

Մեդիա մոնոպոլիաներ. մամուլը՝ որպես անհատների խոսափող

Քաղաքական գործիչների նպատակը իշխանությունը նվաճելն ու այն պահելն է: Ուստի նրանց համար առաջատար լրատվամիջոցների բովանդակությունը վերահսկելը վճռական գեներ է: Մեզ թվում էր, թե մամուլի գործերին եւ բովանդակությանը քաղաքական ուղղակի միջամտության խնդիրն առավել սուր է Կենտրոնական եւ Արեւելյան Եվրոպայի նոր ժողովրդավարական երկրներում եւ նախկին ԽՍՀՄ պետություններում, բայց Միացյալ Նահանգներն ու Արեւմտյան Եվրոպայի երկրներն այլեւս համոզված չեն, որ իրենք առաջարկում են մամուլի ազատության ավելի ապահով մոդել: Մամուլի նկատմամբ քաղաքական եւ տնտեսական նոր ճնշումները Եվրամիության բազմաթիվ հին անդամ-պետություններում նշանակում են, որ մամուլի ազատությունը եւ անկախությունը այնտեղ նույնպես վտանգված է:

Չեխ լրագրող Թոմաս Վրբան 2007թ. աշնանը Իռլանդիայի մայրաքաղաք Դուբլինում կայացած Եվրոպացի Ժուռնալիստների ընկերակցության համաժողովի ժամանակ ասում էր, թե Չեխիայում լրագրողներն այնքան թույլ են, որ կարիք չկա նույնիսկ, որ քաղաքական գործիչները ճնշում գործադրեն մամուլի նկատմամբ վերահսկողություն ձեռք բերելու համար: Ֆրանսիայում լրագրողներն օրենսդիրներից մամուլի անկախության հավելյալ երաշխիքներ են պահանջում՝ պաշտպանելու իրենց անօրինական եւ անարդարացի հետապնդումներից եւ կանխելու կառավարամետ բիզնես խմբերի կողմից ՉԼՄ-ի ձեռքբերման գործընթացը: Իսպանիայում եւ Բելգիայում ահաբեկչության դեմ պայքարի պատրվակով իշխանությունները գաղտնալսում են լրագրողների հեռախոսային խոսակցությունները, առգրավում նրանց համակարգիչները՝ տվյալների բազան ուսումնասիրելու համար, եւ պահանջում բացահայտել տեղեկատվության աղբյուրները, Ռուսաստանում եւ Հայաստանում լրագրողները շարունակում են ֆիզիկական բռնությունների ենթարկվել, իսկ մամուլը, հատկապես հեռուստատեսությունը ամբողջապես գտնվում է գործող իշխանությունների վերահսկողության տակ եւ քաղաքական նորությունները լուսաբանում է նախագահական ապարատի մշակած ուղեցույցի համաձայն:

Քաղաքական եւ տնտեսական ճնշումներ, կամ ՉԼՄ-ի սեփականության կենտրոնացումը վտանգում է մամուլի ազատությունը

Մամուլի ազատության համար լուրջ սպառնալիք է քաղաքական իշխանությունների հետ առնչություններ ունեցող բիզնես խմբերի կողմից լրատվամիջոցների ձեռքբերումը: Թեեւ բոլոր հիմքերը կան ասելու, որ նախորդ դարաշրջաններն անցել են այս կամ այն գերիշխող ուժերի կողմից մամուլի կամ «չորրորդ իշխանության» գավթումով՝ Ժուռնալիստիկայի բնագավառում «ինքնորոշման» ամբողջական արհամարհման կամ սահմանափակման միջոցով (մեկ այն գործիք էր պետության ձեռքում, մեկ՝ տնտեսական գերիշխող ուժերի), «տեղեկատվական հասարակության» դարաշրջանի գալստյան հետ տեղի ունեցավ «տեղեկատվական իշխանության» հսկայական աճ, քանզի որտեղ կա տեղեկատվություն, այնտեղ իրականացվում է դեկավարում, իսկ ՉԼՄ-ի գլխավոր եւ հիմնական ռեսուրսը հենց տեղեկատվությունն է:

ԱՄՆ

Ամերիկայի Միացյալ Նահանգներում մամուլի կենտրոնացումը սկսվել էր նախորդ դարի 60-70-ական թվականներին: «ՉԼՄ-ների մոնոպոլիա» գրքում ամերիկացի տեսաբան Բեն Բաքգրիկյանը գրում է. «1969-ին ամերիկյան ՉԼՄ-ի կենտրոնացումը նոր-նոր էր սկսվում, իսկ արդեն 80-ականների սկզբին

ամենահռչակավոր լրատվամիջոցները՝ թերթեր, ամսագրեր, ռադիո եւ հեռուստատեսություն, գրահրատարակություն եւ կինո, գտնվում էին ազդեցիկ ընկերությունների հսկողության տակ: 20 ընկերություն հսկողություն էր սահմանել օրական 61 մլն օրաթերթերի կեսից ավելիի վրա, 20 ընկերություն 11 հազար ամսագրի հասույթի կեսից ավելին էր ստանում, 3 խոշոր ընկերություն վերահսկում էր հեռուստատեսության հասույթի մեծ մասն ու դրանց լսարանը, 10 կազմակերպություն միակողմանի վերահսկողություն էր սահմանել ռադիոյի ոլորտում, 11 ընկերություն՝ գրահրատարակչական գործի եւ 4 ընկերություն՝ կինոարտադրությամբ զբաղվող կազմակերպությունների վրա»¹: 1982-ին 50 խոշոր ընկերություններ վերահսկում էին ամերիկյան լրատվամիջոցների մեծ մասը ու միեւնույն ժամանակ բիզնեսի այս կամ այն ճյուղի գործընկեր կամ սեփականատեր էին՝ գյուղատնտեսություն, օդային հաղորդակցություն, ածխի եւ նավթի, ռազմամթերքի արդյունաբերություն, բանկային եւ վարկային գործ, գովազդ եւ այլն: Այդ կազմակերպությունները մասնաճյուղեր եւ ներկայացուցչություններ ունեին այլ երկրներում, հետեւաբար նաեւ՝ շահեր, ու պատահական չէ, որ նրանց հսկողության տակ գտնվող ՉԼՄ-ների խմբագրական քաղաքականությունը գրեթե միշտ համընկնում էր ԱՄՆ-ի արտաքին քաղաքական կուրսի հետ: Բաղդիկյան հետազոտողն այս ամենը փաստարկում է հասարակությանը կառավարելու՝ իշխանությունների մշտական ցանկությամբ. «Իշխանությունները մշտապես ընդունել են, որ հասարակությանը ղեկավարելու համար պետք է իրենց ձեռքում կենտրոնացնեն տեղեկատվական գործը: Նա, ով հնարավորություն ունի առաջինը հաղորդել նորությունները կամ հրամցել գաղափարները, ձեռք է բերում քաղաքական իշխանություն... Ժողովրդավարական առաջնորդները ոչ պակաս, քան բժիշկները, շամանները, թագավորները եւ բռնապետները հավասարապես տարածում են իրենց իշխանությունը կարծիքների, գաղափարների նկատմամբ եւ հսկում են տեղեկատվության հոսքը նույն եռանդով, ինչպես հսկում կամ ղեկավարում են զինված ուժերը»²:

1992-ին գրքի չորրորդ հրատարակության մեջ արդեն Բաղդիկյանը նշում է, որ մոտ երկու տասնյակ «արտասովոր անձինք» տիրապետում եւ կառավարում են տեղեկատվամիջոցների 90 տոկոսը՝ վերահսկելով գրեթե բոլոր ամերիկյան թերթերը, ամսագրերը, հեռուստա եւ ռադիոկայանները, գրքերը, փաստաթղթերը, ֆիլմերը, տեսանյութերը, հեռագրական եւ ֆոտո գործակալությունները: Այն ժամանակ նա կանխատեսում էր, որ վերջին հաշվով այդ ամենը կհանգեցնի նրան, որ կես դյուժին՝ 6 ընկերություններ կտիրապետեն ամբողջ ՉԼՄ համակարգը: Այն ժամանակ դա սկեպտիցիզմով էր ընկալվում: Երբ 2000-ին լույս տեսավ «ՉԼՄ-ի մոնոպոլիա» գրքի 6-րդ հրատարակությունը, ընկերությունների թիվը 6-ն էր: Այդ ժամանակից եւս մի քանի միավորումներ են տեղի ունեցել, գործունեության դաշտն էլ ավելի է ընդլայնվել եւ այժմ ներառում է զանգվածային լրատվության այնպիսի նոր միջոցներ, ինչպիսին ինտերնետ-շուկան է: ԱՄՆ-ում յուրաքանչյուր չորրորդ ինտերնետ օգտագործող այսօր գրանցված է AOL Time-Warner-ում՝ աշխարհում խոշորագույն մեդիակորպորացիայում: 2004-ին Բաղդիկյանը վերանայել է գիրքը: «ՉԼՄ-ի նոր մոնոպոլիա»-ն ցույց է տալիս, որ այսօր 5 խոշոր ընկերություններ՝ Time Warner, Disney, Murdoch's News Corporation, Bertelsmann-ը Գերմանիայում եւ Viacom-ը (նախկին CBS-ը) վերահսկում են ԱՄՆ-ի մեդիաարդյունաբերության հիմնական մասը, իսկ վեցյակը եզրափակում է General Electric's NBC-ն: Այս մեգակորպորացիաները վերահսկում են այն ամենը, ինչ հրատարակվում է ԱՄՆ-ում:

¹ Бен Багдикян, Монополия средств информации, под редакцией Г. И. Вайнштейна, М., Издательство «Прогресс», 1987, стр. 40.

² Бен Багдикян, Монополия средств информации, под редакцией Г. И. Вайнштейна, М., Издательство «Прогресс», 1987, стр. 39:

Վերջին երկու տասնամյակում քաղաքականությանը սերտաճած բիզնես-կոնցլոմերատների ձեռքում մամուլի կենտրոնացման միտումը գնալով տարածվում է նաև Արեւմտյան Եվրոպայի երկրներում: Նոր մեդիայի եւ անվճար թերթերի հետ մրցակցության մեջ կորցնելով իրենց տպաքանակները՝ նախկինում խոշոր պարբերականները հայտնվում են ֆինանսական ճգնաժամի մեջ եւ ստիպված վաճառում իրենց սեփականությունը: Մեդիա-բիզնեսի հին մոդելը տանուլ է տալիս՝ վերջ դնելով թերթերի սեփականության վաղեմի ավանդույթներին այն խմբերի կողմից, որոնց առաջնային շահը կամ հետաքրքրությունը մեդիան էր: Ֆրանսիայի նախագահ Ն. Սարկոզիի հետեւյալ հայտարարությունը ցույց է տալիս, թե ինչ ճգնաժամ են ապրում մամուլը եւ քաղաքական մարմինները Եվրոպայում. «Դեմոկրատիան չի կարող գործել այնպիսի մամուլի պայմաններում, որը պերմանենտ տնտեսական անդունդի եզրին է»:

ՖՐԱՆՍԻԱ

Վերջին երեք-չորս տարիների ընթացքում Ֆրանսիական մամուլը կենտրոնացել է երկրի մի քանի մեծահարուստների ձեռքում, որոնք ընկերական հարաբերությունների մեջ են գործող նախագահ Նիկոլա Սարկոզիի հետ: Լուրջ ֆինանսական խնդիրների պատճառով «Լիբերասիոն» թերթը դարձավ Ռոտշիլդների ընտանիքի սեփականությունը եւ ստիպված եղավ ընդունել Նրա ֆինանսական ծրագիրը, որի արդյունքում թերթի ծախսերի եւ անձնակազմի լուրջ կրճատումներ եղան: «Լը Ֆիգարո» թերթը գնեց խոշոր արդյունաբերող եւ Ֆրանսիայի խորհրդարանի անդամ, նախկին նախագահ Ժակ Շիրակի կուսակցությունը ներկայացնող **Սերժ դ'Աստե**: «Ֆիգարոյի» լրագրողներն իրենց մտահոգությունն արտահայտեցին այն կապակցությամբ, որ նոր սեփականատերը կարող է միջամտել թերթի խմբագրական քաղաքականությանը՝ ի նպաստ ֆրանսիական կառավարության: 2007-ին մի առիթով պրն դ'Աստե ասել էր, թե չի հասկանում՝ ինչու՞ միայն լրագրողները կարող են հողվածներ գրել թերթերում, եւ ոչ թե բաժնետերերը:

Մամուլի ձեռքբերումը առաջատար ֆրանսիացի բիզնեսմենների կողմից մեծապես փոխել է լրատվական դաշտի բնութագիրը: **Առնոլդ Լագարդերը**, որի արդյունաբերական կորպորացիան Էլեկտրատեխնիկայի, գինամթերքի եւ ռազմական օդանավերի առաջատար մատակարարներից է հանրային եւ պետական սեկտորին, հայտնի է որպես Սարկոզիի մտերիմ ընկեր: Նրա ունեցվածքի մաս են կազմում ռադիո «Եվրոպան», «TV M6» հեռուստաընկերությունը, «Պարի մաչ», «Լ'Էքսպրես» եւ «Լը ժուռնալ դյու դիմանշ» պարբերականները: Մեկ այլ բիզնեսմեն՝ **Վինսենտ Բոլորեն**, տնօրինում է երկու անկախ օրաթերթեր՝ «Մատրն պյուսը» եւ «Դիդեկտ սուադը», ինչպես նաեւ՝ «TV Դիդեկտ 8» հեռուստաընկերությունը: Նա ուշադրություն է գրավել նրանով, որ նախագահական ընտրություններից հետո Սարկոզիին հրավիրել էր արձակուրդն անցկացնել իր նավի վրա: Մեդիասեփականատեր **Սարտին Բույուզը** հանրային շենքերի եւ ճանապարհների կառուցապատման ոլորտում է ներգրավված, սեփականատերն է «Բույուզ տելեկոմ» ընկերության, մոտ հարաբերությունների մեջ է Սարկոզիի հետ եւ մշտապես շահում է պետական մրցույթները: Տնօրինում է Ֆրանսիայի ամենապոպուլյար Առաջին ալիքի՝ TF 1-ի բաժնետոմսերի մեծ մասը: Առանձնահատուկ աղմուկ առաջացրեց 2007 թ. ֆրանսիական թիվ մեկ տնտեսական եւ բիզնես պարբերականի՝ բրիտանական «Պիրսոն» խմբին պատկանող «Լեզ Էկո» թերթի վաճառքը լյուքս ապրանքների «կայսր», Ֆրանսիայի ամենահարուստ մարդուն՝ **Բեռնար Ալնոյին**, որը հսկայական մեդիա կայսրություն ունի: Տարբեր թերթերի խմբագիրներ մտահոգություն հայտնեցին,

թե անթույլատրելի է շուկայի առաջատար ընկերությունների սեփականատիրոջ վերահսկողությունը երկրի գլխավոր բիզնես թերթի նկատմամբ, որի դերը հանրությանն անկախ եւ հավաստի բիզնես լրատվություն մատուցելն է, բայց գործարքն արդեն կատարված էր:

«Լը Մոնդը»՝ Ֆրանսիայի թիվ մեկ թերթը, որը միշտ ձգտել է բոլոր իշխանությունների ժամանակ անկախության խորհրդանիշ մնալ, տեւական ժամանակ է՝ պոտենցիալ «նվաճման» թիրախ է դարձել: Վերջին տարիներին այն նոր, անսպասելի ձախողում է ապրում իր կառավարման յուրահատուկ կառուցվածքի իմաստով: Այս թերթի կառավարմանը լայն լիազորություններով մասնակցում էին թերթի աշխատակիցները՝ ի դեմս Խմբագիրների միության (ներքին բաժնետեր), որը մշտապես բաժնետոմսերի վերահսկիչ փաթեթ ուներ, սակայն ֆինանսական խնդիրների պատճառով գնալով մեծանում է արտաքին բաժնետերերի թիվը եւ կանխատեսվում է, որ լրագրողների վերահսկողությունը ընկերության կառավարման նկատմամբ մոտ ապագայում կթուլանա:

Ֆրանսիացի լրագրողների մտավախությունը տեղին էր: Նիկոլա Սարկոզիի նախագահության հենց սկզբից խախտվեց վաղուց հաստատված այն համաձայնությունը, որ առաջատար հասարակական գործիչների մասնավոր կյանքը լուսաբանվում էր մամուլում: Փոփոխության նախաձեռնողն ինքը Սարկոզին էր: Դեռեւս նախընտրական շրջանում նա անհանդուրժողականություն դրսեւորեց մամուլի այն միջոցների նկատմամբ, ովքեր նախ լուսաբանեցին իր ամուսնալուծությունը Սեսիլիայի հետ, ապա եւ՝ իր սիրավեպը եւ ամուսնությունը իտալացի երգչուհի, նախկին մոդել Կառլա Բրունիի հետ: Գրաքննության երկու հայտնի դեպք է գրանցվել, որոնք վերաբերել են նախագահի նախկին կնոջը՝ Սեսիլիա Սարկոզիին: Առաջինը կապված է Լագարդեր խմբին պատկանող «Լը ժուլնալ դյու դիմանշ» թերթի մի հոդվածի հետ, որը հաղորդում էր, որ տիկին Սարկոզին նախագահական ընտրություններում չի աջակցել ամուսնուն, իսկ երկրորդը՝ նույն խմբին պատկանող «Պարի մաչ» թերթի հետ, որի գլխավոր խմբագիր Ալեն Ջենեստերը հրաժարական տվեց այն բանից հետո, երբ հրապարակեց տիկին Սարկոզիի լուսանկարն իր սիրեկանի հետ Նյու Յորքում: Վերջին շրջանում Ֆրանսիայում ակտիվացել են նաեւ դատավորների «հարձակումները» լրագրողների՝ տեղեկատվության աղբյուրը գաղտնի պահելու իրավունքի վրա այն նյութերի համար, որոնք կարող են «անհանգստություն» պատճառել հասարակական-քաղաքական գործիչներին: Լրատվամիջոցների խմբագրական քաղաքականությանն այս կոպիտ միջամտությունների արդյունքում ֆրանսիացի լրագրողներն օրենսդիրներից մամուլի անկախության հավելյալ երաշխիքներ են պահանջում, որոնք ամրագրված կլինեն ֆրանսիական սահմանադրության մեջ եւ թույլ կտան կանխել մամուլի կենտրոնացումը:

ԻՏԱԼԻԱ

Իտալական հեռուստաշուկայում սեփականության մեծ կենտրոնացման մասին ահազանգում են անգամ եվրոպական կառույցները: Այդ շուկան տնօրինում են երկու հիմնական «խաղացողներ»՝ հանրային ռադիոյի եւ հեռուստատեսության հեռարձակող RAI- ին եւ կոմերցիոն սեկտորը ներկայացնող Mediaset խումբը, որոնք մինչեւ 2007 թվականը վերահսկում էին հեռուստալսարանի եւ գովազդի շահույթի ինստուն տոկոսը: «Մեդիասետը» 1970-ականներին հիմնադրել Իտալիայի վարչապետ Սիլվիո Բեռլուսկոնին, եւ մինչ օրս 38.6% բաժնետոմսերով այն վերահսկվում է իր ընտանեկան «Ֆինինվեստ» ընկերության միջոցով: Վարչապետի բիզնես-կայսրությունը ներառում է ամենապոպուլյար հեռուստաալիքներից մի քանիսը (3 ազգային ալիք

Իտալիայում, 2-ը՝ Իսպանիայում, մեկը՝ Մագրեբում, մեկը՝ Չինաստանում, 5 թվանշային ալիքներ Իտալիայում, 6-ը՝ Իսպանիայում, 1 արբանյակային պլատֆորմ եւ 3 արբանյակային ալիք) եւ մի շարք տպագիր հրատարակություններ: Իրեն քննադատող լրագրողներին Բեռլինում արգելում է լուսաբանել իր մամուլ ասուլիսները: 2009-ին նա դատական հայցեր սկսեց Իսպանիայի «Էլ Փայս» թերթի դեմ՝ իր կուսակիցներից մեկի ոչ նպաստավոր լուսանկարի տպագրման համար, նաեւ՝ ֆրանսիական «Լը Նուվել Օբսերվատոր» ամսագրի դեմ, որը կապեր էր գտել իտալացի պաշտոնյաների եւ ռուսական մաֆիոզ խմբավորումների միջեւ, եւս երկու իտալական թերթերի դեմ, այդ թվում՝ «Լա Ռեպուբլիկան», որը պարբերաբար հարցեր էր հրապարակում Բեռլինում անձնական կյանքի եւ հանրային պարտավորությունների մասին եւ վարչապետից պահանջում պատասխանել դրանց: ԵԱՀԿ-ի մամուլի գծով այդ ժամանակվա հանձնակատար Միկլոշ Յարաշտին կոչ արեց Բեռլինում ետ վերցնել զրպարտության մեղադրանքով քաղաքացիական հայցերը: Նա հայտարարեց, որ դատական հայցերը ոտնահարում են խոսքի եւ մամուլի ազատությունը, քանի որ «հարցեր տալը» մամուլի «շտկող գործառույթի» կարելու բաղադրիչն է:

ԱՎՍՏՐԻԱ

Լրատվամիջոցների խմբագրական քաղաքականությանը կառավարության պարբերական միջամտություններից դժգոհում են նաեւ ավստրիացի լրագրողները: Մտահոգություններն ավելի շատ վերաբերում են քաղաքականապես մոտիվացված ցուցումներին, որոնք տալիս է կառավարությունը, թե ո՞ր նորությունները կամ մամուլի ասուլիսները պետք է մաս կազմեն պրայմ-թայմ նորությունների: Ավստրիական մեդիադաշտը փոքր է եւ կենտրոնացած սակավաթիվ խոշոր խաղացողների ձեռքում: Կենտրոնացումը մեծ է հատկապես տպագիր մամուլի դաշտում, որտեղ գերիշխող է «Նյուս Վերլագ» («News-Verlag») խումբը: Ընկերության սեփականատերերը երկու գերմանական հրատարակչություններ են եւ մի ավստրիական բանկ: Երկու ամենամեծ օրաթերթերը՝ «Կրոնեն Չեյթունգը» եւ «Կուրիերը», վերահսկում է գերմանական WAZ խումբը, որը 500 հրատարակություն ունի աշխարհի 9 երկրներում (50% բաժնեմաս երկուսում էլ): Հավասարապես, ավստրիական ամսագրերի մեծ մասը հրատարակում է «Նյուս Վերլագ» խումբը:

«Լրագրողներ առանց սահմանների» միջազգային կազմակերպության ավստրիական բաժնի ղեկավար Ռուբինա Մորինգը փաստում է, որ Ավստրիայում տպագիր մամուլի ոլորտում սեփականության կենտրոնացումը մտահոգիչ է:

Կենտրոնական եւ Արեւելյան Եվրոպա

Խորվաթիայում նույնպես մասնավոր ՉԼՄ-ի սեփականությունը կենտրոնացած է երկու մեծ ընկերությունների ձեռքում, որոնք գերիշխում են տպագիր մամուլի շուկայում: Դրանք են՝ «Եվրոպա Պրես» հոլդինգը, որի հիսուն տոկոսի սեփականատերն է գերմանական «WAZ» խումբը, եւ ավստրիական «Ստիրիա» հրատարակչությունը: Մամուլի ազատությանն այստեղ լուրջ վնաս են հասցնում նաեւ այն խոշոր կոմերցիոն ընկերությունները, որոնք գերիշխող դիրք են զբաղեցնում տնտեսական շուկայում եւ թելադրող են գովազդային շուկայում: Նրանք զգալի վերահսկողություն ունեն որոշ թերթերի վրա ի շնորհիվ նրա, որ գովազդային պայմանագրերի համաձայնություն են տալիս կամ տարբեր նկատառումներով դրանք չեղյալ հայտարարում:

Ինքնագրաքննության բարձր աստիճան կա **Սլովակիայում**, որտեղ վարչապետը պարզապես պատերազմ է հայտարարել կառավարության գործունեությունը քննադատող լրատվամիջոցներին՝ ամբողջ կաբինետով

մերժելով ոչ միայն հարցազրույցներ տալ նրանց, այլև գրավոր հարցումներին պատասխանել:

«Շրջահայացություն» են ցուցաբերում նաեւ **չեխական ՉԼՄ-ը**³ խուսափելով ուղղակի առճակատումից կառավարության հետ եւ չապահովելով խնդիրների անաչառ եւ ամբողջական լուսաբանում: Դրանով հանդերձ՝ **Չեխիան** վայելում է մամուլի ազատության հարաբերականորեն բարձր մակարդակ: «Լրագրողներ առանց սահմանների» կազմակերպությունը Չեխիան դասել է առաջին 20 երկրների շարքում 173-ից, որտեղ մամուլի ազատության առումով իրավիճակն ավելի լավ է, քան Գերմանիայում, Ֆրանսիայում, Մեծ Բրիտանիայում եւ Իսպանիայում: Իսկ **Ռումինիայում** ազգային առաջատար ՉԼՄ-ները բաժանված են 3-4 մեդիամագնատների միջեւ: Նրանցից երկուսը քաղաքական գործիչներ են: Եվ բոլորը դաժան մրցակիցներ են ոչ միայն մեդիա բիզնեսի, այլև տնտեսության այլ ոլորտներում: Գործնականում մեդիա մագնատի սեփականությունը հանդիսացող ՉԼՄ-ում աշխատող լրագրողը չի կարող հրատարակել քննադատական կամ հետաքննական հոդված նրա քաղաքական ընկերների, մագնատի բիզնեսի մասին: Փոխարենը լրագրողին կարող են «խնդրել» տեղեկատվություն հավաքել եւ հոդված հրատարակել մեդիամագնատի «քաղաքական կամ բիզնես-թշնամու» մասին:

Վստահության ճգնաժամ մամուլի նկատմամբ՝ Եվրոպայով մեկ

Մամուլի նման համատարած «պարտությունը» քաղաքական կապիտալի հետ պայքարում պայմանավորված է հասարակության շրջանում նրա հեղինակության անկմամբ եւ վստահության կորստով: Ճիշտ է, տեխնոլոգիական առաջընթացը եւ նոր մեդիան կարելու գործոն են թերթերի տպաքանակների կրճատման առումով, բայց ինչ էլ որ լինի պատճառը, Եվրոպական հասարակության՝ ազգային թերթերի նկատմամբ վստահության պակասը պայմանավորված է նաեւ պրոֆեսիոնալ մակարդակի անկմամբ: Դա բացահայտ կերպով դրսևորվեց Ֆրանսիայում, որտեղ շեշտակիորեն կրճատվել է բաժանորդագրությունը: Ֆրանսիական հասարակության՝ ազգային մեդիայի նկատմամբ «թշնամության» կամ մամուլից մեկուսացման լավագույն ասպացույցը վերջին հարցումներն են, որոնց համաձայն՝ ֆրանսիացիների 57 տոկոսը մամուլը կախյալ է համարում քաղաքական կուսակցություններից³: Ճշգրտությունը, որակը եւ օբյեկտիվությունը այն երեք առանցքներն են, որոնց վրա խարսխվում է հասարակական վստահությունը մամուլի նկատմամբ, եթե այն ցանկանում է գոյություն ունենալ եւ զարգանալ: Մամուլի համատարած ձախողումն այս հարցում ակնհայտ է 2008 թ. աշնանը Եվրոբարոմետրի՝ ԵՄ 27 երկրներում անցկացրած կարծիքի հարցումից: Եվրոպայով մեկ տպագիր մամուլի նկատմամբ վստահության միջին ցուցանիշը 44 տոկոս է: Չարմանալիորեն, հեռուստատեսության եւ ռադիոյի նկատմամբ հավատն ավելի մեծ է՝ 53 եւ 61 տոկոս համապատասխանաբար: Բոլոր այս ցուցանիշները շատ ավելի ցածր են, քան տասը տարի առաջ:

Իտալիայում, որտեղ վարչապետ Սիլվիո Բեռլուսկոնիի մտերիմները, ուղղակիորեն կամ անուղղակիորեն, վերահսկում են հեռուստաալիքների մեծամասնությունը, հեռուստատեսության նկատմամբ հավատը 35 տոկոս է՝ ըստ Եվրոբարոմետրի:

Տարօրինակ կերպով **Լեհաստանում**, որտեղ, ըստ Լրագրողների Եվրոպական ընկերակցության հաշվետվության, հանրային հեռարձակման ենթադրյալ անկախ հանձնաժողովը կոռումպացված է եւ կախված քաղաքական

³ AEJ Reports from the Frontlines of Media Freedom, Reports and texts from the AEJ Congress, Linz, Austria – 22 November 2008, by the Association of European Journalists, www.aej.org.

կուսակցությունների շահերից, հասարակական վստահությունը հեռուստատեսության նկատմամբ մեծ է՝ 82 տոկոս:

Չեխիայում արձանագրվել է հազվադեպ բարձր մակարդակ տպագիր մամուլի (56 տոկոս) և հեռուստատեսության (73 տոկոս) նկատմամբ:

Մամուլի նկատմամբ վստահության ամենացածր մակարդակը Եվրոպայում գրանցվել է **Մեծ Բրիտանիայում**՝ 19 տոկոս: Այստեղ 7 ընկերություններ կամ կորպորացիաներ սեփականատեր են 10 ամենօրյա և 9 կիրակնօրյա ազգային թերթերի: Բրիտանիան լավագույն օրինակն է մի երկրի, որտեղ հիմնական հեռարձակողները՝ հանրային և մասնավոր, երկուսն էլ «տառապում են» հանրային վստահության զգալի կորստից հեռարձակվող գեհիկ, սենսացիոն նյութերի կամ ծրագրերի կազմման ժամանակ դրսեւորած ակնհայտ ոչ պրոֆեսիոնալ խմբագրական չափանիշների պատճառով՝ ներառյալ սպեկուլյատիվ հեռուստամրցակցությունը և հանրային վստահության չարաշահումը, երբ հեռուստադիտողներին խրախուսում են մասնակցել ինտերակտիվ հաղորդումներին:

Համաձայն Մամուլի մադրիդյան ընկերակցության հարցման՝ իսպանացիների մեծ մասը կարծում է, որ մամուլը, ընդհանուր առմամբ, գործում է իբրև միջնորդ հրատարակիչների և գովազդատուների շահերը պաշտպանելու համար, և հազվադեպ՝ ընթերցողների և հասարակության: Հանրությունը կարծում է, որ գրեթե բոլոր լրատվամիջոցները քաղաքականությանն առնչվող շահեր ունեն: Միեւնույն ժամանակ, **ՉԼՄ-ներն Իսպանիայում** ավելի ու ավելի կախյալ են դառնում գովազդի նվազող շուկայից, որտեղ գերակշռող է դառնում ադմինիստրատիվ գովազդը: Այն գալիս է կենտրոնական կամ ռեգիոնալ կառավարությունից կամ նրանցից կախված գործակալություններից: Մեդիայի կախվածությունը նման պաշտոնական գովազդից հանգեցնում է պետական իշխանությունների գործունեության մասին մամուլի քննադատության տոնայնության նվազմանը կամ իսպառ անհետացմանը: Այս երկրի ռադիոյի և հեռուստատեսության ոլորտում եղանակ են ստեղծում «տերտուլիանոսները» (մարդիկ, ովքեր իրենց կարծիքը հայտնելու համար լավ վճարվում են): Նման «լրագրողներից» շատերը հետագայում բացահայտվում են իբրև քաղաքական կուսակցությունների լրագրողներ, ովքեր պարզապես պաշտպանում են իրենց կուսակցության տեսակետը:

Եզրակացությունն այն է, որ Եվրոպայում մամուլը կենտրոնանում է քաղաքական կապիտալի ձեռքում, և քաղաքական կոնկրետ շահերի արտացոլումը մամուլում, ինչպես նաև մասնագիտական չափանիշներից նահանջը, որի համար լրագրողները պետք է պատասխանատվություն ստանձնեն, հանգեցնում է ամենից առաջ հանրային վտահության կորստին:

Իրավիճակը Եվրոպական մամուլի դաշտում այնքան սարսափելի է, որ Եվրոպայի խորհուրդը անհրաժեշտ համարեց մամուլի ազատության ոտնահարումների մոնիտորինգի նոր համակարգ մշակել, իսկ ԵԽԽՎ-ն 2008 թ. ընդունեց 27 կետից բաղկացած փաստաթուղթ՝ «Ցուցիչներ մեդիայի համար ժողովրդավարության պայմաններում»⁴, որը կոչ է ներառում՝ ուղղված բոլոր անդամ-պետությունների ազգային խորհրդարաններին՝ իրականացնելու մամուլի խնդիրների սեփական հետազոտություն: ԵԽԽՎ-ի արձարձած կետերը մամուլի ազատության հիմնարար տարրեն են՝ ներառյալ պաշտոնակա տեղեկատվության մատչելիությունը, խտրականության բացառումը իրադարձությունների լուսաբանման և լիցենզիաների տրամադրման ժամանակ, լրագրողների աղբյուրների պաշտպանությունը, պաշտպանվածությունը սպառնալիքներից և

⁴ Indicators for media in a democracy, <http://assembly.coe.int/Documents/WorkingDocs/Doc08/EDOC11683.pdf>.

բռնություններից, լրագրողների նկատմամբ բռնություն գործադրածների անպատժելիության բացառումը, մեդիա մոնոպոլիաների եւ գովազդատուների միջամտությունների կանխումը եւ հանրային հեռարձակողների խմբագրական անկախության ապահովման համակարգի ստեղծումը: Խմբագիրները, լրագրողները, սեփականատերերը պետք է անհապաղ լուծեն այս խնդիրները: Այլընտրանքը ապակառուցողական կլիկի մամուլի եւ խոսքի ազատության համար:

Նախկին ԽՍՀՄ տարածքում ՉԼՄ-ը կենտրոնանում են «պետություն» օլիգարխի ձեռքում

Ռուսաստան

Արեւմտյան, Կենտրոնական եւ Արեւելյան Եվրոպայի երկրներում նկարագրված բոլոր երեւույթները՝ քաղաքական եւ ֆինանսական ճմշումներ, մամուլի կենտրոնացում կառավարամերձ բիզնեսմենների ձեռքում, ինքնագրաքննություն, առկա են նաեւ ԽՍՀՄ նախկին հանրապետություններում, այդ թվում եւ Հայաստանում: Բայց նրանցից մեր երկրներն առանձնանում են առաջին հերթին լրագրողների նկատմամբ ֆիզիկական բռնությունների կիրառմամբ: 1993 թ.-ից սկսած՝ Ռուսաստանում 166 լրագրող է սպանվել (վերջին սպանությունը՝ 2010-ին, «Էքսպերտ» հեռուստաալիքի լրատվական թողարկման հաղորդավար Պավել Անդրեւեւը), եւ այդ սպանություններից ոչ մեկը չի բացահայտվել: Չբացահայտված սպանությունները եւ բազմաթիվ ՉԼՄ-ի ձեռք բերումը կրեմլամերձ շրջանակների կողմից խոչընդոտում են լուրերի բազմազանությանը եւ խոսքի ազատությանը Ռուսաստանում: Շատ բարձր է ինքնագրաքննության մակարդակը ռուս լրագրողների շրջանում, թեւ նրանք հերքում են դա: Հետաքննական լրագրությունը կարելի է նշմարել հիմնականում տպագիր եւ օնլայն լրատվամիջոցներում, բայց այն փաստը, որ բազմաթիվ լրագրողներ, ովքեր սեփական նախաձեռնությամբ իշխանություններին եւ մեծ բիզնեսին առնչվող հետաքննություններ են իրականացրել, սպանվել են, զսպում է մյուսներին: Միաժամանակ, Ռուսաստանի լրագրողների միության նախագահ Իգոր Յակովենկոյի խոսքերով, տեղի է ունենում «լրագրողական արտաբժույթի դեվալվացիա»: հեռուստատեսությունից «արտաքսվում է» քաղաքական մեկնաբանությունը այն պատրվակով, թե ժողովրդին դա հետաքրքիր չէ: Համեմատաբար ազատ գոտիներ են Ինտերնետը, ինտելեկտուալ էլիտային ուղղված թերթերի մի մասը եւ «Էխո Մոսկվի» ռադիոկայանը, որը իշխանությունները դիտարկում են որպես «ահավոր երեխա», որը թույլ է տալիս նրանց պնդել, որ երկրում ընդդիմադիր ՉԼՄ-ներ կան:

Մինչեւ 2000 թվականը ռուսաստանյան լրատվական շուկան տնօրինում էին մեկ տասնյակ ընկերություններ, այդ թվում՝ առանձին խումբ էին կազմում պետական հսկողության տակ գտնվողներ ՉԼՄ-ները: Խոշոր մեդիա կորպորացիաներ էին ստեղծել օլիգարխները, որոնք իրենց սեփականություն հանդիսացող ՉԼՄ-ի միջոցով միջամտում էին կառավարության քաղաքականությանը հասարակական կյանքի տարբեր ոլորտներում՝ լրագրողներին դարձնելով գործիքներ քաղաքական կոմպրոմատների պատերազմում: Պուտինի իշխանությունը փոխեց իրերի դրությունը, եւ այժմ ռուսական ՉԼՄ-ը, որոշ բացառություններով, կենտրոնացած են պետության կամ կրեմլամերձ ֆինանսական խմբերի ձեռքում: “The New Times” շաբաթաթերթի գլխավոր խմբագիր Ռաֆա Շակիրովի խոսքերով՝ հասարակությանը ներշնչել են, որ մեդիայի կենտրոնացումը օլիգարխների ձեռքում շատ վատ էր, որովհետեւ նրանք իրենց մասնավոր շահն էին հետապնդում: Այժմ, առնվազն էլեկտրոնային ՉԼՄ-ների դաշտում, մնացել է մեկ օլիգարխ՝ պետությունը: Հարց է ծագում՝ արդյոք նրա շահը միտ համընկնո՞ւմ է հասարակության շահին:

Ռուսաստանյան բոլոր հիմնական հեռուստաալիքները, բացառությամբ ժամանցայինների, պատկանում են կամ պետությանը կամ կից կառույցների: Շուրջ 4 հազար ռեզիդենտ էլ տեղական թերթեր ապրում են վարչակազմի եւ տեղական իշխանությունների սուբսիդիաների հաշվին: Պետական հրատարակությունները եւ հեռուստառադիոընկերությունները եւ սուբսիդիաներ են ստանում պետությունից եւ գովազդից են շահույթ ստանում, ինչը անհավասար պայմաններ է ստեղծում մասնավոր լրատվամիջոցների համար:

Ռուսաստանում առաջատար ՉԼՄ-ի վրա կառավարության ճնշումները փաստաթղթային լավ հիմնավորում ունեն: 2004 թ. փետրվարի 24-ին «Նովայա գազետան» քաղվածքներ տպագրեց մի փաստաթղթից, որն «արտահոսել էր» ռուսական հիմնական հեռարձակող Առաջին ալիքից: Այն կոչվում էր «Տյոմսիկ համար տասնմեկ», շաբաթական մի ուղեցույց՝ պատրաստված տարբեր կառավարական վերլուծաբանների եւ այն ժամանակվա ԱԳ փոխնախարարի կողմից, որը մանրամասնում էր, թե ինչպիսի առանձնահատուկ իրադարձություններ պետք է լուսաբանվեն նորությունների թողարկումներում: Այդ շաբաթ Վրաստանում տեղի ունեցող իրադարձությունների լուսաբանման կապակցությամբ փաստաթուղթը պարունակում էր ճշգրիտ խորհուրդներ. «Այս ժամանակահատվածում կարելու է վերլուծական հաղորդումների եւ լուրերի թողարկումների միջոցով գանգվածային քարոզչություն սկսել անձամբ Շելարդնաձեի դեմ՝ օգտագործելով ինչպես վրաստանյան հակաշեվարդնաձեական քաղաքական գործիչներին եւ ուժերին, այնպես էլ վրացական սփյուռքին Ռուսաստանում»: 2007 թ. մայիսին ութ լրագրողներ հրաժարական տվեցին՝ որպես բողոքի նշան, երբ պետական հեռարձակող ալիքի նոր ղեկավարությունը նոր տեղեկատվական քաղաքականություն որդեգրեց, որը ներառում էր ընդդիմության գործիչների սեւ ցուցակը, որոնք պիտի չէրեւան հեռուստաթերթում եւ հիսուն տոկոս «դրական նորություններ Ռուսաստանի մասին»:

Ուկրաինա

Ուկրաինայում ավարտին է մոտենում մեդիասեփականության ստրուկտուրիզացիայի փուլը 4 ֆինանսաքաղաքական խմբերի միջեւ՝ ռուսական կապիտալի՝ ի դեմս Ֆիրտաշ-Լեվոչկին-Խորոշկովսկու, որոնք մոտ են Կրեմլին, Ռինատ Ախմետովի, Վիկտոր Պինչուկի եւ Իգոր Կոլոմոյսկու: Բոլոր չորս մեդիա կայսրությունները լոյալ են գործող իշխանությունների նկատմամբ, թեկուզեւ տարբեր չափով: Իր հերթին, իշխանության բոլոր ճյուղերի կենտրոնացումը մեկ՝ Տարածաշրջանների կուսակցության ձեռքում, գործնականում ապահովում է ամբողջական վերահսկողություն բոլոր մեդիառեսուրսների վրա:

Շվեյցարիայում բնակվող Իգոր Կոլոմոյսկին ուկրաինական եւ իսրայելական քաղաքացիությամբ գործարար է, «Պրիվատբանկի», «Մերձկարպատյան Նավթոքիմիկ» նավթավերամշակման, ինչպես նաեւ նավթարդյունահանող «Ուկրնավթ» կոմբինատների Դիտորդական խորհուրդների անդամ, Ուկրաինայի ֆուտբոլի ֆեդերացիայի փոխնախագահ, մի շարք քաղաքագետների կարծիքով՝ Ուկրաինայի ամենաազդեցիկ մարդկանցից մեկը: Նա գրեթե վերահսկում է «1+1», «Կինո», TET հեռուստաալիքները, միանձնյա սեփականատերն է «Գլավրեդ-մեդիա» հոլդինգի, որի կազմում են «Սիթի» հեռուստաալիքը, «Իզվեստիա վ Ուկրաինե» թերթը, «Պրոֆիլ» եւ «Գլավրեդ» ամսագրերը, «Գլավրեդ» եւ «Յեռուստակրիտիկա» կայքերը: Նրան պատկանող «Պրիվատ» խումբը տնօրինում է «Ունիան» խոշոր գործակալությունը, քաղաքային ռուսալեզու թերթերի ազգային ցանցը՝ «Գազետա պո...»: Եվ սա, ըստ ուկրաինացի մեդիա փորձագետների, գործընթացի ավարտը չէ:

Ուկրաինայի Նախագահ Վիկտոր Յանուկովիչի վրա ամենից մեծ ազդեցությունն ունի Ֆիրտաշ-Լեվոչկին-Խորոշկովսկի եռյակի ղեկավարած ֆինանսաարդյունաբերական խումբը, որը կապված է Կրեմլի եւ ռուսական բիզնեսի հետ եւ ներկայացնում է «գազային փողերը» (Ֆիրտաշին է պատկանում «Գազպրոմի» համատեղ «գավակ» «Ռոսուկրէներգո» ընկերության բաժնետոմսերի 45 տոկոսը, որը միջինասիական եւ ռուսական գազ է մատակարարում Կենտրոնական Եվրոպայի երկրներ): Նա է լուծում Ռուսաստանի հետ ծագող գազային խնդիրները: Այս խմբի ձեռքերում է փաստացի հայտնվել Առաջին՝ պետական հեռուստաալիքը, «Ինտեր» մեդիա ընկերությունը եւ «Ինտեր» հեռուստաալիքը, K1, K2, «Մեգասպորտ» հեռուստաընկերությունները: «Ակնհայտ է, որ հեռուստատարածության վրա վերահսկողության միջոցով Յանուկովիչին խոստանալով լուծել իր վերընտրության հարցը՝ «Ֆիրտաշ-Լեվոչկին-Խորոշկովսկի» խումբը իրականում ձգտում է ամբողջապես մոնոպոլացնել երկրի մեդիառեսուրսները՝ այստեղից բխող շահախնդիր բիզնես-դիվիդենտներով»,- գրում է ուկրաինացի հեռուստաքննադատ Նատալյա Լիգաչովան⁵:

Ռինատ Ախմետովը Ուկրաինայի ամենահարուստ մարդն է, գործարար Դոնեցկից, «Շախտյոր» ֆուտբոլային ակումբի եւ «Սիստեմ Կեպիտլ Մենեջմենտ» ընկերության սեփականատերը (այս ընկերությունը բաժնետոմսերի վերահսկիչ փասթեթներ ունի 100-ից ավելի ձեռնարկություններում լեռնամետալուրգիայի, հեռահաղորդակցության, էներգետիկ, բանկային, ապահովագրական, մեդիաբիզնեսի, մեծածախ առևտրի, անշարժ գույքի եւ տնտեսության այլ ոլորտներում ինչպես Ուկրաինայում, այնպես էլ արտերկրում՝ Մեծ Բրիտանիա, Իտալիա, Շվեյցարիա), Գերագույն Ռադայի պատգամավոր կառավարող Տարածաշրջանային կուսակցության ցուցակով: 2009-ին «Կորեսպոնդենտ» ամսագրի 50 ամենահարուստ ուկրաինացիների շարքում զբաղեցրել է առաջին տեղը՝ 9.6 մլրդ դոլար ունեցվածքով: Նրա մեդիակայսրության մաս են կազմում «Սեգոդնյա Մուլտիմեդիա» հրատարակչական հոլդինգը, որը լույս է ընծայում «Վեչերնի Դոնեցկ» եւ «Սալոն Դոնա ի Բասա» թերթերը, «Ուկրաինա» հեռուստառադիոընկերությունը եւ «Լյուքս» ռադիոընկերությունը:

Ուկրաինայի երկրորդ ամենահարուստ մարդու՝ Վիկտոր Պինչուկի «EastOne» միջազգային ներդրումային-խորհրդատվական ընկերությունն ընդգրկում է ավելի քան 20 բիզնես-ոլորտ, այդ թվում՝ մեդիա ակտիվներ՝ СТБ, New, ICTV; M1; M2; QTV հեռուստաալիքները, «Ֆակտի» թերթը, «Էկոնոմիկա» հրատարակչությունը, որը լույս է ընծայում «Դելո» թերթը, «Ինվեստգազետա» ամսագիրը, «Մերկետինգ Մեդիա Ռիվյու»-ն եւ այլն:

Ուկրաինայի մեդիատարածության եւ նոր իշխանությունների նման փոխդասավորությունը, ինչպես նաեւ առանցքային խաղացողների կանխատեսվող պատկերացումները ՉԼՄ-ների դերի եւ խնդիրների մասին պայմանավորում են առաջիկա տարիների զարգացման հետեւյալ միտումները.

- Ուկրաինական հեռուստատարածության «պուտինիզացիա»՝ կառավարող քաղաքական ուժի՝ իրեն բնորոշ մենաշնորհային վերահսկողությամբ երկրի բոլոր մեդիառեսուրսների նկատմամբ, բոլոր խոշոր հեռուստաընկերությունների «պետականամետ» դիրքորոշում եւ լիբերալ (բայց նույնպես վերահսկվող) տպագիր եւ ինտերնետ սեգմենտներ: Ինչպես նկատում է հեռուստաքննադատ Նատալյա Լիգաչովան, Ուկրաինայում չկան սեփական բերեզովսկիներ եւ գուսինսկիներ, ուստի բավական է սոսկ պայմանավորվել այսպես թե այնպես իշխանությունների նկատմամբ լոյալ մեդիասեփականատերերի հետ:

⁵ <http://www.telekritika.ua/nl/2010-03-26/51892>

- Պետական հեռուստառեսուրսի մոնոպոլացում Ե կոմերցիալացում մեկ քաղաքական-քիզնես խմբի կողմից: Մասնավոր հեռուստաընկերությունների «պետականացում», այսինքն՝ դրանց խմբագրական քաղաքականության ենթարկում նախագահական պրոպագանդայի Ե ազիտացիայի խնդիրներին Ե նպատակներին:
- Ընդդիմախոսների դուրս մղում հեռուստատեսությունից: Հեռուստաընկերությունների սեփականատերերին արդեն իսկ առաջարկում են փակել քաղաքական թոք-շոուները: Օգտագործվում է նաեւ այլ մարտավարություն՝ գնվում են այսպես կոչված «անկախ» փորձագետները, որպեսզի մեղիաբանավեճերի բովանդակության մեջ գերակշռի նոր իշխանությունների տեսակետը:

Մոլորվայի Ե Բելառուսի մեղիահամակարգերի վրա կանգ չենք առնի, որովհետեւ այս երկրներում վերահաստատված կոմունիստական կարգերի պատճառով գործում է միայն կոմունիստական մամուլը: Այլախոհները՝ տպագիր դաշտում, թե՛ ինտերնետում, ենթարկվում են ֆիզիկական բռնությունների Ե քրեական հետապնդումների:

Միջինասիական երկրների պարագայում նույնպես ամեն ինչ պարզ է. այս տարածաշրջանում հաստատված է ոչ թե՛ ավտորիտար, այլ տոտալիտար ռեժիմ, ուստի շուկայական տնտեսության Ե մեղիա քիզնեսի մասին խոսելն ավելորդ է: Ի տարբերություն մյուս միջինասիական երկրների, **Ղազախստանում** ՉԼՄ-ների մեծ մասը մասնավոր ձեռքերում է, ձեւավորվել է ՉԼՄ-ների շուկա, գովազդային շուկա, որը թույլ է տալիս դրանց զարգանալ: Այլ հարց է, թե՛ ինչպիսի շուկա: Այն ունի մի քանի առանձնահատկություններ, որոնք խոչընդոտում են հասարակության զարգացմանը.

- Սեփականատերերի ինքնությունը գաղտնիք է: Օրենսդրությունը թույլ է տալիս սեփականության մասին տեղեկատվությունը գաղտնի պահել, ինչից օգտվում են բազմաթիվ ֆինանսաարդյունաբերական խմբեր, օլիգարխներ Ե իշխանությանը մոտ մարդիկ: ՉԼՄ-ների առքուվաճառքը, նոր լրատվամիջոցների ստեղծումը կոմերցիոն գաղտնիք է:
- Անազատ շուկա: Այն վերահսկվում է ոչ միայն խոշորագույն հոլդինգի, այլև պետության կողմից, որը վերջին երկու տարում ցույց է տվել, որ ունակ է կոպտորեն միջամտել շուկայի գործունեությանը՝ փակելով իրեն անհաճ ՉԼՄ-ներ, պատժելով ոչ միայն լրագրողներին, այլև մեղիասեփականատերերին:
- Մենաշնորհ քիզնեսի վրա. գովազդային շուկայի 80 տոկոսը պատկանում է մեկ խմբի, որն ընդգրկում է խոշորագույն ազգային հեռուստատեսային ցանցերը, թերթեր Ե ռադիոընկերություններ: Այս խումբը հնարավորություն ունի ազդելու գովազդատուների վրա Ե արգելելու այս կամ այն գովազդի տեղադրումը այլ ՉԼՄ-ներում:
- Անարդարություն շուկայում, որն արտահատվում է միեւնույն մեղիա հոլդինգին տրված արտոնություններով: Կան ՉԼՄ-ներ, որոնք օգտվում են արտոնություններից շուկայի ծագման սկզբից եւեթ:

Այստեղ ՉԼՄ-ների 80 տոկոսը կենտրոնացած է նախագահի դստեր՝ Դարիգա Նազարբաեւայի ընտանիքի ձեռքում, չնայած «ՉԼՄ-ների մասին» օրենքում մենաշնորհացմանը խոչընդոտող դրույթի առկայությանը: Ռախատ Ալիեւի հետ Դարիգա Նազարբաեւայի ստեղծած հոլդինգի կազմում են՝ «Խաբար», «Ել Արնա», «ԿՏԿ», «ՆՏԿ», «Եվրասիա» հեռուստաընկերությունները, «Եվրոպա-այլուս»,

«Ռուսկոյե ռադիո», «Ռետրո» ռադիոկայանները, «Քարավան», «Նոր սերունդ» եւ մի շարք այլ թերթեր, ամբողջությամբ վերահսկվում է նաեւ գովազդային շուկան: Երկրում ընդհանրապես բացակայում է բազմակարծությունը, մի շարք քաղաքական կուսակցությունների եւ հասարակական գործիչների գործունեությունը գործնականում չի լուսաբանվում:

Այստեղ խնդիրը քաղաքական մոնոպոլիան է: Իշխանական Էլիտան անկեղծորեն հավատում է, որ մենաշնորհի իրավունք ունի տեղեկատվության, գաղափարախոսության տարածման հարցում, եւ որ ինքը հենց պետությունն է:

Չարավային Կովկաս

Ի՞նչ միտումներ են ուրվագծվում Չարավային Կովկասի երկրներում: Արդյո՞ք մամուլի կենտրոնացման աստիճանը նույնն է Հայաստանում, Ադրբեջանում եւ Վրաստանում: Երեք երկրներին էլ բնորոշ է ՉԼՄ-ի այնպիսի համակարգ, որտեղ հանրային կարծիքի վրա գերիշխում են խիստ վերահսկելի եւ հիմնականում իշխանության ձեռքում կենտրոնացած Էլեկտրոնային ՉԼՄ-ները, իսկ ցածր տպաքանակներով տպագիր մամուլը, որի որոշ ներկայացուցիչների կարելի է «ընդդիմության խոսափող» անվանել, սոսկ «բազմակարծության շղարշ» են ստեղծում: Թեեւ այս պարագայում անգամ իշխանությունն ամեն ինչ անում է դրանց բովանդակությունը վերահսկելու եւ «անհնազանդներին» սանձելու համար:

Ադրբեջան

Ինչպես Չարավային Կովկասի մյուս երկրները, Ադրբեջանը թույլ տնտեսությամբ, ազատ շուկայական հարաբերությունների եւ առողջ մրցակցության լիակատար բացակայությամբ երկիր է, որտեղ խոշոր բիզնեսը գտնվում է պետական չինովնիկների հսկողության տակ: Անկասկած, դա արտացոլվում է նաեւ զանգվածային տեղեկատվության սեկտորի վրա: Արդյունքում, ՉԼՄ-ի հետ մեկ շղթայով կապված բիզնեսը պետության ղեկավարության ներքո իր շահն է հետապնդում՝ ապահովում է իր գոյությունը՝ պաշտպանելով, հիմնականում, պետության շահերը, եւ հասարակական կարծիքը հակվում է նրա օգտին: Լինելով առաջին երկիրը նախկին ԽՍՀՄ տարածքում, որտեղ իշխանության ժառանգական փոխանցում տեղի ունեցավ, Ադրբեջանը չի հանդուրժում մամուլի ազատությունը: «Լրագրողներ առանց սահմանների» կազմակերպությունը Իլհամ Ալիևին բազմիցս ներառել է «մամուլի գիշատիչների» ցանկում, իսկ Լրագրողների պաշտպանության կոմիտեն Ադրբեջանը համարել լրագրողների համար վատագույն բանտը: Ձերբակալությունները՝ իբրեւ գրաքննության կոպտագույն ձեւ, լայն տարածում ունեն Ադրբեջանում: Իսկ դատարանները, որոնք գործադիր իշխանության լուռ հսկողության տակ են, զանգվածային կերպով անսանձ լրատվամիջոցների նկատմամբ մեծ տուգանքներ են սահմանում՝ փաստացի նրանց հասցնելով սնանկության: Ադրբեջանում մամուլի տպաքանակի 95 տոկոսը բաժին է ընկնում կառավարական կամ պրոկառավարական թերթերին: Թերթերը զրկված են գովազդից՝ որպես ֆինանսավորման հիմնական միջոցից: Թերթերում, հատկապես ընդդիմադիր, գովազդ տեղադրող ընկերությունները հետապնդվում են: Այս միջոցառումների շնորհիվ իշխանություններին հաջողվել է հսկողության տակ վերցնել թերթերի գերակշիռ մասը եւ մյուսներին դուրս մղել շուկայից (2004-ին երկրում կար 6600 թերթ եւ 100 ամսագիր, բայց ներկայումս դրանց կեսից ավելին լուծարված է կամ

ընդհանրապես չի հրատարակվում)⁶: Ֆինանսական ճգնաժամի պատճառով փակվող հրատարակությունների, խմբագրություններում կատարվող կադրային կրճատումների կողքին բուռն կերպով աճում է անլեգալ կերպով ֆինանսավորվող պրոկառավարական ՉԼՍ-ների թիվը:

Թերթերի տարածման մոնոպոլիան նույնպես անցել է «Գասիդ» պետական ընկերությանը, որը անհիմն կերպով ժամանակ առ ժամանակ բարձրացնում է տարածման գինը:

Ադրբեջանում ՉԼՍ-ները գիտեն թույլատրելիության սահմանը: Էլեկտրոնային ՉԼՍ-ները ավելի զգույշ են, քան տպագիր մամուլը: «Կարող է տպավորություն ստեղծվել, որ կոնկրետ ցուցումներ են տրվում, թե ինչ ասել ռադիոյով կամ հեռուստատեսությամբ, սպառնալիքներ կամ ճնշումներ են լինում: Սակայն իրականում հեռուստատեսության կամ ռադիոյի հետ առնչություն ունեցող անձինք միշտ կապեր ունեն կառավարական մարմինների հետ: Այդ պաշտոնները ստանձնելով՝ նրանք նախապես գիտեն, թե ինչ կարելու է ճիշտ ուղղություն ընտրել», - գրում է Ավեգ Ռուստամովը: Այսինքն՝ Ադրբեջանում չկա այնպիսի ռադիո կամ հեռուստաընկերություն, որը Յեյդար Ալիևի ժամանակ ընտրած լինելով իր ոճն ու աշխատանքի մեթոդները, փոխած լինի կողմնորոշումը: Մասնավոր հեռուստաընկերություններին այստեղ նոր լիցենզիաներ չեն տրվում, Առաջին ալիքը դեռ պետական է, եւ ղեկավարող անձինք անկախ չեն: Տրանսֆորմացիայի է ենթարկվել պետական 2-րդ ալիքը, բայց դրա մուտքը տարբեր պատճառաբանություններով իշխանությունը ձգձգում է: Ընդհանուր առմամբ, ամբողջ մամուլը բաժանված է այս կամ այն շահագրգիռ խմբերի միջև, որոնք կապեր ունեն իշխանությունների հետ:

Վրաստան

Վրաստանում իշխանության, փողի եւ մեդիայի փոխներթափանցման գործընթացը սկսվեց 1994-ից հետո, երբ «Իբերվիզիա» մասնավոր հեռուստաընկերության ղեկավար Չազա Շենգելիան նախ աշխատանքի անցավ նախագահ Շելվարդնաձեի գրասենյակում, ապա՝ 1995-ի խորհրդարանական ընտրություններից հետո, նշանակվեց Յեռուստառադիոպետկոմի նախագահ⁷: Իսկ գավառական «Ռուսթավի» հ/ը, ստանալով Շելվարդնաձեի կուսակցության գլխավոր քարտուղար, ապա ԱԺ խոսնակ Չուրաբ ժվանիայի աջակցությունը, տեղափոխվեց մայրաքաղաք Թիֆլիս եւ վերածվեց ազգային «Ռուսթավի - 2» հեռուստաընկերության, որը լոյալ էր ժվանիայի եւ նրա «երիտասարդ բարեփոխիչների» թիմի նկատմամբ: Պրոպագանդայի եւ «երիտասարդ բարեփոխիչների» ժողովրդականությունը խթանելու համար «Ռուսթավի - 2»-ը քաղաքական մեծ աջակցություն ստանցավ գովազդային շուկան յուրացնելու հարցում եւ «Վատ նորությունների» եւ քաղաքական մերկացումների շտրոհիվ դարձավ Վրաստանի ամենապոպուլյար հեռուստաընկերությունը: «Վատ նորություններում», անշուշտ, «լավ տղաներ» էին ժվանիան եւ իր թիմը:

1998-2003 թթ. Վրաստանում ձեւավորվում է ՉԼՍ-ի ազատության օլիգարխիական մոդել: Այդ օրվանից մինչ օրս Վրաստանում մամուլի ազատությունը կրում է կամայական բնույթ եւ կախված է բացառապես սեփականատիրոջ ցանկությունից: Մինչ հեղափոխությունը հեռուստատարածությունը ամբողջովին բաժանված էր խոշոր բիզնեսի եւ քաղաքական գործիչների միջև: «Ռուսթավի -

⁶ Аvez Рустамов, Электронные СМИ Азербайджана: Законодательство, тенденции и ситуация на сегодня, Состояние СМИ на Южном Кавказе, Сборник статей, Кавказский институт мира, демократии и развития, стр. 18-19.

⁷ Վրաստանի մամուլի մասին տեղեկությունները քաղված են georgiamonitor.org եւ [Gruzia Online](http://GruziaOnline) (<http://apsny.ge/>) կայքերից:

2»-ի սեփականատերը պառլամենտի խոսնակ, ապագա ընդդիմադիր գործիչ Չուրաբ Ժվանիայի համախոհ Էրոսմի Կուցմիրաշվիլին էր, «9-րդ ալիք»-ը պատկանում էր ռուսաստանցի գործարար Բիծինա Իվանիշվիլուն, որը ընդգծված կերպով չէր ցանկանում խառնվել քաղաքականությանը, «Իբերիա» հեռուստաընկերությունը պատկանում էր կապի նախարար Ֆրիդոն Ինջիային: Փոխելով մի քանի սեփականատեր՝ «Իբերիան» անցավ խոշոր ծխախոտ ներկրող Չազա Օկրուաշվիլու՝ պրոռուսական «տեղական իշխան», Աջարիայի ղեկավար Ասլան Աբաշիձեի ազգականի «Օմեգա գրուպ»-ին:

«Իմեդի» հիմնադրել էր ռուսաստանցի օլիգարխ Բադրի Պատարկացիշվիլին: «Ազեն» ֆինանսավորում էր Շեվարդնաձեի թիմակիցներից Վանո Չխարթիշվիլին, որը ստիպված եղավ վաճառել այն հեղափոխությունից հետո:

Մինչհեղափոխական իրավիճակն այնպիսին էր, որ իր պաշտոնավարման վերջին շրջանում՝ 2001-2003, Շեվարդնաձեն կորցրել էր վերահսկողությունը բոլոր ոլորտների, այդ թվում եւ ՉԼՄ-ի վրա: Եւ նախահեղափոխական օրերին բոլոր ալիքներով քաղաքական բաց քննարկումներ եւ բանավեճեր էին ընթանում՝ հավասարապես ձայն տալով ընդդիմությանը, միայն «Ռուսթավի -2»-ն էր ակնհայտ պրոպագանդա անում հեղափոխականների՝ Ժվանիա-Սահակաշվիլի-Բուրջանաձե թիմի օգտին, մյուսները պարզապես լուսաբանում էին՝ առանց կարծիք հրամցելու:

Սակայն «Վարդերի հեղափոխությունից» հետո իշխանության եկավ մի կառավարություն, որն ավելի հանգամանորեն էր վերահսկում մամուլը: «Իբերիա» մեդիա հոլդինգը՝ բաղադրված էր հ/ը-ից, թերթից, ամսագրերից, գրահրատարակչությունից եւ տպարանից, դադարեց գործել, որովհետեւ նրա սեփականատեր, բիզնեսմեն Չազա Օկրուաշվիլին «չէր սատարում» «Վարդերի հեղափոխությանը»: Վրաստան վերադարձած հայտնի վրացի գործարար Բադրի Պատարկացիշվիլու «Իմեդի» մեդիա հոլդինգը (հեռուստաընկերություն, ռադիոընկերություն, թերթեր, տեխնիկական ապահովման ծառայություններ, գովազդային ծառայություն) լուրջ մրցակից դարձավ «Ռուսթավի -2»-ին իր անկանխակալության շնորհիվ, որովհետեւ սեփականատեր Պատարկացիշվիլին անձամբ չէր միջամտում հեռուստաընկերության կամ թերթերի խմբագրական քաղաքականությանը եւ ուրիշներին էլ թույլ չէր տալիս իր ՉԼՄ-ներն օգտագործել քաղաքական նպատակներին հասնելու համար: Բայց 2007 թ. նոյեմբերի 7-ին հեռուստաընկերության վրա հատուկ ջոկատայինների հարձակումից հետո (ընդդիմության ցույցը ուղիղ եթերում ցույց տալու համար) «Իմեդի» դարձավ իշխանություններին միանգամայն ենթակա հեռուստաընկերություն, որը իր կողմնապահության համար ժողովրդի շրջանում ստացավ «Ռուսթավի - 3» անվանումը:

«Վարդերի հեղափոխությունից» հետո ՉԼՄ-ի վերադասավորումը տեղի ունեցավ «հեղափոխական սեփականագրված» հատուկ ծառայությունների ներխուժումների արդյունքում «Իբերիա»-ից բացի փակվեց «202» հեռուստաընկերությունը (վերջինը ստեղծվել էր Յաշվանդամների միության կողմից, տնօրենը Սահակաշվիլու նախկին կողմնակից Շավա Ռամիշվիլին էր, որը 2005-ին ձերբակալվեց իշխող կուսակցության պատգամավորներից մեկից 100.000 դոլար պահանջելու մեղադրանքով՝ իր անօրինական բիզնեսի մասին հետաքննությունը չցուցադրելու համար), իսկ Աջարիայի ինքնիշխանության վերացումից հետո՝ 2004-ին, հեղափոխությանն աջակցած «Ռուսթավի - 2»-ը զավթեց աջարական հեռուստատեսության եւ նրա թբիլիսյան բյուրոյի ամբողջ տեխնիկան՝ 250.000 եվրո արժողությամբ: «9-րդ ալիք»-ի սեփականատեր Բիծինա Իվանիշվիլին անձամբ դադարեցրեց հեռուստաընկերության աշխատանքը եւ տեխնիկան տվեց «Ռուսթավի -2»-ին:

Հեռուստաալիքների ունեզրկումը տեղի էր ունենում ոչ միայն բռնության, այլեւ լիցենզավորման կանոնների մանիպուլացման միջոցով: Այդ ճանապարհով

ետ վերցվեց լրագրողների «Օբյեկտիվ» ստեղծագործական միավորման լիցենզիան, իսկ «Մաեստրո» հեռուստաընկերությանը տրվեց «սահմանափակ» լիցենզիա. այն իրավունք չունեի պատրաստել եւ տարածել տեղեկատվական հաղորդումներ (հետագայում միջազգային կառույցների ճնշման տակ «Մաեստրոն» քաղաքական հաղորդումների հեռարձակման թույլտվություն ստացավ, բայց նրա սփռումը սահմանափակվում է Թբիլիսիի մի մասով, այն դիտել կարելի է միայն արբանյակային հեռարձակմամբ):

«Իմեդի» վրա կատարված հարձակումից հետո ավարտվեց էլեկտրոնային ՉԼՄ-ի նկատմամբ իշխանության վերահսկողության հաստատման գործընթացը: Փակված հեռուստաընկերությունների փոխարեն բացվեցին նորերը՝ իշխանությունների ամբողջական վերահսկողությամբ: Պաշտպանության նախարարությունը ստեղծեց «Սաքարթվելո» ռազմական հեռուստաալիքը, Հարավային Օսիայում հեռարձակվեց «Ալանիան», ՆԳՆ-ն ստեղծեց «Ռեալ TV»-ն (բնականաբար, ձեւականորեն նրանց անունները չկան հիմնադիր փաստաթղթերում):

«Ռուսթավի - 2»-ի սնանկացումից հետո, իսկ ավելի ճիշտ՝ նրա սեփականատեր Էրոսի Կիցմարիշվիլու քաղաքական ամբիցիաները «մերկացնելուց» հետո, ընկերությունն անցավ Վրաստանի քաղաքական ղեկավարության ձեռքը: Եվ հիմա չեն դադարում խոսակցությունները, թե ով է Վրաստանի ամենաազդեցիկ հեռուստաընկերություններից մեկի՝ «Ռուսթավի - 2»-ի կամ Պատարկացիշվիլուց խլված «Իմեդի» իրական սեփականատերը: Ներկայում «Ռուսթավի - 2»-ի սեփականատերերն են հեռուստաընկերության գլխավոր տնօրեն Իրակլի Չիկովանին (30%), «Գեոմեդիա գրուպ» ընկերությունը (40%) եւ Մարշալյան կղզիներում գրանցված «Վրաստանի արդյունաբերական խումբը» (30%): Այս ցուցակում հայտնի չէ նրանց անունները, ովքեր կանգնած են «Գեոմեդիա գրուպ»-ի ետեւում: Ինչ վերաբերում է «Վրաստանի արդյունաբերական խմբին», ապա դրա սեփականատերը բիզնեսմեն եւ կառավարող կուսակցության ցուցակով ընտրված պատգամավոր Դավիդ Բեգուաշվիլին է, վրացական հետախուզության ղեկավար Գելա Բեգուաշվիլու հարազատ եղբայրը:

Սահակաշվիլու՝ ընդդիմության ճամբար անցած նախկին կողմնակիցների հայտարարությունների համաձայն՝ «Իմեդի» հոլդինգի տարբեր ընկերությունների վերահսկիչ փաթեթները կեղծ անձանց եւ կեղծ ընկերությունների միջոցով «ձեռք է բերել» ինքը՝ նախագահը, եւ այդ ընկերությունները գրանցված են օֆշորային գոտիներում:

Ընդդիմությանը Վրաստանում «սատարում է» երկու հեռուստաընկերություն՝ «Մաեստրոն» եւ «Կավկասիան»: Փաստացի բոլոր հեռուստաընկերությունները, բացի հարաբերականորեն չեզոք Առաջին ալիքից, կախված են իրենց սեփականատերերի կամքից, որոնք, որպես կանոն, հստակ դիրքորոշում ունեն. դրանք կամ կառավարամետ են կամ ընդդիմադիր: Երկրում չկա որեւէ հեռուստաընկերություն, որը չփոխվի՝ կախված նրանից, թե ով է իշխանության ղեկին:

Վրաստանում անգամ մամուլի տարածման ցանցը «չի վրիպել» իշխանությունների ուշադրությունից: Թբիլիսիի քաղաքապետարանը կրպակների ցանց է ստեղծել՝ մտադիր լինելով փողոցներից քշել անհատ-թերթավաճառներին, որոնք մամուլի համար իրենց թերթերը տարածելու շահավետ միջոց են: Իրենց միջոցներով տարածման այլընտրանքային ցանց թերթերը չեն կարող ստեղծել, մանավանդ որ կրպակների տեղադրման թույլտվությունը դարձյալ քաղաքապետարանը պիտի տա, ինչը քիչ հավանական է:

Առհասարական գովազդից եկամուտները, որոնք կարող են բարելավել ՉԼՄ-ի վիճակը, խիստ սահմանափակ են: Եվ դա փոխհատուցվում է, օրինակ, նրանով, որ իշխանությունը խոշոր հեռուստաընկերություններին «գիջում է» հարկային պարտքերը՝ այդպիսով կողմնակիորեն ֆինանսավորելով իր վերահսկողության

տակ գտնվող էլեկտրոնային լրատվամիջոցներին: Փոխհատուցման մեկ այլ տեսակ է թաքնված գովազդը եւ իշխանության առանձին ճյուղերի կողմից այն հեռուստահաղորդումների ֆինանսավորումը, որոնք լուսաբանում են իրենց գործունեությունը: Պատկերի ամբողջականացման համար պետք է նշել, որ հաճախ են բողոքներ լինում այն կապակցությամբ, որ գովազդատուներին ուղղակիորեն արգելում են գովազդ տեղադրել իշխանությունների նկատմամբ ոչ լոյալ վերաբերմունք ունեցող ՉԼՄ-ներում:

Հայաստան

ՉԼՄ-ի կենտրոնացման գործընթացը Հայաստանում սկսվեց 1998թ.-ից հետո, դարձյալ՝ հեռուստատեսությունից: Եվ դարձյալ՝ իշխանությունների անմիջական մասնակցությամբ: Արդեն հեռարձակվող հեռուստաընկերությունները սահուն կերպով յուրային դարձան, իսկ նոր լիցենզիաների սեփականատերերը հատուկ ընտրվեցին. դրանք բաշխվեցին իշխանության թիմի օլիգարխների եւ գործարարների միջեւ, որոնք նաեւ խորհրդարանում էին. քաղաքական կապիտալը մուտք գործեց հեռուստատեսություն: Կամովին-հարկադրաբար սեփականացնելով մասնավոր հեռուստաընկերությունները՝ խոշոր օլիգարխները, ինչպես պատկերավոր բնութագրում է հեռուստառեժիսոր Արա Շիրինյանը, «իրավունք ստացան այն աստիճանի զվարճանալ եւ իրենց ազատություն տալ կոմերցիայի եւ գովազդի հարցում, որ նորմալ հեռուստադիտողի սիրտն արդեն խառնում է Էկրանի առաջ»⁸:

Ամենախոշոր մեդիա հոլդինգը Հայաստանում՝ «ՍԻ Եւ Մեդիա սիթի»-ն, մինչ 2012 թվականը պատկանում էր Սարգսյանների ընտանիքին: Նրանք տնօրինում էին երեք հեռուստակապուղի («Արմենիա», «Արմնյուզ», «Թի վի 5»), «ՍԻ-Եւ» տպագրատունը՝ «TVմոլ», «Ես» եւ «Նանե» պարբերականներով, մեկ ռադիոկայան եւ «Հայֆիլմ» կինոստուդիան, որը վերանվանվեց «ՍԻ-Եւ ֆիլմ»: Նրանց է պատկանում նաեւ CNN-ի վերահեռարձակման իրավունքը: Ընդ որում՝ «Արմնյուզի» հիմնադիր ընկերություններից մեկում բաժնեմաս ունեւ ԱԺ պատգամավոր, Հանրապետական կուսակցության անդամ Հարություն Փամբուկյանը⁹, իսկ «Արմենիա»-ում՝ ամերիկահայ գործարար Ջերալդ Գաֆեսնյանը: Սակայն հաճախությունների լիցենզավորման 2010 թ. դեկտեմբերի մրցույթից առաջ բաժնետերերի փոփոխություն տեղի ունեցավ երկու հեռուստաընկերություններում էլ, եւ Փամբուկյանի ու Գաֆեսնյանի բաժնեմասերը փոխանցվեցին օֆշորային գոտում գրանցված «Բենեթ գրուպ» ընկերությանը: 2012-ի տարեմուտից առաջ հայտարարվեց, որ «ՍԻ Եւ Մեդիա սիթի»-ն վերանվանվել է «Պանարմենիան Մեդիա հոլդինգ», որի կազմում ընդգրկված է երեք հեռուստաընկերություն՝ «Արմենիա TV», «Արմնյուզ» եւ ATV, մեկ ռադիոընկերություն՝ «ԱրմՌադիո» եւ նախկին «ՍԻ-Եւ» տպագրատունը: «Թի վի 5»-ը կապուղի չստացավ հաճախությունների համար մրցույթում: Թե ովքեր են «Պանարմենիան Մեդիա հոլդինգ»-ի բաժնետերերը, առայժմ անհայտ է: Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի ազգային հանձնաժողովը անգամ հերքում է նման հոլդինգի գոյությունը՝ պարզաբանելով, թե նշված հեռուստաընկերությունները ինքնուրույն իրավական կազմակերպություններ են եւ միավորված չեն որեւէ հոլդինգի կազմում: Այնինչ հոլդինգի մասին փակ խնջույքի ժամանակ հայտարարել էին հենց իրենք՝ նշված լրատվամիջոցների տնօրենները: Տարբեր լրատվամիջոցների նման միավորումը խախտում է

⁸ Ара Ширинян, Телевидение Армении, или жизнь в Зазеркалье, Состояние СМИ на Южном Кавказе, Сборник статей, Кавказский институт мира, демократии и развития, стр. 30.

⁹ Հայկական հեռուստաընկերություններում սեփականության բաշխման մասին մանրամասն տես՝ Էդիկ Բաղդասարյան, Հայկական եթերի հետքերով, 17.05.2010, <http://hetq.am/am/media/broadcast/>:

«Յեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի 18-րդ («Յակամենաշնորհային երաշխիք») հոդվածը, որով սահմանվում է, որ. 1. Իրավաբանական անձինք կարող են ունենալ եթերային հեռարձակում իրականացնող ոչ ավելի, քան մեկ հեռուստաընկերության եւ մեկ ռադիոընկերության լիցենզիա, 2. Ֆիզիկական անձինք եւ նրանց հետ փոխկապակցված անձինք կարող են դառնալ ոչ ավելի, քան եթերային հեռարձակում իրականացնող լիցենզավորված երկու անձի (մեկ հեռուստաընկերության եւ մեկ ռադիոընկերության) հիմնադիր եւ (կամ) մասնակից:

Երկրորդ տեղում «Մեդիա սթայլ» հրատարակչատունն է՝ համեմատաբար նոր խաղացող մեդիայի դաշտում: Հրատարակչատան հիմնադիրը գործարար Արման Սահակյանն է՝ նախագահ Սերժ Սարգսյանի աշխատակազմի ղեկավարի նախկին առաջին տեղակալ Միքայել Մինասյանի ընկերը: «Մեդիա Սթայլ»-ը գործունեությունը սկսեց «90 րոպե» ֆուտբոլային շաբաթաթերթի թողարկմամբ 2006 թ., 2007 թ. լույս տեսավ «Կապիտալ» բիզնես շաբաթաթերթը, որը 2008թ. հունվարից դարձավ օրաթերթ (առայժմ Հայաստանի միակ բիզնես օրաթերթը): Այս հրատարակչատունն է տպագրում նաեւ «Business Class» ամսագիրը, տեղեկատվական-վերլուծական ԹԵՐԹ.am կայքը, «cdaily» էլեկտրոնային թերթը, armsport.am ինտերնետային կայքը: «Մեդիա սթայլ»-ինն է 100.6 FM հաճախության հեռարձակման իրավունքը՝ ռադիո «Ավրորան», եւ, որ ամենակարելին է, մամուլի տարածման «Պրես ստենդ» գործակալությունը՝ խոշորագույնը Հայաստանում: Նա նաեւ «Հայ TV»-ի հիմնադիրն է:

ՉԼՄ ունի նաեւ ԱԺ պատգամավոր, «Գրանդ հոլդինգի» նախագահ Հրանտ Վարդանյանը: Նա «Ար» հեռուստաընկերության սեփականատերն է: Տնօրինում է բաժնետոմսերի վերահսկիչ փաթեթը:

Յեռուստադաշտի մյուս գործող անձինք թեւ տնօրինում են մեկական հեռուստաալիք, բայց դարձյալ կապված են քաղաքական եւ բիզնես շրջանակների հետ: «Հայկական երկրորդ» հեռուստաալիքի 50%-ի բաժնետերը գործարար, էլիտար շենքերի շինարարության բիզնեսով զբաղվող Սամվել Մայրապետյանն է: Նա փոխվարչապետ, տարածքային կառավարման նախարար, նախկինում՝ նախագահ Զոհարյանի աշխատակազմի ղեկավար Արմեն Գեւորգյանի մտերիմ ընկերն է: Յեռուստաընկերության մյուս 50%-ի բաժնետեր Նատալյա Մարտինյանի անունը կապվում է հենց փոխվարչապետի հետ: Մամուլում այդ մասին հրապարակումները նա ոչ հաստատել է, ոչ էլ՝ հերքել:

«Դար 21» հեռուստաընկերությունը թեւ քաղաքական հաղորդումներ չի հեռարձակում, բայց կապուղին պատկանում է Հանրապետական կուսակցության անդամ Աշոտ Աղաբաբյանի ընտանիքին:

«Կենտրոն» հեռուստաընկերության հիմնադիր «Մուլտի Մեդիա-Կենտրոն Թիվի» ընկերությունը պատկանում է ԱԺ պատգամավոր, «Բարգավաճ Հայաստան» կուսակցության ցուցակով պատգամավոր Մուրադ Գուլոյանին, որը պատգամավոր, նույն կուսակցության նախագահ, օլիգարխ Գագիկ Ծառուկյանի ինամին է: Յեռուստաընկերության փաստացի սեփականատերը Գագիկ Ծառուկյանն է: Տարբեր հարցազրույցներում նա դա չի հերքել, այդ մասին խոսում է նաեւ հեռուստաընկերության բովանդակությունը: Նախկինում ՄԱԿ կուսակցության նախագահ Գուրգեն Արսենյանին պատկանող այս հեռուստաընկերությունը պարտադրաբար վաճառվեց Մուրադ Գուլոյանին, որովհետեւ Արսենյանն անցել էր «թուլյատրելի սահմանը»՝ եթերում ցուցադրել էր 2004 թ. ապրիլի 12-ի լույս 13-ի գիշերը խաղաղ հանրահավաքի ցրման արարողության կադրերը:

1994 թ. Գյումրիում հիմնադրված եւ հետո Երեւան տեղափոխված «Շանթ» հեռուստաընկերությունը սկզբում անկախ եւ օբյեկտիվ հեռուստաընկերության համբավ ուներ, սակայն հետագայում նա էլ ընդունեց «խաղի կանոնները»:

Հիմնադիրներից Արթուր Եզեկյանը տնօրինում է հեռուստաընկերության բաժնետոմսերի 52%-ը, մնացած 48%-ը պատկանում է Գերմանիայում բնակվող իրանահայ գործարար Արմեն Մինասին:

Հայաստանի թերթային շուկայում ձեռավորված մոնոպոլիաներ չկան: Թեև թերթ հրատարակելը եղել է մնում է քաղաքական, ոչ թե տնտեսական բիզնես, օլիգարխները թերթ ձեռք բերելով հետաքրքրված չեն: Նախ՝ տպագիր մամուլը ցածր տպաքանակի պատճառով չի ազդում հանրային կարծիքի վրա, երկրորդ՝ իշխանությունն առանց օլիգարխների օգնության էլ կարողանում է «լեզու գտնել» տպագիր մամուլի հետ: Գովազդային եկամուտներից գրեթե զուրկ ընդդիմադիր թերթերը պահպանում են ավելացնում են իրենց տպաքանակները ծայրահեղ ընդդիմադիր ընտրազանգվածի եւ այն քաղաքական գործիչների ու պաշտոնյաների հաշվին, ովքեր այդ թերթերը գնում են՝ տեսնելու, թե այս անգամ ում են հայհոյել: Իսկ կառավարամետ թերթերը եկամուտների մասին չեն էլ մտահոգվում. իրենց տպագրության եւ աշխատավարձի ծախսը հոգացողներ, պարտադիր բաժանորդագրությունն ապահովողներ կան: Չափավոր ընդդիմադիր կամ իրենց անկախ համարող թերթերն էլ մանելում են երկու ճամբարների արանքում, համառողները ստիպված են ընտրել թերթը փակելու տարբերակը: Որովհետև Հայաստանում էլ, ինչպես Վրաստանում, գովազդատուներին ուղղորդում են՝ որ ՉԼՄ-ներում գովազդ տեղադրել:

Գործարարների կողմից տպագիր մամուլի ձեռքբերման միակ դեպքը Հայաստանում «Ազգ» օրաթերթն է: Մոսկվացի գործարար Արա Աբրահամյանը, որի ընտանիքը քաղաքական եւ տնտեսական շահեր ունի Հայաստանում (եղբայրները ԱԺ պատգամավորներ են եւ բիզնեսմեններ), 1998 թ. դառնալով օրաթերթի 5-րդ բաժնետերը, չի հետաքրքրվում թերթի ճակատագրով. ոչ ներդրումներ է անում, ոչ զարգացնում, թեև թերթն իր բաժնեմասը վաճառել էր ֆինանսական մուտքեր ապահովելու հույսով:

Եզրակացություն

Մամուլի ոլորտում մոնոպոլիաների գոյությունը, ինչպես տնտեսության մեջ, չի խթանում ազատ մրցակցությունը եւ մարդկանց զրկում է տեղեկատվության աղբյուրների ընտրության հնարավորությունից: Կենտրոնացվելով մազնատների կամ քաղաքականապես մոտիվացված անձանց ձեռքում՝ մամուլը ներկայացնում է մասնավոր շահեր, հետեւաբար անարդարացի է «այն հռչակել որպես ժողովրդի ներկայացուցիչ եւ կառավարության հսկիչ»¹⁰: Եզրակացությունն ինքնաբերաբար է առաջանում՝ այդ դեպքում ՉԼՄ-ի մասին պատկերացումն իբրև «չորրորդ իշխանության» չափազանցված է եւ շատ առումներով՝ սխալ: Ինչպես կարծում է ռուս տեսաբան Յասեն Չասուրսկին. «Ժուռնալիստիկան ազդեցիկ է: Սակայն նրա ազդեցությունը «գործիքային» բնույթ ունի, երբ այն հանդես է գալիս իբրև պետական իշխանության դիրքորոշումների եւ մոտեցումների ուղեկցորդ («օրգան») (հատկապես բռնատիրության պայմաններում՝ առանց ընդդիմության), եւ երբ այն հայտնվում է մեդիա-մազնատների ձեռքում, որոնք ՉԼՄ-ի միջոցով իրենց նեղ շահադիտական խնդիրներն են լուծում»¹¹: Մամուլի դաշտում մոնոպոլիաների ձեռավորումը կանխելու համար պետք է օրենսդրական արգելք կամ սահմանափակում մտցնել: Արեւմտյան մի քանի երկրներում արդեն նման քայլեր ձեռնարկվել են: Մեծ Բրիտանիայում, օրինակ, մեկ ֆիզիկական անձը իրավունք չունի ունենալ երկու եւ ավելի հեռարձակման լիցենզիա, եթե այն ընգրկում է հեռուստալսարանի 15%-ը: ԻՍԿ թերթի սեփականատերը, որի

¹⁰ Э. Деэннис, Дж. Мэррил. Беседы о масс-медиа, М., 1997, с. 48.

¹¹ Մեջբերումն ըստ՝ Е.П. Прохоров, Журналистика и демократия, стр. 30.

տպաքանակը կազմում է համազգային տպաքանակի 20 եւ ավելի տոկոսը, իրավունք չունի ձեռք բերել անալոգային հեռուստատեսություն: Այսինքն՝ չի կարելի մեկ ձեռքում կենտրոնացնել մեկ խոշոր թերթ եւ հեռուստատեսություն: Հետաքրքիր է Հունաստանի օրինակը, որտեղ ֆիզիկական անձի ազգականները՝ մինչեւ 5-րդ սերունդ, ովքեր հեռուստա կամ ռադիոհեռարձակման լիցենզիայի փաթեթ ունեն, մեկ այլ՝ նման լիցենզիա ստանալու իրավունք չունեն: