

ՕՐԵՆՍԴՐԱԿԱՆ ԴԱՇՏԻ ԿԱՐԳԱՎՈՐՄԱՆ
ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ
ՀԱՆՐԱՊԵՏԱԿԱՆ ՌԱԴԻՈՇՈՒԿԱՅՈՒՄ

Անկախ պետականության հռչակումից հետո Հայաստանում զանգվածային լրատվամիջոցների համակարգում կատարվեցին զաղափարական և կառուցվածքային լուրջ տեղաշարժեր: Եթե ամբողջատիրության և միակաժության պայմաններում զանգվածային լրատվամիջոցների աշխատանքը պլանավորվում և ֆինանսավորվում էր պետության, իսկ նրանց ամենօրյա գործունեությունը վերահսկվում գրաքննիչ պետական կառույցի կողմից, ապա Խորհրդային Միության փլուզումից հետո հաստատված շուկայական հարաբերությունների պայմաններում ստեղծվեցին նոր զանգվածային լրատվամիջոցներ ու կառույցներ, որոնք համապատասխանում էին նոր ձևավորված լրատվաշուկայի պահանջներին. աստիճանաբար միակարծությունից անցում կատարվեց բազմակարծության ու տարակարծության լրատվադաշտ:

Եթե Խորհրդային ժամանակաշրջանում հանրապետությունում գործում էին պետական քարոզչական մեքենայի հատկանիշներին բնորոշ լրատվամիջոցներ, ապա անկախացումից հետո հանրապետական լրատվադաշտը այլևս բաց էր նախկին այլախոհների և արգելված կուսակցությունների, ինչպես նաև նոր ձևավորվող կուսակցությունների, կազմակերպությունների, անհատ ձեռներեցների համար: Նոր ձևավորված հանրապետական լրատվաշուկայի իրավական դաշտը կարգավորելու համար Հայաստանի բարձրագույն օրենսդիր մարմնի կողմից ընդունվեցին մի շարք օրենքներ, որոնց միջոցով կարգավորվեց և կանոնակարգվեց հանրապետական զանգվածային լրատվամիջոցների աշխատանքը՝ նախադրյալներ ստեղծելով անցում կատարելու իրավական պետության և քաղաքացիական հասարակությանը բնորոշ լրագրությանը:

Այս առումով հատկապես կարևորվեց նաև այն լրատվամիջոցների հիմնադրումն ու զարգացումը, որոնք արդյունք էին հենց այդ դաշտում կատարված որակական տեղաշարժերի և ինտեգրացիոն ընթացքների, որոնք մեծապես նպաստեցին հասարակական կարծիքի ձևավորմանն ու զարգացմանը:

Հանրապետական ռադիոշուկան ձևավորվեց 1991թվականից հետո, մինչ այդ լրատվական դաշտում մենաշնորհային վիճակում էր հանրապետական ռադիոն, որն իր եթերային ծավալով ընդգրկում էր ողջ հանրապետությունը, ինչպես նաև ամենօրյա հաղորդումներ պատրաստում արտերկրի մեր հայրենակիցների և օտարերկրյա քաղաքացիների համար: Նմանատիպ լրատվական դաշտը գերադասելի էր ամբողջատիրական, միակարծության պայմաններում ձևավորված պետությունների համար: Նման պետական կառույցը պարզապես խանգարում էր հանրապետությունում ձևավորվող նոր տնտեսական հարաբերությունների պայմաններում առաջին քայլերն անող ռադիոշուկայի կայացմանը: Աստիճանական անցումը ռադիոշուկային օգնեց, որպեսզի կարճ ժամանակաընթացքում հանրապետական ինֆորմացիոն դաշտը համալրվի նոր ֆորմատով ու մոդելով աշխատող ռադիոկայաններով, սրանք հիմնադրվեցին ոչ միայն մայրաքաղաքում, այլև մարզերում ու հանրապետության տարբեր քաղաքներում: Անցած տասնամյակի ընթացքում հանրապետությունում մասնավոր էլեկտրոնային զանգվածային լրատվաշուկան դարձավ իրողություն և 2001 թվականի դրությամբ մեզնում արդեն գործում է 66 էլեկտրոնային զանգվածային լրատվամիջոց, որոնցից 31-ը ռադիոընկերություններ:¹ Առ բավականին մեծ թիվ է մեր փոքրիկ հանրապետության համար. համեմատության համար նշեն, որ անգամ Լեհաստանի նման երկրում գործում է ընդամենը 3 մասնավոր ռադիոկայան, տարածաշրջանի հարևան երկրներում Վրաստանում և Ադրբեջանում միասին

¹ Լրատվությունը մեզ է տրամադրել ՀՀ հեռուստատեսության և ռադիոյի Ազգային հանձնաժողովի նախագահ Գրիգոր Ամալյանը:

վերցրած գործում են հազիվ մեկ տասնյակի հասնող ռադիոընկերություններ:² Մեզնում հանրապետական ռադիոշուկայի ձևավորման ժամանակ հաշվի առնվեցին արտասահմանյան մի շարք զարգացած երկրների հեռուստա-ռադիոշուկաներին բնորոշ մոդելներ: Նկատի ունենալով այս համգամաքը, միջոցներ ձեռնարկվեցին հիմնելու այնպիսի էլեկտրոնային զանգվածային լրատվամիջոցներ, որոնք համապատասխանում էին նոր ձևավորվող շուկայական հարաբերությունների պահանջներին: Հայտնի է, որ աշխարհում ընդունված է երեք մոդել՝ պետական, մասնավոր, հանրային: Մեր հանրապետությունում նորաստեղծ էլեկտրոնային զանգվածային լրատվամիջոցները նույնպես ընտրություն կատարեցին այդ մոդելների միջև՝ նախապատվությունը տալով հանրային և մասնավոր մոդելներին: Հանրապետական ռադիոշուկայում արմատավորվեցին նոր ֆորմատի ու մոդելի (լրատվական-երաժշտական-գովազդային) մասնավոր ռադիոկայաններ,³ որոնք վաղուց իրողություն էին արտասահմանում և ունեն մշտական, կայուն հասցեագրված լսարան: Ընդունվեց նաև երկրորդ մոդելը, որը ֆինանսավորվում և հովանավորվում է հասարակական և գերատեսչական կազմակերպությունների, անհատ ձեռներեցների և հովանավորների կողմից: Այս մոդելին նախապատվություն տվեց հանրապետական խոշորագույն ռադիոկառույցը՝ Ազգային ռադիոն, որը չդիմանալով ժամանակի փոփոխություններին և խրոնիկական դարձած պետական բյուջեի ուշացումներին, աստիճանաբար հրաժարվեց նախկին վարչակարգին բնորոշ գաղափարական և կառուցվածքային մոտեցումներից և անցում կատարեց ավելի դեմոկրատական և մատչելի հանրային մոդելին: Անցման շրջանի դժվարություններն ու ինտեգրացիոն ընթացքները ժամանակավորապես թուլացրին հանրապետության խոշորագույն ռադիոկառույցի ստեղծագործական աշխատանքը, սակայն նաև նախադրյալներ ստեղծվեցին աստիճանական անցում կատարելու այնպիսի նոր որակական փուլի, որը ապահովում է հանրային դարձած ռադիոընկերության բնականոն

² Թորալսոն Փ., Հանրային և մասնավոր հեռարձակման օրենսդրական կարգավորումը, Երևանի մամուլի ակումբ, միջազգային կոնֆերանս, Երևան, 2001, էջ 3:

³ Հայաստանում առաջին մասնավոր ռադիոկայանը՝ Հայ FM 105.5, հիմնադրվեց 1994թ.:

աշխատանքը: Այս արձատական փոփոխությունները հանգեցրին հանրապետական ռադիոշուկայում մի այնպիսի իրավիճակի, երբ էլեկտրոնային զանգվածային լրատվամիջոցների աշխատանքը դարձավ հասարակական կարծիքի ձևավորման կարևորագույն գործոն, օպերատիվ լրատվության տարածման ամենագլու և արդյունավետ միջոցներից մեկը: Հանրապետական ռադիոշուկայի աշխատանքը բնականոն և արդյունավետ դարձնելու համար անկախության տասնամյակի ընթացքում հանրապետության բարձրագույն օրենսդիր մարմինը ընդունեց մի շարք օրենքներ, որոնց միջոցով կանոնակարգվեց նոր ձևավորված լրատվաշուկան և պայմաններ ստեղծվեցին նրանց բնականոն գործունեության համար: Հայաստանի Հանրապետության հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին օրենսդրությունը ժամանակակից փուլում ներառում է Ազգային ժողովի կողմից ընդունված և հանրապետության նախագահի կողմից վավերացված մի շարք գերատեսչական ակտեր ու օրենքներ: Հեռուստատեսության և ռադիոյի բնագավառում մինչև այժմ ընդունվել է վեց օրենք, որոնց կիրառումը մեծապես նպաստեց հեռուստառադիոընկերությունների գործունեությունը կանոնակարգելուն և պաշտպանելուն («Մամուլի և զանգվածային լրատվության մյուս միջոցների մասին», «Լեզվի մասին», «Գովազդի մասին», «Հեռահաղորդակցության մասին», «Հեղինակային իրավունքի և հարակից իրավունքների մասին», «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին»):

Տեղեկատվական բնագավառը կարգավորվում է նաև այլ իրավական ակտերով և Հայաստանի Հանրապետության ընդունած միջազգային պայմանագրերով:

Առաջին փաստաթուղթը՝ «Մամուլի և զանգվածային լրատվության մյուս միջոցների մասին» օրենքն էր, որն ընդունվեց հանրապետության Գերագույն խորհրդի (այժմ Ազգային ժողով) կողմից 1991թ. հոկտեմբերի 8-ին:⁴ Սույն օրենքով մամուլ և զանգվածային լրատվության մյուս միջոցներ են համարվում՝ թերթերը, հանդեսները, փաստավավերագրերը, տեղեկագրերը և պարբերականները, որոնք միանվագ հրատարակվում են 100 օրինակից ավելի

⁴ Տե՛ս Հայաստանի Հանրապետության օրենքը հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին հարակից օրենքներով, Երևան, 2001, էջ 31:

տպաքանակով, ինչպես նաև հեռուստառադիոծրագրերը, կինովավերագրերը, որոնք պարբերաբար ստեղծվում և հրապարակայնորեն տարածում են լուրեր և տեղեկություններ՝ սույն օրենքով սահմանված կարգով: Ըստ օրենքի մամուլ և զանգվածային լրատվության մյուս միջոցներ ստեղծում և տարածում են խմբագրությունները, լրատվական գործակալությունները, հրատարակչությունները, զանգվածային լրատվություն թողարկող այլ հաստատությունները, որոնք ազատ են և գրաքննության չեն ենթարկվում: Այս օրենքը հնարավորություն տվեց նոր պայմաններից ելնելով ժողովրդատիրական ասպարեզում անցում կատարելու տոտալիտար, ամբողջատիրական գաղափարախոսությունից դեպի բաց, քաղաքացիական հասարակություն:⁵

Օրենքի առաջին երկու հոդվածներում ամրագրված հիմնադրույթները հետագայում հիմք հանդիսացան մշակելու ավելի կատարյալ օրենսդրական փաստաթղթեր և ամրագրել այդ ոլորտի այն նվաճումները, որոնք ձեռք բերվեցին վերջին տասնամյակի ընթացքում:

Հեռուստառադիոլորտի կայացման համար կարևոր որակական փուլ էր 1993թ. ապրիլի 17-ին հանրապետության նախագահի հրամանագրով վավերացված «Լեզվի մասին» օրենքը, ուր մասնավորապես սահմանվում էին Հայաստանի Հանրապետության լեզվական քաղաքականության հիմնական դրույթները: Այս փաստաթուղթը ամրագրեց էլեկտրոնային լրատվամիջոցներում հայերենի գերակայության և պետական պաշտպանվածությունը: Հեռուստառադիոլորտի համար օրենքը կարևորվում էր նաև նրանով, որ օրենքի ընդունումից ընդամենը մեկ տարի անց հանրապետությունում հիմնադրվեցին մեծ թվով մասնավոր ռադիոկայաններ, որոնց հայերենի գործածության մակարդակը հեռու է գրական լինելուց, հաճախ են տուրք տալիս անգլիախառն ու ռուսական առգաճառությամբ հայերենին: Գիշտ է՝ ժամանակի ընթացքում օրենքի գերակայության պայմաններում ռադիոդաշտը կանոնակարգվեց հայերենի կիրառման առումով, սակայն ռադիոկայանները դեռ շատ աշխատանք ունեն եթերային խոսքը կատարյալ և գրագետ

⁵ Նույն տեղում, էջ 32:

դարձնելու համար: Մայրենիի դերը առավել կարևորվեց, երբ հանրապետական հեռուստառադիոտիրությունը թույլատրվեց օտարերկրյա հեռուստառադիո-ընկերությունների գործունեության ծավալումը: Հայերենի գործածության և կիրառման շառավղի պահպանումը դարձավ օրախնդիր, որը օրենքի շրջանակներում կանոնակարգվում է և թույլ չի տրվում մայրենիի հաշվին ներմուծելու օտար հաղորդումներ: Այդ է վկայում նաև սույն օրենքի 4 հոդվածը, ըստ որի հիմնարկները և կազմակերպությունները պարտավոր են օտար լեզվով ելույթների զուգահեռ հայերեն թարգմանություն, միաժամանակ խորախուսելով լրատվամիջոցներով հայերենի պրոպագանդաման ու լեզվաշինության զարգացմանը: Այժմ արդեն կարելի է փաստել, որ հանրապետական լրատվամիջոցներում, հատկապես էլեկտրոնայիններում վերջին տարիներին ձևավորվել են հայերենի մատուցման նոր ոճ և մեթոդներ, որոնք հնարավորինս պահպանում են եթերը օտարամոլությունից ու խոսակցական, ժարգոնային կապակցություններից: Մայրենիի անաղարտ եթեր հեռարձակման համար հանրապետության ռադիոկայանները դեռևս շատ անելիքներ ունեն, հատկապես դիջեյների լեզվի իմացության և կիրառման որակական աստիճանը անհրաժեշտ եթերային պահանջներին համապատասխանող հայերենին հասցնելու համար:

«Լեզվի մասին» օրենքին օրգանապես կապված է Ազգային ժողովի ընդունած «Գովազդի մասին» օրենքը, որն սկսեց կիրարկվել 1996թ. ապրիլի 30-ից: Այն սահմանում է Հայաստանի Հանրապետության տարածքում գովազդի ստեղծման և տարածման իրավական հիմքերը և նպատակ ունի անհրաժեշտ պայմաններ ապահովել հասարակության, գովազդ սպառողների, գովազդատուների, գովազդի ստեղծման ու տարածման համար: Օրենքում ամրագրված է, որ Հայաստանի Հանրապետությունում գովազդի լեզուն հայերենն է:⁶ Գովազդի լեզվի կարևորությունը մեկ անգամ ևս ամրագրում է լրատվադաշտում առկա իրողությունները և պարտավորեցնում լրատվամիջոցներին չխախտելու օրենքի դրույթները: Այս առումով կարևոր է նշել գովազդի գործունեության հնարավորությունները զանգվածային

⁶ Նույն տեղում, էջ 94:

էլեկտրոնային լրատվամիջոցներում, մանավանդ, որ ողջ աշխարհում ժուռնալիստիկան բարգավաճում է գովազդից ստացված շահույթների հաշվին:⁷ Փաստենք, որ միայն 2000 թվականին հանրապետության էլեկտրոնային լրատվամիջոցները գովազդից ստացել են մոտ 1 միլիոն դոլարի շահույթ: Այս գործունեությունը կանոնակարգելու համար գովազդի մասին օրենքի 9 հոդվածը ամբողջովին նվիրված է էլեկտրոնային զանգվածային լրատվամիջոցներում գովազդի կիրառման ձևերին, ըստ որի արգելվում է մինչև 10 րոպե տևողությամբ ռադիոհաղորդումներում և մինչև 20 րոպե տևողությամբ հեռուստահաղորդումներում մեկ անգամից ավելի գովազդային ընդհատումը: Արգելվում է ռադիոհեռուստատեսային հաղորդման ընթացքում հեռարձակել գովազդ ավելի, քան 20 րոպե մեկ հաճախականությամբ և յուրաքանչյուր մեկ եթերային ժամի հաշվով 10 րոպեից ավելի տևողությամբ: Նման հիմնադրույթները լայն կիրառություն ունեն ամբողջ աշխարհում, հատկապես ԱՄՆ-ի հեռուստառադիոընկերություններում, որոնք երեկոյան մեկ ժամի համար նախատեսում են 12 րոպե գովազդ: Իհարկե, այս հիմնադրույթների կիրառությունը և գովազդային լեզվի անադարտության պահպանումը հանրապետության հեռուստառադիոընկերություններում դեռևս բավարար մակարդակի վրա չէ, ոչ միշտ է պահպանվում հայերենի՝ որպես գովազդային լեզվի կիրառության աստիճանը: Սա հատկապես վերաբերում է մասնավոր հեռուստառադիոշուկային, որը վերահեռարձակելով օտարերկրյա հեռուստառադիոընկերությունների հաղորդումները, հաճախ վերահեռարձակում են նաև ռուսերենով և անգլերենով գովազդային հոլովակներ: Գովազդային շուկան այժմ հանրապետությունում մասնագիտացված է և բաշխված զանգվածային լրատվամիջոցների միջև: Ըստ «Սոցիոմետր» սոցիոլոգիական կենտրոնի՝ հեռուստաշուկան, որն ունի ամենամեծ լսարանը, տնօրինում է հանրապետական գովազդային շուկայի 80 տոկոսը, մամուլին բաժին է ընկնում 11, իսկ ռադիոյին 9 տոկոս:

⁷ Вачнадзе Г.Д., Всемирное телевидение, Москва, 1997, стр. 153.

Հանրապետական ռադիոշուկայի համար կարևոր խթանիչ հանգամանք հանդիսացավ «Հեռահաղորդակցության մասին» օրենքը, որն սկսեց գործել 1998թ. փետրվարի 17-ից: Եթե նախորդ օրենսդրական ակտերը կանոնակարգում էին ռադիոշուկայի ստեղծագործական, եթերային, ծրագրային քաղաքականությունը, ապա «Հեռահաղորդակցության մասին» օրենքը կարգավորում է այդ ոլորտում առկա տեխնիկական հիմնահարցերը, դրանք տեղափոխելով իրավական կարգավորիչ դաշտ: Համաձայն ընդունված օրենքի սահմանվում են Հայաստանի Հանրապետության տարածքում հեռահաղորդակցության բնագավառում գործունեության իրականացման իրավական հիմքերը, դրա մասնակիցների իրավասությունը և պատասխանատվությունը, ինչպես նաև հեռահաղորդակցության ծառայություններից օգտվողների իրավունքների պաշտպանության նորմերը: Մեր հանրապետությունը այժմ ունի ռադիոհաճախականությունների առումով կապուղիների սահմանափակ տիրույթ, որտեղ գործում են մասնավոր ռադիոկայանները, ինչպես նաև լարային ցանցն ու ռադիոկայանը, որի ծառայություններից օգտվում է հանրային ռադիոն: Այս դաշտի կանոնակարգման համար սույն օրենքի 13-րդ հոդվածը ամբողջությամբ նվիրված է ռադիոհաճախականության տիրույթի և հեռահաղորդակցության արբանյակների ուղեծրային դիրքերի օգտագործմանը: Համաձայն սույն հոդվածի ռադիոէլեկտրոնային միջոցների էլեկտրամագնիսական համատեղելիությունը և խանգարումներից պաշտպանությունն ապահովելու նպատակով ռադիոհաճախականության տիրույթի առանձնացման, ռադիոէլեկտրոնային միջոցների և բարձր հաճախականության ձեռք բերման, ներմուծման և շահագործման, ինչպես նաև Հայաստանի Հանրապետությունում դրանց արտադրության դեպքում մշակման, նախագծման և արտադրության պայմանների իրավունքը վերապահված են կառավարությանը:⁸ Այս հոդվածի կիրարկումը հնարավորություն է տալիս ռադիոեթերը զերծ պահել անորակ ինքնաշեն սարքավորումների շահագործումից ու վերահսկողության դաշտում պահել ճառագայթահարման ֆոնը:

⁸ Նույն տեղում, էջ 44:

Նկատի ունենալով, որ մասնավոր ռադիոընկերությունների որոշ մասը իրենց հաղորդակները տեղադրել են բնակելի շենքերի կտուրներում կամ նրանց շատ մոտ, սույն օրենքը պարտավորեցնում է նրանց ճառագայթման աղբյուր հանդիսացող հաղորդակցության միջոցները անպայման գրանցել, գործել հատկացված հաճախականության շառավղում՝ հնարավորինս վնաս չհասցնելով մոտակայքում բնակվող մարդկանց առողջությանը: Հեռարձակող ընկերությունների վերահսկողությունը կատարվում է պետական կառույցների միջոցով, որոնք տեխնիկական հաղորդակցման միջոցները վերահսկելուց բացի ապահովում են նաև դրանց տեխնիկական շահագործումը:

.Հանրապետության ռադիոշուկայի օրենսդրական դաշտի կարգավորման գործում կարևոր նշանակություն ունեցավ Ազգային ժողովում երկար քննարկումների նյութ դարձած «Հեղինակային իրավունքի և հարակից իրավունքների մասին» փաստաթուղթը, որն օրենքի ուժ ստացավ 1999թ. դեկտեմբերի 8-ին: Սույն օրենքը, ինչպես նշված է 1-ին հոդվածում, կարգավորում է գիտության, գրականության, արվեստի ոլորտների ստեղծագործությունների (հեղինակային իրավունք), կատարումների, հնչյունագրերի(ֆոնոգրամ), հեռարձակող կազմակերպությունների հաղորդումների(հարակից իրավունքներ) ստեղծման և օգտագործման հետ կապված հարաբերությունները:

Հեղինակային իրավունքի կիրառումը հնարավորություն տվեց վճռական պայքար ծավալելու մեծ չափերի հասնող եթերահեռության, առանց թույլտվության հաղորդումների ու ծրագրերի հեռարձակման դեմ, կանոնակարգելու արտասահմանյան ռադիոհարտադրանքի մուտքը հանրապետական ռադիոշուկա և դրանց որակական չափանիշների սահմանումը: Օրենքը ռադիոլրագրողներին հնարավորություն տվեց պաշտպանելու հեռարձակվող նյութերի և ծրագրերի նկատմամբ իրենց հեղինակային իրավունքը: Այդ է վկայում օրենքի 20-րդ հոդվածը, որն ամբողջովին նվիրված է տեսալսողական ստեղծագործության հեղինակային իրավունքի պաշտպանմանը, համաձայն որի տեսալսողական ամբողջական ստեղծագործության հեղինակներն են՝ սցենարի հեղինակը, բեմադրող ռեժիսորը, հատկապես տվյալ տեսալսողական ստեղծագործության համար ստեղծված երաժշտության

հեղինակը(տեքստի կան առանց տեքստի), բեմադրող օպերատորը, ինչպես նաև ամբողջական տեսալսողական ստեղծագործության ստեղծմանը պայմանագրով մասնակցած և ստեղծագործական աշխատանքի ուրույն արդյունք ներդրած այլ անձինք:

Նշված օրենսդրական ակտերը նպաստեցին ամբողջացնելու և կանոնակարգելու հանրապետական ռադիոշուկայում առկա ստեղծագործական և ինտելեկտուալ գործընթացները և նախապայմաններ ստեղծեցին հեռուստատեսության և ռադիոյի բնագավառը կանոնակարգող հեռուստա-ռադիոխորհրդի և ազգային հանձնաժողովի հիմնադրմանը: Սուտ հինգ տարի տևած խորհրդարանական լուծմներից հետո 2000թ. հոկտեմբերի 9-ին Ազգային ժողովը վերջապես ընդունեց «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքը: Եթե նախորդ օրենքները կանոնակարգում էին լրագրողական գործունեության որևէ բնագավառ, ապա այս վերջին օրենքով կազմավորված խորհուրդն ու Ազգային հանձնաժողովը վերահսկում են հանրային և մասնավոր հեռուստառադիոընկերությունների գործունեությունն ու լիցենզավորումը: Սույն օրենքը սահմանում է հեռուստառադիոընկերությունների (հեռուստաընկերություններ և ռադիոընկերություններ) կարգավիճակը, կանոնակարգում է դրանց հիմնադրման, լիցենզավորման և ղեկավարման կարգը, իրավունքների ու պարտականությունների առաջացման հիմքերը, հեռուստառադիոընկերությունների ստեղծման ու գործունեության ընթացքում ծագող հարաբերությունները: Համաձայն օրենքի հանրապետության նախագահը 2000թ. նոյեմբերի 12-ին նշանակեց հեռուստառադիոխորհրդի կազմը, որը վերահսկում է հանրային հեռուստատեսության և ռադիոյի գործունեությունը, իսկ 2001թ. մարտի 19-ին Ազգային հանձնաժողովի անդամներին, որոնց վերահսկողությանն է հանձնված մասնավոր հեռուստառադիոընկերությունների գործունեությունը: Եթե խորհրդի պարագայում ավելի հստակություն կար և տարիներով կուտակված էր այդ կառույցների հետ աշխատելու համապատասխան փորձ, ապա Ազգային հանձնաժողովի պարագայում եղան բազմաթիվ հիմնախնդիրներ կապված մասնավոր հեռուստառադիոլորտի գործունեության կանոնակարգման հետ: Պատճառն այն էր, որ մինչ այդ ոչ մի օրենք չէր ընդունվել կանոնակարգելու մասնավոր հեռուստառադիո-

ընկերությունների աշխատանքը: Ազգային հանձնաժողովի ջանքերի շնորհիվ հնարավոր դարձավ կանոնակարգելու մասնավոր հեռուստառադիոլորտի գործունեությունը և նրանց հետ հարաբերությունները տեղափոխել իրավական դաշտ: Կարճ ժամանակահատվածում Ազգային հանձնաժողովը ընդունեց 8 ենթաօրենսդրական կարգեր, մշակեց իր գործունեությունը կարգավորող կանոնակարգ, որով էլ հիմք դրեց այդ ոլորտի վերահսկմանն ու լիցենզավորմանը: Ազգային հանձնաժողովը, համաձայն սույն օրենքի 37-րդ հոդվածի, իրականացնում է եթերային հաճախությունների հրապարակային և մրցութային հատկացումը, հաստատում է լիցենզիայի ծնը, հատկացնում այն, կազմում և հրապարակում է լիցենզիա ստացածների ցուցակը, հսկում լիցենզիայում նշված պայմանների կատարումը, հեռուստառադիոհաղորդումների տեսագրությունների և ձայնագրությունների միջոցով պարզում է դրանց համապատասխանությունը գործող օրենսդրությանը: Իր գործունեության առաջին տարում հեռուստատեսության և ռադիոյի Ազգային հանձնաժողովը առաջին անգամ անցկացրեց հեռուստառադիոլորտում գործող ընկերությունների վերալիցենզավորում: 2001թ. օգոստոսին լիցենզավորման ներկայացած 40 ընկերություններից վերալիցենզավորվեցին 38-ը: Ազգային հանձնաժողովը հեռուստառադիոընկերություններին պարտավորեցրեց չխախտել «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքով սահմանված դրույթները, հեռարձակման ժամանակ հաշվի առնել լեզվի և գովազդի մասին օրենքների պարտադիր պայմանները:

2001թ. հոկտեմբերի սկզբին Ազգային ժողովում գումարված նիստում շահագրգիռ կողմերը ներկայացրին «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքի վերաբերյալ իրենց տեսակետները, առաջարկելով մի շարք օրենսդրական փոփոխությունների միջոցով այն մատչելի դարձնել մասնավոր հեռուստառադիոլորտի համար և նախադրյալներ ստեղծել ոլորտում առկա դրական տեղաշարժերի ու զարգացման համար:

Ժամանակակից փուլում հանրապետության ռադիոշուկան իրավական տեսակետից պաշտպանված է և վերահսկվում է Ազգային հանձնաժողովի կողմից: Վերջինիս միջոցով նախադրյալներ են ստեղծված պաշտպանելու և խրախուսելու հայրենական արտադրողին, նախանշելու ռադիոընկերու-

թյունների տեղն ու դերը ռադիոշուկայում, նպաստելու ռադիոընկերությունների վարած ծրագրային և գովազդային քաղաքականությանը, ոլորտի հետագա զարգացմանը:

Հանրապետության ռադիոշուկայում առկա իրավական դաշտի կարևորությունը ընդգծելու համար պետք է նշեմ, որ տարածաշրջանում Հայաստանը առայժմ միակն է, որ ընդունել է «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքը, ստեղծել համապատասխան խորհուրդ ու հանձնաժողով: Համեմատելու համար փաստեմ, որ անգամ Ռուսաստանի Դաշնությունը դեռևս չունի նմանատիպ օրենք: Այս փաստը մեկ անգամ ևս վկայում է, որ հանրապետությունում գործող ռադիոկայանների համար ստեղծված են բարենպաստ պայմաններ և իրավական դաշտ՝ նրանց բնականոն գործունեությունը ապահովելու համար: