



ԵՐԵՎԱՆԻ ՄԱՍՈՒԼԻ ԱԿՈՒՄԲ

**FRIEDRICH  
EBERT****STIFTUNG**

ՖՐԻԴՐԻԽ ԷԲԵՐՏ ՀԻՄՆԱԴՐԱՄ

**2010 ԹՎԱԿԱՆԻ ԴԵԿՏԵՄԲԵՐԻՆ  
ԱՆՑԿԱՑՎԱԾ ՀԵՌԱՐՁԱԿՄԱՆ  
ԼԻՑԵՆԶԱՎՈՐՄԱՆ ՄՐՑՈՒՅԹՆԵՐԻ  
ՓՈՐՁԱԳԻՏԱԿԱՆ ԴԻՏԱՐԿՈՒՄ**

ԶԵԿՈՒՅՑ

---



ԵՐԵՎԱՆԻ ՄԱՍՈՒԼԻ ԱԿՈՒՄԲ

[www.ypc.am](http://www.ypc.am)

# ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

ՀԱՄԱՌՈՏ ԱՄՓՈՓՈՒՄ	4
ՆԱԽԱԲԱՆ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ՆՊԱՏԱԿԸ, ԽՆԴԻՐՆԵՐԸ, ՄԵԹՈԴԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ	6
ԼԻՑԵՆԶԱՎՈՐՄԱՆ ՄՐՑՈՒՅԹՆԵՐԻ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՄԱՆ ՈՒ ԱՆՑԿԱՑՄԱՆ ԻՐԱՎԱԿԱՆ ՀԻՄՔԵՐԸ ԵՎ ՊՐԱԿՏԻԿԱՆ	10
ԸՍՏ ՕՐԵՆՔՈՎ ՍԱՀՄԱՆՎԱԾ ՉՍՓԱՆԻՇՆԵՐԻ ՄՐՑՈՒԹՅՈՒՆ ՀԱՅՏԵՐԻ ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՈՒԹՅԱՆ ԱՐԴՅՈՒՆՔՆԵՐԸ	15
1. ՄԵՓԱԿԱՆ ԵՎ ՀԱՅՐԵՆԱԿԱՆ ԱՐՏԱԴՐՈՒԹՅԱՆ ՀԱՂՈՐԴՈՒՄՆԵՐԻ ԳԵՐԱԿԱՅՈՒԹՅՈՒՆԸ	15
2. ՀԵՌՈՒՍՏԱԸՆԿԵՐՈՒԹՅԱՆ ԲԻԶՆԵՍ ԾՐԱԳՐԻ ՀԻՄՆԱՎՈՐՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ ԵՎ ԴԻՄՈՂԻ ՖԻՆԱՆՍԱԿԱՆ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ	21
3. ԲԱԶՄԱԿԱՐԾՈՒԹՅՈՒՆԸ ԽԹԱՆԵԼՈՒ ԿԱՐՈՂՈՒԹՅՈՒՆԸ	28
4. ԴԻՄՈՂԻ ՏԵԽՆԻԿԱԿԱՆ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ	30
5. ԱՇԽԱՏԱԿԱԶՄԻ ՄԱՍՆԱԳԻՏԱԿԱՆ ՊԱՏՐԱՍՏՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ	38
6. ՄՐՑՈՒՅԹՆԵՐԻՆ ՄԱՍՆԱԿՑԱԾ ԻՐԱՎԱԲԱՆԱԿԱՆ ԱՆՁԱՆՑ ՀԻՄՆԱԴԻՐՆԵՐԻ ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՈՒԹՅԱՆ ԱՐԴՅՈՒՆՔՆԵՐԸ	46
ԱՌԱՋԱՐԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ	56
ՀԱՎԵԼՎԱԾ	58

## ՀԱՄԱՌՈՏ ԱՄՓՈՓՈՒՄ

Թվային հեռարձակման ցանցի միջոցով եթերային հեռարձակում իրականացնելու մրցույթների կազմակերպման, անցկացման, արդյունքների ամփոփման, մրցույթներին ներկայացված հայտերի ուսումնասիրությունը ԵՄԱ փորձագիտական խումբն իրականացրել է 2011 թվականի մարտ-հունիս ամիսներին:

Հետազոտության առարկա են եղել մրցույթների կազմակերպման իրավական հիմքերը, մրցույթների անցկացումը, ներկայացված հայտերի բովանդակությունը, հաղթող ճանաչելու վերաբերյալ Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի (ՀՌԱՀ) կայացրած որոշումները:

Ուսումնասիրությունների արդյունքում խումբը հանգել է հետևյալ հիմնական եզրակացություններին.

1. «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում 2010 թվականի հունիսի 10-ին կատարված փոփոխությունները չնպաստեցին հեռուստատվորտի զարգացմանը, ազատ, արդար եւ թափանցիկ մրցույթների անցկացմանը, եթերում բազմակարծությանն ու բազմազանությանը:

2. Օրենքի՝ լիցենզավորմանը վերաբերող գլխում առկա հոդվածներն ու դրանց հիման վրա Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի ընդունած մրցույթների անցկացման կարգը այդպես էլ չբացառեցին որոշումներ ընդունելու սուբյեկտիվ մոտեցումների հնարավորությունը: Սա դրսևտրվեց, մասնավորապես, թիվ 11 մրցույթի արդյունքներն ամփոփելիս, երբ «ՄԵԼՏԵՔՍ» ՍՊԸ («Ա1+» հեռուստաընկերության) հայտը հանձնաժողովը արժանացրեց ընդամենը 2 գնահատականի:

3. Այդպես էլ չսահմանվեց ըստ գնահատման առանձին չափանիշների վարկանիշային քվեարկություն իրականացնելու հնարավորությունը: Օրենքը վարկանիշային քվեարկության ընթացակարգի սահմանումը թողնում է ՀՌԱՀ-ի վրա, իսկ վերջինս էլ իր հաստատած կարգում նշել է, թե՝ **«Համեմատելով տվյալ մրցույթի մասնակիցների հայտերում եւ կից փաստաթղթերում ներկայացված տեղեկությունները, Հանձնաժողովի անդամը 0-10 ամբողջ թվերով գնահատում է մրցույթի յուրաքանչյուր մասնակցին»:** Այսինքն՝ ամբողջ փաթեթին նշանակվում է մեկ գնահատական:

4. Մրցույթները հայտարարվեցին եւ անցկացվեցին օրենքով եւ ՀՌԱՀ-ի հաստատած կարգով սահմանված ժամկետներում:

5. ՀՌԱՀ-ը հրաժարվեց ԵՄԱ փորձագիտական խմբին տրամադրել մրցութային հայտերում առկա մի շարք փաստաթղթեր՝ պատճառաբանելով, թե դրանք առևտրային կամ անձնական գաղտնիք են:

6. Մրցույթների արդյունքները ամփոփելիս ՀՌԱՀ-ը միատեսակ մոտեցում չի ցուցաբերել հիմնավորումները ձեւակերպելիս: Եթե երկու մասնակից ունեցող չորս

մրցույթներում հաղթող ճանաչելու մասին որոշումներում հիմնավորումներն առկա են, ապա այն դեպքերում, երբ մրցույթն ունեցել է մեկ մասնակից, հաղթող ճանաչելու ՀՌԱՀ-ի բոլոր 21 որոշումների մեջ էլ տրված է ստանդարտ ձեւակերպում.

**«...ներկայացրած հայտի եւ կից փաստաթղթերի ուսումնասիրությամբ պարզվել է, որ դրանք բավարարում են ՀՀ օրենսդրությամբ սահմանված պահանջները»:**

Սա, իմբի գնահատմամբ, «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի 49-րդ հոդվածի 3-րդ մասով պահանջվող պատշաճ հիմնավորում եւ պատճառաբանում չէ:

7. Հանձնաժողովի անդամները 29 հայտերի քվեարկությունից 27-ի դեպքում միանման գնահատականներ են նշանակել: Ստացվում է, որ միատեսակ են գնահատել եւ արդեն տարիների փորձ ունեցող, տեխնիկական, կադրային, ֆինանսական խնդիրներ համարյա չունեցող հեռուստաընկերություններին, եւ նորաստեղծ, մտադրություններից բացի ոչինչ չունեցողներին:

8. ՀՌԱՀ-ն ի սկզբանե չի սահմանել ներկայացվող պարտադիր ու կամրնտիր ֆինանսական փաստաթղթերի եւ կետերի ցանկը: Արդյունքում՝ առաջարկները կազմված են «ազատ ոճով», հայտերում ներկայացված ֆինանսական փաստաթղթերը, պայմանագրերը, կանխատեսումները չեն ենթարկվում որեւէ ստանդարտացման, եւ դրանք գրեթե հնարավոր չէ համեմատել: Գոյություն չունի պարտադիր ներկայացման համար անհրաժեշտ պարամետրերի (կետերի), փաստաթղթերի ցանկ, եւ հանձնաժողովին առաջնորդող ինդիկատորների սանդղակ: Ֆինանսական փաստաթղթերը հաճախ կազմված են անփութորեն, պարունակում են թվաբանական եւ փաստական սխալներ:

9. ՀՌԱՀ-ի հաստատած մրցութային կարգն ընդամենը նախատեսում է, որ հայտում պետք է ներկայացված լինեն տվյալներ օգտագործվելիք տեխնիկական միջոցների եւ սարքավորումների մասին: Այս փաստաթղթում հայտի տեխնիկական գնահատման համար չկան հստակ չափորոշիչներ, մատնանշված չեն տեխնիկական այն չափանիշները, որոնց պետք է համապատասխանի հայտատուն: Արդյունքում, ՀՌԱՀ-ի հայտերի տեխնիկական միջոցներին վերաբերող հատվածները գնահատում են այնպես, ինչպես իրենք են հասկանում:

**ՆԱԽԱԲԱՆ**  
**ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ՆՊԱՏԱԿԸ,**  
**ԽՆԴԻՐՆԵՐԸ, ՄԵԹՈԴԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ**

2010 թվականի հուլիս-դեկտեմբերին Հայաստանում անցկացվեցին թվային հեռարձակման ցանցի միջոցով հեռուստածրագրերի եթերային հեռարձակում իրականացնելու հանրապետական, մայրաքաղաքային եւ մարզային սփուման՝ թվով 25 մրցույթներ: Այդ մրցույթներին մասնակցեց Հայաստանի 29 հեռուստաընկերություն. միայն 4 մրցույթում էր, որ մրցակցություն կար՝ հայտ էր ներկայացրել երկուական հեռուստաընկերություն: Մնացած 21 դեպքում մասնակիցները մեկական էին: Մրցույթների արդյունքներն ամփոփվեցին դեկտեմբերի 16-ին եւ 23-ին:

Ըստ սփուման տարածքի եւ հեռուստածրագրերի ուղղվածության՝ հայտարարվել էին հետևյալ մրցույթները

<b>ՀԱՅՏԱՐԱՐԱԾ ՄՐՑՈՒՅԹՆԵՐԸ</b>	<b>ՔԱՆԱԿԸ</b>
<b>Հանրապետական սփումում</b>	
Թիվ 1-ից թիվ 5 մրցույթներ՝ ընդհանուր ուղղվածության	5
Թիվ 6 մրցույթ՝ վերահեռարձակում	1
<b>Ընդամենը հանրապետական սփուման մրցույթ</b>	<b>6</b>
<b>Մայրաքաղաքային սփումում</b>	
Թիվ 7 մրցույթ՝ ժամանցային	1
Թիվ 8 մրցույթ՝ երիտասարդական	1
Թիվ 9 մրցույթ՝ երաժշտական	1
Թիվ 10 մրցույթ՝ մանկապատանեկան, գիտակրթական, դաստիարակչական, ճանաչողական ուղղվածության.	1
Թիվ 11 մրցույթ՝ միջազգային եւ տեղական լրատվական-վերլուծական ուղղվածության	1
Թիվ 12- 14 մրցույթներ՝ վերահեռարձակում	3
<b>Ընդամենը մայրաքաղաքային սփուման մրցույթ</b>	<b>8</b>
<b>Տարածքային սփումում</b>	
Թիվ 15 մրցույթ՝ ընդհանուր ուղղվածություն, մայրաքաղաքային սփումում	11
Թիվ 16 մրցույթ՝ ընդհանուր ուղղվածություն, Տավուշի մարզ	
Թիվ 17 մրցույթ՝ Լոռու մարզ	
Թիվ 18 մրցույթ՝ Գեղարքունիքի մարզ	
Թիվ 19 մրցույթ՝ Արարատի մարզ	
Թիվ 20 մրցույթ՝ Արմավիրի մարզ	
Թիվ 21 մրցույթ՝ Վայոց Ձորի մարզ	
Թիվ 22 մրցույթ՝ Կոտայքի մարզ	
Թիվ 23 մրցույթ՝ Շիրակի մարզ	
Թիվ 24 մրցույթ՝ Սյունիքի մարզ	
Թիվ 25 մրցույթ՝ Արագածոտնի մարզ	
<b>Ընդամենը տարածքային սփուման մրցույթ</b>	<b>11</b>
<b>ԸՆԴՀԱՆՈՒՐԸ</b>	<b>25</b>

Մրցույթներին մասնակցելու հայտ էին ներկայացրել հետևյալ իրավաբանական անձինք (ըստ Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի՝ 2010 թվականի հոկտեմբերի 21-ի № 71-Ա եւ 2010 թվականի հոկտեմբերի 28-ի թիվ 73 - Ա որոշումների հավելվածների):

Մրցույթի հերթական համարը	Սփուման տարածքը	Մասնակիցների անվանումը
Թիվ 1	հանրապետական	«ԱՐՄԵՆԻԱ ԹԻՎԻ» ՓԲԸ
Թիվ 2	հանրապետական	«ՇԱՆԹ» ՍՊԸ
Թիվ 3	հանրապետական	«ՀԱՅԿԱԿԱՆ ԵՐԿՐՈՐԴ ՀԵՌՈՒՍՏԱԱԼԻՔ» ՍՊԸ
Թիվ 4	հանրապետական	«ՄՈՒԼՏԻ ՄԵԴԻԱ-ԿԵՆՏՐՈՆ ԹԻՎԻ» ՓԲԸ
Թիվ 5	հանրապետական	« ՀՈՒՍԱԲԵՐ» ՓԲԸ
Թիվ 6	հանրապետական	«ԱՆՍՎԵՐ» ՍՊԸ
Թիվ 7	մայրաքաղաքային	«Ա-ԹԻՎԻ» ՍՊԸ
Թիվ 8	մայրաքաղաքային	1.«Ա.Լ.Մ.- ՀՈԼԴԻՆԳ» ՍՊԸ 2.«ԵՐԵՎԱՆ ՀԵՌՈՒՍՏԱԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ» ՓԲԸ
Թիվ 9	մայրաքաղաքային	«ԴԱՐ-21» ՀԵՌՈՒՍՏԱԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ» ՓԲԸ
Թիվ 10	մայրաքաղաքային	«ԱՐ ՀԵՌՈՒՍՏԱԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ» ՍՊԸ
Թիվ 11	մայրաքաղաքային	1.«ԱՐՄՆՅՈՒԶ» ՓԲԸ 2. «ՄԵԼՏԵՔՍ» ՍՊԸ
Թիվ 12	մայրաքաղաքային	«ԿԱՅՄ ՀԵՌՈՒՍՏԱԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ» ՍՊԸ
Թիվ 13	մայրաքաղաքային	«ՊԱՐԱԴԻՉ» ՍՊԸ
Թիվ 14	մայրաքաղաքային	«ԱՌԱՋԻՆ ԱԼԻՔ» ՍՊԸ
Թիվ 15	մայրաքաղաքային	«ՇԱՐԿ» ՍՊԸ
Թիվ 16	մարզային (Տավուշ)	«ՏԱՎՈՒՇ-ՏՎ» ՍՊԸ
Թիվ 17	մարզային (Լոռի)	«ՖՈՐՏՈՒՆԱ» ՍՊԸ
Թիվ 18	մարզային (Գեղարքունիք)	«ԳԵՂԱՄԱ ՄԵԴԻԱ ՀՈԼԴԻՆԳ» ՍՊԸ
Թիվ 19	մարզային (Արարատ)	«ՏԵԼԵԼԵՔՍ» ՍՊԸ
Թիվ 20	մարզային (Արմավիր)	«ՆՈՐ ԴԱՐ, ՆՈՐ ՀԱԶԱՐԱՄՅԱԿ» ՍՊԸ
Թիվ 21	մարզային (Վայոց Ձոր)	«ԱՐՓԱԻՆՖՈՐՄ» ՍՊԸ
Թիվ 22	մարզային (Կոտայք)	1.«ԱԲՈՎՅԱՆ» ՀԵՌՈՒՍՏԱԽՄԲԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ» ՍՊԸ 2. «ՄԻՐԱԿ» ՍՊԸ
Թիվ 23	մարզային (Շիրակ)	1. «ԶԱՊ» ՍՊԸ 2. «ՅԱՅԳ» ՍՊԸ
Թիվ 24	մարզային (Սյունիք)	«ԶԱԳԵԶՈՐ ՀԵՌՈՒՍՏԱԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ» ՍՊԸ
Թիվ 25	մարզային (Արագածոտն)	«ԵՐԵՎԱՆ ՄԵԴԻԱ ՀՈԼԴԻՆԳ» ՍՊԸ

Մրցույթների արդյունքների ամփոփման հիմնական ինտրիզն էր՝ կատանա՞ արդյոք «Ա1+» հեռուստաընկերության հիմնադիր «ՄԵԼՏԵՔՍ» ՍՊԸ-ն հեռարձակման լիցենզիա, թե՞ ոչ, այսինքն՝ կկատարվի՞ արդյոք Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանի 2008 թվականի հունիսի 17-ի որոշմամբ հաստատված՝ «Ա1+» հեռուստաընկերության հիմնադիր «ՄԵԼՏԵՔՍ» ՍՊԸ-ն ընդդեմ Հայաստանի Հանրապետության» գործով

դատական վճիռը, թե՞ ոչ, կլինի՞ «Ա1+»-ը եթերում: Մրցույթների արդյունքներն ամփոփելիս պարզ դարձավ, որ այս հարցերի պատասխանները բացասական են:

Ֆրիդրիխ Էբերտ հիմնադրամի աջակցությամբ իրականացվող ծրագրի շրջանակներում Երեւանի մամուլի ակումբի նախաձեռնած սույն հետազոտության նպատակն էր պարզել, թե որքանով են հեռարձակման ոլորտը կարգավորող օրենսդրությունը, հեռուստահեռարձակման մրցույթների կազմակերպումը, անցկացումն ու արդյունքները նպաստում Հայաստանում հեռուստառաջընթացի զարգացմանը, եթերում բազմակարծությանն ու բազմազանությանը:

Հետազոտության խնդիրներն էին՝ ուսումնասիրել մրցույթների ներկայացված հայտերը եւ դրանց վերաբերյալ ՀՌԱՀ-ի եզրակացությունները, եւ պարզել, արդյո՞ք ՀՌԱՀ-ը միանման մոտեցում է ցուցաբերել բոլոր մրցույթների արդյունքներն ամփոփելիս, թե՞ դրսեւորել է կողմնակալություն այս կամ այն դեպքում, եւ արդյո՞ք սուբյեկտիվիզմն ազդել է մրցույթներում հաղթողներին հայտարարելու որոշումների վրա:

Հետազոտությունն իրականացնելու համար ԵՄԱ-ն ձեւավորել է աշխատանքային խումբ՝ ներգրավելով տարբեր ոլորտների փորձագետների: Սույն դիտարկումն իրականացրել են եւ զեկույցի համապատասխան բաժինները պատրաստել են՝ ԶԼՍ-ների գծով փորձագետ **Մեսրոպ ՀԱՐՈՒԹՅՈՒՆՅԱՆԸ**, «Առավոտ» օրաթերթի մեկնաբան **Աննա ԻՍՐԱԵԼՅԱՆԸ**, «Թրանսփարենսի Ինթերնեշնլ հակակոռուպցիոն կենտրոնի» խորհրդի անդամ, գնումների գծով փորձագետ **Սուրեն ՍԱՂԱԹԵԼՅԱՆԸ**, Եվրասիա համագործակցություն հիմնադրամի ծրագրերի համակարգող, ֆինանսների գծով փորձագետ **Իգարելյա ՍԱՐԳՍՅԱՆԸ**, մամուլի աջակցության «Քնտերնյուս» հասարակական կազմակերպության տեխնիկական տնօրեն **Կոնստանտին ԳԵՈՂԱԿՅԱՆԸ**, Եվրասիա համագործակցություն հիմնադրամի ծրագրերի համակարգող **Միքայել ՀՈՎՀԱՆՆԻՍՅԱՆԸ**, «Հետաքննող լրագրողներ» հասարակական կազմակերպության նախագահ **Էդիկ ԲԱՂՂԱՍԱՐՅԱՆԸ**:

ՀՌԱՀ-ից ձեռք են բերվել բոլոր մրցութային հայտերը: Հարկ է նշել, որ ՀՌԱՀ-ի ղեկավարությունը մրցութային հայտերի ամբողջական փաթեթները չտրամադրեց՝ որոշ փաստաթղթերի տրամադրումը մերժելը պատճառաբանելով առևտրային կամ անձնական գաղտնիք լինելու հանգամանքով:

Փորձագիտական խումբը ՀՌԱՀ-ից ստացած հայտերն ուսումնասիրել է ըստ օրենքով սահմանված մրցութային չափանիշների, կազմել է հայտերում առկա այն փաստերի ցանկը, որոնք կարող էին կասկած հարուցել ՀՌԱՀ-ի անդամների մոտ, փորձել է պարզել՝ արդյո՞ք ՀՌԱՀ-ն ուսումնասիրել է այդ կասկածները: Յուրաքանչյուր փորձագետ իր ուսումնասիրած չափանիշի վերաբերյալ ներկայացրել է եզրակացություն:

Պետք է նշել, որ թեպետ հայտարարված 25 մրցույթներից միայն չորսում կար իրական մրցակցություն. մնացած մրցույթներին ներկայացված էր մեկական հայտ, այնուամենայնիվ այդ հայտերի ուսումնասիրությունը կարելու էր այն տեսակետից, որ հաճախականության լիցենզիա ստանալու համար դիմած ընկերությունը հավակնում է սահմանափակ հանրային պաշարի օգտագործմանը եւ պետք էր պարզել թե արդյո՞ք

տվյալ ընկերության կողմից սահմանափակ հանրային պաշարի շահագործումը համապատասխանում է օրենքի եւ հանրության պահանջներին:

Բացի այդ, խումբն ուսումնասիրել է նաև մրցույթների անցկացման իրավական հիմքերը, մրցույթներում հաղթողներ ճանաչելու վերաբերյալ ՀՌԱՀ-ի որոշումները:

Մեփական եւ հայրենական արտադրության հաղորդումների հայտարարված չափաբաժինների՝ գործնականում պահպանվելը պարզելու նպատակով ընտրանքային եղանակով հետազոտվել են որոշ հեռուստաընկերությունների մի քանի օրերի եթերի տեսագրությունները: Ըստ դրա արդյունքների կազմվել է համեմատական աղյուսակ:

Ստացված բոլոր տվյալների հիման վրա կազմվել է այս զեկույցը:

Սույն հետազոտության ժամանակ չեն դիտարկվել վերահեռարձակման մրցույթներին ներկայացված հայտերը, որովհետեւ, ըստ փորձագետների, վերահեռարձակման համար լիցենզիա ստանալու մրցույթներին ներկայացվող պահանջները պիտի տարբերվեին մյուս մրցույթների պահանջներից (օրինակ՝ տեղին չէ վերահեռարձակման մրցույթի համար պահանջել սեփական կամ հայրենական արտադրության չափաբաժին): Հետեւաբար, լիցենզավորող մարմնի՝ ՀՌԱՀ-ի մոտեցումներն էլ վերահեռարձակում իրականացնելու լիցենզիա ստանալու համար դիմած իրավաբանական անձանց նկատմամբ պետք է տարբերվեին մյուս մրցույթների մասնակիցների նկատմամբ կիրառելիք մոտեցումներից (իրականում, փաստորեն, այդպես չէր. տե՛ս ստորեւ):

*ԵՄԱ փորձագիտական խումբն ուսումնասիրել է մրցույթներին մասնկցած բոլոր 29 հեռուստաընկերությունների հայտերը, սակայն սույն զեկույցում ներկայացված են միայն այն հեռուստաընկերությունների հայտերի ուսումնասիրության արդյունքները, որոնցում առկա են լուրջ թերություններ, որոնց բովանդակության մեջ կան հակասություններ, որոնք մրցույթների անցկացման հետ կապված խնդիրներ են առաջացրել, կամ որոնք անհրաժեշտ են եղել՝ այլ հայտերի հետ համեմատություններ կատարելու համար:*

## ԼԻՑԵՆԶԱՎՈՐՄԱՆ ՄՐՑՈՒՑԹՆԵՐԻ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՄԱՆ ՈՒ ԱՆՑԿԱՑՄԱՆ ԻՐԱՎԱԿԱՆ ՀԻՄՔԵՐԸ ԵՎ ՊՐԱԿՏԻԿԱՆ

Հայաստանի Հանրապետության տարածքում թվային հեռարձակման ցանցի միջոցով եթերային հեռարձակում իրականացնելու մրցույթներն անց են կացվում «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի (2010 թվականի հունիսի 10-ին ընդունված փոփոխություններով) հիման վրա: Ավելի կոնկրետ՝ գործընթացը կարգավորվում է հիշյալ օրենքի 6-րդ «Հեռուստառադիոընկերությունների լիցենզավորումը» գլխի հոդվածներով:

Այդ օրենքի պահանջներին համապատասխան, Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի ազգային հանձնաժողովը 2010 թվականի հունիսի 28-ին հաստատել է «Թվային հեռարձակման ցանցի միջոցով հեռուստաձրագրերի եթերային հեռարձակում իրականացնելու հեռուստաընկերությունների մրցույթի անցկացման կարգը»:

Դեռեւս օրենքի փոփոխությունների քննարկման ընթացքում լրագրողական հասարակական կազմակերպությունների տարածած հայտարարություններում ընդգծվում էր, որ «օրինագիծը միտված է ոչ թե ապագային, այլ ամրագրում է հեռուստաշուկայում առկա եւ իշխանություններին ձեռնտու կառավարելի եթերի ստատուս քվոն»: Անցումը թվային հեռարձակման՝ պիտի անսահման հնարավորություններ բացեր, սակայն օրենքի փոփոխություններով մայրաքաղաքում հեռարձակվող ալիքների թիվը, համենայն դեպս մինչեւ 2015 թվականին մասնավոր շահագործման մուլտիպլեքսների գործարկումը, 22-ից կրճատվում էր մինչեւ 18-ի, մարզերում, ըստ էության, մնում էր 6 հանրապետական սփռման (որոնցից մեկը՝ վերահեռարձակող) եւ մեկ տեղական սփռման ալիք: Այնինչ, ըստ ոլորտի փորձագետների, մեկ մուլտիպլեքս ավելի շահագործելու դեպքում ամբողջ երկրում ալիքների թիվը ոչ միայն չէր կրճատվի, այլեւ կարող էր նույնիսկ ավելանալ:

Ի հեճուկս լրագրողական կազմակերպությունների բազմաթիվ պնդումների, այդպես էլ չսահմանվեց պարզ լիցենզավորման ընթացակարգը, եւ բոլոր այլընտրանքային հեռարձակումները (արբանյակային, ինտերնետային) կախման մեջ մնացին ՀՀ տարածում եթերային հեռարձակում ունենալուց:

Բուն լիցենզավորմանը վերաբերող գլխում առկա հոդվածներն ու դրանց հիման վրա Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի ընդունած մրցույթների անցկացման կարգը այդպես էլ չբացատեցին որոշումներ ընդունելու սուբյեկտիվ մոտեցումների հնարավորությունը:

Նախ, թեպետ լրագրողական կազմակերպությունները բազմիցս առաջարկել էին մրցութային փաթեթները բացելուց հետո դրանք դնել բաց հանրային քննարկման եւ կազմակերպել հասարակական լուսմներ, իսկ հետագայում՝ մրցույթներն ամփոփելիս հաշվի առնել նաեւ հանրային քննարկման ժամանակ հնչած կարծիքները, օրենքն այդպես էլ նման դրույթ չներառեց:

Երկրորդ, այդպես էլ չսահմանվեց ըստ գնահատման առանձին չափանիշների վարկանիշային քվեարկություն իրականացնելու հնարավորությունը: Ե՛վ օրենքի 49-րդ հոդվածը, ե՛ւ Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի հաստատած «Թվային հեռարձակման ցանցի միջոցով հեռուստածրագրերի եթերային հեռարձակում իրականացնելու հեռուստաընկերությունների մրցույթի անցկացման կարգը» սահմանում են, որ`

**«Հանձնաժողովը լիցենզավորված անձի ընտրության ժամանակ հաշվի է առնում`**

- 1) սեփական արտադրության հաղորդումների գերակայությունը.**
- 2) հայրենական արտադրության հաղորդումների գերակայությունը.**
- 3) հեռուստաընկերության բիզնես ծրագրի հիմնավորվածությունը.**
- 4) բազմակարծությունը խթանելու կարողությունը.**
- 5) հայտատուի տեխնիկական եւ ֆինանսական հնարավորությունները.**
- 6) աշխատակազմի մասնագիտական պատրաստվածությունը»:**

Եվ քանի որ օրենքը վարկանիշային քվեարկության ընթացակարգի սահմանումը թողնում է ՀՌԱՀ-ի վրա, ապա վերջինս էլ իր հաստատած կարգում նշել է.

**«Համեմատելով տվյալ մրցույթի մասնակիցների հայտերում եւ կից փաստաթղթերում ներկայացված տեղեկությունները, Հանձնաժողովի անդամը 0-10 ամբողջ թվերով գնահատում է մրցույթի յուրաքանչյուր մասնակցին»:**

Այսինքն` ամբողջ փաթեթին նշանակվում է մեկ գնահատական: Մինչդեռ ըստ առանձին չափանիշների գնահատում իրականացնելը կբացառեր այնպիսի իրավիճակը, որպիսին եղավ 2010 թվականի դեկտեմբերի 16-ին` թիվ 11 մրցույթի արդյունքներն ամփոփելիս, երբ մեկ չափանիշի վերաբերյալ բացասական եզրակացությունը նկատի ունենալով, հանձնաժողովի ութ անդամներից 7-ը «Մելտեքս» ՍՊԸ («Ա1+» հեռուստաընկերության) ամբողջ հայտին տվեցին 0 գնահատական:

Դեռեւս «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի» մասին օրենքի նախագծի քննարկման ընթացքում որոշ փորձագետներ նշում էին, որ «բազմակարծությունը խթանելու կարողությունը» չափանիշն ընդհանրապես ավելորդ է, որովհետեւ, ի տարբերություն մյուս չափանիշների, այն վերացական է եւ չունի հստակ չափման միավոր: Սակայն օրենքում այն մնաց էւ, բնականաբար, ներառվեց նաեւ ՀՌԱՀ-ի հաստատած կարգում:

Ե՛վ օրենքը, ե՛ւ ՀՌԱՀ-ի հաստատած կարգը տարբերակում չդրեցին հեռարձակման եւ վերահեռարձակման մրցույթների հայտերի ներկայացվող պահանջներում եւ դրանց գնահատման չափանիշներում: Այսպես, օրենքի 48-րդ հոդվածը (որի դրույթները նույնությամբ կրկնվում են ՀՌԱՀ-ի հաստատած կարգում) ասում է.

**«*Հոդված 48. Լիցենզավորման մրցույթի մասնակցության հայտը***

**1. Հեռուստահեռարձակողների լիցենզավորման մրցույթի մասնակցության հայտում նշվում են`**

- 1) հայտ ներկայացնողի անվանումը եւ գտնվելու վայրը.**
- 2) հեռուստածրագրերի թեմատիկ ուղղվածությունը.**

3) սփռման տարածքը.

4) տեղեկություններ հայտ ներկայացնողի՝ այլ հեռուստատառադիոընկերությունների հիմնադիր եւ լիցենզավորված անձ կամ զանգվածային լրատվության այլ միջոցների հիմնադիր լինելու, ինչպես նաեւ դրանց արտադրությամբ եւ տարածմամբ զբաղվելու մասին.

5) սեփական եւ հայրենական արտադրության հաղորդումների ծավալը.

6) հայտի ներկայացման ամիսը, ամսաթիվը, տարեթիվը:

2. Հայտին կցվում են ընկերության հիմնադիր փաստաթղթերի եւ իրավաբանական անձի կարգավիճակը հաստատող փաստաթղթերի պատճենները, հեռուստաընկերության բիզնես ծրագիրը, տվյալներ օգտագործվելիք տեխնիկական միջոցների եւ սարքավորումների մասին, ֆինանսական աղբյուրները հիմնավորող փաստաթղթեր, տեղեկություններ աշխատակազմի քանակի, նրանց կրթության եւ մասնագիտական պատրաստվածության մասին, ինչպես նաեւ լիցենզավորման մրցույթին մասնակցելու համար «Պետական տուրքի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքով սահմանված չափով վճարված պետական տուրքի մուծման անդորրագիրը:»

Իսկ վերն արդեն մեջբերել ենք, թե ինչն է հաշվի առնում Ազգային հանձնաժողովը՝ մրցութային հայտերը գնահատելիս:

Այսինքն, ստացվում է, որ ըստ օրենքի եւ Կարգի՝ վերահեռարձակման մրցույթներին էլ դիմողը պիտի ներկայացնի «սեփական եւ հայրենական արտադրության հաղորդումների ծավալը», «բազմակարծությունը խթանելու կարողությունը», «աշխատակազմի մասնագիտական պատրաստվածությունը» հավաստող տեղեկություններ, իսկ նրան գնահատելիս ՀՌԱՀ-ը պետք է հաշվի առնի այդ չափանիշները: Ավելացնենք, որ 2010 թվականի հուլիսի 20-ին հրապարակված ՀՌԱՀ-ի մրցութային հայտարարությունները համեմատելիս էլ որեւէ տարբերություն չենք նկատում, ասենք, թիվ 1-5 (ընդհանուր ուղղվածության հանրապետական սփռում) եւ թիվ 6 (հանրապետական սփռում, վերահեռարձակում) կամ թիվ 7-11 (մայրաքաղաքային սփռում) եւ 12-14 (մայրաքաղաքային սփռում վերահեռարձակում) մրցույթների վերաբերյալ հայտարարությունների տեքստերում:

Մրցույթները հայտարարվեցին եւ անցկացվեցին օրենքով եւ ՀՌԱՀ-ի հաստատած կարգով սահմանված ժամկետներում: Սակայն ընթացքում կասկածներ հարուցող մի երեւույթ, համենայն դեպս, նկատվեց. կոնկրետ մրցույթներին կոնկրետ իրավաբանական անձանց դիմելը գաղտնի էր՝ մինչեւ ՀՌԱՀ-ի կողմից հոկտեմբերի 22-ին ըստ մրցույթների դիմողների ցանկի հրապարակելը: Հրապարակումից հետո պարզ դարձավ, որ օրինակ թիվ 1-5 մրցույթներին (որոնք ոչնչով չէին տարբերվում իրարից) մեկական հայտ է ներկայացվել: Եթե ամեն ինչ գաղտնի էր, ապա ինչպե՞ս կարող էր նման բան ստացվել. կամ ՀՌԱՀ-ից պիտի ինֆորմացիայի արտահոսք լիներ, որ այսինչ համարի մրցույթին արդեն այսինչ ընկերությունն է հայտ ներկայացրել, կամ ՀՀ-ները պիտի հանրապետական սփռման շուկան իրար մեջ բաժանելու պայմանավորվածություններ ունենային՝ բացառելու համար իրար հետ մրցակցությունը:

«Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին ՀՀ օրենքի» 49-րդ հոդվածի 3-րդ մասը նշում է.

**«Ազգային հանձնաժողովը մրցույթում հաղթող ճանաչելու մասին որոշումը կայացնում է վարկանիշային քվեարկության արդյունքների հիման վրա: Ազգային հանձնաժողովի որոշումը պետք է լինի պատշաճ հիմնավորված եւ պատճառաբանված»:**

Այսուհանդերձ, մրցույթների արդյունքներն ամփոփելիս ՀՌԱՀ-ը միատեսակ մոտեցում չի ցուցաբերել հիմնավորումները ձեւակերպելիս: Այսպես, եթե թիվ 8, 11, 22, 23 մրցույթների արդյունքներն ամփոփելիս ՀՌԱՀ-ն այս կամ այն ընկերությանը հաղթող ճանաչելու որոշման իր հիմնավորումները ներկայացրել է, ապա նույնը չի կարելի ասել մնացած 21 մրցույթների արդյունքների վերաբերյալ որոշումների մասին:

Այսպես, «Թվային հեռարձակման ցանցի միջոցով մայրաքաղաքային սփուման, միջազգային եւ տեղական լրատվական-վերլուծական ուղղվածության հեռուստաձայնի եթերային հեռարձակում իրականացնելու թիվ 11 մրցույթում (այս մրցույթին մասնակցում էին «Արմնյուզ» ՓԲԸ-ն եւ «Մելտեքս» ՍՊԸ-ն) հաղթող ճանաչելու մասին» 2010 թվականի դեկտեմբերի 16-ի թիվ 96-Ա որոշման մեջ ՀՌԱՀ-ը մանրամասն ներկայացրել է երկու մասնակիցների հայտերի համեմատականները ըստ չափանիշների, «Մելտեքս» ՍՊԸ հայտում հայտնաբերված կասկածները, ապա եզրակացրել՝

**«ՀՌԱՀ անդամները մրցութային հայտերի վերաբերյալ իրենց վերլուծություններում, գնահատելով մրցակիցների կողմից ներկայացված փաստաթղթերը եւ դրանց հիմնավորումները, հանգել են հետևյալ եզրակացության.**

**1. «ԱՐՄՆԵՅՈՒԶ» ՓԲ ընկերության կողմից ներկայացված հայտը եւ կից փաստաթղթերը հիմնավոր են եւ կարող են ապահովել ընկերության կողմից առաջարկված թվային հեռարձակման ցանցի միջոցով միջազգային եւ տեղական լրատվական-վերլուծական ուղղվածության մայրաքաղաքային սփուման հեռուստաձայնի եթերային հեռարձակումը:**

**2. Չնայած «ՄԵԼՏԵՔՍ» ՍՊ ընկերության կողմից ներկայացված հայրենական արտադրության հաղորդումների ծավալի, սեփական արտադրության հաղորդումների ծավալի, բազմակարծությունը խթանելու կարողության, աշխատակազմի պրոֆեսիոնալ պատրաստվածության բավարար լինելուն, դրանց, ինչպես նաեւ անհրաժեշտ տեխնիկական միջոցների ապահովման համար ներկայացված ֆինանսական միջոցները չեն կարող բավարար համարվել, նկատի ունենալով այն հանգամանքը, որ անհրաժեշտ ֆինանսական միջոցների առկայությունը հիմնավորող փաստաթղթերի զգալի մասը կեղծ են եւ անհիմն (120000 ԱՄՆ դոլար եւ 280000 Եվրո), ինչը անիրագործելի է դարձնում թվային հեռարձակման ցանցի միջոցով միջազգային եւ տեղական լրատվական-վերլուծական ուղղվածության մայրաքաղաքային սփուման հեռուստաձայնի եթերային հեռարձակման ամբողջական իրականացման հնարավորությունը»:**

Որոշման մեջ այնուհետեւ ներկայացված են վարկանիշային քվեարկության արդյունքները՝ ՀՌԱՀ-ի 8 անդամների գնահատականներն ու դրանց հանրագումարը, ըստ որի «Արմնյուզ» ՓԲԸ-ն ստացել էր 44 միավոր, իսկ «Մելտեքս» ՍՊԸ-ն՝ 2:

Ի տարբերություն սրա եւ երկուական մասնակից ունեցող մյուս 3 մրցույթների, մնացած դեպքերում, երբ տվյալ մրցույթն ունեցել է մեկ մասնակից, մրցույթում հաղթող ճանաչելու ՀՌԱՀ-ի բոլոր 21 որոշումների մեջ էլ տրված է ստանդարտ ձեւակերպում.  
**«...ներկայացրած հայտի եւ կից փաստաթղթերի ուսումնասիրությամբ պարզվել է, որ դրանք բավարարում են ՀՀ օրենսդրությամբ սահմանված պահանջները»:** Չենք կարծում, որ **«...բավարարում են ՀՀ օրենսդրությամբ սահմանված պահանջները»** արտահայտությունը «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին ՀՀ օրենքի» 49-րդ հոդվածի 3-րդ մասով պահանջվող պատշաճ հիմնավորում եւ պատճառաբանում է: Մանավանդ, ինչպես կտեսնենք ստորեւ՝ փորձագետների հայտնաբերած փաստերում, այս մրցույթների շատ մասնակիցների հայտերում էլ կային փաստաթղթեր, որոնք նույն ձեւով կարող էին կասկածներ առաջացնել ՀՌԱՀ-ի անդամների մոտ եւ պետք է ստուգվեին: Եվ եթե հիմնավորումների մեջ այդ մասին չի ներկայացվում, նշանակում է, որ՝ կամ ՀՌԱՀ-ը հարկ չի համարել դրանք ստուգել, կամ էլ, պարզապես, հայտերը չի ուսումնասիրել նույն մանրակրկիտությամբ, ինչ՝ «Մելտեքս» ՍՊԸ-ի հայտի դեպքում:

Եվս մի հետաքրքիր դիտարկում մրցույթներում հաղթողներ ճանաչելու որոշումների վերաբերյալ. ՀՌԱՀ-ի 8 անդամները միասին բոլոր 25 մրցույթների 29 հայտերին նշանակել են ընդհանուր առմամբ 232 գնահատական (8 անդամ x 29 հայտ), եւ 230 դեպքում դրանք միեւնույն գնահատականներն են եղել (միայն «Արմնյուզի» եւ «Մելտեքսի» դեպքում ՀՌԱՀ-ի մեկ անդամը տվել է մյուսներից տարբերվող գնահատական), ընդ որում, բոլոր հաղթող ճանաչված ընկերությունները հանձնաժողովի բոլոր անդամների կողմից ստացել են ստանդարտ՝ 6 գնահատականը (բացառությամբ «ԱԼՄ»-ին հաղթած «Երեւանի», որը ստացել 5-եր՝ հանրագումարում՝ 40, եւ, ինչպես նշեցինք, «Արմնյուզի», որը ՀՌԱՀ-ի մեկ անդամից ստացել էր 2 գնահատական): Մտացվում է, որ հանձնաժողովի անդամները միեւնույն գնահատականն են տվել ե՛ւ արդեն տարիների փորձ ունեցող, տեխնիկական, կադրային, ֆինանսական խնդիրներ համարյա չունեցող հեռուստաընկերություններին, ե՛ւ նորաստեղծ, մտադրություններից բացի ոչինչ չունեցողներին: Ավելին ասենք, «Երեւան» հեռուստաընկերության հայտը (ինչպես նշեցինք) արժանացել է 40 միավորի (հանձնաժողովի բոլոր անդամները այն 5 են գնահատել), իսկ մեր փորձագետների գնահատմամբ՝ այդ հայտը համարյա ամբողջությամբ պատճենած «Երեւան մեդիա հոլդինգ»-ի (թիվ 25 մրցույթ, Արագածոտնի մարզ) հայտը՝ 48 միավոր (հանձնաժողովի բոլոր անդամները այն 6 են գնահատել):

**ԸՍՏ ՕՐԵՆՔՈՎ ՍԱՀՄԱՆՎԱԾ  
ՉԱՓԱՆԻՇՆԵՐԻ ՄՐՑՈՒԹԱՅԻՆ ՀԱՅՏԵՐԻ  
ՌԻՍՈՒՄՆԱՍԻՐՈՒԹՅԱՆ ԱՐԴՅՈՒՆՔՆԵՐԸ**

Ինչպես արդեն հիշատակեցինք վերը, օրենքի 49-րդ հոդվածը եւ ՀՌԱՀ-ի հաստատած կարգը սահմանում են, որ

**«Հանձնաժողովը լիցենզավորված անձի ընտրության ժամանակ հաշվի է առնում՝**

- 1) սեփական արտադրության հաղորդումների գերակայությունը.**
- 2) հայրենական արտադրության հաղորդումների գերակայությունը.**
- 3) հեռուստաընկերության բիզնես ծրագրի հիմնավորվածությունը.**
- 4) բազմակարծությունը խթանելու կարողությունը.**
- 5) հայտատուի տեխնիկական եւ ֆինանսական հնարավորությունները.**
- 6) աշխատակազմի մասնագիտական պատրաստվածությունը»:**

Ներկայացնենք փորձագիտական խմբի ուսումնասիրությունների արդյունքները՝ ըստ չափանիշների: Ընդ որում, առաջին եւ երկրորդ չափանիշները դիտարկվել են միասին, երրորդ՝ «հեռուստաընկերության բիզնես ծրագրի հիմնավորվածությունը» չափանիշի հետ ուսումնասիրվել են ֆինանսական հնարավորությունները (այն օրենքում նշված է 5-րդ չափանիշում՝ տեխնիկական հնարավորությունների հետ միասին):

**1. ՍԵՓԱԿԱՆ ԵՎ ՀԱՅՐԵՆԱԿԱՆ ԱՐՏԱԴՐՈՒԹՅԱՆ  
ՀԱՂՈՐԴՈՒՄՆԵՐԻ ԳԵՐԱԿԱՅՈՒԹՅՈՒՆԸ**

Այս չափանիշների ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ բոլոր հեռուստաընկերություններն էլ իրենց հայտերում ներկայացնում են սեփական եւ հայրենական արտադրության հաղորդումների մեծ չափաքաժիններ:

Հայրենական արտադրության չափաքաժինը, համաձայն օրենքի 8-րդ՝ «Հայրենական արտադրության հեռուստառադիոհաղորդումներ արտադրողի պաշտպանությունը» հոդվածի 1-ին մասի՝ **« չի կարող ամսական ընդհանուր եթերաժամի 55 տոկոսից պակաս լինել»:**

Որոշ հեռուստաընկերությունների հայտերում նշվում են ընդհուպ մինչեւ 98 տոկոս հայրենական եւ 95 տոկոս սեփական արտադրության հաղորդումներ ունենալու մտադրություններ: Մրցութային հանձնաժողովը հակված պիտի լիներ հավատալու հայտում նշվածին: Եվ այստեղ խնդիրը հանգում է հայտարարված չափաքանակները պահպանելուն: Իսկ դա հնարավոր է անել միայն հեռուստաէթերի ուսումնասիրությամբ: Լրագրողական կազմակերպությունների («Ինտերնյուս - Հայաստան», ԵՄԱ, «Ասպարեզ» ակումբ)՝ նախկինում կատարած ուսումնասիրությունները պարզ ցույց են տալիս, որ հեռուստաընկերությունները ոչ միան չէին պահպանում հայրենական արտադրության սահմանված չափաքաժինները, այլեւ՝ խախտում էին «Գովազդի մասին» օրենքով սահմանված գովազդի չափաքանակները:

«Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» օրենքի դեռեւս 2000 թվականին ընդունված անցումային դրույթներով (59 հոդված) մինչեւ 2005 թվականն էր թույլատրվում օտար լեզվով հեռարձակել գեղարվեստական եւ մուլտիպլիկացիոն կինոնկարներ: Սակայն մեր անցկացրած կարճատեւ դիտարկումն ապացույց է, որ անգամ մինչ այժմ՝ անցումային շրջանի ավարտից 6 տարի անց, որոշ հեռուստաընկերություններ (մասնավորապես «Երկիր Մեդիան», «Արմենիան», «Կենտրոնը» եւ Հ2-ը) ցուցադրում են չթարգմանված կամ առանց ենթագրի գեղարվեստական եւ մուլտիպլիկացիոն կինոնկարներ:

Մի քանի դիտարկումներ՝ մրցութային առաջարկներում արտացոլված ծրագրային քաղաքականության վերաբերյալ (*այստեղ եւ հետագայում անվանումից առաջ գրված թիվը մրցույթի համարն է: Մասնակից իրավաբանական անձանց անվանումները ներկայացված են ըստ վերը բերված աղյուսակի, անհրաժեշտության դեպքում փակագծերում նշվում է հեռուստաընկերության եթերային անվանումը*):

## **01. «ԱՐՄԵՆԻԱ ԹԻՎԻ» ՓԲԸ**

Ներկայացված աշխատակազմի, դրա կառուցվածքի եւ ծրագրային քաղաքականության համադրումից ակնհայտ է, որ թեպետ «Արմենիան» մասնակցում է հանրապետական սփյուռնի ընդհանուր ուղղվածության հեռուստածրագրերի հեռարձակման մրցույթին, այսուհանդերձ, նրա ուղղվածությունը, մեր գնահատմամբ, առավել ժամանացային է: Այսպես, հայտում նշված է, որ լրատվական հաղորդումների ծավալը կազմելու է 12 տոկոս (էջ 7), իսկ գիտական, մշակութային հաղորդումների ծավալը՝ 7 տոկոս (էջ 8): Եվ եթե նկատի ունենանք, որ ներկայացված երկու հասարակական-քաղաքական ուղղվածության հաղորդումները՝ «Հեռուստադուել» եւ «Իրականում», վաղուց եթերում չեն (ի դեպ՝ «Հեռուստադուելը» ներկայացված է նաեւ իբրեւ «Արմնյուզ»-ի հաղորդում), ապա ստացվում է, որ հաղորդացանցի մոտ 80 տոկոսը հատկացվելու է ժամանացային բնույթի հաղորդումներին (զանազան շոուներ, հեռուստասերիալներ եւ այլն), եւ հանձնաժողովը, մեր կարծիքով, պետք է սրան ուշադրություն դարձնէր: Ավելացնենք, որ հեռուստաընկերությունը նախատեսում է հայրենական արտադրության հաղորդումների ծավալը՝ 92 տոկոս, սեփական արտադրության հաղորդումների ծավալը՝ 90 տոկոս: Մրցութային առաջարկում ներկայացված են միայն նախորդ տարիներին իրականացված ծրագրերն ու հեռուստանախագծերը (էջ 10-27), որոնց մի մասն արդեն եթերում չէ, սակայն չի ներկայացված, թե դրանցից որն է շարունակվելու կամ ինչ նոր ծրագրեր են նախատեսվում:

## **05. «ՀՈՒՍԱԲԵՐ» ՓԲԸ («ԵՐԿԻՐ ՄԵԴԻԱ» ՀԸ)**

«Երկիր Մեդիայի» մրցութային առաջարկում նշված է, որ թվային հեռարձակման լիցենզիա ստանալու դեպքում նախատեսել են եթերը հարստացնել նոր հեռուստահաղորդումներով՝ «Տյուր», «Երկիր Ավետյաց», «Բաղրամյան 20». «Երկիր.AM», «Կամուրջ. երկրից-երկիր»: Այդ բոլոր ծրագրերն ուղղակի copy-paste են այն առաջարկից, որը հեռուստաընկերությունը ներկայացրել էր 2003 թվականի մրցույթում, եւ որոնք չիրականացրեց այս ընթացքում: Հեռուստաընկերությունը նախատեսում է հայրենական արտադրության հաղորդումների ծավալը 2011 թվականի 91 տոկոսից 2020 թվականին

հասցնել 98-ի, իսկ սեփական արտադրության հաղորդումների ծավալը 82 տոկոսից՝ 95 տոկոսի:

## **07. «Ա-ԹԻՎԻ» ՍՊԸ**

«Ա-ԹԻՎԻ»-ն ի մրցութային առաջարկում մի կողմից նշել է, թե իրենց նպատակային լսարանը 5-55 տարեկաններն են, մյուս կողմից՝ հաղորդացանցը ներկայացնելիս արձանագրել, որ այն նախատեսված է բոլորի համար: Մասնավորապես, նշված է՝ «Տարեց մարդկանց անդորրն ամբողջացնում է «Երբ իմը լինես» սերիալը»:

«Ա-ԹԻՎԻ»-ի ծրագրում առավել ներկայացված են ոչ սեփական արտադրության հաղորդումները: Այսուհանդերձ, 8-րդ էջում նշված է, թե հաղորդումների 61 տոկոսը սեփական արտադրության են, իսկ էջ 36-ում նշված է, որ 10 տարվա ընթացքում սեփական հաղորդումների ծավալը աճելու է 14,5 տոկոսով եւ 2020 թվականին հասնելու է 72,7 տոկոսի, իսկ հայրենական արտադրության հաղորդումների ծավալը նույն ժամանակամիջոցում 86,6 տոկոսից հասնելու է 95,6 տոկոսի:

## **08. «ԵՐԵՎԱՆ ՀԵՌՈՒՍՏԱԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ» ՓԲԸ**

Իր մրցութային առաջարկի 13-րդ էջում «Երեւան»-ը նշել է, թե ամսական ընդհանուր եթերաժամում իր հայրենական արտադրության հաղորդումները կազմելու են նվազագույնը 55%: Իսկ 15-րդ էջում մի աղյուսակ է ներկայացրել հաղորդումների նախատեսվող բաշխվածության մասին, որտեղ հայրենական արտադրության հաղորդումները 2011-2020 թվականներին կազմելու են արդեն 86-88%: Եվ հենց այս երկրորդ ցուցանիշն է հիմք ընդունել ՀՌԱՀ-ը՝ իր թիվ 93-Ա որոշման մեջ նշելով. «Երեւան հեռուստաընկերություն» ՓԲ ընկերության հայրենական արտադրության հաղորդումների ծավալը լիցենզիայի գործողության ժամկետում միջին հաշվարկով կազմում է 87,2% (ըստ ՀՌԱՀ-ի հաշվարկի, «Բիզնես ծրագիր», էջ 15)»: Հիշեցնենք, որ «ԱԼՄ-ՀՈԼԴԻՆԳ» ՍՊԸ-ի հայրենական արտադրության հաղորդումների ծավալը կազմել էր 80,5%: Եվ հայրենական արտադրության հաղորդումների ծավալը հենց այն 2 չափանիշներից մեկն է, որով «Երեւան»-ի առաջարկը համարվեց ԱԼՄ-ին գերազանցող:

## **10. «ԱՐ ՀԵՌՈՒՍՏԱԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ» ՍՊԸ**

Հաղորդացանցից, պարզ երեւում է, որ հայտարարված մրցույթի ուղղությունը՝ «մանկապատանեկան, գիտակրթական, դաստիարակչական, ճանաչողական ուղղվածության» գերիշխող չի լինելու: Մրցութային առաջարկում ներկայացված է հաղորդումների տոկոսային հարաբերությունը, որից պարզ է դառնում, որ մանկապատանեկան, գիտաճանաչողական եւ կրթաճանաչողական, ազգային-մշակութային անվանված հաղորդումները միասին կազմում են հաղորդացանցի ընդամենը մոտ 50 տոկոսը: «ԱՐ»-ն առաջարկում ներառել է լրատվական-քաղաքական-հասարակական ծրագրեր եւ մասնավորապես՝ «Ազդարար» լրատվական ծրագիրը, որը, եթե պահպանվեին մրցույթի պահանջները, հիմա պիտի հաղորդեր բացառապես «մանկապատանեկան, գիտակրթական, դաստիարակչական, ճանաչողական» լուրեր: Սակայն ծրագրում շարադրել են, որ «Ազդարարն» ունի, ասենք, «Համար ժողովրդի համար» ծառայությունը, որը «խիստ ուշադրության է արժանացնում նաեւ սոցիալապես

խոցելի վիճակում հայտնված խավին՝ ոչ միայն լուսաբանելով նրանց խնդիրները, այլև ցուցաբերելով նյութական աջակցություն»։ Օրագրում ներառել են «Ես եւ դու» հաղորդաշարը, որն ըստ շարադրվածի՝ «վերլուծում է կին եւ տղամարդ հարաբերությունները մեր համաքաղաքացիների կարծիքով»։ Մեկ այլ օրինակ. ծրագրում ներառել են «Քննության գաղտնիքները» հաղորդաշարը, որն ըստ ներկայացվածի՝ «պատրաստվում է ՀՀ գլխավոր դատախազության հետ համատեղ», եւ անդրադառնում են աղմկահարույց քրեական գործերին։ Բացի այս կոնկրետ ծրագրերից, մրցութային առաջարկում ուղիղ տեքստով էլ են փաստորեն հավաստել, թե մտադիր չեն գործել միայն սահմանված ուղղվածությանը համապատասխան։ Այսպես՝ հեռանկարային ծրագրերի բաժնում նշել են. «Թվային հեռարձակում իրականացնելու լիցենզիայի մրցույթում հաղթելու դեպքում «ԱՐ» հեռուստաընկերությունը, **որպես ընդհանուր ուղղվածության հեռուստաընկերություն**, (ընդգծումը մերն է - Աննա Իսրայելյան, Մեսրոպ Հարությունյան) հավատարիմ մնալով իր որդեգրած ծրագրային քաղաքականությանը՝ շարունակելու է իր գործունեությունը դինամիկ զարգացման ճանապարհով»։ Եվ խոստացել են, որ «Ազդարար» լրատվական ծառայության «ուշադրության կենտրոնում են մնալու ինչպես մայրաքաղաքի բնակիչներին հուզող խնդիրները, որոնց մասին «ԱՐ»-ը տեղեկանում է «Համար ժողովրդի համար» ծառայության միջոցով, այնպես էլ սոցիալական ծանր վիճակում հայտնված ընտանիքները»։ Ի դեպ, թեև նրանք հաղթել են մայրաքաղաքային սփումամբ հեռարձակման համար մրցույթում, առաջարկում նաև նշել են, թե պատրաստ են իրենց «հեռարձակումն իրականացնել ողջ հանրապետության տարածքում»։

## 11. «ԱՐՄՆՅՈՒԶ» ՓԲԸ

Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի «Թվային հեռարձակման ցանցի միջոցով մայրաքաղաքային սփուման, միջազգային եւ տեղական լրատվական-վերլուծական ուղղվածության հեռուստածրագրերի եթերային հեռարձակում իրականացնելու թիվ 11 մրցույթում հաղթող ճանաչելու մասին» 2010 թվականի դեկտեմբերի 16-ի թիվ 96-Ա որոշման մեջ նշված է.

1. « ԱՐՄՆՅՈՒԶ » ՓԲ ընկերության սեփական արտադրության հաղորդումների ծավալը լիցենզիայի գործողության ժամկետում կազմում է 82.5% (ըստ հայտի)։

2. «ԱՐՄՆՅՈՒԶ» ՓԲ ընկերության հայրենական արտադրության հաղորդումների ծավալը լիցենզիայի գործողության ժամկետում կազմում է 87% (ըստ հայտի) »։

Կարծում ենք ՀՌԱՀ-ի անդամների մոտ պիտի հարց առաջանար. ինչպե՞ս կարող է այդ հեռուստաընկերությունն ապահովել սեփական հաղորդումների 82 տոկոսանոց ծավալ, երբ յուրաքանչյուր ժամում կես ժամը տրամադրում է «Եվրոնյուզ»

հեռուստաընկերության ռուսերեն հաղորդումների վերահեռարձակմանը։ Կարծում ենք, հարկ էր նաև սա հաշվի առնել եւ հետաքրքրվել, իսկ ի՞նչ է փոխելու «Արմնյուզը», որ սեփական արտադրության հաղորդումները կազմեն 82 տոկոս, իսկ հայրենական արտադրության հաղորդումները՝ 87 տոկոս։ Պակասեցնելու է «Եվրոնյուզի» վերահեռարձակումները։ Համենայն դեպս, ծրագրային քաղաքականությունից դա առանձնապես չի երեւում։

## 15. «ՇԱՐԿ» ՍՊԸ («ՀԱՅ ԹԻՎԻ», ներկայումս հեռարձակվում է «12» լոգոյով)

Մրցութային առաջարկի 9-րդ էջում ներկայացված է 2010 թվականի սեպտեմբեր ամսվա կտրվածքով հեռուստաթերի տեսակավորումը: Ըստ այդմ՝ ժամանցային հաղորդումները կազմում են մոտ 22 տոկոս, կինոնկարները՝ մոտ 47,5 տոկոս: Այսինքն՝ ըստ էության ժամանցային հաղորդումները կազմում են եթերի մոտ 70 տոկոսը, այն դեպքում, երբ լրատվական-վերլուծական հաղորդումները՝ ընդամենը 13,8 տոկոսը, սպորտային հաղորդումները՝ 9 տոկոսը:

Մասնակցելով «ընդհանուր ուղղվածության ու սլոյալ տարածքի բնակչության հետաքրքրությունները բավարարող» (սլոյալ դեպքում՝ մայրաքաղաքի) մրցույթին, ՀՀ-ը միայն մեկ առաջարկ ունի մայրաքաղաքային խնդիրների վերաբերյալ: 23-րդ էջում նշվում է, որ «եթեր է հեռարձակվելու մի նախագիծ, որով կխոսվի միայն մայրաքաղաքային բնակչությանը հուզող հարցերի վերաբերյալ»:

Ըստ հայտի՝ հայրենական արտադրության հաղորդումների մասնաբաժինը 2010-ի 72.1 տոկոսից 2020-ին հասնելու է 92.2 տոկոս, սեփականը՝ 68.7 տոկոսից՝ 88.9 տոկոս:

## **17. «ՖՈՐՏՈՒՆԱ» ՍՊԸ**

Մրցութային առաջարկի էջ 36-ում գրված է. «Լրատվական քաղաքականության կարեւորագույն գործոններից է համարվում Հայաստանի բնակչությանը Սփյուռքի մասին տեղեկատվությամբ ապահովելը: «Շանթ» ՀՀ-ի հետ ձեռք է բերվել պայմանավորվածություն այդ երկրում բնակվող սփյուռքահայության կյանքի եւ գործունեության վերաբերյալ մեզ տեղեկատվություն տրամադրելու վերաբերյալ...»: Ո՞ր երկրի սփյուռքահայության կյանքի մասին է խոսքը:

Ծրագրային ներկա եւ ապագա քաղաքականությունը նորմալ ներկայացված է, սակայն «Ֆորտունան» իր ներկայացրած գործարար ծրագրում նշել է, թե «նպատակ ունեն ստեղծել այնպիսի հեռուստաալիք, որի օգնությամբ մարզի հեռուստադիտողը իրեն իրապես կզգա համաշխարհային քաղաքակրթության մաս հանդիսացող անկախ երկրի քաղաքացի»: Սա բառացի համընկնում է ՀՀ-ի մրցութային առաջարկում ամրագրված հետեւյալ խոստմանը. «Հեռուստաընկերությունն արտադրում է եւ նպատակ ունի արտադրել այնպիսի հաղորդումներ, որոնց օգնությամբ հեռուստադիտողն իրեն իրապես կզգա համաշխարհային քաղաքակրթության մաս հանդիսացող անկախ երկրի քաղաքացի»:

Սա միակ համընկնումը չէ: «Ֆորտունան» նշել է. «Իմաստային առումով եւ մատուցման ձեւով հեռուստահաղորդումները պետք է կրեն լավատեսական բնույթ եւ հույս ներշնչեն հեռուստադիտողին»: «Կենտրոն» հեռուստաընկերության մրցութային առաջարկում կար բառացիորեն նույն ձեւակերպումը. «Իմաստային առումով եւ մատուցման ձեւով հեռուստահաղորդումները պետք է կրեն լավատեսական բնույթ եւ հույս ներշնչեն հեռուստադիտողին»:

## **22. «ԱԲՈՎՅԱՆ» ՀԵՌՈՒՍՏԱԽՄԲԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ» ՍՊԸ**

Մրցութային առաջարկի 7-րդ էջում կարդում ենք. «Աբովյան» հեռուստաընկերության գործունեության համար հիմք են ծառայել բարոյահոգեբանական սկզբունքներն ու նորմերը, հայ ժողովրդի ավանդական արժեքները: Իմաստային լայն առումով եւ մատուցման ձեւով հեռուստահաղորդումներն ունեն լավատեսական բնույթ եւ հույս են

ներշնչում հեռուստադիտողին»: Սա էլի «Կենտրոն» հեռուստաընկերության մրցութային առաջարկի 15-րդ էջից փոքր-ինչ ձեւափոխված «փոխառություն» է, որը նաև «Ֆորտունան» էր մեջբերել՝ անփոփոխ. «Հեռուստատեսային գործունեության քաղաքականության հիմքում ընկած են բարոյական սկզբունքներն ու նորմերը, ինչպես նաև հայ ժողովրդի ավանդական արժեքները: Իմաստային առումով եւ մատուցման ձեւով հեռուստահաղորդումները պետք է կրեն լավատեսական բնույթ եւ հույս ներշնչեն հեռուստադիտողին»: Հեռուստաընկերությունը նախատեսում է 2015-2020 թվականներին հայրենական արտադրության հաղորդումների չափաբաժինը հասցնել 85, իսկ սեփականը՝ 59.5 տոկոսի:

### **23. «ՑԱՅԳ» ՍՊԸ**

Հեռուստաընկերությունը մրցութային առաջարկի էջ 8-ում որպես սեփական հաղորդում է ներկայացրել «Ազատություն» ռադիոկայանի «Տեսակետների խաչմերուկ» հաղորդաշարը, որը «Ցայգը» միայն վերահեռարձակում է՝ ինչպես եւ մարզային այլ հեռուստաընկերություններ: Նույն կերպ նաև որպես սեփական հաղորդում է ներկայացրել «Երկիր Մեդիա» հեռուստաընկերության «Երկրի հարցը» հաղորդաշարը, որն էլի միայն վերահեռարձակում է: Եվ վերջապես՝ որպես սեփական հաղորդումներ է ներկայացրել «Համասփյուռ» ցանցի համար «Ա1+»-ի պատրաստած «Մեր թեման» եւ «Թեման» հաղորդաշարերը: Այլոց ծրագրերի հեղինակային իրավունքը խախտելուց հետո՝ հավելել է, թե «ծրագրի հյուրերն են եղել հանրապետության գրեթե բոլոր ազդեցիկ քաղաքական գործիչները»: Ընդ որում, եթե հետագա ծրագրում «Երկիր Մեդիա» հեռուստաընկերության մասին նշվում է, որ իրենցից նյութեր են ստանում, ապա «Ազատություն» ռադիոկայանի եւ «Ա1+»-ի անունները չեն նշվում ընդհանրապես:

### **25. «ԵՐԵՎԱՆ ՄԵԴԻԱ ՀՈՒՂԻՆԳ» ՍՊԸ**

«Երեւան Մեդիա Հոլդինգ»-ն էլ է խոստացել «Երեւան» հեռուստաընկերության պես հեռարձակել «SMS chat» ծրագիրը, որն ըստ մրցութային առաջարկի «Ժամանակակից բարձրաճաշակ երաժշտական տեսանյութերի ներքո բովանդակային քննարկում է ծավալում երիտասարդներին հետաքրքրող բազում հարցերի շուրջ եւ հնարավորություն է ընձեռում անմիջական շփում հաստատել հեռուստադիտողների միջեւ, այդ թվում օգնում է տարբեր բարդություններով անձանց անկաշկանդ շփման»: Ձեւակերպումը բացարձակապես նույնն է, ինչ եւ մայրաքաղաքային «Երեւանի» դեպքում:

«Հեռուստալսարանի նկարագիր» հատվածում նշված է. «Մարզը իր անունը ժառանգել է պատմական Այրարատ աշխարհի Արագածոտն գավառի անունից», «Արագածոտնի մարզը հարուստ է պատմամշակութային հուշարձաններով՝ Ամբերդը, Թալինի մեծ եւ փոքր Կաթողիկե, Աշտարակի Ծիրանավոր, Սպիտակավոր եւ այլ վանքերով: Օշական գյուղում գտնվում է հայ գրերի ստեղծող սուրբ Մեսրոպ Մաշտոցի դամբարանը»: Փաստորեն՝ «Երեւանը» որպես իր հեռուստալսարան պատկերացնում է նաև հիշյալ վանքերն ու Մաշտոցի դամբարանը:

## 2. ՀԵՌՈՒՍՏԱԸՆԿԵՐՈՒԹՅԱՆ ԲԻԶՆԵՍ ԾՐԱԳՐԻ ՀԻՄՆԱՎՈՐՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ ԵՎ ԴԻՄՈՂԻ ՖԻՆԱՆՍԱԿԱՆ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ

Ակնհայտ է, որ ՀՌԱՀ-ն ի սկզբանե չի սահմանել որոշակի կոնկրետ չափանիշներ եւ չափորոշիչներ, որոնցով պայմանավորված կլինեն ներկայացվող պարտադիր ու կամընտիր փաստաթղթերի եւ կետերի ցանկը: Արդյունքում՝ առաջարկները կազմված են «ազատ ոճով», հայտերում ներկայացված ֆինանսական փաստաթղթերը, պայմանագրերը, կանխատեսումները չեն ենթարկվում որեւէ ստանդարտացման, եւ դրանք գրեթե հնարավոր չէ համեմատել: Գոյություն չունի պարտադիր ներկայացման համար անհրաժեշտ պարամետրերի (կետերի), փաստաթղթերի ցանկ եւ գնահատող հանձնաժողովին առաջնորդող ինդիկատորների սանդղակ:

Ֆինանսական փաստաթղթերը հաճախ կազմված են անփութորեն, պարունակում են թվաբանական եւ փաստական սխալներ, ինչպես, ասենք, «Երեւան» հեռուստաընկերության դեպքում է: Պայմանագրերը ստորագրված են միակողմանի, ինչպես, օրինակ՝ «Արմնյուզի» որոշ փաստաթղթերի կամ «Գեղամա Մեդիա հոլդինգ» մարզային հեռուստաընկերության գույքի հանձման-ընդունման ակտի դեպքում է: Շատ են պայմանագրերը, որոնք կնքված չեն: Իսկ, ասենք, «Արմենիա» հեռուստաընկերության որոշ փաստաթղթերում սպիտակ շտրիխով փակված են անուն, ազգանուն, հասցե, պաշտոն տողերը, օրինակ՝ NBC Universals ֆաքսի թուղթը: «Մելտեքս» ՍՊԸ («Ա1+» հեռուստաընկերության) հայտում Pro Motions (Մլովենիա) ընկերության կողմից ներկայացված սարքավորումների մատակարարման համար կազմված փաստաթուղթը ստորագրված չէ՝ բացակայում է առաջարկը ներկայացնողի անունը:

Հաճախ ներկայացված են փաստաթղթեր, որոնց գործառնական նշանակությունն անհասկանալի է: Օրինակ՝ «Երեւան» հեռուստաընկերության վերլուծության մի մասը հիմնվում է բնակչության դեմոգրաֆիկ տվյալների ներկայացման վրա, սակայն այդ տվյալները հստակ առնչություն չունեն ՀՀ գործնական ծրագրի հետ: Կամ՝ «ԱՐ» հեռուստաընկերությունը հայտին կցել է «Ռեյթերս լիմիթիդ» կազմակերպության անվանափոխության մասին նամակ: «Հ2» հեռուստաընկերությունը ներկայացրել է պայմանագիր կենցաղային աղբի տեղափոխման մասին: «Կենտրոն» հեռուստաընկերությունը ներկայացրել է Հայաստանի օլիմպիական կոմիտեի շնորհակալական նամակը:

Եվ հակառակը՝ բացակայում են խոստացվող ներդրումները հավաստիացնող փաստաթղթերը:

*Ստորեւ՝ մի քանի օրինակներ:*

### 03. «ՀԱՅԿԱԿԱՆ ԵՐԿՐՈՐԴ ՀԵՌՈՒՍՏԱԱԼԻՔ» ՍՊԸ («Հ2» ՀԵՌՈՒՍՏԱԱԼԻՔ)

Հեռուստաընկերությունը նախատեսում է 2012-ին ներդնել 320 000 000 դրամ, սակայն այդ գումարների գոյացման աղբյուրները հստակ չեն: Այս հեռուստաընկերությունը որպես լրացուցիչ երաշխիք կցել է «Լոքալ դեվելոփերզ» ՍՊԸ-ի կողմից տրված

տեղեկանքը, որը չի պարունակում կոնկրետ ֆինանսական խոստումներ: «Ակբա Կրեդիտ Ազրիկոլ» բանկի հետ հեռուստաընկերության կնքած պայմանագիրը չունի պաշտոնական փաստաթղթի համար անհրաժեշտ ձևեր՝ բլանկի վրա չէ, կնքված եւ ստորագրված չէ, ըստ այդմ՝ կասկած է հարուցում:

#### **10. «ԱՐ ՀԵՌՈՒՍՏԱԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ» ՍՊԸ**

Հիմնական դրամական մուտքեր են նշվում երկարաժամկետ փոխառությունները եւ գովազդից գոյացած գումարները: Համաձայն ընկերության հայտարարության՝ կնքվել են 9 միլիարդ դրամի երկարաժամկետ փոխառության պայմանագրեր, սակայն պայմանագրերի պատճենները կցված չեն, չնայած դրանք չեն կարող առետրային գաղտնիք համարվել: Կամ՝ համաձայն նույն հեռուստաընկերության ներկայացրած նախահաշիվների, եկամուտները 2011-2020թթ. կազմելու են տարեկան 720 000 000 դրամից մինչև 1 200 000 000 դրամ, սակայն գումարների գոյացման վերաբերյալ որևէ մանրամասն ներկայացված չէ:

#### **16. «ՏԱՎՈՒՇ-ՏՎ» ՍՊԸ**

Հեռուստաընկերությունը ֆինանսական հնարավորությունները հիմնավորող փաստաթղթերից ներկայացրել է ընդամենը մեկը՝ 2010 թվականին «Գրանդ կոմերց» ՓԲԸ մասնակիցների տարեկան ընդհանուր ժողովի արձանագրությունը, որտեղ նշում է ընկերության շահույթը եւ բաժնետերերի դիվիդենտները: Բացակայում են պայմանագրեր (գովազդային, այլ), բանկային տեղեկանքներ եւ այլն:

#### **22. «ԱԲՈՎՅԱՆ ՀԵՌՈՒՍՏԱԽՄԲԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ» ՍՊԸ**

Հեռուստախմբագրության բոլոր ներկայացրած փաստաթղթերը սեփականատերերի եւ հեռուստատեսության տնօրենի անձնական գույքի անհատույց տրամադրման եւ ներդրումների մասին են՝ հիմնավորող այլ փաստաթղթեր չկան:

*Ներկայացված բիզնես ծրագրերում, որպես կանոն, բացակայում են անհրաժեշտ փաստացի հիմնավորումները, դրանք ապացուցող փաստաթղթերը, հղումները հավաստի աղբյուրներին եւ այլ էական տեղեկատվություն:*

***Ստորել՝ մի քանի օրինակներ.***

#### **01. «ԱՐՄԵՆԻԱ ԹԻՎԻ» ՓԲԸ**

Համաձայն հեռուստաընկերության կանխատեսումների՝ 2011-2020թթ. աշխատավարձային ֆոնդը կաճի ավելի քան երկու անգամ եւ 2020-ին կկազմի տարեկան 5 մլն դոլարից ավելի, սակայն իսպառ բացակայում են նման աճի ֆինանսական հիմնավորումները: Նույն հեռուստաընկերությունը չի ներկայացրել ձեռք բերվող բարձրակարգ սարքավորումների նախահաշիվը եւ դրանց գումարների գոյացման հիմքերը: «Արմենիան» ներկայացրել է վերջին հինգ տարիներին եկամուտների ծավալի աճը, որը գոյացել է արտադրանքի ավելացման շնորհիվ:

Ներկայացրել է նաև հետագա տարիների աճի կանխատեսումները, սակայն չկան այդ ֆինանսական հաշվարկների հիմնավորումները: Նույնը վերաբերում է տեխնիկական միջոցների գնման կանխատեսումներին. այստեղ թվեր են բերվում մեկ դրամի ճշգրտությամբ, սակայն գումարների գոյացման հաշվարկները բացակայում են, ամեն ինչ հիմնված է միայն կանխատեսումների վրա: Բիզնես ծրագրի հիմնավորվածության տեսակետից նշենք նաև, որ հեռուստաընկերությունը տեքստային ձևաչափով մանրամասն ներկայացրել է հետագա 10 տարվա զարգացման պլանը, այդ թվում՝ սոցիալական ցանցերի հետ ինտեգրումը (ֆեյսբուք, թվիթեր), սակայն նշված չեն այդ ծրագրերի կիրառման արդյունքում սպասվող ֆինանսական օգուտները (հաշվարկները բացակայում են):

## **02. «ՇԱՆԹ» ՍՊԸ**

«Շանթ» հեռուստաընկերությունն առաջիկա 10 տարիների ընթացքում նախատեսում է կատարել մոտ 8 մլն ԱՄՆ դոլար գումարի չափով ներդրում՝ շենքային պայմանների բարելավման, վերապատրաստման, տեխնիկական վերազինման, արտաքին մարկետինգային քաղաքականության հզորացման նպատակով, սակայն նշված չեն ներդրումների ֆինանսական աղբյուրները: Առաջիկա 10 տարիներին հիմնական ֆինանսական հոսքերն ակնկալվում են գովազդից, միջազգային շուկայում արտադրանքի իրացումից եւ արբանյակային բաժանորդագրումից, սակայն չկան ակնկալվող գումարների գոնե կանխատեսումներ: Բացակայում են ներքին կամ միջազգային շուկայում արտադրանքի սպառման վերաբերյալ պայմանագրերը կամ մտադրության հոչակագրերը:

## **03. «ՀԱՅԿԱԿԱՆ ԵՐԿՐՈՐԴ ՀԵՌՈՒՍՏԱԱԼԻՔ» ՍՊԸ («Հ2» ՀԵՌՈՒՍՏԱԱԼԻՔ)**

Հեռուստաընկերությունը ներկայացրել է մի շարք ընկերությունների անուններ, որոնց հետ 2011-ին նախատեսում է շարունակել համագործակցությունը՝ գովազդի հեռարձակման առումով, սակայն ներկայացված չեն այդ ընկերությունների հետ համաձայնագրերը, ուստի դժվար է հստակ հաշվարկներ կատարել նույնիսկ 2011-ի դրությամբ ֆինանսական հոսքերի աճի վերաբերյալ: «Հ2»-ի ներկայացրած գովազդային պայմանագրերի մի մասում հիշատակվում է այլ հեռուստաընկերություն՝ ռուսական «ԷՌՏԵԷՆ»-ը (PTP):

## **04. «ՄՈՒԼՏԻ ՄԵԴԻԱ-ԿԵՆՏՐՈՆ ԹԻՎԻ» ՓԲԸ («ԿԵՆՏՐՈՆ» ՀԸ)**

Հեռուստաընկերությունը նշել է, թե նախապատրաստվում է կիրառել նոր ռազմավարական մոտեցումներ թե՛ մրցակցության պայմաններում, սակայն չի նշվում որևէ կոնկրետ միջոց, քայլ, մոտեցում: Օրինակ՝ «Այնուհանդերձ «Կենտրոն» ՀԸ որդեգրած ռազմավարությունն ապահովում է ռեսուրսների հավասարաչափ բաշխում, այդպիսով նպաստելով Ընկերության առաքելության իրականացմանը» (էջ 12): Թե ինչպես է հավասարաչափ բաշխումը նպաստում առաքելության իրականացմանը՝ չի ասվում: Բացակայում են պայմանագրերը կապալառուների հետ:

## **05. « ՀՈՒՍԱԲԵՐ» ՓԲԸ («ԵՐԿԻՐ ՄԵՂԻԱ» ՀԸ)**

Հեռուստարձեղանության ակտիվները 2010թ. կազմել են մոտ 250 000 000 դրամ, եւ համաձայն կանխատեսումների՝ 2020-ին դրանք կկազմեն մոտ 2 000 000 000 դրամ (ավելացում 8 անգամ), որն իրատեսական չէ եւ հիմնավորված չէ (համապատասխան ֆինանսական հաշվարկները բացակայում են):

## **07. «Ա-ԹԻՎԻ» ՍՊԸ**

Հեռուստարձեղանության խոստացած աշխատավարձերի ավելացումը չի հիմնավորված, չեն ներկայացվել աճի աղբյուրները: Նախատեսվում է 2011-2020թթ. 260 մլն դրամի նյութատեխնիկական բազայի ավելացում, սակայն չեն նշվում ակնկալվող արդյունքները: Չի ներկայացված նաեւ, թե ինչպես է հաշվարկը կատարվել, որ աղբյուրներից են օգտագործվել հաշվարկի թվերը (գները): Հեռուստագովազդի արդյունքում ստացված գումարների կանխատեսումներն ընդհանրապես չունեն ֆինանսական հիմնավորումներ (սահմանափակվում են՝ «համաձայն մասնագիտական կանխատեսումների» արտահայտությամբ): 2010թ. 9 ամիսների շահույթը կազմել է 5.800.000 դրամ, իսկ 2010թ. -ի ավարտի համար է (3 ամիս անց) կանխատեսվում, որ այն կկազմի 10.000.000 դրամ: Հիմնավորումները բացակայում են: Վերը նշված «աճի» միտումը որպես հիմք է ընդունվում հետագա տարիների ֆինանսական հաշվարկներում: 2011-2015թթ. կանխատեսվող եկամուտները՝ 2 մլրդ 315 մլն դրամ, անհիմն են. նշված գումարների գոյացումների բացվածքը բացակայում է (էջ 55): Եկամուտների եւ շահույթների հաշվարկները որեւէ հիմնավորում չունեն (56 էջ):

## **08. «Ա.Լ.Մ.- ՀՈԼԴԻՆԳ» ՍՊԸ**

Հեռուստարձեղանության հիմնական եկամուտներն ապահովվում են հիմնադրի կողմից անվերադարձ ներդրումների շնորհիվ, որոնք, ըստ պարտավորագրի, հետագա 10 տարում կկազմեն 600 մլն դրամ, սակայն բացակայում են այդ գումարների գոյացման աղբյուրները: Ընդ որում 2010թ. ընկերությունը գործել է վնասով, ունեցել է սեփական կապիտալի բացասական ցուցանիշ: Նշված հանգամանքներում բացակայում են բավարար հիմնավորումները ընկերության հաջողակ ֆինանսական վիճակի վերաբերյալ: Ընկերությունը չի ներկայացրել բավարար հիմքեր եւ հաշվարկներ հետագա 10 տարիներին եկամուտների աճի վերաբերյալ: Եկամուտները, ըստ հայտի հեղինակների կանխատեսումների, 2020թ. կաճեն ավելի քան 10 անգամ:

## **08. «ԵՐԵՎԱՆ ՀԵՌՈՒՍԱԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ» ՓԲԸ**

Հեռուստարձեղանությունն իր փաթեթում հղում է կատարում wikipedia էլեկտրոնային ռեսուրսին, ինչն անթույլատրելի է համարվում ցանկացած հեղինակավոր մարմնի կողմից: Այն ոչ այնքան հավաստի աղբյուր է:

## **09. «ԴԱՐ 21» ՀԵՌՈՒՍԱԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ» ՓԲԸ**

Հեռուստարձեղանությունն իր կանխատեսումներում, որպես հետագա ֆինանսական միջոցների աճի աղբյուր, ներկայացնում է գովազդատուների ցանկ, սակայն նշված չեն

այդ գովազդատուների հետ հետագա համագործակցության հիմքերը:  
Հեռուստարձևերությունը նշում է, թե չի բացառում, որ հետագայում ֆինանսական մուտքերը կարող են համալրել վարկերի միջոցով, սակայն չեն նշվում այդ վարկային գումարների չափերը, դրանց բաշխումն ընկերության զարգացման պլանում եւ հետագա մարման մեխանիզմները: Ի դեպ, հայտում նշված է, թե ներկայումս հեռուստարձևերությունը ժամում հեռարձակում է մոտ երկու րոպե գովազդ եւ հետագայում այն ավելացնելու է չորս անգամ՝ չգերազանցելով օրենսդրությամբ սահմանված սահմանափակումը՝ 58400 րոպե տարեկան: Մակայն ցանկացած մոնիտորինգ կհավաստի, որ ներկայումս այս հեռուստաալիքով միջինը մեկ ժամում ընթացող գովազդը հաստատապես գերազանցում է 2 րոպեն:  
Ըստ ընկերության տվյալների՝ 2009 թվականին այն աշխատել է մոտ 8 մլն դրամ վնասով, այն դեպքում, երբ հենց առաջին տարում ընկերությունը նախատեսում է շահույթների կտրուկ ավելացում՝ առանց համապատասխան ֆինանսական հաշվարկների:

**11. «ԱՐՄՆՅՈՒԶ» ՓԲԸ**

Հեռուստարձևերությունը ներկայացրել է հետագա 10 տարիների ֆինանսական եկամուտների մանրամասն կանխատեսումներ՝ ըստ հոդվածների (հասույթներ եւ ծախսեր), սակայն ներկայացված չեն նշված կանխատեսումների գնագոյացման հաշվարկները կամ աղբյուրները: Ընկերության հասույթների (եկամուտների) աղյուսակի համաձայն՝ 2008-2009թթ.-ին արձանագրվել են նվազեցումներ, սակայն 2011թ. եւ 2012թ. կանխատեսումներում սպասվում է կտրուկ աճ՝ առանց ֆինանսական հիմնավորումների:

**15. «ՇԱՐԿ» ՍՊԸ («ՀԱՅ ԹԻՎԻ», ներկայումս հեռարձակվում է «12» լոգոյով)**

Թեեւ հեռուստարձևերության հիմնական եկամուտները գոյանալու են գովազդից եւ վճարովի եթերի տրամադրումից, ու գովազդի գնագոյացումը հիմնվում է շուկայական գների վրա, սակայն ընկերության փաթեթում չեն ներկայացվում գովազդի սակագները՝ «փրայմթայմի» եւ ոչ «փրայմթայմի» համար: Փոխարենը ներկայացված են 2009թ. գովազդից ստացված եկամուտները՝ մեկ թվով: Ընդ որում, ընկերությունը 2009-ին աշխատել է վնասով:

**16. «ՏԱՎՈՒՇ-ՏՎ» ՍՊԸ**

Հեռուստարձևերությունն ակնկալում է, որ զուտ իրացումները 2020թ. կկազմեն ավելի քան 173 մլն դրամ՝ 2012թ. ակնկալվող 46 մլն դրամի դիմաց, սակայն ներկայացված հաշվարկները հիմնավորված չեն եւ բերվում են մեկ տողով: Ըստ հայտի՝ ընկերության զուտ շահույթը 2020թ. կկազմի ավելի քան 52 մլն դրամ, սակայն համապատասխան կանխատեսումների հաշվարկները նույնպես բացակայում են:

**17. «ՖՈՐՏՈՒՆԱ» ՍՊԸ**

Հեռուստարձևերությունն իր ֆինանսական ծավալների ապահովման համար հիմնական շեշտադրումն անում է գովազդի պատրաստման եւ հեռարձակման վրա, սակայն բացակայում են իրացումների մոտ տասնապատիկ աճի հստակ հիմնավորումները:

## 19. «ՏԵԼԵԼԵՔՍ» ՍՊԸ

Հեռուստաընկերության ֆինանսական կանխատեսումները կազմվել են 10 տարվա (2011-2020) համար, իսկ ներդրման նպատակահարմարությունը որոշելիս կիրառվել է դրամական հոսքերի ներկա զեղչված արժեքի մեթոդը: Համաձայն ընկերության հաշվարկների՝ կիրառված այդ մեթոդի արդյունքները դրական են, ինչը խոսում է ներդրումների նպատակահարմարության մասին, սակայն չկան նշված մեթոդով հաշվարկները եւ հնարավոր ռիսկերի ազդեցությունը (արտարժույթի, գլոբալ ֆինանսական, ստեղծագործական եւ այլն): Համաձայն ընկերության հաշվարկների՝ գովազդից ակնկալվող եկամուտները 2011թ. մինչև 2020թ. կավելանան մոտ 3 անգամ, սակայն բացակայում են գովազդից ակնկալվող գումարների հաշվարկները եւ ներկայացված չեն բավարար հիմքեր այդ աճի վերաբերյալ:

## 20. «ՆՈՐ ԴԱՐ, ՆՈՐ ՀԱԶԱՐԱՄՅԱԿ» ՍՊԸ

Գործունեության երկրորդ տարվանից սկսած՝ կանխատեսվում է բարձր իրացվելիություն եւ հուսալիություն, սակայն բավարար հիմնավորումներ (պայմանագրեր, համագործակցության մտադրության ապացույցներ եւ այլն) չեն ներկայացվում: Նշվում է, որ գովազդների պատվերների ծավալը կախված է գյուղատնտեսական զարգացումների եւ բնակլիմական պայմաններից, որոնք իրականում անկանխատեսելի են: Ընկերությունը 10 տարվա կտրվածքով կանխատեսում է իրացումների եւ հասույթների մոտ 3 անգամ աճ: Դրանց 2 անգամ աճի դեպքում ընկերությունը կգործի վնասով: Ուստի ներկայացված ֆինանսական պլանում առկա են մեծ ռիսկեր:

## 21. «ԱՐՓԱԻՆՖՈՐՄ» ՍՊԸ

Ընկերությունը ստեղծում է մեկ հիմնադիր, որը հայտարարում է, որ ներդնելու է սեփական 53 975 000 դրամ գումար, ինչպես նաեւ բիզնես վարկ է վերցնելու 182 500 000 դրամ (մոտ 500 000 ԱՄՆ դոլար) FRUNZIK INTERNATIONAL LIMITED ընկերությունից (սա ընդգծում ենք, որովհետեւ բավականին հետաքրքիր է, որ «Գուգլ»-ի հարցումը նման ընկերություն չի հայտնաբերում, սակայն փոխառության պայմանագրում նշված հասցեով օֆշորային ընկերություն է՝

BRITISH VIRGIN ISLANDS

Trident Trust Company (BVI) Ltd

Trident Chambers, Wickhams Cay, PO Box 146

Road Town, Tortola, British Virgin Islands

Tel +1-284-494-2434 • Fax +1-284-494-3754

[bvi@tridenttrust.com](mailto:bvi@tridenttrust.com).

<http://www.tridenttrust.com>):

Նաեւ նշված է. «Մույն գործարարության ծրագրի կատարողն է հանդիսանում «Հայաստանի հեռուստատեսային եւ ռադիոհաղորդիչ ցանց» ՓԲԸ-ն», ինչն անհասկանալի է:

Հայտում նշում է, որ գովազդի եւ վաճառքի իրացման ծախսերն ընկերության կողմից կձեռավորվեն՝ կախված մրցակիցների գներից եւ սեզոնից, սակայն ներկայացված փաստաթղթում բացակայում են գնագոյացման հաշվարկները, ինչպես նաեւ կան անճշտություններ ֆինանսական ծախսերի եւ եկամուտների հաշվարկներում: Մասնավորապես՝ ըստ կանխատեսումների, 2010 թվականի դրամական ծախսերը կկազմեն 415 մլն դրամ, 2011թ. կկազմեն 197 մլն դրամ, իսկ եկամուտները համապատասխանաբար՝ 128 մլն.դրամ եւ 123 մլն դրամ: Համաձայն հաջորդ աղյուսակի՝ առաջին տարվա եկամուտները կազմում են 128 մլն դրամ, բայց ծախսերն արդեն կազմում են 118 մլն դրամ, այլ ոչ թե 415 մլն դրամ, ուստի ընկերությունը, ստացվում է, գործելու է շահույթով: Նմանատիպ պատկեր է երկրորդ տարվա կամ 2014թ. համար, որտեղ ծախսերը կանխատեսվում են 165 մլն դրամ (աղյուսակ 2) եւ մեկ այլ աղյուսակում (էջ 63) դրանք կազմում են 118 մլն դրամ: Ներկայացված չեն այդ տարբերությունների պատճառները:

## **22. «ՄԻՐԱԿ» ՍՊԸ («ՀՐԱԶԴԱՆ» ՀԸ)**

Հեռուստաընկերությունն իր մարկետինգային նպատակներից հիմնականն է համարում մինչեւ 2011թ. վերջը գովազդի վաճառքի ծավալների քառապատկումը, սակայն որպես ռազմավարություն՝ այդ առումով նշվում է միայն համագործակցությունը գովազդային գործակալների հետ, գովազդային գործակալների հմտությունների բարձրացումը, զեղչերի ձկուն համակարգը: Սակայն նշված ավելացման մեթոդիկան եւ պայմանները բավարար չեն քառապատիկ եկամուտներ ստանալու համար, ուստի այդ կանխատեսումը բավարար հիմնավորված չէ: Ընկերությունը կատարվելիք ծախսերը ներկայացրել է 2 բաժնով՝ մոտակա (2011թ. սպասվելիք) եւ երկարաժամկետ (2012-2020թթ), եւ սկսած 2012թ.՝ ծախսերի շարժը արտահայտվում է տոկոսային աճով, սակայն այդ կանխատեսվող աճի հիմնավորումները բացակայում են: Համաձայն ընկերության կանխատեսումների՝ դրամական միջոցների մուտքերը 2011թ. կկազմեն մոտ 50 մլն.դրամ, իսկ 2020թ. դրանք կհասնեն 150 մլն դրամ, սակայն սույն աճը հիմնվում է մարկետինգային ծրագրի վրա՝ առանց իրացման աճի բավարար հիմնավորումների:

## **22. «ԱԲՈՎՅԱՆ» ՀԵՌՈՒՍՏԱԽՄԲԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ» ՍՊԸ**

Հեռուստաընկերությունը կանխատեսել է, որ 2011-2015թթ. գովազդի պատրաստումից ստացված եկամուտը կկազմի 317 մլն դրամ, 2016-2020թթ.՝ 461 մլն դրամ, իսկ ծախսերը կկազմեն 218 մլն դրամ եւ 248 մլն դրամ՝ համապատասխանաբար: Սակայն նշված գումարների գոյացման հիմնավորումները բացակայում են:

## **23. «ԶԱՊ» ՍՊԸ («ԳԱԼԱ» ՀԸ)**

Հեռուստաընկերության կողմից ներկայացված ծրագրում բացակայում են եկամուտների, իրացվող ծրագրերի, ֆինանսական հոսքերի շարժը կանխատեսող հաշվարկները:

### 23. «ՑԱՅԳ» ՍՊԸ

Հեռուստաընկերության կողմից ներկայացված իրացումներից ձեւավորված հասույթը չի մանրամասնվում, ուստի չի հիմնավորվում այդ գումարների եկամուտը, որի շնորհիվ հնարավոր է փոխառության եւ վարկի տոկոսների մարումը: Ընկերության կանխատեսումների համաձայն՝ գովազդից եկամուտները կավելանան մոտ 5 անգամ՝ 2011թ. կազմելով մոտ 29 մլն դրամ, իսկ 2020թ. հասնելով 149 մլն դրամի: Սակայն ներկայացված հաշվարկներում բացակայում են նշված աճի կանխատեսումների հիմնավորումները: Ընկերության կանխատեսումների համաձայն՝ ընդհանուր եկամուտները 2011 թվականից մինչև 2020թ. կաճեն մոտ 4,5 անգամ՝ 37,4 մլն դրամից հասնելով 168,3 մլն դրամի: Նշված կանխատեսումների հաշվարկը նույնպես բացակայում է:

### 25. «ԵՐԵՎԱՆ ՄԵԴԻԱ ՀՈԼԴԻՆԳ» ՍՊԸ

Հայտը շատ նման է «Երեւան» հեռուստաընկերության հայտին (եթե չասենք՝ արտագրված է նրանից):

Ներդրումային ֆոնդը ներկայացված է 200 000 00 միլիոն դրամով, որը պիտի ստացվի երկու ընկերություններից («Էլիտ շանթ» եւ «Էկո ֆուդ»), որոնք 10 տարվա ընթացքում գովազդ են տեղադրելու ՀՀ եթերում (ճիշտ նույն մոտեցումն է նաեւ «Երեւան» ՀՀ-ում): Հեռուստաընկերությունը ներդրման նպատակահարմությունը որոշելու համար կիրառել է դրամական հոսքերի ներկա զեղչված արժեքը, որն, ըստ հաշվարկների, կազմել է 6 մլն դրամ, սակայն նշված հաշվարկները բացակայում են: Համաձայն ընկերության կանխատեսումային հաշվարկների՝ ամբողջ տասնամյա ժամանակահատվածում ծախսումները կկազմեն 487 մլն դրամ, այդ թվում՝ տեխնիկական վերազինման համար՝ 195 մլն դրամ: Նույն ժամանակահատվածի համար եկամուտները կկազմեն 507 մլն դրամ: Ուստի ընկերության զուտ շահույթը 10 տարվա կտրվածքով բավականին փոքր է՝ մոտ 20 մլն դրամ, որը ռիսկային թիվ է:

## 3. ԲԱԶՄԱԿԱՐԾՈՒԹՅՈՒՆԸ ԽԹԱՆԵԼՈՒ ԿԱՐՈՂՈՒԹՅՈՒՆԸ

*Ուսումնասիրության ընթացքում անդրադարձել ենք նաեւ մրցութային առաջարկների բովանդակային-ծրագրային մասին՝ նկատի ունենալով օրենքում նախատեսված մյուս չափանիշը, որն անվանված է «բազմակարծությունը խթանելու կարողությունը»:*

*Այսուհանդերձ, քանի որ բոլոր մրցութային առաջարկներում ծրագրային քաղաքականության եւ բազմակարծությունը խթանելու վերաբերյալ գեղեցիկ խոստումների պակաս չկա, մենք ուսումնասիրության ընթացքում առավել ուշադրության ենք արժանացրել ու ստորեւ արձանագրել ենք միայն առաջարկների այն հատվածները, որոնք կամ առնչվում են ներկայացված անձնակազմով դրանք իրականացնելու հնարավորությանը, կամ չեն համապատասխանում մրցույթի ուղղվածությանը:*

*Սակայն նախ նշենք, որ հեռուստաընկերությունների գերակշիռ մեծամասնությունն այս չափանիշի կապակցությամբ ներկայացրել է բացառապես ընդհանուր բնույթի*

*դատողություններ: Այնպես, ինչպես դա արել է, ասենք, թիվ 21 մրցույթի մասնակից «Արփաինֆորմ» հեռուստաընկերությունը. «Հեռուստածրագրերի կառուցման առանցքային հիմքը հանդիսանալու է բազմակարծության սկզբունքը, որը խոստանում է նպաստել ծրագրերի հետագա զարգացմանն ու մարզի բնակչության ամենալայն խավերի եւ տարիքային տարբեր շերտերի ներգրավումը հասարակական բարձր հնչեղություն ունեցող հարցերի քննարկմանը» (էջ 8):*

## **01. «ԱՐՄԵՆԻԱ ԹԻՎԻ» ՓԲԸ**

Թեև իր հայտում էլի բազմակարծության խթանման մասին նշել է ընդհանուր բնույթի դատողություններ, սակայն կարծում ենք, որ այս հեռուստաընկերության ծրագրերում հասարակական-քաղաքական հաղորդումների խիստ սակավությունը պիտի որ բազմակարծության ապահովման վերաբերյալ կասկածներ առաջացնեն:

## **11. «ԱՐՄՆՅՈՒՋ» ՓԲԸ**

Բազմակարծության վերաբերյալ ենթաբաժնում նշել է. «Էսկալիբուր կամ թուր կեծակի» հաղորդումը, որը պետք է ներկայացնի մի քաղաքական առաջնորդի անցած ճանապարհը: Հաշվի առնելով, որ վերջինս պիտի ներկայացնի տվյալ առաջնորդի «փորձությունները, կարիերան մինչև իշխանության հասնելն ու առաջին քայլերը», ենթադրվում է, թե բազմակարծություն ապահովելու կոչված այս հաղորդումը նվիրված է լինելու բացառապես իշխանական գործիչներին: Պարզ չէ, թե ինչպես են համադրվում վերոհիշյալ եւ մրցութային առաջարկի «հետագա ֆինանսական կանխատեսումներ» բաժնում տրված խոստումները. «Ընկերությունը նախատեսում է ավելացնել սեփական արտադրության քաղաքական եւ սոցիալ-տնտեսական հաղորդումների ծավալը, որոնք կրելով կոմերցիոն բնույթ՝ կավելացնեն նաեւ ընկերության հասույթը»: Այսինքն՝ քաղաքական վերոհիշյալ հաղորդումներն ունենալու են կոմերցիոն բնույթ:

## **19. «ՏԵԼԵԼԵՔՍ» ՍՊԸ**

Փաթեթում հայտարարել է, որ նպատակ ունեն խթանել բազմակարծությունը, սակայն նշել են. «Պարբերաբար անդրադառնալ աղանդներին եւ հոգեւոր դաստիարակության սկզբունքներին» (էջ 15): Այս ձեւակերպումն արդեն նշանակում է, որ կրոնական խնդիրների վերաբերյալ բազմակարծություն չի լինելու:

*Բհարկե, ՀՌԱՀ-ում կարող են առարկել, որ մեր վերոբերյալ եւ արձանագրած այլ ձեւակերպումներ ո՛չ օրենքով, ո՛չ էլ մրցութային կարգով նախատեսված գնահատման չափանիշի բաղկացուցիչ չեն կարող լինել, որ իրենք իրավասու չեն միջամտելու հեռուստաընկերությունների ծրագրային-բովանդակային քաղաքականությանը, քանի որ դա կարող է ընկալվել իբրեւ գրաքննություն, եւ որ՝ իրենք պարզապես գնահատում են առաջարկները՝ նկատի ունենալով բազմակարծությունը խթանելու, հայրենական եւ սեփական արտադրության ծավալները նշելու տեղեկությունները: Այսուհանդերձ, մենք կարծում ենք, որ եթե ՀՌԱՀ-ն իր գործունեության նախորդ տարիներին իրականացրած լիներ իր վերահսկողական գործառույթը, կարող էր ձեռքի տակ տվյալներ ունենալ, թե մրցութային մասնակցող գործող հեռուստաընկերությունները նախկինում ինչպես են*

իրականացրել խոստումները, ապահովել չեն արդյոք հայրենական եւ սեփական արտադրության ծավալները, եղել չէ բազմակարծություն նրանց եթերում, խախտվել չէ օրենքը, թե՞ ոչ: Իսկ եթե սեփական դիտարկումներ չեն կատարել, կարող էին օգտվել լրագրողական եւ հասարակական կազմակերպությունների իրականացրած դիտարկումների արդյունքներից: Կրկնենք, մրցույթի արդյունքներն ամփոփելիս սա հաշվի առնելն օրենսդրական պահանջ չէ, սակայն զուտ խոստումներին հավատալու տեսակետից պիտի որ ՀՌԱՀ-ի անդամների մոտ հարցեր առաջացնեն:

Դեռեւս օրենքի նախագծի քննարկման ընթացքում որոշ փորձագետներ նշում էին, որ «բազմակարծությունը խթանելու կարողությունը» չափանիշն ընդհանրապես ավելորդ է, որովհետեւ, ի տարբերություն մյուս չափանիշների, այն վերացական է եւ անչափելի: Այսինքն՝ չունի հստակ չափման միավոր, եւ մրցութային հանձնաժողովին կմնա միայն հավատալ խոստումներին: Այդպես էլ եղել է: Երկրորդ, «բազմակարծություն» ասվածն ավելի շատ վերաբերում է հասարակական-քաղաքական բազմակարծությանը կամ ամենից առաջ ընկալվում է որպես բազմակարծություն՝ հասարակական-քաղաքական խնդիրների վերաբերյալ: Այս պարագայում, նման քաղաքականություն ներկայացնելու անհրաժեշտությունն անհասկանալի է դառնում մշակութային, ժամանացային, մանկական ուղղվածության մրցույթներին ներկայացվող առաջարկների դեպքում:

Ուստի, այս եզրակացության մեջ, մասամբ անդրադառնալով դրան, այնուամենայնիվ կարծում ենք, որ «բազմակարծությունը խթանելու կարողությունը» վերացական պահանջը պետք է հանվի օրենքով նախատեսված գնահատման չափանիշների ցանկից:

#### **4. ԴԻՄՈՂԻ ՏԵԽՆԻԿԱԿԱՆ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ**

«Թվային հեռարձակման ցանցի միջոցով հեռուստածրագրերի եթերային հեռարձակում իրականացնելու հեռուստաընկերությունների մրցույթի անցկացման կարգը» ընդամենը նախատեսում է, որ հայտում պետք է ներկայացված լինեն տվյալներ օգտագործվելիք տեխնիկական միջոցների եւ սարքավորումների մասին: Այս փաստաթղթում հայտի տեխնիկական գնահատման համար չկան հստակ չափորոշիչներ, մատնանշված չեն տեխնիկական չափանիշները, որոնց պետք է համապատասխանի հայտատուն: Հետեւաբար, ՀՌԱՀ-ի անդամն այն պետք է գնահատի այնպես, ինչպես ինքն է հասկանում:

Մեր կարծիքով, անհրաժեշտ էր նշել հեռարձակման բոլոր գոյություն ունեցող ազգային չափանիշները եւ (գոնե) պատկերի ու ձայնի այն որակի սպասվելիք տեխնիկական չափորոշիչները, որ պիտի ստանա հեռուստադիտողը՝ թվային հեռարձակման անցնելուց հետո:

այտերի գնահատականներում պետք է հաշվի առնվեին ժամանակակից տեխնիկական լուծումները: Օրինակ, եթե որպես թվային հեռարձակման անցնելու կարելու էր եւ առանցքային գործոններից մեկը բոլորը համարում են բովանդակության տեսաձայնային որակը, ապա պետք է առանձնացնել (կամ ավելի բարձր գնահատել) այն հայտերը, որտեղ կա HD (High Definition) ֆորմատին անցնելու ձգտում:

## **01. «ԱՐՄԵՆԻԱ ԹԻՎԻ» ՓԲԸ**

**Հեռուստաընկերությունը** հայտարարում է, որ ամբողջությամբ՝ նկարահանումից մինչև բովանդակությունը հեռարձակման կետ հասցնելը, աշխատում է թվային HD ֆորմատով: Մինչ ազդանշանը անալոգային հաղորդակին հասնելը՝ այն HD ֆորմատից վերափոխվում է SD (Standart Definition) ֆորմատի: Այսինքն, եթե վաղը հնարավորություն լինի հեռարձակել HD, ապա ՀԸ-ը ոչինչ փոխելու կարիք չունի: Դատելով հայտից՝ այս ՀԸ-ը տեխնիկական առումով ամենազարգացածն է Հայաստանում: Համապատասխանում է միջազգային ստանդարտներին: Օգտագործվում են ամենաժամանակակից տեխնիկական լուծումները: Սարքավորումների քանակն ու որակը հնարավորություն են տալիս արտադրելու հայտարարված բովանդակությունը:

## **02. «ՇԱՆԹ» ՍՊԸ**

Ընկերությունը հայտարարել է HD ֆորմատին անցնելու մասին: Այսօրվա դրությամբ ընկերությունն ամբողջովին ավտոմատացրել է հեռարձակումը: Նշված են տվյալ պահին ունեցած տեխնիկական միջոցները: Ընկերությունը հայտարարում է, որ 10 տարվա ընթացքում տեխնիկական վերազինման, տարածքների ընդլայնման եւ պայմանների բարելավման համար ներդնելու է 7 մլն ԱՄՆ դոլարին համարժեք գումար: Հայտում բացակայում է առանձին մանրամասն տեխնիկական բյուջեն: Մեր եզրակացությունն է, որ ընկերությունն ունի տեխնիկական եւ կադրային ներուժ՝ հայտարարված բովանդակությունն արտադրելու համար:

## **03. «ՀԱՅԿԱԿԱՆ ԵՐԿՐՈՐԴ ՀԵՌՈՒՍՏԱԱԼԻՔ» ՍՊԸ**

Դատելով հայտից՝ իր բովանդակության արտադրության համար ընկերությունը վաղուց օգտագործում է թվային տեխնոլոգիաներ: Ցավոք, ենթակառուցվածքների մասին մանրամասն տեղեկությունների բացակայության պատճառով հնարավոր չէ գնահատել եւ եզրակացություններ անել: Ամեն ինչ ներկայացված է դեկլարատիվ:

## **04. «ՄՈՒԼՏԻ ՄԵԴԻԱ-ԿԵՆՏՐՈՆ ԹԻՎԻ» ՓԲԸ («ԿԵՆՏՐՈՆ» ՀԸ)**

Ներկայացված է եղած սարքավորումների մանրամասն ցուցակը: Դրանք հիմնականում 7-10 տարվա ոչ ժամանակակից սարքավորումներ են, պրոֆեսիոնալ անալոգային Betacam SP եւ թվային DVCAM ֆորմատի: Ընկերությունն աշխատում է հին մեթոդներով՝ մոնտաժված նյութերը տեսագրվում են հոլովակների կամ DVD սկավառակների վրա եւ դրանցով հեռարձակվում եթեր: Ընկերությունը նախատեսել է նաեւ ներդրումներ տեխնիկական վերազինման համար: Նախատեսվում է, որ բոլոր ձեռք բերվող սարքավորումները կլինեն HD ֆորմատի:

Ընկերությունն ունի հայտարարված բովանդակությունն ապահովելու համար անհրաժեշտ նվազագույն միջոցները: Տեխնիկական հագեցածության մակարդակով այժմ չի կարող համարվել Հայաստանում առաջատարներից մեկը: Ընկերությունը

հայտարարում է ժամանակակից թվային հեռուստատեսություն ստեղծելու պատրաստակամության եւ ձգտման մասին:

### **07. «Ա-ԹԻՎԻ» ՍՊԸ**

Արտադրական տարածքների եւ ստուդիաների մասին տեղեկություններ չկան: Ընդհանուր տվյալներ են բերվում այն մասին, որ ընկերությունը նորացրել է իր սարքավորումները, նկարահանումներ է իրականացնում DV եւ HDV ֆորմատներով, նշվում է, որ ամբողջ գործընթացը՝ նկարահանումից մինչեւ վերջնական արտադրանք եւ ազդանշանը հաղորդակի հասցնելն արդեն թվային է: Որեւէ տվյալ չկա օգտագործվող սարքավորումների մասին: Բացակայում է նաեւ տեխնիկական վերազինման հայեցակարգը: Հայտարարվում է, որ ընկերությունը ձեռք կբերի 260 000 000 դրամի նոր սարքավորումներ, այդ թվում HD ֆորմատի խցիկներ, վիրտուալ ստուդիա, շարժական հեռուստակայան, ինչպես նաեւ ինտերնետ հեռարձակման համար անհրաժեշտ սարքեր:

Որեւէ կոնկրետ տեղեկություն չկա, առկա են միայն ընդհանուր տեղեկություններ եւ ընդհանուր մտադրություններ:

### **08. «Ա.Լ.Մ.- ՀՈԼԴԻՆԳ» ՍՊԸ**

Հայտում մանրամասն նկարագրված չեն այն սարքավորումները, որոնցով արդեն աշխատում է ՀԸ-ը: Ամեն ինչ նկարագրված է ընդհանուր գծերով: Նշվում է, որ «Հեռուստաընկերության ներսում այժմ գործող բոլոր տեսավահանակները միացված են SDI թվային ելքերով»: SDI (Serial Digital Interface)-ը առաջադեմ թվային տեխնոլոգիա է, որն ապահովում է բարձ որակ:

Ըստ հայտի շատ դժվար է դատել ներկա տեխնիկական վիճակի մասին: Չկա տեխնիկական վերազինման եւ HD ֆորմատով հեռարձակման անցման տեխնիկական հայեցակարգ: Հայտում կա 10 տարվա ընթացքում ձեռք բերելիքի աղյուսակ, որում միայն սարքավորումների ցանկն է եւ դրանց քանակը:

### **08. «ԵՐԵՎԱՆ ՀԵՌՈՒՍՏԱԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ» ՓԲԸ**

Տեղեկություններ չեն ներկայացվել ներկայումս գոյություն ունեցող ֆորմատի, սարքավորումների եւ տեխնոլոգիաների մասին: Ընկերությունը հայտում ներկայացնում է տվյալներ 10-ամյա սկզբնական կապիտալ ներդրումների (հիմնականում սարքավորումների տեսքով) մասին: Մասնավորապես, ընկերությունը նախատեսում է ձեռք բերել թվային հաղորդակ վերերկրյա թվային հեռարձակման համար (DVB - T): Ճիշտ է, վերջնական բյուջեում հաղորդակը նշված չէ: Համաձայն թվային հեռարձակման անցնելու պլանի՝ «հեռարձակողն» ինքը չի իրականացնելու իր ալիքի/բովանդակության (ազդանշանի) թվային հեռարձակումը (ճառագայթումը): Այսու՝ անհասկանալի է, թե ինչո՞ւ է անհրաժեշտ ձեռք բերել վերերկրյա թվային հեռարձակման հաղորդակը: Գուցե խոսքը ժամանակավոր հեռարձակման մասին է, մինչեւ թվային հեռարձակման ցանցի շահագործման հանձնելը:

Նկարագրվում է նաև 241 հազար ԱՄՆ դոլարի (89 000 000 դրամ) ներդրումը՝ շենքի տեսքով: Նրանում պլանավորվում է կառուցել մեծ սրահ՝ 700 քմ տարածքով՝ 300 նստելատեղով (անհասկանալի է, թե ինչի համար է այն անհրաժեշտ հեռուստարձևությունը: Հասկանալի կլինեք, եթե խոսքը վերաբերեր նկարահանման տաղավարին, ապարատային-ստուդիական բլոկին կամ համալիրին): Հեռուստարձևության անձնակազմը բաղկացած է 42 հոգուց, սակայն հաստիքացուցակում բացակայում է տեխնիկական ղեկավարը՝ տնօրենը կամ գլխավոր ինժեները (մեր կարծիքով ծրագրում նշված քանակի սեփական արտադրանքը դժվար է ապահովել 42 հոգանոց անձնակազմով):

Տեխնիկական բյուջեն (հավելված 8) կազմված է սարքավորումների կտորներից: Ակնառու չեն տրամաբանությունն ու տեխնիկական հայեցակարգը: Ցանկալի էր տեսնել հայեցակարգային բյուջե, որ կներառեր համակարգված կառուցվածք: Բյուջեից կարելի է ենթադրել, որ ցանկություն կա ստեղծել երկու ստուդիա՝ յուրաքանչյուրը երեք խցիկով: Ստուդիայի ստեղծման համար անհրաժեշտ են նաև այլ բաղկացուցիչներ՝ ստուդիական լուսավորություն, կապ, հեռուստահուշարարներ (սուֆլյոր): Խցիկները ժամանակակից են, ոչ մեծարժեք (խցիկները հայտավորված են առանց օբյեկտիվների. կամ հեռուստարձևությունը դրանք արդեն ունի կամ դա բացթողում է): Հայտում բացակայում է տեխնիկական զարգացման ռազմավարությունը ներկայացնող նկարագրական մասը:

Ինչ վերաբերում է հայտարարված 15 ժամանոց սեփական արտադրության բովանդակության ապահովման հնարավորություններին, ապա տվյալ ներուժով, հատկապես՝ անձնակազմով, մեր կարծիքով, վիճելի կամ համենայն դեպս՝ դժվար լուծելի խնդիր է:

## **09. «ԴԱՐ 21» ՀԵՌՈՒՍՏԱԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ» ՓԲԸ**

Ընկերությունը թվարկել է այն սարքավորումները, որոնցով ներկայումս աշխատում է: Այն SD ֆորմատի է, մոնտաժված բովանդակությունը փոխանցվում է տեսաերիզային (հոլովակային) կամ օպտիկական կրիչների վրա: Հեռարձակումն իրականացվում է հոլովակից կամ DVD սկավառակից: Չկա եթերի ավտոմատացված համակարգ: Տեխնիկական վերազինման պլանը շատ թույլ է՝ հիմնականում խոսվում է HD խցիկների և մագնիտոֆոնների ձեռք բերման, համակարգիչների հզորացման մասին: Չկա ժամանակակից տեխնիկական հայեցակարգ:

Ամենաթույլ տեխնիկական հագեցածության ընկերություններից մեկն է: Մարզային հեռուստարձևության մակարդակ ունի:

## **10. «ԱՐ ՀԵՌՈՒՍՏԱԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ» ՍՊԸ**

Ընկերությունը վերջին 7 տարում ներդրումներ է կատարել եւ նորացրել սարքավորումները: Այժմ ունի բոլոր նախադրյալներն ամբողջությամբ թվային հեռարձակման անցնելու համար: Ընկերությունը ներկայացրել է բոլոր անհրաժեշտ տեխնիկական տվյալները համակարգերի և բոլոր բաղադրատարրերի վերաբերյալ: Սա

առավել ամբողջական եւ գրագետ կազմված տեխնիկական նկարագրություններից մեկն է:

Առկա են բոլոր անհրաժեշտ համակարգերն ու բաղադրիչները տեխնիկական առումով որակյալ բովանդակություն արտադրելու եւ մատակարարելու համար:  
Ընկերությունը, դատելով ներկայացված հայտից, ներկայումս տեխնիկական առումով ամենառաջադեմներից մեկն է: Այն արդեն ունի հետագա զարգացման համար անհրաժեշտ թվային ենթակառուցվածքներ:

## **11. «ԱՐՄՆՅՈՒԶ» ՓԲԸ**

Սարքավորումներն ամենաժամանակակից են: ԱՎԻԴ (AVID) համակարգերը այսօրվա դրությամբ հեռուստա, ռադիո եւ մեդիա ընկերությունների համար ամենաթանկարժեք պրոֆեսիոնալ սարքավորումներն են արտադրում:

Ընկերությունը ցանկություն ունի ստեղծել ինտերնետային կայք, որով իրական ժամանակում կհեռարձակի իրադարձությունները՝ HD ֆորմատով: Սակայն ուսումնասիրության պահի դրությամբ <http://www.armnews.tv> հասցեն նշում է, թե ստեղծման փուլում է (under construction), ընդ որում՝ 2009 թվականից:

Դատելով հայտից, ընկերությունը տեխնիկական առումով բավականին զարգացած է: Նման ընկերությունը պետք է նորությունների թողարկման, վերլուծությունների, օրական մի քանի անգամ իրադարձությունների վայրից ռեպորտաժների տեսակետից համապատասխաներ միջազգային չափանիշներին, քանի որ մյուս հեռուստաընկերություններից եւ ոչ մեկը չունի նման հայտարարված տեխնիկական միջոցներ՝ իրադարձությունների վայրից, հատկապես՝ մարզերից հեռարձակում ապահովելու համար:

## **11. «ՄԵԼՏԵՔՍ» ՍՊԸ («Ա1+» ՀԸ)**

Ընկերությունն այսօր, ըստ իր հայտարարության, կարող է սեփական ուժերով արտադրել 2.5 ժամ սեփական ինֆորմացիոն-անալիտիկ բովանդակություն:  
Ընկերության ներկայացրած սարքավորումներով հնարավոր է արտադրել հայտավորված բովանդակությունը, սակայն SD ֆորմատով: Հետագայում HD ֆորմատին անցնելու համար հարկ կլինի տեխնիկական վերազինում իրականացնել:

## **15. «ՇԱՐԿ» ՍՊԸ («ՀԱՅ ԹԻՎԻ», ներկայումս հեռարձակվում է «12» լոգոյով)**

Ընկերությունը հայտում չի ներկայացրել տեղեկություններ իր արտադրական տարածքների մասին: Ընկերության սարքավորումների ցանկը ամենափոքրն է: Ունի տարրական մակարդակի ընդամենը մեկ նորությունների ստուդիա:

Ընկերությունը ներկայացրել է ձեռք բերելիք սարքավորումների ցուցակը, որում միայն անվանումներն են եւ որոշ սարքերի թվաքանակը: Չկա հայեցակարգ, եւ պարզ չէ հեռարձակման մոդելի եւ ֆորմատի ընտրությունը: Ամեն ինչ կարծես զրոյից է սկսվում:

Տեխնիկական առումով ամենաթույլ հայտն էր: Նման սարքավորումներով այսօր դժվար է աշխատել նույնիսկ Երեւանի տարածքում:

### **18. «ԳԵՂԱՄԱ ՄԵԴԻԱ ՀՈԼԴԻՆԳ» ՍՊԸ**

Հայտը հիմնականում պատկերացում տալիս է 3 տարածքային ընկերությունների միավորման դեպքում հայտարարված բովանդակությունն արտադրելու հնարավորության մասին: Հայտում կան տեղեկություններ ներկայումս օգտագործվող սարքավորումների մասին: Դրանք ժամանակակից չեն, սակայն պիտանի են SD ֆորմատի նյութերի արտադրության համար:

Հայտում բացակայում է ապագայում HD ֆորմատին անցնելու տեխնիկական ռազմավարությունը: Նշվում է, որ մինչև 2020 թվականը կստեղծվի ամրոտիզացիոն ֆոնդ՝ սարքավորումների նորացման եւ նոր տեխնոլոգիաների ներդրման համար:

### **19. «ՏԵԼԵԼԵՔՍ» ՍՊԸ**

Հայտում առկա է տեխնիկական բազան, որը հնարավորություն է տալիս արտադրել հայտարարված բովանդակությունը: Ընկերությունը մտադրություն ունի գնել նոր սարքավորումներ, սակայն հիմնականում նկարահանման, մոնտաժային, ստուդիական: Հայտարարված չէ եթերի ավտոմատացման բաղկացուցիչների ձեռք բերման մասին: Իսկ դա այսօր թվային հեռարձակման անցման հիմքն է:

### **20. «ՆՈՐ ԴԱՐ, ՆՈՐ ՀԱԶԱՐԱՄՅԱԿ» ՍՊԸ**

Հեռուստաընկերությունը գործունեության սկզբում պլանավորում է ձեռք բերել մեծ քանակությամբ սարքավորումներ, սակայն այդ ծախսերը չեն արդարացվում, որպես նոր ստեղծված ընկերություն, որը կատարում է նման ներդրում, բայց չունի պատվիրատուների ձեւավորված խումբ եւ արտադրանքի երաշխավորված սպառման շուկա: Ընկերությունը մարզային հեռարձակողի համար բավականին առաջադեմ հայեցակարգ է ներկայացրել: Եղած սարքավորումները հնարավորություն տալիս են արտադրելու հայտարարված բովանդակությունը, նկարագրված տեխնիկական հայեցակարգը համապատասխանում է ժամանակակից պատկերացումներին եւ պահանջներին:

### **21. «ԱՐՓԱԻՆՖՈՐՄ» ՍՊԸ**

Ընկերությունը նորաստեղծ է, այն չունի շենք եւ գործունեության տեխնիկական միջոցներ:

Տեխնիկական մասում նկարագրված է միջազգային կարգի ժամանակակից հեռուստաընկերության մոդելը: Կան նաեւ տեխնիկական մանրամասների ոչ համարժեք պատկերացման օրինակներ: Այսպես, նշվում է՝ «նախատեսվում է ձեռք բերել եւ սարքասրահում տեղակայել բավականաչափ տարողունակ տեսասերվեր (1 տերրաբայթ)», այն դեպքում, երբ այդ տարողությունը թվային հեռուստատեսությունում վաղուց մեծ ծավալ չի համարվում: Նշվում է «ժամանակակից տրանզիստորային

սարքերի» ձեռք բերման մասին, այն դեպքում, երբ տրանզիստորային էլեկտրոնիկան ժամանակակից էր անցյալ դարի 70-ականներին:

Նկարագրված է գործնականում գերժամանակակից մոտեցում՝ օպտիկամանրաթելային ներքին ցանց, ամբողջովին ավտոմատացված եթեր, ոչ գծային մոնտաժ եւ այլն: Նման բան այժմ ունեն, թերեւս, միայն «Շանթը» եւ «Արմենիան»:

Շատ համարձակ եւ լավատեսական մոտեցում է: Ուզում ես հավատալ, որ այն իրագործելի է: Տեսականորեն հայտում ներկայացված տեխնիկական միջոցներով, իհարկե, կարելի է արտադրել եւ մատակարարել հայտարարված բովանդակությունը: Կասկածներ է հարուցում այն, որ ընկերությունը չունի ո՛չ ընդհանրապես հեռուստատեսային, ո՛չ թվային տեխնոլոգիաների կիրառման փորձ: Չունի սեփական տեխնիկական կադրեր՝ իրականացնելու համար նման հավակնոտ 24-ժամյա ծրագիր, որում սեփական արտադրանքը պիտի կազմի 80 տոկոս (19 ժամ): Համեմատության համար՝ 15 տարվա փորձ, 300 աշխատակից եւ լուրջ տեխնիկական բազա ունեցող «Շանթը» արտադրում է միայն 10,5 ժամ սեփական բովանդակություն:

## **22. «ՄԻՐԱԿ» ՄՊԸ («ՀՐԱԶԴԱՆ» ՀԸ)**

Ներկայացված են տվյալներ ներկայումս ունեցած սարքավորումների մասին: Դրանք հիմնականում խառը՝ S-VHS, DV ֆորմատների հնացած սարքավորումներ են, ինչը միանգամայն տրամաբանական է, եթե հաշվի առնենք հեռուստաընկերության «տարիքը»՝ 20 տարի: Ունեն բոլոր անհրաժեշտը տեխնիկական միջոցները նյութերը արտադրելու, պահպանելու եւ հեռարձակելու համար: Ընկերությունը հայտարարում է, որ ձեռք է բերելու ժամանակակից թվային նկարահանման, մոնտաժային, ստուդիական սարքավորումներ, ինչպես նաեւ՝ հեռարձակման ավտոմատացման համակարգ: Չկա թվային տեխնիկական զարգացման եւ թվային հեռարձակման հեռանկարի նկարագրություն:

Տիպիկ տեղական փոքր հեռուստաընկերություն է: Անձնակազմը եւ տեխնիկական հագեցածությունը նվազագույնն են հեռարձակում իրականացնելու համար: Հիմնական տվյալների բացակայության պատճառով դժվար է գնահատել սեփական բովանդակության արտադրության հնարավորությունները:

## **22. «ԱԲՈՎՅԱՆ» ՀԵՌՈՒՍՏԱԽՄԲԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ» ՄՊԸ**

Սարքավորումները միանգամայն համապատասխան են փոքր տեղական հեռուստակայանի համար: Դրանք հիմնականում կենցաղային եւ կիսապրոֆեսիոնալ տեսա եւ ձայնա տեխնիկական միջոցներ են: Առայժմ իր տրամադրության տակ չունի հեռուստասուֆյուր, ստուդիական լուսավորություն, եթերի ավտոմատացված համակարգ: Ընկերությունը ներկայացրել է պլանավորվող ձեռքբերումների ցուցակը: Այստեղ երեւում է «դասական» մոտեցումը, եւ չի երեւում ժամանակակից թվային տեխնոլոգիաներին անցման միտումը (սերվերային հեռարձակում, եթերի ավտոմատացում եւ այլն):

Ընկերությունը ներկայացրել է հայտ, որտեղ երևում է փոքր տեղական կայանի մոդելը՝ առանց ժամանակակից տեխնիկական մոտեցումների: Եղած սարքավորումները չի կարելի անվանել պրոֆեսիոնալ: Վերազինման պլանն այնքան էլ չի համապատասխանում թվային դարաշրջանում հեռուստատեսության զարգացման միտումներին: Սկզբունքորեն, նման ռեսուրսներով կարելի է արտադրել եւ հեռարձակել:

### **23. «ՉԱՊ» ՍՊԸ («ԳԱԼԱ» ՀԸ)**

Ներկայացված է սարքավորումների մանրամասն ցուցակը: Նկարահանող սարքերը DV, DVCAM ֆորմատի են, ոչ գծային մոնտաժային համակարգ է: Փոքր տեղական կայանի տիպիկ տեխնիկական հագեցածություն է, առանց նորագույն տեխնոլոգիաների, օրինակ՝ եթերի ավտոմատացման եւ այլն: Նշված չեն տեխնիկական հեռանկարները եւ զարգացման ուղիները:

Հայտում առկա են տեխնիկական զինվածության մասին տեղեկություններ, որտեղից կարելի է եզրակացնել, որ ընկերությունը նշված ռեսուրսներով ընդունակ է արտադրել եւ մատակարարել նյութերը:

Նշված չեն տեխնիկական զարգացման հեռանկարները, եւ չկա հիշատակում նոր տեխնոլոգիաների մասին:

### **23. «ՑԱՅԳ» ՍՊԸ**

Հայտում առկա են տեղեկություններ գոյություն ունեցող սարքավորումների մասին: Դրանցով այսօր իրականացվում է արտադրությունն ու հեռարձակումը: Դրանք հնացած սարքավորումներ են, որոնք կարող են արտադրել հայտարարված բովանդակությունը: Հայտում չեն երևում տեխնիկական զարգացման մոտեցումները եւ անցումը ժամանակակից հեռուստատեսային տեխնոլոգիաներին: 19 տարվա ստաժով ընկերությունից կարելի էր ակնկալել ավելի առաջադիմած տեխնիկական մաս:

### **24. «ՁԱԳԵՁՈՐ» ՀԵՌՈՒՍՏԱԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ ՍՊԸ («ՄՈՍԻ» ՀԸ)**

Ընկերությունն այժմ աշխատում է DV, DVCAM (SD) ֆորմատներով, ունի նյութերի ստեղծման, պահպանման եւ հեռարձակման ժամանակակից տեխնոլոգիաներ: Համակարգը կառուցված է AVID-ի (ցանցային ոչ գծային մոնտաժ) եւ Digi-TV-ի (եթերի ավտոմատացում) բազայի վրա: Ընկերությունը հայտարարում է, թե ունի «ոյուրաշարժ մոնտաժային համակարգիչներ», որոնք լրագրողներին հնարավորություն են տալիս տեղում իրականացնել տեսանյութի մոնտաժը եւ այն անմիջապես մուտքագրել տեսասերվեր: Մարզային ՀԸ համար սա շատ մեծ առավելություն է:

Ընկերությունը պլանավորում է կատարել մինչեւ 138 մլն դրամի ներդրումներ տարածքի վերանորոգման եւ նոր սարքավորումների ձեռք բերման համար: Հայատարարում է, որ նախատեսում է ձեռք բերել HD ֆորմատի սարքեր:

Ընկերության մոտեցումները համահունչ են ժամանակակից տեխնիկական հայեցակարգերին եւ միտումներին: Ընկերությունը դրսևորում է սահմանափակ բյուջեով ճիշտ տեխնիկական լուծումներ գտնելու կարողություն: Ընկերությունը հստակ նշել է իր տեխնիկական հեռանկարներն ու զարգացման ուղիները: Տեխնիկական առումով լավագույն հայտերից մեկն է:

## 25. «ԵՐԵՎԱՆ ՄԵԴԻԱ ՀՈԼԴԻՆԳ» ՍՊԸ

Ընկերության կազմակերպական կառուցվածքում բացակայում է տեխնիկական բաժինը: Ընկերությունը ներկայացրել է այն սարքավորումների ցանկը, որը նպատակ ունի ձեռք բերել 120 միլիոն դրամով (պատճենված է «Երեւան» ՀԸ-ի ցուցակից):

Կասկածելի է, որ 21 հոգանոց անձնակազմով, միջին 50 հազար դրամ աշխատավարձով հնարավոր է արտադրել հայտարարված 12 ժամանոց բովանդակությունը: Ցույց չեն տրված տեխնիկական նպատակներն ու խնդիրները: Հիմնականում թվային հեռարձակման օգուտի եւ առավելությունների մասին դատողություններ են: Ուսույթական հայտ է:

## 5. ԱՇԽԱՏԱԿԱԶՄԻ ՄԱՍՆԱԳԻՏԱԿԱՆ ՊԱՏՐԱՍՏՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ

Թե՛ «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքը (հոդված 49), թե՛ ՀՌԱՀ-ի հաստատած «Թվային հեռարձակման ցանցի միջոցով հեռուստաձայնային երթուղիների հեռարձակում իրականացնելու հեռուստաընկերությունների մրցույթի անցկացման կարգը» պարզապես նշում են, որ Ազգային հանձնաժողովը լիցենզավորված անձի ընտրության ժամանակ հաշվի է առնում «... 6) աշխատակազմի մասնագիտական պատրաստվածությունը»: Իսկ թե այդ չափանիշն ինչպես է գնահատվում՝ որեւէ նշում չկա: Այդ առթիվ որոշ պարզաբանումներ տվել է ՀՌԱՀ նախագահ Գրիգոր Ամալյանը՝ հարցազրույցում («Առավոտ» 09. 04. 2011թ.):

«...Ոչ թե պետք է առանձին անձինք գնահատվեն՝ աշխատակազմի ընդհանուր ստեղծագործական կարողությունները գնահատելու համար, այլ առավել պետք է գնահատվեն անձերի ընտրության, աշխատակազմի ձևավորման սկզբունքները՝ ըստ կրթական ցենզի, ըստ մասնագիտական պատրաստվածության եւ այլն: Ես համարում եմ, որ հնարավոր էր ընդհանրապես՝ չներկայացնել անհատականացված տեղեկատվություն»:

«Կրկնում եմ, որ սկզբունքն անհատներին անվանական ներկայացնելը չէ՝ անձերով չափտի ընկալվի աշխատակազմի գնահատումը, այլ բացառապես այդ աշխատակազմի ձևավորման սկզբունքով ու կառուցվածքով՝ ինչ բաժիններ են նախատեսել եւ այլն»:

«Կրկնում եմ, որ աշխատակիցների անվանական գոյությունը մեզ համար հետաքրքիր չէ: Ընկերությունը ներկայացրել էր իր աշխատակազմի կառուցվածքը, իր գործունեության համար անհրաժեշտ մասնագետների քանակը եւ այլն: Եթե սա եւ սրա համար նախատեսված միջոցները բավարար են՝ աշխատանքի շուկան անհատականացված չէ: Ենթադրվում է, որ անձինք կարող են փոփոխվել՝

**աշխատակազմի կայունությունը երաշխավորված չէ: Արտոնագիրը ստրկացման պայմանագիր չէ ինչ-որ մեկի համար»:**

Իհարկե, 40, 50, 100 եւ ավելի աշխատող ունեցող հեռուստաընկերությունների բոլոր աշխատակիցների անհատական տվյալները չէ, որ հանձնաժողովը պիտի դիտարկի, ստուգի, գնահատի: Իհարկե, ոչ մի աշխատակազմ հավերժ չէ, եւ ժամանակի ընթացքում փոփոխվելու-համալրվելու է: Հավերժ չի կարող լինել անգամ աշխատակազմի կառուցվածքը, որը նույնպես ժամանակի նոր պահանջներին համապատասխան կարող է փոփոխվել:

Սակայն մենք կարծում ենք, որ հանձնաժողովը պարտավոր էր գնահատել գոնե՝

Ա) տվյալ ժամանակին եւ որդեգրած ծրագրային քաղաքականությանը համապատասխանող կառուցվածքը,

Բ) հեռուստաընկերությունների ղեկավար կազմի (վարչական մաս, հիմնական լրատվական, հասարակական, քաղաքական, ժամանցային հաղորդումների բաժինների ղեկավար եւ խմբագիր, ծրագրերի տնօրինություն) մասնագիտական որակները (նրանց անհատական տվյալներում առկա կասկածելի տեղեկությունները պիտի ստուգվեն),

Գ) աշխատակազմի ձեւավորման եւ համալրման սկզբունքները, արհեստավարժությունը բարձրացնելու հնարավորություններն ու ուղիները, որոնք պետք է արտացոլված լինեին մրցութային հայտերում:

Այս նկատառումներից ելնելով ենք դիտարկել մրցութին մասնակցած հեռուստաընկերությունների առաջարկներում «աշխատակազմի մասնագիտական պատրաստվածություն» չափանիշի վերաբերյալ ներկայացված տեղեկությունները:

## **01. «ԱՐՄԵՆԻԱ ԹԻՎԻ» ՓԲԸ**

Ծրագրերի տնօրինության աշխատակիցների թիվը կազմում է հեռուստատեսության ընդհանուր աշխատակազմի ավելի քան 60% (էջ 35):

«Արմենիա» հեռուստաընկերության աշխատակազմը ներկայացնում է իրենց ոլորտներում պրոֆեսիոնալ մասնագետների եւ հայ արվեստի բազմաթիվ վաստակավոր գործիչների» (էջ 47): Սակայն ներկայացվածներից 8-ն են բուն հեռուստաընկերության աշխատակիցներ, մնացածը դերասաններ են, որոնցից մի քանիսի կենսագրականներում անգամ նշված է, որ այլ տեղ են աշխատում: Ասենք՝ **Արմեն Մարություն**. կենսագրականում նշված է (էջ 56)՝ 40 տարի է, ինչ հանդիսանում է Գ. Մունդուկյանի անվան թատրոնի դերասան: Սակայն «2010-ից նկարահանվում է «Արմենիա» Թի-Վի հեռուստաընկերության կողմից հեռարձակվող «Դիմակահանդես» հեռուստասերիալում»:

**Հովակ Գալոյան** (էջ 59) «1994 թ-ից առ այսօր աշխատում է Հակոբ Պարոնյանի անվան Երաժշտական կոմեդիայի պետական թատրոնում»: «Արմենիա ԹԻՎԻ» հեռուստատեսությունում նկարահանվել է «Ճակատագրի գերիները», «Դժբախտ երջանկություն» եւ «Դիմակահանդես» հեռուստասերիալներում:

**Աիդա Բաբաջանյան** (էջ 60) «1992 թվականի երեւանյան հյուրախաղերից հետո հրավիրվել է Մունդուկյանի անվան թատրոն, ուր եւ աշխատում է մինչեւ օրս»:

«Ներկայումս նկարահանվում է «Արմենիա» հեռուստաընկերությունում «Դիմակահանդես» սերիալում»:

**Ալբերտ Սաֆարյան** (էջ 60) «1993-ին հրավիրվել է Երեւանի Գ. Սունդուկյանի Ազգային թատրոն, որտեղ եւ աշխատում է մինչեւ օրս»: «Ներկա պահին նկարահանվում է «Արմենիա» հեռուստաընկերության «Դիմակահանդես» սերիալում»:

Նշված են նաեւ աշխատակիցներ, որոնք ուղղակի Հայաստանում չեն ապրում:

**Ալեքսանդր Խաչատրյան** (էջ 63) «1991 թվականից ընտանիքով տեղափոխվել է ԱՄՆ մշտական բնակության, որտեղ բեմադրել է մի քանի ներկայացումներ: 2007 թվականից նկարահանվում է «Արմենիա» հեռուստատեսությունում նկարահանվող սերիալներում»:

**Ալիս Կապլանջյան** (էջ 63) «1991 թվականին ընտանիքով տեղափոխվել է ԱՄՆ մշտական բնակության, որտեղ ունեցել է բազմաթիվ ելույթներ եւ խաղացել է ներկայացումներում: 2010 թվականից նկարահանվում է «Արմենիա» հեռուստատեսությունում նկարահանվող «Վերադարձ» սերիալում»:

Ըստ էջ 48-ում ներկայացված կենսագրականի՝ ստացվում է, որ ՀՀ փոխնախագահ Վահագն Սարգսյանը 17 տարեկանում (1992թ.) ավարտել է պետական տնտեսագիտական համալսարանը, հետեւաբար՝ նա առնվազն 13 տարեկանում ընդունվել է համալսարան: Կարծում ենք, որ այս փաստը պետք է գրավեր հանձնաժողովականների ուշադրությունը եւ հարցում պիտի կատարվեր՝ ճշտելու, արդյո՞ք այն համապատասխանում է իրականությանը, թե՞ ներկայացված է ակնհայտ կեղծ տեղեկություն:

Էջ 49 - Գագիկ Մկրտչյանի կենսագրականում գրված է, որ 1996 թվականին ընդունվել է Տնտեսագիտական համալսարան, որն ավարտել է 1991 թվականին:

Էջ 54 - Ներկայացված է Ռաֆիկ Հովհաննիսյանի կենսագրությունը, որը , նույնությամբ ներկայացված է նաեւ «Արմնյուզի» փաթեթի էջ 79-ում:

Այսպիսով, «Արմենիա»-ի մրցութային առաջարկի «Աշխատակազմի մասնագիտական պատրաստվածությունը» չափանիշը հնարավոր չէր գնահատել (կամ բարձր գնահատել) մի պարզ պատճառով՝ այնտեղ ներկայացված են միայն ղեկավար կազմի եւ սերիալներում նկարահանվող դերասանների կենսագրականները, մինչդեռ բուն ստեղծագործական կազմի՝ իրենց տերմինով՝ «լրատվական-քաղաքական ծրագրերի բլոկի» ղեկավարների տվյալները բացակայում են:

### **03. «ՀԱՅԿԱԿԱՆ ԵՐԿՐՈՐԴ ՀԵՌՈՒՍՏԱԱԼԻՔ» ՄՊԸ («Հ2» ՀԵՌՈՒՍՏԱԱԼԻՔ)**

Մեջբերում մրցութային առաջարկի՝ «Հեռուստաընկերության աշխատակազմը» բաժնից (էջ 70). «Հ2-ի աշխատակիցները նոր կրթություն են ստանում, վերապատրաստվում եւ մասնագիտական պրակտիկա են անցնում տարբեր առաջատար հաստատություններում, աշխարհի առաջատար հեռուստաընկերություններում, ինչպիսիք են... Հայաստանում ԱՄՆ դեսպանությունը... ՌԴ ՆԳՆ-ը»: Հաղորդումների մասին խոսելիս այս մրցութային առաջարկի հեղինակները խոսքեր չեն խնայում գովերգելու իրենց հաղորդավարներին ու հեղինակներին:

Օրինակներ՝

Էջ 39 - «Լրաբերում աշխատում են հետխորհրդային Հայաստանի ամենահին կին հաղորդավարը, ամենագրավիչ տղամարդ հաղորդավարը եւ ամենափորձվածները»: Թե ո՞ւմ մասին է խոսքը, հնարավոր չէ դատել այս տեքստից:

Էջ 43 - «Հրատապ ռեպորտաժը Հ2-ի ամենահին հաղորդումներից մեկն է: Այն վարում է հանրապետության բացառիկ հետաքննող լրագրողներից մեկը՝ Քրիստինե Կարսլանը»: Թե ինչով է բացառիկ Քրիստինե Կարսլանը, դժվար է դատել առկա փաստաթղթերից:

Էջ 47 - «Մագավտո +»-ը հայրենական եթերի, կարելի է ասել վետերան հաղորդումներից է: Ժամանակին այն ամենահամարձակ քայլն էր, որ կարող էր անել փխրուն աղջիկը: Հեղինակ-վարողի՝ Մագայի կիրքն ամբողջ կյանքում եղել էր ոչ թե խոհանոցը կամ երեխաները, այլ՝ մեքենաները: Նա սիրահարվեց մեքենային, ինչպես տղամարդը եւ որոշեց հաղորդում անել տղամարդկանց համար»:

Էջ 48 - «Չէին սպասումը» Հ2-ի կերպարներից է... Հաղորդման բրենդը՝ հեղինակներ Դավիթը եւ Սուրենը, պարզապես հաղորդավար եւ օպերատոր չեն, նրանք վաղուց արդեն ձուլված են իրար, եւ ոչ Հայաստանի ամենահայտնի երիտասարդ ռեժիսորը Սուրենը, ոչ էլ ամենամոդեռն օպերատորը Դավիթը, երբեք չեն ձանձրացնում»:

## 05. «ՀՈՒՍԱԲԵՐ» ՓԲԸ («ԵՐԿԻՐ ՄԵԴԻԱ» ՀԸ)

Մրցութային առաջարկի 69-րդ էջում թվարկված են թղթակցային կետերը ԼՂՀ-ում, Ռուսաստանում, Վրաստանում, ԱՄՆ-ում, Իրանում, Ֆրանսիայում, Լեհաստանում, Լիբանանում, Սիրիայում, Թուրքիայում, սակայն այդ կետերի աշխատակիցների մասին տեղեկություններ մեր ձեռքի տակ չկան: Հետեւաբար, հնարավոր չէ իմանալ, թե որքանով են պրոֆեսիոնալ դրանց աշխատակիցները:

Էջ 96 - «Մարդկային ռեսուրսները կառավարելիս «Երկիր Մեդիան» որդեգրել է արդի կառավարչական ամենակատարյալ մոտեցումը՝ կոմպետենտությունների վրա հիմնված մարդկային ռեսուրսների կառավարում, որը լիովին համապատասխանում է որակի համակարգի կառավարման միջազգային ստանդարտին՝ ISO 9001:2008 պահանջներին» (°):

Մրցութային առաջարկի 96-ից 105 էջերում նկարագրված է կադրային քաղաքականությունը, ներկայացված են անձնակազմի թիվը, աճը, միջին աշխատավարձի դինամիկան եւ այլն, սակայն մեր ձեռքի տակ եղած փաստաթղթերը կոնկրետ աշխատակիցների մասին տվյալներ չեն պարունակում: Հետեւաբար հնարավոր չէ ամբողջական գնահատական տալ աշխատակազմի մասնագիտական պատրաստվածությանը:

## 07. «Ա-ԹԻՎԻ» ՄՊԸ

Կադրային քաղաքականության մասին (էջ 15). «Ա-ԹԻՎԻ» հեռուստաընկերությունն իր ստեղծման առաջին օրվանից փորձում է ստեղծել ամուր, պրոֆեսիոնալ թիմ: Այստեղ աշխատում են եւ տարիների փորձ ունեցող եւ երիտասարդ կադրեր: Գարիկ Մարտիրոսյան, Միշա Գալուստյան, Եգոր Գլուժով, Արմինկա, Սոֆի Միսեյան, Արթուր Մարատովիչ, Էմմա Բալբաբյան, Արմեն Մարգարյան եւ Էլի շատ անուններ կազմում են մեր թիմը»:

Հարկ էր, որ ՀՌԱՀ-ը պարզեր, թե անձնակազմում ի՞նչ տեղ ունեն ռուսաստանաբնակ անձինք, եւ ինչ պայմանագրային հարաբերությունների մեջ են: Արդյոք նրանք անձնակազմի անդամ են:

«Ա. Թիվի» հեռուստաընկերության թիմի առանցքային դեմքեր՝ էջ 40  
Հրաչ Քեշիշյան՝ հեռուստաընկերությունում է 2009 թվականից: Նա նշված է իբրեւ գլխավոր պրոդյուսեր: Ըստ մեր տեղեկությունների՝ Հրաչ Քեշիշյանը նաեւ Հանրային հեռուստառադիոընկերության խորհրդի նախագահի խորհրդական է: Կարծում ենք՝ առկա է շահերի բախում:

Հրաչուհի Ութմազյան՝ (էջ 42) հեռուստաընկերությունում է 2009 թվականից: Պաշտոնը՝ հաղորդավար, «Կոսմոպոլիտեն Հայաստան» ամսագրի գլխավոր խմբագիրն է: Ընկերության աշխատողների թիվը նախատեսվում է ավելացնել 88 հաստիքով, ներկայիս 76 հոգուց հասցնելով 164-ի: Անձնակազմի մասնագիտական պատրաստվածությունը դժվար է գնահատել, որովհետեւ ներկայացված են միայն գլխավոր պրոդյուսերը, ծրագրերի տնօրենը (Գայանե Մանուկյան), Եզոր Գլումովը՝ որպէս հաղորդավար, առանց կենսագրականի, հեռուստաօպերատոր Վյաչեսլավ Մարջանյանը եւ հաղորդավար Հրաչուհի Ութմազյանը:

#### **08. «ԵՐԵՎԱՆ ՀԵՌՈՒՍՏԱԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ» ՓԲԸ**

Մրցութային առաջարկի էջ 44-ում եւ 128-ում առկա ցուցակից երեւում է, որ հեռուստաընկերության ստեղծագործական անձնակազմը միայն 15 հոգի է, որոնցից մեկը՝ Վարդգես Ավետիսյանը, լուրերի տնօրենն է, մեկը՝ Քրիստինե Ոսկանյանը, կոորդինատոր, լրագրողներն ընդամենը 4-ն են: Անգամ հաղորդավարներն են ավելի շատ՝ 6 հոգի: Աշխատակազմի մասնագիտական պատրաստվածությունն ապացուցելու համար մեծ մասամբ նշել են ընդամենը նրանց ստացած կրթությունը՝ բարձրագույն: Բայց կան նաեւ բացառություններ:

Ասենք, որպէս լուրերի մեկնաբան **Էռնա Ավետիսյանի** մրցանակներ՝ ներկայացվել են ռուսաց լեզվի միջազգային օլիմպիադայի հաղթող լինելը եւ փառատոնների անցկացման սերտիֆիկատները (էջ 47):

Հաղորդավար, մեկնաբան եւ լրագրող **Մանե Վարոսյանի** մասնագիտական պատրաստվածությունը ներկայացնելու համար էջ 48-ում վկայակոչվում են. «Պատվոգրեր, դրամական պարգևներ, քաղաքապետարանի պատվոգիր եւ «Անահիտ» ոսկեդրամ»:

Հաղորդավար **Դիանա Գրիգորյանի** մասնագիտական պատրաստվածությունն ապացուցելու համար էջ 49-ում նշված է՝ «Հանուն Հայրենիքի» ծրագիր. Վ. Սարգսյանի անվան դիպլոմ, «Ոսկե արծիվ» շքանշան»:

#### **09. «ԴԱՐ 21» ՀԵՌՈՒՍՏԱԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ» ՓԲԸ**

Մրցութային առաջարկի էջ 28-ում ներկայացված է աշխատակազմի շարժը հիմնադրման օրվանից: Պատրաստվածությունը որևէ կերպ չեն հիմնավորել: Միայն նշել են աշխատակազմում բարձրագույն եւ միջին մասնագիտական կրթություն ունեցողների հարաբերակցությունը: Նաեւ այն, որ պլանավորում են ավելացնել աշխատակազմը եւս 15 հոգով:

## 10. «ԱՐ ՀԵՌՈՒՍՏԱԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ» ՍՊԸ

Մրցութային առաջարկի էջ 50-ում նշված է. «Հեռուստաընկերության յուրաքանչյուր աշխատող անհատականություն է»:

«ԱՐ»-ի անձնակազմի հետ կապված խնդիրներ չէին առաջանա, եթե այն մասնակցեր ոչ թե «մանկապատանեկան, գիտակրթական, դաստիարակչական, ճանաչողական ուղղվածության» արտոնագրման, այլ ընդհանուր ուղղվածության արտոնագրման մրցությին: Հայտում ներկայացված է «ԱՐ»-ի նախկին ամբողջ աշխատակազմը, այդ թվում՝ լրատվական ծառայության անձնակազմը: Ընդ որում՝ ե՛ւ սրանից, ե՛ւ հաղորդացանցից պարզ երեւում է, որ հայտարարված մրցությի ուղղությունը գերիշխող չի լինելու:

## 11. «ԱՐՄՆՅՈՒԶ» ՓԲԸ

Մենուա Հարությունյանի կենսագրականից.

Ծնվել է 03.04.83, գյուղ Ագարակ

1990 թ.-ին ավարտել է թիվ 2 հումանիտար վարժարանը (այսինքն՝ 7 տարեկանում ավարտել է վարժարանը):

Ռաֆիկ Հովհաննիսյանը ներկայացված է ե՛ւ այս, ե՛ւ «Արմենիա» ՀԸ-ի հայտում: Անհասկանալի են տարբեր քաղաքներում բնակվող անձանց հետ կնքված ծառայությունների մատուցման պայմանագրերը: Այդ մարդիկ դառնում են աշխատակիցնե՞ր: Այդ դեպքում որտե՞ղ են նշված նրանց մասնագիտական որակները: Այսինքն՝ ովքե՞ր են Իգոր Բալաբինը (Մոսկվա, պայմանագիրը՝ էջ 190-192), Իրինա Յոլյանը (Գորիս, պայմանագիրը՝ էջ 193-195), Ժան Գալստյանը (Գուգարք, պայմանագիրը՝ էջ 196-198), Ալլա Նահապետյանը (Վանաձոր, պայմանագիրը՝ էջ 199-201), Կարինե Վարդանյանը (Արմավիր, պայմանագիրը՝ էջ 202-204), Նվեր Ղազարյանը (Ապարան, պայմանագիրը՝ էջ 205-207), Արման Ավագյանը (Փարիզ, պայմանագիրը՝ էջ 208-209), Արմինե Ամիրյանը (Երեւան, Փուչկի (իրենց ուղղագրությունն է՝ Մ.Ն.) 2-րդ նրբանցք, պայմանագիրը՝ էջ 213-215): Հավելենք, որ թղթակիցների հետ մրցությից ընդամենն օրեր առաջ կազմված այս պայմանագրերը պատշաճ ձևով կնքված ու ստորագրված չեն:

«Արմնյուզի» մրցութային առաջարկում ներառված է լրագրող Արկադի Գրիգորյանի (էջ 83) կենսագրությունը, որից հետեւում է, որ նա այժմ չի աշխատում «Արմնյուզում»: Նշված է. «2004 թվականից մինչեւ 2006 թվականն աշխատել է «Արմնյուզ» հեռուստաընկերությունում որպես լրագրող: 2006 թվականից մինչեւ 2010 թվականն

աշխատել է «Արմենիա» հեռուստաընկերության «Ժամը» լրատվական ծառայությունում որպես լրագրող»:

Նույն կերպ՝ նաև Հերմինե Բաղդասարյանի վերաբերյալ մրցութային առաջարկում ներկայացված (էջ 87-88) տվյալներից հետևում է, որ նա ներկայումս չի աշխատում «Արմնյուզում»: Այսպես՝ նշված է. «2007 թվականին ընդունվել է աշխատանքի «Արմնյուզ» հեռուստաընկերությունում՝ որպես լրագրող... 2010 թվականի փետրվարից մինչ օրս աշխատում է «Արմենիա Թի-Վի»-ի «Ժամը» լրատվականում»:

### **15. «ՇԱՐԿ» ՍՊԸ («ՀԱՅ ԹԻՎԻ», ներկայումս հեռարձակվում է «12» լոգոյով)**

Մրցութային առաջարկի 35-րդ էջում ներկայացված են հեռուստաընկերության լրատվական բաժնի ղեկավար Հռիփսիմե Առաքելյանի մասնագիտական պատրաստվածության մասին վկայող տվյալներ: Մնացածների վերաբերյալ հավելվածում՝ էջ 56-57, ներկայացված է միայն ստացած կրթությունը:

Այսինքն՝ «Հայ ԹիՎի» ՀԸ կադրերի մասին մեր ձեռքի տակ եղած տեղեկատվությունը, այն է՝ 56-57 էջերում ներկայացված աշխատակազմը՝ ըստ զբաղեցրած պաշտոնների եւ կրթության, բավարար հիմք չէ՝ դատելու համար աշխատակազմի մասնագիտական պատրաստվածության մասին:

### **16. «ՏԱՎՈՒՇ-ՏՎ» ՍՊԸ**

Ներկայացված է, որ «հեռուստաընկերությունում ներգրավված են բարձրագույն կրթությամբ, համապատասխան մասնագիտական որակավորում ունեցող 7 մասնագետներ՝ խմբագիր, լրագրող, օպերատոր, մոնտաժող եւ այլն»: Սակայն 81-րդ էջում ներկայացված «Տեղեկություններ աշխատակազմի քանակի, նրանց կրթության եւ մասնագիտական պատրաստվածության մասին» տվյալներից պարզվում է, որ այդ 7-ից մեկը խմբագիր է, երկրորդը՝ լրագրող-մոնտաժող, երրորդը՝ օպերատոր-վարորդ, իսկ մնացածները՝ տնօրեն, «հաշվապահ-գանձապահ», «թողարկիչ-ինժեներ», «պահակ-բանվոր»:

Աշխատակազմում, որ անվանված է նախաձեռնող խումբ, 5-րդը նշված է Վարդան Անանյանը, որը ներկայումս Նոյեմբերյանի «Քամուտ» ՀԸ սեփականատերն ու տնօրենն է, միաժամանակ՝ ռեժիսորը, մոնտաժողը եւ այլն: Ժորա Մալխասյանը նույն «Քամուտի» օպերատորն ու ամեն ինչն է, այդ թվում՝ լուսավորող, մոնտաժող, վարորդ եւ այլն: Նախատեսվում է հետագա տարիներին ավելացնել 23 բարձրագույն կրթությամբ մասնագետ, ընդ որում, չգիտես ինչու, ընդունել 10 թղթակից պայմանագրային հիմունքներով, այլ ոչ թե հաստիքով: Նախատեսում են ունենալ ընդամենը մեկ ռեժիսոր, 2 օպերատոր, բայց՝ 13 թղթակից, եթե հաշվենք, որ նախաձեռնող խմբում էլ կա մեկ օպերատոր, ապա 3 օպերատոր պիտի աշխատի 13 լրագրողի հետ, իսկ բոլոր հաղորդումները կունենան մեկ ռեժիսոր եւ, ըստ էության, մեկ խմբագիր:

Այսինքն, նախաձեռնողները ոչ միայն բավարար կադրային կազմ չունեն, այլև չեն պատկերացնում հետագա աշխատանքները: Որ այս ՀԸ-ի հիմնադիրները

բացարձակապես պատկերացում չունեն, թե ինչով են զբաղվելու, երեւում է նաեւ աշխատակազմի վերաբերյալ երկու աղյուսակներում (վերին անկյունում նշված է էջ 24, ներքին անկյունում՝ ձեռագրով էջ 37 եւ 38): Երկուսում էլ անձնակազմը բաժանված է երկու մասի՝ «ադմինիստրատիվ անձնակազմ» եւ «բանվորական անձնակազմ»: Առաջինի կազմում տնօրենի, փոխտնօրենի, գլխավոր խմբագրի եւ խմբագրի հետ ներառված են նաեւ վարորդը, հավաքարարն ու պահակային ծառայությունը, իսկ երկրորդում՝ ԲԱՆՎՈՐԱԿԱՆ ԱՆՁՆԱԿԱԶՄՈՒՄ՝ ռեժիսորը, օպերատորը, լրագրող մոնտաժողը, հնչունային ռեժիսորը, հաղորդավարը, համակարգչային մասնագետը:

## 17. «ՖՈՐՏՈՒՆԱ» ՍՊԸ

Ընկերության աշխատակազմի մասնագիտական որակավորման բարձր մակարդակը մատուցված է այսպես՝ «ՄԱ ԱՆՎԻՃԵԼԻ ՓԱՍՏ Է»: Հավելված է. «Ընկերությունը գրեթե միշտ արժանացել է բարձր մրցանակների, պատվոգրերի, դրամական պարգևների: Նշված փաստերի բոլոր հավաստող փաստաթղթերը անհրաժեշտության դեպքում կներկայացվեն»: Նշված է նաեւ «Ընկերության աշխատակազմն առաջնորդվում է «ինչքան շատ իմանաս, այնքան արժեքավոր կլինես ե՛ւ քեզ, ե՛ւ կայանի համար» կարգախոսով»:

Մրցութային առաջարկի 78-83 էջերում ներկայացված են աշխատակազմի կառուցվածքը եւ այն 20 աշխատակիցների անունները, որոնք առայսօր աշխատում են: Սակայն ամբողջ խնդիրն այն է, որ միակ սեփականատեր եւ նաեւ ՀՀ նախագահ Կարեն Արշակյանը միաժամանակ հանդիսանում է «Շանթ» ՀՀ ծրագրերի տնօրենը եւ, ըստ մեր տեղեկությունների, այժմ մշտապես բնակվում է Երեւանում:

## 19. «ՏԵԼԵԼԵՔՍ» ՍՊԸ

Մրցութային առաջարկի էջ 4-ում նշված է. «Հեռուստաընկերության լրագրողների մասնագիտական բարձր կարողությունների շնորհիվ՝ մարզում լուծվել կամ ընթացք են ստացել բազմաթիվ խնդիրներ, հրատապ հարցեր: Պատահական չէ, որ լրագրողների մեծ մասը վայելում է մարզի ազգաբնակչության սերն ու հարգանքը: Նրանցից շատերը արժանացել են բազմաթիվ խրախուսանքների եւ պրոֆեսիոնալների բարձր գնահատականին»:

Լրագրող Իրինա Թադևոսյանի կրթությունը ներկայացված է միջնակարգ, անցած որակավորում/դասընթացները՝ «Քաստինգ» ստուդիա»: Լեզուների տիրապետում՝ «Հայերեն, ռուսերեն/ազատ/: Սակայն փորձառությունն արդեն «Միջազգային լրատվություն» է:

Էջ 28- 31-ում «Ինտերնյուսի» անունը «Ինտերոնյուս» տարբերակով, նույն տառասխալներով կրկնվում է ե՛ւ գործադիր տնօրենի, ե՛ւ գլխավոր խմբագրի, ե՛ւ հաշվապահի, ե՛ւ հաղորդավարների, ե՛ւ մեկ օպերատորի CV-ներում:

## 20. «ՆՈՐ ԴԱՐ, ՆՈՐ ՀԱԶԱՐԱՄՅԱԿ» ՍՊԸ

«Տեղեկություններ աշխատակազմի քանակի, նրանց կրթության եւ մասնագիտական պատրաստվածության մասին» ենթաբաժնի համաձայն՝ «Ա» հեռուստաընկերության գործադիր տնօրենը Հայկ Պռոշյանն է, նույն ինքը՝ Մկրտիչ Եպիսկոպոս Պռոշյանը, Արագածոտնի թեմի առաջնորդը: Որպես հեռուստաընկերության աշխատակազմի անդամի՝ նրա մասնագիտական պատրաստվածության մասին դատելը բավական բարդ է: Մնացածների վերաբերյալ նշված տվյալները բավարար են: «Նոր դար, նոր հազարամյակ» կամ «Ա» ՀԸ ներկայացված աշխատակազմի մասնագիտական պատրաստվածությունը կասկածներ չի հարուցում: Այստեղ ներկայացված է «Շողակաթի» համարյա ողջ ստեղծագործական եւ տեխնիկական կազմը:

## **21. «ԱՐՓԱԻՆՖՈՐՄ» ՍՊԸ**

«Արփաինֆորմ» հեռուստաընկերությունն ընդհանրապես կադրային կազմ չի ներկայացրել: Ներկայացված է նախատեսվող հաստիքացուցակը, եւ նշված է միայն գործադիր տնօրենի անունը՝ Ռուզաննա Ղազարյան (էջ 72), որն ավարտել է պետական համալսարանի կենսաբանության ֆակուլտետը, նաեւ համալսարանի ՀՄՖ-ի արվեստագիտության բաժինը: Իսկ թե ներկայացված հաստիքակազմն ովքեր են համալրելու, ինչ կարողությունների տեր մարդիկ՝ տեղեկություններ չկան:

## **25. «ԵՐԵՎԱՆ ՄԵԴԻԱ ՀՈԼԴԻՆԳ» ՍՊԸ**

Անձնակազմի մասին տվյալներ չունի, կա միայն հաստիքացուցակ 21 հաստիքով (ստեղծագործական կազմում նախատեսված է ընդամենը 6 հաստիք) եւ «Երեւան Մեդիա հոլդինգ» ՍՊԸ միակ հիմնադիր եւ տնօրեն Արմեն Հովսեփյանի մասին համառոտ տեղեկանք:

Անձնակազմի մասնագիտական պատրաստվածություն չափանիշը պիտի 0 գնահատվեր, քանի որ անձնակազմ, որպես այդպիսին, չկա:

## **6. ՄՐՅՈՒՅԹՆԵՐԻՆ ՄԱՍՆԱԿՑԱԾ ԻՐԱՎԱԲԱՆԱԿԱՆ ԱՆՁԱՆՑ ՀԻՄՆԱԴԻՐՆԵՐԻ ՌԻՍՈՒՄՆԱՍԻՐՈՒԹՅԱՆ ԱՐԴՅՈՒՆՔՆԵՐԸ**

ԵՄԱ աշխատանքային խումբն ուսումնասիրել է նաեւ մրցույթներին մասնակցած իրավաբանական անձանց (հեռուստաընկերությունների) հիմնադիրների կազմը, պարզելու համար «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի պահանջների պահպանումը:

«Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի 16-րդ հոդվածը սահմանում է հետեւյալը.

### ***Հոդված 16. Հեռուստառադիոընկերությունների հիմնադիրները***

**1. Հեռուստառադիոընկերությունների հիմնադիրներ կարող են լինել իրավաբանական եւ ֆիզիկական անձինք, բացառությամբ սույն օրենքով սահմանված դեպքերի:**

2. Հեռուստատառադիոընկերությունների հիմնադրման (ստեղծման) ժամանակ կամ դրանից հետո օտարերկրյա կապիտալի մասնակցության բաժինը չպետք է հավասար կամ ավելի լինի հեռարձակող կազմակերպության որոշումների ընդունման համար անհրաժեշտ բաժնեմասերի հիսուն տոկոսից: Ավելի մեծ բաժնեմաս կարող է սահմանվել միջպետական պայմանագրերով:

3. Մասնավոր հեռուստատառադիոընկերությունների հիմնադիրներ (մասնակիցներ) չեն կարող լինել՝

- 1) Հայաստանի Հանրապետության Նախագահը եւ նրան փոխկապակցված անձինք.
- 2) պետական կառավարման կամ տեղական ինքնակառավարման մարմինները.
- 3) Հայաստանի Հանրապետության կառավարության անդամները եւ նրանց փոխկապակցված անձինք.
- 4) Հայաստանի Հանրապետության Ազգային ժողովի պատգամավորները եւ նրանց փոխկապակցված անձինք.
- 5) տեղական ինքնակառավարման մարմինների ղեկավարները եւ նրանց փոխկապակցված անձինք.
- 6) Հանրային հեռուստատառադիոընկերության խորհրդի անդամները եւ նրանց փոխկապակցված անձինք.
- 7) Ազգային հանձնաժողովի անդամները եւ նրանց փոխկապակցված անձինք.
- 8) դատավորները եւ նրանց փոխկապակցված անձինք.
- 9) կուսակցությունները.
- 10) դատարանի վճռով անգործունակ ճանաչված, օրինական ուժի մեջ մտած դատավճռով ազատազրկման դատապարտված եւ պատիժը կրող անձինք, ինչպես նաեւ օրինական ուժի մեջ մտած դատավճռով դատապարտված անձինք, որոնց դատվածությունը սահմանված կարգով հանված կամ մարված չէ.
- 11) 18 տարին չլրացած քաղաքացիները:

Մենք նախ փորձեցինք ՀՌԱՀ-ի նախագահից գրավոր հարցման միջոցով ստանալ մի շարք հարցերի պատասխաններ: Մեզ արդեն հայտնի է, որ Հայաստանում գործող մի քանի հեռուստաընկերություններ, ըստ պետեզհիստրից ստացված տվյալների, ունեն օտարերկրյա կապիտալի մասնակցություն: Այդ ընկերությունների մի մասի բաժնետերերի մասին տեղեկությունները փակ են:

**Ներկայացնում ենք ՀՌԱՀ-ի նախագահ Գրիգոր Ամալյանին ուղղված հարցերը եւ պատասխանները:**

***Հարց-** ՀՌԱՀ-ը ստուգել է, արդյոք, մրցույթին մասնակցած հեռուստաընկերությունների բաժնեմասերը եւ բաժնետերերի ինքնությունը:*

***Գրիգոր Ամալյան** - Այո, ստուգել է, համապատասխանում է «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքին:*

***Հարց-** Մրցույթին մասնակցած ընկերությունների փաթեթներում օտարերկրյա կապիտալի մասնակցության բաժնի չափերի մասին տեղեկատվությունը առկա է՞, արդյոք, ՀՌԱՀ-ում:*

***Գրիգոր Ամալյան** - Այո, առկա է՝ համապատասխանում է «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքին:*

**Հարց-** *Հեռուստաընկերություններից մեկի հիմնադիրների մեջ կա մեծ Բրիտանիայի Վիրջինյան կղզիներում գրանցված մի ընկերություն: Այդ կղզին համարվում է օֆշորային գոտի: ՀՌԱՀ-ը պարզե՞լ է, արդյոք, թե ովքեր են այդ ընկերության հիմնադիրները: Հիմնադիրների մասին հարցը տրվում է, քանի որ ըստ օրենքի՝ մասնավոր հեռուստառադիոընկերությունների հիմնադիրների համար կան սահմանափակումներ:*

**Գրիգոր Ամալյան** - Այո պարզել է՝ համապատասխանում է «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքին:

Դժվար է ասել, թե ՀՌԱՀ-ի նախագահ Գրիգոր Ամալյանի պատասխանները որքանով են հավաստի: Ճշտե՞լ է, արդյոք, ՀՌԱՀ-ը այդ ընկերությունների մասնակիցների անունները, մանավանդ օֆշորային գոտում գրանցված ընկերության մասնակիցների անունները փակ տեղեկություններ են, եւ ՀՌԱՀ-ը դիմե՞լ է արդյոք որեւէ կառույցի ստանալու համար այդ տեղեկությունները: Դրանք, իհարկե, կարող են ներկայացնել ընկերության մասնակցին: Մեր հանդիպման ժամանակ Գ.Ամալյանը հարցին, թե ինչպես էք դա ճշտել՝ պատասխանել է, որ ընկերությունները ներկայացրել են այդ տեղեկությունները, եւ նրանք բոլորը ՀՀ քաղաքացիներ են: Այդ փաստաթղթերը Գ.Ամալյանը հրաժարվեց տրամադրել, ասելով, որ դրանք չի կարող հրապարակել:

Մեր գրավոր հարցման պատասխանը ստանալուց հետո դիմեցինք Գրիգոր Ամալյանին՝ տեղում ծանոթանալ մրցույթին մասնակցած ընկերությունների փաթեթներին: ՀՌԱՀ-ում հնարավոր եղավ ծանոթանալ մի քանի ընկերությունների փաթեթներին: Դրանք հիմնականում սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերություններն են, իսկ փակ բաժնետիրական ընկերությունների մասով չթույլատրվեց ծանոթանալ հիմնադիրներին՝ պատճառաբանելով, որ օրենքով չի թույլատրվում հրապարակել բաժնետերերին: Ըստ օրենքի՝ փակ բաժնետիրական ընկերության բաժնետերերն անհայտ են, եթե իրենք՝ ընկերության բաժնետերերը, չեն ցանկանում հայտնի դառնալ: Բաժնետերերի փոփոխության մասին տեղեկատվությանն, ըստ օրենքի, տիրապետում է «Հայաստանի կենտրոնական դեպոզիտարիա» ԲԲԸ-ն, իսկ այնտեղից տեղեկություններ կարելի է ստանալ միայն բաժնետերերի համաձայնության դեպքում:

«Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի 16-րդ հոդվածի 2-րդ մասը սահմանում է. **«Հեռուստառադիոընկերությունների հիմնադրման (ստեղծման) ժամանակ կամ դրանից հետո օտարերկրյա կապիտալի մասնակցության բաժինը չպետք է հավասար կամ ավելի լինի հեռարձակող կազմակերպության որոշումների ընդունման համար անհրաժեշտ բաժնեմասերի հիսուն տոկոսից: Ավելի մեծ բաժնեմաս կարող է սահմանվել միջպետական պայմանագրերով»:** Սա նշանակում է, որ ՀՌԱՀ-ը պարտավոր է իմանալ, թե ովքեր են բաժնետերերը: Այսինքն՝ սեփականատերերի եւ օտարերկրյա կապիտալի մասին այդ տեղեկություններին նախ եւ առաջ պետք է տիրապետի ՀՌԱՀ-ը: Դժվար է ասել՝ օրենքի այս դրույթը խախտվա՞ծ է, թե՞ ոչ, քանի դեռ այդ տեղեկությունները հրապարակային չեն: Ի վերջո, հայտնի են բազմաթիվ դեպքեր, երբ շատ մարմիններ նմանատիպ տեղեկությունները թաքցնում են հանրությունից:

Ներկայացնենք կատարած ուսումնասիրության արդյունքները: Դրանք ստացել ենք՝ ունենալով երեք հիմնական աղբյուր. առաջին աղբյուրը ՀՌԱՀ-ի մրցութային այն

փաթեթներն են, որոնց հնարավոր է եղել տեղում ծանոթանալ, երկրորդ աղբյուրը՝ ՀՀ արդարադատության նախարարության իրավաբանական անձանց պետական ռեգիստրի գործակալությունից ստացված տեղեկանքներն են, երրորդ աղբյուրը՝ մրցույթին մասնակցած կազմակերպությունների ներկայացուցիչներն են, տարբեր պաշտոնյաներ:

Հայաստանում գործող մի քանի հեռուստաընկերություններ, ըստ արդարադատության նախարարության իրավաբանական անձանց պետական ռեգիստրից ստացված տվյալների, ունեն օտարերկրյա կապիտալի մասնակցություն:

(Իրավաբանական անձինք ստորել եւս ներկայացված են ըստ մրցույթների հերթականության, բացառությամբ «Արմնյուզի», որը ներկայացված է «Արմենիա Թի-Վի» ՓԲԸ-ից հետո՝ երկուսի բաժնետերերի համեմատության ակնառության համար):

### 01. «ԱՐՄԵՆԻԱ ԹԻ-ՎԻ» ՓԲԸ

Մրցույթից առաջ այս ընկերության բաժնետերերի մեջ փոփոխություններ են կատարվել: Մեզ հաջողվել է ընկերության բաժնետերերի մասին որոշակի տեղեկություններ պարզել: «Արմենիա Թի-Վի» ՓԲԸ-ի բաժնետերերը երկուսն են (տե՛ս աղյուսակը):

Անուն ազգանուն, կամ կազմակերպության անվանումը	քաղաքացիություն	Բաժնեմասերի չափը
Արտեմ Եղիշի Սարգսյան	ՀՀ	50%
«Բենեթ Գրուպ» Ինկ. ՄՊԸ		50%

«Բենեթ Գրուպ» Ինկ. ՄՊԸ-ն գրանցված է օֆշորային գոտում, հասցեն՝ Վիրջինյան կղզիներ, Թրիդենթ Չամբերս (Trident Chambers, 281 Waterfront Drive, P.O. Box 146, Road Town, Tortola, British Virgin Islands):

«Բենեթ Գրուպ» ՄՊԸ - ի սեփականատերերը անհայտ են, սակայն հավաստի տեղեկություններով՝ այն պատկանում Միքայել Մինասյանին (նախագահ Սերժ Սարգսյանի փեսան է) եւ Արթուր Զանիբեկյանին: Վերջինս Ռուսաստանի Դաշնությունում գրանցված «Comedy Club Production» ՄՊԸ-ի գլխավոր պրոդյուսերն է:

Գրիգոր Ամալյանի հետ հանդիպման ժամանակ այս ընկերության բաժնետերերի մասին հարցին ստացանք այսպիսի պատասխան. «Բենեթ Գրուպ» ՄՊԸ- ի սեփականատերերը Հայաստանի քաղաքացիներ են, այդտեղ օտարերկրյա կապիտալ չկա»:

**Երկրորդ բաժնետերը՝** Արտեմ Սարգսյանը, Բագրատ Սարգսյանի հայրն է: Բագրատ Սարգսյանը «Արմենիա» մեդիա հոլդինգի հիմնադիրներից մեկն է:

**Ծանոթություն.** «Արմենիա Թի-Վի» հ/ը 1999 թ. հիմնադրել է Սարգսյանների ընտանիքը: 2001թ. ընկերության բաժնետեր դարձավ նաև ամերիկահայ հայտնի գործարար Ջերարդ Գաֆեսյանը: Մինչև 2010թ. օգոստոսը ընկերության բաժնետերերն էին «Գաֆեսյան ընտանիք» հիմնադրամը եւ Սարգսյան ընտանիքը:

### 11. «ԱՐՄՆՅՈՒԶ» ՓԲԸ

Նախկինում «Արմնյուզի» հիմնադիրն էր «Սինեմաքս» ՍՊ ընկերությունը: «Սինեմաքս»-ի հիմնադիրներն էին «Հերմես» ՓԲԸ-ն և «Արմնյուզ» ՓԲԸ-ն:  
Այս անգամ մրցույթին մասնակցել է «Արմնյուզ» ՓԲԸ-ն: «Արմնյուզ» ՓԲԸ-ի բաժնետերերը երկուսն են՝

Անուն ազգանուն, կամ կազմակերպության անվանումը	քաղաքացիություն	Բաժնեմասերի չափը
Աստղիկ Արտեմի Սարգսյան	ՀՀ	50%
«Բենեթ Գրուպ» Ինկ. ՍՊԸ		50%

«Բենեթ Գրուպ» Ինկ. ՍՊԸ-ի մասին վերն արդեն նշեցինք:  
Աստղիկ Սարգսյանը հավանաբար Արտեմ Սարգսյանի դուստրն է:  
Եթե Աստղիկ Սարգսյանը Արտեմ Սարգսյանի դուստրն է, ապա առկա է «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի 18-րդ հոդվածի 2-րդ մասի խախտում, քանի որ հայր և դուստր երկու ՀՀ-ների սեփականատեր են:

*Հոդված 18. Հակամենաշնորհային երաշխիքը*

1. Իրավաբանական անձինք կարող են ունենալ եթերային հեռարձակում իրականացնող ոչ ավելի, քան մեկ հեռուստարձակերության 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 հեռուստարձակերության և մեկ ռադիոընկերության) հիմնադիր և (կամ) մասնակից:

**Ծանոթություն.** Նախկինում, 2010թ.-ին կատարած ուսումնասիրության ժամանակ, պարզել էինք, որ «Հերմես» ՓԲԸ-ի հիմնադիրներն են ԱԺ պատգամավոր Հարություն Փամբուկյանը (52,5%) և Բրիտանիայի Վիրջինյան կղզիներում գրանցված «Ինվեստմենտ Վորլդվայդ Գրու Ռոուդ Թաուն» ընկերությունը (47,5%): «Արմնյուզ» ՓԲԸ-ի բաժնետերերն անհայտ են: «Արմնյուզի» հիմնադիր կապիտալը 140 100 000 (հարյուր քառասուն մլն հարյուր հազար դրամ) է, այն կազմում է 14100 (տասնչորս հազար հարյուր բաժնետոմս), այսինքն՝ յուրաքանչյուր բաժնետոմսն արժե 10 000 դրամ: Մեր տեղեկություններով՝ այս ընկերությունում էլ կար օտարերկրյա մասնակցություն, և ամենայն հավանականությամբ, բաժնետերերից մեկը դարձյալ Ջերարդ Գաֆեսճյանն էր:

Անհայտ էր, թե «Սինեմաքս» ՍՊ ընկերությունում որքան են «Հերմես» ՓԲԸ-ի և «Արմնյուզ» ՓԲԸ-ի բաժնեմասերը: Սրանից պարզ կլինի, թե օտարերկրյա մասնակցությունը որքան էր ընկերության մեջ: Անհայտ է նաև «Արմնյուզ» ՓԲԸ-ում օտարերկրյա կապիտալի մասնակցության չափը: Բաժնետեր ընկերություններից մեկը գրանցված էր օֆշորային գոտում:

**02. «ՇԱՆԹ» ՍՊԸ**

«Շանթ» ՍՊԸ-ն հիմնադրել է Արթուր Եզեկյանը 1994թ., Գյումրիում: Հիմնադիր կապիտալը 203 մլն 320 հազար 900 դրամ է:

Հիմնադիրները այժմ երկուսն են՝

1. Եզեկյան Արթուր - 52%
2. Արմեն Մինաս Շահարմահալի - 48% (ԳՖՀ, Վալդբրոն, Տերաստյան Կենյֆ):

Արմեն Մինասը իրանահայ գործարար է: Նա բնակվում է Գերմանիայում: Գերմանիայի մեր աղբյուրներից մեկի հավաստմամբ նա ներկայացնում է կրոնական մի ուղղություն, եւ ի սկզբանե հեռուստաընկերության ձեռքբերումը կապված է եղել այն քարոզչական նպատակներով օգտագործելու հետ: Սակայն դա նրան չի հաջողվել: Հիմնադիրների հարաբերությունները սառն են:

### 03. «ՀԱՅԿԱԿԱՆ ԵՐԿՐՈՐԴ ՀԵՌՈՒՍՏԱԱԼԻՔ» ՍՊԸ («Հ2» ՀԵՌՈՒՍՏԱԱԼԻՔ)

ՍՊԸ-ի հիմնադիրները երկուսն են՝

1. Մայրապետյան Սամվել - 50%
2. Մարտինյան Նատայա - 50%

Սամվել Մայրապետյանը գործարար է, հայտնի է քաղաքի կենտրոնում էլիտար շենքերի շինարարության բիզնեսով: Երկրորդ հիմնադիրը՝ Նատայա Մարտինյանը, ըստ որոշ տեղեկությունների, փոխվարչապետ, տարածքային կառավարման նախարար Արմեն Գեւորգյանին փոխկապակցված անձ է: Փոխվարչապետից փորձել ենք ճշտել՝ արդյոք ինքը «Հայկական երկրորդ հեռուստաալիք» ՍՊԸ -ի սեփականատերերից մեկն է: Մեր հարցմանն ի պատասխան փոխվարչապետի մամլո քարտուղարը ոչ հաստատեց, ոչ էլ հերքեց այդ, միայն խորհուրդ տվեց տեղեկությունը ճշտել հեռուստաընկերությունից: Միաժամանակ, կան տեսակետներ, որոնց համաձայն՝ հեռուստաընկերության կառավարմանը մասնակցում է նախկին նախագահ Ռոբերտ Քոչարյանի որդին՝ Սեդրակ Քոչարյանը:

### 04. «ՄՈՒԼՏԻ ՄԵԴԻԱ-ԿԵՆՏՐՈՆ ԹԻՎԻ» ՓԲԸ («ԿԵՆՏՐՈՆ» ՀԸ)

Մեզ հաջողվել է պարզել, որ ընկերության սեփականատերերը երկուսն են.

1. Սեդրակ Առուստամյան - 90%
2. Ռուբեն Ջաղինյան - 10%

Վերջինս «Շարմ» ընկերության սեփականատերերից մեկն է: Սեդրակ Առուստամյանը «Բարգավաճ Հայաստան» կուսակցության առաջնորդ, ԱԺ պատգամավոր Գագիկ Ծառուկյանին պատկանող «Մուլտի գրուպ» ընկերության տնօրենն է: Նա նաև Երեւանի Արարատ կոնյակի-գինու-օղու կոմբինատի տնօրենների խորհրդի նախագահը եւ գլխավոր տնօրենն է, ինչպես նաև՝ «Արարատցեմենտ» գործարանի գործադիր տնօրենը: Հեռուստաընկերության իրական սեփականատերը Գագիկ Ծառուկյանն է:

**Ծանոթություն.** Այս ընկերությունը ստեղծվել է իշխանությունների կողմից «Ա1+»-ի հարցը լուծելու համար, եւ այդ պահին կապուղու հեռարձակման լիցենզիան ստացած «Շարմ» ընկերությունը քաղաքական պատվերը կատարեց, սակայն որոշ ժամանակ անց հայտնվեց անորոշ վիճակում: «Շարմ»-ը շուտով այն վաճառեց ՄԱԿ կուսակցության նախագահ Գուրգեն Արսենյանին: Վերջինս այն վաճառեց ԱԺ պատգամավոր Մուրադ Գուլոյանին: Վերջինս Գագիկ Ծառուկյանի խնամին է: Հեռուստաընկերության փաստացի սեփականատերը Գագիկ Ծառուկյանն է: Տարբեր հարցազրույցներում նա դա չի հերքել:

### 07. «Ա-ԹԻՎԻ» ՍՊԸ

Այստեղ 2010թ. օգոստոսին կատարվել է մասնակիցների փոփոխություն: Ընկերության հիմնադիրները երեքն են՝

1. «Հոպար Մեդիա» ՍՊԸ - 20%
2. Վահե Ղազարյան - 30%
3. Էդգար Ավագյան - 50%

«Հոպար Մեդիա» ՍՊԸ-ի հիմնադիրը եւ սեփականատերը Օթարի Հակոբյանն է: «Հոպար Մեդիա» ՍՊԸ-ի իրական սեփականատերը Արթուր Զանիբեկյանն է՝ «Comedy Club Production» ՍՊԸ-ի գլխավոր պրոդյուսերը:

***Ծանոթություն.** Սա նախկին «ԱրմենԱկոր» հեռուստաընկերությունն է: Հեռուստաընկերության նախկին սեփականատեր Արմեն Ամիրջանն այժմ Հանրային ռադիոյի գործադիր տնօրենն է: 2008-ին կատարվել է սեփականատերերի փոփոխություն:*

### **08. «ԵՐԵՎԱՆ ՀԵՌՈՒՍՏԱԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ» ՓԲԸ**

Ի տարբերություն մյուս ՓԲԸ-ների, այս ընկերության մասին պետք է հաստատում առկա էր բաժնետերերի մասին տեղեկատվություն: Ըստ այդմ՝ ընկերության միակ բաժնետերը Վարշամ Ղարիբյանն է:

Վարշամ (Յուրա) Ղարիբյանը «Շանթ» ընկերության սեփականատերն է: Նաեւ «Էլիտ Շանթ» ընկերության նախագահն է, «Շանթ» ռեստորանային համալիրի սեփականատերերից մեկը: Վարշամ Ղարիբյանը գլխավոր դատախազ Աղվան Հովսեփյանի հովանավորյալն է:

### **09. «ԴԱՐ 21» ՀԵՌՈՒՍՏԱԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ» ՓԲԸ**

Հիմնադիրները չորսն են՝

1. Աղաբաբյան Նաիրա
2. Աղաբաբյան Աշոտ
3. Պոպովյան Անահիտ
4. Աբրահամյան Գագիկ

Առաջին երեք բաժնետերերը գրանցված են Գյումրիում՝ Լենինական 16-6 հասցեում, նրանք ԱԺ պատգամավոր, գործարար Աշոտ Աղաբաբյանի ընտանիքի անդամներն են: Նաիրա Աղաբաբյանը պատգամավորի դուստրն է, Անահիտ Պոպովյանը՝ կինը: Իսկ չորրորդ բաժնետերն, ըստ երեւույթին, ԱԺ պատգամավոր Գագիկ Աբրահամյանն է, հայտնի գործարար Արա Աբրահամյանի եղբայրը:

### **10. «ԱՐ ՀԵՌՈՒՍՏԱԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ» ՍՊԸ**

Մրցույթից առաջ այս ընկերության բաժնետերերից մեկը փոխվել է՝ Հրանտ Վարդանյանին փոխարինել է Արտիկ Զարգարյանը:

Անուն ազգանուն կամ կազմակերպության	քաղաքացիություն	Բաժնեմասերի չափը
------------------------------------	-----------------	------------------

անվանումը		
Ալագույան Միլվա	ՀՀ	16%
Սահարյան Լյուդմիլա		16%
Զարգարյան Արտիկ Ռուբիկի		68%

**Ծանոթություն.** 2010թ. հուլիսին ընկերության բաժնետերերը երեքն են եղել.

1. Վարդանյան Հրանտ Միքայելի - 68%
2. Ալագույան Միլվա - 16%: Ալագույան Միլվան նախկին վարչապետ Անդրանիկ Մարգարյանի` Ջավախքի հարցերով խորհրդական Ստեփան Մարգարյանի կինն է: Ս. Մարգարյանին վարչապետ Տիգրան Մարգարյանն ազատել է աշխատանքից, այդ հաստիքն այլևս գոյություն չունի:
3. Սահարյան Լյուդմիլա - 16%: Նա Երեւանի նախկին փոխքաղաքապետ Վարդան Վարդապետյանի կինն է:

Նախկինում այս ընկերությունում 17% բաժնեմասի սեփականատերը Մերուժան Տեր-Գուլանյանն էր, այժմ` Հանրային հեռուստառադիոընկերության խորհրդի անդամ է: Նա իր բաժնեմասը 2002թ. վաճառել էր «Գրանդ Հոլդինգ»-ի նախագահ Հրանտ Վարդանյանին: Վաճառքի պահին նրան էր պատկանում հեռուստաընկերության բաժնեմասերի 51%-ը, գործարքի արդյունքում այն դարձավ 68%: Միլվա Ալագույանն ու Լյուդմիլա Սահարյանը հեռուստաընկերության կառավարմանը չեն մասնակցում: Հիշեցնենք, որ Հրանտ Վարդանյանը «Ար»-ի սեփականատերը դարձավ 2003-ի խորհրդարանական ընտրություններից առաջ: Այդ ժամանակ նրա ղեկավարած Համահայկական աշխատավորական կուսակցությունը նախընտրական դաշինք էր կազմել ՀՅԴ-ի հետ:

## 15. «ՇԱՐԿ» ՍՊԸ («ՀԱՅ ԹԻՎԻ», ներկայումս հեռարձակվում է «12» լոգոյով)

«Շարկ» ՍՊԸ-ի հիմնադիրները երկուսն են`

1. Գագիկ Բունիաթյան - 33%
2. Արման Սահակյան - 67%

Գագիկ Բունիաթյանը այժմ Հանրային հեռուստաընկերության գործադիր տնօրենն է: Արման Սահակյանը գործարար է, Մերժ Սարգսյանի փեսա, նախագահի աշխատակազմի ղեկավարի տեղակալ Միքայել Մինասյանի ընկերն է: Վերջին երկու տարում Ա.Սահակյանը կարողացել է որոշակի դիրք գրավել հայկական մեդիա շուկայում. նրանն են մամուլի տարածման «Պրես ստենդ» գործակալությունը, tert.am, armsport.am կայքէջերը (հայկական համացանցում սրանք առաջին տասնյակում են), hayutyun.am-ը, «Կապիտալ» օրաթերթը, «Business class» ամսագիրը, 100.6 FM հաճախականությամբ հեռարձակվող «Ռադիո Ավրորա»-ն: Արման Սահակյանի կողմից հեռուստաընկերության ձեռքբերումը մեդիա դաշտում դիրքերն ամրապնդելու ուղղությամբ հերթական քայլն էր:

## 16. «ՏԱՎՈՒՇ-ՏՎ» ՍՊԸ

Ընկերությունը գրանցվել է 2010 թվականի հոկտեմբերի 1-ին: Հիմնադիրները երկուսն են.

1. Աիդա Սարիբեկի Ղազարյանը` 51%
2. Սամվել Սերյոժայի Սահակյանը` 49%

Սամվել Սահակյանն ԱԺ նախկին պատգամավոր է, այժմ «Մասիս Տոբակո» ՍՊԸ-ի գործադիր տնօրենն է: Այս ընկերության թիկունքում Վարդանյան ընտանիքն է: ԱԺ պատգամավոր Միքայել Վարդանյանը պատգամավոր է ընտրվել Տավուշից:

### 17. «ՖՈՐՏՈՒՆԱ» ՍՊԸ

Ընկերության միակ սեփականատերը Կարեն Արշակյանն է, նա այժմ «Շանթ» հեռուստաընկերության ծրագրերի տնօրենն է:

### 18. «ԳԵՂԱՄԱ ՄԵԴԻԱ ՀՈԼԴԻՆԳ» ՍՊԸ

Հիմնադիրները երեքն են հավասար բաժնեմասերով միացել են՝ Սեւանի «STV1», Մարտունու «Զանգակ»-եւ Գավառի «Քյավառ» հեռուստաընկերությունները:

### 20. «ՆՈՐ ԴԱՐ, ՆՈՐ ՀԱԶԱՐԱՄՅԱԿ» ՍՊԸ

Ընկերության սեփականատերերը չորսն են.

1. Վարդգես Մանուկյան - 25% (հասցեն՝ ք. Էջմիածին, Մայր Աթոռ)
2. Սամվել Խաչատրյան - 25% (հասցեն՝ ք. Էջմիածին, Մայր Աթոռ)
3. Մանյա Սարգիսի շվիլի - 25% (հասցեն՝ Երեւան, Վրացական 17 շենք, բն. 48)
4. Հայկ Պողոջյան - 25% (հասցեն՝ ք. Էջմիածին, Լոմոնոսովի փ. 2 փակուղի, 2 տուն)

Այս ընկերության իրական սեփականատերը Հայ Առաքելական եկեղեցին է:

### 21. «ԱՐՓԱԻՆՖՈՐՄ» ՍՊԸ

«Արփահինֆորմ» ՍՊԸ-ի 100% բաժնեմասի սեփականատերը Երեւանի բնակիչ Գարիկ Բադալյանն է: Ըստ չճշտված տեղեկությունների՝ իրականում սեփականատերը Վայոց Ձորի նախկին մարզպետ, ՀՀ ԱԺ պատգամավոր, ՀՀԿ-ական Սամվել Սարգսյանն է:

### 22. «ԱԲՈՎՅԱՆ» ՀԵՌՈՒՍՏԱԽՄԲԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ» ՍՊԸ

Ընկերության սեփականատերերը երկուսն են.

1. Արտաշես Մեհրաբյան - 60%
2. Վաղինակ Աբովյան - 40%

### 23. «ՑԱՅԳ» ՍՊԸ

Հիմնադրվել է 1991թ. -ին: Ունի չորս բաժնետեր՝ Արթուր Ղանդիլյանը, Վայա Ղանդիլյանը, այժմ «Ցայգի» տնօրեն Մարգարիտա Մինասյանը եւ Անդրանիկ Ղանդիլյանը (տե՛ս աղյուսակը) :

Անուն ազգանուն, կամ կազմակերպության անվանումը	քաղաքացիություն	Բաժնեմասերի չափը
---	-----------------	------------------

Արթուր Ղանդիլյան	ՀՀ	36%
Վալյա Ղանդիլյան	ՀՀ	20%
Մարգարիտա Մինասյան	ՀՀ	26,5%
Անդրանիկ Ղանդիլյան	ՀՀ	17,5%

**24. «ԶԱԳԵԶՈՐ» ՀԵՌՈՒՍՏԱԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ ՍՊԸ**

Ընկերության սեփականատերերը երկուսն են.

1. Էլիշկա Ալեքսանի Հարությունյան - 80% (հասցեն՝ Քաջարան, Լեռնագործների փողոց, շենք 11, բն. 14)
2. Վահագն Սոսոյի Սարգսյան - 20% (հասցեն՝ Կապան, Նժդեհի փողոց, 18 շենք, բն. 45) :

Ըստ չճշտված տեղեկությունների՝ այս ընկերության իրական սեփականատերը Զանգեզուրի պղնձամոլիբդենային կոմբինատի սեփականատեր Մաքսիմ Հակոբյանն է:

**25. «ԵՐԵՎԱՆ ՄԵԴԻԱ ՀՈԼԴԻՆԳ» ՍՊԸ**

Ընկերությունը գրանցված է Երևանում, Մաշտոցի 24, բն. 9 հասցեում: 2010 թ. հոկտեմբերից ընկերության միակ մասնակիցը եւ տնօրենը հանդիսանում է Արմեն Աղվանի Հովսեփյանը, ով, ըստ մեր տեղեկությունների, ՀՀ գլխավոր դատախազ Աղվան Հովսեփյանին որդին է:

## ԱՌԱՋԱՐԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

Թվային հեռարձակման ցանցի միջոցով հեռուստաձայնային եթերային հեռարձակում իրականացնելու մրցույթներին Հայաստանի Հանրապետության հեռուստարձակությունների ներկայացրած մրցութային հայտերի ուսումնասիրության հիմնական եզրակացությունն այն է, որ «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքում 2010 թվականի հունիսի 10-ին կատարված փոփոխությունները չնպաստեցին հեռուստալորտի զարգացմանը, ազատ, արդար եւ թափանցիկ մրցույթների անցկացմանը, եթերում բազմակարծությանն ու բազմազանությանը: Այդ օրենքը մրցութային հայտերը գնահատելիս չի բացառում սուբյեկտիվ եւ կողմնակալ մոտեցումը, ինչը դրսևորվեց, օրինակ նրանում, որ «ՄԵԼՏԵՔՍ» ՍՊԸ («Ա1+» ՀՈ) հայտը հանձնաժողովի անդամները քննել էին ամենայն մանրակրկիտությամբ, հայտնաբերել անճշտություններ, որոնք հիմք էին ընդունել ամբողջ հայտը 0 գնահատելիս, իսկ հենց «Ա1+»-ի մրցակից «Արմյուզի» միակողմանի կնքված փաստաթղթերին ուշադրություն չէին դարձրել եւ անվավեր չէին համարել:

### **Ամփոփելով փորձագետների ներկայացրած եզրակացությունները, առաջարկում ենք.**

1. «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքում նախատեսել (կարգավորումը չթողնելով ՀՌԱՀ-ի հաստատած կարգին), որ վարկանիշային քվեարկությունը կատարվի ըստ օրենքով նախատեսված չափանիշների՝ առանձին-առանձին, եւ ոչ թե մեկ միասնական գնահատականով՝ ամբողջ փաթեթի համար:
2. Նույն օրենքում նախատեսել, որ «Աշխատակազմի մասնագիտական պատրաստվածությունը» չափանիշը գնահատվի՝ հաշվի առնելով ղեկավար կազմի արհեստավարժությունը եւ անձնակազմի կազմավորման կարգի հստակությունը: Գնահատման համար պարտադիր պայման պիտի համարվի նաեւ աշխատակիցների հետ իրավաբանորեն պատշաճ կազմված աշխատանքային պայմանագրերի առկայությունը: Սա անհրաժեշտ է՝ թույլ չտալու համար մրցութային վերջին գործընթացում արձանագրված այն փաստերի կրկնությունը, երբ որպես հայաստանյան հեռուստարձակության աշխատակից էին ներկայացվել ռուսական շոու բիզնեսի աստղերը, զանազան թատրոնների դերասանները, արտասահմանում բնակվող անձինք, կամ որպես աշխատանքային պայմանագիր էին մատուցվել առանց որեւէ ստորագրության կամ կնիքի թղթեր: Բացի այդ, պետք է հաշվի առնվի աշխատակազմի կառուցվածքի համապատասխանությունը որդեգրած ծրագրային քաղաքականությանը:
3. Օրենքում նախատեսված գնահատման չափանիշներից հանել «Բազմակարծությունը իրթանելու կարողությունը», փոխարենը նախատեսել՝ «Ծրագրային քաղաքականության համապատասխանությունը մրցույթի ուղղվածությանը»:
4. Օրենքում սահմանել մի նոր չափորոշիչ, որով ՀՌԱՀ-ը կպարտավորվի արդեն իսկ գործող հեռուստարձակությունների մրցութային հայտերը գնահատելիս հաշվի առնել, թե որքանով են նրանք կատարել նախկինում տված խոստումները եւ պահպանել արտոնագրի պայմանները:

5. ՀՌԱՀ-ի կողմից գնահատման ընթացակարգերը բարելավելու համար՝ առաջարկում ենք, որ սահմանվի միասնական ձեւաչափ՝ ներկայացնելու հայրենական եւ սեփական հաղորդումների ծավալը: Սա թույլ չի տա այն նախադեպի կրկնությունը, որն արձանագրվեց մրցութային վերջին գործընթացում, երբ երկու մրցակիցների միջեւ ընտրությունը ՀՌԱՀ-ը կատարեց՝ ելնելով հայրենական ու սեփական հաղորդումների ծավալի վերաբերյալ սեփական հաշվարկներից:

6. Օրենքում պետք է ամրագրվի մի դրույթ, որը ՀՌԱՀ-ին կպարտավորեցնի մրցութային հայտերը՝ կից բոլոր փաստաթղթերով հանդերձ, փաստաթղթերը բացվելուց անմիջապես հետո տեղադրել իր կայքէջում՝ հանրային քննարկում կազմակերպելու համար: Այդ հայտերն այնտեղ պահպանել արտոնագրի գործողության ողջ ժամկետում: Սա հնարավորություն կընձեռնի նաեւ այլոց հետեւել, թե որքանով է տվյալ հեռուստաընկերությունը կատարում ստանձնած ծրագրային եւ այլ պարտավորությունները: Մրցութային առաջարկը չպետք է լինի թեկուզ մասնակիորեն փակ, գաղտնի փաստաթուղթ: Բաց եւ թափանցիկ մրցույթ անցկացնելու պարտավորությունը պիտի ապահովվի նաեւ նման հրապարակայնությամբ:

7. ՀՌԱՀ-ի հաստատած «Թվային հեռարձակման ցանցի միջոցով հեռուստածրագրերի եթերային հեռարձակում իրականացնելու հեռուստաընկերությունների մրցույթի անցկացման կարգ»-ում սահմանել ներկայացվող պարտադիր եւ կամընտիր ֆինանսական փաստաթղթերի ցանկը:

8. Նույն կարգում սահմանել հայտի տեխնիկական բաղադրիչի գնահատման համար հստակ չափորոշիչները եւ այն տեխնիկական ստանդարտները, որոնց պետք է համապատասխանի հայտատուն:

9. Օրենսդրությամբ պետք է սահմանել դրույթ, ըստ որի կարգելվի օֆշորային գոտիներում գրանցված ընկերությունների՝ ՀՀ հեռուստաընկերությունների հիմնադիր լինելը: Այդ դրույթով կերաշխավորվի հեռուստաընկերությունների ֆինանսական, ինչպես նաեւ դրանց սեփականատերերի թափանցիկությունը:

## ՄԵԿՆԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

Հայաստանում հեռարձակման լիցենզավորման  
մրցույթների արդյունքների մասին զեկույցի վերաբերյալ  
Հեռարձակման մրցույթների գնահատման  
միջազգային չափանիշները

13-ը հուլիսի, 2011թ.

## Ներածություն

Այս մեկնաբանության մեջ ARTICLE 19-ը փորձագիտական վերլուծություն է տրամադրում Հայաստանում լիցենզավորման մրցույթների արդյունքներին նվիրված զեկույցի վերաբերյալ, որը մշակվել է Հայաստանում Հեռարձակման լիցենզավորման մրցույթներ ծրագրի փորձագիտական վերլուծության շրջանակներում: Ծրագրի նպատակն էր՝ պարզաբանել, թե հեռարձակման ոլորտին վերաբերող օրենսդրությունը և արտոնագրերի տրամադրման մրցույթների կազմակերպումը, առաջարկների ուսումնասիրումը և արդյունքների ամփոփումը որքանով են խթանել հեռուստատեսային արդյունաբերության զարգացումը, կարծիքների բազմազանությունը և բազմակարծությունը: Մեկնաբանությունը ներկայացվել է Երևանի մամուլի ակումբի կողմից, որը ծրագրի իրականացման առաջնորդող կազմակերպությունն էր՝ մոնիտորինգի ու գնահատման ընթացքում հավաքված նյութերի հիման վրա:<sup>1</sup>

Նկատի առնելով ARTICLE 19-ի փորձառությունն ու փորձը՝ այս Մեկնաբանությունը բնեղում է մրցույթի ընթացակարգերի համապատասխանությանը եվրոպական տարածաշրջանային լրատվական չափանիշներին: ARTICLE 19-ը ունի օրենքների, օրինագծերի և քաղաքականությունների, ինչպես նաև հեռարձակման ու հեռարձակման լիցենզավորման ոլորտում դատավարությունների վերաբերյալ չափանիշների մշակման և մեկնաբանությունների ներկայացման հարուստ փորձ: Մասնավորապես, հեռարձակման վերաբերյալ ARTICLE 19-ի չափանիշներն ամփոփված են *Access to the Airwaves: Principles on Freedom of Expression and Broadcast Regulation հրապարակման մեջ*。<sup>2</sup> ARTICLE 19-ը կատարել է հեռարձակման տարբեր կանոնակարգերի ավելի քան 50

<sup>1</sup> ARTICLE 19-ը չի ուսումնասիրել ծրագրի գնահատման շրջանակներում հավաքված բոլոր նյութերը: Մեկնաբանությունը կատարվել է Երևանի մամուլի ակումբի կողմից տրամադրված ընտրովի նյութերի, մասնավորապես Թվային հեռահաղորդակցությունների ցանցով հեռուստատեսային ծրագրերի հեռարձակման մրցույթին հեռուստատեսային ընկերությունների ներկայացրած առաջարկների ուսումնասիրության զեկույցի թարգմանության հիման վրա: ARTICLE 19-ը պատասխանատվություն չի ստանձնում թարգմանության ճշգրտության կամ ծրագրի շրջանակում հավաքված համալիր փաստաթղթերի ոչ լրիվ մատչելիության հիմքով կատարված մեկնաբանությունների համար:

<sup>2</sup> Մատչելի է <http://www.article19.org/pdfs/standards/accessairwaves.pdf> հասցեում:

վերլուծություն և այս ոլորտում այլ հրապարակումների հեղինակ է:<sup>3</sup> Մասնավորապես, Հայաստանի հետ կապված, ARTICLE 19-ը նախկինում վերլուծել է Ջանգվածային լրատվամիջոցների մասին օրենքը և օրինագիծը, Տեղեկատվություն ստանալու իրավունքի մասին օրենքը և գրապարտության վերաբերյալ օրենսդրությունը:<sup>4</sup>

Այս մեկնաբանությունը կազմված է երկու մասից: Առաջին հատվածում ներկայացված են թվային հեռարձակման համապատասխան օրենքները և քաղաքականությունները եվրոպական մակարդակում և սահմանված են պետական և հեռարձակման հիմնական կանոնակարգողի պարտականությունները լիցենզավորման վերաբերյալ: Այնուհետև, երկրորդ հատվածում Մեկնաբանությունն անդրադառնում է լրատվական համապատասխան չափանիշներին Հայաստանի «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի» մասին օրենք և Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի գործելակերպի համապատասխանությանը:

## 1. Եվրոպական իրավունքը և քաղաքականությունները թվային հեռարձակման լիցենզավորման վերաբերյալ

Հեռարձակման լիցենզավորման եվրոպական չափանիշներն ամրագրվել են Եվրոպայի խորհրդի կողմից՝ Նախարարների կոմիտեի հեռարձակման սեկտորում կարգավորող մարմնի (իշխանությունների) անկախության և գործառույթների վերաբերյալ Թիվ (2000)23<sup>5</sup> և Թվային հեռարձակման ժողովրդավարական և սոցիալական ներդրումը խթանելու միջոցների վերաբերյալ Թիվ (2003)9<sup>6</sup> հանձնարարականներով: Առաջին հանձնարարականը սահմանում է հեռարձակող մարմինների անկախության երաշխիքները և նրանց լիազորությունների վերաբերյալ ուղենիշները: Երկրորդ հանձնարարականը սահմանում է թվային հեռարձակման մի շարք հիմնարար սկզբունքներ և անդրադառնում է այն միջոցներին, որ պարտավոր են ձեռնարկել պետական իշխանությունները՝ թվային ռադիո և հեռուստատեսության զարգացման ոլորտում լրատվական բազմակարծություն երաշխավորելու և խթանելու նպատակով:<sup>7</sup>

<sup>3</sup> Հեռարձակման վերաբերյալ օրենքների և օրինագծերի վերլուծություններին ծանոթանալու համար այցելեք ARTICLE 19-ի ինտերնետային կայք՝ <http://www.article19.org/search/index.html>:

<sup>4</sup> Հայաստանի օրենքների և օրինագծերի վերլուծություններին ծանոթանալու համար այցելեք ARTICLE 19-ի ինտերնետային կայք՝ <http://www.article19.org/search/index.html>:

<sup>5</sup> Նախարարների կոմիտեի Թիվ(2000)23 հանձնարարականն անդամ պետություններին հեռարձակման սեկտորում կարգավորող մարմնի (իշխանությունների) անկախության և գործառույթների վերաբերյալ, որն ընդունվել է Նախարարների կոմիտեի կողմից 2000թ. դեկտեմբերի 20-ին նախարարների տեղակալների 735-րդ հանդիպմանը և մատչելի է <https://wcd.coe.int/wcd/ViewDoc.jsp?id=393649&Lang=en> ինտերնետային կայքում:

<sup>6</sup> Նախարարների կոմիտեի Թիվ (2003)9 հանձնարարականն անդամ պետություններին՝ Թվային հեռարձակման ժողովրդավարական և սոցիալական ներդրումը խթանելու միջոցների վերաբերյալ, որն ընդունվել է Նախարարների կոմիտեի կողմից 2003թ. մայիսի 28-ին՝ նախարարների տեղակալների 840-րդ հանդիպմանը և մատչելի է <https://wcd.coe.int/wcd/ViewDoc.jsp?id=38043&Site=CM> ինտերնետային կայքում:

<sup>7</sup> Միջազգային հեռահաղորդակցությունների միությունը և Եվրոպական միությունն ընդունել են չափանիշներ՝ կապված ռադիո հաճախականությունների բաշխման չափանիշների և այն քաղաքականությունների ու կանոնների հետ, որոնցով ղեկավարվում է ռադիո տիրույթի կառավարումը ԵՄ-ում: Այնուամենայնիվ, այս չափանիշները չեն ուսումնասիրվել սույն մեկնաբանության մեջ, քանի որ դրանք վերաբերում են տեխնիկական խնդիրների և չեն առնչվում Հայաստանի Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի կողմից լիցենզավորման տրամադրման գործունեությանը, որն ուսումնասիրվել է Հեռարձակման լիցենզավորման մրցույթների ծրագրի փորձագիտական վերլուծության շրջանակներում:

Հեռարձակման լիցենզավորման վերաբերյալ չափանիշները հաստատվել են Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանի կողմից:<sup>8</sup>

***ա) Ազատ արտահայտման իրավունքի սկզբունքները և պետության պարտավորությունները***

Ազատ արտահայտման իրավունքը կապված է լրատվամիջոցների ազատության հետ, որը երաշխավորվում է Մարդու իրավունքների եվրոպական կոնվենցիայի (ՄԻԵԿ) Հոդված 10-ով: Ինչպես որոշել է Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանը,

Ազատ արտահայտման իրավունքը նման հասարակության էական հիմքերից մեկն է, մեկը՝ նրա առաջընթացի և յուրաքանչյուր մարդու զարգացման հիմնարար նախապայմաններից: Ենթակա լինելով [օրինական սահմանափակումների] այն կիրառելի է ոչ միայն այն «տեղեկատվության» և «զաղափարների» նկատմամբ, որոնք ստացվում են բարեհաճորեն կամ համարվում են որպես ոչ վիրավորական կամ անտարբերության ենթակա խնդիր, այլ նաև նրանք, որոնք վիրավորում, ցնցում կամ անհանգստացնում են պետությունը կամ բնակչության ցանկացած հատվածի: Սրանք են այն բազմակարծության, հանդուրժողականության և լայնախոհության պահանջները, առանց որոնց չկա «Ժողովրդավարական հասարակություն»:<sup>9</sup>

Լրատվամիջոցների, այդ թվում նաև հեռարձակող լրատվամիջոցների գործունեության կանոնակարգման հիմնական նպատակն անկախ և ինքնուրույն լրատվամիջոցների լայն սպեկտրի գոյության ապահովումն է: Լիցենզավորումը լրատվամիջոցների բազմակարծության ապահովման բանալին է: Սա չի նշանակում, որ հեռարձակող լրատվամիջոցներն ամբողջապես չպետք է կարգավորել: ՄԻԵԿ-ի Հոդված 10-ով նշվում է, որ ազատ արտահայտման իրավունքը «չի խոչընդոտում պետություններին՝ սահմանելու ռադիոհաղորդումների, հեռուստատեսային կամ կինեմատոգրաֆիական ձեռնարկությունների լիցենզավորում»: Այսպիսով, պետությունը պարտավոր է երաշխավորել անկախ և ինքնուրույն լրատվամիջոցների լայն սպեկտրի գոյությունը հեռարձակման հատվածում:

Այնուհանդերձ, հեռարձակման կանոնակարգման նկատմամբ կիրառվում է երեք հիմնական սկզբունք՝

- Առաջինը, պետությունը պետք է հիմնի անկախ կանոնակարգող մարմիններ (իշխանություն) հեռարձակման հատվածի համար: Շատ կարևոր է, որ կանոնակարգման լիազորություններ ունեցող նման մարմիններից յուրաքանչյուրն անկախ լինի կառավարությունից: Եվրոպայի խորհրդի հանձնարարականը շեշտում է, որ հանրային հեռարձակողները պետք է լիովին անկախ լինեն կառավարությունից և առևտրային շահերից, նշելով, որ «հանրային հեռարձակման ծառայություն տրամադրող կազմակերպությունների իրավական

<sup>8</sup> Տե՛ս *Մելտեքսը և Մեքսոպ Մովսեսյանն ընդդեմ Հայաստանի Հանրապետության գործով վճիռը*, 2008թ. հունիսի 17-ի վճիռ: Տե՛ս նաև Գլաս Կադեժա Էուդը և Էլենկովն ընդդեմ Բուլղարիայի, 2007թ. հոկտեմբերի 11-ը:

<sup>9</sup> *Handyside v. the United Kingdom*, 7-ը դեկտեմբերի, 1976թ., Բողոք Թիվ 5493/72, պարբերություն 49.

հենքը պետք է հստակ ամրագրի նրանց խմբագրական անկախությունն ու ինստիտուցիոնալ ինքնուրույնությունը» բոլոր առանցքային ոլորտներում, այդ թվում՝ «լուրերի և ժամանակակից խնդիրների վերաբերյալ ծրագրերի խմբագրումը և ներկայացումը»:<sup>10</sup> Միևնույն ժամանակ, պետությունը պետք է երաշխավորի կանոնակարգող մարմինների փորձագիտական գիտելիքները տվյալ ոլորտում:

- Երկրորդը, պետությունները պետք է ընդունեն համապատասխան և համաչափ կանոնակարգեր:<sup>11</sup>
- Երրորդը, կանոնակարգման կարևոր նպատակներից մեկը պետք է լինի հեռուստատվիքների բազմազանության ապահովումը: Հեռուստատվիքները հանրային ռեսուրս են, և դրանք պետք է օգտագործվեն հանուն հանրային շահի, որի կարևոր մասը հանրության՝ տարբեր աղբյուրներից տեղեկություններ և գաղափարներ ստանալու իրավունքն է:

Մասնավորապես, թվային հեռարձակման հետ կապված, պետությունները պետք է «ստեղծեն համապատասխան իրավական և տնտեսական պայմաններ թվային հեռարձակման զարգացման համար, որը կերաշխավորի հեռարձակման ծառայությունների բազմակարծությունը և հանրության համար բազմատեսակ որակյալ ծրագրերի ընդլայնված ընտրության մատչելիությունը»:<sup>12</sup>

### ***բ) Կանոնակարգող մարմինների (ըշխանությունների) պարտականությունները***

Համաձայն վերոնշյալ եվրոպական իրավական չափանիշների, կանոնակարգող մարմինները պատասխանատու են՝

- Մշակել և իրականացնել լիցենզավորման ընթացակարգը: Հեռարձակման լիցենզավորման ընթացակարգը ղեկավարող կանոնները պետք է լինեն հստակ և հակիրճ և պետք է կիրառվեն բաց, թափանցիկ և անկողմնակալ ձևով: Կանոնակարգող մարմինների ընդունած որոշումները նշված համատեքստում պետք է ենթակա լինեն համապատասխան հրապարակայնության:<sup>13</sup>
- Հատուկ ուշադրություն դարձնել իրենց առաքելությունը կատարելիս լրատվամիջոցների բազմակարծության խթանմանը:<sup>14</sup>
- Երաշխավորել, որ առաջարկվող ծառայությունները լինեն շատ և տարբեր, և խրախուսել ռեգիոնալ և տեղական ծառայությունների հիմնումը, որոնք համապատասխանում են հանրության ակնկալիքներին տվյալ մակարդակներում:<sup>15</sup>

<sup>10</sup> Թիվ (96) 10 հանձնարարականը Հանրային ծառայության հեռարձակման անկախության երաշխիքների վերաբերյալ, ընդունվել է 1996թ. սեպտեմբերի 11-ին: Յուրու մ 1:

<sup>11</sup> Թիվ (2000)23 հանձնարարական, *տե՛ս հղում 5*.

<sup>12</sup> Թիվ (2003)9 հանձնարարական, *տե՛ս հղում 6*.

<sup>13</sup> Թիվ (2000)23 հանձնարարական, *տե՛ս հղում 5*, պարբ. 14.

<sup>14</sup> Տե՛ս Թիվ R (99)1 հանձնարարականը Լրատվամիջոցների բազմակարծության խթանման միջոցների վերաբերյալ, որն ընդունվել է Նախարարների կոմիտեի կողմից 1999թ. Հունվարի 19-ին և մատչելի է <https://wcd.coe.int/wcd/ViewDoc.jsp?id=399303&Site=CM> ինտերնետային էջին:

<sup>15</sup> Թիվ (2003)9 հանձնարարական, *տե՛ս հղում 6*.

Կանոնակարգող մարմինները (իշխանությունները) պետք է ի կատար ածեն իրենց առաքելությունն արդյունավետ, անկախ և թափանցիկ ձևով՝ համաձայն ցուցումների:<sup>16</sup>

#### **գ) Ազատ արտահայտման իրավունքի սահմանափակումներ**

Ինչպես նշվեց, ազատ արտահայտման իրավունքը բացարձակ չէ: Թե՛ միջազգային իրավունքը և թե՛ Հայաստանի Սահմանադրությունը (Հոդված 43) ճանաչում են, որ ազատ արտահայտման իրավունքը կարող է սահմանափակվել:

Այնուամենայնիվ, ցանկացած սահմանափակում պետք է լինի խստիվ սահմանված պարամետրերի շրջանակներում: ՄԻԵԿ-ի Հոդված 10(2)-ը նաև ճանաչում է, որ ազատ արտահայտման իրավունքը կարող է սահմանափակվել որոշակի սահմանված հանգամանքներում.

Այս ազատությունների իրականացումը, քանի որ այն կապված է պարտավորությունների և պատասխանատվության հետ, կարող է պայմանավորվել այնպիսի ձևականություններով, պայմաններով, սահմանափակումներով կամ պատժամիջոցներով, որոնք նախատեսված են օրենքով և անհրաժեշտ են ժողովրդավարական հասարակությունում, ի շահ պետական անվտանգության, տարածքային ամբողջականության կամ հասարակության անվտանգության, անկարգությունները կամ հանցագործությունները կանխելու, առողջությունը կամ բարոյականությունը, ինչպես և այլ անձանց հեղինակությունը կամ իրավունքները պաշտպանելու, խորհրդապահական պայմաններով ստացված տեղեկատվության բացահայտումը կանխելու կամ արդարադատության հեղինակությունն ու անաչառությունը պահպանելու նպատակով:

Նշանակում է, որ սահմանափակումները պետք է բավարարեն երեք մասից կազմված խիստ թեստը, պահանջելով, որ ցանկացած միջամտություն (1) նախատեսված լինի օրենքով, (2) հետամուտ լինի թվարկված օրինական նպատակներից որևէ մեկին և (3) անհրաժեշտ լինի ժողովրդավարական հասարակությունում: 13 միջազգային նախադեպեր պարզ են դարձնում, որ այս թեստն իրենից ներկայացնում է բարձր չափանիշ, որը պետք է հաղթահարի ցանկացած միջամտություն: Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանը նշել է՝

Ազատ արտահայտման իրավունքը, որն ամրագրված է Հոդված 10-ում, ենթակա է մի շարք բացառությունների, որոնք այնուամենայնիվ պետք է նեղ մեկնաբանվեն և ցանկացած սահմանափակման անհրաժեշտությունը պետք է համոզիչ հիմնավորվի:<sup>17</sup>

Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանը վճռել է, որ միջամտության «նախատեսված է օրենքով» պահանջը կատարված կլինի միայն այն դեպքում, երբ օրենքը մատչելի է և «ձևակերպված է բավարար հստակությամբ, ինչը հնարավորություն

<sup>16</sup> Տե՛ս Թիվ (2000) 23 և Թիվ 1636 (2008) հանձնարարականներ:

<sup>17</sup> Որպես օրինակ՝ տե՛ս *Thorgeirson v. Iceland*, 25-րդ հունիսի, 1992թ., Բողոք Թիվ 13778/88, պարբ. 63:

կտա քաղաքացուն՝ կանոնակարգելու իր վարքը»<sup>18</sup>: Երկրորդը, միջամտությունը պետք է հետապնդի օրինական նպատակ: Մրանք այն նպատակներն են, որոնք թվարկված են ICCPR-ի (Քաղաքական և քաղաքացիական իրավունքների միջազգային դաշնագիր) Հոդված 19(3)-ում և ՄԻԵԿ-ի Հոդված 10(2)-ում: Երրորդ, սահմանափակումը պետք է անհրաժեշտ լինի՝ երաշխավորելու նշված նպատակներից որևէ մեկը: «Անհրաժեշտ» բառը նշանակում է, որ սահմանափակման համար պետք է առկա լինի «հրատապ սոցիալական անհրաժեշտություն»: Սահմանափակումը հիմնավորելու նպատակով պետության ներկայացրած պատճառը պետք է «համարժեք և էական» լինի, և սահմանափակումը պետք է լինի «հետապնդվող նպատակին համաչափ»:<sup>19</sup>

## 2. Իրավական դաշտը և պրակտիկան Հայաստանում

### *ա) Հայաստանի Հեռուստատեսային և ռադիո հեռարձակման ակտի (Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին ՀՀ օրենք) համապատասխանությունը միջազգային չափանիշներին*

Հայաստանում օրենսդրությունը չի համապատասխանում վերոնշյալ միջազգային չափանիշներին մի շարք պատճառներով:

*Առաջինը*, Հայաստանի օրենսդրությունը չի երաշխավորում հեռարձակումը կարգավորող անկախ մարմնի գոյությունը:

- Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովն անկախ չէ Նախագահից, քանի որ նրա անդամները ներկայացնում են Նախագահին կամ վերարտադրում են ներկա քաղաքական իշխանության կառույցները:
- Օրենսդրությունը նաև չի հարկադրում ՀՌԱՀ-ի անդամների ազնվության և բարոյական բարձր հեղինակության որևէ պահանջ:
- ՀՌԱՀ-ը կախված է խորհրդարանական մեծամասնությունից, քանի որ չկա նրա ֆինանսական անկախության որևէ ավտոմատ երաշխիք:

*Երկրորդ*, հեռարձակման օրենսդրությունը, Հեռուստատեսության և ռադիոյի հեռարձակման ակտը, չի պահանջում բազմակարծություն և բազմակարծության երաշխիքներ, իսկ լիցենզավորման ընթացակարգը կամայականությունից գերծ մնալու որևէ երաշխիք չի պարունակում: Լիցենզավորման մրցույթների իրավական հիմքերի առումով, միջազգային և եվրոպական չափանիշները երաշխավորում են, որ լիցենզավորման գործընթացը պետք է լինի ի շահ լրատվամիջոցների ազատության: Ինչպես արդեն նշվեց, հեռարձակման ազգային կարգավորող մարմինը պետք է անկախ լինի կառավարությունից և գործարար շահերից, ու առաջարկված ծառայությունները պետք է լինեն բազմաթիվ և բազմազան:<sup>20</sup> Ռեգիոնալ և տեղական ծառայությունների կազմակերպումը, որոնք համապատասխանում են հանրության ակնկալիքներին այս

<sup>18</sup> *The Sunday Times v. United Kingdom*, 26-ը ապրիլի, 1979թ., Բողոք Թիվ 13166/87, պարբ. 49:

<sup>19</sup> *Lingens v. Austria*, 8-ը հուլիսի, 1986թ., Բողոք Թիվ 9815/82, պարբերություններ 39-40:

<sup>20</sup> Օրինակ, Իռլանդիայի հեռարձակման հանձնաժողովը պետք է երաշխավորի, որ հեռարձակման մատչելի դարձված ծառայությունների կատեգորիաների թիվը «լավագույնս ծառայում է Իռլանդիայի և Իռլանդիայի ժողովուրդների կարիքներին՝ մտապահելով նրանց լեզուներն ու ավանդույթները, նրանց կրոնական, բարոյագիտական և մշակութային բազմազանությունը»:

մակարդակներում, պետք է խրախուսվեն: Սակայն Հայաստանում ՀՌԱՀ-ը չի կարող երաշխավորել գաղափարական և քաղաքական բազմակարծություն, քանի որ՝

- ՀՌԱՀ-ը չի ներկայացնում քաղաքական և գաղափարական փոքրամասնություններին, որովհետև նրա անդամները ներկայացնում են խորհրդարանական մեծամասնությունը և Նախագահին:
- Օրենսդրությունը շատ աղոտ է բազմակարծության տեսանկյունից, քանի որ այն չի ներառում այն ցուցումները կամ պայմանները, որոնք պետք է ապահովվեն բազմակարծություն երաշխավորելու նպատակով:
- Բազմակարծության երաշխավորումն այն գործոնների թվում չէ, որ ՀՌԱՀ-ը պետք է հաշվի առնի՝ ընկերություններին նախապատվություն տալու ժամանակ, երբ լիցենզավորման մրցույթում առկա են այլ համահավասար պայմաններ:

*Երրորդ, միջազգային և եվրոպական չափանիշների համաձայն, լիցենզավորման ընթացակարգերը պետք է ապահովեն կամայականություններից զերծ մնալու բավարար երաշխիքներ:* Այս առումով, լիցենզավորման պայմանների հիմնական չափանիշները պետք է հստակ սահմանված լինեն օրենքում՝ ներառելով տեխնիկական պարամետրերի, ծառայության տեսակի, ծրագրերի նվազագույն տևողության, աշխարհագրական ծածկույթի, ֆինանսավորման տեսակի, լիցենզավորման որևէ վարձավճարի, հավանական լսարանի, միջազգային իրավական փաստաթղթերից բխող պարտավորությունների, լիցենզավորման դիմում-փաթեթի բովանդակության (պարունակության) և թեկնածուների կողմից ներկայացվելիք փաստաթղթերի վերաբերյալ հարցեր: Մասնավորապես, թեկնածուները պետք է մատնանշեն իրենց ընկերության կառուցվածքը, տերերին և կապիտալը, ինչպես նաև իրենց առաջարկած ծրագրերի բովանդակությունը և տևողությունը: Մինչև ժամանակ, լիցենզավորման պայմանները պետք է կիրառվեն բաց, թափանցիկ և անկողմնական ձևով, իսկ իշխանությունները պետք է իրենց որոշումը կայացնեն պատշաճ հիմնավորմամբ: Լիցենզավորման տրամադրման վերաբերյալ որոշումները պետք է ենթակա լինեն բավարար հրապարակայնության և բաց դատական կարգով վերանայման համար:

Այս պահանջներնի միայն մի մասն է ապահովված Հայաստանի օրենսդրությամբ: «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի 48-րդ հոդվածի դրույթներին համապատասխան<sup>21</sup> ՀՌԱՀ-ի նիստերը դռնբաց են: Ողջունելի է, որ ՀՌԱՀ որոշումներն «ընդունվում են բաց», սակայն պարզ չէ, թե արդյոք դրանք հրապարակային փաստաթղթեր են, թե ոչ եւ ինչ հիմքերով դրանք կարող են մատչելի լինել (ըստ մեզ, սա կարող է նախատեսված լինել տեղեկատվության ազատության մասին օրենսդրությամբ, որին ARTICLE 19-ը չի անդրադարձել՝ ելնելով ուսումնասիրման նպատակներից): Այս առումով ARTICLE 19-ը նշում է, որ *Մելտեքսը և Մեսրոպ Մովսեսյանն ընդդեմ Հայաստանի Հանրապետության գործով* Եվրոպական դատարանը որոշել և եզրակացրել է, որ առկա է եղել միջամտություն հայցվորի՝ տեղեկատվություն և գաղափարներ տարածելու ազատության իրավունքին, և որ այս միջամտությունը չի համապատասխանել Մարդու իրավունքների եվրոպական կոնվենցիայով սահմանված օրինականության պահանջին: Եվրոպական դատարանը մասնավորապես նշել է, որ մի ընթացակարգ, որը լիցենզավորող մարմնից չի պահանջել հիմնավորել իր որոշումները,

<sup>21</sup> Տես Ռադիոյի և հեռուստատեսության ակտի Հոդված 44-ի 3-րդ պարբերությունը:

չի ապահովել պետական մարմնի կողմից ազատ արտահայտման իրավունքի նկատմամբ կամայական միջամտությունից բավարար պաշտպանություն:

ARTICLE 19-ը արձանագրում է, որ մինչ վերջերս Հայաստանի օրենսդրությունը չէր տրամադրում ժամանակային առումով կամայականությունից գերծ մնալու երաշխիքներ: Մասնավորապես, «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի» մասին օրենքը չի սահմանում դիմումների ներկայացման ժամանակահատվածը, ինչը հնարավորություն է ստեղծում մրցույթ հայտարարել առանց բոլոր թեկնածուներին իրենց առաջարկները պատրաստելու համար բավարար ժամանակ տրամադրելու: ARTICLE 19-ը գիտակցում է, որ նման ժամանակահատվածի վերաբերյալ պահանջները սահմանվել են բոլորովին վերջերս ՀՌԱՀ-ի կողմից հաստատվող Լիցենզավորման մրցույթների անցկացման կանոնակարգով, որն ինքնին հանդիսանում է ենթաօրենսդրական ակտ: Ավելին, ՀՌԱՀ-ի ընտրության չափանիշները ներառում են մի պահանջ, որ ՀՌԱՀ-ը պետք է հաշվի առնի բազմակարծություն խթանելու ունակությունը: Օրենքը սակայն չի սահմանում, թե ինչպես պետք է գնահատվի տվյալ պահանջը: Սա բացում է դռները կամայականության առջև:

***ա) Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի գործելակերպը***

Այս բաժնում ներառված է ARTICLE 19-ի մեկնաբանությունը Հայաստանում լիցենզավորման մրցույթների արդյունքների վերաբերյալ, ինչպես պարզել են Հեռարձակման լիցենզավորման մրցույթների փորձագիտական դիտարկման ծրագրի շրջանակում կատարված հետազոտությունները: Ծրագիրը գնահատել է Հայաստանի այն 25 ընկերությունների կողմից լիցենզավորման նպատակով ներկայացված դիմումները, ում առաջարկներն ընդունվել էին ՀՌԱՀ-ի կողմից: ARTICLE 19-ը չի ծանոթացել մրցույթին ընկերությունների ներկայացրած բոլոր փաստաթղթերին և ոչ էլ ՀՌԱՀ-ի կողմից այս դիմումների վերաբերյալ կայացված որոշումներին և գնահատումներին: Ստորև ներկայացված եզրակացությունները հիմնված են ծրագրի զեկույցի թարգմանված հատվածի վրա:

Նախևառաջ անհրաժեշտ է շեշտել, որ Հայաստանում առաջարկությունների գնահատման ողջ գործընթացը, պարզ չէ, և գնահատման չափանիշները թվարկված (հատկորոշված) չեն: Թե՛ Հոդված 49-ի 3-րդ պարբերությունը և թե՛ հեռահաղորդակցության ցանցով հեռուստատեսային ծրագրեր հեռարձակելու նպատակով հեռուստաընկերությունների մրցույթների կազմակերպման ընթացակարգը մատնանշում են, որ ընտրությունը կատարվում է գնահատականների միջոցով (0-10 ամբողջական թվերով): Մատչելի տեղեկատվությունից պարզվում է, որ ՀՌԱՀ-ի անդամները գնահատականներ են դնում փաթեթի առանձին տեսանկյունների համար (օրինակ, կոնկրետ գնահատականներ սեփական արտադրության ծրագրերի համար, կոնկրետ գնահատականներ կարծիքների բազմազանությունը խթանելու համար կամ մրցույթի մասնակցի տեխնիկական կամ ֆինանսական ներուժի համար) և յուրաքանչյուրն առանձին ներկայացնում է իր սեփական վերջնական արդյունքը (0-10 սանդղակով): Բոլոր անդամների բոլոր գնահատականների ամփոփումից հետո հաղթող է ճանաչվում առավելագույն գնահատականը ստացած մասնակիցը: Սակայն այս գնահատումը ամբողջովին պարզ չէ: Հնարավոր չէ գնահատել, թե ինչ հիմքով և ինչ համեմատությունների հիման վրա են նշանակվում առանձին գնահատականները, և

գնահատման որ տեսանկյուններն են գերակշռում: Օրինակ, հնարավոր է, որ մրցույթի մասնակիցը բարձր գնահատական ստանա անձնակազմի մասնագիտական որակավորման և տեխնիկական կարողականության տեսանկյունից, բայց ընդհանրապես չգնահատվի բիզնես պլանի հիմնավորվածության չափանիշների տեսանկյունից:

Հիմնվելով ստացած տեղեկատվության վրա՝ ARTICLE 19-ը գտնում է, որ տվյալ հանգամանքները ցույց են տալիս, որ Հայաստանի կարգավորող մարմինը հաշվի չի առել եվրոպական չափանիշներն այս ոլորտում:

1. Պարզ չէ, թե ինչպես է ՀՌԱՀ-ը գնահատել, թե արդյո՞ք լիցենզիայի տրամադրումը նպաստելու է, որ երաշխավորվի, **կարծիքների լայն բազմազանությունը, որն արտացոլում է բնակչության բազմազանությունը և կարիքները**: ՀՌԱՀ-ը միայն գերակայություն է տալիս (կրկին՝ հիմնվելով անորոշ գնահատման միավորների) այն մասնակիցներին, որոնք «արտադրում են իրենց սեփական ծրագրերը» և «արտադրում են տեղական ծրագրեր» և «տարբեր կարծիքների խթանման ունակություն ունեն»: «Տարբեր կարծիքների խթանման» հիմքերը բացակայում են ծրագրի դիտարկումներից և առկա էին միայն նախկին երկու չափանիշները:

Նյութից հետևում է, որ ՀՌԱՀ –ը եկել է այն եզրակացության, որ «տարբեր կարծիքներ խթանելու ունակությունը» վերացական է և գնահատման ոչ մի միավոր չի նշանակել այս կատեգորիային: Չնայած որ ARTICLE 19-ը համաձայնում է այն եզրակացությանը, որ չափանիշները չափազանց անորոշ են, մենք մատնանշում ենք, որ որևէ այլընտրանք չի առաջարկվել այս կապակցությամբ: Թվում է՝ ՀՌԱՀ-ը միանգամայն հրաժարվել է գնահատել այն ծրագրերը, որոնք լուսաբանում են բնակչության խոցելի շերտերին, գյուղական բնակչությանը, փոքրամասնություններին, հաշմանդամներին և այլոց վերաբերող խնդիրներն ու հաղորդումները: ՀՌԱՀ-ը կարծես որևէ ձևով չի գնահատել վերոնշյալ խնդիրները:

ARTICLE 19-ին ներկայացված նյութում նաև պարունակվում է հիմքերի կարճ ներկայացում, որը նշվում է որպես «լրատվամիջոցների բազմակարծության խթանման կարողություն»: Այստեղ ներկայացված տեղեկատվությունն ամենայն հավանականությամբ նպատակ ունի արտացոլելու այն փաստը, որ դիմորդը պետք է հետապնդի կարծիքների բազմազանություն խթանելու և լայն հասարակության կարիքները սպասարկելու նպատակ: Այդուհանդերձ, այստեղ ներկայացված տեղեկատվությունը զուտ հռետորական է: Այն սահմանափակվում է հայտարարություններով, որ «բազմակարծությունը լինելու է հեռուստատեսային հաղորդումներ արտադրելու հիմքը» կամ որ «կխթանի բազմակարծությունը»: Փաթեթներից մեկում դիմորդը հստակ նշել էր, որ իրենք «անդրադառնալու են կրոնական սկզբունքներին» առանց հետագա որևէ պարզաբանման: Ինչպես արդեն նշվեց, պարզ չէ, թե իրո՞ք և ինչպե՞ս է ՀՌԱՀ-ը գնահատել այս կարգի հայտարարությունները տվյալ թեմայի շուրջ համապարփակ այլ տեղեկատվության և հիմքերի բացակայության պարագայում:

Իրենց սեփական հեռուստահաղորդումները պատրաստելու կարողությունը գնահատելու առումով ARTICLE 19-ին ներկայացված նյութը որևէ գնահատման հնարավորություն չի ընձեռում: Նյութում միայն նշվում է, որ գնահատումը կատարվել է ելնելով մասնակիցների հայտարարություններից՝ կապված իրենց կողմից և տեղում արտադրվելիք ծրագրերի ծավալի (տոկոսային հարաբերակցության) հետ: Բացի դիմորդների կողմից արված հայտարարություններից, այս խնդիրը, թվում է, առավել խորը չի ուսումնասիրվել, ինչպես օրինակ ֆինանսների, պլանավորման, ծրագրերի տեսակների և այլ տեսանկյուններից: ARTICLE 19-ը համաձայն չէ այն եզրակացությունների հետ, որ այս չափանիշը չի կարող նախապես գնահատվել «հեռարձակման հետազոտումից առաջ», այսինքն՝ լիցենզիայի տրամադրումից առաջ: Ինչպես նշվեց վերևում, նման կարողության մեջ կարելի է համոզվել տարբեր միջոցներով նախքան լիցենզիայի տրամադրման դրական որոշում կայացնելը՝ ելնելով ուսումնասիրված փաթեթների պարունակությունից:

II. Ըստ մատչելի տեղեկատվության՝ լիովին անհասկանալի է, թե ինչպես է ՀՌԱՀ-ը դիտարկում, թե արդյոք լիցենզիայի տրամադրումը կօգնի՞ խթանել սեփականատիրոջ բազմակարծությունը (օրինակ, ինչպե՞ս է ՀՌԱՀ-ը համոզվում, որ հեռարձակման վերահսկումը կենտրոնացված չէ մի քանի տերերի կամ միանման տերերի ձեռքում): Հայաստանի օրենսդրությունը պահանջում է նման չափանիշների գնահատում, և այս կապակցությամբ որևէ տեղեկատվություն չի տրամադրվել: Հետևաբար ենթադրվում է, որ նշված խնդիրն ընդհանրապես չեն անդրադարձել: ARTICLE 19-ը մտահոգությամբ նշում է, որ սա կարող է հանգեցնել լրատվական դաշտի կենտրոնացմանը՝ բազմակարծության և ազատ արտահայտման իրավունքի վրա հնարավոր լուրջ հետևանքներով:

III. Գնահատումը, թե արդյո՞ք դիմորդն ունի իրատեսական բիզնես պլան և ֆինանսական միջոցներ, որոնք իրեն կօգնեն հեռարձակման ծառայությունը դարձնել այնպիսին, ինչպիսին պահանջվում է, և առանց ընդհատումների, նույնպես համակարգված չէ և անորոշ է: Այս առումով ներկայացված հիմնավորումները սահմանափակվում են հայտարարություններով, որոնք չունեն հիմնավորումներ, օժանդակող փաստաթղթեր կամ տեղեկատվության տարբերակելի այլ աղբյուրներ: Մինևույն ժամանակ, որոշ ընկերություններ ներկայացրել են միայն մասնատված և հպանցիկ տեղեկատվություն: Օրինակ, ընկերություններից մեկն ընդամենը ներկայացրել է իր բաժնետերերի ընդհանուր ժողովի արձանագրությունն ընկերության եկամուտների և բաժնետերերին վճարվող շահաբաժնի վերաբերյալ: Չկա նաև գնահատական, թե ինչպես են համապատասխան ընկերությունները պլանավորում հասնելու իրենց եկամուտի հայտարարված աղբյուրներին՝ Հայաստանում շուկայի իրավիճակի լույսի ներքո կամ ընդհանրապես: Օրինակ, ընկերություններից մեկը նշել է, որ եկամտի հիմնական աղբյուրներից մեկը լինելու է իր արտադրած հեռուստահաղորդումների վաճառքը միջազգային շուկայում, առանց որևէ հաշվարկների, թե ինչպես է այդ վաճառքն իրականացվելու: Կարելի է նույնիսկ եզրակացնել ներկայացված հիմքերից, որ ոչ մի ընկերություն չի ներկայացրել

Ֆինանսական պատշաճ հաշվարկներ և իրենց ֆինանսական իրավիճակի իրատեսական կանխատեսումներ:

Այս առումով, ARTICLE 19-ը զարմանալի է համարում, որ ՄԵԼՏԵՔՍ ՍՊԸ-ի ներկայացրած փաթեթը մերժվել է այն եզրակացությամբ, որ «անհրաժեշտ ֆինանսական միջոցների մատչելիությունը հավաստող փաստաթղթերի զգալի մասը կեղծված և անհիմն է...», ինչը անհնար է դարձնում ունենալ միջազգային և տեղական լրատվական վերլուծական հեռուստատեսային ծրագրերի համալիր հեռարձակումը մայրաքաղաքում թվային ցանցով»: Ոչ միայն պարզ չէ, թե ինչ հիմքով է ՀՌԱՀ-ը եզրակացրել, որ տեղեկատվությունը «կեղծված» է, այլև զարմանալի կլինեք տեսնել, թե ինչպես է հաջողակ դիմորդների կողմից տրամադրված չհիմնավորված տեղեկատվությունը տարբերվել «Մելտեքս»-ի տրամադրածից:

- IV. Հայաստանի օրենսդրությունը չի պահանջում գնահատել, թե արդյո՞ք դիմորդներն ունեն հեռարձակման ծառայություն մատուցելու համար անհրաժեշտ տեխնիկական հմտությունները և կարողությունը: Այդ պատճառով էլ ՀՌԱՀ-ի կողմից ուշադրության են առնվում մրցույթի մասնակիցների թե՛ տեխնիկական և թե՛ ֆինանսական կարողությունները, ինչպես նաև աշխատակազմերի մասնագիտական պատրաստվածությունը: ARTICLE 19-ին տրամադրված տեղեկատվությունը բաժանված էր աշխատակազմի մասնագիտական պատրաստվածության մակարդակի գնահատմանն առնչվող փաստաթղթերի և մասնակից հեռուստաընկերությունների «տեխնիկական կարողությունների» գնահատմանը: Ենթադրվում է, որ ֆինանսական կարողությունները գնահատվել են միայն բիզնես ծրագրերի հիման վրա, որոնց մասին նշվեց ավելի վաղ:

Մրցույթի մասնակիցների տեխնիկական հագեցվածության մասին տեղեկատվությունը, թվում է, տրամադրվել է ամենայն մանրամասնությամբ: Այդուհանդերձ, մենք նշում ենք, որ չկա որևէ հասկոթոշում, թե ինչի համար է պահանջվում տեխնիկական սարքավորումը, արդյո՞ք այն պետք է պատկանի կամ տնօրինվի ընկերության կողմից, թե՛ կարելի է այն վարձակալել: Այս տեղեկատվության և պահանջների հստակության պակասը համապարփակ և հստակ եզրահանգումների հնարավորություն չի ընձեռում:

Ինչ վերաբերում է անձնակազմի մասնագիտական պատրաստվածության մակարդակին, ապա առաջին հերթին մենք կրկին նշում ենք, որ գնահատման համակարգը հստակ չէ նաև այս առումով: Օրինակ, պարզ չէ, թե արդյո՞ք առկա է հեռարձակման տարբեր տեսանկյունների գնահատում (ինչպես, օրինակ, մասնագիտական և տեխնիկական անձնակազմի առկայությունը, նրանց փորձառությունը, անցյալում կատարած աշխատանքի արդյունքները): Նաև հաստակ չէ, թե արդյո՞ք այս գնահատումը սահմանափակվում այն անձնակազմով, որը վարձվելու է հեռարձակողի կողմից, թե արդյո՞ք որևէ գնահատում է կատարվել այլոց կողմից հեռարձակման ծառայությունների գնման տարբերակի վերաբերյալ (նկատի առնելով, որ հաջողված դիմորդներն ինքնուրույն հեռարձակման պարտավորության անհրաժեշտություն չունեն):

Այս չափանիշի հետ կապված մատչելի տեղեկատվությունը կրկին հազվագյուտ է և դասակարգված չէ ըստ տարբեր խնդիրների: Այս առումով մենք նշում ենք, որ տրամադրված տեղեկատվությունը սահմանափակվում է անձնակազմի տոկոսային հարաբերակցությամբ և որոշակի մարդկանց մատնանշելով, որոնք կապված են ընկերության հետ, առանց նրանց պարտականությունների, որոշակի ոլորտում ունեցած դերի կամ փորձառության առանձնակի հատկորոշման, որի համար վերջինները պատասխանատու են լինելու: Օրինակ, ընկերություններից մեկը նշել է, որ իր կողմից աշխատանքի վարձված աշխատակազմը կազմելու է ընկերության աշխատանքային ներուժի 60%-ը, և որ ընկերությունն աշխատում է «հայ արվեստի պատվավոր ներկայացուցիչների հետ», և տրամադրել է անձնակազմի ենթադրելի ութ անդամի աշխատանքային նկարագրերը: Այսպիսով, մատչելի տեղեկատվությունը ցույց է տալիս, որ այս անձինք չեն աշխատում ընկերության համար և կարող են միայն հայտնվել հեռարձակողի ծրագրերում:

Հիմնվելով այս տեղեկատվության վրա՝ ARTICLE 19-ը եզրակացնում է, որ Հայաստանի ադոտ օրենսդրությունը, որը թե՛ չի համապատասխանում միջազգային չափանիշներին, և թե՛ չի ներառում ցուցումներ կամ նախապայմաններ, որոնք պետք է ապահովվեն բազմակարծություն երաշխավորելու նպատակով, հանգեցրել է մի իրավիճակի, երբ ընթացակարգը կիրառվում է ոչ պարզ և ոչ թափանցիկ ձևով: ՀՌԱՀ որոշումներն ուսումնասիրված փաթեթների վերաբերյալ որևէ ձևով չեն մատնացուցում ներդաշնակ և հստակ գնահատականներ և ցույց են տալիս կամայականության հնարավորությունը, որն ի վերջո ազդում է Հայաստանի քաղաքացիների ազատ արտահայտման իրավունքի վրա: