

ԺՈՒՌՆԱԼԻՍՏԱԿԱՆ ԻՆՔՆԱԿԱՐԳԱՎՈՐՄԱՆ ԳՈՐԾՆԹԱՑԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ.  
ՄԵԽԱՆԻԶՄՆԵՐՆ ՈՒ ԳՈՐԾԱՌՈՒՅԹՆԵՐԸ

«Միշտ ավստսել են, որ գոյություն չունի լրագրողների յուրատեսակ գիլդիա, որի խնդիրը կլիներ մասնագիտության պահանջների պաշտպանությունը և այդ ազատությունից անհրաժեշտաբար բխող պարտականությունների վերահսկումը»:

Ալբեր Բամյու

Էթիկական ժուռնալիստիկայի ձևավորման համար խիստ կարևոր են ինքնակարգավորման մեխանիզմները: Հաշվի առնելով լրատվամիջոցների՝ օրեցօր մեծացող ազդեցիկ դերը հասարակության վրա, ավելի ու ավելի է կարևորվում լրատվական միջավայրի էթիկական ինքնակարգավորման խնդիրը: Ամեն մի լրագրող միշտ իր վրա զգում է կողմնակի հայացքներ, քանզի նրա աշխատանքի արդյունքը քննում են թե՛ հասարակության անդամները, թե՛ իր գործընկերները: Սակայն քիչ չեն այն դեպքերը, երբ ցանկությունները չեն համապատասխանում ընդհանուր նորմերին, միջոցները հակազդում են նպատակներին: Բնականաբար, այս իրավիճակում դժվար է կանխատեսել, թե վարքի որ ստերեոտիպերը կընդունվեն անհատի կողմից: Ոչ ոք ի վիճակի չէ գործել խելամիտ՝ առանց իր մասին գոնե նվազագույն իմացությամբ: Այդ իսկ պատճառով նրա կենսագործունեության կարևոր նախապայմանը ինքնաճանաչումն է, այլ կերպ ասած՝ անհատի կողմից իր սեփական գործողությունների, ապա դրանց արդյունքների, բարոյական կերպարի ու հետաքրքրությունների, կյանքում իր սեփական տեղի ու դերի ճանաչումն ու գնահատումը: Եթե անհատի համար ինքնաճանաչման մակարդակը կախված է այն բանից, թե իր գործունեության մեջ ինչ տեղ է զբաղեցնում հասարակական պարտք հասկացությունը, ապա լրագրողի պարագայում այդ փոխհարաբերությունն էականորեն բարդանում է: Ժուռնալիստական գործունեության երկակիությունը, ներքին տարածայնությունը լրագրողին կանգնեցնում են երկընտրանքի առաջ, որն այդ ճանապարհով լուծելի չէ: Բանն այն է, որ հասարակական պարտքը լրագրողի առջև կարող է կանգնել տարբեր դրսևորումներով՝ որպես մասնագիտական և ծառայողական պարտք: Սակայն այս երկուսը միշտ չէ, որ փոխհամաձայնեցված են: Ուստի, հաշվի առնելով ինքնակարգավորման անհրաժեշտությունը՝ լրագրողները կանգնում են իրական արժեքների ինքնուրույն ընտրության առաջ, ասել է, թե՛ հասարակական պարտքի որ տեսակն է համապատասխանում մարդկային ընդհանուր բարոյական չափանիշներին՝ մասնագիտական, թե՞ ծառայողական պարտքը:

Գործնականում լրագրողի ինքնակարգավորման գործընթացը ենթադրում է **«ինքնակազմակերպում, ինքնատիրապետում և ինքնադեկավարում**: Եթե ինքնակազմակերպման շնորհիվ որոշակի ռազմավարություն է մշակվում ժուռնալիստական նյութի պատրաստման համար, ապա ինքնատիրապետման ֆունկցիան այս կամ այն խնդրի լուծման որակական ստուգումն է, հնարավոր տարածայնություններից խուսափելու ձգտումը: Տարածայնությունների բացառումն էլ հնարավոր է դառնում շնորհիվ ինքնադեկավարման»:

Ինքնակարգավորումը մի կողմից ենթադրում է լրագրողների գործունեության անկախություն, հատկապես երկրում ստեղծվող քաղաքական ճգնաժամային պայմաններում, իսկ մյուս կողմից այդ անկախության հետևանքով ավելանում է լրագրողի պաշտպանվածության հարցը: Սա ամենակարևոր պահանջն է, որը կարծես շատ դեպքերում մոռացվում է կամ, առհասարակ, անտեսվում: Եթե այսօր այդքան շատ է կարևորվում լրագրողի ինքնադեկավարումը, ապա նույնը չի կարելի ասել խորհրդային ժամանակաշրջանի մասին, երբ տիրող դասակարգի՝ Կոմկուսի գաղափարախոսության պայմաններում չէր կարող խոսք լինել ազատ մամուլի, ազատ մտածողության մասին, ինքնուրույն որոշումներ կայացնելու մասին: Կոմունիստներն այն կարծիքին էին, որ ԶԼՄ-ների վրա

հսկողություն պետք է սահմանի միայն պետությունը: Այս պարագայում ազատ մամուլի մասին երազելն անգամ անհնար էր: Չէ՞ որ լրատվամիջոցների ֆինանսավորումն ամբողջությամբ պետությունն էր իրականացնում: Թեև ժամանակները փոխվեցին, և ծայրահեղ ազատականները կարծում էին, որ շուկան է պայմանավորում լրատվամիջոցների լավ աշխատանքը, մրցակցությունը, այնուամենայնիվ, ակնհայտ է, պետության դերակատարությունը տարբեր գործընթացների իրականացման ու վերահսկման հարցում: Բազմաթիվ օրենքների միջոցով ապահովվում է տնտեսական մրցակցությունը, մարդու իրավունքների պաշտպանությանը (թեև դրանք ոչ միշտ են լիարժեք ու կատարյալ): «Իսկ զանգվածային լրատվամիջոցների առումով արտաքուստ թվացյալ «անկախության» պայմաններում պետությունը ստեղծում է այնպիսի պայմաններ, որ լրագրողները և լրատվամիջոցների սեփականատերերն իրենց վրա կրեն «սոցիալական պատասխանատվությունը»: Այնտեղ, որտեղ հնարավոր է մամուլի գծով խորհուրդների գործունեությունը, ժուռնալիստներն իրենք պետք է շահագրգիռ լինեն վերջիններիս ստեղծմանը, հակառակ դեպքում նման կառույցներ կարող է ստեղծել հենց պետությունը»: Միգուցե այնքան էլ վատ չէ, որ պետությունն այս կերպ է գործում, բայց ոլորտի կարգավորման հարցում գլխավոր դերակատարություն չպետք է ունենա: Ավելին, ինքնակարգավորման համակարգում կարևոր դերակատարություն պետք է ունենա հենց դեռնթուրգիան՝ ժուռնալիստական էթիկան, որը, հանդիսանալով «որակի վերահսկիչ», լրագրողների և լրատվություն իրականացնողների հասարակությանը ծառայելու լավագույն երաշխավորն է:

Ցանկացած լրագրող պետք է գործի խիստ արտահայտված իրավական միջավայրում, հակառակ դեպքում նա կարող է հայտնվել այնպիսի ոչ ցանակալի իրավիճակում, երբ հասարակությանը ստույգ, հավաստի տեղեկատվություն տրամադրելու փոխարեն կիրականացնի այդ նույն հասարակության համար անընդունելի տեղեկատվական «արարքներ»: Ժուռնալիստական տարբեր ընկերությունների շրջանում ինքնակարգավորումը բավական ազդեցիկ դեր ունի: Ուստի և, այն պնդումը, որ լրագրողների գործունեությունը պետք է կարգավորվի հենց պետության կողմից, ոչ հաճախ պայմանավորված է հենց լրագրողների ոչ ճշգրիտ, մտացածին, պատվիրված հրապարակումների առկայությամբ: Սա մի կողմից հասկանալի է՝ հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ այսօր, ցավոք, կան լրագրողներ, ովքեր «հակում» ունեն նմանատիպ հրապարակումներ հեղինակել: Մյուս կողմից էլ կարելի է նկատել, որ խոսքի և մամուլի ազատությունը բացարձակ չէ, և բոլոր իրավական համակարգերում, ելնելով պետական, կոլեկտիվ և մասնավոր շահերից, թույլատրելի է լրատվամիջոցների հաղորդագրությունների, գործունեության նկատմամբ որոշակի հսկողությունը: Նման հսկողությունն իրականացվում է ուղղակի կարգավորման տարբերակով՝ սահմանադրական, օրենսդրական տարբեր դրույթներով, դատական իշխանությունների կողմից: Այդ իսկ պատճառով լրագրողական դաշտը կարգավորելու և հասարակության աչքում լրագրողների հեղինակությունը բարձրացնելու համար կարևորվում են ինչպես ժուռնալիստական վարքականոցների կանավոր ընդունումը, այնպես էլ ինքնակարգավորման հատուկ մեխանիզմների ձևավորումը, ինչպիսիք են՝ *մամուլի խորհուրդները, մամուլի օմբուդսմենը, լրագրողական կազմակերպություններն ու լրագրողական միությունները, խմբագրական կոլեգիան*: Նշվածներից առավել տարածված և գործող մեխանիզմներն են՝

□ ՄԱՍՈՒԼԻ ԽՈՐՀՈՒՐԴՆԵՐ

Նմանատիպ խորհուրդներ գործում են աշխարհի ոչ բոլոր երկրներում: Դրանք զբաղվում են հասարակության կողմից ներկայացվող բողոքների քննմամբ՝ կապված այս կամ այն հրապարակման հետ, և անհրաժեշտության դեպքում համապատասխան որոշում են ընդունում: «Բոլոր լրագրողների նկատմամբ, ովքեր խախտել են մասնագիտական էթիկայի այս կամ այն սկզբունքը, մամուլի խորհուրդը կարող է տարբեր սանկցիաներ կիրառել՝ հրապարակայնորեն պարսավել և հերքման պահանջ ներկայացնել»: Օրինակ՝ օրենքի երկիր համարվող Շվեդիայում մամուլի ինքնակարգավորման ավանդույթը

բավական հին է: Այստեղ 1916թ-ին հիմնվեց Եվրոպայում առաջին Մամուլի խորհուրդը, որը գործում է «կամավոր հիմունքներով և ֆինանսավորվում է Լրագրողների միության և թերթարդյունաբերության կողմից»: Առհասարակ, շվեդական, նորվեգական, հոլանդական խորհուրդները համարվում են առավել ազդեցիկները, քանզի համալրված են մամուլի հետ կապ չունեցող անձանցով: Դրանց նախագահները հիմնականում իրավաբաններ են: Հայաստանում իրավիճակն այլ է: Այստեղ, ինչպես Իսպանիայում և մի շարք այլ երկրներում, չկան մամուլի հատուկ ինքնակարգավորման մարմիններ: Լրագրողները սահմանափակվում են միայն երկրում գործող էթիկայի կանոնագրերով, միջազգային տարբեր իրավական այլ ակտերով: Երևանի մամուլի ակումբի կողմից արվում են քայլեր՝ ոլորտին վերաբերող որոշակի ինքնակարգավորման մեխանիզմներ ձևավորելու համար: Սակայն գործընթացը սաղմնային վիճակում է և կատարյալ չէ: Ակումբի կողմից 2007թ-ի մարտին ստեղծվեց ինքնակարգավորման մարմին՝ Դիտորդ մարմին անվամբ, որը փորձնական բնույթ է կրում և ներկայումս զբաղվում է այնպիսի բողոքների քննմամբ, ինչպիսիք են՝ մասնավոր կյանքի, հատկապես երեխաների մասին տվյալների հրապարակումը, խեղաթյուրված փաստերի առկայությունը և լրատվամիջոցի բողոքը լրատվամիջոցի դեմ: Դիտորդ մարմին բողոքներ ընդունվում է էլեկտրոնային հասցեով: Մարմնի անդամների թիվը յոթն է, որոնք թե՛ լրատվամիջոցների, թե՛ լրագրողական կազմակերպությունների ներկայացուցիչներ են: Դիտորդ մարմինն առաջնորդվում է հատուկ վարքականոցով, որը ստորագրել են հանրապետական և մարզային մոտ 33 լրատվամիջոցների ներկայացուցիչներ: Մարմնի անդամները, «արձանագրելով, որ հնարավոր չէ բոլոր դեպքերի համար սահմանել միասնական կանոններ, գիատակցում են, որ կարելի է և հնարավոր է պահպանել պրոֆեսիոնալ լրագրության համընդհանուր չափանիշները», ընդունել են հետևյալ սկզբունքներն ու դրանցից բխող պարտավորությունները:

Դրանք են՝ ճշգրտությունն ու անկողմնակալությունը, ազնվությունը տեղեկությունների աղբյուրների հետ հարաբերություններում, խմբագրական անկախությունը, հարգանք մարդկանց անձնական կյանքի և այլ իրավունքների նկատմամբ, հարգանք զանազան խմբերի ներկայացուցիչների եւ համամարդկային արժեքների նկատմամբ:

Դիտորդ մարմինը կենտրոնացած է նաև լրատվամիջոցների անաչառ գործունեության վրա հատկապես ընտրությունների ու հանրահավաքների լուսաբանման առումով: Ասվածի ապացույցը Մարմնի վարքականոցին կից ընդունված հռչակագիրն է՝ ընտրությունների և հանրաքվեների լուսաբանման սկզբունքների վերաբերյալ, որում էլ շարադրված են այն դրույթները, որոնցով պետք է առաջնորդվեն լրագրողներն ու լրատվամիջոցների ներկայացուցիչները ընտրությունները, հանրահավաքները լուսաբանելիս: Միաժամանակ քննարկվում է ինքնակարգավորման այս մարմնի գործունեության համար անհրաժեշտ ուղենիշեր ունենալու հարցը: Որոշ մասնագետներ կարծում են, որ «ցանկալի ուղենիշերի քանակը փաթեթում կարող է լինել օրինակ հինգը կամ վեցը, բայց իրականում կարևորը ոչ թե դրանց քանակն է, այլ բովանդակությունն ու կիրառելիությունը»: Մեզանում ինքնակարգավորման համակարգի լիարժեք գործունեության համար հատուկ մշակված ուղենիշեր ունենալու ձգտումն անհրաժեշտ է: Այս գործընթացը կարող է շահել, եթե տարբեր լրատվամիջոցների կողմից մշակվեն էթիկայի սեփական սկզբունքներ, ի մի բերվեն, համատեղ քննարկվեն և արդյունքում սահմանվի համընդհանուր ուղենիշերի մի փաթեթ, որը հասանելի, կիրառելի և ընդունելի կլինի թե՛ բոլոր լրագրողների ու լրատվամիջոցների, թե՛ պետական կառույցների ներկայացուցիչների, թե՛ հասարակության համար:

Այդուհանդերձ՝ կոնկրետ Դիտորդ մարմնի արդյունավետության մասին խոսելով, կարող ենք փաստել, որ լրագրողական այս խորհրդի գոյությանն ու գործունեությանն անտեղյակ են գործող շատ լրագրողներ ու լրատվամիջոցներ (հիմնավորենք հանրապետական և մարզային ինչպես տարբեր լրատվամիջոցների ներկայացուցիչների շրջանում արված հարցման արդյունքներով, այնպես էլ տարբեր

գերատեսչությունների լրատվության և հասարակայնության հետ կապերի բաժինների պատասխանատուների անտեղյակությամբ (Գյումրիի քաղաքապետրանի և մարզպետարանի համապատասխան կառույցների օրինակով): Հետևաբար, ոլորտում տեղեկացվածության այդ բացը պետք է լրացվի. սա արդեն լուրջ թերություն է. չէ՞ որ գործող լրագրողներն առաջինը պետք է իմանան ոլորտին առնչվող յուրաքանչյուր գործընթացի մասին, առավել ևս եթե խոսքը ինքնակարգավորմանն է վերաբերում:

#### □ ՄԱՍՈՒԼԻ ՕՍԲՈՒԴԱՄԵՆ

Այսօր Ամերիկայում և եվրոպական շատ երկրներում մամուլի գծով խորհուրդների կողքին կարևորվում է նաև մամուլի իրավարարի՝ օմբուդսմենի դերակատարությունը. պաշտոնը, որ կյանքի կոչվեց դեռևս 20-րդ դարասկզբին: «Այսօր աշխարհի ավելի քան 70 լրատվամիջոցներ առանձին հաստիք են հատկացրել մամուլի օմբուդսմենին, որն զբաղվում է այն հարցերով, թե ինչպես կարելի է բավարարել լսարանի պահանջները՝ լսելով նրանց բողոքները»: Այլ կերպ ասած՝ օմբուդսմենը կապող օղակ է լրատվամիջոցի և հասարակության միջև, որը մի կողմից արբիտրի դեր է ստանձնում, ընդունում է քննադատությունները, փորձում հարթել տարածայնությունները և մյուս կողմից, որ ամենակարևորն է, կարգավորում է էթիկական խնդիրները: Պարտադիր չէ, որ օմբուդսմենը լինի իրավաբան: Նա կարող է լինել ժուռնալիստիկայի դասախոս, լավ լրագրող: Հայաստանում մամուլի համար նախատեսված նման առանձին ինստիտուտ դեռևս չկա, թեև ունենք մարդու իրավունքների գործող պաշտպան, որի լիազորությունները մեր ոլորտի վրա չեն տարածվում:

#### □ ԼՐԱԳՐՈՂԱԿԱՆ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ՈՒ ԼՐԱԳՐՈՂԱԿԱՆ ՄԻՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

Սրանք այն կառույցներն են, որոնց շահագրգռվածությունը ոլորտը կարգավորելու, կատարյալ դարձնելու հարցում մեծ է: Օրինակ՝ Հայաստանի ժուռնալիստների միությունը և Երևանի մամուլի ակումբը չսահմանափակվեցին միայն ոլորտը կարգավորող էթիկայի կանոնագրերի ընդունմամբ, այլ պարբերաբար անցկացվող մրցանակաբաշխությունները և տարբեր լրատվամիջոցներին ու նրանց ներկայացուցիչներին շնորհվող մրցանակները խոսում են լրագրողական արտադրանքի որակի վերահսկողության հանդեպ ունեցած մեծ պատասխանատվության մասին:

#### □ ԽՄԲԱԳՐԱԿԱՆ ԿՈԼԵԳԻԱ

Որպես ինքնակարգավորման մեխանիզմ մամուլի խորհուրդների, օմբուդսմենի կողքին գործում է խմբագրական կոլեգիան. մի մարմին, որը քննում է խմբագրության ստացած բողոքներն ու որոշումներ կայացնում: Մամուլի խորհրդի նման այստեղ որոշումներն ընդունվում են խորհրդի անդամների կողմից՝ քվեարկության միջոցով: Բայց եթե մամուլի խորհրդի դեպքում գործունեության ժամանակն ու հնարավորությունն ավելին են, ապա խմբագրական կոլեգիայի դեպքում՝ սահմանափակ: Հայաստանյան լրատվամիջոցներում հիմնականում կիրառելի է ինքնակարգավորման մեխանիզմներից հենց այս տարբերակը: Ինչու՞: Գուցե ավելի հեշտ է դժգոհ կողմի հետ եղած տարածայնությունները «լուծել» սեփական ձևով, սեփական հարկի տակ:

#### □ ԵԹԻԿԱՅԻ ԿԱՆՈՆԱԳՐԵՐ

Լրագրողների վարքն ու մասնագիտական պարտականությունները, լրատվամիջոցների գործունեության էթիկական բազան կազմող սկզբունքները, նորմերը և վարքականոնները սահմանված են հատուկ փաստաթղթերում, որոնք առավել հայտնի են էթիկայի կանոնագիր անվամբ: Եթե էթիկայի կանոնագիրը իրավունքի որևէ բնագավառին վերաբերող օրենքների համակարգված ժողովածու է, ընդունելի սկզբունքների ամբողջական համակարգ, ապա լրագրողի վարքականոններն ավելի շատ վերաբերում են լրագրողի պահվածքին: Վերջինս կարգավորման ավելի «մեղմ» տարբերակ է: Պատահական չէ, որ շատ լրատվամիջոցներ հակված են ընդունել էթիկայի վարքականոններ, քան կանոնագրեր: Սակայն միանշանակ կարելի է պնդել, որ

անկախ նրանից, թե ինչ անվանում կունենա ժուռնալիստական էթիկայի համակարգված սկզբունքների ամբողջությունը՝ կանոնագիր, վարքականոն, պատվի և արժանապատվության կանոնագիր, լրագրողների խարտիա, սկզբունքների հայտարարագիր, լրագրողների պարտականությունների և իրավունքների հռչակագիր, թե պարզապես մասնագիտական կանոնադրություն, նպատակը մեկն է՝ նպաստել որակյալ ժուռնալիստիկայի կայացմանը և այդ կանոնների կիրառմանը էլ փորձել խուսափել անցանկալի բարդություններից ու տարածայնություններից:

Ընդհանուր առմամբ, էթիկայի կանոնագրերը միմյանցից տարբերվում են լրագրողներին ներկայացվող ընդհանուր պահանջների աստիճանով: Դրանց մի մասը ներառում է ընդհանուր սկզբունքներ, մյուսներն էլ կոնկրետացնում են լրագրողի պահվածքն իրավիճակին համապատասխան, մյուսները՝ լրագրողի վարքագիծը կոնկրետացնող պահանջներ, երրորդներն էլ երբեմն համալրվում են որոշակի հավելվածներով: Տարբերակում ենք կանոնագրերի հետևյալ տեսակները՝ **Ճյուղային** (կապված ժուռնալիստիկայի կոնկրետ բնագավառի հետ, ինչպես օրինակ մեզանում հետաքննող ընկերակցության կողմից ընդունված կանոնագիրը), **խմբակային** (երբ մի խումբ լրատվական տարբեր կազմակերպություններ միավորվելով՝ ընդունում են կանոնագիր), **խմբագրական** (երբ կանոնագրի ընդունումը տվյալ լրատվամիջոցի նախաձեռնությունն է. մեզանում այդպիսին է «Առավոտ» օրաթերթի էթիկայի կանոնագիրը), **ազգային** (երբ ոլորտը կարգավորող կանոնագրերի ընդունմանը ձեռնամուխ են լինում տվյալ երկրի տարածքում գործող լրատվական կազմակերպություններն ու լրատվամիջոցները), **միջազգային** (այդպիսի կանոնագրեր ընդունելու նախաձեռնությունը պատկանում է միջազգային հեղինակավոր կառույցներին), **գերատեսչական** (նմանատիպ կանոնագրերի հեղինակները տարբեր գերատեսչություններն են): Կան կանոնագրեր էլ, որոնք այս դասակարգումից դուրս են:

Ինչևէ, անվիճելի է, որ իրավական պետությունում զանգվածային լրատվամիջոցների գործունեության հիմքը զանգվածային տեղեկատվության ազատությունն է: Բայց ցանկացած տիպի ազատություն նախ և առաջ ենթադրում է որոշակի սահմանափակում՝ էթիկական և իրավական նորմերի պահպանմամբ: Չէ՞ որ ինչքան մեծ է ազատ գործելու հնարավորությունը, այնքան ժուռնալիստիկային ներկայացվող հիմնական պահանջը՝ հասարակական կարծիքի վրա ազդելը, առաջարկվող ազատությունից օգտվելու ավելի մեծ սահմանափակումներ է ենթադրում:

#### ՕԳՏԱԳՈՐԾՎԱԾ ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. Կլոդ-ժան Բերտրան, Մամուլի ազատության պաշտպանության երաշխիքներ, Լրատվական էթիկայի և պատասխանատվության համակարգեր, Երևան, 2000:
2. «Արտիկլ 19» միջազգային ոչ կառավարական կազմակերպություն, Ջանգվածային լրատվության միջոցներ, Օրենքներ և Պրակտիկա, Երևան, 1999:
3. Իրավունք, էթիկա և մասնագիտական հմտություններ հետաքննող լրագրողների համար, Երևան, 2008:
4. Դիտորդ մարմնի վարքականոն, Երևան, 2007, 10-ը մարտի:
5. Самоуправления журналиста, М., 2002.
6. **МонроПрайс, ПитерКруг, Благоприятная среда для свободных и независимых средств массовой информации, М., 2000.**
7. [www.poynter.org](http://www.poynter.org)
8. [www.newsombudsmen.org](http://www.newsombudsmen.org)