ., Քոեն, 2000թ., ԴեՄոս, 2000թ.): Չնայած Սիեթլում ոստիկանությունը խաղաղ ցուցարարների նկատմամբ ուժի դիմեց եւ քիմիական միջոցներ կիրառեց շատ ավելի շուտ, քան մի խումբ մարդիկ սկսեցին պատուհաններ կոտրել, եւ այդ ժամանակ, եւ հետագայում լրատվամիջոցները փոփոխեցին ժամանակագրությունը՝ հայտարարելով, թե ոստիկանության բռնություններն իրականացվել էին ի պատասխան ցուցարարների բռնությունների¹⁴:

Լրատվամիջոցների թշնամությունը բողոքների նկատմամբ, որը խիստ մոտ էր մնացած կորպորատիվ համակարգի վերաբերմունքին, ստիպեց նրանց այնպես ցուցաբերել իրենց նվիրվածությունն Առաջին ուղղմանը, ինչպես նրանք երբեք չէին արել, երբ խոսքը վերաբերում էր իրենց սեփական իրավունքներին եւ արտոնություններին:

Քիմիական արդյունաբերությունը

Շուկաներին ռատվամիջոցների աջակցելու մյուս ակնառու դեպքը վերաբերում է քիմիական արդյունաբերության եւ դրա կարգավորման վերաբերյալ նրանց վերաբերմունքին: Արդյունաբերության հզորության, ինչպես նաեւ լրատվամիջոցների կողմից

14 Ջաքարի Վուլֆը՝ Իրավաբանների ազգային միության դիտորդը եւ համակարգողը, կարծում էր, որ «Ոստիկանությունը ձգտում էր զգալի վախի մթնոլորտ ստեղծել», եւ որ յուրաքանչյուր ոք, որը փորձում էր նույնիսկ լսել այլախոհ տեսակետները, ենթարկվում էր ոստիկանական բռնությունների ռիսկին «ընդամենը ներկա լինելով այն վայրում, որտեղ տեղի էր ունենում ելույթը» (մեջբերված է Քոենից, 2000թ.):

բիզնես հասարակության կարիքների ընդունման պատճառով, լրատվամիջոցները ընդունեցին մի համակարգ, որը Կարսոնը (1962թ., էջ 183) նկարագրում էր որպես «նտածված կերպով մեզ թունավորում, իսկ այնուհետեւ հետեւանքների վերահսկում»: Արդյունաբերությանը թույլ է տրված արտադրել եւ վաճառել քիմիական նյութեր (իսկ 1990-ականներին նաեւ բիոինժեներական սննդամթերք), առանց անվտանգության անկախ եւ նախնական ապացույցների, իսկ Շրջակա միջավայրի պաշտպանության գործակալության (EPA) «վերահսկողությունը» դժվարին կացության մեջ է դրվել օրենքի պարտադրման եւ փորձաքննության ֆինանսավորման պակասի եւ քաղաքական սահմանափակումների պատճառներով (տես՝ Ֆազին եւ Լավել, 1996թ., գուխներ 4-5): Ազգային հետազոտական խորհրդի կողմից 1984թ.-ին իրականացված խոշոր հետազոտությունները (Տորնտոն, 2000թ., էջեր 99-100) ցույց են տալիս, որ առողջությանը վնաս հասցնելու վերաբերյալ տվյալները հասանելի չէին շուկայում առկա քիմիական նյութերի 78 տոկոսի վերաբերյալ, իսկ շուրջ տասը տարի հետո Շրջակա միջավայրի պաշտպանության հիմնադրամի կողմից կատարված նոր հետազոտությունը ցույց տվեց, որ քիչ բան է փոխվել: Կառավարության Ազգային թունաբանության ծրագիրը տարեկան 10-ից մինչեւ 20 քիմիական նյութեր է ստուգում քաղցկեղածնության (սակայն ոչ բազմաթիվ այլ հնարավոր բացասական հետեւանքների) վերաբերյալ, մինչդեռ ամեն տարի շուկա են մտնում 500-ից մինչեւ 1000 նոր քիմիական նյութեր, եւ այսպիսով մեր իմացության մակարդակը կայուն կերպով նվազում է:

Նման համակարգի աշխատանքը բարենպաստ է արդյունաբերության համար, քանի որ այն ցանկանում է վաճառքն իրականացնել առանց միջամտության եւ, փաստորեն, անվտանգության ամբողջ հետազոտություններն ու փորձարկումներն իր ձեռքում է պահում, ինչը թույլ է տալիս որոշել, թե երբ կարելի է արդյունքները փոխանցել «EPA»-ին: Սա «աղվեսին պահ տված հավաքնի» դասական համակարգ է: Համակարգը լավ չի ծառայում հասարակությանը, եւ արդյունաբերության ունակությունը ազդելու «EPA»-ի վրա, իսկ երբեմն նաեւ վերահսկելու նրան՝ մեծացնում է անհամապատասխանությունները (Ֆազին եւ Լավել, 1996թ., գուխներ 4-5, Յերման, 1999թ., գլուխ 17): Այնուամենայնիվ, արդյունաբերությունը հաճախ պնդում է, որ քիմիական նյութերի անվտանգությունը երաշխավորվում է «EPA»-ի (կամ Սննդամթերքի եւ դեղամիջոցների վերահսկման վարչության) կարգավորումների կողմից¹⁵, որը թույլ պահելու համար արդյունաբերությունն անում է հնարավոր ամեն ինչ եւ որն, ինչպես նշվել է, չի կարողանում ստուգել շուկայում առկա քիմիական նյութերի մեծ մասը:

Լրատվամիջոցների օգնությամբ, քիմիական արդյունաբերությունը նաեւ հասել է իր տեսակետների լայն ընդունմանը, ըստ որոնց քիմիական նյութերը պետք է հատ առ հատ գնահատվեն՝ հիմնվելով անհատների եւ քիմիական նյութերի կողմից ազդեցության ենթարկման անհատական ցուցանիշների ռիսկերի վերլուծության վրա: Սակայն մարդկանց համար նման ռիսկերի չափորոշումը չափազանց դժվար է, քանի որ հնարավոր չէ իրականացնել վերահսկելի փորձեր, վնասը կարող է ի հայտ չգալ երկար տարիներ, վնասի հնարավոր տեսակները հնարավոր չէ կանխավ իմանալ, քիմիական նյութերը կարող են ռեակցիայի մեջ մտնել շրջակա միջավայրում առկա այլ նյութերի հետ ու կարող են կենսակուտակիչ լինել եւ քիմիական նյութերի քայքայման արդյունքում առաջացող այլ նյութերը կարող են իրենց սեփական վտանգները պարունակել: Ավելին, երբ շրջակա միջավայր ներմուծվեն հազարավոր քիմիական նյութեր, որոնցից շատերը մեծ դիմացկունություն ունեն, կենսակուտակիչ են եւ ռեակցիայի մեջ են մտնում այլ քիմիական նյութերի հետ, ապա այն հասարակական քաղա-

15 «Մոնսանտո»-ի գովազդային տնօրեն Ֆիլ Անջելը հայտարարել է, որ «Մեր շահը ինչքան հնարավոր է շատ դրա (բիոինժեներական արտադրանքի) վաճառքի մեջ է: Դրա անվտանգությունը երաշխավորելը «F.D.A.»-ի գործն է» (մեջբերված է Պոլլանից, 1998թ.):

քականությունը, որն անտեսում է դրանց գումարային ազդեցությունը եւ փոխազդեցությունները մարդկանց եւ շրջակա միջավայրի վրա, խորապես անվայելուչ եւ անպատասխանատու է:

Կանխարգելիչ սկզբունքի վրա հիմնված քաղաքականությունը, որն ԱՄՆ կառավարության աջակցությամբ¹⁶ ուժեղ ընդդիմության հանդիպեց քիմիական արդյունաբերության կողմից, թույլ չէր տա քիմիական նյութերի մուտքը շրջակա միջավայր առանց ամբողջական փորձաքննության, կարգելեր այն քիմիական նյութերի կիրառումը, որոնք հավաքվում են մարդու հյուսվածքներում եւ որոնց քայքայման պատճառով առաջացող նյութերը վտանգավոր են կամ անհայտ, եւ կստիպեր չփորձարկված եւ վտանգավոր համարվող քիմիական նյութերի փոխարեն կիրառել անվնաս փոխարինիչներ, եթե հնարավոր լիներ նման փոխարինիչներ գտնել կամ հայտնաբերել խելամիտ արժեքներով (կանխարգելիչ սկզբունքի վերաբերյալ հետաքրքիր քննարկման համար տես՝ Տորնտոն, 2000թ., գլուխներ 9-11):

Չաջողությամբ խուսափելով կանխարգելիչ սկզբունքի կիրառումից՝ արդյունաբերության խոսնակները նշում էին, որ առկա համակարգը հիմնված է որակյալ գիտության վրա, սակայն գիտությունը չի ասում, որ արդյունաբերությունը իրավունք ունի որեւէ վտանգ ներկայացնող ցանկացած քիմիական նյութ արտանետել շրջակա միջավայր, էլ չխոսեմք այն մասին, որ գիտությունը չի կարող ասել, թե որ ռիսկերն են ընդունելի, քանի որ դրանք քաղաքական որոշումներ են: Ավելին, եթե չեն ստուգվել շրջակա միջավայրի քիմիական նյութերի բոլոր հիմնական տվյալները, ինչպիսիք են նրանց երկարաժամկետ ազդեցությունները իմունային համակարգի եւ վերարտադրման վրա, դրանց պոտենցիալ քաղցկեղածինությունը եւ շրջակա միջավայրի վրա դրանց քայքայման արդյունքում առաջացող նյութերի ազդեցությունը, եւ փաստորեն դրանցից ոչ մեկը նման ստուգման չի ենթարկվել, ապա փաստ է որակյալ գիտության ոչ թե գիտական, այլ քաղաքական հիմքը:

Քիմիական արդյունաբերությունն անհամար արտադրանքներ է թողարկել եւ երկար ժամանակ ժխտում էր այդ նյութերի վնասակարությունը (բենզինի մեջ պարունակվող տետրաէթիլ կապարից մինչեւ ասբեստը եւ ԴԴՏ թունաքիմիկատը), որոնք համարվում են չափազանց վտանգավոր, իսկ ներկայումս էլ դրանք դուրս է հանում կիրառումից (հաճախ միայն ներքին) միայն խիստ իրավական եւ կարգավորիչ ճնշումների ներքո: Այն արտադրանքի համար, որն իրենք ցանկանում են վաճառել, նրանք միշտ էլ գտել են գիտնականներ, որոնք վկայում են, որ դրանք անվտանգ են, կամ նշում են, որ դրանց վնասակարությունը գիտականորեն չի ապացուցվել: Մշտական կտրուկ տարբերություններ կան արտադրության կողմից ֆինանսավորվող գիտության եւ նույն խնդրի վերաբերյալ անկախ հետազոտողների աշխատանքների արդյունքների միջեւ: Բացի այդ, հայտնի են դարձել նաեւ արդյունաբերական արտադրանքը ընդունելի համարվելու նպատակով արդյունաբերական փորձաքննության խաբեությունների եւ արդյունաբերության կողմից լաբորատորիաներում տվյալների աղավաղմամբ իրականացված փորձաքննության անցկացման բազմաթիվ դեպքեր, ինչպես նաեւ կարգավորիչ ստանդարտները թուլացնելուն ուղղված քաղաքական մեքենայություններ (Ֆազին եւ Լավել, 1996թ., գլուխներ 3-5, Յերման, 1999թ., գլուխ 17):

Չնայած արդյունաբերության կողմից գիտության այսպիսի չարաշահմանը, լրատվամիջոցները լայնորեն ընդունելի են համարում արդյունաբերության հայտարարություններն այն մասին, որ իրենք աջակցում են որակյալ գիտությանն, ի տարբերություն

16 2000թ. հունվարին կենսաանվտանգության վերաբերյալ հանդիպման ժամանակ ԱՄՆ կառավարության պնդում էր ԱՅԿ-ի «դրական գիտության» սկզբունքը, մինչդեռ եվրամիությունը ցանկանում էր, որ կիրառվի կանխարգելիչ սկզբունքը, ինչը քիչ էր մնում հանդիպման ձախողման պատճառ դառնար (Պոլակ, 2000 ա, բ):

քննադատների, որոնք անորակ գիտություն են կիրառում: Օրինակ՝ 1996թ.-ից մինչեւ 1998թ. սեպտեմբերը առաջատար թերթերի 258 հոդվածներում օգտագործվել էր «անորակ գիտություն» բառակապակցությունը, սակայն դրանցից ընդամենը 21-ն (8 տոկոս) էր վերաբերում կորպորատիվ բիզնեսի կողմից գիտության չարաշահմանը, մինչդեռ 160-ը (62 տոկոս) վերաբերում էր շրջակա միջավայրի պաշտպանության ջատագովներին, կորպորատիվ բիզնեսի այլ քննադատներին կամ կորպորացիաների վերաբերյալ քաղաքացիական հայց հարուցած փաստաբաններին: 77-ը (30 տոկոս) չէր մտնում ոչ այս, ոչ այն խմբի մեջ (Յերման, 1999թ., էջ 235): Կարճ ասած, լրատվամիջոցները յուրացրել են արդյունաբերության ինքնաօրինականացման կիրառումն այնպես, ինչպես նրանք հավասարակշռության են բերել «թող գնորդն ինքը զգույշ լինի» տեսակետը՝ անվտանգության առաջնահերթությունն ընդունելու փոխարեն:

Շրջակա միջավայրի պահպանության վերաբերյալ լրատվամիջոցների տեսակետում արդյունաբերության շահերի գերակայության հետ մեկտեղ «EPA»-ն ներկայացվում է որպես հզոր մի կազմակերպություն, որն ամենայն հավանականությամբ չափազանց ագրեսիվ եւ հակամարտող կեցվածք ունի հասարակական շահերը պաշտպանելու իր գործում: Իրականությունը (ֆինանսավորման լուրջ պակաս ունեցող կազմակերպություն, որն ունակ չէ սահմանված կարգով իր աշխատանքներն անել, երբեմն վերահսկվում է եւ հաճախ ստիպված լինում գնալ արդյունաբերության շահերին նպաստող զիջումների) կարելի է միայն որսալ, եթե ընդհանրապես դա հնարավոր է, լրատվամիջոցների հոդվածների մոտիկից ուսումնասիրմամբ, հաճախ տողերի արանքում կարդալով (տես՝ Ֆագին եւ Լավել, 1996թ., Շտեյնգրաբեր, 1997թ., «Ռեյչելի Շրջակա Միջավայրի եւ Առողջապահության Շաբաթաթերթ»-ի հոդվածներ): Լրատվամիջոցները բնական են դարձրել այն փաստը, որ չնայած 1976թ.-ին ընդունված Թունավոր նյութերի վերահսկման ակտի կողմից սահմանված նպատակներին, «EPA»-ն չի կարողացել տիրապետել թունավոր քիմիական նյութերի հեղեղը, եւ լայնորեն կիրառվող քիմիական նյութերի մոտ 75 տոկոսի թունավորությունը դեռեւս չի ստուգվել:

Լրատվամիջոցները նաեւ լուրջ ուշադրություն չեն դարձնում այն փաստին, որ անվտանգության ստուգումը արդյունաբերությանը թողնելու համակարգն անհաջողության է մատնվել: Օրինակ՝ 1986-1990թթ. «Մոնսանտո» ընկերության դեմ պայքարում, երբ խոսքը գնում էր ընկերության իրավունքի մասին ներկայացնելու «Սանտոգարդ» քիմիական նյութը, «EPA»-ն հայտնաբերեց, որ դրանից մի քանի տարի առաջ «Մոնսանտո»-ն հետազոտությունների արդյունքում պարզել էր, որ «Սանտոգարդ»-ը բացասական ազդեցություններ ունի, սակայն խախտելով օրենքը, ընկերությունն այդ արդյունքները չէր ներկայացրել: «Մոնսանտո»-ն տուգանվեց պայմանական գումարով՝ 196 000 ԱՄՆ դոլար, չնայած ըստ օրենքի տուգանքի գումարը պետք է կազմեր 19,7 մլն ԱՄՆ դոլար (Ռեյսներ, 1992թ.): Այնուհետեւ թույլատրվեց ուսումնասիրել ընկերությունում թունավորության ստուգման այլ հետազոտությունները, որով պարզվեց, որ ընկերությունը թաքցրել է եւս 164 նմանտիպ դեպք, եւ այն տուգանվեց մեկ այլ պայմանական գումարով՝ 648 000 ԱՄՆ դոլար: Հասկանալով, որ այլ քիմիական նյութեր արտադրող ընկերությունները հավանաբար նույնպես իրենց ուսումնասիրությունների արդյունքները չեն ներկայացնում, «EPA»-ն արդյունաբերության համար համաներում իրականացրեց, խոստանալով միայն պայմանական տուգանքներ կիրառել հաջորդող երեք տարիների ընթացքում, եթե ընկերությունները ներկայացնեն նախկինում թաքցված ուսումնասիրությունների արդյունքները: Այս համաներման արդյունքում քիմիական արդյունաբերությունը ներկայացրեց մոտ 11 000 փաստաթուղթ (Ռեյսներ, 1992թ., տես նաեւ՝ «Ռեյչելի Շրջակա Միջավայրի եւ Առողջապահության Շաբաթաթերթ», 1997թ.): Չնայած այսպիսի արդյունքներին, լրատվամիջոցները գտան, որ այս պատմությունը նույնիսկ հպանցիկ հետաքրքրություն չի ներկայացնում:

Տասնամյակներ շարունակ քիմիական արդյունաբերությունը պայքարել է իր արտադրանքների ազդեցությունների բացահայտման դեմ՝ սեփական տեղեկատվության չբացահայտման եւ խոսքի ազատության օրենքով սահմանված լռելու իրավունքի վրա հենվելով: Չնայած թվում է, թե ամբողջական բացահայտումն անհրաժեշտ է, երբ արտադրանքը կարող է վնաս հասցնել, եւ հավանական զոհերը պետք է հնարավորիս շատ տեղեկություններ ունենան՝ որեւէ վնասի դեպքում դրա դեմ պայքարելու համար, սակայն արդյունաբերությունը բավականին հաջող կերպով պաշտպանում էր իր լռելու եւ հասարակությանը չտեղեկացնելու իրավունքները: Աշխատավորներն իմացան իրենց աշխատավայրում կիրառվող քիմիական նյութերի ազդեցությունների մասին միայն տասնամյակներ տեւած պայքարից հետո՝ 1986թ.-ից սկսած, երբ Բիոպալի (ճաւել արեւմտյան Վիրջինիայում նույն քիմիական նյութի արտահոսքի) դեպքերից հետո Կոնգրեսը վերջապէս ընդունեց «Վրտակարգ իրավիճակների պլանավորման եւ հասարակության տեղյակ լինելու իրավունքի մասին օրենքը»: Օրենքն ընդունվեց արդյունաբերության կատաղի դիմադրության պայմաններում, եւ դրա բազմաթիվ դրույթներ քվեարկության ընացքում անցկացվեցին ընդամենը մեկ ձայնի առավելությամբ:

Ըստ օրենքի, քիմիական նյութեր արտադրող խոշոր ընկերությունները պարտավորվեցին հրապարակայնացնել մոտ 654 անուն քիմիական նյութեր շրջակա միջավայր արտանետելու վերաբերյալ տեղեկատվությունը: Առաջատար լրատվամիջոցները գտան, որ արդյունաբերության կողմից հասարակությանը տեղեկատվություն տրամադրելուց հրաժարվելը կամ վերը նշված օրենքի ընդունումը, ինքը օրենքը եւ դրա ազդեցությունն այդքան էլ ուշադրության արժանի չեն: Շտեյնբերգերը (1997թ., էջ 102) մեջբերում է արդյունաբերության կարծիքները, որ այս պարտադրված բացահայտումը ստիպեց արդյունաբերության ներկայացուցիչներին ուշադրություն դարձնել այն քիմիական նյութերին, որոնք իրենք արտանետում են շրջակա միջավայր, մի երեւույթ, որը երեւի թե հսկայական նշանակություն ունի հասարակության առողջության համար: Չնայած թունավոր նյութերի արտանետման ցուցակը, որում արտացոլված են միայն սահմանափակ թվով ընկերությունների, քիմիական նյութերի, ընկերությունների հաշվետվությունների վերաբերյալ տվյալներ եւ որի հետ համագործակցելուց հրաժարվել են բազմաթիվ ընկերություններ, զարմանալի թվեր է ներկայացնում (ամեն տարի արտանետվում են մի քանի միլիարդ \$ուստ թունավոր քիմիկատներ), սակայն առաջատար լրատվամիջոցներում դուք այս արտանետումների վերաբերյալ մանրամասն հաղորդագրություններ, առավել ամբողջական տվյալներ տրամադրելու կոչեր, հասարակական առողջության վրա այս արտանետումների ազդեցության վերաբերյալ քննարկումներ կամ թույների այդպիսի խոշոր ծավալների արտանետում թույլ տվող համակարգի նկատմամբ վրդովմունքի արտահայտություններ չեք գտնի:

1993թ.-ից սկսած բիզնեսը 24 նահանգներում անցկացրել է աուդիտի արտոնությունների վերաբերյալ օրենքներ, որոնք ընկերություններին իրավունք են տալիս իրականացնել շրջակա միջավայրի սեփական ուսումնասիրություն, նկատված թերությունները վերացնելու խոստումների հետ համատեղ այդ տեղեկատվությունը ներկայացնել նահանգային իշխանություններին եւ այնուհետեւ ազատ լինել հասարակությանը կամ դատական գործընթացների ժամանակ շրջակա միջավայրի վերաբերյալ տեղեկատվության բացահայտման որեւէ պարտականությունից: «EPA»-ի պաշտոնյա Սթիվեն Յերմանը (1998թ.) նշում է, որ նման օրենքները «հակաօրինական պարտադրանք են, խոչընդոտում են հասարակության տեղյակ լինելու իրավունքին եւ կարող են տուգանքի ենթարկել այն աշխատակիցներին, որոնք օրենքը պարտադրող իշխանություններին կհայտնեն անօրինական գործողությունների վերաբերյալ տվյալներ: Դրանք միջամտում են հասարակական առողջությունը եւ անվտանգությունը պաշտպանելու ունակությանը: Դրանք հասարակությանը զրկում են շրջակա միջավայրի վնասակարության վերաբերյալ պոտենցիալ կարեւոր տեղեկատվություն

ստանալու հնարավորությունից»: Այսուհանդերձ, առաջատար լրատվամիջոցները կրկին չափազանց մեծ լռություն էին պահպանում այս հետընթաց գործընթացի վերաբերյալ, խնդրին մի քանի երկրորդական նշանակության հոդվածներ հատկացնելով՝ սակայն առանց նշելու այս զարգացումները կամ դրանց քննադատական խմբագրական ուշադրության արժանացնելու:

Տեղեկացված լինելու իրավունքի վերաբերյալ կարելու խնդիրներ են ծագել նաեւ կապված նոր բիոտեխնոլոգիական արտադրանքների հետ: Շատ սպառողներ եւ շրջակա միջավայրի պաշտպաններ պնդում են, որ «Մոնսանտո»-ի աճի հորմոններ ստացած կովերի կաթը, սոյայի լոբին եւ այլ գյուղատնտեսական արտադրանքը, որը բիոինժեներության արդյունք է, պետք է այդպես էլ պիտակավորվի: Վերմոնտը եւ այլ նահանգներ փորձել են օրինականացնել պիտակավորումը, իսկ մի շարք եվրոպական երկրներ մտահոգություններ ունեն այդ արտադրանքների ներմուծման եւ առանց պիտակավորման վաճառքի վերաբերյալ: Սպառողներին տեղեկատվության տրամադրումից բացի, այստեղ ավելի խորը թաքնված խնդիրներ կան, ներառյալ մարդկանց եւ կենդանիների առողջությունը եւ էկոլոգիական արդյունքները, սակայն հարկ է նշել, որ ԱՄՆ առաջատար լրատվամիջոցներն այս խնդիրներից որեւէ մեկին մեծ նշանակություն չեն տալիս: Լավագույն դեպքում դրանք արժանանում են վերջին էջերում տպագրված հոդվածների, իսկ համազգային լրատվամիջոցներում դրանց վերաբերյալ ոչ մի խմբագրական քննադատություն չկա: «Նյու Յորք թայմս»-ի խմբագրականը դատապարտեց «սննդամթերքի վարկաբեկման» օրենքները «Օպրա Ուինֆրիմ ընդդեմ Տեխասի խոշոր եղջրավոր անասուններ աճացնողների» դատական գործում («Ազատ խոսք սննդամթերքի մասին» խմբագրական, 1998թ. հունվարի 19), սակայն ոչ «Թայմսը», ոչ էլ համազգային այլ թերթերը չարտահայտվեցին բիոինժեներական արտադրանքի որպես այդպիսին պիտակավորելու օգտին: Այս դեպքերում արտադրողի ինքնիշխանությունը ակնհայտորեն գերակայում է կենսաբանական սպառնալիքների կամ սպառողների ընտրության իրավունքի նկատմամբ:

Լրատվամիջոցները նաեւ պարբերաբար հեռու են վանում քիմիական նյութերի սպառնալիքների վերաբերյալ մտահոգությունները, որպես չարտոնված խուճապի ստեղծում, ինչպես կասկածելի խուճապները դիոքսինի եւ խնձորների վրա «Ալար»-ի ազդեցության դեպքերում, սակայն հաճախ պարզվում է, որ այս եւ այլ խուճապները հիմնված են լինում առողջությանը հասցվող իրական վնասի վրա (Յերման, 1999թ., գլուխ 17): Միաժամանակ, լրատվամիջոցները հազվադեպ են լուսաբանում կամ խորը ուսումնասիրում կարգավորման եւ ստուգումների անհամապատասխանության փաստերի հաճախակիությունը եւ շրջակա միջավայրի «քիմիականացման» իրական արժեքները (Յերման, 1999թ., գլուխ 17): Օրինակ՝ 1978թ.-ին ստեղծված ԱՄՆ-կանադական Միջազգային համատեղ հանձնաժողովին հսկայական մի առաջադրանք էր տրվել՝ փորձել դադարեցնել թունավոր քիմիկատների արտանետումը Մեծ Լճեր: Ամեն տարի այն հայտնում է, որ դա իրեն չի հաջողվում, եւ 1992թ.-ից կոչ է անում դադարեցնել քլորի արտադրությունը՝ որպես իր խնդիրն իրականացնելու կարելորագույն պայման: Համազգային լրատվամիջոցները բացարձակապես անտեսում են այս կոչը, եւ հանձնաժողովի ԱՄՆ կողմից նախագահ Գորդոն Դարնիլը նշել է, որ «հասարակությունը պետք է որոշի, թե ինչպես վարվի այս խնդրի առումով, սակայն բնակչության 90 տոկոսը նույնիսկ չգիտի, որ անհանգստանալու կարիք կա» (մեջբերված՝ Յերման, 1999թ., էջ 240, տես նաեւ՝ Տորնտոն, 2000թ., գլուխ 9): Այս դեպքում լրատվամիջոցները կրկին ծառայեցին ոչ թե ընդհանուր հասարակությանը, այլ շուկային:

Եզրակացություն

ԱՄՆ առաջատար լրատվամիջոցները կորպորատիվ համակարգի բաղկացուցիչ մասն են կազմում, ունեն մասնավոր սեփականատերեր, գովազդողներից կախվածություն ունեն իրենց շահույթների առումով եւ կառավարությունից ու բիզնես հասարակության կողմից՝ տեղեկատվության մեծ մասի ստացման եւ հովանավորության (կառավարության դեպքում) առումով: Որպես շուկայի մաս, լրատվամիջոցները դժվար թե թշնաբար տրամադրվեն շուկայի նկատմամբ եւ ընդդիմանան շուկայի գլխավոր անդամների կողմից աջակցություն վայելող քաղաքականությանը: Տեսականորեն, նրանց խմբագրական տեսակետները պետք է կողմնակալ լինեն շուկաների նկատմամբ, մինչդեռ նրանց նորությունները պետք է կողմնակալ չլինեն: Ինչեւէ, քարոզչական մոդելում ներառված կառուցվածքային գործոնները մատնանշում են ամբողջ ղեկավարության կանխակալությունը, եւ էմպիրիկ փաստերն աջակցում են այս եզրակացությանը:

Առաջատար լրատվամիջոցները աջակցում են շուկաներին՝ մի կողմից մասնավորեցման եւ շուկաների վստահելիության առումով, իսկ մյուս կողմից՝ շուկայի գլխավոր մասնակիցների ցանկություններին աջակցելու: Շուկայի նախընտրությունների արտահայտման խնդրում ակնհայտ են լրատվամիջոցների կողմից դեպի շուկաները դիքորոշման օպորտունիստական տարրեր, այնպես որ եթե շուկան ցանկանա, որ կառավարությունը որոշակի դեպքերում միջամտի եւ պաշտպանի իրեն (պատերազմներ, որոնք մուտք են ապահովում դեպի արտասահմանյան շուկաները, ներմուծման քվոտաներ եւ սուբսիդավորում, երբ որոշակի արտադրություններ ճգնաժամ են ապրում), լրատվամիջոցները հավանաբար կպաշտպանեն շուկայի նկատմամբ իրենց վստահության այս բացառությունները:

Շուկաների այս աջակցությունը չի խանգարում երբեմն խիստ քննադատության ենթարկել շուկայի այն մասնակիցներին եւ գործընթացները, որոնք խախտում են բիզնեսի նորմերը, վնասում անմեղներին եւ վտանգի ենթարկում ընդհանուր շուկայի համակարգը: Այս քննադատությունը հաճախ ուշացած է լինում, ինչպես Երկարաժամկետ կապիտալի կառավարման ու «Էներձ»-ի դեպքերում եւ մինչ այդ խնայողությունների եւ վարկավորման արդյունաբերության անհաջողության դեպքում, սակայն դա ոչ միշտ է այդպես լինում: Առաջատար լրատվամիջոցներում շուկայական չարաշահման կտրուկ քննադատություններն ավելի հաճախ իրականացվում են հզոր ինստիտուտների կողմից, որոնք ծառայում են էլիտար լսարաններին, ինչպիսին է «Ուոլ Սթրիթ Ջորնալ»-ը, քան ավելի լայն լսարանին ծառայող լրատվամիջոցների կողմից, ինչպիսիք են հեռուստատեսային ցանցերը, «Յու-Էյ Թրդեյ» կամ նույնիսկ «Նյու Յորք թայմս» թերթերը: «Ջորնալ»-ի լսարանը գաղափարական փաղաքշանքների կարիք չունի:

Վիճելի հարց է, թե արդյո՞ք ցանկալի է առաջատար լրատվամիջոցների առկա խիստ շուկայական կանխակալությունը: Մի կողմից կարելի է պնդել՝ քանի որ շուկաներն ինքնին դրական երեւույթ են, ապա դրանք հզորացնելը ցանկալի է, եւ այդ պատճառով լրատվամիջոցների այս ուղղվածությունը նույնպես ցանկալի է: Մյուս կողմից, կարելի է վիճարկել, որ լրատվամիջոցները չեն կատարում իրենց ժողովրդավարական եւ հասարակական պարտականությունները, եթե նրանք չեն կարողանում հնարավորություն ընձեռել, որ շուկայական նախաձեռնություններն ամբողջապես եւ ազնվորեն քննարկվեն, նամանավանդ երբ մեծամասնությունը կարծես թե կասկածում է կառավարական ծառայությունների եւ ապակարգավորման կայուն փոխարինման նպատակահարմարության վերաբերյալ: Շուկայի նկատմամբ կանխակալությունը կարող է նաեւ արջի ծառայություն մատուցել շուկաներին, չկարողանալով տեղեկատվական եւ քաղաքական հիմք ապահովել շուկայում չարաշահումների եւ անհաջողությունների սահմանափակման համար՝ այդպիսով նպաստելով «Էներձ»-ի նման աղետներին եւ հավանական ավելի վատ արդյունքներին:

Ընդհանուր հասարակության շահերին ավելի արձագանքող դարձնելու ուղղությամբ ցանկալի չափով լրատվամիջոցների բարեփոխումները բավականին դժվար խնդիր են: Քանի դեռ լրատվամիջոցների տեսակետները շուկայի նկատմամբ բխում են նրանց շուկայական ինտեգրացիայից, ապագայում որեւէ փոփոխության հասնելու համար անհրաժեշտ կլինի համարյա հեղափոխական քայլեր ձեռնարկել՝ հզոր ոչ առեւտրային լրատվամիջոցների ի հայտ գալու ուղղությամբ: Դեպի ապակարգավորումն առկա միտումները, կենտրոնացվածության նկատմամբ ճնշումների թուլացումը եւ ոչ առեւտրային լրատվամիջոցների աջակցության նվազումը ԱՄՆ-ում եւ արտասահմանում լրատվամիջոցների նման հիմնական բարեփոխումներն ավելի անհնարին են դարձնում: Լրատվամիջոցների կողմից այստեղ նշված առումներով շուկաների աջակցությունն ապագայում հավանաբար ավելի կուժեղանա:

Գրականություն

Ackerman, Seth. 2000. "Prattle in Seattle: WTO Coverage Misrepresented." *EXTRA!* (January-February): pp. 13-17.

Amsden, Alice. 1989. *Asia's Next Giant: South Korea and Late Industrialization*. New York: Oxford University Press.

Bagdikian, Ben. 2000. *The Media Monopoly*, 6th ed. Boston: Beacon Press.

Barnouw, Erik. 1978. *The Sponsor*. New York: Oxford University Press.

Bonner, Raymond. 1984. *Weakness and Deceit*. New York: Times Books.

Breed, Warren. 1995. "Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis." *Social Control* (May).

Carson, Rachel. 1962. *Silent Spring*. Greenwich, Connecticut: Fawcett.

Catlege, Turner. 1971. *My Life and Times*. New York: Harper and Row.

Coen, Rachel. 2000. "Whitewash in Washington: Media Provide Cover as Police Militarizes D.C." *EXTRA!* (July-August): 12-14.

Croteau, David. 1998. "Challenging the "Liberal Media Claim." *EXTRA!* July-August, pp. 4-9.

Davis, Deborah. 1984. *Katherine the Great*. Bethesda, Maryland: National Press.

DeMause, Neil. 2000. "Pepper Spray Gets in Their Eyes: Media Missed Militarization of Police Work in Seattle." *EXTRA!* (March-April): 8-9.

DuBoff, Richard. 1989. *Accumulation and Power: An Economic History of the United States*. Armonk, New York: E. Sharpe.

Economist. 1987. "Castor Oil or Camelot." December 5.

EXTRA! 1998. "The 89 Percent Liberal Media." July-August.

Fagin, Dan, and Marianne Lavelle. 1996. *Toxic Deception: How the Chemical Industry Manipulates Science, Bends the Law, and Endangers Your Health*. Secaucus, New Jersey: Birch Lane Press.

Ferguson, Thomas. 1995. *Golden Rule*. Chicago: University of Chicago Press.

Ferguson, Thomas, and Joel Rogers. 1986. *Right Turn*. New York: Hill & Wang.

Fishman, Mark. 1980. *Manufacturing the News*. Austin: University of Texas Press.

Gans, Herbert. 1979. *Deciding What's New*. New York: Vintage.

———. 1985. "Are U.S. Journalists Dangerously Liberal?" *Columbia Journalism Review* (December).

Gitlin, Todd. 1980. *The Whole World is Watching*. Berkley: University of California Press.

Halberstam, David. 1981. *The Powers That Be*. New York: Alfred Knopf.

- Herman, Edwards S. 1999. *The Myth of the Liberal Media*. New York: Peter Lang.
- Herman, Edwards S., and Noam Chomsky. 2002. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, 2nd ed. New York: Pantheon.
- Herman Edward S., and Robert McChesney. 1997. *The Global Media*. London: Cassel.
- Herman Steven. 1998. "EPA's 1998 Enforcement and Compliance Assurance Priorities." *National Environmental Enforcement Journal* (February).
- Katznelson, Ira, and Mark Kesselman. 1979. *The Politics of Power*, 2nd ed. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Kull, Steven. 1996. "Americans on Defense Spending: A Study of U.S. Public Attitudes." Center for Study of Public Attitudes, College Park, Maryland.
- Kurtz, Howard. 1993. "The NAFTA Pundit Pack: Sure, They Backed It. How Could They Lose." *Washington Post*, November 19.
- Lies of Our Times*. 1993. "NAFTA: The Times for Sale?" (October).
- Lueck, Thomas. 1993. "The Free Trade Accord: The New York Region." *New York Times*, November 18.
- Lyons, Eugene. 1996. *David Sarnoff*. New York: Harper and Row.
- Marsh, Peter, and Edward Alden. 2001. "A Lot to Hammer Out: Efforts to Cut Global Steel Capacity Must Face up to U.S. Protectionism." *Financial Times*, December 17.
- Matthews, Robert Guy. 2001. "A Big Stick: The U.S. Won't Take "No" for Answer at Paris Steel Summit." *Wall Street Journal*, December 14.
- McArthur, John. 1999. *The Selling of "Free Trade."* New York: Hill & Wang.
- McChesney, Robert. 1999. *Rich Media, Poor Democracy*. Urbana: University of Illinois Press.
- Morgan, Edward P. 2000. "From Virtual Community to Virtual History: Mass Media and the American Antiwar Movement in the 1960's." *Radical History Review* 78 (fall): 85-122.
- Nasar, Sylvia. 1991. "Industrial Policy the Korean Way." *New York Times*, July 12.
- New York Times*. 1998. "Free Speach about Food." January 19.
- Paper Lewis J. 1987. *Empire: William S. Paley and the Making of CBS*. New York: St. Martin's Press.
- Passell, Peter. 1993. "How Free Trade Prompts Growth: A Primer." *New York Times*, December 15.
- Pollack, Andrew. 2000a. "Talks on Biotech Food Turn on a Safety Principle." *New York Times*, January 28.
- . 2000b. "130 Nations Agree on Safety Rules for Biotech Food." *New York Times*, January 30.
- Pollan, Michael. 1998. "Playing God in the Garden." *New York Times Magazine*, October 25.
- Puette, William J. 1992. *Through Jaundiced Eyes*. Ithaca, New York: Cornell University Press.
- Rachel's Environmental & Health Weekly*. 1997. "On Regulation." March 20 (no. 538).
- Reisner, Jeff. 1992. "EPA Program Trades Leniency for Toxicity Data." *Journal of Commerce*, January 14.
- Schorr, Daniel. 1978. *Clearing the Air*. Ney York: Berkeley Medallion Books.
- Schumpeter, Joseph. 1954. *History of Economic Analysis*. New York: Oxford University Press.

Soloski, John. 1989. "News Reporting and Professionalism: Some Constraints on the Reporting of News." *Media Culture & Society* (April): 207-28.

Steinberger, Susan. 1997. *Living Downstream*. Reading, Massachusetts: Addison-Wesley.

Straubhar, Joseph. 1996. "The Electronic Media in Brazil." In Richard Cole, ed., *Communication in Latin America*. Wilmington, Delaware: Scholarly Resources, Inc.

Thornton, Joe. 2000. *Pandora's Poison: Chlorine, Health, and a New Environmental Strategy*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

Tuchman, Gaye. 1972. "Objectivity as Strategic Ritual." *American Journal of Sociology* 77(4): 66-79.

Wade, Robert. 1990. *Governing the Market*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.

Wriston, Walter. 1993. "Clintonomics: The New Information Revolution and the New Global Market Economy." Speech delivered at the Independent Policy Forum, January 25, Washington D.C.

5

Անհիմն չափազանցությունները լրատվամիջոցներում*

Ռոբերտ Ջ. Շիլլեր

Սպեկուլյատիվ ուռճացումների պատմությունը սկսվել է մոտավորապես
թերթերի ի հայտ գալու հետ միաժամանակ¹:

Այս գլուխը հեղինակի «Անհիմն չափազանցություններ» (Princeton University Press, 2000) գրքի 4-րդ գլուխի մի
հատվածն է: Այն նաև հրատարակվել է «Հարվարդ ինտերնեյշնլ ռեվյու»-ում (գարուն) 2001թ.-ին և տպագրվում է
«Հարվարդ ինտերնեյշնլ ռեվյու»-ի և «Princeton University Press»-ի թույլտվությամբ:

1 Կասկած չկա, որ գների սպեկուլյատիվ շարժեր եղել են մինչև թերթերի ի հայտ գալը, սակայն գների սպեկուլյա-
տիվ շարժերի վերաբերյալ լայն հասարակական ուշադրության ոչ մի փաստ ես չեմ գտել, որը ժամանակակիցների
կողմից ներկայացվեր որպես կատաղի և անբացատրելի կամ որպես ներդրողների կողմից ներկայացված չափա-
զանցությունների արդյունք: Առաջին պարբերաբար հրատարակվող թերթը ի հայտ է եկել 1600-ականների սկզբնե-
րին: Երբ հրատարակիչները բացահայտեցին, թե ինչպես կարելի է հասարակության շրջանում հետաքրքրություններ
առաջացնել, ընդլայնել շրջանառությունը և շահույթ ստեղծել, շատ եվրոպական քաղաքներում սկսեցին արագորեն
թերթեր ի հայտ գալ: Մենք կարող ենք զանգվածային լրատվամիջոցների ստեղծումը թվագրել քիչ ավելի վաղ՝
տպագրության հայտնագործության ժամանակաշրջանով, երբ հրատարակումը դադարեց կախված լինել հովանա-
վորներից: 1500-ականների ընթացքում տպագրվել են ամբիվ պամֆլետներ, հանդիմանանքներ և կրոնական ու քա-
ղաքական տրակտատներ: Տպագրության պատմագիր Ջարետը (1999թ., էջ 136) նշում է. «Տպագրությունը տեղադ-
րեց կոմերցիան ուղղակիորեն տեքստային արտադրության կենտրոնում: Ի տարբերություն ձեռագրերի արտադրու-
թյանը, տպագիր տեքստերի արտադրության էկոնոմիկան աճողականորեն ընդգրկում էր հաշվարկները, ռիսկայնու-
թյունը և շուկայական այլ առանձնահատկությունները, երբ տպագրողներն արտադրությունն իրականացնում էին
տպագրված տեքստի նկատմամբ զգալի պահանջարկի մոտավոր հաշվարկների հիման վրա»: Տպագրության հայտ-
նագործության հետ համընթաց զարգացում ապրեցին գրագիտության աճող դրդապատճառները, և 1600-ականնե-
րի ընթացքում եվրոպայի քաղաքային բնակչության մեծ մասը, եթե ոչ բոլորը, գրագետ էին: Սպեկուլյատիվ մոլուցք-
ների պատմությունը, որոնցից մեկը ներկայացված է Կինդլբերգերի կողմից (1989թ.), մինչև 1600-ականները սպե-
կուլյատիվ ուռճացումների փաստեր չի արձանագրել, և տեղական պատմաբանների իմ ուսումնասիրությունների
ժամանակ նույնպես նման փաստեր ի հայտ չեն եկել: Սակայն ես չեմ կարող ասել, թե ամբողջապես ուսումնասիրել
եմ դրանց պատմությունը: Իրականում, հնարավոր է, որ նման պատմություններ լինեն, որոնք կարող են համարվել
առաջին մոլուցքների և առաջին թերթերի միաժամանակության վերաբերյալ իմ ընդհանրացման բացառություննե-
րը, չնայած հնարավոր են նաև այլ մեկնաբանություններ: Յեյլի պատմաբան Պոլ Ֆրիդմանը որպես հնարավոր բացա-
ռություն ինձ առաջարկեց տաքդեղի օրինակը՝ համեմունքների առևտրում դրա արժեքը երբեմն զարմանալիորեն
բարձր է եղել, և 1500-ականներին այն բավականին դյուրափոփոխ էր: Կան սովի ժամանակ հացահատիկների չա-
փազանց բարձր գների նախնադարյան և միջնադարյան օրինակներ: Պատմության մեջ արձանագրվել են նաև հո-
ղի արժեքի փոփոխություններ: Օրինակ՝ մոտավորապես մ.թ. 95թ.-ին Նեպոսին գրված նամակում Պլինիոս Կրտսե-
րը (1969թ., էջեր 437-38) գրում է. «Լսե՞լ ես արդյոք, որ հողի գները բարձրացել են, նամանավանդ Հռոմի շրջակայ-
քում գտնվող հողերինը: Գների այս հանկարծակի բարձրացումը բավականին լայնածավալ քննարկումների առիթ է
ծառայել»: Ասելով, որ լայն քննարկումներ են եղել, նա ենթադրում է բերանացի խոսակցությունների ազդեցությունը,
սակայն սա իրականում մոլուցքի պատմությունն է:

Չնայած այդ առաջին թերթերի վերաբերյալ փաստաթղթերը մեծ մասամբ չեն պահպանվել, սակայն դրանք պարբերաբար լուսաբանել են լուրջ հետեւանքներ ունեցող սպեկուլյատիվ ուռճացման առաջին փաստը՝ 1630-ականների հոլանդական կալաչների մոլուցքը²:

Չնայած նորություններ տրամադրող լրատվամիջոցները (թերթերը, հանդեսները, հեռարձակվող լրատվամիջոցները եւ այժմ նաեւ Ինտերնետը) իրենց ներկայացնում են որպես շուկայական իրադարձությունների անկողմնակալ դիտորդներ, սակայն իրենք այդ իրադարձությունների բաղկացուցիչ մասն են կազմում: Շուկայական նշանակալի իրադարձությունները հիմնականում տեղի են ունենում միայն այն դեպքերում, երբ մարդկանց լայն խմբերի շրջանակներում առկա են համապատասխան տեսակետներ, իսկ լրատվամիջոցները գաղափարների տարածման առումով կարելու էր են կատարում:

Այս գլխում ես դիտարկում եմ շուկայական իրադարձությունների վրա լրատվամիջոցների ազդեցության բարդ կազուցվածքը: Ինչպես մենք կտեսնենք, նորությունները հազվադեպ են պարզ, կանխատեսելի ազդեցություն ունենում շուկայի վրա: Իսկապես, որոշ առումով դրանք ավելի քիչ ազդեցություն ունեն, քան ընդունված է կարծել: Այսուհանդերձ, մանրամասն ուսումնասիրությունը պարզ է դարձնում, որ նորություններ տրամադրող լրատվամիջոցներն իսկապես կարելու էր են խաղում ինչպես շուկայական գործողությունների համար հող նախապատրաստելու, այնպես էլ այդ գործողությունների խթանման առումով:

Նորություններ տրամադրող լրատվամիջոցների միջոցով գաղափարների փոխանցման ազդեցությունը հասկանալու համար մենք պետք է նաեւ հասկանանք, թե ինչպես են դրանք փոխներգործում գաղափարների *բերանացի* փոխանցման հետ: Այս գլխում ես քննարկում եմ փաստերն այն մասին, թե ինչպես կարելի է հասնել լրատվամիջոցների ազդեցություններին բերանացի փոխանցման միջոցով, եւ այս քննարկումը հիմք կծառայի այս գրքում քիչ ավելի ուշ ներկայացվող բերանացի փոխանցվող նորությունների ազդեցությունների ուսումնասիրման համար:

Լրատվամիջոցների դերը շուկայական գործողությունների համար հող նախապատրաստելու խնդրում

Լրատվամիջոցներն անդադար մրցակցության մեջ են՝ անհրաժեշտ հասարակական ուշադրություն գրավելով՝ գոյատևելու նպատակով: Գոյատևելու համար նրանց անհրաժեշտ է գտնել եւ պարզել հետաքրքիր նորությունները, ուշադրությունը կենտրոնացնելով այն նորությունների վրա, որոնք ունեն բերանացի փոխանցման հնարավորություն (իրենց լսարանը ընդլայնելու համար), եւ, հնարավորության դեպքում, ի հայտ բերել այնպիսի ընթացիկ պատմություն, որը նրանց լսարանին կորդի կայուն ընթերցողներ (ունկնդիրներ, ակնդիրներ) դառնալ:

Մրցակցությունը, բնականաբար, պատահական է: սովորելով միմյանց սխալնե-

2 1618թ.-ին Յոլանդիայում կային թերթեր, եւ Յոլանդիան, ի տարբերություն այդ ժամանակի այլ երկրների, թույլատրում էր ոչ միայն օտարերկրյա, այլ նաեւ երկրի ներքին նորությունների հրատարակումը: Յոլանդական թերթերի այս առաջընթաց քայլերի համար տես՝ Դեսմոնդ (1978թ.): Կալաչների մոլուցքի վերաբերյալ պահպանված տեղեկատվության հիմնական աղբյուրը մոլուցքի գազաթնակետի ժամանակաշրջանում Յոլանդիայում տպագրված մի պամֆլետ է: Անհայտ հեղինակի այդ փաստաթուղթը 1637թ.-ին երկխոսության տեսքով մանրամասն նկարագրում է սպեկուլյացիան այնպես, ինչպես դա տեղի էր ունենում այն ժամանակ: Պահպանվել են մոլուցքի ավարտից անմիջապես հետո տպագրված մի շարք այլ պամֆլետներ (տես՝ Գրաբեր, 2000թ.): Այս պահպանված պամֆլետները հաստատում են զարգացած տպագիր լրատվամիջոցների գոյությունը, որոնք ունակ էին իրադարձությունների զարգացմանը հանրապես տարածել կալաչների մոլուցքի վերաբերյալ տեղեկատվությունը:

րից եւ հաջողություններից՝ նորությունների տարածմամբ զբաղվողները ստեղծագործական գործընթաց են իրականացնում՝ որի նպատակն է նորություններին հուզականություն հաղորդել, ներմուծել մարդկանց համար հետաքրքրություն ներկայացնող նորություններ եւ նորությունների ասպարեզում հայտնի դեմքեր ստեղծել: Տարիների ընթացքում մրցակցային ոլորտի փորձը լրատվական մասնագիտությունները դարձրել է բավականին փորձառու՝ հասարական հետաքրքրությունը գրավելու ունակության առումով:

Լրատվամիջոցները բնականորեն ձգտում են դեպի ֆինանսական շուկաները, քանի որ, վերջիվերջո, շուկաները կայուն կերպով ամենօրյա գների փոփոխման տեսքով նորություններ են տրամադրում: Իհարկե, այլ շուկաները, ինչպիսին է անշարժ գույքի շուկան, նույնպես նորությունների աղբյուրներ են: Սակայն սովորաբար անշարժ գույքի շուկայից չէ, որ բխում են գների ամենօրյա փոփոխությունները: Հավանական հետաքրքիր նորությունների հաճախականության իմաստով ոչինչ չի կարող համեմատվել արժեթղթերի շուկայի հետ:

Արժեթղթերի շուկան ունի նաեւ առաջնային հատկություններ: Հասարակությունն այն համարում է Մեծ խաղատուն, կարելուրագույն խաղացողների շուկա, եւ հավատում, որ ցանկացած օր այն ծառայում է իբրեւ ազգի կարգավիճակի բարոնետր, այսինքն ներկայացնում է այն բոլոր պատկերները, որոնք լրատվամիջոցները կարող են խթանել եւ որոնցից կարող են օգուտներ քաղել:

Ֆինանսական նորությունները կարող են մարդկային հետաքրքրության խոշոր ներուժ պարունակել, քանի որ դրանք վերաբերում են հարստանալուն կամ աղքատանալուն: Եվ ֆինանսական լրատվամիջոցները կարող են իրենց խմբագրականներում անվերջ ներկայացնել շուկայի իրավիճակը, որպես շարունակական պատմություն, ինչի շնորհիվ կավելանա ամենահավատարիմ ընթերցողների թիվը: Համեմատելի չափերով նորությունների պարբերաբար տրամադրման միակ այլ աղբյուրը սպորտային իրադարձություններն են: Պատահական չէ, որ ֆինանսական նորությունները եւ սպորտը միասին կազմում են մերօրյա շատ թերթերի խմբագրական հոդվածների մոտավորապես կեսը:

Լրատվամիջոցների՝ քննարկումներին նպաստելը

Լսարաններ գրավելու նպատակով լրատվամիջոցները փորձում են հասարակությանը հետաքրքրող խնդիրների վերաբերյալ քննարկումների առիթ ստեղծել: Սա կարող է նշանակել՝ նպաստել այնպիսի թեմաների շուրջ քննարկումներ սկսելուն, որոնք փորձագետներն այլ պայմաններում նման քննարկումների արժանի չէին համարի: Լրատվամիջոցների գործողություններից կարող է տպավորություն ստեղծվել, թե խնդրի վերաբերյալ բոլոր տեսակետների հետեւում կանգնած են փորձագետներ: Այդպիսով ընթերցողը կկարծի, թե այն խնդիրների առումով, որոնց վերաբերյալ մարդիկ առավել տարակուսանքի մեջ են, փորձագետների միջեւ համաձայնություն գոյություն չունի:

Արդեն բավականին ժամանակ է, ինչ ինձ են զանգահարում լրագրողներ, որոնք հարցնում են, թե արդյոք ես կցանկանայի՞ հայտարարություն անել ի պաշտպանություն որեւէ ծայրահեղ տեսակետի: Երբ ես մերժում եմ, ապա հաջորդ խնդրանքն անխուսափելիորեն վերաբերում է այնպիսի մի փորձագետի առաջարկելուն, որը կարտահայտվի ի պաշտպանություն այդ տեսակետի:

1987թ.-ի արժեթղթերի շուկայի անկումից հինգ օր առաջ «Սակնեյլ/Լերեր նորությունների ժամ»-ը մի հաղորդում ներկայացրեց, որի հյուրն էր Ռավի Բատրան՝ «1990թ.-ի մեծ դեպրեսիան. ինչո՞ւ այն պետք է տեղի ունենա եւ ինչպես պաշտպան-

վել դրանցից» գրքի հեղինակը: Այս գրքի հիմնական ելակետն այն տեսությունն էր, որ պատմությունը միտում ունի ճշգրտորեն կրկնվելու, այնպես որ 1929թ.-ի անկումը եւ դրան հետեւած դեպրեսիան պետք է կրկնվեն: Չնայած Բատրայի նշանակալի գիտական համբավին, նրա այս գիրքն այն աշխատությունը չէ, որը լրջությամբ կընդունվեր շուկայի լուրջ գիտականների կողմից: Սակայն մինչեւ անկումն ընկած 15 շաբաթվա ընթացքում այն գտնվում էր «Նյու Յորք թայմս»-ի ամենաշատ վաճառվող գրքերի ցանկում: «Նորությունների ժամ»-ում Բատրան 1989թ.-ի համար հեղինակավոր կերպով կանխատեսեց արժեթղթերի շուկայի անկում, որը «կտարածվի ամբողջ աշխարհով մեկ», որից հետո նա հայտարարեց, թե «Կառաջանա դեպրեսիա»³: Բատրայի հայտարարությունները, արված համազգային համբավ վայելող հեռուստաշոուի միջոցով (նույնիսկ եթե դրանք կանխատեսում էին, որ անկումը տեղի կունենա երկու տարի հետո), իրենց որոշակի փոքր ներդրումն ունեցան խոցելիության այն մթնոլորտը ստեղծելու գործում, որը հանգեցրեց 1987թ.-ի անկմանը: Չնայած Բատրայի ելույթը «Նորությունների ժամ»-ում անկումից անմիջապես առաջ կարող է դիտարկվել որպես պատահական համընկնում, սակայն պետք է հաշվի առնել, որ արժեթղթերի շուկայի անկումների կանխատեսումները ազգային նորությունների հեռուստաշոուներում բավականին հազվադեպ երեւույթ են, եւ այդ պատճառով նրա ելույթից եւ անկման ժամկետների այդքան մոտ լինելու կանխատեսումից ամենաքիչը կարելի է եզրակացնել, որ դա մի մասն էր այն գործընթացի, որի հետեւանքով տեղի ունեցավ անկումը:

Արդյոք լրատվամիջոցները պե՞տք է մեղադրվեն այնպիսի թեմաների շուրջ քննարկումներ ներկայացնելու համար, որոնք էական նշանակություն չունեն: Կարելի է վիճարկել, որ նրանք կարող են կենտրոնանալ ընդհանուր լսարանի համար հետաքրքրություն ներկայացնող տարբեր թեմաների վրա, որպեսզի հասարակությունը կարողանա ի մի բերել իր տեսակետները: Սակայն այսպես վարվելով, կարծես թե, լրատվամիջոցները հաճախ տարածում եւ պաշտպանում են այնպիսի գաղափարներ, որոնք հիմնավորված չեն իրական փաստարկներով: Եթե նորությունների տնօրենները տեսակետներ ներկայացնելու վերաբերյալ որոշումներ կայացնելիս առաջնորդվեին միայն իրենց բարձրագույն մտավոր շահերով, ապա հասարակությունն իսկապես կարող էր դրականորեն լայնացնել իր մտափոփոխումը: Սակայն շատ հաճախ նրանք մրցակցային ճնշումների կողմից ազդեցության ենթարկվելով՝ ներկայացնելում են այնպիսի գաղափարներ, որոնց ավելի լավ կլիներ չանդրադառնալ:

Շուկաների տեսակետները ներկայացնելը

Լրատվամիջոցների կարծիքների մեծ բազմազանություն կա: Դրանցից յուրաքանչյուրը փորձում է պատասխանել ներկայիս շուկայի վերաբերյալ մեր հարցերին, սակայն այս կարծիքների մեջ պակասում են կարեւոր փաստերը կամ դրանցից արված եզրակացությունները: Շատ նորություններ ասես գրվել են որոշակի վերջնաժամկետի պարտադրանքով՝ ընդամենը շուկայի թվերն արտահայտող որեւէ բան ներկայացնելու նպատակով: Նման նորություններին բնորոշ է շուկայում փոխարժեքների նշանակալի բարձրացումը նշելուց հետո կենտրոնանալ բավականին կարճաժամկետ վիճակագրական տվյալների վրա: Դրանք հիմնականում նշում են, թե արժեթղթերի որ խմբերն են ավելի մեծ աճ ունեցել վերջին ամիսներին: Չնայած այդ արժեթղթերը ներկայացվում են որպես առաջատարներ, սակայն ոչ մի խելամիտ պատճառ չկա ենթադրելու, որ դրանք են շուկայում արժեթղթերի արժեքների աճի

3 Պատճենը 3143, «Մակնեյլ/Լերեր Նորությունների ժամ», «WNET/13», Նյու Յորք, 1987թ. հոկտեմբերի 14, էջ 10:

պատճառ դարձել: Նորությունային պատմությունը կարող է պերճախոս արտահայտություններով եւ լավագույն դեպքում մեր հզոր տնտեսական շարժիչին ուղղված հայրենասիրական շնորհավորանքների ակնարկներով խոսել տնտեսական աճի պատճառ հանդիսացող այնպիսի «սովորական» գործոնների մասին, ինչպիսին Ինտերնետի արագ զարգացումն է: Այնուհետեւ հողվածներն ավարտվում են հաջող ընտրված մի քանի «նշանավոր» աղբյուրներից մեջբերումներով, որոնք կարծիք են արտահայտում ապագայի վերաբերյալ: Երբեմն հողվածներում բացարձակապես բացակայում են շուկայում արժեթղթերի արժեքների բարձրացման պատճառների վերաբերյալ իրական եզրակացություններ եւ շուկաների տեսակետները հաշվի առնող կարծիքներ, այնպես որ դժվար է լինում հավատալ, թե դրանց հեղինակներն այս խնդիրների վերաբերյալ բացարձակապես ցինիկ մոտեցումներ չունեն:

Ի՞նչ են ասում այս հողվածներում մեջբերված նշանավոր աղբյուրները: Դրանք սովորաբար բազմաթիվ կանխատեսումներ են անում «Dow Jones Industrial Average»-ի վերաբերյալ, պատմում որոշակի դեպքեր կամ կատակներ անում եւ արտահայտում իրենց սեփական կարծիքները: Օրինակ՝ երբ «Գոլդման սաքս»-ի մեկնաբան Էրի Ջոզեֆ Կոհենը մեջբերման արժանի մի արտահայտություն է անում (ինչպես «ՎԱԿՅ»-ի (վախ, անվստահություն, կասկած եւ հուսահատություն) վերաբերյալ նախազգուշացումները կամ նրա «հիմարաբար կազմակերպված տնտեսություն» արտահայտությունը), ապա դա լայնորեն տարածվում է: Բացի այդ, լրատվամիջոցները մեջբերում են նրա կարծիքները, սակայն նշանակալի ուշադրություն չեն դարձնում վերլուծություններին: Չնայած նա անկասկած կապված է նշանակալի հետազոտություններ կատարող վարչության հետ եւ մինչեւ իր կարծիքները կազմավորելը խոշորածավալ տվյալների ուսումնասիրություններ է կատարում, սակայն դրանք վերջնական առումով ներկայացվում են որպես ընդամենը նրա կարծիքներ: Իհարկե, դրա համար չի կարելի մեղադրել նրան, քանի որ այդպիսին է հնչել արտահայտությունները գերադասող լրատվամիջոցների բնույթը՝ մակերեսային կարծիքները նախընտրել մանրագին ուսումնասիրություններից:

Ռեկորդների չափազանց մեծ քանակություն

Հաճախ թվում է, թե լրատվամիջոցները նախընտրում են չափազանցություններ ներկայացնել, եւ մենք (նրանց լսարանը) կասկածում ենք, թե արդյո՞ք արժեթղթերի շուկայում վերջերս նկատված արժեքների բարձրացումն իսկապես այդքան արտասովոր է: Լրատվամիջոցները պարբերաբար նշում են այնպիսի տվյալներ, որոնք ենթադրում են, որ արժեթղթերի շուկայում նոր ռեկորդներ են սահմանվում (կամ համեմայն դեպս դրան շատ մոտ են լինում), եւ եթե լրագրողներն այդ տվյալները դիտարկում են էականորեն այլ տեսանկյուններից, ապա նրանք հաճախ գտնում են *ինչ-որ բան*, որը մոտ է ռեկորդի սահմանմանը տվյալ օրվա համար: Լուսաբանելով արժեթղթերի շուկայի գործունեությունը՝ շատ լրագրողներ սիրում են նշել «ռեկորդային ցուցանիշին մոտ գների օրական փոփոխություններ», որոնք նախընտրում են հաշվարկել «Դոու Ջոնսի» կետերով, քան թե տոկոսային հարաբերակցություններով, որպեսզի ռեկորդներն ավելի հավանական լինեն: Վերջին տարիներին այդքան շատ ռեկորդներ սահմանելուց հետո մարդիկ արդեն հասկացել են «Դոու Ջոնսի» կետերով հաշվարկման նշանակությունը, սակայն լրատվամիջոցների շրջանում դեռեւս առկա են այդպիսի մոտեցումները:

Ռեկորդների այս չափազանց մեծ քանակությունը (այն տպավորությունը, որ անընդհատ նոր ռեկորդներ են սահմանվում) միայն մեծացնում է տնտեսության վերաբերյալ մարդկանց շփոթվածությունը: Դա դժվարացնում է մարդկանց ընկալումը,

երբ իսկապես որեւէ իրական եւ կարելոր նոր երեւոյթ է ի հայտ գալիս: Ձանազան ցուցանիշների իր հեղեղով այն նաեւ խրախուսում է քանակական տվյալների անհատական վերլուծություններից խուսափելը՝ նախընտրելով փորձագիտական աղբյուրների կողմից տվյալների բացատրությունը:

Արդյո՞ք արժեթղթերի գների խոշոր փոփոխությունները հետեւում են նշանակալի նորությունների օրերին:

Կարծես թե շատերը համոզված են, որ որոշակի նորությունների հրապարակումը, այդ նորությունների լուրջ բովանդակությունն է ազդում ֆինանսական շուկաների վրա: Սակայն, ըստ հետազոտությունների, այս տեսակետն ավելի քիչ աջակցություն է ստանում, քան կարելի էր ենթադրել:

Վիկտոր Նիդերհոֆերը 1971թ.-ին, երբ նա դեռեւս դոցենտ էր Բերկլիում (մինչեւ նրա ապահովագրական հիմնադրամի առասպելական դեկավար դառնալը), մի հոդված տպագրեց, որը փորձում էր պարզել, թե արդյոք այն օրերը, երբ նշանակալի նորություններ էին հաղորդվել, կապված էին այն օրերի հետ, երբ տեղի էին ունեցել արժեթղթերի գների խոշոր փոփոխություններ: Նա աղյուսակներ էր կազմել «*Նյու Յորք թայմս*»-ում 1950թ.-ից մինչեւ 1966թ.-ը տպագրված բոլոր շատ խոշոր վերնագրերի վերաբերյալ (խոշոր տառերն ընդունելով որպես համեմատական կարելորության կուպիտ չափանիշ): Հավաքվել էր 432 այդպիսի վերնագիր: Արդյո՞ք այդ օրերին համապատասխանում էին արժեթղթերի գների խոշոր փոփոխություններ: Որպես համեմատության չափանիշ Նիդերհոֆերն ընդունել էր այն փաստը, որ այդ ժամանակահատվածում «Standart and Poors Composite Index»-ը նշանակալի աճ (ավելի քան 0,78 տոկոս) էր ունեցել առեւտրային օրերի միայն 10 տոկոսում եւ մեկ օրվա ընթացքում նշանակալի նվազում (ավելի քան 0,71 տոկոս)՝ առեւտրային օրերի եւս 10 տոկոսում: 432 «նշանակալի նորությունների օրերին» հետեւել էին 78 (կամ 18 տոկոս) գների խոշոր աճեր եւ 56 (կամ 13 տոկոս) խոշոր նվազումներ: Այսպիսով, հավանականությունը, որ նշանակալի նորությունների օրերին կհետեւեին գների խոշոր փոփոխություններ աննշան չափով ավելի մեծ էր, քան այլ սովորական օրերի համար (Նիդերհոֆեր, 1971թ., էջ 205, տես նաեւ՝ Քաթլեր, Պոտերբա եւ Սամմերս, 1989թ.):

Այդ բոլոր հոդվածները կարդալով՝ Նիդերհոֆերը ենթադրեց, որ լուսաբանված նորությունային իրադարձություններից շատերը կարծես թե այդքան էլ նշանակալի ազդեցություն չեն ունեցել արժեթղթերի շուկայի կողմից ներկայացված հիմնական արժեքների վրա: Հնարավոր է, որ ըստ լրատվամիջոցների համազգային նշանակության նորությունն այն չէր, ինչն իսկապես կարելոր էր արժեթղթերի շուկայի համար: Նա ենթադրեց, որ այն նորությունային իրադարձությունները, որոնք համազգային ճգնաժամերին էին վերաբերում, արժեթղթերի շուկայի վրա ազդելու ավելի մեծ հավանականություն ունեին:

Համազգային ճգնաժամը սահմանելով որպես մի ժամանակաշրջան, երբ յոթ օրվա ընթացքում հինգ կամ ավելի խոշոր վերնագրեր են տպագրվել, Նիդերհոֆերն այդ ժամանակահատվածում հայտնաբերեց 11 ճգնաժամ: Դրանք էին՝ Կորեայի պատերազմի սկիզբը 1950թ.-ին, կոմունիստների կողմից Սեուլի գրավումը 1951թ.-ին, ժողովրդավարական Ազգային Կոնվենցիան 1952թ.-ին, Սովետական զորքերի սպառնալիքները Հունգարիայում եւ Լեհաստանում 1956թ.-ին, Սուեզի ճգնաժամը 1956թ.-ին, Շարլ Դը Գոլի Ֆրանսիայի վարչապետ դառնալը 1958թ.-ին, ԱՄՆ ծովային հետեւակի մուտքը Լիբանան 1958թ.-ին, ԽՍՀՄ առաջնորդ Նիկիտա Խրուշչովի ելույթը Միացյալ Ազգերի Կազմակերպությունում 1959թ.-ին, Լարվածությունը Կուբայում 1962թ.-ին, Կուբայի զինված ուժերի շրջափակումը 1962թ.-ին եւ նախագահ Ջոն Քենեդիի սպանությունը 1963թ.-ին: Այս, այսպես սահմանված, ճգնաժամերի ընթացքում գների օրական փոփոխությունների 42 տոկոսը «նշանակալի» էին, համեմատած այլ «սովորա-

կան» օրերի ժամանակ 20 տոկոս «նշանակալի» փոփոխությունների հետ: Այսպիսով, ճգնաժամերի դեպքում որոշակի, սակայն ոչ այդքան էական, հավանականություն կար, որ դրանք կուղեկցվեն արժեթղթերի գների նշանակալի փոփոխություններով:

Նկատելի է, որ Նիդերհոֆերի ուսումնասիրած ամբողջ 16 տարի ժամանակաշրջանում ընդամենը 11 «ճգնաժամային» շաբաթ կար: Արժեթղթերի շուկայում գների փոփոխությունների ընդհանուր թվից միայն մի քանի դեպքերում է որեւէ իմաստալի կապ հայտնաբերվել այդ վերնագրերի հետ:

Չամընթաց նորություններ

Գների խոշոր ցատկերի օրերին հրապարակվող այն նորությունները, որոնք այդ փոփոխությունների պատճառն են համարվում, հաճախ չեն կարող դրանց իրական պատճառը լինել կամ համեմայն դեպս չեն կարող այդչափ մեծ փոփոխությունների պատճառ հանդիսանալ: 1989թ. հոկտեմբերի 13-ին, ուրբաթ օրը, արժեթղթերի շուկայի անկում տեղի ունեցավ, որը լրատվամիջոցները հստակորեն սահմանում էին որպես նորությունային մի պատմության հետեւանք: Վարկերի հաշվին «UAL»-ի՝ «United Airlines»-ի հիմնադիր կազմակերպության վերահսկիչ փաթեթի ձեռքբերման գործարքն անհաջողության էր մատնվել: Անկումը, որի հետեւանքով «Դուու Ջոնս»-ի արժեքն ընկավ 6,91 տոկոսով, սկսվեց այդ հայտարարությունից մի քանի րոպե անց, այնպես որ սկզբում թվում էր, թե ամենայն հավանականությամբ, դա էր անկման պատճառը:

Նման կարծիքի պատճառն այն է, որ «UAL»-ն ընդամենը մեկ ընկերություն է, որի բաժինը արժեթղթերի շուկայի ընդհանուր արժեքի 1 տոկոսի մի աննշան հատվածն է կազմում: Ինչու՞ պետք է «UAL»-ի վաճառքի չկայանալը նման ազդեցություն ունենար ամբողջ շուկայի վրա: Ժամանակի մեկնաբանություններից մեկն այն էր, որ գործարքի խափանումը շուկայի կողմից դիտվել էր որպես բեկումնային պահ, որը նախանշան էր, որ սպասվելիք նման այլ վաճառքի գործարքները նույնպես կծախողվեն: Սակայն չտրվեց ոչ մի ճշգրիտ փաստարկ, թե ինչու դա կարող էր բեկումնային պահ համարվել: Ավելի հավանական է, որ այդպես անվանելը ոչ այլ ինչ էր, քան այդ նորությունը շուկայի նման արձագանքը բացատրելու ցանկություն:

1989թ. հոկտեմբերի 13-ի անկման պատճառները բացահայտելու նպատակով անկմանը հաջորդած երկուշաբթի եւ երեքշաբթի օրերին հետազոտող Վիլյամ Ֆելտոուսը եւ ես հեռախոսային հարցում անցկացրեցինք շուկայի 101 մասնագետների շրջանում: Մեր հարցը հետեւյալն էր. «Արդյո՞ք դուք «UAL»-ի մասին նորությունը լսել եք շուկայում ուրբաթ կեսօրին գների կտրուկ իջեցումից առաջ, թե՞ ավելի ուշ՝ որպես արժեթղթերի շուկայում անկման բացատրություն»: Միայն 36 տոկոսն ասաց, որ իրենք այդ նորության մասին լսել էին մինչեւ անկումը: 53 տոկոսն ասաց, որ իրենք նորությունը լսել էին ավելի ուշ՝ որպես անկման բացատրություն: Մնացածը վստահորեն չէին կարող ասել, թե երբ էին իրենք լսել այդ նորությունը: Այսպիսով, կարելի է կարծել, որ նորությունն ավելի շուտ կրնկակոխ հետեւել է անկմանը եւ համընթաց եղել նրան, քան՝ նորությունն ուղղակիորեն դրա պատճառն է հանդիսացել, եւ այդ պատճառով այն այդքան էլ նշանակալի չէր, ինչքան ներկայացնում էին լրատվամիջոցները:

Մենք շուկայի մասնագետներին նաեւ խնդրեցինք մեկնաբանել այդ նորությունը: Մենք հարցրեցինք.

- Չետեւյալ երկու հայտարարություններից ո՞րն է ավելի ճիշտ նկարագրում անցած ուրբաթ ունեցած ձեր կարծիքը.

1. Ուրբաթ կեսօրին հայտնի դարձած «UAL»-ի մասին նորությունը կնվազեցնի ապագա գնման գործարքների թիվը, եւ, այդպիսով, «UAL»-ի մասին նորությունը կարելի է համարել արժեթղթերի գների անկման խելամիտ պատճառ:

2. Ուրբաթ կեսօրին հայտնի դարձած «UAL»-ի մասին նորությունը պետք է դիտարկել որպես կիզակետ կամ ուշադրություն գրավող երեւոյթ, որը ներդրողներին դրդեց արտահայտելու շուկայի վերաբերյալ իրենց կասկածները:

Հարցվողների 30 տոկոսն ընտրեց առաջին պատասխանը, 50 տոկոսը՝ երկրորդը, իսկ մնացածը չկարողացավ ընտրություն կատարել այդ երկուսի միջեւ: Այդպիսով, նրանք հիմնականում նորությամբ վերաբերվում էին որպես *ներդրողների գործելակերպի բացատրություն* (Շիլլեր եւ Ֆելտուս, 1989թ.): Գիշտ կլինե՞ր ասել, որ այս նորությունն էական նշանակություն ուներ արժեթղթերի շուկայի անկման համար այն առումով, որ այն մի «պատմություն» էր ներկայացնում, որն ի պատասխան արժեթղթերի գների նվազման նպաստեց դրանց գների առավել մեծ չափերի նվազեցմանը՝ այդպիսով անկման գործընթացն այն աստիճանի երկարաձգելով, ինչքան դա չէր կարող լինել այդ նորության ի հայտ չգալու դեպքում: Սակայն դժվար թե այն անկման պատճառը լինե՞ր:

Նորությունների բացակայությունը գների խոշոր փոփոխությունների օրերին

Մենք կարող ենք դիտարկել նաեւ գների չափազանց խոշոր փոփոխությունների օրերը եւ հարց տալ, թե արդյո՞ք այդ օրերին հաղորդվել են չափազանց կարեւոր նորություններ: Զարգացնելով Նիդերհոֆերի աշխատանքը՝ Դեւիդ Քաթլերը, Ջեյմս Պոտերբան եւ Լուրենս Սամներսը 1998թ.-ին կազմեցին Միացյալ Նահանգներում երկրորդ համաշխարհային պատերազմից հետո արժեթղթերի շուկայում գների 50 խոշորագույն փոփոխությունների ցանկը եւ յուրաքանչյուրի դիմաց նշեցին լրատվամիջոցների կողմից տրված բացատրությունները: Այսպես կոչված բացատրությունների մեծ մասը չէր վերաբերվում որեւէ արտասովոր նորության, իսկ դրանց մի մասը չէր կարելի նույնիսկ լուրջ նորություն համարել: Օրինակ՝ գների խոշոր փոփոխությունների պատճառների մեջ ընդգրկված էին այնպիսի անվճար հայտարարություններ, ինչպիսիք են «Էյզենհաուերը նպաստում է տնտեսության նկատմամբ վստահությանը», «Դյուլիի նկատմամբ Տրումենի հաղթանակի շարունակվող ազդեցությունը» եւ «Նախկինում տեղի ունեցած անկմանը փոխարինող գործարքների աճ» (Քաթլեր, Պոտերբան եւ Սամներս, 1989թ., էջ 10):

Ոմանք կառարկեն, թե գների խոշոր փոփոխությունների օրերին պարտադիր չէ որեւէ նկատելի նորության առկայությունը, նույնիսկ եթե շուկաները շատ լավ են աշխատում: Այսպես կոչված արդյունավետ շուկայում գների փոփոխությունը տեղի է ունենում (ըստ փաստարկների) տեղեկատվությունը ստանալուն պես, այն չի սպասում մինչեւ տեղեկատվությունը հրապարակվի լրատվամիջոցների կողմից: Այսպիսով, զարմանալի չէ (ըստ այս տեսակետի), որ գների փոփոխությունների օրերին մենք հաճախ թերթերում նոր տեղեկատվություն չենք գտնում: Վաղօրոք հայտնի տեղեկատվությունը, որը սովորական դիտորդի համար ուղղակի կապ չի արտահայտում շուկայի հետ կամ անկարեւոր է թվում, պոտենցիալ ներդրողի կողմից արդեն համարվել է

կարելու այն հիմքերի առումով, որոնք սահմանում են բաժնետոմսերի արժեքները:

Գների բացառիկ խոշոր փոփոխությունների օրերին կարելու նորությունների հաճախակի բացակայությունը բացատրելու համար առաջ քաշված փաստարկներից մեկն էլ այն է, որ մի քանի գործոնների համակցությունը կարող է շուկայում նշանակալի փոփոխությունների պատճառ դառնալ, նույնիսկ եթե այդ գործոններն առանձին-առանձին այնքան էլ մեծ նորությունային արժեք չունեն: Օրինակ՝ ենթադրենք, թե որոշ ներդրողներ ոչ պաշտոնապես կիրառում են վիճակագրական մի որոշակի մոդել, որը կանխատեսում է հիմնական արժեքները՝ օգտագործելով մի շարք տնտեսական ցուցանիշներ: Եթե այդ բոլոր առանձին ցուցանիշները կամ դրանց մեծ մասը տվյալ օրը մատնանշում են նույն երեւույթի առկայությունը, ապա նույնիսկ եթե դրանցից ոչ մեկն ինքնին էական նշանակություն չունենա, դրանց ընդհանուր ազդեցությունը, միեւնույն է, նշանակալի կլինի:

Սակայն նորությունների ու շուկայական փոփոխությունների միայն թեթևակի կապ ունենալու փաստի այս երկու բացատրությունները հիմնված են այն ենթադրության վրա, որ հասարակությունը շարունակական ուշադրության է դարձնում նորություններին: Ըստ այս մեկնաբանությունների, հասարակությունը պետք է անմիջապես արձագանքի շուկայի հիմքերի վերաբերյալ ամենաամնշան նորությանը, կամ էլ այն յուրաքանչյուր վայրկյան ուշադիր կերպով հավաքում է փաստերի մանրամասները: Սակայն հասարակական ուշադրությունն այդպես չի աշխատում, այն շատ ավելի իդեալիստական եւ քմահաճ է: Նորությունը հաճախ կատարում է այն շղթայական ռեակցիան նախաձեռնողի դերը, որը հիմնովին փոխում է հասարակության մտածելա-կերպը շուկայի վերաբերյալ:

Նորությունը որպես ուշադրության ալիքների վայրիվերում

Շուկայի վրա ազդեցությունը կարծես հաճախ ուշացած է լինում եւ պարբերաբար հասարակության ուշադրությունը գրավելու հետեւանք է լինում: Կարելի է ուշադրություն դարձնել արդեն վաղուց բավականին հայտնի փաստերին, պատկերներին կամ պատմություններին: Փաստերը կարող են անտեսված լինել կամ նախկինում գնահատված լինեն որպես անէական, սակայն որոշակի նորությունային իրադարձությունից հետո նոր նշանակալիություն ձեռք բերեն: Ուշադրության պարբերաշրջանները կարելի է ալիքներ անվանել, երբ ուշադրություն գրավող որեւէ իրադարձություն իր հետեւից բերում է մեկ ուրիշը եւ այդպես շարունակ:

1995թ. հունվարի 17-ին, երեքշաբթի օրը, առավոտյան ժամը 5:46-ին Ռիխտերի սանդղակով 7,2 բալանոց երկրաշարժ տեղի ունեցավ ճապոնիայի Կոբե քաղաքում: Դա 1923թ.-ից ի վեր ճապոնական քաղաքներում տեղի ունեցած երկրաշարժերից ամենահզորն էր: Այս իրադարձությանը համաշխարհային արժեթղթերի շուկաների արձագանքն ուսումնասիրելը բավականին հետաքրքիր էր, քանի որ այս դեպքում մենք վստահ էինք, որ իրադարձությունը՝ երկրաշարժը, իսկապես արտաքին երեւույթ էր եւ ի հայտ չէր եկել մարդկանց գործունեության կամ բիզնեսի պայմանների պատճառով, պատասխան չէր տնտեսական փոփոխությունների վերաբերյալ որեւէ փաստի, ոչ էլ ստանդարտ տնտեսական ցուցանիշների արտասովոր արժեքների համակցություն էր: Նախկինում նշված Դեւիդ Քաթլերի, Ջեյմս Պոտերբայի եւ Լոուրենս Սամմերսի կազմած Միացյալ Նահանգներում «Standart and Poors Index»-ի գների 50 խոշորագույն փոփոխությունների վերաբերյալ լրատվամիջոցների բացատրություն-

ների ցանկում չկա ոչ մի բացատրություն, որը կապված լիներ տնտեսության հետ բացահայտորեն կապ չունեցող որեւէ եական արտաքին պատճառի հետ⁴:

Երկրաշարժի զոհ դարձավ 6425 մարդ: Կանսասի Արդյունաբերական նորարարությունների կենտրոնի գնահատականների համաձայն երկրաշարժի պատճառած ընդհանուր վնասը կազմեց մոտ 100 միլիարդ ԱՄՆ դոլար: Ֆինանսական շուկաների արձագանքը բավականին եական էր, սակայն՝ ուշացած: Տոկիոյի արժեթղթերի շուկայում այդ օրը գների աննշան նվազում արձանագրվեց, իսկ շինարարության հետ կապված ընկերությունների արժեքներն աճեցին՝ արտահայտելով նրանց արտադրանքների եւ ծառայությունների նկատմամբ պահանջարկի սպասվելիք աճին: Այդ օրերին վերլուծաբանները հաղորդեցին, որ կորպորատիվ արժեքների վրա երկրաշարժի ազդեցություններն առայժմ անորոշ են, քանի որ վերակառուցման ալիքը կարող է խթանել ճապոնիայի տնտեսությունը:

Երկրաշարժի վերաբերյալ խոշորագույն արձագանքն ի հայտ եկավ մեկ շաբաթ հետո: Յուվաի 23-ին ճապոնական «Nikkei» բաժանետոմսերի ինդեքսն իջավ 5,6 տոկոսով, երբ չկար ոչ մի եական նորություն, բացի լրատվամիջոցների կողմից երկրաշարժի պատճառած վնասի վերաբերյալ պարբերաբար ներկայացվող տեղեկությունները: Երկրաշարժին հետեւած 10 օրվա ընթացքում «Nikkei»-ին կորցրեց իր արժեքի մոտ 8 տոկոսը: Եթե դիտարկենք միայն երկրաշարժի ուղղակիորեն պատճառած վնասների տեսանկյունից, ապա արժեքի անկումը վստահաբար կարելի է չափազանցություն համարել:

Ի՞նչ էին մտածում ներդրողները երկրաշարժին հաջորդած 10 օրերի ընթացքում: Իհարկե, հնարավոր չէ ճշգրտորեն պարզել դա: Մենք միայն գիտենք, որ այդ ժամանակահատվածի նորություններում գերակայում էր Կորեի երկրաշարժի թեման, որը նորություններ էր ստեղծում, ներկայացնում էր ճապոնայի վերաբերյալ տարբեր պատկերներ եւ միգուցե հանգեցրեց ճապոնայի տնտեսության վերաբերյալ բազմազան տպավորությունների առաջացմանը: Ավելին, երկրաշարժը առիթ հանդիսացավ քննարկելու Տոկիոյում հնարավոր երկրաշարժի հետեւանքները: Չնայած վաղուց երկրաբանական ուսումնասիրությունները ցույց էին տվել, որ Տոկիոյում կարող են հզոր երկրաշարժեր լինել, այս խնդիրն այժմ սկսեց ավելի մեծ ուշադրության արժանանալ: 1923թ.-ի երկրաշարժի նման ուժգնություն ունեցող երկրաշարժը ըստ «Tokai Research and Consulting, Inc.»-ի գնահատականի ժամանակակից Տոկիոյին կպատճառեր 1,25 տրիլիոն ԱՄՆ դոլարի վնաս («Տոկիոյի երկրաշարժը՝ ոչ թե «եթե», այլ՝ «երբ», «Tokyo Business Today», 1995թ. ապրիլ, էջ 8):

Կորեի երկրաշարժի ճապոնիայի ներքին շուկայի վրա ունեցած ազդեցությունից ավելի զարմանալի էր դրա ազդեցությունը օտարերկրյա արժեթղթերի շուկաների վրա: «Nikkei»-ի արժեքի 5,6 տոկոսով իջնելու օրը Լոնդոնում «Financial Times Stock Exchange 100 Index»-ի արժեքն իջավ 1,4 տոկոսով, Փարիզում «Compagnie des Agents de Chage 40 Index»-ինը՝ 2,2 տոկոսով, իսկ Գերմանիայում «Deutscher Aktien Index»-ինը՝ 1,4 տոկոսով: Բրազիլիայի եւ Արգենտինայի արժեթղթերի շուկաները նույնպես 3-ական տոկոս անկում ունեցան: Աշխարհի այս բազմազան երկրներն այդ երկրաշարժից չէին տուժել:

Աշխարհի արժեթղթերի շուկաների վրա Կորեի երկրաշարժի այս ազդեցության վավագույն բացատրությունն այն է, որ երկրաշարժի եւ արժեթղթերի շուկայի համընթաց անկման լուսաբանումը գրավեց ներդրողների ուշադրությունը, առաջացնելով փոփոխությունների ալիք, որն առաջնային պլան բերեց որոշ ավելի հոռետեսական գործոններ:

Նորությունների վերաբերյալ շուկայի արձագանքի մեկ այլ փաստը ցույց է տալիս, թե ինչպես կարող է լրատվամիջոցների ուշադրությունը (իրադարձությունների պար-

4 Այսինքն չկա ոչ մի պատճառ, որը կարելի է նշանակալի համարել, եթե որեւէ մեկի մտքով չանցնի այդպիսին համարել նախագահ Դուայթ Էյզենհաուերի սրտի նոպան 1955թ. սեպտեմբերի 26-ին:

բերաշրջանի միջոցով) նպաստել այն կարծիքին, որ սովորական պայմաններում համարյա թե բոլոր ներդրողների կողմից անիմաստ ու անեական համարվող որեւէ նորություն կարող է հանկարծակի լրջորեն ընդունվել: Ջոզեֆ Գրանվիլի (մի շուկայական ճոռոմախոս նախագուշակի) մասին նորությունների շարքը կարծես թե պատճառ հանդիսացավ մի քանի խոշոր շուկայական փոփոխությունների: Լրատվամիջոցների այս պատմությունների միակ էական բովանդակությունն այն էր, որ Գրանվիլն իր հաճախորդներին խորհուրդներ էր տալիս գնելու կամ վաճառելու վերաբերյալ, եւ որ Գրանվիլն ինքը բավականին ազդեցիկ էր:

Գրանվիլի վարքը միանգամից գրավում էր հասարակության ուշադրությունը: Նրա ներդրումային սեմինարները արտառոց տարօրինակություններ էին՝ երբեմն ներկայացվում էր ձեռնասուն մի շինպանգե, որը կարող էր դաշնամուրով նվագել Գրանվիլի նախասիրած երգը՝ «Բաժնետիրոջ բլուզ»-ը: Մի անգամ ներդրումային սեմինարին նա ներկայացավ Մովսեսի նման հագնված՝ գլխին թագ դրած եւ ձեռքին քարեսալիկներ բռնած: Գրանվիլն արտառոց հայտարարություններ էր անում իր կանխատեսման ունակությունների վերաբերյալ: Նա ասում էր, թե ինքը կարող է կանխատեսել երկրաշարժերը, եւ մի անգամ հայտարարեց, որ կանխատեսել է նախորդած համաշխարհային խոշորագույն յոթ երկրաշարժերից վեցը: «*Թայմ*» ամսագիրը մեջբերել էր նրա հետեւյալ արտահայտությունը. «Ես չեմ կարծում, որ իմ կյանքի ընթացքում արժեթղթերի շուկայում երբեւէ լուրջ սխալ կգործեն», եւ նա նախագուշակել էր նաեւ, որ ինքը տնտեսագիտության ասպարեզում Նոբելյան մրցանակի կարժանանա (Սանտրի, 1980թ. ա, ք):

Գրանվիլի հետ կապված առաջին դեպքը տեղի ունեցավ 1980թ. ապրիլի 22-ին: Այն նորության հրապարակումից հետո, որ նա փոխել է իր հանձնարարականները (կարճաժամկետներից երկարաժամկետների), «Դոու»-ի արժեքը բարձրացավ 30,72 կետով կամ 4,05 տոկոսով: Դա «Դոու»-ի արժեքի խոշորագույն աճն էր 1978թ. նոյեմբերի 1-ից հետո: Երկրորդ դեպքը տեղի ունեցավ 1981թ. հունվարի 6-ին, երբ Գրանվիլի ներդրումային ծառայությունը երկարաժամկետ հանձնարարականներից անցավ կարճաժամկետներին: «Դոու»-ն ապրեց իր խոշորագույն անկումը 1979թ. հոկտեմբերի 9-ից ի վեր՝ ավելի քան մեկ տարվա ընթացքում: Այս երկու դեպքերում էլ ոչ մի այլ նորություն չկար, որը կարող էր պատճառ հանդիսանալ շուկայական փոփոխությունների համար, իսկ երկրորդ դեպքում եւ «*Ուոլ Սթրիթ Ջորնալ*»-ը, եւ «*Բարրոնս*»-ը անկումն ուղղակիորեն կապել էին Գրանվիլի հանձնարարականների հետ:

Արդյոք մենք կարո՞ղ ենք վստահ լինել, որ լրատվամիջոցների կողմից Գրանվիլի վերաբերյալ նյութերը եւ կանխատեսման նրա հավանական ունակությունն էին այս փոփոխությունների պատճառները: Շատերը հարց են տալիս, թե արդյո՞ք Գրանվիլի ազդեցությունն ընդամենը համընկնում էր, որը չափազանցվել էր լրատվամիջոցների կողմից: Մենք կարող ենք վստահ լինել, որ Գրանվիլի հայտարարությունների մասին նորությունների պատմությունների շարքը կունուլյատիվ ազդեցություն է ունեցել ազգային ուշադրության վրա, եւ որ հասարակության արձագանքը նրա հայտարարություններին եւ այդ հայտարարությունների ժամանակ տեղի ունեցող շուկայական փոփոխություններին հիմնովին փոփոխվել են այս ալիքների պատճառով⁵:

5 Կոլումբիայի համալսարանի դասախոսներ Գուր Չաբերմանը եւ Թոմեր Ռեզելը մի ուսումնասիրություն են նարկայացրել, որը վերաբերում է առանձին ընկերության արժեթղթերի գնի հսկայական աճին ի պատասխան նորությունային մի պատմության, որը չնայած շատ գրավիչ էր գրված, սակայն իրականում ոչ մի նորություն չէր պարունակում: «EntreMed»-ի բաժնետոմսերի արժեքը 12-ից աճեց մինչեւ 85-ի նախորդ օրը շուկայում սակարկությունների ավարտի եւ հաջորդ օրը դրանց վերսկսման միջեւ ընկած ժամանակահատվածում, երբ «*Նյու Յորք թայմս*»-ում տպագրվեց մի պատմություն, որը նկարագրում էր այդ ընկերության դեղամիջոցի քաղցկեղի բուժման պոտենցիալը: Նրանք նշում են, որ այդ պատմության մեջ առկա բոլոր փաստերն արդեն հրապարակվել էին հինգ ամիս առաջ (տես՝ Չաբերման եւ Ռեզել, 1999թ.): Իսկապես (չնայած հեղինակները դա չեն նշում), «EntreMed»-ի բաժնետոմսերն այդ օրը գնողներից շատերը գիտեին, որ այդ պատմության մեջ նորություն չկա, սակայն նրանք գնում էին այդ բաժնետոմսերը՝ մտածելով, որ այդ պատմությունը, որն այդքան լավ եւ արտահայտիչ կերպով է գրված, կնպաստի բաժնետոմսերի արժեքի կտրուկ բարձրացմանը:

Գրականություն

Cutler, David, James Poterba, and Lawrence Summers, 1989, "What Moves Stock Prices?" *Journal of Portfolio Management* 15(3): 4-12.

Desmond, Robert W. 1978. *The Information Process: World News Reporting to the Twentieth Century*. Iowa City: University of Iowa Press.

Garber, Peter. 2000. *Famous First Bubbles: The Fundamentals of Early Manias*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

Huberman, Gur, and Tomer Regev. 1999. "Speculating on a Cure of Cancer: A Non-Event That Made Stock Prices Soar." Columbia University, Graduate School of Business, New York. Unpublished manuscript.

Kindlberger, Charles P. 1989. *Manias, Panics and Crashes: A History of Financial Crises*, 2nd ed. London: Macmillan.

Niederhofer, Victor. 1971. "The Analysis of World News Events and Stock Prices." *Journal of Business* 44(2).

Pliny the Younger. 1969. *Letters and Panegyrics*, book 6, no. 19. Translated by Betty Radice Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

Santry, David. 1980a. "The Long-Shot Choice of a Gambling Guru." *Business Week*, May 12, p. 112.

———. 1980b. "The Prophet of Profits." *Time*, September 15, p. 69.

Shiller, Robert J., and William J. Feltus. 1989. "Fear of a Crash Caused the Crash." *New York Times*, October 29, section 3, p. 3, col.1.

Tokyo Business Today. 1995. "The Tokyo Earthquake: Not "If" but "When." April.

Zaret, David. 1999. *Origins of Democratic Culture: Printing, Petitions, and Public Sphere in Early-Modern England*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.

6

Նորություններ եւ քաղաքական ազդեցություն տարածելը

Դեւիդ Ստրյոմբերգ

Ձանգվածային լրատվամիջոցներն ազդում են ինչպես քաղաքական տեղեկատվություն ստացողների, այնպես էլ վերջիններիս ստանալիք տեղեկատվության վրա: Սա ազդում է հասարակական քաղաքականության վրա, քանի որ քաղաքական գործիչները սովորաբար նախընտրում են տեղեկացված ընտրողներին եւ բազմակողմանիորեն լուսաբանված խնդիրները: Քաղաքական գործիչների այս նախընտրություններն ունեն լուրջ հիմքեր. ոչ միայն, որ լավ տեղեկացված ընտրողների ընտրություններին մասնակցությունն առավել հավանական է, քան չտեղեկացվածներինը, այլ նաեւ առավել հավանական է, որ նրանք իրենց ձայնը կտան այն թեկնածուի օգտին, որը պաշտպանում է իրենց շահերը: Օրինակ՝ Դեւիդ Կարպինին եւ Կիտերը (1996թ.) հարցումներով պարզեցին, որ 1988թ.-ի ԱՄՆ նախագահական ընտրությունների ժամանակ հարցման ենթարկվածներից առավել գիտակ 10 տոկոսի մեջ ընդգրկվածների մոտավորապես 10-ից 9-ը մասնակցել է ընտրություններին, մինչդեռ առավել քիչ տեղեկացվածների շրջանում 10 հոգուց ընտրություններին մասնակցել էր միայն 2-ը (տես նաեւ՝ Լարսինես, 2001թ.): Բացի այդ, Շոտլանդ եւ Բիկերսը (1994թ.) պարզեցին, որ ավելի լավ տեղեկացված մարդիկ ընդհանրապես նաեւ առավել հավանական է, որ տեղյակ կլինեն իրենց թաղամասերում իրականացվող ծրագրերի վերաբերյալ: Ավելին, նոր ծրագրերի մասին իմացող ընտրողներն առավել հավանական է, որ ձայն կտան իրենց պաշտոնավարող ներկայացուցչին՝ այդպիսով նպաստելով իրենց թաղամասի կողմից ստացվող շահույթների իրական աճին: Այս գլուխը քննարկում է իմ վերջերս կատարած աշխատանքն այն մասին, թե ինչպես կարող են զանգվածային լրատվամիջոցներն ազդել քաղաքականության ձեւավորման վրա:

Տեսություն

Այս բաժինը նկարագրում է իմ տեսական մոդելի աչքի ընկնող առանձնահատկությունները (Ստրյոմբերգ, 1999թ., 2001թ. ա, կներկայացվի հետագայում) եւ քննարկում է որոշ հիմնական արդյունքները: Ձանգվածային լրատվամիջոցների ազդեցության փաստերը որոնելու փոխարեն այս գլուխը հետազոտում է հետեւյալ հարցը. «Եթե զանգվածային լրատվամիջոցները համակարգված ազդեցություն ունեն քաղաքական համակարգի վրա, ապա ինչպիսի՞ն պետք է լինի այդ ազդեցությունը»:

Քաղաքականության վրա զանգվածային լրատվամիջոցների ազդեցությունը կախված է այն բանից, թե ինչպես են քաղաքական գործիչները մրցակցում իշխանություն ձեռք բերելու եւ այն պահպանելու համար, եւ նրանից, թե ինչպես է լրատվամի-

ջոցների կողմից լուսաբանումն ազդում նրանց իրական եւ առաջարկվելիք քաղաքականության վրա: Դա նաեւ կախված է այն բանից, թե ինչպես են զանգվածային լրատվամիջոցները մրցակցում լսարանների բարեհաճության եւ շահույթի համար, ինչպես նաեւ՝ թե ինչ կախվածություն ունի նորությունների տրամադրումը քաղաքական գործիչների գործողություններից: Լրատվամիջոցների ազդեցությունն ուսումնասիրելու համար ես (Ստրյոմբերգ, 1999թ., 2001թ. ա, կներկայացվի հետագայում) համատեղեցի զանգվածային լրատվամիջոցների մրցակցության եւ քաղաքական մրցակցության մոդելները (լրատվամիջոցների այլ մոդելների համար տես՝ Անդերսոն եւ Քոեյթ, 2000թ., Մասսոն, Մուդամբի եւ Ռեյնոլդս, 1990թ., Սփենս եւ Օուեն, 1977թ., Շտեյներ, 1952թ.): Այս հիբրիդ մոդելում տեղեկացված եւ չտեղեկացված ընրողների տարանջատումը տեղի է ունենում ինքնաբերաբար՝ զանգվածային լրատվամիջոցների, ընտրողների եւ քաղաքական գործիչների մտածված եւ նպատակամղված քայլերի շնորհիվ: Դա ցույց է տալիս, որ զանգվածային լրատվամիջոցների որոշ բնական առանձնահատկություններն ունեն կարելու քաղաքական հետեւանքներ:

Նման առանձնահատկություններից մեկն այն է, որ զանգվածային լրատվամիջոցների վաճառքի ծավալների մեծացման դեպքում եկամուտն անհամեմատ ավելի մեծ է լինում: Օրինակ՝ երբ հեռուստատեսային ծրագիրն արդեն պատրաստված է, հավելյալ հեռուստադիտողի վրա իրականացվող ծախսերը շատ փոքր են լինում: Թերթի դեպքում, առաջին օրինակն արտադրելու համար անհրաժեշտ նորությունների հավաքագրման, խմբագրման եւ պատրաստման ծախսերը մեծ են, սակայն հենց որ այս հաստատուն ծախսերն արդեն կատարված են, թերթերի հավելյալ օրինակներ վաճառքի համար անհրաժեշտ փոփոխական ծախսերն ընդամենն ընդգրկում են դրանց տպագրման եւ առաքման ծախսերը (թերթերի ծախսերի կառուցվածքի համար տես՝ Լիտման, 1988թ., Ռոսսե, 1970թ.): Ծախսերի այս կառուցվածքը շահույթ հետապնդող լրատվամիջոցներին ստիպում է լուսաբանել այն խնդիրները, որոնք վերաբերում են խոշոր խմբերին՝ հաճախ անտեսելով փոքրամասնություններին եւ հատուկ շահերը:

Այսպիսով, ի հայտ եկող նորությունների կողմնակալությունն ունի քաղաքական հետեւանքներ: Օրինակ՝ եթե աշխարհում գոյություն չունենային զանգվածային լրատվամիջոցներ, առեւտրային քաղաքականությունը հավանաբար կանտեսեր սպառողների բազմաբնույթ շահերը եւ կնպաստեր հատուկ շահերին, որոնք խոշոր կենտրոնացված շահույթներ կունենային առեւտրային սահմանափակումների պատճառով (տես՝ Լոհման, 1988թ., Օլսոն, 1965թ.): Այն երկրում, որտեղ չկան զանգվածային լրատվամիջոցներ, քաղաքական գործչի համար դժվար կլինի պաշտպանել առեւտրային սահմանափակումների նվազեցման քաղաքականությունը: Սպառողների շատ փոքր մասն առեւտրային սահմանափակումների եւ այդ խնդիրների նկատմամբ քաղաքական գործիչների դիրքորոշումների վերաբերյալ տեղեկացված լինելու անձնական շարժառիթներ ունի: Իսկ հատուկ շահերի կողմերը, բնականաբար, կծգտեն միշտ տեղեկացված լինել՝ մեծացնելով ճնշումները քաղաքական գործիչների վրա: Զանգվածային լրատվամիջոցները կարող են ընդդիմանալ այս կողմնակալությանը, քանի որ նրանք քաղաքական գործիչներին խոսափող են տրամադրում, որը նրանց հասանելի է դարձնում խոշոր, բազմաբնույթ սպառողների խմբերին: Նմանապես, զանգվածային լրատվամիջոցների բացակայության դեպքում քաղաքականությունը հավանաբար կանտեսեր հարկատուների բազմաբնույթ շահերը եւ կաջակցեր նրանց, ովքեր կենտրոնացված շահույթներ են ստանում ոչ խոշոր կառավարական ծրագրերից: Զանգվածային լրատվամիջոցները կարող են ընդդիմանալ այս կողմնակալությանը, քանի որ նրանց ծախսերի կառուցվածքները հարկերի վերաբերյալ քաղաքական գործիչների դիրքորոշումների լուսաբանումն ավելի եկամտաբեր են դարձնում, քան ոչ խոշոր կառավարական ծրագրերի վերաբերյալ նրանց դիրքորոշումների լուսաբանումը:

Եթե սա նորությունների տրամադրման միակ կողմը լիներ, ապա թերթերը երբեք չէին լուսաբանի, ասենք, օպերաները, որոնց լսարանը կազմված է բնակչության աննշան մասից, սակայն ակնհայտ է, որ նրանք դա անում են: Սրա պատճառներից մեկը կարող է լինել այն, որ շատ թերթերի եւ հեռուստակայանների համար եկամտի հիմնական աղբյուրը գովազդն է, իսկ գովազդողների համար կարելի է ոչ միայն լրատվամիջոցի հզորությունը, այլ նաեւ նրա լսարանի առանձնահատկությունները: Լրատվամիջոցների ուղորտում խոշոր թիվ են կազմում այն օրինակները, երբ թերթերը ավելացրել իրենց վաճառքի քանակը, սակայն հետագայում պարզվել է, որ նրանց շահույթները նվազել են՝ որպես հետեւանք գովազդից ստացվող եկամուտների նվազման: Առավել հաճախ նշվող օրինակներից մեկը անգլիական «Թայմս» թերթն է: 1960-ականների վերջին «Թայմս»-ի տնօրենի տեղակալ Մայքլ Մենդերը դա ձեւակերպել է այսպես (Մենդեր, 1978թ. էջ 75).

«1967թ.-ից մինչեւ 1969թ. «Թայմս»-ի ... վաճառքը 270 000-ից հասավ 450 000-ի՝ բավականին նշանակալի մի արդյունք: Սակայն թերթի տպաքանակի ավելացումն այն ավելի գրավիչ չդարձրեց միջին գովազդողի համար ... , ընթերցողների շրջանակի մեծացումը միայն տարալուծեց նպատակային խումբը եւ ավելի ծախսատար դարձրեց նրանց հասանելիությունը: Քաղաքականության հետդարձը փոխեց իրավիճակը, եւ արդյունքում նշանակալիորեն մեծացավ շահութաբերությունը: Վաճառքը կրկին իջավ մինչեւ 300 000 օրինակ»:

Հաճախակի նշվող մյուս դեպքերից է ամերիկյան հեռուստատեսության «Վառողի ծուխ» շոուն, որը փակվեց, չնայած բավականին բարձր վարկանիշ ուներ: Շոուի լսարանն ակնհայտորեն շատ մեծ տարիք ուներ եւ հիմնականում գյուղաբնակ էր, այնպես որ այն համարյա արժեք չէր ներկայացնում գովազդողների համար (Բարնոու, 1978թ., էջ 73): Ակնհայտ է, որ զանգվածային լրատվամիջոցները ձգտում են լուսաբանել այն խնդիրները, որոնք հետաքրքրություն են ներկայացնում գովազդողների կողմից արժեքավորվող խմբերի համար: Լրատվամիջոցների այս կողմնակալությունը վերափոխվում է քաղաքական կողմնակալության, որը նպաստում է այս խմբերի շահերին:

Երրորդ առանձնահատկությունը ծագում է այն պատճառով, որ պատահական իրադարձություններն ավելի մեծ նորությունային արժեք ունեն, քան սպասվելիք իրադարձությունները: Մոդելում կառավարության ծրագրերի մասին նորություններն արժեքավոր են ընթերցողների համար, քանի որ այդ ծրագրերն ազդում են նրանց առօրյայի վրա, եւ նրանք ստիպված են դրանք իրենց շահերին համապատասխանեցնելու քայլեր ձեռնարկել: Օրինակ՝ գյուղական վայրերում հասարակական աշխատանքի վերաբերյալ նորությունը կարող է ազբատներին օգնել աշխատանք գտնելու: Նմանապես, գյուղատնտեսության սուբսիդավորման փոփոխությունների վերաբերյալ նորությունը ֆերմերներին օգնում է հացաբույսերի ճիշտ ընտրություն կատարել՝ այս սուբսիդավորման շնորհիվ առավելագույն օգուտ ստանալու նպատակով: Այս առումով, անսպասելի զարգացումները լրատվամիջոցների համար արժեքավոր կլինեն եւ նրանց կողմից մանրամասնորեն կլուսաբանվեն: Ի տարբերություն դրա, այն ծրագրի մասին նորությունը, որն ընթանում է սպասվածին համապատասխան, այդքան էլ արժեքավոր չի լինի, եւ լրատվամիջոցների կողմից սահմանափակ չափով կլուսաբանվի: Լրատվամիջոցների այս վարքագիծը քաղաքական գործիչներին ստիպում է ծրագրերում անսպասելի հավելումներ անել եւ սահմանափակել անսպասելի կրճատումների թիվը: Պատճառն այն է, որ ծախսերի անսպասելի ավելացումները գրավում են լրատվամիջոցների ուշադրությունը, ինչը նման ավելացումները դարձնում է

քաղաքականապես ավելի եկամտաբեր: Նմանապես, ծրագրերի անսպասելի կրճատումները հավելյալ նորությունային լուսաբանման են ենթարկվում՝ դրանք քաղաքականապես ավելի բարձրարժեք դարձնելով: Տեղեկատվության կառավարման այս առանձնահատկությունները քաղաքական գործիչներին ստիպում են լրատվամիջոցների կողմից դրականորեն լուսաբանվելու նպատակով հանդես գալ մի քանի խոշոր ծախսումների ծրագրերով, որը հավասարակշռվում է մեծ քանակի ծրագրերում ծախսերի փոքր քանակություններով կրճատմամբ, որի նպատակը լրատվամիջոցների լուսաբանումից խուսափելն է: Այս երկկողմանի արձագանքի արդյունքում, ժամանակի ընթացքում լրատվամիջոցները քաղաքական գործիչներին կստիպեն ավելի մեծ ուշադրություն դարձնել այն ծրագրերին, որոնց պահանջարկի փոփոխականությունը հաճախակի գրավում է լրատվամիջոցների ուշադրությունը, եւ ավելի քիչ ուշադրություն դրածնել այն ծրագրերին, որոնք մշտական պահանջարկ ունեն եւ սահմանափակ կերպով են լուսաբանվում լրատվամիջոցների կողմից: Այս կարծիքի կողմնակիցներն են նաեւ Դրիզը եւ Սենը (1990թ.), որոնք պարզել են, որ Յնդկաստանը, որն ազատ լրատվամիջոցներ ունի, ավելի մեծ հաջողությամբ է խուսափել սովից, քան Չինաստանը, որտեղ ազատ լրատվամիջոցների պակասություն կա:

Վերջին առանձնահատկությունն այն է, որ լուսաբանման աստիճանը կախված է նորությունների տրամադրման արժեքից: Չնայած դա բոլորին հայտնի է, սակայն դրանից կարելի է կարելոր եւ ստուգելի եզրահանգումներ անել, քանի որ հիմնական լրատվամիջոցները՝ ռադիոն, հեռուստատեսությունը եւ թերթերը, բավականին տարբեր տարածման արժեքներ ունեն: Քանի որ ռադիոալիքներ հեռարձակելն ավելի էժան է, քան հեռավոր շրջաններ թերթերի առաքումը, մոդելը նախատեսում է, որ ռադիոն կավելացնի լավատեղյակ գյուղական ընտրողների քանակը, եւ որ դա պատճառ կհանդիսանա այդ ընտրողների շահերին նպաստող ծրագրերի լայնացմանը: Այս ենթադրության ճշմարտացիությունը կստուգենք հաջորդ հատվածում:

Առկա տվյալներ

Եթե զանգվածային լրատվամիջոցներն ազդում են հասարակական քաղաքականության կամ ընտրական որոշումներ կայացնելու վրա, ապա լրատվական տեխնոլոգիաներում տեղի ունեցող հեղափոխությունները, ինչպիսիք են ռադիոյի, հեռուստատեսության եւ ինտերնետի նորարարությունները, պետք որոշակի նկատելի ազդեցություն ունենան: Ստրյոմբերգի աշխատությունների (1999թ., 2001թ. ա) վրա հիմնված այս հատվածը դիտարկում է այդ ազդեցությունը՝ ուսումնասիրելով, թե արդյոք «Նոր գործարք» խոշոր ծրագրի ժամանակ շրջաններում դրամական միջոցների բաշխումն ազդեցությամբ էր ենթարկվել ռադիոյի աճող օգտագործման շնորհիվ:

Ուսումնասիրվող ծրագիր

Քաղաքականության վրա ռադիոյի ազդեցությունների մասին հիպոթեզը եւ ստուգեցի «Արտակարգ դեպքերի օգնության դաշնային համակարգում» (FERA) ծրագրի միջոցով: Այս ծրագրի նպատակն էր օգնություն տրամադրել ոչ համապատասխան եկամուտներ ունեցող մարդկանց: Այն իրականացվել էր 1933-35թթ.-ին եւ ընդհանուր հաշվով տրամադրել 3,6 մլրդ ԱՄՆ դոլարի օգնություն, որը կարելի է համեմատել այդ ժամանակվա դաշնային, նահանգային եւ տեղական կառավարությունների ընդհանուր հաշվարկով մոտ 12 մլրդ ԱՄՆ դոլար կազմող տարեկան ծախսերի հետ: Ծրագրի միջոցները տրամադրվել էին լայն շրջանակներին, եւ դրա ծաղկման շրջանում օգ-

նություն էր տրամադրվել ամերիկացիների մոտ 16 տոկոսին կամ մոտ 20 մլն մարդու: Դաշնային կառավարությունը պատասխանատու էր նահանգների, իսկ նահանգապետները՝ իրենց նահանգների շրջանների միջեւ այդ միջոցների բաժանման համար:

Ես ընտրեցի «FERA» ծրագիրը, քանի որ դա իրականացվեց այն ժամանակահատվածում, երբ ռադիոն տարածում գտավ ԱՄՆ-ում: Եթե ռադիոն մեծացնում է որոշակի խմբերի կամ տարածաշրջանների քաղաքական հզորությունը, ապա կարելի է սպասել, որ նոր, խոշոր ծրագրերը որոշ չափով ուղղված կլինեն այդ խմբերի շահերի իրականացմանը: «FERA» ծրագրի սկզբին ռադիոն հաստատվեց որպես կարելուր զանգվածային լրատվամիջոց, որն օգտագործվում էր նորությունների հեռարձակման եւ քաղաքական ընտարշավների ժամանակ: Այնուամենայնիվ, Միացյալ Նահանգներում ռադիո ունեցողները հավասարապես չէին բաշխված: Տարբեր շրջաններում ռադիո ունեցող ընտանիքների մասնաբաժինը տարբերվում էր 1-ից մինչեւ 90 տոկոս: Ռադիոյի օգտագործման այս լայն տարբերությունը պետք է հեշտացներ «FERA»-ի ծախսումների վրա ռադիոյի ազդեցության բացահայտումը, քանի որ ռադիոյի ազդեցությամբ կառավարության ծախսերի տարբերությունը նույնպես պետք է բավականին մեծ լիներ:

Ինչպես դիտարկվել էր նախորդ քննարկումների ժամանակ, ռադիոն կարող էր ազդել ծախսումների վրա, եթե ռադիոյով տարածված տեղեկատվությունը ավելացներ ընտրողների թիվը կամ ընտրողներին օգներ քվեարկել այն քաղաքական թեկնածուի օգտին, որը լավագույն կերպով կպաշտպաներ իրենց շահերը: Ինչ վերաբերվում է «FERA» ծրագրին, ապա այն ժամանակի ռադիոյով հեռարձակումները լուսաբանում էին «FERA» ծրագրի հետ կապված ընթացիկ զարգացումները: Ռադիոն նաեւ օգտագործվում էր քաղաքական ընտարշավների ժամանակ: Ռադիոյով 1934թ.-ին հեռարձակված բնորոշ ընտարշավային իր ելույթում Նյու Յորքի նահանգապետ Լեւանը նշեց.

- 1932թ.-ին ես խոստացա, որ իմ կառավարման ընթացքում նահանգը որպես իր պարտավորություն կընդունի այն, որ ոչ մի քաղաքացի չպետք ուտելիքի, հագուստի կամ տանիքի պակասություն զգա: Ես հպարտ եմ, որ իմ պաշտոնավարման երկու տարվա ընթացքում այդ խոստումն իրականացվել է: 1931թ. նոյեմբեր եւ 1934թ. օգոստոս ամիսների միջեւ ընկած ժամանակահատվածում մենք այդ նպատակով դաշնային, նահանգային եւ տեղական հասարակական միջոցներից ծախսել ենք 482 000 000 ԱՄՆ դոլար:

Խոսքը վերաբերում էր ֆերմաներից մինչեւ շուկաները տանող ճանապարհների կառուցման եւ հատուկ խմբերին (բնակարանների սեփականատերեր եւ ուսուցիչներ) աջակցության մասին: Ռադիոն ակնհայտորեն օգտագործվում էր ընտրողներին նախկին աջակցության մասին հիշեցնելու եւ նոր նախընտրական խոստումներ տալու համար:

Ռադիոյի օգտագործման այս երկու ձեւերն էլ հավանաբար փոփոխում էին կառավարական ծրագրերի քաղաքական օգուտները, քանի որ նախկին աջակցության եւ նախընտրական խոստումների վերաբերյալ տեղեկատվությունները օգնեցին ընտրողներին բացահայտել այն քաղաքական գործիչներին, որոնք պաշտոնավարման վերջին շրջանում նպաստել էին իրենց շահերի իրականացմանը կամ խոստացել էին դա անել ընտրվելու դեպքում, եւ քվեարկել նրանց օգտին: Օրինակ՝ եթե 1920-ականների սկզբներին որեւէ նահանգապետ խոստանար սկսել ճանապարհներ կառուցել ֆերմաներից մինչեւ շուկաները, ապա գյուղական վայրերի ընտրական ծայների աճն աննշան կլիներ, քանի որ այն մարդկանց մեծ մասը, ում ուղղված կլիներ այդ խոստումը, ապրում էին գյուղական շրջաններում, չէր ստանում օրաթերթեր եւ չէր տեղեկացվի այդ խոստման մասին: Տաս տարի անց այդ նահանգապետը կարող էր իր խոս-

տոււնը հեռարձակել ռադիոյով եւ այն անմիջականորեն ուղղել այդպիսի ընտրողներին: Սա, իհարկե, մեծացրեց նման ծրագրերի քաղաքական օգուտները: Նմանապէս, մինչեւ ռադիոյի հայտնվելը գյուղական վայրերում բնակվող մարդկանց զգալի մասը չէր իմանա, թե ում է ինքը պարտական այդ ճանապարհների կառուցման համար, իսկ 10 տարի անց նահանգապետը կարող էր ռադիոյով ելույթ ունենալ եւ այդ ընտրողներին ուղղակիորեն ասել, որ դա իր կատարած գործն է: Սա ավելացրեց նման ծրագրերի իրականացման շարժառիթները:

Ռադիոյի ստեղծած շարժառիթները կարող են աշխատել նաեւ տեղային մակարդակով: Ըստ Դաննի (1936թ.), այս բաշխումները կարգավորող տեղական մի պաշտոնյա, ըստ տեղեկությունների, բողոքում էր, երբ «FERA»-ն նվազեցնում էր իր ծախսումները. «Դա հավանաբար կնվազեցնի վերընտրման իմ հնարավորությունները», քանի որ այն մարդկանց շրջանում, ում նա ստիպված լինել մերժել օգնություն տրամադրելու, անկասկած, դառնության զգացում կառաջանար»: Իմ մողելը ենթադրում է, որ պաշտոնյան չէր ցանկանա մերժել այն մարդկանց, որոնք հավանաբար կմասնակցեին ընտրություններին եւ որոնք հավանաբար կիմանային, որ ինքն է պատասխանատու այդ մերժման համար:

Այն հարցը, թե արդյո՞ք քաղաքական գործիչները դրդապատճառներ ունեն տեղեկացված ընտրողների համար նպաստավոր քաղաքականություն իրականացնել, էմպիրիկ է: Եթե այդպէս է, ապա հավանաբար այն վայրերում, որտեղ ընտրություններին մասնակցողները մեծ թիվ են կազմում, ընտրողների զգալի մասը ռադիո ունի եւ նրանց աննշան մասն է անգրագետ, ծախսումները բավականին խոշոր կլինեն:

Արդյունքներ

Մինչեւ տվյալների առավել մանրամասն կառուցվածքային հետազոտություն իրականացնելն օգտակար կլինել դիտարկել որոշ միատարր փոխհարաբերություններ: Անգրագիտությունը, ընտրությանը մասնակցողների եւ ռադիո ունեցողների փոքր թիվը բացասական փոխկապվածության մեջ են գտնվում կառավարական ծախսերի հետ, մինչդեռ գործազրկությունը դրական փոխկապակցվածության մեջ է գտնվում ծախսումների հետ, իսկ բանկային ավանդների փոքր ծավալն ընդամենը աննշան կերպով է փոխկապակցված ծախսումներին:

Ծախսումների դետերմինանտների բազմատարր վերլուծության դեպքում նման պատկեր է ի հայտ գալիս: Ցածր սոցիոտնտեսական մակարդակ ունեցող գործոնները դրական փոխկապվածություն ունեն ծախսումների հետ, եթե դրանք ցույց են տալիս, որ եկամտի աջակցության կարիք գոյություն ունի (գործազրկության բարձր մակարդակ, փոքրածավալ բանկային ավանդներ, տների ցածր արժեքներ), եւ բացասական փոխկապվածություն, եթե դրանք ցույց են տալիս քաղաքական մասնակցության եւ տեղեկացվածության ցածր մակարդակ (ընտրողների փոքր քանակ, անգրագիտության բարձր մակարդակ, ռադիոյի օգտագործման փոքր թիվ): Այսպիսով, աղքատ շրջանները պարտադիր չէ, որ ինքնաբերաբար քաղաքականապէս թույլ լինեն: Սա կարող է ճիշտ լինել, քանի որ աղքատների քվեներն ավելի հեշտ է շահել տնտեսական աջակցություն տրամադրելով: Թուլությունն առաջանում է աղքատների կողմից քաղաքականությանը քիչ մասնակցության եւ վատ տեղեկացվածության պատճառով:

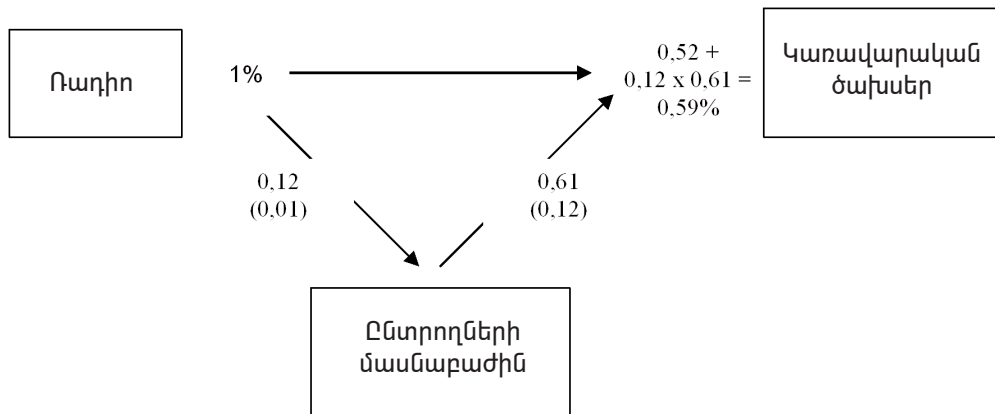
Կառավարական ծախսերի վրա ռադիոյի օգտագործման եւ ընտրողների թվի ազդեցությունները հնարավոր է չափել: Ընթացիկ վերլուծության մոտավոր գործակիցը ենթադրում է, որ որեւէ շրջանում ռադիո ունեցող ընտանիքների մասնաբաժնի 1 տոկոսով ավելացման դեպքում նպաստներն աճում են 0,52 տոկոսով, իսկ ընտրողների մասնաբաժնի 1 տոկոսով աճը հարաբերվում է նպաստների 0,61 տոկոս աճի հետ:

Այնուհետեւ եւս կիրառեցի 1920-30թթ. շրջաններից ստացված տվյալները՝ ուսումնասիրելու համար, թե արդյոք ընտրողների թվի աճը կապ ունի ռադիոյի շրջանառության ավելացման հետ: Հաստատուն ազդեցությունների վերլուծությամբ եւ չափազանց կարեւոր դրական փոխկախվածություն հայտնաբերեցի ռադիոյի օգտագործման աճի եւ ընտրողների մասնաբաժնի աճի միջեւ: Այս վերլուծությամբ ստացված մոտավոր գործակիցը ենթադրում է, որ ռադիոյի օգտագործման 1 տոկոսով աճը հարաբերվում է ընտրողների մասնաբաժնի 0,12 տոկոս աճի հետ:

6.1. պատկերը ի մի է բերում ռադիոյի ընդհանուր հաշվարկված ազդեցությունը օգնության ծախսումների վրա: Ըստ հաշվարկների, շրջանում ռադիո ունեցող ընտանքիների մասնաբաժնի 1 տոկոս աճի դեպքում նպաստներն ուղղակիորեն աճում են 0,52 տոկոսով, քանի որ շրջանի բնակչությունը բարելավվում է հասարակական միջոցների ներգրավման ունակությունը: Քանի որ ընտրողների մասնաբաժնի 1 տոկոսով աճը ավելացնում է նպաստները 0,61 տոկոսով, ապա ընտրողների մասնաբաժնի միջոցով ռադիոյի ազդեցությունը կազմում է 0,07 տոկոս: Այսպիսով, ռադիո ունեցողների մասնաբաժնի 1 տոկոսով աճի արդյունքում նպաստներն ընդհանուր առմամբ աճում են 0,59 տոկոսով:

Հնարավոր է, որ կասկածներ առաջանան, թե ռադիո ունեցող ընտանիքների եւ նպաստների փոխկապակցվածությունը հաշվի առնելու դեքում ստացվում է, որ այն շրջանները, որտեղ շատերը ռադիո ունեն, նպաստների ավելի մեծ կարիք ունեն, սակայն դրա հակառակն ավելի հավանական է: Այն շրջանները, որտեղ շատերը ռադիո ունեն, այնպիսի առանձնահատկություններ ունեն, որոնք ենթադրում են, որ այդտեղ նպաստների կարիքը բավականին ցածր է: Խոսքը վերաբերում է գործազրկության ցածր մակարդակին, բարձր աշխատավարձերին, սեփականության բարձր արժեքներին եւ այլն¹:

Պատկեր 6.1. Ռադիոյի հաշվարկված ազդեցությունները



Նշում՝ փակագծերում տրված թվերը հնարավոր ստանդարտ սխալներն են: Աղբյուր՝ հեղինակ:

1 Ավելի խորն ուսումնասիրելու համար, թե արդյոք պատճառը ռադիոյի տարածվածությունն է, ռադիոյի սեփականությունը ստուգվել է օգտագործելով հողի տեսակարար էլեկտրահաղորդականությունը՝ երկրաբանական առանձնահատկություն, որը կիրառվում է «Հեռահաղորդակցության դաշնային հանձնաժողով»-ի կողմից կանխատեսելու համար Սիացյալ Նահանգներում «AM» ալիքների տարածվածությունը, եւ 1934թ.-ին բոլոր «AM» ալեհավաքների գունարային հզորությունը՝ չափված շրջկենտրոնի ու ալեհավաքների միջեւ տարածության շրջադարձ քառակուսի արձանառով: Ստացված տվյալները խստորեն փոխկապակցված են ռադիո ունեցող ընտանքիների մասնաբաժնի հետ այնպես, ինչպես եւ կանխատեսվում էր: Ինստրումենտալ փոփոխականների հաշվարկը ցույց է տալիս, որ ռադիոն ազդում է ինչպես ծախսումների, այնպես էլ ընտրողների թվի վրա: Ինչեւէ, չնայած նահանգային ազդեցությունները հաշվի առնելու դեպքում ռադիոյի ինստրումենտալ փոփոխականների միջոցով հաշվարկված ազդեցությունն ընտրողների թվի վրա նշանակալի է մնում, սակայն այդպես չէ ծախսումների հավասարակշռման առումով:

Քննարկում

Ռադիոյի ազդեցությունը նպաստների եւ ընտրողների թվի վրա նշանակալիորեն ավելի մեծ է գյուղական շրջաններում: Սա կարելի էր ենթադրել, եթե հաշվի առնենք ռադիոյի եւ թերթերի տարածման ծախսերի կառուցվածքները: Դա նաեւ համապատասխանում է այն ժամանակակից հաշվարկներին, թե ինչպես է ռադիոն բարելավում գյուղական բնակչության տեղեկատվական անբարենպաստ վիճակը: 1935թ.-ին Կոլումբիայի համալսարանի պրոֆեսոր Է. Բրունների կողմից կազմակերպված ռադիոյի եւ գյուղական կյանքի վերաբերյալ համագումարում պարբերաբար նշվում էր գյուղական մեկուսացման վերացման խնդրում ռադիոյի արդյունավետությունը: Օրինակ՝ Ռ. Ֆ. Ֆրիկեն (1935թ., էջ 26) հայտարարեց.

- Ես կարծում եմ, որ ռադիոն շատ կարեւոր գործոն է ֆերմերներին հասարակական հարաբերությունների ոլորտում գիտելիքների ավելի լայն շրջանակ տրամադրելու խնդրում: Ես կարծում եմ, որ ռադիոն ֆերմերի համար շատ ավելի մեծ նշանակություն ունի, քան քաղաքային բնակչի համար, եւ որ նա ռադիոն օգտագործում է ավելի շատ հասարակական հարաբերությունների վերաբերյալ ծրագրեր լսելու համար, եւ այդ պատճառով, իմ կարծիքով, ֆերմերն ավելի լավ է տեղեկացված, քան միջին քաղաքային բնակիչը: Եվ դա՝ շնորհիվ ռադիոյի:

Իմ ուսումնասիրության արդյունքները (Ստրյոմբերգ, 1999թ., 20001թ. ա) ցույց են տալիս, որ ռադիոն ոչ միայն վերացրեց գյուղական բնակչության մեկուսացվածությունը, այլ նաեւ դրանով մեծացրեց գյուղական շրջանների քաղաքական հզորությունը: Արդյունքը բավականին նշանակալի էր: Հաշվարկները ցույց են տալիս, որ ռադիոն ավելացրեց գյուղական շրջաններին «FERA»-ի կողմից տրամադրվող օգնության չափերը 20 տոկոսով՝ համեմատած քաղաքային շրջաններին տրամադրվող օգնության հետ:

Ավելին, ռադիոյի ազդեցությունն ընտրողների մասնաբաժնի վրա ինքնին շատ հետաքրքիր է: Ռադիոյի աճող կիրառության միջին ազդեցությունն ընտրողների համամասնության վրա բավականին նշանակալի է: 1920թ.-ին ԱՄՆ բնակչության 1 տոկոսից պակասն էր ռադիո օգտագործում: 1940թ.-ին ընտանիքների մոտ 80 տոկոսն արդեն ռադիո ուներ: Հաշվարկները ենթադրում են, որ սա պետք է հանգեցներ ընտրողների մասնաբաժնի մոտավորապես 5,5 տոկոսով աճի: 1920-1940թթ. ընկած ժամանակահատվածում Միացյալ Նահանգներում ընտրողների մասնաբաժինն ավելացավ մոտ 12 տոկոսով՝ 25-ից աճելով մինչեւ 37 տոկոս, ինչպես նահանգապետների, այնպես էլ նախագահական ընտրությունների ժամանակ: Համաձայն հաշվարկների, այդ աճը կրկնակի անգամ պակաս կլիներ, եթե չլիներ ռադիոն: Հաշվարկները հիմնված են ժամանակային շարքերի տատանումների վրա, տարեկան ֆիկտիվ փոփոխականների կիրառմամբ, այնպես որ դրանք պարզապես չեն արտահայտում երկու շարքերի առանձին ժամանակահատվածների միտումները:

Ես հաշվարկել եմ լրատվամիջոցների ազդեցությունը քաղաքականության վրա Միացյալ Նահանգներում 1930-ականների սկզբներին, այսինքն՝ արդյունաբերական, ժողովրդավարական երկրում, որտեղ ազատ մամուլ գոյություն ունի (Ստրյոմբերգ, 1999թ., 2001թ. ա): Այս ազդեցությունն, իհարկե, ուրիշ կլիներ այլ պայմաններում, չնայած Բեսլին եւ Բուրջեսը (կներկայացվի հետագայում) նման ազդեցություն հայտնաբերեցին նաեւ զարգացող երկրում: Նրանք պարզեցին, որ թերթերի ավելի մեծ շրջանառություն ունեցող Հնդկաստանի նահանգներն ավելի արդյունավետ էին հասարակական սննդի բաշխման եւ ջրհեղեղների դեպքում փոխհատուցման ծախսերի

ներգրավման խնդիրներում: Սակայն Ջանկովի եւ մյուսների (կներկայացվի հետագայում) այն հայտնագործությունը, որ պետական սեփականությունը բացասական փոխկապակցվածության մեջ է գտնվում արդյունավետ կառավարման հետ, եւ Բեսլիի ու Պրատի (2001թ.) հայտնագործությունը, որ մամուլի պակաս ազատությունը հարաբերվում է իշխանությունների քիչ փոփոխության հետ, ցույց են տալիս, որ պակաս ժողովրդավարական երկրներում, որտեղ մամուլը պակաս ազատ է, ազդեցություններն ավելի փոքր կլինեն:

Չավելում՝ 1950-60թթ. հեռուստատեսությունը

Ես համանման ուսումնասիրություն կատարեցի հեռուստատեսության կիրառման ազդեցության վերաբերյալ: Չնայած ընտրողների մասնաբաժնի վրա հեռուստատեսության ազդեցությունը ճշգրտորեն հաշվարկված է այնպես, ինչպես ռադիոյինը, սակայն ծախսումների վրա ազդեցության հաշվարկները բավականին կոպիտ են, քանի որ ես չեմ դիտարկել հստակ սահմանված նպատակներ ունեցող մեկ խոշոր ծրագիր, այլ կիրառել եմ 1962թ. ԱՄՆ նահանգների կողմից շրջաններին ուղղված բոլոր միջկառավարական փոխանցումների վերաբերյալ միջշրջանային տվյալները: Սա ընդգրկում է կրթության, ճանապարհների, հասարակական բարեկեցության եւ այլ նպատակային ծախսերը, եւ այդ պատճառով ծախսումների այլ դետերմինանտների մանրագնին վերահսկումը շատ ավելի դժվար էր: Դժբախտաբար, 1950 թ. մարդահամարը տեղի ունեցավ մինչեւ հեռուստատեսության լայնածաված տարածումը, երբ ԱՄՆ ընտանիքների միայն 9 տոկոսը հեռուստացույց ուներ, իսկ 1960թ. մարդահամարը տեղի ունեցավ հեռուստացույցների կիրառման լայն աճից հետո, երբ ընտանիքների 87 տոկոսն արդեն հեռուստացույց ուներ: Այնպես որ միջշրջանային տատանումներն այնքան խոշոր չէին, ինչպես ռադիոյի ուսումնասիրության դեպքում:

Մինչ ռադիոն կարելու էր գյուղական շրջանների համար, հեռուստատեսությունը, կարծես թե, կարելորություն ուներ աֆրոամերիկացիների եւ կրթական ցածր մակարդակ ունեցող բնակչության համար: ՄակԿոմբսը (1968թ.) պարզեց, որ հեռուստատեսության 1952-60թթ. տարածման ժամանակ, միջնակարգից ցածր կրթություն ունեցող աֆրոամերիկյան բնակչության այն հատվածը, որը ոչ հեռուստացույց էր օգտագործում, ոչ էլ թերթեր, նշանակալիորեն նվազեց 71-ից մինչեւ 49 տոկոս: Նույն կրթական մակարդակն ունեցող սպիտակամորթների շրջանում ցածրակարգ լրատվամիջոցներից օգտվողների թիվն աճեց 5 տոկոսով: Միջնակարգ կամ ավելի բարձր կրթություն ունեցող սպիտակամորթների շրջանում ցածրակարգ լրատվամիջոցներից օգտվողների թիվը կրկնապատկվեց՝ 16-ից մինչեւ 38 տոկոս: Դատելով այս ուսումնասիրություններից՝ հեռուստատեսությունը կարծես թե բարելավեց աֆրոամերիկացիների եւ ցածր կրթական մակարդակ ունեցող բնակչության անբարենպաստ տեղեկատվական վիճակը: Այդ պատճառով ես ստուգեցի, թե արդյոք հեռուստատեսությունն ավելացրե՞ց այդ խմբերի քաղաքական հզորությունը եւ մասնակցությունը:

Վիճակագրական ուսումնասիրություններն ընդունեցին նույն տեսքը, ինչ ռադիոյի դեպքում՝ մի վերլուծությունն ուսումնասիրեց միջկառավարական փոխանցումների դետերմինանտները, իսկ մյուսը՝ 1950-60թթ. ընտրողների մասնաբաժնի փոփոխությունների դետերմինանտները: Արդյունքները ցույց են տալիս, որ մինչ ընտրողների մեծ մասնաբաժինը հարաբերվում է ավելի մեծ թվով կառավարական փոխանցումների հետ, հեռուստացույցների սեփականությունը եականորեն հարաբերվում է միայն այն շրջաններում կառավարական փոխանցումների հետ, որտեղ մեծ թվով աֆրոամերիկացիներ են բնակվում: Ավելին, հեռուստացույցների օգտագործման աճը հստակորեն փոխկապակցված է ընտրողների մասնաբաժնի ավելացման հետ,

հատկապես այն շրջաններում, որտեղ մեծ թիվ է կազմում ցածր կրթական մակարդակ ունեցող բնակչությունը: Հեռուստատեսության ազդեցությունն ավելի թույլ է, քան ռադիոյինը՝ հեռուստատեսության դրական ազդեցությունն ընտրողների մասնաբաժնի վրա կազմում է ռադիոյի համանման ազդեցության մեկ երրորդը: Հնարավոր է, որ սա լրատվամիջոցների աճող հագեցվածության արդյունքն է:

Արդյունքները ցույց են տալիս, որ հեռուստատեսությունը հզորացրեց աֆրոամերիկացիների եւ ցածր կրթական մակարդակ ունեցող բնակչության կառավարական միջոցներ գրավելու ունակությունը: Աֆրոամերիկացիների դեպքում ազդեցությունը կարծես թե հիմնականում այն էր, որ հեռուստատեսությունն ուղղակիորեն հզորացրեց նրանց կառավարական միջոցներ գրավելու ունակությունը՝ հավանաբար նրանց օգնելով ավելի ստույգ քվեարկել այն քաղաքական գործիչների օգտին, ովքեր պաշտպանում էին իրենց շահերը: Ի տարբերություն դրա, հեռուստատեսությունը կարծես թե ավելացրեց ցածր կրթական մակարդակ ունեցող բնակչության քաղաքական ուժը՝ նրանց շրջանում ընտրողների մասնաբաժինը միջին քաղաքացու հաշվարկով վերցվածից ավելի շատ ավելացնելով:

Այն, որ հեռուստատեսության աճող օգտագործումը նշանակալիորեն ավելացնում է ընտրողների մասնաբաժինը, որոշ չափով անսպասելի է: Հետազոտությունների տվյալների միջշրջանային ուսումնասիրության ժամանակ հեռուստատեսային նորություններ դիտելը հաճախ չի դիտարկվում որպես քաղաքական գիտելիքներ ստանալու էական նախապայման (Դելլի Կարպինի եւ Կիտեր, 1996թ.): Այսուհանդերձ, սա կարող է նշանակել այն, որ այն մարդիկ, ովքեր շատ են հեռուստացույց դիտում, ավելի քիչ գիտելիքներ ունեն, այլ ոչ թե այն, որ նրանք հեռուստացույց դիտելով գիտելիքներ չեն ստանում (Փրայս եւ Ջալլեր, 1993թ.): Հեռուստատեսության քննադատները նույնիսկ հայտարարում են, որ հասարակական գործունեության մեջ հեռուստադիտողների հետաքրքրությունը եւ ներգրավվածությունը խթանելու փոխարեն հեռուստատեսային նորությունները կարող են, ընդհակառակը, քաղաքական տկարություն տարածել, որը խոչընդոտում է քաղաքական մասնակցությանը (Պատնամ, 2000թ., Ռոբինսոն, 1976թ.): Իմ վերլուծությունները (Ստրյոմբերգ, 1999թ., 2001թ. ա) կտրուկ հակասում են այն գաղափարին, որ հեռուստատեսության աճող կիրառումը 1950թ.-ին քաղաքական տկարություն է ստեղծել: Ընդհակառակը, իմ հետազոտությունները ենթադրում են, որ հեռուստատեսությունը նպաստել է քաղաքական մասնակցության աճին:

Եզրակացություններ

Ձանգվածային լրատվամիջոցները կարող են ազդել քաղաքականության վրա, քանի որ դրանք ընտրողներին տրամադրում են քաղաքական կարեւորություն ունեցող տեղեկատվություն: Այս տեղեկատվությունն առավել հավանական է դարձնում, որ ընտրողները կմասնակցեն ընտրություններին եւ որ կքվեարկեն այն քաղաքական գործիչի օգտին, որը պաշտպանում է իրենց շահերը: Որպես հետեւանք, քաղաքական գործիչները պետք է ուղղորդված լինեն դեպի լավ տեղեկացված ընտրողները:

Այն, թե ով տեղեկացված կլինի որեւէ լրատվամիջոցի կողմից, կախված է այդ լրատվամիջոցի արժեքից եւ եկամուտների կառուցվածքից: Այս գլխի տեսական հատվածը ենթադրում է, որ ծավալի մեծացման շնորհիվ ի հայտ եկող եկամուտների զգալի աճը դրդում է լրատվամիջոցներին ավելի քիչ նորություններ տրամադրել ընտրողների փոքր խմբերին: Նորությունների այս կանխակալությունը վերափոխվում է կանխակալության հասարակական քաղաքականության մեջ: Ձանգվածային լրատվամիջոցների ընկերությունների կողմից տեղեկատվության տրամադրման արդյուն-

քում փոքրամասնությունները եւ հատուկ շահերի խմբերն ավելի պակաս նպաստավոր քաղաքականության կենթարկվեն: Այս պատճառով, զանգվածային լրատվամիջոցները կարող են նպաստել սպառողների եւ հարկատուների բազմազան շահերին ամբուտային սահմանափակումների եւ հատուկ շահերի խմբերի կողմից հետապնդվող կառավարական լրավճարների ոչ խոշոր ծրագրերի գերակայությունը նվազեցնելուն:

Լրատվամիջոցները կարող են ազդել նաեւ կառավարության կողմից տրամադրվող զանազան ծառայությունների պահանջարկի փոփոխություններին քաղաքական գործիչների արձագանքների վրա: Հավանական է, որ լրատվամիջոցները կդրդեն քաղաքական գործիչներին մի քանի ծրագրերում նշանակալի հավելումներ կամ նախաձեռնություններ առաջարկել, իրենց ուշադրությունը գրավելու նպատակով, որը կփոխհատուցվի բազմաթիվ մանր կրճատումներով՝ խուսափելու համար լրատվամիջոցների ուշադրությունից: Այսպիսով, ժամանակի ընթացքում ավելի խոշոր միջոցներ կհատկացվեն պահանջարկի մեծ փոփոխականություն ունեցող ծրագրերին, քան մշտական պահանջարկ ունեցող ծրագրերին:

Էմպիրիկ փաստերը ենթադրում են, որ 1930-ականների ԱՄՆ քաղաքական գործիչներն ավելի շատ նպաստներ են տրամադրել այն շրջաններում, որտեղ բնակչության զգալի հատվածը ռադիո ուներ եւ որտեղ մարդկանց ավելի ստվար մասն էր մասնակցում ընտրություններին: Այս ազդեցությունը մեծ կարեւորություն ունի ոչ միայն վիճակագրական, այլ նաեւ տնտեսական առումով: Հաշվարկները ցույց են տալիս, որ որեւէ շրջանում ռադիո ունեցող ընտանիքների մասնաբաժնի յուրաքանչյուր մեկ տոկոսով ավելացման դեպքում նահանգապետը կավելացնի մեկ անհատին ընկնող նպաստների չափը 0,6 տոկոսով: Ռադիո ունեցող ընտանիքների մասնաբաժնի մեկ քառակուսի շեղման աճի շնորհիվ ծախսերը կաճեն 10 տոկոսով:

Քաղաքական գործիչներն ավելի քիչ նպաստներ են բաշխել այն շրջաններում, որտեղ անգրագետ մարդիկ խոշոր հատված են կազմում: Անգրագիտությունը խանգարում է քաղաքական տեղեկատվության ձեռք բերմանը: Ինչպես զանգվածային լրատվամիջոցների ծառայություններից չօգտվող մարդիկ, այնպես էլ անգրագետները պակաս քաղաքական ուժ ունեն, քան գրագետները, քանզի քիչ հավանական է, որ առաջին երկու խմբերն էլ կմասնակցեն ընտրություններին եւ որ իրենց ձայները կտան այն թեկնածուի օգտին, ով կպաշտպանի իրենց շահերը: Անգրագիտության գնահատված ազդեցությունը շատ կարելի է եւ նշանակալի՝ անգրագիտության մակարդակի յուրաքանչյուր մեկ տոկոսով աճի դեպքում քաղաքական գործիչները կրճատում են ծախսերը միջինը 2 տոկոսով:

Ռադիոյի եւ գրագիտության գնահատված ազդեցությունները մեկ այլ տեսանկյունից դիտարկելու համար կարելի է դրանք համեմատել ընտրողների մասնաբաժնի ազդեցության հետ: Անբարենաստ պայմաններում գտնվող շրջաններում գրագիտության եւ զանգվածային լրատվամիջոցների օգտագործման ասեմբլ 10 տոկոսով աճի դեպքում դրանց քաղաքական հզորությունը կաճի նույն չափով, ինչքան որ դա կլինի ընտրողների մասնաբաժնի 10 տոկոսով աճի դեպքում: Չտեղեկացված քվեարկելը մոտավորապես այնքան քաղաքական ազդեցություն ունի, ինչքան ընդհանրապես չքվեարկելը:

Ռադիոյի եւ հեռուստատեսության ներմուծումը փոխեց զանազան խմբերի քաղաքական հզորությունները՝ ազդելով եւ տեղեկացվածների, եւ չտեղեկացվածների վրա: Մասնավորապես, ռադիոն բարելավեց Ամերիկայի գյուղական շրջաններում կառավարական նպաստներ ներգրավելու ունակությունները: Ընդհանուր առմամբ, ռադիոն նպաստեց առավելապես գյուղական բնակչություն ունեցող շրջաններին տրվող ֆինանսավորման 20 տոկոսով աճին՝ ի համեմատ առավելապես քաղաքային բնակչություն ունեցող շրջանների: Նմանապես, նախնական արդյունքները ցույց են

տալիս, որ 1950-ականներին հեռուստատեսության ներմուծման արդյունքում շահեցին աֆրոամերիկացիները եւ ցածր կրթական մակարդակ ունեցող բնակչությունը: Այսօր ինտերնետի աճող կիրառումը հավանաբար նույնանման քաղաքական ազդեցություն կունենա, որի արդյունքում կլինեն ինչպես շահողներ, այնպես էլ տուժողներ: Ապագա հետազոտությունների համար հետաքրքիր նյութ կարող է լինել այդ խմբերի սահմանումը եւ ինտերնետի քաղաքական ազդեցության չափորոշումը:

Գրականություն

«Processed» բառը նկարագրում է այն ոչ պաշտոնապես վերարտադրված աշխատանքները, որոնք կարող են սովորական եղանակով գրադարաններում, հասանելի չլինել:

Anderson, Simon P., and Stephen Coate. 2000. "Market Provision of Public Goods: The Case of Broadcasting." Cornell University, Ithaca, New York. Processed.

Barnouw, Erik. 1978. *The Sponsor*. New York: Oxford University Press.

Besley, Timothy, and Robin Burgess. Forthcoming. "The Political Economy of Government Responsiveness: Theory and Evidence from India." *Quarterly Journal of Economics*.

Besley, Timothy, and Andrea Prat. 2001. "Handcuffs for the Grabbing Hand? The Role of the Media in Political Accountability." London School of Economics, London. Processed.

Delli Carpini, Michael X., and Scott Keeter. 1996. *What Americans Know about Politics and Why it Matters*. New Haven, Connecticut; London: Yale University Press.

Dunn, Catherine. 1936. *What Price Poor Relief?* Chicago: American Public Welfare Association.

Djankov, Simeon, Caralee McLiesh, Tatiana Nenova, Andrei Shleifer. Forthcoming. "Who Owns the Media?" *Journal of Law and Economics*.

Drñze, Jean, and Amartya Sen. 1990. *The Political Economy of Hunger*, vol.1. Oxford, U.K.: Clarendon Press.

Fricke, R. F. 1935. In Edmund Brunner, ed., *Radio and the Farmer*. New York: Radio Institute of the Audible Arts.

Larcinese, Valentino. 2001. "Information Acquisition, Ideology, and Turnout: Theory and Evidence from Britain." London School of Economics, London. Processed.

Litman, Barry. 1988. "Macroeconomic Foundations." In Robert G. Picard, James P. Winter, Maxwell E. McCombs, and Stephen Lacy, eds., *Press Concentration and Monopoly*. Norwood, New Jersey: Ablex.

Lohmann, Susanne. 1988. "An Information Rationale for the Power of Special Interests." *American Political Science Review* 92(4): 809-27.

Mander, M. 1978. "The Integration of Advertising and Circulation Sales Policies." In H. Henry, ed., *Behind the Headlines: The Business of the British Press: Readings in the Economics of the Press*. London: Associated Business Press.

Masson, Robert T., Ram Mudambi, and Robert J. Reynolds. 1990. "Oligopoly in Advertiser Supported Media." *Quarterly Review of Economics and Business* 30(2): 3-16.

McCombs, Maxwell E. 1968. "Negro Use of Television and Newspapers for Political Information, 1952-1964." *Journal of Broadcasting* XII(3): 261-66.

Olson, Mancur. 1965. *The Logic of Collective Action*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

Price, Vincent, and John Zaller. 1993. "Who Gets the News? Alternative Measures of News Reception and Their Implications for Research." *Public Opinion Quarterly* 57: 133- 64.

Putnam, Robert D. 2000. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.

Robinson, Michael J. 1976. "Public Affairs Television and the Growth of Political Malaise." *American Political Science Review* 70: 409-42.

Rosse, James N. 1970. "Estimating Cost Function Parameters without Using Cost Data: Illustrated Methodology." *Econometrica* 38(2): 256-75.

Spence, Michael, and Bruce Owen. 1977. "Television Programming, Monopolistic Competition, and Welfare." *Quarterly Journal of Economics* 91: 103-26.

Stein, Robert M., and Kenneth N. Bickers. 1994. "Congressional Elections and the Pork Barrel." *Journal of Politics* 56(2) 377-99.

Steiner, Peter O. 1952. "Program Patterns and Preferences, and the Workability of Competition in Radio Broadcasting." *Quarterly Journal of Economics* 66(2): 194-223.

Strömberg, David. 1999. "The Politics of Public Spending." Ph. D. Dissertation, Princeton University, Princeton, New Jersey.

——— 2001a. "Mass Media and Public Policy." *European Economic Review* 45(4-6): 652-63.

——— 2001b. "Radio's Impact on Public Spending." Stockholm University, Stockholm. Processed.

——— Forthcoming. "Mass-Media Competition, Political Competition, and Public Policy." *Review of Economic Studies*.

7

Լրատվամիջոցների դերը կորպորատիվ կառավարման համակարգում*

Ալեքսանդր Դիկ եւ Լուիջի Զինգալես

1992թ. ապրիլ ամսին «Ուոլ Սթրիթ ջորնալ»-ը մի արտասովոր հայտարարություն հրապարակեց: Դա «Sears Roebuck»-ի տնօրենների խորհրդի՝ ամբողջ էջի մեծությամբ ուրվապատկերն էր, որն ուներ հետեւյալ վերնագիրը. «Sears»-ի չաշխատող հիմնական միջոցները»: Գովազդը, որի համար վճարել էր ընկերության ակտիվ բաժնետեր Ռոբերտ Մոնկսը, հայտնում էր, որ բոլոր տնօրենները, որոնց անունները նշվում էին, մեղավոր էին «Sears»-ի արժեթղթերի ցածր արժեքի համար: Այդ հրապարակումից մեծապես ազդված տնօրենները որոշեցին ընդունել Ռոբերտ Մոնկսի կողմից արված առաջարկներից շատերը, չնայած տնօրենների խորհրդի նախորդ ընտրությունների ժամանակ Մոնկսը ստացել էր քվեների ընդամենը 12 տոկոսը եւ նրան չէր հաջողվել խորհրդում տեղ ստանալ: Շուկան այս փոփոխությունն ընդունեց այդ օրվա ընթացքում բաժնետոմսերի արժեքի 9,5 տոկոս, իսկ հաջորդող տարվա ընթացքում՝ 37 տոկոս ավելացմամբ (Մոնկս եւ Մինոու, 1995թ., էջեր 399-411):

1988թ. մարտի 8-ին ԱՄՆ բոլոր խոշոր հեռուստատեսային ցանցերը հեռարձակեցին թյունոս որսացող պանամական «Մարիա-Լուիզա» նավը պատկերող մի տեսաերիզ, որում երեւում էր, թե ինչպես է նրա անձնկազմը հարյուրավոր դելֆիններ սպանում թյունոս որսալու ընթացքում: Խթանելով հասարակական դժգոհությունը՝ «Earth Island Institut»-ը, «Greenpeace»-ը եւ «Humane Society»-ին թյունոս մսի բոլկոտ հայտարարեցին: Ռեստորանային ցանցերը թյունոսի միսը հանեցին իրենց ճաշացուցակներից, իսկ երկրի բոլոր դպրոցների տնօրինությունները հրաժարվեցին թյունոսի միս օգտագործել, քանի դեռ դրանց որսը «դելֆինների համար անվտանգ» ցանցերով չէր կատարվում: 1990թ. ապրիլի 12-ին «Heinz»-ը հայտարարեց, որ ինքը կվաճառի միայն «դելֆինների համար անվտանգ» կերպով որսված թյունոսի միս: Մի քանի ժամվա ընթացքում թյունոսի միս արտադրող երկու այլ խոշորագույն ընկերություններ եւս նման հայտարարություններ արեցին (Ռեյնհարտ եւ Վիետոր, 1994թ. ա, բ):

Այս գրքի մյուս հեղինակները ուսումնասիրում են ընդհանուր զարգացման վրա լրատվամիջոցների ազդեցությունը քաղաքական գործիչների եւ քաղաքական գործընթացների վրա դրանց ազդեցության միջոցով, սակայն այս դեպքերից կարելի է ենթադրել, որ լրատվամիջոցները կարող են դեր ունենալ նաեւ կորպորատիվ քաղաքականու-

Մենք շնորհակալություն ենք հայտնում Մեհմետ Բեսերենին տվյալների նախապատրաստման գործում աջակցության համար, ինչպես նաեւ Ռաքեշ Քուրանային, Ջեյ Լորչին, Ֆորեսթ Ռեյնհարտին, Ռիխարդ Վիետորին, Էնդի Չելեկեին եւ Յարվարդի բիզնես դպրոցում կազմակերպված սեմինարի մասնակիցներին՝ նախնական տարբերակի վերաբերյալ օգտակար մեկնաբանությունների համար: Ալեքսանդր Դիկը շնորհակալություն է հայտնում Յարվարդի բիզնես դպրոցի հետազոտությունների բաժնին եւ Չիկագոյի համալսարանի Ջորջ Ստիգլերի անվան կենտրոնից Լուիջի Զինգալեսին՝ ֆինանսական աջակցության համար:

թյան ձեւավորման խնդրում: Արդյո՞ք դրանք առանձին պատահարներ են, թե՞ վկայում են լրատվամիջոցների ազդեցության մասին: Եթե լրատվամիջոցներն իսկապես նման ազդեցություն ունեն, ապա ինչո՞ւ է այդպես: Քանի որ լրատվամիջոցները չեն քվեարկում եւ իրենք չեն նշանակում կառավարիչների աշխատավարձերը, ապա ի՞նչ մեխանիզմներ գոյություն ունեն, որոնք տնօրեններին ստիպում են ուշադրություն դարձնել լրատվամիջոցների ասածին: Ի՞նչ կապ ունի լրատվամիջոցների հզորությունը կորպորատիվ կառավարման այլ մեխանիզմների հետ, ինչպես, ասենք, իրավական եւ մրցակցային միջավայրն է, եւ ինչպե՞ս է այն փոխներգործում դրանց հետ: Դեպի ու՞ր է ուղորդվում կորպորատիվ քաղաքականությունը լրատվամիջոցների ազդեցությաբ:

Միայն վերը բերված երկու օրինակներն արդեն ենթադրում են, որ այս հարցերի պատասխանները չեն կարող միանշանակ լինել: Երկու դեպքում էլ լրատվամիջոցները լծակի դեր էին կատարում, սակայն այդ լծակն օգտագործվեց երկու բավականին տարբեր խմբերի կողմից՝ առաջին դեպքում ձայնագուրկ բաժնետերերի, իսկ երկրորդում՝ բնապահպանների: Լրատվամիջոցների օգտագործման ձեւերը նույնպես տարբերվում են: Առաջին դեպքում այլակարծիք բաժնետերը իր սեփական գրպանից վճարեց հրապարակելու համար մի հայտարարություն, որը ներկայացնում էր նրա տեսակետները կառավարիչների եւ տնօրենների անարդյունավետ գործունեության վերաբերյալ: Երկրորդ դեպքում հեռուստատեսային ցանցերն իրենց պարբերական ծրագրերում ընդգրկեցին բնապահպանական խմբի կողմից նկարահանված տեսաերիզը:

Վերջապես, հետեւանքները նույնպես տարբեր են: Առաջին օրինակում գովազդի առաջացրած հասարակական ճնշումը վերջիվերջո ստիպեց «Sears»-ի տնօրեններին առավել զնահատել բաժնետերերին՝ մի նպատակ, որը պետք է հենց սկզբից հետապնդվեր: Երկրորդ դեպքում՝ հրապարակումը ստիպեց տնօրեններին ենթարկվել բնապահպանական խմբերին՝ այնպիսի հաճախորդների, որոնց նկատմամբ իրենք ոչ մի պարտականություն չունեին: Ոմանք կարող են վիճարկել սա, ասելով, որ «Heinz»-ի տնօրինությունն արձագանքեց իր հաճախորդների նախընտրություններին, եւ որ լրատվամիջոցները պարզապես գործիք էին, որոնց միջոցով էական փաստերը ներկայացվեցին հաճախորդների ուշադրությանը: Այս դեպքում, սակայն, մենք ունենք փաստեր, որոնք հակասում են այս ենթադրությանը: Ինչպես ցույց են տալիս որոշ շուկայական հետազոտություններ, խոշոր տարբերություն գոյություն ունի լրատվամիջոցների միջոցով սպառողների արտահայտված բողոքների եւ վճարելու պատրաստականության միջեւ: «Եթե սովորական եղանակով որսված թյունոսի տուփի կողքին լինի դելֆինների համար անվտանգ կերպով որսված թյունոսի տուփ, ապա մարդիկ կընտրեն ավելի էժան արտադրանքը, նույնիսկ եթե տարբերությունը մեկ սենթ լինի» (Ռեյնհարտ եւ Վիետոր, 1994թ. ա, էջ 3): Նույնիսկ հնարավոր չէ վստահաբար ասել, որ լրատվամիջոցները ստիպեցին տնօրեններին գործել հասարակական շահերին համապատասխան: Չկա ոչ մի ապացույց, որ դելֆինների սպանության պատճառով առաջացող հասարակական կորուստը փոխհատուցվում է դելֆինների համար անվտանգ եղանակով թյունոս որսալու հավելյալ արժեքով: Իրականում, որոշ բնապահպաններ քննադատել են այդ որոշումը, նշելով, որ այն ազդում է կենսաբանական հավասարակշռության վրա, քանի որ թյունոսի որսն ամբողջապես սկսեց իրականացվել հաղաղ օվկիանոսի արեւմտյան հատվածում, որտեղ թյունոսի որսի ժամանակ դելֆիններին վնաս չի հասցվում, սակայն սպանվում են բազմաթիվ այլ կենդանիներ, որոնք ի տարբերություն դելֆինների գտնվում են վերացող տեսակների ցուցակում:

Լրատվամիջոցների դերին վերաբերող բոլոր այս հարցերը սահմանափակ ուշադրության են արժանանում ակադեմիական գրականության մեջ¹: Սա պատահական

1 Կորպորատիվ ֆինանսների ասպարեզում կատարած իր հայտնի հետազոտության մեջ Ջինգալեսը (2000թ.) նշում է սա որպես մի կարելու ուժ, որն անտեսվում է: Սկիլը (2001թ.) վերլուծել է հանդիմանանքի դերը կորպորատիվ իրավունքում: Բարոնը (1996, 2001թթ.) ավելի ընդհանուր կերպով է հետազոտել լրատվամիջոցների դերը լոբբինգի եւ մասնավոր քաղաքականության մեջ: Ջանկովը եւ մյուսները (2001թ.) ուսումնասիրել են լրատվամիջոցների սեփականության ազդեցությունները:

չէ: Տեղեկատվության տարածման գործընթացը բավականին աննշան դեր ունի տնտեսական մոդելներում: Այստեղ ենթադրվում է, որ սուբյեկտները կամ տեղեկացված են կամ՝ ոչ: Եթե ոչ, ապա երբեմն ենթադրվում է, որ նրանք կարող են տեղեկատվություն ձեռք բերել կանխորոշված արժեքով: Որոշակի դեր չի հատկացվում տեղեկատվություն հավաքագրողներին, որոնք խտրականորեն նվազեցնում են տեղեկատվության ձեռք բերման արժեքը: Գործնականում այդ դերը կատարում են լրատվամիջոցները: Մարդիկ տեղեկատվության մեծ մասը ստանում են լրատվամիջոցներից, որոնք կարելու էր ունեն հասարակությանը փոխանցվող տեղեկությունների ընտրության եւ այլ աղբյուրներից ստացված տեղեկատվությանը վստահելիություն հաղորդելու հարցերում: Սուբյեկտների համար խտրականորեն նվազեցնելով տեղեկատվության հավաքագրման եւ գնահատման արժեքը՝ լրատվամիջոցները էական դեր ունեն վարկանիշների ձեւավորման եւ ավելացման խնդրում:

Լրատվամիջոցները կարող են դեր ունենալ կորպորատիվ կառավարման համակարգում՝ վարկանիշների վրա ամենաքիչը երեք ձեւով ազդելով: Առաջին՝ լրատվամիջոցների ուշադրությունը կարող է ստիպել քաղաքական գործիչներին առաջարկել կորպորատիվ օրենքների բարեփոխումներ կամ պարտադրել դրանց կիրառումը՝ նրանց մոտ ձեւավորելով այն կարծիքը, որ անգործությունը կվնասի նրանց հետագա քաղաքական կարիերային կամ կնվազեցնի իրենց վարկանիշը հասարակության մեջ ինչպես երկրի ներսում, այնպես էլ արտասահմանում:

Երկրորդ՝ լրատվամիջոցների ուշադրությունը կարող է ազդել վարկանիշների վրա՝ տնտեսական մոդելների մեծ մասում նշվող սովորական եղանակով: Վարկանիշի ավանդական հասկացության մեջ (տես, օրինակ՝ Ֆամա, 1980թ., Ֆամա եւ Ջենսեն, 1983 թ.) կառավարիչների ապագա աշխատավարձերը կախված են բաժնետերերի եւ ապագա գործատուների տեսակետներից այն հարցի վերաբերյալ, թե արդյոք, երբ կառավարիչներին հնարավոր չի լինի վերահսկել, վերջիններս նախընտրություն չէ՞ն տա իրենց սեփական շահերին: Նման դրամային տուգանքի ենթարկվելու մտահոգությունը կարող է կառավարիչներին ստիպել ի շահ իրենց չօգտագործել առկա հնարավորությունները՝ կարծիք ձեւավորելու, թե իրենք լավ կառավարիչներ են:

Երրորդը եւ այն, ինչ մենք ընդգծում ենք այստեղ՝ լրատվամիջոցների ուշադրությունն ազդում է կառավարիչների եւ տնօրենների խորհրդի անդամների վարկանիշի վրա ոչ միայն բաժնետերերի եւ ապագա գործատուների, այլ նաեւ ընդհանուր հասարակության աչքերում: Ինչպես նշում է Մոնկսը «Sears»-ի վերաբերյալ իր հայտարարությունում. «Մենք դիմում ենք նրանց ընկերներին, ընտանիքներին, գործընկերներին: Հայտարարությունը տեսնող յուրաքանչյուր մարդ կկարդա այն: Այն կարդացած յուրաքանչյուր ոք կհասկանա դրա իմաստը: Իմաստը հասկացած յուրաքանչյուր ոք ազատ կլինի հարցեր ուղղել տնօրենների խորհրդի՝ իր հանդիպած յուրաքանչյուր անդամի» (Ռոսենբերգ, 1999թ., էջեր 269-70): «Heinz»-ի բաժնետերերը, ինչպես նաեւ կառավարիչների հավանական գործատուները, կարող էին ծայրահեղ դժգոհ լինել միայն դեֆինների համար անվտանգ կերպով թյունոս որսալու վերաբերյալ որոշման ընդունումից: «Heinz»-ի կառավարիչները եւ տնօրեններն այս քայլը կատարեցին իրենց հասարակական վարկանիշը պաշտպանելու նպատակով: Նրանք չէին ցանկանում հանդիմանանքի ենթարկվել իրենց երեխաների կողմից, երբ իրենք տուն գնային, կամ անհարմար զգալ, երբ իրենք եկեղեցի կամ ակումբ այցելեին: Նել Միսուն՝ Ռոբերտ Մոնկսի գործընկերը, պատմեց մեզ, որ «Sears»-ի տնօրենները մինչ օրս ատում են Ռոբերտ Մոնկսին, քանի որ Մոնկսի հայտարարության պատճառով տեղային ակումբներում ոմանք մինչ այժմ ծաղրում են նրանց: Ապահովագրական ոչ մի քաղաքականություն կառավարիչներին կամ տնօրեններին չի կարող պաշտպանել նման վարկանիշային տույժերից:

Այսպիսով, լրատվամիջոցներն իսկապես դեր ունեն կորպորատիվ կառավարիչների եւ տնօրենների վերաբերյալ հասարակական կարծիքի ձեւավորման մեջ եւ ստիպում են այդ մարդկանց գործել հասարակական նորմերին համապատասխան: Կախված կոնկրետ իրադրությունից, այս ճնշումը կարող է հանգեցնել ինչպես բաժնետերերի դերի մեծացմանը, ինչպես դա եղավ «Sears»-ի դեպքում, այնպես էլ նրանց անտեսմանը, ինչպես դա եղավ «Heinz»-ի դեպքում:

Մինչ այժմ մենք դիտարկել ենք այն հավանականությունը, որ կառավարիչները եւ տնօրենները հոգում են իրենց հասարակական կերպարի համար եւ այդպիսով արձագանքում լրատվամիջոցների ճնշումներին: Մինչեւ այն եզրակացությունն անելը, որ լրատվամիջոցներն իսկապես իրենց դերն ունեն կորպորատիվ կառավարման ասպարեզում, մենք պետք է վստահ լինենք, որ սա ավելին է, քան այս երկու դեպքերով ներկայացված տեսական հնարավորությունը: Հենց դա էլ կանենք այս գլխի մնացած մասում: Մենք կսկսենք մի քանի օրինակների ուսումնասիրությունից, երբ լրատվամիջոցներն իսկապես ազդել են կորպորատիվ քաղաքականության վրա: Այս օրինակները ուրվագծում են այն կանխատեսումները, որոնք մենք փորձում ենք հստակեցնել տեսական հատվածում, այն խնդիրների վերաբերյալ, որոնք սահմանում են լրատվամիջոցների ազդեցությունը կորպորատիվ վարքագծի վրա: Այնուհետեւ կանդրադառնանք առավել համակարգված վկայություններին: Դիկ եւ Ջինգալես (2001թ.) գրքում մենք ցույց տվեցինք, որ մամուլի տարածումն ազդում է այն կորպորատիվ արժեքի չափի վրա, որը յուրացվում է տեղեկատվությանը հասու ներքին շրջանակի կողմից (այսպես կոչված վերահսկման մասնավոր շահույթ): Այս գլխում մենք դիտարկում ենք մամուլի ազդեցությունը բնապահպանական խնդիրների վերաբերյալ մասնավոր հատվածի արձագանքների վրա: Որպես երկրում մամուլի կարելության հիմնական ցուցանիշ՝ կիրառում ենք օրաթերթերի շրջանառությունը՝ հարաբերած բնակչության քանակի հետ: Չնայած մամուլը չի կարող կարելության ներկայացնել, եթե այն չի կարողացվում, սակայն սա հստակորեն դրա կարելության կոպիտ ցուցանիշն է, որը մեկն է այն քիչ թվով ցուցանիշներից, որոնք հնարավոր է կիրառել մեծ թվով երկրների համեմատական ուսումնասիրության ժամանակ: Այնուհետեւ՝ մենք ստուգում ենք մեր կողմից ստացված արդյունքները՝ կիրառելով մամուլի ազատության եւ անկախության մյուս ցուցանիշները: Որպես երկրում ընկերությունների միջին կորպորատիվ բնապահպանական ստանդարտների չափանիշ մենք կիրառում ենք 2001թ. բնապահպանական ինդեքսի բաղկացուցիչ մասը համարվող մասնավոր հատվածի արձագանքման ինդեքսը: Այս ինդեքսը ընկերությունների ուսումնասիրման վրա հիմնված հինգ ցուցանիշների համակցություն է, որոնք են Համախառն ներքին արդյունքի (ՀՆԱ) մեկ միլիոն դոլարին ընկնող ISO 14001 սերտիֆիկատ ունեցող ընկերությունների թիվը, «Դոու Ջոնսի գլոբալ ինդեքս»-ում ընկերությունների բնապահպանական ցուցանիշի հատվածը եւ այլն:

Մենք հայտնաբերեցինք, որ թերթերի ավելի մեծ շրջանառություն ունեցող երկրները, միջին հաշվով, ունեն բնապահպանության վերաբերյալ արձագանքման ավելի բարձր ցուցանիշ: Սա ճիշտ է նաեւ այն դեպքում, եթե հաշվի առնվեն բնապահպանական կարգավորումների աստիճանները, բնապահպանական հետեւանքների վերաբերյալ տեղեկատվության հասանելիությունը եւ տնտեսական զարգացման մակարդակը՝ հաշվարկված մեկ շնչին ընկնող ՀՆԱ-ի մասով: Մամուլի տարածվածության չափանիշի մեկ ստանդարտ շեղման չափով աճը մեծացնում է բնապահպանական ինդեքսը 15 տոկոսային կետով, որը հավասար է դրա ստանդարտ շեղման 28 տոկոսին:

Քանի որ մամուլի տարածվածությունն ինքնին կարող է ներածին լինել կամ կեղծ փոխհարաբերություններ ունենալ այլ ինստիտուցիոնալ գործոնների հետ, մենք փորձում ենք բացատրել մամուլի տարածվածությունը՝ կիրառելով արտաքին փոփոխականներ: Կրոնը էական գործոն է, որն ազդում է երկրի կրթական մակարդակի եւ ընթեր-

ցելու հակվածության վրա: Մյուս կարեւոր գործոնն էթնութեզվական տարաբաժանման աստիճանն է: Միայն այս երկու գործոնները կարող են բացատրել մամուլի տարածվածության 41 տոկոս տարբերությունը: Երբ մենք օգտագործում ենք այս երկու գործոնները՝ վերլուծելու համար բնապահպանական ստանդարտների եւ մասնավոր շահույթի չափերի վրա մամուլի ազդեցությունները, ապա ստանում ենք համանման արդյունքներ: Սա պաշտպանում է այն գաղափարը, որ մեր արդյունքները չեն առաջնորդվում կեղծ փոխհարաբերություններով կամ հակադարձ պատճառահետեւանքային կապով:

Քաղաքականության տեսանկյունից, կորպորատիվ կառավարման խնդրում լրատվամիջոցների կարեւորության այս վկայությունն ունի երկու կարեւոր հետեւանքներ: Առաջին՝ նախկին հետազոտությունները հիմնականում շեշտը դնում էին կորպորատիվ կառավարման իրավական եւ պայմանագրային ասպեկտների վրա: Այս գլխում եւ Դիկի ու Ջինգալեսի (2001թ.) գրքում առաջարկվում է այդ շեշտը լայնացնել եւ քաղաքական քննարկումները նույնպես արժանացնել նույնանման ուշադրության:

Երկրորդ՝ մամուլը կառավարիչներին ստիպում է գործել ոչ միայն ի շահ բաժնետերերի, այլ նաեւ հասարակության կողմից ընդունելի ձեւով: Այս հայտնագործությունը հասարակական նորմերի դերը դարձնում է կորպորատիվ կառավարման վերաբերյալ քննարկումների առաջնային խնդիրներից մեկը: Հիշատակման արժանի մի քանի բացառություններից բացի (օրինակ՝ Կոֆի, 2001թ.), այս նորմերի դերն անտեսվել է, չնայած դրանք բարեփոխումների կողմնակիցներին կարող են որոշ հնարավորություն ընձեռել, եթե նրանք կարողանան նորմերը խախտող վարքագիծը քննարկման առարկա դարձնել, եւ եթե այդ նորմերը նպաստում են արդյունավետ կորպորատիվ կառավարմանը: Սակայն, դրանք կարող են նաեւ էական խոչընդոտներ առաջացնել երկրի կորպորատիվ կառավարման համակարգը բարեփոխելու փորձերի ճանապարհին: Այն երկրներում, որտեղ շահույթն ավելացնելու նպատակով աշխատողների կրճատումը դիտվում է որպես բացասական երեւույթ, կառավարիչների համար նման շարժառիթներ ստեղծելը ծայրահեղ դժվար կլինի, հատկապես հանրաճանաչ ընկերություններում: Սա պետք է բացահայտորեն հաշվի առնվի երկրի կորպորատիվ կառավարման համակարգը բարեփոխելու յուրաքանչյուր իրատեսական նախագծում:

Կորպորատիվ քաղաքականության վրա լրատվամիջոցների ազդեցությունների որոշ օրինակներ

Ցույց տալու համար, որ ներածությունում ներկայացված երկու օրինակներն առանձին անկախ պատահարներ չեն, այլ լողացող սառցալեռան միայն երեւացող գագաթը, այս հատվածը ներկայացնում է հավելյալ ուսումնասիրություններ, որոնք կորպորատիվ վարքագծի փոփոխությունները կապում են լրատվամիջոցների ճնշումների հետ: Բոլոր օրինակներում ուշադրության է արժանի այն փաստը, որ այդ փոփոխությունները տեղի են ունեցել նույնիսկ նման քայլեր ձեռնարկելու որեւէ իրավական պահանջների կամ չձեռնարկելու իրավական պարտավորությունների բացակայության դեպքում:

Շրջակա միջավայրին ուղղված կորպորատիվ ռազմավարություն

1990թ. «Շրջակա միջավայրի աղտոտման կանխարգելման ակտ»-ի ընդունումից հետո ԱՄՆ-ի ընկերությունները պարտավոր էին յուրաքանչյուր գործարանի վերաբեր-

յալ բացահայտել ցուցակներում ընդգրկված քիմիական նյութերի տարեկան արտանետման ծավալները: Ի տարբերություն հաշվապահական տեղեկատվության, հստակորեն հնարավոր չէ նշել, թե բնակչության որ շրջանակները կարող էին իրավականորեն օգտագործել այդ տեղեկատվությունը: Այնուամենայնիվ, այս տեղեկատվական պահանջը դարձավ էական կարելոթություն ունեցող գործիք, քանի որ այն հնարավորություն ընձեռեց անվանապես նշել ինչպես շրջակա միջավայրն աղտոտող ընկերությունները, այնպես էլ առանձին գործարանները: Ինչպես նշել է Շրջակա միջավայրի պաշտպանության գործակալությունը. «Տեղեկատվությունը գործելու լծակ է, քանի որ քաղաքացիները տեղական արտադրական ձեռնարկություններից խոստումներ են պահանջում, որ վերջիններս կնվազեցնեն թունավոր արտանետումների քանակը» (Վիետոր, 1993թ., էջ 3):

Բնապահպանական խմբերը, ինչպիսիք են Բնական պաշարների պաշտպանության խորհուրդը եւ Բնության ազգային ֆեդերացիան, հավաքագրեցին տեղեկատվությունը եւ այն մամուլին տրամադրեցին հոդվածների տեսքով, որոնց վերնագրերի շարքում կային այնպիսիները, ինչպես «Ով ով է թունավոր արտանետումների աշխարհում» եւ «Թունավոր 500-ը», որոնք հետագայում ընտրողականորեն ընդունվել էին հեռարձակվող եւ տպագիր լրատվամիջոցների կողմից: Հաշվի առնելով շրջակա միջավայրի վերաբերյալ ցանկացած նորության նկատմամբ մեծ հետաքրքրությունը՝ բնապահպանական խմբերը հիմնականում չժախսեցին այնպիսի գումարներ, ինչքան ստիպված եղավ ծախսել Ռոբերտ Մոնկար «Sears»-ի պայքարում (միայն «Ուոլ Սթրիթ Ջորնալ»-ում գովազդն արժե ավելի քան 100 000 ԱՄՆ դոլար) հասարակությանն իր ունեցած տեղեկատվությունը տրամադրելու համար: Լայն հասարակության համար նորությունների այս տարբեր հետաքրքրության աստիճանները կարող են հանգեցնել այս արշավների նպատակների եւ, այդպիսով, լրատվամիջոցների կորպորատիվ կառավարման դերի պարբերաբար աղավաղմանը:

Շրջակա միջավայրն աղտոտողների վերաբերյալ այս տեղեկատվության տարածմամբ առաջացած հասարակական կարծիքի ճնշումներն ունեցան իրենց ազդեցությունը: Ցուցակում առաջին տեղերը զբաղեցնող ընկերությունները, ինչպես օրինակ «Allied»-ը (1990թ.-ին ցուցակում երրորդը) եւ «DuPont»-ը (1990թ.-ին ցուցակում առաջինը), ցուցակի առաջին տասնյակից դուրս գալը, ինչպես նաեւ դա հնարավորին չափ շուտ իրականացնելը, դարձրեցին կորպորատիվ ռազմավարության հիմնական խնդիրներից մեկը, չնայած որեւէ իրավական պահանջ գոյություն չունեց: Օրինակ՝ «Allied»-ն այս տեղեկատվության հրապարակումից հետո ավելի քան եռապատկեց իր ծախսերը արտանետումների վերահսկման միջոցների եւ շրջակա միջավայրի մաքրման վրա (Վիետոր, 1993թ., մուլ 1): Արդյունաբերությունը նույնպես արձագանքեց դրան. Քիմիական նյութերի արդյունաբերողների ընկերակցությունը մշակեց պատասխանատու արտադրության եւ սկզբունքների կիրառման կարգ եւ այդ սկզբունքներն իր անդամների համար պարտադիր դարձրեց՝ այս «դրակոնյան ինքնակարգավորումը» դիտարկելով որպես «քիմիական արդյունաբերության վերաբերյալ հասարակության մեծամասնության բացասական կարծիքը փոխելու համար անհրաժեշտ միջոց» (Վիետոր, 1993թ. էջ 3):

Կորպորատիվ կառավարումը եւ մամուլը

Մամուլը նաեւ հարաբերակցվում է կորպորատիվ կառավարման զանազան մեխանիզմների հետ:

Ակտիվիստ բաժնետերերը եւ մամուլը: Չնայած Միացյալ Նահանգներում Ռոբերտ

Մոնկսի եւ Նել Մինոուի նման ակտիվիստների համար մամուլն օգտակար եղավ կառավարիչների հետ իրենց պայքարում, սակայն արդյո՞ք մամուլը նման ազդեցություն ունի նոր ձեւավորվող շուկաներում: Կորեայի Հանրապետությունում վերջերս տեղի ունեցած իրադարձությունները ցույց են տալիս, որ այդպես է:

Կորեան վաղուց հայտնի է որպես մի երկիր, որտեղ խոշորագույն ընկերությունների (չաեբոլ) վերահսկիչ փաթեթներին տիրապետող բաժնետերերն իրենց դիրքն օգտագործում են առաջնորդվելով սեփական շահերով՝ մանր ներդրողների հաշվին: Ազգային կորպորատիվ օրենքներն արտաքին ներդրողներին քիչ իրավունքներ են տրամադրում (փոքրամասնություն կազմող բաժնետերերի պաշտպանվածության չափը որոշող Լա Պորտայի եւ մյուսների (1998թ.) ինդեքսն այն 2 է գնահատում՝ 5-միավորանոց սանդղակով) եւ օրենքի պարտադրման վերաբերյալ սպասումները բավականին ցածր են: Համաձայն երկրի օրենքները եւ կարգապահության ավանդույթները գնահատելու համար մշակված ինդեքսի՝ Կորեայի գնահատականը կազմում է զարգացած երկրների միջին գնահատականի կեսը:

Կորեայում փոփոխություններ իրականացնելու ջանքերի սկիզբը վերագրվում է 1996թ.-ին եւ Մասնակցային ժողովրդավարության համար մարդկանց միասնությանը (ՄԺՄՄ), որի ղեկավարն էր Կորեայի համալսարանից Ջանգ Հա Սունգը: Ինչպես եւ Միացյալ Նահանգներում, ներդրող ակտիվիստն իր ջանքերը կենտրոնացրեց խոշորագույն կորեական ընկերություններում կորպորատիվ քաղաքականության փոփոխման վրա եւ կիրառեց ինչպես իրավական ճնշումներ, ներառյալ լիազորագրերի կիրառմամբ վերահսկողություն հաստատելու պայքարը, քրեական եւ աժանցյալ հայցերը, այնպես էլ օգտագործեց մամուլը՝ ամոթանք տալու համար կորպորատիվ ղեկավարներին, որպեսզի վերջիններս փոխեն իրենց քաղաքականությունը: Թերեւս ավելի մեծ չափով, քան ԱՄՆ-ում, հաջողության դեպքերը հասարակական կարծիքի ճնշման, քան իրավական որոշումների հետեւանք էին:

Մինչ այժմ տեղի ունեցած ամենահաջող դեպքը «SK Telecom»-ում ներքին մեքենայությունները դադարեցնելու համար մղված պայքարն է: «SK Telecom»-ը չափազանց շահութաբեր ընկերություն էր, սակայն նրա ֆինանսական արդյունքները դա ցույց չէին տալիս, քանի որ ընկերությունը կիրառում էր փոխանցման այնպիսի գնային քաղաքականություն, որի արդյունքում շահում էին երկու ընկերություններ, որոնք համարյա 100 տոկոսով պատկանում էին «SK Telecom»-ի տնօրենների խորհրդի նախագահին եւ նրա բարեկամներին²: ՄԺՄՄ-ն այս քաղաքականության վրա ուշադրություն հրավիրեց: Լոնդոնում հրատարակվող «Ֆայնենշլ թայմս»-ի կողմից այդ պատմությունը լուսաբանելուց հետո լիազորագրով քվեներ ներգրավելու ուղղությամբ լրատվամիջոցների արշավ սկսվեց: Այս արշավը ներառում էր թերթերում գովազդներ հրապարակելը եւ ռադիոյի ու հեռուստատեսության օգտագործումը: 1998թ. մարտին «SK Telecom»-ի տնօրենները հանձնվեցին եւ համաձայնեցին ՄԺՄՄ-ի պահանջներին:

Այս հաջողությունը մեծապես տարբերվում է իրավական դաշտում գործողությունների անհաջողություններից: Օրինակ՝ բաժնետերերի առաջարկները խստորեն սահմանափակվում են եւ չեն կարող պարունակել տնօրենների կամ աուդիտորների

2 Ըստ ՄԺՄՄ-ի (2002թ., էջ 3). «Հաստատվեց, որ «SK Telecom»-ը հսկայածավալ շահույթներ էր տրամադրում «Sunkyoung Distribution» ընկերությանը, որում «Sunkyoung Group»-ի տնօրենների խորհրդի նախագահ Չոի Ջոնգ-Հյունը 94,6% բաժնետոմսերի սեփականատերն էր, եւ «Daehan Telecom» ընկերությանը, որի 100% սեփականատերերն էին Չոիի որդին եւ նրա փեսան: Բացահայտվեց, որ «SK Telecom»-ը շահույթը փոխանցում էր «Sunkyoung Distribution»-ին եւ «Daehan Telecom»-ին՝ ծառայությունների դիմաց չափից մեծ գումարներ վճարելով եւ չափազանց բարձր գներով սարքավորումներ գնելով: «SK Telecom»-ի ներքին գործարքների արդյունքում «SK Group»-ի դուստր ձեռնարկություն հանդիսացող «Daehan Telecom»-ի շահույթներն ընդամենը 64 միլիոն վոնից հասան 13,7 միլիոն վոնի, իսկ «Sunkyoung Distribution»-ի շահույթներն աճեցին 4,1 միլիոն վոնից մինչեւ 6,6 միլիոն վոնի: Հակառակ դրան, «SK Telecom»-ը, որը որպես 1996թ. ամենահզոր ընկերություն 2,6 տրիլիոն վոնի վաճառք էր իրականացրել, 1994թ.-ին «SK Group»-ի մասը դառնալուց հետո սկսեց ցույց տալ զգալի աճ ունեցած վաճառքի ծախսեր եւ զգալիորեն նվազած շահույթ: Շահութաբերությունը, որը 1994թ.-ին կազմում էր 31%, 1996թ.-ին նվազեց մինչեւ 14%, իսկ վաճառքի ծախսեր/եկամուս հարաբերակցությունը զգալիորեն աճեց 58%-ից մինչեւ 76%:

հեռացման վերաբերյալ դրույթներ: Հավանաբար միակ իրավական հաջողությունը ժողովների ժամանակ ներդրողների խոսելու իրավունքն ապահովելն էր, չնայած խոսելու իրավունքը կարող էր կիրառվել միայն ընդգրկված կողմերի վարկանիշի վրա ազդելու, այլ ոչ թե առողջացման որեւէ իրավական քայլ առաջարկելու նպատակով: Օրինակ՝ մամուլը մեծ ուշադրության արժանացրեց այն փաստը, որ «Samsung»-ի բաժնետերերի ժողովը տեւել է 13 ժամ: Բաժնետերերի եւ հասարակական կարծիքի ճնշման ազդեցությունն արտահայտվեց «Samsung»-ի ֆինանսական հրապարակումների թափանցիկության ավելացմամբ:

Ինստիտուցիոնալ ներդրողներ: Չնայած ինստիտուցիոնալ ներդրողները կորպորատիվ քաղաքականության մեջ փոփոխություններին նպաստելու առումով տիրապետում են զգալի թվով իրավական մեխանիզմների, ակտիվ մամուլի ներկայությունը մեծացնում է նրանց ազդեցությունը: Դա նրանց համեմատաբար էժան հնարավորություն է ընձեռում տուգանքների ենթարկել ընկերություններին եւ իրենց համար պոտենցիալ իրավական պաշտպանությունն ապահովելու նպատակով համակարգել այլ ներդրողների արձագանքները:

Օրինակ՝ պետական աշխատողների Կալիֆորնիայի նահանգային թոշակային հիմնադրամը (CalPERS) սկսեց կիրառել մի քաղաքականություն, որն ուղղված էր անհաջող գործունեությունն ծավալող ընկերությունները բացահայտելուն եւ դրանց նկատմամբ լրատվամիջոցների լայնածավալ ուշադրությունը գրավելուն, ինչը դիտում էր որպես դրանց եկամուտներն ավելացնելուն ուղղված կորպորատիվ քաղաքականությունը փոփոխելու իր ջանքերի կարելու գործոն: «CalPERS»-ն անհաջող գործունեությունն ծավալող ընկերությունների մի երկար ցուցակ է կազմում՝ հիմնվելով այնպիսի ցուցանիշների վրա, ինչպիսիք են բաժնետերերի շահույթները, տնտեսական ավելացված արժեքը եւ կորպորատիվ կառավարումը: Այս ցուցակով զինված «CalPERS»-ի ներկայացուցիչները զրուցում են ընկերությունների հետ փորձելով համոզել նրանց փոփոխել իրենց քաղաքականությունը, չհամաձայնվելու դեպքում սպառնալով լիազորագրերով հայց ներկայացնել եւ հրապարակել ցուցակում նշված ընկերությունների անունները: Հասարակությանը բացահայտման այս սպառնալիքը «CalPERS»-ի քաղաքականության կարեւորագույն մասն է: «CalPERS»-ը գտնում է, որ եթե նա չկիրառի հրապարակման այս սպառնալիքը, ապա իր ռազմավարությունը չի գործի: 1991թ.-ին, երբ մի քանի գլխավոր տնօրեններ համոզեցին «CalPERS»-ին, որ «ավելի նուրբ, բարեհոգի» ռազմավարությունը պակաս թշնամական եւ ավելի արդյունավետ կլինի, ընտրված 12 ընկերություններից բանակցությունների արդյունքում միայն 2-ն ընդունելի համաձայնության եկան «CalPERS»-ի հետ, իսկ 3 ընկերություններ հրաժարվեցին նույնիսկ հանդիպել «CalPERS»-ի պաշտոնյաների հետ: Ինչպես մեկնաբանեց «CalPERS»-ի գլխավոր տնօրեն Դեյլ Հանսոնը. «Ավելի նուրբ, բարեհոգի մոտեցումը չի աշխատում: Մենք պարզեցինք, որ մի շարք ընկերություններ տեղից չեն շարժվի, քանի դեռ ստիպված չլինեն լուծելու այնպիսի մի խնդիր, որը գտնվում է հասարակության ուշադրության շրջանակներում» (Դոբրոժինսկի 1992թ., էջ 44): 1992թ.-ին «CalPERS»-ը վերադարձավ իր ուշադրության կենտրոնում եղած ընկերությունների ցուցակները հրապարակելու քաղաքականությանը:

Մյուս օրինակը ռուսական ընկերություններում ներդրողների դեպքն է: Ռուսաստանի խոշորագույն մասնավոր ներդրումային ընկերության՝ «Hermitage Capital Management»-ի գլխավոր տնօրեն Ուլիյան Բրոուդերը հայտնեց մեզ, որ «անարդյունավետ կառավարման դեմ մեր ունեցած միակ ամենակարեւոր ուղղիչ մեխանիզմը մամուլն է» (էլ. փոստ, 2002թ. մայիսի 21): Օրինակ՝ Բրոուդերը «Գազպրոմ»-ում 2000թ. հոկտեմբերին տեղի ունեցած իրավախախտումները ներկայացրեց լրատվա-

միջոցների ուշադրությանը եւ այդպիսով հնարավորություն ստացավ հրապարակայնացնել ընկերության ղեկավարության անհաջողությունները, երբ հողվածներ լույս տեսան միջազգային բիզնես մամուլում, ներառյալ «*Բիզնես ուիք*»-ը, «*Նյու Յորք թայմս*»-ը, «*Ֆայնենշլ թայմս*»-ը, «*Ուոլ Սթրիթ ջորնալ*»-ը եւ «*Վաշինգտոն փոստ*»-ը: Լրատվամիջոցների կողմից նման ճնշումներն, ըստ տեղեկությունների, արդյունավետ ազդեցություն ունեցան ինստիտուցիոնալ ներդրողների համակարգման առումով եւ դրդեցին նրանց քվեարկելու ընկերությունում հատուկ աուդիտ անցկացնելու օգտին, որի համար պահանջվում էր բաժնետերերի 10 տոկոսի համաձայնությունը, եւ նպաստելու կորպորատիվ քաղաքականության մեջ այլ փոփոխությունների իրականացմանը: Մամուլում անարդյունավետ կառավարման լուսաբանումը կարող է նաեւ ստիպել իրենց միջազգային համբավի մասին հոգ տանող քաղաքական գործիչներին եւ կառավարիչներին գործունեություն ծավալել ընկերություններում իրականացվող քաղաքականության բարելավման ուղղությամբ: Հետաքրքիր է, որ մամուլի ուշադրությունը հավասարապես կարելու է դիտվում նաեւ իրավական դաշտում: Ինչպես մեզ հաղորդել է Ուիլյամ Բրոուդերը. «Մամուլն այն պատճառներից մեկն է, որի համար մենք հայցեր ենք ներկայացնում: Մինչ այժմ մենք 24 հայց ենք ներկայացրել դատարան, որոնցից 23-ում պարտվել ենք: Ռուսաստանում դրվածքն այդպիսին է: Սակայն մեր ստացած առավելությունը հրապարակայնությունն է»:

Մասնավոր եւ կառավարական կարգավորումներ: Ակտիվ մամուլի գործունեության շնորհիվ առաջացող հասարակական կարծիքի ճնշումը կարելու է նաեւ մասնավոր հատվածը ներկայացնող կազմակերպությունների՝ իրենց կորպորատիվ կառավարումը բարելավելու նպատակով ինքնակարգավորում կիրառելու ջանքերի համար: Դիտարկենք Միացյալ Թագավորությունում 1980-ականների մի շարք ֆինանսական սկանդալները, որոնցից էին «Bank of Credit and Commerce International»-ի եւ «Maxwell Group»-ի անկումները: Օրենքով նախատեսված դատական պատժամիջոցների եւ տուգանքների միջոցով որոշակի գործունեությունն արգելելու փոխարեն Միացյալ Թագավորությունում բացահայտման միջոցով պարտադրեցին ինքնակարգավորում իրականացնել: «Քեդբերիի հանձնաժողովը», որտեղ գերակայում էր մասնավոր հատվածը, սահմանեց կորպորատիվ կառավարման ստանդարտները եւ մշակեց այդ ստանդարտներին համապատասխան գործունեության բացահայտումը պարտադրելու մեխանիզմները՝ բացահայտման եւ նորությունային հողվածների արդյունքում առաջացած հասարակական ճնշմանը հնարավորություն ընձեռելով փոփոխել ընդունված գործելակերպը: Հրապարակայնացման այս ճանապարհին ուներ այն առավելությունը, որ ինքնակարգավորվող կազմակերպությունը կարող էր կիրառել դրանք, իսկ պատիժը կարող էր կիրառվել անմիջապես: Այլընտրանքային պատժամիջոցները, ինչպիսիք են տուգանքները եւ դատարանի կողմից ընդունված պատժամիջոցները, կամ հնարավոր չէր կիրառել, կամ էլ դրանք հնարավոր էր հետաձգել դատական գործընթացների միջոցով՝ այդպիսով սահմանափակելով դրանց արդյունավետությունը:

«Քեդբերիի հանձնաժողովի» (որն իր հաշվետվությունը հրապարակեց 1992թ. դեկտեմբերին) գործունեությունը բացահայտման եւ հասարակական ճնշման միջոցով բարեփոխումների իրականացման ջանքերի առաջին դեպքն էր: Հաշվետվության կարելուրագույն մասը արդյունավետ գործունեության կարգն էր՝ 19 հանձնարարականներով, որտեղ ներառված էին անկախ տնօրենների մեծացված դերը, նրանց նվազագույն թիվը եւ տնօրենների խորհրդի ու գլխավոր տնօրենի իրավասությունների սահմանազատումը: 1993թ.-ից Լոնդոնի արժեթղթերի բորսան որպես ցուցակագրման պարտադիր պայման սահմանեց այն դրույթը, որ ընկերությունները պետք է ունենան նաեւ գործունեության վերաբերյալ հաշվետվություն, որը կհամապատասխան

ներ վերը նշված կարգին, ինչպես նաև՝ տարեկան հաշվետվության մեջ յուրաքանչ-յուր տարբերության վերաբերյալ գրավոր բացատրություն: Այդ պահից ի վեր սովորական է դարձել ընկերությունների հաշվետվությունները մամուլին հանձնելը եւ ստանդարտների կարգին համապատասխանության վերաբերյալ անկախ մամուլի հաշվետվությունների հրապարակումը, երբ համագործակցությունից հրաժարվելը դիտվում է որպես անհաջող կորպորատիվ կառավարում ընկերության եւ նրա տնօրինության կողմից: Տնօրենների աշխատավարձերին ուղղված ընկերությունների գործունեության վերաբերյալ նման մոտեցում ցուցաբերվեց նաև 1995թ. հունիսին հրապարակված «Գրինբերիի հաշվետվությունում» եւ 1998թ. հունվարին հրապարակված «Յամփելի հաշվետվությունում»: Գործունեության այս բոլոր դրական տեսակները համակարգվեցին մեկ «գերկարգի» մեջ, որը Լոնդոնի արժեթղթերի բորսան հրապարակեց 1998թ. հունիսին՝ կրկին պահանջ դնելով ավելի շուտ բացահայտել, քան թե համապատասխանեցնել:

Այս մոտեցումը՝ բացահայտման վրա հիմնվելը, որն աջակցություն էր ստանում ստանդարտներին համապատասխան գործելակերպի վերաբերյալ մամուլի կողմից հրապարակումներից, կարճ ժամանակահատվածում հանգեցրեց ընկերությունների գործունեության նշանակալի փոփոխությունների: Վերջերս իրականացված հետազոտությունը (Ղահյա, ՄակԿոննել եւ Տրավլոս, 2002թ.) ցույց տվեց, որ եթե 1992թ.-ին Լոնդոնի արժեթղթերի բորսայում ցուցակագրված ընկերությունների ուսումնասիրված քանակի երկու երրորդը չէր համապատասխանում «Քեդբերիի ստանդարտներին», ապա 1996թ.-ին դրանց 93 տոկոսն արդեն ընդունել էր այդ ստանդարտները: Ի հավելումն դրա, այն ընկերություններում, որոնք ընդունել էին այդ ստանդարտները, աճել էր կառավարիչների հաշվետվության աստիճանը, քանի որ գլխավոր տնօրեններն ավելի մեծ ուշադրություն սկսեցին դարձնել իրենց ընկերությունների գործունեության բարելավմանը: Այս նշանակալի արդյունքն, անկասկած, պարտական էր մամուլի (եւ հասարակության) կողմից այդ ստանդարտների ընդունմանը, քանի որ անհամապատասխանության հաշվետվությունները հանգեցնում էին կառավարիչների եւ տնօրենների լայնատարած դատապարտմանը:

Բացահայտման եւ հրապարակայնացան չափերը եւ հաջողությունը լայն տարածում ունեն: Յոնգկոնգում, Չինաստանում արժեթղթերի բորսան պատմականորեն չունեւ որեւէ իրավական վերահսկիչ մարմին, որը կարող էր պատժել սխալներ գործող ընկերություններին: Դրա փոխարեն, այն որպես պատժամիջոց կիրառում է մամուլը՝ զովագրային հոդվածներ պատվիրելով, որոնց միջոցով հասարակությանը տեղեկացնում է ընկերությունների կողմից անվտանգության խախտումների մասին: Սպառնալիքը սովորաբար բավական է լինում: Յոնգկոնգում անձնական պատիժ է ուշադրության կենտրոնում գտնվող ղեկավարության համար եւ կարող է հանգեցնել ֆինանսական պատժի, եթե այլոք, տեղեկանալով տվյալ ընկերության եւ դրա ղեկավարության վստահելիության մակարդակի մասին, հավելյալ նախապայմաններ պահանջեն ղեկավարության կողմից առաջարկված ծրագրերը ֆինանսավորելու համար: Այս քաղաքականության ազդեցությունները ընդգծվել են Դիկի եւ Չինգալեսի կողմից (2001թ.), որոնք նշում են, որ Յոնգկոնգում մասնավոր եկամուտի միջին չափը կազմում է ընդամենը 0,7 տոկոս, երբ միջազգային մակարդակով այդ ցուցանիշը կազմում 14 տոկոս:

Նյու-Յորքի արժեթղթերի բորսան ներկայումս ուսումնասիրում է համանման մոտեցման կիրառման հնարավորությունը՝ նախազգուշական նամակներ հրապարակել այն ընկերությունների վերաբերյալ, որոնք չեն կիրառում ցուցակագրման մշակված սկզբունքները, օրինակ, աուդիտորների անկախության եւ հանձնաժողովների կառուցվածքի վերաբերյալ, պահանջել ընկերություններից հրապարակել այդ նամակներն իրենց տարեկան հաշվետվություններում եւ հենվել մամուլի վրա, որը քննարկ-

ման առարկա կդարձնել նման նամակների բովանդակությունը: Կարճ ասած դա այն է, ինչը 1929թ.-ի անկումից հետո ԱՄՆ անվտանգության օրենքները մշակած Ջեյմս Լանդիսը նկարագրել է որպես «բացարձակ հրապարակայնության պատժիչ ուժ» (ՄակՔրոու, 1984թ., էջ 172):

Մամուլն ընդդեմ կառավարման խնդիրների կարգավորման այլ մեխանիզմների: Որոշ շուկաներում այն պատիժները, որոնք կարող են սահմանվել մամուլի կողմից, համեմայն դեպս ոչ պակաս կարելու են, քան անհաջող կառավարման դեմ պայքարի այլ մեխանիզմները, որոնք սովորաբար շեշտվում են գրականության մեջ: Այս տեսակետը հաստատում է Մալազիայում վերջերս իրականացված հետազոտությունը, երբ ինստիտուցիոնալ ներդրողներին եւ բորսայական վերլուծաբաններին խնդրել էին սահմանել այն գործոնները, որոնք իրենք ամենակարելու են էին համարում կորպորատիվ կառավարման գնահատման եւ հրապարակայնորեն ցուցակագրված ընկերություններում ներդրումներ իրականացնելու ժամանակ (Լոու, Սիթհարաման եւ Պուն, 2002թ.): Վերլուծաբանները կարծում էին, որ ընկերության վերաբերյալ հասարակական եւ մամուլի մեկնաբանությունների հաճախականությունը եւ բնույթն ավելի կարելու էին, քան մի շարք այլ գործոններ, որոնք ավելի մեծ ուշադրության են արժանանում ակադեմիական քննարկումների ժամանակ, ինչպիսիք են ընկերության հարաբերությունները կարգավորիչ մարմինների հետ, անկախ ոչ գործադիր տնօրենների թիվը եւ նրանց որակավորումները, աշխատավարձերի եւ աուդիտի հանձնաժողովների առկայությունը եւ ընկերության աուդիտորների ինքնությունը:

Բիզնեսի դպրոցների կառավարումը եւ «Բիզնես ուիք»-ի դասակարգումը: 1988թ.-ին «*Բիզնես ուիք*» հանդեսը սկսեց հրապարակել ԱՄՆ առաջատար բիզնես դպրոցների դասակարգումը: Չնայած վիճելի չափանիշների կիրառմանը (ուսանողների մեծ մասը սովորել է միայն մեկ բիզնես դպրոցում, սակայն դասակարգումն իրականացվել է հենց նրանց պատասխանների հիման վրա), այս դասակարգումը բավականին մեծ ուշադրություն գրավեց եւ շուտով արդյունաբերությունում իր ստանդարտ տեղն ունեցավ³: Չնայած մենք տեղեկություններ չունենք բիզնես դպրոցների կառավարման վրա այս դասակարգումների ներկայացման ազդեցությունների որեւէ համակարգված ուսումնասիրության մասին, սակայն դրանց ազդեցությունն անկասկած հսկայական է: Հանկարծակիորեն դասավանդման դասակարգումները դարձան կարելու եւ ֆակուլտետները սկսեցին դրա համար պատասխանատվություն կրել, ուսանողների պահանջները բավարարելու համար սկսեցին նոր ծրագրեր իրականացվել, իսկ որոշ դպրոցներ նույնիսկ բռնվել են, երբ իրենց ուսանողներին սովորեցնում էին, թե ինչպես պատասխանել «*Բիզնես ուիք*»-ի հարցաշարերին:

Այս դեպքում լրատվամիջոցների ճնշումների արդյունավետության պատճառը շատ ավելի բարդ է, քանի որ բիզնես դպրոցները շահույթ չհետապնդող հաստատություններ են՝ առանձնահատուկ կառավարման համակարգով: Չնայած մի շարք գործոններ անկասկած օգնում են բացատրելու նման արձագանքը, ներառյալ այն կարծիքը, որ դասակարգումը կազդի դիմորդների որակի եւ ավարտողների սպասվելիք աշխատավարձերի վրա, մենք չենք կարող արժեզրկել մեր կողմից արդեն նշված գործոնը՝ կառավարիչների մտահոգությունները սեփական վարկանիշի վերաբերյալ: Այն պահից սկսած, երբ ներկայացվեցին բիզնես դպրոցների դասակարգումները եւ դրանք սկսեցին բիզնես դպրոցի վերաբերյալ կարծիք կազմելու կարելու չափանիշներ համարվել, դեկանները սկսեցին ուշադրություն դարձնել դրանց, քանի որ դասակարգումները կազդեին իրենց վարկանիշի վրա:

3 Վերջին մի տարվա ընթացքում այս շուկա են մուտք գործել այլ մրցակիցներ. «*Ֆայնեսնշլ թայմս*»-ը եւ «*Ուոլ սթրիթ ջորնալ*»-ը մշակել են իրենց սեփական դասակարգումը: Այսուհանդերձ, մինչ օրս «*Բիզնես ուիք*»-ի դասակարգումն ամենամեծատ ավելի կարելու է համարվում:

«Բիզնես ուիք»-ի կողմից բիզնես դպրոցների դասակարգումն առաջինը չէր: «Յու-էս նյուզ ընդ ուորլդ ռիփորթ»-ը դասակարգել էր բոլոր համալսարանների ֆակուլտետները, ներառյալ բիզնես դպրոցները, մինչև դա կաներ «Բիզնես ուիք»-ը, սակայն «Յու-էս նյուզ ընդ ուորլդ ռիփորթ»-ը չուներ «Բիզնես ուիք»-ի շրջանառության եւ վստահելիության մակարդակը, նամանավանդ բիզնես հասարակության շրջանում: Այսուհանդերձ, սա հաստատում է մեր այն տեսակետը, որ լրատվամիջոցները կորպորատիվ վարքագծի վրա ազդում են՝ նվազեցնելով կարելու տեղեկատվության հավաքագրման եւ ճշգրտման արժեքը: Ինչքան ավելի հեղինակավոր եւ տարածված է հանդեսը, այնքան ավելի ազդեցիկ կլինի այն, քանի որ ավելի մեծ ազդեցություն կունենա ընդգրկված կողմերի հեղինակության վրա:

Վերահսկվող փորձ: Բոլոր այս օրինակները ցույց են տալիս լրատվամիջոցների կողմից որոշակի գործունեության բացահայտման եւ որոշ ընկերությունների կողմից այդ գործունեության բարելավմանն ուղղված քայլերի ձեռնարկման միջև ակնհայտ փոխհարաբերությունը: Սակայն դժվար է հանգել այն եզրակացությանը, թե այս կայան անպայմանորեն պատահական է: Իսկապես, կարելի է վիճարկել, որ լրատվամիջոցները տարածում են այս տեղեկատվությունը, քանի որ դրա վերաբերյալ պահանջարկ գոյություն ունի եւ այդ պահանջարկն առկա է, քանի որ արդեն գոյություն ունի գործունեության ուղղությունը փոխելուն միտված ճնշումը: Այսպիսով, լրատվամիջոցների կողմից լուսաբանման եւ գործունեության ուղղության փոփոխման միջև փոխկապակցվածությունը թվացյալ է: Հաջորդ հատվածն այս խնդրին ավելի համակարգված մոտեցում է ցուցաբերում՝ կիրառելով գործառնական փոփոխականներ: Մինչև այդ անելը, սակայն, մենք կներկայացնենք մի փոքր վերահսկելի փորձ, որը հաստատում է այն տեսակետը, թե այս փոխհարաբերությունը պատահական է:

Մեզնից մեկը սովորաբար իտալական առաջատար «*Il Corriere della Sera*» թերթում կիրակնօրյա սյունակ էր պատրաստում: Գրավված լինելով «Sears»-ի պատմությանը՝ 1999թ. հունվարին նա մի հոդված գրեց, որը նշում էր թերթերի դերի կարևորությունը տնօրենների համբավի ձեւավորման եւ այդպիսով ավելի հաջող կորպորատիվ գործունեության պարտադրման խնդրում: Օրինակ բերելու նպատակով նա ընտրեց Իտալիայում նախորդ երեք տարվա ընթացքում հրապարակայնորեն սակարկվող խոշոր ընկերություններից ամենավատ ցուցանիշներ ունեցող եւ հրապարակեց բոլոր տնօրենների անունները: Ի զարմանս իրեն, նա ոչ մի հասարակական արձագանք չստացավ: Սակայն երկու ամիս հետո ընկերության գլխավոր տնօրենն առանց որեւէ բացատրություն ներկայացնելու հրաժարական տվեց: Մեկ այլ հանդես այս երկու իրադարձությունները կապեց իրար եւ հոդվածը գրողին «տորպեդո պրոֆետոր» անվանեց:

Տեսական համակարգ

Չնայած հետաքրքիր փաստերը օգտակար են այս երեւոյթի գոյությունը արձանագրելու համար եւ ցույց տալու, թե ինչպես են տեղի ունենում այդ ազդեցությունները, սակայն ավելի համակարգված փաստեր են անհրաժեշտ դրանց կարևորությունն ապացուցելու համար: Այդ պատճառով մենք անդրադարձանք կորպորատիվ քաղաքականության վրա լրատվամիջոցների ազդեցությունների՝ տարբեր երկրների համեմատությունների միջոցով վերլուծությանը: Սակայն մինչև այդ մենք պետք է ավելի հստակ նշենք այն ուղիները, որոնց միջոցով իրականացվում են ազդեցությունները:

Ազդեցության առաջին ուղին այն է, որ լրատվամիջոցների ուշադրությունը կարող է առաջացնել կորպորատիվ օրենքների բարեփոխումներ կամ կորպորատիվ օրենք-

ների պարտադրում: Նման փոփոխությունների հավանական դրդապատճառը քաղաքական գործիչների մտահոգությունն է, թե անգործությունը կվնասի իրենց ապագա քաղաքական կարիերային կամ հանդիմանանքի կհանգեցնի հասարակական կարծիքի կողմից ինչպես երկրի ներսում, այնպես էլ արտասահմանում: Սա լրատվամիջոցների ազդեցության կարեւոր հատկություններից մեկն է, որն ուսումնասիրել են Բեսլին ու Պրատը (2001թ.) եւ ուրիշներ: Այս տեսակետն ուսումնասիրվում է այս գրքի մյուս գլուխներում:

Մենք կենտրոնանում ենք լրատվամիջոցների եւ կառավարիչների ու տնօրենների վարկանիշների միջեւ կապերի վրա: Դիտարկենք վարկանիշի մի մոդել, որը նման է Դայմոնդի (1989թ.) ներկայացրածին: Գործակալները կարող են լինել երկու տեսակի՝ լավ կամ վատ, որոնք տարբերվում են որոշակի գործողություն կատարելու ծախսերով: Մեր դեպքում շրջակա միջավայրի նկատմամբ հոգատար կառավարիչի համար դրա աղտոտումն ավելի ցավալի կլինի, քան նրանց համար, ովքեր շրջակա միջավայրի նկատմամբ հոգ չեն տանում: Ենթադրենք, ինչը շատ հավանական է, որ բնապահպանական խնդիրները հաշվի առնող որոշումները կառավարիչների համար ավելի ծախսատար են, ասենք՝ ավելի մեծ ջանքեր են պահանջում: Այդ դեպքում լավ (շրջակա միջավայրի նկատմամբ հոգատար) կառավարիչները չեն աղտոտի շրջակա միջավայրը, մինչդեռ վատ կառավարիչները կաղտոտեն այն:

Իսկ այժմ, հենվելով մեր նախկին քննարկումների վրա, եկեք ենթադրենք, որ շրջակա միջավայրի թշնամի համարվելը որոշակի արժեք ունի: Եթե մենք իսկապես ցանկանում ենք ներգրավել այդ արժեքը կարիերայի կառուցման բնորոշ մոդելի մեջ (օրինակի համար տես՝ Ջարրիս եւ Յոլմստրոմ, 1982թ.), ապա կարող ենք ասել, որ այս արժեքն առաջանում է այն հնարավորության արդյունքում, որ կառավարիչը կարող է մտնել քաղաքական դաշտ, որտեղ շրջակա միջավայրի նկատմամբ հոգատար անձ չհամարվելն իսկապես մեծ խոչընդոտներ է առաջացնում: Ավելի լայն առումով, մենք այս արժեքի մասին կարող ենք մտածել որպես կառավարիչի հասարակական կերպարի վրա առկա բացասական բիծ: Հասարակական նորմերը ենթադրում են, որ կառավարիչները պետք է հոգ տանեն շրջակա միջավայրի նկատմամբ. այդպիսով՝ հոգ չտանող կառավարիչ համարվելը հանգեցնում է հասարակության կողմից հանդիմանանքի: Իսկ մարդկանց պարզապես դուր չի գալիս, երբ իրենց «վատն» են համարում:

Եթե շրջակա միջավայրի նկատմամբ հոգատար համարվելու հետեւանքները բավականին նպաստավոր են (կամ եթե շրջակա միջավայրն աղտոտող համարվելու բացասական կողմերը բավականին նշանակալի են), ապա նույնիսկ վատ կառավարիչները կարող են ստիպված լինել «ճիշտ» քայլեր ձեռնարկել լավը երեւալու համար եւ այդպիսով համարվել շրջակա միջավայրի նկատմամբ հոգատար (տես Դայմոնդ, 1989թ.): Քանի որ միայն վատ կառավարիչը կցանկանա աղտոտել շրջակա միջավայրը, ապա աղտոտման դեպքում կառավարիչն անմիջապես կհամարվի վատը: Այսպիսով, եթե աղտոտող համարվելու արժեքը բավականին բացասական հետեւանքներ ունենա, ապա վատ կառավարիչը կընտրի չաղտոտելու միջոցով իրեն որպես բնապահպանական խնդիրները հաշվի առնող անձ ներկայացնելու տարբերակը:

Վարկանիշի այս մոդելը հիմնված է այն ենթադրության վրա, որ կառավարիչի գործունեության վերաբերյալ տեղեկատվությունը հասարակությանը տրամադրվում է 1 հավանականությամբ: Սակայն գործնականում այդպես չէ: Տեղեկատվությունը անմիջականորեն չի տրամադրվում անհատներին՝ նրանք այն ձեռք են բերում լրատվամիջոցների կողմից ազդեցություն կրող արժեքով: Կառավարությունները, ընկերությունները եւ շահերի խմբերը ստեղծում եւ հավաքագրում են տեղեկատվությունը, որը հետագայում մշակվում է լրատվամիջոցների կողմից եւ ընտրողականորեն տարածվում:

Ինչքան լայն լինի լուսաբանումը լրատվամիջոցների կողմից, այնքան ավելի հավանական է, թե հասարակության ստվար հատվածը ձեռք կբերի այն: Նմանապես, ինչքան շատ ուշադրություն դարձվի լրատվամիջոցներին, այնքան ավելի լայն տարածում կստանա տեղեկատվությունը: Մեր փորձնական վերլուծությունում մենք կիրառենք երկրորդ եզրակացությունը եւ որպես լրատվամիջոցների կողմից ուշադրության արժանանալու չափանիշ կօգտագործենք բնակչության շրջանում թերթերի ընթերցողների մասնաբաժինը:

Համբավի ստեղծման մոդելի այս տեսակում ակնհայտ է, որ եթե մենք ներառենք այն գաղափարը, որ մարդիկ կառավարիչների գործողությունների վերաբերյալ տեղեկանում են որոշակի հավանականությամբ, ապա ինչքան այդ հավանականությունը մեծ լինի, այնքան ավելի հավանական կլինի, որ կառավարիչները կգործեն ելնելով բնապահպանական նկատառումներից: Մասնավորապես, եթե մամուլի ավելի մեծ տարածվածությունը հանգեցնում է բացահայտման առավել մեծ հավանականությանը, ապա ինչքան լայն տարածվածություն ունենա մամուլը, այնքան ավելի հավանական է, որ կառավարիչները կգործեն շրջակա միջավայրի նկատմամբ հոգատար կերպով⁴: Հենց այս ենթադրությունն էլ մենք կստուգենք:

Նմանապես, մենք կստուգենք այն ենթադրությունը, թե ինչքան մեծ է մամուլի տարածվածությունը, այնքան ավելի հավանական է, որ կառավարիչները կպաշտպանեն փոքրամասնություն կազմող բաժնետերերի շահերը: Նախորդող քննարկումները կարող են վերափոխվել այս խնդրի քննարկմանն ընդամենը «շրջակա միջավայրի նկատմամբ հոգատար» բառերը փոխարինելով «բաժնետերերի նկատմամբ հոգատար» բառերով: Միակ տարբերությունն այն է, որ այս վերջին դեպքում մենք չէինք խոսի արդյունքներին հասնելու նպատակով կառավարիչների կողմից իրենց հասարակական կերպարի նկատմամբ հոգ տանելու մասին, այլ պարզապես կխոսեինք աշխատանքի շուկայում կառավարիչների վարկանիշի մասին: Այնուամենայնիվ, պետությունների մեծ մասում կառավարիչները նշանակվում են բաժնետերերի մեծամասնության կողմից, եւ այդպիսով պարզ չէ, թե արդյոք նրանց կարիերայի հնարավորությունները կավելանան փոքրամասնություն կազմող բաժնետերերի շահերին նպաստելու դեպքում:

Որտեղի՞ց են լրատվամիջոցները տեղեկատվություն ստանում

Նախորդ քննարկումն ընդգծեց լրատվամիջոցների դերը կարելու տեղեկատվության հավաքագրման, ճշգրտման եւ տարածման գործում, սակայն որտեղի՞ց են լրատվամիջոցները ստանում այդ տեղեկությունները: Լրատվամիջոցների համար բավականին ծախսատար կլինի սեփական տեղեկատվություն հավաքել կառավարիչների գործողությունների վերաբերյալ, եւ այդպիսով նրանք հաճախ հիմնվում են իրենց տրամադրված տեղեկատվության վրա: Կարելու աղբյուր է կառավարությունը, որը

4 Ավելի ընդհանրացված կերպով կարելի է ասել, որ ցանկացած կազմակերպություն կամ հաստատություն կարող է նպաստել վարկանիշային տույժերի առաջացմանը, եթե այն կարողանա մեծացնել տույժեր սահմանելու ունակ հայնքների համար կառավարիչների կամ սեփականատերերի վերաբերյալ տեղեկատվության ձեռք բերման, ճշգրտման եւ տարածման հավանականությունը: Արդյունավետ ոչ պաշտոնական պայմանագրերի պարտադրման հիմնական խնդիրը վստահության խախտման հետ կապված սպասվելիք տույժերի լայնացումն է, որը սովորաբար ենթադրում է անցումը երկկողմանի տույժերից («ես կիրառվեմ քեզ հետ կրկին առետուր անելուց») դեպի բազմակողմանի տուգանքները («Մենք բլորս կիրառվենք քեզ հետ կրկին առետուր անելուց եւ քեզ կպատժենք նաեւ այլ ձեւերով, որոնցից մեկը հանդիմանանքն է»): Կրկնվող փոխներգործության արդյունքում առաջացող նորմերի վրա հենվող նման մասնավոր կարգի հաստատությունների կարելուությունն ուսումնասիրել է Էլիկսոնը (1991թ.), իսկ առետուրային ասոցիացիաների եւ էթնիկական խմբերի վերաբերյալ պատմական աշխատանքը նկարագրել են Գրիֆը (1997թ.) եւ ՄակՄիլլանը ու Վուդրաֆը (2000թ.):

պարտադիր բացահայտման միջոցով ուղղակիորեն կամ անուղղակիորեն պահանջում է, օրինակի համար, բացահայտել ֆինանսական կամ բնապահպանական տեղեկատվությունը: Կառավարության աջակցությամբ ստացված տեղեկատվությունն ամենավստահելի է, քանի որ այն չի կրում ընտրողականության ազդեցությունը եւ չի տրամադրվում որեւէ բանի դիմաց: Կառավարության կողմից պարտադրված առավել մեծ բացահայտման դեպքում (ինչպես օրինակ թունավոր նյութերի արտանետման բացահայտումը) շահերի խմբերի համար ավելի հեշտ է տեղեկատվություն հավաքելը, իսկ լրագրողների համար՝ այդ հավաքված տեղեկատվությունը հասարակությանը տրամադրելու համար օգտագործելը:

Լրագրողները տեղեկատվությունը ձեռք են բերում նաեւ ուղղակիորեն աղբյուրներից, այսինքն՝ կառավարիչներից, աշխատակիցներից եւ այլն: Այս տեղեկատվությունը ոչ միայն ընտրողական է, այլեւ հաճախ լրագրողներին տրամադրվում է «ծառայություն ծառայության դիմաց» պայմանով, ինչպես ասենք՝ նորությունային հոդվածում դրական արձագանքի արժանանալու նախապայմանով: Նման աղբյուրի օգտագործումը ժամանակի ընթացքում կխարխլի լրատվամիջոցի վստահելիությունը:

Նման խնդիր է առաջանում նաեւ տեղեկատվության երրորդ պոտենցիալ աղբյուրի՝ շահերի խմբերի հետ աշխատանքի դեպքում, որոնք են ակտիվիստ բաժնետերերը, ինստիտուցիոնալ ներդրողները եւ նախկինում նկարագրված բնապահպան ակտիվիստները: Շահերի խմբերը ստեղծում են տեղեկատվությունը, ինչպես օրինակ դեֆինների սպանության մասին տեսաժապավենը, եւ հավաքագրում ու մշակում են այլ աղբյուրներից ստացվածը, ինչպես օրինակ շրջակա միջավայր թունավոր նյութեր արտանետողների ցուցակը: Կորպորատիվ կառավարման մեջ տեղեկատվության մյուս հավաքագրողներից են նաեւ բաժնետոմսերի եւ արժեթղթերի վերլուծաբանները: Չնայած լրատվամիջոցները կարելու են բոլոր այս խմբերի համար, սակայն դրանք ավելի մեծ կարելություն են ներկայացնում ակտիվիստների համար, որոնք ձգտում են համախմբել եւ համակարգել քաղաքացիների առանձին խմբերի գործողությունները, ասենք, բոյկոտի կամ լիազորագրերի կիրառմամբ վերահսկողություն հաստատելու պայքարի համար:

Ընտրովի լուսաբանումը եւ լրատվամիջոցների վստահելիությունը

Մինչ այժմ մենք լրատվամիջոցներին վերաբերվել ենք որպես մի միասնական մարմնի, որը հավաքագրում եւ այնուհետեւ տարածում է տեղեկատվությունը: Մեր անտեսած կարելուագույն խնդիր է լրատվամիջոցների կողմից հասարակությանը տրամադրվող տեղեկատվության վստահելիությունը, ինչն, անկասկած, չափազանց կարելու է: Այն փաստը, որ «Ֆայնենշլ թայմս»-ը լուսաբանեց «SK Telecom»-ի եւ «Գազպրոմ»-ի ներքին խարդախությունները, այդ պատմություններին վստահելիություն հաղորդեց, քանի որ նույնիսկ Կորեայում եւ Ռուսաստանում «Ֆայնենշլ թայմս»-ն ավելի վստահելի է, քան տեղական թերթերը: Նմանապես, «Բիզնես ուիք»-ում բիզնես դպրոցների դասակարգումն ավելի մեծ ազդեցություն ուներ, քան «Յու-էս ուորլդ ընդ նյուս ռիփորթ»-ում, քանի որ առաջինը ոչ միայն ավելի տարածված է, այլ նաեւ ավելի հեղինակավոր է քան երկրորդը:

Վստահելիության խնդիրը հատկապես նրբանկատ է, քանի որ այն առաջ է բերում թերթերին տրամադրված տեղեկատվության ճշգրտությունը ստուգելու նպատակով նրանց կողմից հետագա հետաքննություններ իրականացնելու եւ ստացված տեղեկատվությունը ճշգրտորեն տարածելու շարժառիթների հարցը: Հստակ է, որ երբ թերթերն իսկապես ազդեցություն ունեն, ապա նրանք շարժառիթներ ունեն գործարքների մեջ մտ-

նել ներգրավված կողմերի հետ եւ վճարներ ստանալ վնասաբեր տեղեկատվությունը չհրապարակելու համար: Նման կողմնակի գործարքների օրինակներից մեկը ընկերության ղեկավարմանը եւ տնօրեններին լավ (կամ վատ) կողմից ներկայացնող տեղեկատվության փոխարեն ապագա գովազդման եկամուտների ավելացման (կամ նվազեցման) սպառնալիքներն են: Իհարկե, նման կողմնակի գործարքները կարող են ժամանակի ընթացքում նվազեցնել թերթի վարկանիշը եւ, այդպիսով, վստահելիությունը:

Եթե առանձին թերթի համար դժվար է ազնվության համբավ ձեռք բերելը շուկայում, որտեղ բոլոր մյուս թերթերը գաղտնի համաձայնության մեջ են գտնվում (ինչը հավանական է) ապա բազմաթիվ հավասարակշռված իրադրությունների հնարավորություններ են ստեղծվում: Հավասարակշռություններից մեկն այն է, որ թերթերը վստահելի են, եւ վստահությունը կորցնելու վախից խուսափում են կողմնակի գործարքներից: Մյուս հավասարակշռությունը կարող է լինել այն դեպքում, երբ թերթերը վստահելի չեն եւ ուրախությամբ կաշառքներ են վերցնում՝ վնասակար տեղեկատվություն չհրապարակելու կամ որեւէ մեկի շահերին նպաստող սուտ վնասակար տեղեկատվություն հրապարակելու համար:

Այդ հավասարակշռությունների բացահայտման համար կարելու գործոններ են թերթերի գործունեության մրցակցային միջավայրը, լրատվամիջոցների սեփականատիրության կառուցվածքը եւ գրպարտության դեմ օրենքները: Մրցակցային շուկայում թերթը, որը համաձայնում է չհրապարակել վատ նորությունը, հավանաբար կկորցնի վստահելիությունը, քանի որ այն կիրապարակվի մեկ այլ թերթ: Այսպիսով, ինչքան ավելի մրցակցային է միջավայրը, այնքան քիչ հավանական է համաձայնեցված հավասարակշռվածությունը: Նմանապես, առավել քիչ հավանական է, որ անկախ թերթը, որի գոյատեւումը կախված է միայն իր սեփական հաջողություններից, համաձայնության կգա բիզնեսի հաստատված շահերի հետ: Հակառակ դրա, որեւէ բիզնես խմբի սեփականություն հանդիսացող թերթը բնականորեն ավելի քիչ հավանական է, որ կիրապարակի այդ խմբին վերաբերվող բացասական նորությունը: Սա, իր հերթին, կազդի նրա վստահելիության վրա այլ նորությունների ճշգրտորեն լուսաբանման առումով, այդպիսով նվազեցնելով բարձր վարկանիշ ստեղծելու նրա շարժառիթները (եւ մեծացնելով համաձայնության գալու շարժառիթները)⁵: Զրպարտության դեմ առավել խիստ օրենքները նվազեցնում են թերթերի կողմից այնպիսի տեղեկատվության հրապարակման հավանականությունը, որը ենթադրում է, որ կառավարիչները «վատն» են՝ այդպիսով կրկին նվազեցնելով լրատվամիջոցների տեղեկատվական ծավալը:

Մենք չենք տիրապետում այս տեղեկատվության մեծ մասին: Մենք չունենք գրպարտանքի դեմ օրենքի խստության եւ պարտադրման միջազգայնորեն համեմատելի ցուցանիշներ: Ջանկովը եւ մյուսները (2001թ.) ցույց են տվել, թե լրատվամիջոցների որ հատվածն է պատկանում իշխանություններին, իսկ «Freedom House»-ը (1999թ., 2000թ.) ցույց է տալիս, թե յուրաքանչյուր երկիր ինչ չափով է թուլատրում տեղեկատվության ազատ հոսքը: Մեր դեպքում, սակայն, այդ ցուցանիշները տեղեկատվության ամենակարելու հատվածը չեն: Մենք ցանկանում ենք իմանալ, թե որ լրատվամիջոցներն են պատկանում այլ կարելու գործարար շահեր ունեցող բիզնես խմբերին եւ որոնք ավելի քիչ կապեր ունեն ոչ լրատվական ընկերությունների հետ եւ անկախ սեփականություն են, ինչպես «Նյու Յորք թայմս»-ը եւ «Վաշինգտոն փոստ»-ը: Մամուլի քաղաքական անկախությունը նույնը չէ, ինչ տնտեսական ազդեցություններից անկախությունը:

5 Բեսլիի, Բուրջեսի եւ Պրատի գրած այս գրքի գլուխ 3-ը եւ Բեսլիի ու Պրատի (2001թ.) աշխատությունը նկարագրում են մի մոդել, որը ներառում է այս հատվածում նկարագրված խնդիրներից շատերը, չնայած այդ աշխատությունները շեշտը դնում են ավելի շուտ կառավարության եւ լրատվամիջոցների, քան մասնավոր հատվածի ընկերությունների ու լրտվական ընկերությունների միջեւ հնարավոր բախումների վրա:

Մեր կողմից կիրառվող թերթերի ընթերցողների ծավալը, սակայն, անուղղակիորեն հանգում է վստահելիության հարցին: Շուկայում, որտեղ թերթերն առավել հավանական է, որ փոխհամաձայնության կհանգեն եւ այդպիսով պակաս վստահելի կլինեն, դրանք կդառնան նաեւ տեղեկատվության պակաս արժեքավոր աղբյուր եւ այդ պատճառով այլ հավասար պայմաններում ավելի քիչ հավանական է, որ կընթերցվեն: Այսպիսով, մեր կողմից թերթերի ընթերցվածության չափորոշումը ներառում է ինչպես թերթերի տարածվածությունը, այնպես էլ դրանց ընդհանուր վստահելիությունը:

Սպառողների պահանջարկը եւ ընտրովի լուսաբանումը

Լրատվամիջոցների ազդեցությունը կախված է նաեւ նորության հետաքրքրության արժեքից: «Դա շատ բարդ եւ ձանձրալի էր շատ առաջատար լրագրողներին հետաքրքրելու համար», - ասել է Էլեն Յունը «Նյու Յորք թայմս»-ից, բացատրելու համար լրատվամիջոցների ուշացած ուշադրությունը դեպի ԱՄՆ-ում փոխատվությունների եւ ավանդների ճգնաժամը (մեջբերված Բարոն, 1996թ., էջ 62): Նմանապես, երբ «NBC News»-ի նախագահ Մայքլ Գարտներին հարցրեցին, թե ինչու հեռուստատեսությունը համեմատաբար քիչ ուշադրություն դարձրեց ճգնաժամին, նույնիսկ երբ այն 1988թ.-ին թերթերի կողմից լայն լուսաբանման արժանացավ, ապա նա նկատեց, որ այդ պատմությունը ոչ մի դիտարժան պատկեր չուներ, իսկ առանց նման պատկերների «հեռուստատեսությունը չի կարող փաստեր ներկայացնել» (մեջբերված Բարոն, 1996թ., էջ 62):

Բնապահպանական խնդիրները սովորաբար արտահայտում են պատկերներ (մահացող դելֆիններ), որոնք կարող են գրավել հասարակության ուշադրությունը, մինչդեռ կորպորատիվ սկանդալներն այդպիսի պատկերներ չունեն: Այդ պատճառով մենք սպասում ենք, որ տպագիր լրատվամիջոցներն ավելի նշանակալի կլինեն կորպորատիվ կառավարման խնդիրներում, քան հեռարձակողները:

Պահանջարկի նկատառումները նույնպես հանգեցնում են ուշադրության ընտրովի կենտրոնացմանը լայն հետաքրքրություն ներկայացնող պատմությունների վրա, ինչպես ասենք տնօրինության աշխատավարձերի չափի, այլ ոչ թե հաջող կորպորատիվ կառավարման ուրիշ բաղկացուցիչների վրա, ինչպես ասենք տնօրենների խորհրդի ձեւավորումը եւ աուդիտորների դերը, նույնիսկ այնպիսի սկանդալներից հետո, ինչպիսիք էին «Enron»-ի եւ «Worldcom»-ի դեպքերը: Հնարավոր է, որ ընթերցողներն ունակ չլինեն գնահատել կորպորատիվ իրադրությունների նրբությունները, ինչը հանգեցնում է այնպիսի նորությունային պատմությունների, որոնք բացահայտորեն պարզեցնում են ընկերությունների գործունեությունը՝ համաձայն բնապահպանական կամ կորպորատիվ կառավարման ստանդարտների: Միացյալ Թագավորությունում, օրինակ, չնայած Քեդբերիի, Գրինբերիի եւ Համփելի կողմից մշակված հանձնարարականները հաճախ տարողունակ են, դրանք հազվադեպ են այդպես ներկայացվում: «Հասարակական» տարբերակն ընդամենը հիմնական կանոնների չափազանց պարզեցված ներկայացումն է, որի արդյունքում խիստ ճնշում է առաջանում համապատասխանելու այնպիսի ստանդարտներին, որոնք նախատեսված չէին հանձնարարականներում:

Վերջապես, կորպորատիվ կառավարման վերաբերյալ նորությունների պահանջարկը կարող է կախված լինել կորպորատիվ սեփականության կառուցվածքից: Այսպիսով, լուսաբանման աստիճանը եւ հետագայում մամուլի պատժիչ դերը հավանաբար ավելի կարելու կլինեն, եթե քաղաքացիների խոշոր խմբեր ուղղակի կամ անուղղակի (թոշակային հիմնադրամների միջոցով) բաժնեմաս ունենալու պատճառով անձնական շահ ունենան սպասվելիք արդյունքներից: Կորեայում եւ Մալազիայում

կորպորատիվ կառավարման մեջ լրատվամիջոցների վերը նշված կարելու դերը հավանաբար այդ երկու երկրների շուկաներում բաժնետոմսերն ազատ վաճառքի ներկայացնող ընկերություններում սեփականատերերի սովոր հատվածի գոյության հետևանքն է:

Վարկանիշային տույժեր եւ սոցիալական նորմեր

Ինչպես արդեն նշվել է, լրատվամիջոցների գործունեությունը կարող է նվազեցնել կառավարիչների վարկանիշները բաժնետերերի եւ ապագա գործատուների, ինչպես նաեւ նրանց ընտանիքների, ընկերների, գործընկերների եւ ընդհանուր հասարակության աչքերում: Վարկանիշային տույժերը կարող են երկարատեւ լինել: Ինչպես ասել է Վերականուցման եւ զարգացման եվրոպական բանկի նախագահ Ժան Լամյերը. «Մարդիկ պարտադիր կերպով չեն փոփոխվում»՝ պաշտպանելու համար այն ընկերությունների եւ անհատների սեւ ցուցակի չիրապարակման քաղաքականությունը, որոնց հետ բանկը չի համագործակցում» (Վագսթիլ, 2002թ.):

Ընդունված սոցիալական նորմերի ուժը եւ բնույթը ներգործություն ունեն լրատվամիջոցների ազդեցության վրա: Եթե բաժնետերերի շահերը մեծ ուշադրության արժանացնելը նորմ է, ապա լրատվամիջոցների կողմից անհաջող գործունեության յուրաքանչյուր դեպքի լուսաբանումը նշանակալի ազդեցություն կունենա: Օրինակ՝ Միացյալ Նահանգներում հրատարակությունների լայնորեն զարգացած համակարգը, որը ներառում է «Ուոլ Սթրիթ ջորնալ»-ը, «Նյու Յորք թայմս»-ը, «Ֆայնենշլ թայմս»-ը, «Բիզնես ուիք»-ը, «Ֆորչն»-ը, «Ֆորբս»-ը եւ «Չարվարդ բիզնես ռեյլու»-ն, մատնանշում է ինչպես բիզնեսի հերոսներին, այնպես էլ չարագործներին: Դեկավարները ձգտում են այդ հրապարակումներում ներկայացվել իրենց համար նպաստավոր կերպարանքով: Այնտեղ, որտեղ այդ կերպարանքը արժեքավորվում է, լրատվամիջոցները հատկապես հզոր են, քանի որ նրանք կարող են ինչպես բարձրացնել, այնպես էլ խարխլել վարկանիշները:

Ամերիկյան եւ բրիտանական լրատվամիջոցների կողմից կառավարիչներին ճնշման ենթարկելու հնարավորությունը տարածվում է այդ երկրների սահմաններից դուրս: Հարստանալուց հետո, զարգացող երկրների ընկերությունների ղեկավարները ձգտում են ավելի լայն ընդունման արժանանալ միջազգային հասարակության կողմից՝ միանալով Դավոսի համաշխարհային տնտեսական ֆորումին, ձգտելով տեղ ձեռք բերել հայտնի միջազգային ինստիտուտների խնամակալների խորհուրդներում եւ այլն: Եթե ռուս օլիգարխ Վլադիմիր Պուտինին 2002թ. ապրիլին հաջողվեց անդամակցել Գուգենհայմի թանգարանի խնամակալների խորհրդին, ապա Օլեգ Դերիպասկայի նման օլիգարխը «չիրավիրվեց» մասնակցելու Դավոսի համադիպմանը, եւ Դերիպասկան զրկվեց «վաղվա գլոբալ առաջնորդներից մեկը» լինելու հավակնություններից, երբ մամուլի կողմից բացասական կերպով լուսաբանվեցին նրա նկատմամբ կոռուպցիայի, փողերի լվացման եւ ավելի ծանր հանցագործությունների վերաբերյալ դատական հայցերը («Ֆայնենշլ թայմս», 2001թ., Վագսթիլ, 2002թ.): Հետաքրքիր է, որ այդ մարդիկ այդքան նրբազգաց չեն իրենց հասարակական կերպարի նկատմամբ իրենց սեփական երկրում, որի պատճառը հավանաբար տեղական լրատվամիջոցների վստահելիության, ընդունված նորմերի կամ միգուցե այդ երկու գործոնների համակցության պակասությունն է: Ամեն դեպքում, այս փաստերը ենթադրում են, որ ամերիկյան եւ բրիտանական լրատվամիջոցները ոչ երկրորդական դեր ունեն անգլոամերիկյան մոդելն այլ երկրներում տարածելու գործում:

Այսուհանդերձ, մենք պետք է կրկին նշենք, որ լրատվամիջոցների կողմից ներկայացվող նորմերը պարտադիր չէ, որ համապատասխանեն բաժնետերերի շահերին:

ճապոնիայի ման երկրներում, որտեղ նույն հաստատությունում ամբողջ կյանքում աշխատելն ընդունված արժեք է, լրատվամիջոցներն աշխատանքից ազատունը հավանաբար կներկայացնեն որպես բացասական երեւոյթ: Այսպիսի սանկցիան կարող է ստիպել ձեռնպահ մնալ աշխատանքից ազատելուց, նույնիսկ եթե դրանք համապատասխանում են բաժնետերերի շահերին:

Կորպորատիվ քաղաքականության եւ մամուլի կարելուության վերաբերյալ տվյալներ

Մեր գրքերից մեկում (Դիկ եւ Ջինգալես, 2001թ.) մենք այլ խնդիրների շարքում վերլուծել ենք նաեւ լրատվամիջոցների տարածվածության ազդեցությունը կորպորատիվ կառավարման վրա: Որպես կորպորատիվ կառավարման չափանիշ մենք կիրառել ենք վերահսկողության փոխանցման գործարքների ուսումնասիրությամբ հաշվարկված վերահսկողության ձեռք բերման արժեքները: Միջին հաշվով կողմերը ցանկություն ունեն վերահսկողության ձեռք բերման դիմաց ավելի շատ վճարել միայն այն դեպքերում, երբ նրանք որոշակի մասնավոր օգուտ ձեռք բերելու հավանություններ ունեն: Վերահսկողության մասնավոր օգուտներն արտահայտում են ներդրումների ֆիզիկական վերադարձվելիության եւ արտաքին ֆինանսավորողների կողմից ստացված գումարների միջեւ տարբերությունը: Այդ պատճառով դրանք դյուրըմբռնելի կերպով ցույց են տալիս, թե որքան են հարգվում մանր բաժնետերերի իրավունքները:

Մենք հայտնաբերեցինք, որ վերահսկողության մասնավոր օգուտն ավելի փոքր է, եւ, այդպիսով, կառավարումն ավելի հաջող է, այն երկրներում, որտեղ լրատվամիջոցներն ավելի մեծ տարածվածություն ունեն: Այդպես է նույնիսկ, երբ մենք հաշվի ենք առնում փոքրամասնություն կազմող բաժնետերերին տրամադրվող իրավական պաշտպանվածության աստիճանը, հաշվապահական ստանդարտների որակը եւ տնտեսական զարգացածության մակարդակը, որը հաշվարկվում է մեկ անձին ընկնող ՀՆԱ-ի մասնաբաժնով: Այդ ազդեցությունը նաեւ տնտեսապես կարելուություն ունի: Մամուլի տարածվածության մեկ ստանդարտ շեղման չափով աճի դեպքում մասնավոր եկամուտների միջին արժեքը նվազում է 5 տոկոսային կետով՝ դրանց ստանդարտ շեղումների 18 տոկոսով:

Այս գլխում մենք նույնանման վերլուծություն ենք կատարում բնապահպանական խնդիրների վերաբերյալ:

Կախյալ փոփոխականներ. մասնավոր հատվածի արձագանքը բնապահպանական խնդիրներին

Որպես բնապահպանական խնդիրները մասնավոր հատվածի կողմից կարելուելու չափանիշ մենք կիրառել ենք Համաշխարհային տնտեսական համաժողովի եւ Կոլումբիայի ու Յեյլի համալսարանների հետազոտողների համագործակցությամբ մշակված բնապահպանական խնդիրների նկատմամբ մասնավոր հատվածի արձագանքման ինդեքսը: Այս ինդեքսը հիմնված է հինգ փոփոխականների վրա՝ ՀՆԱ-ի մեկ միլիոն դոլարով ISO 14001 սերտիֆիկատ ունեցող ընկերությունների թիվը, ՀՆԱ-ի մեկ միլիոն դոլարով Շարունակական զարգացման համաշխարհային բիզնեսի խորհրդի անդամների թիվը, «Innovest's EcoValue»-ի կողմից ընկերությունների բնապահպանական գործունեության դասակարգումը, Ակտիվների կայուն կառավարման կողմից Դուո Ջոնսի գլոբալ ինդեքսում ներառված ընկերությունների բնապահպանական գործունեության դաս-

սակարգումը եւ ընկերությունների ուսումնասիրության վրա հիմնված բնապահպանական մրցակցության մակարդակները: Յուրաքանչյուր փոփոխական հիմնված է ընկերությունների վերաբերյալ տվյալների վրա եւ ինդեքսում մյուսներին հավասար նշանակություն ունի: 7.1. աղյուսակը նկարագրում եւ սահմանում է այն բոլոր փոփոխականները, որոնք կիրառվել են այս գլխում, եւ ցույց է տալիս դրանց աղբյուրները:

Մասնավոր հատվածի արձագանքը հստակորեն կապված է մեկ շնչին ընկնող եկամտի հետ: Դասակարգման մեջ առաջին հինգ երկրներն են Շվեյցարիան, ճապոնիան, Գերմանիան, Միացյալ Թագավորությունը եւ Նոր Զելանդիան, իսկ վերջին հինգ երկրները՝ Վենեսուելան, Ինդոնեզիան, Հունաստանը, Կոլումբիան եւ Ֆիլիպինները: Սակայն, արձագանքը կապված է ոչ միայն մեկ շնչին ընկնող եկամտի ցուցանիշի հետ: Իտալիան եւ Միացյալ Թագավորությունը, օրինակ, ունեն մեկ շնչին ընկնող եկամտի միատեսակ ցուցանիշ, սակայն այդ երկրներում մասնավոր հատվածի արձագանքը բավականին տարբերվում է՝ Իտալիայի ինդեքսը կազմում է -0,35, եւ այն մեր դասակարգման մեջ 35-երորդն է, իսկ Միացյալ Թագավորությանը՝ 1.02՝ 4-րդ ցուցանիշ:

Մամուլի կարելուրության չափանիշները

Մենք կենտրոնանում ենք մամուլի երկու հիմնական չափանիշների վրա, որոնք նշվել են վերջերս կատարված ուսումնասիրությունների կողմից: Առաջին չափանիշը, եւ վերլուծության հիմքը, մամուլի տարածվածության չափանիշն է, որը հիմնված է երկրում օրաթերթերի շրջանառության վրա՝ հարաբերված բնակչության քանակի հետ: Այս չափանիշը որոշ չափով հաշվի է առնում հասարակական կարծիքի վրա մամուլի ազդեցության հնարավորությունը, քանի որ այն տրամադրում է մամուլի հասանելիության չափանիշներից մեկը: Այն նաեւ որոշ չափով հաշվի է առնում ակտիվ եւ մրցակցող մամուլի առկայությունը, քանի որ լայն շրջանառությունը ենթադրաբար ուղեկցվում է ընկերությունների միջեւ ավելի խիստ մրցակցությամբ:

Տարբեր երկրներում տարածվածության տարբերությունը կարելու է: Մեր փորձում ընթերցողների ամենալայն շրջանակ ունեցող հինգ երկրներն են Հոնգկոնգը (Չինաստան), Նորվեգիան, ճապոնիան, Ֆինլանդիան եւ Շվեդիան: Ամենացածր մակարդակ ունեցող հինգ երկրներն են Քենիան, Ջիմբաբվեն, Պակիստանը, Հարավային Աֆրիկան եւ Եգիպտոսը: Կրկին, եկամուտը բացատրում է տարբերությունների մեծ մասը, սակայն նույնիսկ միեւնույն եկամտի մակարդակն ունեցող երկրների միջեւ տարբերություններն ակնհայտ են: Օրինակ՝ Միացյալ Թագավորությունում 1000 բնակչին ընկնող միջին շրջանառությունը կազմում է 331, իսկ Իտալիայում՝ 104:

Գրականության մեջ առավել հաճախ կիրառվող մամուլի չափանիշը ստացվում է «Freedom House»-ից (տես այս գրքի գլուխ 3-ում Բեսլիի, Բուրջեսի եւ Պրատի կողմից մեջբերված օրինակները): Մենք կենտրոնանում ենք երեք չափանիշների վրա՝ մամուլի ազատություն, հեռարձակվող լրատվամիջոցների նկատմամբ բռնությունների հաճախականություն եւ տպագիր լրատվամիջոցների նկատմամբ բռնությունների հաճախականություն: Մամուլի ազատությունը մի ինդեքս է, որը չափում է «յուրաքանչյուր երկրի կողմից տեղեկատվության ազատ հոսքի աստիճանը» (Freedom House, 1999թ.)⁶: Լրատվամիջոցների (լինեն դրանք հեռարձակվող կամ տպագիր) նկատմամբ բռնությունների հաճախականության ինդեքսը հիմնված է «լրատվամի-

6 «Freedom House»-ը ներկայացնում է մամուլի ազատության աստիճանը, որը հաշվարկվում է 0-ից մինչեւ 100 սանդղակով, որտեղ 90 միավորը հիմնված է լրատվամիջոցների բովանդակության վերաբերյալ օրենքների եւ կարգավորումների, ինչպես նաեւ քաղաքական ճնշումների եւ տնտեսական ազդեցությունների «Freedom House»-ի կողմից սուբյեկտիվ գնահատման վրա, իսկ մնացած 10 միավորը հիմնված է լրատվամիջոցների նկատմամբ իրական բռնությունների վրա, ներառյալ սպանությունները, ֆիզիկական բռնությունները, ճնշումները, գրաքննությունը եւ ինքնագրաքննությունը: Ընդհանուր ինդեքսի կեսը հաշվարկվում է հեռարձակվող լրատվամիջոցների գնահատման հիման վրա, իսկ մյուս կեսը՝ տպագիր լրատվամիջոցների գնահատման հիման վրա:

ջոցների նկատմամբ իրական բռնությունների, ներառյալ սպանությունների, ֆիզիկական բռնության, ճնշումների եւ գրաքննության» վրա (Freedom House, 1999թ.)⁷:

Տարածվածության եւ մամուլի ազատության դասակարգման միջեւ պարզ հարաբերությունն ակնհայտ է, եւ փոխհարաբերակցության աստիճանը կազմում է 0,55: Սակայն փոփոխականներն իսկապես ներառում են մամուլի տարբեր բաղկացուցիչ մասերը, եւ ազատության նույն մակարդակն ունեցող երկրների միջեւ կարելի է նկատել ընթերցողների շրջանակների բավականին նշանակալի տարբերություն, օրինակ՝ Իսպանիան եւ Միացյալ Թագավորությունն ունեն մամուլի ազատության միեւնույն մակարդակ, սակայն Իսպանիայում ընթերցողների շրջանակը կազմում է Միացյալ Թագավորության ցուցանիշի մեկ երրորդից քիչ մասը:

Մենք չենք դիտարկում մամուլի այլ հնարավոր չափանիշները, ինչպիսին է Ջանկովի եւ մյուսների (2001թ.) կողմից կիրառված լրատվամիջոցների սեփականության չափանիշը: Նրանք ուշադրություն են դարձրել այն բանին, թե լրատվամիջոցների որ հատվածն է պատկանում կառավարությանը, սակայն մեր օրինակում շատ քիչ երկրներ կան, որտեղ մամուլը մասնավոր չէ:

Աղյուսակ 7.1. Փոփոխականներ եւ աղբյուրներ

Փոփոխականներ	Նկարագրություն
Բնապահպանական կառավարական ինդիկատոր՝ մասնավոր հատվածի արձագանքումը բնապահպանական մտահոգություններին	Մասնավոր հատվածի արձագանքման ինդեքսը հիմնված է հինգ փոփոխականների վրա՝ մեկ միլիոն դոլար ՀՆԱ-ով ISO 14001 սերտիֆիկատ ունեցող ընկերությունների քանակը, մեկ միլիոն դոլար ՀՆԱ-ով Կայուն զարգացման համաշխարհային բիզնես խորհրդի անդամների թիվը, «Innovest's EcoValue»-ի կողմից ընկերությունների բնապահպանական գործունեության դասակարգումը (ընկերությունների հզորությունը, սահմանված շուկայական կապիտալիզացիայի միջոցով), Դուու Ջոնսի գլոբալ ինդեքսում ներառված ընկերությունների բնապահպանական կայունության «Ակտիվների կայուն կառավարման» դասակարգումը (ամենակայուն 10 տոկոսը կազմող ընկերությունների մասնաբաժինը գլոբալ ինդեքսում) եւ ընկերությունների ուսումնասիրությունների վրա հիմնված բնապահպանական մրցունակության մակարդակը: Յուրաքանչյուր փոփոխական հիմնված է ընկերություններից ստացված տվյալների վրա, ինդեքսում ունի հավասար արժեք եւ 122 երկրներից ստացված տվյալները կիրառելիս կանոնակարգվել է եւ ստացել միջին 0 արժեք եւ ±1 տատանում: 2001թ. Բնապահպանական կայունության ինդեքս, հավելվածներ 4 եւ 6:
Մամուլի ինդիկատոր 1՝ թերթերի տարածվածություն	Թերթերի օրական շրջանառություն / բնակչություն: UNESCO (1998թ.), 1996թ. տվյալներ: Թայվանի (Չինաստան) դեպքում ցուցանիշը հիմնված է Խմբագիրների եւ հրատարակիչների ասոցիացիայի տարեգրքի եւ «AC Nielsen»-ի (Հոնգ-Կոնգ, Չինաստան) տվյալների վրա, ներկայացված «Ասիայի առաջատար լրատվամիջոցները՝ Թայվան» աշխատությունում (http://www.business.vu.edu).

7 1999թ. եւ 2000թ. գնահատականները, որոնք սահմանվել էին 0-ից 5 սանդղակով, համակցվել եւ վերահաշվարկվել են՝ ներկայացնելու համար 0-ից 10 սանդղակով հաշվարկվող ինդեքս, որտեղ ավելի բարձր գնահատականը համապատասխանում է ավելի մեծ ազատությանը:

Մամուլի ինդիկատոր 2՝
մամուլի ազատության
դասակարգում

Այս ինդեքսը ցույց է տալիս, թե յուրաքանչյուր երկիր ինչ աստիճանով է թույլ տալիս տեղեկատվության ազատ հոսքը: «Freedom House»-ը (1999թ.) ներկայացնում է մամուլի ազատության չափանիշը՝ 0-ից մինչև 100 սանդղակով, որտեղ 90 միավորը հիմնված է «Freedom House»-ի կողմից լրատվամիջոցների նյութերի բնույթի նկատմամբ օրենքների եւ կարգավորումների, ինչպես նաև քաղաքական ճնշումների ու տնտեսական ազդեցությունների սուբյեկտիվ գնահատման վրա, իսկ 10 միավորը՝ լրատվամիջոցների նկատմամբ իրական բռնությունների վրա, ներառյալ սպանությունները, ֆիզիկական բռնությունները, հետապնդումները, գրաքննությունը եւ ինքնագրաքննությունը: Ինդեքսի ընդհանուր ցուցանիշի կեսը հիմնված է հեռարձակվող, իսկ մյուս կեսը՝ տպագիր լրատվամիջոցների գործունեության գնահատման վրա: Մենք վերադասավորել ենք տվյալներն այնպես, որ ավելի բարձր դասակարգումն արտահայտի մամուլի ավելի մեծ ազատություն: *Աղբյուր՝ «Freedom House» (1999թ.):*

Մամուլի ինդիկատոր 3ա՝
բռնություններ
հեռարձակվող
լրատվամիջոցների
նկատմամբ

Ինդեքսը հիմնված է լրատվամիջոցների նկատմամբ իրական բռնությունների վրա, ներառյալ սպանությունները, ֆիզիկական բռնությունները, հետապնդումները եւ գրաքննությունը: 1999թ. եւ 2000թ. ցուցանիշները, որոնք երկուսն էլ ներկայացված են 0-ից մինչև 5 սանդղակով, համակցվել են եւ վերահաշվարկվել՝ ներկայացնելու համար 0-ից մինչև 10-ը սանդղակով արտահայտվող ինդեքս, որտեղ ավելի բարձր ցուցանիշը համապատասխանում է մամուլի ավելի մեծ ազատությանը: *Աղբյուր՝ «Freedom House» (1999, 2000թթ.):*

Մամուլի ինդիկատոր 3բ՝
բռնություններ տպագիր
լրատվամիջոցների
նկատմամբ

Ինդեքսը հիմնված է լրատվամիջոցների նկատմամբ իրական բռնությունների վրա, ներառյալ սպանությունները, ֆիզիկական բռնությունները, հետապնդումները եւ գրաքննությունը: 1999թ. եւ 2000թ. ցուցանիշները, որոնք երկուսն էլ ներկայացված են 0-ից մինչև 5 սանդղակով, համակցվել են եւ վերահաշվարկվել՝ ներկայացնելու համար 0-ից մինչև 10-ը սանդղակով արտահայտվող ինդեքս, որտեղ ավելի բարձր ցուցանիշը համապատասխանում է մամուլի ավելի մեծ ազատությանը: *Աղբյուր՝ «Freedom House» (1999, 2000թթ.):*

Բնապահպանական
կարգավորում եւ
կառավարում

Ընկերությունների նկատմամբ իրավական եւ կարգավորիչ սահմանափակումների խստության ինդեքս: Ինդեքսը հիմնված է չորս փոփոխականների վրա՝ բնապահպանական կարգավորումների խստությունը եւ հետեւողականությունը, բնապահպանական կարգավորումների կողմից նորարարությունների խթանման աստիճանը, պաշտպանվածության կարգավիճակ ունեցող տարածքների տոկոսային մասնաբաժինը եւ բնապահպանական ազդեցության գնահատման ուղեցույցների քանակն ըստ ոլորտների: Յուրաքանչյուր փոփոխական ունի հավասար արժեք եւ կանոնակարգված է: 2001թ. Բնապահպանական կայունության ինդեքս, հավելվածներ 4 եւ 6:

<p>Բնապահպանական տեղեկատվություն</p>	<p>Ինդեքսը հիմնված է երեք փոփոխականների վրա՝ պետական մակարդակով կայուն զարգացման վերաբերյալ տեղեկատվության առկայությունը, բնապահպանական ռազմավարություններն ու գործողությունների պլանները եւ բնապահպանական կայունության ինդեքսի պակասող փոփոխականների քանակն ընտրված տվյալների համակարգում: 2001թ. Բնապահպանական կայունության ինդեքս, հավելվածներ 4 եւ 6:</p>
<p>Էթնոլեզվային տարաբաժանում</p>	<p>Էթնոլեզվային տարաբաժանման հինգ տարբեր ինդեքսների միջին արժեք: Արժեքները տատանվում են 0-ից մինչև 1: Հինգ բաղկացուցիչ ինդեքսներն են՝ 1) 1960թ. էթնոլեզվային տարաբաժանման ինդեքսը, որը զնախատում է այն հավանականությունը, որ տվյալ երկրից երկու պատահականորեն ընտրված մարդիկ չեն պատկանի նույն էթնոլեզվային խմբին (ինդեքսը հիմնված է բնակչության խմբերի քանակի եւ չափերի վրա՝ արտահայտված նրանց էթնիկական եւ լեզվական դիրքով), 2) երկու պատահականորեն ընտրված անհատների տարբեր լեզուներով խոսելու հավանականությունը, 3) երկու պատահականորեն ընտրված անհատների նույն լեզվով չխոսելու հավանականությունը, 4) պետական լեզվով չխոսող բնակչության մասնաբաժինը եւ 5) այն բնակչության մասնաբաժինը, որը չի խոսում ամենալայն տարածում ունեցող լեզվով: <i>Աղբյուր՝</i> Իսթերլի եւ Լեվայն (1997թ.):</p>
<p>Հիմնական կրոն</p>	<p>Պետությունների հիմնական կրոնը սահմանվում է որպես բողոքական, կաթոլիկ, մուսուլմանական կամ այլ: <i>Աղբյուր՝</i> Շտուլց եւ Ուիլյամսոն (2001թ.):</p>
<p>Դպրոցական կրթության ցուցանիշ</p>	<p>Դպրոցական կրթության ցուցանիշը 25-ից ավել տարիք ունեցող մարդկանց համար՝ հինգ տարվա կտրվածքներով (1960-1965թթ., 1970-1975թթ., 1980-1985թթ.): Յուրաքանչյուր արժեք լուգարիթմ է (1+ ուսումնասիրվող ժամանակահատվածում դպրոց հաճախելու տարիների միջինը): <i>Աղբյուր՝</i> Բարրո եւ Լի (1993թ.)՝ Ելակետային տվյալներ, եւ Լա Պորտա եւ մյուսներ (1998թ.)՝ մշակված փոփոխականներ:</p>
<p>Պետական սեփականություն հանդիսացող տպագիր լրատվամիջոցների մասնաբաժինը շուկայում</p>	<p>Պետական սեփականություն հանդիսացող տպագիր լրատվամիջոցների շուկայական մասնաբաժինը, որպես հինգ խոշորագույն տպագիր լրատվամիջոցների շուկայական մասնաբաժնի տոկոսային մաս: <i>Աղբյուր՝</i> Ջանկով եւ մյուսներ (2001թ.):</p>

Աղբյուր՝ հեղինակներ:

Այլ ինստիտուցիոնալ գործոններ

Ինչպես արդեն նշել ենք, այն երկրները, որտեղ մամուլը մեծ տարածվածություն ունի, նաեւ այն երկրներն են, որոնք ունեն մեկ շնչին ընկնող ՀՆԱ-ի մասնաբաժնի ավելի բարձր ցուցանիշ եւ օրենքների ավելի բարձր մակարդակ (աղյուսակներ 7.2., 7.3., եւ 7.4.): Նվազեցնելու համար մամուլի տարածվածության հետ փոխկապակցված որոշ այլ ինստիտուցիոնալ գործոնների դերը մամուլի ազդեցությանը վերագրելու հավանականությունը, մեր ռեգրեսիվ վերլուծություններն ընդգրկում են միայն դրանցից ամենակարեւորները:

Աղյուսակ 7.2. Մասնավոր հատվածի արձագանքման կախյալ փոփոխականներ

<i>Անվանում</i>	<i>Մասնավոր հատվածի բնապահպանական արձագանքում</i>
Ուսումնասիրությունների քանակը	122
Միջին	-0,13
Ստանդարտ շեղում	0,55
Նվազագույն	-0,89
Առավելագույն	2,12
25 տոկոսայնություն	-0,48
75 տոկոսայնություն	0,05

Աղբյուր՝ հեղինակների հաշվարկներ:

Աղյուսակ 7.3. Անկախ փոփոխականներ

<i>Անվանում</i>	<i>Մեկ շնչին բնկնող եկամուտ</i>	<i>Օրենքի գերակայություն</i>	<i>Մամուլի տարածվածություն</i>	<i>Մամուլի ազատություն</i>	<i>Տպագիր լրատվամիջոցների նկատմամբ բռնությունների բացակայություն</i>	<i>Հեռարձակվող լրատվամիջոցների նկատմամբ բռնությունների բացակայություն</i>	<i>Բնապահպանական կարգավորում եւ կառավարում</i>	<i>Բնապահպանական տեղեկատվություն</i>
Ուսումնասիրությունների քանակը	120	49	112	119	119	119	122	122
Միջին	7,32	6,85	116,50	56,49	6,05	8,06	-0,09	0,00
Ստանդարտ շեղում	1,38	2,63	134,73	22,81	3,91	2,80	0,64	0,73
Նվազագույն	4,72	1,90	0,20	6,00	0,00	0,00	-1,32	-1,44
Առավելագույն	10,15	10,00	593,00	95,00	10,00	10,00	1,54	2,25
25 տոկոսայնություն	6,23	4,82	22,00	39,00	2,00	7,00	-0,57	-0,65
75 տոկոսայնություն	8,19	9,23	168,00	73,00	10,00	10,00	0,35	0,58

Աղբյուր՝ հեղինակների հաշվարկներ:

Աղյուսակ 7.4. Փոխհարաբերությունների մատրիցա

Անվանում	Մեկ շնչին ընկնող եկամուտ	Օրենքի գերակայություն	Մամուլի տարածվածություն	Մամուլի ազատություն	Տպագիր լրատվամիջոցների նկատմամբ բռնությունների բացակայություն	Հեռարձակվող լրատվամիջոցների նկատմամբ բռնությունների բացակայություն	Բնապահպանական կարգավորում եւ կառավարում	Բնապահպանական տեղեկատվություն
Մեկ շնչին ընկնող եկամուտ								
Օրենքի գերակայություն	0,88	1,00						
Մամուլի տարածվածություն	0,71	0,60	1,00					
Մամուլի ազատություն	0,73	0,77	0,55	1,00				
Տպագիր լրատվամիջոցների նկատմամբ բռնությունների բացակայություն	0,63	0,74	0,57	0,76	1,00			
Հեռարձակվող լրատվամիջոցների նկատմամբ բռնությունների բացակայություն	0,39	0,44	0,47	0,49	0,61	1,00		
Բնապահպանական կարգավորում եւ կառավարում	0,72	0,81	0,44	0,63	0,56	0,42	1,00	
Բնապահպանական տեղեկատվություն	0,46	0,54	0,44	0,38	0,31	0,38	0,54	1,00

Աղբյուր՝ հեղինակների հաշվարկներ:

Իրավական դաշտ: Մենք պնդում ենք, որ լրատվամիջոցներն ավելի մեծ ազդեցություն ունեն կորպորատիվ վարքի վրա, քան որեւէ իրավական կարգավորում: Այդ պատճառով բնապահպանական խնդիրների նկատմամբ մասնավոր հատվածի արձագանքումն ուսումնասիրելու ժամանակ մենք պետք է ուսումնասիրենք նաեւ բնապահպանական օրենքների եւ կարգավորումների աստիճանը: Որպես ընկերությունների նկատմամբ իրավական եւ կարգավորիչ սահմանափակումների խստության ինդիկատոր մենք կիրառում ենք 2001թ. բնապահպանական կայունության ինդեքսը (Բնապահպանական օրենքի եւ քաղաքականության Յեյլի կենտրոն 2001թ.), որը հիմնված է չորս փոփոխականների վրա՝ բնապահպանական կարգավորումների խստությունը եւ հետեւողականությունը, բնապահպանական կարգավորումների կողմից նորարարությունների խթանման աստիճանը, պաշտպանվածության կարգավիճակ ունեցող տարածքների տոկոսային մասնաբաժինը եւ բնապահպանական ազդեցության գնահատման ուղեցույցների քանակն ըստ ոլորտների: Յուրաքանչյուր փոփոխական ունի հավասար արժեք եւ կանոնակարգված է:

Աղյուսակ 7.5. Բնապահպանական խնդիրների նկատմամբ մասնավոր հատվածի արձագանքման ինստիտուցիոնալ չափորոշիչներ (կախյալ փոփոխական՝ մասնավոր հատվածի բնապահպանական արձագանքում)

Ցուցակ 1	Սովորական նվազագույն քառակուսիների մեթոդով ռեգրեսիվ վերլուծություն						(9)		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)		(7)	(8)
Անկախ փոփոխականներ	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
Թերթերի շրջանառություն	0,268*** (0,048)				0,200*** (0,054)	0,125* (0,069)	0,198*** (0,072)	0,136* (0,073)	0,255*** (0,070)
Բնապահպանական կարգավորում		0,487*** (0,074)			0,300*** (0,090)	0,288*** (0,085)	0,351*** (0,137)	0,450*** (0,158)	0,293*** (0,104)
Բնապահպանական տեղեկատվություն			0,374*** (0,081)		-0,008 (0,075)	-0,021 (0,074)	-0,148 (0,135)	-0,122 (0,152)	-0,073 (0,086)
Մեկ շնչին ընկնող եկամտի չափ				0,246*** -0,033		0,104*** (0,038)			
Օրենքի գերակայություն							0,044 (0,029)		
Սեփականատիրության կենտրոնացում								-1,135* (0,566)	
Հաստատուն մեծություն	-0,426*** (0,045)	-0,089** (0,044)	-0,134*** (0,043)	-1,934*** (0,221)	-0,320*** (0,060)	-0,988*** (0,229)	-0,537*** (0,128)	0,390 (0,398)	-0,389*** (0,078)
R-քառակուսի ^ա	0,42	0,32	0,25	0,38	0,51	0,54	0,59	0,58	0,54
Դիտարկումների քանակ	113	122	122	120	113	112	49	38	96

ա Համապատասխանության գործակից, որտեղ «0» միավորը ցույց է տալիս, որ փոխադարձ կապն իսպառ բացակայում է, իսկ «1» միավորը՝ որ առաջին գործակիցն ամբողջապես կախված է երկրորդից (թարգմ.):

Ցուցանիշ 2	Սովորական նվազագույն բառարտաբանների մեթոդով ռեգրեսիվ վերլուծություն									Ինստրումենտ-փոփոխականների ռեգրեսիվ վերլուծություն
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	
Անկախ փոփոխականներ										
Սամուլի ազատություն	0,011*** (0,002)			0,004* (0,002)				0,000 (0,002)		
Հեռարձակվող կրատվածի ջոցների նկատմամբ բռնությունների բացակայություն		0,038** (0,15)			0,016 (0,014)					
Տպագիր կրատվածի ջոցների նկատմամբ բռնությունների բացակայություն			0,041*** (0,012)			0,022** (0,009)			0,001 (0,009)	
Բնապահպանական կարգավորում				0,322*** (0,089)	0,352*** (0,091)	0,338*** (0,090)	0,286*** (0,077)	0,285*** (0,078)		
Բնապահպանական տեղեկատվություն				0,159** (0,073)	0,200*** (0,069)	0,194*** (0,070)	0,076 (0,075)	0,076 (0,071)		
Սեկ շնչին ընկնող եկամտի չափը							0,167*** (0,031)	0,166* (0,033)		
Հաստատում մեծություն	-0,746*** (0,105)	-0,431*** (0,114)	-0,375*** (0,060)	-0,320*** (0,110)	-0,234* (0,124)	-0,235*** (0,066)	-1,329*** (0,227)	-1,327*** (0,217)		
R-բարակրայի	0,21	0,04	0,09	0,38	0,37	0,39	0,50	0,50		
Դիտարկումների քանակը	119	119	119	119	119	119	118	118		

* Կարելի է 10 տոկոսի դեպքում:

** Կարելի է 5 տոկոսի դեպքում:

*** Կարելի է 1 տոկոսի դեպքում:

Նշում՝ կախյալ փոփոխականը բնապահպանական խնդիրների նկատմամբ մասնավոր հատվածի արձագանքման ինդեքսն է: Ցուցակ 1-ում մամուլի դերը բացահայտող բացատրական փոփոխականը թերթերի շրջանառություն/բնակչություն հարաբերակցությունն է: Ցուցակ 2-ի մամուլի փոփոխականները ներառում են ընկերությունների նկատմամբ իրավական եւ կարգավորիչ աստիճանականությունների խստության ինդեքսը, բնապահպանական տեղեկատվության հասանելիության ինդեքսը, օրենքի գերակայության ինդեքսը եւ սեփականատիրության կենտրոնացվածությունը: Փոփոխականների ավելի մանրամասն բացատրությունը տրված է աղյուսակ 7.1.-ում: Մանրամասնում համար (9) կիրառված գործոններն են հիմնականում կրոնը (բողոքական, կաթոլիկ, մուսուլմանական եւ այլ) եւ միջին էթնիկական տարաբաժանումը: Փակագծերում ներկայացված Յյուրեր-Ուայթի ստանդարտ սխալները համատեղելի են այլ պատահական փոփոխականների առկայության դեպքում:

Աղբյուր՝ հեղինակների հաշվարկներ:

Տեղեկատվական միջավայր: Ավելի մեծ քանակի բացահայտումը կարող է իր առանձին, մամուլի դերից անկախ, ազդեցությունն ունենալ: Այդ պատճառով մենք ցանկանում ենք բացահայտման աստիճանն առանձին դիտարկել: Երբ մենք ուսումնասիրում ենք մասնավոր հատվածի արձագանքումը բնապահպանական խնդիրներին, ապա դիտարկում ենք բնապահպանական բացահայտումները: Քանի որ մենք ընկերությունների կողմից ներկայացվող բնապահպանական բացահայտումների չափերի վերաբերյալ տվյալների պակասությունն ունենք, դրա փոխարեն կիրառում ենք 2001թ. բնապահպանական կայունության ինդեքսի համար հավաքված՝ բնապահպանական տեղեկատվության ինդեքսի կողմից ներկայացված բնապահպանական բացահայտման աստիճանը:

Էնպիրիկ արդյունքներ

Մենք սկսում ենք մամուլի տարածվածության եւ բնապահպանական խնդիրների նկատմամբ մասնավոր հատվածի արձագանքման ինդիկատորների միջեւ կապի ուսումնասիրությունից: Սկզբում կիրառում ենք միագործոն վերլուծություն, իսկ այնուհետեւ՝ անդրադառնում ենք բազմագործոն վերլուծությանը՝ փորձելով ներառել նաեւ այլ կարեւոր ինստիտուցիոնալ գործոններ: 7.5. արյունակի ցուցակ 1-ը ցույց է տալիս մամուլի տարածվածության եւ բնապահպանական խնդիրների նկատմամբ մասնավոր հատվածի արձագանքման միջեւ խիստ դրական հարաբերակցությունը: Ինչպես երեւում է (1) սյունակից, միայն մամուլի տարածվածությամբ կարելի է բացատրել երկրների միջեւ տարբերությունների 42 տոկոսը՝ որը մի փոքր ավել է, քան մեկ շնչին ընկնող եկամտի բացատրական հզորությունը (38 տոկոս): Ջարմանալի չէ, որ բնապահպանական խնդիրների նկատմամբ մասնավոր հատվածի արձագանքումը նույնպես դրական հարաբերակցության մեջ է գտնվում բնապահպանական կարգավորումների (սյունակ 2), բնապահպանական տեղեկատվության (սյունակ 3) եւ մեկ շնչին ընկնող եկամտի հետ (սյունակ 4):

Սյունակ (5)-ում մենք համատեղել ենք ընթերցողների զանգվածը իրավական եւ բացահայտման փոփոխականների հետ, եւ ընթերցողների զանգվածը շարունակում է վիճակագրականորեն կարեւոր ազդեցություն ունենալ՝ ընթերցողների զանգվածը ներառելը մեծացնում է բացատրական հզորությունը 45-ից մինչեւ 58 տոկոս: Իհարկե, գոյություն ունի հավանականություն, որ ընթերցողների զանգվածն ընդամենը մի որեւէ երրորդ հաշվի չառնված փոփոխականի ազդեցության շարունակությունն է: Փորձելով բացառել այդ հնարավորությունը՝ մենք ներառել ենք նաեւ մեկ շնչին ընկնող եկամտի մակարդակը (սյունակ 6), սակայն ընթերցողների զանգվածը շարունակում է կարեւոր ազդեցություն ունենալ: Վերջապես (7) եւ (8) սյունակներում մենք ներառել ենք նաեւ այլ ինստիտուցիոնալ փոփոխականներ, ինչպիսիք են օրենքի գերակայությունը եւ սեփականատիրության կենտրոնացումը, սակայն մամուլի տարածվածությունը շարունակում է կարեւոր դեր խաղալ: Հետաքրքիր հայտնագործություն է այն, որ սեփականատիրության կենտրոնացումը բացասական եւ վիճակագրականորեն կարեւոր ազդեցություն ունի բնապահպանական խնդիրների նկատմամբ մասնավոր հատվածի արձագանքման վրա: Այն դեպքերում, երբ ընկերությունները ղեկավարվում են խոշոր բաժնետերերի կողմից, նրանք իրենց ավելի ազատ են զգում շրջակա միջավայրի օգտին հասարակական կարծիքի ճնշումն անտեսելու առումով՝ մեկ այլ ապացույց, որ դա գործունեության այն ուղին չէ, որը նպաստում է արժեքների առավելագույն ավելացմանը:

Ցուցակ 2-ում մենք մամուլի տարածվածությունը փոխարինում ենք մամուլի ազատության, հեռարձակվող լրատվամիջոցների նկատմամբ բռնությունների հաճախականության եւ տպագիր լրատվամիջոցների նկատմամբ բռնությունների հաճա-

խականության հետ: Միագործոն վերլուծության ժամանակ բոլոր այս երեք փոփոխականներն օգնում են բացատրել երկրների միջև առկա էական տարբերությունները: Սակայն բազմագործոն վերլուծության ժամանակ վիճակագրական կարելությունը նվազում է եւ հեռարձակվող լրատվամիջոցների նկատմամբ բռնությունների դեպքում այն իջնում է սովորական ստանդարտներից ավելի ցածր մակարդակի: Մամուլի ազատության ավանդական ինդիկատորներն այսպիսով մամուլի տարածվածության նման, սակայն վիճակագրականորեն ավելի թույլ ազդեցություն ունեն: Սա զարմանալի չէ, քանի որ այս ինդիկատորները միտված են ներառել ավելի շուտ քաղաքական ազդեցություններից ազատությունը, քան թե կորպորացիաների վերաբերյալ տրամադրված տեղեկատվության ճշգրտությունը:

Ի՞նչն է կանխորոշում մամուլի տարածվածությունը

Տարբեր երկրների մեր ռեզրեսիվ վերլուծությունը երկու խնդիր ունի, որոնք սովորական են նման վերլուծությունների համար: Առաջին խնդիրն է գոյություն ունեն բազմաթիվ կառույցներ, որոնք զանազան երկրներում տարբերվում են միմյանցից, եւ ազատության այնքան քիչ աստիճաններ, որ միշտ կասկածելի է, թե արդյոք ստացված տվյալները որեւէ հաշվի չառնված փոփոխականի արդյո՞ւնք չեն, որն ուղղորդում է ինչպես մամուլի տարածվածությունը, այնպես էլ բնապահպանական արձագանքումը: Մենք փորձել ենք այս խնդիրն անդրադառնալ՝ ներառելով բնապահպանական արձագանքման ամենաակնհայտ դետերմինանտները, սակայն երբեք չենք կարող վստահորեն ասել, որ հաշվի ենք առել բոլոր կարելուրագույն գործոնները: Երկրորդ խնդիրը, որը տվյալ դեպքում այդքան էլ կարելուր չէ, հակադարձ պատճառահետեւանքային կապի խնդիրն է: Արդյո՞ք մամուլն ավելի տարածված չէ այն պատճառով, որ ընկերություններն ավելի զգայուն են բնապահպանական քաղաքականության նկատմամբ:

Այս երկու խնդիրներին անդրադառնալու համար կիրառում ենք ինստրումենտալ փոփոխականներ: Օգտակար կլինի այն գործիքը, որը փոխկապակցված է մեզ հետաքրքրող փոփոխականի հետ (մամուլի տարածվածություն), սակայն փոխկապակցված չէ կորպորատիվ վարքի վրա մամուլի տարածվածության մեր ռեզրեսիվ վերլուծությունում գոյություն ունեցող սխալի հետ:

Մամուլի տարածվածության համար նախապայմաններից մեկը կրթության տարածվածությունն է, եւ մենք կարող ենք դպրոց հաճախելու միջին մակարդակը կիրառել որպես դետերմինանտ: Սակայն այն նույն գործոնները, որոնք սահմանում են դպրոցների քաղաքականությունը, կարող են փոխկապակցված լինել նաեւ բնապահպանական արձագանքման հետ: Այդ պատճառով մենք նախընտրում ենք կիրառել պատմականորեն կանխորոշված գործոններ, որոնք այս կրթական մակարդակների տարբերության պատճառն են հանդիսացել: Ներկայացնենք երկու գործոն՝ լեզվային տարաբաժանման մակարդակ եւ երկրում գերիշխող կրոնը:

Ինչքան շատ լեզուներով խոսեն տվյալ երկրում, այնքան ավելի մասնատված կլինի թերթերի շուկան: Ավելի շատ մասնատված շուկայում ավելի քիչ քանակով թերթեր կարող են գոյատևել, եւ նրանց համար շատ ավելի դժվար կլինի վարկանիշ եւ վստահություն ձեռք բերել: Այսպիսով, էթնոլեզվային տարաբաժանումը պետք է բացասական ազդեցություն ունենա մամուլի տարածվածության վրա:

Կրոնները տարբերվում են կրթության նկատմամբ իրենց մոտեցումներով եւ իրենց հետեւորդների շրջանում քննադատական դատողությունների զարգացումը խրախուսելու աստիճանով: Օրինակ՝ կաթոլիկական կրոնն իր հետեւորդների, բացառությամբ հոգեւորականության, շրջանում ավանդապես չի խրախուսել կրթությունը: Կաթոլիկներին չէին խրախուսում Աստվածաշունչ կարդալ, ոչ էլ ենթադրվում էր, որ նրանք պետք է այն մեկնաբանելու անհատական ունակություն զարգացնեին: Կաթո-

լիկ եկեղեցին իրեն դիտում էր ոչ միայն որպես Աստծո եւ առանձին հավատացյալների միջեւ միջնորդ, այլ նաեւ որպես Աստծո խոսքի միակ պաշտոնական մեկնաբանող: Ի տարբերություն դրա, Ռեֆորմացիան Աստվածաշունչն անհատապես կարդալու եւ մեկնաբանելու վրա իր շեշտադրումով խրախուսում էր անհատական կրթությունը: Մարտին Լյութերն Աստվածաշունչը թարգմանեց գերմաներեն եւ նպաստեց իր հետեւորդների գրագիտությանը: Այս պատճառով մենք ակնկալում ենք, որ բողոքական կրոն դավանող երկրները դպրոցական կրթության ավելի բարձր մակարդակ եւ մամուլի ավելի մեծ տարածվածություն պետք է ունենան: Մեր երրորդ եւ չորրորդ դասերն են Իսլամը եւ այլ կրոնները՝ Հուդայականությունը եւ Բուդդայականությունը:

Այս ենթադրությունները մենք ստուգել ենք 7.6. աղյուսակում, սյունակ (1): Որպես կախյալ փոփոխական կիրառել ենք մամուլի տարածվածությունը: Որպես անկախ փոփոխականներ կիրառել ենք գերիշխող կրոնների (կաթոլիկ, բողոքական, մուսուլմանական) համար երեք ինդիկատորային փոփոխականներ եւ գրականությունում կիրառվող (տես՝ Իսթերլի եւ Լեվին, 1997թ.) էթնոլեզվային տարաբաժանման ինդիկատորը: Վերջինս հիմնված է այն հավանականության վրա, որ տվյալ երկրից պատահականորեն ընտրված երկու մարդ չեն պատկանի նույն էթնոլեզվային խմբին: Ինչպես երեւում է սյունակ (1)-ից, մեր բոլոր բացատրող փոփոխականները մամուլի տարածվածության վրա ունեն սպասվելիք ազդեցությունը: Բոլոր դեպքերում, բացառությամբ կաթոլիկության, այս գործակիցները վիճակագրականորեն կարելի էր երեւոր են: Որպես որակյալ գործիքներ հանդես գալու տեսանկյունից ամենակարելիորն այն է, որ դրանք բոլորն իրար հետ միասին բացատրում են մամուլի տարածվածության 41 տոկոս տարբերությունը: Այդպիսով, կարծես թե, դրանք օգտակար գործիքներ են:

Աղյուսակ 7.6. Մամուլի տարածվածության դետերմինանտները (կախյալ փոփոխական՝ օրաթերթերի շրջանառություն)

<i>Անկախ փոփոխականներ</i>	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Կաթոլիկ	0,0212*** (0,009)	0,0212*** (0,009)	0,0212*** (0,009)	0,0212*** (0,009)	0,0212*** (0,009)	0,0212*** (0,009)	0,0212*** (0,009)
Մուսուլմանական	0,0212*** (0,009)	0,0212*** (0,009)					
Բողոքական	0,0212*** (0,009)						
Այլ	0,0212*** (0,009)	0,0212*** (0,009)					
Դպրոց հաճախելու ցուցանիշ		0,0212*** (0,009)	0,0212*** (0,009)	0,0212*** (0,009)	0,0212*** (0,009)	0,0212*** (0,009)	0,0212*** (0,009)
Պետությանը պատկանող թերթերի շուկայական մասնաբաժին				0,0212*** (0,009)		0,0212*** (0,009)	0,0212*** (0,009)
Կարճաժամկետ ժողովրդավարություն					0,0212*** (0,009)	0,0212*** (0,009)	0,0212*** (0,009)
Մեկ շնչին ընկնող եկամուտ							0,0212*** (0,009)
Հաստատուն մեծություն		0,0212*** (0,009)	0,0212*** (0,009)	0,0212*** (0,009)	0,0212*** (0,009)	0,0212*** (0,009)	-432,0*** (51,62)
R-քառակուսի							
Դիտարկումների քանակ							

* Կարելոր է 10 տոկոս մակարդակի դեպքում:

** Կարելոր է 5 տոկոս մակարդակի դեպքում:

*** Կարելոր է 1 տոկոս մակարդակի դեպքում:

Աղբյուր՝ հեղինակների հաշվարկներ:

Մենք կիրառում ենք այս գործիքները՝ փոփոխականների միջոցով վերագնահատելու համար բնապահպանական քաղաքականության դետերմինանտների վերաբերյալ մեր հիմնական սահմանումները⁸: Առյուսակ 7.5.-ի սյունակ (9)-ում նշված բնապահպանական քաղաքականության ռեզրեսիվ վերլուծությունները նույն արդյունքներն են տալիս, ինչ սովորական նվազագույն քառակուսիների մեթոդով հաշվարկները: Մամուլի տարածվածության ազդեցության ինստրումենտալ փոփոխականի կետային գնահատականն իրականում ավելի մեծ է, քան սովորական նվազագույն քառակուսիների մեթոդով ստացվածը, ինչը բացառում է այն ենթադրությունը, թե ստացված տվյալների պատճառը մի որեւէ հաշվի չառնված փոփոխական է:

Մինչ այժմ մենք մամուլի տարածվածության դետերմինանտների որոնումները սահմանափակել ենք հետևյալ գործոններով՝ ա) որ դրանք հավանաբար փոխկապակցված չեն բնապահպանական ճնշումների եւ փոքրամասնություն կազմող բաժնետերերի պաշտպանության դետերմինանտների հետ եւ բ) որ դրանք կանխավ սահմանված են, եւ այդպիսով իրավապես արտաքին են: Սակայն այն հարցը, թե ինչն է ուղղորդում մամուլի տարածվածությունը, առանձին ուսումնասիրության առարկա է: Եթե մամուլի տարածվածությունը կարելոր դեր է խաղում կորպորատիվ կառավարման մեջ, ապա քաղաքական տեսակետից ելնելով մենք ցանկանում ենք իմանալ, թե կառավարության կողմից վերահսկվող որ գործոնները դեր ունեն թերթերի ընթերցողների շրջանակի լայնացման խնդրում:

Այդ պատճառով առյուսակ 7.6.-ի (2), (3) եւ (4) սյունակներում մենք դիտարկել ենք մամուլի տարածվածության այլ հավանական դետերմինանտների փորձագիտական կարելորությունը: Նախ մենք դիտարկել ենք դպրոց հաճախելու միջին մակարդակը (սյունակ 2) որպես դպրոցական կրթության ցուցանիշ 25-ից ավել տարիք ունեցող մարդկանց համար՝ հինգ տարվա կտրվածքներով (1960-1965թթ., 1970-1975թթ., 1980-1985թթ.) (Բարրո եւ Լի, 1993թ.): Ինչպես եւ սպասվում էր, դպրոցական կրթության ավելի բարձր մակարդակ ունեցող երկրներում մամուլն ավելի տարածված է: Մյուս բոլոր փոփոխականները, բացառությամբ մուսուլմանական գործոնի, պահպանում են իրենց կանխատեսված ազդեցությունը, չնայած կրոնական գործոնների վիճակագրական կարելորությունը նվազում է, ինչը կարելի էր ենթադրել, եթե դրանք մամուլի տարածվածության վրա ազդում են հիմնականում կրթության վրա ունեցած իրենց ազդեցության միջոցով:

Սյունակ (3)-ում մենք նաեւ ներառել ենք պետությանը պատկանող թերթերի կողմից վերահսկվող շուկայի մասնաբաժինը: Ինչքան շատ թերթեր են վերահսկվում կառավարության կողմից, այնքան պակաս վստահելի են դրանք, այնքան քիչ դրանք կընթերցվեն եւ, հավանաբար, այնքան ավելի դժվար կլինի մրցակիցների համար շուկա ներթափանցելը: Պետությանը պատկանող թերթերի շուկայական մասնաբաժինը մենք ընդունում ենք որպես Ջանկովի եւ մյուսների (2001թ.) կողմից տրված հինգ խոշորագույն թերթերի ընդհանուր շուկայական մասնաբաժնի տոկոսային մաս: Ինչպես եւ սպասվում էր, լրատվամիջոցների պետական սեփականության ազդեցությունը բացասական է եւ վիճակագրականորեն կարելոր: Մյուս բոլոր փոփոխականները պահպանում են իրենց կանխատեսված ազդեցությունը:

8 Մենք համաման մի տեստ ենք անցկացրել պետությունների մակարդակով կորպորատիվ կառավարման հարաբերության տարբերակի վերաբերյալ (Պիկ եւ Ջինգալես, 2001թ.): Ինստրումենտալ փոփոխականի կետային գնահատականը քիչ ավելի ցածր է, քան սովորական նվազագույն քառակուսիների մեթոդով ստացվածը, եւ կարելոր է միայն 10 տոկոս մակարդակի դեպքում: Այսպիսով թվացյալ փոխկապակցվածությամբ կարելի է բացատրել մամուլի տարածվածության ազդեցության միայն մի փոքր մասը, սակայն ոչ ամբողջը:

Վերջապես, մենք ցանկանում ենք վստահ լինել, որ մեր կողմից նկարագրված ազդեցությունները երկրի տնտեսական զարգացման մակարդակի որել է ինդիկատորի հաշվի չառնելու հետևանք չեն: Չնայած պատճառահետևանքային կապն այստեղ պակաս հստակություն ունի, սակայն այն փաստը, որ մեկ շնչին ընկնող եկամտի գործոնը ներառելու դեպքում սպասվելիք արդյունքները նույնն են, բավականին հուսադրող է (սյունակ 4):

Եզրակացություն

Այս գրքի մյուս գլուխները կենտրոնանում են կառավարական ինստիտուտների գործունեության վրա ազդելու խնդրում լրատվամիջոցների կարելոր դերի վրա, սակայն լրատվամիջոցները հավասարապես կարելոր դեր ունեն նաեւ կորպորատիվ քաղաքականության ձեւավորման գործում: Մեր աշխատանքն առաջին փորձն է ուրվագծելու այն տեսական ուղիները, որոնց միջոցով տեղի է ունենում այս ազդեցությունը, եւ ցույց տալու դրանց գործնական նշանակությունը:

Մենք կարծում ենք, որ լրատվամիջոցները ընտրողականորեն նվազեցնում են տեղեկատվության ձեռք բերման եւ ճշգրտման արժեքը: Տեղեկատվությունը որոշիչ դեր ունի կորպորատիվ քաղաքականությունը սահմանող կարելորագույն գործիչների վարկանիշը ձեւավորելու հարցում: Այն վարկանիշը, որը ցանկանում են ունենալ որոշում ընդունողները, ոչ թե ընդամենը նրանց ներկա եւ ապագա գործատուների մոտ ունեցած իրենց վարկանիշն է, այլ ավելի լայն վերցված վարկանիշն է ընդհանուր հասարակության աչքերում, այսինքն՝ նրանց հասարակական կերպարը: Միայն իրենց հասարակական կերպարի վերաբերյալ մտահոգությունները կարող են բացատրել կորպորատիվ տնօրենների արձագանքումը բնապահպանական խնդիրներին, որոնք զրոյական կամ բացասական ազդեցություն ունեն իրենց իրական գործատուների՝ բաժնետերերի բարեկեցության վրա:

Լրատվամիջոցների այս ազդեցությունները միայն առանձին դեպքեր չեն: Ինչքան երկրում ավելի տարածված լինի մամուլը, այնքան ավելի շատ ընկերություններ կարձագանքեն բնապահպանական խնդիրներին եւ փոքրամասնություն կազմող բաժնետերերի մտահոգություններին, նույնիսկ եթե հաշվի առնենք հատուկ օրենքների եւ կարգավորումների առկայությունն ու օրենքի պարտադրման մակարդակը: Այս արդյունքները ենթադրում են, որ լրատվամիջոցների կորպորատիվ կառավարման դերն ավելի բարդ կառուցվածք ունի, քան այն, որը մենք նշել ենք (Դիկ եւ Ջինգալես, 2001թ.): Լրատվամիջոցները կարող են օգնել բաժնետերերին կամ վնասել նրանց: Մենք ենթադրում ենք, որ չնայած լրատվամիջոցների ազդեցության հզորությունը կախված է նրանց վստահելիությունից, սակայն նրանց ընդհանուր ազդեցության ուղղվածությունը կախված է հասարակական նորմերից եւ արժեքներից: Միաժամանակ, ավելի մեծ թվով հետազոտություններ են անհրաժեշտ մինչեւ այս խնդրի վերաբերյալ որել է միանշանակ եզրակացության հանգելը: Այս պահին միակ հստակ եզրակացությունը, որ մենք կարող ենք անել, այն է, որ լրատվամիջոցները կարելոր դեր ունեն կորպորատիվ քաղաքականության ձեւավորման խնդրում եւ չպետք է անտեսվեն որել է երկրի կորպորատիվ կառավարման համակարգի ցանկացած վերլուծության դեպքում:

Քաղաքականության տեսանկյունից մեր աշխատանքը տրամադրում է ինչպես վատ, այնպես էլ լավ նորություններ: Լավ նորությունն այն է, որ նույնիսկ ոչ համապատասխան իրավական եւ վատ գործող դատական համակարգ ունեցող երկրները կարող են ավելի լավ կառավարման օգուտներն ունենալ, եթե մամուլի ազդեցությունը բավականին հզոր է եւ ընդունված նորմերը նպաստում են արդյունավետ կառավար-

մանր: Վատ նորությունն այն է, որ մամուլի ազդեցության ուղղությունները կախված են հասարակական արժեքներից, ինչը չի կարող հեշտությամբ փոփոխվել օրենսդիրների կամ միջազգային քաղաքականություն մշակողների կողմից: Ավելին, մամուլի ազդեցության չափը կարող է հիմնականում անվերահսկելի լինել քաղաքականություն մշակողների համար: Մամուլի տարածվածության իրական դետերմինանտների մեր վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ դրանք երկրի մշակութային եւ էթնիկ ավանդույթների մասն են կազմում:

Գրականություն

«Processed» բառը նկարագրում է այն ոչ պաշտոնապես վերարտադրված աշխատանքները, որոնք կարող են սովորական եղանակով գրադարաններում, հասանելի չլինել:

Baron, David. 1996. *Business and its Environment*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.

———. 2001. “Private Politics.” Working Paper. Stanford University, Palo Alto, California.

Barro, Robert J., and Jong-Wha Lee. 1993. “International Comparisons of Educational Attainment.” *Journal of Monetary Economics* 32(3): 363-94.

Besley, Timothy, and Andrea Prat. 2001. “Handcuffs for the Grabbing Hand? Media Capture and Government Accountability.” London School of Economics and Political Science, London. Processed.

Coffee, John. 2001. “Do Norms Matter? A Cross-Country Examination of Private Benefits of Control.” Columbia University Law School, New York. Processed.

Dahya, Jay, John McConnell, and Nickolaos Travlos. 2002. “The Cadbury Committee, Corporate Performance, and Top Management Turnover.” *Journal of Finance* LVII(1): 461-83.

Diamond, Douglas. 1989. “Reputation Acquisition in Dept Markets.” *Journal of Political Economy* 97(4): 828-62.

Djankov, Simeon, Caralee McLiesh, Tatiana Nenova, Andrei Shleifer. 2001. “Who Owns the Media?” Working Paper no. 8288. National Bureau of Economic Research, Cambridge, Massachusetts.

Dobrzynski, Judith. 1992. “CalPERS Is Ready to Roar, but Will CEO’s Listen?” *Business Week*, March 30.

Dyck, Alexander, and Luigi Zingales. 2001. “Private Benefits of Control: An International Comparison.” Working Paper no. 8711. National Bureau of Economic Research, Cambridge, Massachusetts.

Easterly, William, and Ross Levine. 1997. “Africa’s Growth Tragedy: Policies and Ethnic Divisions.” *Quarterly Journal of Economics* 112: 1203-50.

Ellickson, Robert. 1991. *Order Without Law: How Neighbors Settle Disputes*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

Fama, Eugene F. 1980. “Agency Problems and the Theory of the Firm.” *Journal of Political Economy* 88(2): 288-307.

Fama, Eugene, and Michael Jensen. 1983. “Separation of Ownership and Control” *Journal of Law & Economics* 26(2): 301-25.

Financial Times. 2001. “Oleg’s Out.” Observer column, January 25.

Freedom House. 1999. *Press Freedom Survey 1999*. Available on <http://www.freedomhouse.org> .

———. 2000. *Press Freedom Survey 2000*. Available on <http://www.freedomhouse.org> .

Greif, Avner. 1997. "Contracting, Enforcement, and Efficiency." In Boris Pleskovich and Joseph Stiglitz. eds., *Annual World Bank Conference on Development Economics*. Washington, D.C.

Harris, Milton, and Bengt Holmstrom. 1982. "A Theory of Wage Dynamics." *Review of Economic Studies* 49: 315-33.

La Porta, Rafael, Florencio Lopez-de-Silanes, Andrei Shleifer, and Robert W. Vishny. 1988. "Law and Finance." *Journal of Political Economy* 106(6): 1113-55.

Low, Kevin, Arumugan Seetharaman, and Wai Ching Poon. 2002. "The Sustainability of Business Corporate Governance: Evidence from Publicly Listed Companies in Malaysia." Multimedia University, Faculty of Management, Cyberjaya, Malaysia.

McCraw, Thomas. 1984. *Prophets of Regulation*. Cambridge, Massachusetts; Belknap Press.

McMillan, John, and Christopher Woodruff. 2000. "Private Order under Dysfunctional Public Order." *Michigan Law Review* 38: 2421-59.

Monks, Robert, and Nell Minow. 1995. *Corporate Governance*. Cambridge, Massachusetts: Blackwell.

PSPD (People's Solidarity for Participatory Democracy). 2002. Shareholder History, the Year 1988. Available on: http://www.pspd.org/pspd/archive/history_2.html .

Reinhardt, Forest, and Richard Vietor. 1994a. *Starkist (A)*. Harvard Business School Case no. 794-128. Cambridge, Massachusetts: Harvard Business School Press.

———. 1994b. *Starkist (B)*. Harvard Business School Case no. 794-139. Cambridge, Massachusetts: Harvard Business School Press.

Rosenberg, Hilary. 1999. *A Traitor to His Class: Robert A. G. Monks and the Battle to Change Corporate America*. New York: John Wiley.

Skeel, David. 2001. "Shaming in Corporate Law." *University of Pennsylvania Law Review* 149: 1811-68.

Stulz, Renee, and Rohan Williamson. 2001. "Culture, Openness, and Finance." Working Paper no. 8222. National Bureau of Economic Research, Cambridge, Massachusetts.

UNESCO (United Nations Educational, Cultural, and Scientific Organization). 1998. *Statistical Yearbook*. Paris.

Vietor, Richard. 1993. *Allied Signal: Managing the Hazardous Waste Liability Risk*. Harvard Business School Case no. 793-044. Cambridge, Massachusetts: Harvard Business School Press.

Wagstyl, Stefan. 2002. "The Road to Recognition." *Financial Times*, April 6/7, p. 1.

Yale Center for Environmental Law and Policy. 2001. 2001 *Environmental Sustainability Index*. Available on: <http://www.ciesin.columbia.edu/indicators/ESI> .

Zingales, Luigi. 2000. "In Search of New Foundations." *Journal of Finance* 55: 1623-53.

ՄԱՍ II

ԻՆՉՆ Է ԼՐԱՏՎԱՄԻՋՈՑՆԵՐԻՆ
ԳՈՐԾԵԼՈՒ ԶՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆ ՏԱԼԻՍ

8

Լրատվամիջոցների սեփականատիրությունը եւ բարգավաճումը*

Սիմեոն Ջանկով, Կարալի ՄակԼիշ,
Տատյանա Նենովա եւ Անդրեյ Շլեյֆեր

Ժամանակակից տնտեսություններում եւ հասարակություններում տեղեկատվության հասանելիությունը կարեւոր նշանակություն ունի քաղաքացիների եւ սպառողների՝ որոշումներ կայացնելու համար: Քաղաքական շուկաներում քաղաքացիներին թեկնածուների վերաբերյալ տեղեկատվություն է անհրաժեշտ՝ մտածված ընտրություն կատարելու համար: Տնտեսական շուկաներում, ներառյալ ֆինանսական շուկաները, սպառողներին եւ ներդրողներին տեղեկատվությունն անհրաժեշտ է ապրանքներն ու արժեթղթերն ընտրելու համար: Տեղեկատվության հասանելիությունը քաղաքական եւ տնտեսական շուկաների արդյունավետության կարեւորագույն դետերմինանտն է (Սայմոնս, 1948թ., Ստիգլեր, 1961թ., Ստիգլից, 2000թ.):

Երկրների մեծ մասում քաղաքացիներն ու սպառողներն իրենց անհրաժեշտ տեղեկատվությունը ստանում են լրատվամիջոցներով՝ ներառյալ թերթերն ու հեռուստատեսությունը: Լրատվամիջոցները ծառայում են որպես միջնորդներ, որոնք հավաքում են տեղեկատվությունը եւ այն հասանելի դարձնում քաղաքացիների ու սպառողների համար: Այսպիսով, կարեւորագույն հարցն այն է, թե ինչպես պետք է լրատվամիջոցները կազմակերպվեն՝ օպտիմալ լինելու համար: Թերթերը եւ հեռուստատեսային ալիքները պետք է պետական լինեն, թե՞ մասնավոր: Լրատվամիջոցների ոլորտը պետք է մենաշնորհային լինի, թե՞ մրցակցային: Չնայած այս խնդիրների վերաբերյալ տեղի ունեցած որոշ տեսական քննարկումներին, լրատվամիջոցների ոլորտի կազմակերպման հնարավոր տարբերակների եւ տնտեսական ու քաղաքական շուկաների վրա դրանց ազդեցության վերաբերյալ փորձերի վրա հիմնված մեր գիտելիքներն առայժմ չափազանց սահմանափակ են:

Նախ դիտարկենք մի քանի տեսական խնդիրներ: Այն տնտեսագետը, որը կարծում է, թե իշխանությունները ձգտում են առավելագույնի հասցնել սպառողների բարեկեցության աստիճանը, կեզրակացնի, որ տեղեկատվությունը պետք է տրամադրվի պետական սեփականություն հանդիսացող մենաշնորհի կողմից՝ երկու հիմնական պատճառներից ելնելով: Առաջինը՝ տեղեկատվությունը հասարակական բարիք է: Յենց որ այն տրամադրվում է որոշ սպառողների, դրա համար չվճարած մյուսներից այն հեռու պահելը բավականին թանկ կարժենա: Երկրորդ՝ տեղեկատվության տրամադրումը եւ տարածումը եկամուտների հզոր աճի հակում ունի: Տեղեկատվության հավաքագրման եւ տրամադրման կառույցների կազմակերպումը նշանակալի ֆիքսված ծախսերի հետ է կապված, սակայն երբ այս ծախսերն արդեն կատարված են, տեղեկատվությունը հասանելի դարձնելու մարզինալ ծախսերը համեմատաբար

Այս գլուխը շարունակությունն է մեր նախկին աշխատության (Ջանկով եւ մյուսներ 2001թ.):

ցածր են: Այս երկու պատճառներից ելնելով՝ ոմանք կարող են պնդել, թե լրատվամիջոցների կազմակերպումը որպես պետական սեփականություն հանդիսացող մենաշնորհ, արդյունավետ կլինի:

Հակառակ դրա, նրանք, ովքեր չեն կարծում, թե իշխանությունները միանշանակորեն բարերար են, հանգում են այլ կարծիքի: Ըստ վերջինների, լրատվամիջոցների պետական մենաշնորհը կաղավաղի տեղեկատվությունը՝ իշխանության ղեկին կանգնած կառավարության դիրքերն ամրապնդելու, ընտրողներին եւ սպառողներին տեղեկացված որոշումներ ընդունելու հնարավորությունից զրկելու նպատակով եւ վերջնական արդյունքում խոչընդոտելու համար ինչպես ժողովրդավարությանը, այնպես էլ շուկաներին: Քանի որ մասնավոր եւ անկախ լրատվամիջոցները հասարակությանն այլընտրանքային տեսակետներ են տրամադրում, նրանք ընտրողներին եւ սպառողներին հնարավորություն են ընձեռում ընտրություն կատարել քաղաքական թեկնածուների, արտադրանքների եւ արժեթղթերի միջեւ՝ ավելի քիչ վախենալով քաղաքական գործիչների, արտադրողների եւ բաժնետիրական ընկերությունների հիմնադիրների կողմից չարաշահումներից, քան երբ առկա է մենաշնորհային իրադրություն (Բեսլի եւ Բուրջես, պատրաստվում է տպագրության, Սեն, 1984, 1999թթ.): Ավելին, լրատվություն տրամադրող ընկերությունների միջեւ մրցակցությունը երաշխավորում է, որ, միջին հաշվով, ընտրողները եւ սպառողները ստանում են անկողմնակալ եւ ճշգրիտ տեղեկատվություն:

Զնայած այս քննարկումների առկայությանը, քիչ թվով փաստեր գոյություն ունեն տարբեր երկրներում լրատվամիջոցների ոլորտի կազմակերպման եւ դրանց հետեւանքների վերաբերյալ: Մեր հետազոտությունը լրացնում է այս բացը: Մեր նախկին աշխատությունում (Ջանկով եւ մյուսներ, կներկայացվի հետագայում) մենք տվյալներ ենք հավաքել 97 երկրների լրատվական ընկերությունների սեփականատիրական կառուցվածքների վերաբերյալ (թերթեր եւ հեռուստատեսություն): Մեր հետազոտությունն իրենից ներկայացնում է աշխարհի տարբեր երկրների լրատվական ընկերությունների պետական եւ մասնավոր սեփականության հարաբերակցության, մասնավոր սեփականության տարբեր ձեւերի եւ տարբեր երկրներում ու լրատվամիջոցների ոլորտի տարբեր հատվածներում մենաշնորհների գերակայության աստիճանների առաջին համակարգված դիտարկումը: Մեր հիմնական հայտնագործությունն այն է, որ ամբողջ աշխարհում լրատվական ընկերությունների սեփականատիրության երկու հիմնական տեսակներն են պետական սեփականությունը եւ կենտրոնացված մասնավոր սեփականատերերի՝ վերահսկող ընտանիքների կողմից սեփականությունը:

Դենսեցը (1989թ.) եւ Դենսեցն ու Լեհնը (1985թ.) ենթադրել են, որ լրատվամիջոցների սեփականատիրությունից բխող «հարմարավետության պոտենցիալը», որը հայտնի է նաեւ որպես «վերահսկման մասնավոր օգուտ» (Գրոսման եւ Հարտ, 1988թ.), չափազանց բարձր է: Այլ կերպ ասած, թերթերի կամ հեռուստատեսության վերահսկման արդյունքում ստացվող ոչ ֆինանսական օգուտները, ինչպիսիք են համբավը եւ ազդեցիկությունը, էականորեն ավելի մեծ են, քան, ասենք, խմիչքների արտադրությունում համանման չափերի որեւէ ընկերություն վերահսկելուց ստացվող օգուտները: Մեր ստացած արդյունքները լայնորեն համապատասխանում են այս կանխատեսումներին:

Սահմանելով լրատվամիջոցների պետական սեփականության կարելիությունը՝ մենք նախ եւ առաջ տվեցինք հետեւյալ հարցը. «Ո՞ր երկրներում է լրատվամիջոցների պետական սեփականության աստիճանն ավելի բարձր»: Մենք գտանք, որ լրատվամիջոցների պետական սեփականության աստիճանն ավելի բարձր է այն երկրներում, որոնք ավելի աղքատ են, ունեն ավելի ավտորիտար ռեժիմներ եւ որտեղ տնտեսությունում ընդհանուր պետական սեփականության աստիճանն ավելի բարձր է: Այս արդ-

յունքները կասկած են հարուցում այն ենթադրությունների վերաբերյալ, որ լրատվամիջոցների պետական սեփականությունը ծառայում է բարեգործական նպատակների:

Այնուհետեւ, մենք դիտարկեցինք լրատվամիջոցների պետական սեփականության հետեւանքները՝ հաշվարկված մամուլի ազատությամբ, տնտեսական եւ քաղաքական շուկաների զարգացմամբ ու սոցիալական հետեւանքներով: Այդ նպատակով մենք տարբեր երկրներում լրատվամիջոցների պետական սեփականության հետեւանքների տարբերության ռեգրեսիվ վերլուծություն կատարեցինք, որպես անփոփոխ մեծություն ընդունելով զարգացման մակարդակը, ավտոկրատիայի աստիճանը եւ տնտեսությունում ընդհանուր պետական սեփականության աստիճանը: Պետության առանձնահատկություններն անփոփոխ ընդունելով՝ մենք լրատվամիջոցների պետական սեփականության հետ հարաբերվող «բացասական» հետեւանքների համընդգրկուն փաստեր գտանք: Այս փաստերը չեն համատեղվում լրատվամիջոցների պետական սեփականության բարեգործական տեսակետի հետ: Այսուհանդերձ, քանի որ մենք կատարել ենք միայն տարբեր երկրների միջնորդային ուսումնասիրություններ, ապա չենք կարող այս փաստերը վստահորեն դիտարկել որպես պատճառային, այսինքն պնդել, որ դրանք ցույց են տալիս, թե բացասական հետեւանքների պատճառն ավելի շուտ լրատվամիջոցների պետական սեփականությունն է, քան մեր կողմից հաշվի չառնված պետության որեւէ այլ առանձնահատկություն: Սակայն մենք նշում ենք, որ հաշվի չառնված առանձնահատկությունը պետք է բավականին մոտ կերպով հարաբերվի տեղեկատվական հոսքերը վերահսկելու իշխանության հակումների հետ, քանի որ ռեգրեսիվ վերլուծություններում մենք ունենք «բացասականության» մի շարք աստիճաններ:

Սեփականատիրության վերաբերյալ տվյալներ

Այս բաժինը քննարկում է է լրատվամիջոցների ոլորտի սեփականության ձեւերը: Քանի որ սեփականությունը վերահսկողության հնարավորություն է ընձեռում (Գրոսման եւ Չարտ, 1988թ.), ապա այն ձեւավորում է ընտրողներին եւ սպառողներին տրամադրվող տեղեկատվությունը: Իհարկե սեփականությունը լրատվամիջոցների բովանդակության միակ դետերմինանտը չէ: Շատ երկրներում, նույնիսկ այնտեղ, որտեղ լրատվամիջոցները մասնավոր սեփականություն են, իշխանությունները կարգավորում են լրատվամիջոցների ոլորտը, լրատվամիջոցներին ուղղակի նպաստներ եւ զովագրային եկամուտներ են տրամադրում, խոչընդոտում են թերթային թղթի ձեռք բերմանը եւ տեղեկատվության հավաքմանը ու հետապնդման են ենթարկում լրագրողներին: Մենք դիտարկում ենք նաեւ վերահսկման այս տարբերակները:

Տվյալների բազայի կառուցում

Մեր աշխատությունում (Ջանկով եւ մյուսներ, կներկայացվի հետագայում) մենք 97 երկրներում լրատվամիջոցների սեփականության վերաբերյալ նոր տվյալներ ենք հավաքել: Մենք շեշտը դրել ենք թերթերի եւ հեռուստատեսության վրա, քանի որ դրանք քաղաքական, տնտեսական եւ սոցիալական խնդիրների վերաբերյալ նորությունների հիմնական աղբյուրներն են: Ուսումնասիրվող երկրների ընտրությունն իրականացվել է տվյալների հասանելիության հիման վրա: Նախ՝ մենք բացահայտեցինք այն երկրները, որտեղ ունեինք ուսումնասիրության մեջ ներառված փոփոխականների վերաբերյալ տեղեկատվություն: Քանի որ մեզ հետաքրքրում էին լրատվամիջոցների պետական սեփականության հետեւանքները, մենք պետք է վստահ լինեինք, որ մեր արդյունքների պատճառները տնտեսական զարգացվածության, քաղա-

քական մրցակցության կամ տնտեսության մեջ պետության միջամտության մակարդակների տարբերությունները չէին: Այդ նպատակով հաշվի առանք տնտեսությունում պետական սեփականության ընդհանուր մակարդակը, ավտոկրատիայի չափանիշը եւ մեկ շնչին ընկնող համախառն ազգային արդյունքը (ՀԱԱ): Մենք կիրառել ենք Ֆրեզերի ինստիտուտի (2000թ.) մշակած տնտեսությունում պետական սեփականություն հանդիսացող ընկերությունների (ՊԸ) ներգրավվածության ինդեքսը, որը հիմնված է ՊԸ-ների քանակի, տնտեսության առանձին հատվածներում նրանց գերակայության եւ համախառն ներքին արտադրանքում նրանց մասնաբաժնի վրա:

Առանձին երկրներում լրատվամիջոցների ընտրությունը կատարեցինք՝ հիմնվելով նրանց լսարանի շուկայական հատվածի եւ 1999թ.-ին նրանց կողմից տեղական բնույթի նորությունների տրամադրման վրա: Այս մոտեցումը շեշտը դնում է այն խնդրի վրա, թե ով է վերահսկում քաղաքացիներին ուղղվող ներքին խնդիրների վերաբերյալ տեղեկատվական հոսքերը: Մենք չենք ներառել զվարճալի եւ սպորտային նորություններ տրամադրող լրատվամիջոցները, ինչպես նաեւ այն օտարերկրյա լրատվամիջոցները, որոնք տեղական բնույթի նորություններ չեն տրամադրում: Մեր ուսումնասիրությունում ընդգրկվել են հինգ խոշորագույն օրաթերթերը, որոնք ընտրվել են բոլոր օրաթերթերի ընդհանուր շրջանառության մեջ ունեցած իրենց մասնաբաժնի եւ հինգ խոշորագույն հեռուստակայանները՝ ընդհանուր դիտման նրանց մասնաբաժնի հիման վրա¹: Այս լրատվամիջոցներն ընտրելու նպատակով մենք օգտվել ենք տվյալների երեք աղբյուրներից: Նախ, օգտագործել ենք «Zenith Media»-ի «Շուկայական եւ լրատվական փաստեր 2000» հրատարակությունները, որոնք կազմակերպված են ըստ տարածաշրջանների, ներառյալ Հյուսիսային եւ Հարավային Ամերիկաները, Ասիան եւ Խաղաղօվկիանոսյան տարածաշրջանը, Կենտրոնական եւ Արեւելյան Եվրոպան, Միջին Արեւելքը եւ Աֆրիկան ու Արեւմտյան Եվրոպան (Zenith Media, 2000a, b, c, d, e): «Zenith Media»-ի կողմից թերթերի դասակարգումը մենք համեմատել ենք Թերթերի համաշխարհային ընկերակցության «Համաշխարհային մամուլի միտումները 2000» հաշվետվության հետ: Ընկերակցության տվյալները մենք օգտագործել ենք նաեւ որպես թերթերի ընդհանուր շրջանառության վերաբերյալ աղբյուր, քանի որ «Zenith Media»-ն այդ տվյալները չի տրամադրում: Վերջապես, մենք օգտագործել ենք Լրատվամիջոցների եվրոպական ինստիտուտի «Լրատվամիջոցները ԱՊՀ-ում» հաշվետվությունը որպես նախկին որհրդային Միության անդամ երկրների վերաբերյալ տվյալների հիմնական աղբյուր (Լրատվամիջոցների եվրոպական ինստիտուտ, 2000թ.): Մենք այլընտրանքային աղբյուր ենք փնտրել երկու դեպքերում՝ երբ ակնհայտ էր, որ հիմնական աղբյուրների կողմից տրամադրված տվյալների միջեւ անհամապատասխանություն գոյություն ունի կամ երբ աղբյուրներից ոչ մեկը տվյալներ չէր տրամադրում խնդրո առարկա պետության վերաբերյալ: Երբ նման խնդիրներ էին առաջանում, օգտագործում էինք լրատվամիջոցներն ուսումնասիրող տեղական կազմակերպությունները, Համաշխարհային բանկի արտաքին հարաբերությունների գրասենյակները, ԱՄՆ Պետդեպարտամենտի տեղեկատվական գրասենյակները եւ լրատվամիջոցների հետ ուղղակի կապերը:

1 Հետեւելով Թերթերի համաշխարհային ընկերակցության սահմանմանը՝ թերթերն օրաթերթեր են համարվում, եթե դրանք հրատարակվում են ամենաքիչը շաբաթական չորս անգամ: Տվյալների հավաքագրման սկզբնական շրջանում (առաջին 12 երկրներ) մենք ուսումնասիրում էինք թերթերի եւ հեռուստատեսության շուկաների խոշորագույն 10 ընկերությունները: Հետագայում մենք ուսումնասիրություններում ընկերությունների քանակը նվազեցրեցինք մինչեւ հինգ լրատվամիջոցի յուրաքանչյուր տեսակի համար՝ երկու պատճառներով: Առաջին պատճառն այն էր, որ 5 ընկերության փոխարեն 10-ն ընդգրկելու դեպքում շուկայական ուսումնասիրությունների տարբերությունը նվազագույն էր: Առաջին 12 երկրներում 5 խոշորագույն թերթերը միջին հաշվով տիրապետում էին ընդհանուր շրջանառության 62,4 տոկոսին, իսկ խոշորագույն 10-ը՝ 74,1 տոկոսին: Այս երկու ցուցանիշների փոխհարաբերակցությունը կազմում է 92,4 տոկոս: Ռեսուրսները բոլոր երկրներում միասին 5 խոշորագույն օրաթերթերը, միջին հաշվով, տիրապետում էին ընդհանուր շրջանառության 66,7 տոկոսին: Հեռուստատեսային շուկաները նույնիսկ ավելի կենտրոնացված էին՝ միջին հաշվով, 5 խոշորագույն ընկերությունները տիրապետում էին ընդհանուր դիտումների 89,5 տոկոսին: Երկրորդ պատճառն այն էր, որ մեր ուսումնասիրության շրջանակներում ընդգրկված 20 երկրներում չկային ավելի քան 5 օրաթերթեր, իսկ 42 երկրներում՝ ավելի քան 5 հեռուստակայաններ:

Հնարավորության դեպքում մենք հիմնվել ենք ընկերությունների տարեկան հաշվետվությունների եւ «WorldScop»-ի տվյալների բազայի վրա՝ լրատվական ընկերությունների սեփականատիրության վերաբերյալ տեղեկատվության համար: Մեր ուսումնասիրությունում ներառված ընկերություններից շատերի վերաբերյալ «WorldScop»-ը տվյալներ չունի, եւ այդ ընկերությունները գործում էին այնպիսի երկրներում, որտեղ գոյություն ունեին տեղեկատվության բացահայտման սահմանափակումներ: Համապատասխանաբար, մենք օգտագործել ենք նաեւ «Lexis Nexis»-ի եւ «Ֆայնենշլ թայմս»-ի տվյալների բազաների բիզնես նորությունների հաշվետվությունները, առանձին պետությունների ընկերությունների վերաբերյալ ձեռնարկները, լրատվամիջոցների ուսումնասիրությունները եւ Ինտերնետի տեղեկատվական ծառայությունները (փոփոխականների նկարագրության եւ տեղեկատվության հիմնական աղբյուրների համար տես՝ աղյուսակ 8.1.): Բոլոր դեպքերում սեփականության եւ այլ խնդիրների վերաբերյալ տեղեկատվությունը մենք ճշտել ենք կապվելով Համաշխարհային բանկի արտաքին կապերի գրասենյակների, Վաշինգտոնում տեղակայված դեսպանատների եւ տարածաշրջանային կամ առանձին պետություններում գործող լրատվական կազմակերպությունների հետ:

Սեփականության վերաբերյալ տվյալները վերաբերում են 1999թ. դեկտեմբեր ամսին կամ դրան ամենամոտ ժամանակահատվածին, որի վերաբերյալ առկա են եղել վստահելի տվյալներ: Ուսումնասիրությունում ընդգրկված ընկերությունների մեծ մասի սեփականատիրական կառուցվածքները երկար ժամանակ կայուն են եղել: Ժամանակահատվածի ընտրությունը կարելու է միայն անցումային տնտեսություն ունեցող երկրների համար, որտեղ շատ լրատվական ընկերություններ մասնավորեցվել են կամ դրանց շրջանում օտարերկրյա սեփականությունը զգալի մաս է կազմում: Այդպիսի երկրների համար մենք խստորեն կիրառել ենք 1999թ. դեկտեմբեր ամսի վերաբերյալ սեփականության տվյալները, նույնիսկ եթե մեր ձեռքի տակ եղել են ավելի թարմ տվյալներ:

Աղյուսակ 8.1. Փոփոխականներ եւ տվյալների աղբյուրներ

<i>Փոփոխականներ</i>	<i>Նկարագրություն եւ աղբյուր</i>
<i>Լրատվամիջոցների սեփականություն¹⁾</i>	
Մամուլի պետական սեփականություն, ըստ քանակի	Պետական սեփականություն հանդիսացող թերթերի տոկոսային մասնաբաժինը հինգ խոշորագույն օրաթերթերից (ըստ շրջանառության), 1999թ.
Մամուլի պետական սեփականություն, ըստ մասնաբաժնի	Պետական սեփականություն հանդիսացող թերթերի շուկայական մասնաբաժինը հինգ խոշորագույն օրաթերթերի (ըստ շրջանառության) գումարային շուկայական մասնաբաժնի մեջ, 1999թ.
Հեռուստատեսության պետական սեփականություն, ըստ քանակի	Պետական սեփականություն հանդիսացող հեռուստակայանների տոկոսային մասնաբաժինը հինգ խոշորագույն հեռուստակայաններից (ըստ հեռուստադիտողների քանակի), 1999թ.
Հեռուստատեսության պետական սեփականություն, ըստ մասնաբաժնի	Պետական սեփականություն հանդիսացող հեռուստակայանների շուկայական մասնաբաժինը հինգ խոշորագույն հեռուստակայանների (ըստ հեռուստադիտողների քանակի) գումարային շուկայական մասնաբաժնի մեջ, 1999թ.
<i>Լծակներ</i>	
Մեկ շնչին ընկնող ՀԱԱ	Մեկ շնչին ընկնող ՀԱԱ, 1999թ., հազար ԱՄՆ դոլար: <i>Աղբյուր</i> ՝ Համաշխարհային բանկ (2000b):

ՊԸ ինդեքս

0-ից 10-ը սանդղակով հաշվարկվող ինդեքս, որը հիմնված է ՊԸ-ների կողմից մատակարարված արտադրանքի քանակի, կառուցվածքի եւ մասնաբաժնի, ինչպես նաեւ ընդհանուր ներդրումների մեջ կառավարական ներդրումների մասնաբաժնի վրա: Ավելի շատ ՊԸ-ներ եւ ավելի խոշոր կառավարական ներդրումներ ունեցող երկրները ստանում են ավելի ցածր դասակարգում: Երբ կան քիչ թվով ՊԸ-ներ, որոնք հիմնականում գործում են կոմունալ ծառայությունների ոլորտում, եւ երբ կառավարության կողմից կատարված ներդրումները կազմում են ընդհանուր ներդրումների 15 տոկոսից ավելի քիչ, պետությանը տրվում է 10 գնահատական: Երբ կան քիչ թվով ՊԸ-ներ, որոնք գործում են արդյունաբերության ոչ այն ոլորտներում, որտեղ արտադրության ծավալների մեծացումից արդյունավետության աճը նվազեցնում է մրցակցության արդյունավետությունը, օրինակ՝ էլեկտրաէներգիայի արտադրության ոլորտը, եւ երբ կառավարության կողմից կատարված ներդրումները կազմում են ընդհանուր ներդրումների 15-ից 20 տոկոսը, պետությանը տրվում է 8 գնահատական: Երբ, կրկին, կան քիչ թվով ՊԸ-ներ, որոնք գործում են ոչ կոմունալ ծառայությունների ոլորտում, եւ երբ կառավարության կողմից կատարված ներդրումները կազմում են ընդհանուր ներդրումների 20-ից 25 տոկոսը, պետությանը տրվում է 7 գնահատական: Երբ ՊԸ-ները գերակայում են կոմունալ ծառայությունների ոլորտում, եւ երբ կառավարության կողմից կատարված ներդրումները կազմում են ընդհանուր ներդրումների 25-ից 30 տոկոսը, պետությանը տրվում է 6 գնահատական: Երբ ՊԸ-ների զգալի քանակություն գոյություն ունի բազմաթիվ ոլորտներում, ներառյալ արդյունաբերությունը, եւ երբ կառավարության կողմից կատարված ներդրումները կազմում են ընդհանուր ներդրումների 30-ից 40 տոկոսը, պետությանը տրվում է 4 գնահատական: Երբ ՊԸ-ների զգալի քանակություն գոյություն ունի բազմաթիվ ոլորտներում, եւ երբ կառավարության կողմից կատարված ներդրումները կազմում են ընդհանուր ներդրումների 40-ից 50 տոկոսը, պետությանը տրվում է 2 գնահատական: Պետությանը տրվում է 0 գնահատական, երբ տնտեսության արդյունքի ավելի քան 50 տոկոսն արտադրվում է ՊԸ-ների կողմից, եւ երբ կառավարության կողմից կատարված ներդրումները գերազանցում են ընդհանուր ներդրումների 50 տոկոսը: *Աղբյուր՝ Ֆրեզերի ինստիտուտ (2000թ.)* բոլոր երկրների համար, բացի Հայաստանից, Ադրբեջանից, Բելառուսից, Եթովպիայից, Սոլոմոնյան եւ Թուրքմենստանից: Այս վեց երկրների վերաբերյալ տվյալները ստացվել են հեղինակների կողմից՝ Համաշխարհային բանկի (2000թ) տվյալների հիման վրա:

Ավտոկրատիա

Ավտորիտար ռեժիմների ինդեքս, 1999թ.: Հիմնված է 11 աստիճանանոց սանդղակի վրա, որը կազմում է 5 բաղադրիչ փոփոխականների գումարը՝ տնօրենների աշխատանքի ընդունման մրցակցության աստիճանը, տնօրենների աշխատանքի ընդունման թափանցիկությունը, գլխավոր տնօրենների վրա իրականացվող ճնշումները, մասնակիցների կարգավորումը եւ քաղաքական մասնակցության մրցակցությունը: Արժեքները վերահաշվարկվել են 0-ից 1 սանդղակով, որտեղ 0-ն ցույց է տալիս ավտոկրատիայի բարձրագույն աստիճան, իսկ 1-ը՝ ցածրագույն: *Աղբյուր՝ «Polity IV Project» (2000թ.):*

Լրատվամիջոցների ազատություն

Բանտարկված լրագրողներ

1999թ.-ին ցանկացած ժամանակահատվածով ոստիկանության կողմից ձերբակալված լրագրողների քանակը, վերահաշվարկված 0-ից 1 սանդղակով, որտեղ ավելի բարձր գնահատականները ցույց են տալիս ավելի քիչ ճնշումներ: *Աղբյուր՝ Reporters Sans Frontieres (2000թ.):*

Փակված լրատվամիջոցներ 1999թ.–ին փակված լրատվամիջոցների քանակը, վերահաշվարկված 0-ից 1 սանդղակով, որտեղ ավելի բարձր գնահատականները ցույց են տալիս ավելի քիչ ճնշումներ: *Աղբյուր՝* Reporters Sans Frontieres (2000թ.):

Բանտարկված լրագրողներ 1997-1999թթ.–ին ձիջին տարեկան կտրվածքով ցանկացած ժամանակահատվածով ոստիկանության կողմից ձերբակալված լրագրողների քանակը, վերահաշվարկված 0-ից 1 սանդղակով, որտեղ ավելի բարձր գնահատականները ցույց են տալիս ավելի քիչ ճնշումներ: *Աղբյուր՝* Լրագրողների պաշտպանության կոմիտե (2000թ.):

Քաղաքական շուկաներ

Քաղաքական իրավունքներ Քաղաքական իրավունքների ինդեքս, վերահաշվարկված 0-ից 1 սանդղակով, որտեղ ավելի բարձր գնահատականները ցույց են տալիս ավելի մեծ քաղաքական իրավունքներ: Ավելի բարձր դասակարգումը ցույց է տալիս, որ երկիրը մոտ է կանգնած «ստուգողական հարցերի կողմից նախատեսված իդեալներին՝ 1) ազատ եւ արդար ընտրություններ, 2) իշխանության ղեկի մոտ կանգնում են ընտրվածները, 3) գոյություն ունեն մրցակցող կուսակցություններ կամ այլ մրցակցող քաղաքական խմբավորումներ, 4) ընդդիմությունը նշանակալի դեր եւ հզորություն ունի, 5) սուբյեկտներն ինքնորոշվող են կամ ունեն ինքնավարության չափազանց բարձր աստիճան»: *Աղբյուր՝* Freedom House (2000b):

Քաղաքացիական ազատություններ Քաղաքացիական իրավունքների ինդեքս, վերահաշվարկված 0-ից 1 սանդղակով, որտեղ ավելի բարձր գնահատականները ցույց են տալիս ավելի մեծ քաղաքացիական ազատություններ: Ավելի բարձր դասակարգումը ցույց է տալիս, որ երկիրում գոյություն ունեն «կարծիքների, ինստիտուտների եւ պետությունից անկախ անձնական ինքնավարության զարգացման ազատություններ»: Ինդեքսի հիմնական բաղկացուցիչ մասերն են. 1) խոսքի եւ կրոնի ազատությունը, 2) միությունների եւ կազմակերպությունների ստեղծման իրավունքները, 3) օրենքի գերակայությունը եւ մարդու իրավունքները, 4) անհատական ինքնավարությունը եւ տնտեսական իրավունքները: *Աղբյուր՝* Freedom House (2000b):

Կոռուպցիա 1997թ. կառավարությունների կոռուպցիայի գնահատական՝ 1-ից 6-ը հաշվարկվող սանդղակով: Ավելի ցածր ցուցանիշները ցույց են տալիս, որ «բարձրաստիճան կառավարական պաշտոնյաները հավանաբար հատուկ վճարներ կպահանջեն» եւ որ «կառավարության ցածր օղակներում հիմնականում ակնկալում են անօրինական վճարներ ստանալ» «ներմուծման կամ արտահանման լիցենզավորման, տարադրամի կարգավորման, հարկերի սահմանման, քաղաքականության պաշտպանության կամ վարկավորման» տեսքով: *Աղբյուր՝* Քաղաքական ռիսկերի ծառայություններ (2000թ.):

Տնտեսական շուկաներ

Սեփականության անվտանգություն 1997թ.–ին յուրաքանչյուր երկրում սեփականության իրավունքների դասակարգում, վերահաշվարկված 0-ից 1 սանդղակով, որտեղ ավելի բարձր գնահատականները ցույց են տալիս ավելի ապահով սեփականության իրավունքներ: Դասակարգումը գնահատում է հետեւյալ հարցերը. «Արդյո՞ք սեփականության իրավունքներն ապահով են: Արդյո՞ք քաղաքացիները մասնավոր բիզնես հիմնադրելու իրավունք ունեն: Արդյո՞ք մասնավոր բիզնեսն ակտիվորեն անօրինական ազդեցությունների է ենթարկվում կառավարական պաշտոնյաների, անվտանգության ուժերի կամ կազմակերպված հանցագործության կողմից»: *Աղբյուր՝* Freedom House (2000a):

Փակված լրատվամիջոցներ	1999թ.-ին փակված լրատվամիջոցների քանակը, վերահաշվարկված 0-ից 1 սանդղակով, որտեղ ավելի բարձր գնահատականները ցույց են տալիս ավելի քիչ ճնշումներ: <i>Աղբյուր՝</i> Reporters Sans Frontieres (2000թ.):
Քանտարկված լրագրողներ	1997-1999թթ.-ին ձիջին տարեկան կտրվածքով ցանկացած ժամանակահատվածով ոստիկանության կողմից ձերբակալված լրագրողների քանակը, վերահաշվարկված 0-ից 1 սանդղակով, որտեղ ավելի բարձր գնահատականները ցույց են տալիս ավելի քիչ ճնշումներ: <i>Աղբյուր՝</i> Լրագրողների պաշտպանության կոմիտե (2000թ.):
Քաղաքական շուկաներ	
Քաղաքական իրավունքներ	Քաղաքական իրավունքների ինդեքս, վերահաշվարկված 0-ից 1 սանդղակով, որտեղ ավելի բարձր գնահատականները ցույց են տալիս ավելի մեծ քաղաքական իրավունքներ: Ավելի բարձր դասակարգումը ցույց է տալիս, որ երկիրը մոտ է կանգնած «ստուգողական հարցերի կողմից նախատեսված իդեալներին» 1) ազատ եւ արդար ընտրություններ, 2) իշխանության դեկի մոտ կանգնում են ընտրվածները, 3) գոյություն ունեն մրցակցող կուսակցություններ կամ այլ մրցակցող քաղաքական խմբավորումներ, 4) ընդդիմությունը նշանակալի դեր եւ հզորություն ունի, 5) սուբյեկտներն ինքնորոշվող են կամ ունեն ինքնավարության չափազանց բարձր աստիճան»: <i>Աղբյուր՝</i> Freedom House (2000b):
Քաղաքացիական ազատություններ	Քաղաքացիական իրավունքների ինդեքս, վերահաշվարկված 0-ից 1 սանդղակով, որտեղ ավելի բարձր գնահատականները ցույց են տալիս ավելի մեծ քաղաքացիական ազատություններ: Ավելի բարձր դասակարգումը ցույց է տալիս, որ երկրում գոյություն ունեն «կարծիքների, ինստիտուտների եւ պետությունից անկախ անձնական ինքնավարության զարգացման ազատություններ»: Ինդեքսի հիմնական բաղկացուցիչ մասերն են. 1) խոսքի եւ կրոնի ազատությունը, 2) միությունների եւ կազմակերպությունների ստեղծման իրավունքները, 3) օրենքի գերակայությունը եւ մարդու իրավունքները, 4) անհատական ինքնավարությունը եւ տնտեսական իրավունքները: <i>Աղբյուր՝</i> Freedom House (2000b):
Կոռուպցիա	1997թ. կառավարությունների կոռուպցիայի գնահատական՝ 1-ից 6-ը հաշվարկվող սանդղակով: Ավելի ցածր ցուցանիշները ցույց են տալիս, որ «բարձրաստիճան կառավարական պաշտոնյաները հավանաբար հատուկ վճարներ կպահանջեն» եւ որ «կառավարության ցածր օղակներում հիմնականում ակնկալում են անօրինական վճարներ ստանալ» «ներմուծման կամ արտահանման լիցենզավորման, տարադրամի կարգավորման, հարկերի սահմանման, քաղաքականության պաշտպանության կամ վարկավորման» տեսքով: <i>Աղբյուր՝</i> Քաղաքական ռիսկերի ծառայություններ (2000թ.):
Տնտեսական շուկաներ	
Սեփականության անվտանգություն	1997թ.-ին յուրաքանչյուր երկրում սեփականության իրավունքների դասակարգում, վերահաշվարկված 0-ից 1 սանդղակով, որտեղ ավելի բարձր գնահատականները ցույց են տալիս ավելի ապահով սեփականության իրավունքներ: Դասակարգումը գնահատում է հետեւյալ հարցերը. «Արդյո՞ք սեփականության իրավունքներն ապահով են: Արդյո՞ք քաղաքացիները մասնավոր բիզնես հիմնադրելու իրավունք ունեն: Արդյո՞ք մասնավոր բիզնեսն ակտիվորեն անօրինական ազդեցությունների է ենթարկվում կառավարական պաշտոնյաների, անվտանգության ուժերի կամ կազմակերպված հանցագործության կողմից»: <i>Աղբյուր՝</i> Freedom House (2000a):

Ա Չեղիմականների հաշվարկներ:
Աղբյուր՝ հեղինակներ:

Մենք հետևեցինք Լա Պորտայի, Լոպես-դե-Սիլանեսի եւ Շլեյֆերի (1999թ.) օրինակին՝ բացահայտելու համար յուրաքանչյուր լրատվամիջոցի հիմնական վերահսկող բաժնետիրոջը: Ընկերությունների սեփականությունն ուսումնասիրելիս մենք միանշանակորեն ուշադրություն ենք դարձրել քվեարկելու իրավունքների վրա՝ ի հակադրություն կանխիկ հոսքերի իրավունքների: Յուրաքանչյուր ընկերության դեպքում մենք բացահայտել ենք այն իրավաբանական անձանց կամ ընտանիքներին, որոնք էական քանակությամբ քվեարկելու իրավունք տրամադրող բաժնեմասեր ունեին²: Այսպիսով մենք պարզեցինք սեփականատիրության առաջին աստիճանը: Այնուհետև, յուրաքանչյուր իրավաբանական անձի համար պարզեցինք նրա սեփականատիրական կառուցվածքը, բացահայտելով բոլոր քվեարկելու իրավունք տրամադրող էական քանակի բաժնեմասեր ունեցողներին, որի արդյունքում ստացանք տվյալներ սեփականատիրության երկրորդ աստիճանի վերաբերյալ: Մենք շարունակեցինք բացահայտել բոլոր քվեարկելու իրավունք ունեցողներին սեփականատիրության յուրաքանչյուր աստիճանում, մինչև այնպիսի սուբյեկտների հասնելը, որոնց սեփականատիրական կառուցվածքը մասնատելն անհնար էր:

Այն սուբյեկտին, որը վերահսկում էր քվեարկելու իրավունք տրամադրող բաժնեմասերի առավելագույն քանակը, սակայն ոչ պակաս, քան շղթայի յուրաքանչյուր օղակի 20 տոկոսը, մենք սահմանեցինք որպես հիմնական սեփականատեր: Այդպիսի վերահսկողություն կարելի է ձեռք բերել կոնկրետ լրատվական կազմակերպության քվեարկելու իրավունք տրամադրող բաժնեմասերի ավելի քան 20 տոկոսի ուղղակի սեփականատեր լինելու միջոցով կամ անուղղակիորեն՝ միջնորդ սեփականատերերի շղթայի միջոցով: Օրինակ՝ «X» անհատը կարող է վերահսկել «Z» թերթը, եթե նա տիրապետում է «Y» ընկերության քվեարկելու իրավունք տրամադրող բաժնեմասերի ավելի քան 20 տոկոսին, որն իր հերթին տիրապետում է «Z» թերթի քվեարկելու իրավունք տրամադրող բաժնեմասերի ավելի քան 20 տոկոսին: Անուղղակի սեփականության դեպքում մենք հիմնական սեփականատիրոջ կողմից վերահսկվող բաժնեմասը սահմանել ենք վերահսկման ամբողջ շղթայում նրա կողմից վերահսկվող նվազագույն բաժնեմասի չափով:

Հիմնական սեփականատերերին բացահայտելուց հետո մենք բոլոր լրատվամիջոցները դասակարգեցինք սեփականատիրության չորս հիմնական դասերի՝ պետական, ընտանիքներին պատկանող (ընտանիքը մենք կիրառել ենք որպես ուսումնասիրության միավոր եւ այն չենք բաղդատել), սեփականատերերի լայն բազա ունեցող կորպորացիաների եւ «այլ»: «Այլ» վերահսկող սուբյեկտներն են՝ ընկերության աշխատակիցների կազմակերպությունները, արհմիությունները, քաղաքական կուսակցությունները, կրոնական սուբյեկտները, շահույթ չհետապնդող հիմնադրամները եւ բիզնես միությունները: Որպես սեփականատերերի լայն բազա ունեցող կորպորացիաներ մենք ընդունել ենք այն կազմակերպությունները, որոնցում ոչ մի սեփականատեր չի տիրապետում քվեարկելու իրավունք տրամադրող բաժնեմասերի 20 կամ ավելի տոկոսին: Մենք նաեւ պարզել ենք, թե արդյո՞ք հիմնական սեփականատերը օտարերկրյա քաղաքացի, իրավունքի սուբյեկտ կամ կառավարություն չէ³:

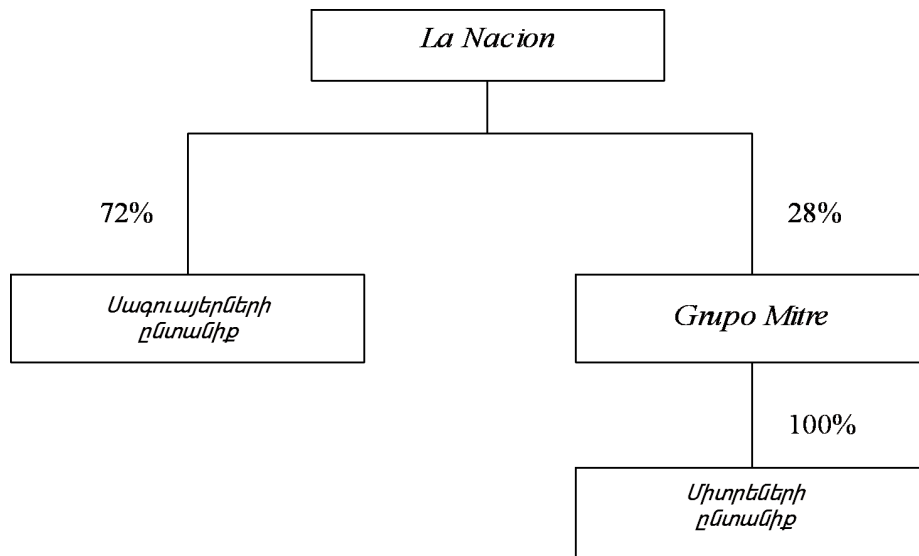
2 Քվեարկելու իրավունք տրամադրող բաժնեմասի նվազագույն սահմանը կախված է տվյալ երկրում պարտադիր բացահայտման մակարդակից: Այսուհանդերձ, այն ոչ մի դեպքում չի գերազանցում 5 տոկոսի սահմանը:

3 Որոշ դեպքերում լրատվական ընկերությունում քվեարկելու իրավունք ունեցողը հեռարձակման լիցենզիա չունի: Նման դեպքերում ընկերության սեփականատիրությունը, այլ ոչ թե լիցենզիա ունենալն է սահմանում վերահսկողությունը: Մենք հանգել ենք այդ կարծիքին, քանի որ հեռարձակման բոլոր լիցենզիաների վերահսկողությունը ամբողջապես պատկանում է կառավարությանը, եւ լիցենզիաները կարող են անվավեր ճանաչվել, ինչը կախված է տվյալ երկրում սեփականության իրավունքի ամրությունից:

Լրատվամիջոցների սեփականության օրինակներ

Սեփականատիրական փոփոխականների կառուցումը լավագույն կերպով արտահայտվում է առանձին ընկերությունների սեփականատիրական կառուցվածքների օրինակների միջոցով: Մենք կսկսենք ընտանեկան սեփականության մի պարզ օրինակից: Արգենտինայում թվով երրորդ խոշորագույն թերթը, որի օրական շրջանառությունը կազմում է 177 000 օրինակ, «*La Nacion*»-ն է: «*La Nacion*»-ի յուրաքանչյուր բաժնետոմսի սեփականատեր քվեարկելիս ունի մեկ քվե: Թերթն ունի երկու խոշոր բաժնետեր (Գծապատկեր 8.1.)՝ Սագուայերների ընտանիքը, որը տիրապետում է կապիտալի եւ քվեների 72 տոկոսին, եւ «*Grupo Mitre*»-ն, որը տիրապետում է կապիտալի եւ քվեների 28 տոկոսին: Իր հերթին, «*Grupo Mitre*»-ի 100 տոկոս բաժնետոմսերը պատկանում են Միտրեների ընտանիքին: Չնայած Միտրեների ընտանիքն անուղղակի կերպով վերահսկում է «*La Nacion*»-ի 28 տոկոսը, սակայն սեփականատիրության յուրաքանչյուր աստիճանում մենք հետեւել ենք խոշորագույն բաժնետիրոջ վերահսկման շղթային: Այդ պատճառով մենք արձանագրել ենք, որ Սագուայերների ընտանիքը հիմնական սեփականատերն է եւ «*La Nacion*»-ը որակել ենք որպես ընտանեկան սեփականություն:

Գծապատկեր 8.1. Արգենտինական «*La Nacion*»-ի սեփականատիրական կառուցվածքը



Աղբյուր՝ հեղինակներ

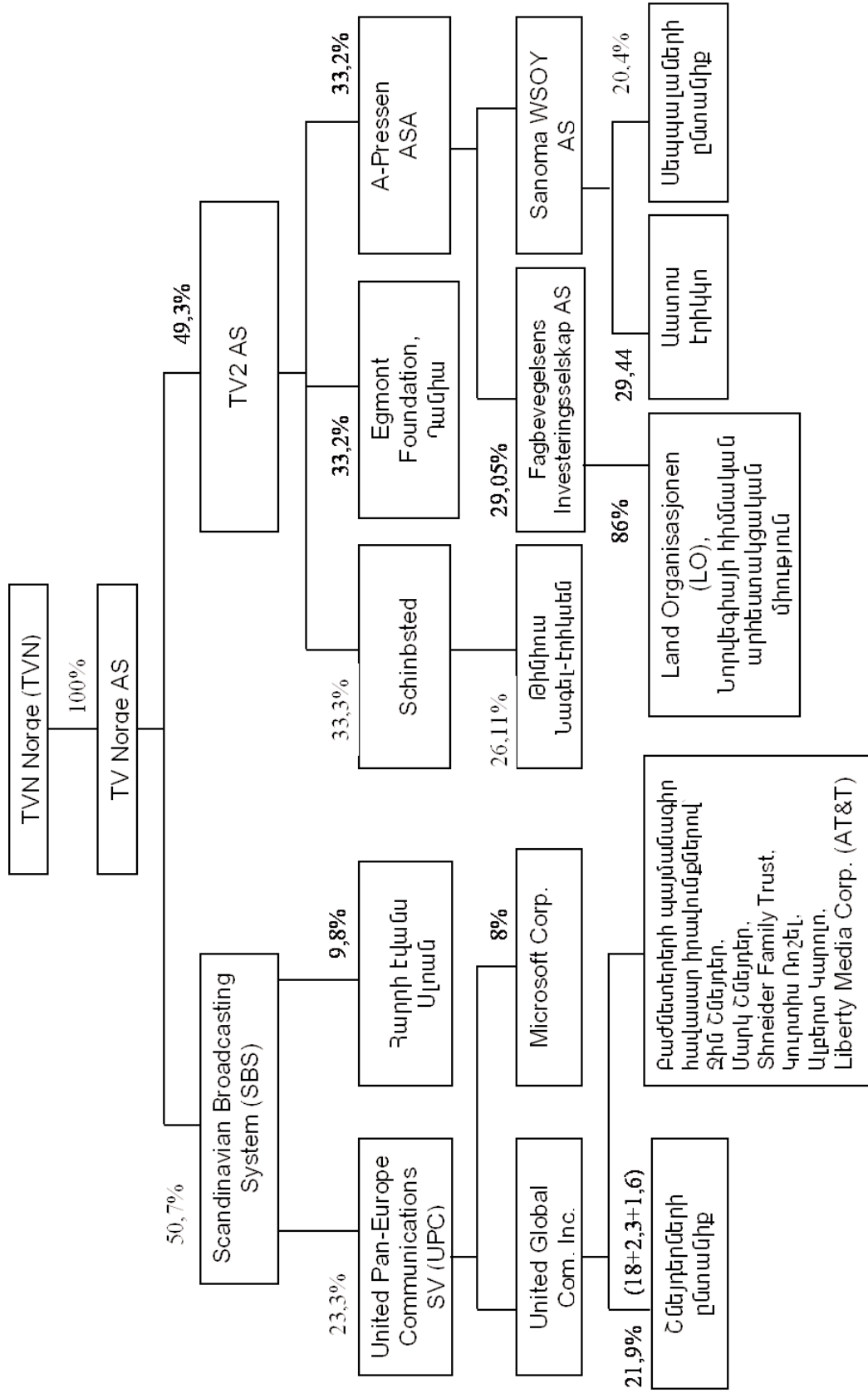
Ընտանեկան սեփականության ավելի բարդ կառուցվածքի օրինակ է նորվեգական «*TV Norge*» (TVN) հեռուստակայանը: «*TVN*»-ը դիտումների մասնաբաժնով հաշվարկած տեղական բնույթի հաղորդումներ հեռարձակող նորվեգական երկրորդ խոշորագույն հեռուստակայանն է: Դրա 50,7 տոկոսը վերահսկում է «*Scandinavian Broadcasting Systems*» (SBS) ընկերությունը, իսկ 49,3 տոկոսը՝ նորվեգական խոշորագույն հեռուստակայանը՝ «*TV2*»-ը (Գծապատկեր 8.2.): Մենք դիտարկել ենք «*SBS*»-ի վերահսկման շղթան, քանի որ այդ ընկերությունը տիրապետում է «*TVN*»-ի ընտրաձայների մեծ մասին: Չնայած Հարրի Սլոանը՝ «*SBS*»-ի տնօրենների խորհրդի նախագահը եւ գլխավոր տնօրենը, տիրապետում է «*SBS*»-ի ընտրաձայների 9,8 տո-

կոսին, 20 տոկոսից ավել ընտրաձայների տիրապետող միակ սուբյեկտը «Netherlands United Pan-Europe Communications SV Netherlands»-ն է (UPC), որը տիրապետում է ընտրաձայների 23,3 տոկոսին: «Netherlands United Pan-Europe Communications SV Netherlands (UPC)»-ի վերահսկիչ փաթեթը՝ 51 տոկոսը, պատկանում է «United Global Com»-ին: «United Global Com»-ն իր հերթին վերահսկվում է Շենյդերների ընտանիքի կողմից՝ ընդհանուր առմամբ 21,9 տոկոս կազմող երեք ուղղակի մասնաբաժինների համակցության, ինչպես նաեւ ընտրաձայների 69,2 տոկոսը վերահսկող բաժնետերերի պայմանագրի 50 տոկոսի վերահսկման միջոցով: Այսպիսով, մենք «TVN»-ը որակել ենք որպես ընտանեկան սեփականություն, եւ արձանագրել, որ Շենյդերների ընտանիքը հիմնական սեփականատերն է:

Պետական սեփականությունն այլ ձեւեր է ընդունում: «British Broadcasting Corporaion»-ը (BBC) դասակարգվել է որպես պետական սեփականություն: Այն ֆինանսավորվում է կառավարության կողմից՝ լիցենզավորման վճարների եւ գովազդների միջոցով: Կառավարիչների խորհուրդի նշանակումը թագավորական արտոնություն է, որն իրականում պատկանում է երկրի վարչապետին: Կառավարիչների խորհուրդը հաշվետու է կառավարությանը, սակայն «BBC»-ի կանոնադրության մեջ գոյություն ունեն մի քանի երաշխիքներ, որոնք ապահովում են ընկերության անկախությունը կառավարության միջամտություններից: Համեմատության համար բերենք այլ օրինակներ՝ Մյանմարի (Բիրմա) տեղեկատվության եւ մշակույթի նախարարությունը վերահսկում է երկրի խոշորագույն հեռուստակայանը, իսկ Մյանմարի ռազմական ուժերը՝ երկրորդ խոշորագույն հեռուստակայանը: Երկու դեպքում էլ պետությունն ամբողջապես տիրապետում է հաղորդումների բնույթի վերահսկման եւ աշխատակազմի աշխատանքի ընդունման կամ աշխատանքից հեռացնելու իրավունքին: Նմանապես, Թուրքմենստանում պետությունը պահպանում է մամուլի նկատմամբ ուղղակի վերահսկողությունը՝ երկրի բոլոր թերթերի հիմնադիրը եւ սեփականատերը պաշտոնապես համարվում է նախագահ Նիյազովը:

Մի շարք դեպքերում մենք պետք է տարբերություն դնենք պետական եւ քաղաքական կուսակցությունների սեփականության միջեւ: Քենիայում իշխող կուսակցությունը՝ Քենիայի աֆրիկական ազգային միությունը, «Քենիա թայմս» օրաթերթի՝ երկրի չորրորդ խոշորագույն թերթի, հիմնական սեփականատերն է: Այսուհանդերձ, մենք «Քենիա թայմս»-ը չենք որակել որպես պետական սեփականություն, քանի որ եթե կառավարությունը փոփոխվի, ապա թերթի կշարունակի պատկանել Քենիայի աֆրիկական ազգային միությանը: Ի տարբերություն դրա, պետությունը կշարունակի վերահսկել «Քենիայի հեռարձակման կորպորացիա»-ն, անկախ իշխանության ղեկի մոտ գտնվող քաղաքական կուսակցության փոփոխություններից, այնպես որ մենք «Քենիայի հեռարձակման կորպորացիա»-ն որակել ենք որպես պետական սեփականություն: Մալայզիայում եւ Կոտ դ'Իվուարում նույնպես իշխող կուսակցություններն ունեն սեփական լրատվամիջոցներ: Նմանատիպ ընկերությունները, ինչպես նաեւ ընդդիմադիր քաղաքական կուսակցություններին պատկանող լրատվամիջոցները մենք դասակարգեցինք որպես սեփականատիրության այլ դասին պատկանող: Որոշ դեպքերում ընտանեկան սեփականությունը սերտորեն հարաբերվում է պետության հետ: Ղազախստանում նախագահ Նազարբաեւի դուստրը եւ փեսան միասին վերահսկում են երկրի՝ մեր կողմից ուսումնասիրված 12 լրատվամիջոցներից 7-ը: Սաուդյան Արաբիայում թագավորական ընտանիքի անդամներին են պատկանում ամենամեծ ժողովրդականություն վայելող հինգ օրաթերթերից երկուսը: Այն դեպքերում, երբ լրատվամիջոցների հիմնական սեփականատերերի եւ պետությունների ղեկավարների միջեւ գոյություն ունեն ուղղակի ընտանեկան հարաբերություններ եւ իշխանական համակարգը միակուսակցական է, մենք այդ լրատվամիջոցները որակել ենք որպես պետական:

Գծապատկեր 8.2. Նորվեգական «TVN» ընկերության սեփականատիրական կառուցվածքը



Մեր ուսումնասիրության շրջանակներում գերակշռում են ընտանիքների եւ պետությունների միջեւ այլ հարաբերություններ: Ուկրայինայում վարչապետի տեղակալին է պատկանում խոշորագույն հեռուստակայանի ավելի քան 30 տոկոսը, իսկ Մալավիում «Նեյշն» թերթի սեփականատերը իշխող Միացյալ ժողովրդավարական ճակատ կուսակցության փոխնախագահ հանդիսացող գյուղատնտեսության նախարարն է: Այս պաշտոններից ոչ մեկը համարժեք չէ միակուսակացական իշխանական համակարգում պետության ղեկավարի պաշտոնին, եւ այդ պատճառով մենք այդ երկու լրատվամիջոցներն էլ որակել ենք որպես ընտանեկան սեփականություն: Պետությունների վերաբերյալ փաստաթղթերում արձանագրված են իշխանության հետ այլ ոչ պաշտոնական կապերի օրինակներ, սակայն դրանք չեն ազդել հիմնական սեփականատերերի մեր դասակարգման վրա: Ռուսաստանում փաստագրված են խոշորագույն հեռուստակայաններից մեկի սեփականատեր Բորիս Բերեզովսկու եւ այդ ժամանակվա նախագահ Բորիս Ելցինի միջեւ մոտ հարաբերությունները⁴: Ինդոնեզիայում նախկին նախագահ Սուհարտոյի դուստրը մինչ այժմ վերահսկում է երկրի խոշորագույն հեռուստակայաններից մեկը: Պետական վերահսկողության աստիճանը որոշելու ժամանակ պահպանողական լինելու նպատակով մենք բոլոր այս դեպքերում լրատվամիջոցները որակել ենք որպես ընտանեկան սեփականություն, քանի որ իշխանության փոփոխության արդյունքում քաղաքական գործչի եւ լրատվամիջոցի սեփականատիրոջ միջեւ կապը կընդհատվի:

Փոփոխականների կառուցում

Այս տվյալների հիման վրա մենք կառուցեցինք սեփականատիրության փոփոխականները: Նախ, հաշվարկեցինք յուրաքանչյուր դասում առկա ընկերությունների (պետական եւ մասնավոր) տոկոսային հարաբերակցությունները: Օրինակ Ֆիլիպինների հինգ խոշորագույն թերթերից երկուսը եւ հինգ խոշորագույն հեռուստակայաններից երեքը դասակարգել ենք որպես պետական սեփականություն: Մենք արձանագրել ենք, որ քանակական առումով Ֆիլիպինների թերթերի շուկայի 40 տոկոսը եւ հեռուստատեսության շուկայի 60 տոկոսը պետական սեփականություն են: Երկրորդ, մենք որոշեցինք սեփականատիրության փոփոխականն ըստ շուկայական մասնաբաժնի: Ֆիլիպիններում երկու պետական թերթերը տիրապետում են հինգ խոշորագույն թերթերի շրջանառության համապատասխանաբար 22,2 եւ 21,3 տոկոսին, այսինքն՝ ըստ շուկայական մասնաբաժնի թերթերի 43,5 տոկոսն է հանդիսանում պետական սեփականություն: Ինչ վերաբերում է հեռուստակայաններին, ապա Ֆիլիպիններում երեք պետական հեռուստակայանները միասին տիրապետում են հինգ խոշորագույն հեռուստակայանների դիտումների ընդամենը 17,5 տոկոսին, այսինքն՝ ըստ շուկայական մասնաբաժնի՝ հեռուստատեսության շուկայի 17,5 տոկոսն է հանդիսանում պետական սեփականություն:

Չնայած շուկայական մասնաբաժնի փոփոխականներն ավելի ճշգրիտ են, երբ ծառայում են որպես պետական վերահսկողության աստիճանի գնահատական, սակայն դրանք ունեն այն թերությունը, որ տարածաշրջանային թերթեր ունեցող երկրներում, ինչպիսին է Միացյալ Նահանգները, յուրաքանչյուր առանձին ընկերության շուկայական մասնաբաժինը փոքր է: Որպես հետեւանք, մեր կողմից սահմանված փոփոխականները հնարավոր չէ ճշգրտորեն համեմատել այն երկրների փոփոխականների հետ, որտեղ գործում են համազգային թերթեր: Այս քննադատությունն, իհարկե, պակաս չափով է վերաբերվում հեռուստատեսային ընկերություններին, որոնք սովորաբար համազգային նշանակություն ունեն: Ավելի ուշ ներկայացվելիք ռեզրեսիվ վերլուծություններում կիրառվել են շուկայական մասնաբաժնի փոփոխականները, սակայն քանակականները կիրառելու դեպքում էլ մեր արդյունքները փաստորեն նույնն են:

4 Բերեզովսկին (2000թ., էջ Ա27) գրել է. «Մենք Ելցինին օգնեցինք ընտրություններում հաղթանակ տանել կոմունիստների նկատմամբ՝ օգտագործելով մասնավոր հեռուստակայանները»:

Լրատվամիջոցների սեփականության ձեւերը

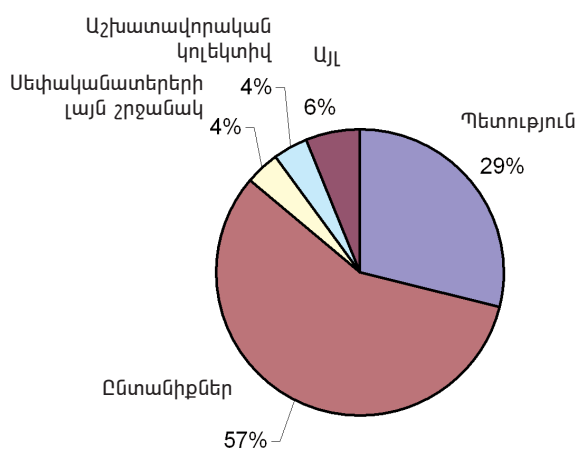
Այժմ մենք կանդրադառնանք տվյալների նկարագրությանը:

Նկարագրական վիճակագրություն

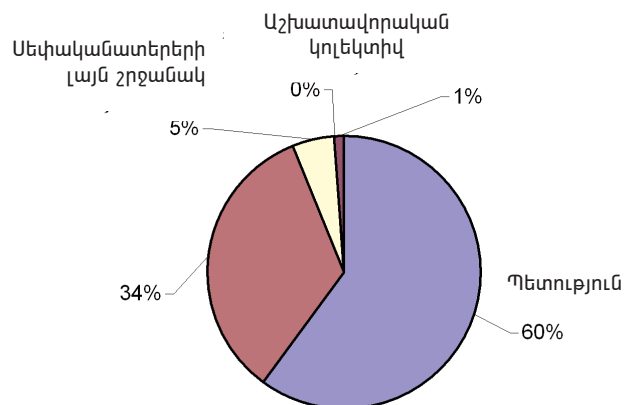
Մեր առաջին կարեւոր հայտնագործությունն այն էր, որ ամբողջ աշխարհում տարածում ունեն լրատվամիջոցների ընտանեկան եւ պետական սեփականության ձեւերը (գծապատկեր 8.3.): 97 երկրների ուսումնասիրության ժամանակ պարզվեց, որ լրատվամիջոցների ընդամենը 4 տոկոսը սեփականատերերի լայն շրջանակ ունի: 2 տոկոսից պակասն ունի սեփականատիրության այլ կառուցվածք, եւ ընդամենը 2 տոկոսն է պատկանում աշխատանքային կոլեկտիվներին: Ինչ վերաբերում է քանակական տվյալներին, ապա միջին հաշվով, ընտանիքների կողմից վերահսկվող թերթերին է պատկանում ընդհանուր թվի 57 տոկոսը, իսկ ընտանիքների կողմից վերահսկվող հեռուստակայաններին պատկանում է ընդհանուր թվի 34 տոկոսը: Պետական սեփականությունը նույնպես լայն տարածում ունի: Միջին հաշվով, պետությունը վերահսկում է թերթերի մոտ 29 տոկոսը եւ հեռուստակայանների մոտ 60 տոկոսը: Պետությանն է պատկանում նաեւ խոշորագույն ռադիոկայանների մի հսկայական հատվածը՝ 72 տոկոսը: Հիմնվելով այս հայտնագործությունների վրա՝ վերլուծության հետագա փուլերում մենք սեփականատիրությունը դասակարգեցինք երեք դասերի՝ պետական, մասնավոր (ընտանիքներին, սեփականատերերի լայն շրջանակներին եւ աշխատանքային կոլեկտիվներին պատկանող լրատվամիջոցների հանրագումարը) եւ այլ:

Գծապատկեր 8.3. Թերթերի եւ հեռուստատեսության սեփականատիրական կառուցվածքն ամբողջ աշխարհում

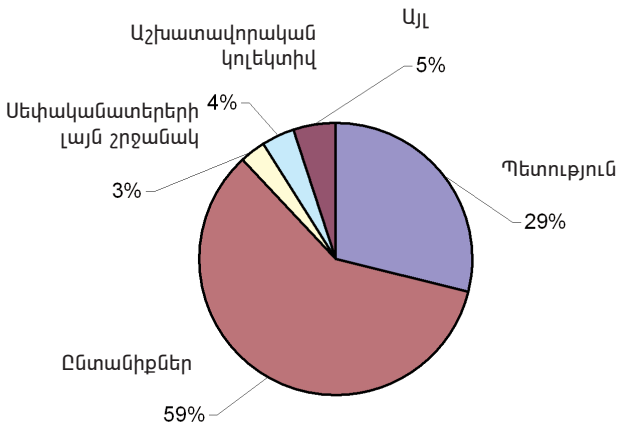
Մամուլի սեփականությունն ըստ քանակի



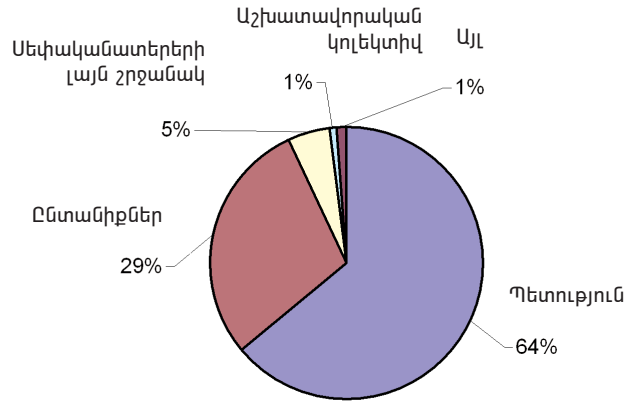
Հեռուստատեսության սեփականությունն ըստ քանակի



Մամուլի սեփականությունն ըստ մասնաբաժնի



Հեռուստատեսության սեփականությունն ըստ մասնաբաժնի



Աղբյուր՝ հեղինակներ:

Լրատվամիջոցների ոլորտում սեփականատերերի լայն շրջանակ ունեցող ընկերությունների բացակայությունը ծայրահեղ չափերի է հասնում, նույնիսկ համեմատած Լա Պորտայի եւ մյուսների (1999թ.) այն հայտնագործության հետ, որ ամբողջ աշխարհում խոշոր ընկերությունների սեփականատիրության կենտրոնացումը բավականին բարձր մակարդակ ունի: Այս արդյունքները համապատասխանում են Դեմսեցի (1989թ.) եւ Դեմսեցի ու Լեհնի (1985թ.) ենթադրությանը, որ համեմատած այլ ոլորտների հետ լրատվամիջոցների վերահսկման արդյունքում ստացվելիք պոտենցիալ խոշոր օգուտները մրցակցային ճնշում են ստեղծում դեպի սեփականատիրության կենտրոնացումը: Որոշ առումով, ինչպես իշխանությունները, այնպես էլ վերահսկող մասնավոր բաժնետերերը լրատվամիջոցների վերահսկման արդյունքում ստանում են նույն օգուտը՝ հասարակական կարծիքի եւ քաղաքական գործընթացի վրա ազդեցություն ունենալու հնարավորությունը:

Մենք ընդունել ենք, որ պետությունը լրատվամիջոցների շուկայում մենաշնորհի ունի, եթե իր կողմից վերահսկվող լրատվական ընկերությունների մասնաբաժինը գերազանցում է 75 տոկոսը: Ընդհանուր առմամբ 21 երկրներում գոյություն ունեն օրաթերթերի պետական մենաշնորհներ, իսկ 43 երկրներում՝ տեղական նորություններ հաղորդող հեռուստակայանների պետական մենաշնորհներ: Ընտանիքները եւ պետությունը վերահսկում են լրատվամիջոցներն անկախ այն բանից, թե հաշվարկները կատարվել են քանակական, թե՞ շուկայական մասնաբաժնի տվյալների հիման վրա:

Հեռուստատեսությունն ունի պետական սեփականության նշանակալիորեն ավելի բարձր մակարդակ, քան թերթերը⁵: Այս հայտնագործությունը բացատրելու համար պետական սեփականության կողմնակիցը կխոսի հասարակական բարիքի մասին եւ կնշի, որ հեռուստատեսության հեռարձակումները, գոնե մասնակիորեն, ենթակա չեն վերահսկման եւ մրցակցության: Հեռուստատեսությունն ունի նաեւ ավելի բարձր

5 Միայն հինգ երկրներում է (Գանա, Ֆիլիպիններ, Ուգանդա, Ուկրաինա եւ Ուզբեկստան), որ պետությունը հինգ խոշորագույն թերթերն ավելի մեծ չափով է վերահսկում, քան հինգ խոշորագույն հեռուստակայանները:

հաստատուն ծախսեր, քան հրատարակչությունը, եւ ծավալների մեծացմանը ավելի շատ եկամուտներ է ապահովում: Այսպիսով, մասնավոր հատվածը կարող է ոչ համապատասխան հեռարձակման ծառայություններ տրամադրել, հատկապես հեռավոր շրջաններին, էթնիկական փոքրամասնություններին կամ ուսանողներին ծառայող փոքր շուկաներում: Այս տեսությունները Եվրոպայում պետական հեռարձակումները կարգավորող օրենքներից շատերի հիմքն են կազմում: Ի տարբերություն հեռուստատեսության, քաղաքական տեսանկյունից մասնավոր թերթերն ավելի հեշտ է ենթարկել գրաքննության, քան մասնավոր հեռուստատեսությունը: Քանի որ հեռուստատեսությունը կարող է ուղիղ եթեր դուրս գալ, ապա հաղորդումների բնույթը վերահսկելու համար հավանաբար անհրաժեշտ կլինի հեռուստատեսության սեփականատերը լինել: Այս դեպքում, այն կառավարությունները, որոնք ցանկանում են գրաքննել նորությունները, սեփականության իրավունքով կտիրեն հեռուստակայաններին⁶:

Մինչ այժմ ներկայացված պարզ վիճակագրությունից բազմաթիվ հարցեր են ծագում: Առկա փաստերից կարելի է ենթադրել, որ լրատվամիջոցների սեփականությունը խոշոր մասնավոր օգուտներ է տրամադրում: Ամբողջ աշխարհում լրատվամիջոցները վերահսկվում են այն սուբյեկտների կողմից, որոնք հավանաբար արժեքավորում են այդ մասնավոր օգուտները, այսինքն՝ ընտանիքների եւ պետության կողմից: Մասնավորապես, պետության կողմից լրատվամիջոցների սեփականության աստիճանից, հատկապես հեռուստատեսության եւ ռադիոյի ոլորտներում, կարելի է ենթադրել, որ իշխանությունները օգուտ են ստանում լրատվամիջոցներում տեղեկատվական հոսքերը վերահսկելու շնորհիվ: Առկա փաստերից ելնելով՝ մենք առայժմ չենք կարող ասել, թե արդյոք պետական սեփականությունը բխում է շուկայի սխալներն ուղղելու եւ սպառողներին պաշտպանելու բարի նպատակներից, թե՞ տեղեկատվական հոսքերը վերահսկելու պակաս բարի ցանկությունից: Հետագա վերլուծության ընթացքում մենք փորձել ենք ստուգել այս երկու ենթադրությունները:

Լրատվամիջոցների սեփականության դետերմինանտները

Այս հատվածում մենք ուսումնասիրել ենք, թե սեփականատիրական կառուցվածքներն ինչպես են հարաբերվում երկրների տարբեր առանձնահատկությունների հետ: Մենք ուսումնասիրել ենք լրատվամիջոցների սեփականության հիմնական դետերմինանտները, ինչպիսիք են պետության աշխարհագրական դիրքը, զարգացվածության մակարդակը, տնտեսությանը միջամտելու կառավարության հակումները եւ քաղաքական ռեժիմը: Այս բոլոր առանձնահատկությունների համար դժվար է պնդել, որ պատճառահետեւանքային կապը ծագում է ավելի շուտ լրատվամիջոցների սեփականությունից, քան թե պետությունների այս հիմնական առանձնահատկություններից:

Աֆրիկական երկրներում, Միջին Արեւելքում եւ Հյուսիսային Աֆրիկայում թերթերի եւ հեռուստատեսության պետական սեփականության աստիճանը նշանակալիորեն ավելի բարձր է, քան ցանկացած այլ վայրում: Աֆրիկյան կառավարությունները, միջին հաշվով, վերահսկում են հինգ խոշորագույն օրաթերթերի 61 տոկոսը եւ հասանելի են հինգ խոշորագույն հեռուստակայանների լսարանի 85 տոկոսի համար: Աֆրիկյան

6 Այս առումով մեկ այլ փաստարկն էլ այն է, որ հեռարձակման հաճախականությունների սեփականության իրավունքը սահմանելու դժվարությունների պատճառով հեռուստատեսության անհրաժեշտ կարգավորումների աստիճանն ավելի բարձր է: Արդյունավետության տեսանկյունից պետության համար ավելի օպտիմալ տարբերակ է հեռուստակայանների ուղղակի վերահսկողությունը, քան ոլորտը կարգավորելը եւ ստանդարտներին համապատասխանության մոնիտորինգի վրա միջոցներ ծախսելը: Այս փաստարկները վիճարկվել են Քոնյսի (1959թ.) եւ մյուսների կողմից, որոնք հեռարձակման հաճախականությունների տեխնոլոգիական առանձնահատկություններից ծագող պետական սեփականության եւ կարգավորման որեւէ անհրաժեշտություն չեն տեսնում:

երկրների երկու երրորդում գոյություն ունեն հեռուստատեսային հեռարձակման մեծաշնորհներ: Բացառությամբ Իսրայելի, Միջին Արեւելքի եւ Հյուսիսային Աֆրիկայի, բոլոր երկրներում գոյություն ունեն հեռուստատեսային հեռարձակման մեծաշնորհներ: Այդ երկրներում բարձր է նաեւ թերթերի պետական սեփականության աստիճանը, որը միջին հաշվարկով կազմում է ընդհանուր շրջանառության 50 տոկոսը:

Ի տարբերություն դրա, Արեւմտյան Եվրոպայում եւ Հյուսիսային ու Հարավային Ամերիկաներում թերթերը մեծ մասամբ մասնավոր են: Արեւմտյան Եվրոպայում հինգ խոշորագույն օրաթերթերից ոչ մեկը պետական չէ: Հյուսիսային ու Հարավային Ամերիկաներում թերթերի մեծ մասը տասնամյակներ շարունակ պատկանում է առանձին ընտանիքների եւ կառավարվում է նրանց կողմից: Հեռուստատեսության պետական սեփականության աստիճանը Հյուսիսային ու Հարավային Ամերիկաներում նույնպես շատ ավելի ցածր է, քան այլ տարածաշրջաններում: Բրազիլիայում, Մեքսիկայում, Պերուում եւ Սիացյալ Նահանգներում հինգ խոշորագույն հեռուստակայաններից ոչ մեկը պետական չէ. մեր ուսումնասիրության շրջանակներում նման ցուցանիշ ունի նաեւ միայն մեկ երկիր (Թուրքիան): Ի տարբերություն դրա, Արեւմտյան Եվրոպայում, որպես պետական հեռարձակումների նշանակալի քանակի հետեւանք, պետական սեփականությունը միջին հաշվարկով կազմում է 48 տոկոս ըստ քանակի եւ 55 տոկոս ըստ շուկայական մասնաբաժնի:

Ասիա-խաղաղօվկիանոսյան տարածաշրջանի, Կենտրոնական եւ Արեւելյան Եվրոպայի եւ նախկին Խորհրդային Միության անդամ երկրների սեփականատիրական կառուցվածքը մոտ է ուսումնասիրության արդյունքում ստացված միջին ցուցանիշներին, չնայած այս տարածաշրջանների ներսում սեփականատիրական կառուցվածքն ըստ երկրների էականորեն տարբերվում է, օրինակ՝ Ինդոնեզիան եւ Թաիլանդն ունեն լրատվամիջոցների պետական սեփականության ցածր մակարդակ, մինչդեռ Կորեայի ժողովրդադեմոկրատական Հանրապետությունում եւ Սյանմարում գոյություն ունեն պետական մեծաշնորհներ: Նմանապես, Էստոնիայում եւ Մոլդովայում լրատվամիջոցների գերակշիռ մեծամասնությունը մասնավոր է, իսկ Բելառուսում եւ Թուրքմենստանում գոյություն ունեն պետական մեծաշնորհներ:

Ավելի աղքատ երկրներում թերթերի եւ հեռուստատեսության պետական սեփականության աստիճանն ավելի բարձր է (աղյուսակ 8.2.): Այս եզրահանգմանը մենք եկանք, երբ ուսումնասիրվող երկրները բաժանեցինք չորս մասի՝ ըստ 1999թ.-ին մեկ շնչին ընկնող ՀԱԱ-ի ցուցանիշների: Թերթերի պետական սեփականության միջին ցուցանիշը (ըստ մասնաբաժնի) ամենացածր եկամուտն ունեցող մասի 49,7 տոկոսից կտրուկ ընկնում է մինչեւ ամենաբարձր եկամուտն ունեցող մասի 0 տոկոսը: Հեռուստատեսության դեպքում, ամենացածր եկամուտն ունեցող մասի պետական սեփականության միջին ցուցանիշը (ըստ մասնաբաժնի) կազմում է 78 տոկոս, իսկ ամենաբարձր եկամուտն ունեցող մասինը՝ 52,7 տոկոս:

Այն երկրներում, որտեղ ընդհանուր տնտեսության մեջ պետական սեփականությունն ավելի մեծ տոկոս է կազմում, լրատվամիջոցների պետական սեփականությունը նույնպես բարձր ցուցանիշներ ունի (աղյուսակ 8.3.): ՊԸ-ների առավել ցածր ինդեքս (ինչը ցույց է տալիս, որ տնտեսությունում պետական սեփականության մասնաբաժինը մեծ է) ունեցող երկրներում թերթերի պետական սեփականության միջին ցուցանիշը (ըստ մասնաբաժնի) կազմում է 48,5 տոկոս, իսկ հեռուստատեսության պետական սեփականության ցուցանիշը (ըստ մասնաբաժնի)՝ 78,6 տոկոս: Ի տարբերություն դրա, ՊԸ-ների առավել բարձր ինդեքս (ինչը ցույց է տալիս, որ տնտեսությունում պետական սեփականության մասնաբաժինը փոքր է) ունեցող երկրներում թերթերի պետական սեփականության միջին ցուցանիշը (ըստ մասնաբաժնի) կազմում է ընդամենը 20,3 տոկոս, իսկ հեռուստատեսության պետական սեփականության ցուցանիշը (ըստ մասնաբաժնի)՝ 60,4 տոկոս:

8.4. աղյուսակը ցույց է տալիս, որ ավտոկրատ կառավարություն ունենալու դեպքում լրատվամիջոցների պետական սեփականությունն առավել հավանական է: Ավտոկրատիայի բոլոր քառորդներում այս փոփոխարաբերակցությունը միատարր է:

8.5. աղյուսակը դիտարկում է, թե արդյոք մեկ շնչին ընկնող եկամուտը, ՊԸ ինդեքսը եւ ավտոկրատիան անկախ ազդեցություն չունեն՝ լրատվամիջոցների պետական սեփականության վրա: Ընդհանուր առմամբ, բոլոր երեք փոփոխականները ռեգրեսիվ վերլուծությունում նշանակալի ազդեցություն ունեն: Լրատվամիջոցների պետական սեփականության հետեւանքների վերլուծություններում մենք համապատասխանաբար դիտարկել ենք մեկ շնչին ընկնող եկամտի, ՊԸ ինդեքսի եւ ավտոկրատիայի չափանիշները:

Նախնական ցուցանիշները վիճելի են դարձնում լրատվամիջոցների պետական սեփականության բարերարության տեսակետը: Պակաս զարգացած, տնտեսությանն առավել միջամտող կառավարություն ունեցող եւ առավել ավտոկրատ երկրներում լրատվամիջոցների պետական սեփականության ցուցանիշն ավելի բարձր է: Մինչդեռ պետական սեփականության կողմնակիցների շուկայի սխալականության փաստարկները ենթադրում են հակառակը՝ առավել հարուստ եւ ժողովրդավարական երկրները պետք է շուկայի սխալներն ուղղեն պետական սեփականության միջոցով: Հաջորդ վերլուծությունում մենք կդիտարկենք նույն խնդիրը՝ ուսումնասիրելով լրատվամիջոցների պետական սեփականության հետեւանքները:

Աղյուսակ 8.2. Լրատվամիջոցների պետական սեփականությունը եւ մեկ շնչին ընկնող ՀԱԱ-ն (միջիններն ըստ քառորդ մասերի)

<i>Մեկ շնչին ընկնող ՀԱԱ, ըստ քառորդ մասերի</i>	<i>Մամուլ, ըստ քանակի</i>	<i>Մամուլ, ըստ մասնաբաժնի</i>	<i>Չեռուստատեսություն, ըստ քանակի</i>	<i>Չեռուստատեսություն, ըստ մասնաբաժնի</i>
1 (ցածր)	0,486	0,497	0,667	0,780
2 (միջինից ցածր)	0,550	0,565	0,792	0,781
3 (միջինից բարձր)	0,129	0,106	0,463	0,473
4 (բարձր)	0,000	0,000	0,474	0,527

Նշում՝ մեկ շնչին ընկնող ՀԱԱ-ի միջիններն, ըստ քառորդ մասերի: Պետական սեփականություն հանդիսացող լրատվամիջոցներն ըստ քանակի եւ մասնաբաժնի: *Աղբյուր՝* հեղինակների հաշվարկներ:

Աղյուսակ 8.3. Լրատվամիջոցների պետական սեփականությունը եւ ՊԸ ինդեքսը (միջիններն ըստ քառորդ մասերի)

<i>ՊԸ, ըստ քառորդ մասերի</i>	<i>Մամուլ, ըստ քանակի</i>	<i>Մամուլ, ըստ մասնաբաժնի</i>	<i>Չեռուստատեսություն, ըստ քանակի</i>	<i>Չեռուստատեսություն, ըստ մասնաբաժնի</i>
1 (բարձր)	0,488	0,485	0,768	0,786
2 (միջինից բարձր)	0,444	0,459	0,702	0,786
3 (միջինից ցածր)	0,339	0,338	0,622	0,672
4 (ցածր)	0,202	0,203	0,535	0,604

Նշում՝ ՊԸ միջիններն, ըստ քառորդ մասերի: Պետական սեփականություն հանդիսացող լրատվամիջոցներն ըստ քանակի եւ մասնաբաժնի: *Աղբյուր՝* հեղինակների հաշվարկներ:

Աղյուսակ 8.4. Լրատվամիջոցների պետական սեփականությունը եւ ավտոկրատիան (միջիններն ըստ քառորդ մասերի)

<i>Ավտոկրատիա, ըստ քառորդ մասերի</i>	<i>Մամուլ, ըստ քանակի</i>	<i>Մամուլ, ըստ մասնաբաժնի</i>	<i>Հեռուստատեսություն, ըստ քանակի</i>	<i>Հեռուստատեսություն, ըստ մասնաբաժնի</i>
1 (բարձր)	0,717	0,737	0,917	0,920
2 (միջինից բարձր)	0,529	0,576	0,900	0,907
3 (միջինից ցածր)	0,460	0,454	0,524	0,655
4 (ցածր)	0,100	0,094	0,470	0,608

Նշում՝ Ավտոկրատիայի միջիններն, ըստ քառորդ մասերի:

Պետական սեփականություն հանդիսացող լրատվամիջոցներն ըստ քանակի եւ մասնաբաժնի:

Աղբյուր՝ հեղինակների հաշվարկներ:

Աղյուսակ 8.5. Լրատվամիջոցների պետական սեփականության դետերմինանտները

<i>Փոփոխական</i>	<i>Մեկ շնչին ընկնող ՉԱԱ</i>	<i>ՊԸ ինդեքս</i>	<i>Ավտոկրատիա</i>	<i>Հաստատուն</i>	<i>R²</i>	<i>N</i>
Մամուլի պետական սեփականություն (ըստ մասնաբաժնի)	-0,0084* (0,0027)	-0,0185*** (0,0112)	-0,8345* (0,1462)	1,0948* (0,1075)	0,5574	97
Հեռուստատեսության պետական սեփականություն (ըստ մասնաբաժնի)	0,0043 (0,0035)	-0,0356*** (0,0133)	-0,5652* (0,0908)	1,1879* (0,0572)	0,3779	97

* Կարելոր է 1 տոկոսի դեպքում:

** Կարելոր է 5 տոկոսի դեպքում:

***Կարելոր է 10 տոկոսի դեպքում:

Աղբյուր՝ հեղինակների հաշվարկներ:

Լրատվամիջոցների պետական սեփականության հետեւանքները

Այս հատվածում մենք ուսումնասիրել ենք լրատվամիջոցների պետական սեփականության հետեւանքները մի շարք սոցիալական ցուցանիշների վրա, ինչպիսիք են մամուլի ազատությունը, քաղաքական եւ տնտեսական շուկաների գործունեությունը եւ սոցիալական հետեւանքները, որոնցից են մանկական մահացությունը եւ կրթական մակարդակը: Այս վերլուծության ժամանակ մեզ համար կարելոր է հնարավորին չափով կարողանալ զանազան հետեւանքները հարաբերել ավելի շուտ լրատվամիջոցների պետական սեփականության, քան թե հասարակության այլ հատկանիշների հետ: Մենք ցույց ենք տվել, որ տնտեսությանը միջամտող եւ ոչ ժողովրդավարական

կառավարություններ ունեցող աղքատ երկրներն ունեն լրատվամիջոցների պետական սեփականության ավելի բարձր մակարդակ: Համապատասխանաբար, բոլոր ռեգրեսիվ վերլուծություններում մենք հաշվի ենք առել մեկ շնչին ընկնող ՀԱԱ-ի, ՊԸ-ների տնտեսության մեջ ներառվածության ինդեքսի եւ ավտոկրատիայի ցուցանիշները: Սակայն դա մեզ հնարավորություն չի տվել միանշանակորեն մեկնաբանել լրատվամիջոցների պետական սեփականության եւ զանազան հետեւանքների միջեւ պատճառահետեւանքային փոխհարաբերությունները: Չնայած լրատվամիջոցների պետական սեփականությունը կարող է փոխարինել որեւէ հաշվի չառնված «բացասական» երեւույթի, սակայն եթե մեր ընդգրկված ցուցանիշները հաստատուն պահելու դեպքում պետական սեփականությունն օգնում է կանխատեսել բացասական հետեւանքները, ապա այն պետք է սերտորեն կապված լինի հաշվի չառնված «բացասական» երեւույթի հետ: Օրինակ՝ երկրի հաշվի չառնված հատկանիշը պետք է արտահայտի տեղեկատվական հոսքերը վերահսկելու պետության շահագրգռվածությունը կամ նման մեկ այլ երեւույթ:

Մեկնաբանությունները պարզեցնելու համար մենք այնպես ենք համակարգել ստացված փոփոխականները, ինչպես նաեւ ցուցանիշները, որպեսզի բարձր արժեքները ներկայացնեն դրական գնահատական: Այսինքն՝ կոռուպցիայի եւ մանկական մահացության բարձր արժեք ունեցող փոփոխականները համապատասխանաբար նշանակում են կոռուպցիայի ցածր աստիճան եւ մանկական ցածր մահացություն:

Մանուլի ազատություն

Լրատվամիջոցների պետական սեփականության վերաբերյալ զանազան տեսությունները համեմատելու ամենապարզ ճանապարհը հավանաբար մանուլի ազատության վրա ուշադրությունը կենտրոնացնելն է: Վերջիվերջո, կառավարության բարերարության տեսությունների հիմնական ենթատեքստն այն է, որ կառավարության կողմից սեփականության առավել մեծ չափերը պետք է որ հանգեցնեն մանուլի ավելի մեծ ազատությունների, քանի որ նման դեպքում լրատվամիջոցները խուսափում են ծայրահեղ հարուստ կամ ծայրահեղական հայացքներ ունեցող անհատների կողմից վերահսկվելուց:

8.6. աղյուսակը ներկայացնում է լրատվամիջոցների ազատության «օբյեկտիվ» չափանիշների ռեգրեսիվ վերլուծությունը լրատվամիջոցների պետական սեփականության նկատմամբ: Մենք լրատվամիջոցների ազատությունը չափել ենք լրագրողների եւ լրատվամիջոցների նկատմամբ բռնությունների իրական դեպքերի հիման վրա, որոնք ներկայացված են կառավարությունների կողմից բանտարկված լրագրողների եւ փակված լրատվամիջոցների վերաբերյալ «Reporters Sans Frontieres» (2000թ.) հաշվետվությունում: Մենք կատարել ենք նաեւ այլ հաշվարկներ բանտարկված լրագրողների իրական քանակի վերաբերյալ «Լրագրողների պաշտպանության կոմիտեի» (2000թ.) հաշվետվության հիման վրա: Մենք դիտարկել ենք նաեւ ինտերնետային գրաքննության չափը:

8.6. աղյուսակը ցույց է տալիս լրատվամիջոցների պետական սեփականության բացասական ազդեցությունը լրատվամիջոցների ազատության վրա, երբ մեկ շնչին ընկնող եկամուտը, կառավարության միջամտությունը տնտեսությանը եւ ավտոկրատիան հաստատուն մեծություններ են. այստեղ գործակիցների կեսից քիչ պակասը վիճակագրականորեն կարելի է: Լրատվամիջոցներն ավելի անկախ են, իսկ լրագրողները պակաս հաճախականությամբ են ձերբակալվում եւ բանտարկվում, երբ լրատվամիջոցները մասնավոր են: Տվյալներին ավելի ուշադիր նայելիս ի հայտ է գալիս մի համակարգված պատկեր: Լրագրողների նկատմամբ բռնությունների քանակը մեծ է Քենիայում, Նիգերիայում եւ Թուրքիայում, որտեղ լրատվամիջոցների գերակշիռ մեծամասնությունը մասնավոր է, հավանաբար այն պատճառով, որ բռնություն-

ները փոխարինում են սեփականության տեսքով պետական վերահսկողությամբ: Այսուհանդերձ, բռնությունների քանակը մեծ է նաեւ որոշ երկրներում, որտեղ լրատվամիջոցների պետական սեփականության մակարդակը բարձր է, ինչպիսիք են Անգոլան, Բելառուսը, Իրանը եւ Չինաստանը: Ավելին, որոշ երկրներում, ինչպիսիք են Կորեայի Ժողովրդադեմոկրատական Հանրապետությունը եւ Լատսի Ժողովրդադեմոկրատական Հանրապետությունը, որտեղ գոյություն ունեն լրատվամիջոցների պետական մենաշնորհներ, ակնհայտ է «Կաստրոյի էֆեկտը», երբ պետական վերահսկողությունն այնքան հզոր է, որ լրագրողների նկատմամբ բռնությունների կիրառման միջոցով ազատության առավել սահմանափակումը դառնում է անիմաստ:

Աղյուսակ 8.6. Լրատվամիջոցների ազատությունը

Փոփոխական	Սամուլի պետական սեփականություն (ըստ մասնաբաժնի)	Հեռուստատեսության պետական գրավոր սեփականություն (ըստ մասնաբաժնի)	Մեկ շնչին ընկնող ՀԱՄ	որը ինդեքս	Լիտերալատիա	Պատասխան	R ²	N
Բանտարկված լրագրողներ (RSF)	-0,0815*** (0,0487)		0,0013 (0,0011)	0,0014 (0,0044)	0,0412 (0,0536)	0,9223* (0,0542)	0,1650	97
		-0,0247 (0,0423)	0,0022* (0,0009)	0,0024 (0,0045)	0,0691 (0,0661)	0,8531* (0,0825)	0,1355	97
Փակված լրատվամիջոցներ	-0,0514 (0,0547)		0,0018 (0,0018)	-0,0045 (0,0060)	0,0599 (0,0599)	0,9170* (0,0567)	0,0771	97
		0,0622 (0,0730)	0,0020 (0,0013)	-0,0013 (0,0048)	0,1309** (0,0606)	0,7930* (0,0926)	0,0802	97
Բանտարկված լրագրողներ (RSF)	-0,4136* (0,1571)		0,0065*** (0,0037)	-0,0012 (0,0182)	-0,0841 (0,2128)	0,8966* (0,2030)	0,1929	97
		-0,3753** (0,1617)	0,0119* (0,0040)	-0,0042 (0,0184)	-0,0277 (0,2213)	0,9395* (0,2432)	0,1699	97

* Կարելու է 1 տոկոսի դեպքում:

** Կարելու է 5 տոկոսի դեպքում:

***Կարելու է 10 տոկոսի դեպքում:

«RSF»՝ «Reporters Sans Frontieres»:

«CPJ»՝ Լրագրողների պաշտպանության կոմիտե:

Նշում՝ բոլոր կախյալ փոփոխականները վերահաշվարկվել են այնպես, որ ավելի մեծ արժեքները համապատասխանեն ավելի դրական հետեւանքների: Լրատվամիջոցների ազատությունը վերաբերվում է մամուլի ազատության ինդեքսին թերթերի համար եւ հեռարձակման ազատության ինդեքսին հեռուստատեսության եւ ռադիոյի համար: Փակագծերում ներկայացված են ստանդարտ սխալները:

Աղբյուր՝ հեղինակների հաշվարկներ, «CPJ»-ի տվյալներ (2000թ.), «RSF»-ի տվյալներ (2000թ.):

Քաղաքական շուկաներ

Մենք ուսումնասիրում ենք լրատվամիջոցների սեփականության հետեւանքները քաղաքական զարգացումների երկու կողմերի վրա: Առաջինը, մենք դիտարկել ենք լրատվամիջոցների սեփականության ազդեցությունը երկրի քաղաքացիների քաղաքացիական եւ քաղաքական իրավունքների վրա: Եթե տեղեկատվության հոսքն անհրաժեշտ է քաղաքացիների իրավունքների իրականացման համար, եւ եթե լրատվամիջոցների պետական սեփականությունն ազդում է տեղեկատվական հոսքերի վրա, ապա մենք պետք է տեսնենք պետական սեփականության եւ իրավունքների միջեւ կապը: Երկրորդ՝ տեղեկատվական հոսքերը կարող են նպաստել կառավարության նկատմամբ հասարակության վերահսկողության ավելացմանը եւ մեծացնել քաղաքական գործիչների պատասխանատվության աստիճանն անհարիր գործունեության դեպքում: Այս դեպքում լրատվամիջոցների պետական սեփականությունը կնպաստի կոռուպցիայի ավելացմանը (Բեսլի եւ Բուրջես, պատրաստվում է տպագրության, Մեն, 1984, 1999թթ.): Այս վերլուծության մեջ մենք կրկին ներառել ենք մեկ շնչին ընկնող եկամուտը, ՊԸ-ների պետական սեփականությունը եւ ավտոկրատիան:

Արդյունքները ներկայացվում են 8.7. աղյուսակում: Մամուլի պետական սեփականությունը բնորոշ կերպով բացասական ազդեցություն ունի քաղաքացիների իրավունքների եւ կոռուպցիայի վրա: Շատ դեպքերում մամուլի պետական սեփականության ազդեցությունը վիճակագրականորեն կարելու է, մինչդեռ հեռուստատեսության պետական սեփականությունը հիմնականում վիճակագրականորեն կարելու չէ: Այս արդյունքները բնականորեն համապատասխանում են այն տեսակետին, որ մամուլի պետական սեփականությունը խոչընդոտում է տեղեկատվության հոսքին դեպի հասարակություն՝ այդպիսով նվազեցնելով քաղաքացիների իրավունքների արժեքը եւ կառավարության արդյունավետությունը:

Մեր արդյունքները հիմնականում մամուլի դեպքում ավելի նշանակալի են, քան հեռուստատեսության դեպքում: Հեռուստատեսության դեպքում պետական սեփականության ազդեցությունները էական չեն: Պատճառներից մեկը կարող է լինել այն, որ մասնավոր մամուլի ներկայությունը, ինչն ավելի տարածված երեւոյթ է, որոշակի վերահսկողության հնարավորություն է տրամադրում պետական հեռուստատեսության նկատմամբ՝ ապահովելով ավելի ազատ տեղեկատվության հոսքեր, քան դա կարող էր լինել, եթե երկուսն էլ գտնվեին պետության ձեռքերում: Տվյալները հաստատում են, որ հետեւանքներն ավելի բացասական են այն դեպքում, երբ պետությանն են պատկանում ինչպես թերթերը, այնպես էլ հեռուստատեսությունը, քան թե այն դեպքում, երբ պետությունը վերահսկում է այդ երկու ոլորտներից միայն մեկը:

Աղյուսակ 8.7. Քաղաքական շուկաներ

Փոփոխական	Մամուլի պետական սեփականություն (ըստ մասնագրանի)	Հեռուստատեսության պետական սեփականություն (ըստ մասնագրանի)	Մեկ շնչին ընկնող ՀԱՍ	ՊՐ Խոնքը	Ավտոկրառիա	Գաղափար	R ²	N
Քաղաքական իրավունքներ	-0,1872* (0,0613)		0,0107* (0,0019)	-0,0011 (0,0071)	0,7772* (0,0780)	-0,0511 (0,0779)	0,8112	97
		-0,1278*** (0,0682)	0,0130* (0,0019)	-0,0011 (0,0079)	0,8275* (0,0692)	-0,0816 (0,0852)	0,8132	97
Քաղաքացիական ազատություններ	-0,1531* (0,0532)		0,0105* (0,0017)	-0,0002 (0,0063)	0,5334* (0,0748)	0,1145*** (0,0703)	0,7507	97
		-0,0804 (0,0659)	0,0122* (0,0017)	0,0006 (0,0071)	0,5886* (0,0685)	0,0608 (0,0875)	0,7529	97
Կոռուպցիա	-0,6819*** (0,4174)		0,0661* (0,0114)	-0,0289 (0,0450)	0,8072*** (0,4833)	2,5209* (0,4524)	0,4863	79
		0,0193 (0,4455)	0,0728* (0,0123)	-0,0174 (0,0457)	1,2313** (0,5496)	1,8852* (0,6688)	0,4863	79

* Կարելոր է 1 տոկոսի դեպքում:
 ** Կարելոր է 5 տոկոսի դեպքում:
 ***Կարելոր է 10 տոկոսի դեպքում:
 Նշում՝ բոլոր կախյալ փոփոխականները վերահաշվարկվել են այնպես, որ ավելի մեծ արժեքները համապատասխանեն ավելի դրական հետեւանքների: Փակագծերում ներկայացված են ստանդարտ սխալները:
 Աղբյուր՝ հեղինակների հաշվարկներ:

Տնտեսական համակարգ

Լրատվամիջոցների կողմից տեղեկատվության մատակարարումը կարող է նաեւ բարելավել տնտեսական համակարգի գործունեությունը: Երբ քաղաքացիներն ավելի լավ են տեղեկացված, ապա նրանք կարող են քաղաքական գործունեության միջոցով ավելի արդյունավետորեն սահմանափակել իրենց տնտեսական վնաս հասցնելու կառավարության հնարավորությունը, օրինակ, սեփականության բռնագրավման կամ բիզնեսի չափից ավելի կարգավորման միջոցով: Այդպիսով, այն երկրներում, որտեղ լրատվամիջոցներն ավելի արդյունավետ են գործում, տնտեսական կառավարման ինդիկատորները, ինչպիսիք են կարգավորման որակը եւ սեփականության իրավունքների անվտանգությունը բռնագրավումից եւ միջամտությունից, պետք է ավելի բարձր լինեն:

8.8. աղյուսակը ցույց է տալիս, որ լրատվամիջոցների պետական սեփականությունը հարաբերվում է մասնավոր սեփականության ավելի թույլ անվտանգության հետ՝ հաշվարկված «Freedom House»-ի սեփականության իրավունքների անվտանգության ինդեքսով եւ «Քաղաքացիական ռիսկերի ծառայության» կողմից հաշվարկված բռնագրավման ռիսկի չափանիշով: Լրատվամիջոցների պետական սեփականության ավելի բարձր մակարդակ ունեցող երկրներում ցածր է նաեւ կարգավորումների որակը, որը հաշվարկված է Համաշխարհային բանկի կողմից: Մամուլի դեպքում արդյունքները վիճակագրականորեն ավելի նշանակալի են, քան հեռուստատեսության եւ ռադիոյի դեպքում:

Սեփականության անվտանգության արդյունքներից նույնպես կարելի է ենթադրել, որ լրատվամիջոցների պետական սեփականությունը բացասական երեւոյթ է: Մամուլի ազատության եւ քաղաքական մրցակցության վերաբերյալ մեր նախկին փաստերի հետ միասին այս նոր փաստը լայնորեն նպաստում է այն տեսակետին, որ կառավարությունները տիրապետում են լրատվամիջոցներին (հատկապես մամուլին) ոչ թե տնտեսական եւ քաղաքական համակարգերի գործունեությունը բարելավելու, այլ իրենց իշխանության ղեկի մոտ մնալու հավանականությունը մեծացնելու նպատակով:

Աղյուսակ 8.8. Տնտեսական շուկաներ

Փոփոխական	Մամուլի պետական սեփականություն (ըստ մասնաբաժնի)	Հեռուստատեսության պետական սեփականություն (ըստ մասնաբաժնի)	Մեկ շնչին ընկնող ՀԱԱ	ՊԸ ինդեքս	Ավտոկրատիա	Հաստատուն	R ²	N
Սեփականության անվտանգություն	-0,2415* (0,0676)		0,0114* (0,0019)	0,0295* (0,0080)	-0,1035 (0,1106)	0,5720* (0,1070)	0,5892	91
		-0,0088 (0,0611)	0,0135* (0,0018)	0,0342* (0,0081)	0,0429 (0,1230)	0,3611* (0,1236)	0,5893	91
Զոնա-չրավման շիսկ	-2,8428* (0,6998)		0,0650* (0,0222)	0,1105 (0,1010)	-1,5156 (1,1106)	9,2214* (0,9643)	0,3112	81
		-2,1013** (1,0370)	0,1007* (0,0272)	0,0975 (0,1144)	-1,2372 (1,4425)	9,3301* (1,6183)	0,3084	81
Կարգավորման տրակ	-0,5496* (0,1748)		0,0204* (0,0046)	0,0627* (0,0178)	0,5395** (0,2427)	-0,5032** (0,2412)	0,6046	97
		-0,1458 (0,1593)	0,0261* (0,0048)	0,0701* (0,0197)	0,8219* (0,2643)	-0,8656* (0,2834)	0,6062	97

* Կարելու է 1 տոկոսի դեպքում:

** Կարելու է 5 տոկոսի դեպքում:

***Կարելու է 10 տոկոսի դեպքում:

Նշում՝ բոլոր կախյալ փոփոխականները վերահաշվարկվել են այնպես, որ ավելի մեծ արժեքները համապատասխանեն ավելի դրական հետեւանքների: Փակագծերում ներկայացված են ստանդարտ սխալները:

Աղբյուր՝ հեղինակների հաշվարկներ:

Աղյուսակ 8.9. Սոցիալական հետեւանքներ

Փոփոխական	Մամուլի պետական սեփականություն ըստ մասնաբաժնի)	Ղեկավարության պետական սեփականություն (ըստ մասնաբաժնի)	Մեկ շնչին ընկնող ՀԱԱ	ՊՐ ինդեքս	Ավտոկրատիա	Հաստատուն	R ²	N
Դարոցական կրթություն	-12,4252*** (6,8314)		-0,2927 (0,1882)	0,6594 (0,6836)	11,2711 (10,9235)	31,1315* (10,8036)	0,1791	67
		-18,6429* (7,1035)	-0,0990 (0,2068)	0,2327 (0,6922)	5,8109 (9,4805)	44,3819* (10,8167)	0,2221	67
Հաճախելիություն	-17,6477** (9,0161)		0,1021 (0,1762)	0,5956 (0,7532)	-10,0709 (10,9333)	106,0125* (10,9157)	0,1137	92
		-15,5171*** (9,4133)	0,3166 (0,1983)	0,5261 (0,7678)	-7,6437 (10,8303)	107,4779* (12,8582)	0,1155	92
Աշակերտ/ ուսուցիչ հարաբերակցություն	-0,1909* (0,0627)		0,0076* (0,0017)	0,0004 (0,0079)	-0,1646* (0,0641)	0,8529* (0,0562)	0,3976	89
		-0,2537* (0,0651)	0,0107* (0,0019)	-0,0042 (0,0077)	-0,1904* (0,0758)	0,9724* (0,0834)	0,3879	89
Կյանքի տեւողություն	-11,1692* (3,1662)		0,4709* (0,0694)	0,3563 (0,3664)	-5,7165*** (3,5440)	69,7560* (3,6037)	0,4680	95
		-10,8742* (3,3970)	0,6196* (0,0726)	0,2580 (0,3609)	-4,9429 (3,8853)	72,0350* (4,7135)	0,4741	95
Մանկական մահացություն	-0,2692* (0,0833)		0,0086* (0,0015)	0,0007 (0,0082)	-0,1184 (0,0891)	0,9052* (0,0944)	0,4142	95
		-0,2548* (0,0835)	0,0122* (0,0020)	-0,0015 (0,0086)	-0,0953 (0,0936)	0,9514* (0,1133)	0,4170	95
Անունը	-332,0943** (195,8358)		26,9430* (4,8200)	4,7406 (16,2370)	-155,0844 (205,9862)	2841,2880* (214,3279)	0,4102	93
		-327,5296** (167,5104)	30,8943* (4,5334)	0,0288 (17,5395)	-96,7649 (197,5197)	2889,1050* (254,9896)	0,4265	93

* Կարելոր է 1 տոկոսի դեպքում:

** Կարելոր է 5 տոկոսի դեպքում:

***Կարելոր է 10 տոկոսի դեպքում:

Նշում՝ բոլոր կախյալ փոփոխականները վերահաշվարկվել են այնպես, որ ավելի մեծ արժեքները համապատասխանեն ավելի դրական հետեւանքների: Փակագծերում ներկայացված են ստանդարտ սխալները:

Աղբյուր՝ հեղինակների հաշվարկներ:

Սոցիալական հետեւանքներ

Մեր վերլուծությունում ուշադրություն է դարձվել քաղաքական եւ տնտեսական ազատությանը, սակայն ցանկության դեպքում կարելի է վիճարկել, որ մամուլի պետական սեփականության իրական օգուտները բաժին են հասնում հասարակության անբարենպաստ պայմաններում գտնվող անդամներին: Ազատ լինելով կապիտալիստ սեփականատերերի ազդեցությունից՝ պետության կողմից վերահսկվող լրատվամիջոցները կարող են ծառայել աղքատների եւ անբարենպաստ վիճակում գտնվողների սո-

ցիալական կարիքներին եւ այդպիսով բարելավել սոցիալական հետեւանքները: Ի հակադրություն դրա, ոմանք կարող են թերահավատորեն պնդել, որ կառավարությունը լրատվամիջոցների սեփականությունը կօգտագործի մամուլը լռեցնելու եւ անբարենպաստ վիճակում գտնվող խմբերին իրենց բողոքներն արտահայտելու մեխանիզմից զրկելու նպատակով: Այս դեպքում պետական սեփականությունը կարող է հարաբերվել ավելի վատ սոցիալական հետեւանքների հետ:

Երկու տեսակետների հակադիր կանխատեսումները կարող են գնահատվել փորձի հիման վրա: 8.9. աղյուսակը ներկայացնում է լրատվամիջոցների պետական սեփականության եւ կրթության ու առողջության ինդիկատորների միջուկ փոխկապվածությունը՝ որպես հաստատուն մեծություն պահպանելով մեկ շնչին ընկնող եկամուտը, ընկերությունների պետական սեփականությունը եւ ավտոկրատիան: Լրատվամիջոցների պետական սեփականության բարձր աստիճան ունեցող երկրներում նկատելի է դպրոցական կրթության, հաճախելիության եւ աշակերտ/ուսուցիչ հարաբերակցության ավելի ցածր մակարդակ: Առողջության հետ կապված հետեւանքները, ինչպիսիք են կյանքի տևողությունը, մանկական մահացությունը եւ թերսնումը, նույնպես ավելի վատ ցուցանիշներ ունեն այն երկրներում, որտեղ պետությանն ավելի շատ լրատվամիջոցներ են պատկանում: Լրատվամիջոցների սեփականության այն կառուցվածքները, որոնք հարաբերվում են տնտեսական եւ քաղաքական ավելի դրական փոփոխականների հետ, բարենպաստ են նաեւ սոցիալական հետեւանքների համար: Արդյունքները սոցիալական հետեւանքների համար հիմնականում ավելի դրական են, քան տնտեսական եւ քաղաքական փոփոխականների համար, եւ համանման են ինչպես հեռուստատեսության այնպես էլ մամուլի դեպքում:

Սեփականություն, թե՞ մենաշնորհ

Նախորդ ուսումնասիրությունների արդյունքները մի կարելուր հարց են բարձրացնում՝ արդյո՞ք լրատվամիջոցների պետական սեփականության անբարենպաստ ազդեցությունը մենաշնորհի կամ մենաշնորհային մոտ իրավիճակի հետեւանքը չէ: Կամ՝ արդյո՞ք պետության սեփականության առավել մեծ քանակը միշտ բացասական է, նույնիսկ երբ դրա շուկայական մասնաբաժինն ավելի փոքր է: Երբ Միացյալ Թագավորությունում հիմնադրվեց «Բի-Բի-Սի»-ն, պետական սեփականության կողմնակիցները պնդում էին, որ այն պետք է մենաշնորհ ունենա: Վերջին տարիներին ավելի մեղմ փաստարկներ են գերակշռում, հատկապես Արեւմտյան Եվրոպայում, որտեղ պետական սեփականության որոշակի աստիճանը, հատկապես հեռուստատեսության ասպարեզում, հիմնավոր է համարվում, քանի որ այն հասարկությանն առանձնահատուկ բնույթի տեղեկատվություն է տրամադրում, որը մասնավոր լրատվամիջոցները հնարավոր է, որ չտրամադրեին: Քանի որ մեր ուսումնասիրությունների շրջանակներում ընդգրկված պետություններից ոչ մեկում ոչ թերթերի, ոչ էլ հեռուստատեսության մասնավոր մենաշնորհներ գոյություն չունեն, մենաշնորհի խնդիրը վերաբերվում է միայն պետական սեփականությանը:

Այս խնդիրը քննելու նպատակով մենք ուսումնասիրվող երկրները բաժանեցինք խմբերի (անհավասար չափերով)՝ ըստ թերթերի շրջանառության եւ հեռուստատեսային լսարանի նկատմամբ պետական վերահսկողության աստիճանների: Այդպիսով ստեղծեցինք թերթերի շրջանառության նկատմամբ պետական վերահսկողության չորս չափանմուշներ՝ 0-ից մինչեւ 25 տոկոս, 25-ից մինչեւ 50 տոկոս, 50-ից մինչեւ 75 տոկոս եւ 75 տոկոսից ավել պետական վերահսկողությամբ: Համապատասխան չափանմուշներ մենք ստեղծեցինք նաեւ հեռուստատեսային լսարանի նկատմամբ պետական վերահսկողության համար: 75 տոկոսից ավել պետական վերահսկողություն

ունեցող երկրներին մենք անդրադառնում ենք որպես տվյալ շուկայում պետական մենաշնորհ ունեցողների: 8.6.- 8.9. աղյուսակներում տրված ռեզրեսիաները մենք վերահավարկեցինք այդ չափանմուշների կիրառմամբ (առանձին՝ թերթերի եւ հեռուստատեսության համար)՝ նախընտրելով դա լրատվամիջոցների պետական սեփականության ազդեցությունների գծային հատկանիշների կիրառմամբ: Բաց թողնված չափանմուշը միշտ համապատասխանում է երկրորդ քառորդին՝ 25-ից մինչեւ 50 տոկոս պետական վերահսկողությանը: Մենք դիտարկել ենք, թե ինչպես են զանազան հետեւանքները տարբերվում ըստ քառորդների:

Լրատվամիջոցների ազատության եւ քաղաքական ու տնտեսական շուկաների վերաբերյալ արդյունքները չեն ապացուցում, որ զանազան հետեւանքների վրա պետական սեփականության անբարենպաստ ազդեցության միակ պատճառը պետական մենաշնորհներն են: Ընդհանուր առմամբ, ստացված տվյալներից ոչ մի հստակ ենթադրություն հնարավոր չէ անել, քանի որ պետական սեփականության ինչպես երրորդ, այնպես էլ չորրորդ քառորդները հաճախ խոշոր բացասական ազդեցություն ունեն: Սակայն սեփականության քառորդ չափանմուշների գործակիցների մեծ մասը վիճակագրականորեն կարելու չեն: Կրճատ լինելու նպատակով մենք այդ տվյալները չենք ներկայացնում:

Արդյունքներն ավելի հստակ են սոցիալական հետեւանքների համար: Սովորաբար, չնայած ոչ միշտ, ինչպես թերթերի, այնպես էլ հեռուստատեսության դեպքում առաջին քառորդ չափանմուշի գործակիցները դրական են, մինչդեռ երրորդ եւ չորրորդ քառորդ չափանմուշներինը՝ բացասական: Այս տվյալներից կարելի է ենթադրել, որ սոցիալական հետեւանքները վատթարանում են լրատվամիջոցների պետական սեփականության մակարդակի մեծացման ամբողջ ընթացքում: Ինչքան ավելի մեծ է մրցակցությունը լրատվամիջոցների ոլորտում, այնքան ավելի դրական են հետեւանքները: Եթե անբարենպաստ հետեւանքները լինեին միայն մենաշնորհների արդյունք, ապա մենք, ի տարբերություն դրա, առաջին եւ երրորդ չափանմուշներում կունենայինք զրո գործակիցներ: Սակայն մենք պետք է նշենք նաեւ, որ սոցիալական հետեւանքների վիճակագրականորեն ամենակարելուր եւ ամենախոշոր անբարենպաստ ազդեցություններն ի հայտ են գալիս պետական մենաշնորհների դեպքերում, հատկապես հեռուստատեսության ուսումնասիրության ժամանակ:

Եզրակացություն

Այս գլուխը ներկայացնում էր լրատվամիջոցների պետական սեփականության անբարենպաստ հետեւանքների մի շարք փաստեր՝ պետությունների հիմնական առանձնահատկությունները հաստատուն պահելու դեպքում: Լրատվամիջոցների պետական սեփականությունը վնասաբեր է տնտեսական, քաղաքական եւ, զարմանալիորեն, սոցիալական հետեւանքների համար: Վերջին հայտնագործությունը հատկապես կարելու է սովորաբար ներկայացվող փաստարկների լույսի ներքո, որոնք զանազան ոլորտներում, ներառյալ լրատվամիջոցներինը, պետական սեփականությունն արդարացնում են մեջբերելով անբարենպաստ պայմաններում գտնվողների սոցիալական կարիքների գործոնը: Եթե մեր հայտնագործությունը ճշգրիտ է, ապա այն հիմնովին հերքում է այս փաստարկի ճշմարտացիությունը: Տվյալները ցույց են տալիս, որ, ընդհակառակը, լրատվամիջոցների մասնավոր սեփականության մակարդակի աճը մասնավորեցման կամ նոր լրատվամիջոցների մուտքն այդ ոլորտ խրախուսելու միջոցով կարող է նպաստել զանազան քաղաքական եւ տնտեսական նպատակների իրականացմանը, եւ հատկապես աղքատների սոցիալական կարիքների բավարարմանը:

Գրականություն

- Barro, Robert and Jong-Wha Lee. 1996. "International Measures of Schooling Years and Schooling Quality." *American Economic Review* 86(2): 218-23.
- Berezovsky, Boris. 2000. "Our Reverse Revolution: Under Yeltsin, We Oligarchs Helped Stop Russia from Reverting to its Old, Repressive Ways." *Washington Post*, October 26.
- Besley, Timothy, and Robin Burgess. Forthcoming. "The Political Economy of Government Responsiveness: Theory and Evidence from India." *Quarterly Journal of Economics*.
- Committee to Protect Journalists. 2000. *Attacks on the Press in 1999: A Worldwide Survey by the Committee to Protect Journalists*. Available online: <http://www.cpj.org> .
- Coase, Ronald H. 1959. "The Federal Communications Commission." *Journal of Law and Economics* 2(5): 1-40.
- Demsetz, Harold. 1989. "The Amenity Potential of Newspapers and the Reporting of Presidential Campaigns." In H. Demsetz, ed., *Efficiency, Competition, and Policy*. London, Basil Blackwell.
- Demsetz, Harold, and Kenneth Lehn. 1985. "The Structure of Corporate Ownership: Causes and Consequences." *Journal of Political Economy* 93(6): 1155-77.
- Djankov, Simeon, Caralee McLiesh, Tatiana Nenova, Andrei Shleifer. "Who Owns the Media?" Working Paper. National Bureau of Economic Research, Cambridge, Massachusetts.
- . Forthcoming. "Who Owns the Media?" *Journal of Law and Economics*.
- European Institute of the media. 2000. "Media in the CIS." Duesseldorf, Germany.
- Fraser Institute. 2000. *Economic Freedom of the World*. Vancouver, Canada.
- Freedom House. 2000a. *The Annual of Survey Press Freedom 2000*. New York. Available on: <http://www.freedomhouse.org/research/presssurvey.htm> .
- . 2000b. *Freedom in the World: Annual Survey of Freedom Country Ratings 1999/2000*. Available online: <http://www.freedomhouse.org/research/freeworld/2000/index.htm> .
- Grossman, Sanford J., and Oliver Hart. 1988. "One Share-One Vote and the Market for Corporate Control." *Journal of Financial Economics* 20(1-2): 175-202.
- Kaufmann, Daniel, Arat Kraay, and Pablo Zoido-Lobaton. 1999. "Governance Matters." Policy Research Working Paper no. 2196. World Bank, Washington D.C.
- La Porta, Rafael, Florencio Lopez-de-Silanes, and Andrei Shleifer. 1999. "Corporate Ownership around the World." *Journal of Finance* 54(2): 471-517.
- La Porta, Rafael, Florencio Lopez-de-Silanes, Andrei Shleifer, and Robert Vishny. 1999. "The Quality of Government." *Journal of Law, Economics, and Organization* 15(3): 222-79.
- Polity IV Project. 2000. *Polity IV Dataset: Political Regime Characteristics and Translations, 1980-1999*. College Park, Maryland: University of Maryland, Center for International Development and Conflict Management. Available online: <http://www.cidcm.umd.edu/inscr/polity> .
- Political Risk Services. 2000. *International Country Risk Guide*. East Syracuse, New York: Institutional Reform and Informational Sector.
- Reporters Sans Frontieres. 2000. *Annual Report 2000*. Available online: <http://www.rsf.fr> .
- Sen, Amartya. 1984. *Poverty and Famines*. Oxford, U.K.: Oxford University Press.

- . 1999. *Development as Freedom*. New York: Alfred A. Knopf.
- Simons, Henry. 1984. *Economic Policy of a Free Society*. Chicago: University of Chicago Press.
- Stigler, George. 1961. "The Economics of Information." *Journal of Political Economy* 69(3): 213-25.
- Stiglitz, Joseph E. 2000. "The Contributions of the Economics of Information to Twentieth Century Economics." *Quarterly Journal of Economics* 115(4): 1441-78.
- UNDP (United Nations Development Programme). 2000. *Human Development Report 2000*. New York.
- UNESCO (United Nations Educational, Cultural, and Scientific Organization). 1999. *Annual Statistical Yearbook*. Paris, France: Institute for Statistics.
- World Association of Newspapers. 2000. *World Press Trends 2000*. Paris: Zenith Media.
- World Bank. 2000a. *Database of Enterprise Indicators on Transition Economies, Europe, and Central Asia Region*. Washington D.C.
- . 2000b. *World Development Indicators 2000*. Washington D.C.
- Zenith Media. 2000a. *Americas Market and Mediafact*. London, the United Kingdom.
- . 2000b. *Asia Pacific Market and Mediafact*. London.
- . 2000c. *Central and Eastern Europe Market and Mediafact*. London.
- . 2000d. *Middle East and Africa Market and Mediafact*. London.
- . 2000e. *Western European Market and Mediafact*. London.

9

Լրատվամիջոցները որպես արտադրություն՝ զանգվածային հաղորդակցության տնտեսական կազմակերպություններ

Բրյուս Մ. Օուեն

Մենք հաճախ զարգացող երկրների զանգվածային լրատվամիջոցներին նայում ենք քաղաքական տեսանկյունից, տալով այնպիսի հարցեր, ինչպիսիք են՝ արդյո՞ք դրանք ենթակա են պետական վերահսկողության կամ գրաքննության, եւ ի՞նչ չափով է լրագրողների աշխատանքը նպաստում ժողովրդավարության նպատակների իրականացմանը, ինչպիսիք են իշխանության թափանցիկությունը եւ կարծիքների արտահայտման ազատությունը: Չարգացման խնդրում լրատվամիջոցների դերի ուսումնասիրությունը նաեւ հաճախ շեշտը դնում է լսարանների եւ մշակութային արժեքների նկատմամբ լրատվամիջոցների ազդեցության վրա (տես՝ Համաշխարհային բանկ, 2001թ., գլուխ 10): Այս գլխում լրատվամիջոցները դիտարկվում են պարզապես որպես բիզնես:

Տնտեսական արդյունքի մեջ լրատվամիջոցների ուղղակի ներդրումները բավականին համեստ են՝ այս ոլորտը համարյա բոլոր տնտեսություններում՝ լինեն դրանք հարուստ, թե աղքատ, համեմատաբար փոքր է: Օրինակ՝ 1999թ.-ին ռադիոյի եւ հեռուստատեսության բաժինը ԱՄՆ համախառն ներքին արդյունքում կազմել է 0,7 տոկոս, բոլոր տպագիր ծառայությունների, ներառյալ թերթերի եւ այլ պարբերականների բաժինը կազմել է 1,06 տոկոս, իսկ կինոնկարների բաժինը՝ 0,3 տոկոս: Այնուամենայնիվ, զանգվածային լրատվամիջոցների քաղաքական եւ այլ ոչ տնտեսական ազդեցություններն, անկասկած, մեծ նշանակություն ունեն, իսկ տնտեսական զարգացման վրա լրատվամիջոցների անուղղակի տնտեսական ազդեցությունները դժվար թե պակաս կարելուր լինեն: Գովազդների միջոցով ֆինանսավորվող լրատվամիջոցները սպառողական եւ առեւտրային տեղեկատվության խոշոր աղբյուր են եւ գիտելիքների տարածման միջոց, իսկ այդ երկու գործոնները նպաստում են տնտեսական զարգացմանը: Գովազդներում պարունակվող առեւտրային տեղեկատվության հասանելիությունը մեծապես նվազեցնում է սպառողների կողմից գործարքների եւ փնտրման վրա ծախսվող գումարների չափը եւ զանգվածային մարքեթինգի հնարավորություն է ստեղծում, որը բնութագրվում է ծավալների աճի դեպքում արդյունավետության աճով: Նմանապես, առեւտրային տեղեկատվության տարածումը, ինչպիսիք են ապրանքների գները եւ աշխատավարձերի չափերը, նպաստում է փոքր ձեռնարկություններում արտադրողականության ավելացմանը: Չանգվածային հաղորդակցությունը ծառայում է նաեւ կարելուր, գուցե նույնիսկ բացառիկ, քաղաքական, մշակութային եւ կրթական նպատակների:

Սակայն զանգվածային լրատվամիջոցների քաղաքական, մշակութային կամ անուղղակի տնտեսական օգուտներից ոչ մեկը չի կարող գոյություն ունենալ, համեմայն դեպս շուկայական տնտեսություններում, եթե լրատվամիջոցներն իրենք հաջող ձեռնարկություններ չլինեն: Այդ պատճառով կարելու է լրատվական ձեռնարկությունների առևտրային հիմքը եւ կառուցվածքը բացատրող տնտեսական գործոնների ընկալումը: Լրատվական ձեռնարկությունների սեփականատերերի համար առևտրային հաջողությունը կամ պետք է ինքնին նպատակ լինի, կամ էլ ծառայի որպես ճանաչում, իշխանություն կամ ազդեցություն ձեռք բերելու եւ պահպանելու համար անհրաժեշտ նախապայման: Այդպես է, քանի որ նրանք չեն կարող իշխանություն եւ ազդեցություն ձեռք բերել առանց առևտրային հաջողությունների, եթե միայն մրցակցության բացակայություն չլինի: Լրատվամիջոցների այն բովանդակությունը, որը լավագույն կերպով ծառայում է իշխանություն եւ ազդեցություն ձեռք բերելու նպատակ ունեցող լրատվամիջոցների սեփականատերերին, այն նույն բովանդակությունը չէ, որն անհրաժեշտ է առևտրային հաջողության հասնելու (եւ այդ պատճառով գուցե նաեւ գոյատևելու) համար շուկայական մրցակցային միջավայրում (լրատվամիջոցների կառուցվածքի եւ դրանց բովանդակության վրա ազդող տնտեսական մրցակցության միջուկ փոխհարաբերությունների բազմակողմանի քննարկումների համար տես՝ Օուեն, 1975թ.):

Լրատվամիջոցների արտադրանքների տնտեսական բնութագրերը

Լրատվամիջոցներն արտադրում են երկու տեսակի արտադրանք՝ բովանդակություն եւ գովազդ: Չնայած այս երկու արտադրանքները գտնվում են փոխկախվածության մեջ, սակայն երկուսն էլ ունեն իրենց առանձնահատկությունները:

Բովանդակություն

Զանգվածային լրատվամիջոցները սպառողներին բովանդակություն (տեղեկատվություն եւ զվարճություններ) են վաճառում: Այդպես վարվելով՝ լրատվամիջոցները լսարաններ են գրավում, ինչը հաճախ կարելի է վաճառել գովազդ պատվիրողներին: Այսպիսով, ընդհանուր առմամբ, լրատվամիջոցներն ունեն եկամուտի երկու աղբյուր՝ բովանդակություն եւ լսարաններ: Մենք ունենք իրարից ծայրահեղորեն տարբերվող լրատվամիջոցների օրինակներ: Օրինակ՝ այնպիսի լրատվամիջոցները, ինչպիսիք են ավանդական առևտրային հեռուստաընկերությունները, ամբողջապես հիմնվում են լսարանները գովազդ պատվիրողներին վաճառելու վրա: Այլ կազմակերպությունները, ինչպիսիք են կինոնկարներ արտադրող ստուդիաները եւ գրահրատարակչությունները, ամբողջապես հիմնվում են սպառողներին բովանդակության վաճառքի վրա, եւ գովազդ պատվիրողներին լսարաններ չեն վաճառում: Որոշ այլ միջոցներ, ինչպիսիք են գովազդային վահանակները, ազդերը եւ որոշ պարբերականները, ամբողջապես կազմված են գովազդներից:

Առաջին լրատվամիջոցները եղել են թերթերն ու այլ պարբերականները: 19-րդ դարի կեսերին շատ երկրներում թերթերը սկսեցին եկամուտներ ստանալ սպառողական ապրանքների զանգվածային վաճառքով զբաղվողների կողմից պատվիրվող գովազդների տպագրումից: Այդպիսով, թերթերի շրջանառության աճին նպաստեց մի շարք գործոնների համակցությունը՝ նորությունների տարածման տեխնոլոգիան նպաստեց զանգվածային շուկաների զարգացմանը, ինչպես նաեւ՝ թերթերի ավելի

լայն շրջանառությանը, աճող գրագիտությունը նպաստեց շրջանառության պահանջարկին, իսկ տպագրության նոր տեխնոլոգիան եւ թերթային էժան թղթի մեծածավալ մատակարարումը նպաստեցին ավելի լայն շրջանառությանը եւ բաժանորդագրման ավելի ցածր արժեքներին:

Որպես սպառողական արտադրանք, լրատվամիջոցների բովանդակությունն ունի երկու հիմնական տնտեսական առանձնահատկություն: Առաջինը՝ բովանդակությունը հասարակական բարիք է: Սա պարզապես նշանակում է, որ բովանդակության որեւէ միավորի, ասենք լրատվական հոդվածի, առաջին ընթերցողի համար արտադրության ծախսը կլինի ոչ ավելի, քան 10000-րդի համար: Եթե հոդվածի արտադրությունն արժե 500 ԱՄՆ դոլար, ապա մեկ ընթերցողի դեպքում յուրաքանչյուր ընթերցողի համար ծախսը կկազմի 500 ԱՄՆ դոլար, իսկ 10000 ընթերցողի դեպքում՝ 0,05 ԱՄՆ դոլար: Կարճ ասած, զանգվածային լրատվամիջոցների բովանդակության արտադրությունը բնութագրվում է որպես ծավալների աճի դեպքում արդյունավետության հսկայական աճ ունեցող արտադրություն: Սա վերաբերում է բոլոր զանգվածային լրատվամիջոցներին՝ թերթերից մինչեւ արբանյակային հեռուստաալիքները:

Լրատվամիջոցների բովանդակության երկրորդ հիմնական առանձնահատկությունը դրանց հետերոգեն կամ տարաբնույթ լինելն է: Լրատվամիջոցների բովանդակության երկու միավորներ չեն կարող նույնանման լինել, մասամբ այն պատճառով, որ լրատվամիջոցներն ունեն իրենց կողմից արտադրվող բովանդակության մտավոր սեփականության իրավունքներ, եւ մասամբ էլ այն պատճառով, որ առելտրային նպատակներից ելնելով, լրատվամիջոցները պետք է բովանդակությունը տարաբնույթ դարձնեն ավելի լայն լսարաններ գրավելու, եւ հետեւաբար առանձին միավորների ավելի ցածր արժեք ունեցող լրատվամիջոցների հետ հաջողությամբ մրցակցելու համար: Արտադրանքը տարաբնույթ դարձնելը ծախսատար գործունեություն է, որը ծավալների աճի դեպքում հիմնականում ուղեկցվում է եկամուտների նվազումով:

Թերթերի արդյունաբերության կառուցվածքը նկարագրում է այս գործոնները: Ծավալների աճի դեպքում արդյունավետության աճը, երբ բովանդակության ստեղծման առաջին օրինակի վերաբերյալ իրականացված ծախսը նույնն է ընթերցողների աճող քանակի դեպքում, տեղիք է տալիս ենթադրելու, որ թերթերը կարող են դառնալ բնական մենաշնորհներ: Քանի որ ավելի լայն շրջանառություն ունեցող թերթերն ունեն միավորների ավելի ցածր արժեք, ապա նրանք պետք է նաեւ հնարավորություն ունենան ավելի փոքր թերթերին դուրս վանել շուկայից: Սակայն պետությունների մեծ մասում միայն մեկ թերթ չէ, որ ծառայում է ինչպես համազգային, այնպես էլ տեղական շուկաներին: Մեծ թվով թերթերի առկայությունը պարտադիր կերպով չի նշանակում, որ շուկան գտնվում է անկայուն վիճակում՝ դեպի մենաշնորհը տանող ճանապարհին: Դա պարզապես կարող է նշանակել, որ մրցակցող թերթերը հնարավորություններ են գտել հաճոյանալու տարբեր լսարաններին կամ տարբեր գովազդ պատվիրողներին, որոնք ունեն այնպիսի ճաշակ, որը հնարավոր չէ միաժամանակ բավարարել մի որեւէ առանձին բովանդակություն տրամադրելու միջոցով: Տարաբնույթությունը կարող է շատ ձեւեր ընդունել: Որոշ լրատվամիջոցներ, ինչպես օրինակ տեղական թերթերը, մասնագիտանում են տեղական բնույթի նորություններ տրամադրելու մեջ: «*Բոմբեյ թայմս*»-ը չի կարող մրցակցել Կալկաթայում, քանի որ այն չի կարող արդյունավետ խորությամբ լուսաբանել Կալկաթայի տեղական նորությունները՝ միաժամանակ գրավիչ մնալով Բոմբեյի ընթերցողների եւ գովազդ պատվիրողների համար: Նմանապես, մոնղոլական Ուլան Բատորը դժվար թե կարողանար 1994թ.-ին ունենալ 18 «հիմնական» թերթեր, եթե այդ թերթերը հստակորեն չտարբերվեին քաղաքական եւ այլ առումներով (Ուիլյամս, 1995թ.):

Շատ երկրներում թերթերը մասնագիտանում են նաեւ ըստ քաղաքական պատկանելության: Ոչ առելտրային, կուսակցությունների կողմից ֆինանսավորվող թերթերը

սովորական երեւոյթ են: Որոշ ընթերցողներ կարող են արժանահավատ չհամարել ընդդիմադիր կուսակցության տեսակետները կիսող թերթի բովանդակությունը կամ կարող են պարզապես հաճույք ստանալ, երբ իրենց սեփական տեսակետներն ամրապնդվում են նույն տեսակետն արտահայտող բովանդակության կողմից: Այն հրատարակիչները, ովքեր փորձում են մրցակցել ծավալների աճի դեպքում արդյունավետության աճ ունեցող արդյունաբերությունում, բնականորեն ուղղորդվում են դեպի նման ճաշակներ ունեցող սպառողների հատվածները: Համանման մասնագիտացում գոյություն ունի նաև լեզվական, էթնիկական եւ մշակութային գործոնների վերաբերյալ: Ինչպես թերթերը, այնպես էլ հեռարձակող լրատվամիջոցներն ունեն նույն լրատվամիջոցի միջոցով տարբեր ճաշակներ բավարարելու որոշակի ունակություն: Թերթերն ունեն բաժիններ, օրինակ՝ նորությունների եւ սպորտային, որոնք բավարարում են լսարանի տարբեր հատվածների պահանջները: Ռադիո եւ հեռուստակայանները հաճախ լսարանի տարբեր հատվածներին, ինչպիսիք են երեխաները եւ մեծահասակները, ծառայում են օրվա տարբեր ժամերին տարբեր բովանդակություն առաջարկելով: Մոնդոլիան կրկին ուշադրության արժանի օրինակ է հանդիսանում: Չնայած այն 1995թ.-ին ուներ ընդամենը չորս հեռուստաալիք, սակայն հարցազրույցների ժամանակ հեռուստադիտողները նշել էին, որ գոյություն ունեն յոթը: Յուրաքանչյուր ալիք օրվա տարբեր ժամերին առաջարկում էր տարբեր լեզուներով հաղորդումներ, եւ հեռուստադիտողներն այդ լեզուներն ընկալում էին որպես տարբեր ալիքների կողմից ներկայացվող հաղորդումներ (Ուիլյամս, 1995թ.):

Թերթերի դեպքում, տեխնոլոգիաներն ու աշխարհագրությունը նույնպես ազդում են թերթերի ծավալների սահմանափակումների վրա: Քաղաքային թերթերը տրանսպորտային աճող ծախսեր են ունենում (ինչպես նաև առաքման ուշացումների հետ կապված ծախսեր), երբ նրանք փորձում են ծառայություններ մատուցել քաղաքից դուրս գտնվող վայրերում: Այդ ծախսերը տարածության ավելացման դեպքում աճում են ավելի քան համամասնորեն՝ բնակչության խտության նվազման պատճառով: Այդ պատճառով փոքր երկրներում ազգային թերթեր ունենալու ավելի մեծ հավանականություն գոյություն ունի: Վերջին ժամանակներս ազգային եւ տարածաշրջանային թերթերն այս խնդիրը լուծում են կիրառելով հաղորդակցության առաջատար տեխնոլոգիաները, որոնք հնարավորություն են ընձեռում նույն թերթը միաժամանակ տպագրել բազմաթիվ վայրերում: Աշխարհագրությունը որոշ առումով ավելի քիչ նշանակություն ունի ռադիոյի եւ հեռուստատեսության, քան թերթերի համար: Հեռարձակող լրատվամիջոցները ակնթարթային արագություն ունեն եւ կարող են ալեհավաքների միջոցով ցածր արժեքներով միաժամանակ հեռարձակվել ամբողջ երկրով մեկ: Այդ պատճառով Միացյալ Նահանգներում ռադիոյի եւ հեռուստատեսության ազգային ցանցեր գոյություն ունեին շատ ավելի վաղ, քան համազգային թերթեր:

Գովազդ պատվիրողների կողմից ֆինանսավորվող մրցակցող լրատվամիջոցների մի շարք տնտեսական մոդելներ հանգեցին այն եզրակացությանը, որ նման լրատվամիջոցները միտված կլինեն բավարարել զանգվածային հետաքրքրությունների կամ նվազագույն ընդհանուր հայտարար ունեցող զանգվածային հետաքրքրությունների պահաջարկը՝ կրկնօրինակելով նույնանման ծրագրերը եւ անտեսելով փոքրամասնությունների ճաշակը (Շտեյներ, 1952թ., գրական տեսության համար տես՝ Օուեն եւ Ուայլդեն, 1992թ., գլուխ 3): Այստեղից թերեւս կարելի էր եզրակացնել, որ որեւէ մենաշնորհատիրոջը պատկանող բազմաթիվ հեռուստաալիքներն ավելի բազմաբնույթ բովանդակություն կունենան, քան նույն քանակի միմյանցից անկախ ալիքները: Սակայն ավելի ընդհանուր մոդելներն այս եզրակացության ճշմարտացիության վերաբերյալ կասկածների տեղիք են տալիս: Այսօր տնտեսագետներն ընդունում են, որ մրցակցող, առավելագույն շահույթ հետապնդող լրատվական արդյունաբերության կողմից ար-

տադրվող բովանդակության բազմազանության աստիճանը կախված է սպառողների եւ գովազդ պատվիրողների նախընտրություններից, ծրագրերի արժեքներից եւ այլ գործոններից, եւ ոչ մի հիմք չկա ենթադրելու, որ որեւէ մենաշնորհ ունեցող ավելի բազմաբնույթ ծրագրեր կարտադրի (Օուեն եւ Ուայլդմեն, 1992թ., գլուխ 4):

Ձանգվածային լրատվամիջոցների վերաբերյալ քննարկումների ժամանակ հաճախ կիրառվում է «բազմազանություն» տերմինը: Բովանդակության բազմազանություն ասելիս հասկացվում են հասանելի բովանդակության ծավալները, իսկ աղբյուրների բազմազանություն ասելիս՝ բովանդակությունն ընտրողների կամ սահմանողների շրջանակը: Հավանաբար, նպաստավոր քաղաքական հետեւանքների համար կարելու է աղբյուրների բազմազանությունը կամ միգուցե բովանդակության ընտրության մակարդակում տեղեկատվության խոչընդոտների բացակայությունը: Սակայն տնտեսական տեսանկյունից կարելու է ընդունել, որ ոչ թե աղբյուրների, այլ բովանդակության բազմազանությունն է ազդում սպառողների բարեկեցության վրա: Աղբյուրների բազմազանության եւ բովանդակության բազմազանության միջեւ որեւէ անհրաժեշտ փոխհարաբերություն գոյություն չունի:

Ձանգվածային լրատվամիջոցների բովանդակության որակը բազմակողմանի է եւ դժվար է չափել կամ համեմատել: Սակայն առեւտրային տեսակետից հաջող բովանդակության արտադրության գործոնները հազվագյուտ են եւ սովորաբար տնտեսական եկամուտներ են ապահովում: Այս պատճառով է, որ, օրինակ, հայտնի կինոաստղերը խոշոր եկամուտներ ունեն: Եթե մենք ցանկանանք առեւտրային հաջողությունը զուգորդել որակի հետ, ապա կարելի է անել այն հետեւությունը, որ այնպիսի ծախսերը, որոնք հնարավորություն են ընձեռում այդպիսի հազվագյուտ ներդրումներ անել, փոխկախվածություն են ստեղծում արտադրության ծախսերի եւ որակի միջեւ: Ահա թե ինչու, համապատասխան որոկավորման առկայության դեպքում, լրատվամիջոցների բովանդակության որակը կարելի է չափել դրա արտադրության ծախսերով: Համեմայն դեպս նույնատեսակ գործունեության դեպքում ավելի ծախսատար բովանդակությունն ավելի մեծ լսարաններ կգրավի: ԱՄՆ-ի կինոարտադրությունն, օրինակ, իր համաշխարհային հաջողության համար որոշ չափով պարտական է իր ֆիլմերի արտադրության հսկայական բյուջեներին:

Գովազդ

Գովազդը (կամ լսարանների վաճառքը) պակաս կարելու չէ, քան բովանդակությունը՝ լրատվամիջոցների տնտեսությունը հասկանալու համար: Ձանգվածային լրատվամիջոցների կողմից գովազդման պահանջարկը հիմնված է սպառողական ապրանքների եւ ծառայությունների հավելյալ վաճառք ստեղծելու վրա: Գովազդների մեծ մասը, ինչպես օրինակ թերթային դասակարգված գովազդները, մանրամասն եւ առանձնահատուկ տեղեկատվություն են պարունակում, որն օգնում է գնորդներին եւ վաճառողներին գործարքների նպաստավոր հնարավորություններ փնտրել: Այլ գովազդները հիմնականում հղում են կատարում դեպի ավելի սուբյեկտիվ կարիքները: Այն հոգեբանական եւ տնտեսական մեխանիզմները, որոնք գովազդներն ավելի արդյունավետ են դարձնում, բավականին բարդ կազմվածք ունեն եւ այս գլխի լիազորություններից դուրս են գտնվում: Կարճ ձեւակերպած, լրատվամիջոցների գովազդները տարածում են տեղեկատվություն, որը վերանշակման արդյունքում փոխում է գովազդված եւ չգովազդված ապրանքների նկատմամբ սպառողների գնահատականները: Որոշ գովազդներ, իհարկե, ավելի շուտ ուղղված են կարծիքների կամ ինստիտուցիոնալ տեսակետների փոփոխությանը, քան առեւտրային ապրանքներ վաճառելուն:

Գովազդ պատվիրողները ձգտում են հասանելի լինել այն սպառողներից կազմված նպատակային լսարաններին, որոնք ավելի հավանական է, որ դրական ազդեցության կենթարկվեն իրենց ուղերձներից: Ջանգվածային լրատվամիջոցները, ինչպես օրինակ հեռուստատեսությունը, չափազանց արդյունավետ են խոշոր, համեմատաբար միատարր լսարաններին դիմելու դեպքում: Նման լրատվամիջոցները օգտակար կլինեն այն գովազդ պատվիրողների համար, որոնք, օրինակ՝ օճառներ, ըմպելիքներ, սնունդ եւ նման ապրանքներ, ինչպես նաեւ մատուցում են համարյա բոլոր տնային տնտեսություններում օգտագործվող մանրածախ ծառայություններ: Սակայն հեռուստատեսությունն արդյունավետ չէ այն գովազդ պատվիրողների համար, որոնք փնտրում են փոքր կամ մասնագիտացված նպատակային լսարաններ, ինչպես օրինակ՝ թանկարժեք հնաոճ իրերի պոտենցիալ գնորդներն են: Հնաոճ իրեր վաճառողը ձգտում է հասանելի լինել այն պոտենցիալ սպառողների համար, ովքեր եւ աշխարհագրականորեն խիտ կերպով տեղակայված են իրեն մերձավոր վայրերում, եւ համապատասխանում են եկամուտի եւ ճաշակի առումներով: Նման գովազդ պատվիրողը կօգտագործի որոշակի պարբերականներ, տեղական թերթեր, ազդեր եւ, հնարավորության դեպքում, ուղղակի նամակագրական գովազդներ:

Ի հավելումն որոշակի նպատակային առանձնահատկություն ունեցող լսարանին հասանելի լինելու ձգտմանը, գովազդողները ձգտում են նաեւ խուսափել լուսաբանման անհարկի կրկնօրինակումից: Այդ պատճառով գովազդ պատվիրողները որոշակի կազմ ունեցող ավելի լայն լսարան առաջարկող լրատվամիջոցները գերադասում են այն լրատվամիջոցներից, որոնք կարող են տրամադրել նույն կազմով ավելի փոքր լսարաններ: Այլ կերպ ասած, գովազդ պատվիրողները նպատակային լսարանում տրված հասանելիություն (շրջանառություն) ունեցող լրատվամիջոցը կնախընտրեն ավելի պակաս հասանելիություն ունեցող լրատվամիջոցից, քանի որ բազմաթիվ ավելի փոքր լրատվամիջոցների օգտագործումը սովորաբար հանգեցնում է լսարանի անդամներին նույն գովազդի կրկնօրինակը տրամադրելուն:

Ջանգվածային լրատվամիջոցների արդյունավետությունը գովազդ պատվիրողների համար չափվում է հատուկ ինդեքսով՝ հազար մարդուն ընկնող արժեք (ՀՄԱ): Գովազդող լրատվամիջոցներն իրենց գովաբանում են՝ առաջարկելով խոշոր լսարաններ գրավիչ (ցածր) ՀՄԱ-ներով: Լրատվամիջոցների ՀՄԱ-ները սահմանվում են ինչպես ընդհանուր լսարանի համար, այնպես էլ մասնագիտացված դեմոգրաֆիկ հատվածների համար՝ բաժանված ըստ բնակչության վայրի, տարիքի, սեռի, կրթության եւ եկամուտի: Այդ հատվածները սահմանվում են այնպես, որպեսզի համապատասխանեն որոշակի գովազդ պատվիրողի կամ գովազդ պատվիրողների խմբի նպատակային լսարաններին: Որոշ լրատվամիջոցներ, ինչպես օրինակ պարբերականները, մասնագիտանում են այնպիսի բովանդակություն տրամադրելու մեջ, որը գրավիչ է որոշակի դեմոգրաֆիկ հատվածի համար, որպեսզի ստեղծեն այնպիսի լսարաններ, որոնք ունեն ցածր ՀՄԱ այդ հատվածին հասանելի լինելու ցանկություն ունեցող գովազդ պատվիրողների համար:

Ինչպես լսարանի բաժանորդագրական վճարներից, այնպես էլ գովազդային եկամուտներից կախում ունեցող լրատվամիջոցը պետք է տեղյակ լինի գովազդային եկամուտների եւ բաժանորդագրական վճարների փոխկախվածության մասին: Ավելի բարձր բաժանորդագրական վճարները կնվազեցնեն շրջանառությունը եւ այդպիսով կպակասեցնեն գովազդային եկամուտները: Քանի որ լսարանի շատ անդամներ կարող են արժեքավորել գովազդները (հատկապես գների եւ այլ առանձնահատուկ տեղեկատվություն վերաբերյալ), ինչպես նաեւ ոչ առելտրային բովանդակությունը, ապա գովազդների բարձր արժեքների պատճառով գովազդների քանակի նվազումը կնվազեցնի նաեւ շրջանառությունը:

Կառավարական օրենսդրությունը ազդում է գովազդման տնտեսության վրա, հատկապես հեռարձակման ոլորտում: Օրինակ՝ ԱՄՆ կառավարությունը կարգավորում է գովազդները մանկական ծրագրերում, սահմանափակում է արտոնագրված դեղամիջոցների եւ արգելում՝ ծխախոտային արտադրանքի գովազդը: Սակայն դատարանները չեղյալ են համարում այդ ոլորտում գովազդների քանակը սահմանափակող ինքնակամ պայմանագրերը, պատճառաբանելով, որ դրանք խախտում են հակամենաշնորհային օրենսդրությունը: Ի տարբերություն դրա, Գերմանիայում մասնավոր հեռուստակայանների կողմից գովազդներին տրամադրվող ժամանակը սահմանափակվում է ցերեկային ժամանակի առավելագույնը 20 տոկոսի չափով:

Կառավարության կողմից տեղեկատվության տարածումը որոշ լրատվամիջոցների համար կարող է լինել գովազդային եկամուտների կարելու աղբյուր, ինչպես նաեւ քաղաքական վերահսկողության իրականացման նուրբ մեխանիզմ: Օրինակ՝ Միացյալ Նահանգներում տեղական կառավարություններից շատերը օրենքով պարտավորված են զանազան իրավական ծանուցումներ հրապարակել «ընդհանուր շրջանառություն ունեցող տեղական թերթում»: Փոքր թերթերի համար այս ծանուցումները կարող են եկամտի նշանակալի աղբյուր լինել եւ հետեւաբար այնպիսին, որը հեշտորեն չի վտանգվի ագրեսիվ քաղաքական բովանդակության կողմից:

Լրատվամիջոցների կառուցվածքը եւ գնագոյացումը

Եթե բովանդակության՝ որպես հասարակական բարիքի բնույթը եւ լսարանի տրված հատվածում լայն շրջանառության ավելի մեծ գովազդային արդյունավետությունը միտում ունեն նպաստելու ավելի խոշոր լրատվամիջոցների տնտեսական հաջողությանը եւ գոյատևմանը, ապա որոշ լսարանների կողմից ավելի մասնագիտացված կամ տարաբնույթ բովանդակության պահանջարկը, որոշ գովազդ պատվիրողների կողմից մասնագիտացված նպատակային խմբերի պահանջարկի հետ համատեղ, հակառակ միտումն ունեն: Ջարգացած տնտեսություններում սա առաջացնում է լրատվամիջոցների կողմից խիստ բնակեցված սպեկտր, որտեղ գովազդ պատվիրողների եւ սպառողների պահանջարկների յուրաքանչյուր կենտրոնացվածության շուրջ գոյություն ունեն մրցակցող խմբեր: Պարզ է, որ բովանդակության առումով լրատվամիջոցների պոտենցիալ տեղակայումների սպեկտրի բնակեցվածության աստիճանը մասամբ կախված է գովազդ պատվիրողների եւ լսարանի անդամների պահանջարկի աստիճանից: Ջարգացող երկրներում այս սպեկտրի երկայնքով ավելի քիչ զբաղեցված խորշեր կան, եւ այդպիսով՝ ավելի քիչ մրցակիցներ լսարանի եւ գովազդ պատվիրողների պահանջարկների առանձնահատկությունների յուրաքանչյուր խմբի շուրջ:

Տրված տեսակի բովանդակության (ըստ սահմանման՝ մասսայականություն վայելող բովանդակություն) նկատմամբ սպառողական պահանջարկի խոշոր, խիստ բնակեցված խմբերը նման բովանդակության շնորհիվ առաջացած լսարանների նկատմամբ գովազդ պատվիրողների կենտրոնացված պահանջարկի հետ համատեղ միտված կլինեն առաջացնել նույնանման բովանդակություն ունեցող բազմաթիվ լրատվամիջոցներ: Երբ նման մեծ քանակի մրցակցող լրատվամիջոցները բաժանեն զանգվածային լսարանները, ապա միայն այդ ժամանակ ի հայտ կգա լրատվամիջոցների ավելի մասնագիտացված բովանդակություն, քանի որ միայն այդ պահից սկսած ավելի փոքր լսարանի ավելի մեծ մասնաբաժինը կգերազանցի ավելի խոշոր զանգվածային լսարանի ավելի փոքր մասնաբաժինը իր շահութաբերությամբ: Դա հավանաբար բարենպաստ կլինի զարգացող տնտեսության համար, քանի որ այն աջակցում է զանգվածային սպառողական շուկաների աճին ինչպես պահանջարկի, այնպես էլ առաջար-

կի առունով: Եվ այնուամենայնիվ, մասսայականություն վայելող աննշան բազմազանությամբ բովանդակություն առաջարկող առևտրային զանվածային լրատվամիջոցներն անխուսափելիորեն քննադատության են արժանանում հստակորեն ձեռավորված խմբերի կողմից, որոնք մտահոգված են փոքրամասնությունների մշակութային կամ էլիտար ճաշակներին համապատասխանող ծրագրերի բացակայությամբ:

Տեսականորեն, մրցակցային շուկայի համակարգում հասարակական բարիքի տրամադրումը, ինչպիսին է լրատվամիջոցների բովանդակությունը, անհնարին է: Մրցակցության դեպքում արժեքները ձգտում են դեպի մարգինալ ծախսերը, իսկ լսարանի հավելյալ անդամի վրա կատարվող մարգինալ ծախսը հավասար է զրոյի: Ջրո արժեք ունենալու դեպքում եկամուտ լինել չի կարող: Սա հանգեցնում է կամ հասարակական բարիքի արտադրության դադարեցմանը, կամ էլ մենաշնորհի կամ կարտելի կողմից արտադրությանը, որոնք անարդյունավետ բարձր գումարներ կգանձեն: Իրականում, առկա են այս խնդրի լուծման մի քանի շուկայական տարբերակներ: Մրցակցող հեռարձակող լրատվամիջոցները, ինչպես օրինակ ավանդական ռադիո եւ հեռուստակայանները, շարունակում են գոյություն ունենալ, չնայած այն բանին, որ բովանդակության համար գանձում են տնտեսապես արդյունավետ (զրոյական) գումար, ի շնորհիվ գովազդ (մասնավոր բարիք, որի մարգինալ արժեքը հավասար չէ զրոյին) վաճառելու իրենց ունակությանը: Այն լրատվամիջոցները, որոնք չեն կարող իրենց հիմնական ֆինանսավորումը ստանալ գովազդների միջոցով, ինչպես օրինակ կինոնկարները, մասնագիտացված պարբերականները եւ գրահրատարակչությունները, կարող են գոյատևել, եթե գոյություն ունենան եւ պարտադրվեն մտավոր սեփականության իրավունքները, որպեսզի մրցակիցները ստիպված լինեն արտադրել ավելի շուտ տարաբնույթ, քան նույնանման արտադրանք: Չնայած մրցակցության առկայությանը, սա հնարավորություն է ստեղծում բովանդակության արժեքը սահմանել ավելին, քան զրոյական արժեքն է: Մարգինալ ծախսերից բարձր արժեքներ սահմանելու պատճառով առկա բարեկեցության համեմատական կորուստը աստիճանաբար նվազում է, քանի որ աճող շուկան եւ բովանդակության ծավալի աճող խտությունը նվազեցնում են անարդյունավետորեն դուրս մնացած սպառողների քանակը:

Տնտեսագետները հաճախ մեջբերում են այն փաստը, որ զանգվածային լրատվամիջոցները, հատկապես հեռարձակողները, գործում են հասարակական բարիքների ոլորտում հասարակական լրավճարների կամ լրատվամիջոցների ուղղակի պետական սեփականության պատճառով: Ինչպես սեփականությունը, այնպես էլ լրավճարները դժվարություններ են առաջացնում, եթե լրատվամիջոցների դերը քաղաքական ազատություններին նպաստելն է: Ավելին, տնտեսական տեսանկյունից ոչ պետական սեփականությունը, ոչ էլ լրավճարները պարտադիր կերպով օգտակար չեն, քանի որ տեսանելի չէ այն տեղեկատվությունը, որն անհրաժեշտ է նույնիսկ ամբողջապես բարերար միջամտության համար՝ սպառողների բարեկեցությունը բարելավելու նպատակով: Հասարակական բարիքների տրամադրման նպատակով միջոցների կենտրոնացված արդյունավետ բաշխման համար անհրաժեշտ են յուրաքանչյուր սպառողի նախընտրությունների վերաբերյալ մանրամասն գիտելիքներ:

Լրատվամիջոցների արտադրության փուլերը եւ ուղղահայաց ինտեգրացիան

Չանգվածային լրատվամիջոցներն ունեն արտադրության որոշակի ընդհանուր փուլեր՝ բովանդակության ստեղծում, բովանդակության ընտրություն ու արտադրության ֆինանսավորում եւ ստացված փաթեթի առաքում:

Բովանդակության ստեղծումը ներառում է հեռուստատեսային զվարճալի ծրագրերի արտադրությունը, նորությունների հավաքումը, սպորտային նյութերի ստեղծումը, կիոնկարների արտադրությունը, գրելը, երաժշտություն գրելն ու ձայնագրելը եւ նման այլ գործունեություն: Հավանաբար իր ստեղծագործական բնույթի պատճառով բովանդակության արտադրությունը հաճախ իրականացվում է չափազանց փոքր մասշտաբներով: Այս փուլում մուտքը հիմնականում հեշտ է, ունի ցածր կամ զրոյական կապիտալ պահանջներ կամ այլ խոչընդոտներ: Սակայն սովորաբար մուտքն այս փուլում ավարտվում է առետրային ձախողմամբ: Լրատվամիջոցների արտադրության այս նախնական փուլում ստեղծագործական ձեռնարկումները չափազանց ռիսկային են: Օրինակ՝ յուրաքանչյուր տպագրված հոդվածին, ձայնագրված երաժշտությանը, թերթի առաջնորդող հոդվածին կամ հեռուստատեսային ծրագրին հաճախ բաժին են հասնում հարյուրավոր կամ հազարավոր մերժված առաջարկներ: Այս փուլում մուտքը շարունակում է գոյատևել մասամբ այն պատճառով, որ ստեղծագործական գործընթացն ինքնավարձատրող է, ինչպես նաեւ լավատեսության հաշվին, սակայն նաեւ այն պատճառով, որ հաջողության դեպքում վարձատրությունը կարող է հսկայական լինել: Հաջողության հիմնական բաղկացուցիչ մասերն են հմուտ ձեռնարկատիրությունը եւ արդյունավետ կառավարումը: Հոլիֆիլդը (2001թ.) ուսումնասիրել է անդրազգային լրատվամիջոցների կառավարման հետազոտության արդյունքները: Կայզերը (2001թ.) ներկայացրել է երիտասարդ ռուս ձեռնարկատեր Վյաչեսլավ Դագաեւի պատմությունը եւ նրա հաջող պայքարը 1992թ.-ին Ռուսաստանի Ուլան Ուդե քաղաքում առետրային շաբաթաթերթ հիմնադրելու համար:

Տնտեսական տեսանկյունից, նորությունների կամ ակնհայտորեն քաղաքական բովանդակությունը զվարճալի բովանդակությունից տարբերակելն անհնաստ է: Զանգվածային լրատվամիջոցները որպես բիզնես գոյատևում են գումարներ աշխատելու համար գրավիչ արտադրանք առաջարկելու միջոցով, ինչը եկամուտներ է բերում լսարաններից եւ գովազդ պատվիրողներից: Նրանք նորություններ, քաղաքական բովանդակություն կամ այլ «լուրջ» բովանդակություն կառաջարկեն միայն այն քանակով, որը շահութաբեր կլինի: Ինչպես նշվել է նախկինում, մրցակցությունից պաշտպանված լրատվամիջոցների սեփականատերերը կարող են ընտրողականորեն իրենց տնտեսական վարձավճարներն օգտագործել ավելի պակաս շահութաբեր նախագծերի վրա, ինչպես օրինակ քաղաքական քարոզչությունն է: Այլ դեպքերում, կառավարական կարգավորումները կարող են արգելել որոշ շահութաբեր ծրագրերի մշակումը, ինչպես օրինակ պոռնոգրաֆիան է կամ, ասենք, ոգելից խմիչքների կամ ծխախոտի գովազդները: Օրինակ՝ Դագաեւն իր թերթը հիմնադրելիս չի տրամադրել քաղաքական կամ նորությունային բովանդակություն, քանի որ գտել է, որ այլ բովանդակությունն ավելի շահութաբեր է: Ավելին, զվարճանքների դասին դասակարգված նյութը հաճախ կարող է կարելուր քաղաքական բովանդակություն ունենալ, ինչպես օրինակ՝ քաղաքական ծաղրանկարները: Լսարանները արժեքավորում են որոշ «լուրջ» նյութերը մասամբ այն պատճառով, որ դրանք զվարճալի են: Ցանկացած դեպքում, արտադրության փուլերը հիմնականում միատեսակ են, անկախ լրատվամիջոցների բովանդակության բնույթից:

Արտադրության մնացած փուլերը սովորաբար պահանջում են ավելի խոշոր մասշտաբներ եւ կապիտալ ներդրումներ: Զվարճալի բովանդակությունների մեծ մասը չի կարողանում լսարաններ գրավել, այնպես որ լրատվամիջոցները ստիպված են լինում ձեռք բերել սեփականությունների պորտֆելներ՝ իրենց ռիսկը բազմազանեցնելու համար: Հեռարձակման ոլորտում ցանցը, կինոստուդիան կամ կայանն ընտրություն կկատարեն առաջարկված ծրագրերի միջև եւ կֆինանսավորեն իրենց արտադրանքը: Թերթերի հրատարակչությունում ընթերցողների բազմաբնույթ պահանջարկները բավարարել ցանկացող խմբագիրներն ընտրում են հրապարակման ենթակա նյութերը:

Ստեղծագործական ջանքերի ֆինանսավորումը կարելու է բովանդակության որոշ տեսակների համար, ինչպես օրինակ՝ կինոնկարների եւ զվարճալի հեռուստատեսային ծրագրերի դեպքում, որտեղ առաջին օրինակի ծախսերը խոշոր են: Այլ ասպարեզներում, ինչպես օրինակ՝ հանդեսների հրատարակությունը, ֆինանսավորումը կարող է սահմանափակվել գրողներին փոքր կանխավճարներ տրամադրելով: Չնայած ստեղծագործական փուլում արտադրության արդյունավետ մասշտաբը կարող է փոքր լինել, ինչպես շաբաթաթերթի հրատարակման դեպքում, սակայն ֆիզիկական առաքման օպտիմալ մասշտաբը սովորաբար շատ ավելի խոշոր է: Այսպես, մուտքը հրատարակչության ոլորտ կարող է պահանջել առեւտրային տպագրության եւ բաշխող արդյունաբերության գոյությունը, որոնք մեծապես կախված են ոչ թերթային եկամուտների աղբյուրներից:

Բովանդակության ընտրությունը, կամ խմբագրումը եւ դրա հետագա փաթեթավորումը յուրաքանչյուր զանգվածային լրատվամիջոցում կարելու ազույն գործողություն է: Հասարակության ուշադրությունն ու դրամն ակնկալող տասնյակ հազարավոր ուղերձներից միայն մի քանիսն են ֆինանսապես հաջող լինում: Խմբագրի դերը (ինչպես էլ նրա պաշտոնը անվանվի) այն ուղերձների ընտրությունն է, որոնք լավագույն կերպով բավարարում են ընթերցողի կամ հեռուստադիտողի պահանջները: Խմբագիրների, ծրագրերի ղեկավարների կամ բովանդակության այլ ընտրողների միջեւ մրցակցությունը երաշխավորում է, որ շուկայական ուժերը կխոչընդոտեն ընտրության ցանկացած ինքնակամ կիրառմանը (կաբելային հեռուստատեսության ծառայության ոլորտում արտադրանքի փաթեթավորման եւ շուկայական հզորության վերաբերյալ որոշ բազմակողմանի դիտարկումների համար տես՝ Քրոուֆորդ, 2001թ.):

Ոչ բոլոր լրատվամիջոցներն են մեծապես հենվում հատուկ բովանդակություն կամ կանխատեսելի որակ տրամադրողի վարկանիշ ունենալու վրա: Օրինակ՝ կինոստուդիաներն առավել հավանական է, որ ավելի կարժեքավորեն ներդրողների, քան թե կինոհանդիսատեսների շրջանում իրենց ունեցած վարկանիշը. եթե որեւէ առանձին կինոնկար դուր է եկել կինոհանդիսատեսներին, ապա դա չի նշանակում, որ նրանք պարտադիր կերպով կհավանեն նույն կինոստուդիայի կողմից արտադրված ցանկացած այլ կինոնկար: Դրա փոխարեն կինոնկարների միջեւ ընտրություն կատարելիս սպառողներն ուշադրություն են դարձնում դերասանների եւ ռեժիսորների վարկանիշների եւ բազմակողմանի գովազդման ազդեցությունների վրա: Խմբագրական, կամ ընտրական գործընթացը շատ հաճախ կապված է ֆինանսների հետ, քանի որ դրա հետեւանքն իրենից ներկայացնում է ռիսկային հիմնական միջոցների պորտֆել: Տրված լրատվամիջոցի բովանդակության ընտրությունն այսպիսով ծառայում է ոչ միայն ընթերցողների կամ հեռուստադիտողների համար գրավիչ բովանդակության փաթեթ ստեղծելուն, այլ նաեւ ռիսկի կառավարմանը:

Չանգվածային լրատվամիջոցների ֆիզիկական տարածումը հիմնականում էական ներդրումներ է պահանջում: Տպագիր լրատվամիջոցների դեպքում անհրաժեշտ են գործակալների ցանց եւ մատակարարման միջոցներ: Եթերային հեռարձակողների համար անհրաժեշտ են հաղորդիչներ եւ հեռարձակման դիապազոններ, եւ նրանք հիմնվում են այն բանի վրա, որ լսարանները ձեռք կբերեն ընդունիչ սարքավորումներ: Կաբելային հեռուստատեսությունները պետք է ներդրումներ իրականացնեն մալուխային ցանցերի, ուժեղացուցիչների եւ այլ սարքավորումների մեջ: Արբանյակային հեռարձակողներին անհրաժեշտ են հեռարձակման դիապազոններ, ուղեծրային ալեհավաքներ, արբանյակներ, կապի արբանյակային ալիքների համար վերգենտոնյա կայաններ, ինչպես նաեւ սպառողների շրջանում ընդունող սարքավորումների առկայություն: Չանգվածային լրատվամիջոցների առաքման փուլը սովորաբար այն

փուլն է, երբ իրականացվում է գովազդը: Լրատվամիջոցների մեծ մասը խոշոր գումարներ են ծախսում պոստենցիալ ընթերցողներին կամ հեռուստադիտողներին ուղղված գովազդային ծրագրերի վրա, որի նպատակը մասամբ բովանդակության ստեղծման եւ ընտրության առաջին օրինակի ծախսերը հնարավորին չափ մեծ լսարանի վրա տարածելն է, իսկ մասամբ էլ՝ գովազդ պատվիրողներին վաճառելու համար լսարանի հավելյալ անդամներ ունենալու ցանկությունը: Ի տարբերություն բովանդակության վրա ծախսվող միջոցների ծավալի, առաքման վրա ծախսվող միջոցների ծավալը տարբերվում է ըստ լսարանի չափի: Եթե լսարանը փոքր է, ապա ծախսերը հիմնականում բաժին են հասնում բովանդակությանը, իսկ եթե լսարանը մեծ է, ապա ծախսերը հիմնականում բաժին են հասնում առաքմանը:

Համարյա բոլոր վայրերում տարածայնություններ են առաջանում լրատվամիջոցների բովանդակության ստեղծման մասշտաբի եւ մնացած փուլերի համար առավելագույն արդյունավետություն ապահովող մասշտաբի միջեւ անհամապատասխանության պատճառով: Ստեղծագործող անհատները (դերասաններ, գրողներ, ռեժիսորներ, լրագրողներ, թղթակիցներ, լուսանկարիչներ) հաճախ նկատում են տնտեսական հզորության անհամապատասխանությունն իրենց եւ խոշոր ձեռնարկությունների միջեւ, որոնք ձեռք են բերում (կամ մերժում են) նրանց ծառայությունները կամ աշխատանքները: Ծավալների առումով նման անհամապատասխանություններ են առաջանում նաեւ զանգվածային լրատվամիջոցների մյուս փուլերում: Օրինակ՝ ինչպես նշվել է նախկինում, հանդեսի կամ այլ պարբերականի արտադրության խմբագրական գործընթացը կարող է իրականացվել չափազանց փոքր մասշտաբներով՝ համեմատած այն արդյունավետ մասշտաբների հետ, որոնք անհրաժեշտ են տպագրության եւ ֆիզիկական առաքման համար: Այսպիսով, հանդեսները եւ շաբաթաթերթերը հազվադեպ են սեփական տպագրական մեքենաներ ունենում եւ մեծ մասամբ հիմնվում են անկախ առաքողների վրա, որոնք գործ ունեն բազմաթիվ պարբերականների հետ: Տեղական մակարդակով պարբերականների առաքումը հաճախ մենաշնորհ է:

Ի տարբերություն հանդեսների, օրաթերթերն ուղղահայաց ինտեգրացում ունեն: Չնայած օրաթերթերը բովանդակությունը, ինչպես օրինակ առաջնորդող հոդվածները եւ լրատվական գործակալությունների նորությունները, գնում են երրորդ կողմերից, սակայն նրանք նաեւ ունեն իրենց սեփական լրագրողներն ու բովանդակության այլ ստեղծողները: Օրաթերթերը հիմնականում ունեն իրենց սեփական տպագրական մեքենաները եւ օգտագործում են այդ մեքենաների առավելագույն հնարավորությունները: Նմանապես, օրաթերթերն իրենց արտադրանքն ընթերցողներին կամ կրպակներին ավելի հաճախ առաքում են իրենց աշխատակիցների, քան անկախ առաքողների միջոցով: Օրաթերթերում առկա ուղղահայաց ինտեգրացիայի պատճառներից մեկը արտադրության գործընթացի համակարգման անհրաժեշտությունն է, որպեսզի թերթը կանոնավոր կերպով արտադրվի եւ առաքվի: Սա հաճախ ավելի հեշտ է իրականացնել ընկերության ներսում, քան մի քանի ընկերությունների միջեւ պայմանագրային համաձայնությունների միջոցով:

Էլեկտրոնային լրատվամիջոցները հակված են բովանդակությունը գնել երրորդ կողմերից: Սա հատկապես ճիշտ է գվարձալի բովանդակության դեպքում երկու պատճառներով: Առաջինը՝ փաստորեն բոլոր լրատվամիջոցները, նույնիսկ համազգայինները, «տեղական» են, համեմատած ավելի լայն գրավչություն ունեցող գվարձալի բովանդակության հետ, այսինքն հնարավոր ամենալայն լսարանին հասանելի լինելու համար գվարձալի ծրագրերի մեծ մասը պետք է ի հայտ գա բազմաթիվ լրատվամիջոցներում: Որեւէ երրորդ կողմի համար այնպիսի բովանդակություն արտադրելը, կամ գոնե առաքելը, որը կարող է ներառվել բազմաթիվ լրատվամիջոցներում, խելամիտ կլինի, քանի որ դա կնվազեցնի բովանդակության մեկ միավորի արժեքը՝ այն ավելի մրցունակ եւ գրավիչ դարձնելով: Իհարկե, որեւէ առանձին զանգվածային լրատվամի-

ջոց կարող է պատրաստել իր սեփական բովանդակության մի մասը եւ այն վաճառել այլ լրատվամիջոցներին, սակայն դա պարզապես մասնակի ուղղահայաց ինտեգրացիա է: Երկրորդ՝ էլեկտրոնային զվարճալի բովանդակությունը հաճախ շահագործվում է «պատուհանների» տեսքով (Օուեն եւ Ուայլդմեն, 1992թ., գլուխ 2): Յուրաքանչյուր պատուհան մի ժամանակահատված է, որի ընթացքում բովանդակությունն առաջարկվում է բացառապես մի որոշակի լսարանի կամ միայն որոշակի լրատվամիջոցի միջոցով: Պատուհանները մատակարարներին հնարավորություն են ընձեռում գնային խտրականություն իրականացնել: Նյութն առաջին հերթին առաջարկվում է այն լսարաններին, որոնք պատրաստ են ավելի բարձր գին վճարել, այնուհետեւ նույն բովանդակությունը հաջողությամբ առաջարկվում է այն լսարաններին, որոնք պատրաստ են սպասել՝ ի փոխհատուցումն ավելի ցածր գների: Այս երեւույթի ամենապարզ օրինակը թղթե կազմով կամ զանգվածային շուկայի համար նախատեսված գրքերի թողարկումն է մի որեւէ ժամանակահատված անցնելուց հետո, որի ընթացքում առաջարկվում են միայն համեմատաբար բարձր գներով պինդ կազմով գրքեր: Պատուհանների մեկ այլ առավելությունն այն է, որ դրանք առանձին լրատվամիջոցին հնարավորություն են ընձեռում ստանալ գովազդի կամ այլ գովազդային ծախսերի արդյունքում առաջացած օգուտները, որոնք այլապես կտարածվեին՝ ի շահ այլ մրցակցող լրատվամիջոցների: Սա տեղի է ունենում այն պատճառով, որ յուրաքանչյուր պատուհանի առաքողն իր համապատասխան տարածքում ունի բացառիկ իրավունքներ:

Ուղղահայաց ինտեգրացիան երբեմն մեղադրվում է լրատվամիջոցների կենտրոնացվածության մեջ (Տնտեսական համագործակցության եւ զարգացման կազմակերպություն՝ ՏՀԶԿ, 1993թ.): Մրցակիցներից մեկի կողմից կարելուրագույն ռեսուրսների նկատմամբ վերահսկողությունը նրան հնարավորություն կընձեռի բարձրացնել իր մրցակիցների ծախսերը կամ նրանց ընդհանրապես բացառել: Հաշվի առնելով մասսայականություն վայելող օտարերկրյա ծրագրերի զգալի առաջարկը, որը դժվար կլինի սահմանափակել մրցակիցների համար, զարգացող երկրներում ուղղահայաց սահմանափակումները հավանաբար իրենցից խնդիր կներկայացնեն հիմնականում տեղական լեզվով հեռարձակման դեպքում: Օրինակ՝ Մեքսիկայում երկար տարիներ «Televisa»-ն վերահսկում էր հեռուստա եւ ռադիոհեռարձակումները, եւ «Televisa»-ի գերակայությունը սովորաբար բացատրվում էր նրա հստակ ուղղահայաց ինտեգրացիայով դեպի իսպաներեն լեզվով հեռուստատեսային ծրագրերի արտադրությունը (Քարերա): Ծրագրերի արտադրության անկախ արդյունաբերությունը կարող էր նպաստել «Televisa»-ի հետ մրցակցել ցանկացող այլ հեռարձակողների մուտքն այդ ոլորտ:

Այնուամենայնիվ, չնայած ուղղահայաց ինտեգրացիային, մրցակցությունը Մեքսիկայում զարգացավ, երբ կառավարությունը 1990թ.-ին մասնավորեցրեց հավելյալ հեռարձակման հաճախականությունները: Այս ալիքները եւ այլ լրատվական հիմնական միջոցները տրվեցին «Azteca»-ին՝ մուտք գործած նոր կազմակերպությանը, որը կարծես թե հաջողությամբ է գործում: Այսպիսով «Televisa»-ի երկարաժամկետ գերակայությունը կարելի է վերագրել ոչ թե իր ուղղահայաց ինտեգրացմանը, այլ հորիզոնական կենտրոնացվածությանը, այսինքն, նրա կողմից հեռարձակման բոլոր հնարավոր մասնավոր ալիքների սեփականությանը՝ մի իրադրություն, որը բխում էր կառավարության քաղաքականությունից: Ավելին, «Televisa»-ի դեպքում ուղղահայաց ինտեգրացիան առիթ հանդիսացավ մեքսիկական հեռուստատեսության համեմատաբար փոքր կախվածության ծրագրեր պատրաստող օտարերկրյա աղբյուրներից, եւ վստահորեն կարելի է ասել, որ դա օգնեց Մեքսիկային հոջողությամբ իսպանալեզու ծրագրեր արտահանել Միացյալ Նահանգներ եւ Լատինական Ամերիկայի այլ երկրներ:

Մեքսիկական օրինակը ընդգծում է լրատվամիջոցների կենտրոնացվածության խնդիրների ընկալմանն ի հակադրություն լրատվամիջոցների փուլերի անարդյունավետ ուղղահայաց մասնատումից խուսափելու կարելուրությունը: Ուղղահայաց ին-

տեղադրումը կարող է արդյունավետություն ստեղծել՝ լրատվամիջոցներին հնարավորություն ընձեռելով օպտիմալացնել ռիսկը: Կարծես թե քաղաքականության ընտրության խնդիր գոյություն ունի ուղղահայաց ինտեգրացման տնտեսության եւ նման ինտեգրացման բացակայության դեպքում ավելի հեշտ մուտքի մրցակցային օգուտների միջեւ: Մեքսիկական օրինակի իմաստն այն է, որ չնայած ուղղահայած ինտեգրացումն էր համարվում լրատվամիջոցների սեփականության կենտրոնացվածության եւ մրցակցության պակասության պատճառը, իրականում մենաշնորհատիրոջը պաշտպանում էր կառավարության հեռարձակման դիպապազոնների վերաբերյալ վարվող քաղաքականությունը: Միացյալ Նահանգներում նախկինում մրցակցությունը կամ աղբյուրների բազմազանությունն ավելացնելու նպատակով կարգավորումները երբեմն արգելել են հեռուստակայանների եւ կաբելային ցանցերի կողմից ծրագրերի ստեղծման ուղղահայած ինտեգրացումը, սակայն այս սահմանափակումներն այժմ հիմնականում ընկալվում են որպես սպառողների շահերին հակասող եւ չեղյալ են հայտարարվում:

Լրատվամիջոցների արտադրության տեխնոլոգիաները

Տեխնիկական առումով լրատվամիջոցները շատ ընդհանրություններ ունեն: Ըստ սահմանման, զանգվածային լրատվամիջոցն իրականացնում է նույն բովանդակության փոխանցումը (հեռարձակումը) մեկ կամ փոքր թվով կենտրոններից դեպի լսարանի բազմաթիվ անդամները, որոնք դասավորված են անվաճաղերի նման: Ի տարբերություն դրա, նեղ շրջանակով փոխանցումը ներառում է երկու կետերի միջեւ եզակի, հաճախ երկկողմանի ուղերձներով հաղորդակցությունը, ինչպես հեռախոսային ցանցում: Չանգվածային լրատվամիջոցի լսարանի անդամների միջեւ բովանդակության փոխանցումն է հանգեցնում ծավալների աճի դեպքում արդյունավետության աճին:

Չանգվածային լրատվամիջոցի արտադրական հնարավորությունները կարելի է չափել մի քանի ձևերով: Լրատվամիջոցների մեծ մասն ունի տեղեկատվության փոխանցման մեկ կամ մի քանի միջոցներ, որոնք շուկայում կարող են օգտագործվել ինչպես անհատապես, այնպես էլ մեկ տնտեսական միավորի կողմից կազմած փաթեթներով: Տեղեկատվության փոխանցման յուրաքանչյուր միջոց ունի իր անհատականությունը, որը սպառողները կարող են հարաբերել բովանդակության որեւէ հատուկ տեսակի կամ որակի հետ, ինչպես օրինակ առևտրային անվանման կամ ապրանքանիշի հետ: Տեղեկատվության փոխանցման միջոցները բովանդակությունն առաջարկում են կամ անընդմեջ, կամ էլ պարբերաբար եւ նպատակ ունեն սպառողներին դրդել իրենց մշտական հաճախորդը դառնալուն: Յուրաքանչյուր թերթ, հանդես, հեռուստակայան կամ ռադիոհեռարձակող կարող է դիտվել որպես զանգվածային հաղորդակցության տեղեկատվության փոխանցման առանձին միջոց: Ինչպես քննարկվել է նախկինում, տեղեկատվության փոխանցման մրցակցող միջոցների ընդհանուր քանակը եւ յուրաքանչյուր տնտեսական միավորի ընդհանուր վերահսկողության տակ գտնվող տեղեկատվության փոխանցման միջոցների քանակն են սահմանում բովանդակության բազմազանության աստիճանը: Քանի որ տեխնոլոգիաները զարգացել են, ընդհանուր վերահսկողության ներքո գտնվող տեղեկատվության փոխանցման միջոցների թիվը միտում ունի աճելու: Լրատվամիջոցների կառուցվածքը աստիճանաբար հանգեցնում է տեղեկատվության փոխանցման բազմաթիվ միջոցների ունեցողների միջեւ մրցակցությանը, օրինակ երբ մրցակցում են արբանյա-

կային հեռարձակողները եւ կաբելային հեռուստատեսային համակարգերը: Թերթն, ըստ թեմաների բովանդակության կազմակերպված իր տարբեր հատվածների, նույնպես կարող է դիտվել որպես տեղեկատվության փոխանցման բազմաթիվ գործիքներ ունեցող լրատվամիջոց:

Տեղեկատվության փոխանցման տրված միջոցի ֆիզիկական հնարավորությունները կարող են չափվել ժամանակի մեկ միավորի ընթացքում որոշակի քանակի տեղեկատվության փոխանցման ունակության աստիճանով: Էլեկտրոնային լրատվամիջոցների դեպքում դա արվում է թողունակության (անալոգային ալիքների դեպքում) կամ մեկ վայրկյանում բիտերի քանակության (թվային ալիքների դեպքում) կիրառման միջոցով: Տպագիր լրատվամիջոցներն ունեն ֆիզիկական չափման անալոգային աստիճաններ, սակայն այսօրվա տպագիր լրատվամիջոցների մեծ մասն իրենց արտադրության որեւէ գործընթացում կիրառում են էլեկտրոնային փոխանցումներ: Սակայն զանգվածային լրատվամիջոցի ուղերձի էսթետիկական գրավչությունը եւ անկախ բովանդակությունը կապ չունեն ֆիզիկական հնարավորությունների աստիճանների հետ: Օրինակ՝ սեւ-սպիտակ գույներով փոխանցված կամ տպված ուղերձի քննադատական ընկալումը եւ դրա համար սպառողների վճարելու պատրաստակամությունը կարող են գերազանցել նույն ուղերձի գունավոր փոխանցված կամ տպված տարբերակին, որի համար անհրաժեշտ է ավելի ավելի մեծ քանակի բիտ տեղեկատվություն:

Ցանցեր

Հաղորդակցության ցանցի կառուցվածքը եւ տոպոլոգիան օգնում են սահմանել այն ուղերձների բնույթը, որը կարող է արդյունավետորեն փոխադրվել: Այստեղ կարելի է կիրառել մի քանի կարեւոր տարբերակումներ: Նախկինում սահմանեցինք, որ զանգվածային լրատվամիջոցների հեռարձակումը մեկի կողմից շատերին ուղղված միակողմանի հաղորդակցության ուղի է, որը կարող է ուղերձներ ուղարկել ինչպես եթերով, այնպես էլ տպագիր տեսքով: Տպագիր լրատվամիջոցները հասարակական բարիքը (ուղերձը) տարածում են մասնավոր բարիքների միջոցով (գրքեր, հանդեսներ կամ թերթեր): Եթերով հեռարձակման դեպքում եւ ուղերձը, եւ լրատվամիջոցը հասարակական բարիքներ են, ինչը սովորաբար ընծեռում է ծախսերի կրճատման էական հնարավորություն: Երկկողմանի կամ ինտերակտիվ ցանցերը կազմակերպված են սկզբունքորեն այլ կերպ, քան հեռարձակող ցանցերը: Ինտերակտիվ ցանցերը խնայում են կարողությունները՝ հիմնվելով ընդհանուր հնարավորությունների ժամանակային բաժանման կարգի վրա: Բոլոր օգտվող զույգերին անընդհատ միմյանց հետ կապի մեջ պահելը, երբ յուրաքանչյուր առանձին ժամանակահատվածի ընթացքում համարյա բոլոր կապերը անգործության մեջ կգտնվեն, շատ թանկարժեք կլինի: Դրա փոխարեն մատակարարները փոխարկում (ժամանակային բաժանման կարգ) են կիրառում, դեպի առանցքային հնարավորությունները մուտք տրամադրելու համար, կամ կիրառում են ընդհանուր կարողությունները բաժանելու այլ մեթոդներ: Բոլոր այդ մեթոդները հիմնվում են այն ենթադրության վրա, որ բոլոր օգտվողները միաժամանակ եւ անընդհատ կերպով չեն ներառվի հաղորդակցության մեջ: Այս պատճառով սովորական հեռախոսային ցանցը չի կարող օգտագործվել բոլոր տնային տնտեսություններին միաժամանակ նույնիսկ մեկ ռադիոկայանի հաղորդումները հեռարձակելու համար, իսկ ինտերնետն իր այսօրվա կառուցվածքով ունի նույն սահմանափակումները, որոնք խոչընդոտում են դրա՝ որպես զանգվածային լրատվամիջոցի կիրառումը: Այդ պատճառով, համեմայն դեպս ներկայիս տեխնոլոգիաների կիրառման դեպքում, երկկողմանի հեռախոսակցության ցանցերը եւ զանգվածային լրատ-

վամիջոցների միակողմանի ցանցերը առանձին սուբյեկտներ են, որոնք չեն կարող ֆուկցիոնալ կերպով միմյանց փոխարինել որպես զանգվածային հաղորդակցության մատակարարներ:

Տպագրություն

Տպագրությունը զանգվածային լրատվամիջոցների ամենահին տեխնոլոգիան է: Առևտրային թերթերն առաջինն ի հայտ եկան Եվրոպայում 17-րդ դարի սկզբներին, իսկ 19-րդ դարի կեսերին զանգվածային շրջանառություն ունեցող թերթեր կարելի էր հանդիպել համարյա ամբողջ աշխարհում, բացի այն երկրներից, որտեղ կառավարությունները դրանք արգելում էին: Դարերի ընթացքում տպագրական տեխնոլոգիայում բազմաթիվ նորարարություններ են կատարվել, որոնք հիմնականում ուղղված են թերթերը եւ պարբերականներն ավելի էժան, ավելի մեծ քանակությամբ եւ ավելի բարձր որակով տպագրելուն: 19-րդ դարի կեսերից սկսած փափուկ փայտանյութից պատրաստվող էժան թերթային թղթի առկայությունը կազմում էր այս ամենի հիմքը: Տպագրության տեխնոլոգիայի կատարելագործումները սովորաբար վերաբերվում են կապիտալ սարքավորումներին, որոնց արտադրությունը ներկայումս կենտրոնացված է մի քանի երկրներում, հատկապես Գերմանիայում եւ Ճապոնիայում: Տպագրական տեխնոլոգիայի նորագույն նորարարությունները հիմնված են համակարգիչների եւ հեռահաղորդակցության վրա, որոնք նպաստում են բովանդակության կազմակերպմանը, ընտրությանը եւ ստեղծմանը: Շատ թերթեր եւ հանդեսներ ներկայումս իրենց բովանդակությունն առաքում են ինչպես տպագիր, այնպես էլ էլեկտրոնային տեսքով, սակայն առաքման այս վերջին մեթոդի ապագան մնում է անորոշ: Շատ քիչ թվով հրատարակիչներ են հաջողություններ ունեցել օգտվելու համար վարձավճարներ սահմանելու խնդրում, իսկ էլեկտրոնային առաքման նկատմամբ գովազդների պահանջարկը մնում է սահմանափակ՝ քանակության եւ արդյունավետության խնդիրներից ելնելով:

Եթերային հեռարձակում

Չնայած էլեկտրամագնիսական սպեկտրի կիրառությունը ռադիո եւ տեսահեռարձակման համար ընդամենը մեկդարյա պատմություն ունի, գոյություն են ունեցել հեռարձակման կատարելագործված մեթոդների բազմաթիվ սերունդներ: Մեկ անհատից մյուսին որոշակի հեռավորության վրա հեռարձակվող ուղերձը պետք է կողավորման (օրինակ՝ տեքստի հավաքման, թվային տեսքի բերման կամ մոդուլավորման) միջոցով տեղակայվի տեղեկատվության կրիչի (ինչպես օրինակ թղթի, մագնիսական ժապավենի կամ կրող ալիքի) վրա, կրիչի առանձնահատկություններին համապատասխանելու համար, եւ այնուհետեւ ապակողավորվի կամ վերափոխվի՝ մարդու զգայարաններին հասու տեսք ստանալու համար: Երկար տարիներ էլեկտրոնային հաղորդակցությունն այս նպատակով օգտագործել է անալոգային մոդուլավորումը, քանի որ դա աշխատանքի կատարման ամենաէժան միջոցներից մեկն էր: Սակայն վերջին տարիներին թվային պրոցեսորների արժեքը մեծապես նվազել է: Եթե տեղեկատվությունը պետք է փոխանցվի թվային տեսքով, ապա կարելի է կիրառել այդպիսի համակարգիչներ՝ նվազեցնելու համար տեղեկատվության ցանկացած չափի հաղորդակցման ծախսերը՝ համեմատաբար թանկարժեք հաճախականությունները խնայելու միջոցով: Սա արվում է յուրաքանչյուր ազդանշանում պարունակվող տեղեկատվությունն ավելի փոքր փաթեթների մեջ խտացնելով՝ կիրառելով թվային տեխնոլոգիան, որպեսզի վերացվեն այն բիտերը, որոնք կարող է հաշվարկել կամ ընդմիջարկել

ստացող կողմը: Թվային կողավորումը նույնիսկ ավելի թանկ է, քան անալոգային կողավորումը, սակայն հաճախականությունների խնայումն այս դեպքում փոխհատուցում է այս անբարենպաստությունը: Օրինակ՝ հեռուստատեսային հեռարձակման նոր թվային ստանդարտները հնարավորություն են տալիս օգտագործել մեկ հոսանք ունեցող հեռուստատեսային անալոգային ալիքը նույն շրջանում վեց կամ ավելի հեռուստատեսային թվային ազդանշաններ հեռարձակելու համար: Օուենը (1999թ.) ուսումնասիրել է զանգվածային հաղորդակցության էլեկտրոնային տեխնոլոգիայում ժամանակակից առաջընթացների տնտեսական հետեւանքները, ներառյալ զանգվածային լրատվամիջոցների տեխնոլոգիայի հնարավոր զուգամերձումը համակարգչային եւ տեղեկատվական ցանցային տեխնոլոգիաների հետ:

Թվային մշակման եւ հեռարձակման ստեղծման հետեւանքներն անցնում են եթերային հեռարձակման սահմանները: Այդ տեխնոլոգիան ընդհանուր առմամբ կիրառելի է ցանկացած էլեկտրոնային հեռարձակման կապուղու համար եւ մեծապես նվազեցնում է զանգվածային լրատվամիջոցների ուղերձների առաքման ծախսերը: Առաքման ավելի ցածր ծախսերը նշանակալի հետեւանքներ ունեն զարգացող տնտեսությունների համար, որոնք այսուհետեւ կարող են կառուցել միայն մեկ հեռուստատեսային աշտարակ եւ հաղորդիչ՝ հեռարձակելու համար մինչեւ վեց հեռուստատեսային ազդանշան, որոնցից յուրաքանչյուրը կարող է առանձին ծրագրավորվել:

Բազմաալիք հեռուստատեսության մատակարարում

Բազմաալիք հեռուստատեսության մատակարարման համակարգերը ներառում են բազմաթիվ տեխնոլոգիաներ՝ ինչպես հաղորդալարերով, այնպես էլ առանց լարերի: Դրանց օրինակներից են կաբելային հեռուստատեսությունը, բազմակետ բազմաալիք մատակարարման համակարգերը, տեղային բազմաալիք մատակարարման համակարգերը եւ ուղղակի արբանյակային հեռարձակումը: Այս տեխնոլոգիաների ընդհանրությունը մեկ ծառայության շրջանակներում մի քանի միաժամանակյա տեսաալիքների համակցումն է, ի տարբերություն սովորական հեռարձակողների, որոնք սովորաբար գործում են մեկ ալիքով: Ինչպես արդեն նշվել է, այս առումով բազմաալիք հեռուստատեսության մատակարարները նման են որոշակի տպագրվող լրատվամիջոցներին, հատկապես օրաթերթերին՝ ինչպես որեւէ ժամանակահատվածի, այնպես էլ առանձին ալիքների բովանդակությունն ընտրելու եւ փաթեթավորելու իրենց ցանկությանը: Սա լրատվամիջոցի հնարավորություն է ընձեռում գրավիչ լինել շատ ավելի մեծ քանակի սպառողների համար, քան մեկ ալիք ունեցող լրատվամիջոցը կարող է երբեւէ հուսալ: Սակայն փաթեթային վաճառքը (այսինքն մի քանի ալիքները որպես մեկ փաթեթ վաճառելը) կարող է որոշ սպառողների ստիպել որպես բաժանորդագրած փաթեթի մի մաս մուտք ունենալ դեպի որեւէ անցանկալի բովանդակություն ունեցող ալիք: Փաթեթային վաճառքի այս արդյունքը մրցակցային քաղաքականության վերաբերյալ քննարկումների առիթ է հանդիսանում, քանի որ մրցակիցները կարող են հետ կանգնել այդ ոլորտ մուտք գործելուց, եթե նրանք չկարողանան առաջարկել արդեն գործող լրատվամիջոցի բովանդակության ծավալին համարժեք բովանդակություն: Փաթեթային վաճառքը կարող է ինչպես նպաստել սպառողների բարեկեցությանը, այնպես էլ նվազեցնել այն:

Բազմաթիվ արդյունաբերական երկրներում բազմաալիք մատակարարումն արդեն դարձել է տեսամատակարարման գերակշռող տեսակը: Միացյալ Նահանգներում հեռուստադիտողների ավելի քան 80 տոկոսն օգտագործում է ոչ թե եթերային ալեհավաքները, այլ կաբելային կամ արբանյակային կապը: Քանի որ գնալով ավելի քիչ թվով սպառողներ են օգտվում եթերային հեռարձակումներից, եւ քանի որ շարժական

կապի մատակարարների շրջանում աճում է սպեկտրների պահանջարկը, կարելի է ենթադրել, որ եթերային հեռարձակումն աշխարհում աստիճանաբար դուրս կնդվի:

Արբանյակային հեռարձակում

Արբանյակները, որոնք երկրի ուղեծրում են գտնվում ուղիղ հասարակածի վերելում, դրա նկատմամբ մոտավորապես 35,785 կիլոմետր բարձրության վրա, ունեն այնպիսի ուղեծրային արագություն, որը ճշգրտորեն համապատասխանում է Երկիր մոլորակի պտույտի արագությանը: Այդպիսով դրանք կարծես թե անշարժ կերպով գտնվում են հասարակածի մի կետի գլխավերելում եւ կարող են օգտագործվել որպես չափազանց բարձր ակտիվաքներ: Արբանյակային հեռարձակումը բազմաալիք մատակարարման առանձին միջոց է: Հզոր արբանյակները գնալով սկսում են ավելի բարձր հաճախականությունների վրա աշխատել, ինչը հնարավորություն է ընձեռում ավելի ու ավելի փոքր ընդունող ակտիվաքներ օգտագործել: Շուտով ուղեծիր կբարձրացվեն արբանյակներ, որոնք աշխատում են հաճախականության «Ka» գոտում, որը գտնվում 20 գեգահերցից այն կողմ (20 միլիարդ շրջան վայրկյանում): Ինչքան ակտիվաքները փոքրանում են, այնքան ավելի հեշտ է դառնում դրանք թաքցնելը, ինչը համապատասխանում է ինչպես էսթետիկական նկատառումներին, այնպես էլ որոշ երկրներում քաղաքական մտահոգություններին: Ինչպես ձայնային, այնպես էլ տեսաարբանյակային հեռարձակումները հեշտությամբ շրջանցում են տեղական եւ ազգային կառավարությունների սահմանափակման հնարավորությունների շրջանակները: Դրանք նաեւ շրջանցում են համեմատաբար թանկարժեք եթերային մատակարարման համակարգերը: Բովանդակությունը կարող է հեռարձակող արբանյակին փոխանցվել այդ արբանյակի հեռարձակման շրջանից դուրս գտնվող վայրերից: «Ka» գոտում գործող արբանյակները կարող են ոչ միայն բազմաալիք հեռուստատեսային մատակարարում տրամադրել, այլ նաեւ բնակարաններին եւ գուցե նույնիսկ անհատներին տրամադրել ոչ թանկարժեք երկկողմանի ծառայություններ՝ ներառյալ հեռախոսակապ եւ մուտք դեպի Ինտերնետ: Ուղղակի հեռարձակող արբանյակների քաղաքական հետեւանքներն ակնհայտ են, սակայն խաղաղ պայմաններում իշխանությունները պայմանագրային հիմունքներով պահպանում են իրենց բնակչությանը հասանելի հեռարձակումների կարգավորման կամ սահմանափակման իրավունքը: Այս խնդիրները, ինչպես նաեւ երկրների միջեւ սպեկտրի համապատասխան մասնաբաժինների եւ ուղեծրային պատուհանների բաշխումը, մշակվում են Միացյալ Ազգերի Կազմակերպության Հեռահաղորդակցության միջազգային միության շրջանակների ներքո (Միության վերաբերյալ տեղեկատվության համար այցելեք՝ <http://www.itu.int>):

Արբանյակային տեխնոլոգիայի (հատկապես հաջորդ սերնդի) մի հետաքրքիր հետեւանքն այն է, որ ռեպրեսիաների դիմող իշխանություններն ավելի քիչ հնարավորություն կունենան վերահսկել իրենց բնակչության մուտքը դեպի արտաքին քաղաքական եւ մշակութային ազդեցությունները: Մյուս հետեւանքն այն է, որ արբանյակների մեկ միավորին մատակարարման ցածր արժեքը (համեմատած եթերային մատակարարման հետ) կարող է ի պատասխան սպառողների եւ գովազդ պատվիրողների պահանջարկի որեւէ մակարդակի մեծապես ավելացնել առաջարկվող լրատվական բովանդակության քանակությունը: Վերջապես, մատակարարման ցածր արժեքները հավանաբար կավելացնեն բովանդակության ավելի լայն մատակարարումները՝ նպաստելով լրատվամիջոցների գլոբալացման միտումներին եւ աջակցելով մասսայականություն վայելող մշակույթի հետագա գլոբալացմանը:

Ինտերնետ

Ինտերնետը հաճախ ներկայացվում է որպես նորագույն զանգվածային լրատվամիջոց: Սակայն որպես տեխնոլոգիա, Ինտերնետն ավելի մոտ է մի կետից դեպի մյուսը հեռախոսային կամ փոստային ցանցին, քան թե նույնատիպ հեռարձակման ցանցին: Այնուամենայնիվ, երկրների մեծ մասում Ինտերնետի մուտքի արագությունը եւ ցածր արժեքն այն նախընտրելի մեխանիզմ է դարձնում լրատվամիջոցների այնպիսի բովանդակության մատակարարման համար, որը նման է փոքր պարբերականների եւ տեղեկատվական տեղեկագրերի բովանդակությանը: Ինտերնետը նպաստում է նաեւ ցածր թողունակություն ունեցող ոչ իրական ժամանակի բովանդակության արագ տարածմանը, ինչպես օրինակ էլեկտրոնային փոստն է, որը կարող է զանգվածային լրատվամիջոցների քաղաքականապես կարելու բովանդակության մոտ փոխարինողը լինել եւ շատ ավելի դժվար կարգավորվող լինել կառավարությունների համար (այսուհանդերձ, ռեպրեսիաների դիմող կառավարություններն ավելի մեծ պատրաստակամությամբ փակում են մուտքը դեպի Ինտերնետ, քան թե դեպի անդրազգային ռադիոհեռարձակումները կամ տպագիր եւ ձայնագրված բովանդակության սեւ շուկայի աղբյուրները):

Ինտերնետի ներկայիս կառուցվածքն այն ըստ էության անարդյունավետ է դարձնում որպես հեռարձակվող լրատվամիջոց: Եթե հեռուստատեսային հեռարձակողը մեկ ազդանշան է ուղարկում, որը կարող են ընդունել միլիոնավոր մարդիկ, ապա ինտերնետով հեռարձակողը, որը ձգտում է միլիոնավոր մարդկանց հասանելի լինել, պետք է յուրաքանչյուր հասցեատիրոջ առանձին ազդանշան ուղարկի՝ այդպիսով լսարանի ծավալին համարժեք տեղեկատվության ծավալ ուղարկելով: Ինտերնետի ապագա կառուցվածքներում սա կարող է փոփոխվել: Ինտերնետն իր ներկայիս տեսքով չի ցուցաբերել սովորական լրատվամիջոցների հետ գովազդային եկամուտների համար հաջողությամբ մրցակցելու ունակություն: Իսկապես, գովազդ պատվիրողների համար գրավիչ, բավականին խոշոր, ճշգրտման ենթակա լսարան ստեղծելու անհաջողությունը ստիպեց 1999-2000թթ. հարյուրավոր «.com» ձեռնարկություններ փակել ամբողջ աշխարհում (Ինտերնետային գովազդների մեծ մասը հիմնված էր բարտերային գործարքների վրա, երբ երկու «.com»-եր համաձայնում էին ներկայացնել միմյանց գովազդները): Այսպիսով, գաղափարների շուկայում իր դերի հզորությունից անկախ, ինտերնետն առայժմ կարելու զանգվածային լրատվամիջոց չէ եւ հնարավոր է, որ չդառնա (Օուեն, 1999թ.):

Տնտեսական կարգավորում

Կառավարությունները սովորաբար ձգտում են կարգավորել զանգվածային լրատվամիջոցները: Տպագիր լրատվամիջոցների գրաքննության ուսումնասիրությունը, որը հին պատմություն ունի, այս գլխի նպատակների մեջ ներառված չէ: Տնտեսական կարգավորումը նաեւ ազդում է լրատվամիջոցների վրա, լինեն դրանք տպագիր, թե էլեկտրոնային: Օրինակ՝ թերթերի հրատարակիչները կարող են մրցակցության քաղաքականության գործակալությունների ուսումնասիրության առարկա դառնալ, երբ մեծ է վաճառողների կենտրոնացվածությունը կամ՝ երբ առկա են միավորման առաջարկություններ: Որոշ երկրներում արգելվում կամ սահմանափակվում են մրցակցող լրատվամիջոցների համատեղ սեփականությունը՝ նպատակ ունենալով ապահովել նորությունների եւ կարծիքների աղբյուրների բազմազանությունը (ՏՂԶԿ անդամ երկրների սեփականության եւ համատեղ սեփականության քաղաքականությունների համապարփակ վերլուծության համար տես՝ ՏՂԶԿ, 1999թ.):

Ավանդաբար, կախված կիրառվող տեխնոլոգիաներից, խիստ տարբերություններ գոյություն ունեն զանգվածային լրատվամիջոցների կարգավորման (եւ պետական սեփականության) աստիճանների միջեւ¹: Տպագիր լրատվամիջոցի ազատությունը կառավարական կարգավորումից կամ սեփականությունից վաղուց համարվում է հասարակությունում քաղաքական ազատության կարելու չափանիշ: Այս մոտեցման պատճառներից մեկը կարող է լինել այն, որ տպագրիչ լրատվամիջոցներն ըստ կառուցվածքի վաղուց մրցակցային են կամ, համեմայն դեպս, մենաշնորհային են եղել միայն տեղական մակարդակով, այնպես որ հասարակությունները ստիպված չեն եղել ընտրություն կատարել մասնավոր մենաշնորհների եւ պետական կարգավորման միջեւ: Ի տարբերություն դրա, կարծես թե ի սկզբանե գերակշռել է այն կարծիքը, թե էլեկտրոնային զանգվածային լրատվամիջոցները շատ ավելի հզոր են եւ այդ պատճառով ավելի մեծ վտանգ են ներկայացնում սոցիալական եւ քաղաքական կայունությանը, եւ որ դա, կառավարության կողմից էլեկտրամագնիսական սպեկտրի սեփականության հետ համատեղ, արդարացնում է կարգավորումները եւ պետական սեփականությունը: Էլեկտրամագնիսական սպեկտրի անվտանգության, փրկարարական նպատակներով, ինչպես նաեւ ծովային ու ռազմական ծառայությունների կողմից հնուց կիրառումը հանգեցրեցին նախորդ դարի սկզբներում պետությունների մեծ մասի կողմից սպեկտրի ազգայնացմանը: Քանի որ ազգային սահմանները չեն կարող խոչընդոտել ռադիոալիքների տարածմանը, պայմանագրերը եւ միջազգային գործակալություններն (Յեռահաղորդակցության միջազգային միություն) են սահմանում սպեկտրի առանձին մասերի ընդունելի օգտագործումները եւ օգտագործողներին՝ խրախուսելու համար սարքավորումների համատեղելիությունը եւ նվազեցնելու համար միջամտության խնդիրները: Պետությունների մեծ մասում եթերային ալիքների պետական սեփականությունը հանգեցրեց նախ կառավարությունների կողմից ռադիո, այնուհետեւ հեռուստահեռարձակման ազգայնացմանը: Նույնիսկ այն պետությունները, որտեղ թույլատրվում էր մասնավոր հեռարձակումը, խստորեն սահմանափակեցին հեռարձակման հաճախականությունների քանակը՝ ստեղծելով ալիքների արհեստական սակավություն: Այսպիսով, որոշ երկրներում հեռարձակման թույլտվությունը փաստորեն դրամ տպելու լիցենզիա է, որը հաճախ կիրառվում է կառավարության քաղաքական աջակիցներին պարգևատրելու համար:

Կառավարության սեփականությունը հանդիսացող կամ նրա կողմից վերահսկվող հեռարձակման կազմակերպություններին եւ հատկապես հեռուստատեսային զվարճալի ալիքների քանակի սահմանափակմանը շուկայի արձագանքումներից մեկը դարձավ կաբելային հեռուստատեսային համակարգերի ստեղծումը, իսկ վերջերս՝ ուղղակի արբանյակային հեռարձակմամբ հեռուստատեսությունը: Եթերային հեռարձակման հետ համեմատած, կաբելային հեռուստատեսությունը հեռուստատեսային ծրագրերի մատակարարման ավելի թանկարժեք միջոց է: Եթե շատ երկրներում տարվող քաղաքականության պատճառով չսահմանափակվեցին հեռարձակման ալիքների քանակը, ապա հնարավոր կլիներ խուսափել կաբելային հեռուստատեսային համակարգերի մեջ իրականացված էական ներդրումային ծախսերից: Վերջին ժամանակներս, սակայն, բջջային հեռախոսակապի համար հեռարձակման հաճախականությունների կիրառումն ավելացրել է հեռարձակման սպեկտրի նկատմամբ դրամական ծախսերը: Հաշվի առնելով այլընտրանքային բազմաալիք հեռարձակման մեթոդների

1 Օրինակ՝ 1968թ.-ին Միացյալ Նահանգների Գերագույն դատարանը պահպանեց ռադիոհեռարձակումների բովանդակության ֆեդերալ կառավարության կողմից լիցենզավորումը եւ կարգավորումն այն հիմքի վրա, որ ռադիոյի հաճախականություններն ըստ էության «սահմանափակ» են, չնայած համայնքների մեծ մասն ունեին բազմաթիվ մրցակցող կայաններ («Red Lion Broadcasting»-ն ընդդեմ «FCC»-ի 395, ԱՄՆ 367): 1974թ.-ին նույն դատարանը սահմանեց, որ մի թերթի, որը թեկուզ եւ տեղական մենաշնորհ ուներ, չի կարելի սահմանադրորեն պարտադրել ըստ կանոնադրության տպագրել մի քաղաքական գործչի պատասխանը, ում այն պախարակել էր («Մայամի հերալդ»-ն ընդդեմ Տորնիլոյի, 418 ԱՄՆ 241):

առկայությունը՝ եթերային հեռարձակումն այժմ կարող է դառնալ հեռուստատեսային զանգվածային լրատվամիջոցների մատակարարման անարդյունավետ մեթոդ:

Սկսած 1980-ական թվականներից, շատ արդյունաբերական եւ զարգացող երկրների սկսեցին մասնավորեցնել եւ ապակարգավորել հեռարձակումը: Եվ ամենակարեւորը, աշխարհի բազմաթիվ մասերում աճուրդների եւ այլ միջոցներով մասնավորեցվում է էլեկտրամագնիսական սպեկտրը: Օրինակ՝ սպեկտրի աճուրդներ են տեղի ունեցել Ավստրալիայում, Չիլիում, Նոր Զելանդիայում, Միացյալ Նահանգներում, Վենեսուելայում եւ Եվրոպական Միության շատ երկրներում: Սա մեծապես նպաստել է բջջային հեռախոսակապի արագ զարգացմանը եւ շատ ավելի քիչ առումով՝ հեռարձակման մրցակցության աճին: Չնայած այս ազատականացմանը, մասնավորեցված սպեկտրի օգտագործման հնարավորությունների եւ վերավաճառքի նկատմամբ արգելափակումները շարունակում են սահմանափակել այս կարեւոր ռեսուրսների տնտեսական արդյունավետությունը:

Չնայած դեռ վաղ է եզրահանգումներ անել, սակայն էլեկտրոնային զանգվածային լրատվամիջոցների մասնավորեցման եւ ապակարգավորման արդյունքները (լինեն դրանք քաղաքականության փոփոխման, թե տեխնոլոգիական բարելավումների հետեւանք, որոնք հնարավորություն են ընձեռում շրջանցել ավանդական լրատվամիջոցները) կարծես թե ավելացրեցին մրցակցությունը եւ նվազեցրեցին կենտրոնացվածությունը: Սա նվազեցրեց առանձին լրատվամիջոցների հզորությունը եւ ազդեցությունը՝ իր հերթին նվազեցնելով կառավարական կարգավորման տրամաբանական հիմնավորումը: Սպառողների տեսանկյունից, այս փոփոխությունների արդյունքը հանդիսացավ առկա ծրագրերի բազմազանության հսկայական աճը, ինչը հավանաբար նպաստեց նրանց բարեկեցությանը, սակայն բազմազանության ավելացման գործընթացն ինքնին նաեւ վերացնում է նախկինում առկա ընտրությունը՝ հնարավորությունը սպառել այն բովանդակությունը, որը սպառվում է նաեւ այլ դիտողների մեծամասնության կողմից: Օրինակ՝ Միացյալ Նահանգներում ժամանակին առկա ընդամենը երեք հեռուստատեսային ցանցերի լսարանի մասնաբաժինը 20 տարվա ընթացքում ավելի քան 90 տոկոսից նվազեց մինչեւ 50 տոկոսից էլ պակաս մասնաբաժին:

Քաղաքականության խնդիրներ

Ինչպես ծավալների մեծացմամբ արդյունավետության աճը, այնպես էլ սահմանափակ շուկաները հանգեցնում են վաճառողների կենտրոնացվածությանը: Պետական սեփականության, լիցենզավորման եւ արտահանման վերահսկման միջոցով կառավարության միջամտությունը նույնպես նպաստում է կենտրոնացվածությանը²: Վաճառողների կենտրոնացվածությունը զանգվածային լրատվամիջոցների հետ կապված առանձին խնդիր է՝ ժողովրդավարության զարգացման մեջ լրատվամիջոցների կարեւոր դերի պատճառով: Կենտրոնացվածությունը, իհարկե, նաեւ տնտեսական քաղաքականության խնդիր է: 97 երկրներում լրատվամիջոցների սեփականության լայնածավալ ուսումնասիրությամբ պարզվեց, որ կենտրոնացվածությունը հաճախ բարձր է, լրատվամիջոցները հաճախ ընտանիքների կամ պետական սեփականություն են, եւ որ այս գործոնները հարաբերվում են բացասական հետեւանքների հետ, ինչպիսիք են տնտեսական աճի ցածր տեմպերը, աղքատությունը եւ բռնապետական համակարգերը (Ջանկով եւ մյուսներ, պատրաստվում է տպագրության): Այս ուսում-

2 Օրինակ՝ Մոնղոլիայում կառավարության կողմից թերթային թղթի ներկրման վերահսկումը զգալի խնդիր է, չնայած 1990 թ.-ից սկսած զգալիորեն աճել է թերթերի քանակը (Ուիլյամսոն, 1995թ.):

նասիրությունը չի ներառում տնտեսական խնդիրները, այնպես որ մենք չզիտենք, թե արդյո՞ք լրատվամիջոցների կենտրոնացվածության (կամ ընտանեկան, կամ պետական սեփականության) աստիճանն ավելի մեծ կամ փոքր է, քան նույն երկրներում նույնատեսակ կապիտալատարություն ունեցող այլ ներքին արդյունաբերական ճյուղերում: Նմանապես, պարզ չէ, թե արդյոք պատճառահետևանքային կապ գոյություն ունի լրատվամիջոցների կենտրոնացվածության եւ բացասական սոցիալ-քաղաքական հետևանքների միջեւ, եւ եթե այդպես է, ապա որ մեկն է բխում մյուսից:

Բովանդակության հասարակական բարիքի բնույթը կարող է հանգեցնել քաղաքականության այլ խնդիրների, ինչպես այն դեպքում, երբ օտարերկրյա կամ անդրազգային լրատվամիջոցների բովանդակության ներկրումը կառավարության կողմից դիտվում է որպես սպառնալիք տեղական մշակույթի կամ սոցիալական նորմերի նկատմամբ: Այս առումով հաճախ նշվում են ամերիկյան կինոնկարները եւ պակաս հաճախականությամբ նաեւ հեռուստատեսային ծրագրերը: Դժվարությունն այն է, որ խոշորածավալ եւ հիմնականում հարուստ անգլերեն լեզվով խոսող լսարաններին ծառայություններ մատուցելու մրցակցությունը նպաստում է թանկարժեք եւ գրավիչ բովանդակության ստեղծմանը՝ այնքան գրավիչ բովանդակության, որ այն կարող է հաղթահարել լեզվական եւ մշակութային խոչընդոտները: Ավելի փոքր ազգային կամ տեղական լսարանների համար արտադրված բովանդակությունն անհրաժեշտաբար պետք է պակաս թանկարժեք եւ գրավիչ լինի լայն լսարանների համար: Ընդհանուր լեզու կամ մշակույթ չունեցող զարգացող երկրներն այս առումով առանձնահատուկ խնդիրների առջեւ են կանգնում: Մրցակցային աշխարհում զանգվածային լրատվամիջոցների տնտեսությունը չի նպաստում այն լեզուների կամ մշակույթների գոյատևմանը, որոնք ապահովված չեն բնակչության մեծ քանակով կամ էական մասնագիտացված տնտեսական պահանջարկով: Սա ոչ թե առավել հաջողակ լրատվամիջոցների մշակութային իմպերիալիզմի, այլ պարզապես գրավիչ արժեքով սպառողներին բավականություն պատճառելու այդպիսի լրատվամիջոցների բարձրակարգ ունակության հետևանքն է: Որոշ ազգեր նախընտրել են նման արդյունքները փոխհատուցել տեղական լրատվամիջոցների պահանջարկը սուբսիդավորելու միջոցով:

Օտարերկրյա կամ աստիճանաբար ավելի մեծ կարելությունն ձեռք բերող անդրազգային լրատվամիջոցների կողմից տեղական մշակույթի եւ լեզվի պահպանման վերաբերյալ սպառնալիքները (Պաթհանիա-Ջայն, 2001թ., Շրիկհանդե, 2001թ.) վտանգ են ներկայացնում ոչ միայն զարգացող երկրների համար: Նույն հիմքն ունեցող տնտեսական ուժերը սպառնում են նաեւ զարգացած երկրների տեղական մշակույթներին եւ բարբառներին, եթե ոչ լեզուներին: 1909թ.-ին Նյու Յորք քաղաքում գոյություն ունեին մոտավորապես 85 օրաթերթեր, որոնցից շատերը լույս էին տեսնում նոր ժամանած ներգաղթյալների մայրենի լեզուներով (Օուեն, 1975թ., էջ 70): Մի քանի տասնամյակների ընթացքում Նյու Յորքում մնացին ընդամենը մի քանի թերթեր, քանի որ գովազդ պատվիրողները գտան, որ իրենք նույն ընթերցողներին կարող են ավելի արդյունավետ կերպով հասանելի լինել ընդհանուր շրջանառություն ունեցող մամուլի միջոցով, իսկ ընթերցողները չէին ցանկանում վճարել աստիճանաբար ավելի թանկարժեք մասնագիտացված մամուլի համար:

Լրատվամիջոցների սեփականությունը հաճախ բարձրացնում է քաղաքականության վերաբերյալ կարելու խնդիրներ: Մամուլի եւ հեռարձակման կայանների պետական սեփականությունը կարող է նշանակել որոշակի քաղաքական ազատությունների բացակայություն: Մասնավոր քաղաքացիների միջեւ լրատվամիջոցների սեփականության կենտրոնացումը կարող է երբեմն արտահայտել որեւէ էլիտար խմբին պատկանող քաղաքական հզորությունը: Տնտեսական հեռանկարների առումով, կենտրոնացվածությունը մտահոգություններ է առաջացնում, եթե այն հանգեցնում է մենաշնորհների առաջացմանը կամ նպաստում է ավելի բարձր գներին եւ ավելի ցածր արտադ-

րողականությանը հանգեցնող գաղտնի համաձայնություններին: Ընդհանուր կերպով կարելի է ասել, որ մրցակցության սպառնալիքների գնահատման կարելու տնտեսական շուկաները շատ ավելի փոքր են, քան հաճախ այսպես կոչված գաղափարների շուկաները: Ասենք, տվյալ քաղաքում ռադիոհեռարձակողների միջև կենտրոնացվածությունը, սկզբունքորեն, կարող է որոշակի գովազդ պատվիրողների վերաբերյալ տնտեսական մրցակցության խնդիրներ առաջացնել, նույնիսկ եթե մտքերի արտահայտման համար առկա են բազմաթիվ այլ միջոցներ, ինչպես օրինակ հեռուստատեսությունը, մամուլը, ամսագրերը կամ օպերատիվ տեղեկատվական ծառայությունները: Այնտեղ, որտեղ կենտրոնացվածությունը բավարար չէ մրցակցային քաղաքականության վերաբերյալ մտահոգություններ առաջացնելու համար, դժվար թե այն կարողանա արտահայտման ազատության վերաբերյալ կարելու խնդիրներ առաջացնել: Այսպիսով, թեպետ շատ երկրներ ձգտում են սահմանափակել լրատվամիջոցների կենտրոնացվածությունը (ՏՀԶԿ, 1999թ., Համաշխարհային բանկ, 2001թ., մաս 10.47), սակայն այդպիսի ջանքերը կարող են հիմնված լինել գաղափարների շուկայի չափազանց նեղ սահմանման վրա:

Եզրակացություն

Մասնավոր զանգվածային լրատվամիջոցները (մամուլ) կարելուրագույն դեր են խաղում յուրաքանչյուր կառավարման համակարգում, որտեղ քաղաքական ազատություններ եւ հաշվետվություն գոյություն ունեն: Ձանգվածային լրատվամիջոցները նաեւ քննադատորեն են վերաբերվում տնտեսական տեղեկատվության հոսքին, ներառյալ այն տեղեկատվությունը, որը թույլ է տալիս սպառման եւ արտադրության վերաբերյալ ավելի տեղեկացված որոշումներ կայացնել: Սակայն մասնավոր զանգվածային լրատվամիջոցները հիմնականում գոյություն ունեն բաժանորդագրությունների վաճառքից եւ գովազդներ հրապարակելուց եկամուտներ ստանալու նպատակով: Բացառությամբ այն վայրերի, որտեղ կառավարության քաղաքականությունն արգելում է մուտքն այս ոլորտ, զանգվածային լրատվամիջոցներն ըստ կառուցվածքի հիմնականում ավելի շուտ մրցակցային են, քան մենաշնորհային: Ժամանակակից տեխնոլոգիան միտում ունի նվազեցնելու մատակարարման ծախսերը, ավելացնելով տնտեսապես կենսունակ լրատվամիջոցների պոտենցիալ քանակությունը եւ այն աշխարհագրական ծավալը, որտեղ նրանք կարող են շահավետ կերպով մատակարարվել: Սա մեծացնում է նաեւ սպառողների ընտրությունը եւ նվազեցնում քաղաքական կամ մշակութային պատճառներով բովանդակությունը վերահսկել ցանկացող կառավարությունների ձեռքի տակ եղած լծակների թիվը:

Գրականություն

Barrera, Eduardo. n.d. *Mexico*. Available on:

<http://www.mbcnet.org/archives/etv/M/htmlM/mexico/mexico.htm> .

Crawford, Gregory. 2001. "The Discriminatory Incentives to Bundle: The Case of Cable Television." Working Paper. Duke University, Durham, North Carolina.

Djankov, Simeon, Caralee McLiesh, Tatiana Nenova, Andrei Shleifer. Forthcoming. "Who Owns the Media?" *Journal of Law and Economics*.

Hollifield, C. Ann. 2001. "Crossing Borders: Media Management Research in Transnational Market Environment." *Journal of Media Economics* 14(3):133-46.

- Kaiser, Robert G. 2001. "The Rise of a Press Baron: An Unlikely Entrepreneur Builds Buryatia's Biggest Weekly." *The Washington Post*, August 13.
- OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development). 1993. *Competition Policy and a Changing Broadcast Industry*. Paris.
- . 1999. *Communications Outlook*. Paris.
- Owen, Bruce M. 1975. *Economics and Freedom of Expression: Media Structure and the First Amendment*. Lexington, Massachusetts: Ballinger.
- . 1999. *The Internet Challenge to Television*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Owen, Bruce M., and S. Wildman. 1992. *Video Economics*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Pathania-Jain, Geetika. 2001. "Global Parents, Local Partners: A Value-Chain Analysis of Collaborative Strategies of Media Firms in India." *Journal of Media Economics* 14(3): 169-88.
- Shrikhande, Seema. 2001. "Competitive Strategies in the Internationalization of Television: CNNI and BBC World in Asia." *Journal of Media Economics* 14(3): 147-68.
- Steiner, Peter O. 1952. "Program Patterns and Preferences and the Workability of Competition in Radio Broadcasting." *Quarterly Journal of Economics* 66(May): 194-223.
- Williams, John W. 1995. "Mass Media in Post-Revolutionary Mongolia." Principia College, Elsah, Illinois. Precessed.
- World Bank. 2001. *World Development Report 2000/2001: Attacking Poverty*. New York: Oxford University Press.

10

Լրատվամիջոցների իրավական միջավայրը

Պետեր Կրուզ Եւ Սոնրո Է. Փրայս

Արդյունավետ ժողովրդավարական հասարակություն ձևավորելու ճանապարհին բազմաթիվ քայլեր է պետք ձեռնարկել, եւ լրատվամիջոցների վերաբերյալ օրենքների եւ լրատվամիջոցների կազմավորումը դրանց մեջ ամենակարեւորներից մեկն է: Հաճախ կառավարությունները ժողովրդավարությանն աջակցող արդյունավետ լրատվական համակարգեր կառուցելու քայլեր են ձեռնարկում առանց այդ գործընթացների վրա ազդող իրավական միջավայրի բազմաթիվ կողմերն էապես հասկանալու: Մենք ձգտում ենք պարզել բարդ կառուցվածք ունեցող իրավական գործընթացի որոշակի բաղադրիչները, որոնք նպաստում են այն միջավայրի ստեղծմանը, որը լրատվամիջոցներին հնարավորություն է ընձեռում աջակցել ժողովրդավարական նպատակների իրականացմանը: Մի շարք գործոններ գոյություն ունեն, որոնք ցույց են տալիս, թե արդյոք ազատ եւ անկախ լրատվամիջոցների հատվածը կարո՞ղ է ծաղկուն ապրել: Դրանցից են, օրինակ, գրագիտության ընդհանուր մակարդակը, հասարակությանն այն ազդանշանների տրամադրումը, որ քաղաքական ղեկավարության ձեւավորման քննադատական, տեղեկացված հեռանկարը ողջունելի է, ընտրական համակարգի բնույթը եւ այն ինստիտուտների կայունությունն ու բնույթը, որոնք հնարավոր են դարձնում տեղեկատվության արտադրությունն ու առաքումը:

Այլ բաղադրիչներին լրացնող հիմնական բաղկացուցիչ մասերից մեկը իրավական ինստիտուտների ընդհանրությունն է, այսինքն՝ նպաստավոր միջավայրի իրավական ոլորտը: Այն իրավական միջավայրի բնույթը (օրենքների, իրավական կառույցների եւ իրավական դերակատարների խումբը), որտեղ գործում են լրատվամիջոցները, ակնհայտորեն խորը ազդեցություն ունի նորությունների հավաքման եւ տեղեկատվության ու գաղափարների տարածման խնդրում արդյունավետորեն գործելու լրագրողների եւ լրատվական կազմակերպությունների ազատության աստիճանի վրա¹: Լրատվամիջոցների գործունեության համար բավարար իրավական նպաստավոր միջավայրի ուսումնասիրությունն ի հավելումն իրավական համակարգի հատուկ տարրերի, պետք է ներառի նաեւ այնպիսի խնդիրներ, ինչպիսիք են լրատվամիջոցների սեփականությունը եւ քաղաքացիական հասարակության դերը:

Այս գլուխը հիմնականում շեշտը դնում է լրատվամիջոցների գործունեության համար բավարար իրավական նպաստավոր միջավայրի օրենսդրության ասպեկտների վրա: Այս առումով, մեր ուշադրությունը կուղղենք լրատվամիջոցների գործունեության իրավական պայմանների չորս կողմերին՝ նորությունների հավաքում, բովանդակության ուղղակի կարգավորում, բովանդակության հետ կապ չունեցող կարգավորում, որն ունակ է անուղղակիորեն ազդել բովանդակության վրա եւ իրենց մասնագի-

1 Այս քննարկման մեջ «լրագրող» տերմինը ներառում է տպագիր լրատվամիջոցների հրատարակիչներին եւ էլեկտրոնային լրատվամիջոցների սեփականատերերին ու տնօրինողներին, ինչպես նաեւ խմբագիրներին, մեկնաբաններին ու լրագրողներին:

տական գործունեության ընթացքում լրագրողների պաշտպանություն, ներառյալ պաշտպանությունը ֆիզիկական հարձակումներից:

Մեր վերլուծությունը մեծապես հիմնված է արեւմտյան ժողովրդավարություններում ձեւավորված եւ այդ երկրներում լրատվամիջոցների վերաբերյալ օրենսդրությունը բնութագրող կանոնների եւ սկզբունքների համակարգի վրա, ինչպես նաեւ՝ հաշվի է առնում ամբողջ աշխարհում լայն ընդունելություն գտած գործելակերպերը՝ ներառյալ անցումային շրջանում գտնվող նախկին խորհրդային պետություններից առավել հաջողություններ ունեցողների որոշակի փորձը: Նույնիսկ ամենազարգացած ժողովրդավարական հասարակություններում օրենքների ընդունումը չի կարող երաշխավորել, որ դրանք գործնականում ամբողջապես եւ պատրաստակամությամբ կկիրառվեն: Մեծ թիվ են կազմում այնպիսի երկրները, որտեղ լավ գրված օրենքները չեն գործում դրանց կիրառման միջավայրի անվճռականության պատճառով: Իսկապես, նպաստավոր միջավայրի գաղափարը ենթադրում է, որ հատուկ օրենքներն ունեն այն բովանդակությունը, որում առկա է այդ օրենքների ոգին, եւ որ իրագործվում են դրանց ազդեցության իրականացման գործընթացները:

Նորությունների հավաքում

Չնարավոր է պատկերացնել մի համակարգ, որտեղ լրագրողներն անկախ են, երբ նրանք կարող են տպագրել այն, ինչ կցանկանան, սակայն նրանց լրջորեն խոչընդոտում են, քանի որ սահմանափակվում է նրանց մուտքը դեպի տեղեկատվությունը: Իհարկե, որոշ առումով բոլոր լրագրողներն էլ հանդիպում են խոչընդոտների: Նրանք ունեն ժամանակային սահմանափակումներ, որոնք խանգարում են հետազոտություններն իրականացնել իրենց ցանկացած խորությամբ, նրանք ունեն բյուջետային սահմանափակումներ եւ ունեն խմբագիրներ, որոնք սահմանափակում են նրանց տեղաշարժը կամ նրանց լրագրողական հետաքննության ուղղությունները: Այնուամենայնիվ, կարելի է ուսումնասիրել պետության կողմից անհրաժեշտ միջավայր ապահովելու գործունեության բնույթը, հատկապես լրագրողների՝ տեղեկատվություն հավաքելու հնարավորության առումով: Լրագրողների կողմից տեղեկատվության հավաքումը տեղեկատվության ազատության կենսական բաղկացուցիչ տարրն է: Տեղեկատվության մատչելիության բացակայության դեպքում լրագրողները հիմնականում զբաղվում են կարծիքների ներկայացմամբ: Չնայած կարծիքների արտահայտման ազատությունը ժողովրդավարական հասարակության կարեւոր բաղկացուցիչ մասն է, սակայն այն բավարար չէ դրա զարգացման եւ պահպանման համար: Քաղաքացիների տեղեկացվածությունը կախված է լրագրողների համար տեղեկատվության աղբյուրների մատչելիությունից: Առանց լրագրողների արդյունավետ գործունեության այս տեսակի՝ հասարակությունը կարող է ունենալ ազատ եւ անկախ լրատվամիջոցներ, սակայն ժողովրդավարական ինստիտուտներ կառուցելու խնդրում դրանց օգտակարությունը խստորեն սահմանափակված կլինի:

Տեղեկատվության մատչելիություն

Արդյունավետ եւ պրոֆեսիոնալ լրագրության կարելորագույն նախապայման է լրագրողների կողմից պետական իշխանության մարմինների մոտ պահվող կամ նրանց կողմից վերահսկվող փաստաթղթերում (հաճախ փոշոտ եւ դժվար հասանելի) պարունակվող տեղեկատվության հավաքելու հնարավորությունը: Նպաստավոր իրավական միջավայրը պետք է ներառի այս հավաքման գործունեության իրականացման իրավական գրավականներ: Նման գրավականները հաճախ կարելի է գտնել հիմնա-

կանոն այս ոլորտի համար կիրառելի օրենսդրության մեջ, որը ճանաչում է փաստաթղթերի հասարակական մատչելիության իրավունքները: Չնայած այս օրենքները հաճախ հստակորեն չեն նշում լրագրողների իրավունքները, սակայն բնական է, որ լրատվամիջոցները կհսում են մատչելիության իրավունքը ողջ հասարակության հետ:

Տեղեկատվական ազատության արդյունավետ օրենսդրության հիմնական առանձնահատկությունը հստակորեն ձևակերպված բացահայտման կանխավարկածն է: Բացահայտման կանխավարկածի հիմքն այն սկզբունքն է, որ պետական իշխանության մարմինների կողմից վերահսկվող տեղեկատվությունը հանրամատչելի է, եթե այն չի պահպանվում օրենսդրական ակտում հստակորեն ձևակերպված բացառությամբ: Այդպիսով, ըստ այս սկզբունքի, բացահայտումից հրաժարվելու դեպքում մեղադրանքը դրվում է պետական պաշտոնատար անձի վրա:

Շատ իրավական համակարգեր որոշ տեսակի ստանդարտներ են ներկայացնում այն մարդկանց նկատմամբ, ովքեր ցանկանում են մուտք ունենալ դեպի փաստաթղթերը, ինչպես օրինակ այնպիսի պահանջը, որ նրանք կարողանան ապացուցել, որ պահանջվող տեղեկատվությունն ազդում է նրանց իրավունքների կամ իրավական շահերի վրա, կամ էլ որ այն կարելիության որոշակի աստիճան ունի: Տեղեկատվության ազատության օրենսդրության արդյունավետությունը էականորեն նվազում է, երբ բացահայտման կանխավարկածի փոխարեն պարտականություններ են դրվում տեղեկատվությունը պահանջողների վրա: Նման պահանջների առկայության խնդիրն այն է, որ դրանք հնարավորություն են ստեղծում կամայականորեն հրաժարվել բացահայտումից՝ պաշտոնատար անձի կողմից տեղեկատվությունը պահանջողի կարգավիճակի կամ փաստաթղթի կարելիության գնահատման հիմքի վրա: Ինչ վերաբերվում է վերջին մտքին, ապա պաշտոնատար անձիք սովորաբար միտված չեն բացահայտել փաստաթղթերը, որոնք կարող են «կարելու» համարվել եւ այդ պատճառով հավանաբար վնասակար՝ կառավարության կամ կորպորատիվ շահերի համար, մի իրավիճակ, որը հակասում է տեղեկատվության ազատության նպատակներին:

Տեղեկատվության ազատության հասկացության վերաբերելը հասարակական կառույցներին: Տեղեկատվության ազատության արդյունավետ օրենսդրությունը պետք է լայնորեն վերաբերի հասարակական կառույցներին: Ինչքան լայն լինի հասարակական մուտքի իրավունքների ծավալը, այնքան ավելի ժողովրդավարական կլինի տեղեկատվության ազատության օրենքը: Օրինակ՝ արդյոք օրենքում ներառված են օրինաստեղծ մարմինները: Եթե այո, ապա օրենսդրական փաստաթղթերի մատչելիության հանընդգրկուն իրավունքը ներառում է դեպի օրենքների նախագծերի եւ օրենսդրական հանձնաժողովների լսումների մատչելիության իրավունքը, թե՛ միայն օրենսդրական մարմնի պլենար նիստերին ներկա լինելն է մատչելի:

Առաջինը լրագրողներին հնարավորություն կտա հասարակությանը տեղեկացնել հանձնաժողովի մակարդակով քննարկման ժամանակ առկա կարելիորագույն խնդիրները, այլ ոչ թե միայն պլենար նիստերի մասին, երբ հնարավոր է, որ կարելու քաղաքական քննարկումներն արդեն ավարտված լինեն: Ավելի լայն հիմք ունեցող տեղեկատվության ազատության օրենքը կներառի նաեւ դատական լսումների փաստաթղթերի մատչելիության ընդհանուր իրավունքը:

Կառավարության առանձին կառույցների կամ նրանց կողմից վերահսկվող փաստաթղթերի առումով կարող են մի շարք առանձնահատուկ խնդիրներ ծագել: Օրինակ՝ օրենսդրական փաստաթղթերի մատչելիությունը պետք է ընդհանուր լինի եւ պետք է ներառի ոչ թե փաստաթղթի կարգավիճակից, այլ միայն քննարկման թեմայից բխող առանձնահատուկ բացառություններ: Օրինակ՝ պետք է հասանելի լինեն ոչ միայն նիստերի արձանագրությունները, այլ նաեւ լսումների ժամանակ հաշվի առնված գրավոր առաջարկությունները, եթե միայն դրանք չեն վերաբերում հատուկ

օրենսդրական բացառություններին: Ի հավելումն այս ամենի, բացահայտումից չպետք է թաքցվեն նաև օրենսդրական հանձնաժողովների նիստերի եւ օրենսդրական մարմինների պլենար նիստերի արձանագրությունները:

Մատչելիության իրավունքի բացառություններ: Մատչելիության իրավունքի բացառությունները պետք է սահմանվեն միայն օրենսդրությամբ՝ հստակ եւ ճշգրիտ ձեւակերպումներով, եւ պետք է անհրաժեշտ լինեն ժողովրդավարական հասարակությունում, պաշտպանելու համար իրավական շահերը, որոնք համապատասխանում են միջազգային նորմերին: Ամբողջ աշխարհում ընդունվում է, որ տեղեկատվության մատչելիության իրավունքները բացարձակ չեն, եւ որ դրանց գոյությունը ինքնին չի նշանակում անսահմանափակ եւ առանց նախապայմանների մուտք դեպի պետական ոլորտի տեղեկատվությունը: Ընդունվում է, որ որոշակի հավասարակաշռված գաղտնի շահերի պաշտպանությունը սահմանում է մատչելիության այս իրավունքների բացառություններ: Միաժամանակ, բացահայտման կանխավարկածի յուրաքանչյուր բացառություն պետք է համապատասխանի որոշակի պահանջների: Առաջինը՝ այն պետք է սահմանված լինի օրենսդրությամբ: Սա նշանակում է, որ օրենսդիր մարմինը բացառիկ իրավունք ունի ինչպես որոշելու պաշտպանության ենթակա գաղտնի շահերը, այնպես էլ սահմանելու բացառությունների որոշակի առանձնահատկությունները: Երկրորդ՝ դա նշանակում է, որ բացառությունը պետք է մանրամասն սահմանված լինի, եւ որ այն չի կարող ենթադրվել պարզապես ընկալելի օրենսդրական մտադրության կամ հիմնվել օրենքի անմիանշանակ լեզվի վրա: Այսպիսով, օրենսդրական նորմերը պետք է սահմանվեն զգուշորեն, առանց բացթողումների: Իսկ ինչ վերաբերում է ազգային անվտանգությանը, ապա ընդունված օրենսդրական կարգ է «պետական գաղտնիքների» բացահայտումն արգելելը: Այսինքն, ժողովրդավարական սկզբունքներին հակված համակարգն այս բացառությունների կիրառումը կթույլատրի միայն, երբ նախօրոք սահմանված են եղել այն հատուկ դասերը, որոնց մեջ ներառված է խնդրո առարկա փաստաթուղթը:

Ժողովրդավարական հասարակությունում հիմնականում անհրաժեշտ են համարվում որոշակի հիմնական գաղտնի շահեր, եւ բացառության դասերը բաժանվում են երկու հիմնական խմբերի: Առաջին խումբը նպատակ ունի նպաստել ընդհանուր կամ պետական գաղտնի շահերի պաշտպանությանը եւ ներառում է ազգային անվտանգությունը, պետության տնտեսական կամ ֆինանսական շահերը, օրենքի պարտադրումը, կառավարական հաստատությունների ներքին կառավարումը եւ քաղաքականության մշակման քննարկումները: Երկրորդ խումբը պաշտպանում է իրավաբանական կամ ֆիզիկական անձանց շահերը, օրինակ՝ անհատների մասնավոր կյանքի անձեռնմխելիությունը եւ առեւտրային գաղտնիքը:

Քրեական, քաղաքացիական եւ վարչական պատասխանատվություններ: Լրագրողները պետք է ազատված լինեն քրեական, քաղաքացիական կամ վարչական պատասխանատվությունից տեղեկատվության գաղտնի փաստաթղթերի հրապարակման դեպքում, եթե նրանք գիտակցաբար չեն մասնակցել այդ փաստաթղթերն անօրինական կերպով ձեռք բերելու գաղտնի համաձայնությանը եւ չեն ինացել, որ այդ փաստաթղթերն օրենսդրությամբ պաշտպանված են բացահայտումից: Ավելին, տեղեկատվության ազատություն քարոզող արդյունավետ համակարգը լրագրողներին կպաշտպանի պատասխանատվություն կրելուց նույնիսկ գիտակցաբար մասնակցության պայմաններում, եթե բացահայտման հասարակական շահերը գերակշռում են նման բացահայտմամբ պատճառած կամ սպառնացող վնասներին: Երբեմն լրագրողները ձեռք են բերում փաստաթղթեր, որոնք իրավականորեն պաշտպանված են բացահայ-

տումից: Այդպիսի դեպքերում նման փաստաթղթերի կամ տեղեկատվության հրապարակման համար պատասխանատվության անվերապահ կիրառումը սառը ցնցուղի դեր կխաղա մամուլի ազատության իրավունքի իրականացման խնդրում, ինչը համատեղելի չէ ժողովրդավարական կառավարման նպատակների հետ:

Արդյունավետ պարտադրում: Մատչելիության իրավունքների ձեւակերպումը պետք է ուղեկցվի այդ իրավունքների պարտադրման արդյունավետ միջոցներով: Այս պահանջն ունի բազմաթիվ տարրեր՝ արդյունավետ փոխհատուցում, պաշտոնատար անձի կողմից բացահայտումից հրաժարվելու արդյունավետ, անկախ դիտարկում, պետական պաշտոնյաների կողմից կամայական խախտումների դեպքում սանկցիաների կիրառման սպառնալիք, տեղեկատվության ազատության անկախ «միջնորդ դատավորի» ինստիտուտի ստեղծում: Պարտադրման նման փոխհատուցումները պետք է ներառեն դատարաններին կամ գործադիր համակարգից դուրս գտնվող այլ դիտարկող մարմնին դիմելու հնարավորությունը: Այս առումով, հասարակական մատչելիության օրենքը պետք է պահանջի, որ տեղեկությունը տրամադրելուց հրաժարվելը ուղեկցվի գրավոր հայտարարությամբ, որը պահանջողին կտեղեկացնի անկախ մարմնին հայցով դիմելու հնարավորության մասին: Այդ մարմնի հեղինակությունը նույնպես կարելու է: Գաղտնի համաձայնությունը, որը պարզապես դրամական տուգանքներ կնշանակի պաշտոնատար մարմնի նկատմամբ, արդյունավետ չի լինի: Ընդհակառակը, դատարանը կամ այլ անկախ մարմինը պետք է ի գործու լինեն պաշտոնատար անձին պարտադրել առաջին հերթին կատարել պահանջ ներկայացնողի ցանկությունը, այսինքն՝ խնդրո առարկա տեղեկատվությունը հասանելի դարձնել:

Միաժամանակ, օրենսդրությունը պետք է նաեւ սանկցիաներ սահմանի փաստաթղթերի բացահայտումից անօրինական կերպով հրաժարվելու դեպքերի համար: Դա նպաստում է տեղեկատվության ազատության նպատակների իրականացմանը, եթե եւ մատչելիության իրավունք տրամադրող օրենսդրությունը, եւ քրեական օրենսգրքերը ներառում են այնպիսի կետեր, որոնք նպաստում են այլուրեք առկա մուտքի իրավունքներին՝ պատասխանատվություններ սահմանելով պետական պաշտոնյաների համար, որոնք անօրինաբար մերժում են պահանջները: Այս առումով, սակայն, սանկցիաների կիրառմանը պետք է զգուշությամբ մոտենալ, որպեսզի այն անարդյունավետ ազդեցություն չունենա: Տեղեկատվության ազատությունն արդյունավետ դարձնելու կարելու տարրերից է որեւէ անկախ պաշտոնյայի նշանակումը, որն ի գործու կլինի միջնորդել վեճերին եւ արդյունավետ մեկնաբանություններ տրամադրել, որպեսզի պետական պաշտոնյաները բարեխղճորեն ընդունված որոշումների համար ենթակա չլինեն անձնական պատասխանատվության:

Գաղտնի աղբյուրների պաշտպանություն

Նպաստավոր միջավայրը ճանաչում է գաղտնի աղբյուրները եւ այդ աղբյուրներից ստացված տեղեկատվությունը պաշտպանելու լրագրողների իրավունքի հասարակական արժեքը: Շատ իրավական համակարգերում օրենքները եւ մասնագիտական վարքի կանոններն սահմանում են, որ լրագրողների աղբյուրների պաշտպանությունը ժողովրդավարական հասարակությունում նորությունների արդյունավետ հավաքման հիմնական նախապայմաններից մեկն է²: Առանց վստահության, որ լրագրողներ-

2 Մասնագիտական կանոնների բազմաթիվ օրինակներ, ինչպես նաեւ այլ կարելու նյութեր պարունակող երկու ինտերնետային աղբյուրներ են Ֆինլանդիայի Տամպերեյի համալսարանի «EthicNet»-ի ինտերնետային էջը (<http://www.uta.fi/ethicnet>) եւ Կլոդ-ժան Բերտրանի «Լրատվական էթիկաներ» ինտերնետային էջը (<http://www.paris2.fr/ifp/Deontologie/ethic>):

րին չեն ստիպի իրենց անձը բացահայտել, տեղեկատվության աղբյուրները կարող են հետ կանգնել հասարակական շահերին վերաբերող խնդիրների վերաբերյալ տեղեկատվություն տրամադրելուց՝ այդպիսով նվազեցնելով լրատվամիջոցների պահապան շան դերը: Այս իրադրությունը կարող է սահմանադրական չափերի հասնել՝ այսինքն վերաբերվել լրատվամիջոցներից տեղեկատվություն ստանալու հասարակական իրավունքին:

Լրագրողների կողմից գաղտնի աղբյուրների պաշտպանության բացառությունները, եթե դրանք ընդհանրապես թույլատրելի լինեն, պետք է սահմանվեն օրենքով, հստակորեն ձևակերպվեն եւ վերաբերվեն միայն ժողովրդավարական հասարակության համար անհրաժեշտ շահերին: Նպաստավոր միջավայրի օպտիմալ պայմանների դեպքում լրագրողների գաղտնի աղբյուրների պաշտպանությունը բացարձակ է, երբ բացահայտումը չի կարող արդարացվել ոչ մի պայմանով: Այսուհանդերձ, բազմաթիվ իրավական համակարգեր սահմանում են չբացահայտման իրավական կամ էթիկական պարտավորվածության բացառություններ, երբ պետական իշխանության որոշակի մարմիններ պահանջում են բացահայտել աղբյուրները: Նման պայմաններում նպաստավոր միջավայրում կպահանջվի, որ միայն դատարանը, իրավական նորմերի հիման վրա ընդունված որոշմամբ, նման կարգադրություն անի, սակայն ժողովրդավարական կառավարման նպատակները չեն իրականացվի, եթե դատարաններն անսահմանափակ հնարավորություններ ունենան պարտադրելու բացահայտել աղբյուրները:

Վիճելի հարց է, թե արդյոք որեւէ հասարակական շահ կարող է երբեւէ այնքան էական նշանակություն ունենալ, որ լրագրողից պահանջվի բացահայտել գաղտնի աղբյուրը ոչ քրեական դատավարության ժամանակ: Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանը դիտարկեց այս խնդիրը «Գուդվինն ընդդեմ Միացյալ Թագավորության» գործի վերաբերյալ 1996թ. մարտի 27-ի իր որոշման մեջ: Այդ գործում գաղտնի աղբյուրը լրագրողին մանրամասն տեղեկատվություն էր տրամադրել մի բիզնես ձեռնարկության գաղտնի փաստաթղթերից, որն արտացոլում էր ընկերության երերուն ֆինանսական դրությունը: Տեղեկատվության հրապարակմամբ ընկերությանը սպառնացող հնարավոր վնասի հիման վրա Անգլիայի դատարանները լրագրողին եւ նրա հրատարակությանը կարգադրեցին տեղեկատվությունը չհրապարակել: Նրանք նաեւ լրագրողից պահանջեցին բացահայտել գաղտնի աղբյուրը, որն, ըստ նրանց, տեղեկատվությունը ձեռք էր բերել անօրինական ճանապարհով: Քննարկելով Անգլիայի դատարանների վճիռները՝ Եվրոպական դատարանը գտավ, որ նրանք միջամտել են լրագրողի կողմից Մարդու իրավունքների եվրոպական կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածով երաշխավորված իրավունքների իրականացմանը, եւ որ տեղեկատվության պարտադրված բացահայտման արդյունքում առաջացած շահերն իրենցից ժողովրդավարական հասարակությունում անհրաժեշտ էական արժեք չեն ներկայացնում: Դատարանը հայտարարեց, որ լրագրողական աղբյուրների գաղտնիության սահմանափակումները կարիք ունեն չափազանց նուրբ դատական ուսումնասիրության:

Լրագրության լիցենզավորումը

Լրագրության լիցենզավորումը, այսինքն առանց լիցենզիայի լրագրողական գործունեությունն անօրինական ճանաչելը, վտանգ է ներկայացնում ժողովրդավարության համար: Մի շարք երկրներ ընդունել են այն դրույթը, որ լրագրությունը լիցենզավորման ենթակա մասնագիտություն է, ընդ որում՝ այդ երկրներից շատերը դա արել են ի պատասխան ՄԱԿ - ի Կրթական, գիտական եւ մշակութային կազմակերպության (ՅՈՒՆԵՍԿՈ) 1970-ականների առաջարկությունների: Ըստ լիցենզավորման կողմնա-

կիցների, այն նպաստում է լրագրողական էթիկային ու պատասխանատվությանը եւ կրթական ստանդարտների տեսքով որակավորումների սահմանման կերպարանք է ընդունում, ինչպես օրինակ ճանաչում գտած լրագրողական ուսուցման դասընթացներն ավարտելը: Ի տարբերություն դրա, լիցենզավորման ընդդիմադիրները կարծում են, որ այն կարող է գործել որպես գրաքննության մի տեսակ, իշխանություններին հնարավորություն տալով լիցենզավորել միայն այն լրագրողներին, որոնք կառավարության կողմից դժգոհության չեն արժանանում:

1985թ.-ին, խորհրդատվական կարգով, Մարդու իրավունքների միջամերիկյան դատարանը որոշեց, որ ընդհանուր առմամբ լրագրողներին լիցենզավորելու օրենքները անհամատեղելի են Մարդու իրավունքների ամերիկյան կոնվենցիայի 13-րդ հոդվածով («Կարծիքի եւ արտահայտման ազատություն») երաշխավորված անհատական եւ կոլեկտիվ իրավունքների հետ: Այդ գործում Կոստա-Ռիկայի կառավարությունն ի պաշտպանություն իր լիցենզավորման համակարգի ներկայացրեց երեք փաստարկներ՝ ա) որ լիցենզավորումը ցանկացած մասնագիտության կարգավորման բնական մեթոդ է, բ) որ լրագրողների լիցենզավորումն անհրաժեշտ է նպաստելու համար հասարակական շահերին՝ լրագրողական էթիկայի եւ պատասխանատվության խնդրում եւ գ) որ լիցենզավորումը ծառայում է որպես իրենց գործատուներից լրագրողների անկախությունը երաշխավորելու մի միջոց: Չնայած դատարանն ընդունեց, որ այս նպատակները ներառվում են հասարակական կարգուկանոնն ապահովելու ընդհանուր կատեգորիայի մեջ (կոնվենցիայում նշված իրավունքների իրականացման սահմանափակումն արդարացնող իրավական շահերից մեկը), սակայն եզրակացրեց, որ դրանցից ոչ մեկը բավարար չէ լրագրության ազատություններին միջամտելու համար: Ի պատասխան Կոստա-Ռիկայի առաջին փաստարկի, դատարանը եզրակացրեց, որ լրագրությունը տարբերվում է այլ մասնագիտություններից, քանի որ այն հստակորեն պաշտպանվում է կոնվենցիայով:

Դատարանը նաեւ մերժեց այն փաստարկը, որ արտահայտման ազատության սահմանափակումը կարող է ծառայել որպես այն երաշխավորելու միջոց՝ եզրակացնելով, որ հասարակական բարեկեցության համար անհրաժեշտ է տեղեկատվության հնարավոր ամենալայն ծավալների առկայությունը: Վերջապես, հստակորեն արտահայտելով իր համաձայնությունը լրագրողների անկախությունը պաշտպանելու նպատակի հետ, դատարանը գտավ, որ այս նպատակին կարելի է հասնել առանց այնպիսի սահմանափակումներ դնելու, որոնք նշում են, թե ով կարող է լրագրողական գործունեություն ծավալել:

Լրատվամիջոցների բովանդակության ուղղակի կարգավորում

Բոլորը հասկանում են, որ խոսքի եւ մանուլի ազատությունները բացարձակ չեն: Բոլոր իրավական համակարգերը որոշակի պետական, հավաքական կամ անհատական շահերին նպաստելու նպատակով թույլատրում են բովանդակության որոշակի աստիճանի կարգավորումը: Դրա զգալի մասն իրականացվում է բովանդակության ուղղակի կարգավորման մեխանիզմի միջոցով, որը սահմանվում է իրավական, գործադիր եւ դատական ակտերի միջոցով: Մենք կկիրառենք բովանդակության կարգավորման ավելի լայն տեսակետը, որը մենք ընկալում ենք որպես պետական հատվածի տեղեկատվության հավաքման, խմբագրման եւ ներկայացման մասնագիտական գործունեության եւ հասարակական խնդիրների վերաբերյալ կարծիքների տարածման մեջ ցանկացած տեսակի արտաքին միջամտություն: Կրկին, նպաստավոր միջա-

վայրն այն է, որտեղ այս ամենը տեղի է ունենում օրենքի գերակայության սկզբունքին համապատասխան:

Չնայած ազատ արտահայտման իրավունքները բացարձակ չեն, սակայն նպաստավոր միջավայրն այն է, որտեղ քաղաքական մշակույթը ճանաչում է տեղեկատվության ազատ հոսքի արժեքը եւ ժողովրդավարական հասարակության գաղափարները: Հիմնական արժեքների եւ ժողովրդավարական հասարակության համար արտահայտման ազատության կենտրոնական նշանակության ճանաչումը բազմաթիվ դեպքերի առումով արտահայտվել է Սարգոս իրավունքների եվրոպական դատարանի կողմից.

Արտահայտման իրավունքը հանդիսանում է ժողովրդավարական հասարակության կարեւորագույն հիմքերից մեկը եւ դրա զարգացման ու յուրաքանչյուր անհատի ինքնահաստատման հիմնական նախապայմաններից մեկը: ... Դա վերաբերվում է ոչ միայն այն «տեղեկատվությանը» կամ «գաղափարներին», որոնք դրական կերպով են ընդունվում, կամ որոնց վերաբերվում են որպես անվնաս, կամ որոնք անտարբերության են արժանանում, այլ նաեւ նրանց, որոնք վիրավորում են, ցնցում կամ անհանգստացնում: Այդպիսին են բազմակարծության եւ հանդուրժողականության պահանջները, առանց որոնց գոյություն չունի «ժողովրդավարական հասարակություն» (*«Նիխտենն ու Ջոնսենն ընդդեմ Նորվեգիայի»*, պարբերություն 43, 1999թ. նոյեմբերի 25-ի որոշում):

Կարեւոր նշանակություն ունի դատարանի կողմից այն էական դերի ճանաչումը, որ լրատվամիջոցները (եւ տպագիր, եւ էլեկտրոնային) ունեն ժողովրդավարական հասարակության նպատակների իրականացման մեջ.

Առանձնակի կարեւորություն ունեցող գործոն է ... այն էական գործոնությունը, որ իրականացնում է մամուլը ժողովրդավարական հասարակությունում: Թեպետ մամուլը չպետք է անցնի որոշակի սահմաններ, մասնավորապես, երբ խոսքը գնում է ուրիշների վարկանիշը եւ իրավունքները հարգելու եւ գաղտնի տեղեկատվության բացահայտումը կանխելու անհրաժեշտության մասին է, սակայն այնուամենայնիվ նրա պարտականությունն է տեղեկատվություն եւ գաղափարներ տարածել (իր պարտականություններին եւ պատասխանատվությանը համապատասխանող ձեւով) հասարակական շահերի բոլոր խնդիրների վերաբերյալ: Ի հավելումն այս ամենի, Դատարանը տեղյակ է այն փաստի վերաբերյալ, որ լրագրողական ազատությունը վերաբերվում է նաեւ դատական օգնության դիմելու իրավունքին՝ որոշակի աստիճանի չափազանցությունների կամ նույնիսկ սադրանքների դեպքում (*«Բլադեթ Թրոմսոն եւ Ստենսասան ընդդեմ Նորվեգիայի»*, պարբերություն 59, 1999թ. մայիսի 20-ի որոշում):

Ըստ դատարանի, այս էական դերը վերաբերում է ոչ միայն նորությունային լրատվական կազմակերպությունների եւ նրանց ներկայացուցիչների իրավունքներին, այլ նաեւ լրատվամիջոցների կողմից տարածվող տեղեկատվությունը եւ գաղափարները ստանալու հասարակության իրավունքին: Այս առումով, դատարանը մեջբերել է լրատվամիջոցների «հասարակության պահապան շների» «կենսական նշանակություն ունեցող դերը» լուրջ հասարակական մտահոգություն ներկայացնող տեղեկատվության տարածման գործում: Դատարանը նաեւ նշել է, որ լրատվամիջոցների

ազատությունը հասարակությանը տրամադրում է քաղաքական առաջնորդների գաղափարների եւ վերաբերմունքների վերաբերյալ կարծիքների բացահայտման եւ կազմման լավագույն միջոցներից մեկը («Լինգզենսն ընդդեմ Ավստրիայի», պարբերություններ 42 եւ 44, 1986 թ. հունիսի 24-ի որոշում):

Այս արժեքների ընդունումը պետք է արտահայտված լինի ամբողջ նորմատիվ համակարգում, ներառյալ միջազգային, սահմանադրական եւ օրենսդրական նորմերում եւ գործադիր ու դատական ակտերում դրանց կիրառման մեջ: Իսկապես, նպաստավոր միջավայրը պետք է ներառի լրատվամիջոցների ազատությունների գրավոր ճանաչումն այն միջազգային փաստաթղթերում, որոնց մասնակից է պետությունը, ինչպես նաեւ պետության սահմանադրությունում: Ավելին, այս նորմերը պետք է ուղղակիորեն կիրառելի լինեն դատարանների կողմից եւ գերակայեն ցանկացած օրենսդրական կամ վարչական ակտերի նկատմամբ:

Ճիշտ գործող նպաստավոր միջավայրում իրավական համակարգը չարաշահման դեմ համապատասխան գրավականներ կտրամադրի, ներառյալ անկախ դատարանի կողմից սահմանափակման իրավական հիմնավորվածության արագ, ամբողջական եւ արդյունավետ դատական քննարկումը: Ինչպես նշվել է նախկինում, լրատվամիջոցների ազատություններին միջամտող իրավական նորմերի կիրառումը պետք է ենթարկվի անկախ դատական վերահսկողության:

Նպաստավոր միջավայրը պետք է լայնորեն դիտարկի, թե որ գործողություններն են (կառավարական կամ մասնավոր) միջամտում լրատվամիջոցների ազատությունների կիրառմանը: Լրատվամիջոցների գործունեությանը միջամտելն ինքնին չի նշանակում լրատվամիջոցների ազատությունների հիմնական ստանդարտների խախտում, սակայն եթե չընդունվի, որ որոշակի գործողություններ կարող են խախտել լրատվամիջոցների իրավունքները, ապա քաղաքական եւ իրավական կարգը կարող է հեշտությամբ սահմանափակել լրատվամիջոցների պաշտպանվող իրավունքների իրականացումը:

Պետական իշխանության մարմինների (օրենսդիր, գործադիր եւ դատական) բոլոր գործողությունները, որոնք կիրառական ազդեցություն ունեն լրատվամիջոցների գործունեության վրա, պետք է դիտարկվեն օրենքի տեսանկյունից: Սա չի նշանակում, որ արտահայտման ազատությունը միշտ կգերակայի այլ հիմնական իրավունքների կամ պետական շահերի հետ բախման դեպքում: Նման մոտեցումը ազատ մամուլի իրավունքները կդարձնի բացարձակ, մինչդեռ դրանք այդպիսին չեն: Դա ավելի շուտ նշանակում է, որ պետական գործողությունների իրավականությունը սահմանելու ժամանակ պետք է հաշվի առնվեն ազատ մամուլի իրավունքները:

Գործուն նպաստավոր միջավայրն այն է, ըստ որի ինքնագրաքննությունը սպառնում է ժողովրդավարական կառավարմանը: Իրավական պատասխանատվության սպառնալիքը սառը ցնցուղի ազդեցություն է ունենում լրատվամիջոցների գործունեությանը զբաղվողների վրա: Բովանդակության կարգավորման առումով լրատվամիջոցների ազատությունների առաջխաղացման մեջ կարելուրագույն տարր է դատարանների կողմից այն փաստի ընդունումը, որ լրատվամիջոցների դերն այնպիսի հիմնական կարելուրություն ունի ժողովրդավարական կառավարման համար, որ լրատվամիջոցների ներկայացուցիչները պետք է ողջամիտ չափով մեկուսացվեն ինքնագրաքննությունից:

Նպաստող միջավայրը պետք է ընդունի, որ մասնավոր գործողությունները նույնպես կարող են միջամտել լրատվամիջոցների իրավունքների իրականացմանը: Իրավական համակարգը պետք է ընդունի «երրորդ կողմի ազդեցությունը», այսինքն, որ լրատվամիջոցների ազատությունների հիմնական գրավականներն ըստ ծավալի ավելի լայն են, քան պարզապես պետական իշխանության մարմինների ներկայացուցիչների գործողություններից պաշտպանությունն առաջարկելը: Երրորդ կողմի ազդե-

ցության սկզբունքն, օրինակ, սահմանում է, որ լրատվամիջոցն ինքնաբերաբար չի կորցնում իր սահմանադրական պաշտպանվածությունն իր դեմ հարուցած հայցի ժամանակ, երբ այդ հայցը հարուցվել է ոչ թե պետական իրավաբանական անձի, այլ մասնավոր անձի կողմից:

Բովանդակության կարգավորման տեսակները

Տարբերակվում են բովանդակության կարգավորման երեք տեսակներ՝ լրատվամիջոցների գրանցումը, նախքան հրապարակումը ստուգելը (նախնական գրաքննություն) եւ հրապարակումից հետո պատժի ենթարկելը:

Գրանցման համակարգեր: Մի շարք իրավական համակարգեր պարտադրում են լրատվամիջոցների գրանցման որոշ տեսակներ: Սակայն համակարգերի մեծ մասում այս գրանցումը ենթակա չէ իշխանությունների կողմից տարբերակման ըստ դիմողների ենթադրվող բովանդակության: Այն համակարգերը, որտեղ գրանցումը ենթակա է տարբերակման լրատվամիջոցի բովանդակության վերաբերյալ որեւէ պաշտոնյայի կարծիքի հիման վրա, կասկածելի են նպաստավոր միջավայրի տեսանկյունից եւ չեն համապատասխանի այդ հասկացության հետ, եթե չուղեկցվեն իրավական նորմերով արդյունավետ պաշտպանությամբ, ներառյալ անկախ դատարանին դիմելու իրավունքը:

Նախնական գրաքննությունը: Նախնական գրաքննության համակարգերն անհամատեղելի են ազատ մամուլի եւ ժողովրդավարական կառավարման հիմնական սկզբունքների հետ: 20-րդ դարի երկրորդ կեսում մարդու իրավունքների միջազգային օրենքներն ընդունեցին, որ պաշտոնական վարչական գրաքննությունն անհամատեղելի է մարդու իրավունքների եւ ժողովրդավարության հիմնական սկզբունքների հետ: Այս սկզբունքը հստակորեն արտահայտված է, օրինակ, Մարդու իրավունքների ամերիկյան կոնվենցիայի հոդված 13-ում (կետեր 1 եւ 2).

1. Ամեն ոք ունի համոզմունքների ազատության եւ դրանք ազատորեն արտահայտելու իրավունք: Այդ իրավունքը ներառում է անկախ պետական սահմաններից բանավոր, գրավոր կամ մամուլի միջոցով, ինչպես նաեւ արտահայտման գեղարվեստական ձևերով կամ իր ընտրությամբ այլ միջոցներով ցանկացած բնույթի տեղեկություններ ու գաղափարներ փնտրելու, ստանալու եւ տարածելու ազատությունը:

2. Սույն հոդվածի նախորդ մասում նշված իրավունքներն իրականացնելիս մարդը չպետք է ենթարկվի նախնական գրաքննության, սակայն նրա վրա դրվում են որոշակի պարտավորություններ, որոնք. սահմանվում են օրենքով եւ անհրաժեշտ են պաշտպանելու համար՝

ա) այլ անձանց իրավունքների եւ վարկի պատշաճ պահպանումը,

բ) պետական անվտանգությունը, հասարակական կարգուկանոնը, բնակչության առողջությունը եւ բարոյականությունը:

Ընդունելով գրաքննության անհամատեղելիությունը ժողովրդավարական կառավարման հետ՝ պետությունների մեծ մասն այլեւս չունի նման կառույցներ: Դրա փոխարեն, ինչպես թույլ է տալիս Մարդու իրավունքների ամերիկյան կոնվենցիան, նրանք կիրառում են լրատվամիջոցների ազատությունների ենթադրվող չարաշահումների հետագա պատժի համակարգեր:

Յետագա պատիժ: Յետագա պատժի համակարգերը պետք է համատեղելի լինեն քրեական եւ քաղաքացիական ընթացակարգերը սահմանող ընդհանուր կիրառում ունեցող միջազգային չափանիշների հետ: Լրատվամիջոցների ազատությունների ենթադրյալ չարաշահումների համար հետագա պատժի համակարգերը հաճախ ընդունում են քրեական սանկցիաների տեսք, այդպիսով կարիք ստեղծելով ճանաչել քրեական իրավունքի եւ ընթացակարգերի միջազգային չափանիշները, ներառյալ անմեղության կանխավարկածը: Ի հավելումն, դրանք հաճախ քաղաքական ընթացակարգերի տեսք են ընդունում՝ երբ խոսքը վերաբերում է անհատական շահերի պաշտպանությանը: Յետագա պատիժն է առաջացնում ինքնագրաքննության սպառնալիք, եւ այդպիսով կիրառելի են դառնում նախկինում նշված ազնվության, անկողմնակալության եւ օբյեկտիվության հիմնական առաջարկությունները:

Պետական շահերի պաշտպանություն

Մարդկության պատմության ամբողջ ընթացքում կառավարությունները ձգտել են վերահսկողություն սահմանել տեղեկատվության հոսքերի եւ կարծիքների նկատմամբ՝ մի շարք պետական շահերի պաշտպանության պատճառաբանությամբ: Սա սպասելի է, քանի որ սահմանադրական օրենքների մեծ մասն իրենից ներկայացնում է սահմանադրական իրավունքների իրականացման եւ ազգային անվտանգության ու հասարակական կարգուկանոնի պահպանման միջոցով հասարակական շահերին ծառայելու՝ պետության ընկալվող պարտականության միջեւ հավասարակշռություն գտնելու ձգտում: Այսպիսով, այս հասարակական շահերը ներառում են ազգային անվտանգության նպատակով կիրառվող սահմանափակումները, բռնությունների եւ հասարակական անկարգությունների նկատմամբ սանկցիաները եւ պետական կառույցների, պաշտոնյաների ու խորհրդանիշների պատվի պաշտպանությունը:

Հաճախ կառավարություններն այս վերահսկողության միջոցներն իրականացրել են նախքան իրապարակումը գրաքննություն իրականացնող պաշտոնական համակարգերի միջոցով, սակայն նույնիսկ եթե պաշտոնական գրաքննությունը բացակայում է, դրանք իրականացվում են քրեական օրենքների միջոցով, որոնք հետագա պատժի հնարավորություններ են ստեղծում: Ի հավելումն, վերահսկողության միջոցները կիրառվում են նաեւ լրատվամիջոցների գրանցմանը վերաբերող օրենքներում, որոնք արգելում են տեղեկատվական կազմակերպությանը գործելու հնարավորություն տրամադրելը, եթե իշխանությունները համարեն, որ դիմողի բովանդակությունը կչարաշահի մամուլի ազատության իրավունքները:

Ազգային անվտանգություն: Բոլոր իրավական համակարգերը, ինչպես նաեւ միջազգային սկզբունքներն ընդունում են, որ ազգային անվտանգությունը կարող է հիմք ծառայել կարգավորելու համար կարծիքների ազատ արտահայտումը: Միաժամանակ, կառավարությունները կարող են այս լայն, անմիանշանակ սկզբունքը կիրառել՝ ճնշելու կամ արգելելու համար ազատ արտահայտումը եւ քննադատությունը: Ազգային անվտանգության, արտահայտվելու ազատության եւ տեղեկատվության մատչելիության յոհանեսբուրգյան սկզբունքները՝ միջազգային իրավունքի, ազգային անվտանգության եւ մարդու իրավունքների մի խումբ փորձագետների կողմից 1995թ.-ին ընդունված սկզբունքային առաջարկությունների բանաքաղությունը, մոտիկից դիտարկում է ազգային անվտանգության նուրբ խնդիրները: Օրինակ՝ 1.2 սկզբունքում ասվում է.

Արտահայտվելու կամ տեղեկատվության յուրաքանչյուր սահմանափակում, որ կառավարությունը փորձում է արդարացնել ազգային անվտանգության պատճառաբանությամբ, պետք է ազնիվ նպատակ եւ ազգային անվտանգության պաշտպանության տեսանելի օրինական շահեր ունենա:

1.3 սկզբունքում ասվում է.

Սահմանելու համար, որ արտահայտվելու իրավունքի կամ տեղեկատվության նկատմամբ կիրառվող սահմանափակումն անհրաժեշտ է ազգային անվտանգության օրինական շահերի պաշտպանության համար, կառավարությունը պետք է ցույց տա, որ ա) խնդրո առարկա արտահայտումը կամ տեղեկատվությունը լուրջ վտանգ է ներկայացնում ազգային անվտանգության օրինական շահերի համար, բ) կիրառվող սահմանափակումն այդ շահի պաշտպանության համար առկա նվազագույն սահմանափակող միջոցն է եւ գ) սահմանափակումը համատեղելի է ժողովրդավարական սկզբունքների հետ:

Վերջապես, 1.3 սկզբունքը դիտարկում է ազգային անվտանգության օրինական շահի խնդիրը.

Այն սահմանափակումը, որը փորձ է արվում արդարացնել ազգային անվտանգության պատճառաբանությամբ, անօրինական է, եթե դրա ազնիվ նպատակը եւ տեսանելի արդյունքը ուժի կամ ուժի սպառնալիքի կիրառման դեմ իր պետության գոյությունը կամ տարածքային ամբողջականությունը, կամ ուժի կամ ուժի սպառնալիքի կիրառմանն ի պատասխան գործելու հնարավորությունը պաշտպանելը չէ, լինեն դրանք արտաքին աղբյուրների կողմից, ինչպես օրինակ ռազմական սպառնալիքը, թե ներքին աղբյուրներից, ինչպես օրինակ կառավարությունը բռնի տապալելու հրահրումը: Մասնավորապես, այն սահմանափակումը, որը փորձ է արվում արդարացնել ազգային անվտանգության պատճառաբանությամբ, անօրինական է, եթե դրա ազնիվ նպատակը եւ տեսանելի արդյունքն ազգային անվտանգության հետ կապ չունեցող շահերի պաշտպանությունն է, ներառյալ կառավարության պաշտպանությունը անհարմար իրավիճակներից կամ իր սխալների բացահայտումից, իր պետական կառույցների գործունեության վերաբերյալ տեղեկատվությունը թաքցնելը, որոշակի գաղափարախոսությունը պաշտպանելը կամ գործադուլային շարժումները ճնշելը:

Անկարգությունների կանխարգելումը, ներառյալ թշնամական արտահայտման քրեական հետապնդումը: Ըստ միջազգային չափանիշների՝ սադրիչ ելույթը կարող է հանգեցնել բռնությունների կամ անկարգությունների, եւ այս պատճառով այդ չափանիշները թույլ են տալիս սահմանափակումներ կիրառել նման ելույթների նկատմամբ: Լայնորեն ձեւակերպված եւ մեկնաբանվող քրեական օրենքների կիրառումը բռնությունների, անկարգությունների կամ ատելության հրահրման դեմ կարող է լրատվամիջոցների ներկայացուցիչներին ինքնագրաքննության դրդելու միջոց լինել: Նպաստավոր միջավայրին չի օժանդակի իշխանությունների կողմից քրեական սանկցիաների կիրառումը կամ կիրառման սպառնալիքը, որը հիմնված է միայն խնդրո առարկա արտահայտման գործողության չար դիտավորության աստիճանի վրա: Ընդհակառակը, ժողովրդավարական հասարակությունում տրամաբանական հարցը ոչ թե չար դիտավորության աստիճանն է, այլ այն, թե արդյոք ելույթ ունեցողը բռնություն է քարոզում եւ արդյո՞ք հավանական է, որ նրա հայտարարությունները կհանգեցնեն բռնարարքների:

Կառավարական կառույցների, պաշտոնյաների եւ խորհրդանիշների պատիվը պաշտպանող օրենքներ: Բազմաթիվ երկրներում գոյություն ունեն քրեական օրենքներ, որոնց նպատակը պետական ինստիտուտները, պաշտոնյաներին եւ խորհրդանիշները վիրավորանքներից պաշտպանելն է: Օրենքի այս խախտումները, (հաճախ կոչվում են խռովարար զրպարտություն), վնասակար են ընկալվում ոչ թե սխալ փաստերի հիման վրա ներկայացված հայտարարությունների, այլ պետական իշխանության կամ ազգային միաբանության խորհրդանիշների անարգման կամ նսեմացման համար:

Նպաստավոր միջավայրում նման օրենքները եւ դրանց հավելվածները պետք է անհամատեղելի համարվեն մարդու հիմնական իրավունքների հետ եւ կիրառվեն միայն (եթե ընդհանրապես կիրառվեն) ծայրահեղ դեպքերում: Հավանաբար ավելի մեծ չափով, քան այլ ոլորտներում, պետական կառույցների եւ պաշտոնյաների «վիրավորանքը» քրեականացնող խռովարար զրպարտության օրենքները չարաշահվել են պետական պաշտոնյաների կողմից, որոնք ձգտում են իրենց մեկուսացնել լրատվամիջոցների եւ հասարակության քննարկումից եւ քննադատությունից:

Այս օրենքների կարեւորագույն հատկանիշներից մեկը երեւի այն է, որ հայտարարության ճշմարտությունը պաշտպանություն չէ զրպարտանքի մեջ մեղադրվելուց, եւ որ վիրավորանքի հասկացության սահմանման անորոշությունը հանգեցնում է օրենքի կամայական կիրառման: Ոչ թե անհատների արժանապատվության կամ վարկանիշի պաշտպանությամբ սահմանափակվող, այլ իշխանություններին քննադատությունից պաշտպանող օրենքների գոյությունը եւ պարտադրումն են դանդաղեցնում դեպի նպաստավոր միջավայր տանող զարգացումը:

Խռովարար զրպարտության դիտարկման հիմնական տեսանկյունը պետք է լինի այն հարցը, թե արդյոք նման օրենքների կիրառումն անհրաժեշտ է ժողովրդավարական հասարակությունում: Այս առումով, նպաստավոր միջավայրը կընդունի, որ կառավարության նկատմամբ թույլատրելի քննադատության աստիճանը պետք է ավելի լայն լինի, քան անհատ պետական պաշտոնյաների նկատմամբ:

Ընտրական օրենքներ: Նպաստավոր միջավայրի տարրերից մեկը՝ ընտրությունների հետ կապված լրատվամիջոցների գործունեությանը վերաբերող օրենքը, ուղղակիորեն ազդում է քաղաքական գործընթացի վրա: Նման օրենքները կարող են վերաբերել թեկնածուների համար լրատվամիջոցների հասանելիությանը, հեռարձակողի կողմնակալ լուսաբանմանը կամ կողմնակալության արտահայտմանը, կառավարության կողմից հեռարձակման համակարգի նկատմամբ մեքենայություններին եւ քաղաքական գովազդներին: Որոշ երկրներ կարգավորում են հասարակական կարծիքի հարցումների արդյունքների հեռարձակումները, օրինակ՝ նրանք կարող են արգելել հարցումների արդյունքների հրապարակումը ընտրություններին անմիջապես նախորդող ժամանակահատվածում:

Եվրոպայի խորհուրդն իր անդամ երկրների կառավարություններին կոչ է արել.

Ուսումնասիրել մամուլի կողմից ընտրարշավների անաչառ, հավասարակշռված եւ անկողմնակալ լուսաբանումը երաշխավորող ուղիները եւ քննարկել այս սկզբունքներն իրենց օրենքներում ընդգրկելու հնարավորությունը:

(Եվրոպայի խորհրդի Նախարարների Կոմիտեի R [99] 15՝ «Մամուլում ընտրարշավների լուսաբանման վերաբերյալ» Հանձնարարական, ընդունվել է Նախարարների կոմիտեի կողմից 1999թ. սեպտեմբերի 9-ին):

Խորհուրդը խրախուսում է լրատվամիջոցների պրոֆեսիոնալների կողմից վարքականոցների տեսքով ինքնակարգավորման միջոցների ձեռնարկումը, ինչը դրական

գործնական ուղեցույց կլինի ընտրարշավների պատասխանատու, անաչառ եւ ազնիվ լուսաբանման համար:

Գոյություն չունի այս խնդիրները կարգավորող օրենքի բացարձակապես ճշգրիտ մոդել: 1989թ.-ից հետո, Արեւելյան Եվրոպայում անցումային ժամանակաշրջանի, սոցիալական բարեփոխումների ծաղկման ժամանակ, առաջարկվեց, որ յուրաքանչյուր թեկնածու ազգային կամ տարածաշրջանային հեռարձակող լրատվամիջոցում հավասար ժամանակ ստանա: Սակայն նրանք, ովքեր կարծում էին, որ սահմանափակ թվով կուսակցությունների միջև կայուն մրցակցությունը կնպաստի ժողովրդավարական ինստիտուտների զարգացմանը, համոզվեցին, որ այս համակարգը քաոսային եւ անարդյունավետ է: Միեւնույն ժամանակ, եվրոպական լիցենզավորման համակարգերը նախընտրեցին այն մոտեցումը, որում հեռարձակող կայանները դիտվում են որպես օբյեկտիվ եւ անկողմնակալ: Եվրոպական կանոնները նաեւ միտում ունեն սահմանափակելու կամ արգելելու քաղաքական գովազդներն այն հիմնավորմամբ, որ վճարովի գովազդների լայն հնարավորությունները չափից ավելի առավելություններ են տրամադրում հարուստ թեկնածուներին:

Արեւելյան Եվրոպայի անցումային շրջանում գտնվող պետությունների մեծ մասը ընտրական գործընթացի ժամանակ փոքր թվով միջոցներ ունի իշխող կուսակցության հարկադրանքից հեռարձակողներին (մասնավոր, հասարակական ծառայություններ մատուցող կամ պետական) պաշտպանելու համար: Այլ կերպ ասած, լիցենզավորման եւ գոյատևման համար կառավարությանը պարտական շատ հեռարձակողներ իրենց արժեքավոր միջոցներն օգտագործում են հովանավորներին ծառայելու համար: Կառավարությունների եւ հեռարձակողների միջև փոխազդեցության տարրերի մեծ մասը պակաս վնասակար է օրենքի գերակայության համար, քան ընտրությունների արդյունքների վրա ազդելու նպատակով ռադիոյի եւ հեռուստատեսության գորությունը ճնշումների միջոցով կիրառելը:

Այսպիսով, կայուն ժողովրդավարության համար նպաստավոր միջավայրը պետք է ձգտի ստեղծել այնպիսի կառույցներ, որոնք նվազեցնում են գործող իշխանության չարաշահումը ընտրությունների ժամանակ: Օրինակ՝ 1993թ.-ին Ռուսաստանում ստեղծվեց հատուկ միջնորդ դատարան, որն ընտրական գործընթացի ժամանակ ընդունում էր բողոքներ՝ թե թեկնածուների կողմից լրատվամիջոցների վերաբերյալ, թե լրատվամիջոցների կողմից կառավարության վերաբերյալ: Այս դատարանը եւ նրա իրավահաջորդը, որը վերացվեց նախագահ Պուտինի կողմից 2000թ. հունիսի 3-ին, աննշան իշխանություն ուներ, բացառությամբ (ինչպես հաճախ պատահում է նման հաստատությունների հետ) իր որոշումներն ընդունելու եւ պաշտոնապես հրապարակելու հնարավորության: Ի հավելումն, բազմաթիվ երկրներ ստեղծում են հատուկ ընտրական հանձնաժողովներ, որոնց իրավունք է տրվում տուգանքներ նշանակել լրատվամիջոցների կողմից իրենց արտոնությունների չարաշահման դեպքում եւ սանկցիաներ կիրառել այն թեկնածուների նկատմամբ, ովքեր ձգտում են շրջանցել կամ խախտել լրատվամիջոցներին վերաբերվող ընտրական օրենքները:

Ղատավարության իրականացման պաշտպանություն: Նպաստավոր միջավայրը պետք է ձգտի հավասարակշռություն սահմանել ղատավարության արդարության, լրատվամիջոցների ազատությունների իրականացման եւ դատարանների աշխատանքի հասարակական վերահսկողության անհրաժեշտության միջև: Արդյունավետ եւ անկողմնակալ դատական գործընթաց իրականացնելը օրենքի գերակայության սկզբունքները դավանող բոլոր ժողովրդավարական իրավական համակարգերի նպատակն է: Մի շարք իրավական համակարգերում լրատվամիջոցները կարող են տույժի ենթարկվել ընթացիկ դատական լսումների վերաբերյալ տեղեկատվություն կամ մեկնաբանություններ տարածելու համար: Որոշ դեպքերում նպատակը քրեա-

կան հանցագործության մեջ կասկածվողների եւ տուժողների արդար դատավարության իրավունքի պաշտպանությունն է, մինչդեռ երբեմն դա դիտվում է որպես անհրաժեշտ նախապայման՝ դատական գործընթացի կանոնավոր իրականացումը եւ դատական համակարգի նկատմամբ հասարակական հարգանքը պահպանելու համար:

Սա այն ոլորտն է, որը ցույց է տալիս արդարության, անկողմնակալության եւ անաչառության հիմնական հասկացությունների ճանաչման եւ կիրառման անհրաժեշտությունը: Օրինակ՝ շատ աննշան տարբերություն գոյություն ունի դատական գործընթացի իրականացման նկատմամբ հարգանք ապահովելու օրինական ցանկության եւ դատական գործընթացը հասարակական քննադատությունից պաշտպանելու անօրինական ցանկության միջեւ: Նույն կերպ, չնայած քրեական հանցագործության մեջ կասկածվողների եւ ամբաստանվողների իրավունքների պաշտպանությունը լայնորեն ճանաչվում է որպես մարդու հիմնական իրավունք, սակայն այս սկզբունքը կարող է չարաշահվել, եթե իշխանությունները փորձեն քողարկել քրեական գործընթացը հասարակական ուշադրությունից: Ընդհանուր առմամբ, այն մոտեցումը, որը նման պայմաններում լրատվամիջոցների ազատություններին էական նշանակություն չի տալիս, չի կարող համատեղելի լինել նպաստավոր միջավայրի հետ:

Կոլեկտիվ շահերի պաշտպանություն

Կոլեկտիվ շահերը պաշտպանող օրենքները, ընդհանուր ձեւակերպած, ձգտում են իրականացնել մի շարք նպատակներ, ներառյալ հասարակական անդորրի պահպանման, ատելություն արտահայտող ելույթների արգելման միջոցով առանձին խմբերի արժանապատվության, հասարակական բարոյականության ու կրոնական դավանանքների պաշտպանությունը: Սրանք հասարակական քաղաքականության չափազանց նրբազգաց ոլորտներ են, որոնք սահմանվում են ժողովրդավարական գործընթացներով ձեւավորված հասարակական արժեքներին համապատասխան: Չնայած հնարավոր չէ այս խնդիրների նկատմամբ որեւէ առանձին մոտեցումը դիտարկել որպես նպաստավոր միջավայրի համար շատ թե քիչ բնորոշ, սակայն հարկ է հիշել, որ այստեղ պետք է կիրառվեն ազնվության, անկողմնակալության եւ անաչառության ընդհանուր սկզբունքները:

Այս բարդ ոլորտում արժեքավորվում են Եվրոպայի խորհրդի Նախարարների կոմիտեի 1997թ. հոկտեմբերի 30-ի՝ «Ատելության արտահայտող խոսքի վերաբերյալ» հանձնարարականում հստակորեն արտահայտված սկզբունքները: Համաձայն 6-րդ սկզբունքի.

Ազգային օրենսդրությունը ատելության արտահայտությունների դեպքերում պետք է հաշվի առնի լրատվամիջոցների դերը ատելության խոսքի յուրահատուկ ձեւերը ցույց տալու, վերլուծելու եւ բացատրելու գործում: Ազգային օրենսդրությունը պետք է հստակ տարբերակի ատելություն արտահայտող խոսքի հեղինակի պատասխանատվությունը եւ լրատվամիջոցների պատասխանատվությունը, որոնք դա տարածում են՝ որպես հասարակական հետաքրքրություն ներկայացնող լրատվություն եւ գաղափարներ հաղորդելու իրենց առաքելության մի մաս:

7-րդ սկզբունքն ավելացնում է հետեւյալը.

Ազգային օրենսդրությունը պետք է հաշվի առնի այն փաստը, որ.

- ռասիզմի, քսենոֆոբիայի, հակասեմիտիզմի եւ անհանդուրժողականության այլ ձեւերի մասին լրատվությունը լիովին պաշտպանվում է Մարդու իրավունքների եվրոպական կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածի 1-ին պարբերությամբ եւ դրան կարելի է միջամտել միայն 2-րդ պարբերությամբ նախատեսված պարագաներում,
- արտահայտվելու ազատությունը սահմանափակելու անհրաժեշտությունը որոշելիս ազգային իշխանությունների կողմից կիրառվող նորմերը պետք է համապատասխանեն 10-րդ հոդվածում նշված սկզբունքներին, ինչպես սահմանված է Կոնվենցիայի մարմինների նախադեպային օրենքում՝ հաշվի առնելով լրատվության ոճը, բովանդակությունը եւ նպատակը,
- լրագրողական ազատության սկզբունքի հարգումը նաեւ ենթադրում է, որ դատարանները եւ պետական իշխանության մարմինները չպետք է իրենց տեսակետները պարտադրեն լրատվամիջոցներին:

Անհատական շահերի պաշտպանություն

Ամբողջ աշխարհի իրավական համակարգերը ձգտում են պաշտպանել անհատների պատիվը, մասնավոր կյանքը եւ արժանապատվությունը: Ընդհանուր առմամբ, այս պաշտպանությունը զրպարտության, մասնավոր կյանքի անձեռնմխելիության եւ վիրավորանքի վերաբերյալ քրեական եւ քաղաքացիական լսումների տեսք է ստանում: Օրենքի այս բարդ ոլորտի կարելուր առանձնահատկությունն այն է, որ շատ իրավական համակարգերում այս շահերը բարձրանում են մինչեւ սահմանադրական եւ միջազգային նորմերով երաշխավորված հիմնական իրավունքների աստիճանի: Եվ կրկին, մրցակցող իրավունքների եւ շահերի միջեւ այս փոխներգործությունը պետք է ենթարկվի ազնվության, անկողմնակալության եւ անաչառության հիմնական սկզբունքներին:

Նպաստավոր միջավայրը պետք է ճանաչի ազատ լրատվամիջոցների եւ մրցակցող անհատական շահերի հատման կետում կշեռքի նժարին դրված խնդիրների եւ արժեքների նրբանկատությունը: Անհատական իրավունքների պաշտպանության ոլորտում, ամբողջ աշխարհում օգտագործման եւ տեսանելիություն բարձր մակարդակ ունի ինչպես քրեական, այնպես էլ քաղաքացիական օրենսդրությամբ կարգավորվող զրպարտության վերաբերյալ օրենքների կիրառումը: Այս ընդհանուր կիրառություն ունեցող գործունեությունը, ներառյալ քրեական եւ (կամ) դրամական սանկցիաների սպառնալիքը, ինքնագրաբնության վտանգ է պարունակում: Այս պատճառով մի շարք իրավական համակարգեր ընդունել են, որ անհատական իրավունքներն ու շահերը պաշտպանելու նպատակով իրականացվող դատական գործընթացները նաեւ դժվարացնում են արտահայտման պաշտպանվող տեսակների իրականացումը: Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանը, օրինակ, կազմել է նախադեպային իրավունքների մի ժողովածու, որն էական պաշտպանություն է տրամադրում հասարակական շահերի վերաբերյալ կատարված հայտարարությունների համար: Դրանց մեջ ներառված է նաեւ այն սկզբունքը, որ հասարակական պաշտոնյաները պետք է ավելի շատ քննադատություն հանդուրժեն, քան մասնավոր անձինք, եւ որ փաստերով ապացուցման պարտականությունը չի կարող դրվել պաշտպանվողի վրա՝ ապացուցելու համար սուբյեկտիվ գնահատականի կամ հայտարարված կարծիքի ճշմարտությունը:

Ջրպարտության վերաբերյալ օրենսդրության խնդիրները: Նպաստավոր միջավայրում իրավական համակարգը կրնդունի, որ զրպարտության վերաբերյալ օրենք-

ների օգտագործումը միջամտում է լրատվամիջոցների ազատությունների իրականացմանը, եւ որ որոշ դեպքերում նման միջամտությունը արդարացված չէ: Ջրպարտող հայտարարությունն այն է, որը ենթադրվում է, որ կնվազեցնի անհատի վարկանիշը հասարակության մեջ: Ջրպարտության վերաբերյալ օրենքներ գոյություն ունեն բոլոր իրավական համակարգերում, իսկ անհատի պատիվը պաշտպանելը միջազգայնորեն ընդունված իրավունք է: Այս շահերի պաշտպանության համար նախատեսված իրավական նորմերը հաճախ կարելի է գտնել քրեական օրենսգրքերում եւ քաղաքացիական օրենսգրքերում կամ քաղաքացիական իրավախախտումների վերաբերյալ դրույթներում, որոնք այդ շահերն ընդունում են որպես քաղաքացիական իրավունքներ, որ կարող են պաշտպանվել դրամական փոխհատուցում պահանջելու միջոցով:

Այնուամենայնիվ, եթե առկա չլինի որոշակի պաշտպանվածություն, ապա զրպարտության վերաբերյալ օրենքները կարող են կիրառվել լրատվամիջոցներին ճնշելու նպատակով՝ հասարակական շահերին վերաբերող խնդիրների լուսաբանման դեպքում:

Լրատվամիջոցները հաճախ տեղեկատվություն կամ գաղափարներ են ներկայացնում, որոնք քննադատության են ենթարկում անհատներին, ինչը կարող է մեկնաբանվել որպես անհատներին բացասական կերպով ներկայացնելու ցանկություն կամ կարող է դիտվել որպես անհատի մասնավոր կյանքի անձեռնմխելիության խախտում: Եթե զրպարտության վերաբերյալ օրենքը հաշվի չառնի լրատվամիջոցների ազատությունները, ապա քրեական սանկցիաների կամ դրամական փոխհատուցման սպառնալիքները կնպաստեն ինքնագրաքննությանը՝ ի վնաս ժողովրդավարական կառավարման:

Այս առումով, եթե իրավական համակարգն ընդունի այն մոտեցումը, որը փաստի սխալ ներկայացումները կամ կարծիքի սխալ արտահայտումները, որոնք չափազանց քննադատական են համարվում, կտրուկ կերպով լրատվամիջոցների ազատությունների հիմնական երաշխիքների պաշտպանությունից դուրս են դնում, ապա դա կվնասի լրատվամիջոցների ազատություններին: Հայցվորի կարգավիճակն այն մի շարք կարեւորագույն փոփոխականներից մեկն է, որը պետք է հաշվի առնվի զրպարտության վերաբերյալ օրենքների մշակմանն այնպիսի մոտեցում ցուցաբերելու համար, որը համապատասխանի նպաստավոր միջավայրին:

Անհատի արժանապատվության պաշտպանությունը: Նպաստավոր միջավայրը կծգոտի հավասարակշռել անհատի արժանապատվության պաշտպանությունը եւ լրատվամիջոցների ազատությունների նկատմամբ սպառնալիքները՝ վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքների կիրառումը նվազեցնելով եւ դրանց զգուշությամբ վերաբերվելով: Վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքների անքակտելի մասն են կազմում լրատվամիջոցների ազատությունների կիրառման նկատմամբ սպառնալիքները, հատկապես դրանց ոչ միանշանակ բնույթի եւ ճշմարտությունը որպես պաշտպանություն չընդունելու պատճառով: Լայն ճանաչում ունի այն իրողությունը, որ անհատի ինքնարժեքավորման զգացումի պաշտպանությունը կարող է խախտվել նրա վերաբերյալ անձնական հարձակումների հրապարակմամբ: Այդ պատճառով բազմաթիվ իրավական համակարգեր քրեական եւ (կամ) քաղաքացիական սանկցիաներ են սահմանել վիրավորող հայտարարությունների համար, որտեղ կարելուորագույն հարցը ոչ թե խնդրո առարկա հայտարարության ճշմարտացիությունն է (ճշմարտությունը պաշտպանություն չէ), այլ խոսողի կամ գրողի մտադրությունը: Վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքները կարող են վտանգավոր լինել լրատվամիջոցների ազատությունների իրականացման համար, եթե մանրակրկիտորեն չմեկնաբանվեն եւ կիրառվեն՝ սահմանափակվելով միայն այն դեպքերով, երբ հայտարարությունը հասարակության

համար նշանակություն ունեցող ոչ մի տեղեկատվություն չի պարունակում եւ արտահայտվում է միանշանակորեն տուժողին վնասելու նպատակով:

Անհատի մասնավոր կյանքի պաշտպանությունը: Մասնավոր կյանքի անձեռնմխելիությունը խախտելու հայցերի վերաբերյալ վճիռ կայացնելիս իրավական համակարգերը պետք է ձգտեն չափանիշներ սահմանել՝ հասարակական եւ մասնավոր տեղեկատվությունը միմյանցից տարբերակելու համար: Շատ իրավական համակարգեր մեծ նշանակություն են տալիս անհատների պաշտպանությանը այնպիսի հայտարարությունների հրապարակումից, որոնք խախտում են նրանց անձնական կամ ընտանեկան մասնավոր կյանքը: Այստեղ կարելորդ մասնավոր կյանքի հասկացության խելամիտ ընկալումն է: Դա չպետք է վահան լինի, որի հետեւում հասարակության քննարկումներից հնարավոր լինի թաքցնել հասարակական կարեւորություն ունեցող գործունեությունը:

Պատասխանի կամ հերքման իրավունքը: Լրատվամիջոցների բովանդակության վերաբերյալ պատասխանելու հնարավորություն տրամադրելու կամ հերքում հրապարակելու իրավական պարտականությունը կարող է նպաստել լրագրողական ազատությունների չարաշահումներն այնպիսի միջոցներով լուծելուն, որոնք պակաս սպառնալից են լրատվամիջոցների անկախության համար, քան ասեմբլյալային վերաբերյալ հայցերի միջոցով կարգավորումը: Նպաստավոր միջավայրի զարգացումը կդանդաղի, եթե նման պարտականությունները չափից ավելի լայն տարածում ունենան կամ չափից ավելի միջամտեն խմբագիրների գործունեության ազատ իրականացմանը:

Շատ իրավական համակարգերում օրենսդրական ակտերը, ինչպես օրինակ քաղաքացիական օրենսգրքերը կամ զանգվածային լրատվամիջոցների մասին օրենքները, պատասխանելու կամ հերքման դատական պաշտպանվածության հնարավորություններ են տրամադրում այն անձանց, ում օրինական իրավունքները կամ շահերը խախտվել են լրատվամիջոցների բովանդակության տարածմամբ: Պատասխանելու իրավունքի պարտադրման դեպքում լրատվամիջոցը պարտավոր է տարածել այն հայտարարությունը, որը նախապատրաստում է վնաս կրած կողմը: Հերքման իրավունքի պարտադրման դեպքում, ընդհակառակը, լրատվամիջոցից պահանջվում է տարածել իր սեփական հայտարարությունը, որն ուղղում է իր նախկինում տարածած սխալ տեղեկատվությունը: Նման լուծումների առկայությունը հաճախ դիտվում է որպես այն մարդկանց մտահոգություններն ավելի արդյունավետ բավարարելու միջոց, որոնք կարծում են, որ իրենք վնաս են կրել լրատվամիջոցների վիրավորական բովանդակության հրապարակմամբ: Միաժամանակ, այս լուծումները կարող են իրենք սպառնալ լրագրողական ազատություններին, եթե չլինեն այն սահմանների մեջ, որոնք հարգում են տեղեկատվություն ստանալու լրագրողների եւ հասարակության իրավունքները:

Բովանդակության հետ կապ չունեցող կարգավորում եւ մեքենայությունների իրականացման ռիսկ

Նպաստավոր միջավայրն այն է, որտեղ իրավական կառույցները կարող են լրատվամիջոցներին էական իրական եւ ընթացակարգային պաշտպանության հնարավորություն տրամադրել ընդդեմ անուղղակի մեքենայությունների: Բոլոր իրավական համակարգերում պետական պաշտոնյաների կամ մասնավոր անձանց համար գոյու-

թյուն ունեն լրատվամիջոցներն ըստ իրենց ցանկության օգտագործելու համարյա անսահմանափակ քանակով հնարավորություններ: Այս մեքենայնությունների հնարավորությունները առկա են այն օրենքներում, որոնք հստակորեն ուղղված չեն լրատվամիջոցների բովանդակության դեմ, այլ ընդհակառակը, թվում է, թե կապ չունեն նրանց բովանդակության հետ, սակայն միեւնույն է, կարող են ազդել լրատվամիջոցների խմբագրական որոշումների կայացման վրա: Լրատվամիջոցների բովանդակության վրա ազդելու հնարավորությունները միշտ էլ գոյություն կունենան, եւ պետական իշխանության մարմինները լրատվամիջոցների բովանդակության վրա անուղղակիորեն ազդելու բազմաթիվ հնարավորություններ ունեն: Լրավճարները, մաքսային կարգավորումները, հեղինակային իրավունքը, թերթային թղթի առկայությունը, պետական հաստատությունների (հրատարակչությունների) հետ աշխատելու ծախսերը, հարկումը, ընդհանուր հակամրցակցային օրենքները, հասարակական մատչելիության պահանջները եւ ընտրարշավների լուսաբանման պահանջներն ընդամենը այդ օրինակներից մի քանիսն են:

Անուղղակի ազդեցության այս մեթոդները կարող են կիրառվել ինչպես ինքնուրույն օրենքների, այնպես էլ դրանց լրացումների միջոցով: Օրինակ, իշխանությունները կարող են սահմանել խտրականություն դնող հարկային դասակարգումներ, որոնք որոշ լրատվամիջոցների համար ավելի բարձր հարկեր են սահմանում, քան մյուսների համար: Հարկային դասակարգումները, որպես նորմատիվ ակտերի միջոց, կարող են հավասար լինել, սակայն զանազան լրատվամիջոցներ կարող են ենթարկվել ընտրովի պարտադրման:

Այս պատճառով հարկային օրենքները, եւ հատկապես դրանց կիրառման եւ պարտադրման տեսակները, կարող են խոչընդոտներ ստեղծել նպաստավոր միջավայրի զարգացման եւ պահպանման համար: Իշխանությունները հաճախ հարկերի չվճարումն օգտագործում են որպես առիթ՝ թերթերին ահաբեկելու, անհանգստացնելու կամ փակելու համար: Օրենքի գերակայության տարրերից մեկը, որը կարելի է մամուլի հետ կապված դեպքերում, ընտրովի պարտադրման արգելումն է: Իհարկե, ոչ մի օրենսդրություն լիովին չի պարտադրվում ընդդեմ բոլոր նրանց, ովքեր մասնակից են բռնություններին, սակայն հաճախ հենց ընտրովի պարտադրումն է մեղավոր տպագիր լրատվամիջոցների կամ հեռարձակողների դեմ ձեռնարկված գործողությունների համար:

Պարզապես հայտարարելը, որ նպաստավոր միջավայրում նման ինքնուրույն կանոնները պետք է անօրինական համարվեն, հնարավոր չէ: Այս միջոցներն իրականացվում են որպես բոլոր իրավական համակարգերում առկա օրենքների մշակման եւ պարտադրման իշխանությունների մի մաս: Այդ պատճառով, նպաստավոր միջավայրի լավագույն հատկանիշը պետք է լինի օրենքի գերակայության սկզբունքի համապատասխան պաշտպանությունը եւ ազնվության, անկողմնակալության եւ անաչառության հիմնական սկզբունքները հաշվի առնելը:

Լրատվամիջոցների պաշտպանությունը մասնավոր գործողություններից

Մեր քննարկումների զգալի մասը վերաբերում էր լրատվամիջոցների եւ պետական իշխանության մարմինների միջեւ փոխհարաբերություններին: Սակայն որոշ դեպքերում կարող են անհրաժեշտ լինել կառավարության կողմից ձեռնարկվող դրական միջոցներ՝ պաշտպանելու համար լրատվամիջոցների գործունեության իրականացումը մասնավոր անձանց գործողություններից:

Մանուլի ներքին ազատություն

Երբեմն բովանդակության վերաբերյալ անհամաձայնություններ կարող են ծագել լրատվամիջոցների սեփականատերերի եւ նրանց խմբագրական անձնակազմի միջեւ: Նպաստավոր միջավայրի համար կարելու խնդիր է սահմանել, թե արդյոք մնան դեպքերի համար անհրաժեշտ են օրենքներ, եւ եթե այո, ապա ինչպիսին պետք է դրանք լինեն այս համապատասխան կողմերի միջեւ այնպիսի հավասարակշռություն պահպանելու համար, որը կնպաստի տեղեկատվության եւ գաղափարների տարածման սոցիալական կարիքներին: Օրինակ՝ որոշ իրավական համակարգեր ձգտում են համաձայնեցնել այս մրցակցող շահերը՝ խմբագրական ուղեցույցների մշակման համար չափանիշներ տրամադրելու եւ վեճերի լուծման համար որոշակի համակարգ ստեղծելու միջոցով:

Ֆիզիկական պաշտպանություն

Նպաստավոր միջավայրն այն է, որտեղ իշխանությունները ցանկանում են եւ ունակ են դատական կարգով հետապնդել նրանց, ովքեր ֆիզիկապես ահաբեկում կամ հարձակման են ենթարկում լրատվամիջոցների ներկայացուցիչներին, որպեսզի նրանք, ովքեր ձգտում են բռնաճակ լրատվամիջոցների ներկայացուցիչների նկատմամբ, չկարողանան դա անել անպատիժ կերպով: Լրատվամիջոցները չեն կարող արդյունավետ գործել, եթե իշխանությունները չպարտադրեն ընդհանուր կիրառություն ունեցող քրեական օրենքները կամ դա անեն կամայական, ընտրովի կերպով:

Եվրոպայի խորհրդի Նախարարների կոմիտեի 1996թ.-ի R 96[4]՝ «Կոնֆլիկտային եւ լարված իրավիճակներում լրագրողների պաշտպանության վերաբերյալ» հանձնարարականը դիտարկում է այս խնդիրը՝ ԵՄ անդամ երկրներին կոչ անելով հետաքննել իրենց իրավասությանը ենթակա տարածքներում լրագրողների ֆիզիկական անվտանգության նկատմամբ հարձակումների դեպքերը եւ կիրառել բոլոր համապատասխան միջոցները մնան հարձակումների համար մեղավորների պատասխանատվության ենթարկելու համար: Այս առումով, լրագրողները եւ լրատվամիջոցներում աշխատողների մասնագիտական կազմակերպությունները կարող են դրական դեր խաղալ՝ անհրաժեշտության դեպքում, պետական իշխանության մարմինների նկատմամբ կոլեկտիվ ճնշում իրականացնելով:

Եզրակացություն

Դժվար է առանձնացնել սոցիալական կառուցվածքի որեւէ առանձին ասպեկտ եւ ներկայացնել այն որպես էական կամ որոշիչ ազատ եւ անկախ լրատվամիջոցների գործունեության նպաստավոր միջավայրի համար: Մենք փորձել ենք գտնել բարդ կառուցվածք ունեցող իրավական գործընթացների այն բաղադրիչները, որոնք նպաստում են այն միջավայրին, որը լրատվամիջոցներին հնարավորություն է տալիս աջակցել ժողովրդավարական նպատակների իրականացմանը: Մենք ընդունում ենք, որ չնայած դրանք ինքնին բավարար չեն լրատվամիջոցների ազատ եւ անկախ գործունեությունը երաշխավորելու համար, սակայն անհրաժեշտ են այն խրախուսելու եւ պահպանելու համար:

Բնականաբար տվյալ հասարակությունում այլ գործոններ են վճռական դեր խաղում լրատվամիջոցների գործունեության հաջողությունները որոշելու հարցում: Լրատվամիջոցների կառուցվածքը կախված է այն բանից, թե ինչպես են ընթերցողները

րը կամ լսարանը աջակցում նրանց գործունեությանը: Գովազդներից ստացվող եկամուտը կախված է սպառման կառուցվածքից: Լրավճարների (ներքին եւ արտաքին) դերը եւ բնույթը կախված են ինքնավարության երաշխիքներից եւ լրավճար տրամադրող գործակալության վերահսկողություն հաստատելու ցանկության աստիճանից: Հասարակությունում կրթության ընդհանուր աստիճանը նույնպես կարող է սահմանել լրատվամիջոցների բնույթը եւ քաղաքական գործընթացներում դրանց օգտագործման ձեւը:

Այս բոլոր խնդիրների հետ նրբորեն միահյուսված է օրենքի գերակայությունը: Մենք փորձել ենք ուսումնասիրել հատուկ գործընթացների դերը, որոնք սահմանվում են որպես կարելու օրենսդրական քայլեր, որ ազդում են ժողովրդավարական գործընթացների համար նպաստավոր ուժեղ լրատվամիջոցների կառույցների ստեղծման հեռանկարների վրա:

11

Վիրավորանքը սահմանող օրենքներ

Ռուբ Վոլդեն

Ավելի քան 100 երկրներում անհատները (ներառյալ լրագրողները) կարող են բանտարկվել կամ տուգանքի ենթարկվել պետական պաշտոնյաներին կամ մարմիններին վիրավորելու կամ անարգելու համար: Վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքները դեռևս պահպանվում են Արեւմտյան Եվրոպայի հնագույն ժողովրդավարական երկրներից շատերում, ինչպես նաև աշխարհի ամենամատուրիտար ռեժիմների մեծ մասում: Արտահայտման եւ կարծիքի ազատությունը երաշխավորող սահմանադրական դրույթներ ունեցող շատ երկրներ այնուամենայնիվ շարունակում են պարտադրել այն օրենքները, որոնք դատապարտում են կառավարության քննադատությունը:

Վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքների անվանումները եւ բովանդակությունները տարբերվում են (օրինակները ներկայացված են այս գլխի հավելվածում): Բազմաթիվ նախկին բրիտանական գաղութներում սադրիչ զրպարտության վերաբերյալ օրենքները քրեականորեն հետապնդում են այնպիսի արտահայտությունները, որոնք իբր թե ատելություն, արհամարհանք կամ դժգոհություն են սերմանում կառավարության դեմ: Լատինական Ամերիկայի երկրներում «*desacato*» (անհարգալից վերաբերմունք կամ արհամարհանք) օրենքները պետական պաշտոնյաների նկատմամբ անհարգալից վերաբերմունք ցուցաբերելու համար քրեական պատժամիջոցներ են սահմանում: Բազմաթիվ միապետություններում ավանդական «*lèse-majesté*» (միապետի հասցեին վիրավորանք) օրենքներն արգելում են թագավորական ընտանիքին վիրավորելը, իսկ իսլամական պետություններում անարգանքի վերաբերյալ օրենքները կրոնական առաջնորդներին վիրավորելու համար սահմանում են նույնիսկ այնպիսի խիստ պատժամիջոցներ, ինչպես մահապատիժն է: Այդպիսի օրենքներից շատերը որոշակի բարձրաստիճան պաշտոնյաների եւ մարմինների, օտար երկրների ներկայացուցիչների եւ ազգային խորհրդանիշների ու զինանշանների պատիվն ու արժանապատվությունն անարգելը հանցագործություն են համարում: Մյուսներն արգելում են բոլոր պետական պաշտոնյաներին վիրավորելն դիրքի պատճառով կամ երբ նրանք իրականացնում են իրենց պաշտոնական պարտականությունները: Որոշ երկրներ ունեն միայն վիրավորանքի վերաբերյալ ընդհանուր օրենքներ, որոնք պատժի են ենթարկում յուրաքանչյուր անհատին ուղղված վիրավորական արտահայտությունների համար: Չնայած տեսականորեն նման օրենքները վերաբերվում են ինչպես մասնավոր, այնպես էլ պաշտոնական անձանց, առավել հաճախ այդ օրենքներին հղում են կատարում բարձրաստիճան կառավարական պաշտոնյաները, քաղաքական գործիչները եւ քաղաքացիական ծառայողները:

Անկախ այն բանից, թե այդ օրենքներն ինչպես են անվանվում, ինչ բովանդակություն ունեն, արդյուքները նույնն են՝ դրանք օգտագործվում են ճնշելու եւ պատժելու համար քաղաքական քննարկումները եւ տարակարծությունը, խմբագրական մեկնա-

բանությունն ու քննադատությունը, ծաղրը եւ հետաքննական ժուռնալիստիկան: Դրանք լրատվամիջոցների կարգավորման ամենատարածված, ամենառեպրեսիվ եւ ամենավտանգավոր ձեւերից են:

Ջրպարտության վերաբերյալ քրեական օրենքներ եւ վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքներ

Առաջին հայացքից վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքը կարող է նման լինել զրպարտություն վերաբերյալ քրեական օրենքի մի տեսակին, սակայն այդ երկուսի միջեւ գոյություն ունեն տեսական եւ գործնական նշանակալի տարբերություններ: Ջրպարտության վերաբերյալ քրեական օրենքները ստեղծված են անհատներին իրենց համբավը պաշտպանելու հնարավորություն տալու համար: Դրանք քրեական պատիժներ են սահմանում չարախոսության (բանավոր զրպարտություն) եւ անվանարկման (զրավոր զրպարտություն) համար:

Տեսականորեն, զրպարտչական ստով պատճառված վնասը վերաբերում է զրպարտության ենթարկված անհատի վերաբերյալ այլ մարդկանց կարծիքների նկատմամբ զրպարտող բառերի ազդեցությանը, երբ հրապարակման արդյունքում այլ մարդիկ զրպարտության ենթարկված անհատի վերաբերյալ ավելի վատ կարծիք են ձեւավորում: Ջրպարտության վերաբերյալ օրենքները հաճախ հանցագործությունը սահմանում են այս երրորդ կողմի նկատմամբ ազդեցության հիման վրա, օրինակ՝ այնպիսի բառեր, որոնք անհատին դարձնում են ատելության, ծաղրի կամ արհամարհանքի առարկա: Ի տարբերություն դրա, վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքներն ավելի մտահոգված են պաշտպանել վիրավորված անհատի զգացմունքները, այսինքն՝ նրա պատվի եւ արժանապատվության անհատական զգացմունքները:

Գործնականում, նախատեսվում է, որ զրպարտության վերաբերյալ օրենքները պետք է ուղղված լինեն փաստի սխալ ներկայացման դեմ: Դրանք մշակված են այնպես, որպեսզի պաշտպանեն անհատի վարկանիշը անարդար վնասից՝ որպես ստերի հրապարակման կամ տարածման հետեւանք: Ինչպես ընդունել են բազմաթիվ ազգային եւ միջազգային դատարաններ, ճշմարիտ հայտարարությունները (ինչպես նաեւ այնպիսի կարծիքների արտահայտումը, որոնք ճշտելը հնարավոր չէ) իրավականորեն չեն կարող զրպարտություն համարվել: Ի տարբերություն դրա, քանի որ վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքները ստեղծված են պաշտպանելու ավելի շուտ պատիվն ու արժանապատվությունը, քան վարկանիշը, դրանք կիրառվում են պատժելու համար ինչպես սուտը, այնպես էլ ճշմարտությունը, ինչպես փաստերի վրա հիմնված ենթադրությունները, այնպես էլ կարծիքները, ծաղրը, հայհոյանքը եւ նույնիսկ անբաղաքավարությունը:

Եվրոպայում վերջերս տեղի ունեցած դեպքերը բավականին պատկերավոր են: Մի դեպքում, հույն լրագրող Վասիլիս Ռաֆայիլիդիսը մեղադրվում էր ինչպես զրպարտության, այնպես էլ վիրավորանք հասցնելու մեջ՝ մի խմբագրական հոդվածում Պրոտոտսանիի քաղաքապետին «խղճուկ քաղաքապետիկ» անվանելու համար: Հունաստանի դատարանը մերժեց զրպարտության մեղադրանքը, հավանաբար այն պատճառով, որ հայտարարությունն անկասկած կարծիքի արտահայտում էր, սակայն Ռաֆայիլիդիսին դատապարտեց չորս ամսվա բանտարկության՝ վիրավորանքի համար: Մյուս դեպքում, ավստրիացի լրագրող Գերհարդ Օբերշլիկը մեղադրվում էր Ավստրիայի քրեական օրենսգրքի զրպարտությունն արգելող 111-րդ հոդվածով եւ ցանկացած անձին վիրավորելն արգելող 115-րդ հոդվածով՝ Ավստրիայի ազատության կուսակցության առաջնորդ Գեորգ Հայդերին «ապուշ» անվանելու համար: Առաջին հոդվածը, սակայն, վերաբերում էր միայն սուտ հայտարարություններին, եւ քանի որ «ապուշ» տերմինը

հստակորեն կարծիքի արտահայտում է, հետեւաբար՝ ոչ ճիշտ է եւ ոչ էլ սխալ, ապա Ավստրիայի դատարանը գտավ, որ Օբերշլիկը մեղավոր է միայն վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքը խախտելու համար: Այդ որոշումը հետագայում չեղյալ հայտարարվեց Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանի կողմից:

Բազմաթիվ երկրներում օրենքների բովանդակությունը նույնպես ճանաչում է զրպարտության եւ վիրավորանքի միջեւ տարբերությունը: Օրինակ՝ Խորվաթիայի օրենքը սահմանում է, որ «եթե պաշտպանվողն ապացուցի իր հայտարարությունների ճշմարտությունը կամ եթե նա հիմնավոր պատճառներ է ունեցել դրանք ճշմարիտ համարել, ապա նա չպետք է դատապարտվի զրպարտության համար, սակայն կարող է դատապարտվել վիրավորանքի համար»: Նմանապես, Մորոկկոյի օրենքն ընդունում է, որ զրպարտանքի համար անհրաժեշտ է փաստի հաստատում, սակայն շարունակում է. «Ցանկացած ծանր վիրավորանք պարունակող արտահայտություն, արհամարհական տերմին կամ հայտոյանք, որը փաստի մեղսագրում չի պարունակում, վիրավորանք է»:

Չնայած տեսության մեջ վիրավորանքը եւ զրպարտությունը տարբերվում են, գործնականում այդ տարբերությունը հաճախ ջնջվում է: Ջրպարտության վերաբերյալ ոչ հստակ սահմանված քրեական օրենքները դժվար է տարբերակել վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքներից, եւ դրանք հաճախ կիրառվում են պատժելու համար այն, ինչն ավելի սուույգ կարող էր նկարագրվել որպես վիրավորանք կամ անհարգալից վերաբերմունք, քան զրպարտություն: Օրինակ, 1996թ.-ին Կամբոջայում «*Քիսմեր երիտասարդության ծայն*»-ի խմբագիր Չան Ռոտանան դատապարտվեց մեկ տարվա ազատազրկման եւ մոտ 2000 ԱՄՆ դոլարի չափով տուգանքի՝ «Արքայազն Ռանարիդն օրը երեք անգամ ավելի հիմար է, քան Յեն Սենը» վերնագրված ծաղրական հոդվածում Կամբոջայի առաջին եւ երկրորդ վարչապետներին զրպարտելու համար: Կամբոջայի քրեական օրենսգիրքը չի պարունակում վիրավորանքի վերաբերյալ հստակ դրույթներ, սակայն, ինչպես բազմաթիվ այլ երկրներում, զրպարտության մասին ընդհանուր քրեական օրենքը կիրառվում է կառավարության առաջնորդների վերաբերյալ քննադատական կարծիքները դատապարտելու համար:

Ջրպարտության վերաբերյալ այն քրեական օրենքները, որոնք ճշմարտությունն ապացուցելու պարտականությունը դնում են պաշտպանվողի վրա, ինչպես հաճախ պատահում է, այլ ոչ թե պահանջում են, որ հայցվորը կամ գանգատ ներկայացնողն ապացուցեն սուտը, կիրառվում են հակակառավարական կարծիքներ արտահայտողներին պատժելու համար:

Ջրպարտության վերաբերյալ այն քրեական օրենքները, որոնք ճշմարտությունը ճանաչում են որպես պաշտպանություն, մեղադրանք են ներկայացնում այն կարծիքների արտահայտման համար, որոնք ըստ սահմանման չեն կարող որպես ճշմարիտ ապացուցվել, եւ այդպիսով հաճախ գործում են որպես վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքներ: Ավելին, որոշ երկրներում ճշմարտությունն ամբողջական պաշտպանություն չի տրամադրում զրպարտության մեջ քրեական մեղադրանքից: Օրինակ՝ Կորեայի Հանրապետությունում օրենքում նշվում է, որ ճշմարտությունը պաշտպանություն է զրպարտության մեջ մեղադրվելուց, եթե հայտարարությունը հրապարակվել է «միայն հասարակական շահերից ելնելով»: Հնդկաստանում ճշմարտությունը պաշտպանություն է, «եթե մեղադրանքի արտահայտումը կամ հրապարակումը նպաստում են հասարակական բարօրությանը»: Հասարակական շահի կամ բարօրության նման շարժառիթներով ճշմարտությամբ պաշտպանվելու սահմանափակումը բավականին սովորական երեւույթ է զրպարտության վերաբերյալ քրեական օրենքների համար եւ ծառայում է նաեւ զրպարտության վերաբերյալ օրենքները վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքների վերածելու համար: Իմ հետազոտությունը (Վոլդեն, 2000թ.) ցույց է տալիս, որ զրպարտության վերաբերյալ քրեական գործերը հաճախ կառավարական

պաշտոնյաների կամ ինստիտուտների վերաբերյալ քննադատական հրապարակումների արդյունք են հանդիսանում, ինչը հաստատում է այն կարծիքի ճնարտացիությունը, որ զրպարտության վերաբերյալ քրեական օրենքները կարող են ծառայել եւ ծառայուն են վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքների փոխարեն:

Վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքների ծագումը

Վիրավորանքի վերաբերյալ ժամանակակից օրենքների արմատները ձգվում են մինչեւ մ.թ.ա հինգերորդ դարի 12 տապանակների Յոննեական իրավունքը, որոնք պարունակում էին «*iniuria*»-ի վերաբերյալ դրույթներ: Այդ բառը հիմնականում թարգմանվում է որպես վիրավորանք կամ վնաս: Իր հնագույն կիրառման ժամանակ «*iniuria*»-ն հավանաբար վերաբերվում էր հարձակումներին կամ մարմնական վնասվածքներին: Սակայն մի շարք էդիկտներ լայնացրեցին «*iniuria*»-ի հասկացությունը, որպեսզի այն ներառի նաեւ բանավոր հարձակումները, վիրավորանքը կամ անարգանքը: Քանի որ «*iniuria*»-ի գործածությունն ուղղված էր պատվի եւ արժանապատվության պաշտպանությանը, անուսինները կարող էին պատասխանատվություն պահանջել իրենց կնոջը վիրավորելու համար, իսկ հայրերը՝ իրենց որդիներին վիրավորելու համար: Ինչպես վիրավորանքի վերաբերյալ ժամանակակից օրենքները, «*iniuria*»-ն հիմնված էր վիրավորանքի կամ անարգանքի վերաբերյալ անհատի զգացումների, այլ ոչ թե նյութական վնասների վրա: Այդ պատճառով, պատիժը հիմնված էր կողմերի դիրքերի եւ անարգանքի խստության, այլ ոչ թե վնասի որելէ ապացույցի վրա: Սկզբնական շրջանում զարգացան վնաս կրելուց քաղաքացիական հայցերի, իսկ ժամանակի ընթացքում նաեւ քրեական իրավունքի միջոցով պաշտպանվածության տեսակները:

Երբ կայսր Յուստինիանոսը մ.թ. վեցերորդ դարում հրամայեց ստեղծել Յոննեական իրավունքի հավաքածու, այն պարունակում էր «վիրավորական վարքագծի եւ խայտառակող զրպարտությանը» նվիրված մի հատված: Այնտեղ ասվում էր, որ «վնաս» տերմինն օգտագործված է խիստ վիրավորանք արտահայտելու համար: «Վիրավորանք» տերմինը բխում է «արհամարհել» բայից: ... Յուրաքանչյուր վիրավորանք կամ հասցվում է անհատին կամ էլ վերաբերվում է որելէ մեկի արժանապատվությանը կամ պատվին» (տես՝ Կոլբեր, 1979թ.): Եթե հին հռոմեական «*iniuria*»-ի իրավունքը նախատեսված էր պաշտպանելու համար բոլոր քաղաքացիների արժանապատվությունը (երբ ավելի բարձր աստիճան ունեցողները կարող էին ավելի մեծ փոխհատուցում պահանջել), ապա վիրավորանքի վերաբերյալ ժամանակակից օրենքները շատ ավելի նեղ շրջանակ ունեն՝ պաշտպանություն տրամադրելով միայն կառավարությանը, պետական պաշտոնյաներին եւ մարմիններին, թագավորական ընտանքիներին, ազգային խորհրդանիշներին եւ (կամ) օտարերկրյա բարձրաստիճան պաշտոնյաներին: Վիրավորանքի վերաբերյալ ժամանակակից օրենքները կարծես թե անհատական պատվի եւ արժանապատվության վերաբերյալ հին հռոմեական օրենքի մտահոգությունը փոխարինել են կառավարական պաշտոնյաների ինքնապաշտպանության եւ քննադատությունից ազատության մտահոգություններով: Այս առումով, ժամանակակից վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքներն ավելի մոտ են հին բրիտանական սադրիչ զրպարտության սովորական օրենքներին:

Սադրիչ զրպարտությունը պարզապես վերաբերում է կառավարության քննադատությանը, լինի այն ճիշտ կամ սխալ, արդարացված կամ չարդարացված: Պատահական չէ, որ սադրիչ զրպարտության վերաբերյալ օրենքը Անգլիայում ի հայտ եկավ 15-րդ դարում Ուիլյամ Կաքստոնի կողմից այդ երկրում տպագիր մամուլի ներմուծումից հետո կարճ ժամանակ անց: Անգլիայի միապետի առաջին պաշտպանությունն այս

նոր եւ պոտենցիալ վտանգավոր հաղորդակցման միջոցից խիստ լիցենզավորման եւ մինչեւ հրատարակումը գրաքննության համակարգերի սահմանումն էր: Երբ սադրիչ համարվող հրապարակումները սկսեցին թափանցել լիցենզավորման եւ գրաքննության համակարգի ճեղքերի միջով, սուտ եւ խայտառակող պատմություններ տարածելն արգելող հին միջնադարյալ օրենքը նորացվեց ընդհանուր իրավունքի դատարանների կողմից՝ քրեականացնելու համար կառավարության ցանկացած քննադատությունը:

Միացյալ Նահանգները սադրիչ զրպարտության սկզբունքից հրաժարվեց մոտ երկու դար առաջ, սակայն այն այսօր էլ գյուղում ունի աշխարհի մեծ մասում «*desacato*»-ի եւ վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքների, սադրանքների վերաբերյալ օրենքների եւ հաճախ զրպարտության ու անարգանքի վերաբերյալ քրեական օրենքների տեսքով, որոնք բոլորը կարող են օգտագործվել եւ հաճախ օգտագործվում են կառավարության եւ կառավարական պաշտոնյաների նկատմամբ քննադատությունը պատժելու նպատակով:

Գաղութացման քաղաքականությունը մեղավոր է աշխարհի մեծ մասում վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքների տարածման համար: Նախկին բրիտանական գաղութների մեծ մասը դեռեւս պահպանում է սադրիչ զրպարտության վերաբերյալ օրենքները, որոնք նրանց պարտադրվել էին բրիտանական իշխանության ժամանակ: Լատինական Ամերիկայում «*desacato*»-ի օրենքների մեծ մասը հիմնված է Իսպանիայի հին օրենքի վրա, որը մասամբ վերացվեց 1995թ.-ին, երբ Իսպանիան նորացրեց ամբողջ Քրեական օրենսգիրքը: Նախկին հոլանդական գաղութ Ինդոնեզիայում այսպես կոչված Յեյթ-Սոուիկոգի հողվածները արգելում են «կառավարության նկատմամբ թշնամության, ատելության կամ արհամարհանքի զգացումների» հասարակային արտահայտումները: Չնայած նման դրույթներ երբեք գոյություն չեն ունեցել Յուլանդիայի Քրեական օրենսգրքում, սակայն հոլանդացիներն օգտագործել են Յեյթ-Սոուիկոգի հողվածները ճնշելու համար 2-րդ Համաշխարհային պատերազմի նախօրյակին Ինդոնեզիայում ազգային ազատագրական շարժումները: Վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքներից հավանաբար ամենահայտնին՝ 1881թ.-ի Ֆրանսիայի օրենքը, ամբողջ Ֆրանսալեզու Աֆրիկայի համար օրինակ ծառայեց վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքների համար: Ջարգացող երկրների կառավարություններն վիրավորանքի վերաբերյալ իրենց օրենքների կիրառման, պահպանման եւ պարտադրման համար որպես արդարացուն շարունակում են ներկայացնել ֆրանսիական օրենքը:

Վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքների կիրառումը

Ներկայումս վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքների ճշգրիտ քանակն անհայտ է, սակայն դրանք գոյություն ունեն ավելի քան 100 պետություններում: Իմ ուսումնասիրությունը (Վոլդեն, 2000թ.) բացահայտել է մոտ 90 այդպիսի օրենքների տեքստերը երկրագնդի բոլոր տարածաշրջանների երկրներում: Նույնիսկ այն երկրներում, որոնք չունեն վիրավորանքի վերաբերյալ պաշտոնական օրենքներ, զրպարտանքի վերաբերյալ քրեական օրենքները հաճախ ծառայում են որպես դրանց փոխարինողներ:

Կառավարության քննադատությունը եւ նրա գործունեության լուսաբանումը ճնշելու նպատակով վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքի եւ զրպարտության վերաբերյալ քրեական օրենքի վրա հիմնվելու վերջերս տեղի ունեցած ամենաակնհայտ օրինակների մի մասը տեղի է ունեցել նախկին խորհրդային հանրապետություններում: Այս երկրներում լրագրողները հանդիպում են ոչ միայն մամուլի նկատմամբ գրաքննության եւ պաշտոնական թշնամության արմատացած երեւույթներին, այլ նաեւ պատվի ու արժանապատվության պաշտպանության արմատացած ժառանգությանը:

Չնայած խոսքի եւ մամուլի ազատությունը երաշխավորող սահմանադրական դրույթներին, նախկին կոմունիստական պետությունների կառավարական պաշտոնյաները շարունակում են լրատվամիջոցների եւ ընդդիմության քաղաքական գործիչների նկատմամբ կիրառել վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքները՝ հաճախ ձգտելով կանխարգելել կոռուպցիայի եւ իշխանության այլ չարաշահումների բացահայտումները: Ղազախստանում տեղի ունեցած դեպքը ցույց է տալիս վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքների կործանարար հետեւանքները մամուլի ազատության եւ ընդհանրապես ժողովրդավարական գործընթացների վրա:

2001թ. ապրիլ ամսին ղազախական ընդդիմադիր «Սոլ Դատ» շաբաթաթերթի խմբագիրը մեղավոր ճանաչվեց երկրի նախագահի «արժանապատվությունը եւ պատիվը հրապարակայնորեն վիրավորելու» համար: Խմբագրին, որը դատապարտվեց մեկ տարվա բանտարկության եւ պարտավորեցրեց վճարել մոտ 280 ԱՄՆ դոլարի չափով դատական ծախսերը, միանգամից ներում շնորհվեց նախագահի համաներմամբ, սակայն նա մնաց դատապարտված հանցագործի կարգավիճակում եւ նրան արգելվեց լքել երկիրը: 2001թ. հուլիս ամսին նրան արգելեցին նստել Միացյալ Նահանգներ մեկնող ինքնաթիռը, որտեղ պետք է վկայություն տար Կենտրոնական Ասիայում մարդու իրավունքների վերաբերյալ կոնգրեսի լսումներում:

Խմբագիրը դատապարտվեց այսպես կոչված Ղազախագետի վերաբերյալ ինտերնետային մի հոդվածի «Սոլ Դատ»-ում արտատպելու համար: Հոդվածում առկա էր այն ենթադրությունը, թե նախագահը եւ այլ բարձրաստիճան պաշտոնյաներ միլիոնավոր ԱՄՆ դոլարներ էին փոխանցել Շվեյցարիայում իրենց բանկային հաշիվներին: Ինտերնետային հոդվածի հեղինակը, որը մեղադրվում էր նույն գործով, արդարացվեց, հավանաբար այն պատճառով, որ նա իր հոդվածը գրել էր ինտերնետի համար, այլ ոչ թե ղազախական թերթում հրապարակելու համար: Այս պատմության զավեշտական կողմն այն է, որ այդ հոդվածը պարունակող «Սոլ Դատ»-ի համարը նույնիսկ Ղազախստանում շրջանառության մեջ չէր էլ եղել, քանի որ մաքսային պաշտոնյաներն այն բռնագրավել էին սահմանի վրա: Թերթը տպվում էր Ռուսաստանում, քանի որ Ղազախստանի բոլոր տպագրական ընկերությունները հրաժարվել էին տպագրել այն, ըստ տեղեկությունների, կառավարության ճնշման պատճառով:

Այս դեպքն ընդամենը ղազախական պաշտոնյաների եւ ընդդիմադիր մամուլի երկարամյա հակամարտության մի դրվագ էր: Այլ թերթերը, որոնք տպագրել էին կառավարական կոռուպցիայի վերաբերյալ նյութեր (հաճախ օտարերկրյա նորություններ տրամադրող կազմակերպությունների եւ ինտերնետային էջերի կողմից ներկայացված նյութերի արտատպություններ), նույնպես ենթարկվել են քրեական հետապնդումների, կորցրել են տպագրական սարքավորումները եւ ենթարկվել այլ բռնությունների: Օրինակ՝ Լրագրողների պաշտպանության կոմիտեն տեղեկացրել է, որ պետական տպագրական «Դաուի» ընկերությունը հրաժարվել է շարունակել տպագրել ռուս-անգլերեն «Վրեմյա պո» երկշաբաթաթերթն այն բանից հետո, երբ վերջինս «Նյուսուլիք»-ից եւ «Ուոլ Սթրիթ ջորնալ»-ից արտատպել է կոռուպցիոն սկանդալների վերաբերյալ հոդվածներ, իսկ Բիզնեսի Գաբդուլիին, «XXI վեկ» շաբաթաթերթի խմբագրին, զրպարտության վերաբերյալ քրեական մեղադրանք էր ներկայացվել, երբ 2000թ. հոկտեմբեր ամսին հրապարակվել էին նախագահ Նազարբաեւին կաշառակերության մեջ մեղադրող երկու հոդվածներ: Ալմաթիի դատախազն այս մեղադրանքները հետ վերցրեց 2001թ. ապրիլ ամսին:

Նախկին խորհրդային այլ պետությունների պաշտոնյաները նույնպես անդրադառնում են վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքներին՝ իրենց քննադատողներին պատժելու համար: 1999թ.-ին ադրբեջանական «Բաքու բուլվար» թերթի մի լրագրող մեղավոր ճանաչվեց Ադրբեջանի նախագահի խորհրդարանի անդամ եղբորը «նավթային արդյունաբերության թագավոր» անվանելով նրա «պատիվն արատավորելու»

համար: Լրագրողը դատապարտվեց մեկ տարվա պայմանական ազատազրկման, եւ նրան արգելվեց լքել երկրի սահմանները: Նույն տարում Իրինա Խալիպը՝ բելառուսական «Իմիա» անկախ շաբաթաթերթի գլխավոր խմբագիրը, մեղադրվեց նախագահի աշխատակազմի ղեկավարի եւ գլխավոր դատախազի պատիվն արատավորելու համար, երբ 1999թ. հուլիսի 15-ի իր հոդվածում վերջիններիս մեղադրեց կաշառակերության մեջ: Ուկրաինայում Կիելի քաղաքային դատարանը 1998թ. դեկտեմբեր ամսին Օլեգ Լյաչկոյին՝ «Պոլիտիկա» ընդդիմադիր թերթի գլխավոր խմբագրին ձերբակալելու սանկցիա տվեց: Լյաչկոն մեղադրվեց զրպարտության եւ վիրավորանք հասցնելու մեջ՝ համաձայն Քրեական օրենսգրքի 125 եւ 126-րդ հոդվածների: Թերթը հրապարակել էր պատմություններ, որոնցից կարելի էր ենթադրել, թե ոստիկանական բարձրաստիճան երեք պաշտոնյաներ իրավախախտումներ էին թույլ տվել: Ավելի վաղ դատախազը սառեցրել էր այդ թերթի բանկային հաշիվը, երբ այն մի շարք հոդվածներ էր հրապարակել նախագահին մերձավոր անձանց մասին:

Թուրքական պաշտոնյաները նույնպես շարունակում են պարտադրել վիրավորանքի վերաբերյալ իրենց երկրի լայնածավալ օրենքները, հատկապես Քրեական օրենսգրքի 159-րդ հոդվածը, որը մինչեւ վեց տարի ազատազրկում է նախատեսում ցանկացած անձի համար, ով «հրապարակայնորեն վիրավորում կամ անարգում է թուրք ազգը, Թուրքիայի Հանրապետությունը, Ազգային մեծ ժողովը, կառավարության կամ պետական զինված կամ անվտանգության ուժերի բարոյական նկարագիրը կամ դատական իշխանությունների բարոյական նկարագիրը»: 2000թ. սեպտեմբեր ամսին լրագրող եւ գրող Նադիրե Մատերը, ավելի քան մեկ տարի 159-րդ հոդվածի դրույթները խախտելու մեղադրանքից պաշտպանվելուց հետո, վերջապես անմեղ ճանաչվեց: 1999թ. օգոստոս ամսին նա մեղադրվել էր իր «Մեհմեդի գիրքը. հարավ-արեւելքում պատերազմած զինվորները պատմում են» գրքում բանակը վիրավորելու մեջ: Գիրքը արգելվել էր 1999թ. հունիսին: Այն բաղկացած էր 42 թուրք զինվորների հետ հարցազրույցներից, որոնք քննարկում էին քուրդ ապստամբների դեմ պատերազմը:

Թուրքական քրեական օրենսգրքի 159-րդ հոդվածից բխող մեկ այլ դեպք ցույց է տալիս, որ վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքները կարող են կիրառվել ինչպես ավանդական մամուլի, այնպես էլ նորություններ տրամադրող լրատվամիջոցների դեմ: 18 տարեկան Էմրե Էրսյոզը 1998թ. հունիսին «պետության անվտանգության ուժերը հրապարակայնորեն վիրավորելու համար» դատապարտվեց 10-ամսյա պայմանական ազատազրկման այն բանից հետո, երբ Ինտերնետում քննադատություն տեղադրեց ոստիկանության վերաբերյալ, որը դաժան վերաբերմունք դրսևորեց Անկարայի փողոցներում խանդակների դեմ բողոքող մի խումբ կույրերի նկատմամբ:

Հավանաբար ոչ մի այլ վայրում Արեւմտյան Եվրոպայի վիրավորանքի եւ խռովարարության վերաբերյալ օրենքների կործանարար հետեւանքներն ավելի ակնհայտ չեն, քան Սահարայի շրջանում գտնվող աֆրիկյան պետություններում: Հարավային Աֆրիկյան չունի այդպիսի օրենք, իսկ Քենիան խռովարարության վերաբերյալ դրույթները վերացրեց 1997թ.ին: Այսուհանդերձ, փաստորեն յուրաքանչյուր ֆրանսալեզու աֆրիկյան պետություն ունի ֆրանսիական 1881թ. տխրահռչակ օրենքի իր սեփական տարբերակը, իսկ նախկին բրիտանական գաղութների մեծ մասում պահպանվել են «օտարերկրյա տիրակալներին» վիրավորելն արգելող խռովարարության վերաբերյալ օրենքները եւ դրույթները: 1996թ.-ին Էնտոնի Ակոտո Ամփավը՝ Գանացի փաստաբանը եւ Նոր ժողովրդավարական շարժման գլխավոր քարտուղարը, Ստրասբուրգում Եվրոպայի խորհրդի կոնֆերանսում հայտարարեց, թե աֆրիկյան կառավարությունները արեւմտյան տեսակի օրենքներ են կիրառում՝ մամուլը խեղդելու նպատակով: «Կարող եք համոզված լինել, որ Աֆրիկայում դուք կհանդիպեք օրենքի վատթարագույն մեկնաբանմանը, նույնիսկ եթե Եվրոպայում այդպիսի մեկնաբանությունները հավանական չեն», - հայտարարել է Ամփավը: Աֆրիկայում վերջերս տեղի ունեցած մի քանի օրինակներ ցույց են տալիս, թե ինչ է նկատի ունենում Ամփավը:

Տարածաշրջանում ամենահրապարակային արձագանք ստացած դեպքերից մեկը. 1996թ. հունիս ամսին Կոտ դ'Իվուարի վերաքննիչ դատարանը հաստատեց ընդդիմադիր «*La Voie*» օրաթերթի երեք լրագրողների նկատմամբ երկու տարվա ազատազրկման դատավճիռը՝ նախագահ Անրի Կոնան Բեդյեյին վիրավորելու համար: Հրատարակիչը, մի խմբագիր եւ մի լրագրող դատապարտվեցին, իսկ «*La Voie*»-ն տուգանվեց 3 միլիոն \$ԱԳՖ (Ֆրանսիայի աֆրիկական գաղութների ֆրանկ) եւ թերթին արգելվեց լույս տեսնել երեք ամիս: Դատապարտման պատճառը 1995թ. դեկտեմբերին լույս տեսած երկու երգիծական հոդվածներն էին, ըստ որոնց նախագահ Բեդյեյի ներկայությունը Աֆրիկայի առաջնության գավաթի եզրափակիչին դժբախտություն բերեց այդ երկրի ֆուտբոլային թիմին՝ «ASEC Mimosas»-ին, որը խաղը տանուլ տվեց հյուրընկալված Հարավային Աֆրիկայի թիմին: Հոդվածներից մեկի վերնագիրն էր «Ավելի լավ կլիներ, որ նա տանը մնար», իսկ մյուսինը՝ «Նա անիծեց «ASEC»-ին»: Այս հոդվածը Բեդյեյին ներկայացնում էր որպես Լյուցիֆեր եւ նշում, որ չենմպիոնությունը, «որը Կոտ դ'Իվուարի թիմի գրպանում էր, կորավ, ասես գիշերային մղձավանջում»: Երեք լրագրողները ազատվեցին 1997թ. հունվարի 1-ին՝ բանտում անցկացնելով մոտ մեկ տարի:

2000թ. մարտ ամսին Լուանդայում տեղեկայված «*Agora*» շաբաթաթերթի երկու անգուլացի լրագրողներ ազատազրկման դատապարտվեցին մի հոդվածի համար, որը նշում էր, թե երկրի նախագահն էր մեղավոր քաղաքացիական պատերազմի հետեւանքով, կառավարության կաշառակերության պայմաններում, Անգուլան կործանմանը մոտ իրավիճակի հասցնելու համար: Ըստ «Ատոշիեթիդ պրես»-ի, դատավարությանմբ, որում արգելվել էր ներկայացնել պաշտպանվող կողմի վկաներին ու փաստերը, լրագրող Ռաֆայել Մարկեսը դատապարտվել էր վեց ամսվա, իսկ խմբագիր Ագուիար դոս Սանտոսը՝ երկու ամսվա բանտարկության:

Սվազիլենդում միակ անկախ թերթը՝ «*Սվազիլենդ թայմս*»-ը 1999թ. սեպտեմբեր ամսին խնդիրներ ունեցավ, երբ հրապարակեց մի հոդված այն մասին, որ երիտասարդ աղջիկը, որին թագավոր Մսվատի Երրորդն ընտրել էր որպես իր ութերորդ կին, դպրոցից վտարվել էր դասերին չհաճախելու պատճառով: Մեղադրանքները հետ էին վերցվել, երբ թերթը համաձայնել էր աշխատանքից ազատել այդ հոդվածի հրապարակման համար պատասխանատու խմբագիրն: 2001թ. հունիս ամսին Լրագրողների պաշտպանության կոմիտեն հայտարարեց, որ թագավոր Մսվատին մեծացրել է թագավորական ընտանիքին վիրավորելու դեմ պայքարելու կառավարության հնարավորությունները՝ ստորագրելով մի որոշում, որը թույլ էր տալիս փակել ցանկացած հրատարակչություն ցանկացած պատճառով եւ հնարավորություն էր ընձեռում ցանկացած մեկին դատապարտելու մինչեւ 10 տարվա ազատազրկման եւ 6200 ԱՄՆ դոլարի չափով տուգանքի՝ «թագավորին կամ թագուհուն վիրավորելու, ծաղրելու կամ նրանց նկատմամբ անհրազալից արտահայտվելու համար»:

Աֆրիկական երկրների երեք ղեկավարներ Ֆրանսիայի վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքը փորձեցին կիրառել իրենց քննադատողներից մեկին պատժելու համար: Չադի, Կոնգոյի Հանրապետության եւ Գաբոնի նախագահները հայց հարուցեցին ընդդեմ Ֆրանսուա-Քսավյեր Վերշավեյի՝ «*Սեւ լռություն*» գրքի հեղինակի, որն ուսումնասիրում էր Ֆրանսիայի եւ իր նախկին գաղութների միջեւ հարաբերությունները: Հայցը հիմնված էր Ֆրանսիայի օրենքի վրա, որն արգելում է «հրապարակայնորեն վիրավորել օտար պետությունների ղեկավարներին, օտարերկրյա կառավարությունների ղեկավարներին կամ օտարերկրյա կառավարությունների անդամ նախարարներին»: Ի լրումն այլ բաների, նշված գիրքը Չադի նախագահին անվանում էր «մուլի մարդասպան», ասում էր, որ Գաբոնի նախագահը «գիշատիչ կերպով ընտրված դիկտատուրայի» ղեկավար է, եւ Կոնգոյի նախագահին մեղադրում էր մարդկության դեմ իրականացված հանցագործությունների մեջ: 2001թ. ապրիլ ամսին Փարիզի դատարանը լրագրողին անմեղ ճանաչեց, հայտարարելով, որ Ֆրանսիայի օրենքը հակա-

սում է Սարդու իրավունքների եվրոպական կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածին, որը պաշտպանում է արտահայտման ազատությունը: Դատարանն ավելացրեց, որ օրենքը չի պարունակում «վիրավորանք» բառի իրավական ոչ մի սահմանում, եւ որ այդ տերմինը շատ լայն է այն որեւէ կերպ սահմանելու համար:

Ուրուգվայի «desacato» օրենքի համանման դրույթը կիրառվեց մոտ հինգ տարի առաջ՝ օտար պետության ղեկավարի պատիվը պաշտպանելու փորձի ժամանակ: Ֆեդերիկո Ֆասանոն՝ Սոնտեվիդեոյի «La Republica» օրաթերթի գլխավոր խմբագիրը, եւ նրա եղբայր Կարլոս Ֆասանոն՝ պատասխանատու խմբագիրը, մեցադրվեցին 1996թ. իրենց հոդվածում Պարագվայի նախագահ Խուան Կարլոս Վասմոսային վիրավորելու մեջ: Ըստ հոդվածի Վասմոսան անբարեխիղճ ղեկավար էր եւ ներքաշվել էր կոռուպցիայի մեջ՝ Պարագվայի եւ Բրազիլիայի սահմանի վրա Իտալիայու հիդրոէլեկտրակայանի կառուցման ժամանակ: Եղբայրները մեղավոր ճանաչվեցին եւ դատապարտվեցին երկու տարվա բանտարկության, սակայն մի քանի ամիս անց վերաքննիչ դատարանը որոշեց նրանց ազատ արձակել, քանի որ դատավճռում սխալ գտավ: Երբ 1997թ.-ին երկու եղբայրները կրկին կանգնեցին դատարանի առջեւ, նրանք արդարացվեցին: Դատավորը երկրորդ դատավարության ժամանակ իր որոշումը մասամբ հիմնավորեց այն փաստով, որ չնայած հոդվածը քննադատում էր Պարագվայի նախագահին եւ, անկասկած, զայրացրել էր նրան, սակայն դրա հրապարակումը չէր «վտանգել» Պարագվայի եւ Ուրուգվայի միջեւ հարաբերությունները:

Այստեղ դիտարկված մի քանի օրինակները հսկայական սառցալեռան գագաթն են միայն: Իմ ուսումնասիրությունը (Վոլդեն, 2000թ.) ներկայացնում է վերջին տասնամյակում տեղի ունեցած հարյուրավոր դեպքեր, որոնք ներառում են ձերբակալումները, մեղադրանքները, դատավարությունները եւ դատապարտումները: Սակայն նույնիսկ այդ հարյուրավոր դեպքերը ներկայացնում են մամուլի ազատության վրա վիրավորանքի եւ զրպարտության վերաբերյալ քրեական օրենքների ազդեցության միայն մի փոքր մասը: Անհնարին է ճշտել, թե քանի անգամ են նման օրենքները կիրառվել լրագրողներին սպառնալու եւ ահաբեկելու համար, որպեսզի նրանք դադարեցնեն հետաքննությունները եւ չգրեն հոդվածներ, ինչպես անհնարին է հաշվել ինքնագործնության դեպքերը, որոնց պատճառ են հանդիսացել այն օրենքները, որոնց հիման վրա կարող են լրագրողներին բանտ ուղարկել պաշտոնական չարաշահումները հետաքննելու, պաշտոնական գործունեությունը քննադատելու կամ նույնիսկ նախագահին ծաղրելու համար:

Որոշ դրական նորություններ

Չնայած վիրավորանքի եւ զրպարտության վերաբերյալ քրեական օրենքների լայն տարածմանը եւ դրանց շարունակական կիրառմանը որպես լրագրողներին ճնշելու, ահաբեկելու եւ պատժելու միջոցներ, այն փաստի ընդունումը, որ նման օրենքներն անհամատեղելի են մամուլի ազատության եւ ընդհանրապես ժողովրդավարության գաղափարների հետ, աստիճանաբար ավելի լայն տարածում է ստանում: Սարդու իրավունքները եւ մասնավորապես արտահայտման ազատությունը պաշտպանող բազմաթիվ միջազգային կազմակերպություններ եւ գործակալություններ գլխավորում են նման օրենքների դեմ պայքարը: 2001թ. ապրիլ ամսին Բոստոնում հանդիպման ժամանակ մամուլի ազատության եւ ազատ արտահայտման ինը խմբեր (Լրագրողների պաշտպանության կոմիտեն, Մամուլի համագործակցության միությունը, Մամուլի միջամերիկյան ընկերակցությունը, Յեռարձակողների միջազգային ընկերակցությունը, Պարբերական մամուլի միջազգային դաշնությունը, Մամուլի միջազգային ինստիտուտը, Յեռարձակողների հյուսիսամերիկյան ընկերակցությունը, Թեր-

թերի համաշխարհային ընկերակցությունը եւ Մամուլի ազատության համաշխարհային կոմիտեն) նորացրեցին իրենց պայքարն ընդդէմ նման օրենքների եւ ամբողջ աշխարհի կառավարություններին կոչ արեցին վերացնել դրանք:

Վերջին երկու տարիների ընթացքում Եվրոպայի անվտանգության եւ համագործակցության կազմակերպության (ԵԱՀԿ) Մարդկային զարգացման չափանիշների հանդիպման ժամանակ ԱՄՆ պատվիրակությունն ընդգծել է, որ քաղաքական լուսաբանումը եւ մեկնաբանությունները քրեականացնող օրենքներն անհամատեղելի են ժողովրդավարության հետ, եւ կոչ է արել վերացնել նման օրենքները ԵԱՀԿ անդամ պետություններում: Միավորված ազգերի կազմակերպության կարծիքների եւ արտահայտման ազատության վերաբերյալ հատուկ զեկուցողը, ԵԱՀԿ լրատվամիջոցների ազատության ներկայացուցիչը եւ Ամերիկյան պետությունների կազմակերպության արտահայտման ազատության վերաբերյալ հատուկ զեկուցողը հանդես են եկել համատեղ հայտարարությամբ, որում նշվում է, որ «արտահայտումը չպետք է քրեականացվի, եթե այն լուրջ վնաս հասցնելու հստակ վտանգ չի պարունակում»: Նրանց հայտարարությունը կոչ էր անում վերացնել վիրավորանքի եւ սադրանքների վերաբերյալ օրենքները, զրպարտության վերաբերյալ քրեական օրենքները եւ չստուգված նորություններ հրապարակելն արգելող օրենքները:

Վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքների ամենաառաջին եւ ամենախիստ դատապարտումներից մեկով հանդես եկավ Մարդու իրավունքների ամերիկյան հանձնաժողովը, որը 1994թ. իր տարեկան հաշվետվությունում հայտարարեց. «Desacato» օրենքներն անհամատեղելի են Մարդու իրավունքների ամերիկյան կոնվենցիայի 13-րդ հոդվածի հետ, քանի որ դրանք ճնշում են արտահայտման ազատությունը, որն անհրաժեշտ է ժողովրդավարական հասարակությունների ճիշտ գործունեության համար»: Կոնվենցիայի 13-րդ հոդվածը հայտարարում է. «Ամեն ոք ունի հանդուժանքների ազատության եւ դրանք ազատորեն արտահայտելու իրավունք: Այդ իրավունքը ներառում է անկախ պետական սահմաններից բանավոր, գրավոր կամ մամուլի միջոցով, ինչպես նաեւ արտահայտման գեղարվեստական ձեւերով կամ իր ընտրությամբ այլ միջոցներով ցանկացած բնույթի տեղեկություններ ու գաղափարներ փնտրելու, ստանալու եւ տարածելու ազատությունը»: Նշելով, որ կոնվենցիան պարտավորեցնում է «ստորագրած բոլոր երկրներին իրենց օրենսդրությունը համապատասխանեցնել այս իրավունքները երաշխավորելու համար», հանձնաժողովը կոչ արեց Ամերիկյան պետությունների կազմակերպության բոլոր անդամ երկրներին, որոնք ունենին «desacato» օրենքներ, «վերացնել կամ բարեփոխել» դրանք:

Հանձնաժողովի այս քայլերն արվեցին ի պատասխան արգենտինյան մի դեպքի. լրագրող Հորացիո Վերբիցկին դատապարտվեց Գերագույն դատարանի անդամներից մեկին վիրավորելու համար: 1993թ.-ին Արգենտինյան վերացրեց իր «desacato» օրենքը՝ որպես Վերբիցկու գործը կարգավորելու մի մաս: Պարագվայը հետեւեց այդ գործընթացին՝ վերացնելով իր «desacato» օրենքը երկրի նոր Քրեական օրենսգրքում, որը ուժի մեջ մտավ 1998թ. հոկտեմբեր ամսին, իսկ 2001թ. մայիս ամսին Զիլի-ի նախագահ Ռիկարդո Լագոսը վավերացրեց օրենք, որով վերացվում էր «Պետական անվտանգության մասին» օրենքի այն դրույթը, ըստ որի որոշ բարձրաստիճան պաշտոնյաներին վիրավորելը «հասարակական կարգուկանոնի դեմ ուղղված հանցագործություն է»: Չնայած այդ քայլը վերացրեց Զիլիում վիրավորանքի համար դատական հետապնդման աղբյուրներից մեկը, սակայն այն անձեռնմխելի թողեց «desacato»-ն եւ զրպարտությունը պատժող ընդհանուր քրեական օրենքները:

Ժողովրդավարական գործընթացների վրա վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքների ավերիչ ազդեցության եւ դրանց վերացման գիտակցությունն արթնացնելու ջան-

քերն իրենց պտուղները տվեցին նաեւ Եվրոպայում, սակայն ինչպես եւ Լատինական Ամերիկայում առաջընթացը բավականին դանդաղ էր եւ մասնակի: Ինչպես նշվել է նախկինում, 1997թ.-ին Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանը չէղյալ հայտարարեց լրագրող Գերհարդ Օբերշլիքի դատապարտումը Ավստրիայի ազատության կուսակցության առաջնորդ Գեորգ Յայդերին վիրավորելու համար: Չնայած դատարանն այնքան հեռուն չգնաց, որ կոչ աներ վերացնել վիրավորանքի վերաբերյալ բոլոր օրենքները, սակայն հայտարարեց, որ Մարդու իրավունքների եվրոպական կոնվենցիայի 10-րդ հոդվածը վերաբերում է «ոչ միայն այն «տեղեկատվությանը» եւ «գաղափարներին», որոնք դրական կերպով են ընդունվում, կամ որոնց վերաբերվում են որպես անվնաս, կամ որոնք անտարբերության են արժանանում, այլ նաեւ նրանց, որոնք վիրավորում են, վրդովվեցնում կամ անհանգստացնում»: 10-րդ հոդվածը հայտարարում է. «Յուրաքանչյուր ոք իրավունք ունի ազատորեն արտահայտել իր կարծիքը: Այդ իրավունքը ներառում է իր կարծիքին մնալու, տեղեկություններ եւ գաղափարներ ստանալու եւ տարածելու ազատությունը՝ առանց պետական մարմինների միջամտության եւ անկախ պետական սահմաններից»: Ինչպես եւ այլ դեպքերում, եվրոպական դատարանն ընդգծեց, որ քաղաքական գործիչները եւ պետական պաշտոնյաները պետք է ավելի հանդուրժող լինեն նույնիսկ խիստ քննադատության եւ մեկնաբանությունների նկատմամբ:

Մի քանի ազգային դատարաններ վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքները հակասահմանադրական են հայտարարել կամ համենայն դեպս խիստ սահմանափակել են դրանց կիրառությունը: Օրինակ՝ 1990թ.-ին տեղի ունեցած երկու դեպքերում Գերմանիայի դաշնային սահմանադրական դատարանը որոշեց, որ պետական խորհրդանիշների նկատմամբ նույնիսկ կտրուկ եւ ծաղրական հարձակումները պաշտպանված են սահմանադրորեն, իսկ 1976թ.-ին դատարանը որոշեց, որ պետական պաշտոնյաներն իրենց հասարակական գործունեության վերաբերյալ պետք է ավելի շատ քննադատություն հանդուրժեն, քան մասնավոր անձինք: 1994թ.-ին Յունգարիայի սահմանադրական դատարանը հայտարարեց, որ վիրավորանքի վերաբերյալ երկրի օրենքը հակասահմանադրական է:

Բազմաթիվ պետություններ, ներառյալ Չեխիայի Յանրապետությունը, Կիրգիզիայի Յանրապետությունը, Մոլդովան, Շվեդիան եւ Ուզբեկստանը վերացրել են վիրավորանքի վերաբերյալ իրենց օրենքները կամ դրանց մի մասը: Սակայն այս երկրներից մի քանիսում կառավարական պաշտոնյաները շարունակում են վիրավորանքի հայցերին նման հայցեր ներկայացնել՝ զրպարտության վերաբերյալ օրենքների հիման վրա: 1995թ.-ին, որպես իր ամբողջ Քրեական օրենսգրքի վերանայման արդյունք, Իսպանիան վերացրեց իր «*desacato*» կամ անհարգալից վերաբերմունքի վերաբերյալ օրենքները, որոնք արգելում էին վիրավորել, անարգել կամ զրպարտել պետական պաշտոնյաներին, երբ նրանք իրականացնում էին իրենց պաշտոնական պարտականությունները կամ այդ պարտականությունների պատճառով: Այնուամենայնիվ, Իսպանիան դեռեւս պահպանում է թագավորին եւ թագավորական ընտանիքի մյուս անդամներին զրպարտելն եւ վիրավորելը, ինչպես նաեւ ընդհանրապես կառավարության, որոշակի դատական մարմինների եւ բանակի դեմ զրպարտությունը, վիրավորանքը կամ սպառնալիքներն արգելող օրենքները: Ի հավելումն, Իսպանիան պահպանում է վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքը, որի հիման վրա յուրաքանչյուր անձ, ներառյալ կառավարական պաշտոնյան, կարող է քրեական գործ հարուցելու դիմում ներկայացնել: Այսուհանդերձ, 1995թ.-ի Քրեական օրենսգրքը սահմանում է, որ եթե հայցվորը պետական պաշտոնյա է, ապա ճշմարտությունը պաշտպանություն է հայցի դեմ, եթե վիրավորանքը վերաբերվում է պաշտոնյայի պաշտոնական պարտականություններին, քրեական գործունեությանը կամ ադմինիստրատիվ չարաշահումներին: Խնդիրն, իհարկե, հետեւյալն է, այն դրույթը, որ ճշմարտությունը պաշտ-

պանություն է հայցի հարուցման դեպքում, բացարձակապես պաշտպանություն չի տրամադրում կարծիքների արտահայտման դեպքում:

Ի՞նչ է պետք անել

Գոյություն ունեն մի շարք գործոններ, որոնք բացատրում են, թե ինչու են վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքները պարբերականորեն եւ սովորականի պես կիրառվում որոշ երկրներում, մինչդեռ այլ, նույնիսկ հարեւան երկրներում դրանք վերացվել են, չեղյալ են հայտարարվել դատարանների կողմից կամ օրենսգրքերում գրված լինելով չեն կիրառվում: Վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքների կիրառման վրա ազդող երկու ակնհայտ գործոններն են կառավարության կառուցվածքը եւ պետության կայունությունը: Ինչպես կես դար առաջ կատարված իր պատմական «Մամուլի ազատությունն Անգլիայում, 1476-1776թթ.» (Սիբերտ, 1952թ.) աշխատանքում դիտարկել է Սիբերտը, պետությունում առկա արտահայտման ազատության աստիճանը կախված է կառավարվողների եւ կառավարողների միջեւ փոխհարաբերություններից եւ կառավարության ու հասարակության վրա ճնշման աստիճանից: Ինչքան ավելի ավտորիտար է կառավարությունը, այնքան ավելի հավանական է, որ կառավարությանը քննադատողները կլռեցվեն կամ կպատժվեն: Ի հավելումն, անկախ կառավարության հիմնական կառուցվածքից, երբ ավելանում են կառավարության անվտանգության եւ կայունության նկատմամբ սպառնալիքները (լինի դա պատերազմի, տնտեսական ճնշումների, քաղաքացիական բոլբոլումների կամ քաղաքական ընդդիմության արդյունք), կառավարությունները միտված են լինում արգելել այն արտահայտումները, որոնք իրենք դիտարկում է որպես այդ ճնշման ավելացմանը նպաստող գործոններ:

Կառավարության ներսում գործող զսպման եւ հավասարակշռության հաստատման ուժերի աշխատող համակարգը, հատկապես անկախ դատական համակարգի առկայությունը, կարծես թե նշանակալիորեն նվազեցնում են վիրավորանքի եւ գրպարտության վերաբերյալ քրեական օրենքների կիրառումը: Նույն ազդեցությունն ունի նաեւ անկախ, տնտեսապես ապահով մասնագիտացված մամուլի եւ մարդու իրավունքների պաշտպանության ու կառավարական չարաշահումները բացահայտող ակտիվ հասարակական կազմակերպությունների գոյությունը:

Որոշ դեպքերում առանձին առաջնորդի բնութագիրը կարող է հսկայական տարբերություններ առաջացնել վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքների պարտադրման հարցում: Այս պնդման ամենաակնհայտ ապացույցը Խորվաթիան է: Հանգուցյալ նախագահ Ֆրանյո Թուշմանի օրոք շարունակաբար կիրառվում էին երկրի վիրավորանքի եւ գրպարտության վերաբերյալ քրեական օրենքները՝ լրագրողներին եւ քաղաքական ընդդիմադիրներին պատժելու եւ ահաբեկելու նպատակով: 1998թ. դեկտեմբեր ամսին Լրագրողների պաշտպանության կոմիտեն հայտարարեց, որ ընթացքի մեջ են գտնվում խորվաթական լրագրողների եւ թերթերի նկատմամբ համարյա 300 քրեական եւ ավելի քան 600 քաղաքացիական դատական գործեր, որոնց մեծ մասը հարուցվել էր կառավարական պաշտոնյաների եւ նրանց ընտանիքների անդամների կողմից ներկայացված հայցերի հիման վրա եւ որոնց երկու երրորդից ավելին վերաբերում էր չորս անկախ թերթերին: 1999թ.-ին Թուշմանի մահից հետո իրավիճակը Խորվաթիայում կտրուկ փոփոխվեց:

Չնայած որոշ երկրներում վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքների շարունակվող կիրառման, մյուսներում դրանց չգործելու պատճառները բավականին բարդ կառուցվածք ունեն՝ այս խնդրի լուծումը բավականին պարզ է: Վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքները, ինչ տեսքով էլ որ դրանք արտահայտված լինեն, պետք է վերացվեն: Բավարար չեն կարող լինել բովանդակության կամ պատիժների աննպատակ փոփոխ-

ման անհիմաստ աշխատանքները: Ինչպես արտահայտիչ կերպով ասել է Միջամերիկյան հանձնաժողովը 1994թ. իր հաշվետվությունում, այն օրենքը, որը պաշտպանում է պետական պաշտոնյաների պատիվն ու արժանապատվությունը.

«...Անարդարացի կերպով պետական պաշտոնյաներին տրամադրում է պաշտպանության իրավունք, որը հասանելի չէ հասարակության այլ անդամների համար: Այս տարբերակումը տակնուվրա է անում ժողովրդավարական համակարգի հիմնական սկզբունքը, ըստ որի կառավարությունը ենթակա է վերահսկողության (ինչպես օրինակ հասարակական վերահսկողությունը)՝ որպեսզի խոչընդոտվի կամ հսկվի նրա լիազորությունների չարաշահումը ... Այն օրենքը, որն ուղղված է պետական կառավարումը քննադատող ելույթների դեմ, հարվածում է արտահայտման ազատության հիմնարար էությանն ու բովանդակությանը»:

Համապատասխանաբար, պետք է վերացվեն զրպարտության եւ անվանարկման համար քրեական պատժամիջոցները: Իհարկե, նախագահները եւ վարչապետները, ինչպես նաեւ բոլոր մակարդակի կառավարական պաշտոնյաները, իրավունք ունեն օրինականորեն պաշտպանել իրենց համբավը, սակայն այդ պաշտպանությունը պետք է իրականացվի քաղաքացիական, այլ ոչ թե քրեական օրենսդրությամբ: Անհատին զրպարտելու համար պատիժը պետք է արտահայտվի տուժող կողմին վնասի փոխհատուցմամբ, այլ ոչ թե ազատագրկման վերաբերյալ դատավճիռներով եւ պետությանը վճարվող տուգանքներով: Վնասի փոխհատուցումը պետք է հասանելի լինի միայն այն հայցվորներին, որոնք կարող են ապացուցել զրպարտող հայտարարությունների կեղծ լինելը: Միայն հայտարարության կեղծ լինելու վերաբերյալ ենթադրությունը չպետք է բավարար լինի պաշտպանվողին պատասխանատու ճանաչելու համար, ոչ էլ կարող է բավարար լինել արտահայտված կարծիքի ճշտության ստուգման անհնարինությունը: Ինչպես ընդունել են բազմաթիվ ազգային եւ միջազգային դատարաններ, պետական պաշտոնյաները պետք է ավելի շատ քննադատություն եւ հասարակական վերահսկողություն հանդուրժեն, քան մասնավոր անձիք, իսկ կառավարական մարմիններին եւ ինստիտուտներին երբեք չպետք է թույլ տրվի զրպարտության վերաբերյալ հայց ներկայացնել:

Աշխարհի կայացած ժողովրդավարությունները պետք է առաջին շարքերում լինեն անախրոնիզմ հանդիսացող իրենց օրենքները վերացնելու գործում: Դրանց գոյությունը հնարավորություն է ընձեռում այնպիսի մեղադրանքներ հարուցել, ինչպես օրինակ Ֆրանսիայում երեք աֆրիկյան պետությունների ղեկավարների եւ Ավստրիայում Գեորգ Յեյդերի կողմից հարուցած մեղադրանքներն էին: Սակայն ավելի կարելի է այն փաստը, որ նման միանշանակորեն ոչ ժողովրդավարական օրենքների գոյությունը զարգացած ժողովրդավարական երկրներում նպաստում է զարգացող երկրներում դրանց նմանակմանը եւ այդ երկրներին արդարացման առիթ է տալիս այդ օրենքների պահպանման համար: Սրա կատարյալ արտահայտումն էր 1998թ. հուլիսի 15-ին Բուլղարիայում տեղի ունեցած դեպքը, երբ Սահմանադրական դատարանը պաշտպանեց այդ երկրի վիրավորանքի եւ զրպարտության վերաբերյալ քրեական օրենքների սահմանադրականությունը՝ ի պաշտպանություն իր որոշման առանձնակի նշելով Արեւմտյան Եվրոպայում այդպիսի օրենքների գոյությունը: Որոշումը կայացվել էր ի պատասխան Բուլղարիայի խորհրդարանի 55 անդամների հարցապնդման, որ բարձրագույն դատարանը վերանայի այդ օրենքները: Սեկ տարի անց խորհրդարանն ինքը բարեփոխեց քրեական օրենսգիրքը, վերացնելու համար ազատարկումը որպես վիրավորանքի ու զրպարտության համար պատժամիջոց, սակայն այդպիսի խախտումների համար այն բավականին բարձր տուգանքներ սահմանեց:

Ինչո՞ւ այնպիսի ժողովրդավարական երկրները, ինչպիսիք են Ավստրիան, Ֆրանսիան, Իտալիան ու Պորտուգալիան, որոնք հիմնականում հարգում են ազատ մամուլը եւ նրա դերը, կառչած են մնում ավտորիտարիզմի նման մնացուկներից: Հավանաբար, պատճառներից մեկը պարզ անտարբերությունն է, որը վերջնական արդյունքում կարող է հաղթահարվել այնպիսի արտաքին մարմինների ճնշման ներքո, ինչպիսիք են հասարակական կազմակերպությունները, միջազգային մարմինները եւ լրատվամիջոցները: Սակայն նույնիսկ ամենաժողովրդավարական պետություններում որոշ օրինաստեղծներ եւ դատավորներ, անկասկած, նախընտրում են «համենայն դեպս» պահպանել վիրավորանքի եւ զրպարտության վերաբերյալ քրեական օրենքները: Ավտորիտար առաջնորդները միակը չեն, որոնց դուր չի գալիս լրատվամիջոցների կողմից իրենց քաղաքական սխալների բացահայտումը, քննադատական մեկնաբանությունները եւ տհաճ ծաղրանկարների հրապարակումը: Նույնիսկ ժողովրդավարորեն ընտրված առաջնորդները կարող են չցանկանալ վերացնել դանդաղեցնող սուրը:

Սակայն ժողովրդավարությունը հիմնված է այն ենթադրության վրա, որ մարդիկ ազատ են եւ պետական տնտեսության տերերն են: Կառավարական մարմիններն ու պաշտոնյաները, ամենաբարձր դասից մինչեւ ամենացածրերը, մարդկանց ծառաներն են, նրանց կողմից վարձված՝ իրենց կամքը կատարելու նպատակով: Գիշտ կառավարվող ոչ մի տնտեսությունում ծառաներին հնարավորություն չի տրվում պատժել տերերին իրենց պարտականությունների իրականացումը քննադատելու համար, մինչդեռ հենց դա են թույլ տալիս անել վիրավորանքի եւ զրպարտության վերաբերյալ քրեական օրենքները: Նման օրենքներն ակնհայտորեն անհամատեղելի են ժողովրդավարության տեսության եւ պրակտիկայի հետ: Ինչպես բացատրել է արտահայտման ազատության առաջատար հեղինակություն հանդիսացող հանգուցյալ Կալվենը (1988թ., էջ 63), այն օրենքները, որոնք կառավարությանը քննադատելը հանցագործություն են դարձնում, «ամբողջ աշխարհում փակ հասարակությունների հատկանիշն են: ... Քաղաքական ազատությունն ավարտվում է, երբ կառավարությունը կարող է օգտագործել իր հզորությունը եւ իր դատարաններն իրեն քննադատողներին լռեցնելու համար»: Պետական պաշտոնյաների քննադատությունը պատժող հասարակությունը «ազատ հասարակություն չէ, անկախ նրա այլ առանձնահատկություններից»:

Հավելված

Վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքների օրինակներ

Ֆրանսիայի 1881թ.-ի օրենքը

1881թ. հուլիսի 29-ի «Մամուլի ազատության մասին» օրենք՝ բազմաթիվ անգամներ լրացված 20-րդ դարի ընթացքում (1881թ.-ի օրենքի անվանումը ապակողմնորոշող է, քանի որ օրենքի մեծ մասը կազմում են մամուլի կարգավորումները եւ հասարակական հաղորդակցության բոլոր տեսակներին վերաբերվող քրեական հոդվածները):

Գլուխ 4, Մամուլի կամ հրատարակության այլ միջոցներով իրականացված հանցագործությունների եւ զանցանքների վերաբերյալ, բաժին 2-րդ, Պետական գործերի վերաբերյալ զանցանքներ, հոդված 26 (1944թ. մայիսի 6-ի որոշում). «Հանրապետության նախագահի» կամ «Հանրապետության նախագահի բացառիկ իրավունքները կամ դրանց մի մասն իրականացնող անձին վիրավորելը» հոդվածներ 23-ում եւ 28-ում նշված միջոցներից մեկով պատժվում է երեք ամսից մինչեւ մեկ տարի ազա-

տազրկմամբ եւ (կամ) 10 ֆրանսիական ֆրանկից մինչեւ 10000 ֆրանսիական ֆրանկ տուգանքով (հոդված 23-ը, որը վերաբերում է հանցագործության կամ զանցանքի դրդելուն, նշում է հետեւյալ միջոցները. «Եւլոյթով, հասարակական վայրերում կամ հասարակական միջոցառումների ժամանակ կոչերով կամ սպառնալիքներով, գրություններով, տպագիր նյութերով, զծանկարներով, փորագրություններով, նկարներով, նշաններով, պատկերներով եւ այլ գրելու միջոցներով, բառերով կամ պատկերներով, վաճառվող կամ տարածվող, վաճառքի ներկայացված կամ հասարակական վայրերում ու հասարակական միջոցառումների ժամանակ ի ցույց դրված, [եւ] հասարակության ի ցույց ներկայացված ազդերով կամ պլակատներով»):

Բաժին 3-րդ, Ջանցանքներ ընդդեմ անհատների, հոդված 28 (1944թ. մայիսի 6-ի որոշում). «Ցանկացած փաստի անհիմն պնդումը կամ մեղսագրումը, որը վնասում է այն անհատի կամ անձի պատիվը կամ համբավը, որին այդ փաստը վերագրվել է, զրպարտանք է: Այդ անհիմն պնդման կամ մեղսագրման հրապարակումը կամ այլ միջոցներով վերարտադրությունը ենթակա է պատժի, նույնիսկ եթե այն ձեւակերպված է որպես հարց կամ ուղղված է այնպիսի անհատի կամ անձի, որը բացահայտորեն անվանված չէ, սակայն որի ինքնությունը հնարավոր է պարզել մեղադրական ելույթի, կոչերի, սպառնալիքների, գրությունների կամ տպագիր միջոցների, ազդերի կամ պլակատների արտահայտություններից: Վիրավորանքը ցանկացած վիրավորական արտահայտությունն է, անհարգալից վերաբերմունքի կամ հայիոյանքի տեսակը, որը հիմնված չէ որեւէ փաստի վրա»:

Հոդված 30 (1944թ. մայիսի 6-ի որոշում). «Հոդված 23-ում նշված միջոցներով դատարանների, զինված ուժերի, ընտրովի մարմինների եւ պետական կառավարման մարմինների զրպարտությունը պատժվում է մեկ շաբաթից մինչեւ մեկ տարի ազատազրկմամբ եւ (կամ) 10 ֆրանսիական ֆրանկից մինչեւ 10000 ֆրանսիական ֆրանկ տուգանքով»:

Հոդված 31 (1944թ. մայիսի 6-ի որոշում). «Հոդված 30-ում նշված տույժերը վերաբերվում են հետեւյալ անհատներին զրպարտելուն՝ իրենց գործունեության կամ դիրքի պատճառով. «Մեկ կամ մի քանի նախարարներ, խորհրդարանի երկու պալատների մեկ կամ մի քանի անդամներ, պետական պաշտոնյաներ, որոնք պետական իշխանության պաշտոն են զբաղեցնում կամ պետական իշխանություն են իրականացնում, պետության կողմից վարձատրվող քահանաներ, քաղաքացիներ, որոնց մշտապես կամ ժամանակավորապես պետական ծառայության են վերցրել, երդվյալ ատենակալներ կամ վկաներ՝ իրենց վկայության պատճառով»:

Հոդված 33 (1939թ. ապրիլի 21-ի լրացում, 1943թ. նոյեմբերի 24-ի եւ 1944թ. մայիսի 6-ի որոշումներ). «Հոդվածներ 30-ում եւ 31-ում նշված մարմիններին կամ անձանց նույն միջոցներով հասցված վիրավորանքները պատժվում են վեց օրից ինչեւ երեք ամիս բանտարկությամբ եւ (կամ) 5 ֆրանսիական ֆրանկից մինչեւ 2000 ֆրանսիական ֆրանկ տուգանքով»:

Հոդված 35. «Ձրպարտչական փաստի ճշմարտացիությունը կարող է բնական միջոցներով հաստատվել կազմավորված մարմինների, զինված ուժերի, պետական իշխանության մարմինների եւ հոդված 31-ում նշված բոլոր անձանց դեմ հայտարարությունների դեպքում, միայն եթե դա վերաբերվում է նրանց գործունեությանը: Հասարակայնորեն փոխառություններ եւ խնայողություններ ընդունող (ներդրումների միջոցով) ցանկացած արդյունաբերական, առետրային կամ ֆինանսական ձեռնարկության տնօրենների կամ կառավարիչների դեմ զրպարտչական կամ վիրավորական հայտարարությունների ճշմարտացիությունը նույնպես կարող է հաստատվել»:

1944թ. մայիսի 6-ի որոշում. «Ձրպարտչական փաստի ճշմարտացիությունը կարող է ապացուցվել, բացառությամբ հետեւյալ դեպքերի.

ա) երբ հայտարարությունը վերաբերում է անհատի մասնավոր կյանքին,
բ) երբ հայտարարությունը վերաբերում է այնպիսի փաստերին, որոնք 10 տարուց ավել վաղեմություն ունեն,

գ) երբ հայտարարությունը վերաբերում է այնպիսի խախտման փաստին, որը ներման է ենթարկվել կամ ենթակա է հայցի վաղեմության օրենքին, կամ երբ դատավճիռը վերացվել է իրավունքների վերականգնման կամ գործի վերաքննման միջոցով»:

Բաժին 4-րդ, Ձանցանքներ ընդդեմ օտար պետությունների ղեկավարների եւ դիվանագետների, հոդված 36 (1935թ. հոկտեմբերի 30-ի լրացում, 1944թ. մայիսի 6-ի որոշում). «Օտարերկրյա պետությունների ղեկավարներին, օտարերկրյա կառավարությունների ղեկավարներին կամ օտարերկրյա կառավարությունների նախարարներին հրապարակայնորեն վիրավորելը պատժվում է երեք ամսից մինչեւ մեկ տարի ազատազրկմամբ եւ (կամ) 10 ֆրանսիական ֆրանկից մինչեւ 10000 ֆրանսիական ֆրանկ տուգանքով»:

Հոդված 37 (1944թ. մայիսի 6-ի որոշում). «Դեսպաններին եւ լիազոր նախարարներին, դեսպանորդներին, ներկայացուցչությունների գործող ղեկավարներին եւ Հանրապետության կառավարությունում հավատարմագրված այլ դիվանագետներին հրապարակայնորեն անարգելը (ծանր վիրավորելը) պատժվում է մեկ շաբաթից մինչեւ մեկ տարի ազատազրկմամբ եւ (կամ) 10 ֆրանսիական ֆրանկից մինչեւ 10000 ֆրանսիական ֆրանկ տուգանքով»:

Հոդված 39 (լրացված 1972թ. հունվարի 3-ի թիվ 72-3 օրենքով). «Սույն օրենքի հոդված 35-ի «ա», «բ» եւ «գ» կետերով նախատեսված դեպքերում զրպարտության վերաբերյալ դատավարությունների լուսաբանումն արգելվում է»:

Գլուխ 5, Դատական հետապնդում եւ կանխարգելում, բաժին 2-րդ, Ընթացակարգ, հոդված 48 (1945թ. սեպտեմբերի 13-ի որոշում, 1953թ. մարտի 12 թիվ 53-184 օրենք, հոդված 2). «1) Դատարաններին եւ հոդված 30-ում նշված այլ մարմիններին վիրավորելու կամ զրպարտելու դեպքում դատական հետապնդումը տեղի կունենա միայն նրանց գլխավոր խորհրդի կողմից դատական հետապնդում պահանջելու դեպքում կամ, եթե մարմինը չունի գլխավոր խորհուրդ, ապա այդ մարմնի ղեկավարի կամ այդ մարմինը վերահսկող նախարարի կողմից հայցի ներկայացման դեպքում: 2) Խորհրդարանի յուրաքանչյուր պալատի մեկ կամ մի քանի անդամներին վիրավորելու կամ զրպարտելու դեպքում դատական հետապնդումը տեղի կունենա խնդրո առարկա անձի կամ անձանց կողմից հայցի ներկայացման դեպքում: 3) Պետական պաշտոնյաներին, պետական պաշտոն ստացածներին կամ նախարարներից բացի այլ պետական իշխանության մարմինների աշխատակիցներին եւ պետական ծառայության վերցված կամ հասարակական մանդատ ստացած անձանց վիրավորելու կամ զրպարտելու դեպքում դատական հետապնդումը տեղի կունենա կամ հայցի ներկայացման դեպքում, կամ էլ ավտոմատ կերպով՝ նրանց վերահսկող նախարարի կողմից հայցի ներկայացման դեպքում: 4) Երդվյալ ատենակալին կամ վկային, ինչպես նշված է հոդված 31-ում, զրպարտելու դեպքում դատական հետապնդումը տեղի կունենա այն ատենակալի կամ վկայի կողմից հայցի ներկայացման դեպքում, որը հայտարարում է, որ իրեն զրպարտել են: 5) Պետությունների ղեկավարներին կամ օտարերկրյա դիվանագետներին վիրավորելու դեպքում դատական հետապնդումը կիրականացվի նրանց կողմից Արտաքին գործերի նախարարին պահանջ ներկայացնելու եւ վերջինիս կողմից այդ պահանջն Արդարադատության նախարարին փոխանցելու դեպքում»:

Սադրիչ զրպարտության վերաբերյալ Ուզանդայի օրենքը

Ուզանդայի սադրիչ զրպարտության վերաբերյալ օրենքը բավականին բնորոշ է այլ նախկին բրիտանական գաղութների համար:

Քրեական օրենսգիրք, հոդված 41 (զաղութային դարաշրջան, լրացված 1966թ.-ին). 1. «Սադրիչ դիտավորությունը սահմանվում է որպես. ա) օրենքի եւ սահմանադրության հիման վրա ընտրված նախագահի անձի կամ կառավարության նկատմամբ ատելություն կամ անհարազալից վերաբերմունք կամ նրանց դեմ անբարյացակամություն սերմանելու մտադրություն, բ) մտադրություն որեւէ անձին դրդելու՝ օրենքով չսահմանված միջոցներով փոփոխել օրենքով սահմանված ցանկացած երեւոյթ, գ) արդարադատության իրականացման նկատմամբ ատելություն կամ անհարազալից վերաբերմունք կամ դրա նկատմամբ անբարյացակամություն սերմանելու մտադրություն, դ) ցանկացած մարմնում կամ անհատների խմբում դժգոհություն կամ անբարյացակամություն սերմանելու մտադրություն, ե) ցանկացած մարմնում կամ անհատների խմբում չարականություն եւ թշնամություն, կրոնական կամ համայնքային անհանդուրժողականություն արթնացնելու մտադրություն, գ) ցանկացած մարմնում կամ անհատների խմբում դժգոհություն կամ անբարյացակամություն սերմանելու կամ չարականություն եւ թշնամություն քարոզելու մտադրություն՝ կիրառելով ֆեդերալ նահանգի կառավարիչի կամ շրջանի սահմանադրական ղեկավարի անվան, դիրքի կամ արժանապատվության հետ ցանկացած կերպով կապ ունեցող կամ նրանց վերաբերվող որեւէ խորհրդանիշ, է) ֆեդերալ նահանգի կառավարիչի կամ շրջանի սահմանադրական ղեկավարի անվան, դիրքի կամ արժանապատվության հետ ցանկացած կերպով կապ ունեցող կամ նրանց վերաբերվող որեւէ խորհրդանիշ կիրառելու մտադրություն՝ այդ անձի նկատմամբ ատելություն, ծաղրական կամ անհարազալից վերաբերմունք, կամ անբարյացակամություն սերմանելու նպատակով, ը) կառավարությունը, ֆեդերալ նահանգի կառավարությունը կամ շրջանային ադմինիստրացիան տապալելու կամ տապալմանը նպաստելու մտադրություն»: 2. «Որեւէ գործողություն, ելույթ կամ հրատարակություն չպետք է դիտվի որպես սադրիչ, եթե այն ընդամենը նպատակ ունի՝ ա) ցույց տալու, որ կառավարությունը սխալվել կամ մոլորվել է իր հաշվարկներում, բ) ցույց տալու կառավարության կամ սահմանադրության, ներառյալ օրենքով սահմանված ֆեդերալ նահանգի սահմանադրության, օրենսդրության կամ արդարադատության իրականացման սխալները եւ բացթողումները՝ նման սխալները եւ բացթողումներն ուղղելու նպատակով, գ) որեւէ անձին հորդորելու օրինական միջոցներով փոփոխել օրենքով սահմանված ցանկացած երեւոյթ, դ) նշելու ցանկացած երեւոյթներ, որոնք ցանկացած մարմնում կամ անհատների խմբում անբարյացակամություն կամ թշնամություն են սերմանում կամ միտում ունեն սերմանելու՝ դրանք վերացնելու նպատակով»: 3. «Հատված 1.-ի «գ» եւ «է» կետերում նշված «խորհրդանիշ» բառը ներառում է լոգունգներ, անվանումներ կամ ցանկացած անուն կամ արտահայտություն, որը նպատակ ունի, կարող է կամ հաշվարկված է որեւէ անուն ներկայացնելու համար»: 4. «Մտադրություն» տերմինի վերաբերյալ՝ համարվում է, որ յուրաքանչյուր անձի մտադրություններն են այն հետեւանքները, որոնք բնականորեն հետեւելու են նրա գործունեությանը այն ժամանակահատվածի ընթացքում, երբ նա իրականացնում էր իր գործողությունները»:

Հոդված 42. «Որեւէ անձ, որը սադրիչ գործողություն է իրականացնում կամ մասնակից է նման գործողության իրականացման դավադրությանը, կամ սադրիչ մտադրություններով ցանկացած բառ է արտահայտում, կամ տպագրում, հրատարակում, վաճառում, առաջարկում է վաճառքի, տարածում կամ վերարտադրում է ցանկացած

սադրիչ հրատարակություն, կամ ներկրում է որեւէ սադրիչ հրատարակություն, պատժվում է մինչեւ հինգ տարի ազատազրկմամբ եւ (կամ) 10000 ուզանդական շիլինգի չափով տուգանքով՝ հետագա հանցանքների դեպքում պատիժը մինչեւ յոթ տարի ազատազրկման հասցնելով: Սադրիչ հրատարակություններ պահելը պատժվում է մինչեւ երեք տարի ազատազրկմամբ եւ (կամ) 6000 ուզանդական շիլինգի չափով տուգանքով՝ հետագա հանցանքների դեպքում պատիժը մինչեւ հինգ տարի ազատազրկման հասցնելով:

Հոդված 51. «Յուրաքանչյուր անձ, որն առանց այնպիսի արդարացումների, որոնք բավարար են մասնավոր անձի նկատմամբ զրպարտությունը չեղյալ համարելու համար, հրատարակում է ընթերցման ենթակա ցանկացած նյութ, նշան կամ տեսանելի պատկեր, որը միտում ունի ստորացնել կամ անարգել օտարերկրյա միապետին, տիրակալին, դեսպանին կամ այլ օտարերկրյա բարձրաստիճան պաշտոնյային կամ ատելություն կամ անհարգալից վերաբերմունք սերմանել նրանց նկատմամբ, մտադրություն ունենալով խախտել Ուզանդայի եւ այդ միապետի, տիրակալի, դեսպանի կամ բարձրաստիճան պաշտոնյայի կողմից ներկայացվող երկրի միջեւ խաղաղությունը եւ բարեկամությունը, մեղավոր է հանցանք գործելու մեջ»:

Սալվադորի «desacato» օրենքը

Քրեական օրենսգիրք, հոդված 339. «Նա, ով խոսքով կամ գործունեությամբ վիրավորում է պետական պաշտոնյաների պատիվն ու արժանապատվությունը, կամ սպառնում է նրանց իրենց անմիջական ներկայությամբ կամ նրանց ուղղված գրությամբ, երբ նրանք իրականացնում են իրենց պարտականությունները կամ նրանց պարտականությունների պատճառով, պատժվում է վեց ամսից մինչեւ երեք տարի ազատազրկմամբ: Եթե վիրավորանքն ուղղված է հանրապետության նախագահին կամ փոխնախագահին, Օրենսդրական ժողովի պատգամավորին, նախարարին կամ փոխնախարարին, Գերագույն դատարանի կամ Վերաքննիչ դատարանի դատավորին, առաջին ատյանի դատավորին կամ հաշտարար դատավորին, ապա պատիժը կարող է ավելացվել առավելագույնի մեկ երրորդի չափով»:

Քուվեյթի վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքները

«Մամուլի եւ հրատարակչության մասին» օրենք, 1961թ. մարտ, հոդված 23. «Արգելվում է վիրավորել Աստծուն, մարգարեներին [եւ] մարգարեների աշակերտներին ակնարկներով կամ արտահայտություններով, որոնք ուղղված են նրանց պղծելուն, ծաղրելուն կամ զրպարտելուն: ... Արգելվում է քննադատել Էմիրի անձը: Արգելվում է նաեւ Էմիրին որեւէ բառ վերագրելն առանց Մամուլի եւ հրատարակչությունների վարչության թույլատրության»:

Հոդված 24. «Արգելվում է հրատարակել որեւէ նյութ, որը կարող է վիրավորել պետությունների ղեկավարներին կամ վնասակար լինել Քուվեյթի եւ այլ արաբական կամ բարեկամական երկրների միջեւ բարիդրացիական հարաբերությունների համար»:

Հոդված 28. «Հոդված 24-ի դրույթները խախտելու համար հրատարակչության տնօրենը եւ հոդվածի հեղինակը ենթակա են վեց ամիս ժամկետով ազատազրկման եւ (կամ) տուգանքի: Կրկնակի խախտման դեպքում պատիժն ավելանում է մինչեւ մեկ տարին չգերազանցող ժամկետով ազատազրկման եւ (կամ) տուգանքի»:

Հոդված 29. «Հրատարակչության տնօրենը եւ հոդվածի հեղինակը ենթակա են զրպարտության մասին քրեական օրենքում նախատեսված պատժին, եթե հասարակական պաշտոնատար անձին որեւէ գործունեության վերագրումը զրպարտություն է,

բացառությամբ այն դեպքի, երբ հեղինակն ապացուցում է իր բարի մտադրությունը, վերագրվող փաստի ճշմարտացիության մեջ իր համոզվածությունը եւ այն, որ իր կարծիքը հիմնված է եղել ճշգրտումների արդյունքում տրամաբանական եզրահանգումների վրա: Նա նաեւ պետք է ապացուցի, որ իր մտադրությունը եղել է ոչ միայն հասարակական շահի պաշտպանությունը, այլեւ որ օգտագործված բառերը չափազանցված չեն եղել եւ որ դրանք կարելու էին նշված շահը պաշտպանելու համար»:

Հոդված 30. «Հրատարակչության տնօրենը եւ հոդվածի հեղինակը ենթակա են քրեական օրենքում նման հանցագործությունների համար նախատեսված պատժին, եթե նրանք հրապարակել են ... կարծիքներ, որոնք իրենցից ծաղր են ներկայացնում, որը գցում է կրոնի կամ կրոնական աղանդի արժանապատվությունը կամ նվազեցնում է նրանց նկատմամբ հարգանքը»:

Հոդված 31. «Հոդվածներ 29-ի եւ 30-ի դրույթների խախտման հետեւանք կարող է լինել հրատարակչության մինչեւ մեկ տարով փակումը, վիրավորական նյութի բռնագրավումը կամ հրատարակչությանը լիցենզիայից զրկելը»:

Վիրավորանքի վերաբերյալ Թաիլանդի օրենքները

Սահմանադրություն, գլուխ 2-րդ, հոդված 6. «Թագավորը ենթակա է երկրպագման եւ նրա դիրքը չպետք է պղծվի: Ոչ ոք իրավունք չունի նրան մեղադրել»:

Քրեական օրենսգիրք, հոդված 118. «Պետությանը ծաղրելու մտադրությամբ դրոշի կամ պետության այլ խորհրդանիշի նկատմամբ որեւէ գործողություն իրականացրած անձը պատժվում է մինչեւ մեկ տարի ազատազրկմամբ կամ տուգանվում է մինչեւ 2000 բատ գումարով, կամ երկուսը միասին»:

Հոդված 133. «Միապետին, թագուհուն կամ նրա անուսնուն, գահաժառանգին կամ օտարերկրյա պետության ղեկավարին զրպարտող, վիրավորող կամ սպառնացող անձը պատժվում է մինչեւ երեք տարի ազատազրկմամբ կամ տուգանվում է մինչեւ 6000 բատ գումարով, կամ երկուսը միասին»:

Հոդված 134. «Կառավարական խորհրդի կողմից հավատարմագրված օտարերկրյա ներկայացուցիչներին զրպարտող, վիրավորող կամ սպառնացող անձը պատժվում է մինչեւ երկու տարի ազատազրկմամբ կամ տուգանվում է մինչեւ 4000 բատ գումարով, կամ երկուսը միասին»:

Հոդված 135. «Բարեկամ պետությանը ծաղրելու մտադրությամբ այդ պետության դրոշի կամ այլ խորհրդանիշի նկատմամբ որեւէ գործողություն իրականացրած անձը պատժվում է մինչեւ մեկ տարի ազատազրկմամբ կամ տուգանվում է մինչեւ 2000 բատ գումարով, կամ երկուսը միասին»:

Հոդված 135. «Ցանկացած պաշտոնյային իր պարտականությունների համապատասխան իրականացման ժամանակ կամ իր պարտականությունների համապատասխան իրականացման պատճառով վիրավորող անձը պատժվում է մինչեւ վեց ամիս ազատազրկմամբ կամ տուգանվում է մինչեւ 1000 բատ գումարով, կամ երկուսը միասին»:

Վիրավորանքի վերաբերյալ Բելառուսի օրենքները

Հոդված 129. «Վիրավորանքը, այսինքն անհատի պատվի կամ արժանապատվության կանխամտածված կերպով նվաստացումը, արտահայտված կոպիտ կերպով եւ հասցված այնպիսի անձի կողմից, որը նախկինում ենթարկվել է վարչական պատիժների վիրավորանքի կամ զրպարտության համար, պատժվում է մինչեւ երկու տարի ուղղիչ աշխատանքներով կամ տուգանքով»:

Չոդված 130. «Բելառուսի Չանրապետության նախագահության կամ ժողովրդական պատգամավորության թեկնածուին զրպարտող ակնհայտ կեղծ, մտացածին փաստերի հրապարակումը պատժվում է մինչև երեք տարի ազատազրկմամբ, մինչև երկու տարի ուղղիչ աշխատանքներով կամ տուգանքով: Եթե մեղադրանքը վերաբերվում է հանցագործություն կատարելուն, ապա պատիժը կարող է կազմել մինչև հինգ տարի ազատազրկում»:

Չոդված 1862. «Բելառուսի Չանրապետության պետական գինանշանը, պետական դրոշը կամ պետական օրհներգն անարգելը պատժվում է մինչև երկու տարի ուղղիչ աշխատանքներով կամ տուգանքով»:

Չոդված 1880. «Կառավարական պաշտոնյային վիրավորելը, կապված իր պարտականությունների իրականացման հետ, պատժվում է մինչև մեկ տարի ուղղիչ աշխատանքներով կամ տուգանքով»:

Չոդված 1881. «Միլիցիոներին, հասարակական կարգի պահպանին, զինծառայողին կամ այլ անձին վիրավորելը, կապված իր պարտականությունների իրականացման հետ կամ հասարակական կարգը պահպանելու ժամանակ, պատժվում է մինչև մեկ տարի ուղղիչ աշխատանքներով կամ տուգանքով»:

«Լրատվամիջոցների մասին օրենք», հոդված 5 (1998թ.). «Բելառուսի Չանրապետության սահմանադրությամբ սահմանված կարգավիճակ ունեցող պետական պաշտոնյաներին անարգող, զրպարտող կամ վիրավորող տեղեկատվություն տարածելու համար լրատվամիջոցի գործունեությունը կարող է կասեցվել մինչև երեք ամիս ժամկետով»:

Գրականություն

Kalven, Harry Jr. 1988. *A Worthy Tradition*. New York: Harper & Row.

Kolbert, C. F., translator. 1979. *The Digest of Roman Law*, book 47, title 10, *Concerning Insulting Behavior and Scandalous Libels*. New York: Penguin Classics.

Siebert, Frederick. 1952. *Freedom of the Press in England, 1476-1776*. Urbana: University of Illinois Press.

Walden, Ruth, 2000. *An Insult to Press Freedom*. Reston, Virginia: World Press Freedom Committee.

12

Լրատվամիջոցներն անցումային շրջանում. տնտեսության հեգեմոնիան

Թիմ Քարինգտոն եւ Մարկ Նելսոն

Ձոֆիա Բիդլինսկան Լեհաստանի առաջատար «Gazeta Wyborcza» օրաթերթի խմբագիրը, 2000թ.-ի սկզբին հաշվարկեց մի ժամանակ օրենքից դուրս հայտարարված թերթի հիմնադիր ընկերությունում իր բաժնեմասի արժեքը: Այն բաժնետոմսերի արժեքը, որ նա ձեռք էր բերել արտոնյալ պայմաններով, երբ ընկերության բաժնետոմսերը նախորդ տարվա ընթացքում ներկայացվեցին հրապարակային վաճառքի, աճել էլ հասել էր մինչև 2,3 միլիոն ԱՄՆ դոլար՝ մի քանի անգամ ավելի մեծ գումար, քան նա վճարել էր դրանց դիմաց, քանի որ ընկերությունը ներթափանցել էր նաև ռադիոյի, հեռուստատեսության եւ ինտերնետի ոլորտները: Դրանից քսան տարի առաջ, պաշարված թերթի պահեստներում էին մնացել ձեռքի տպագրահաստոցները, իսկ անձնակազմը երբեմն առ երբեմն բանտարկվում էր երկաթյա բազուկներով կառավարվող զինվորական օրենքների պայմաններում, որը սահմանել էր կոմունիստական կառավարությունը Վարշավայում:

1999թ. հունվար ամսին Մալավիում ձեռներեց լրագրող Անդերսոն Ֆունուլանին սկսեց թողարկել այդ վերջերս ժողովրդավարություն ձեռք բերած հարավաֆրիկական պետությունում բիզնեսը եւ զարգացումները լուսաբանող անկախ եռամսյա «*Բիզնես ուոտչ*» հանդեսը: Նա գումարներ էր տնտեսում, աշխատանքի ընդունելով ուսանող լրագրողների, որոնք մեծ աշխատավարձեր չէին սկսկալում, եթե ընդհանրապես սկսկալում էին, եւ օրնիբուն աշխատում էր՝ Մալավիի մասնավոր հատվածից գովազդներ ներգրավելու նպատակով: Չորս համար լույս տեսնելուց հետո (որոնցից ոչ մեկն ավելի քան 500 վճարող ընթերցող չներգրավեց), «*Բիզնես ուոտչ*»-ը փակվեց: Գումարներ ներգրավելու նպատակով բաժնետոմսերը հրապարակայնորեն վաճառելու փոխարեն Ֆունուլանին մեկ տարի անց դեռ ուսումնասիրում էր իր պարտքերի հաշիվները: «Ես դեռևս չեմ փակել հեռախոսային խոսակցությունների պարտքերը», - խոստովանում էր նա:

Նորություններ տրամադրող լրատվամիջոցները արտահայտման միջոց են, հաշվետվության աղբյուր, քաղաքացիական մասնակցության միջոց եւ պաշտոնյաների կաշառակերությունը սահմանափակող ուժ: Դրանք դիտվում են որպես տեղեկատվության համար «կյանքի ճանապարհ», որը որոշ երկրներում պաշտպանվում է սահմանադրությամբ: Դրանք կարող են նաև սպառնալ իշխանության հաստատված կառույցներին: Որպես արդյունք, նորությունների եւ մեկնաբանությունների հոսքը վերահսկելու միջոցով հասարակական վերահսկողությունից իրենց պաշտպանել ցանկացող կառավարություններն աշխատում են սահմանափակել իրենց կողմից որպես հակառակորդ ընդունվող լրատվամիջոցների գործունեությունը, իսկ չկարողանալու դեպքում՝ փորձում են փակել դրանք:

Լրատվամիջոցների իրավունքների եւ պարտականությունների վերաբերյալ կրթոտ քննարկումների հետեւում մի պարզ փաստ կա, որը բավականին հաճախ անտեսվում է անցումային եւ զարգացող տնտեսություններ ունեցող երկրներում լրատվամիջոցների զարգացմանը աջակցել ցանկացող միջազգային կազմակերպությունների կողմից, այն է, որ լրատվամիջոցներն իրենցից բիզնես են ներկայացնում: Ինչպես ցույց են տալիս այս գլխի սկզբում ներկայացված երկու պատմությունները, նորությունների բիզնեսն ունակ է ստեղծելու ինչպես ծաղկող ֆինանսական հաջողություններ, այնպես էլ ծանր անհաջողություններ: Ինչպես ցանկացած այլ բիզնես, այն նույնպես խիստ ազդեցությունների է ենթարկվում տեղական տնտեսական պայմանների կողմից, սակայն այն պետք է ավելին անի, քան տնտեսական աճի եւ կրճատման ալիքների հետ համընթաց վեր ու վար անելը: Լրատվամիջոցների հաջողություններն ավելի շուտ կախված են զանազան տնտեսական պայմաններում ընթերցողների բանակ, վարկանիշ եւ եկամուտներ ստեղծելու ռազմավարություններից:

Տնտեսագետներն աստիճանաբար սկսում են ընդունել, որ լրատվամիջոցները «զարգացման բարիք» են, որոնք ունակ են նպաստել բարելավվող հաշվետվությանը, ավելի արդյունավետ շուկաներին եւ ավելի շատ տեղեկատվություն ունեցող հասարակություններին: Միաժամանակ, հարկ է ընդունել, որ այս բոլոր օգտակար արդյունքները ծագում են լրատվամիջոցների ֆինանսական անկախությունից: Այդ անկախությունն, իր հերթին, ինչպես տեղային տնտեսության, այնպես էլ տվյալ տնտեսական միջավայրից օգուտ քաղելու առանձին լրատվական ընկերությունների ունակության գործառույթն է:

Ֆինանսական անկախության որոնումներ

Ֆինանսական անկախություն գտնելը երբեմն հեշտ է: Հաճախ ֆինանսական պայմանները լրատվամիջոցներին ուղղորդում են դեպի հովանավորները, որոնք ապահովում են նրանց վճարունակությունը, սակայն էականորեն կրճատում են նրանց անկախությունը: Դյուրաբեկ ժողովրդավարությունների ֆինանսապես թույլ լրատվամիջոցները հատկապես հեշտ են կլանվում քաղաքական կամ տնտեսական շահերի նեղ ուղղությունների կողմից, որոնք հակված են նորությունային կազմակերպություններն աշխատեցնել ոչ թե որպես ինքնաբավ բիզնեսներ, այլ որպես քարոզչության միջոցներ:

Միեւնույն ժամանակ, եթե պետությունն արդեն անցել է ժողովրդավարական նորմերի կիրառմանը կամ համեմայն դեպս վճռականորեն գնում է այդ ուղղությամբ, ապա ավելի քիչ հավանական է, որ աշխարհը կշտապի օգնել այդպիսի երկրներում անհաջողության մատնվող լրատվամիջոցներին, քան երբ այդպիսի կազմակերպությունները վճռական դեր ունեն ճնշումներ կիրառող դիկտատուրային վերջ դնելու պայքարում: Իսկապես, փաստորեն բոլոր նորությունային կազմակերպությունները, որոնք մուտք են գործում հասարակությանը դեպի ժողովրդավարություն տանող անցումային փուլի խանդավառությանը հաջորդող շրջանը, կարծես թե ենթարկվում են տնտեսական փորձությունների, որոնք նույն չափով են սպառնում նրանց գոյությանը, ինչքան նախկինում ճնշող քաղաքական կառույցները:

2001թ. հոկտեմբեր ամսին իրական ժամանակում գործող ինտերնետային տեղեկատվական տեղեկագրում (<http://www.ijnet.org>) Լրագրողների միջազգային կենտրոնը հայտնեց.

Սերբիայի տպագիր լրատվամիջոցները լուրջ տնտեսական խնդիրների են բախվել եւ հաճախ ֆինանսական աջակցություն են փնտրում: Որպես արդյունք, «Դրանք հեշտությամբ դառնում են քաղաքական գործիչների զոհը», - հոկտեմբերի կեսերին Փիլիսոփայության եւ սոցիալական տեսության ինստիտուտի կազմակերպած կլոր սեղանին ժամանակ հաղորդեց «Բետա» լրատվական գործակալության գլխավոր խմբագիր Դրագան Ջանջիչը:

Ըստ այդ հայտարարության, Ջանջիչն ավելացրել է, թե լրատվամիջոցներում նշանակալի փոփոխությունները տեսանելի կդառնան միայն այն ժամանակ, երբ նշանակալի փոփոխություններ տեղի ունենան տնտեսությունում, - «Մինչ այդ մենք ոչ մի ակնկալիք չունենք»:

Ինչպես ընդգծվում է սերբ խմբագրի վկայության մեջ, վատթարացող տնտեսական ճնշումները հաճախ լրատվական կազմակերպություններին դրդում են խաղաղ հանգրվան փնտրել, որը կարող է նշանակել, թե աջակցության համար նրանք կդիմեն քաղաքական գործիչներին կամ հատուկ շահեր հետապնդողներին: Եվ նրանք այդպես էլ վարվում են՝ ի հաշիվ իրենց խմբագրական անկախության, քանի որ նրանց փրկողները լրատվական գործունեության մեջ երկարաժամկետ ներդրումներ իրականացնելուն նախընտրում են քարոզչության իրենց կարճաժամկետ միջոցն ունենալ, որը կարող են օգտագործել իրենց քաղաքական կամ տնտեսական շահերի համար: Իսկապես, թերթը կամ հեռարձակողը կարող են իրենց բիզնեսում վնասներ ունենալ, սակայն եթե նրանք օգտակար լինեն ընտրությունների վրա ազդելու կամ ցանկալի օրենսդրական կամ կարգավորիչ առավելություններ ստեղծելու հարցում, ապա սեփականատերը հավանաբար կենթադրի, որ այդ լրատվամիջոցները վաստակում են իրենց ապրուստը:

«Freedom House»-ը դասակարգում է ամբողջ աշխարհում լրատվամիջոցների գործունեության միջավայրերը եւ ուսումնասիրում է լրատվամիջոցների ազատության նկատմամբ սպառնալիքներն ու արգելքները մի քանի տեսանկյուններից՝ քաղաքական լծակներ, օրենքներ եւ կարգավորումներ, ռեպրեսիվ գործողություններ (բռնություններ, գրաքննություն, ձերբակալություններ) եւ տնտեսություն: Միջազգային դոնորներն, իրենց հերթին, նշանակալիորեն ավելացրել են աջակցությունը զարգացող եւ անցումային շրջանում գտնվող երկրների լրատվամիջոցներին: Եվրոպական հանձնաժողովը, Մարդու իրավունքների եւ ժողովրդավարության եվրոպական ինստիտուտի միջոցով, 1996թ.-ին լրատվամիջոցներին աջակցելու նպատակով ծախսել է 4,3 միլիոն եվրո, 1998թ.-ին՝ 6 միլիոն եվրո, իսկ 1999թ.-ին՝ 9,7 միլիոն եվրո: Նույն ժամանակահատվածում աճել է նաեւ ԱՄՆ Միջազգային զարգացման գործակալության ֆինանսավորումը, մասնավորապես Բալկաններում, իսկ մի շարք այլ կազմակերպություններ՝ Համաաշխարհային բանկից մինչեւ Թերթերի համաաշխարհային ընկերակցությունը, ավելի խորն են ներգրավվել հաճախ ծանր միջավայրերում գործող լրատվական կազմակերպություններին գոյատևելու նպատակով օգնելու խնդրում:

Սակայն ազգային եւ բազմակողմանի դոնորային ծրագրերի զգալի մասն ուղղված է լրագրողների եւ խմբագիրների ունակությունների զարգացմանը կամ դժկամ կառավարություններին տեղական լրատվամիջոցների նկատմամբ իրավական եւ կարգավորիչ լծակների ցանցը թուլացնել ստիպելուն: Դժբախտաբար, ընդամենը մի քանի միջազգային ծրագրեր գործ ունեն տնտեսական միջավայրի եւ առանձին նորությունային կազմակերպությունների կողմից ֆինանսական գոյատևման (էլ չենք խոսում հաջողության մասին) նպատակով բիզնես ռազմավարության մշակման հետ:

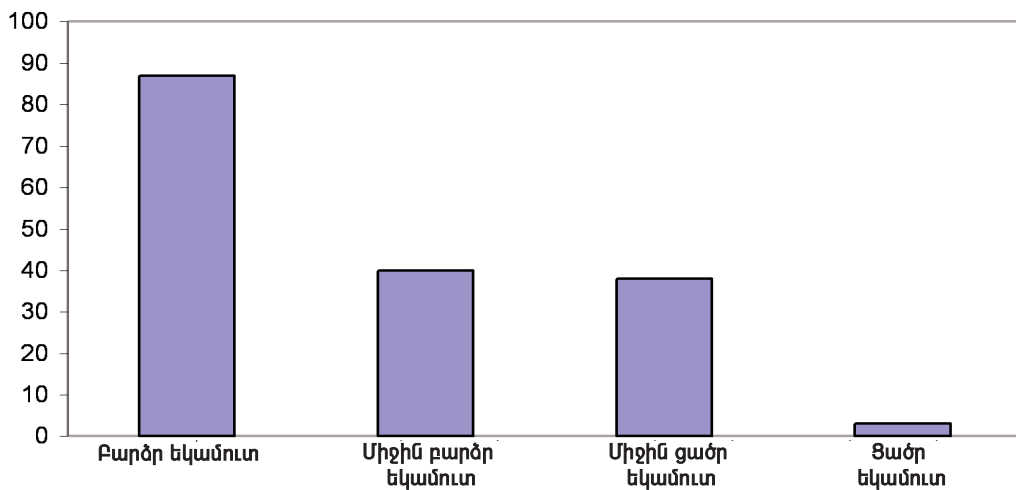
Խորհրդային Միության եւ Վարշավայի համաձայնագրի փլուզումը, ինչպես նաեւ անցյալ տասնամյակում տեղի ունեցած համաաշխարհային տնտեսության որոշ այլ նշանակալի փոփոխությունները, մեծապես նպաստել են մեր կողմից լրատվական կազմակերպություններում փոփոխությունների դինամիկայի ըմբռնմանը: Կոմունիզմից դեպի շուկայական տնտեսություն անցման շրջանում որոշ նախկինում կենտրոնական պլանավորում ունեցող տնտեսություններ, որոնց ժամանակ առ ժամանակ օգնում էին միջազգային կազմակերպությունները եւ օտարերկրյա ներդրողները, ցույց են տվել կենսունակ լրատվամիջոցներ եւ տեղեկատվական շուկաներ ստեղծելու ճանապարհը: Որոշ արագ փոփոխվող ասիական տնտեսություններ, ինչպես օրինակ Հնդկաստանը, Կորեայի Հանրապետությունը եւ Թաիլանդը, սկսել են լրատվամիջոցների դինամիկ հատվածներ ստեղծել, որոնք բարգավաճում են նորությունների

եւ տեղեկատվության ոլորտում: Այս օրինակները ցույց են տալիս դեպի գործուն լրատվամիջոցների հատված ստեղծելու հաջող ռազմավարությունները եւ գիտելիքների վրա հիմնված տնտեսական համակարգի կառուցումը տանող ուղին:

Այնուամենայնիվ, պակաս զարգացած երկրներում լրատվական բիզնեսի կողմից դեռեւս չլուծված խնդիրները բացահայտելու մեր հնարավորություններին խոչընդոտում է շահութաբերության, սեփականատիրական կառուցվածքի եւ տեղական գովազդային շուկաների միջազգայնորեն համեմատելի վիճակագրության բացակայությունը: Նման վիճակագրությունը, ինչպես օրինակ «Zenith Media»-ի եւ Թերթերի համաշխարհային ընկերակցության կողմից ամեն տարի հրապարակվող 58 երկրների վերաբերյալ վիճակագրությունը, հիմնականում հավաքվում է նոր ստեղծված լրատվամիջոցների շուկաների նկատմամբ միջազգային ներդրողների հետաքրքրության շնորհիվ: Չնայած ներքին ներդրողները կարող են էական դեր խաղալ երկրի լրատվամիջոցների շուկայի ձեւափոխման խնդրում, սակայն դրանցից շատ քչերին է հաջողվել դա անել առանց որոշ օտարերկրյա ներդրումների, եւ քիչ թվով զարգացող երկրների է հաջողվել առանց խոշոր օտարերկրյա ներդրումների ստեղծել տվյալների հավաքման հզոր համակարգեր, որոնք արտացոլում են լրատվամիջոցների տարբեր հատվածների եկամուտների աճի, ներդրումների կառուցվածքի կամ փոփոխվող ֆինանսական դրության ընդհանուր պատկերը:

Այսպիսով, չնայած դիտորդների մեծ մասը հակված է կարելուրել ավելի խոստումնալից եւ բաց շուկաների դերը, հնարավոր է կատարել որոշ ընդհանուր դիտարկումներ: Պակաս զարգացած երկրներում լրատվամիջոցների շուկաներին ներդրողների կողմից ավելի քիչ ուշադրության արժանացնելու պատճառներից մեկն այն է, որ այդ շուկաները հիմնականում ենթարկվում են մամուլի ազատության ավելի խիստ սահմանափակումների: Աշխարհի ավելի քան 180 երկրներում մամուլի ազատության վերաբերյալ իր տարեկան հաշվետվությունում «Freedom House»-ը (տես՝ «Freedom House», 2000թ.) արձանագրել է, որ մամուլի ազատության ամենացածր մակարդակն ունեն հարավի, մասնավորապես Միջին Արեւելքի, Աֆրիկայի եւ Ասիայի որոշ մասերի, ամենաաղքատ երկրները (գծապատկեր 12.1.): Այս սահմանափակումները ոչ միայն տարհանողում են միջազգային ներդրողներին այս շուկաները հաշվի առնել, այլ նաեւ վիատեցնում են ներքին ներդրողներին, որոնք այլ պայմաններում կտեսնեին լրատվամիջոցների բիզնեսի խոստումնալից ապագան:

Գծապատկեր 12.1. Ազատ մամուլը եւ եկամտի մակարդակները, 2000թ.

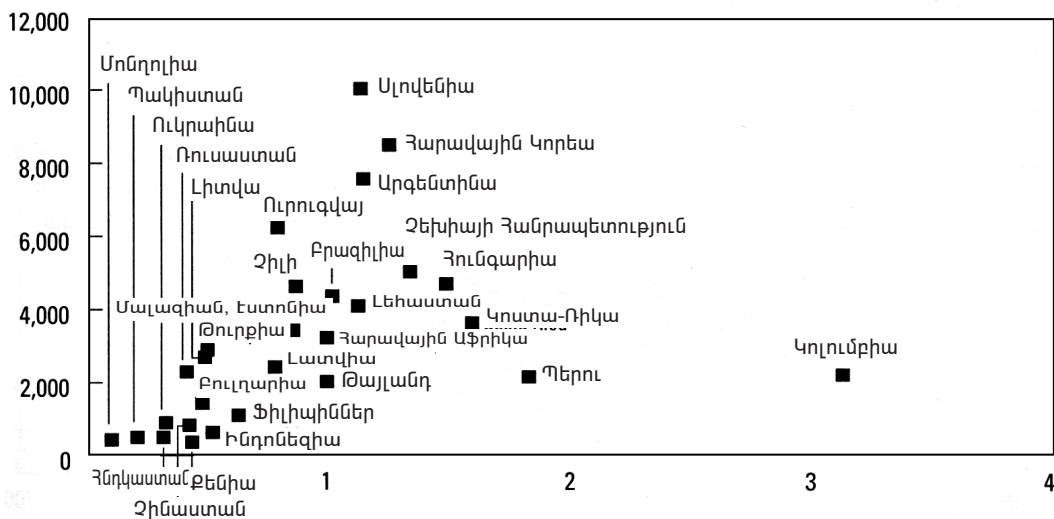


Եկամտի յուրաքանչյուր խմբում ազատ համարվող երկրների տոկոսը
Աղբյուր՝ «Freedom House»-ի ինդիկատորները համեմատած Համաշխարհային բանկի կողմից (2001թ.) սահմանված եկամտի խմբերի հետ:

Կարծես թե մեկ այլ գործոն է գովազդային բիզնեսի զարգացումը, որն անկախ նորությունային կազմակերպությունների մեծ մասի համար եկամուտների հիմնական աղբյուր է: Չարգացած արդյունաբերական երկրների միջեւ գովազդի վրա ծախսերը մեծապես տարբերվում են: Ֆրանսիայում այդ թիվը կազմում է համախառն ներքին արդյունքի (ՀՆԱ) 0,68 տոկոսը, իսկ Միացյալ Նահանգներում՝ 1,48 տոկոսը: Չարգացող եւ անցումային շրջանում գտնվող երկրների առումով, գովազդների վրա ծախսերի աճող տոկոսը երկրի զարգացող տնտեսության եւ դեպի անկախ լրատվամիջոցները տանող զարգացումների բավականին վստահելի ինդիկատոր է (գծապատկեր 12.2.): Գոյություն ունեցող խնդիրներից մեկն այն է, որ զարգացող երկրները հաճախ առաջարկում են զգալի սահմանափակումներ ունեցող գովազդային շուկա, որտեղ գովազդների պատվերների մեծ մասը տալիս է պետությունը:

Գծապատկեր 12.2. Գովազդները եւ մեկ շնչին ընկնող ՀՆԱ-ի բաժինը, 29 զարգացող եւ անցումային շրջանում գտնվող պետություններ 2000թ.

Մեկ շնչին ընկնող ՀՆԱ-ի բաժինը (ԱՄՆ դոլար)



Գովազդների վրա ծախսերը, որպես ՀՆԱ-ի տոկոս

Աղբյուր՝ Թերթերի համաշխարհային ընկերակցություն (2001թ.):

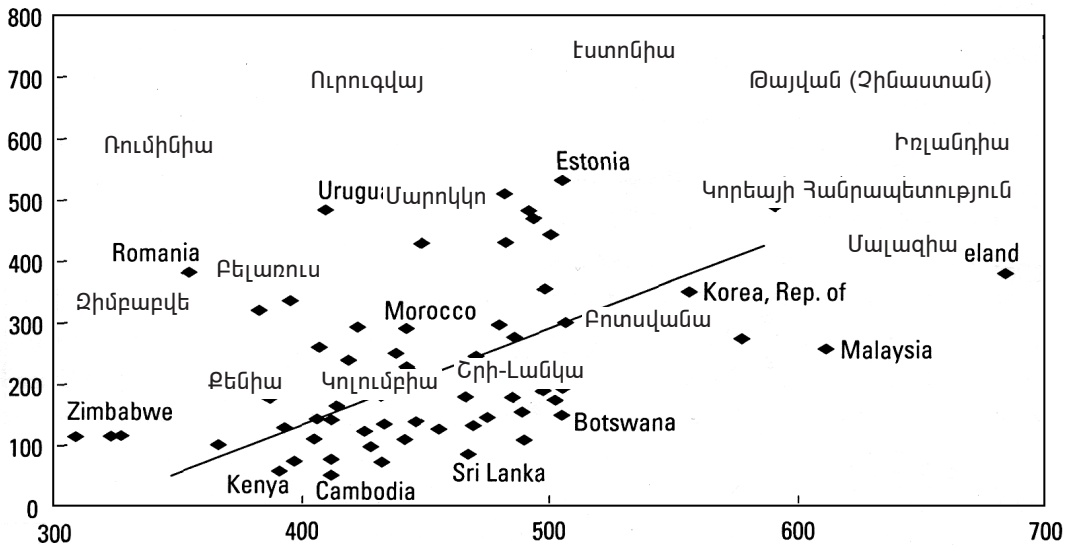
Գրագիտության ցածր մակարդակի ազդեցությունն այն երկրներում, որտեղ եկամուտները նույնպես ցածր են, կրկնակի կապանքների մեջ է դնում նորաստեղծ լրատվական ընկերություններին: Ցածր եկամուտները նվազեցնում են ընթերցողների քանակը եւ լսարանների ծավալները բոլոր լրատվամիջոցների համար, իսկ գրագիտության ցածր մակարդակը սահմանափակում է տպագիր լրատվամիջոցների նկատմամբ պահանջարկը եւ տեղեկատվությունն ընկալելու եւ կլանելու մարդկանց հնարավորությունը, անկախ դրա մատուցման ձեւից: Մինչ վերլուծաբանները վիճում են, թե արդյոք գործում եւ անկախ լրատվամիջոցները բարգավաճող տնտեսության արդյունք են, թե դրա պատճառը, այդ երկրները կարծես թե ընթանում են ձեռք-ձեռքի տված:

Լրատվամիջոցների հզորությունը հիմնականում համեմատական է տեղական տնտեսության հզորությանը (գծապատկեր 12.3.): Լրատվամիջոցների հզորությունը, որը ներկայացված է ուղղահայաց առանցքում, արտահայտում է մի շարք ցուցանիշներ, որոնք ներկայացնում են թերթերի եւ էլեկտրոնային լրատվամիջոցների հասանելիությունը եւ լրատվամիջոցների համեմատական անկախությունը: Հորիզոնական առանցքում ներկայացված տնտեսական առողջությունն արտահայտում է 21 փոփոխականների համակցությունը, ներառյալ մեկ շնչին ընկնող ՀՆԱ-ի բաժինը, պարտքերի մակարդակը եւ առեստուրը: Տվյալները վերցված են «Wealth of Nations Triangle»-ի ինդեքսից: 1996թ.-ից սկսած տարին երկու անգամ նորացվող այս ինդեքսը դասակարգում է 70 զարգացող երկրներ՝ 63 փոփոխականների հիման վրա:

Հազարամյակի վերջին այնպիսի երկրները, ինչպես Բելառուսը եւ Ջիմբաբվեն, տնտեսական անկում ապրեցին, ինչը համատեղվեց լրատվամիջոցների եւ ազատ արտահայտման նկատմամբ քաղաքական ճնշումների նոր շարքով: Իսկապես, Ջիմբաբվեի թուլացող տնտեսությունը եւ դրա հետեւանքով Մուզաբեի կառավարության քաղաքական վարկանիշի անկումը ավելացրեցին անկախ լրատվական կազմակերպությունների նկատմամբ ֆինանսական ճնշումները՝ պետական ռեպրեսիաների հետ համատեղ: Էստոնիան եւ Թայվանը (Չինաստան) ավելի բարձր դասակարգումների են արժանացել ինչպես լրատվամիջոցների, այնպես էլ տնտեսության համար: Այսպիսի արդյունավետ շրջանի առկայության դեպքում ավելի առողջ տնտեսությունը գովազդային եկամուտների ավելի շատ աղբյուրներ է ապահովում, պակաս քաղաքական անհանգստությունների հիմք տրամադրելու հետ մեկտեղ՝ լրատվական ընկերությունների համար դեպի նոր շուկաներ տարածվելու եւ (կամ) գործունեության նոր տեսակներ իրականացնելու հնարավորություններ ընձեռելով:

Գծապատկեր 12.3. Լրատվամիջոցների հզորությունը եւ տնտեսական առողջությունը, ընտրված պետություններ 2000-01թթ.

Լրատվամիջոցների հզորության ինդեքս



Տնտեսական առողջության ինդեքս

Աղբյուր՝ «Money Matters Institute»-ի տվյալներ:

Չնայած աստիճանաբար սաստկանում են աշխարհի «թվային բաժանման» վերաբերյալ մտահոգությունները, հարկ է նշել, որ նորագույն տեխնոլոգիաների միջոցով կապը հիմնականում հետեւում է ցածր տեխնոլոգիաների վրա հիմնված լրատվամիջոցների հնարավորություններին: Ըստ Նորիսի (2001թ., էջ 51).

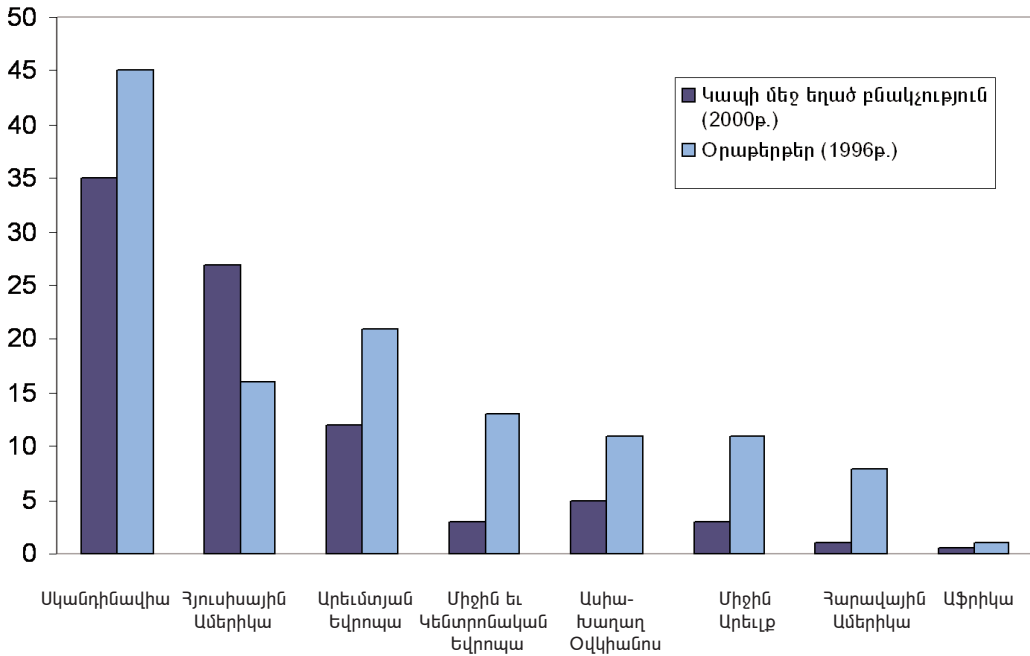
«Շվեդիայի, Միացյալ Նահանգների եւ Ավստրալիայի նման տեղեկատվությամբ հարուստ երկրները առջեւում են գտնվում ոչ թե միայն ինտերնետի օգտագործման առումով, այլ նաեւ այլ լրատվամիջոցների, ինչպես օրինակ թերթերի ընթերցողների, ռադիոների եւ հեռուստացույցների, համակարգիչների եւ գծային ու բջջային հեռախոսների իրացման: Փոխհարաբերությունների վերլուծությունը ցույց տվեց, որ բոլոր այս լրատվամիջոցների հասանելությունը գտնվում է նույն կայուն ուղղության մեջ: Քիչ տարբերություն գոյություն ունի հին եւ նոր լրատվամիջոցների օգտագործման մեջ: Յուրքանջյուր երկրում կապի մեջ գտնվողների համամասնությունը շատ խիստ կերպով կապված է հոսքերի, հեռախոսների եւ համակարգիչների առաքման հետ, սակայն այն էականորեն եւ խիստ կերպով կապված է նաեւ յուրաքանչյուր պետությունում ռադիոների, հեռուստացույցների եւ թերթերի ընթերցողների քանակի հետ: Սա նշանակում է, որ աշխարհի հաղորդակցության հոսքերից հեռու գտնվող ավելի աղքատ հասարակություններում, ինչպես օրինակ Բուրկինա Ֆասոն, Եմենը եւ Վիետնամն են, մարդիկ խորապես կտրված են տեղեկատվական տեխնոլոգիաների բոլոր տեսակներից, ներառյալ ավանդական զանգվածային լրատվամիջոցները, ինչպես օրինակ ռադիոն եւ թերթերն են, եւ ժամանակակից տեխնոլոգիաները, ինչպես օրինակ բջջային հեռախոսները եւ համակարգիչները»:

Ինտերնետի օգտագործման տարբերությունները կարող են հետեւել եկամուտների տարբերություններին, սակայն որոշ առումներով նաեւ գերազանցում են դրանց: Ըստ Նորիսի, Միացյալ Թագավորությունում ամենահարուստ տնտեսությունները հինգ անգամ ավելի մեծ հավանականություն ունեն կապի մեջ գտնվելու, քան ամենաաղքատները: Համանման տարբերություններ գոյություն ունեն նաեւ ավելի հարուստ եւ ավելի աղքատ երկրների միջեւ: Հարուստ երկրներում կապի ավելի բարձր արագությունները, բարձր վստահելիությունը եւ մուտքի ցածր արժեքները մեծացրել են Ինտերնետի օգտագործման ծավալները, իսկ զարգացող երկրներում գոյություն ունեցող բարձր արժեքները եւ ցածրորակ ծառայությունները գործում են որպես կայուն սահմանափակումներ:

Մինչ պետություններն աստիճանաբար շարժվում են դեպի ավելի մեծ տեղեկատվական հիմք եւ շուկայական ուղղվածություն ունեցող տնտեսական համակարգեր, հաճախ հենց ավանդական լրատվական ընկերություններն են առաջնորդողի դերն իրականացնում (գծապատկեր 12.4.): Սեուլի «*Maeil Business Newspaper*»-ն, օրինակ, Կորեան դեպի տեղեկատվական տնտեսություն առաջնորդողներից մեկն է: Կիրառելով թերթի՝ որպես տեղեկատվության աղբյուրի հզորությունը եւ օգտագործելով մասնագիտորեն նորություններ հավաքող ընկերության անձնակազմը՝ թերթի նախագահ եւ հրատարակիչ Դաե-Վան Չանգը ստեղծեց Կորեայի առաջատար ինտերնետային պորտալներից մեկը: Ներկայումս Կորեան Ինտերնետի բաժանորդների թվի առումով ունի աշխարհում ամենաբարձր աճի տեմպերից մեկը: Այդ երկրի բնակչության ավելի քան 20 տոկոսը մուտք ունի դեպի Ինտերնետ: Կորեան այս ցուցանիշով գերազանցում է եվրոպական երկրների մեծ մասին (Համաշխարհային բանկ 2001ա, էջ 113): Չանգը համոզված է, որ իր ընկերության եկամտաբերության հիմնական պատճառը ընկերության՝ որպես վերլուծության աղբյուրի, գիտելիքները կիսողի եւ որակյալ տեղեկատվություն տրամադրողի համբավի ստեղծումն է:

Գծապատկեր 12.4. Ավանդական եւ նոր լրատվամիջոցների գերակայությունը, ընտրված տարածաշրջաններ

Յուրաքանչյուր լրատվամիջոցն օգտագործող բնակչության մասնաբաժինը



Աղբյուր՝ Նորիս (2001թ., էջ 52):

Կենտրոնական Եվրոպայի լաբորատորիան

Կենտրոնական Եվրոպան կարող է դառնալ օգտակար լաբորատորիա՝ ուսումնասիրելու համար նորություններ տրամադրող լրատվամիջոցների եւ նրանց գործունեության տնտեսական միջավայրի միջև փոխհարաբերությունները: Կենտրոնական Եվրոպայում ամենաառաջընթաց բարեփոխումներ իրականացնող երկրներում նորություններ տրամադրող լրատվամիջոցները կարող են ինչպես օգուտներ ստանալ հեռահար տնտեսական փոփոխություններից եւ բարեփոխումներից, այնպես էլ նպաստել դրանց իրականացմանը: Տնտեսական վերափոխումները հաճախ ուղղակիորեն արտահայտվել են լրատվամիջոցների միջավայրում՝ հանգեցնելով դրանց սեփականության, ներդրումային կառուցվածքի եւ մրցակցության երբեմն շատ արագ փոփոխությունների: Կենտրոնական Եվրոպան նաեւ մի վայր է, որը մեկ տասնամյակի ընթացքում խիստ գրաքննության ենթարկվող, կառավարության կողմից վերահսկվող եւ ֆինանսավորվող լրատվամիջոցներից անցում է կատարել դեպի այնպիսիները, որոնք զարգացել են որպես բիզնես՝ իրենց գործունեությունը ֆինանսավորելով բարձրորակ թերթեր, հանդեսներ եւ հեռարձակվող ծրագրեր արտադրելու միջոցով եւ վաճառելով լրատվամիջոցների այս արտադրանքն ու գովազդները, որպես իրենց աճն ու զարգացումը ֆինանսավորելու միջոց:

Զնայած Կենտրոնական Եվրոպայի բազմաթիվ երկրների կառավարություններ իրենց ձեռքում են պահել հեռուստատեսային բիզնեսի մի մասը, սակայն տպագիր լրատվամիջոցները եւ ռադիոն լայնորեն մասնավորեցվել են եւ կտրվել են պետական

Ֆինանսական աջակցությունից: Օրինակ՝ Չեխիայի Հանրապետությունում, Հունգարիայում եւ Լեհաստանում անցումային շրջանը փաստորեն ավարտվել է, ընդ որում՝ այդ երկրներում սեփականատիրության եւ ներդրումային կառուցվածքները, իրավական համակարգերը եւ լրագրողական գործունեությունը կրկնում են իրենց արեւմտաեվրոպական հարեւանների: Կենտրոնական Եվրոպայի լրատվամիջոցների որակը նույնպես բարելավվել է. առկա է տնտեսության, տեղային բիզնես գործունեության, կառավարական ծախսերի եւ կոռուպցիայի առավել մասնագիտական լուսաբանում:

Անցումային շրջանը՝ արագ եւ արմատական փոփոխությունների 10 տարին, օրինակելի է Եվրոպայի հարավում եւ արեւելքում (ինչպես նաեւ ամբողջ աշխարհում) գտնվող այլ երկրների համար, որոնք ունեն դրանց առանձնահատկություններից շատերը եւ կանգնած են նույն խնդիրների առջեւ, ինչ Կենտրոնական Եվրոպայի երկրները՝ իրենց լրատվական ընկերությունների որակը եւ տնտեսական գոյատեւման ունակությունը զարգացնելու ժամանակ: Ավելի ճշգրիտ լինելու համար պետք է նշել, որ Կենտրոնական Եվրոպան ուներ որոշ առավելություններ, որոնք բացակայում են այլ վայրերում: Պետական հատվածը եւ իրավական բարեփոխումները, տնտեսական վերակազմակերպումները եւ զանգվածային մասնավորեցումը կարելու դեր խաղացին ամբողջ Կենտրոնական Եվրոպայում այդ արդյունքին հասնելու գործում: Պետությունների մեծ մասին օգնեց նաեւ վճռականորեն դեպի ժողովրդավարությունը միտված քաղաքական ղեկավարությունը, որը նվիրված էր Եվրոպայի ինտեգրացման գաղափարին:

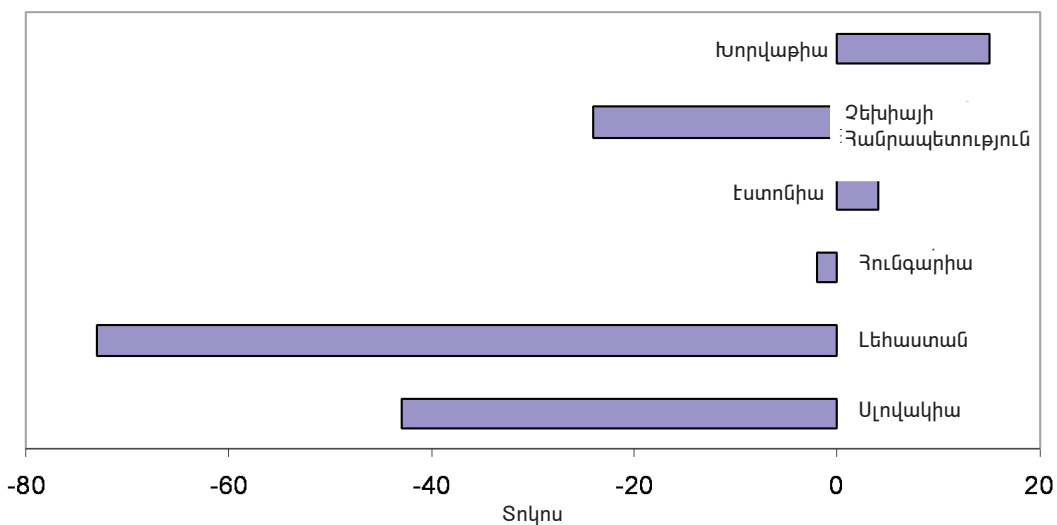
Այսուհանդերձ, Կենտրոնական Եվրոպայի լրատվամիջոցների պատմությունն ավելի մոտիկից ուսումնասիրելու դեպքում կարելի է ենթադրել, որ իրենք՝ լրատվամիջոցները (նրանց կառավարիչները, սեփականատերերը եւ ձեռներեց խմբագիրներն ու լրագրողները) համեմայն դեպս նույնքան կարելու դեր ունեցան, ինչքան պետական պաշտոնյաները: Իսկապես, այնպիսի բարձրորակ օրաթերթերը, ինչպիսիք են «*Gazeta Wyborcza*»-ն եւ «*Rzeczpospolita*»-ն Լեհաստանում, «*Népszabadság*»-ը Հունգարիայում եւ «*Mlada Fronta DNES*»-ը Չեխիայի Հանրապետությունում, ներքին փոփոխությունների եւ նորացումների նշանակալի գործընթաց ապրեցին: Այս թերթերից յուրաքանչյուրը օգնություն ստացավ օտարերկրյա ներդրողներից եւ ցուցադրեց, որ արդյունավետ կառավարումը եւ ֆինանսավորման անկախ աղբյուրները անկախ լրատվամիջոցներ ստեղծելու գործընթացի կարեւորագույն բաղկացուցիչ մասերից մեկն են կազմում:

Այս անցումային շրջանի համար հմուտ կառավարման եւ բիզնեսի ունակությունների կարեւորությունն այդ շրջանն ապրած մարդկանց համար դարձել է հաջողության նախապայմաններից մեկը: Տատյանա Ռեպկովան, որը Սլովակիայի անցումային շրջանի սկզբին մի բիզնես շաբաթաթերթ է հիմնել եւ աշխատացրել, իսկ այժմ էլ Սլովակիայի խոշոր «*Պրավդա*» օրաթերթի խմբագիրը եւ հրատարակիչն է, համոզվեց, որ իր ձեռք բերած հմտությունների նկատմամբ պահանջարկ գոյություն ունի Ռուսաստանում, Ուկրաինայում եւ անցումային շրջանում գտնվող այլ երկրներում: Նա համաձայնվել է հրատարակչային գործունեության ընթացքում կիսել իր գիտելիքները Համաշխարհային բանկի ինստիտուտի, Թերթերի համաշխարհային ընկերակցության, Ռոյթեր հիմնադրամի եւ այլ կազմակերպությունների կողմից կազմակերպած սեմինարների միջոցով: Երբ նա համոզվեց, որ նման գիտելիքների նկատմամբ հսկայական պահանջարկ գոյություն ունի, ապա որոշեց գրառել դրանք նոր ստեղծվող ժողովրդավարությունների թերթերի կառավարիչների համար նախատեսված մի ծավալուն ձեռնարկում: Ինչպես նշում է Ռեպկովան իր 468 էջանոց մանրամասն ձեռնարկի ներածությունում (Ռեպկովա, 2001թ. էջ xii). «Ղեկավարությունը եւ ինքնաճանաչական դավաճությունը չի կարող ներմուծվել: Նուր-հաուն կարող է»:

Հիմնական դասերից մեկը, որ կառավարիչները պետք է սովորեն, այն է, թե ինչպես աշխատել զարգացող եւ անցումային շրջանում գտնվող պետությունների երբեմն անկայուն տնտեսության պայմաններում: 2000 թվականն առաջինն էր նախորդ տասնամյակում, երբ Վարչավայի համաձայնագրի նախկին անդամ բոլոր երկրները դրական աճ ունեցան: Անցումային շրջանի առաջին տասնամյակի ընթացքում տարածաշրջանի բոլոր երկրները ականատես են եղել ծանր փոփոխությունների եւ տեղաշարժերի: Եթե Լեհաստանի տնտեսությունն ամենաարագ շրջադարձը կատարեց եւ սկսեց կրկին աճ ունենալ արդեն 1992թ.-ին, ապա Չեխիայի Հանրապետությունը եւ Հունգարիան երկնիշ թվերով չափվող անկում ապրեցին 1991թ.-ին եւ վերականգնումը սկսելու համար նրանց անհրաժեշտ եղավ երկու տարի:

Փոփոխությունների այս ժամանակաշրջանի ընթացքում լրատվական բիզնեսի բազմաթիվ ընկերություններ անհաջողությունների մատնվեցին, իսկ նրանք, որոնք գոյատևել էին, անկման երկար ժամանակաշրջան ունեցան: Հատկապես դրամատիկ հետեւանքներ ունեցավ թերթերի ընթերցողների քանակի կտրուկ նվազումը, ինչը թերթերի գների համեմատական աճի, ընթերցողների գնողունակության անկման եւ դեպի հեռուստատեսությունը տեղաշարժի արդյունքն էր: Թերթերի աճող գները (որոնք ժամանակին փաստորեն անվճար սպառման ապրանք էին կենտրոնացված պլանավորվող տնտեսություններում, որտեղ գներու շատ քիչ այլ ապրանքներ եւ ծառայություններ գոյություն ունեին) այս անկման հիմնական պատճառն էին: Մասնավորապես, թերթերը մեծապես կախված էին կրպակներից եւ բաժանորդագրությունից: Ջարգացած գովազդային շուկաների բացակայությունը նշանակում էր, որ նրանք եկամուտ ստանալու նպատակով համարների արժեքը բարձրացնելուն շատ քիչ այլընտրանքներ ունեին: Լեհաստանում, որն անցումային շրջանի աստղերից մեկն էր, թերթերի ընթերցողների քանակը կայուն անկում ունեցավ եւ 1996-2000թթ. ընթացքում նվազեց 73 տոկոսով (գծապատկեր 12.5.):

Գծապատկեր 12.5. Օրաթերթերի շրջանառության տոկոսային փոփոխությունները, Կենտրոնական Եվրոպայի ընտրված երկրներ, 1996-2000թթ.



Աղբյուր՝ Թերթերի համաշխարհային ընկերակցություն (2001թ.):

Այն անհատները, որոնք կարողացան շարունակել աշխատել նորությունների բիզնեսում, եւ նրանք, ովքեր նոր մուտք գործեցին այդ ոլորտ, բազմաթիվ դժվարությունների հանդիպեցին, մինչեւ իրենց տեղը նոր միջավայրում գտնելը: Սակայն ամենախոշոր բարեփոխումներն իրականացնող երկրներում մի շարք հաջող դեպքերը բավական էին ինչպես ներքին, այնպես էլ արտաքին ներդրողներին վստահեցնելու համար, որ լրատվամիջոցների բիզնեսն ապագա ունի: Տարածաշրջանի մեծ մասում արտաքին ներդրողները կարելու գործոն հանդիսացան շրջադարձ կատարելու, ինչպես նաեւ նորություններ տրամադրող լրատվամիջոցներին իրենց գործունեությունը բարեփոխելու հարցում օգնելու, կայուն կառավարման կառույցներ զարգացնելու եւ իրենց անկախությունը նախկին տերերից կայունացնելու հարցերում: Ըստ Ռեպկովայի (2001թ., էջ 9). «Նախկին կոմունիստական պետություններում լրատվամիջոցների գրաքննությունը, որպես խոսքի ազատության գլխավոր սահմանափակող ուժ, լայնորեն փոխարինվեց տնտեսական ճնշումներով: ... Անկախության առումով, սա դրական երեւոյթ է, չնայած հաճախ այդպես չի ընկալվում»:

Օտարերկրյա ներդրողները սկսեցին հավատալ, որ Կենտրոնական Եվրոպայում շուտով ներդրումներից կապահովվի նույնպիսի եկամուտներ, ինչպես ապահովվում է Արեւմտյան Եվրոպայում: 1990-ականների ընթացքում շվեդական «Bonnier Group»-ը ներդրումներ իրականացրեց Էստոնիայի, Լատվիայի, Լիտվայի եւ Լեհաստանի գանազան օրաթերթերում եւ պարբերականներում: Նորվեգական «Schibsted ASA»-ն սեփականություններ գնեց Էստոնիայում, իսկ շվեյցարական «Ringier AG»-ն ներդրումներ իրականացրեց բիզնեսը եւ տնտեսությունը լուսաբանող մի շարք շաբաթաթերթերում եւ հանդեսներում, ինչպես օրինակ «Profit»-ը եւ «T'yden»-ը («Շաբաթ») Չեխիայի Հանրապետությունում, «Capital and Success»-ը՝ Ռումինիայում եւ «Profit»-ը՝ Սլովակիայում: «Bertelsmann AG»-ն նույնպես ներխուժեց տարածաշրջան՝ բաժնեմասեր գնելով Հունգարիայի, Լեհաստանի, Ռումինիայի եւ Սլովակիայի թերթերում եւ հանդեսներում: 1996թ.-ին խոշոր գերմանական օրաթերթ «Westdeutsche Allgemeine Zeitung»-ի հրատարակիչը տարակարծիք քննարկումների առիթ տվեց՝ գնելով Բուլղարիայի տպագրության ընդհանուր շրջանառության մոտ 80 տոկոսը, ներառյալ երկրու երկու ամենալավ վաճառվող բուլվարային թերթերը՝ «Trud»-ը («Աշխատանք») եւ «24 Chasa»-ն («24 ժամ»):

Չնայած օտարերկրյա ներդրողները կարելու են, սակայն Էստոնիայի թերթերի ընկերակցության տնօրեն Տարնու Տամմերկն իր անհանգստությունն է արտահայտել այն հավանականության վերաբերյալ, որ լրատվամիջոցները վերջնական առումով շատ ավելի նեղ շրջանակի ձեռքերում կգտնվեն, քան անհրաժեշտ է առողջ մրցակցություն ստեղծելու համար: «Բազմակարծությունը, որն այդքան դժվար էր նվաճել, դեռեւս չափազանց նուրբ է, - ասել է նա մի հարցազրույցի ժամանակ, - Էստոնիայում մենք ունենք շուկաներ, որտեղ ռադիոն, հեռուստատեսությունը, շաբաթաթերթը, առավոտյան եւ երեկոյան թերթերը բոլորը գտնվում են նույն խմբի ձեռքերում: Նման պայմաններում շատ հեշտ կլինի ըստ ցանկության փոփոխել քաղաքական օրակարգը»: Սակայն նա այնուամենայնիվ կարծում է, որ արդյուքները դրական են եղել: Երբ «Bonnier Group»-ի «Äripäev»-ը («Բիզնես օր») սկսեց կիրառել այնպիսի էթիկայի կանոններ, որոնք իր լրագրողներին արգելում էին բիզնես խմբերի դրական լուսաբանման համար նրանց կողմից վճարել ընդունել, ընկերակցությունը նույնպես նման կանոններ ընդունեց 1999թ.-ին: «Ինքնակարգավորումը սկսվել է, - ասում է Տամմերկը, - եւ օտարերկրացիներն իրենց դերն են ունեցել մարդկանց բացատրելու համար, որ ինքնակարգավորումը տարբերվում է ինքնագրաքննությունից»:

Կառավարական «Rzeczpospolita» թերթին խմբագրական, եւ վերջնական առու-

մով ֆինանսական անկախություն տրամադրելու Լեհաստանի 1991թ.-ի որոշումը օրինակ է ծառայում, թե ինչպես քաղաքական մակարդակով կայացված որոշումները կարող են դրական փոփոխությունների գործընթացի առիթ հանդիսանալ, որը նպաստավոր է ինչպես լրատվամիջոցների ոլորտի, այնպես էլ ընդհանուր հասարակության համար: Թերթը, որը հիմնադրվել էր 1920-ականներին եւ իր պատմության ընթացքում ձեռքից ձեռք էր անցել քաղաքական կուսակցությունների եւ ռեժիմների միջեւ, վերջիվերջո 1980-ականներին դարձել էր Լեհաստանի ռազմական դրության օրենքներով կառավարվող պաշտոնական թերթ: Ինչպես ամբողջ կոմունիստական աշխարհի թերթերը, այն մեծապես կախում ուներ ռեժիմի ֆինանսական եւ քաղաքական աջակցությունից: Չնայած 1989թ. սեպտեմբեր ամսին իշխանության եկած Յանեքաշիտայի (Սոլիդարնոստ) նոր կառավարությունում որոշ դեմքեր ուրախ կլինեին կառավարության գիծը ներկայացնելու խոսափող ունենալ, սակայն վարչապետ Թադեուշ Մազովեցկին այլ կարծիք ուներ՝ անհրաժեշտ էր անկախ մամուլ, որը Լեհաստանը կառաջնորդեր դեպի ժամանակակից աշխարհը:

Նոր իրավիճակի առաջին ամիսը «*Rzeczpospolita*»-ի համար բավականին դժվար էր: Ջրկվելով կառավարական ֆինանսավորումից եւ նետված լինելով անկում ապրող տնտեսության մեջ՝ թերթի ղեկավարությունը ստիպված էր պայքարել թերթը կործանումից փրկելու համար: Ժամանակավորապես լրագրողներին իրենց աշխատավարձի մի մասը վճարում էին թերթերով, որոնք նրանցից ոմանք աշխատանքից հետո վաճառում էին կենտրոնական կայարանում կամ Վարշավայի այլ մարդաշատ վայրերում: Շուտով, սակայն, իրավիճակը սկսեց փոխվել: 1991թ.-ին թերթի պաշտոնական անկախությունից մի քանի ամիս հետո մի օտարերկրյա ներդրող՝ ֆրանսիական «Hersant» թերթերի խումբը, գնեց ընկերության 49 տոկոսը եւ օգնեց նորացնել տեխնոլոգիաներն ու տպագրական սարքավորումները:

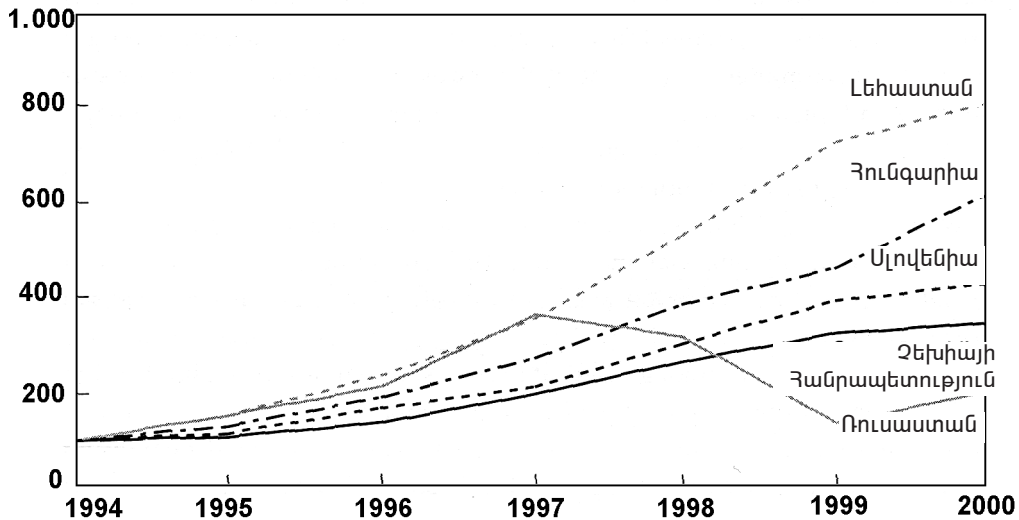
Հասկանալով, որ Լեհաստանի նոր տնտեսությունն արժեթղթերի շուկայի, բանկային բարեփոխումների եւ նոր օրենսդրության վերաբերյալ տեղեկատվության պահանջարկ կստեղծի, «*Rzeczpospolita*»-ի նոր ղեկավարները նորացրեցին իրենց գիտելիքները եւ ձեռնարկեցին բարձրորակ, փաստերի վրա հիմնված թերթի ստեղծումը, որը պետք է ֆինանսավորվեր շրջանառության վաճառքի եւ գովազդների միջոցով: Թերթը ծավալվեց, բարելավեց բիզնեսի եւ տնտեսության լուսաբանումը՝ ստեղծելով ներկայումս հայտնի «կանաչ էջերը», որոնք ժամանակագրում էին Լեհաստանի տնտեսական վերափոխումը: Թերթն օգնեց՝ շարքային լեհերին բացատրելու զանգվածային մասնավորեցման ծրագիրը, քանի որ միլիոնավոր մարդիկ միանգամից դարձել էին բաժնետերեր: Այն ընթերցման առարկա դարձավ որոշումներ կայացնողների՝ Լեհաստանի ամենահարուստ եւ կրթված խավի համար: Սա էլ հենց այն լսարանն էր, որին ձգտում էին հասանելի լինել երկրի նորաստեղծ գովազդ պատվիրողները: 1990-ականների վերջերին, ըստ թերթի ղեկավարության, թերթի բիզնես էջերը եւ խոշոր բարձրորակ բիզնես-լսարանը ապահովում էին թերթի գովազդային եկամուտների կեսից ավելին:

Չնայած թերթերի շրջանառությունը կտրուկ նվազեց անցումային շրջանի ընթացքում, սակայն գովազդային արդյունաբերության եւ շուկայի ծնունդը օգնեցին փոխհատուցել այս անկումը (գծապատկեր 12.6.), եւ նոր լրատվական ընկերությունները կարելի էր խաղացին տնտեսության նոր մասնավոր հատվածի մասնակիցների շրջանում գովազդի նկատմամբ պահանջարկը խթանելու գործում: Նորություններ տրամադրող լրատվական ընկերությունների այն կառավարիչները, որոնք սովորեցին եկամտի այս նոր աղբյուրը շահագործելու հնարավորությունները, փաստորեն դարձան նրանք, որոնք կարողացան գոյատևել անցումային ժամանակաշրջանի ընթացքում:

Գծապատկեր 12.6. Գովազդային ծախսերի աճը, Կենտրոնական Եվրոպայի ընտրված երկրներ, 1994-2000թթ.

(Ինդեքս, 1994=100)

Աղբյուր՝ Թերթերի համաշխարհային ընկերակցություն (2001թ.):



Ռուսաստան՝ ծաղկում եւ անկում

Ոչ մի այլ երկրում տնտեսական պայմանների (եւ տնտեսության անցումային անկախություն գործընթացի վայրիվերումների) հետ այս կապն ավելի պարզ կերպով չի արտահայտվել, որքան Ռուսաստանում: Չնայած Ռուսաստանը լրատվամիջոցների ազատության եւ բացության աննախադեպ ծաղկում ապրեց 1990-ականների առաջին երկու տարիներին՝ Խորհրդային Միության փլուզումից հետո, սակայն այս նոր լրատվական մշակույթի մեծ մասը ստիպված եղավ դիմակայել դրան հետեւած տնտեսական անկման մռայլ իրականությանը: Այդ անկումը (մեկ շնչին ընկնող եկամուտը մեկ տասնամյակի ընթացքում նվազեց ավելի քան 50 տոկոսով) հանգեցրեց այնպիսի պայմանների, երբ լրատվամիջոցների մեծ մասն ընկավ զգալիորեն քաղաքականացված պետական եւ մասնավոր հովանավորների ձեռքը, որոնք լրատվամիջոցներն օգտագործեցին իրենց սեփական նեղ նպատակների համար:

Ռուսաստանի տնտեսության անցումային շրջանը, չնայած իր ծանրությանը, տարածաշրջանում ամենափոթորկալի չի եղել: Բալկաններում, Կովկասում եւ Կենտրոնական Ասիայում քաղաքացիական պատերազմները նախկին Խորհրդային կայսրության այդ անկյուններում անհամեմատ ավելի ծանր տնտեսական պայմաններ ստեղծեցին: 1990-1999թթ. ընթացքում Ռուսաստանն ունեցավ ՀՆԱ-ի միջին տարեկան 6,1 տոկոս անկում, երբ խորանում էր անհավասարությունը հարուստների եւ աղքատների միջեւ, եւ բազմանում էր ծայրահեղ աղքատության մեջ գտնվող տարածաշրջանային միավորների քանակը (Համաշխարհային բանկ, 2001թ., բ): Վրաստանը եւ Ուկրաինան ավելի ծանր վնասներ կրեցին: 1994թ. վերջին Վրաստանի տնտեսությունն անկում էր ապրել՝ մինչեւ իր հինգ տարի առաջ ունեցած ցուցանիշի 20 տոկոսը:

Ռուսական օրինակը նշանակալի ազդեցություն ուներ նախկինում կենտրոնացված պլանավորում ունեցող այլ տնտեսությունների լրատվամիջոցների զարգացման վրա եւ ցույց է տալիս ոչ միայն այն իրավական եւ ինստիտուցիոնալ համակարգերի կարելությունը, որտեղ գործում են լրատվամիջոցները, այլ նաեւ լրատվական

կազմակերպությունները ղեկավարող մարդկանց բիզնեսի ունակությունների ու կառավարման խորաթափանցության կարելորությունը: Փոխանակ փորձելու կամ պարտադրված լինելու իրենց գոյությունը պահպանել բաց շուկայում՝ Ռուսաստանի լրատվամիջոցների մեծ մասը փորձում էր խմբագրական մեծ անկախություն ունենալ, սակայն շարունակում էր իր գոյությունը պահպանել պետական իշխանության մարմինների կամ բիզնես հովանավորների կողմից ստացվող վճարների հաշվին: Սա անհաջողության բանաձեւն էր: Ինչպես պետական իշխանության մարմինների կողմից տրամադրվող վճարներն էին շատ փոքր ժամանակակից լրատվական ընկերությունների ստեղծումն ապահովելու համար, այնպես էլ լրատվամիջոցների շարունակական կախվածությունը կանխակալ հովանավորներից շատ քիչ բան արեց բարձրորակ լրագրություն ստեղծելու կամ ընթերցողներին նոր հետխորհրդային միջավայրում լրատվամիջոցների արժեքը բացատրելու համար: Ռուսաստանի լրատվամիջոցների կառուցվածքի վերլուծաբաններից մեկը՝ Դյուկի համալսարանի Դեվիտտ Ուոլլեսի անվան կենտրոնի տնօրեն Էլեն Միկիեվիչը, գտավ, որ սովորական ընթերցողները համակերպվել են այս աղավաղումներին: Ինչպես 2002թ. օգոստոսին իր տված հարցազրույցում ասել է նա՝ ռուս ընթերցողները ճշգրտության եւ վստահելիության շատ քիչ ավանդույթներ են ունեցել եւ շարունակում են մնալ այն կարծիքին, որ «տեղեկատվությունն ինքնին կայուն սպառման առարկա չէ»: Այս տեսանկյունից ելնելով՝ նրանք լրատվամիջոցները դիտում են որպես կանխակալ նյութերի բազմազանության համատեղ մի խճանկար, որը սպառողները կարող են ինքնուրույն կերպով դասակարգել:

Ռուսաստանի խնդիրների արմատները ձգվում են դեպի հին խորհրդային համակարգը, երբ թերթերը լավ յուղված քարոզչական մեքենաների փոխանցման մեխանիզմներն էին: Պետական նշանակության օրաթերթերի շրջանառությունը հսկայական թիվ էր կազմում («Տրուդ»-ը լույս էր տեսնում օրեկան 11 միլիոն տպաքանակով), եւ իրականացվում էր լրատվական ընկերությունների յուրաքանչյուր ցանկություն՝ գրասենյակներից մինչեւ տպարաններ: Երբ խորհրդային Միությունը փլուզվեց, Ռուսաստանի լրատվական ընկերությունները, որոնք չէին ցանկանում ենթարկվել իրենց Կենտրոնական Եվրոպայի հարեւանների զգալի մասի կողմից դիմակայած անկմանը եւ անորոշությանը, շարունակեցին փնտրել պետական իշխանության մարմինների աջակցությունը եւ այդպես էլ չկարողացան կտրվել այդ ողորմություններից:

Այսօր շրջանային կառավարությունները շարունակում են իրենց բյուջեների նշանակալի հատվածը հատկացնել զանգվածային լրատվամիջոցներին՝ հաճախ դրանց զգալի մասը տրամադրելով այն հեռարձակողներին կամ թերթերին, որոնք ենթարկվում են տեղական կառավարությունների կարելոր դեմքերի պահանջներին: Այս նպաստները, չնայած դրամական առումով հսկայական չեն, սակայն կարող են լուրջ խնդիրներ ստեղծել անկախ մրցակիցների համար, որոնք ստիպված են գոյատևել առանց տեղական կառավարությունների ֆինանսական կամ քաղաքական համագործակցության: Նման մրցակիցների համար նաեւ դժվար է գովազդ պատվիրողների համար մրցել նպաստներ ստացող իրենց հակառակորդների հետ, քանի որ վերջիններս կարող են իրենց ծախսերի մի մասը ծածկել կառավարական ֆինանսավորման հաշվին եւ այդպիսով գովազդ պատվիրողներին ավելի ցածր գներ առաջարկել:

Ռուսաստանի լրատվական անկախ ընկերությունների առաջին սերնդի պատմությունը ֆինանսական եւ քաղաքական անկախության պահպանման դժվարությունների վերաբերյալ անմոռանալի դաս է: Իսկապես, այն լրատվական ընկերությունները, որոնք կախման մեջ չընկան քաղաքական իշխանություններից, ընկան Ռուսաստանում 1990-ականներին առաջացած խոշորածավալ ֆինանսական եւ բիզնես կայսրությունների ձեռքը: 1990-ականների կեսերին լրատվամիջոցների սեփականությունը կենտրոնացած էր մի խումբ ազդեցիկ արդյունաբերողների ձեռքերում, որոնք

լրատվական գործունեության հիման վրա գոյատևող բարձրորակ լրատվամիջոցներ ղեկավարելու փոխարեն ձգտում էին ազդել Ռուսաստանի քաղաքականության վրա: Դրանց մեջ ամենաազդեցիկները Բորիս Բերեզովսկին եւ Վլադիմիր Գուսինսկին էին, որոնք երկուսն էլ հետագայում արթնացրեցին Կրեմլի զայրույթը, եւ նրանց նկատմամբ քրեական մեղադրանքներ հարուցվեցին՝ կապված իրենց բիզնես գործունեության եւ այդ ոլորտում կիրառվող գործելակերպի հետ:

Այս երկու ամենահայտնի օլիգարխների քրեական հետապնդումը քիչ ներդրում ունեցավ լրատվամիջոցների վերլուծաբաններին եւ մամուլի միջազգային կազմակերպություններին վստահեցնելու խնդրում, թե Ռուսաստանը գտնվում է անկախ լրատվամիջոցներ ունենալու ճանապարհին: Իսկապես, օրենքի անհավասար կիրառումն ընդդեմ որոշակի անհատների միայն խորացնում է այն մտավախությունները, որ Ռուսաստանի լրատվամիջոցների շուկան դեռեւս կարող է ձեռք բերվել ամենալավ կապեր ունեցող գնորդի կողմից:

«Չափազանցություն չի լինի ասել, որ փաստորեն բոլոր մոսկովյան թերթերը գոյատևում են բաժնետերերի կամ գաղտնի հովանավորների կանխիկ ներդրումների հաշվին», - գրում է Օքսֆորդի համալսարանից Ռուսաստանի լրատվամիջոցների խնդիրների վերաբերյալ փորձագետ Բելինը (Բելին, 2001թ.): Վերջերս կայացված «ՏՎ-6»-ը լուծարելու մասին որոշումը մեկնաբանելիս (այդ ընկերությունը խնդիրներ ունեցավ իր մի մասի սեփականատեր խոշոր էներգետիկ կոնգլոմերատ «ԼՈՒԿոյլ»-ի հետ), նա նշել է, որ օրենքներն օգտագործվում են այն լրատվամիջոցներին հետապնդելու համար, որոնք չեն համակերպվում իշխող էլիտայի քաղաքական հայացքների հետ (տես նաեւ՝ Ջասուրսկի, 2001թ.):

Ռուսաստանի խառնաշփոթ տնտեսական եւ իրավական միջավայրում բարգավաճող լրատվական ընկերություն ստեղծելը փորձության կենթարկի նույնիսկ ամենատաղանդավոր ձեռնարկատիրոջ կառավարման ունակությունները, իսկ Ռուսաստանի լրատվամիջոցների կառավարիչները պատմում են, որ իրենք բացարձակապես անպատրաստ էին իրենց առջև ծառայած խնդիրները լուծելուն: Ռուսաստանում թերթերի ղեկավարները սովորաբար նախկին լրագրողներ են, որոնցից քչերը բիզնես փորձառություն ունեն: Յրատարակիչը, որը հաջողակ լրատվական ընկերությունների մեծ մասում գլխավոր տնօրենն է եւ ընդունում է բիզնեսի վերաբերյալ կարելորագույն որոշումներն ու կանխատեսում թերթի կարելորագույն ռազմավարական ուղղությունները, Ռուսաստանում հաճախ ներգրավված է ամենօրյա խմբագրական գործընթացի մեջ: Ռազմավարական պլանավորումը, բյուջեի կառավարումը եւ եկամուտներ բերող գործունեության զարգացումը հաճախ երկրորդ պլան է մղվում առաջին էջում տեղադրվող հոդվածը որոշելու խնդրի համեմատ:

Ռուսաստանի տնտեսական վայրիվերումները եկամուտների կայուն ներհոսքի գործընթացը կազմակերպելն ավելի դժվար են դարձնում, իսկ 1998թ. ֆինանսական ճգնաժամից հետո գովազդային շուկայի կտրուկ անկումը միայն ավելի է դժվարացնում պայմանները: Շուկայում այլ աղավաղումներն են կեղծ հարկային ստուգումները, գովազդին հատկացվող թերթի ծավալի կամ եթերաժամանակի արհեստական սահմանափակումները, զրպարտության վերաբերյալ գործերի հարուցումը եւ կառավարության ֆավորիտներին տրամադրվող նպաստները:

Այնուամենայնիվ, Ռուսաստանի լրատվամիջոցների կառավարիչներից շատերը պնդում են, որ երկիրը դանդաղորեն դուրս է գալիս անցումային շրջանի ամենադժվար փուլից եւ որ շուտով այն ավելի նման կլինի Լեհաստանին կամ նախկին Գերմանիայի Դեմոկրատական Յանրապետությանը: Այս առումով որոշիչ դեր կունենա ավելի կայուն տնտեսություն ստեղծելը, ինչպես նաեւ ֆինանսական հիմք կառուցելու նոր ունակությունը, որը կբխի ոչ թե կառավարական նվիրատվություններից կամ բիզնեսի քաղաքական նպաստներից, այլ մասնավոր գովազդներից:

Երբ տնտեսական խնդիրները քաղաքական են

Բրատիսլավայում «SME» թերթն անցավ դեպի ֆինանսական անկախությունը տանող հավանաբար ամենագարտուղի ճանապարհը, սակայն, այնուամենայնիվ, հասավ հաջողության: Ինչպես եւ մյուս նորաստեղծ լրատվական ընկերությունները, այն նույնպես դիմակայեց մի շարք տնտեսական խնդիրների, սակայն դրանց մեծամասնությունը նախապատրաստվել էր անբարյացկամ տրամադրված կառավարության կողմից: Այս ծանր փորձությունները հաղթահարելու թերթի ունակությունը միայն ընդգծում է այնպիսի կառավարիչների անհրաժեշտությունը, որոնք բիզնեսի խորաթափանցություն ունեն սպառնալիքներ (սկսած փողի արժեզրկումից մինչեւ քաղաքական սպառնալիքները) պարունակող միջավայրում հաջողությունների հասնելու:

1948թ.-ին հիմնված թերթի առջեւ նպատակ էր դրված «իրականացնել կուսակցության եւ պետական մարմինների որոշումներում նախատեսված առաջադրանքները»՝ որը դժվար թե խոստումնալից կանոնադրություն համարվի մի թերթի համար, որը վերջնական առումով պետք է դառնար Սլովակիայում հանրաճանաչ եւ իսկապես անկախ ձայն: 1989թ.-ին «Սմենա»-ն, ինչպես այն անվանվում էր այդ ժամանակ (անվանումը թարգմանվում է որպես «Յերթափոխ»), անընդմեջ ճնշումների էր ենթարկվում փոփոխությունների համար, որոնք արդեն սկսել էին իրականացնել Չեխոսլովակիա կոմունիստական պետության ամբողջ տարածքում: Թերթի աշխատակիցները երիտասարդ, համեմատաբար ազատական հայացքների տեր լրագրողներ էին, եւ Բրատիսլավայի երիտասարդության համար այդ գործոնը թերթի գրավչության գրավականն էր: Թերթն ուներ առանձնահատկությունների անսպասելի բազմազանություն՝ ոչ թե պարտադիր կերպով ընդդիմախոս նյութեր, այլ հողվածներ, որոնք լայնացնում էին ընթերցողների տեսադաշտը կոմունիստական կուսակցության դոգմաների եւ տեղեկատվության սահմաններից դուրս, օրինակ՝ Զիգմունդ Ֆրեյդի կամ Սլովակիայի գրողների ակումբի մասին պատմություններ:

Չեխոսլովակիայում թավշյա հեղափոխության իրականացմանը համընթաց, թերթն ավելի շատ հողվածներ էր հրապարակում բարեփոխումների անհրաժեշտության եւ այն կանխատեսումների վերաբերյալ, որ դրանք ի վերջո հաջողություն են ունենելու: Աճում էր նաեւ թերթի ընթերցողների քանակը՝ 1990թ.-ին թերթի շրջանառությունը կազմում էր օրեկան 170000 օրինակ, մինչդեռ մեկ տարի առաջ այդ ցուցանիշը կազմում էր 100000 օրինակ: Միեւնույն ժամանակ, տնտեսության ազատականացումը գովազդային կենսունակ ոլորտի հիմք դրեց:

1992թ.-ին Չեխիայի եւ Սլովակիայի հանրապետությունների բաժանումից հետո թերթը բարդ փոխհարաբերություններ ուներ նորաստեղծ պետության ղեկավարի հետ, որին թերթը հաճախ քննադատել էր: Գրանցման վերաբերյալ մի խնդիր առիթ հանդիսացավ թերթը փակելու եւ այն ղեկավարող ընկերությունը «գոյություն չունեցող» հրապարակելու համար: Որպես «Սմենա»-ի փակման հակաքայլ՝ մի նոր թերթ ստեղծվեց: Նոր թերթի անունը՝ «SME», նշանակում է «Մենք գոյություն ունենք, մենք կանք»:

Նոր թերթը հիմնադրեց «Juventus» ընկերությունը՝ Սլովակիայի առաջին ներդրումային ընկերության վերահսկիչ ներդրմամբ: Նոր թերթի առաջին համարներին բնորոշ էին մեծ խանդավառությունը եւ քառսի հասնող իմպրովիզացիայի մակարդակը: Ավելանում էին կորուստները, որոնք այդ ժամանակ ծածկվեցին Սլովակիայի ներդրումային ընկերության կողմից: Այդ ընթացքում «Սմենա»-ն շարունակում էր հրատարակվել աճող ֆինանսական ճնշումների ներքո, եւ, վերջիվերջո, «SME»-ն կլանեց այդ թերթը:

Միաժամանակ, կառավարությունը շարունակում էր որպես թիրախ օգտագործել «SME»-ն եւ հաջողացրեց խզել թերթի պայմանագրերը տեղական տպարանների հետ: Կառավարության կողմից այդ խմբի նկատմամբ անհաղուրժողականությունն էլ

երեւի նորաստեղծ թերթին հնարավորություն տվեց մշակել իր շուկայական ռազմավարության զգալի մասը: Մարդիկ բնականորեն բավականին հետաքրքրված էին այն նոր կազմակերպությամբ, որը պետության կողմից այդպիսի խիստ անհանդուրժողականության էր արժանացել: Ընթերցողների քանակը միտում ուներ աճելու այն ժամանակ, երբ ռեպրեսիաներ կիրառող ռեժիմը թերթի նկատմամբ նոր գործողությունների էր դիմում: Միաժամանակ, թերթը սկսեց բանակցություններ վարել Լրատվամիջոցների զարգացման փոխառությունների հիմնադրամի՝ Սորոսի կողմից ֆինանսավորվող կազմակերպության հետ, որն անկախ թերթերին օգնում էր դուրս գալ ֆինանսական ճգնաժամերից, որոնք հաճախ քաղաքական պատճառներ ունեին եւ այդպիսով չէին արտահայտում նորությունային կազմակերպության իրական ֆինանսական հեռանկարները:

Լրատվամիջոցների զարգացման փոխառությունների հիմնադրամը միշտ պնդել է, որ փոխառություններ վերցնողները վստահության արժանի բիզնես պլան կազմեն, որի վերաբերյալ «SME»-ի խմբագիրը հետազայում ասել է, որ «այն համարյա նույնքան արժեքավոր էր, որքան ինքը փոխառությունը»: 1996թ.-ին փոխառության պայմանագիրը կնքելուց հետո ընկերությունը բանակցություններ վարեց եւ մի գերմանական ընկերությունից 270000 ԱՄՆ դոլարի համարժեքով ձեռք բերեց օգտագործած տպագրական հաստոց:

Տպագրական հաստոց ձեռք բերելը ընկերության ընդարձակման հիմքը դրեց: Այդ ընթացքում, կառավարությունն արգելեց պետական ընկերություններին եւ գործակալություններին գովազդներ պատվիրել «SME»-ում: «SME»-ի խմբագիր Ալեքսեյ Ֆուլմենկո գրառել է իր կարծիքն այն մասին, թե ինչը հիմք հանդիսացավ թերթի՝ որպես անկախ նոր մարմնի գոյատեւման համար (Ֆուլմենկ, 2001թ., էջ 74): «Բարեբախտաբար, Սլովակիայում գոյություն ուներ բավականին ուժեղ մասնավոր հատված, որը գովազդ էր պատվիրում առեւտրային նպատակներով, այլ ոչ թե քաղաքական շահերից ելնելով, - ասել է նա, - Սա մշակակում էր, որ կառավարությունը չի կարող կաթվածահար անել «SME»-ի ֆինանսական կենսունակությունը՝ հրաժարվելով մեզ մոտ պատվիրել իր պաշտոնական գովազդները»:

Կառավարության ճնշող քաղաքականությունը ոչ միայն շարժեց ընթերցողների հետաքրքրությունը, այլ նաեւ «SME»-ին հնարավորություն տվեց աշխատանքի ընդունել տաղանդավոր երիտասարդ լրագրողների, որոնք հուսախաբ էին եղել այն հրատարակություններում աշխատանքային պայմաններից, որոնց կառավարությունը կարողացել էր ճնշել եւ վերահսկել: Սա էլ, իր հերթին, հիմք դրեց ընթերցողների ծավալի աճին, ինչպես նաեւ դեպի այլ շրջաններ եւ նոր լրատվամիջոցներ տարածվելուն:

Գունավոր տպագրությունը եւ հատուկ բաժինների ուրույն ֆորմատները արդյունավետ միջոց էին ինչպես ընթերցողներ, այնպես էլ գովազդ պատվիրողներ գրավելու համար: Շաբաթական երկու անգամ ներկայացվող կարիերայի վերաբերյալ ներդիրներն առաջարկում էին աշխատանքի վերաբերյալ մեծ թվով գովազդներ, ինչպես նաեւ՝ կրթության եւ վերապատրաստման հնարավորություններ: Ավտոմեքենաների բաժինը նույնչափ ժողովրդկանություն էր վայելում:

Անդադար քաղաքական ճնշումների միջավայրում գոյատեւելու ունակության առումով կազմակերպության համար որոշիչ էին համապատասխան տնտեսական հիմքերը, որոնք բխում էին մասնավոր բիզնեսի կողմից պատվիրված գովազդներից ստացվող եկամուտներից: Այնտեղ, որտեղ մասնավոր հատվածը զարգացած չէ կամ պետության խիստ ազդեցության տակ է գտնվում, գոյատեւման այս բանաձեւը չի գործում:

Կրկնօրինական խնդիրներ

Կենտրոնական Եվրոպայի հաջող դեպքերը հնարավոր չէ հեշտությամբ կրկնօրինակել աշխարհի այլ մասերում: Աֆրիկայում լրատվամիջոցների սեփականատերերը կարող են նույն աստիճանի քաղաքական միջամտության ենթարկվել, սակայն, ի հակադրություն իրենց Կենտրոնական Եվրոպայի գործընկերների, նրանք հաճախ մասնավոր գովազդների ներհուքերի համապատասխան հիմք չեն ունեցել՝ պահպանելու համար ֆինանսական անկախությունը: Մալավիում Ֆունուլանին ստեղծեց «*Բիզնես Ուոտչ*»-ը եւ նպատակ ուներ հեռու մնալ քաղաքական մրցակցություններից, որոնք պարբերաբար բռնկվում էին երկրում ժողովրդավարական անցման սկզբնական ժամանակաշրջանում: Նա նախատեսել էր, որ իր հրատարակությունը կկենտրոնանա բիզնեսի եւ տնտեսության միտումների, այլ ոչ թե քաղաքականության վրա՝ իր եկամուտները սկզբունքայնորեն հեռու պահելով քաղաքական ճնշումներից, որոնք կարող էին վնասել իր հեռանկարներին: Սակայն առաջին համարը, որը հիմնված էր միջազգային ֆինանսական ինստիտուտներից մեկի ուսումնասիրության վրա, անբարենպաստ համեմատություններ էր ներկայացրել ընտրված կառավարության եւ նախկինում ցմահ նախագահի կառավարման տարիների որոշակի տնտեսական պայմանների միջեւ: Կառավարական պաշտոնյաները դժգոհ էին:

Հարցազրույցի ժամանակ Ֆունուլանին հիշում է, որ այն ժամանակ պետության կողմից վերահսկվող մի բանկից զանգահարեցին եւ չեղյալ հայտարարեցին պատվիրված գովազդների շարքի վերաբերյալ պայմանավորվածությունը: Ըստ Ֆունուլանի. «Բանկում որոշում ընդունողները վախեցել էին, որ կկորցնեն իրենց աշխատանքը»: Չնայած ոչ մի թերթ չի ցանկանում իր գովազդային հիմքի առումով կախված լինել պետության կողմից կառավարվող ընկերություններից, սակայն «*Բիզնես ուոտչ*»-ը ընտրության քիչ հնարավորություններ ուներ: Փակվեցին ծխախոտ պատրաստող մի ընկերություն եւ երկրի խոշորագույն տեքստիլ գործարանը: «Այստեղ ամենախոշոր գովազդ պատվիրողը կառավարությունն է», - եզրակացրեց Ֆունուլանին, իսկ առանց դրա իր հրատարակությունը հեռանկար չուներ:

Ի տարբերություն սլովակական «SME»-ի, Մալավիի անկախ հրատարակությունը քաղաքական հիմք ունեցող տնտեսական ճնշումներից բացի հանդիպեց նաեւ այլ սահմանափակումների: Մալավիում չափահասների անգրագիտության 41 տոկոս մակարդակը բնակչության զգալի մասին դուրս էր թողնում հանդեսի հասանելիության սահմաններից, վատ ճանապարհները խոչընդոտում էին առեւտրային եւ հրատարակչության կենտրոն Բլանտիրից դուրս հանդեսի մատակարարմանը, իսկ 170 ԱՄՆ դոլար կազմող մեկ շնչին ընկնող եկամուտը նույնիսկ համեստ կրպակային գները անսահման բարձր էին դարձնում: «Հանդեսն իր հիսուն կվաչա արժեքով համարվում էր բավականին թանկ», - ասում էր Ֆունուլանին, - «Մարդիկ չէին կարող այն գնել»:

Այլ աֆրիկյան խմբագիրներ ասում են, որ պակաս ակտիվ քաղաքացիական հասարակությունը նույնպես կարող է խոչընդոտել աճին: Նայրոբիում գործող բիզնեսի վերաբերյալ համաաֆրիկյան անգլալեզու «*Էնտերփրայս Աֆրիկա*» հանդեսի հիմնադիր Իրակի Կիբիրիտին բողոքում է, որ «քաղաքացիական անտարբերությունը» ազդում է շատ աֆրիկյան լսարանների վրա: «Երբ մարդիկ կարծում են, որ իրենց տան դռնից այն կողմ տեղի ունեցող իրադարձություններն իրենց չեն վերաբերում» հրատարակիչները ստիպված են լինում աշխատել ավելի դժվար միջավայրում», - ասել է Կիբիրիտին մի հարցազրույցի ժամանակ:

Նոր լրատվամիջոցների հնարավորություններն օգտագործելը

Այնուամենայնիվ, զարգացող երկրներում պետության հսկող հայացքի ներքո որոշ լրատվամիջոցներ կարողանում են ճանապարհներ գտնել իրենց բիզնեսն իրականացնելու համար: Լրատվամիջոցների զարգացման աշխարհի ամենահետաքրքիր դեպքերից մեկը տեղի է ունեցել Մալազիայում՝ ասիական դաժան տնտեսություններից մեկում, որը դեռևս լուծում պահանջող որոշ խնդիրներ ունի, կապված 1997թ.-ի տարածաշրջանի ֆինանսական ճգնաժամի հետ, եւ այնուամենայնիվ պետության կողմից լրատվամիջոցների լայն վերահսկողություն է իրականացնում: Կառավարությունը պարտադրում է մի օրենք, որն արգելում է «չարամիտ» նորությունները եւ կառավարությանը թույլատրում է փակել «քայքայիչ գործունեություն իրականացնող» հրատարակությունները: Բոլոր նորություն տրամադրող հրատարակությունները պետք է ամեն տարի լիցենզավորվեն: Երկրի «խռովարարության վերաբերյալ ակտը» եւ «Ներքին անվտանգության ակտը» արգելում են նաեւ լրատվամիջոցների կողմից կառավարության քաղաքականության քննադատությունը:

Ի տարբերություն ազատ եւ գործուն մամուլի այս զանազան սահմանափակումների, օնլայն ծառայությունների եւ ինտերնետային նոր լրատվամիջոցները Մալազիայում բավականին պաշտպանված կարգավիճակ ունեն, քանի որ այդ երկիրն իրեն տեսնում է որպես գալիք տասնամյակում բարձր տեխնոլոգիաների վրա հիմնված նորաստեղծ ուժ եւ այդ պատճառով ցանկանում է խուսափել նորաստեղծ տեղեկատվական տեխնոլոգիաների հատվածի վերաբերյալ նույն սահմանափակումները կիրառելուց, որոնք գործում են նորություններ տրամադրող ավանդական լրատվամիջոցների հատվածում:

Նորարարություններ փնտրող լրագրող Ստիվեն Գանը, որը հաճախ տարածայնություններ է ունենում կառավարության հետ, 1999թ.-ին հիմնադրեց «*Malaysiakini*» ինտերնետային թերթը եւ կարողացավ այն պահպանել մինչ այժմ՝ ունենալով 120000-150000-ի միջեւ տատանվող ընթերցողների քանակ: Հարավարեւելյան Ասիայի մամուլի միությունից որոշ սկզբնական ներդրումներ ներգրավելով՝ Գանը գտավ, որ «*Malaysiakini*»-ին 18 ամսվա գործունեությունից հետո գրավել է 100000 ընթերցող՝ հինգ անգամ ավելի շատ, քան ինքը հույս ուներ: Միաժամանակ, թերթն ուներ գովազդ պատվիրողների մասնավոր հատված եւ գովազդային միջոցներով ծածկում էր աշխատանքային ծախսերի 50 տոկոսը:

«*Malaysiakini*»-ի բիզնես ռազմավարությունը համապատասխանեցված է Մալազիայի տնտեսական եւ քաղաքական իրականությանը, որտեղ գոյություն ունի համեմատաբար եռանդուն գովազդային հիմք եւ որտեղ լսարանները ցանկանում էին օնլայն կարդալ այն, ինչը պակասում էր ավանդական լրատվամիջոցներում: Ամենակարեւորը կառավարության հին եւ նոր լրատվամիջոցները կարգավորող տարբեր քաղաքականության արդյունքում ստեղծված հնարավորությունն էր: «Կառավարությունը խոստացել էր չգրաքննել ինտերնետը՝ միաժամանակ խիստ վերահսկողության տակ պահելով ավանդական լրատվամիջոցները,- ասել է Գանը մի հարցազրույցի ժամանակ, - իսկ մենք շահագործում ենք այդ հնարավորությունը»:

2001թ.-ի վերջին, սակայն, ի հայտ եկան այլ տնտեսական դժվարություններ: Ամբողջ աշխարհում անկում ապրող ինտերնետային տնտեսությունը եւ դրան գումարած Միացյալ Նահանգների տնտեսության զարգացման տեմպերի դանդաղումը խստորեն ազդեցին գովազդների հատվածի վրա, որը սկսեց ծածկել «*Malaysiakini*»-ի աշխատանքային ծախսերի միայն 20 տոկոսը: Այս ամենի հետեւանքը եղավ վերա-

նայված բիզնես պլանի մշակումը, որը նախատեսում էր եկամուտների աղբյուրների բազմազանություն: Ընկերության բարձրակարգ ծրագրավորողները ծրագրերի ստեղծման ծառայություններ առաջարկեցին այլ ընկերությունների, վերլուծական մտածողություն ունեցող լրագրողները սկսեցին առաջարկել քաղաքական խորհրդատվական ծառայություններ, իսկ թերթի բոլոր նյութերն անվճար տրամադրելու փոխարեն «*Malaysiakini*»-ն մի բանաձեւ մշակեց, ըստ որի լրատվական հոդվածները տրամադրվում էին անվճար, իսկ կարծիքների սյունյակների եւ արխիվների մուտքի համար պահանջվում էր բաժանորդագրվել: Հարցումները ցույց տվեցին, որ ընթերցողների 70 տոկոսը պատրաստ էր վճարել ծառայությունների դիմաց: «Գոյատեւելու համար անհրաժեշտ է «*Malaysiakini*»-ին բիզնեսի ճշմարիտ իրական սուբյեկտ դարձնել», - ավելացրեց Գանը:

Տեղեկատվության մատչելիությունը եւ տեղեկատվական շուկաներ ստեղծելը

Զարգացող եւ անցումային շրջանում գտնվող պետությունների փորձից կարելի է ենթադրել, որ նորություններ տրամադրող լրատվամիջոցների տնտեսական դիրքը կայունացնելու անհաջողություններն են ընկած լրատվամիջոցների շատ խնդիրների հիմքում, որոնք, ըստ իրենց, ցանկանում են լուծել միջազգային կազմակերպությունները եւ երկկողմանի դոնորները: Որոշ երկրների փորձը ցույց է տալիս, որ չափազանց շատ ժամանակ եւ ջանքեր են ծախսվում լրագրողների ուսուցման վրա, միաժամանակ անտեսելով այն մարդկանց ունակությունները, որոնք լրագրողների համար պատշաճ աշխատավարձեր են ապահովում եւ երաշխավորում են նրանց աշխատանքը քաղաքական միջամտություններից եւ կոռումպացված բիզնես սովորույթներից ազատ միջավայրում: Միաժամանակ, Կենտրոնական Եվրոպայի փորձը ցույց է տալիս, որ պետական հատվածի եւ տնտեսական բարեփոխումների ազդեցիվ օրակարգը, որը լիովին տեղյակ է նորություններ տրամադրող լրատվամիջոցների կարիքների եւ պահանջումների մասին, նույնչափ կարելու է լրատվամիջոցների բիզնեսի ապագայի համար, ինչքան ուղղակի օգնությունը:

Ամենաարագ առաջընթաց ունեցած երկրները (ինչպես օրինակ Կենտրոնական եւ Արեւելյան Եվրոպայի արագ բարեփոխումներ իրականացրած երկրները) տեղեկատվական շուկայի եւ նորություններ տրամադրող արդյունավետ լրատվամիջոցների ստեղծումը դարձրել էին պետական հատվածի եւ տնտեսական բարեփոխումների օրակարգի անբաժան մասը: Այս երկրները ոչ միայն պնդել են, որ լրատվամիջոցները պետք է մասնավորեցվեն եւ դուրս բերվեն ազգային կամ շրջանային պետական իշխանության մարմինների բյուջեներից, այլ նաեւ հետապնդել են տնտեսական եւ կարգավորման այնպիսի քաղաքականություն, որը միտված է եղել ստեղծելու մի միջավայր, որում լրատվամիջոցների բիզնեսը (եւ տեղեկատվության վրա հիմնված տնտեսական համակարգը) կարող են բարգավաճել: Նրանք նաեւ սովորել են հանդուրժել պետական իշխանության մարմինների նկատմամբ քննադատությունները, ընդունելով, որ նման քննադատությունն ինքնին այն միջոցներից մեկն է, որի օգնությամբ կառավարությունները համապատասխանեցնում են իրենց քաղաքականությունը եւ ուղղում իրենց սխալները: Կաշառակերության դեմ խոչընդոտներ ստեղծելուն եւ պետական միջոցների անբարեխիղճ օգտագործումը բացահայտելուն օգնելով՝ լրատվամիջոցները կարող են կարելու ազդեցություն ունենալ երկրի զարգացման գործընթացի վրա (օրինակ տես՝ Սեն, 1999թ.): «Կոռուպցիայի դեմ պայքարում մամուլն ավելի հաջողակ է եղել, քան դատական համակարգը», - ասում է Բուխարեստի համալ-

սարանի սոցիոլոգ Դիմիտրու Սանդուն՝ խոսելով Ռումինիայում բարեփոխումների գործընթացի եւ կառավարման համակարգը բարելավելու փորձերի մասին (Մարկ Նելսոնի հետ հարցազրույց, 1999թ. հունիսի 26, Բուխարեստ):

Տնտեսապես գոյատևելու լրատվամիջոցների ունակության բացակայության պատճառները հաճախ ձգվում են դեպի կառավարության եւ այլ պետական իշխանության մարմինների կողմից չափից ավելի կարգավորվող կամ անարդյունավետ տեղեկատվական քաղաքականությունը: Նորությունների մատչելիության համար մրցակցող լրագրողներին տեղեկատվության արագ եւ բաց մուտք է անհրաժեշտ: Տեղեկատվական շուկան արագորեն զարգանում է այն երկրներում, որտեղ հեշտացված է պետական փաստաթղթերի մատչելիությունը, որտեղ կարգավորումները պահանջում են տեղեկատվության անհապաղ բացահայտում եւ որտեղ փաստաթղթերի լայն շրջանակի հասարակական մուտքի իրավունքը երաշխավորված է սահմանադրությամբ եւ կրկին ամրագրված է առանձին օրենքներում: Այն օրենքները, որոնք պետական պաշտոնյային հնարավորություն են տալիս հետաձգել տեղեկատվության բացահայտումը «ուսումնասիրման» կամ այլ բյուրոկրատական պատճառներով, ոչ միայն նվազեցնում են հասարակական բիզնեսի ավելի բաց եւ ազնիվ իրականացման օգուտները, այլ նաեւ խոչընդոտում են լրատվամիջոցների՝ որպես ձեռնարկությունների գոյատևման ունակությունը: Տեղեկատվության մատչելիությունը խոչընդոտող երկրները մեծացնում են դրա արժեքը ոչ միայն լրատվամիջոցների համար, քանի որ ստիպում են նրանց ավելի շատ ժամանակ եւ էներգիա ծախսել այն հավաքելու համար, այլ նաեւ ընդհանուր տնտեսության համար, քանի որ նման սահմանափակման արդյունքում տեղի է ունենում ռեսուրսների անարդյունավետ բաշխում եւ հետաձգվում է ժամանակակից, գիտելիքների վրա հիմնված տնտեսական համակարգի զարգացումը (կոռուպցիայի դեմ պայքարում լրատվամիջոցների դերի եւ զարգացող տնտեսություններում կոռուպցիայի արժեքի վերաբերյալ քննարկումների համար տես՝ Կաուֆման եւ Ջոյդո-Լորատան, 1999թ.):

Պետությունները հաճախ բավականին պատրաստակամ են լուծելու լրատվամիջոցներում իրենց կողմից նկատված խնդիրները, ենթադրելով, որ սխալների, աղավաղումների եւ չափազանցությունների պատճառն իրենց վատ պատրաստված լրագրողներն են: Շատ քչերն են ցանկանում ավելի խորը դիտարկել խնդիրը՝ ուսումնասիրել աղավաղված իրավական եւ տնտեսական միջավայրը, որը ծնում է թույլ լրատվական ընկերություններ եւ ոչ պրոֆեսիոնալ լրագրողներ:

Տեղեկատվության մուտքի ազատությունը տեղեկատվական տնտեսությունում մրցակցություն եւ լրատվության մեջ ճշմարտության ներկայացման կուլտուրա է ստեղծում, լրագրողների կամ այլոց համար դժվարացնելով սխալ կամ վրդովվեցնող մեղադրանքներ ներկայացնելը, իսկ հանցագործների կամ խարդախների համար՝ իրենց սխալները հերքելը: Երբ տեղեկատվությունը պատրաստակամորեն չի տրամադրվում կամ այն դժվար է ճշտել, լրագրողները փաստորեն ազատ են անհիմն հայտարարություններ անելու: Նման տեղեկատվությունը համարյա արժեք չունի եւ իջեցնում է տնտեսությունում առկա ամբողջ տեղեկատվության արժեքը: Երբ տեղեկատվությունը հնարավոր է հեշտությամբ ճշտել, ապա ընթերցողները եւ գործատուները կարող են պատժել այն լրագրողներին, ովքեր սխալներ են գործում կամ չեն կատարում իրենց մասնագիտական պարտականությունները: Նման միջավայրում խմբագիրները սկսում են պահանջել, որ իրենց լրագրողները ներկայացնեն փաստաթղթեր, այլ ոչ թե ասելուսներ, մանրամասներ, այլ ոչ թե դատարկաբանություններ: Նման տեղեկատվությունը դառնում է բարձրարժեք, եւ այդպիսի տեղեկատվության առևտուրը կազմում է տեղեկատվության եւ գիտելիքների տնտեսության անկյունաքարերից մեկը:

Լրատվամիջոցների ոլորտի մասնագետներից շատերը նորությունային կազմակերպությունների (եւ լրագրության որակի) ուժն ու եկամտաբերությունը կապում են

տեղեկատվության վերաբերյալ օրենքների որակի հետ, որոնք նորությունների մասնագետների համար մուտք են ապահովում: Օրինակ՝ Ֆլորիդայում առողջ օրենսդրությունը, որը հայտնի է որպես «արեւի լույսի օրենքներ», լրագրողների եւ հասարակության անդամների համար լայն մուտք է երաշխավորում դեպի համարյա բոլոր պետական եւ տեղական մարմինների փաստաթղթերը, տեղեկատվական բազաները եւ պետական պաշտոնյաների հանդիպումները: Այս օրենքներն օգնել են ստեղծել Միացյալ Նահանգների ամենաեռանդուն, ամենապրոֆեսիոնալ եւ ամենաեկամտաբեր լրագրողական կուլտուրաներից մեկը: Ի հավելումն այս ամենի, Ֆլորիդայի թերթերից շատերը, ինչպես օրինակ «Սանկտ Պետերբուրգ թայմս»-ը, «Մայամի հերալդ»-ը եւ «Օռլանդո սենթինել»-ը, չեն հանդուրժում իրենց անձնակազմի կողմից թույլ տրված սխալները՝ անմիջապես ուղղումներ հրապարակելով եւ կրկնվող սխալների կամ սխալ տեղեկությունների համար լրագրողներին արագորեն աշխատանքից ազատելով:

Պետությունները եւ միջազգային կազմակերպությունները կարող են դեր ունենալ այսպիսի տեղեկատվական կուլտուրայի համար հող նախապատրաստելու հարցում, ինչն իր հերթին կնպաստի որպես բիզնես զարգանալու լրատվամիջոցների ունակությամբ: Աշխատող տեղեկատվական տնտեսությունը նորություններ տրամադրող լրատվամիջոցների տարբեր տեսակներում պահանջում է մասնագետների բազմաթիվ շերտեր, որոնք կհավաքեն, կվելուծեն եւ կմատակարարեն տեղեկատվությունն այնպես, որ դրա կարիքն ունեցող մարդիկ կարողանան օգտագործել այն: Համարյա բոլոր օրենքները եւ կարգավորումները պետք է դիտվեն այսպիսի տնտեսությանը նպատակահարմարության տեսանկյունից: Իսկապես, հասարակական տեղեկատվությունը պետք է օրենքների եւ կարգավորումների քննարկման գործընթացի մի մասը լինի մինչեւ դրանց ընդունումը, մի գործընթաց, որը կօգնի կանխարգելել գաղտնիության մուտքն ընդհանուր համայնապատկերի մեջ, ինչը նվազեցնում է լրատվամիջոցների ունակությունը՝ զարգանալ որպես նորությունների եւ ժամանակին տրամադրվող տեղեկատվության հիմնական միջնորդ:

Բացի այլ երկրներում բացահայտության եւ թափանցիկության այսպիսի քաղաքականությունը հասկանալուն եւ կիրառելուն նպաստելը, զարգացած արդյունաբերական երկրները եւ միջազգային դոնոր կազմակերպությունները կարող են նաեւ կայունացնել նորություններ տրամադրող լրատվամիջոցները՝ ուշադրություն դարձնելով այնպիսի ծրագրերի վրա, որոնք բարելավում են նորություններ տրամադրող լրատվամիջոցների տնօրենների, ֆինանսական կառավարիչների եւ լրատվամիջոցների ֆինանսական կայունությունն ապահովելու գործընթացին մասնակից այլ անձանց կառավարման ունակությունները: Շատ երկրներ չունեն նման ուսուցումներ կազմակերպելու համար անհրաժեշտ ինֆրակառուցվածքներ՝ զարգացող աշխարհում լրագրության դպրոցների մեծ մասը ուշադրությունը դարձնում է ժուռնալիստական ունակությունների վրա՝ այսինքն լուսաբանման եւ գրելու վրա: Քիչ թվով զարգացող երկրներ ունեն լրատվական բիզնեսի խորհրդատուներ, որոնք կարող են լրատվական ընկերություններին խորհուրդներ տալ իրենց ռազմավարությունների վերաբերյալ: Ներկայումս Կանադայի միջազգային զարգացման գործակալության աջակցությամբ Համաշխարհային բանկի ինստիտուտը Ռուսաստանում մի ծրագիր է իրականացնում, որն ուղղված է լրատվական բիզնեսի խորհրդատուների համակարգի ստեղծմանը՝ Մոսկվայից դուրս գտնվող խոշոր շրջանների թերթերի հետ աշխատելու նպատակով: Այլ կազմակերպությունները, ինչպես օրինակ Լրատվամիջոցների զարգացման փոխառությունների հիմնադրամը, օգնում է տեղեկատվական կազմակերպություններին մշակել կենսունակ բիզնես պլաններ եւ ֆինանսավորում է այդ պլանները բնական, բիզնես-ուղղվածություն ունեցող ճանապարհով:

Նման մոտեցումներն ընկած են թերթերի համաշխարհային ընկերակցության աշխատանքի հիմքում, որը փորձում է թերթերի կառավարիչների իր համաշխարհային

ցանցն օգտագործել որպես զարգացող եւ անցումային շրջանում գտնվող երկրներում ուսուցման ծրագրերի աղբյուր: ԱՄՆ կողմից աջակցություն ստացող «Ինտերնյուս» կազմակերպությունը նման էական ազդեցություն ունի հեռուստատեսային արդյունաբերությունում կառավարման ունակությունները բարելավելու գործում, մասնավորապես, Ռուսաստանի շրջաններում: Նման ծրագրերը պետք է իրենց ուշադրությունն ուղղեն բարձրորակ, տեղեկատվության վրա հիմնված բիզնեսների իրականացման հիմնական մեխանիզմների վրա՝ ընդունելով այն հատուկ դերը, որ անկախ լրատվամիջոցները խաղում են պետությունների տնտեսական եւ քաղաքական համակարգերում:

Վերջապես, բոլոր երկրները՝ Ալբանիայից մինչեւ Ջամբիա, սկսել են ընկալել ավելի մեծ քանակությամբ գիտելիքների վրա հիմնված տնտեսական համակարգերի զարգացման կարելիությունն իրենց տնտեսական ապագայի համար: Նրանք ցանկանում են հնարավորություններ գտնել զարգացնելու համար շարժառիթները, քաղաքականությունը, կրթական համակարգերը եւ տեխնիկական գիտելիքները, ինչը նրանց հնարավորություն կտա օգտվել այն հսկայական փոփոխություններից, որ բերում է հաղորդակցման եւ տեղեկատվական տեխնոլոգիաների արագ տարածումը: Նման երկրները պետք է հասկանան, որ ազատ եւ պրոֆեսիոնալ լրատվամիջոցներ ստեղծելու վրա իրենց ուշադրությունն ուղղելը (եւ քննադատությունը հանդուրժել սովորելը) կարող են դեպի դրական փոփոխություններ տանող առաջին քայլերը լինել:

Գրականություն

Belin, Laura. 2001. "Verdict Against TV-6 Is Latest Warning to Opposition Media." *Russian Political Weekly* 1(25), October 15. Available online: <http://www.rferl.org/rpw/2002/10/25-151001.html> .

Freedom House. 2000. *Censor Dot Com: The Internet and Press Freedom: 2000*. New York.

Fulmek, Alexej. 2001. "A Manual for Survival: A Case Study of the Slovak Opposition Newspaper SME." Media Manual Series. Prague: Media Development Loan Fund.

Kaufmann, Daniel, Aart Kray, and Pablo Zoido-Lobatan. 1999. "Governance Matters." Policy Research Working Paper. World Bank, Washington, D.C.

Norris, Pippa. 2001. *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge, U.K.: Cambridge University Press.

Repkova, Tatiana. 2001. *New Times: Making a Professional Newspaper in an Emerging Democracy*. Paris: World Association of Newspapers.

Sen, Amartya. 1999. *Development as Freedom*. New York: Alfred A. Knopf.

World Association of Newspapers. 2001. *World Press Trends 2001*. Paris.

World Bank. 2001a. *Global Economic Prospects*. Washington, D.C.

———. 2001b. *World Development Indicators*. Washington, D.C.

Zassoursky, Ivan. 2001. "Russia Media in the Nineties: Driving Factors of Change, Actors, Strategies and the Results." Available online: <http://www.geocities.com/zassoursky/artic.htm>.

ՄԱՍ III

ԻՆՉ ԵՆ ԱՍՈՒՄ ԼՐԱՏՎԱՄԻՋՈՑՆԵՐԸ
ԼՐԱՏՎԱՄԻՋՈՑՆԵՐԻ ՄԱՍԻՆ

13

Աշխարհի լավագույն մասնագիտությունը *

Գաբրիել Գարսիա Մարկես

Կոլումբիայում գտնվող մի համալսարանի տնօրինությանը հարցրեցին, թե ընդունակությունների եւ մասնագիտական կարողությունների վերաբերյալ ինչ տեստեր են առաջարկվում այն դիմորդներին, ովքեր ցանկանում են լրագրություն սովորել: Պատասխանը միանշանակ էր. «Լրագրողներն արտիստներ չեն»: Այս տեսակետն անշեղորեն ուղղորդվում է այն համոզմունքով, որ լրագրությունը գրական ժանր է:

Հիսուն տարի առաջ լրագրության դպրոցները մոդայիկ չէին: Այս արվեստը սովորում էին խմբագրությունների մոտությունների բաժնում, տպարաններում, փողոցների անկյուններում գտնվող կիսախարխուլ սրճարաններում եւ ամեն ուրբաթ կազմակերպվող երեկոյաներում: Թերթերն արտադրվում էին հանքարության սկզբուքով, երբ անհրաժեշտ ուսուցումը եւ տեղեկատվությունը տրամադրվում էին (եւ տեսակետներն առաջանում) համագործակցության մթնոլորտում, որտեղ պահպանվում էր շիտակությունը: Լրագրողները խիտ համախմբված էին: Մենք նույն կյանքն էինք վարում եւ այնքան մոլեռանդորեն էինք կապված մեր մասնագիտությանը, որ ոչ մի այլ բանի մասին չէինք խոսում: Աշխատանքն ինքը նպաստում էր ընկերություն անելուն, ինչը շատ քիչ ժամանակ էր թողնում մասնավոր կյանքի համար: Չնայած այն ժամանակ գոյություն չունեին խմբագրական կոլեգիաներ ներկայիս պաշտոնական իմաստով, սակայն երեկոյան ժամը հինգին ամբողջ անձնակազմն ինքնաբերաբար հավաքվում էր օրվա լարվածությունից առժամանակ կտրվելու եւ այնպիսի մի վայրում սուրճ խմելու համար, որտեղ խմբագրական գործունեություն էր իրականացվում: Դա մի տեսակ ազատ հավաքույթ էր, որտեղ յուրաքանչյուր բաժնի թեմաների շուրջ թեժ քննարկումներ էին ընթանում եւ որտեղ հաջորդ առավոտվա համարում լույս տեսնող հոդվածների վերջին ճշգրտումներն էին կատարվում: Այն մարդիկ, ովքեր չէին սովորում այս 24-ժամյա թեժ բանավեճերի քոչվոր դպրոցներում, կամ նրանք, ում ձանձրացնում էին այդտեղ ընթացող քննարկումները, նրանք էին, ովքեր հավատում էին կամ ուզում էին հավատալ, որ իրենք լրագրողներ են, սակայն իրականում այդպիսին չէին:

Այն ժամանակ լրագրությունը բաժանվում էր երեք հիմնական դասերի՝ նորություններ, թեմատիկ հոդվածներ եւ խմբագրականներ: Ամենամեծ նրբությունը պահանջող եւ ամենահեղինակավոր բաժինը խմբագրական բաժինն էր: Ռեպորտաژի աշխատանքն ամենաքիչ արժեքավորվողն էր, քանի որ ենթադրվում էր, որ նա սկսնակ է, ում հանձնարարվել է սեւ աշխատանքը: Ինչպես ժամանակը, այնպես էլ մասնագի-

Քաղվածք 1996թ. հոկտեմբերի 7-ին Լոս Անջելեսում կայացած Միջամերիկյան մամուլի ընկերակցության 52-րդ համաժողովում կոլումբիացի լրագրող եւ գրող, գրականության Նոբելյան մրցանակի դափնեկիր եւ Լատինական Ամերիկայում լրագրության նոր մոտեցման հիմնադրամի (Fundacion para un Nuevo Periodismo Iberoamericano) նախագահ Գաբրիել Գարսիա Մարկեսի ելույթից:

տությունը ցույց են տվել, որ լրագրության ներվային համակարգն աշխատում է ժամացույցի սլաքին հակառակ, այսինքն՝ 19 տարեկանում ես իրավագիտության դպրոցի ամենավատ աշակերտն էի եւ իմ կարիերան սկսեցի որպես խմբագրության անձնակազմի անդամ: Աստիճանաբար, ջանադրաբար աշխատելով, ես սկսեցի առաջ գնալ՝ աշխատելով տարբեր բաժիններում, մինչեւ որ դարձա սովորական հին լրագրող:

Այս մասնագիտությամբ աշխատելու համար լայն մշակութային հիմք էր անհրաժեշտ, որը տրամադրում էր անմիջապես աշխատանքային մթնոլորտը: Ընթերցանությունն աշխատանքի համար անհրաժեշտ հավելյալ պայման էր: Ինքնակրթվածները սովորաբար գիտելիքների ծարավ ունեցող եւ ընդունակ աշակերտներ են: Սա հատկապես ճիշտ է իմ դարաշրջանի մարդկանց վերաբերյալ, քանի որ մենք ցանկանում էինք ճանապարհ հարթել աշխարհի լավագույն մասնագիտության (ինչպես մենք էինք այն անվանում) առաջընթացի համար: Ալբերտո Լերաս Կամարգոն, որը երկար տարիներ աշխատել է որպես լրագրող եւ երկու անգամ եղել է Կոլումբիայի նախագահը, նույնիսկ միջնակարգ դպրոց չէր ավարտել:

Յետագայում լրագրության դպրոցների ստեղծումը գիտական շրջանների արձագանքն էր այն փաստին, որ այդ մասնագիտությունը կրթական հիմք չուներ: Տվյալ պահին խոսքը վերաբերում է ոչ միայն տպագիր լրատվամիջոցներին, այլ նաեւ լրատվամիջոցների բոլոր ոլորտներին, որոնք ստեղծվել են կամ դեռ ստեղծվելու են:

Սակայն նոր զարգացումները այս մասնագիտությունը նույնիսկ հեռացրել են 15-րդ դարում իր ծննդյան օրվանից ստացած համեստ անվան իմաստից: Այն այլեւս չի կոչվում լրագրություն (ժուռնալիստիկա), այլ հաղորդակցման գիտություն կամ զանգվածային հաղորդակցություն: Ընդհանուր առմամբ, կարելի է ասել, արդյունքները գոհացուցիչ չեն: Կյանքի շեմին կանգնած ուսանողները, որոնք ինստիտուտներն ավարտում են անիրական մեծ սպասումներով, կարծես կորցրած լինեն իրականության եւ իրական աշխարհում կյանքի գլխավոր խնդիրների հետ կապը եւ սեփական առաջընթացին ավելի մեծ կարեւորություն են տալիս, քան իրենց մասնագիտությանը եւ բնական ունակություններին: Սա հատկապես ճշմարիտ է երկու՝ ստեղծագործական ունակությունների եւ փորձի առումով:

Ուսանողների մեծամասնությունն այս մասնագիտություն մուտք է գործում ակնհայտ թերի պաշարով՝ նրանք լուրջ խնդիրներ ունեն կապված քերականության եւ ուղղագրության հետ եւ չեն կարողանում միանգամից ընկալել ընթերցված նյութը: Նրանցից ոմանք հպարտանում են, թե կարող են ընթերցել նախարարի գրասեղանին գլխավայր դրված գաղտնի փաստաթուղթը, որ կարող են ձայնագրել սովորական զրույցն առանց խոսակցին տեղյակ պահելու կամ ընդունակ են հրապարակել այն խոսակցության բովանդակությունը, որն իրենք նախապես համաձայնել էին գաղտնի պահել: Ամենաշատ անհանգստություն պատճառում է այն, որ այս բարոյական խեղումները հիմնված են մեր մասնագիտության՝ գիտակցականորեն ընդունված եւ հպարտությամբ շեշտվող այն «ռիսկային» տեսակետի վրա, թե ցանկացած գնով որեւէ բան առաջինն իմանալն ամեն ինչից վեր եւ կարելու: Այն գաղափարը, որ լավագույն նորությունը միշտ չէ, որ առաջինը ստացվածն է, այլ շատ հաճախ այն, որը լավագույն կերպով է ներկայացված, նրանց համար ոչինչ չի նշանակում: Այս անձանցից ոմանք, հասու դառնալով իրենց թերություններին, կարծում են, որ խաբվել են համալսարաններում եւ արտահայտություններ չեն խնայում իրենց ուսուցիչներին մեղադրելու, թե վերջիններս չեն պատվաստել ներկայումս իրենցից պահանջվող արժանիքները, մասնավորապես՝ հենց կյանքի նկատմամբ հետաքրքրությունը:

Ակնհայտ է, որ սա քննադատություն է, որը կարող է ուղղվել կրթությանն ընդհանրապես, որն աղավաղվել է այնպիսի դպրոցների բազմաքանակության պատճառով,

որոնք շարունակում են կիրառել ուսուցում տրամադրելու փոխարեն տեղեկատվություն տրամադրելու խեղաթյուրված գործելաոճը: Լրագրության մասնավոր դեպքում, սրա պատճառը կարծես թե առեստի միջոցների զարգացման արագությամբ այս մասնագիտության զարգացման անընդունակությունն է, ինչպես նաև այն փաստը, որ լրագրողները մոլորվում են մեծ արագությամբ առաջ սլացող տեխնոլոգիաների կողմից ստեղծված լաբիրինթոսներում: Այլ կերպ ասած, ընկերությունների միջև կատարյալ մրցակցություն գոյություն ունի ժամանակակից միջոցներ ձեռք բերելու խնդրում, սակայն նրանք հապաղում են, երբ գործը վերաբերում է իրենց անձնակազմը կրթելուն եւ այն մեխանիզմները կիրառելուն, որոնք նախկինում խթանում էին թիմային ոգին: Խմբագրությունների նորությունների բաժինները դարձել են ստերիլ լաբորատորիաներ, որտեղ մարդիկ լարված աշխատում են միայնության մեջ, վայրեր, որտեղ թվում է թե ավելի հեշտ է հաղորդակցվել կիբերտարածության, քան թե ընթերցողների հոգին հուզելու միջոցով: Ապամարդկայնացումը տարածվում է վտանգավոր արագությամբ:

Չեշտ չէ հասկանալ, թե ինչպես են տեխնոլոգիաներն, իրենց ամբողջ փառքով հանդերձ, եւ հաղորդակցությունը, որը տեղի է ունենում կայծակնային արագությամբ (բաներ, որոնց մասին մենք ժամանակին երազում էինք), կարողացել արագացնել եւ սաստկացնել աշխատանքի ավարտման ժամկետների հետ կապված տագնապը: Սկսնակները բողոքում են, որ խմբագիրներն իրենց երեք ժամ են հատկացնում այնպիսի առաջադրանք կատարելու համար, որն իրականում հնարավոր չէ վեց ժամից պակաս ժամկետում ավարտել, որ նրանք խնդրում են երկու սյունյակի չափով նյութ պատրաստել, իսկ հետո, վերջին պահին, իրենց տրամադրում են ընդամենը կես սյունյակ, եւ որ աշխատանքի ավարտման ժամկետների քառասյին իրավիճակում ոչ մեկը ժամանակ կամ ցանկություն չունի իրենց բացատրություն տալու, առավել եւս սփոփանքի խոսք ասելու: «Նրանք մեզ նույնիսկ չեն կշտամբում», - ասում էր մի սկսնակ լրագրող, որը ցանկանում էր իր վերադասներից պատասխան արձագանք ստանալ: Տիրում է լռություն՝ խմբագիրը, որը ժամանակին կարեկից իմաստում էր, այժմ հազիվ էներգիա ու ժամանակ ունի տեխնոլոգիաների կողմից պարտադրված ուժասպառ անող արագությանը դիմանալու:

Իմ կարծիքով, շտապողականությունը եւ ծավալի վերաբերյալ սահմանափակումներն են, որ նվազեցրել են ռեպորտաժի վարկը, որը մենք միշտ համարել ենք անենահեղինակավոր ժանրը, սակայն նաև ավելի շատ ժամանակ, հետազոտություններ, մտածվածություն եւ գրելու առաջնակարգ ունակություն պահանջողը: Ռեպորտաժն, իրականում, փաստերի մանրամասն եւ ճշգրիտ վերականգնումն է: Այլ կերպ ասած, դա իր ամբողջականությամբ նորություն է, երբ տեղի ունեցած իրադարձությունները ներկայացվում են այնպես, որ ընթերցողը կարծի, թե ինքն անմիջապես ականատես է եղել այդ իրադարձություններին:

Մինչեւ հեռատիպերի եւ տելեքսների ներմուծումը, հեռահաղորդակցության ոլորտի ֆանատիկոսներից ինչ-որ մեկը ռադիոալիքների կակաֆոնիայի միջից արագորեն դուրս էր բերում համաշխարհային նորությունները, իսկ բազմազգիտակ խմբագիրը այն ամբողջականացնում էր մանրամասներով եւ նախնական տեղեկատվությամբ. դա նման էր մեկ ողնուկի հիման վրա դիտողավոր ամբողջ կմախքը վերակառուցելուն: Արգելվում էր միայն նորությունների մեկնաբանումը, քանի որ դա համարվում էր գլխավոր խմբագրի սուրբ իրավունքը, որի խմբագրական հողվածները ենթադրվում էր, որ ինքն անձամբ է գրում, չնայած գուցե այդպես չէր: Ի հավելումն, ձեռագիրը համարյա միշտ հայտնի էր իր ոլորագծերով: Հայտնի գլխավոր խմբագիրներն ունեին իրենց անձնական լինոտիպի օպերատորները, որոնց աշխատանքը նրանց ձեռագիրը վերծանելն էր:

Անցած 50 տարիների ընթացքում իրականացված մի կարելու բարելավումն այն է, որ նորությունները եւ ռեպրոտաժներն այժմ ուղեկցվում են մեկնաբանություններով եւ կարծիքներով, իսկ նախնական տեղեկատվությունն օգտագործվում է խմբագրական հոդվածները հարստացնելու համար: Սակայն կարծես թե սա լավագույն արդյունքների չի հանգեցնում, քանի որ այս մասնագիտությունը երբեք այսքան վտանգավոր չի թվացել, ինչքան այժմ: Գիշտ կամ սխալ հայտարարություններում չակերտների չափից ավելի շատ օգտագործումը հնարավորություն է ստեղծում պատահական կամ մտածված սխալների, կանխամտածված եւ թունալի աղավաղումների համար, որոնք նորություններին մահացու զենքի ուժ են հաղորդում: Ամբողջապես վստահելի աղբյուրներից, հիմնականում քաջատեղյակ անձանցից, գաղտնիություն պահանջող բարձրաստիճան պաշտոնյաներից կամ ամեն ինչ իմացող, սակայն երբեք ոչ մեկի կողմից չնկատվող դիտորդներից մեջբերումները հնարավորություն են ընձեռում բոլոր տեսակի խախտումների համար անպատժելի մնալ: Խախտումներ կատարողն իր շուրջն ամրոց է կառուցում՝ մեջբերելով աղբյուրը չբացահայտելու իր իրավունքը, առանց ինքն իրեն հարց տալու, թե արդյոք ինքն իր աղբյուրին թո՞ւյլ չի տալիս հեշտությամբ շահագործել իրեն՝ այնպիսի տեղեկատվություն փոխանցելով, որը «փաթեթավորված» է աղբյուրի համար ամենաբարենպաստ ձեւով: Իմ կարծիքով, վատ լրագրողը հավատացած է, որ իր բարեկեցության առումով ինքը կախում ունի իր աղբյուրից, հատկապես երբ աղբյուրը պաշտոնական է, եւ այս պատճառով այն համարում է սրբություն սրբոց, համաձայնում է նրա հետ, պաշտպանում է նրան եւ վերջիվերջո վտանգավոր համագործակցության փոխհարաբերություններ է հաստատում նրա հետ, ինչը նույնիսկ հանգեցնում է այլ աղբյուրներին կասկածանքով վերաբերվելուն:

Չավանաբար սա կարող է բավականին անեկդոտային թվալ, սակայն ես կարծում եմ, որ այս գործընթացում գոյություն ունի մեկ այլ խոշոր մեղադրյալ՝ ձայնագրիչը: Մինչեւ դրա ներմուծումը, այս մասնագիտությունը բավականին լավ գործում էր աշխատանքի իր երեք միջոցներով (որոնք իրականում եւ փաստորեն համակցվում էին մեկի մեջ)՝ ծոցատետր, անդրդվելի ազնվություն եւ մի զույգ ականջ, որ մենք, որպես լրագրողներ, դեռեւս կիրառում ենք լսելու համար այն, ինչ մեզ ասում են: Ձայնագրիչի մասնագիտական եւ բարոյական կիրառումը դեռեւս գոյություն չունեն: Մարդիկ պետք է իրենց երիտասարդ գործընկերներին սովորեցնեն, որ ժապավենը ոչ թե իրենց հիշողության փոխարինողն է, այլ ավելի շուտ այս մասնագիտության նախկին տարիների ընթացքում բավականին վստահելի ծառայություններ մատուցած սովորական ծոցատետրի կատարելագործված տարբերակը: Ձայնագրիչը լսում է, բայց չի ընկալում, եւ, էլեկտրոնային թութակի նման կրկնում է, բայց չի մտածում: Նրա վրա կարելի է հույս դնել, սակայն այն հոգի չունի եւ, վերջնական առումով, նրա բառացի փոխանցումն այնքան վստահելի չէ, ինչքան այն անձինը, որն ուշադրություն է դարձնում խոսողի կենդանի բառերին, կիրառում է իր մտավոր կարողությունները դրանք զնահատելու համար՝ իր բարոյական չափանիշների վրա հիմնվելով: Չնայած ձայնագրիչը, ռադիոյի նման, հսկայական առավելություն է տրամադրում բառերի անմիջապես եւ ճշգրիտ փոխանցումն ապահովելու առումով, սակայն այն կիրառելու դեպքում հարցազրույց անցկացնողներից շատերը չեն լսում ներկայացվող պատասխանները, քանի որ մտածում են հաջորդ հարցի մասին:

Ձայնագրիչների պատճառով հարցազրույցներին չափազանց մեծ է թյուր նշանակություն է տրվում: Ռադիոն եւ հեռուստատեսությունը, ելնելով իրենց բնույթից, դրանք վերածել են գերագույն ժանրի: Տպագիր լրատվամիջոցները կարծես թե նույնպես կիսում են այն թյուր կարծիքը, թե ճշմարտությունը ոչ այնքան իրադարձության ականատես լրագրողի բառերում է, որքան հարցազրույց տվողի ներկայացրա-

ծի մեջ: Թերթերի շատ աշխատակիցների համար սղագրելը լուրջ փորձություն է: Նրանք շփոթում են բառերը, վրիպում իմաստաբանության, սաթաքում՝ ուղղագրության առունով եւ խճճվում շարահյուսության մեջ: Այս խնդրի լուծումը հավանաբար ծոցատետրերին վերդառնալն է, որպեսզի լրագրողները կիրառեն իրենց մտավոր ունակությունները՝ լսելու ընթացքում խմբագրելու համար եւ ձայնագրիչին թողնեն, որ կատարի արժեզուրկ վկայի իր դերը: Ամեն դեպքում, մխիթարական է, որ բազմաթիվ բարոյական եւ մի շարք այլ բացթողումներ, որոնք գցում են ժամանակակից լրագրության արժանապատվությունը եւ խայտառակում այն, միշտ չէ, որ բխում են բարոյականության պակասից, այլ նաեւ՝ մասնագիտական ունակությունների պակասության հետեւանք են:

Ձանգվածային հաղորդակցության ուսումնական ծրագրերի թերությունը, հավանաբար, այն է, որ չնայած դրանք մասնագիտության համար կարելու շատ բաներ են սովորեցնում, սակայն շատ քիչ բան են սովորեցնում անմիջապես մասնագիտության մասին: Անկասկած, հումանիտար ծրագրերը պետք է պահպանվեն, չնայած դրանք պետք է պակաս անորոշ եւ կարծր լինեն, որպեսզի ուսանողներին տրամադրեն այն մշակութային նախադրյալները, որոնք նրանք չեն ստանում միջնակարգ դպրոցում: Այսինքն՝ կրթության ցանկացած տեսակ պետք է իր ուշադրությունը բեւեռի երեք հիմնական ոլորտներին՝ ընդունակություններին եւ հակուններին նախապատվություն տրամադրելուն, հստակորեն սահմանելուն, որ հետազոտությունը մասնագիտության առանձնահատկությունը չէ, այլ ավելի շուտ բոլոր լրագրողները պետք է, ըստ սահմանման, հակում ունենան դեպի հետազոտությունները, եւ այն գիտակցության կառուցմանը, որ բարոյական չափանիշները չեն կարող պատահականության արդյունք լինել, դրանք մեղվի բզզոցի պես պետք է յուրաքանչյուր լրագրողի մշտական ուղեկիցը լինեն:

Գերագույն նպատակը պետք է լինի կրթության հիմնական մակարդակին վերադառնալը՝ փոքր խմբերով կազմակերպված սեմինարների միջոցով, որոնք տրամադրում են պատմական փորձի քննադատական գնահատականը հասարակական ծառայության բուն միջավայրում: Այլ կերպ ասած, երբ խոսքը ուսուցման մասին է, ապա պետք է վերակենդանացվի երեկոյան ժամը 5-ի հավաքությունների ոգին:

Ես պատկանում եմ Կարթագենա դե Ինդիասում գործող անկախ լրագրողների խմբին, որը ձգտում է դա անել ամբողջ Լատինական Ամերիկայում փորձնական, շրջիկ սեմինարների միջոցով եւ բավականին վերամբարձ հնչողություն ունեցող անվանում ունի՝ Լատինական Ամերիկայում լրագրության նոր մոտեցման հիմնադրամ (Fundacion para un Nuevo Periodismo Iberoamericano): Սա նախնական ծրագիր է, այն լրագրողների համար, ովքեր դեռ նոր են սկսում իրենց կարիերան: Նրանք աշխատում են մի առանձին ոլորտում (ռեպորտաժներ, խմբագրում, ռադիո եւ հեռուստատեսային հարցազրույցներ եւ մի շարք այլ գործունեություն)՝ մասնագիտության վերաբերյալի ղեկավարության ներքո:

Հիմնադրամի հայտարարությանն արձագանքելով՝ թեկնածուներին առաջարկում են այն լրատվական կազմակերպությունները, որտեղ նրանք աշխատում են, եւ այդ կազմակերպություններն էլ ծածկում են ճանապարհային, բնակարանային եւ գրանցման ծախսերը: Մասնակիցները պետք է ունենան 30-ից ցածր տարիք, երեք տարուց ոչ պակաս աշխատանքային փորձ եւ ցուցադրեն մասնագիտացման ոլորտում իրենց ընդունակությունները եւ ունակությունների մակարդակը՝ ըստ սեփական ընտրության ներկայացնելով իրենց ամենավաղ եւ ամենավատ աշխատանքները:

Յուրաքանչյուր սեմինարի տեւողությունը կախված է հյուրընկալվող դասախոսների ժամանակի հնարավորությունից, որոնք մեծ մասամբ մեկ շաբաթից ավել ժամանակ չեն կարողանում տրամադրել: Սեմինարների ընթացքում դասախոսը չպետք է փորձի մասնակիցներին տեսական դոգմաներ եւ ուսումնական գիտելիքներ ներկա-

յացնել, այլ՝ կլոր սեղանների շուրջ հզորացնել նրանց ունակությունները, օգտագործելով գործնական վարժություններ՝ նպատակ ունենալով նրանց հետ կիսել այս մասնագիտությունում իր ունեցած փորձը: Նպատակը ոչ թե մարդկանց ուսուցանելն է, թե ինչպիսին պետք է լինի լրագրողը, այլ ավելի շուտ՝ գործնական վարժությունների միջոցով նրանց ունակությունները հղկելը: Չեն լինում վերջնական քննություններ կամ գնահատականներ, չեն տրվում որեւէ տեսակի դիպլոմներ կամ սերտիֆիկատներ: Գնահատման գործընթացն ինքնին տեղի կունենա նրանց ունակությունների գործնական կիրառման ժամանակ:

Առաջին հեշտ չէ այս գործընթացին գնահատական տալ կրթական տեսանկյունից: Սակայն, այսուհանդերձ, մեզ գոտեպնդում է սեմինարների մասնակիցների աճող խանդավառությունը, երեւոյթ, որն արդեն լրատվամիջոցներում այդ անձանց այլախոհության եւ ստեղծարար ըմբոստացման բերրի հող է նախապատրաստում, մի մոտեցում, որը բավականին հաճախ աջակցություն է գտնում նրանց տնօրենների խորհուրդների կողմից: Միայն այն փաստը, որ տարբեր երկրներից 20 լրագրողներ հանդիպել են, որպեսզի հինգ օր քննարկեն իրենց մասնագիտությունը, արդեն նրանց եւ լրագրության համար առաջընթաց է նշանակում: Ի վերջո, մենք լրագրության ուսուցման նոր ձեւ չենք առաջարկում, այլ ձգտում ենք վերակենդանացնել հին ձեւերը:

Լավ կլիներ, որ լրատվամիջոցներն աջակցեին փրկության այս առաքելությանը կամ իրենց նորությունների բաժիններում, կամ էլ հատուկ այդ նպատակով ստեղծված սցենարների ստեղծմամբ, ինչպես դա արվում է թռիչքային տրինաժորների դեպքում, որոնք կարող են վերստեղծել թռիչքի ժամանակ հանդիպող բոլոր պատահարները, որպեսզի ուսանողները սովորեն խուսափել աղետներից մինչեւ նման պատահարներն իրական կյանքում հանդիպելը: Լրագրությունն անզուսպ կիրք է, որը կարող է բորբոքվել եւ մեղմվել միայն իրականության հետ հստակ հակամարտությամբ: Իր արյան մեջ սա չունեցող որեւէ մեկը չի կարող ընկալել դրա ձգողական ուժը, որը լիցքավորվում է կյանքի անկանխատեսելիությամբ: Այս փորձը չունեցող ոչ մեկը չի կարող ընկալել նորություններից բորբոքվող արտասովոր հուզմունքը, թափված ջանքերի առաջին պտուղները վայելելու բացարձակ խանդավառությունը եւ անհաջողության պատճառով առաջացող բարոյական ամայացումը: Նա, ով սրա համար չի ծնվել եւ պատրաստ չէ ապրելու սրա եւ միայն սրա համար, չի կարող կառչել այս մասնագիտությանը, որն այդքան անըմբռնելի եւ կլանող է, երբ աշխատանքն ավարտվում է նորությունների յուրաքանչյուր հրապարակումից հետո, երբ թվացյալ ավարտվածության զգացում կա՝ անմիջապես հաջորդ առավոտյան ամեն ինչ կրկին եւ ավելի մեծ լարվածությամբ սկսելու համար՝ առանց գեթ մի վայրկյան հանգստանալու:

14

Լրատվամիջոցները եւ տեղեկտվության մատչելիությունը Թաիլանդում

Կավի Չոնգկիտավորն

1835թ.-ին քրիստոնյա միսիոներները Թաիլանդ բերեցին առաջին տպագրական հաստոցը: Այդ ժամանակ տպագրությունը հետաքրքրություն էր ներկայացնում հիմնականում թագավորական արքունիքի եւ օտարերկրյա միսիոներների ու առեւտրականների համար: 1844-1877թթ. ընթացքում առնվազն յոթ անգլերեն թերթեր սկսեցին հրատարակվել եւ դադարեցրին իրենց գործունեությունը: Թագավոր Մոնգկուտի (Ռամա 4-րդ) կողմից 1858թ.-ին հիմնադրված թագավորական հրատարակություններից մեկը՝ «Ռատչակիտյան» (Թագավորական թերթ), մինչ այժմ գոյություն ունի եւ կիրառվում է որպես ակտերի, որոշումների, կառավարական հաղորդագրությունների եւ նոր օրենքների հրապարակաման պաշտոնական լրատվամիջոց: Օրաթերթերն ընդունելություն գտան թագավոր Վաջիրավուդիի (Ռամա 6-րդ) իշխանության օրոք՝ 1910-ականների սկզբներին, երբ տպագրվում էին 20 օրաթերթեր՝ ներառյալ մեկ չինարեն եւ երկու անգլերեն հրատարակությունները: Թագավոր Վաջիրավուդիը, ինքը բեղմնավոր գրող լինելով, օգտագործում էր բազմաթիվ ծածկանուններ՝ օրվա խնդիրների վերաբերյալ թերթերում մեկնաբանող հոդվածներ գրելու համար:

Մեր օրերում թաիլանդական լրատվամիջոցները համարվում են Ասիայում ամենաազատներից մեկը, չնայած միապետությանը քննադատելն արգելվում է: Ամբողջ աշխարհի մամուլի վերաբերյալ «Freedom House»-ի վերջերս կատարած ուսումնասիրության մեջ Թաիլանդը դասակարգվել է որպես նորություններ տրամադրող լրատվամիջոցների համար Ասիայում վեց ամենաազատ երկրներից մեկը՝ ճապոնիայի, Կորեայի Չանրապետության, Մոնղոլիայի, Ֆիլիպինների եւ Թայվանի (Չինաստան) հետ: «Freedom House»-ի 1999թ.-ի տարեկան հաշվետվությունը Թաիլանդում մամուլի վիճակը նկարագրում է հետեւյալ կերպ.

Տարին վատ սկսվեց. մեկ լրագրող սպանվեց՝ կաշառք վերցնելուց հրաժարվելու պատճառով: Չնայած դրան, թաիլանդական լրատվամիջոցները նորից ցուցադրեցին իրենց՝ Ասիայում ֆինանսական քառսի պայմաններում: Քանի որ ասիական լրատվամիջոցները չնախազգուշացրեցին ճգնաժամի մասին, մամուլը, հատկապես Թաիլանդում, համարվեց անհրաժեշտ միջոց երկրի ֆինանսական դիրքը բարելավելու խնդրում: Նոր ազգային տեղեկատվական ակտը նպաստում է կառավարության թափանցիկությանը: Թեժ քաղաքական եւ տնտեսական նորությունները սովորական դարձան շատ թերթերում եւ հանդեսներում, որոնց բովանդակությունն ավանդաբար զվարճալի նորություններն ու գեղարվեստական գրականությունն էին կազմում: Թերթերը նաեւ հետաքննում էին տնտեսական ճգնաժամի սոցիալական հետեւանք-

ները: Ռադիո եւ հեռուստակայանների մեծ մասը վերահսկվում է կառավարության կամ զինված ուժերի կողմից եւ պակաս ունակ էր արագորեն հետեւելու տպագիր լրատվամիջոցների այս նոր բացությանը:

Թաիլանդական օրինակը ցույց է տալիս, թե ինչպես օրենքներում կատարվող փոփոխությունները կարող են փոփոխել մարդկանց գործելաոճը նույնիսկ այնպիսի հասարակություններում, որոնք ավանդաբար փակ են եղել: Չնայած ավելի մեծ բացահայտության նկատմամբ պահանջարկ առաջանալու համար անհրաժեշտ եղավ տնտեսական ճգնաժամ ապրել, սակայն օրենքը երաշխավորեց, որ մարդկանց վերաբերմունքը կփոփոխվի նույնիսկ ճգնաժամի ավարտից հետո:

Տպագիր լրատվամիջոցներ

Թաիլանդի տպագիր լրատվամիջոցները մասնավոր են եւ շատ մրցունակ: Թաիլանդը ներկայումս ունի երեք լեզուներով լույս տեսնող 21 օրաթերթ (12-ը՝ թայերեն, 6-ը՝ չինարեն եւ 3-ը՝ անգլերեն), որոնց ընդհանուր շրջանառությունը կազմում է օրեկան 2 միլիոն օրինակ: 1997թ.-ի ֆինանսական ճգնաժամին հաջորդած երեք տարիների ժամանակավոր լճացումից հետո տպագրական արդյունաբերությունը զարգանում է վերականգնում տանող ճանապարհով, ինչին նպաստում է հրատարակչական բիզնեսի բումը: Թայերեն առաջատար ազգային օրաթերթերը, ներառյալ «Մատիչոնը» եւ «Կրունգթեյ թուրակիջ»-ը, ժողովրդականություն են վայելում կրթված թաիլանդցիների շրջանում, ինչպես եւ «Բանգկոկ փոստ»-ը եւ «Նեյշնը»: Լայն շրջանառություն ունեցող «Թայի ռաթի»-ը, «Քհաո սոդ»-ը եւ «Դեյլի Նյուս»-ն ավելի լայն գրավչություն ունեն: «Սին սիան յիտ պաո»-ն եւ «Յունիվերսալ դեյլի»-ն երկու առաջատար չինարեն հրատարակություններն են: Այսուհանդերձ, միայն երեք կամ չորս շրջաններում են թերթերը վաճառվում ամեն օր: Ի հավելումն ներքին օրաթերթերի, թաիլանդցիները կարող են գնել նաեւ թերթերի կրպակներում կամ գրախանութներում վաճառվող օտարերկրյա թերթեր:

Ավելի քան 14 բիզնես թերթեր եւ նորություններ տրամադրող հանդեսներ վաճառքի են հանվում երեքօրյա կամ երկշաբաթյա պարբերականությամբ: Ամբողջ Թաիլանդում ավելի քան 200 անուն հանդեսներ են լույս տեսնում շաբաթը, երկու շաբաթը, ամիսը, երկու ամիսը կամ երեք ամիսը մեկ: Մինչեւ 1997թ. ճգնաժամը համարվում է Թաիլանդի լրատվամիջոցների ոսկե ժամանակը, երբ օրաթերթերի շրջանառությունը կազմում էր 2001թ. ցուցանիշների կրկնակին:

1997թ.ից հետո մոտ 3000 լրագրողներ եւ լրատվամիջոցների այլ աշխատակիցներ են ազատվել աշխատանքից: Ֆինանսական պատճառներով ստիպված են եղել փակվել տասներկու թերթեր, ներառյալ երկու անգլալեզու թերթեր՝ «Ասիա թայմս»-ը եւ «Թաիլանդ թայմս»-ը: Նրանք, ովքեր կարողացան գոյատևել ֆինանսական ճգնաժամի տարիներին (նոր ներդրողներ ներգրավելով, նոր սեփականատերերի ձեռքն անցնելով կամ ծավալների փոքրացմամբ), ստիպված եղան իրենց թերթերն ավելի գրավիչ դարձնել ընթերցողների համար, որոնք ավելի դժվարահաճ են քան նախկինում, քանի որ այլեւս չեն կարող իրենց թույլ տալ բաժանորդագրվել ավելի քան մեկ թերթի: Ի հավելումն, ներմուծվող թերթային թղթի բարձր արժեքների պատճառով թերթերի ծավալների փոքրացման պատճառով խմբագիրները եւ լրագրողները ստիպված եղան փոփոխել իրենց գրելու ոճը՝ տարածքի օգտագործման արդյունավետությունն առավելագույնի հասցնելու նպատակով: Լրագրողներին ստիպված վերապատրաստում էին, քանի որ նրանք այլեւս չէին կարող մեկ առանձին գործ հետաքննել կամ մասնագիտանալ մի առանձին ոլորտում: Տնտեսական ճգնաժամի պատճառով զովագրային եկամուտների նվազման պատճառով յուրաքանչյուր թերթ

ստիպված է ստեղծագործական մոտեցում ցուցաբերել՝ այս հազեցած շուկայում իր խորշը զբաղեցնելու համար:

Լրատվամիջոցների նոր սեփականատերերը եւ ներդրողները նման չեն իրենց նախորդներին, որոնք նախկին լրագրողներ էին: Նորերը հիմնականում քաղաքական գործիչներ եւ բիզնեսում ներգրավված անձինք են: Մի հայտնի խաղամուլ, որն աշխատացնում էր մի շարք անօրինական խաղատներ, գնել է երկրի հնագույն թայերեն լեզվով թերթը՝ «*Սիան ռափ*»-ը: Մինչեւ 1997թ.-ը բոլոր թաիլանդական թերթերը թշնամաբար էին տրամադրված կառավարության նկատմամբ, քանի որ հրատարակիչները, խմբագիրները եւ լրագրողները ավելի քան կես դար ստիպված էին դիմակայել մամուլի դեմ ուղղված պատժամիջոցներին եւ ճնշումներին: Սակայն բոլոր այդ թերթերն այժմ հետեւում են համաշխարհային լրատվամիջոցների ոլորտում գերակայող միտումներին: Թերթային կրպակներում հայտնվել են ինչպես կառավարությանը կողմնակից, այնպես էլ հակառակորդ թերթեր:

Բանգկոկում տեղակայված են ավելի քան 128 կազմակերպություններ ներկայացնող մոտ 300 թղթակիցներ, օպերատորներ եւ լուսանկարիչներ: Այս թվի մեջ ներառված են բոլոր խոշորագույն տեղեկատվական գործակալությունների ներկայացուցիչները, ինչպիսիք են «Ռոյթերս»-ը, «Ֆրանս պրես»-ը եւ «Ասոշիեթիդ պրես»-ը, ինչպես նաեւ բազմաթիվ այլ լրատվամիջոցներ, ինչպես օրինակ «*Ասիաուիկ*»-ը, «*Ասիան Ուոլ սթրիթ ջորնալ*»-ը, «*Բիզնես Ասիա*»-ն, «*Ֆար իսթերն էքոնոմիք ռեվյու*»-ն, «*Ֆայնենշլ թայմս*»-ը, «*Սթրեյթս թայմս*»-ը եւ «*Յոնիուրի շիմբուն*»-ը: Բացի տպագիր լրատվամիջոցներից, Թաիլանդում զգալի կերպով ներկայացված են նաեւ աշխարհի հեռարձակվող լրատվական կազմակերպությունները, ներառյալ «BBC»-ն, «CNN»-ը եւ «Նիպպոն», «Յոսո», «Յայկայի» եռյակը:

Ռադիո եւ հեռուստատեսություն

1955թ.-ին մի պետական ձեռնարկություն Բանգկոկում հիմնադրեց Թաիլանդի առաջին հեռուստակայանը: Թաիլանդը դարձավ Հարավարեւելյան Ասիայի առաջին պետությունը, որը սկսեց պարբերաբար հեռարձակել հեռուստատեսային հաղորդումներ: Ներկայումս Բանգկոկն ունի վեց հեռուստակայան, որոնք բոլորն էլ պատկանում են կառավարությանը եւ իրենց դուստր կայաններն ունեն շրջաններում: Այսուհանդերձ, կառավարությունը մասնավոր հատվածին թույլ է տալիս վարել «3», «7» եւ «iTV» ալիքները: Կառավարության Հասարակության հետ կապերի վարչությունը ղեկավարում է «11-րդ ալիք»-ը վարող Թաիլանդի ազգային հեռարձակման ծառայությանը: «11-րդ ալիքը»-ի ծրագրերը կրթության եւ հասարակական ծառայության ուղղվածություն ունեն, եւ ալիքը ծառայում է որպես շրջաններում ութ հեռուստատեսային կայանների ցանցի մայր կայան:

Թաիլանդն ունի նաեւ Բանգկոկում շուրջօրյա գործող մեկ խոշոր կաբելային հեռուստատեսություն՝ «Յունայթեդ բրոդքասթինգ քոմփանի»-ն: Անցյալ տարվա վերջին «iTV»-ն սկսեց առաջարկել 24-ժամյա նորություններ: «Յունայթեդ բրոդքասթինգ քոմփանի»-ն ցուցադրում է ժողովրդականություն վայելող արեւմտյան ծրագրեր, ինչպիսիք են «HBO»-ն, «Cinemax»-ը եւ «CNN»-ը:

Թաիլանդական հեռուստատեսությունը մեծ մասամբ առեւտրային է եւ հիմնականում նպատակ ունի բավարարել մեծամասնության պահանջները: Յուրաքանչյուր ազատ հեռուստակայան արտադրում է իր սեփական հաղորդումները՝ նորություններից մինչեւ հեռուստասերիալներ: Ջվարճալի հեռարձակումները կարող են լինել չինական, ճապոնական, բրիտանական կամ ամերիկյան, սակայն սովորաբար ներկայացվում են թայերեն լեզվով կրկնօրինակմամբ:

Թաիլանդն ունի ամբողջ երկրով մեկ սփռված 523 ռադիոկայան, որոնցից 212-ը «AM» կայաններ են (38-ը Բանգկոկում եւ 174-ը շրջաններում), իսկ 311-ը՝ «FM» կայաններ (40-ը Բանգկոկում եւ 271-ը շրջաններում): ոչորագույն սեփականատերերն են՝ կառավարության Չասարակության հետ կապերի վարչությունը, որն ունի 145 ռադիոկայան, այնուհետեւ Թաիլանդի թագավորական բանակը՝ 128 կայան, եւ Թաիլանդի զանգվածային հաղորդակցության կազմակերպությունը՝ 62 կայան: «AM» կայանները սովորաբար ժողովրդականություն վայելող (հատկապես գյուղական շրջաններում) հաղորդումներ են հեռարձակում, իսկ «FM» կայաններն առաջարկում են առավելապես ժողովրդականություն վայելող երաժշտություն, ինչպես նաեւ ջազ եւ դասական երաժշտություն, անգլերեն լեզվով նորությունների թողարկումներ եւ տեղական հեռուստատեսությամբ ցուցադրվող օտարերկյա կինոնկարներից երաժշտություններ:

1997թ.-ի նոր սահմանադրության համաձայն բոլոր եթերային հաճախականությունները պատկանում են հասարակությանը եւ պետք է համակարգվեն անկախ մարմնի՝ Ազգային հեռարձակման հանձնաժողովի կողմից: Հանձնաժողովը այն բազմաթիվ նոր մարմիններից մեկն է, որոնք ստեղծվել են կառավարության գործունեությունը դիտարկելու եւ կարգավորելու նպատակով՝ թափանցիկությունն ու հաշվետվությունն ապահովելու համար:

Թաիլանդի լրագրողներն ու հեռարձակողներն իրենց դիտում են որպես հասարակության պահապան շներ: Այսուհանդերձ, մոտավորապես 3400 լրագրողների եւ հեռարձակողների երկու երրորդը դեռեւս լրատվամիջոցներում աշխատելու ունակության պակաս ունի եւ սովորաբար մասնագիտությունը սովորում է աշխատելու ընթացքում: Մամուլի պրոֆեսիոնալիզմն ապահովելու համար կարելու է ռեպորտաժներ ու հարցազրույցներ գրելու եւ վարելու ավելի լավ պատրաստվածությունը: Լրագրողները պետք է նաեւ յուրացնեն էթիկական կանոններն ու հետեւեն դրանց: Քանի որ լրագրողների շատ փոքր մասն է պատշաճ աշխատավարձ ստանում, նրանց մեծամասնությունը հարուստ չէ:

Տեղեկատվության մատչելիությունը

1997թ.-ի սահմանադրությունը համապարփակ մոտեցում ունի լրատվամիջոցների ազատության, արտահայտման ազատության եւ տեղեկատվության մատչելիության վերաբերյալ (սահմանադրության համապատասխան մասերից հատվածների համար տես այս գլխի հավելվածը): Այսուհանդերձ, մամուլին վերաբերող 27 օրենքները, որոնք գործածության մեջ են մտել մինչեւ նոր սահմանադրության ընդունումը եւ սահմանափակում են լրատվամիջոցների ազատությունները, դեռեւս գոյություն ունեն: Նոր սահմանադրության եւ այդ օրենքների միջեւ հակասությունները պետք է վերացվեն, սակայն այդ օրենքներից ազատվելու գործընթացն առաջ է շարժվում կրիայի քայլերով, բյուրոկրատական քաջբշուկների, ինչպես նաեւ պահպանողական օրենսդիրների համառության պատճառով, որոնք դեռեւս կարծում են, թե լրատվամիջոցները չպետք է չափից ավելի ազատ լինեն: Այնուամենայնիվ, կառավարությունը պահպանում է այս օրենքների մի մասը՝ լրատվամիջոցների գործունեությանը հետեւելու համար: 1997թ. հուլիս ամսին բոլոր ազգային թերթերի հրատարակիչներն ու խմբագիրները որոշեցին ստեղծել Մամուլի ազգային խորհուրդը՝ ինքնակարգավորման մարմին, որը մամուլին կպարտադրեր էթիկական կանոններ եւ պրոֆեսիոնալիզմ: Նախորդ երեք տարիների ընթացքում հասարակությունն ավելի քան 100 բողոք է ներկայացրել խորհրդին այնպիսի խնդիրների վերաբերյալ, ինչպիսիք են անպատշաճ լուսանկարները, բորբոքող հրապարակումները եւ նորությունների աղավաղումները:

Տեղեկատվության մատչելիության մասին օրենքը գործածության մեջ մտցնելու նպատակով արշավ սկսեց, երբ 1991թ.-ին բազմամյա փորձ ունեցող դիվանագետ Անանդ Պանյարաչունը նշանակվեց վարչապետ: Նա ասաց, որ հասարակությունը պետք է մուտք ունենա դեպի կառավարության տիրապետած տեղեկատվությունը՝ կառավարության եւ կառավարական պաշտոնյաների գործունեությանը գնահատական տալու համար: Չավեշտականն այն է, որ նրա կոչը հիմնված էր իր սեփական փորձի վրա, երբ նա սխալմամբ մեղադրվել էր կոմունիստներին համակրելու մեջ՝ 1970-ականների կեսերին Թաիլանդի եւ Վիետնամի միջեւ դիվանագիտական հարաբերությունների հաստատման մեջ ունեցած իր դերի պատճառով: Նա պնդում էր, որ եթե հասարակությանը մատչելի լինեն Արտաքին գործերի նախարարության փաստաթղթերը, ապա նա կիմանա ճշմարտությունն իր աշխատանքի եւ գործունեության մասին: Չնայած ընդդիմությանը, քաղաքական գործիչները եւ պաշտոնյաները պաշտպանեցին տեղեկատվական ակտը, երբ քաղաքական բարեփոխումները սկսեցին թափ հավաքել: Օրենքին հասարակության կողմից աջակցությունն ավելի մեծացավ 1992թ. մայիս ամսին ռազմական հեղաշրջման պատճառով տեղի ունեցած արյունահեղությունից հետո, երբ պետական լրատվամիջոցները մեղմացրեցին այդ իրադարձությունների վերաբերյալ նորությունային հեռարձակումները: Երկար հասարակական լուսններից եւ խորհրդակցություններից հետո համաձայնություն ձեռք բերվեց օրենքի նախագծի վերաբերյալ, եւ հետագայում այն ընդունվեց խորհրդարանի կողմից՝ գեներալ Չավալիտ Յոնգչայունդի կառավարության օրոք:

1997թ.-ին Տեղեկատվական ակտի պաշտոնական հրապարակումից հետո միլիոնավոր թաիլանդցիներ օգտվել են այդ օրենքի տրամադրած հնարավորություններից: Առաջին երկու տարիների ընթացքում հասարակությունը տեղյակ չէր նոր օրենքի գոյության մասին, չգիտեր, թե ինչ է այն թույլատրում եւ ինչ ազդեցություն կարող է ունենալ հասարակության վրա, սակայն բազմաթիվ սկանդալային դեպքեր օգնեցին դրա հրապարակայնացմանը: Օրինակ՝ Սումալի Լիմպաովարտը երկուսուկես տարի պայքարեց Կասետսարտ փորձնական դպրոցի ղեկավարության հետ՝ պարզելու համար, թե ինչու են նրանք հրաժարվել իր դստերն ընդունել դպրոցի առաջին դասարան: Նա պարզեց, որ դպրոցը նախապատվություն է տալիս արտոնյալ ընտանիքների եւ հովանավորների երեխաներին: Դպրոցի հետ մի քանի դատական մարտերից հետո Նախարարների խորհուրդը որոշում կայացրեց Սումալիի օգտին եւ սահմանեց, որ դպրոցը գործել է հակասահմանադրորեն եւ անբարեխղճորեն: Խորհուրդը դպրոցից պահանջեց վերացնել խտրականություն սահմանող համակարգը: Որպես արդյունք, այլ պետական օրինակելի դպրոցներ նույնպես այդ կերպ վարվեցին:

Մյուս օրինակը 1999թ.-ի Հասարակական առողջապահության նախարարության սկանդալն էր, որը վերաբերում էր 35 միլիոն ԱՄՆ դոլար (1,4 միլիարդ բատ) արժողությամբ դեղամիջոցների մատակարարմանը եւ հանգեցրեց Հասարակական առողջապահության նախարարի տեղակալ Ռակկիարտ Սուկտհանաի եւ երկու այլ բարձրաստիճան պաշտոնյաների հրաժարականներին: Հենվելով ոչ պաշտոնական կերպով ստացված տեղեկատվության եւ ոչ կառավարական կազմակերպությունների ու լայն զանգվածների խմբերի, ներառյալ գյուղական բժիշկների միության կողմից տրամադրված տեղեկատվության վրա, Պետական հակակոռուպցիոն հանձնաժողովը կարողացավ հետաքննել մատակարարման անօրինական ցանցերի գործը, որոնք բարձրացրել էին գյուղական առողջապահական հաստատություններին տրամադրված դեղամիջոցների գները: Պաշտոնական տեղեկատվական ակտի կիրառման միջոցով փաստաբանական խմբերը եւ լրագրողները բազմաթիվ անգամ տեղեկատվություն պահանջելուց հետո հաջողությամբ ձեռք բերեցին հետաքննությունների վերաբերյալ հանձնաժողովի փաստաթղթերը: Այնուամենայնիվ, վկաների անունները չնշվեցին՝ նրանց ինքնությունը չբացահայտելու նպատակով:

Սուվալիի հաղթանակից հետո հասարակությունը սկսեց գնահատել ակտը եւ աստիճանաբար ավելի մեծ քանակով մարդիկ են գիտակցում, որ իրենք կառավարական տեղեկատվության մատչելիության իրավունք ունեն։ Նախկինում ամբողջ պաշտոնական տեղեկատվությունը համարվում էր գաղտնի եւ ենթակա չէր բացահայտման՝ բացառությամբ առանձնահատուկ դեպքերի։ Ներկայումս անիվը շրջվել է հակառակ ուղղությամբ, եւ ամբողջ պաշտոնական տեղեկատվությունը, նվազագույն բացառություններով, համարվում է հասարակական տեղեկատվություն։ Սա ոչ միայն քայքայել է գաղտնիության նախկին սովորույթները, այլ հանգեցրել է մի շարք ավելի լայն հետեւանքների, որոնք են.

- այն պաշտպանում է կառավարության որոշումների ընդունման գործընթացին բոլոր քաղաքացիների արդյունավետորեն մասնակցելու իրավունքները ,
- այն բարձրացնում է կառավարության արդյունավետությունը՝ հասարակությանը հնարավորություն տալով վերահսկել կառավարական մարմինների գործունեությունը,
- այն նվազեցնում է կառավարական կոռուպցիան՝ նպաստելով թափանցիկությանը,
- այն թուլացնում է հովանավոր-հաճախորդ հարաբերությունների երկարամյա ավանդույթները, որոնք հիմնված են հովանավորչության եւ խնամիականության վրա,
- այն նվազեցնում է քաղաքացիական խմբերի եւ կառավարական գործակալությունների միջեւ սոցիալական բախումների հնարավորությունները,
- այն շարքային քաղաքացիներին, հատկապես գյուղական շրջաններում, զգալի ուժ է տրամադրում, քանի որ ի տարբերություն նախկին ժամանակների, նրանք մուտք են ստանում դեպի տեղեկատվությունը:

Ըստ Պաշտոնական տեղեկատվական ակտի, որոշակի տեղեկատվություն ենթակա չէ բացահայտման, հատկապես միապետին վերաբերող տեղեկատվությունը կամ այն տեղեկատվությունը, որը կարող է վնասել ազգային անվտանգությանը, միջազգային հարաբերություններին կամ երկրի տնտեսական եւ ֆինանսական բարեկեցությանը։ Նրանք, ովքեր ցանկանում են մուտք ունենալ դեպի թագավորական ընտանիքին վերաբերող տեղեկատվությունը, կարող են դա անել պատմական տվյալներին վերաբերող օրենքի այն մասի հիման վրա, ըստ որի այդպիսի տվյալների գաղտնազերծման համար անհրաժեշտ է 75 տարի, անհրաժեշտության դեպքում եւս 75 տարի առավելագույն ժամկետով ավելացմամբ:

Յուրաքանչյուր քաղաքացի կարող է պաշտոնական տեղեկատվություն պահանջել՝ լրացնելով մի պարզ ձեւ։ Տեսականորեն, բոլոր պահանջները պետք է բավարարվեն «խելամիտ ժամանակահատվածի ընթացքում»։ Այս պահանջը չկատարելու հետեւանք կարող են լինել ազատագրվումը եւ տուգանքները։ Ժամանակահատվածի այս անորոշ սահմանումը իշխանություններին հնարավորություն է ընձեռում ձգձգել այդ պահանջների բավարարման գործընթացը եւ դարձել է օրենքի ամենամեծ ճեղքերից մեկը։ Օրինակ՝ 1998թ. հոկտեմբեր ամսին բիզնեսի վերաբերյալ մի թերթ տեղեկատվություն պահանջեց Ֆինանսների նախարարության ծխախոտի վարչության կողմից թղթի մատակարարման գործարքների վերաբերյալ։ Պաշտոնական պատասխանին հարկ եղավ սպասել երկուսուկես ամիս։ Մեկ այլ դեպքում երեք ամիս պահանջվեց բավարարելու համար մի պետական բանկի վաճառքի վերաբերյալ Թաիլանդական բանկի կնքած պայմանագիրն ուսումնասիրելու պահանջը:

Ընդհանուր առմամբ, տեղեկատվություն ստանալու պահանջ ներկայացնելն անվճար է, չնայած դա կարող է վերաբերվել հազարավոր էջեր պարունակող փաստաթղթերին, ինչպես օրինակ վերջերս Թաիլանդի տնտեսական ճգնաժամը հետազոտող մի ասպիրանտի կողմի ներկայացված պահանջը. վերջինս ցանկանում էր ուսումնասիրել Թաիլանդական բանկի վերջին երեք տասնամյակի ընթացքում անցկացված քննարկումների արձանագրությունները:

2000թ. հունվար-հոկտեմբեր ամիսների ընթացքում Տեղեկատվական հանձնաժողովի գրասենյակ (ՏՀԳ) է ներկայացվել ընդհանուր առմամբ 144 գանգատ եւ 64 բողոք, իսկ 1999թ.-ի ընթացքում՝ 124 գանգատ եւ 81 բողոք: Գանգատների մոտ 21 տոկոսն ուղղված էր տեղական ինքնակառավարման մարմինների, 13 տոկոսը՝ կրթության նախարարության, իսկ 11 տոկոսը՝ Ֆինանսների նախարարության դեմ: Ինչ վերաբերում է բողոքներին, ապա դրանց 22 տոկոսը ներկայացվել է ընդդեմ գյուղատնտեսության նախարարության, 16 տոկոսը՝ վարչապետի գրասենյակի, իսկ 13 տոկոսը՝ կրթության նախարարության:

Գանգատների մեծ մասը վերաբերում էր պաշտոնյաներին, որոնք հրաժարվել էին պատասխանել պահանջներին կամ ծառայություններ տրամադրել: Բողոքների 56 տոկոսը վերաբերում էր կարգապահական հետաքննությունների վերաբերյալ փաստաթղթերին, 23 տոկոսը՝ ընթացիկ գործերի վերաբերյալ տեղեկատվություն ստանալուն, ինչպես օրինակ Հասարակական առողջապահության նախարարությունում կոռուպցիայի դեպքերի հետաքննության եւ ֆինանսական հատվածի վերակազմակերպման մարմնի կողմից ակտիվների վաճառքի վերաբերյալ տեղեկատվությունը, իսկ 21 տոկոսը՝ վերաբերում էր կոնցեսիաների, պայմանագրերի եւ հանդիպումների արձանագրությունների վերաբերյալ տեղեկատվությանը:

Գործերի մեծ մասը հարուցվել էր Բանգկոկում: Տասը գործ հարուցվել էր Բանգկոկի մայրաքաղաքային ադմինիստրացիայի դեմ, իսկ 18 գործ վերաբերում էր Թաիլանդի քաղաքապետարաններին եւ տեղական ինքնակառավարման այլ մարմիններին: 1998-2000թթ.-ի տնտեսական եւ ֆինանսական իրավիճակի վերաբերյալ վեց գործերից հինգը հարուցվել էր «Պրաչաչարտ թուրաջիտ» թերթի կողմից եւ վերաբերում էր ֆինանսական հատվածի պարտքերի վաճառքի հայտի հետ կապված գնման պայմանագրի մանրամասներին: Տեղեկատվության բացահայտման տեղական դատարանը (նման հինգ դատարաններից մեկը) որոշեց, որ բոլոր մանրամասները պետք է բացահայտվեն: Դատարանը մերժեց վեցերորդ պահանջը, որը վերաբերում էր Թաիլանդական բանկի՝ Արժույթի միջազգային հիմնադրամին գրած մի շարք գաղտնի նամակների բացահայտմանը:

Պաշտոնական տեղեկատվական ակտի կիրառման խոչընդոտները

Ստորեւ բերվում են Տեղեկատվական ակտի կիրառման հետ կապված որոշ խնդիրներ.

- Մարդկանց մեծամասնությունը չի հասկանում օրենքի հիմնական դրույթները, ոչ էլ պատկերացում ունի իր իրավունքների մասին: Նրանք չգիտեն, թե ինչպես կիրառեն օրենքը եւ այն ընթացակարգերը, որոնց պետք է հետեւել, որպեսզի բավարարվի պետական տեղեկատվություն ստանալու իրենց պահանջը, եւ այդ պատճառով չեն կարողանում կիրառել իրենց իրավունքները:

■ Կառավարական մարմինների բարձրաստիճան պաշտոնյաները չեն հասկանում ակտը կամ չգիտեն, թե ինչպես այն պետք է կիրառվի: Նրանք տեղեկատվություն ստանալու հասարակության պահանջները բավարարելը չեն ընդունում որպես կառավարական ծառայությունների մաս եւ Տեղեկատվության ակտը դիտարկում են որպես բեռ:

■ Չանազան նախարարությունների միջեւ գոյություն ունի համակարգման բացակայություն, ինչը համարյա անհնարին է դարձնում փոխադարձ հղումները:

■ Բացահայտման դատարանների անդամներն աշխատում են կամավորական հիմունքներով: Դա կարող է հիմք դառնալ նրանց կողմից կանխակալ որոշումների ընդունման համար, քանի որ նրանք նաեւ այլ աշխատանք եւ պարտականություններ ունեն:

■ Օրենքին չենթարկվելու դեպքում պատժամիջոցները համապատասխան չեն: Նրանք, ովքեր չեն պատասխանում տեղեկատվության պահանջներին, ենթակա են մեկ տարվա ազատազրկման եւ 5000 բատ (116 ԱՄՆ դոլար) տուգանքի, իսկ նրանք, ովքեր սխալմամբ տեղեկատվություն են բացահայտել, ենթակա են նույն ժամկետով ազատազրկման եւ 20000 բատ (465 ԱՄՆ դոլար) տուգանքի: Այս հակասությունը պաշտոնյաներին հետ է պահում արագ պատասխաններ տրամադրելուց, եւ նրանք նախընտրում են պահանջները փոխանցել ՏՀԳ-ին՝ հետագա ուսումնասիրման համար:

■ ՏՀԳ-ի 19 անդամները չունեն բավական ռեսուրսներ 8775 պետական եւ տեղական մարմինների կողմից ներկայացված գործերը դիտարկելու համար:

■ Գոյություն չունի Տեղեկատվական ակտին աջակցող ոչ մի վարչական կառույց:

■ ՏՀԳ-ն անկախ չէ, այլ գտնվում է վարչապետի գրասենյակի ենթակայության տակ: ՏՀԳ-ի համար պատասխանատվությունը պետք է փոխանցվի խորհրդարանին՝ քաղաքական միջամտությունների հնարավորությունները վերացնելու համար:

Ակտի գործունեությունը բարելավվելու նպատակով ՏՀԳ-ն նախապատրաստել է հետեւյալ հիմնական սկզբունքները՝ բոլոր պետական մարմինները պետք է արագացնեն Տեղեկատվական ակտի ուղղակի կիրառումը, բոլոր համապատասխան գործակալությունները պետք է բավական ֆինանսական միջոցներ հատկացնեն ՏՀԳ-ի հետ աշխատելու նպատակով բավարար քանակով աշխատակիցներ աշխատանքի ընդունելու եւ նրանց համար անհրաժեշտ ուսուցումը կազմակերպելու համար, ՏՀԳ-ում նախարարության ներկայացուցիչները պետք է այնտեղ շարունակաբար աշխատեն ամենաքիչը երկու տարի, տեղեկատվության եւ փաստաթղթերի կառավարումը պետք է ավելի համակարգված եւ ամբողջ պետությունում համատեղելի լինի, իսկ բարձրաստիճան պաշտոնյաների առաջխաղացումը եւ նոր աշխատակազմի աշխատանքի ընդունումը պետք է հիմնվի ՏՀԳ-ի սահմանած չափանիշների վրա:

Սա ավելի հեշտ է ասել, քան անել: Չնայած այս հիմնական սկզբունքների առկայությանը, պետական գործակալությունների համարյա կեսը անկարող է իրականացնել դրանք՝ որպես հիմնական խոչընդոտ նշելով ֆինանսական միջոցների եւ անձնակազմի բացակայությունը:

Ամբողջ Թաիլանդում համալսարաններն ու քոլեջները ներկայումս Տեղեկատվական ակտի վերաբերյալ դասընթացներ են անցկացնում: Կազմակերպվում են նաեւ սեմինարներ՝ ուղղված թաիլանդցի լրագրողների լրագրողական եւ հետաքննական ունակությունների բարելավմանը: Թաիլանդական լրագրողների ասոցիացիայի կողմից

վերջին չորս տասնամյակներում լրագրողական բարձրագույն մրցանակների արժանացած հոդվածների մեծ մասը վերաբերում էին քաղաքական հակառակորդների կամ գաղտնի տեղեկություններ հայտնողների կողմից բացահայտված սկանդալներին եւ կոռուպցիայի դեպքերին: Տեղեկատվական ակտի կիրառման պահից սկսած երեք տարի անընդմեջ բարձրագույն մրցանակներ են շահել հետաքննական ռեպորտաժները (1998-2000թթ.): Այն հոդվածը, որը բացահայտել էր վարչապետ Թիաքսին Շինավատրայի կողմից ներկայացված ունեցվածքի հայտարարագրում միտումնավոր խեղաթյուրումները, ինչը հանգեցրեց 2000թ.-ին նրա նկատմամբ դատական գործ հարուցելուն, շահեց այդ տարվա լավագույն ռեպորտաժի համար տրվող մրցանակը: Թերթը բացահայտել էր այն փաստը, որ Թիաքսինն անօրինաբար թաքցրել էր հեռահաղորդակցային ընկերությունում ունեցած 53 միլիոն ԱՄՆ դոլար արժողությամբ բաժնեմասը՝ արժեթղթերն իբր իր սպասուհիներից մեկին եւ ընտանեկան վարորդին փոխանցելու միջոցով:

Տեղեկատվության մատչելիությունը տարածաշրջանում

Թաիլանդը Հարավարեւելյան Ասիայի միակ պետությունն է, որ ունի տեղեկատվության մատչելիության վերաբերյալ առանձին օրենսդրություն: Չնայած Ֆիլիպինների սահմանադրությունը հասարակության համար երաշխավորում է կառավարության ենթակայության տակ գտնվող տեղեկատվության մատչելիությունը, օրենսդիրների, քաղաքացիական հասարակության առաջնորդների եւ լրագրողների շրջանում քննարկումներ են ընթանում այն մասին, թե արդյո՞ք տեղեկատվության վերաբերյալ առանձին օրենքի ընդունման անհրաժեշտություն կա՝ կառավարությունն ավելի բաց եւ հաշվետու դարձնելու համար: Ինդոնեզիան ներկայումս համանման մի օրենքի նախագիծ է նախապատրաստել, որը խորհրդարանը նախատեսում է քննարկել մոտ ապագայում: Ինդոնեզիական տարբերակն ավելի ազատական է, քան թաիլանդականը, քանի որ այն ավելի քիչ սահմանափակումներ ունի, օրինակ՝ այն կիրառելի է նաեւ արտասահմանցիների վերաբերյալ: Հարավարեւելյան Ասիայից դուրս գտնվող երկրներից Հնդկաստանը տեղեկատվության մասին օրենք է ընդունել 2000 թվականին, իսկ ճապոնիայի «Ազգային տեղեկատվական օրենքը» սկսել է գործել 2001թ. ապրիլ ամսից: Կորեայի Հանրապետությունը նման օրենք՝ «Պետական մարմինների եւ նրանց կողմից տեղեկատվության բացահայտման մասին» ակտը, զործածության մեջ է դրել 1996թ.-ից: Նեպալը նախապատրաստել է նման օրենքի նախագիծն իր օրենսդիրների կողմից քննարկման համար: Քանի որ եւ Թաիլանդը, եւ Նեպալը սահմանադրական միապետություններ են, տեղեկատվության մատչելիության վերաբերյալ նրանց օրենքներն ունեն բազմաթիվ նմանություններ:

Ֆիլիպինների Հետաքննական լրագրության կենտրոնը (2001թ.) ութ երկրներում (Կամբոջա, Ինդոնեզիա, Մալազիա, Մյանմար, Ֆիլիպիններ, Սինգապուր, Թաիլանդ եւ Վիետնամ) իրականացրել է տեղեկատվության մատչելիության համեմատական հետազոտություն: Այս ծրագրում տեղեկատվության մատչելիություն հասկացությունը սահմանված է որպես պետության ենթակայության տակ եղած տեղեկատվության ձեռք բերման քաղաքացիների ունակություն: Հետազոտությունն ուսումնասիրել է ավելի քան 40 տեսակի պետական փաստաթղթերի հասանելիությունը, ինչպես օրինակ մակրոտնտեսական տվյալները, սոցիալական տվյալները (զրագիտություն, աղքատություն, մանկական մահացության մակարդակ), կառավարական բյուջեների եւ պայմանագրերի վերաբերյալ տեղեկատվությունը, խորհրդարանական հանդիպում-

ների եւ հարցումների վերաբերյալ տեղեկատվությունը, դատական լսումները, պաշտոնական հետաքննությունները եւ պաշտոնյաների եւ ընկերությունների կողմից ֆինանսական տվյալների բացահայտումը: 14.1. աղյուսակը ներկայացնում է հետազոտության արդյունքները:

Նախնական տվյալները ցույց են տալիս, որ զարգացման մակարդակը եւ տեղեկատվության մատչելիությունը փոխկապակցված չեն: Մատչելիության հիմնական դետերմինանտները կարծես թե ժողովրդավարական եւ բազմակարծությունը հարգող կառավարությունն է, լրատվամիջոցների սեփականատերերի բազմաքանակությունը եւ քննարկումների, հարցումների եւ քաղաքական մասնակցության ավանդույթները: Օրինակ՝ նույնիսկ չնայած այն բանին, որ Սինգապուրը համարվում է բաց հասարակություն, որոշակի տեղեկատվության մատչելի լինելը չափազանց դժվար է: Դժվար է ձեռք բերել այնպիսի փաստաթղթեր, որոնք վերաբերում են կառավարական պաշտոնյաներին եւ զինվորական անձնակազմին, ինչպես նաեւ ոչ ռեզիդենտներին եւ ոչ քաղաքացիներին, քանի որ այդպիսի տեղեկատվությունը գաղտնի է համարվում: Մյանմարը բոլոր ցուցանիշներով ամենացածր դասակարգումն ունի տարածաշրջանում, մինչդեռ Ֆիլիպիններն ունի ամենաբարձր ցուցանիշները, որին հետևում է Թաիլանդը: Բազմաթիվ թաիլանդական թերթեր, ներառյալ «Պրաչաչարտ թուրակիտ»-ը եւ «Կրունգթեյ քիուրակիտ»-ը, ստեղծել են լրագրողական հետաքննության բաժիններ: Այս բաժինները հետաքննում են նոր թեմաները եւ վերանայում հին պատմությունները՝ հավելյալ տեղեկատվություն բացահայտելու նպատակով: Այս բաժինները նաեւ անհրաժեշտ քայլեր են ձեռնարկում Տեղեկատվական ակտի կիրառման համար:

Աղյուսակ 14.1. Ընտրովի կառավարական փաստաթղթերի մատչելիությունը հասարակության համար

Պետություններ	Հասարակության համար անհասանելի տեղեկատվության տոկոսային մասնաբաժինը
Ֆիլիպիններ	11
Թայլանդ	18
Ինդոնեզիա	36
Մալազիա	38
Կամբոջա	43
Վիետնամ	49
Սինգապուր	56
Մյանմար	56

Աղբյուր՝ Ֆիլիպինների Հետաքննական Լրագրությունի Կենտրոն (2001թ.):

Եզրակացություն

Չնայած Թաիլանդն ու ընդհանրապես տարածաշրջանը դեռ շատ անելիք ունեն մամուլի ազատությունը բարելավելու իմաստով, սակայն Թաիլանդի վերջերս ձեռք բերած փորձը հուսադրող է: Մարդիկ այժմ հասկանում են արտահայտման եւ տեղեկատվության ազատության կարեւորությունը դրական տնտեսական, քաղաքական եւ սոցիալական արդյունքներ ձեռք բերելու համար:

Չավելված Չատվածներ 1997թ.-ի Թաիլանդի սահմանադրության առանձին հոդվածներից՝ մարդկանց եւ լրատվամիջոցների իրավունքների եւ ազատությունների վերաբերյալ

Բաժին 37. «Յուրաքանչյուր անձ ունի օրենքով սահմանված հաղորդակցման ազատության իրավունք: Ցանկացած անձանց միջեւ հաղորդակցման գրաքննությունը, սահմանափակումը կամ բացահայտումը, ներառյալ ցանկացած անձանց միջեւ հաղորդակցման ընթացքում արված հայտարարության բացահայտման որեւէ այլ գործողություն արգելվում են, բացառությամբ օրենքի այն դրույթներով նախատեսված դեպքերում, որոնք հատուկ ներառվել են՝ պետության անվտանգության կամ հասարակական կարգուկանոնի կամ բարոյականության պաշտպանության նպատակներով»:

Բաժին 38. «Յուրաքանչյուր անձ իրավունք ունի դավանել ցանկացած կրոն, կրոնական աղանդ կամ հավատամք, եթե դա չի հակասում նրա քաղաքացիական պարտականություններին, հասարակական կարգուկանոնին կամ բարոյականությանը: Առաջին նախադասությունում նշված ազատությունների կիրառման ժամանակ յուրաքանչյուր անձ պաշտպանվում է պետության կողմից իրականացվող ցանկացած գործողություններից, որոնք խախտում են նրա իրավունքները կամ վնասակար են նրա համար՝ ցանկացած կրոն, կրոնական աղանդ կամ հավատամք դավանելու, կրոնական պատվիրաններ պահպանելու կամ ուրիշների համոզմունքներից տարբերվող իր համոզմունքի հիման վրա երկրպագման այլ ձևեր կիրառելու առումով»:

Բաժին 39. «Յուրաքանչյուր անձ ազատ է արտահայտելու իր կարծիքը, ելույթներ ունենալու, գրելու, տպագրելու, հրատարակելու եւ այլ ձևերով արտահայտություններ անելու: Առաջին նախադասությունում նշված ազատությունները չպետք է սահմանափակվեն, բացառությամբ օրենքի այն դրույթներով նախատեսված դեպքերում, որոնք հատուկ ներառվել են՝ նպատակ ունենալով պաշտպանել պետական անվտանգությունը, ապահովել այլ անձանց իրավունքները, ազատությունները, արժանապատվությունը, համբավը, ընտանեկան կամ անձնական իրավունքները, պահպանել հասարակական կարգուկանոնը կամ բարոյականությունը կամ արգելել հասարակության բանականությանը կամ առողջությանը վնասելը: Այս բաժնում սահմանված ազատությունների սահմանափակելու միջոցով հրատարակություն, ռադիո կամ հեռուստատեսություն փակելն արգելվում է: Արգելվում է մինչեւ թերթերում հրատարակելը, տպագրելը կամ ռադիոյով կամ հեռուստատեսությամբ հեռարձակելը նորությունների կամ հոդվածների գրաքննությունը իրավասու պետական պաշտոնյայի կողմից, բացառությամբ այն ժամանակների, երբ պետությունը գտնվում է պատերազմական կամ զինված բախման իրավիճակում, այն պայմանով, որ դա իրականացվի երկրորդ նախադասությունում նշված դրույթներից ելնելով: Թերթի կամ այլ զանգվածային լրատվամիջոցի սեփականատերը պետք է թաիլանդացի լինի: Պետությունը չպետք է լրավճարների տեսքով դրամ կամ այլ սեփականություն տրամադրի մասնավոր թերթերին կամ զանգվածային լրատվամիջոցներին»:

Բաժին 40. «Ռադիոյի եւ հեռուստատեսության հեռարձակման հաճախականություններն ու ռադիոյի հեռահաղորդակցությունը հասարակական շահի համար նախատեսված ազգային հաղորդակցման միջոցներ են: Պետք է ստեղծվի անկախ կարգավորիչ մարմին, որի պարտականությունը պետք է լինի առաջին նախադասությունում նշված հաճախականությունների բաշխումը եւ ռադիոյի ու հեռուստատեսության

հեռարձակման եւ հեռահաղորդակցության բիզնեսի վերահսկումը օրենքով սահմանված կարգով: Երկրորդ նախադասությամբ սահմանված գործողությունների իրականացման ժամանակ պետք է հաշվի առնվեն ազգային եւ տեղական մակարդակներով հասարակության առավելագույն օգուտները կրթության, մշակույթի, պետական անվտանգության եւ այլ հասարակական շահերի ոլորտներում, ներառյալ ազնիվ եւ ազատ մրցակցությունը»:

Բաժին 41. «Մասնավոր հատվածի պաշտոնյաները կան աշխատակիցները, որոնք ներառված են թերթերի, ռադիոյի կամ հեռուստահեռարձակման բիզնեսներում, ըստ սահմանադրության ազատ են նորությունները կամ իրենց կարծիքները ներկայացնելու մեջ, առանց որեւէ պետական մարմնի, պետական ձեռնարկության կամ նման բիզնեսի սեփականատիրոջ մանդատի, պայմանով, որ դա չի հակասում իրենց մասնագիտության բարոյական նորմերին: Կառավարական պաշտոնյաները, ռադիոյի կամ հեռուստատեսության հեռարձակման բիզնեսում ներառված պետական մարմինների կամ պետական ձեռնարկությունների պաշտոնյաները կամ աշխատակիցներն օգտվում են նույն ազատություններից, ինչ առաջին նախադասությունում նշված պաշտոնյաներն ու աշխատակիցները»:

Բաժին 58. «Յուրաքանչյուր անձ ունի կազմակերպությունների, պետական ձեռնարկությունների կամ տեղական իշխանությունների կողմից վերահսկվող տվյալներից եւ հասարակական տեղեկատվությունից օգտվելու իրավունք, բացառությամբ այն դեպքերի, երբ այդ տեղեկատվության բացահայտումը կազդի պետական անվտանգության, մարդկանց անվտանգության կամ այն շահերի վրա, որոնք վերաբերվում են այլ անձանց կողմից օրենքով սահմանված իրենց պաշտպանվածությունը կորցնելուն»:

Գրականություն

Freedom House. 2000. *Annual Report*. New York. Available on: <http://freedomhouse.org/pfs99/reports.htm> .

Philippine Center for Investigative Journalism. 2001. "The Right to Know: Access to Information in Southeast Asia." Philippine Center for Investigative Journalism and the Southeast Asian Press Alliance, Manila.

15

Լրատվամիջոցները եւ զարգացումը Բանգլադեշում

Մահֆուզ Անամ

Բանգլադեշն անկախ պետություն է դարձել ընդամենը 30 տարի առաջ: 1971թ.-ին Պակիստանի դեմ անկախության դաժան պատերազմից հետո, որի ընթացքում հարյուր հազարավոր անմեղ մարդիկ զոհվեցին, երկիրը ժողովրդավարական կառավարություն ընտրեց: 1972թ.-ին ընդունվեց լիբերալ սահմանադրություն, իսկ համընդհանուր ընտրությունները տեղի ունեցան հաջորդ տարի: Սակայն դրանից հետո սկսվեց հետընթացը դեպի ավտորիտարիզմ: Անկախությունից ընդամենը երեք տարի հետո 1975թ. հունվարին ստեղծվեց միակուսակցական իշխանություն եւ ազգայնացվեցին բոլոր լրատվամիջոցները: Պետությունը եւս մեկ ողբերգություն ապրեց, երբ պետության հիմնադիրը դաժանաբար սպանվեց իր ընտանիքի 22 անդամների հետ միասին: Այսպես սկսվեցին զինվորական իշխանության 16 տարիները, որոնք ավարտվեցին, երբ 1991թ. դեկտեմբեր ամսին քաղաքացիական խռովությունների հետեւանքով կառավարությունը տապալվեց: Հենց այն ժամանակ, երբ վերականգնվեց ժողովրդավարությունը եւ լրատվամիջոցներին գործելու ազատություն տրվեց, սկսվեց Բանգլադեշի ուղին դեպի զարգացում:

Բանգլադեշի ձեւավորումը եւ հետագա զարգացումը մատնանշում են որոշ կարեւոր խնդիրներ: Առաջինը՝ ժողովրդավարությունը եւ ազատ լրատվամիջոցները սիմբիոտիկ են: Ժողովրդավարությունը նպաստում է արտահայտման ազատությանը, իսկ ազատ լրատվամիջոցները նպաստում են նորաստեղծ ժողովրդավարությունների զարգացմանը: Այսպիսով, չնայած որոշակի աստիճանի ժողովրդավարություն էր անհրաժեշտ լրատվամիջոցներին ազատություններ տրամադրելու համար, սակայն ժամանակի ընթացքում լրատվամիջոցները դարձան ավելի հզոր, ավելի կենսալի եւ մարդկանց ձայնը ներկայացնող ավելի գործուն միջոց, ինչը նպաստեց ավելի թափանցիկ ժողովրդավարության եւ այնպիսի կառավարության ստեղծմանը, որը տեղեկացված որոշումներ է ընդունում: Երկրորդ՝ Բանգլադեշն աղքատ, հիմնականում գյուղաբնակ երկիր է, իսկ տպագիր լրատվամիջոցները ներկայումս իրենց ուշադրությունը սեւեռում են հիմնականում քաղաքային շրջաններին: Բնակչության զգալի մասը՝ 48 տոկոս, գրագետ չէ, իսկ կանանց շրջանում անգրագիտությունը հասնում է 71 տոկոսի (Համաշխարհային բանկ, 2001թ.): Եթե քաղաքային շրջանները կարող են ունենալ մի քանի թերթեր, ապա գյուղական շրջանները չեն կարող: Ավելին, գյուղական շրջաններում գովազդային շուկա գոյություն չունի: Չնայած համեստ շրջանառությանը, լրատվամիջոցները գյուղական շրջաններում կարեւոր դեր են կատարում: Երրորդ՝ բիզնես գործունեության մեջ պետության ներգրավվածության գերակայությունը մինչեւ վերջերս ազդել է լրատվամիջոցների դերի վրա նույնիսկ քաղաքային շուկաներում: Չորրորդ՝ լրատվամիջոցները կարող են ավելի ուժեղ ազդեցություն ունենալ տն-

տեսական եւ քաղաքական հետեւանքների վրա, երբ նրանք միություններ են ստեղծում այլ ինստիտուտների հետ, ինչպես օրինակ ոչ կառավարական կազմակերպությունները կամ գիտական հաստատություններն են:

Բանգլադեշում ժողովրդավարության վերականգնումից հետո լրատվամիջոցներն անմիջապես աճ ապրեցին, ինչպես քանակական, այնպես էլ որակական առումներով: Ներկայումս միայն մայրաքաղաքում հրատարակվում է 83 օրաթերթ (համեմայն դեպս ըստ պաշտոնական տվյալների): Նույնիսկ եթե ենթադրենք, որ դրանցից ոչ բոլորը նույն կամ ընդունելի ստանդարտներ ունեն, այնուամենայնիվ, Դաքքայում պարբերաբար հրատարակվում են մոտ 10 բենգալերեն եւ 5 անգլերեն լավորակ օրաթերթեր: Բազմաթիվ համեմատաբար որակյալ օրաթերթեր են հրատարակվում նաեւ այլ խոշոր քաղաքներում, ներառյալ Զիտագոնգը, Խուլնան, Ռաջշահին եւ Սիլիետը: Պաշտոնապես, Բանգլադեշում հրատարակվում են ավելի քան 200 օրաթերթեր եւ մոտ 500 շաբաթաթերթեր: Այսուհանդերձ, պարզ չէ, թե արդյոք այս բոլոր հրատարակությունները դեռ գոյություն ունեն, կամ թե ինչ պարբերականությամբ են հրատարակվում: Այնուամենայնիվ, մենք կարող ենք ասել, որ ժողովրդավարության վերականգնումից հետո աճեցին թերթերի թե քանակությունը եւ թե որակը, ինչը էապես բարելավեց Բանգլադեշում տպագիր լրատվամիջոցների չափանիշները:

Ամենահուսադրող զարգացումը, որ տեղի է ունեցել Բանգլադեշում ժողովրդավարության վերականգնումից հետո, տպագիր լրատվամիջոցների անկախության եւ ազատության ավելացումն է: Այն խիզախությունը, խորությունը եւ հաճախականությունը, որով որոշ առաջատար թերթեր գրում են կառավարությունում եւ մասնավոր հատվածում կաշառակերության, քաղաքական իշխանության չարաշահման, խնամիականության եւ ընդհանրապես խախտումների մասին, մինչ այժմ Բանգլադեշում չտեսնված երեւոյթներ են: Չնայած հետաքննական լրագրությունը դեռեւս պետք է աճի ավելի հին ժողովրդավարությունների մակարդակին եւ հասունությանը հասնելու համար, սակայն Բանգլադեշը կարող է իրեն բավարարված զգալ, քանի որ այն անսասանորեն շարժվում է ճիշտ ուղղությամբ:

Տպագիր լրատվամիջոցների ավելի մեծ ազատությունների հետ ուղղակի կապ ունեն վերջին տասնամյակում մասնավոր գովազդային շուկայի զարգացումը եւ տնտեսության ազատականացումը: Չնայած գովազդային գործունեությունը դեռեւս երկար ճանապարհ ունի անցնելու մինչեւ իր իրական ներուժին հասնելը, սակայն կառավարության ենթակայության տակից դրա դուրս գալը հավանաբար լրատվամիջոցների անկախության ամենակարեւոր նպաստավոր գործոններից մեկը եղավ: Նախկինում գովազդների ավելի քան 80 տոկոսը կազմում էին կառավարության մրցութային հրապարակումները եւ նման այլ պատվերները: Բանգլադեշի ստեղծման առաջին օրերին տնտեսության ազգայնացման պատճառով մասնավոր գովազդները շատ քիչ էին: Այդ պատճառով լրատվամիջոցները չափազանց մեծ կախում ունեին կառավարությունից: Այդ իրավիճակը փոփոխվել է քաղաքային լրատվամիջոցների համար: Ներկայումս առաջատար թերթերի մեծ մասն իրենց գովազդային եկամուտների 70-ից 90 տոկոսը ստանում են մասնավոր հատվածից: Ի հավելումն սրա, վերացել է կառավարության կողմից թերթերի վերահսկման մեկ այլ լծակը՝ լրավճարներով արտադրվող ներքին թերթային թղթի մատակարարումը, քանի որ ազատականացվել է առաջատար թերթերի կողմից օգտագործվող բարձրորակ թերթային թղթի ներկրումը: Սահմանափակ քանակությամբ բարձրորակ թերթային թուղթ է արտադրվում նաեւ երկրի ներսում: Ի տարբերություն քաղաքային թերթերի, գյուղականները դեռեւս ամբողջապես կախման մեջ են գտնվում կառավարության գովազդներից, քանի որ գյուղական շրջաններում դեռեւս զարգացած չէ մասնավոր հատվածը: Այդ թերթերը, որոնք հիմնականում շաբաթաթերթեր են, բարձր չեն դասակարգվում ինչպես վստահելիության, այնպես էլ ազդեցության առումներով:

Վերջերս կայացած մեկ այլ դրական զարգացում է մասնավոր արբանյակային հեռուստատեսայի ալիքի («ETV») եւ երկու մասնավոր կաբելային հեռուստատեսային ալիքների («Channel i» եւ «ATN Bangla») հիմնադրումը: Դաքքայում ներկայումս գործում է նաեւ մեկ մասնավոր ռադիոալիք: Սա առաջին դեպքերն են, որ մասնավոր հատվածին թույլ է տրվել որպես սեփականություն ունենալ էլեկտրոնային լրատվամիջոցներ: Վերջին 30 տարիների ընթացքում կառավարական հեռուստատեսությունը («BTV» ալիքը) բացարձակ մենաշնորհ ուներ եւ բացառապես կառավարական քարոզչություն էր տրամադրում: Երեք մասնավոր ալիքներից միայն «ETV»-ն համարյա նույնչափ հասանելիություն ունի, ինչքան «BTV»-ն: Այն նաեւ միակ ալիքն է, որին թույլտրված է տրամադրել իր սեփական լրատվություն, չնայած այն օրենքով պարտավորված է նաեւ անվճար ներկայացնել կառավարական ալիքի երկու լրատվական թողարկումներից մեկը: Երկու կաբելային ալիքներին թույլ չի տրվում նորությունային ծառայություններ մատուցել, եւ դրանք ներկայացնում են միայն զվարճալի հաղորդումներ:

Լրատվամիջոցների դերը կոռուպցիայի բացահայտման եւ մարդու իրավունքների պաշտպանության ոլորտներում

Կոռուպցիան բացահայտելու միջոցով լրատվամիջոցներն օգնել են Բանգլադեշին ընթանալ կառավարման բարելավման ճանապարհով: Առաջին օրինակը վերաբերում է ֆինանսական հատվածում խարդախություններին: 1991թ.-ին, ժողովրդավարության վերականգնումից եւ նոր կառավարության ընտրությունից հետո, լրատվամիջոցները սկսեցին ուսումնասիրել այն հսկայական ֆինանսական խառնաշփոթը, որ որպես ժառանգություն թողել էր ինը տարի իշխանության գլուխ եղած նախկին ավտորիտար վարչակարգը: Իշխանության գալուց հետո նոր կառավարությունը բացահայտեց, որ բանկային համակարգի ընդհանուր վարկերի ավելի քան 40 տոկոսը կազմում էին «գաղտնի» վարկերը, մի տերմին, որը կիրառվում էր ցույց տալու համար անհաջող վարկավորումը: Այսպիսով պարզվեց, որ բանկերը վարկեր տրամադրելիս կարգապահ չեն եղել եւ վարկեր են տրամադրել հիմնականում քաղաքական եւ այլ առևտուրների արդյունքում: Կոռուպցիան ծաղկում էր ապրել: Ի պատասխան լրատվամիջոցների լուսաբանմանը, իշխանությունները որոշ կարգապահական միջոցառումներ ձեռնարկեցին: Որպես հետեանք՝ 2000թ. դեկտեմբեր ամսին իրականում չգործող վարկերի համամասնությունը հասավ մինչեւ 34 տոկոս: Սակայն միեւնույն է, սա չափազանց մեծ թիվ է կազմում ցանկացած չափանիշներով դիտարկելիս, եւ ֆինանսական հատվածում կոռուպցիայի դեմ պայքարը ոչ մի կերպ չի կարելի ավարտված համարել:

Լրատվամիջոցների կարելու հաջողություններից մեկն էլ հետեւյալն էր. նրանք բացահայտեցին, որ բանկերի տնօրեններն իրենց սեփական բանկերից գումարներ էին վերցնում մտացածին անուններով: Մինչեւ 1985թ.-ը բոլոր բանկերը պատկանում էին կառավարությանը, սակայն 1985թ.-ին մասնավոր հատվածի զարգացման նպատակով նախկին կառավարությունը սկսել էր մասնավոր բանկեր ստեղծելու թույլտվություններ տրամադրել: 1990-ականների սկզբներին կենտրոնական բանկը բացահայտեց, որ որոշ առաջատար բիզնես ձեռնարկություններ, որոնք բանկեր էին հիմնադրել, դա արել էին, որպեսզի բանկերի տնօրեններին հնարավորություն ընձեռեն «ներքին» վարկեր վերցնել: Երկու բանկերի գործունեության հետաքննությամբ պարզվեց, որ դրանցում գոյություն ունեին ավելի քան 200 կեղծ հաշիվներ, եւ կենտ-

րոնական բանկը եզրակացրեց, որ բանկերի տնօրենները մտացածին անուններով անօրինական վարկեր էին վերցնում: Ի վերջո պարզվեց, որ 134 բանկերի տնօրեններ ներառված էին նման գործունեության մեջ, որոնցից 57-ն ազատվեց զբաղեցրած պաշտոններից, 19-ը դիմեց դատարան եւ վերանայել տվեց իրենց հեռացման հրամանները, իսկ 58-ը կարգավորեց իր վարկերը եւ շարունակեց աշխատել որպես տնօրեն: Թերթերի լրագրողական հետաքննությունն օգնեց կենտրոնական բանկին անցկացնել իր հետաքննությունները եւ անհրաժեշտ հասարակական ճնշում ստեղծել՝ պատժամիջոցներ կիրառելու եւ անհրաժեշտ բարեփոխումներ իրականացնելու նպատակով: Այսպիսով, տպագիր լրատվամիջոցները կարող են պնդել, որ իրենք իրենց ուրույն դերն են ունեցել ներքին վարկավորման անօրինական բիզնեսը կանգնեցնելու գործում: Որոշ ժամանակ անց բանկային օրենսդրությունը փոփոխվեց այնպես, որ բանկերի տնօրենները կարողանան միայն իրենց կողմից իրականում ներդրած գումարի 50 տոկոսի չափով վարկ վերցնել:

Մեկ այլ ոլորտ, որտեղ լրատվամիջոցների կողմից անողոք բացահայտումը հանգեցրեց բարեփոխումների իրականացման, բանկային համակարգի ներքին կոռուպցիան էր: Կաշառակերությունը խուճապ էր ստեղծում վարկավորման գործընթացում, իսկ բանկային պաշտոնյաների շրջանում կոռուպցիան լայն տարածում ուներ: Լրատվամիջոցների բացահայտումները հանգեցրեցին կենտրոնական բանկի վերահսկիչ դերի հզորացմանը, իսկ վերահսկող խմբերը, որի անդամներն ուսուցման նպատակով գործուղվել են արտասահման, այժմ այցելում են բանկերի մասնաճյուղերն ամբողջ երկրով մեկ՝ նրանց աշխատանքը վերահսկելու եւ ուսումնասիրելու համար:

Մյուս ոլորտը, որտեղ լրատվամիջոցները խոշոր ֆինանսական խախտումներ հայտնաբերեցին, օտարերկրյա արժույթով անօրինական գործարքներն էին: Սա պաշտոնական ուղիներից խուսափող օտարերկրյա արժույթով գործարքների ոչ պաշտոնական համակարգ է, որը պետական բյուջեն զրկում է այդքան անհրաժեշտ օտարերկրյա արժույթից:

Տարիների ընթացքում բանկերի արհմիությունները դարձել էին բանկային բիզնեսի ազդեցիկ մասնակիցներ: Նրանք ազդում էին բանկերի որոշումների ընդունման գործընթացի վրա՝ բանկերի ղեկավարությանը ստիպելով որոշակի վարկերի վերաբերյալ որոշումներ ընդունել: Նրանք նաեւ անհարկի կերպով ազդում էին բանկերի պաշտոնյաների նշանակումների եւ առաջխաղացումների վրա, ինչը հանգեցնում էր բանկերի պաշտոնյաների կողմից իրենց կարիերայում առաջընթաց ունենալու նպատակով արհմիության առաջնորդներին սիրաշահելուն ուղղված քայլերի: Միության առաջնորդները գրավում էին բանկերի գրասենյակային տարածքների զգալի մասը եւ երբեմն գործում էին որպես այլընտրանքային կառավարիչներ: Լրատվամիջոցները կարելու դեր խաղացին արհմիությունների ազդեցությունը սահմանափակելու եւ նրանց գործունեությունը որոշակի կարգուկանոնի ենթարկելու հարցում:

Ընդհանուր առմամբ լրատվամիջոցներն էապես օգնեցին հզորացնել ֆինանսական հատվածի կառավարումը: Առանց լրատվամիջոցների ակտիվ աջակցության եւ հասարակական կարծիք ստեղծելուն ուղղված ջանքերի կենտրոնական բանկը չէր կարող իրականացնել այն բարեփոխումները, որոնք նախաձեռնել էր:

Լրատվամիջոցների ազդեցության երկրորդ օրինակը վերաբերում է բնակարանային շինարարության համար հողատարածքների անօրինական բաշխմանը: Մի թերթային հոդված բացահայտեց, որ քաղաքային կառավարություններն ավելի քան 300 հողատարածքներ են հատկացրել իշխանության ղեկի մոտ գտնվող կուսակցության հովանավորյալներին՝ շրջանցելով բոլոր ընթացակարգերը եւ կարգավորումները: Բանգլադեշի օրաթերթերից մեկում առաջինը լույս տեսած պատմությունը հետագայում տեղ գտավ նաեւ այլ թերթերում: Սրա արդյունքը եղավ վարչապետի ուղղա-

կի միջամտությունը, որը չեղյալ համարեց հատկացումները, որպես արձագանք լրատվամիջոցների կողմից լուսաբանված պատմությունների: Նմանապես, Դաքքայի քաղաքային կորպորացիայի՝ մայրաքաղաքի կառավարության վերաբերյալ հողվածներն ուշադրություն էին դարձրել այն բանին, թե ինչպես են զբոսայգիները, մանկական խաղահրապարակները եւ քաղաքի կենտրոնում գտնվող ավտոկանգառները վաճառվում մասնավոր անձանց՝ առևտրի կենտրոններ կառուցելու նպատակով: Այս գործողությունների մեծ մասը խախտում էր քաղաքի հիմնական հատակագիծն ու քաղաքի տարածքային բաժանման վերաբերյալ օրենքները եւ իրականացվում էր կաշառքների կամ քաղաքական ճնշումների արդյունքում: Շինարարությունների դադարեցման պատճառը դարձան լուսանկարներով պատմություններն այն մասին, թե ինչպես են հին Դաքքայի խիստ բնակեցված մասերում գտնվող մանկական խաղահրապարակները վերածվում առևտրային կենտրոնների:

Լրատվամիջոցները նշանակալի ներդրումներ ունեցան բնապահպանական խնդիրների լուծման առումով: Իշխանությունները հետեւողականորեն եւ գիտակցաբար անտեսում էին Բանգլադեշի գետերը, հատկապես մայրաքաղաք Դաքքայի շրջակայքում: Ժամանակի ընթացքում ազդեցիկ անձնավորությունները գետերի ափերի երկայնքով մեկ սեփականություն էին ձեռք բերում եւ հող լցնելով նեղացնում էին գետերի հունները: Ի վերջո՝ գետերի հոսանքները նվազեցին, հանգեցնելով Դաքքայի հիմնական գետի՝ Բուրիգանգայի համարյա ամբողջովին ցամաքելուն: Գետը վտանգված էր նաեւ չմշակվող արտանետումների հսկայական ծավալների պատճառով: Թերթերը Բուրիգանգան փրկելու արշավ սկսեցին եւ ներկայացրեցին, թե ինչպես են կառուցված գործելակերպերը թույլ տվել ափամերձ սեփականության «վաճառքը» գանազան մասնավոր ընկերություններին՝ առևտրային շինարարության նպատակներով: Մի դեպքում թերթերից մեկը բացահայտեց այն, որ մի խոշոր կառավարական մարմին մոտ 90 ֆուտ առաջացել էր գետի հունի մեջ՝ իր համար պահեստներ սարքելու նպատակով: Թերթի լուսաբանումներին հետեւեցին իրավական քայլեր, եւ աշխատանքները ժամանակավորապես դադարեցվեցին: Այս խնդրի վերաբերյալ վերջնական որոշում դեռեւս չի ընդունվել: Չնայած գետի մեջ շրջակա միջավայրն աղտոտող արտանետումների փաստերի շարունակական լուսաբանումը հանգեցրել է հասարակության կողմից այն փաստի ընկալմանը, որ անտեսումը կարող է բնապահպանական աղետներ առաջացնել, սա առայժմ չի հանգեցրել շրջակա միջավայրի աղտոտման նվազեցմանն ուղղված լուրջ միջոցառումների իրականացմանը:

Հինգ տարի առաջ «*Դեյլի սթար*»-ը, Բանգլադեշի ճարտարագիտության եւ տեխնոլոգիաների համալսարանը եւ Բանգլադեշի սկաուտները որպես «Փրկե՛ք Դաքքան, մաքրե՛ք Դաքքան» նախաձեռնության մի մաս սկսեցին համատեղ իրականացնել «Քաղաքային օրակարգ» կոչվող ծրագիրը: Սկաուտները մոբիլիզացրեցին իրենց ակտիվիստներին, համալսարանը ներառեց փորձագետների, իսկ «*Դեյլի սթար*»-ն ապահովեց լրատվական աջակցությունը: Ամեն ինչ սկսվեց սկաուտներից եւ քաղաքացիներից, որոնք երթով անցան քաղաքի միջով՝ պահանջելով մաքրել քաղաքը: Ամեն օր սկաուտների եւ տեղային համայնքային խմբերի ղեկավարությամբ մարդիկ սկսեցին մաքրել քաղաքի կեղտոտ վայրերը: Լրատվամիջոցները լուսաբանում էին նրանց գործունեությունը: Շուտով քաղաքապետարանը, որը պատասխանատու էր այդ գործունեության համար, սկսեց զգալ հասարակական ճնշումը եւ դիմեց այդ խմբին՝ հարցնելով, թե ինչով ինքը կարող է օգնել: Աղբի հավաքման համակարգը էականորեն բարելավվեց, եւ քաղաքացիներն էլ ավելի պահանջկոտ դարձան ու այլեւս չէին ցանկանում հանդուրժել քաղաքապետարանի անբարեխիղճ աշխատանքը:

Նույն խումբը նաեւ մի շարք սեմինարներ կազմակերպեց թափոնների հավաքման եւ վերացման կազմակերպման, քաղաքներում հասարակական զուգարանների, երթուկության կազմակերպման, արեւադարձային տեմդի վերաբերյալ հասարակական

գիտակցության ու դրա կանխարգելման եւ Դաքքայում տարածքային բաժանման վերաբերյալ օրենքների պարտադրման վերաբերյալ: Յուրաքանչյուր սեմինարը կազմակերպելիս խումբը հավաքում էր փորձագետների եւ քաղաքացիական նախածեռնություններին ակտիվորեն մասնակցող քաղաքացիների միավորումների ներկայացուցիչների: Թոշակի անցած համալսարանական դասախոսները, նախկին բյուրոկրատները, մասնագետները եւ տարիքն առած քաղաքացիները միանում էին սկաուտներին այս թեմաների վերաբերյալ հասարակական կարծիք ստեղծելու նպատակով:

Այս խմբի կողմից զգալի ուշադրության արժանացած ոլորտներից մեկն էլ քաղաքային երթևեկությունն էր: Խումբն ի մի բերեց երթևեկության փորձագետներին, ներառված բոլոր կառավարական գործակալությունների ներկայացուցիչներին, քաղաքացիական ակտիվիստներին եւ բիզնես հասարակության անդամներին, որոնց գործունեությանը խանգարում էր աճող կուտակումները: Ստեղծվեցին այլընտրանքային նախագծեր եւ հրապարակվեցին թերթերում՝ դրանց վերաբերյալ հասարակական կարծիքն ապահովելու նպատակով: Նման քայլեր կիրառվեցին նաեւ այլ ոլորտներում:

Բանգլադեշի ջրերի մկնդեղային աղտոտվածության դեպքը, որը մտահոգություններ առաջացրեց ինչպես քաղաքային, այնպես էլ գյուղական շրջաններում, լրատվամիջոցների ունեցած լայն ազդեցության մեկ այլ օրինակ է: Ցնցող եւ ողբերգական այս բացահայտման արդյունքում հետազոտողները գտան, որ Բանգլադեշի խոշոր շրջաններում ստորգետնյա ջրերն աղտոտված են մկնդեղով: Այս պատմությունն առաջինն ի հայտ եկավ Արեւմտյան Բենգալիայում՝ Յնդկաստանում, 1980-ականներին: Բանգլադեշում սկսեցին լուրեր տարածվել, որ սահմանամերձ շրջաններից տուժողները բուժվելու նպատակով գնում են Կալկաթա: Բանգլադեշի փորձագետներն ուսումնասիրեցին խնդիրը, եւ 1990-ականների կեսերին Դաքքայի համայնքային հիվանդանոցից բժիշկների մի խումբ հավաստիացավ, որ մկնդեղային աղտոտումն իսկապես լայն տարածում ունի: Այս բժիշկները դիմեցին լրատվամիջոցներին, որոնք լուսաբանեցին խնդիրը: Հաշվարկները ցույց են տալիս, որ այս աղտոտվածությունը կարող է սպառնալ Բանգլադեշում բնակիչների 60-ից 75 միլիոն հոգու:

Տպագիր լրատվամիջոցներն առաջինն էին, որ ուշադրություն հրավիրեցին այս խնդրին եւ այն լուրջ քննարկման առարկա դարձրեցին: Լրատվամիջոցների լուսաբանման արդյունքում ինչպես ազգային կառավարությունը, այնպես էլ միջազգային հասարակությունը, ներառյալ միջազգային կազմակերպությունները, սկսեցին խնդրին ուշադրություն դարձնել: Լրատվամիջոցների լուսաբանումն ազդեց քաղաքականությունը որոշողների վրա, որոնք սկզբում լրատվամիջոցներին մեղադրեցին խնդիրն անհարկի սենսացիայի վերածելու մեջ, սակայն ավելի ուշ ընդունեցին դրա լրջությունը եւ սկսեցին դրան վերաբերվել որպես պետական մակարդակի ճգնաժամային իրադրության: Միացյալ Ազգերի Կազմակերպության Մանկական հիմնադրամը, Համաշխարհային առողջապահական կազմակերպությունը եւ Համաշխարհային բանկը արձագանքեցին լրատվամիջոցների հրապարակումներին եւ փաստերը ճշտելու նպատակով առաքելություններ ուղարկեցին Բանգլադեշ: «Դեյլի սթար»-ն առաջինն էր, որ բազմակողմանիորեն լուսաբանեց խնդիրը, ներկայացնելով աղտոտված շրջանների քարտեզներն՝ ընդգծելու համար իրավիճակի ծայրահեղությունը: Դաքքայի համայնքային հիվանդանոցի հետ համագործակցելով՝ «Դեյլի սթար»-ը լրատվական կլոր սեղան կազմակերպեց եւ խնդրի վերաբերյալ հատուկ լրացումներ ներկայացրեց: Այս լրացումները մեծապես օգնեցին միավորել բոլոր ազգային եւ միջազգային գործընկերներին՝ ճգնաժամը մեղմելու նպատակով:

Հարկ է նշել նաեւ լրատվամիջոցների դերը մարդու իրավունքներն ապահովելու խնդրում: Ժողովրդավարության վերականգնման պահից սկսած լրատվամիջոցները մարդու իրավունքներին վերաբերում են որպես հիմնական խնդրի: Նրանք ժողովր-

դականացրել են տեղեկացված լինելու մարդկանց իրավունքի գաղափարը եւ ընդդիմանում են կառավարական պաշտոնյաների բոլոր տեսակի գաղտնիությանն ու անձեռնմխելիություններին: Տպագիր լրատվամիջոցների աշխատանքի շնորհիվ Բանգլադեշի քաղաքացիները ներկայումս շատ ավելի տեղյակ են իրենց հիմնական իրավունքների եւ դրանց սահմանադրական պաշտպանվածության վերաբերյալ, քան նախկինում: Մշտական աջալրջության եւ այդ իրավունքների խախտման դեպքերի վերաբերյալ ռեպորտաժների, ինչպես նաեւ ոստիկանության դաժանությունը եւ հալածանքները բացահայտելու միջոցով լրատվամիջոցները ազդեցություն են ունեցել այս խնդիրների վերաբերյալ հասարակական իրազեկության էական աճի վրա: Առանձնակի կարեւորություն է ունեցել լրատվամիջոցների կողմից ուշադրության բեւեռումը ոստիկանության գործելակերպին եւ ոստիկանության կողմից ձերբակալված անձանց մահվան դեպքերին: Նրանք նաեւ նպաստել են դատական ակտիվությանը եւ ավելացրել են հասարակության իրազեկությունը դատական գործընթացի սկզբունքների վերաբերյալ:

Լրատվամիջոցներն աջակցել են հասարակական կազմակերպություններին, որոնք աշխատում են ամրապնդել մարդու իրավունքները, սեռական խտրականության եւ կրոնական ծայրահեղականության դեմ ուղղված արշավներ են իրականացնում եւ ընդդիմանում են կանանց եւ երեխաների դեմ իրականացվող բռնություններին: Կարելու է եղել լրատվամիջոցների կողմից կանանց եւ երեխաներին ստրկության վաճառելու խնդրի լուսաբանումը: Բազմաթիվ դեպքերում լրագրողները սերտորեն համագործակցել են հասարակական կազմակերպությունների հետ եւ օգնել հայտնաբերել կամ վերաբնակեցնել ստրկության զոհերին: Ընդհանուր առմամբ, սեռական խնդիրների վերաբերյալ իրազեկությունն ավելի մեծ է, քան նախկինում:

Բանգլադեշում մարդու իրավունքների հետ կապված իրավիճակի վերաբերյալ միջազգային հաշվետվությունների մեծ մասը հիմնված է լրատվամիջոցներում լուսաբանված փաստերի վրա, ինչպես օրինակ «Ամնեսթի ինթերնեշնլ»-ի, «Թրանսփարենսի ինթերնեշնլ»-ի եւ վերջերս ԱՄՆ Պետդեպարտամենտի հաշվետվությունները Բանգլադեշում մարդու իրավունքների վերաբերյալ: Այսպիսով, լրատվամիջոցներն էականորեն նպաստել են մարդու իրավունքների խնդիրների վերաբերյալ ազգային եւ միջազգային իրազեկության ավելացմանը:

Այնուամենայնիվ, չնայած լրատվամիջոցների ուշադրությանը, մարդու իրավունքների ոտնահարումները Բանգլադեշում դեռեւս լայն տարածում ունեն: Ըստ լրատվամիջոցների՝ դրա պատճառը բացահայտված խախտողներին արագ եւ օրինակելի կերպով չպատժելն է: Իրավական գործընթացը չափից ավելի դանդաղ, անարդյունավետ եւ կռոււմպացված է՝ արագորեն արդարադատություն իրագործելու համար: Խոսքը վերաբերում է երկրպագուների կողմից իրենց անուսնության առաջարկը մերժած երիտասարդ կանանց նկատմամբ վիրավորական արտահայտություններ անելու նողկալի սովորությանը: Մենք համոզված ենք, որ այսպիսի դեպքերի վերաբերյալ արագ որոշումների կայացումը եւ այս բարբարոսական սովորույթները թույլատրողների նկատմամբ խիստ պատժամիջոցների կիրառումը կօգներ նվազեցնել նման դեպքերի քանակը: Մենք կարող ենք որոշ չափով բավարարված լինել այն փաստով, որ լրատվամիջոցների լուսաբանման շնորհիվ մասամբ նվազել է այդպիսի դեպքերի քանակը:

ԵՅ ՆՍՅ ԿՅ ÷ Յ Ի ձօՍԿ»ն »օ ԷՄՂՇնԿ»ն

Նույնիսկ չնայած այն փաստին, որ տպագիր լրատվամիջոցները կարելու դեր են խաղացել արդյունավետ կառավարմանը նպաստելու, ինչպես նաեւ Բանգլադեշում մար-

կանց միջեւ եւ կառավարության հետ շփումների սովորույթները փոփոխելու խնդրում, լրատվամիջոցների դերն էականորեն ավելին կլիներ, եթե նրանց հասանելիությունն ավելի մեծ լիներ: 130 միլիոն բնակչություն ունեցող երկրում բոլոր թերթերի ընդհանուր շրջանառությունը չի գերազանցում օրեկան 1 միլիոն օրինակը: Նույնիսկ անգրագիտության բարձր մակարդակը եւ բնակչության զգալի մասի սահմանափակ գնողունակությունը հաշվի առնելու դեպքում շրջանառությունն այնուամենայնիվ շատ ավելի փոքր է, քան կարելի էր սպասել այդպիսի խոշոր բնակչություն ունեցող երկրում: Իրականությունն այն է, որ լրագրությունը դեռեւս սովորական մարդու կարիքների համար կարելու չի դարձել: Թերթերում լուսաբանվող խնդիրները չեն վերաբերում նրանց առօրյա կյանքին: Սա հանգեցնում է քաղաքային եւ գյուղական շրջանների ընթերցողների եւ լրատվամիջոցներում նրանց հետաքրքրող հարցերի լուսաբանման խնդրին: Քանի որ թերթերի ընթերցողների մեծ մասը քաղաքային բնակիչ է, ապա դրանք գյուղական խնդիրներին վերաբերվում են որպես երկրորդականի: Սակայն սա դեռեւս համապատասխան կերպով չի կարող բացատրել սահմանափակ շրջանառությունը, քանի որ Բանգլադեշի քաղաքային բնակչությունը բավականին մեծ թիվ է կազմում ընթերցողների ավելի լայն շրջանակ ապահովելու համար:

Ի հավելումն այս ամենի, ինդուստրիալացման ցածր մակարդակը, մասնավոր հատվածի փոքր չափերը եւ սպառողական ընտրության սահմանափակ ծավալները չեն նպաստում աշխույժ գովազդային շուկայի ստեղծմանը: Սա ստիպում է Դաքքայից դուրս գտնվող շրջաններում գործող թերթերի մեծամասնությանը, որտեղ գովազդային շուկա փաստորեն գոյություն չունի, մեծապես կախման մեջ լինել կառավարական գովազդներից: Ֆինանսավորման մեկ ոչ մրցակցային աղբյուրի գոյությունը, մասնավոր երբ այն պետությունն է, ունի երկու բացասական հետեւանք՝ նորությունների աննշան բազմազանություն եւ կառավարական քարոզչության կողմից վերահսկվելու ռիսկ: Այս երկու գործոնները նույնպես նվազեցնում են տպագիր լրատվամիջոցների նկատմամբ պահանջարկը:

Գովազդային փոքր շուկան նշանակում է նաեւ, որ թերթերի մեծ մասը կարիք ունի անհրաժեշտ ֆինանսավորման միջոցների՝ բարձրորակ թերթեր արտադրելու նպատակով անձնակազմ եւ տեխնոլոգիաներ ձեռք բերելու համար: Բանգլադեշի լրագրության համար բնորոշ է լրագրողների ոչ համապատասխան ուսուցումը: Լրագրողների մեծ մասը դեռեւս անբողջապես կախված է պաշտոնական ողորմություններից, քանի որ նրանք ոչ համապատասխան կրթություն ունեն, ոչ էլ անհրաժեշտ միջոցներ՝ իրենց սեփական հետաքննություններն անցկացնելու համար: Մեկ այլ լուրջ սահմանափակում է լրագրողների միջեւ տարածված քաղաքական սահմանազատումը: Շատ հաճախ լրագրողները բաժանվում են ըստ քաղաքական ուղղությունների, ինչն անկանխատեսելի կերպով ազդում է նրանց մասնագիտական աշխատանքի արդյունքների վրա: Ես կարծում եմ, որ եթե չլիներ այս քաղաքական բաժանումը, ապա Բանգլադեշը կունենար շատ ավելի ակտիվ եւ արդյունավետ տպագիր լրատվամիջոցներ, քան ունի այսօր:

Ներկայումս էլեկտրոնային լրատվամիջոցների մասնավոր սեփականության թույլտվությամբ Բանգլադեշում մի նոր միտում է ծնունդ առնում, որի վերջնական հետեւանքները դեռեւս տեսանելի չեն: Առաջին անգամ է, որ այս հզոր լրատվամիջոցներն այլեւս չեն գործում որպես կառավարության գաղափարախոսական կցորդներ եւ անկախության նշաններ են ցուցաբերում: Հետագա ազատականացումը ցանկալի է: Այսուհանդերձ, այս նախաձեռնությունը դեռեւս իր մանկության շրջանն է ապրում: Այսպիսով, առայժմ զարգացման խնդրի հիմքում ընկած սոցիալական, քաղաքական եւ տնտեսական հարցերի մատնանշման եւ սոցիալական փոփոխությունների պաշտպանի բեռն ընկնում է տպագիր լրատվամիջոցների ուսերին, որոնք ավելի երկար ժա-

մանակ գոյություն ունեն եւ բացառությամբ 1975թ. մի քանի ամիսների՝ երբեք կառավարության ձեռքերում չեն եղել:

Բոլոր լրատվամիջոցների համար գալիք տարիների ընթացքում ամենակարեւոր խնդիրը ժողովրդավարության ամրապնդումն է եւ հաշվետու կառավարության ստեղծումը: Միայն այդ դեպքում կայուն զարգացումը հնարավոր կլինի: Բանգլադեշի ուղին դեպի ժողովրդավարականացումը խորդուբորդ է եղել: Լրատվամիջոցների մեծագույն խնդիրը գործունե ժողովրդավարություն ստեղծելուն օժանդակելն է, ինչը կարեւորագույն նշանակություն ունի զարգացման բոլոր մյուս նպատակներին հասնելու համար:

Գրականություն

World Bank. 2001. *World Development Indicators*. Washington, D.C.

16

Ինչու «Քայրո թայնս»-ը սկսեց տպագրվել Կիպրոսում

Յիշան Քասեմ

Մամուլը Եգիպտոսում ունի պետական գերակայության եւ վերահսկողության երկարամյա պատմություն, որը սկսվել է այն պահից, երբ փոխարքա Մուհամմադ Ալին (1805-1848թթ.) պաշտոնական լրագիր հիմնադրեց: Այդ ժամանակներից սկսած Եգիպտական լրագրությունն ստիպված է գործ ունենալ կառավարության՝ որպես չորրորդ իշխանությունը լիցենզավորող, արգելող եւ նրա ճակատագիրը վերահսկող գլխավոր գործող անձի հետ: Ազատ մամուլի վերաբերյալ հեռանկարները Եգիպտոսում այսօր պակաս մռայլ են, քան 20 տարի առաջ, սակայն լրագրողական գործունեությունը դեռեւս կրում է խորը արմատներ ունեցող քաղաքական եւ պատմական ժառանգության ազդեցությունը:

1996թ.-ին ես այցելեցի Մամուլի բարձրագույն խորհրդի գրասենյակ: Եգիպտոսում հրատարակությունների լիցենզավորումը այդ մարմնի իրավասությունն է: Տեղյակ լինելով նրա վատ համբավի մասին՝ ես հույս չունեի, թե ինձ լիցենզիա կտրամադրեն, սակայն դա դիտում էի որպես քաղաքավարության այց կամ որպես դռան զանգը տալու նման մի բան՝ մինչ Եգիպտական մամուլի բեմահարթակ ելնելը: Ինձ ընդունեց մի քաղաքավարի բյուրոկրատ եւ բացատրեց լիցենզավորման ընթացակարգը: Լիցենզիայի համար դիմումում ես պետք է նշեի հավասար բաժիններ ունենցող եւս ինը մասնակիցների անուններ: Մենք պետք է որպես դեպոզիտ ամսական հրատարակության համար ներդնեինք 100000 Եգիպտական ֆունտ (մոտ 25000 ԱՄՆ դոլար), շաբաթաթերթի համար՝ 250000 Եգիպտական ֆունտ, իսկ օրաթերթի համար՝ 1 միլիոն Եգիպտական ֆունտ: Այդ գումարները պետք է դրվեին առանձին հաշվեհամարների վրա եւ դրանցից տոկոսներ չէին վճարվելու, քանի դեռ դիմումը դիտարկման ընթացքում կլիներ: Դիմորդները կարող էին ցանկացած ժամանակ հետ պահանջել իրենց գումարները, սակայն այդ դեպքում դիմումն անմիջապես չեղյալ կհամարվեր: Գումարի չափն ինձ խելամիտ թվաց, քանի որ հրատարակություն հիմնադրելն ավելի պակաս գումարով անհնարին կլիներ: Ես բացատրեցի քաղաքավարի բյուրոկրատին, որ չգիտեմ ինն այլ մարդկանց, ովքեր շահագրգռված կլինեին ինձ հետ միասին մամուլի բիզնեսում սկզբնական ներդրումներ կատարել: Նա ինձ ասաց, որ իմ բախտը բերել է, քանի որ վերջերս ուժի մեջ մտած օրենքի փոփոխությունը հիմնադիր անդամների թիվը 200-ից իջեցրել էր մինչեւ 10-ի: Ես նրան հարցրեցի դիմումի քննարկման համար անհրաժեշտ ժամանակահատվածի մասին, եւ նա պատասխանեց, որ ինքը բացարձակապես տեղեկություն չունի: Ես փորձեցի այնուամենայնիվ պատասխան ստանալ նրանից, սակայն դա ոչնչի չհանգեցրեց: Վերջապես ես հարցրեցի. «Վերջին անգամ ե՞րբ է որեւէ հրատարակություն լիցենզիա ստացել»: Նա ասաց, թե

ինքը չի հիշում: Ես հարցրեցի, թե ե՞րբ է Մամուլի բարձրագույն խորհուրդը վերջին անգամ հավաքվել: «Երկու տարի առաջ», - պատասխանեց նա: Եթե ես պաշտոնական ճանապարհով փորձեի հիմնադրել «Քայրո թայնս»-ը՝ շաբաթական լույս տեսնող նորությունների հանդեսը, ապա դրա վերաբերյալ տեղեկություններ ստանալու համար թերեւս անհրաժեշտ կլինեի դիմել տեղեկատվական բյուրոների ծառայությանը:

Այնուհետեւ ես ստիպված եղա դիմել հրատարակություն հիմնադրելու սահմանված կարգին: Այս տարօրինակ իրադրությունը, երբ հրատարակությունն ուղղորդված է դեպի Եգիպտոսը, վաճառվում է միայն Եգիպտոսի փողոցներում եւ գովազդներ է հրապարակում համարյա ամբողջապես միայն Եգիպտոսի համար, սակայն գրանցված է արտասահմանում, առանձնահատուկ չէ «Քայրո թայնս»-ի համար, այլ բնորոշ է Եգիպտոսի մամուլի մոտ 80 տոկոսին:

1970-ականների սկզբներին, երբ նոր նախագահը իշխանության համար պայքարում հաղթեց իշխանության ղեկի մոտ գտնվող իր երբեմնի գործընկերներին, նա իր հաջողությունն անվանեց ժողովրդավարության եւ քաղաքական բազմակարծության հաղթանակ եւ դրա արդյունքում ստիպված եղավ որոշակի ժողովրդավարական գիշումների գնալ՝ իր հաղթանակի օրինականությունն ամրապնդելու համար: Նա վերացրեց մամուլի գրաքննությունը եւ կրկին թույլատրեց քաղաքական կուսակցությունների գործունեությունը, որը նրա նախորդն արգելել էր 1953թ.-ին: Քաղաքական կուսակցությունների վրա չտարածվեցին մամուլը կարգավորող լիցենզավորման խիստ օրենքները եւ նրանց թույլ տրվեց թերթեր հիմնադրել: Չնայած դա օգնեց բարելավել Եգիպտոսի քաղաքական պատկերը՝ այն որպես բազմակուսակցական համակարգ ունեցող երկիր ներկայացնելով, սակայն իրականում այն հանգեցրեց այնպիսի մի իրավիճակի, երբ մամուլը վերահսկվում էր քաղաքական կազմակերպությունների կողմից: Այսուհանդերձ, տեղեկատվության ազատ հոսքի առումով իրավիճակը եականորեն բարելավվեց: Այժմ գոնե ոչ բոլոր Եգիպտական թերթերն են ամեն առավոտ իրենց վերնագրերում գովերգում կառավարությանը: Այնուամենայնիվ, սրանք այն թերթերը չէին, որոնք հավատարիմ էին իրենց ընթերցողներին, այլ ավելի շուտ ծառայում էին քաղաքական կուսակցություններին եւ նրանց քաղաքական ծրագրերի շահերին:

Մամուլի արդյունաբերության առումով, աղետն այնքան մեծ չէր, ինչքան օֆշորային մամուլի դեպքում, քանի որ կուսակցական հիմնադրամները կարող էին օգտագործվել թերթերին աջակցելու համար եւ օգնեցին սանձել կաշառատվությունը եւ կոռուպցիան, չնայած նրանք դա հիմնովին չվերացրեցին: Ինչ վերաբերվում է գոյություն ունեցող մամուլին, ապա այդ ժամանակ այն ոչ միայն բացառապես պատկանում էր կառավարությանը, այլ նաեւ յուրաքանչյուր հրատարակչություն ուներ կառավարության կողմից նշանակված իր գրաքննիչը՝ իր մոտ հրատարակված թերթերը գրաքննելու համար: Սադաթի կողմից գրաքննության վերացումը տեղեկատվության ազատ հոսքի առումով ոչ մի արդյունքի չհանգեցրեց, քանի որ գործնականում պետության կողմից նշանակված խմբագիրներն աշխատում էին նաեւ որպես գրաքննիչներ:

Մասնավոր հատվածը նույնպես դեռեւս գոյություն չունեի՝ սոցիալիստական շրջանի խիստ լիցենզավորման օրենքների պատճառով: Այս իրավիճակը փոփոխվեց, երբ մի շարք լրագրողներ սկսեցին հրատարակչություններ հիմնադրել արտասահմանում, հիմնականում որպես հարեւան Կիպրոսում օֆշորային բիզնեսներ: Խմբագրական բովանդակությունը պատրաստվում էր Կահիրեում, ինքնաթիռով հասցվում էր Կիպրոս, այնտեղ տպագրվում էր եւ կրկին ինքնաթիռով հետ էր բերվում: Չնայած դա ծախսատար, հոգնեցուցիչ եւ անիմաստ բիզնես էր, սակայն դա միակ հնարավոր տարբերակն էր: Կառավարությունը գիտակցեց այս ճեղքի վտանգավորությունը եւ մի քանի շաբաթվա ընթացքում հիմնադրեց տխրահռչակ Օտարերկրյա հրատարակությունների գրաքննության գրասենյակը: Նոր գրասենյակի ստեղծումը բացատրվում

էր նրանով, թե այն կոչված էր ապահովելու ազգային անվտանգությունը եւ պաշտպանելու հասարակության բարքերն ու բարոյականությունը: Գործնականում, դա հետագայում այլընտրանքային դառնալու հավանականություն ունեցող մամուլը վերահսկողության տակ պահելու միջոց էր: Այսօր այդ գրասենյակը վերահսկում եւ գրաքննում է Եգիպտոսի մամուլի 80 տոկոսը: Այն ժամանակ թվում էր, թե դա հարմար լուծում է: Այն նվազեցրեց կառավարության նկատմամբ ճնշումները՝ լիցենզավորման խիստ օրենքները վերացնելու առումով, եւ հրատարակիչներին կառավարության հետ երկարաժամկետ հակամարտությունների մեջ մտնելու հեշտ այլընտրանքի հնարավորություն տվեց, չնայած այս հրատարակիչների մի մասը քաղաքական նպատակներ չէր հետապնդում, այլ ցանկանում էր առելուրային հանդեսներ հրատարակել եւ այդ պատճառով էական վնասներ չկրեց գրաքննության պատճառով: Մակերեսային դիտարկման դեպքում սա հարմար լուծում էր թվում, սակայն այն ուներ բազմաթիվ չնախատեսված հետեւանքներ, որոնք ի հայտ եկան միայն տարիներ անց:

Դրանցից առաջինը եւ ամենալուրջն այն էր, որ գործնականում կարգավորումն իրականացվեց այնպես, որ կառավարությունը արդյունաբերությունը կարգավորելու եւ դրան հետեւելու իր իրավունքը վերացրեց ի փոխանակումն բովանդակությունը վերահսկելու իրավունքի: Քանի որ տարածաշրջանը ղեկավարվում է կամ միապետությունների կամ էլ ռազմական դիկտատուրաների միջոցով, որոնք հսկայական բյուջեներ ունեն, որ կարող են օգտագործել լրատվամիջոցներում իրենց կերպարը բարեգարդելու նպատակով, այս ոլորտը դարձավ կոռուպցիայի հիմնական նպատակակետերից մեկը: Մի քանի տարվա ընթացքում «անկախ» մամուլի առնվազն 90 տոկոսն աջակցություն էր ստանում այս վարչակարգերից մեկի կամ մի քանիսի կողմից: Սկսեցին անհետանալ վաճառքի կամ մարքեթինգի կառավարիչները, որոնց փոխարինում էին անպատկառ հրատարակիչներով, որոնք փորձում էին քծնել այդ վարչակարգերի դեսպանատներին: Քանի որ այդ հրատարակությունները հավելյալ մամուլ էին համարվում, նրանց մատակարարման քանակը աուդիտի չէր ենթարկվում: Սա վերացնում էր մրցակցության շարժառիթները: Ու՞ն էին պետք շրջանառության բարձր ցուցանիշները, երբ իր երկրում կամ իր միապետի իշխանությունը (կախված այն բանից, թե հրատարակիչը պահպանողական է, թե առաջադեմ) ապօրինի բռնազավթած գնդապետի նկարի հրապարակումը կարող էր նույն արդյունքներին հանգեցնել: Այս առումով պետք է հաշվի առնել, որ կառավարական մամուլն ուներ իր սեփական աուդիտի բյուրոն, որը միշտ սխալ տվյալներ էր ներկայացնում շրջանառության ծավալների վերաբերյալ: Այսպիսով ստեղծվել էր մի իրադրություն, երբ Եգիպտոսը չունեւր անկախ աուդիտի մարմին, որը կվերահսկեր մամուլը:

Այս կարգավորման մյուս ազդեցությունը վերաբերում էր մամուլի սինդիկատներին կամ արհմիություններին: Լրագրողները չէին կարող սինդիկատի անդամ դառնալ, եթե նրանք կառավարական կամ «ազգային» թերթերի ամբողջ դրույքով աշխատակիցներ չէին կամ չէին աշխատել ընդդիմադիր կուսակցական թերթերում հինգ կամ ավելի տարիներ: Այսպիսով, Եգիպտոսի լրագրողների ավելի քան 80 տոկոսը զրկվեց կոլեկտիվ պայմանագրեր կնքելու հնարավորությունից եւ սոցիալական կամ բժշկական ապահովագրությունից: Այս իրողությունը խախտում էր նաեւ սինդիկատի կանոնադրական նորմերը, որոնք սինդիկատի անդամ չհանդիսացող անձանց արգելում էին զբաղվել լրագրողական գործունեությամբ: Այն նաեւ Եգիպտոսի մամուլի սինդիկատի անդամներին թողեց մանրակրկիտ ընտրված պետական խմբագիրների ողորմածությանը: Եթե սինդիկատի անբարենպաստ խորհուրդ էր ընտրվում, ապա դա իր արտահայտությունն էր գտնում լրագրողների առաջխաղացման եւ եկամուտների վրա՝ խորհրդի գործունեության ժամկետների ընթացքում: Այսպիսի իրադրության խոչընդոտներից խուսափելու նպատակով ոչ պաշտոնական այնպիսի ավանդույթ սահմանվեց, որ սինդիկատի նախագահը պետք է լիներ կառավարական մամուլ-

լի անդամներից, իսկ խորհրդի մնացած մասը պետք է կազմված լիներ զանազան քաղաքական կուսակցությունների կամ այլ խմբերի ներկայացուցիչներից: Չնայած սա ժողովրդականորեն ընտրված եւ հավասարակշռված խորհրդի տպավորություն էր թողնում, սակայն գործնականում խորհրդի անդամների մեծ մասը աշխատավարձ էր ստանում կառավարությունից, անկախ իրենց քաղաքական համոզմունքներից: Այսպիսով, նրանց ծառայությունն իրենց քաղաքական միությունների շարունակությունն էր, եւ խորհուրդը կազմված չէր արհմիության այնպիսի անդամների կողմից, որոնք աշխատում էին ի բարօրություն իրենց մասնագիտության:

Երբ 1995թ.-ին մամուլի մասին նոր օրենքը զրպարտության համար որպես պատիժ սահմանեց մինչեւ 10 տարի ազատազրկում, սինդիկատից մեկ տարի պահանջվեց ազատազրկման պատիժը մինչեւ երկու տարի նվազեցնելու համար: 2001թ.-ին սինդիկատի խորհրդի անդամներից մեկը եւ այդ կազմակերպության Մամուլի ազատության կոմիտեի ղեկավարը երկու տարով ազատազրկման դատապարտվեց զրպարտության համար: Ալ Ահրամը՝ Եգիպտոսի խոշորագույն հրատարակչությունը, որի նախագահը միաժամանակ նաեւ մամուլի սինդիկատի նախագահն էր, այդ միջադեպը լուսաբանեց իր առաջատար թերթում՝ «Ալ Ահրամ»-ում, հանցագործությունների բաժնուն էլ հողվածներ ընթերցում դաժան սպանության մասին, թնրադեղերի տեղափոխմամբ զբաղվողի ձերբակալության մասին եւ սինդիկատի անդամի՝ զրպարտության մեղադրանքով ազատազրկման մասին: Եգիպտոսն աշխարհի այն քիչ թվով երկրներից է, որտեղ զրպարտության համար լրագրողներին պատժում են ազատազրկմամբ:

Վերջին 10 տարիների ընթացքում լիցենզիա է տրվել չորս քաղաքական շաբաթաթերթի եւ մեկ ամսաթերթի: Չորս շաբաթաթերթերի հիմնադիրները հզոր կառավարական կապեր ունեցող անձիք են, որոնք երբեք չեն անցնում այն սահմանը, որը Եգիպտոսի մամուլի ժարգոնում անվանվում է «կարմիր գիծ»: Երբ նրանցից մեկը մահացավ եւ նրա ժառանգորդները լիցենզիան վաճառեցին անկախ հրատարակիչ Էսսամ Ֆահմիին, կառավարությունը չեղյալ հայտարարեց թերթի լիցենզիան, չնայած այն բանին, որ վաճառքն իրականացվել էր արժեթղթերի շուկայում՝ բացառապես օրինական գործարքի միջոցով: Տպագրելու լիցենզան վերականգնելու համար անհրաժեշտ եղան երկու տարվա դատական լսումներ եւ բազմաթիվ դատական որոշումներ, որին հավելվեց նաեւ մի խմբագրի աշխատանքից հեռացնելը, ինչը դիտվեց որպես քաղաքական գործարք: Իբրահիմ Ալ Մոալեմը, որը ինչպես Եգիպտոսի հրատարակիչների միության, այնպես էլ Արաբ հրատարակիչների միության ղեկավարն է, հիմնադրեց վերը նշված ամսաթերթը: Նրանից 14 ամսվա համառություն պահանջվեց իր լիցենզիան ստանալու համար: Այլ առեւտրական հրատարակություններ լիցենզիաներ են ստացել բժշկական, ներքին հարդարման եւ սպորտի ոլորտներում, սակայն այդ լիցենզիաներն այնքան սահմանափակումներ ունեն, որ եթե հրատարակությունն առանց Մամուլի բարձրագույն խորհրդին տեղյակ պահելու փոխի հրատարակչությունը կամ իր աշխատակիցներից որեւէ մեկին, ապա նրա լիցենզիան անմիջապես չեղյալ կհամարվի:

Այսօր Եգիպտոսն ունի երկրի ներսում գրանցված ընդամենը յոթ օրաթերթ՝ 65 միլիոն բնակչության պայմաններում: Ի համեմատություն դրա, հարեւան Մալթան իր 370000 բնակչությամբ ունի չորս օրաթերթ: Ըստ օրենքի, հեռարձակումը բացառապես կառավարական մեծաշնորհ է: Կառավարությունը պնդում է, թե եթերը իրականում պետական սեփականություն է եւ իր փաստարկներն ապացուցելու համար հիմնվում է սահմանադրության ներքոհիշյալ հողվածների վրա:

Հոդված 30. «Պետական սեփականությունը մարդկանց սեփականությունն է, եւ դա ապացուցվում է պետական հատվածի շարունակական աջակցությամբ: Պետական հատվածը պետք է բոլոր ոլորտներում առաջընթացի ավանգարդը լինի եւ պետք է զարգացման պլանում իր վրա վերցնի գլխավոր պատասխանատվությունը»:

Հոդված 33. «Պետական սեփականությունը պետք է անձեռնմխելի լինի: Դրա պաշտպանությունը եւ աջակցությունը յուրաքանչյուր քաղաքացու պարտականությունն է օրենքով սահմանված կարգով, քանի որ այն համարվում է հայրենիքի հզորության նեցուկը, սոցիալիստական համակարգի հիմքը եւ մարդկանց բարեկեցության աղբյուրը»:

Առայժմ իրավիճակի բարելավման որեւէ նախադրյալ չի երեւում: Գերակայում է նույն մտածելակերպը: Գրաքննության բյուրոյի տնօրենը վաղուց գերազանցել է թոշակի անցնելու տարիքը՝ նա 75 տարեկան է եւ պետք է թոշակի անցած լիներ 15 տարի առաջ: Նույնիսկ չնայած այն բանին, որ ինտերնետը եւ արբանյակային հեռարձակումը գրաքննությունն ավելորդ են դարձնում, դեռեւս գոյություն չունեն իրավիճակի շտկմանն ուղղված օրենսդրական փոփոխության նախանշաններ:

Երբ ես դեռ նոր էի հիմնադրել «Քայրո թայնս»-ը, մինչեւ տպագրելը նախնական օրինակները ներկայացնում էի Գրաքննության բյուրոյին: Գրաքննողները կրճատում էին այն ամենն, ինչ իրենք էին հարմար համարում, չնայած ես չեմ հիշում որեւէ գրաքննված նյութ, որը կարող էր վնասել պետական անվտանգությանը կամ խախտել Եգիպտոսի քաղաքացիների բարոյականությունը կամ արժեքները (տես՝ http://www.cairotimes.com/the_forbidden_file): Մի անգամ մենք մի հոդված էինք պատրաստել մի քանի քաղաքացիների մասին, որոնք մի պետական հիվանդանոցում դիալիզի մեքենայի միջոցով վարակվել էին ՄԻԱՎ-ով: Գրախոսը գրաքննիչին տեղյակ պահեց «Քայրո թայնս»-ի «7 օր» բաժնում ներկայացված այդ հոդվածի մասին: Ինձ խնդրեցին նյութից հանել հղումը, պատճառաբանելով, որ այն կարող է խուճապ եւ անհարկի աղմուկ առաջացնել: Երբ գրախոսը հեռացավ, ես գրաքննիչին ասացի, որ նա խնդրել է նյութից հանել հղումը, այլ ոչ թե դուրս թողնել ամբողջ նյութը, ինչին նա անհողողող կեպով պատասխանեց. «Հանեք ամբողջ հոդվածը»:

Ելնելով իրավիճակից եւ վախից, որ ամբողջ համարը կարող է արգելվել, միակ փաստարկը, որ ես ունեի հետեւյալն էր. «Խնդրում եմ մի արգելեք ամբողջ հոդվածը»: «Լավ, բայց մյուս անգամ նման բան չանեք», - եղավ նրա պատասխանը:

Գրաքննությունը դարձել է անիմաստ գործիք, որը չունի ոչ մի հստակ ուղեցույց, ինչպես այն ճապոնացի գինվորը, որին գտան Երկրորդ համաշխարհային պատերազմից 40 տարի հետո, երբ նա դեռեւս պաշտպանում էր իրեն հանձնարարված ուղեկալը: 1998թ. ապրիլ ամսից սկսած մենք հանդեսի նախնական տարբերակն այլեւս չենք ներկայացնում գրաքննության, ինչի պատճառով արգելվել է ութ համար: Հանուն արդարության պետք է ընդունեն, որ հանդեսը, որը դեռեւս պահպանում է իր անկախ խմբագրական ուղղվածությունը, չի արգելվել սկսած 1999թ. օգոստոս ամսից, սակայն ամեն շաբաթ գրաքննության ենթարկվելու փաստն այնուամենայնիվ անհանգստացնող է:

Ամենաեական միջազգային աջակցությունը, որ Եգիպտոսը ստացել է իր մամուլի համար, եղել է Եվրամիության կողմից 300 միլիոն Եգիպտական ֆունտ (750000 ԱՄՆ դոլար) օգնությունը՝ ուղղված 600 միլիոն Եգիպտական ֆունտ արժողությամբ տպագրական հաստոցի ձեռքբերման դիմաց պարտքի մարմանը, որը գնել էր կառավարության սեփականություն հանդիսացող մի հրատարակչություն: Տպագրական հաստոցը նախատեսված էր օրական առնվազն 23 ժամ աշխատելու համար, սակայն այն աշխատում է օրական ընդամենը 1 ժամ եւ օրվա մնացած մասն անգործ է մնում,

ինչի պատճառով առկա է մի հսկա անօգուտ սեփականություն եւ եվրոպացի հարկատուների փողերի բացարձակապես սխալ կիրառում:

Եգիպտոսը պարզապես չունի բավականաչափ քանակությամբ հրատարակություններ այդ մեքենայի ամբողջ կարողություններն օգտագործելու համար: Եթե այդ գումարը ներդրվեր մամուլի արդյունաբերության զարգացման ծրագրերի մեջ, ապա դա էականորեն կնպաստեր երկրի զարգացմանը:

Ես վախենում եմ, որ միջազգային հասարակությունը սխալ կգործի եւ իր ուշադրությունը կկենտրոնացնի լրագրողների ուսուցման վրա: Ինձ ավելի ու ավելի հաճախ են դիմում միջազգային դոնոր կազմակերպություններ եւ զարգացման գործակալություններ, որոնք ցանկանում են լրագրողների համար ուսուցման ծրագրեր կազմակերպել: Սակայն առանց մամուլի ղեկավարների ուսուցման ծրագրերի այդ լավ պատրաստված լրագրողները չեն կարող գտնել հրատարակություններ՝ իրենց հոդվածները տպագրելու համար: Հրատարակչությունները չեն կարող անկախ լինել, եթե դրանք բացարձակապես ինքնաբավ կերպով չկառավարվեն: Եգիպտոսն առայժմ շատ հեռու է նման իրավիճակից, քանի որ ինչպես կառավարական, այնպես էլ ընդդիմադիր մամուլը գտնվում են քաղաքական վերահսկողության տակ եւ զրկված են գործից քաջատեղյակ կառավարիչներից, օֆշորային եւ ոչ պաշտոնական մամուլում տարածված է կոռուպցիան եւ այն համարյա ոչ մեկին ոչ մի կերպ հաշվետու չէ, բացառությամբ իր խմբագրական բովանդակությամբ, իսկ մի քանի համեմատաբար անկախ հրատարակությունները գործում են այս բոլոր խնդիրներով լեցուն միջավայրում:

Այսպիսով, Եգիպտոսի ապագայի համար ամենամեծ վտանգը ոչ թե գրաքննությունն է, այլ կայուն եւ հաստատուն արդյունաբերության բացակայությունը: Երկու բան է անհրաժեշտ, որպեսզի Եգիպտոսում բարելավվի տեղեկատվության ազատ հոսքը, իսկ հաշվետվությունն ու թափանցիկությունը զարգացման համար ճանապարհի հարթեն: Առաջինը՝ պետք է մամուլի մասին օրենքի լրացումներ ընդունվեն՝ հրատարակությունների ազատ հիմնադրումը թույլատրելու եւ ֆինանսական փաստաթղթերի թափանցիկությունն պահովելու նպատակով հստակ կարգավորումներ սահմանելու համար: Երկրորդ՝ անհրաժեշտ են հնարավորությունների զարգացման ծրագրեր արդյունաբերության բոլոր ճյուղերում, սկսած մատակարարումից, գովազդների վաճառքից, ֆինանսական կառավարումից եւ վերջացրած լրագրությամբ: Միայն այդ դեպքում Եգիպտոսի մամուլը, որը երկար ժամանակ գտնվում է պետական խնամակալության ներքո, նոր ուժ կառնի եւ կսկսի կառուցել անկախ եւ ֆինանսապես կենսունակ կառույցներ, որոնք նախ եւ առաջ կծառայեն ընթերցողին եւ կօգնեն վերակառուցել կաղացող չորրորդ իշխանությունը:

17

Լրատվամիջոցները Ձիմբաբվեում

Մարկ Գ. Չավունդուկա

1980թ.-ին բրիտանական իշխանությունից անկախություն ձեռք բերելուց հետո Ձիմբաբվեում առանձնահատուկ պատմություն է ունեցել, որն իր նմանը չունի աֆրիկյան մայրցամաքի ոչ մի երկրում, երեւի թե բացառությամբ միայն Հարավային Աֆրիկայի, որն անկախություն ձեռք բերեց 1994թ.-ին: Իրադարձությունների վրա ազդեցություն ունեին մի շարք փոխկապակցված գործոններ, որոնք մինչ այժմ գիտական քննարկումների առարկա են մնում, ներառյալ հզոր եւ կայուն տնտեսությունը (չնայած Ռոդեզիայի դեմ 15 տարի կիրառվող միջազգային սանկցիաների), գրագիտության բարձր աստիճանը, քաղաքականապես գիտակից քաղաքացիները եւ զարգացած տրանսպորտային համակարգը:

Ձիմբաբվեի ազատագրական պատերազմը (1964-1979թթ.) առաջնորդում էին երկու հիմնական խմբեր՝ Ձիմբաբվեի ժողովրդական ազատագրական բանակը, որը Ձիմբաբվեի աֆրիկյան ժողովուրդների միության զինված թեւն էր, եւ Ձիմբաբվեի աֆրիկյան ազգային ազատագրական բանակը, որը Ձիմբաբվեի աֆրիկյան ազգային միության զինված թեւն էր: Այս երկու խմբերին աջակցում էին հիմնականում Արեւելյան Բլոկի երկրները, սակայն նրանք եական աջակցություն էին ստանում նաեւ սկանդինավյան պետություններից:

Ազատագրական շարժման այս երկու խմբերն էլ հայտարարում էին, որ իրենց նպատակն արդար, ժողովրդավարական հասարակություն կառուցելն է, որտեղ Ձիմբաբվեի բոլոր քաղաքացիները կկարողանան ապրել եւ աշխատել առանց ռասայական կամ այլ տեսակի խտրականության: Հաճախ մատնանշվող նպատակներից մեկը ազատ եւ անկախ մամուլի ստեղծումն էր: Ձիմբաբվեի անկախ մամուլը երկար տարիներ գործում էր շատ դժվար պայմաններում, երբ գործում էին դեռեւս գաղութացման շրջանից մնացած մի շարք սահմանափակող օրենքներ, որ ազատագրական շարժումները խոստանում էին վերացնել իշխանության գալուց հետո: Մինչեւ 1980թ.-ի անկախությունը Յան Սմիթի փոքրամասնական կառավարությունն ընդունեց բազմաթիվ օրենսդրական նորմեր, որոնք ուղղված էին թերթերի եւ հեռուստատեսության կողմից լուսաբանման սահմանափակմանը եւ տեղեկատվության հոսքի արգելմանը՝ հատկապես ազգային անվտանգության եւ պատերազմի ընթացքին վերաբերվող տեղեկատվության առումով: Այս օրենսդրությունը ներառում էր «Պաշտպանության մասին ակտը», «Պաշտպանական գաղտնիքների մասին ակտը», «Խորհրդարանի իրավունքների, արտոնությունների եւ անձեռնմխելիության մասին ակտը», «Բանտերի մասին ակտը» եւ «Օրենքի եւ կարգուկանոնի պահպանման մասին ակտը» (ՕԿՊԱ), որը գործածության մեջ դրվեց 1960թ.-ին եւ իր պատվավոր տեղը գրավեց պետության պաշտոնական զինանոցում:

Գաղութային կառավարությունը ծանր կորուստներ էր ունենում ազատագրական շարժումների հետ հակամարտության ընթացքում, եւ այդ օրենքներն ընդունվել էին Ռոդեզիայի ճակատի կողմից կրած կորուստների լուսաբանումն արգելելու նպատակով: Սրա հետ համատեղ, էլեկտրոնային լրատվամիջոցներում լայնածավալ արշավ էր ընթանում, որը նկարագրում էր, թե ինչպես են ազատագրական ուժերը վերացվում եւ հետ շարտվում դեպի Ջամբիայի եւ Սոզանբիկի իրենց ճամբարները: Այս օրենքների ընդհանուր ազդեցությունն այնքան սահմանափակող էր, որ թերթերը դիմեցին իրենց հրատարակություններում դատարկ տեղեր թողնելուն, ընթերցողներին տեղեկացնելու համար, որ այդտեղ ներկայացված տեղեկատվությունը գրաքննվել է: Այդպիսի գործելակերպը նույնպես անօրինական համարվեց: Այն ժամանակ գործող համակարգը հետեւյալն էր՝ Տեղեկատվության վարչության եւ Քրեական հետաքննության վարչության պաշտոնյաներն այցելում էին օրաթերթերի գրասենյակները թերթերը տպագրման ուղարկելուց քիչ առաջ եւ դրանք էջ առ էջ ուսումնասիրում էին՝ դուրս թողնելով այն տեղեկատվությունը, որն իրենք աննպատակահարմար էին համարում:

«Պաշտոնական գաղտնիքների մասին ակտի» համաձայն՝ պետության կողմից գաղտնի համարվող տեղեկատվություն տրամադրելը կամ ստանալը համարվում էր հանցագործություն: Ըստ «Բանտերի մասին ակտի»՝ անօրինական էր համարվում երկրի բանտերում պահվող բանտարկյալների եւ նրանց բարեկեցության մասին մանրամասների հրապարակումը: Ըստ «Խորհրդարանի իրավունքների, արտոնությունների եւ անձեռնմխելիության մասին ակտի»՝ անօրինական էր համարվում խորհրդարանական հանձնաժողովների քննարկումների հրապարակումը, մինչեւ դրանք պաշտոնական հաշվետվություն չներկայացնեին խորհրդարանին: Ամենատխրահոջակ օրենքը սոսկալի ՕԿՊԱ-ն էր՝ համընդգրկուն օրենքը, որով կարող էր բավարարվել անհատաների դեմ քայլեր ձեռնարկելու պետության յուրաքանչյուր հնարավոր ցանկությունը: Այդ օրենքի պատժամիջոցները հասնում էին մինչեւ 50000 ԱՄՆ դոլարի չափով տուգանքների, 20 տարվա բանտարկության կամ այդ երկու պատժամիջոցների համատեղմանը:

Չնայած իշխանությունը գրավելուց հետո օրենսգրքերից այս օրենքները վերացնելու խոստմանը՝ ազատագրական շարժումները շուտով գիտակցեցին, որ դրանք իրենց համար նույնպես կարող են օգտակար լինել, եւ ոչ միայն պահպանեցին, այլ նաեւ ընդունեցին հավելյալ ռեպրեսիվ օրենքներ: Այսպիսով, բացառությամբ «Խորհրդարանի իրավունքների, արտոնությունների եւ անձեռնմխելիության մասին ակտի» մեջ մի քանի ոչ կարելու փոփոխություններ ընդունելուց, որոնք այժմ թույլատրում են հանձնաժողովների քննարկումների հրապարակումը, այս բոլոր ռեպրեսիվ օրենքներն իրենց գործածության մեջ մտնելուց 40 տարի հետո էլ անձեռնմխելի են մնում: Միակ այլ խոշոր փոփոխությունը 2001թ. դեկտեմբերին ՕԿՊԱ-ի փոխարեն մեկ այլ ավելի սահմանափակող օրենքի՝ «Հասարակական կարգուկանոնի եւ անվտանգության մասին ակտի» ընդունումն էր, որը խորհրդարանի քննարկմանը ներկայացվեց 2002թ. հունվարին, սակայն հետագայում առավել խիստ դրույթների վերաբերյալ հասարակական բողոքների ճնշման տակ այս նոր ակտի մեջ փոփոխություններ մտցվեցին, եւ այն վերջնականապես ընդունվեց 2002թ. մարտ ամսին: Այդ նույն տարվա ընթացքում ներկայացվեց նաեւ իր անվանը բացարձակապես չհամապատասխանող «Տեղեկատվության ազատության եւ մասնավոր կյանքի իրավունքի մասին ակտը»:

1990-ականների համեմատական անկայունությունը

1980-ականների համեմատական կայունությանը հետեւեց երկրի տնտեսական իրավիճակի վատթարացումը, որը բնութագրվում էր գործազրկության եւ արժեզրկման

բարձր մակարդակներով, ինչպես նաև 1990-ականների երկրորդ կեսին կառավարության ժողովրդականության լուրջ անկմամբ: Այս ժամանակահատվածի ընթացքում ի հայտ եկավ նաև անկախ սեփականատերեր ունեցող փոքր, սակայն աշխույժ թերթերի խումբը, որն ազնվորեն արտահայտվում էր նոր կառավարության քաղաքականության դեմ: Սրանց մեջ էին կաթոլիկների կողմից հրատարակվող «Մոտո» հանդեսը, «Պարադը», «Ֆայնենշլ գազետ»-ը, «Ինդեփենդենթը», «Ստանդարտը» և «Դեյլի Նյուս»-ը: Անկախ մամուլը, չնայած իր ավելի փոքր ազգային հասանելիությանը, մրցակցում էր կառավարական լրատվամիջոցների հետ, որոնք բաղկացած էին պետությանը պատկանող հսկա «Ձիմբաբվեի թերթերի խումբ» ընկերությունից (որը երկրի բոլոր անկյուններում ուներ իր հրատարակությունները և զարգացած մատակարարման ցանցը) և «Ձիմբաբվեի հեռարձակման կորպորացիա ու հեռուստատեսություն» ընկերությունից, որը նույնիսկ այսօր, աջակցություն ստանալով «Յեռարձակման մասին» ակտով, հանդիսանում է երկրի միակ ռադիո և հեռուստատեսային ցանցը:

Այս ընթացքում քաղաքացիական խմբերի, անկախ մամուլի, կրոնական կազմակերպությունների, ընդդիմադիր կուսակցությունների և ուսանողական մարմինների կողմից առաջնորդվող համատեղ ջանքերը ստիպեցին կառավարությանը պաշտոնապես հրաժարվել միակուսակցական պետության գաղափարախոսությունից և դժկամությամբ բազմակուսակցական քաղաքական համակարգ թույլ տալ: Սակայն իշխող կուսակցությունը սահմանադրության մեջ փոփոխություն կատարեց, որպեսզի ստեղծվի գործադիր նախագահի ինստիտուտ՝ փոխարինելու համար Լանկաստեր Յաուսի 1979թ. կոնֆերանսում համաձայնության կառավարության նախկին համակարգը: Մինչև այդ փոփոխությունը, ըստ սահմանադրության, գոյություն ունեին վարչապետ և միայն անվանական կամ ձեռական նախագահ: Գործադիր նախագահության ստեղծմամբ նախագահին տրվեց առանց որևէ մեկին հաշվետու լինելու երկիրը ղեկավարելու անսահմանափակ իշխանություն, ինչպես նաև հնարավորություն՝ օգտագործել իր իշխանությունն ընդդեմ աճող քաղաքական շարժումների, որոնց պաշտպանության գործում մեծ դեր ուներ մասնավոր մամուլը: Այդ ժամանակից ի վեր կառավարության քաղաքականության վերաբերյալ ընդունվել են բազմաթիվ նոր օրենքներ և կարգավորումներ, սակայն դրանք նույնպես ուղղված են ապահովելու իշխող կուսակցության ղեկի մոտ մնալը:

Կառավարության և անկախ մամուլի միջև փոխհարաբերություններն աստիճանաբար ավելի թշնամական են դառնում, և այս իրադրությանը չօգնեց նաև անկախ մամուլի կողմից կառավարության առաջնորդների մասնավոր և բիզնես գործունեության մի շարք դեպքերի բացահայտումը:

Իրավական միջավայր

Լրատվամիջոցների և կառավարության միջև փոխհարաբերություններն աստիճանաբար թուլանում էին, և ուղտի մեջքը կտորող ծղոտի դերը կատարեց 1999թ. հունվար ամսին իմ և իմ առաջատար լրագրող Ռեյ Չոտոյի կողմից հրապարակված հոդվածը, որը ներկայացնում էր Ձիմբաբվեի ազգային բանակի սպաների կողմից կազմակերպված հեղաշրջման փորձի մանրամասները: Ձիմվորականներն ինձ ձերբակալեցին և ինը օր տանջեցին ոչ թե այն պատճառով, որ այդ պատմությունը սուտ էր, այլ այն պատճառով, որ ցանկանում էին պարզել բանակում իմ ունեցած աղբյուրների ինքնությունը: Ես հրաժարվեցի բացահայտել այդ աղբյուրները, չնայած բարբարոսական ծեծերին և էլեկտրական հոսանքով տանջանքներին:

Ես ձերբակալվել էի ՕԿՊԱ-ի հիման վրա և մեղադրվել «այնպիսի տեղեկատվության հրապարակման մեջ, որը կարող էր հասարակական տագնապ և խուճապ առա-

ջացնել»: Ըստ այդ օրենքի՝ ինձ դատապարտեցին 20000 ԱՄՆ դոլարի չափով տուգանքի եւ յոթ տարվա ազատազրկման: Ռեյը եւ ես աննախադեպ մի քայլ ձեռնարկեցինք՝ Ձիմբաբվեի Գերագույն դատարանում բողոքարկելով ՕԿՊԱ-ի 50(2) հոդվածի սահմանադրականությունը: Դատարանի ամբողջ կազմը գործը քննարկեց 2000թ. մայիսին եւ պաշտպանեց մեր այն տեսակետը, որ 50(2) հոդվածը խախտում է սահմանադրության այն դրույթները, որոնք երաշխավորում են խոսքի ազատությունը: Այդպիսով, մենք դատական նախադեպ ստեղծեցինք, եւ մի շարք հայտնի ընդդիմադիր քաղաքական գործիչներ եւ այլ քաղաքացիներ, որոնց մեղադրել են ՕԿՊԱ-ի հիման վրա, դրանից հետո հաջողությամբ բողոքարկել են այդ ակտի այլ հոդվածները:

Սակայն կառավարությունն այս պարտությունները լռելյայն չտարավ: Այն ներկայացրեց նոր եւ ավելի դաժան օրենքներ, ներառյալ «Հասարակական կարգուկանոնի եւ անվտանգության մասին ակտը» եւ իր անվանը բացարձակապես չհամապատասխանող «Տեղեկատվության ազատության եւ մասնավոր կյանքի իրավունքի մասին ակտը», որը խորհրդարանն ընդունեց 2002թ. հունվարի 12-ին եւ հատուկ նախատեսված էր անհանգստություններ պատճառող այն լրագրողների դեմ, ովքեր տոնում էին հաղթանակը ՕԿՊԱ-ի դեմ: Ի հավելումն այս օրենքների, տեղեկատվության հոսքն արգելելուն ուղղված մի շարք նոր բացասական զարգացումներ քայքայեցին մամուլի դերը: Դրանց թվում էր մեկ տարի անց ընդունված «Հեռարձակման մասին ակտը», որով ավելացավ պետական վերահսկողությունը ռադիոյի եւ հեռուստատեսության նկատմամբ, որոնց նկատմամբ կառավարությունն առանց այդ էլ մեծաշնորհի ուներ «Ձիմբաբվեի հեռարձակման կորպորացիայի» միջոցով: Կառավարությունն անտեսեց 2001թ.-ին ընդունված դատարանի մի որոշում, որը մասնավոր «Քեփիթալ ռադիո»-ին հնարավորություն էր տալիս մասնավոր հեռարձակման ցանց ստեղծել:

Լրատվամիջոցների համար անենաանհանգստացնող զարգացումները վերջերս խորհրդարանի ընդունած երկու օրենքներն են: Առաջինը 2002թ. հունվարի 10-ին ընդունված «Հասարակական կարգուկանոնի եւ անվտանգության մասին ակտն» է, որը լրագրողների եւ ընդհանրապես Ձիմբաբվեի քաղաքացիների իրավունքների եւ խոսքի ու արտահայտվելու ազատությունների բացահայտ խախտում է: Այդ ակտի դրույթներից հոդված 15-ը կառավարության կողմից պետության համար վնասակար համարվող տեղեկատվության հրապարակումը կամ հաղորդումը քրեական հանցագործություն է համարում: Ցանկացած անձ կարող է տուգանքի ենթարկվել կամ մինչեւ հինգ տարի ժամկետով ազատազրկվել այնպիսի հայտարարության հրապարակման համար, որը «հավանական է, որ կհանգեցնի հասարակական կարգուկանոնի խախտմանը կամ որ կխախտի հասարակության վստահությունը ոստիկանության, զինված ուժերի կամ բանտային պաշտոնյաների նկատմամբ»:

Նույն ակտի հոդված 16-ը հանցագործություն է համարում հրապարակայնորեն այնպիսի հայտարարություն անելը, որը «նպատակ ունի կամ գիտակցվում է, որ կարող է վնասել նախագահի համբավին կամ վիրավորել նրան: Սա ներառում է այնպիսի հայտարարությունները, որոնք կարող են նախագահի նկատմամբ թշնամության, ատելության, արհամարհանքի կամ ծաղրի զգացումներ առաջացնել», կամ ցանկացած «վիրավորական, անպատշաճ կամ սուտ» հայտարարությունները նրա անձի կամ պաշտոնի նկատմամբ:

Հավելյալ հոդվածները (23-31) կարգավորում են հասարակական հավաքույթների կազմակերպումը եւ իրականացումը: Կարգավորիչ մարմին է հայտարարվում բարձրաստիճան ոստիկանական պաշտոնյան, որն իրավունք է ստանում ցրել մարդկանց, արգելել հավաքույթները եւ «խելամիտ» ուժ կիրառել, եթե դա անհրաժեշտ է իր նպատակներին հասնելու համար: Այս նոր օրենքը ոստիկանությանը զգալի իշխանություն է տալիս: Այժմ նրանք կարող են սահմանել, թե երբ մարդիկ կարող են կամ

չեն կարող հանդիպել իրենց անձնական գործերով, նույնիսկ երբ որեւէ հանցանք չեն գործում: Անկախ մամուլը պնդում է, որ նախագահին, նրա պատիվը կամ արժանապատվությունը պաշտպանելու հատուկ օրենքներն անհրաժեշտ չեն: Նոր օրենքը պետական պաշտոնյաներին այնպիսի պաշտպանություն է տրամադրում, որը հասանելի չէ Ձիմբաբվեի մնացած բնակիչների համար: Ենթադրվում է, որ պետական պաշտոնյան այժմ պաշտպանված է նույնիսկ, երբ անօրինական գործողություններ է կատարում: Օրենքը հանցագործություն է համարում առաջնորդների թերությունները լուսաբանելը, եւ լրագրողները կարող են ձերբակալվել որեւէ պետական պաշտոնյայի ցանկացած օրինախախտումը ներկայացնելու համար:

Շատ ավելի վնասակար է այսպես կոչված «Տեղեկատվության ազատության եւ մասնավոր կյանքի իրավունքի մասին ակտը», որը պարտադրում է, որ լրագրողներն աշխատելու իրավունքի համար ամեն տարի դիմեն իրենց լիցենզիան մեկ տարով երկարաձգելու խնդրանքով: Լիցենզիան տրամադրվում է միայն այն դեպքում, եթե լրագրողը բավարարում է մի շարք խստորեն սահմանված չափանիշներին, եւ կառավարությունն իրեն վերապահում է ցանկացած ժամանակ նման լիցենզիան հետ վերցնելու իրավունքը: Ցանկացած լրագրող, որը մեղավոր է ճանաչվում որեւէ հանցագործության մեջ, կարող է պատժվել մինչեւ 100000 ԱՄՆ դոլարի չափով տուգանքով կամ երկու տարի բանտարկությամբ: Տեղական լրագրողների եւ մամուլի միջազգային կազմակերպությունների բողոքներից եւ Ձիմբաբվեի խորհրդարանական իրավական հանձնաժողովի կողմից ծայրահեղ բացասական եզրակացությունից հետո այս ակտում որոշակի փոփոխություններ են կատարվել:

Ավելին, ակտը սահմանում է, որ բոլոր լրագրողները պետք է Ձիմբաբվեի քաղաքացիներ լինեն, արգելում է բոլոր օտարազգիներին երկրում լրագրությամբ զբաղվել, Ձիմբաբվեի քաղաքացիներն օտարերկրյա լրատվամիջոցներում աշխատելու համար պարտավոր են հատուկ թույլտվություն ստանալու վերաբերյալ դիմել Տեղեկատվության նախարարին եւ լրագրողներին արգելվում է հրապարակել կառավարության քննարկումների մասին «չթույլատրված» տեղեկություններ, ինչպես նաեւ այնպիսի տեղեկատվություն, որը կարող է վնասակար լինել օրենքի պարտադրման գործընթացի եւ ազգային անվտանգության համար: Պետական մարմիններին արգելվում է տրամադրել այնպիսի տեղեկատվություն, որը վերաբերում է միջկառավարական հարաբերություններին կամ նրանց ֆինանսական կամ տնտեսական շահերին: Օրենսդրության ռեպրեսիվ բնույթը նշանակում է, որ լրատվամիջոցները գտնվում են կառավարության վերահսկողության ներքո, եւ որ լրագրողներին թույլ է տրվում աշխատել միայն կառավարության ցանկության դեպքում: «Հասարակական կարգուկանոնի եւ անվտանգության մասին ակտի» հետ համատեղ սա կառավարությանը նախադեպը չունեցող իշխանություն է տրամադրում, ինչպես Հարավային Աֆրիկայի ապարտեիդի շրջանի օրենսդրությունը:

Լրատվամիջոցների բովանդակության վրա ազդելու նպատակով լրագրողներին ճնշելը

1999թ.-ից ի վեր անկախ մամուլի նկատմամբ կիրառվող ճնշումներն այնպիսի չափերի են հասել, որ, ինչպես նշում է «Համաշխարհային մամուլի ազատության հաշվետվություն 2000»-ը (Մամուլի միջազգային ինստիտուտ, 2000թ.), ներկայացնում են այն ընկճող պատմությունը, թե ինչպես է մամուլի ազատությունը զոհաբերվել իշխանության ղեկի մոտ մնալու կառավարության ցանկության զոհասեղանին: Վերջին երեք տարիներին լրագրողներին ճնշելու բազմաթիվ դեպքեր են եղել, որոնցից առա-

ջինն իմ եւ Ռեյ Չոտոյի դաժան առեւանգումն ու տանջանքների ենթարկելն էր 1999թ. հունվար ամսին Ձիմբաբվեի զինվորականների կողմից: Նկատի առեք, որ մեզ ձերբակալելու եւ ինն օր տանջանքների ենթարկելու պատճառը ոչ թե այն էր, որ մեր հրապարակած պատմությունը սուտ էր, այլ այն, որ ինչպես նշեցին զինվորականները, նրանք ցանկանում էին բացահայտել մեր աղբյուրները: Նրանք ասացին, որ պատմությունը պարունակում էր մեկ կամ երկու անճշտություններ, սակայն դա նրանց չէր հետաքրքրում: Նրանք ցանկանում էին պարզել, թե ով է Ձիմբաբվեի զինվորական շրջաններում մեր ունեցած աղբյուրը, որը մեզ տրամադրել էր այդ տեղեկատվությունը: Այս խնդրի վերաբերյալ համագործակցելուց հրաժարվելն էր հանդիսացել կալանքի տակ ինձ այդքան երկար պահելու պատճառը, չնայած ինձ ազատ արձակելու մասին Բարձր եւ Գերագույն դատարանների ընդհանուր առմամբ հինգ որոշումներին, որոնք բոլորն էլ անտեսվել էին պետության կողմից:

Այս իրադարձություններից քիչ անց «Ստանդարտի» երեք լրագրողներ մեղադրվել էին քրեական գրպարտանքի մեջ մի պատմության համար, որում խոսվում էր 2000թ. հունվար ամսին նոր սահմանադրության վերաբերյալ հանրաքվեում կառավարության պարտության մասին: Այդ երեք լրագրողները պնդում էին, որ իրենց նկատմամբ մեղադրանքներն անհիմն են, քանի որ հոդվածը չէր գրպարտում որեւէ կոնկրետ անհատի, սակայն նրանք այնուամենայնիվ մեղավոր ճանաչվեցին գրպարտության մեջ: 2000թ. ապրիլի 7-ին «Դեյլի Նյուս»-ի անձնակազմը երկու ժամ պահվեց Չարարեյից դուրս գտնվող մի վայրում՝ Ձիմբաբվեի աֆրիկյան ազգային միության (Չայրենասիրական ճակատ) երիտասարդ անդամների կողմից: Նրանց սպառնում էին մահվամբ այն բանի համար, որ նրանք իբր աջակցում են ընդդիմադիր ժողովրդավարական բարեփոխումների շարժմանը եւ կարեկցում են մասնավոր ֆերմերներին: Երիտասարդները բռնագրավեցին լրագրողների լուսանկարչական ապարատները, ինչպես նաեւ անձնագրերն ու կառավարության կողմից տրված մանուկի վկայականները: Այնուհետեւ «Դեյլի Նյուս»-ի անձնակազմի բոլոր չորս անդամներին ուղեկցեցին մի ազարակ, որտեղ երիտասարդների առաջնորդները հերթով հարցաքննում էին նրանց՝ պարզելու համար նրանց այդ շրջան այցելելու նպատակը:

2000թ. ապրիլի 16-ին «CNN»-ի «BBC»-ի եւ «Չարավային Աֆրիկայի հեռարձակման կորպորացիայի» մի խումբ լրագրողներ հարձակման ենթարկվեցին իշխող կուսակցության ակտիվիստների կողմից, որոնք պահում էին «Չերիք է» մակագրություններով պլակատներ: Մինչեւ այս հարձակումը, Չարարեյից դուրս գտնվող մի ազարակում «Ֆրանս Պրես» գործակալության լրագրող եւ ֆոտոլրագրող Ալեքսանդեր Ջոյին եւ «Ռոյթերս»-ի լուսանկարիչ Ռոուզ-Սարիա Բուբալային սպառնացել էր մաշտեններով եւ երկաթյա ճաղերով զինված 50 հոգանոց մի խումբ: Ապրիլի 22-ին ձեռքով պատրաստված մի ռումբ պայթեց «Թրասթի հաուսի» առաջին հարկում: Այդ շենքում տեղակայված են «Դեյլի Նյուս»-ի գրասենյակները: Չնայած պայթյունի հետեւանքով ոչ մեկը չտուժեց, սակայն այն մասամբ ոչնչացրեց հարեւան պատկերասրահը եւ թղթի մատակարարման գրասենյակները: Այնուհետեւ, 2001թ. հունվար ամսին «Դեյլի Նյուս»-ի 100 միլիոն զիմբաբվեական դոլար արժողությամբ տպագրական հաստոցը մոխրի վերածվեց վաղ առավոտյան տեղի ունեցած մի հզոր պայթյունի հետեւանքով, թերթի հարցերը «մեկընդմիջտ» լուծելու տեղեկատվության նախարարի խոստումից մեկ օր հետո: Սրանք Ձիմբաբվեի լրագրողների նկատմամբ գործադրված ճնշումներից ընդամենը մի քանի օրինակներ են:

Կառավարությունը կիրառում է լրագրողներին եւ լրատվական կազմակերպություններին ճնշելու մեկ այլ միջոց՝ նրանց ծանրաբեռնում է խոշոր փաստաբանական ծախսերով: Այս ռազմավարությունը պարզապես ներառում է զանազան օրենքների հիման վրա լրագրողներին մեղադրանքներ ներկայացնելը եւ գործերի երկարաձգելը

հետաձգման եւ լրացուցիչ քննության ուղարկելու միջոցով, նույնիսկ երբ մեղադրանքներն ակնհայտորեն շինծու են եւ հաջողության հասնելու ոչ մի հնարավորություն չունեն: Ամեն անգամ լրագրողները ստիպված են ներկայանալու դատարան, իսկ լրացուցիչ քննության ընթացքում իրավական մեղադրանքները շարունակում են կուտակվել լրագրողների եւ նրանց հրատարակությունների վրա:

Ձիմբաբվեում դատական ծախսերը բավականին բարձր են: Ինչ վերաբերվում է ինձ եւ Ռեյին, ապա 2000թ. կեսերին մեր դատական ծախսերը մոտ էին 2 միլիոն ԱՄՆ դոլարին, եւ եթե չլիներ տեղական եւ միջազգային ֆինանսական աջակցությունը, ապա «Ստանդարտ»-ը կխորտակվեր իր դատական ծախսերի ծանրության տակ: Քանի որ մեր կողմից ստացված միջազգային աջակցության շնորհիվ կառավարության պլանները ձախողվեցին, այն մի քայլ էլ առաջ գնաց եւ անօրինական հռչակեց տեղական լրատվական կազմակերպություններին օտարերկրյա անհատների կամ կազմակերպությունների կողմից ֆինանսական կամ այլ նյութական աջակցության տրամադրումը:

Ճնշումների կիրառման մեկ այլ ձեւն է անկախ թերթերը վաճառողներին ծեծելը եւ «Դեյլի նյուս»-ի, «Ստանդարտի» եւ «Ինդեփենդենթի» նման թերթերի արգելումը որոշակի շրջաններում: Մենք այժմ դադարեցրել ենք որոշ խնդրահարույց շրջաններ, ներառյալ Բինդուրան, Կվեկվեն, Ռուսապեն եւ Ռուվան թերթեր առաքելը: Ավտոբուսներով ճանապարհորդող մարդիկ նույնպես ծեծի են ենթարկվել անկախ թերթեր ընթերցելու համար, եւ նման դեպքերի մեծ մասը տեղի են ունեցել ճանապարհների անօրինական արգելափակումների ժամանակ Ձիմբաբվեի աֆրիկյան ազգային միության (Հայրենասիրական ճակատ) միլիցիայի կողմից:

Լրատվամիջոցների օժանդակությունը գարգացմանը

Չնայած այն դժվար միջավայրին, որում գործում են Ձիմբաբվեի լրատվամիջոցները, նրանք այնուամենայնիվ կարողացել են էականորեն նպաստել կառավարման բարելավմանը: Հավանաբար ավելի, քան քաղաքացիական հասարակության որեւէ այլ ինստիտուտ, լրատվամիջոցները կարելուք դեր են խաղացել պետության կողմից ընդունված որոշումները հասարակության քննարկմանը ներկայացնելու եւ կառավարությունում ու մասնավոր հատվածում կոռուպցիան ու կաշառակերությունը ի ցույց դնելու խնդրում: Ավելին, նման գործերում լրատվամիջոցների ցուցաբերած հետեւողականությունը հանգեցրել է պետական քաղաքականության փոփոխություններին:

Լրատվամիջոցների կողմից առաջին խոշոր օժանդակությունը, որ ես հիշում եմ իբերել 1987թ.-ին դեռեւս նոր քոլեջն ավարտած եւ «Ֆայնենշլ Գազետ» շաբաթաթերթում աշխատող երիտասարդ լրագրող, վերաբերվում էր մի հոդվածի, որում մենք հետաքննել եւ գրել էինք այն ժամանակ քիչ հայտնի ՁԻԱՀ հիվանդության մասին, որն ըստ տեղեկությունների հանգեցրել էր զոհերի Ձիմբաբվեի ազգային բանակի անձնակազմում: Տվյալները կցկտուր էին, սակայն մենք կարողացանք հոդվածում ի մի բերել այն տեղեկությունները, որ իշխանությունները տեղյակ են պահվել համաճարակի մասին, սակայն կառավարությունը որոշել է չիրապարակել այդ տեղեկատվությունը, քանի որ այն կարող էր բացասական հետեւանքներ ունենալ երկրի զբոսաշրջիկության նորաստեղծ ոլորտի համար: Չնայած Առողջապահության նախարարի եւ Ձիմբաբվեի ազգային բանակի կողմից շարունակական անձնական սպառնալիքներին, մենք հրապարակեցինք հոդվածը: Այն մտահոգությունների առիթ հանդիսացավ ամբողջ պետությունում եւ կարծես թե սկիզբ տվեց ՁԻԱՀ-ի համաճարակի լուրջ լուսաբանմանը Ձիմբաբվեի լրատվամիջոցներում: Ջարմանալիորեն, կառավարությունում երկարատեւ քննար-

կուններից եւ առողջապահության նոր նախարարի նշանակումից հետո կառավարության արձագանքը եղավ հիվանդության մասին առավելագույն հրապարակայնություն եւ կրթություն ապահովելը՝ մարդկանց պատահական կապերի վտանգավորության մասին նախազգուշացնելու համար: Դա սկիզբ դրեց Ձիմբաբվեում դոնորների կողմից ֆինանսավորվող ՁԻԱՅ-ի դեմ պայքարի ծավալուն ծրագրերի, որոնք գործում են մինչ օրս: Մենք շարունակեցինք գրել այս հիվանդության մասին, որն այժմ շաբաթական առնվազն 4000 կյանք է խլում:

Մոտավորապես այդ նույն ժամանակաշրջանում կառավարող կուսակցությունը քաղաքական ճակատում վճռականորեն հետեւում էր միակուսակցական պետության կոնցեպցիային՝ հիմնվելով կոմունիստական պետությունների հետ դեռ ազատագրական պայքարի ժամանակներից առկա երկարաժամկետ փոխհարաբերությունների վրա: Կրկին անկախ լրատվամիջոցներն էին, որ այն ժամանակ կազմված էին «Ֆայնենշլ գազետ»-ից, կաթոլիկական «Մոտո»-ից եւ ընթերցողների լայն շրջանակ ունեցող «Պարադ» հանդեսից, որ վճռական պայքար սկսեցին նման քաղաքական համակարգի դեմ: Ուսանողները, եկեղեցիները, ընդդիմադիր քաղաքական գործիչները եւ հասարակության շարքային անդամները միացան այդ արշավին, որը հանգեցրեց նախագահի կողմից 1988թ.-ի հայտարարությանը՝ այդ կոնցեպցիայից պաշտոնապես հրաժարվելու, ինչպես նաեւ այն մասին, որ երկիրը շարունակելու է գործել կառավարության բազմակուսակցական համակարգի պայմաններում:

1989թ.-ին լրատվամիջոցները լուսաբանեցին այն իրադարձությունները, որոնք հայտնի դարձան Ուիլլոուգեյթյան սկանդալ անվանմամբ: Այդ ժամանակ Ձիմբաբվեում օտարերկրյա արժույթի խիստ պակասություն էր զգում, ինչը լրջորեն խարխուլում էր առեւտրի եւ արդյունաբերության ոլորտի գործարքները: Ամենախիստ տուժած ոլորտներից մեկը տրանսպորտի արդյունաբերությունն էր, քանի որ չէին կարող ներկրվել ավտոմեքենաների նոր պահեստամասեր: Հայտնի դարձավ, որ այն քիչ թվով մարդատար եւ բեռնատար մեքենաները, որ հավաքվում էին հոսքագծերի վրա, ըստ աղբյուրների հափշտակվում էին կառավարության նախարարների եւ բարձրաստիճան պաշտոնյաների կողմից եւ արհեստականորեն բարձրացված գներով վաճառվում հուսահատության հասցված անհատներին եւ ընկերություններին: Խախտումներն այնքան լուրջ էին, որ մեկ մեքենան չորս անգամ փոխում էր տիրոջը, նույնիսկ մինչեւ հոսքագծից իջնելը: Լրատվամիջոցների լուսաբանումից հետո պաշտոնանկ արվեցին վեց կառավարական պաշտոնյաներ, որոնցից մեկն ինքնասպանություն գործեց: Այն նաեւ հանգեցրեց տրանսպորտի ոլորտում որոշակի կարգուկանոնի հաստատմանը:

1990-ականների կեսերին լրատվամիջոցների երկու այլ բացահայտումներ համազգային վրդովմունքի ալիք բարձրացրին, եւ կառավարությունը քայլեր ձեռնարկեց: Խոսքը վերաբերում էր միլիոնավոր դոլարներ կազմող կառավարական հիմնադրամին, որը ստեղծվել էր ցածր աշխատավարձ ունեցող քաղաքացիական ծառայողներին տուն կառուցելու համար ֆինանսավորելու նպատակով: Լրատվամիջոցները բացահայտեցին, որ բազմաթիվ դեպքերում կառավարական, բանակային, ոստիկանական եւ այլ բարձրաստիճան պաշտոնյաներ օգտվել են այդ հիմնադրամից եւ ամբողջ երկրով մեկ չափազանց արտոնյալ գներով սեփականություն են ձեռք բերել: Հիմնադրամն ընդհանրապես չէր օժանդակել աղքատներին: Այս իրադարձությունները բողոքի ալիք բարձրացրեցին խորհրդարանում, եւ ազգային բնակարանային շինարարության նախարարը ստիպված եղավ ազգային մամուլում հրապարակել հիմնադրամից օգտված անձանց ամբողջական ցուցակը, ինչպես նաեւ՝ նրանց կողմից մարման վճարումների սանդղակը:

Նմանապես, 1980-ականների վերջին թալանվեց պատերազմի վետերանների հիմնադրամը: Այս հիմնադրամը ստեղծվել էր Ձիմբաբվեի ազատագրական պայքա-

րին մասնակցած եւ հաշմանդամություն ձեռք բերած մարդկանց փոխհատուցում վճարելու նպատակով: Կրկին այդ հիմնադրամից օգտվել էին բարձրաստիճան պաշտոնյաներ՝ զանազան չափերի գումարներ ստանալով: Օրինակ՝ ոստիկանության կոմիսարը ներկայացրել էր, որ ինքը 98 տոկոս հաշմանդամություն ունի, չնայած հաշմանդամության ոչ մի արտաքին նշաններ չուներ եւ առանց որեւէ խնդրի իր պարտականություններն իրականացնում էր ավելի քան ինը տարի: Նա հսկայական փոխհատուցում ստացավ: Նկատի առեք, որ քաղաքացիական ծառայության կանոնների համաձայն 20 տոկոսից ավել հաշմանդամության հավակնող անձը առողջական պատճառով պարտավոր է պաշտոնաթող լինել:

Լրատվամիջոցները բացահայտեցին նաեւ զանգվածային խախտումներ ազգային հողատարածքների վերաբաշխման գործընթացում: Վերջինիս նպատակն էր վերացնել պատմական անհավասարությունը լավագույն գյուղատնտեսական հողերի հսկայական մասի սեփականատեր հանդիսացող սակվաթիվ սպիտակամորթների եւ գյուղատնտեսության համար քիչ պիտանի շրջաններում բնակվող սեւամորթների միջև: Լրատվամիջոցները բացահայտեցին, թե ինչպես են բարձրաստիճան պաշտոնյաները լավագույն հողատարածքների բազմաթիվ կտորներ հատկացրել իրենց, եւ որ արդյունավետ առեւտրային գյուղատնտեսական նշանակություն ունեցող այդ հողերի մեծ մասը փաստորեն վերածվել է անմշակ հողատարածքների: Կառավարությունը ստիպված էր քայլեր ձեռնարկել, չնայած ոչ բոլոր իրավախախտները պատժվեցին:

Լրատվամիջոցները նաեւ մատնանշել էին Կոնգոյի Ժողովրդավարական Հանրապետությունում Ձիմբաբվեի ազգային բանակի անդամների կողմից ադամանդների կողոպուտը: Բանակն այդ երկրում էր գտնվում իբր թե խաղաղապահ նպատակներով: Սա հանգեցրեց միջազգային հետաքննության, որը հաստատեց Կոնգոյի բնական պաշարների կողոպուտի զանգվածային դեպքերը:

Քաղաքականության միջավայրում անհրաժեշտ փոփոխությունները

Քննարկելու համար, թե ինչ քաղաքական միջավայր է անհրաժեշտ Ձիմբաբվեում արդյունավետ հետաքննական լրագրության համար, պետք է հաշվի առնել, որ լրատվամիջոցները չեն ձգտում իրավական վակուումի միջավայրի: Մամուլը չի ձգտում ինքնին իշխանություն լինել, որը հաշվետու չէ որեւէ օրինական իշխանության, ոչ էլ փորձում է բռնաճալ մարդկանց մասնավոր կյանքի կամ պետական շահերի համար նրբանկատ խնդիրների վրա: Մամուլը ցանկանում է ունենալ խաղի հավասար պայմաններ, որտեղ կանոններն ու կարգավորումները հստակորեն սահմանված են, որտեղ օրենքներն արդար են եւ որտեղ այդ օրենքներն ավելորդ սահմանափակումներ չեն դնում ազգային շահերին վերաբերող խնդիրները լուսաբանելու լրատվամիջոցների հնարավորության վրա, վերաբերեն դրանք պետական ինստիտուտներում տեղի ունեցող իրադարձություններին, թե պետական պաշտոնյաների մասնավոր կյանքին: Ակնհայտ է, որ Ձիմբաբվեում այսպիսի իրավիճակ գոյություն չունի, քանի որ ազատագրական պայքարի ժամանակաշրջանում ընդունված ռեպրեսիվ իրավական միջոցների լայն շրջանակը մինչ այժմ գործում է:

Պետությունը շարունակաբար հետաձգում է այնպիսի բարեփոխումները, որոնք վերաբերում են լրատվամիջոցների գործունեության միջավայրին: Լրատվամիջոցները կցանկանային տեսնել կառավարության քաղաքականության մի շարք փոփոխություններ, որոնք հնարավորություններ կընձեռեին լրագրողական արդյունավետ հե-

տաքննություններ իրականացնել: Առաջին փոփոխությունը պետք է լինի բոլոր գաղութային օրենքների վերացումը, որոնք ավելորդ կերպով խոչընդոտում են մամուլի գործունեությունը եւ այլեւս տեղ չունեն ժամանակակից ժողովրդավարական հասարակությունում:

Երկրորդ պետք է վերացվեն նաեւ նման օրենսդրության բոլոր նոր օրինակները, ինչպիսիք են «Հասարակական կարգուկանոնի եւ անվտանգության մասին ակտը» եւ «Տեղեկատվության ազատության եւ մասնավոր կյանքի իրավունքի մասին ակտը»: Իմ կարծիքով օրենքն արդեն բավարար դրույթներ է պարունակում զրպարտության դեպքերի հետ գործ ունեւալու համար, եթե անհատները (լինեն նրանք մասնավոր անձիք, թե պետական պաշտոնյաներ) կարծում են, որ իրենց համբավն անազնվորեն վարկաբեկվել է մամուլի կողմից: Հավելյալ օրենսդրությունը, որը պաշտպանում է բացառապես պետական պաշտոնյաներին եւ հասանելի չէ շարքային քաղաքացիների համար, անհարկի է:

Երրորդ՝ լրատվամիջոցների աշխատանքի բնույթից ելնելով անհրաժեշտ է մի օրենք, որը լրատվամիջոցների համար խելամիտ հիմունքներով մատչելի կդարձնի որոշակի տեղեկատվությունն ու փաստաթղթերը, հատկապես՝ պետական փաստաթղթերը: Լրատվամիջոցները հիանալի գիտակցում են, որ որոշ խնդիրների բացահայտումը կարող է ազդել պետության անվտանգության վրա, սակայն սա չպետք է հիմք ծառայի ցանկացած տեղեկատվություն տրամադրելու խնդրանքի բացարձակ անտեսման համար: Մենք ցանկանում ենք Միացյալ Նահանգների «Արեւի լույսի օրենքների» նման օրենսդրություն ունենալ, որը մամուլին հնարավորություն կընձեռի անհրաժեշտության դեպքում դատարանների որոշումների միջոցով ձեռք բերել այնպիսի տեղեկատվություն, որի բացահայտումը ծառայում է հասարակական շահերին:

Ներկայիս օրենքները չափազանց մեծ չափով մամուլի դեմ են, այնքան, որ թերթերի նկատմամբ նույնիսկ ամենակեղծ մեղադրանքները կարող են ապացուցվել: Իրավական համակարգը պետք է վերափոխվի այնպես, որ ապացուցելու պարտականությունը դրվի հայցվորի վրա, այլ ոչ թե լրատվական կազմակերպությանը պարտադրվի ապացուցել կամ հերքել որեւէ անհատի կամ ինստիտուտի վերաբերյալ մեղադրանքները: Այսուհանդերձ, թեպետ օրենսդրական բարեփոխումները կարելուրագույն եւ առաջին քայլն հիմնական են, դրանք այնուամենայնիվ բավարար չեն: Ձիմբաբվեի դատական համակարգը հաճախ պաշտպանել է մամուլի իրավունքները, սակայն ապարդյուն: Դատական որոշումները, որոնք վերաբերում էին ոչ միայն լրատվամիջոցներին, այլ նաեւ հասարակության այլ ոլորտի մարդկանց, սովորականի նման անտեսվել են կառավարության կողմից: Վերջինս պետք է աճող միջազգային ճնշման ենթարկվի օրենքի գերակայությունը պահպանելու եւ վստահության արժանի իրավական համակարգ վերահաստատելու համար:

Անհրաժեշտ է նաեւ ստեղծել այնպիսի մեխանիզմներ, որոնց միջոցով կառավարական մարմինները եւ պետական կառույցները ժամանակին կպատասխանեն լրատվամիջոցների տեղեկատվություն տալու վերաբերյալ խնդրանքներին: Երբ կառավարական պաշտոնյաներին հարցեր են տրվում, նրանք հաճախ բացարձակապես անտեսում են այդ հարցերը, պատասխանում են մի քանի շաբաթ անց կամ չեն պատասխանում, ու թերթերը որոշում են հրապարակել հողվածը, չնայած խնդրո առարկա վարչությունից մեկնաբանության բացակայությանը: Երբեմն դրանից հետո լրագրողներին ձերբակալում եւ մեղադրում են, նույնիսկ եթե նրանք արել են հնարավոր ամեն ինչ պաշտոնական մեկնաբանություն ստանալու համար: Օրինակ՝ հեղաշրջման մասին հողվածը, որը հանգեցրեց իմ ձերբակալությանը եւ կտտնքների ենթարկմանը, կարող էր հրապարակվել 10 օր շուտ: Մենք չէինք հրապարակում այդ պատմությունը, քանի դեռ մեկնաբանություններ էինք ակնկալում զինվորական իշխանությունների կողմից, եւ չնայած բազմաթիվ հավաստիացումներին, որ պաշտպանու-

թյան նախարարը կպատասխանի հարցմանը, նա դա չարեց: Բավարարված լինելով մեր ունեցած տեղեկատվության հիմնավորվածությամբ՝ մենք որոշեցինք հրապարակել այն: Հաջորդ օրը նախարարը ելույթ ունեցավ ազգային ռադիոյով եւ հեռուստատեսությամբ՝ կտրականապես հերքելով այդ պատմությունը եւ խոստանալով, որ ինձնով կզբաղվեն: Կարելի է եզրակացնել, որ այն միջավայրը, որում գործում են Ձիմբաբվեի լրատվամիջոցները, բացահայտորեն սահմանվում է իշխանության ղեկի մոտ գտնվողների քաղաքական եւ անձնական շահերով: Օրենքները պարբերաբար փոփոխվում են՝ ըստ իշխանության մոտ գտնվողների ցանկությունների, իսկ լրատվամիջոցների անձնակազմը երբեք չի կարող վստահ լինել, որ ինքը գործում է ամուր հրավական հիմքերի վրա: Չնայած այս խիստ սահմանափակումներին, մասնավոր մամուլը պահպանել է իր կենսունակությունը եւ նպատակամղվածությունը, էականորեն նպաստել է երկրի զարգացմանը եւ կառավարությանը ստիպել է ավելի թափանցիկ եւ բաց լինել: Այս ջանքերը հանգեցրել են բազմաթիվ կորուստների եւ հավանական է, որ հետագայում էլ կհանգեցնեն, սակայն Ձիմբաբվեի մասնավոր լրատվամիջոցների նպատակամղվածությունը եւ վճռականությունը նշանակում են, որ նրանք կշարունակեն պայքարել ավելի լավ կառավարման եւ ավելի մեծ թափանցիկության համար:

Գրականություն

International Press Institute. 2000. *World Press Freedom Review 2000*. Vienna.

18

Լրագրությունը կոմունիզմից հետո Տասը պատվիրան պարկեշտ լրագրողի համար*

Ադամ Միչնիկ

Հարյուր տարի առաջ հայտնի ֆրանսիացի նովելիստ Էմիլ Զոլան հանդես եկավ ի պաշտպանություն ֆրանսիական բանակի հրեա սպա, լրտեսության մեջ կեղծ մեղադրված Դրեյֆուսի: Իր հայտնի «Ես մեղադրում եմ» նամակում (1898թ.) Զոլան Ֆրանսիական Հանրապետության նախագահին գրում էր.

«Կեղտի ինչպիսի բիծ է ձեր անվան վրա Դրեյֆուսի այս խայտառակ գործը: ... Ես պետք է պատմեմ ճշմարտությունը, քանի որ երդվել եմ, որ կիրապարակեմ այն, եթե այս գործը դիտարկող արդարադատությունը չբացահայտի ամբողջ ճշմարտությունը: Ես պարտավոր եմ խոսել, քանի որ չեմ ցանկանում լինել նրանցից մեկը, ովքեր մեղավոր են այս հանցագործության մեջ: Իր չգործած մեղքերի համար սոսկալի տանջանքներ կրող անմեղ մարդու ուրվականը կհետապնդի ինձ գիշերները»:

Զոլան պաշտպան կանգնեց անարդար կերպով տուժած մարդուն՝ հանուն հավերժական ճշմարտության, հանուն հանդուրժող պետության գաղափարի եւ հանուն իր հայրենիքի՝ Ֆրանսիայի բարի համբավի: Նա Դրեյֆուսի գործը հասարակական կարծիքի քննության թեմա դարձրեց: Հին Ֆրանսիան այս գործի վերաբերյալ արտահայտեց իր վերաբերմունքը՝ պահպանողական, ավանդապաշտ, միապետական, կաթոլիկ եւ օտարների համար փակ: Սակայն Դրեյֆուսին անմեղ ճանաչելու պայքարում լսվեց նաեւ նոր Ֆրանսիայի ձայնը՝ ժողովրդավարական, աշխարհիկ, հանրապետական եւ հանդուրժող: Զոլան էր, որ նպաստեց այս նոր Ֆրանսիայի հաղթանակին:

Զոլան գրողների եւ մտավորականության համար մշակեց բարոյական չափանիշներ, որոնք կիրառվել են ողջ դարի ընթացքում: Ահա թե ինչու ցանկացած գրող, գրաքննադատ կամ լրագրող պետք է տեսնի Զոլայի դեմքը, եթե նա իր մասնագիտությունն ընկալում է որպես ավելին, քան պարզապես փող աշխատելու միջոց: Շնորհիվ Զոլայի, 20-րդ դարի ամբողջ ընթացքում բոլոր մտավորական լրագրողները բարոյապես պարտավորված էին զգույն ներառված լինել քաղաքականության մեջ՝ արտահայտելու համար ոչ թե իրենց իշխանության համար պայքարը, այլ մտահոգվածու-

Վերատպված է «Լրատվամիջոցների ուսումնասիրման ամսագրի» թույլտվությամբ (1998թ., գարուն/աշուն, էջեր 104-13):

թյունը հասարակական բարիքով: Եվ լավ, թե վատ, այդպես էլ շարունակվեց: Ջուլայի հաջողությունը գրողների համար դարձավ արիության աղբյուր, սակայն այն դարձավ նաև սնապարծության աղբյուր: Այն գծեց պատկերը մտածող էակի՝ իբրև մարդու իրավունքների պաշտպանի, սակայն նաև՝ իբրև քարոզողի, որը հայտարարում է, թե ինչն է լավ եւ ինչն է վատ հասարակական կյանքում: Ահա թե ինչու ամբողջ 20-րդ դարի ընթացքում մտավորականներին կարելի էր տեսնել ոչ միայն տոտալիտար համակարգերի դեմ պայքարողների առաջին շարքերում, այլ նաև այդ վարչակարգերը գովաբանողների շարքերում: Չեսեյեյով Ջուլային՝ մտավորականները հպարտանում էին իրենց այն համոզմամբ, որ հասարակությանը դիմակազերծ անելն իրենց պարտականությունն է: Սակայն այս հպարտությունից բխող սնապարծությունը հանգեցրեց ֆաշիզմով եւ կոմունիզմով կուրորեն հրապուրվելուն, որոնք խոստանում էին այս աշխարհից վերացնել ամբողջ չարությունը: 20-րդ դարում մտավորականության հաղթանակները եւ պարտությունները բխում էին էմիլ Ջուլայի նույն վսեմ վարմունքից:

Կոմունիստական վարչակարգի անկումից հետո, երբ Լեհաստանում ազատ մամուլը դեռ նոր էր ստեղծվել, ես հաճախ եմ մտածել Ջուլայի մասին, քանի որ ստիպված եմ եղել մտածել 20-րդ դարի այն լրագրողների գործունեության մասին, ովքեր դարձել են ժամանակակից ժողովրդավարության հզոր եւ անբաժանելի մասնիկը: Սակայն ես մտածել եմ նաև այն լրագրողների գործունեության մասին, ովքեր այդ նույն ընթացքում դարձել են ժամանակակից ժողովրդավարությունն աղավաղողներից մեկը:

1992թ. հունիս ամիսը Լեհաստանի պատմության մեջ կիիշվի որպես «Երկար դուսյենների գիշեր», որը հայտնի «Երկար դանակների գիշերի» լեհական այլաբանությունն ու ակնարկն է, երբ Ադուֆ Յիտլերը ձերբազատվեց իր քաղաքական հակառակորդներից: Բարեբախտաբար, Լեհաստանում իրադարձություններն ավելի բարենպաստ ընթացք ունեցան: Խորհրդարանական մեծամասնությունը կորցրած կառավարությունը հայտարարեց, որ դիկտատուրայի ժամանակ այլոց թվում նաև գործող նախագահը, խորհրդարանի խոսնակը, արտաքին գործերի նախարարը, ֆինանսների նախարարը եւ Սեյմի շատ անդամներ եղել են կոմունիստական գաղտնի ոստիկանության գործակալներ: Պետությունը գտնվում էր ինքնակործանման սահմանին: Սա նաև լրատվամիջոցների համար փորձության պահ էր: Եվ լրագրողներին համար ակնհայտ դարձավ, որ մենք քաղաքացիական պատասխանատվություն ենք կրում: Ահա թե ինչու մենք համարյա միաձայնորեն հրաժարվեցինք հրապարակել այդ ենթադրյալ գործակալների անվանացանկերը, որոնք պարտություն կրած կառավարության ներքին գործերի նախարարը կազմել էր կոմունիստական գաղտնի ոստիկանության գործակալությունների կողմից պահվող դուսյենների հիման վրա:

Մենք որոշեցինք, որ որեւէ անձի բարոյական կամ ֆիզիկական առումով վերացնելու նպատակով մահացու թշնամիների կողմից պատրաստված դուսյենները չեն կարող ժողովրդավարական ընդդիմության շարժման ակտիվիստների վերաբերյալ տեղեկությունների վստահելի աղբյուր լինել: Այս իրադարձությունից ես առաջին անգամ դաս քաղեցի, որ շատ հեշտ է որեւէ մեկի ձեռքում գործիք դառնալ եւ որ գաղտնի ձեռնածությանը դիմակայելը պետք է լրագրության արժանապատվության խնդիր լինի: Այս դիմակայությունը մեր մասնագիտության եւ հասարակական քննարկումների միջավայրի մաքրության վերաբերյալ մտահոգության արդյունքն է:

Ես այս խնդրի վերաբերյալ կրկին մտածեցի, երբ 1995թ. նոյեմբեր ամսին ներքին գործերի մեկ այլ նախարար վարչապետին մեղադրեց խորհրդային հետախուզության օգտին լրտեսելու մեջ: Վարչապետը դիկտատուրայի ժամանակաշրջանի կոմունիստական կուսակցության նախկին գործիչ էր: Ներքին գործերի նախարարը «Սուլիդարնոստի» հայտնի ակտիվիստ էր, հետագայում՝ քաղաքական բանտարկյալ, իսկ այնուհետև՝ ժողովրդավարական ընդդիմության ընդհատակյա կառույցների առաջնորդներ:

րից մեկը: Ես ու՞մ պետք է հավատայի: Նախկին կոմունիստ վարչապետի՞ն, որը հայտարարեց, թե ինքը երբեք լրտես չի եղել, թե՞ ներքին գործերի նախարարին, որին ես ճանաչում էի դեռևս դիկտատուրայի դեմ ընդհատակյա պայքարի ժամանակներից:

Վերջին տարիների այս տպավորիչ քաղաքական սկանդալի ժամանակ լրատվամիջոցները բաժանվել էին շատ բնորոշ կերպով: Ոմանք, համարյա կուրորեն, հավատում էին ներքին գործերի նախարարի խոսքերին: Մյուսները, նույնպես կուրորեն, հավատում էին վարչապետի խոսքերին: Այնուհետև սկսեցին կառավարության գաղտնի ծառայություններից տեղեկատվության արտահոսքերը: Հետկոմունիստական լրատվամիջոցները ստացան տեղեկատվություն, որը խոսում էր վարչապետի անմեղության մասին: Հետ-հակակոմունիստական լրատվամիջոցները ստացան տեղեկատվություն, որը հաստատում էր ներքին գործերի նախարարի մեղադրանքները: Ամբողջ սկանդալը, որը բարեբախտաբար շատ վատ ազդեցություն չունեցավ Լեհաստանում ժողովրդավարության վրա, լրատվամիջոցների համար խոշոր փորձություն էր: Այն նաև դաս հանդիսացավ, որ չի կարելի հավատալ կառավարության գաղտնի ծառայություններին, որոնք ներառվում են քաղաքական պայքարի մեջ: Պարզվեց, որ վարչապետի վերաբերյալ լրտեսության մեջ մեղադրանքները հիմնված էին բացարձակապես անհամոզիչ փաստերի վրա:

Այդ պահից սկսած ես համոզվեցի, որ ազատ լրատվամիջոցների հիմնական թշնամին տեղեկատվական վստահելիության նկատմամբ գաղափարական համոզվածության գերակայությունն է: Մյուս թշնամին կուրությունն է, որը հնարավորություն է տալիս միայն ծեծված ենթադրություններ անել: Եվ այս սկանդալից կարելի է եւս մեկ դաս քաղել՝ ժողովրդավարական երկրում լրատվամիջոցները միշտ փորձության են ենթարկվում կիրառելու նման գաղտնի ծառայությունների կողմից արտահոսվող էքսկլյուզիվ տեղեկատվությունը, սակայն այս արտահոսքերն ընդամենը լրատվամիջոցները դրսից ղեկավարելու եւ հասարակական կարծիքը սեփական նպատակներին ծառայեցնելու փորձեր են:

Այսպիսի դեպքերի ժամանակ մարդիկ ինձ հարցնում են. «Դուք ո՞ւմ կողմն եք: Դուք ո՞ր կուսակցությանը կամ միությանն եք աջակցում»: Մենք նման բաժանումներ կատարելու ցանկություն չունենք: Մենք կողմ ենք, որ Լեհաստանն անկախ եւ օրինական պետություն լինի, խորհրդարանական ժողովրդավարության եւ շուկայական տնտեսության պետություն, պետություն, որը հետեւողական է եվրատլանտյան քաղաքակրթության կառույցներին միանալու գործում եւ հավատարիմ է իր պատմական ինքնությանը: Միայն այդպիսի Լեհաստանի Հանրապետությունը կկարողանա դիմակայել ծայրահեղության բոլոր տեսակի դրսեւորումներին՝ անկախ դրանց տրվող անվանը՝ «սեւ» կամ «կարմիր» ֆաշիզմ, «կարմիր» կամ «սպիտակ» բոլշեիզմ: Ահա թե ինչու մենք մեզ չենք վերագրում որեւէ քաղաքական կուսակցության, չնայած ցանկանում ենք վերաբերվել դրանց որպես լեհական բազմակարծության բնական բաղկացուցիչ մասեր, պայմանով, որ դրանք իրականացնում են լեհական ժողովրդավարության նպատակները: Մենք ցանկանում ենք լինել լեհական ժողովրդավարության բաղկացուցիչ մասը, դրա կառույցներից մեկը: Ահա թե ինչպես ենք մենք ընկալում մեր դերը Լեհաստանի հասարակական կյանքում: Մենք նաև ցանկանում ենք հավատարիմ մնալ մեր հիմնական սկզբունքներին: Ահա դրանք՝ կոմունիզմից հետո պարկեշտ լրագրողի 10 պատվիրանները (գումարած 1):

Պատվիրան 1. «Եվ Աստված այս բոլոր խոսքերը խոսեց ասելով. Ես եմ ... քո Աստվածը, որ քեզ եզիպտոսի երկրիցը ծառայության տունից հանեցի: Բացի ինձանից ուրիշ աստվածներ չունենաս»:

Մեր Աստվածը, որը մեզ ազատեց ստրկությունից, երկու անուն ունի՝ Ազատություն եւ ճշմարտություն: Այս Աստծուն մենք պետք է ամբողջապես ենթարկվենք: Այս

Աստվածը խանդոտ է: Նա բացարձակ հավատարմություն է պահանջում: Եթե մենք Ազատության եւ ճշմարտության հաշվին խոնարհվենք այլ աստվածների՝ պետությանը, ազգին, ընտանիքին, հասարակական անվտանգությանը, ապա կպատժվենք վստահության կորստով: Առանց վստահություն վայելելու հնարավոր չէ լրագրող լինել:

Ազատությունը նշանակում է հավասար ազատություններ բոլորի համար, ոչ միայն ինձ, այլ նաեւ իմ հակառակորդների համար, բոլորի, ովքեր այլ կերպ են մտածում: Մենք պետք է պաշտպանենք բոլորի ազատությունը, քանի որ դա է մեր մասնագիտության եւ կոչման էությունը: Մեր ազատության միակ սահմանափակումը ճշմարտությունն է: Մենք կարող ենք հրապարակել այն ամենն ինչ գրում ենք, սակայն մեզ արգելվում է ստել: Լրագրողի սուտը ոչ միայն մեղք է ընդդեմ մեր մասնագիտության սկզբունքների, այլ նաեւ անարգանք է ընդդեմ մեր Աստծու: Սուտը միշտ հանգեցնում է ստրկության: Միայն ճշմարտությունն ազատություն տալու իշխանությունն ունի:

Այնուամենայնիվ, սա չի նշանակում, որ մենք կարող ենք մեզ մյուսներից բարձր դասել, համարել, թե մենք ենք գերազույն ճշմարտության շտեմարանը եւ որ մեզ ճշմարտության անունից թույլ է տրված լռեցնել մյուսներին: Պարզ ասած, մենք իրավունք չունենք ստելու, նույնիսկ եթե դա հարմար է մեզ կամ մեր ընկերներին:

Պատվիրան 2. «Քո Աստծու անունը դատարկ տեղը չհիշես, որովհետեւ Աստված իր անունը դատարկ տեղը հիշողին անպատիժ չի թողնի»:

Ազատությունը եւ ճշմարտությունը արժեքավոր եւ հանրահայտ բառեր են: Դրանք պետք է օգտագործվեն զգուշությամբ եւ լրջությամբ: Այս սուրբ բառերի չարաշահումը դրանք էժան եւ առօրեական են դարձնում: Մենք հաճախ ենք հանդիպում նման երեւույթի Լեհաստանում: «Աստված, Պատիվ, Հայրենիք» կարգախոսով քաղաքական կուսակցությունները մասնակցում են ընտրություններին, իրականացվում են գործադուլներ, եւ հարկային արտոնություններ պահանջող գյուղացիները արգելափակոցներ են դնում ճանապարհների վրա: Ընտրապայքարներում կամ մեկմեկու արատավորող քաղաքական ընտրարշավներում այս խոսքերն աջ ու ձախ օգտագործելն իրականում նշանակում է դրանք ծաղրի առարկա դարձնել: Երբ մենք լսում ենք, թե ինչպես են այս հզոր բառերը վերածվում քաղաքական դատարկաբանությունների, համարյա ֆիզիկապես զգում ենք, որ «բառը խաբում է ձայնին, իսկ ձայնը՝ մտքերին», ինչպես ասել է 19-րդ դարի լեհ մեծ բանաստեղծ Ադամ Միկիեւիչը: Մենք նաեւ զգում ենք, որ այդ բառերը կորցնում են իրենց նշանակությունը: Լեզուն դադարում է մարդկանց հաղորդակցման միջոց լինելուց եւ դառնում է նենգաշորթման միջոց: Եթե շողոքոթությունը կարող է քաջություն անվանվել, համակերպվել՝ խելամտություն, ֆանատիզմը՝ հավատարմություն սկզբունքներին, իսկ բարոյական միհիլիզմը՝ հանդուրժողականություն, ապա բառերը դառնում են իրականությունը խեղաթյուրելու միջոց: Հենց այսպես է ստեղծվում «նոր լեզուն»: «Նոր լեզուն» օգտագործելը նման է կեղծ թղթադրամներով վճարելուն: Մեզ արգելվում է դա անել:

Պատվիրան 3. «Հիշիր հանգստության օրը՝ նորան սուրբ պահելու համար: Վեց օր աշխատիր եւ քո քո բոլոր գործն արա: Բայց յոթերորդ օրը՝ քո Աստծո հանգստյան օրն է. ոչ մի գործ չգործես...»:

Քո աշխատանքը շարունակական խառնաշփոթ է, որն իրականացվում է շտապողականության եւ ցայտնոտի պայմաններում: Դու գիտես, որ թերթը պետք է կրպակների առաքվի առավոտյան, որ պետք է խմբագրես նորությունները, մեկնաբանություն-

* Օրուելի՝ հորինած եւ «1984» նովելում օգտագործած քարոզչական լեզու, որին հատուկ են էվֆեմիզմները, բառերի սովորական իմաստների աղավաղումը եւ խաբուսիկ բառերի հորինումը (թարգմ.):

ները, հողվածներն ու լուսանկարները եւ դասավորես դրանք ըստ սյունյակների: Դու այս ամենն անում ես շտապելով, լարված պայմաններում: Հաճախ դա միաօրինակ, մեխանիկական աշխատանք է: Դու հաճախ մոռանում ես քո աշխատանքի իմաստը: Ահա թե ինչու պետք է հիշես յոթերորդ օրը, այն օրը, երբ մտածելու ժամանակ ունես: Որոշակի անջրպետ ստեղծիր քո եւ աշխարհի միջեւ: Թուլացիր եւ մտածիր ամենակարեւոր բաների մասին: Մտածիր՝ քանի որ մենք բոլորս մեղավոր ենք, ուստի գուցե դու պետք է ավելի զուսպ լինես մեղավորների վրա քարեր նետելիս: Մտածիր՝ գուցե որոշակի, գոնե մասնակի ճշմարտություն կա քո հակառակորդների դատողությունների մեջ: Գուցե նրանք առաջնորդվում են այնպիսի պատճառներով, հույզերով կամ շահերով, որ դու չե՞ս հասկանում:

Որոշակի հեռավորության վրա կանգնիր քո մասնագիտական հեռանկարներից: Դու ոչ միայն լրագրող ես, այլ նաեւ քո ծնողների զավակը, քո զավակների ծնողը, քո ընկերների ընկերը, քո հարեւանների հարեւանը: Աշխարհին նայիր այլ տեսանկյուններից՝ տակից, վերելից, կողքից: Այնուհետեւ նայիր քեզ, քո համառության եւ ֆոբիաների վրա, քո բնավորության ակնհայտ գծերին եւ թաքնված հույզերին: Անհրաժեշտ է, որ դու ինքդ քեզ քննարկես, իսկ առանց դրա դու չես կարող ազնիվ կերպով քննարկել ինքդ քեզ:

Պատվիրան 4. «Պատվիր քո հորը եւ քո մորը, որ քո օրերը երկարանան այն երկրի վրա, որ քո Աստված կտա քեզ»:

Հարգիր քո ժառանգությունը: Դու չես աշխատում խոպան կամ անմշակ հողի վրա: Այստեղ մինչ քեզ ուրիշներն են աշխատել, եւ դու նրանց հետնորդն ես, ժառանգը եւ աշակերտը: Սա չի նշանակում, որ դու չպետք է քննադատես, այլ նշանակում է, որ հարգանք եւ գիտելիքներ են անհրաժեշտ, որպեսզի դու կարողանաս ազնիվ գնահատականներ տալ քո ազգի, քո քաղաքի, քո միջավայրի, քո ընտանիքի պատմությանը:

Իսկ ի՞նչ է իրենից ներկայացնում պատմությունը: Այն լի է եղել վեհանձնությամբ եւ նենգությամբ, զիջումներով եւ հեղափոխություններով, հերոսությամբ եւ առօրեականությամբ, ողբերգություններով եւ հույսով, դավերով եւ համագործակցությամբ, ուղղափառությամբ եւ հերետիկոսությամբ: Այս պատմությունից ընտրիր քո առանձնահատուկ ուղին եւ կառուցիր քո սեփական ավանդույթը, մարդկանց շղթան, հերոսական գործերը, որոնք դու ցանկանում ես շարունակել: Սակայն եթե չես ցանկանում դառնալ սեփական կատարելության վերաբերյալ համոզվածության զոհը, դու պետք է հիշես ամբողջ այս ժառանգությունը: Քո հակառակորդները նույնպես հետեւում են իրենց հայրերին արժանին մատուցելու պատվիրանին: Փորձիր հասկանալ նրանց:

Սեփական կատարելության վերաբերյալ համոզվածությունը ուղղակիորեն հանգեցնում է ինքնախաբեության, ուղղամտության եւ զաղափարական, էթնիկական եւ կրոնական անհանդուրժողականության: Մարդկային հասարակության հիմքն են կազմում մարդու մոր եւ հոր, նրանց հավատի, սիրո եւ հույսի, ինչպես նաեւ ուրիշների մայրերի եւ հայրերի նկատմամբ հիշատակը եւ հարգանքը: Այլապես մարդու կարծիքը կընկնի ստի եւ նարցիսիզմի կամ հիշողության կորստի ծուղակը, ինչը մարդուն ստիպում է հավատալ, որ անցյալն արժանի չէ բարոյական գնահատականների: Չժեսլավ Միլոշը գրել է մի աշխարհի մասին, որում ոչ մի բան իրականում գոյություն չունի եւ ոչինչ ճիշտ չէ, ոչինչ վերջնական չէ, ոչինչ արժանի չէ սիրո կամ ընդդիմության: Սակայն այդ դեպքում ի՞նչ նշանակություն ունեն կյանքը կամ աշխատանքը:

Առանց բավարար ճշմարտության
Եվ բավարար արվեստի:
Եվ բավարար օրենքի

Եվ բավարար գիտության,
 Ոչ բավարար երկնքի տակ,
 Ոչ բավարար երկրի վրա
 Ոչ բավարար անմեղ ես
 Եվ ոչ բավարար նվաստ:

Պատվիրան 5. Հիսուսն ասել է. «Սիրիր մերձավորիդ, ինչպես ինքդ քեզ»:

Սիրիր ինքդ քեզ: Գնահատիր քո արժանապատվությունը, հոգ տար նրա մասին: Հոգ տար քո գիտակցության մասին: Ինքդ քեզ դժվար հարցեր տուր եւ ազնվորեն պատասխանիր դրանց: Դիտիր քեզ որպես սուբյեկտի, այլ ոչ թե որպես օբյեկտի: Դու պետք է հասկանաս քո պատասխանատվությունը քո մերձավորների համար: Այդ մերձավորը կարող է օտար լինել, նա կարող է այլ ընտանիքից կամ այլ ազգից լինել, միեւնույն է դու պետք է նրան վերաբերվես այնպես, ինչպես ինքդ քեզ:

Հրաժարվիր ազգայնականությունից: Ջորջ Օրուելը գրել է.

«Ազգայնականություն» ասելով ես հասկանում եմ նախ եւ առաջ այն ենթադրությունը սովորական համարելը, որ մարդկային արարածները կարող են դասակարգվել միջատների նման եւ որ միլիոնավոր կամ տասնյակ միլիոնավոր մարդկանց խմբերը կարող են վստահորեն գնահատվել որպես «լավ» կամ «վատ»: Սակայն ինձ համար այս արտահայտության երկրորդ նշանակությունը, որը շատ ավելի կարեւոր է, իրեն որեւէ առանձին ազգին կամ միությանը դասելու սովորությունն է, երբ այն բարուց եւ չարից առավել է համարվում եւ անհատը չի ճանաչում ուրիշ այլ պարտականություն, քան այդ խմբի շահերին նպաստելու պարտականությունը: Ազգայնականությունը չպետք է շփոթել հայրենասիրության հետ: ... Հայրենասիրությունն ըստ իր բնույթի պաշտպանողական է, ինչպես ռազմական, այնպես էլ մշակութային առումով: Ի տարբերություն դրա, ազգայնականությունն անբաժանելի է իշխանությունն ձեռք բերելու ցանկությունից: Յուրաքանչյուր ազգայնականի անփոփոխ նպատակն ավելի շատ իշխանությունն է ավելի շատ համբավ ապահովելն է ոչ թե իր համար, այլ այն ազգի կամ այն միության համար, որով գլխավորն տարված է նրա անհատականությունը»:

Օրուելը խելացի մարդ էր: Ինչպես եւ հայր Յանուշ Պասիերբը՝ մշակույթի հանգուցյալ պատմաբանը, հոգեւորականը, գրողը եւ պոետը, երբ նա խոսում էր մերձավորի նկատմամբ սիրո մասին եւ այդ մերձավորին բացատրում. «Լավ է, որ դու կաս», եւ ավելացնում. «Լավ է, որ դու տարբերվում ես»: Քանի որ մերձավորը տարբերվում է քեզնից: Նա ուրիշ կենսագրություն, ազգային պատկանելություն եւ կրոն ունի: Շատ հաճախ նա հակամարտության մեջ է գտնվում քո կենսագրության, ազգային պատկանելության եւ կրոնի հետ: Սակայն, անկախ դրանից, սիրիր նրան, ինչպես ինքդ քեզ ես սիրում: Հարգիր քեզնից տարբեր լինելու, այլ մշակույթի պատկանելու, այլ հիշողություն ունենալու նրա իրավունքը, նույնիսկ եթե նա քո թշնամին է եղել: Այլ կերպ ասած, մի ընդհանրացրու: Տարբերիր մեղքը մեղք գործողից: Փորձիր հակառակորդիդ մեջ տեսնել գործընկերոջ, որի հետ դու պետք է հաղորդակցվես, այլ ոչ թե թշնամու, որին դու պետք է ոչնչացնես:

Պատվիրան 6. «Մի՛ սպանիր»:

Դու կարող ես սպանել բառերով, սա լրագրողի աշխատանքի թունավոր հմայքն է: Սակայն բառերով կարելի է նաեւ բարություն անել՝ կարելի է վերացնել տոտալիտար գաղափարախոսության հմայքը, կարելի է հասնել հանդուրժողականության,

կարելի է վկայել ճշմարտությունը եւ ազատությունը: Կարելի է վերլուծել բառերը: Յենց դա են արել լեհական լրագրության դասականները: Միխալ Գլովինսկին, Ստանիսլավ Բարանչակը, Յակուն Կարպինսկին եւ Թերեզա Բոգուչկան «նոր լեզվի» բառերը սպանողների խոսքերի, ատելության խոսքերի մանրամասն վերլուծության պիոներներն էին:

Պայքարի քո գրչով, սակայն պայքարի պարկեշտորեն, առանց ատելության: Մի խփիր ավելի ուժեղ, քան անհրաժեշտ է: Մի կարծիր, որ դու օբյեկտիվ լինելու կարգադրություն ունես: Եվ, հատկապես, մի կարծիր, որ դու կարող ես «Աստծո ձեռքը» լինել, երբ քո հակառակորդին մահացու հարված ես հասցնում: Երբ նրան մեղադրում ես հայրենասիրության պակասի, կոռուպցիայի, դավաճանության մեջ, միշտ հիշիր, որ սպանում ես նրան: Եվ ճշմարտությունը, միեւնույն է, բացահայտվելու է, եւ այդ ժամանակ դու պատասխան ես տալու քո խարդախության համար, նույնիսկ եթե այդ պատասխանը տաս միայն քո խղճի առջեւ: Մի սպանիր: Ուրիշներին մի արա այն, ինչ չես ցանկանում, որ ուրիշները քեզ անեն:

Պատվիրան 7. «Մի՛ շնացիր»:

Եղիր հավատարիմ, համենայն դեպս գոնե այն մի քանի սկզբունքներին, որոնք դու արժեքավոր ես համարում, եւ գոնե այն մի քանի մարդկանց, ում դու պարտավոր ես հավատարիմ լինել: Վարձկան մի եղիր: Մի նվաստացրու քո մասնագիտությունը իշխանության, փողի համար: Միայն ազատությունն է քեզ թույլ տալիս հավատարիմ լինել: Ավելին, հավատարիմ լինելու ունակությունը (սկզբունքներին, արժեքներին, մարդկանց) ազատ լինելու ունակության ապացույցն է: Դավաճանությունը եւ ատելությունը ներքին դատարկության փստանշաններն են, որ նախորդում են հանձնվելուն եւ ստրկացմանը: Չկա ավելի անպատիվ արարք, քան դավաճանությունը:

Պատվիրան 8. «Մի՛ գողացիր»:

Լրագրողի համար չկա ավելի վարկաբեկիչ բան, քան գրագողությունը: Դա ոչ միայն հարված է այլ մարդուն, դա հարված է նաեւ արդարության եւ ճշտության վերաբերյալ հասարակական գիտակցությանը:

Գրագողությունը քայքայում է հասարակական կյանքը, դա անազնիվ գործողություն է, որը կիրառվում է որպես մեթոդ: Գրագողությունը ոչնչացնում է լրագրության ոգին: Ճշմարտությունն աղավաղելը, մարդկանց հիմարացնելը՝ սրանք են լրագրողի մասնագիտության մեջ գողության եւ քայքայման առանձնահատուկ նախանշանները: Մենք կարդում ենք իմաստալի բառեր՝ Աստված, պատիվ, հայրենիք: Եթե դրանք արտաբերվում են անբարո լրագրողի կողմից, ապա նա գողանում է այս բառերը եւ զրկում դրանք իրենց սկզբնական իմաստից: Կարգախոսների վերածված արժեքները մեռնում են: Ահա թե ինչու լրագրողները պետք է իրենք իրենց ասեն՝ մի գողացիր: Այլ կերպ ասած, մի կրկնօրինակիր ավելին քան անհրաժեշտ է:

Պատվիրան 9. «Քո մերձավորի դեմ սուտ վկայություն մի՛ անիր»:

Ժողովրդավարական հասարակությունում եւ պետությունում հակամարտությունները բնական երեւոյթներ են: Ահա թե ինչու են այդքան կարեւոր այդ հակամարտությունների բնույթը, դրանց կուլտուրան եւ լեզուն: Մենք՝ լրագրողներս, մեծապես պատասխանատու ենք այդ բնույթի համար: Արժե կրկին հիշատակել որոշ ակնհայտ բաներ: Սուտը («սուտ վկայությունը») մերժելու պատվիրանը չի նշանակում, որ պետք է ազատորեն ասել ամեն ինչ: Ամեն ճշմարտություն չէ, որ պետք է անմիջապես, ամեն օր արտաբերվի, անկախ պատրվակներից: Պոետ Միցկեւիչը գրել է.

Կան ճշմարտություններ, որ իմաստունն ասում է բոլորին,
Կան ճշմարտություններ, որ նա հայտնում է իր ազգին,

Կան ճշմարտություններ, որ նա վստահում է իր ընկերներին,
եվ կան ճշմարտություններ, որ նա չի կարող բացահայտել ոչ մեկին:

Որո՞նք են այս ճշմարտությունները, որ չեն կարող բացահայտվել: Դրանք այն ճշմարտություններն են, որոնք վերաբերում են գիտակցության ամենախորին գաղտնիքներին, ճշմարտություններ, որոնք արտասանվում են խոստովանանքի ժամանակ եւ հայտնի են միայն Աստծուն եւ հոգեւորականին, այլ ոչ թե ընթերցող լսարանին: Սրանք մարդու անձնական կյանքի ճշմարտություններն են, որոնց բացահայտումը մերձավորին հասցված վերք է:

Միաժամանակ, մերձավորի մասին ճշմարտության միայն մի մասի բացահայտումը կարող է նրա կյանքի մասին նենգ սուտ լինել, ինչպես օրինակ Սբ. Պողոսի կենսագրությունը գրելը եւ նրա կյանքի միայն այն ժամանակաշրջանը ներկայացնելը, երբ նա Կեսարի ծառան էր եւ հավածում էր քրիստոնյաներին: Մերձավորի մասին ճիշտ վկայություն տալը, հատկապես երբ այդ մերձավորը քո հակառակորդն է, մեր պրոֆեսիոնալիզմի եւ մարդասիրության հիմնական փորձությունն է:

Այն մարդը, ով վախենում է այլ մարդկանց ճշմարտությամբ եւ ազատությամբ դիմավորել, օգտագործում է սուտը: Սուտ վկայությունը միշտ թուլության եւ սեփական դատողություններում հավատի պակասության նախանշան է: Ինչպես ազատությունն է բխում ճշմարտությունից, այնպես էլ բռնությունները բխում են ստից: Սուտ վկայությունն ունի իր արյունարբու տրամաբանությունը՝ այն ժողովրդավարական քննարկումներից տանում է դեպի քաղաքացիական սառը պատերազմ, այն գործընկերոջը վերածում է հակառակորդի, իսկ հակառակորդին՝ մահացու թշնամու: Սուտ վկայության լեզուն հակառակորդին անմարդկային դարձնելու միջոց է: Եթե դու դեմ չես արթնանում, ապա դու նմանվում ես Աուվիցի եւ Գուլագի մարդասպան ոճրագործներին: Եթե դու կողմ ես եկեղեցու եւ պետության բաժանմանը, ապա դու դառնում ես Աստծու, բարության եւ Ավետարանի ճշմարտության թշնամին: Եթե դու հրաժարվում ես խտրականորեն վերաբերվել այն մարդկանց նկատմամբ, որոնք այլ կենսագրություններ ունեն, ապա դու դառնում ես քո ազգի դավաճանը:

Սուտ վկայությունը կարող է վնաս հասցնել կամ նույնիսկ սպանել զոհին, սակայն այդպիսի վկայություն տվողն ինքը ամենաքիչը վերք է ստանում: Սուտ վկայությունը մեղք է ընդդեմ մերձավորների եւ անարգանք է ընդդեմ Աստծու: Դա նաեւ խոշոր մեղք է մեր մասնագիտության չափանիշների նկատմամբ:

Պատվիրան 10. «Մի՛ ցանկանար քո դրացու տունը, քո դրացու կնոջը»:

Դու պետք է ոչինչ չտենչաս, ներառյալ հարգանքն ու ժողովրդականությունը: Եթե դու ցանկանում ես ժողովրդականություն եւ հարգանք վայելել, ապա հասիր դրան քո սեփական աշխատանքով, տաղանդով եւ խիզախությամբ, այլ ոչ թե այլ մարդկանց ոչնչացնելով: Փառասիրությունը հիանալի եւ հարստացնող առանձնահատկություն է, մինչդեռ նախանձն ինքնաոչնչացնող է: Նախանձը բթացնում եւ նվաստացնում է, այն սպանում է մեծահոգությունը եւ բարձր զգացումներ ունենալու ունակությունը:

Այլ մարդկանց ունեցվածքի նկատմամբ նախանձը հանգեցնում է վախկոտության, ուժեղներին շողոքորթելու, թույլերին դատապարտելու եւ միայնակների դեմ տարվող արշավներին մասնակցելու: Նախանձը խախտում է սովորական մասնագիտական պարկեշտությունը եւ այլ մարդկանց նկատմամբ սովորական օրինապահությունը:

Պատվիրան 11՝ «Մի՛ խառնիր»:

Ես այս հավելյալ 11-րդ պատվիրանը լսել եմ այն մարդկանցից, ովքեր սիրում են ալկոհոլ օգտագործել (նույնիսկ չափավոր կերպով): Նրանք ասում են՝ խմիչքները մի խառնեք: Մի խառնեք գինին օղու, կոնյակը գարեջրի, սալորի բրենդին շամպայնի

հետ: Նման խառնուրդների արդյունքը ծանր խուճախ է: Ես փորձել եմ չխառնել ժանրերը: Լրագրությունը ոչ քաղաքականություն է, ոչ էլ կրոնական ծառայություն, դա ծաղիկների առեւտուր կամ համալսարանում դասախոսություն կարդալ չէ, դա հեռախոսային տեղեկատուի կամ ֆուտբոլային խաղի համար տվյալների հավաքում եւ համակարգում չէ, չնայած այն իր մեջ այս բոլորից տարրեր է պարունակում: Կյանքի յուրաքանչյուր ոլորտ ունի իր սեփական առանձնահատկությունները, իր սեփական կանոնները, իր սեփական բարոյական նորմերը: Քաղաքական գործիչը չպետք է հոգեւորական ձեւանա, լրագրողը չպետք է քաղաքական գործիչ ձեւանա: Ձեռներեցը պետք է ձգտի պատշաճ եկամուտ ձեռք բերել, իսկ լրագրողը պետք է հավատարիմ մնա ճշմարտությանն ու ազատությանը:

Կոռուպցիան կարող է վարակել հասարակական կյանքի բոլոր ոլորտները: Մենք ճանաչում ենք քաղաքական գործիչների, ովքեր հարստություն են ձեռք բերում, երբ չպետք է հարստանային, մենք ճանաչում ենք հոգեւորականների, ովքեր ատելություն են սերմանում, մենք ճանաչում ենք ձեռներեցների, ովքեր գողանում են եւ կաշառք են տալիս: Մենք ճանաչում ենք կոռումպացված լրագրողների, ովքեր տեղեկատվության փոխարեն պրոպագանդա, վստահելի նկարագրությունների փոխարեն կեղծ հայտարարություններ եւ խելամիտ քննարկումների փոխարեն աղմկալի, միմյանց վրա կեղտ նետող արշավներ են կիրառում:

Մի՞թե ես միամիտ եմ, երբ այսպիսի ցանկությամբ լի մտքեր են տարածում, որոնք ուղղված են ինձ եւ լրագրողական եղբայրության իմ գործընկերներին: Միգուցե: Սակայն երբ ես կորցնեմ այս միամտությունը, ապա կփոխեմ իմ մասնագիտությունը: Եվ առայժմ դեռ չգիտեմ, թե ինչ մասնագիտություն կընտրեմ:

19

Շրջանային հեռուստակայանի գոյատևումը արձատական փոփոխությունների դարաշրջանում

Վիկտոր Մուչնիկ եւ Յուլիա Մուչնիկ

1990թ.-ին, Ռուսաստանում ժողովրդավարության ալիքի բարձրացման ժամանակ, նոր օրենքը վերացրեց պետության մենաշնորհը եթերային ալիքների նկատմամբ եւ օրինականացրեց լրատվամիջոցների մասնավոր սեփականությունը: Երկրի ամբողջ հսկայական տարածքում տասնյակ տեղական լրագրողներ, ձեռնարկատերեր եւ տեխնիկական մասնագետներ, միմյանցից բացարձակապես անկախ կերպով աշխատելով, հնարավորություններ գտան փոքր, մասնավոր հեռուստատեսային հեռարձակման գործունեություն սկսել՝ իրենց տեղական համայնքներին ծառայելու նպատակով: Պիոներներից մեկը Արեւելյան Սիբիրում գտնվող մոտ 700000 բնակչություն ունեցող համալսարանական Տոմսկ քաղաքի անկախ «ՏՎ-2» կայանն էր:

Ինչպես սկզբնական տարիների հեռուստակայանների մեծ մասը, «ՏՎ-2»-ն էլ գործնականում ստեղծվեց ոչնչից: Այն գոյատևեց, քանի որ նորությունային ծառայության պահանջարկը հսկայական էր եւ քանի որ այն առաջինն էր Տոմսկում, որ փորձեց բավարարել այդ պահանջարկը: «ՏՎ-2»-ը տարբերվում էր առաջին կայանների մի մասից իր լսարանով եւ լրագրողական որակով, ինչն ակնհայտ դարձավ շատ ավելի ուշ, երբ տեղական լրատվամիջոցների մասնագետները սկսեցին հանդիպել ամբողջ երկրով մեկ սփռված իրենց գործընկերներին եւ համեմատել իրենց գործունեությունը: Ի վերջո «ՏՎ-2»-ի տարբերությունը մյուսներից ճանաչվեց եւ կայանին մի քանի ազգային մրցանակներ տրվեցին: Այսօր Ռուսաստանում գոյություն ունի տեղական ավելի քան 600 մասնավոր հեռուստակայան, իսկ երկրի տնտեսական պայմաններն էականորեն փոխվել են: «ՏՎ-2»-ը շարունակում է բարգավաճել, չնայած այն ժամանակ առ ժամանակ նոր խնդիրների առջեւ է կանգնում: Այս հոդվածի հեղինակները, որոնք ամենասկզբից այս ռիսկային ձեռնարկման մասնակիցներն են եղել, մինչ այժմ աշխատում են «ՏՎ-2»-ում:

Պատմությունն սկսվում է

Պատմությունն սկսվում է 1990թ.-ից: Այդ ժամանակ Տոմսկի տեղական պետական հեռուստակայանի երիտասարդ հաջողակ լրագրողներից մեկը՝ Արկադի Մայոֆիսը, անսպասելիորեն դուրս եկավ աշխատանքից եւ սկսեց պատմել իր ընկերներին, որ ինքը նախատեսում է նոր տեսակի հեռուստակայան ստեղծել՝ ոչ կառավարական, անկախ հեռուստակայան: Այս պնդման արտասովորությունն ընկալելու համար մենք

պետք է վերհիշենք այդ ժամանակահատվածը: «Պերեստրոյկա»-ն ու «գլասնոստ»-ն ակնհայտորեն ավարտվում էին, իշխանություններն աստիճանաբար ավելի ու ավելի բարձրաձայն էին խոսում կարգուկանոն պարտադրելու մասին, մարդիկ տրտմորեն վաճառում էին սննդամթերքի բաշխման կտրոնները, եւ ոչ մեկը այս ամենից որեւէ լավ բան չէր սպասում: Մայոֆիսի ծրագիրը ուտոպիստական երազի էր նման նաեւ այն պատճառով, որ փաստորեն նրանից բացի այս ապագա արկածախնդրության մասնակիցներից ոչ մեկը հեռուստատեսությունում աշխատելու փորձ չուներ: Այնուամենայնիվ, գաղափարը հրապուրիչ էր: Մարդիկ չէին կարող չմտածել այսպես. «Այո, իհարկե, այս ռեժիմն ի վերջո տապալվելու է: Արդյունքում, հավանաբար, մենք կկարողանանք արտահայտել մեր կարծիքները»:

Այն ժամանակ, երբ մենք սկսեցինք այս ռիսկային ձեռնարկումը, փաստորեն փողի կամ սեփականության վերաբերյալ քննարկումներ գոյություն չուներին: Իհարկե, մենք գիտեինք, որ ստիպված ենք լինելու որոշակի սարքավորումներ գնել, ինչն արեցինք վարկերի հաշվին: Մեր վարկի երաշխավորն այդ ժամանակ Տոմսկի քաղաքային խորհրդի նախագահն էր (այն ժամանակ մենք նույնիսկ քաղաքապետներ չուներինք), որը Մայոֆիսին ճանաչում էր որպես լրագրողի: Կապեր ունենալն ակնհայտորեն օգնեց մեզ: Իրական վարկը մենք ստացանք «Ֆինիստ» անունով մի առեւտրային բանկից (այսպիսի բանկերը դեռ նոր էին ստեղծվել Տոմսկում): Այդ բանկի անունն ակնհայտորեն ընտրվել էր ակնարկելու համար, որ բանկն ունակ կլինի կյանքի վերադառնալ ցանկացած դժվարությունների հանդիպելուց հետո, ինչպես փյունիկը, որը շարունակաբար վառվում է, սակայն կրկին վերակենդանանում է մոխրից: Մեզ վարկ տալուց հետո բանկը բիզնեսից դուրս մնաց: Այն վառվեց, սակայն, ի տարբերություն փյունիկի, վառվեց հավիտենականորեն: Մոտ 15000 ԱՄՆ դոլար կազմող այդ անսպասելի վարկով հեռուստակայանը գնեց իր առաջին սարքավորումները՝ երկու տեսամագնիտոֆոն, մի քանի հեռուստացույց եւ մեկ տեսախցիկ (բոլորն էլ իհարկե նախատեսված տնային օգտագործման համար):

Մայոֆիսը նախատեսում էր վարկը վերադարձնել դեկոդերների համար բաժանորդագրվելու հնարավորությունը հրապարակայնացնելով: Դեկոդերը սարք էր, որը կիրառվում էր նոր, անկախ հեռուստատեսային ընկերության ազդանշանն ապակողավորելու համար: Նա ենթադրում էր, որ նոր ծրագրեր դիտել ցանկացող մարդիկ «S4-2»-ից դեկոդերներ կգնեին: Ակնհայտ էր, որ Արկադին, որը տեխնիկապես այնքան էլ շատ գիտելիքներ չուներ, ազնվորեն հավատում էր, որ հնարավոր է կողավորել ազդանշանը մի փոքրիկ սեւ արկղիկի օգնությամբ, որից դուրս էր ցցված երկու լար, եւ քաղաքը նույնպես դրան հավատաց: Մարդիկ հերթ էին կանգնում դեկոդերների համար, եւ դրանք մի ակնթարթում վաճառվեցին: Հասկանալու համար, թե ինչու այդպես եղավ, պետք է հասկանալ այն տարիների գնումներ կատարելու սովորույթները: Խորհրդային տնտեսությունում, որտեղ դեֆիցիտը բնական երեւույթ էր, հիմնական հասկացությունն էր. «Այն վաճառվում է»: Յուրաքանչյուր ոք ի սկզբանե ենթադրում էր, որ խնդրո առարկա ապրանքը (յուղը, զուգագուլպաները, կենցաղային իրերը եւ ցանկացած այլ բան) վաճառվելու է սահմանափակ քանակությամբ եւ որ հաջորդ օրը, երկու ժամից կամ 15 րոպեից ամբողջ ապրանքը կվերջանա: 1991թ.-ին բոլորը համոզված էին, որ ապրանքների փոքր քանակությունները վաճառարահներ էին բերվում վերջին անգամ եւ որ շուտով այլևս ոչինչ հնարավոր չի լինի գնել: Դեկոդերներն ակնհայտորեն դասվում էին այս անցողիկ ապրանքների շարքին, մարդիկ համոզված էին, որ մեկ կամ երկու օր հետո դրանք կվերջանան, ինչպես մնացած ամեն ինչ:

Տոնսկի ամբողջ բնակչությունը հավանաբար այնքան տարված չէր անկախության գաղափարով, ինչքան հեռուստակայանը հիմնադրողները, սակայն 1991թ. մայիսի 15-ից սկսած («ՏՎ-2»-ի առաջին հեռարձակման օրը) ամեն օր կայանը ցուցադրում էր նոր ամերիկյան կինոնկարներ, որոնք երբեմն ներկայացվում էին հոլիվուդյան պրեմյերաներից երկու շաբաթ հետո: Կարիք չկա ասելու, որ դրանք հեղինակային իրավունքների խախտմամբ պատրաստված պատճեններ էին: Այդ ժամանակ Ռուսաստանում ոչ ոք չէր մտածում մտավոր սեփականության օրենքի մասին: Այնպես որ քաղաքի բնակիչները դեկոդերներ էին գնում հեղինակային իրավունքների խախտմամբ ներկայացվող կինոնկարները նոր ալիքով դիտելու համար, իսկ հեռուստատեսային ընկերությունը աստիճանաբար փակում էր իր վերցրած վարկը: Այս ընթացքում բոլորին ասում էին, որ ընթացում են ազդանշանի կոդավորման վերջնական փորձարկումները եւ որ շուտով այդ ծրագրերը դիտելու համար անհրաժեշտ կլինեն դեկոդերներ: Սա նպաստում էր դեկոդերների պահանջարկի ավելացմանը: Միայն ավելի ուշ պարզ դարձավ, որ դեկոդերները, անկախ այն բանից, թե ինչպես կկցվեն հեռուստացույցին, ոչինչ ապակոդավորել չեն կարող: Միաժամանակ, ելնելով իր սահմանափակ տեխնիկական հնարավորություններից, «ՏՎ-2»-ն իր ազդանշանը կոդավորելու ոչ մի հնարավորություն չուներ: Կարելի էր սպասել, որ այս ամբողջ պատմությունը կհանգեցնի բնակչության շրջանում անկախ հեռուստատեսության գաղափարի նկատմամբ խանդավառության կորստին: Սակայն տեղի ունեցան 1991թ. օգոստոսի դեպքերը:

Մոսկվայում ընթացքի մեջ էր հեղաշրջումը, փողոցներում տանկեր էին երթելու, պետական հեռուստատեսությունը ցուցադրում էր միայն «Կարապի լիճը», իսկ շրջանները ոչ մի տեղեկություն չունեին, թե ինչ է կատարվում: Տոնսկում, հեղաշրջման առաջին իսկ օրից, Մոսկվայում տեղի ունեցող իրադարձությունների վերաբերյալ տեղեկություններ ստանալու համար միակ տեղը «ՏՎ-2»-ն էր: Իր առաջին հեռարձակումից սկսած, նույնիսկ մինչև հեղաշրջումը, ընկերությունը հակակոմունիզմի եռանդուն կիզակետն էր: «ՏՎ-2»-ի առաջին սեփական ծրագիրը, որը հեռարձակվեց մայիսի 15-ին, առաջինն էր «Պատմության խոշորագույն սրիկաները» անվանված շարքում: Ծրագիրը նվիրված էր Չինաստանի առաջին կայսր Ցին Շի Յուանգիին եւ ընդգծում էր, որ վերջիվերջո բոլոր կայսրությունները խորտակվում են իրենց սեփական ժանրության տակ, եւ որ դրանց կործանումը դրական երեւույթ է: Այլ կերպ ասած, «ՏՎ-2»-ը «դիրքավորվում» էր (հիարկե այն ժամանակ մեզնից ոչ մեկը չգիտեր այս կեղծ-գիտական տերմինը), որպես որպես ընդդիմադիր հեռուստակայան: «ՏՎ-2»-ի համար որպես թալիսման ընտրել էինք Ռադյարդ Կիպլինգի «Պարզապես այսպիսի պատմություններից» սել կատուն՝ կենդանիների մեջ ամենավայրիին եւ անկախը, որը «զբոսնում էր ինքն իր համար»: 1991թ. օգոստոս ամսին կատուն, բնականաբար, ժողովրդավարների հետ մազլցեց բարիկադների վրա եւ հպարտորեն զբոսնում էր Ռուսաստանի նոր դրոշի ներքո:

Օգոստոսյան հեղաշրջման ընթացքում «ՏՎ-2»-ը Մոսկվայում ուներ լրագրողների մի անձնակազմ, որը նկարահանումներ էր անում եւ տեսաերիզները Տոնսկ էր ուղարկում Աերոֆլոտի ամենօրյա չվերթներով: Դրանք կրակոտ ժամանակներ էին, համարյա անհրական, երբ այժմ հետ ես նայում: Սակայն մենք անկեղծ էինք, երբ այնպիսի արտահայտություններ էինք անում, ինչպես «Նրանք չեն հաղթի, հաղթանակը մերն է լինելու»: Այդ երեք օրը Տոնսկում յուրաքանչյուր ոք կարծես միայն «ՏՎ-2» էր դիտում: Աֆղանստանի պատերազմի վետերանները գալիս էին հեռուստակայան եւ առաջարկում պաշտպանել շենքը մեր հեռարձակմանը միջամտելու ցանկացած փորձից: Ընկերությունն այն ժամանակ տեղակայված էր մի քանի վարձակալված սենյակներում: Մարդիկ, որոնք լսում էին օտարերկրյա ռադիոհեռարձակումները, զանգահարում էին հեռուստակայան եւ կիսում տեղեկատվությունը մեզ հետ, որն անմիջա-

պես հեռարձակվում էր ուղիղ եթերով: Եվ ամենահուզիչն այն էր, որ մարդիկ մեզ համար ուտելիք եւ, եթե մեր հիշողությունը չի դավաճանում, գարեջուր էին բերում՝ որպես համերաշխության արտահայտություն: Ստեղծվել էր լրագրողների եւ քաղաքացիների հուզիչ միություն: Հեղաշրջումը, ինչպես մենք բոլորս գիտենք, ձախողվեց: Եվ քաղաքը սկսեց հավատալ «ՏՎ-2»-ի լրագրողներին:

Սովորել, թե ինչպես է իրականում աշխատում հեռուստատեսությունը

Այս բոլոր իրադարձությունների ընթացքում մենք բավականին մշուշոտ պատկերացումներ ունեինք այն բաների վերաբերյալ, թե ինչպես պետք է իրական հեռուստատեսություն ստեղծել եւ ինչպես փող աշխատել: Չկար ոչ մեկը, որ կարողանար մեզ սովորեցնել: Այդ տարիներին եւ Տոմսկի համալսարանի ժուռնալիստիկայի ֆակուլտետը, եւ Տոմսկի պետական հեռուստատեսությունն ամբողջապես պետական սուբյեկտներ էին եւ իրենցից բացասական օրինակներ էին ներկայացնում: «ՏՎ-2»-ում բոլորն ասում էին. «Մենք այլ հեռուստատեսություն ենք ուզում ստեղծել»: Սակայն ի՞նչ էր նշանակում այլ: Առաջին երկու տարիների ընթացքում «ՏՎ-2»-ն արտադրում էր տասնյակ ծրագրեր: Կային ծրագրեր, նախատեսված երեխաների եւ այգեպանների, ավտոմեքենաների սիրահարների եւ շուն սիրողների, այլընտրանքային կինոնկարների սիրահարների եւ «ծանր մետաղ» ոճի երաժշտության նվիրյալների համար: Կարճ ասած, բովանդակությունը բազմազան ու արտառոց էր: Առաջին տեսամոնտաժային սենյակը խիզախ փորձերի վայր էր, որտեղ մենք ենթագիտակցաբար կատարելագործում էինք ֆիլմերի մոնտաժման եղանակները:

Մենք չունեինք միջոցներ, ինչպես տեխնիկական զարգացման, այնպես էլ աշխատավարձեր վճարելու համար: Միաժամանակ, մենք իրար հետեւից պլաններ էինք մշակում, որոնք մեկը մյուսից ավելի տպավորիչ էին: Թերթերից մեկին տված հարցազրույցում Մայոֆիսը հայտարարեց, որ «ՏՎ-2»-ն արդեն բաժանմունք ունի Գերմանիայում եւ որ շուտով մենք բաժանմունքներ կունենանք նաեւ Մոսկվայում, Միացյալ Նահանգներում եւ Սիբիրի այլ քաղաքներում: Այս ծաղկուն պլանների եւ ֆինանսական կառավարման պակասության պայմաններում ֆինանսական ճգնաժամն անխուսափելի էր: Սրանից միայն երկու կամ երեք տարի հետո «ՏՎ-2»-ում հայտնվեց առաջին ֆինանսական կառավարիչը: Նույնիսկ այն ժամանակ, համեմատելով մեր եկամուտները եւ ծախսերը, նա ընկերության ղեկավարությանն անընդհատ ասում էր, որ բոլոր տնտեսական օրենքների համաձայն ընկերությունը չի կարող գոյատևել եւ որ մի քանի ամսվա ընթացքում տնտեսական անկումն անխուսափելի է: Չկարողանալով տանել այս տնտեսական անհեթեթությունը՝ նա հեռացավ ընկերությունից՝ կորցնելով ավելի լավատեսական թվեր տեսնելու իր հնարավորությունը:

Դժվար է չհավատալ, որ եթե «ՏՎ-2»-ը հիմնադրող մարդիկ ավելի շատ գիտելիքներ ունենային հեռուստատեսություն ստեղծելու վերաբերյալ, ապա «ՏՎ-2»-ի պատմությունը երբեք չէր սկսվի: «ՏՎ-2»-ի անձնակազմի, ինչպես նաեւ զովագդ պատվիրողների ու լսարանի անտեղյակությունը, թե ինչպես պետք է աշխատի պրոֆեսիոնալ, առետրային հեռուստատեսությունը, եւ նույնիսկ շուկայական տնտեսության հիմնական կանոնների չիմացությունն ազատեցին ընկերությանը դրանց հետեւելու անհրաժեշտությունից: Կայանը խիզախորեն ստեղծում էր իր սեփական «նոու-հաուս»՝ շարունակաբար պարտքեր վերցնելով, աստիճանաբար վարկերը մարելով եւ մի անգամ նույնիսկ չփակելով վարկերից մեկը, քանի որ վարկատուն ինքը սնանկացավ եւ մոռացավ մեր մասին: Այն ժամանակ մենք դեռ չգիտեինք, որ ընկերությունը

պետք է «առաքելություն» ունենա, մենք երբեք չէինք լսել այդ բառը, սակայն իրականությունն այնպիսին էր, որ եթե այդ տարիներին «ՏՎ-2»-ն ինչ-որ բան ուներ, ապա դա առաքելությունն էր, քանի որ մարդիկ միավորված էին գաղափարի շուրջ: Քանի որ մենք չգիտեինք բազմաթիվ «չի կարելի»-ների մասին, մեզ թվում էր, որ գոյություն ունեն բազմաթիվ «մենք կարող ենք» հնարավորություններ:

Ժամանակի ընթացքում, աստիճանաբար, մենք այնուամենայնիվ սովորեցինք հեռուստատեսային բիզնեսի կանոնների մի մասը: «ՏՎ-2»-ն իսկապես ուներ գովազդ պատվիրողներ: Սկզբում դրանք կրպակի նմանվող փոքր խանութներն էին, որոնք այդ ժամանակ Ռուսաստանում բուսնում էին ինչպես սնկերն անձրեւից հետո: Միառժամանակ մեզ մոտ գովազդ էր պատվիրում նույնիսկ թիկնապահական մի գործակալություն (այն ժամանակ շուկայի այդ հատվածն արագ աճ էր ապրում): Մենք ունեինք նաև բազմաթիվ մասնավոր հայտարարություններ՝ նման պարբերական գովազդների: Մարդիկ վաճառում էին կարի մեքենաներ, գնում բաղնիքի հախճասալիկներ, փոխում բնակարաններ: Մեր ամենաառաջին գովազդ պատվիրողը մի ուզբեկ պարոն էր Ֆերգանայի հովիտից, որը մի քանի պարկ ընկույզ էր բերել Տոմսկ եւ ցանկանում էր արագորեն վաճառել այն: Ընկույզի վաճառքի վերաբերյալ նրա փոքր հայտարարությունը մեր առաջին գովազդն էր:

Շնորհիվ «Ինտերնյուսի», որը Ռուսաստանում հայտնվեց 1990-ականների սկզբին, Տոմսկ սկսեցին ժամանել ամերիկյան խորհրդատուներ: Ռոբերտ Քեմպբելն օգնեց հիմնադրել «ՏՎ-2»-ի լրատվական ծրագիրը՝ «Չաս պիկ»-ը: Մեզ Գայդոշիկը բացատրեց գովազդային վաճառքի իրականացման հիմնական սկզբունքները: Մենք շնորհակալություն ենք հայտնում նրանց: Մեր խորհրդատուները հավանաբար բավականին մեծաքանակ խնդիրներ ունեին մեզ հետ աշխատելու առումով, որ իրենք նրբազնկատորեն թաքցնում էին: Մեր եւ այդ մասնագետների գիտելիքների միջեւ անդունդը հսկայական էր, սակայն միշտ թվում էր, թե հայտնի «մշակութային տարբերությունները» գոյություն չունեին: Մեր խորհրդատուները նույնպես առաքելություն ունեին՝ ինչպես եւ մեզ, նրանց դուր էր գալիս ոչնչից անկախ հեռուստատեսություն ստեղծելը:

Այդ տարիներին էր, որ Տոմսկում սկսեց պտտվել այն կայուն առասպելը, որ «ՏՎ-2»-ն աշխատում էր ամերիկյան փողերով: Իրականում այդ խոսակցությունները հիմք չունեին: Մենք ապրում էինք գովազդներից ստացվող եկամուտների հաշվին եւ ապրում էինք բավականին համեստ կերպով՝ ոչ թե դուլարներով, այլ տեղական ռուբլիներով: Այս առասպելն, ինչեւէ, օգտակար դուրս եկավ: Մարդիկ կարծում էին, որ մենք հզոր ենք եւ որ հավանաբար ավելի լավ է չմիջամտել մեր գործերին: Այլապես, ով գիտե, գուցե Ամերիկյան վեցերորդ նավատորմը Ուշայկա գետով իջներ դեպի Տոմսկ:

Հեռուստատեսություն Տոմսկի ոճով

Տարիների ընթացքում մենք սովորեցինք բազմաթիվ օգտակար բաներ, օրինակ՝ ինչպես ռեպորտաժներ վարել դեպքի վայրից եւ մեր պատմություններում օգտագործել բնական ձայները: Մենք նաև սովորեցինք, թե ինչպես կարելի է տեսանկարահանման ժամանակ «չանցնել սահմանը» եւ որ նախընտրելի է մոտաժաման ժամանակ մեկ միջին պլանը միանգամից մյուսից հետո չդնել: Մենք սովորեցինք, թե ինչպես կարելի է տեղեկատվություն ձեռք բերել, ինչպես կառուցել լրատվական ծրագիրը, ինչպես պլանավորել բյուջեն, ինչպես խոսել գովազդ պատվիրողների հետ եւ ինչ է «բրենդը» ու ինչպես այն ստեղծել: Մենք նաև սովորեցինք, թե ինչպես հեռավորություն պահպանենք իշխանության բոլոր ճյուղերից եւ քաղաքական կուսակցություններից: Ընդհանուր առմամբ, մենք ակնհայտորեն սովորեցինք, թե ինչպես հեռուստա-

տեսային բիզնեսը վարել շատ թե քիչ պրոֆեսիոնալ կերպով: Մենք հրաժարվեցինք մի դյուժին ոչ շահութաբեր ծրագրերից եւ կենտրոնացանք բարձր վարկանիշներ ունեցող ծրագրերի վրա, որոնք կարող էին եկամուտներ բերել: Մենք կառուցեցինք մեր սեփական շենքը, բացեցինք երկու ռադիոկայան, ստեղծեցինք գովազդային գործակալություն եւ այժմ էլ սկսել ենք զբաղվել հնտերնետով: 1990-ականների վերջերից սկսած «ՏՎ-2»-ի ծրագրերը եւ «ՏՎ-2»-ում աշխատող առանձին լրագրողներ բազմաթիվ անգամներ մրցանակներ են նվաճել հեղինակավոր ազգային հեռուստատեսային մրցույթներում («Նորություններ՝ տեղային ժամանակով», «Ամբողջ Ռուսաստանը», «Երկնագույն աստղ»): 2000թ.-ին «ՏՎ-2»-ի լրատվական ծրագիրն արժանացավ ազգային հեռուստատեսային «ՏԷՖԻ» մրցանակին, որը «Էմմի»-ի ռուսական տարբերակն է: Ընդհանուր առմամբ, սա վատ կենսագրություն չէ:

Այս տարիների ընթացքում մենք պահպանել ենք մեր որոշ գաղափարները: Առաջինը՝ շրջանային հեռուստատեսությունը պետք է ունենա իր սեփական երանգները: Տոմսկի հեռուստատեսությունը չպետք է նման լինի Մոսկվայի հեռուստատեսությանը կամ Նույնիսկ Եկատերինբուրգի հեռուստատեսությանը: Միայն մենք կարող ենք մեր բնակիչներին պատմել, թե ինչ է տեղի ունենում տանը կամ կողքի փողոցում: Մենք կարող ենք պատմել այն լեզվով, որ նրանք հասկանում են, առանց ագիտացիայի կամ մեկամաղձության, եւ մի փոքր հեզմանքով, քանի որ թեթեւ ծաղրական տոնն օգտակար է, երբ խոսում ես Ռուսաստանի բազմակողմանի իրականության մասին այսպիսի խոշոր փոփոխությունների ժամանակաշրջանում:

Երկրորդ՝ սովորելով համապատասխան հեռավորության վրա մնալ քաղաքական գործիչներից, մենք երբեք չենք թաքցրել, որ ինչպես եւ նախկինում՝ 1990-ականների սկզբներին, մենք նվիրված ենք ազատ հեռուստատեսության գաղափարին, որը կախում չունի որեւէ մեկից: «Լիազորված» (քաղաքական շահերի կողմից) լրագրությունը, որն այդքան սովորական է դարձել Ռուսաստանի համար, բարեբախտաբար երբեք արմատներ չի ձգել «ՏՎ-2»-ում: Մենք պետք է ընդունենք, որ միանգամից չենք սովորել տարածություն պահպանել քաղաքական գործիչներից: Ինչպես 1990-ականների սկզբների ողջ ազատ ռուսական մամուլը, մենք դեմ էինք կոմունիզմին եւ կողմ «ժողովրդավարներին»: Մենք ակտիվորեն մասնակցում էինք քաղաքականությանը, եւ որոշակի ժամանակահատված պահանջվեց, որպեսզի հասկանանք, որ գաղափարներին նվիրված լինելը մի բան է, իսկ առանձին մարդկանց հետ քաղաքական միություններ ստեղծելը՝ բացարձակապես այլ բան:

Երրորդ՝ տնտեսական առումով, մենք բոլորս միշտ նվիրված ենք եղել Ջուլյեի գաղափարին (ԿԺԴՅ նախագահի՝ սեփական ուժերի վրա հիմնվելու փիլիսոփայությունը)՝ երբ հարվածում ես, ապա պետք է հույսդ դնես միայն քո ուժի վրա: Մենք սովորեցինք ծախսել միայն այն, ինչ վաստակել ենք, եւ հույս չդնել որեւէ մի այլ վայրից խոշոր դրամական ներհոսքերի վրա: 2001թ. մայիս ամսին մենք տոնեցինք «ՏՎ-2»-ի 10-րդ տարեդարձը: Տոմսկի չափանիշներով մենք բավականին շայլորեն տոնեցինք: Սակայն այդ ժամանակ մենք արդեն կարող էինք մեզ նման շայլություններ թույլ տալ:

2001թ.

2001թ.-ին, այդ տոնախմբություններից ոչ շատ ժամանակ անց, «ՏՎ-2»-ի վերահսկիչ փաթեթը վաճառվեց մոսկվացի օլիգարխ Միխայիլ Խոդորկովսկուն՝ Ռուսաստանի ամենահարուստ մարդուն եւ «Յուկոս» նավթային ընկերության սեփականատիրոջը: Այդ ժամանակ «Յուկոս»-ն արդեն Տոմսկին մի քանի տարի նավթ էր մատակարարում եւ տրամադրում էր քաղաքի բյուջեի համարյա կեսը: Վաճառքի նախապատրաստ-

ման ժամանակ լուրջ տարածայնություններ ծագեցին «ՏՎ-2»-ը հիմնադրած միատեսակ կարծիքներ ունեցող ընկերների խմբի ներսում: Նրանք, ովքեր նախաձեռնել էին վաճառքը, պնդում էին, որ հեռուստատեսությունը բիզնես է եւ որ այդ տեսանկյունից բաժնետոմսերի վաճառքը հիանալի գործարք է: Նրանք պնդում էին, որ այն ներդրումները, որ մենք կստանանք, մեզ հնարավորություն կընձեռեն լուրջ տեխնոլոգիական առաջընթաց ապրել եւ որ ոչ մեկը մեզ այլեւս չի առաջարկի այնպիսի գումարներ, ինչպես Խողորկովսկին էր առաջարկում: Միաժամանակ, մենք ականատես եղանք «ՆՏՎ»-ի հայտնի փակմանը: «ՆՏՎ»-ի ծանր դրությունը բոլորին առիթ տվեց մտածելու, թե արդյոք անկախ հեռուստատեսությունը կարո՞ղ է գոյատևել Ռուսաստանում, առանց քաղաքական «տանիքի», այսինքն՝ պաշտպանի:

Նրանք, ովքեր դեմ էին գործարքին, ասում էին, որ այն «ՏՎ-2»-ը կվերածի քաղաքական գործիքի, որ դա հակասում է այն գաղափարներին, որոնց վրա հիմնված էր ընկերությունը: Այսուհանդերձ, վաճառքին ընդդիմացող մարդիկ բավականաչափ խելամիտ գտնվեցին ծայրահեղությունների չդիմելու համար, չվարեցին այն քաղաքականությունը, որի արդյունքում «ՏՎ-2»-ը ստիպված կլիներ բաժանվել երկու մասի: Տոմսերի հեռուստատեսության համար «ՆՏՎ»-ի տաղանդավոր գործընկերների ժամանակին միահամուռ խմբի տխուր եւ վերջնական կործանման պատմությունը կարելու դասերից մեկը եղավ: Մենք ցանկանում էինք խուսափել դրանից: Երբ ակնհայտ դարձավ, որ «Յուկոս»-ի հետ գործարքն անխուսափելի է, «ՏՎ-2»-ը վավերացրեց խմբագրական կանոնադրությունը, որը դժվարացրեց խմբագրական քաղաքականության մեջ սեփականատերերի կողմից ուղղակի միջամտությունը, եւ ընտրեց գլխավոր խմբագիր, ինչպես պահանջում է Ռուսաստանի լրատվամիջոցների մասին օրենքը: Խողորկովսկին անձամբ հանդիպեց «ՏՎ-2»-ի անձնակազմի հետ, փորձելով վստահեցնել նրանց, որ ինքը նպատակ չունի որեւէ կերպով միջամտել գոյություն ունեցող խմբագրական քաղաքականությանը եւ որ ինքը նույնքան նվիրված է ազատական արժեքներին, ինչքան կայանի լրագրողները: Այսպիսով, վերջնական արդյունքում գործարքը կայացավ եւ կայանը մուտք գործեց իր պատմության մի նոր դարաշրջան: Թե ինչի նման կլինի այն, ինչպես սիրում են գրել սկսնակ լրագրողներն իրենց վերջաբաններում, միայն ժամանակը ցույց կտա:

Այբբենական անվանացուցակ

Ա

Ադրբեջան, 211-212

Ազատ առեւտուր

ժողովրդավարությունը եւ, 72-73

շուկայական աջակցությունը եւ, 62-64, 71-72

Ազատ խոսք

բնույթը եւ գործածությունը, 28, 193

իրավական համակարգը եւ, 15

իրավունքի բացառությունները, 36

Ազատ մամուլ

բնույթը եւ գործածությունը, 28, 193

զարգացող երկրները եւ, 228

ժողովրդավարությունը եւ, 2-3, 46

լրատվամիջոցների սեփականությունը եւ, 158

խմբագրական անհամաձայնությունները եւ, 204

կոռուպցիան եւ, 55-58

մշակույթն ու սպասելիքները եւ, 3

որպես քաղաքական գործիչների վերահսկման միջոց, 52

տարածվածությունը եւ, 127

Ազատության մասին (Միլլ), 30

Ազգային Անվտանգության, Արտահայտման Ազատության եւ դեպի Տեղեկատվությունը Մուտքի Յոհանեսբուրգյան Սկզբունքներ, 197

Ազգային անվտանգություն, 197

Ազգային Թունաբանության Ծրագիր, 74

Ազգային Չետագոտական որիուրդ, 74

Ազգային պաշտպանություն, 70

Ալ Աիրամ, 277

Ալ Աիրամ (Եգիպտոս), 277-278

Ալ Մոալեմ, Իբրահիմ, 278

Ակերլոֆ, Ջորջ, 27

Ակտիվների Կայուն Կառավարման դասակարգում, 123-124

- Աղբյուրների ձեռք բերում, 66
 Ամերիկյան Պետությունների Կազմակերպություն, 215
 ԱՄՆ-ի Միջազգային Զարգացման Գործակալություն, 227
 Ամսագրեր, 256
 Անփավ, Էնտոնի Ակոտո, 212
 Անամ, Մահֆուզ, 8
 Անգոլա, 213
 Անկախություն
 բացատրությունը, 1, 4
 սահմանող գործոնները, 5
 սեփականությունը եւ, 5-7
 Անհատական արժանապատվություն, 202
- Անվանարկման վերաբերյալ քրեական օրենքներ, 209
 Ապագաղափարախոսություն, 69ժ
 Առեւտրի Զամաշխարհային Կազմակերպություն (WTO), 63, 70, 71
Ասիա Թայմս (Թայլանդ), 256
 Ավստրալիա
 ինքնակարգավորվող խորհուրդները, 16
 լրատվամիջոցների հասանելիությունը, 230
 մասնավոր սեփականություն հանդիսացող հեռուստատեսությունը, 6
 սպեկտրի աճուրդները, 183
 Ավստրիա, 208, 218
 Ավտոմեքենաչինական արդյունաբերություն, 62-63
 Ատելության ելույթներ, 200-201
 Արբանյակային հեռարձակում
 Բանգլադեշում, 268-269
 բացատրությունը, 180-181
 Արգենտինա
 թերթերի սեփականությունը, 148-149
 Միջազգային Արժուքային Զիննադրամի քաղաքականությունը, 39ժ
 վիրավորանքի մասին օրենքները, 215
 Արժեթղթերի շուկա, *տես նաեւ՝ արժեթղթերի հատուկ բորսաներ*
 անկման կանխատեսումը, 85-86
 լուսաբանման համար գրավչությունը, 85, 86
 համընթաց նորություններ եւ, 88-89
 հայտնի աղբյուրներից մեջբերումները, 86
 նշանակալի նորությունների օրերը եւ փոփոխությունները, 87-88
 նորությունը որպես ուշադրության ալիքների գահավիժում եւ, 90-92
 նորությունների բացակայությունը եւ գների խոշոր փոփոխությունները, 89-90
 չափազանց շատ ռեկորդներ, 87

Արժեթղթերի եւ բորսաների հանձնաժողով (SEC), 28
Արժուքային քաղաքականություն, 36-37
Արտակարգ դեպքերի օգնության դաշնային համակարգում (FERA), 98-102
Արտակարգ իրավիճակների պլանավորման եւ հասարակության տեղյակ լինելու իրավունքի մասին օրենք, 76
Արտահոսք, 4, 41
Արեւի լույսի օրենքներ (Ֆլորիդա), 244
Աֆրոամերիկացիներ, 102-104

Բ

Բազմաալիք հեռուստատեսության մատակարարում, 179-180
Բաժնետերեր, 112-113
Բանգլադեշ
 թերթերի հասանելիությունը, 17
 լրատվամիջոցների զարգացումը, 268-269
 լրատվամիջոցների խնդիրները, 273-274
 կոռուպցիայի բացահայտում, 269-272
 մարդու իրավունքների հետ կապված խնդիրները, 272-273
 նախնական տեղեկատվություն, 267-268
Բանգլոկ Պոստ (Թայլանդ), 256
Բատրա, Ռավի, 85, 86
Բարրետ, Էդվարդ Վ., 65ժ
Բացություն, *տես նաև*՝ Տեղեկատվության բացահայտում; Գաղտնիություն
 զարգացող եւ անցումային տնտեսություն ունեցող երկրներում, 243-245
 ժողովրդավարական գործընթացները եւ, 32-34, 190
 իմաստը, 29-32
 լրատվամիջոցների դերն իրականացման մեջ, 39-42
 կողմ փաստարկները, 42-43
Բաքու Բուլվար (Ադրբեջան), 211-212
Բեդյե, Անրի Կոնան, 213
Բելառուս
 վիրավորանքի մասին օրենքները, 212, 223-224
 տնտեսական պայմանները, 229
Բելգիա, 6
Բեկոն, Ֆրենսիս, 29
Բենթամ, Ջերեմի, 30
Բեսլի, Թիմոթի, 15, 19
Բերեզովսկի, Բորիս, 151, 238
Բերլին, Լաուրա, 238

- Բիդլինսկա, Ջոֆիա, 225
 Բիզնես դպրոցների դասակարգում, 116-117
 Բիզնես Ուիթ, 116-117
 Բիզնես Ուոտչ (Մալավի), 225
 Բիոտեխնոլոգիական արտադրանք, 77
 Բլադետ Տրոնտոն եւ Ստենսասան ընդդեմ Նորվեգիայի, 194
 Բնական Պաշարների Պաշտպանության որհուրդ, 111
 Բնապահպանական խնդիրներ
 ակտիվիստ բաժնետերերն ու մամուլը եւ, 112-113
 բիզնես դպրոցների կառավարումն ու դասակարգումը եւ, 116-117
 ինստիտուցիոնալ ներդրողները եւ, 113-114
 իրավական միջավայրը եւ, 127-129
 կորպորատիվ ռազմավարությունը դեպի, 111-112, 117
 կորպորատիվ քաղաքականության վրա լրատվամիջոցների ազդեցության վերլուծությունը, 117-123
 մամուլի չափանիշները եւ, 124-127
 մամուլի տարածվածությունը եւ, 108-110, 124, 127, 129, 132-134
 մասնավոր հատվածի արձագանքումը, 110, 123-124, 129-131
 մասնավոր եւ կառավարական կարգավորողներ եւ, 114-116
 Բնության Ազգային Ֆեդերացիա, 111
 Բողոք, 73
 Բոններ, Ռեյմոնդ, 69ժ
 Բովանդակության կարգավորում *տես* Լրատվամիջոցների բովանդակության կարգավորում
 Բովանդակություն, *տես* Լրատվամիջոցների բովանդակություն
 Բոտսվանա, 17
 Բրեդլի, Բեն, 65ժ
 Բրիթիշ Բրոդքասթինգ Բորդերեյշն (BBC), 6, 7, 149, 151, 163, 386
 Բրոուդեր, Ուիլյամ, 114

 Բրուններ, Է., 101
 Բուբալա, Ռոուզ-Մարիա, 286
 Բուլղարիա, 218
 Բուշ, Ջորջ Վ., 70
 Բուրկինա Ֆասո, 230-231
 Բուրջես, Ռոբին, 15, 19

Գ

 Գաբոն, 213
 Գազետա Վիբորչա (Լեհաստան), 225, 232-233

- Գաղափարախոսություն, 67, 69
- Գաղտնի աղբյուրներ
պաշտպանությունը, 191-192
տեղեկատվության բացահայտումը եւ, 36
- Գաղտնիություն, *տես նաեւ*՝ Տեղեկատվության բացահայտում; Բացություն
դրդապատճառները, 34-35 39, 42
ժողովրդավարական գործընթացները եւ, 32-34, 190
հասարակական մտահոգությունը, 30
նպատակը, 30-31, 34, 190
- Գաղութային քաղաքականություն, 210, 212
- Գայանա, 15
- Գայդոշիկ, Մեգ, 305
- Գան, Սթիվեն, 242
- Գանս, Չերբերտ, 69
- Գարտներ, Մայքլ, 121
- Գերգեն, Դեվիդ, 65ժ
- Գերմանիա
մասնավոր հատվածի արձագանքումը, 124
վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքները, 216
- Գլոբալիզացիա, 70-71
- Գովազդ
ազդեցությունը լրատվամիջոցների վրա, 66, 120
Բանգլադեշում, 268, 273
զարգացող եւ անցումային տնտեսություն ունեցող երկրներում, 228-229, 236
լսարանի առանձնահատկությունները եւ, 96-97
տնտեսությունը, 170-172
- Գոր, Էլ, 70
- Գրագիտություն
Բանգլադեշում, 267, 273
ռադիոն եւ, 104
տպագիր լրատվամիջոցների պահանջարկը եւ, 17, 18, 229
- Գրանվիլ, Ջոզեֆ, 91-92
- Գրաքննություն
Եգիպտոսում, 276-280
ժողովրդավարական կառավարումը եւ, 195, 196
նախկին որհրդային պետություններում, 211
պատերազմի ժամանակ, 41
- Գրեհեն, Կատերին, 65ժ
- Գրենադյան կղզիներ, 46
- Գրինֆիլդ, Մեգ, 71

Գուղվինն ընդդեմ Միացյալ Թագավորության, 192
 Գուսինսկի, Վլադիմիր, 238

Դ

Դագաեւ, Վյաչեսլավ, 173
 Դանիա, 17
 Դատական գործընթաց, 200
 Դելֆիններ, 107
 Դեյլի Նյուս (Ձիմբաբվե), 283, 285, 286
 Դեյլի Նյուս (Թայլանդ), 256
 Դեյլի Սթար (Բանգլադեշ), 271
 Դերիպասկա, Օլեգ, 122-123
 Դիկ, Ալեքսանդր, 1, 5, 11, 16, 19
 Դիտողական գրավչություն, 121-122
 Դրեյֆուս, Ալֆրեդ, 291
 Դուրնիլ, Գորդոն, 78

Ե

Եգիպտոս

գրաքննությունը, 276-280
 ժուռնալիստների կարգավորումը, 10
 հրատարակությունների լիցենզավորումը, 275-278
 պետության կողմից վերահսկվող հեռուստատեսությունը, 6

Եթովպիա

թերթերի լիցենզավորումը, 9
 լրատվամիջոցների հասանելիությունը, 17

Եկամուտ, 3

Ելցին, Բորիս, 151

Եմեն, 231

Եվրոպական Հանձնաժողով, 227

Եվրոպական Միություն (ԵՄ), 279

Եվրոպայի Անվտանգության եւ Համագործակցության Կազմակերպության (ԵԱՀԿ), 214-215

Եվրոպայի որիւրդ, 199, 200, 205

Երրորդ կողմի ազդեցություն, 195

Ձ

Ձամբիա, 17

- Ձարգացող երկրներ, *տես նաև*՝ Լրատվամիջոցների անցումային շրջան
 Լրատվամիջոցների կենտրոնացվածության խնդիրները, 10-11, 176
 Լրատվամիջոցների հասանելիությունը, 19
 Լրատվամիջոցների սեփականությունը, 6, 21, 155
 Լրատվամիջոցների վերահսկումը, 167
 ուղղահայաց սահմանափակումներ, 176

Ձինբաբվե

- անկախ սեփականություն հանդիսացող թերթերի ի հայտ գալը, 282-283
 Ժուռնալիստների իրավունքների պաշտպանությունը, 16
 իրավական միջավայրը, 283-285
 Լրատվամիջոցների միջավայրին նպաստող փոփոխությունները, 289-290
 Լրատվամիջոցների ներդրումը կառավարման բարելավման խնդրում, 287-288
 Լրատվամիջոցների վերահսկողությունը, 4, 7, 285-286
 պատմական ակնարկ, 281-282
 տնտեսական պայմանները, 229-230

Ձինբաբվեի Աֆրիկյան Ազգային Միություն (Հայրենասիրական ճակատ), 285-286

Ձինբաբվեի Թերթերի ումբ, 283

Ձինփեյփրոզ (Ձինբաբվե), 7

Ձինգալես, Լուիջի, 1, 5, 11, 16, 19

Ձինված ուժերի հաղորդակցության միություն, 65ծ

Ձոլյա, Էմիլ, 291, 292

Ձրպարտության վերաբերյալ քրեական օրենքներ, *տես նաև*՝ Վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքներ

դերը, 13, 208

Ձինբաբվեում, 285

խնդիրները, 202

կիրառումը, 211, 214, 217

վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքներն ընդդեմ, 208-209

Ձրպարտության վերաբերյալ օրենքներ, *տես*՝ Ձրպարտության վերաբերյալ քրեական օրենքներ; Վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքներ

Է

Էլեքման, Դեվիդ, 27ծ

Էկվադոր, 17

Էներգետիկայի հատուկ հանձնաժողով, 39ծ

Էնթերփրայս Աֆրիկա, 241

Էստոնիա, 234-235

Ը

Ընտրական գործընթացներ, 69-70

Ընտրական վարք, 95

Ընտրական օրենքներ, 198-199

Ընտրողների մասնաբաժին

հեռուստատեսությունը եւ, 102-104

ռադիոն եւ, 99-101, 104

տեղեկատվության առկայությունը եւ, 95, 103

Թ

Թայի Ռաթի (Թայլանդ), 256

Թայլանդ

լրատվամիջոցների հատվածը, 227

լրատվամիջոցների վերաբերյալ ակնարկ, 255-256

լրատվամիջոցների տարածվածությունը, 17

մուտքը դեպի տեղեկատվությունը, 258-261

ռադիոն եւ հեռուստատեսությունը, 257-258

Սահմանադրությունը, 257, 263-265

վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքները, 223

Տեղեկատվական ակտ, 259-262

Տեղեկատվության ազատության ակտը, 4

տպագիր լրատվամիջոցները, 256-257

Թայլանդ Թայմս, 256

Թայմս օֆ Սվազիլենդ, 213

Թերթեր

ազգային, 10

գների սպեկուլյատիվ շարժերը եւ, 83ժ

գովազդումները, 96-97

Եգիպտոսում, 276-280

լիցենզավորումը, 9

Կենտրոնական Եվրոպայում, 232-236

հասանելիությունը, 17-18

պատմական ակնարկ, 83ժ, 168, 178

- սեփականությունը, 152-154 (*տես նաև*՝ Լրատվամիջոցների սեփականություն)
- վստահելիությունը, 120-121
- տարածաշրջանային լեզու, 54, 55, 132
- տեղափոխման ծախսերը, 169-170
- տպագրական տեխնոլոգիան եւ, 178-179
- ուղղահայաց ինտեգրացիան, 175
- օտարերկրյա ներդրումները, 8-9
- Թերթերի Համաշխարհային Ասոցիացիա, 17, 227, 233, 245
- Թերթերի շրջանառությունը
- գրագիտությունը եւ, 17, 18
- երկրների միջեւ տարբերությունները, 124
- կառավարության արձագանքումը եւ, 53-54
- ռեգրեսիվ վերլուծությունները, 18
- տարբերությունները, 46
- Թյունոսի արտադրություն, 107
- Թվային հեռարձակում, 179
- Թունավոր Նյութերի Վերահսկման Ակտ, 1976թ., 76
- Թուրքիա, 212

Ժ

- Ժողովրդավարություն
- ազատ առեւտուրը եւ, 72-73
- ազատ մամուլը եւ, 2-3, 46
- բաց ժողովրդավարության ստեղծումը, 39-40
- բացությունը եւ, 32-34
- լրատվամիջոցների հասանելիությունը եւ, 46-47
- հիմնական արժեքները, 193-194
- Ժուռնալիստական ծրագրեր
- նախադրյալները, 249-250
- նպաստելու նպատակով փոքր խմբերի համար սեմինարները, 253-254
- պակասությունները, 253
- Ժուռնալիստներ, *տես նաև*՝ Լրատվամիջոցների անձնակազմ
- գաղափարախոսությունը եւ, 67, 69
- գաղտնի աղբյուրների պաշտպանությունը եւ, 191-192
- Եգիպտոսում, 277, 279
- լիցենզավորումը, 9-10, 192-193
- կրթական պատրաստվածությունը, 250-251
- ձայնագրիչների կիրառումը, 252-253

ճնշումները, 285
 մասնագիտական արժեքները, 68-69
 մուտքը դեպի տեղեկատվությունը եւ, 40-41, 119, 188-191
 պաշտպանվածությունը պատասխանատվության ենթարկվելուց, 190
 պատվիրանները, 253
 տեխնոլոգիաների ազդեցությունը, 251
 օտարերկրյա ժուռնալիստների առավելությունները, 20-21
 ֆիզիկական պաշտպանությունը, 204-205
 ժուռնալիստների Միջազգային Կենտրոն, 226

Ի

Իբերոամերիկայում ժուռնալիստիկայի Նոր Մոտեցման Հիմնադրամ, 253
Իմյա (Բելառուս), 212
Ինդեփենդենթ (Չինբարվե), 283
 Ինդոնեզիա
 բանկերը, 36
 մուտքը դեպի տեղեկատվությունը, 262
 Ինստիտուցիոնալ ներդրողներ
 լրատվամիջոցները եւ, 113-114
 հետազոտությունը Մալազիայում, 116
 Ինտերնետ
 Մալազիայում, 241-242
 մուտքը դեպի, 230, 231
 նորությունների օտարերկրյա լուսաբանումը եւ, 41
 որպես հեռարձակվող լրատվամիջոց, 181
 Ինքնակարգավորման խորհուրդներ, 15-16
 Ինքնակարգավորում, 235
 Իսլամ, Ռուսիան, 276
 Իսպանիա, 215
 Իտալիա
 լրատվամիջոցների սեփականությունը, 6
 վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքները, 218
 Իրավական խնդիրներ (*հատուկ օրենսդրություն*), *տես նաեւ`* Լիցենզավորում;
 Կարգավորում
 անհատական շահերի պաշտպանությունը եւ, 201-203 ակնարկ, 187-188
 գաղտնի աղբյուրների պաշտպանությունը եւ, 36, 191-192
 գովազդների վրա ազդող, 172
 ընդունումն ընդդեմ օրենսդրության կիրառման եւ, 3-4
 ժուռնալիստների վրա ազդող, 9-10

լրատվամիջոցների բովանդակության կարգավորումը, 193-203 (*տես նաև*՝
 Լրատվամիջոցների բովանդակության կարգավորում)
 կոլեկտիվ շահերի պաշտպանությունը եւ, 200-201
 կորպորատիվ բարեփոխումները եւ, 117
 մեքենայությունների ռիսկը եւ, 203-204
 միջավայրին վերաբերվող, 127-128
 մուտքը դեպի տեղեկատվությունը եւ, 11-14, 188-191, 244
 նորություններ տրամադրող լրատվամիջոցների պաշտպանությունը
 մասնավոր գործունեությունից եւ, 204-205
 պետական շահերի պաշտպանությունը եւ, 196-200
 տեխնոլոգիաների կիրառումը եւ, 182-183
 տեղեկատվության հոսքը եւ, 11-14

L

Լա Վոյե (Կոտ դ'Իվուար), 213
 Լագոս, Ռիկարդո, 215
 Լամյեր, Ժան, 122
 Լանդիս, Ջեյմս, 116
 Լանկաստեր Հաուսի 1979թ. կոնֆերանս, 283
 Լատվիա
 մուտքը դեպի տեղեկատվությունը, 12
 օտարերկրյա ներդրումները, 234
 Լեհաստան
 արտաքին ներդրումները, 8-9, 14, 234
 թերթերը, 232-233, 235-236
 լրատվամիջոցները հետկոմունիստական շրջանում, 292-293
 մասնավորեցումը, 232
 տնտեսական աճը, 233
 Լիմպոպոլարտ, Սումալի, 259
Լինգենսն ընդդեմ Ավստրիայի, 194
 Լիտվա, 234
 Լիցենզավորում
 Ժուռնալիստների, 9-10, 192-193
 նպատակը, 9, 10
 Լյաչկո, Օլեգ, 212
 Լյուբեր, Մարտին, 132
 Լոնդոնի արժեթղթերի բորսա, 115
 Լրատվամիջոցներ
 ազդեցությունը, 1, 4-5, 21-22, 50

- ակնարկ, 1-4
 ակտիվիստ բաժնետերերը եւ, 112-113
 անկախությունը եւ որակը, 1, 4-5
 բացությունը եւ դերը, 39-42
 դերը կորպորատիվ կառավարման մեջ, 107-135 (*տես նաեւ`* Կորպորատիվ կառավարում; Բնապահպանական խնդիրներ)
 իրավական կառուցվածքը, 11-14
 կառավարության արձագանքումը եւ, 54-55, 58-59
 հասանելիությունը, 1, 6-20
 հարող ոլորտները կարգավորող քաղաքականություններ, 14
 մեքենայությունների ենթարկվելը, 203-204
 որպես քաղաքական լուսաբանողներ, 50
 վերահսկումը, 15-16
 տարածվածությունը, 46-47
 տնտեսական կառուցվածքը եւ ֆինանսավորումը, 8-11
 քաղաքական հետեւանքները եւ, 49-50
 քաղաքականության ձեւավորումը եւ, 52-53, 95-104 (*տես նաեւ`* Քաղաքականության ձեւավորում)
- Լրատվամիջոցների անձնակազմ, *տես նաեւ`* Ժուռնալիստներ
 Թայլանդում, 256-257
 մասնագիտական արժեքները, 68-69
 վերաբերյալ կարծիքները, 67-68
 վերապատրաստումը եւ ունակությունները, 14-15
 ֆիզիկական պաշտպանվածությունը, 204-205
- Լրատվամիջոցների անցումային շրջանը
 Կենտրոնական Եվրոպայում, 232-236
 Մալազիայում, 241-242
 մուտքը դեպի տեղեկատվությունն ու տեղեկատվական շուկաները եւ, 242-244
 Ռուսաստանում, 236-239
 քաղաքականությունը եւ, 239-241
 ֆինանսական անկախությունը եւ, 226-232
- Լրատվամիջոցների արդյունաբերություն
 արտադրության փուլերը եւ ուղղահայաց ինտեգրացիան, 173-177
 բովանդակությունը որպես արտադրանք, 168-170
 գովազդը որպես արտադրանք, 170-172
 գործունեությունը, 167-168, 184-185
 կառուցվածքը եւ գնագոյացումը, 172-173
 կիրառվող արտադրական տեղնուլոգիաները, 177-181
 Միացյալ Նահանգներում, 61-62

- տնտեսական կարգավորումը, 181-183
քաղաքականության խնդիրները, 183-184
- Լրատվամիջոցների արտադրությունը
արբանյակային հեռարձակումը եւ, 180-181
բազմաալիք հեռուստատեսության մատակարարումը եւ, 179-180
բովանդակության ընտրության եւ խմբագրման փուլը, 174-175
բովանդակության ստեղծման փուլը, 173-174
ինտերնետը եւ, 181
վերգետնյա հեռարձակումը եւ, 179
տեխնոլոգիական զարգացումները, 177-178
տպագրության նորարարությունները եւ, 178-179
ցանցերը եւ, 178
ֆիզիկական մատակարարման փուլը, 175
- Լրատվամիջոցների բարոյական նորմերի վերաբերյալ ինտերնետ էջ, 191ծ
- Լրատվամիջոցների բովանդակության կարգավորում
ակնարկ, 193-195
կոլեկտիվ շահերի պաշտպանությունը եւ, 200-203
ծեւերը, 195-196
մեքենայությունների ենթարկվելու ռիսկը եւ, 203-204
պետական շահերի պաշտպանությունը եւ, 196-200
- Լրատվամիջոցների բովանդակությունը
ազդող գործոնները, 169-170
առանձնահատկությունները, 168-169
բազմազանությունը, 170, 172
ընտրությունը եւ խմբագրումը, 174-175
լսարանները եւ, 169
որակը, 170
ստեղծումը, 173-174
քաղաքականության խնդիրները եւ, 183-184
- Լրատվամիջոցների գրանցումը
գրանցման միջոցով վերահսկողությունը, 197
համակարգը, 195
- Լրատվամիջոցների Ջարգացման Փոխառությունների Հիմնադրամ, 244
- Լրատվամիջոցների Ինստիտուտը, 67
- Լրատվամիջոցների նկատմամբ վերահսկողության հաստատում
առանձնահատկությունները, 56-57
նոդելը, 50-52
- Լրատվամիջոցների սեփականությունը, *տես նաեւ*՝ Մասնավոր սեփականություն
հանդիսացող լրատվամիջոցներ; Պետական սեփականություն հանդիսացող
լրատվամիջոցներ

ակնարկ, 142-143
 անկախությունը եւ, 5-7
 դետերմինանտները, 155-157
 հասանելիությունը եւ կենտրոնացվածությունը, 16-17
 մասնավորն ընդդեմ պետականի, 5-8
 մենաշնորհները եւ, 163-164
 Միացյալ Նահանգներում, 64-65
 մրցակցային շուկայի միջավայրը եւ, 9
 պետական սեփականության մասնավորեցումը, 7-8
 վերաբերվող քաղաքականության խնդիրները, 184
 վստահելիության խնդիրներ եւ, 120-121
 ուսումնասիրության նպատակով նկարագրող վիճակագրություն, 153-154
 ուսումնասիրության նպատակով տվյալների բազայի կառուցում, 143-148
 ուսումնասիրության նպատակով փոփոխականների կառուցումը, 152
 քաղաքական հետեւանքները եւ, 56-57
 օրինակները, 148-151

Լրատվամիջոցների եւ Հասարակական Կապերի Կենտրոն, 67

Խ

Խալիպ, Իրինա, 212
 Խողորկովսկի Միխայիլ, 306, 307
 Խորհրդային, Միություն, նախկին, 211-212, *տես նաեւ՝ հատուկ երկրներ*
 Խորվաթիա, 208, 217
 Խռովարար գրպարտության մասին օրենք
 վիրավորանքի վերաբերյալ օրենք եւ, 207, 210, 212
 Ուզանդայում, 220-222

Կ

Կարելային հեռուստատեսություն, *տես նաեւ՝* Հեռուստատեսություն
 Բանգլադեշում, 268-269
 Թայլանդում, 257
 կարգավորումը, 182
 Կաթոլիկներ, 132
 Կալվեն, Հարրի, Կրոսեր, 218
 Կակաչների նկատմամբ մոլուցքը 1630-ականներին, 84
 Կամարգո, Ալբերտո Լլերաս, 250
 Կամբոջա, 209

- Կամերուն, 13
Կանադա, 6
Կանադայի Միջազգային Ձարգացման Գործակալություն, 244
Կանխարգելիչ սկզբունք, 74-75
Կառավարական գործակալություններ, 65ծ
Կառավարություն
 արձագանքումը, 54-55, 58-59
 արտոնյալ տեղեկատվությունը, 45
 գաղտնիությունը, 31, 33-34
 գործունեությունը, 27
 շահերի պաշտպանությունը, 196-200
Կասեմ, Ջիշամ, 4, 10
Կասետսարտի Փորձնական Դպրոց (Թայլանդ), 259
Կարգապահություն, 49
Կարգավորում, *տես նաև*՝ Իրավական խնդիրներ; Հեռարձակում
 կորպորատիվ ինքնակարգավորում, 114-116
 հեռարձակման արդյունաբերության, 181-183
Կաքստոն, Ուիլյամ, 210
Կենտրոնական Եվրոպա, 232-236, 242, 243, *տես նաև*՝ Հատուկ երկրներ
Կիբիրիտի, Իրակի, 241
Կիպրոս, 276
Կիրգիզիայի Հանրապետություն, 216
Կոբեի երկրաշարժ, 90-91
Կոլումբիա, 3
Կոհեն, Էբի Ջոզեֆ, 86
Կոնգոյի Ժողովրդավարական Հանրապետություն, 19, 213
Կոռուպցիա
 ազատ մամուլը եւ, 55-58
 Բանգլադեշում, 269-273
 լրատվամիջոցների ազդեցությունը, 52-53
Կոստա-Ռիկա
 ժուռնալիստների լիցենզավորումը, 192-193
 վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքները, 215
Կոտ դ'Իվուար
 լրատվամիջոցների սեփականությունը, 151
 վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքները, 213
Կորեայի Հանրապետություն
 բաժնետերերը, 112, 113
 գրապարտության վերաբերյալ օրենքները եւ, 209,
 թերթերի արդյունաբերությունը, 9

ինտերնետի օգտագործումը, 231-232
 լրատվամիջոցների հատվածը, 227
 մուտքը դեպի տեղեկատվությունը, 262
 «SK Telecom»-ի մեքենայությունների լուսաբանումը, 5

Կորպորատիվ կառավարում

բարելավելու նպատակով ինքնակարգավորումը, 114-116
 բնապահպանական խնդիրները եւ լրատվամիջոցների դերը, 111-112, 123-135 (*տես նաեւ՝* Բնապահպանական խնդիրներ)
 լրատվամիջոցների դերը, 109-111, 134-135
 լրատվամիջոցների դերի վերլուծությունը, 117-123
 լրատվամիջոցների դերի օրինակներ, 107-108
 հասարակական նորմերը եւ, 111
 մամուլը եւ, 112-117

Կրթություն, 132, *տես նաեւ՝* Ժուռնալիստական ծրագրեր

Կրոնական խմբեր, 132

Կրուզ, Պետեր, 13

Կրունգթեպ Թհուրակիջ (Թայլանդ), 256

Կրունգթեպ Թհուրակիտ (Թայլանդ), 263

Ջ

Չաբերման, Գուր, 92ժ

Չագերտի Ջեյմս, 65ժ

Չաճախականության «Ka» գոտում գործող արբանյակներ, 180

Չամաշխարհային Առողջապահական Կազմակերպություն, 272

Չամաշխարհային Բանկ, 28

մկնդեղային աղտոտումը Բանգլադեշում եւ, 271

նորությունային կազմակերպություններին աջակցությունը, 227

քաղաքականությանն աջակցությունը, 71

Չամաշխարհային Բանկի Ինստիտուտ, 233, 244

Չամաշխարհային մամուլի ազատության հաշվետվություն 2000 (Մամուլի Միջազգային Ինստիտուտ), 285

Չամաշխարհային Տնտեսական Ֆորում, 122, 123

Չայաստան, 13

Չասանելիություն

ազդեցությունները, 19-20

բացատրությունը, 16-17

գրագիտությունը եւ, 17, 18

ընտրովի երկրներում, 17

հեռուստատեսություն եւ ռադիո, 18-19

- Հասարակական ընտրության տեսություն, 34
- Հասարակական կարծիք
 ընտրական օրենքները եւ, 198
 կառավարական գործունեությունը եւ, 28
- Հա-Սունգ, Ջանգ, 112
- Հատուկ շահեր
 ազատ առելտուրը եւ, 71
 Բուշի ադմինիստրացիայի էներգետիկայի հատուկ հանձնաժողովը եւ, 39ճ
 գաղտնիությունը եւ, 35
 տեղեկատվությունը, 119-120
- Հարավային Աֆրիկա, 212, 281, 285
- Հարավային Աֆրիկայի Հեռարձակման Կորպորացիա, 286
- Հարավարեւելյան Ասիայի Մամուլի Միություն, 242
- Հարվարդ Բիզնես Ռեվյու*, 122
- Հարցազրույցներ, 252
- Հեյդեր, Գեորգ, 208
- Հեռահառորդակցության Դաշնային Հանձնաժողով (FCC), 100ճ
- Հեռուստատեսություն
 գովազդները եւ, 97
 ընտրողների մասնաբաժինը եւ, 102-104
 ընտրովի լուսաբանումը եւ, 121
 Թայլանդում, 257-258
 լիցենզավորումը, 9ճ
 լսարանի հատվածները եւ, 169
 կարգավորումը, 182
 Կենտրոնական Եվրոպայում, 232
 հասանելիությունը, 18-19
 մասնավոր սեփականությունն ընդդեմ պետական սեփականության, 6-7
 Միացյալ Նահանգներում, 18-19, 46, 183
 Ռուսաստանում, 301-307
 սեփականությունը, 46, 152-154 (*տես նաեւ*՝ Լրատվամիջոցների սեփականություն)
- Հետագա պատիժ, 196
- Հերման, Էդվարդ, 4, 6
- Հիտլեր, Ադոլֆ, 292
- Հյում, Էլլեն, 121
- Հյուսիսային Ամերիկայի Ազատ Առելտրի Պայմանագիր (NAFTA), 63-64, 71-73
- Հնդկաստան
 զրպարտության վերաբերյալ օրենքները եւ, 209,
 լրատվամիջոցների հասանելիությունը, 19-20

- լրատվամիջոցների հատվածը, 227
- մուտքը դեպի տեղեկատվությունը, 262
- քաղաքականության ձեւավորումը, 53-55
- Յոլմս, Օլիվեր Վենդել, 36
- Յոնգ-Կոնգ
 - արժեթղթերի բորսա, 115
 - թերթերի շրջանառությունը, 46
- Յրահրող ելույթ, 198
- Յունգարիա
 - մասնավորեցումը, 232
 - թերթերը, 232-233
 - տնտեսությունը, 233
 - վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքները, 215
 - օտարերկրյա ներդրումները, 234
- Յուստինիանոս, կայսր, 209-210

Ձ

- Ձայնագրիչներ, 252-253
- ՁԻԱՅ, 287

Ղ

- Ղազախստան, 151, 211

Ճ

- Ճապոնիա
 - երկրաշարժը Կոբեում, 90-91
 - լրատվամիջոցների տարածվածությունը, 17
 - մասնավոր հատվածի արձագանքումը, 124
 - մասնավոր սեփականություն հանդիսացող հեռուստատեսությունը, 6
 - մուտքը դեպի տեղեկատվություն, 262
- Ճշգրտություն լրատվամիջոցներում, 67

Մ

- Մատիլ Բիզնես Նյուսփեյփր (Կորեա), 231
- Մազովեցկի, Թադեուշ, 235

Մալազիա

- ինստիտուտցիոնալ ներդրողների վերաբերյալ հետազոտությունը, 1
- իշխանության դեկի մոտ գտնվող կուսակցության կողմից լրատվամիջոցների սեփականությունը, 151
- լրատվական ոլորտի ձեռնարկումները, 241-242

Մալայսիականի, (Մալազիա), 242

Մալավի

- լրատվական ոլորտի ձեռնարկումները, 225, 240-241
- լրատվամիջոցների սեփականությունը, 6

Մալթա, 278

ՄակԷիշ, Կարալի, 6

Մամուլի ազատությունն Անգլիայում, 1476-1776, 216

Մայամի Յերալդ, 244

Մայոֆիս, Արկադի, 301-302, 304

Մասնավոր կյանք

- անհատների պաշտպանությունը, 203
- տեղեկատվության բացահայտման բացառությունները եւ, 36

Մասնավոր սեփականություն հանդիսացող լրատվամիջոցներ, *տես նաեւ՝*
Լրատվամիջոցների սեփականություն

- լրատվամիջոցների վարքն ու գործունեությունը եւ, 64-65
- որպես շուկայի անդամներ, 62, 78
- օրինակները, 148-150

Մասնավորեցում

- արդյունքները, 183
- Կենտրոնական Եվրոպայում, 232
- միտումները դեպի, 182-183
- պետական սեփականություն հանդիսացող լրատվամիջոցների, 7-8

Մասս Մեդիա Թրասթ (Ձիմբաբվե), 7

Մատեր, Նադիրե, 212

Մատիչոն, (Թայլանդ), 256

Մարդու Իրավունքների Ամերիկյան Կոնվենցիա, 96, 192, 196

Մարդու Իրավունքների Եվրոպական Դատարան, 192, 201-202, 215-216

Մարդու Իրավունքների Եվրոպական Կոնվենցիա, 192, 213, 215

Մարդու Իրավունքների Միջամերիկյան Դատարան, 192-193

Մարդու Իրավունքների Միջամերիկյան Հանձնաժողով, 215, 217

Մարդու Իրավունքների եւ ժողովրդավարության Եվրոպական Նախաձեռնություն,
227

Մարկես, Գաբրիել Գարսիա, 4, 15

Մարկես, Ռաֆայել, 213

Մարոկկո, 208

- Մեծ Բրիտանիա, տես՝ Միացյալ Թագավորություն
 1990թ.-ի Մեծ Դեպրեսիան՝ ինչու այն պետք է տեղի ունենա, ինչպես պաշտպանվել
 դրանից (Բատրա), 85
- Մեդիսոն, Ջեյմս, 30
- Մեծ լճեր, 77-78
- Մեհմեդի գիրքը՝ հարավ-արեւելքում պատերազմած զինվորները պատմում են
 (Մատեր), 212
- Մեքսիկա
 հեռարձակման մասնավորեցումը, 7
 ուղղահայաց ինտեգրացիան, 176-177
 NAFTA-ն եւ, 72-73
- Միացյալ Ազգերի Կազմակերպության Երեխաների Հիմնադրամ, 272
- Միացյալ Ազգերի Կազմակերպություն, 215
- Միացյալ Ազգերի Կրթական, Գիտական եւ Մշակութային Կազմակերպություն, 192
- Միացյալ Թագավորություն
 բիզնեսի լուսաբանումը, 122-123
 ինտերնետի օգտագործումը, 231
 խռովարար զրպարտության վերաբերյալ օրենքները, 210
 մամուլի ազատությունը, 3
 մասնավոր հատվածի արձագանքումը, 124
 պետական լրատվական գործակալությունները, 7
 ֆինանսական սկանդալները, 114-115, 122
- Միացյալ Նահանգներ
 բիզնես դպրոցների դասակարգումը, 116-117
 բիզնեսի լուսաբանումը, 122-123
 լրատվամիջոցների ազատությունը, 2-3
 լրատվամիջոցների մուտքը, 230
 լրատվամիջոցների տարածվածությունը, 17
 հեռուստատեսային ծրագրերը, 183
 հեռուստատեսության սեփականությունը, 46
 ռադիոյի եւ հեռուստատեսության հասանելիությունը, 18-19
 սպեկտրների աճուրդները, 183
- Միլլ, Ջոն Ստյուարտ, 30
- Միկիեիչ, Էլեն, 237
- Միննոու, Նելլ, 109, 112
- Միչնիկ, Ադամ, 15
- Միջազգային Արժուքային Հիմնադրամ (IMF)
 Արգենտինայի քաղաքականությունը եւ, 39ժ
 բանկերի փակվելը եւ, 36
 քաղաքականության բաց քննարկումները եւ, 38

- քաղաքականությանն աջակցությունը, 70, 71
 Միջազգային Համատեղ Հանձնաժողով, 77
 Մյանմար
 հեռուստատեսությունը, 151
 մուտքը դեպի տեղեկատվությունը, 263
 Մոլդովա, 216
 Մոնկա, Ռոբերտ, 107, 109, 111, 112
 Մոնղոլիա, 169, 183ճ
 Մոնսանտո, 76
 «Մոտո» ամսագիր (Ջիմբաբվե), 282-283, 287
 Սսվաթի, Սվազիլենդի թագավոր, 213
 Մտավոր սեփականություն
 առևտրի ազատությունը եւ, 62,
 բացությունը եւ, 40
 Մուչնիկ, Յուլիա, 8, 14, 15
 Մուչնիկ, Վիկտոր, 8, 14, 15
 Մուտքը դեպի տեղեկատվությունը
 զարգացող եւ անցումային տնտեսություն ունեցող երկրներում, 242-245
 Թայլանդում, 258-262
 ժուռնալիստները եւ, 40-41, 119
 իրավական խնդիրները եւ, 11-14, 188-189, 244
 իրավունքը, 189-191

Յ

- Յոնգչայուդ, Չավալիտ, 258
Յու-Էս Նյուզ ընդ Ուորլդ Ռեպորտ, 117
Յունիվերսալ Դեյլի (Թայլանդ), 256

Ն

- Նադար, Ռալֆ, 70
 2000թ. նախագահական ընտրարշավ, 70
 1988թ. նախագահական ընտրություններ, 95
 Նախատինք, 66-67
 Նախքան հրապարակումը ստուգելը, 195-196
 Նանովա, Տաոյանա, 6
 Նելսոն, Մարկ, 8
Նեյշն (Թայլանդ), 256

Նեպալ, 17, 262

Ներկայացուցչական կառավարության վերաբերյալ մտորումներ (ՄիԼԼ), 30

Նիգերիա, 19

Նիդերլանդներ

առաջին թերթերը, 84ժ

պետական լրատվական գործակալությունները, 7

պետական հատվածի ծրագրերը, 5ժ

Նյու Յորք Թայմս, 122

Նյու-Յորքի արժեթղթերի բորսա, 115-116

Նոր Զելանդիա

մասնավոր հատվածի արձագանքումը, 124

սպեկտրերի աճուրդները, 183

Նորիս, Պիպպա, 230-231

Նորվեգիա, 149

Նորություններ

զվարճալիության արժեքը, 121

ընտրովի լուսաբանումը, 120-122

մատակարարման ծախսը, 97

որակը, 4

տեղային, 21

Նորություններ տրամադրող օտարերկրյա լրատվամիջոցներ, 20-21

Նորությունների հավաքում

գաղտնի աղբյուրների պաշտպանությունը եւ, 36, 191-192

ժուռնալիստների լիցենզավորումը եւ, 192-193

մուտքը դեպի տեղեկատվությունը եւ, 188-191

Շ

«Շահույթի սով» (WNET), 67

Շահույթներ, 35, 40

Շարունակական Ջարգացման Համաշխարհային Բիզնեսի որիուրդ, 123

Շիլլեր, Ռոբերտ, 15

Շլեյֆեր, Անդրեյ, 6

Շվեդիա

լրատվամիջոցների մուտքը, 230

վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքը եւ, 215

Շվեյցարիա, 124

Շրջակա միջավայրի աղտոտման կանխարգելման ակտ, 1990թ., 111

Շրջակա Միջավայրի Պաշտպանության Գործակալության (EPA), 74-76, 111

Շրջակա Միջավայրի Պաշտպանության Հիմնադրամ, 74

Շուկայական գործողություններ, 84-85

Շուկայական եւ լրատվական փաստեր 2000, (Zenith Media), 144

Շուկաներ

աջակցության սոցիոլոգիական հետազոտություններ, 69-78

լրատվամիջոցները որպես շուկաների անդամներ, 62, 78

լրատվամիջոցների վերաբերմունքը դեպի, 61-64, 69, 78-79

մասնավոր սեփականությունը եւ, 64

Ո

Որակ, 4, 5

Չ

Չադ

լրատվամիջոցների հասանելիությունը, 17

վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքները, 213

Չավունդուկա, Մարկ Գ., 4, 16, 283-285

Չեխիայի Հանրապետություն

թերթերը, 232-233

մասնավորեցումը, 232

վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքները, 215

տնտեսությունը, 233

օտարերկրյա ներդրումները, 234

Չիլի

սպեկտրի աճուրդները, 183

վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքը, 215

Չինաստան

մուտքը դեպի տեղեկատվությունը, 53

պետության կողմից վերահսկվող հեռուստատեսությունը, 6

Չոնգկիտավորն, Կավի, 4, 12

Չոտո, Ռեյ, 283-286

Պ

Պանամա, 17

Պանյարաչուն, Անանդ, 258

Պաշտոնական գաղտնիքների մասին ակտ (Միացյալ Թագավորություն), 3

Պաշտպանական բյուջե, 70

- Պատասխանելու իրավունք, 203
 Պատերազմ, 36
 Պատերազմ ընդդեմ ահաբեկչության, 41
 Պարագվայ
 թերթերի շրջանառությունը, 17
 վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքը, 215
 Պարադ (Զիմբաբվե), 283
 «Պենտագոնի առևտուրը» (CBS), 66-67
 Պետական աշխատողների Կալիֆորնիայի նահանգային թոշակային հիմնադրամ (CalPERS), 113-114
 Պետական սեփականություն հանդիսացող լրատվամիջոցներ, *տես նաև`*
 Լրատվամիջոցների սեփականություն
 ազատ մամուլը եւ, 158
 լրատվամիջոցների մուտքը եւ, 46
 կողմ տեսակետները, 5, 142
 կռուպցիան եւ, 56
 հետեւանքները, 6, 142-143, 157-164
 մասնավորեցումը, 7-8
 մենաշնորհները եւ, 163-164
 սոցիալական հետեւանքները եւ, 161-163
 ստուգումը (վերահսկումը), 7
 տնտեսական համակարգը եւ, 160-161
 քաղաքական կուսակցություններն ընդդեմ, 151
 քաղաքական շուկաները եւ, 158-160
 օրինակները, 149, 151
 Պոլիտիկա (Ուկրաինա), 212
 Պողպատի արդյունաբերություն, 62
 Պոտանին, Վլադիմիր, 122
 Պորտուգալիա
 ազատ մամուլը եւ, 3
 մուտքը դեպի տեղեկատվությունը եւ, 12
 վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքները, 218
 Պրաչաչարտ *Թուրաջիտ*, 260, 263
 Պրավդա (Սլովակիա), 233
 Պրատ, Անդրեա, 15, 19

Ջ

- Ջանկով, Սիմեոն, 6, 7
 Ջանջիչ, Ռազան, 226
 Ջո, Ալեքսանդեր, 286

Ջոնգ-Յյուն, Չոի, 113ծ

Ռ

Ռադիո

Թայլանդում, 257-258

լսարանի հատվածները եւ, 169

կարգավորումը, 182

Կենտրոնական Եվրոպայում, 232

հասանելիությունը, 18-19

մաղաքականության ձեւավորումը եւ, 98-102, 104

Ռատչակիտյա (Թայլանդ), 255

Ռաֆայիլիդիս, Վասիլիս, 208

Ռեգեվ, Թոմեր, 92ծ

Ռեպկովա, Տատյանա, 233, 234

Ռոզենտալ, Ա. Մ., 65ծ

Ռոյթեր Յիմնադրամ, 233

Ռոտանա, Չան, 209

Ռուանդա, 46

Ռումինիա, 234

Ռուսաստան

ընտրական բողոքների դատարանը, 199

ինստիտուցիոնալ ներդրողներ, 114

լրատվամիջոցների ազատությունը, 2-3, 236

լրատվամիջոցների սեփականությունը, 151, 301

լրատվամիջոցներն անցումային շրջանում, 236-239, 243

հեռուստատեսությունը, 301-307

Ս

Սալվադոր, 222

Սանդու, Դումիտրի, 243

Սանկտ Պետերբուրգ Թայմս, 244

Սարնով, Դեվիդ, 65ծ

Սաուդյան Արաբիա, 151

Սբ. Վինսենտ, 46

Սեմինարներ, ժուռնալիստների, 253-254

Սեն, Ամարտյա, 53

Սեփականություն, *տես`* Լրատվամիջոցների սեփականություն

- Սիամ Ռաթի (Թայլանդ), 256
 Սիբերտ, Ֆրեդերիկ, 216
 Սին Սիան Յիտ Պաո (Թայլանդ), 256
 Սինգապուր, 263
 Սլոան, Ջարրի, 146
 Սլովակիա
 արտաքին ներդրումները, 234
 թերթերը, 239, 240
 լրատվամիջոցների արդյունաբերությունը, 9
 Սլովակիայի Առաջին Ներդրումային Ընկերություն, 239
 Սմենա, 239
 Սոլ Դատ (Ղազախստան), 211
 Սով, 53
 Սոցիալական արդյունքներ, 161-163
 Սոցիալական նորմեր
 ազդեցությունը լրատվամիջոցների վրա, 122-123
 լրատվամիջոցների բովանդակությունը եւ, 183-184
 Սպառողների պահանջարկ, 121-122
 Սպեկտրների աճուրդներ, 182-183
 Սվազիլենդ, 213
 Ստանդարտ (Ձիմբաբվե), 283, 285, 286
 Ստիգլից, Ջոզեֆ, 1, 4, 9, 27
 Ստրյոմբերգ, Դեվիդ, 6, 18-19
 Ստուգում (վերահսկում)
 կիրառումը, 15-16
 պետական սեփականությունը եւ, 7
 Սուլցբերգեր, Արթուր Օքս, 65ժ
 Սուլցբերգեր, Ջեյս, 65ժ
 Սուկտհանա, Ռակկիարտ, 259
 Սփենս, Սայքլ, 27
 Սել լռություն (Վերչավե), 213

Վ

- Վաճառողների կենտրոնացվածություն, 183
 Վասմոսի, ուան Կարլոս, 214
 Վարկանիշային խնդիրներ, 118-119, 122-123
 Վենեսուելա, 183
 Վերբիցկի, Ջորաջիո, 215
 Վերգետնյա հեռարձակում, 179

Վերշավե, Ֆրանսուա-Քսավյեր, 213

Վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքներ, *տես նաև*` Ջրպարտության վերաբերյալ քրեական օրենքներ

Բելառուսում, 223-224

գաղութային քաղաքականությունը եւ, 210, 212

գործածությունը, 210-214

զրպարտության վերաբերյալ քրեական օրենքներն ընդդեմ, 208-209

ընդդիմությունը, 214-216

Թայլանդում, 223

պատմական տվյալներ, 209-210

պարտադրումը, 216-218

Սալվադորում, 222-223

վերլուծությունը, 207

վտանգները, 202,

Ուգանդայում, 220-222

Ֆրանսիայում, 212, 218-220

Վյետնամ

դիվանագիտական հարաբերությունները Թայլանդի հետ, 258

լրատվամիջոցների մուտքը, 231

Վոլդեն, Ռուս, 13

Վստահելիություն, 120-121

Վրաստան, տնտեսությունը, 237

Վուլֆ, Ջաքարի, 73ժ

S

Տամներկ, Տարմու, 234-234

Տանզանիա, 15

Տեխնոլոգիական առաջընթացներ

ազդեցությունը ժուռնալիստների վրա, 251

լրատվական արտադրության մեջ, 177-178

լրատվամիջոցների մուտքը եւ, 230-231

տպագրության մեջ, 178-179

Տեղային նորություններ, 21

Տեղեկատվության ազատության ակտ, 1966թ., 40

Տեղեկատվության ազատության վերաբերյալ օրենսդրություն, *տես նաև*` *հատուկ երկրներ*

գործածությունը, 11-12

մասնավոր հատվածի տեղեկատվությունը եւ, 12-13, 189

պարտադրումը, 12, 190-191

Տեղեկատվության բացահայտումը, *տես նաև*` Բացություն

- բացառությունները, 36-39
 դեմ փաստարկները, 34-35
 ժողովրդավարական գործընթացը եւ, 32-34
 լրատվամիջոցների դերը, 39-42
 խնդիրները, 42-43
 տնտեսական հետեւանքները եւ, 35
 տրամաբանական հիմնավորումը, 29-32
- Տեղեկատվություն
 աղբյուրները, 119-120
 անհավասարությունը, 27-29, 32
 առկայությունը (հասանելիությունը), 48, 141-142
 որպես հասարակական բարիք, 28-29
 վստահելիությունը, 120-121
 տարածվածությունը, 108-110,
 124, 127, 129, 132-134
- Տեսակավորում, 49
- Տնտեսական խնդիրներ, *տես նաեւ՝* Արժեթղթերի շուկա
 գաղտնիությունը եւ, 35
 լրատվամիջոցների դերը, 1
 լրատվամիջոցների հզորությունը եւ, 229-230
 լրատվամիջոցների սեփականությունը եւ, 160-161
 լուսաբանումը, 14-15, 27, 68, 85
 տնտեսական խնդիրների վերաբերյալ դատողություններ անելը, 34
- Տոմսկի Համալսարանի ժուռնալիստիկայի ֆակուլտետ, 304
- Տոմսկի Պետական Հեռուստատեսություն, 304
- Տոմսկի «ՏՎ-2», 8, 14, 301-307
- Տպագիր լրատվամիջոցներ, *տես նաեւ՝* Ամսագրեր; Թերթեր
 Բանգլադեշում, 268, 273
 գրագիտությունը եւ տպագիր լրատվամիջոցների նկատմամբ պահանջարկը,
 17, 18, 229
 Զիմբաբվեում, 282-283
 Թայլանդում, 256-257
 Կենտրոնական Եվրոպայում, 232
- Տպագրության տեխնոլոգիա, 178-179
- ՏՎ-2 (Տոմսկ), 8, 14, 301-307
- Տրուդ* (Ռուսաստան), 237
- Տուջման, Ֆրանջո, 217

Ց

Ցանցեր, 178

Ու**Ուզանդա**

խոռվարար զրպարտության վերաբերյալ օրենքը, 220-222
ռադիոն, 10

Ուզբեկստան, 215**Ուինֆրի Օպրա, 77****Ուլան-Քատոր (Մոնղոլիա), 10****Ուկրաինա**

ազատ մամուլը եւ, 3

լրատվամիջոցների սեփականությունը, 151

վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքները եւ, 212

տնտեսությունը, 237

Ուղղահայաց ինտեգրացում, 175-177**Ուղղման իրավունք, 203****Ուոլ Սթրիթ Ջորնալ, 122****Ուրուգվայ, 214****Փ****Փոխատվությունների եւ ավանդների ճգնաժամ, 121****Փրայս, Մոնրո, 13****Ք****Քաղաքական զարգացում, 158-161****Քաղաքական կազմակերպություն**

առանձնահատկությունները, 47-48

լրատվամիջոցները եւ, 49-50, 58-59

լրատվամիջոցների նկատմամբ վերահսկողություն հաստատելը եւ, 50-52

խնդիրները, 45, 48-49

կառավարության արձագանքումը եւ, 54-55

Քաղաքական կուսակցություններ

Եգիպտոսում, 276

թերթերի բովանդակությունը եւ, 169

լրատվամիջոցների սեփականությունը, 151

Քաղաքական վերահսկողություն հաստատելը, 50-52**Քաղաքականության ձեւավորման մոդել**

արդյունքները եւ, 99-100

եզրակացություններ, 103-104

հեռուստատեսությունը եւ, 102-103
 տեսությունը եւ, 95-97
 ուսումնասիրվող ծրագիր եւ, 98-99
 քննարումներ եւ, 100-102
 Քաղաքականության ձեւավորում, 53-55, 95, 102-104
 Քաղաքականության նկատելիությունը, 49-50, 57-58
Քայրո թայմս, 276, 278, 279
 Քեդբերիի Հանձնաժողով, 114-115
 Քեթլիջ, Թյորներ, 65ժ
 Քենպբել, Ռոբերտ, 305
 Քենիա
 թերթերի սեփականությունը, 151
 թերթերի տարածվածության աստիճանը, 20
 խռովարարության վերաբերյալ դրույթները, 212
Քենիա թայմս, 151
 Քենիայի Աֆրիկական Ազգային Միություն, 151
 Քերրինգտոն, Թիմ, 8
 Քիմիական արդյունաբերություն, 73-78
 Քիմիական Նյութերի Արդյունաբերողների Ասոցիացիա, 112
Քիաո Սոդ (Թայլանդ), 256
 Քննարկում, 85-86
 Քուվեյթ, 222-223

Օ

Օբերշլիկ, Գերհարդ, 208
Օռլանդո Սենթինել, 244
 Օուեն, Բրյուս, 8-10

Ֆ

Ֆահմի, Էսսամ, 278
Ֆայնենշլ Գազետ (Զիմբաբվե), 283, 287
Ֆայնենշլ թայմս
 բիզնեսի լուսաբանումը, 122
 «SK Telecom»-ի մեքենայությունների լուսաբանումը, 5, 120, 130
 Ֆասանո, Ֆեդերիկո, 214
 Ֆերգյուսոն, Թոմաս, 69-70
 Ֆիլիպիններ

թունավոր արտանետումների վերաբերյալ լուսաբանումները, 16
լրատվամիջոցների սեփականությունը, 17
մուտքը դեպի տեղեկատվությունը, 262, 263
Ֆորբս, 122
Ֆորչն, 122
Ֆրանսիա
մասնավոր սեփականություն հանդիսացող հեռուստատեսությունը, 6
վիրավորանքի վերաբերյալ օրենքները, 212, 218-220
Ֆրեզերի Ինստիտուտ, 143
Ֆրիկե, Ռ. Ֆ., 101
Ֆունդլանդի, Անդերսոն, 225, 240-241

Agora (Անգոլա), 213
Allied, 112
dripՊեյ (Bonnier Group), 235
Bank of Credit and Commerce International, 114
Bertelsmann AG, 234
Bonnier Group (Շվեդիա), 234, 235
Capital and Success (Ռուսիա), 234
CBS, 66-67
CNN, 286
Daehan Telecom, 113ժ
DuPont, 112
Earth Island Institut, 107
«EcoValue» դասակարգում (Innovest), 123
Enron, 78, 122
EntreMed, 92ժ
EthicNet-ի ինտերնետային էջ, 191ժ
Freedom House, 67, 121, 124, 227, 255
Fundacion para un Nuevo Periodismo Iberoamericano, 253
Greenpeace, 107
Gulf & Western, 67
Heinz, 107-109
Hermitage Capital Management, 114
«Hersant» թերթերի խումբ (Ֆրանսիա), 9, 235
Il Corriere della Sera, 117
«Juventus» ընկերություն, 239
Long Term Capital Management, 78
Maxwell Group, 114

- Mlada Fronta DNES* (Չեխիայի Հանրապետություն), 232-233
La Nacion (Արգենտինա), 148-149
Nzpszabadsng (Հունգարիա), 232-233
Procter and Gamble, 66ժ
Profit (Չեխիայի Հանրապետություն), 234
Ringier AG (Շվեյցարիա), 234
Rzeczpospolita (Լեհաստան), 8-9, 232-233, 235
Scandinavian Broadcasting Systems (SBS), 149
Schibsted ASA (Նորվեգիա), 234
Sears Roebuck, 107, 108, 111
SK Telecom, 5, 112-113, 120
SME (Սլովակիա), 239-240
Sunkyung Distribution, 113ժ
Televisa (Մեքսիկա), 176
TV Norge (TVN) (Նորվեգիա), 149, 150
T'yden (Չեխիայի Հանրապետություն), 234
United Global Com, 149
United Pan-Europe Communications (UPC), 149
WNET, 67
Worldcom, 122
Zenith Media, 144, 227