
ԼՐԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ

ԴԻՏՈՐԴԱԿԱՆ ԱՌԱՔԵԼՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԷՎՈԼՅՈՒՑԻԱՆ ԵՎ ԴՐԱ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆՆ ԸՆՏՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԼՈՒՍԱԲԱՆՄԱՆ ՎՐԱ

ՇԱՎԱՐՇ ԳԵՎՈՐԳՅԱՆ

Ուսումնասիրությունն իրականացվել է 1998 թվականի համապետական ընտրություններից սկսած, քանի որ ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ դիտորդական առաքելությունների իրականացրած մշտադիտարկումներում, որոնք սկսել են արվել 1996 թվականի նախագահական ընտրություններից¹, մեղիայի մասին հիշատակվել է 1998թ. նախագահական ընտրությունների մասին զեկույցում:

1998 ԹՎԱԿԱՆԻ ՄԱՐՏԻ 16-Ի և 30-Ի ՀՀ ՆԱԽԱԳԱՀԻ ԸՆՏՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

Այսպես, ԵԱՀԿ դիտորդական առաքելության՝ 1998 թվականի ապրիլի 9-ի զեկույցում նախ շեշտվում է այն հանգամանքը, որ զգալի բարելավում է նկատվում նախորդ ընտրությունների համեմատ, ավելին՝ ընդգծվում է առաջինից երկրորդ փուլ լուսաբանման բարելավման հանգամանքը, ապա համառոտ մոտ մեկ տպագիր էջի սահմաններում նկարագրվում է, թե որ թեկնածուին ինչ ծավալի և նշանային ինչ բնութագրիչով է ուշադրություն դարձվել Հայաստանի պետական հեռուստատեսությամբ: Ընտրազանգվածին ներկայանալու համար նախագահի բոլոր թեկնածուներին պետական լրատվամիջոցներից անվճար ու վճարովի օգտվելու հնարավորություն տրվեց: Այդուհանդերձ, մեղիա լուսաբանումը չհամապատասխանեց ու չբավարարեց Կոպենհագենյան փաստաթղթի 7.8 կետի պահանջներին՝ ոչ խտրական հիմունքներով ապահովել թեկնածուների անարգել մուտքը մեղիա: Մշտադիտարկման մեջ հեռուստաընկերությունների մասին անդրադարձ կա միայն Հայաստանի պետական հեռուստատեսությամբ: Իսկ իբրև մեղիայի ոլորտին ուղղված երաշխավորություններ /առաջարկներ/ ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ զեկույցում նշվում է, որ պետական լրատվամիջոցները

¹ Տե՛ս ՀՀ Նախագահի ընտրություններ 1996 թվականի սեպտեմբերի 22, ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ դիտորդական առաքելություն վերջնական զեկույց/<http://www.osce.org/odihr/elections/armenia/14150?download=true>:

պետք է դառնան իսկապես ապաքաղաքականացված /depoliticized/, իսկ մեդիան պետք է ստանդարտ որդեգրի, որը թույլ կտա քվեարկողներին կատարել տեղեկացված ընտրություն, ինչպես նաև խրախուսվում են հավասարակշռված խմբագրական լուսաբանումն ու թեկնածուների բանավեճերը²:

1999 ԹՎԱԿԱՆԻ ՄԱՅԻՍԻ 30-Ի ՀՀ ԱԺ ԸՆՏՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

1999 թվականի մայիսի 30-ի խորհրդարանական ընտրությունների մասին ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ վերջնական զեկույցը դարձյալ ծավալուն չէ, այս անգամ ևս տպագիր մեկ էջի շրջանակներում նկարագրված է, որ ընտրությունների լուսաբանումներում ոչ մի կոպիտ խախտում չի արձանագրվել, եղել են աննշան խախտումներ և անհամապատասխանություններ գործող օրենսդրությանն ու ընդունված միջազգային չափորոշիչներին, որոնք չեն ազդել քարոզարշավի ընդհանուր լուսաբանման որակի վրա: Ընտրությունների լուսաբանման պրոֆեսիոնալիզմը գնահատվել է զգալիորեն ավելի բարձր, քան նախորդ ընտրությունների ժամանակ: Պետհեռուստաընկերությամբ և մյուս լրատվամիջոցներով քաղաքական կուսակցությունների լուսաբանումը հիմնականում բալանսավորված ու էպպես չեզոք էր: Մեծամասնական համակարգով առաջադրված թեկնածուներն անվճար եթերաժամանակի իրավունք չունեին, բայց փոխարենը սահմանափակում չկար նրանց վճարովի եթերաժամանակի վրա: Հնարավորություն, որն օգտագործվում է քարոզարշավի նպատակներով: Պետհեռուստաընկերությունը կատարեց իր պարտականությունը և տրամադրեց քաղկուսակցություններին անվճար և մատչելի հեռարձակման եթերաժամանակ: Այդուհանդերձ, որոշ հեռուստաընկերությունների մոտ ընտրարշավի հաշվին եկամուտ ապահովելու միտում է նկատվել:

Իսկ մեդիայի ոլորտին ուղղված երաշխավորություններ /առաջարկներ/ ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ նշված զեկույցում չեն արվել³:

² Տե՛ս ՀՀ Նախագահի ընտրություններ 1998 թվականի մարտի 16 և 30, ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ դիտորդական առաքելություն վերջնական զեկույց// <http://www.osce.org/odihr/elections/armenia/14192?download=true>:

³ Տե՛ս ՀՀ ԱԺ ընտրություններ 1999 թվականի մայիսի 30, ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ դիտորդական առաքելություն վերջնական զեկույց// <http://www.osce.org/odihr/elections/armenia/14203?download=true>:

**2003 ԹՎԱԿԱՆԻ ՓԵՏՐՎԱՐԻ 19-Ի ԵՎ ՄԱՐՏԻ 5-Ի ՀՀ ՆԱԽԱԳԱՀԻ
ԸՆՏՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ**

Առաջին փուլ. հունվարի 21-ից մինչև փետրվարի 17-ը և փետրվարի 21-ից մինչև մարտի 3-ն ընկած ժամանակահատվածում Եվրոպական դիտորդական առաքելությունը մոնիթորինգի է ենթարկել հինգ հեռուստակայան և վեց օրաթերթ՝ կիրառելով որակական և քանակական վերլուծություններ. հանրային հեռուստաընկերությունը, մասնավոր չորս այլք՝ Պրոմեթևսը, Արմենիան, ԱԼՄ-ն և Շանթը: Ձեկույցի՝ մեդիային վերաբերող հատվածն այս դեպքում արդեն մոտ 4 էջ ծավալ ունի և բավականին սուր քննադատական է: Այսպես, զեկույցի համաձայն՝ պետական ֆինանսավորմամբ մեդիան չի կատարել օրենսդրությամբ պահանջված իր պարտականությունները, այն է՝ ապահովել ընտրողներին թեկնածուների մասին տեղեկությամբ՝ առանց կանխակալ վերաբերմունքի կամ նախատրամադրվածության: Պետհեռուստաընկերությունը ենթարկվել է իրավական դրույթներին, որոնք վերաբերում են քաղաքական բոլոր մրցակիցներին հավասարապես անվճար գովազդային ժամանակ տրամադրելուն: Ինչ վերաբերում է լրատվական հաղորդումներին, ապա պետական հեռուստաընկերության լուրերի մեկնաբանությունները, վերլուծական և մի շարք այլ ծրագրեր մի փոքր շեղվածություն են ունեցել: Դրանք ակնհայտորեն աջակցել են գործող նախագահին, որին ավելի շատ են մեկնաբանել, այդ թվում՝ որպես երկրի գործող նախագահ: Մասնավոր հեռարձակողներն ավելի շատ են շեղվել հօգուտ գործող նախագահի՝ շատ հաճախ ընդդիմադիր թեկնածուներին նույնիսկ չանդրադառնալով:

Քաղաքական վճարովի գովազդի արժեքը՝ 120 ԱՄՆ դոլլար/րոպեն, զեկույցի համաձայն, տեղական չափանիշներով շատ բարձր է եղել: Այն սահմանափակել է թեկնածուների հնարավորությունները՝ մեդիայով իրականացնել նախընտրական քարոզարշավը. «Այդ փոխարժեքը առաջացել է մասնավոր հինգ հեռուստաընկերությունների և հանրային հեռուստաընկերության միջև կնքված գին որոշող անսովոր պայմանագրից, որը եթերաժամ է առաջարկում քաղաքական գովազդի համար: Այդ փոխարժեքը մոտավորապես երեք անգամ ավելի բարձր էր, քան մասնավոր հեռուստաընկերություններում կոմերցիոն գովազդի համադրելի գները: Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովը՝ ՀՌԱՀ-ը, զեկույցել է 54 բողոք ստանալու և դրանք քննելու մասին: Դեպքերից երկուսում մասնավոր հեռուստաընկերությունները տուգանվել էին հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին օրենքը և ԿԸՀ-ի հունվարի 15-ի

որոշումը խախտելու համար. հեռարձակվել էին վճարովի գովազդներ առանց համապատասխան նշումների»:

Երկրորդ փուլ. առաջին և երկրորդ փուլերի միջև ընկած ժամանակահատվածում հանրային հեռուստաընկերությունը, համաձայն ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ զեկույցի՝ չի կարողացել համակողմանիորեն կատարել պարտականությունները և քվեարկողներին թեկնածուների մասին առանց նախապատվության, օբյեկտիվ տեղեկատվություն տրամադրել: Հանրայինն իր լրատվական և վերլուծական ծրագրերը հիմնականում հատկացրել է գործող նախագահին, որը շարունակել է ստանալ ընդգծված լուսաբանում: Զեկույցում նշված է նույնպես, որ հանրայինը նաև փրայմ թայմ հաղորդումների ժամանակ ընդդիմադիր թեկնածուին վարկաբեկող ծրագիր է եթեր հեռարձակել: Ըստ զեկույցում հրապարակված տվյալների և որակումների՝ հանրային հեռուստաընկերությունը, որը պետֆինանսավորմամբ է գործում, ընդհանուր առմամբ, քարոզարշավի ամբողջ ընթացքում չի ծառայել Հայաստանի քաղաքացիների ընտրական շահերին: Բայց որպես դրական տեղաշարժ դիտվում է այն փաստը, որ Հայաստանի նախագահական ընտրությունների պատմության մեջ առաջին անգամ երկու հիմնական թեկնածուների միջև հեռուստաբանավեճ է տեղի ունեցել, այն էլ հանրային հեռուստաընկերությամբ, որը, սակայն, հեռարձակվեց մի քանի այլ հեռուստաընկերություններով ևս: Թեկնածուներին հարցեր տալու էին հրավիրված վեց լրագրողներ, այդ թվում՝ մասնավոր հատվածից: Փաստացի, բոլոր լրագրողներն այն հեռուստաընկերություններից էին, որոնք աջակցում էին գործող նախագահին: Զեկույցում արձանագրված դրական մյուս առաջընթացն այն է, որ մի քանի այլ հեռուստաընկերություններ ևս կազմակերպեցին դեբատներ թեկնածուների ներկայացուցիչների միջև, սակայն մոնիթորինգի ենթարկված մասնավոր հեռարձակողներն ընդդիմության թեկնածուի համար չկարողացան խաղի կանոններ ապահովել և ակնբախ շեղվածություն ցուցաբերեցին գործող նախագահի օգտին՝ իրենց փրայմ թայմ լուսաբանումներում երկու փուլերի միջև ընկած ժամանակահատվածում: Ի տարբերություն առաջին փուլի՝ մասնավոր հինգ հեռուստաընկերությունները որոշում ընդունեցին եթերաժամ չառաջարկել քաղաքական վճարովի գովազդի համար, ինչն էլ սահմանափակեց ընդդիմադիր ներկայացուցչի հնարավորությունը՝ ներկայանալ հավուր պատշաճի: Ինչ վերաբերում է մեդիայի ոլորտին ուղղված երաշխավորություններին /առաջարկներին/, ապա ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ զեկույցում այս անգամ առաջարկվել է հեռարձակման ոլորտը կարգավորող մարմնի ձևավորմանն առնչվող օրենսդրությունում կատարել լրացումներ՝ հանրային հեռուստառադիոխոր-

հրդում և ՀՌԱՀ-ում հավասարակշռված անդամություն ապահովելու համար. «Խորհուրդը պետք է վերահսկի հանրային հեռուստատեսությունն ու ռադիոն՝ առանձին, որպեսզի հանրային մեդիան հնարավորություն ունենա չեզոք վերաբերմունք դրսևորելու: Հանրային մեդիան պետք է ապահովի չեզոք, օբյեկտիվ և տեղեկատվական խմբագրական գիծ, որի լուսաբանումները պետք է լինեն հավասարակշռված, այդ թվում՝ կառավարական իրադարձություններն ընտրական շրջանում լուսաբանելու ժամանակ: Իշխանությունները պետք է զերծ մնան ընտրությունների վրա ազդեցություն ունենալու նպատակով լրագրողների գործունեությանը միջամտելու»⁴:

2003 ԹՎԱԿԱՆԻ ՄԱՅԻՍԻ 25-Ի ՀՀ ԱԺ ԸՆՏՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

2003 թվականի մայիսի 25-ի խորհրդարանական ընտրություններին նվիրված ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ զեկույցում ևս բավականին ծավալուն անդրադարձ կա մեդիային՝ մոտ 4 էջ: Որպես կարևոր և դրական զարգացում՝ նախորդ ընտրությունների համեմատ զեկույցում նշվում է Հ1-ի օրենքով նախատեսված պարտավորությունների կատարումը: Կուսակցություններին և դաշինքներին Հ1-ը հավասար պայմաններով անվճար եթերաժամանակ է տրամադրել, որը հիմնականում մատուցվել է անկողմնակալ փրայմ թայմ լրատվական և վերլուծական ծրագրերում՝ թե՛ քանակական, թե՛ որակական առումներով: Եթե Հ1-ով քաղաքական ուժերին անվճար և վճարովի կարգով տրվել է քարոզչության հնարավորությունից օգտվելու հավասար իրավունք, ապա պատկերն այլ է եղել մասնավոր հեռուստաընկերությունների պարագայում: Խոսքը Պրոմեթևսի, Արմենիայի, Շանթի և ԱԼՄ-ի մասին է: Նշված մասնավոր հեռուստաընկերությունների եթերում քաղաքական ուժերի քարոզարշավի լուսաբանումների հաշվեկշռի խնդիր է արձանագրվել:

Բացասական նկատառումների կողքին զեկույցում նշվում է նաև նախորդ ընտրությունների փորձից ելնելով թե՛ հանրային հեռուստատեսության և թե՛ մասնավոր հեռուստաընկերությունների կողմից կազմակերպված բանավիճային հաղորդումների կազմակերպման փաստը:

Որպես երաշխավորություն կամ առաջարկ այս զեկույցում շեշտադրվել նախընտրական քարոզարշավի ժամանակաշրջանում օբյեկտիվ և անկողմնա-

⁴ Տե՛ս ՀՀ Նախագահի ընտրություններ 2003 թվականի փետրվարի 19, մարտի 5, ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ դիտորդական առաքելություն վերջնական զեկույց// <http://www.osce.org/odihr/elections/armenia/14054?download=true>:

կալ լուսաբանման հիմնական պահանջներին համապատասխանեցվելու անհրաժեշտությունը, ինչպես նաև համապատասխան օրենսդրական փոփոխության անհրաժեշտությունը, ըստ որի՝ ՀՌԱՀ-ը ունենա ավելի անկախ կազմ⁵:

2007 ԹՎԱԿԱՆԻ ՄԱՅԻՍԻ 12-Ի ՀՀ ԱԺ ԸՆՏՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

2007 թվականի մայիսի 12-ի խորհրդարանական ընտրություններին նվիրված ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ գեկույցում ևս բավականին ծավալուն անդրադարձ կա մեդիային՝ մոտ 9 էջ, որից ընդամենը 4 էջն է անդրադարձը նախընտրական մոնիթորինգին: Մշտադիտարկման է ենթարկվել 7 հեռուստաալիք՝ Հ1, ԱԼՄ, Արմենիա, Հ2, Կենտրոն, Շանթ, Երկիր Մեդիա: Ուշադրության արժանի բաղադրիչը քաղաքական գովազդի արժեքն է: Համաձայն ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ գեկույցի. «Համապետական հեռարձակողների գովազդի գնադրույքները տեղական չափանիշներով բարձր էին թվում. ամենաբարձր գինը՝ մեկ րոպեի դիմաց 130,000 դրամ (մոտ 260 եվրո), սահմանել էր Արմենիա հեռուստաալիքը, հատկապես եթե այդ գինը համեմատենք քարոզչության շրջանից դուրս գովազդի համար սահմանված սովորական գների հետ: Զգալի թվով քաղաքական ուժեր քննադատեցին այդ բարձր գները՝ դրանք համարելով արգելափակ, ընդ որում, առաջարկվող ժամերը մեծ մասամբ ոչ այնքան գրավիչ ժամերի էին, այսինքն՝ մինչև ժամը 19:00»: Այսպիսով, վճարովի գովազդից օգտվողների ամենափոքր թիվը գրանցվել է Կենտրոն հեռուստատեսությունում՝ 5, իսկ ամենամեծը Հ2-ով՝ 8:

Բուն մշտադիտարկման մեջ ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ-ը գնահատել է, թե արդյոք լրատվամիջոցներն անկողմնակալ և հավասարակշիռ կերպով են լուսաբանել ընտրությունների մասնակիցների և պետական իշխանությունների գործունեությունը, և թե արդյոք քաղաքական ուժերը կարողացել են անարգել օգտվել լրատվամիջոցներից: Նախքան պաշտոնական քարոզչության մեկնարկը, ինչպես գեկույցում է արձանագրված, զգալի չափով մեղմացվել է խոշոր հեռուստաալիքների վաղուց կիրառվող խմբագրական այն քաղաքականությունը, ըստ որի՝ սահմանափակ չափով կամ ընդհանրապես չէր լուսաբանվում ընդդիմադիր գործիչների գործունեությունը: 2007 թ. մայիսի 14-ին 19 հասարակական կազմակերպություններ հանդես եկան հրապարակային հայտարարությամբ:

⁵ Տե՛ս ՀՀ ԱԺ ընտրություններ 2003 թվականի մայիսի 25, ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ դիտորդական առաքելություն վեբքնական գեկույց/<http://www.osce.org/hy/odihr/elections/armenia/42371?download=true>:

Ընդունելով, որ նախընտրական քարոզչության պաշտոնական ժամանակահատվածի ընթացքում լրատվամիջոցների հասանելիությունը որոշ չափով բարելավվել է, նրանք միաժամանակ մտահոգություն հայտնեցին լրատվամիջոցների և հավաքների ազատության վերաբերյալ՝ քարոզչության մեկնարկից առաջ այս ոլորտում իրենց դիտարկումների և արձանագրած հիմնախնդիրների ու խախտումների հիման վրա⁶:

Ինչ վերաբերում է ընտրությունների լուսաբանման բովանդակությանը, ապա հեռուստաալիքներն իրենց հիմնական լրատվական թողարկումներում ներկայացնում էին բացահայտ դրական և չեզոք տեղեկություններ՝ նվազագույնի հասցնելով քննադատական մեկնաբանությունները կամ բացասական տեղեկությունները:

Պաշտոնական քարոզչության մեկնարկի օրվանից հանրային հեռուստատեսությունը փորձել է խմբագրական այնպիսի դիրքորոշում պահպանել, որը կերաշխավորի հավասար պայմաններ ընտրությունների մասնակիցներին՝ որդեգրելով հիմնականում խոշոր կուսակցությունների, Խորհրդարանում ներկայացվածների և ակտիվ քարոզարշավ իրականացնողների գործունեությունը լուսաբանելու սկզբունքը: Համապետական սփռում ունեցող բոլոր մասնավոր հեռուստաալիքների, այդ թվում՝ Հ2-ի, Արմենիայի և ԱԼՄ-ի լրատվական հաղորդումներում լուսաբանված քաղաքական սուբյեկտների թվում ամենամեծ մասը բաժին էր հասել կառավարությանը:

Երաշխավորություն կամ առաջարկ բաժնում ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ 2007 թվականի մայիսի 12-ի ՀՀ ԱԺ ընտրությունների մասին զեկույցում լրատվամիջոցների անելիքների վերաբերյալ որոշակի պահանջներ են շարադրված: «Հանրային լրատվամիջոցները պետք է որդեգրեն չեզոք, անաչառ և տեղեկացնող խմբագրական դիրքորոշում իրենց բոլոր ծրագրերում. հանրային լրատվամիջոցների լրատվությունը պետք է լինի հավասարակշռված և ըստ փաստերի, ներառյալ ընտրական շրջանում իշխանությունների գործունեության լուսաբանումը: Հեռարձակվող մասնավոր լրատվամիջոցները պետք է հետևեն քարոզչությունն անկողմնակալ և արդարացի լուսաբանելու հիմնարար պահանջներին:

Հանրային լրատվամիջոցներից պետք է պահանջել, որ նրանք տարբեր ձևաչափերով ընտրողներին ներկայացնեն համապարփակ տեղեկատվություն

⁶ Տե՛ս օրինակ՝ 19 ՀԿ-ների ասուլիսը Կենտրոն, Հայկական երկրորդ և Երկիր Մեդիա հեռուստաալիքներով// 2007. – 14 մայիսի:

ընտրական գործընթացի բոլոր առանձնահատկությունների մասին, ներառյալ ընտրողների իրազեկումը, ինչպես նաև բողոքարկման համակարգի մասին տեղեկացումը:

Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովը պետք է դիտարկի նախընտրական քարոզչության շրջանում լրատվամիջոցների իր մոնիթորինգն անցկացնելու նպատակահարմարությունը՝ բացահայտելու համար լրատվական թողարկումներում անհավասար և նախապատվելի լուսաբանման դեպքերը: Հանձնաժողովի մոնիթորինգի եզրակացությունները պետք է ժամանակին հրապարակվեն, որպեսզի հանձնաժողովը և կիրարկող համապատասխան մարմինները կարողանան կանխարգելիչ միջոցառումներ նախաձեռնել և իրականացնել:

Հեռարձակման կարգավորման անկողմնակալությունն ապահովելու նպատակով հարկ է լրացուցիչ փոփոխություններ կատարել հեռուստատեսության և ռադիոյի հեռարձակման մասին օրենքում՝ նախատեսելու հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի ավելի բազմազան կազմ՝ ներառելով լրատվական գործի մասնագետների և քաղաքացիական հասարակության ներկայացուցիչների: Նմանապես հանրային հեռուստատեսության և ռադիոյի խորհուրդը չպետք է ընտրվի քաղաքական մեկ խմբավորման կամ միայն քաղաքական ուժերի կողմից»⁷:

2008 ԹՎԱԿԱՆԻ ՓԵՏՐՎԱՐԻ 19-Ի ՀՀ ՆԱԽԱԳԱՀԻ ԸՆՏՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

2008 թվականի փետրվարի 19-ի ՀՀ Նախագահի ընտրություններին նվիրված ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ զեկույցը ծավալային առումով պակաս է նախորդից, քանի որ նոր ասելիք առանձնապես չկա: Նախորդ՝ 2007 թվականի մայիսի 12-ի ՀՀ ԱԺ ընտրություններից շատ ժամանակ չի անցել: Այս զեկույցի մեդիայի վերաբերող բաժինը 5 էջի սահմաններում է, որից բուն մշտադիտարկման հատվածն ընդամենը 1 էջի վրա է: Մշտադիտարկման է ենթարկվել 7 հեռուստաալիք՝ Հ1, ԱԼՄ, Արմենիա, Հ2, Կենտրոն, Շանթ, Երկիր Մեդիա:

Հունվարի 11-20-ն ընկած ժամանակահատվածում (քարոզարշավի պաշտոնական մեկնարկից առաջ) չորս հեռուստաալիքների լուրերի թողարկումներում, ըստ զեկույցում զետեղված տվյալների, վարչապետ Սերժ Սարգսյանին

⁷ Տե՛ս ՀՀ ԱԺ ընտրություններ 2007 թվականի մայիսի 12, ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ դիտորդական առաքելություն վերջնական զեկույց// <http://www.osce.org/hy/odihr/elections/armenia/26606?download=true>:

հատկացվել է բոլոր թեկնածուներին տրամադրված ժամանակի մոտ կեսը, իսկ լուսաբանումը եղել է դրական կամ չեզոք: Թեկնածուներից Լևոն Տեր-Պետրոսյանին հաճախ պատկերել են բացասական կամ չեզոք:

Քարոզարշավի պաշտոնական ժամանակահատվածում լրատվամիջոցները նախընտրական միջոցառումները լայնորեն լուսաբանել են լուրերի թողարկումներով, թեկնածուներին պատկերող կտորներով և թոք-շոուններով: Հեռուստաալիքները թեկնածուներին հնարավորություն են ընձեռել հայտնվելու իրենց հաղորդումներում: Պարոն Տեր-Պետրոսյանը չի ընդունել նման ոչ մի առաջարկ, իսկ վարչապետ Սարգսյանն ընդունել է միայն մեկը: Չնայած որոշ լրատվամիջոցների՝ օրինակ, Երկիր Մեդիայի ջանքերին՝ թեկնածուների միջև ոչ մի բանավեճ տեղի չի ունեցել: Բանավեճերի բացակայությունը զեկույցում բացատրված է թեկնածուների կողմից հետաքրքրվածության պակասի հանգամանքով:

ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ-ի կողմից մոնիթորինգի ենթարկված հեռարձակվող լրատվամիջոցների մեծ մասը նախընտրական քարոզարշավի ընթացքում քաղաքական լուսաբանմամբ հավասարություն չեն ցուցաբերել. «Լևոն Տեր-Պետրոսյանը ստացել է բացասական լուսաբանման մեծ ծավալ, մինչդեռ վարչապետ Սերժ Սարգսյանը՝ ամենաշատ լուսաբանված թեկնածուն, ստացել է դրական լուսաբանում: Մյուս թեկնածուները ներկայացվել են դրական կամ չեզոք: Շատ լրատվամիջոցներ որդեգրել էին հակադիր մոտեցումներ մի կողմից պարոն Տեր-Պետրոսյանի, իսկ մյուս կողմից վարչապետ Սարգսյանի քարոզարշավների լուսաբանման հարցում: Այս գործոնները ցուցադրում էին լրատվամիջոցների կողմնակալությունը, որը քարոզարշավային առավելություն էր տալիս վարչապետ Սարգսյանին»:

ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ զեկույցի դիմում-բողոքներին վերաբերող ենթաբաժնում տեղ է գտել թեկնածուներից Լևոն Տեր-Պետրոսյանի՝ Սահմանադրական դատարան բերված գործը, որում նա պնդում էր, որ հանրային հեռուստատեսության կողմից քարոզարշավային անհավասար պայմանների ստեղծման պատճառով ինքն անհաղթահարելի խոչընդոտի առաջ է կանգնել: Դատարանը վճռեց, որ բողոքը սահմանադրության տեսանկյունից անհաղթահարելի խոչընդոտ չէր պարունակում, բայց նշեց, որ բողոքը պատկանում է այլ պաշտոնյաների և մարմինների իրավասությանը:

Որպես երաշխավորություն կամ առաջարկ այս զեկույցում էլ նշված է ՀՌԱՀ անդամության բազմազանություն ապահովելու օրենսդրական կարգավորման անհրաժեշտությունը՝ նույնն առաջարկելով նաև հանրային հեռուստա-

ռադիոխորհրդի կազմի ձևավորման մասով: Եվ մի նոր առաջարկ՝ վերաբերող Հ1-ով քաղաքական անվճար գովազդի հեռարձակման ժամին. «Հանրային լրատվամիջոցներով թեկնածուների քարոզարշավի համար անվճար տրամադրվող եթերաժամը պետք է լինի երեկոյան գլխավոր լուրերի թողարկումից հետո, այդպիսով մեծացնելով ընտրողների՝ թեկնածուների տեսակետներին ծանոթանալու հնարավորությունը»⁸:

2012 ԹՎԱԿԱՆԻ ՄԱՅԻՍԻ 6-Ի ՀՀ ԱԺ ԸՆՏՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

2012 թվականի մայիսի 6-ի ՀՀ ԱԺ ընտրությունների վերաբերյալ ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ զեկույցը ծավալային առումով ավել է նախորդից՝ 2008-ի փետրվարի 19-ի ՀՀ Նախագահի ընտրությունների մասին զեկույցից: Ձեկույցի՝ մեդիային վերաբերող բաժինը նախկին 5-ի փոխարեն 8 էջի սահմաններում է, բայց բուն մշտադիտարկման հատվածն այս անգամ էլ ընդամենը 1 էջի վրա է: Հիմնական ծավալը նշված զեկույցում գրավել է լրատվական դաշտի ընդհանուր նկարագրությունը, քանի որ նախորդ՝ 2008 թվականի ընտրություններից մինչև 2012-ինը հեռուստադաշտում նշանակալի իրադարձություն է արձանագրվել 2010 թվականի դեկտեմբերին: Խոսքը հեռարձակողների արդեն թվային հեռարձակման՝ 7 տարվա փոխարեն 10 տարով լիցենզավորման մրցույթների մասին է, որից հետո հեռարձակող հեռուստաընկերությունների թիվը 42-ից նվազել է 15-ի, որոնցից 6-ը՝ հանրապետական սփումամբ: Ձեկույցում անդրադարձ կա իրավական և կանոնակարգվող դաշտին և բուն մշտադիտարկմանը: Նշված զեկույցում լրատվամիջոցներին առնչվող դիմում-բողոքների մասին խոսք չկա: Մշտադիտարկման ենթարկված հեռուստաընկերությունների թվում են ուսումնասիրության առարկա Հ1, Հ2, Կենտրոն և Երկիր Մեդիա հեռուստաընկերությունները: Հանրային հեռարձակողի կողմից որպես պարտավորություն համամասնական ընտրակարգով ընտրություններին մասնակցող յուրաքանչյուր կուսակցության կամ դաշինքի իրավունք է վերապահված անվճար հիմունքներով օգտվելու մինչև 60 րոպե և վճարովի հիմունքներով՝ մինչև 120 րոպե եթերաժամից՝ հանրային հեռուստատեսությամբ: Բուն քարոզարշավի ընթացքում իրականացված դիտորդական առաքելության մասով զեկույցում շեշտված է, որ լրատվամիջոցներն իրականացրել են ընտրությունների կայնա-

⁸ Տե՛ս ՀՀ Նախագահի ընտրություններ 2008 թվականի փետրվարի 19, ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ դիտորդական առաքելություն վերջնական զեկույց// <http://www.osce.org/hy/odihr/elections/armenia/32115?download=true>:

ծավալ լուսաբանում: Լրատվական թողարկումներում ընտրության մասնակիցներին լուսաբանելուց բացի, քարոզարշավի ընթացքում հեռուստաընկերությունները հարցազրույցներ են հեռարձակել թեկնածուների և կուսակցությունների առաջնորդների հետ: Երկու մասնավոր հեռուստաալիք՝ Արմնյուզը և Կենտրոնը, հեռուստաբանավեճ են կազմակերպել, բայց 7 դեպքում 1 կամ ավելի հրավիրվածներ չեն ներկայացել: Ոչ մի բանավեճ չի կազմակերպվել աչքի ընկնող թեկնածուների կամ կուսակցությունների առաջնորդների միջև:

ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ դիտորդական առաքելության այս մշտադիտարկման մեջ արձանագրվել է, որ շատ դեպքերում հեռուստաալիքները սեփական նյութերի վրա հիմնվելու փոխարեն նորությունների հեռարձակման ընթացքում օգտագործել են նույն քարոզչական նյութը, որն օգտագործվել է նաև քաղաքական գովազդում:

Ի՞նչ առաջարկություններ է անում ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ-ն այս անգամ մեդիայի ներկայացուցիչներին: Առաջին առաջարկը վերը շարադրված խնդրին է առնչվում. կուսակցությունների կողմից պատրաստված ցանկացած քարոզչական նյութ հեռարձակվելիս պետք է նշվի որպես այդպիսին, և նման նյութը չպետք է տեղ գտնի լրատվական թողարկումներում: Երկրորդ և երրորդ առաջարկները վերաբերում են ՀՌԱՀ-ին: Ըստ զեկույցում նկարագրվածի՝ ՀՌԱՀ-ի իրավասություններն անհրաժեշտ է ավելի հստակեցնել, որպեսզի պատժամիջոցներն ավելի հստակ սահմանվեն և համարժեք լինեն կատարված խախտման ծանրությանը: Եվ հաջորդիվ առաջարկվում է վերանայել ՀՌԱՀ մշտադիտարկման մեթոդաբանությունը: Այսինքն՝ մշտադիտարկման մեջ ներառել նաև լուսաբանման երանգի գնահատումը, որպեսզի որոշվի նաև լուսաբանման հնարավոր քաղաքական կողմնակալությունը⁹:

2013 ԹՎԱԿԱՆԻ ՓԵՏՐՎԱՐԻ 18-Ի ՀՀ ՆԱԽԱԳԱՀԻ ԸՆՏՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

2013 թվականի փետրվարի 18-ի ՀՀ նախագահի ընտրությունների վերաբերյալ ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ զեկույցը ծավալային առումով ավելի քիչ է նախորդից՝ 2012-ի մայիսի 6-ի ՀՀ ԱԺ ընտրությունների մասին զեկույցից: Ձեկույցի՝ մեդիային վերաբերող բաժինը նախկին 8-ի փոխարեն 5 էջի սահմաններում է, բայց բուն մշտադիտարկման հատվածն այս դեպքում ավելի ծավալուն է, նախկին 1-ի փոխարեն՝ 2 էջի սահմաններում: ՀՌԱՀ նշված ընտրություննե-

⁹ Տե՛ս ՀՀ ԱԺ ընտրություններ 2012 թվականի մայիսի 6, ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ դիտորդական առաքելություն վերջնական զեկույց// <http://www.osce.org/hy/odihr/elections/91962?download=true>:

րին ամեն օր մշտադիտարկել է 12 լրատվամիջոց, որոնց թվում՝ 5 հանրապետական նշանակության հեռուստաալիքներ: Մշտադիտարկման ենթարկված հեռուստաընկերությունների թվում են ուսումնասիրության առարկա՝ Հ1, Հ2, Կենտրոն և Երկիր Մեդիա հեռուստաընկերությունները: Մշտադիտարկման մեթոդաբանությունը կենտրոնացած է եղել միայն քանակական վերլուծության վրա՝ շրջանցելով հեռարձակված նյութի տոնայնության գնահատումը: Որպես հավելում. լիցենզավորված այլ ռադիո և հեռուստաընկերությունների քարոզարշավի լուսաբանման տվյալները տրամադրվել են հենց հեռարձակողների կողմից և ապա պատահականության սկզբունքով ենթարկել մանրակրկիտ ստուգման ՀՌԱՀ-ի կողմից: 2012 թ. խորհրդարանական ընտրություններին հաստատված դրական փորձառությունը շարունակելով՝ ՀՌԱՀ-ը հրապարակել է երկու համեմատաբար մանրամասն մշտադիտարկման զեկույցներ մինչև ընտրությունները և վերջնական զեկույց ընտրություններից կարճ ժամանակ անց: Համաձայն ՀՌԱՀ-ի՝ լրատվամիջոցներին առնչվող բողոքներ չեն եղել: ՀՌԱՀ-ը չի իրականացրել թեկնածուների գործունեության շուրջ լրատվամիջոցների մշտադիտարկում քարոզարշավի պաշտոնական մեկնարկից առաջ¹⁰:

ԵՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆ

Ուսումնասիրելով դիտորդական առաքելությունների էվոյուցիան 1998 թվականից մինչև 2013 թվականի ընտրությունները՝ ակներև է դառնում ընտրական գործընթացում մեդիայի աճող դերակատարումը: Եթե 1998 թվականի նախագահական և 1999 թվականի ՀՀ ԱԺ ընտրություններից հետո մշտադիտարկողների զեկույցներում խոսքը միայն պետական ՋԼՄ-ների և մասնավորապես պետական հեռուստատեսության մասին էր, թերություններն ու բացթողումներն էլ վերագրվում էին միայն վերջիններիս, չնայած այն հանգամանքին, որ երաշխավորություններ և առաջարկներ ո՛չ 1998-ին, ո՛չ էլ 1999-ին չկային, ապա 2003-ի համապետական երկու ընտրությունների մասին մշտադիտարկման մեջ արդեն խոսքը հայաստանյան 45 հեռուստաընկերություններից դիտարկվող 5-ի մասին է: Ավելին, արդեն խոսվում է այն մասին, որ մեդիան չի կատարում օրենսդրությամբ պահանջված իր պարտականությունները, այն է՝ ապահովել ընտրողներին թեկնածուների մասին տեղեկությամբ՝ առանց կանխակալ վերաբերմունքի կամ նախատրամադրվածության: Մատնանշվում է քաղաքական վճարովի գովազդի արժեքի թանկ լինելու հանգամանքը՝ 120

¹⁰ Տե՛ս ՀՀ Նախագահի ընտրություններ 2013 թվականի փետրվարի 18, ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ դիտորդական առաքելություն վերջնական զեկույց// <http://www.osce.org/hy/odihr/elections/101982?download=true>:

ԱՄՆ դոլլար/րուպեն, զեկույցի համաձայն, տեղական չափանիշներով շատ բարձր է եղել և սահմանափակել է թեկնածուների հնարավորությունները՝ մեղիայով իրականացնելու նախընտրական քարոզարշավը: Բայց որպես դրական տեղաշարժ է դիտվել այն փաստը, որ Հայաստանի նախագահական ընտրությունների պատմության մեջ առաջին անգամ երկու հիմնական թեկնածուների միջև կայացել է հեռուստաբանավեճ, այն էլ հանրային հեռուստաընկերությամբ, որը հեռարձակվեց մի քանի այլ հեռուստաընկերություններով ևս, չնայած այն հանգամանքին, որ թեկնածուներին հարցեր տալու էին հրավիրված վեց լրագրողներ այն հեռուստաընկերություններից, որոնք աջակցում էին գործող թեկնածուին: Այս փորձը շարունակվել է նաև 2003-ի ԱԺ ընտրությունների ժամանակ: Որպես երաշխավորություն կամ առաջարկ էլ զեկույցներում մատնանշվել է համապատասխան օրենսդրական փոփոխության անհրաժեշտությունը, ըստ որի՝ ՀՌԱՀ-ը պետք է ունենա ավելի անկախ կազմ:

Ինչ վերաբերում է ընտրությունների լուսաբանման բովանդակությանը, ապա 2007 և 2008 թթ. համապետական ընտրությունների ժամանակ հեռուստաընկերությունները հիմնականում ուշադրություն են դարձրել փաստացի խնդրի և հարցերի վերաբերյալ քաղաքական առաջատար դեմքերի դիրքորոշումներին և նրանց նախկին նվաճումներին, այլ ոչ նրանց ներկայացրած քաղաքական ուժերի քաղաքական տեսակետներին կամ ծրագրերին, միգուցե նաև օբյեկտիվ իրողությունից դրդված: Քաղաքական գրեթե բոլոր ուժերի մոտ բացակայել են քաղաքական տեսակետները կամ ծրագրերը: Շեշտը դրվել է ավելի շատ քաղաքական դեմքերի և նրանց կողմից կազմակերպվող քարոզչական միջոցառումների լուսաբանման վրա, որոնք իրականացվել են իշխանության թևը ներկայացնողների համար գերազանցապես դրական կամ չեզոք լույսի ներքո, ընդդիմադիրների համար՝ բացասական կամ չեզոք: Մշտադիտարկումների էվոլյուցիան հավաստող ևս մեկ փաստ. դիտարկվել է ոչ թե 5, այլ 7 հեռուստաընկերություն: Հեռուստաընկերություններին առաջարկվել է քաղաքական գովազդը հեռարձակել ավելի դիտելի՝ փրայմ թայմ հատվածում: Որպես երաշխավորություն արդեն առաջարկ է արվում զատել թեկնածուի՝ որպես պաշտոնյայի, միջոցառումների լուսաբանումները: Լրատվամիջոցներին առաջարկվում է նաև հետևել քարոզչությունն անկողմնակալ և արդարացի լուսաբանելու հիմնարար պահանջներին: Իսկ ՀՌԱՀ-ին առաջարկվում է իրականացնել մշտադիտարկում:

2012 և 2013 թթ. ընտրություններին էվոլյուցիոն պրոցեսն առավել, քանի ակներև է: Խոսքը քաղաքական գովազդի թանկ լինելու մասին չէ, քանի որ

ՀՌԱՀ-ի պահանջով հեռուստաընկերությունները քաղաքական գովազդի գինը սահմանել են ըստ կոմերցիոն գովազդի վերջին 6 ամսվա միջին արժեքի¹¹:

Պետք է քննարկել ՀՌԱՀ-ի իրավասությունների և ռեսուրսների ուժեղացման հարցը, որոնք անհրաժեշտ են լրատվամիջոցների լիարժեք և անկախ մշտադիտարկում իրականացնելու համար և փոխարենը չհանձնարարել լրատվամիջոցներին տրամադրել հեռարձակման տվյալներ¹²: Ավելին, հարկ է քննարկել ՀՌԱՀ-ի լրատվամիջոցների մշտադիտարկման մեթոդաբանության զարգացումն այնպես, որպեսզի հնարավոր լինի մշտադիտարկել և գնահատել լուսաբանման տոնայնությունը: Բացի այդ, անհրաժեշտ է նկատի ունենալ, որ ՀՌԱՀ-ը պետք է կատարի իր վերահսկիչ դերը՝ իրականացնելով լրատվամիջոցների մշտադիտարկում քարոզարշավի ժամանակահատվածից դուրս:

Ընտրական օրենսգիրքը պետք է բարեփոխել այնպես, որ լրատվամիջոցներին ընդհանուր կիրառելի ուղեցույցներ տրամադրվեն ընտրություններին առնչվող նյութերի լուսաբանման համար: Նման դրույթները կարող են հիմնվել եղած անկողմնակալության և հավասարակշռվածության պահանջների վրա, սակայն, մինևույն ժամանակ, թույլ տան քարոզարշավի անկախ խմբագրական լուսաբանում:

Ուսումնասիրելով դիտորդական առաքելությունների էվոլյուցիան 1998 թվականից մինչև 2013 թվականի ընտրությունները՝ պարզ է դառնում, որ դիտորդական առաքելությունների ազդեցությունն ընտրությունների լուսաբանման վրա մեծ է և ունի ակնհայտ դրական ազդեցություն ազատ կամարտահայտման և գիտակցված ընտրություն կատարելու գործում:

¹¹ Տե՛ս 2012 թվականի մայիսի 6-ի ՀՀ Ազգային ժողովի ընտրությունների նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում նախընտրական քարոզչության համար տրամադրվող վճարովի եթերաժամի սակագները// <http://tvradio.am/elections/view/%D5%B0%D5%B0-%D5%A1%D5%A6%D5%A3%D5%A1%D5%B5%D5%AB%D5%B6-%D5%AA%D5%B8%D5%B2%D5%B8%D5%BE%D5%AB-2012%D5%A9.html>:

¹² Տե՛ս 2013 թվականի փետրվարի 18-ի՝ ՀՀ Նախագահի ընտրությունների նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում ՀՌԱՀ-ի կողմից իրականացված մշտադիտարկման արդյունքները// <http://tvradio.am/resources/menu//adminzonetv/elections/5fc14f82682e246cc76176bcb9958181.pdf>:

ԱՄՓՈՓՈՒՄ

Դիտորդական առաքելությունների էվոյուցիան և դրա ազդեցությունը ընտրությունների լուսաբանման վրա հետազոտությունը կատարվել է՝ ուսումնասիրելով ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ դիտորդական առաքելությունների իրականացրած մշտադիտարկումները՝ սկսած 1996 թվականի նախագահական ընտրություններից: Դիտորդական առաքելությունների զեկույցներում մեդիայի մասին հիշատակվել է՝ սկսած 1998-ի նախագահական ընտրություններից: Այսպիսով, ուսումնասիրվել և վերլուծվել են 1998 թվականի մարտի 16-ի և 30-ի ՀՀ նախագահի, 1999 թվականի մայիսի 30-ի ՀՀ ԱԺ, 2003 թվականի փետրվարի 19-ի և մարտի 5-ի ՀՀ նախագահի, 2003 թվականի մայիսի 25-ի ՀՀ ԱԺ, 2007 թվականի մայիսի 12-ի ՀՀ ԱԺ, 2008 թվականի փետրվարի 19-ի ՀՀ նախագահի, 2012 թվականի մայիսի 6-ի և 2013 թվականի ՀՀ նախագահի ընտրությունների մասին ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ դիտորդական առաքելության զեկույցները, դրանց տարբերություններն ու առանձնահատկությունները, ինչպես նաև փաստաթղթում տեղ գտած երաշխավորություններն ու առաջարկները:

Բանալի բաներ - ընտրություններ, համապետական, հեռուստաընկերություններ, դիտորդական առաքելություն, զեկույց:

ЭВОЛЮЦИЯ НАБЛЮДАТЕЛЬНЫХ МИССИЙ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ОСВЕЩЕНИЕ ВЫБОРОВ

ШАВАРШ ГЕВОРГЯН

Исследование на тему «Эволюция наблюдательных миссий и влияние наблюдений на освещение выборов» проведено на примере деятельности наблюдательных миссий, начиная с президентских выборов в Армении 1996 года. В отчетах наблюдательных миссий масс-медиа упоминается, начиная с президентских выборов 1998 года.

Изучены и проанализированы отчеты Бюро по демократическим институтам и правам человека ОБСЕ по Президентским выборам 16-го и 30-го марта 1998 года, Парламентским выборам 30-го мая 1999 года, Президентским выборам 19-го февраля и 5-го марта 2003 года, Парламентским выборам 25-го мая 2003 года, Парламентским выборам 12-го мая 2007 года, Президентским выборам 19-го февраля 2008 года, Парламентским выборам 6-го мая 2012 года и Президентским выборам 18-го февраля 2013 года. Отмечены их различия и особенности, приведены рекомендации и предложения.

Ключевые слова - выборы, общенациональные, телекомпании, наблюдательная миссия, отчет.

THE EVOLUTION OF OBSERVERS' ACTIVITIES AND MONITORING MISSIONS AND ITS IMPACT ON ELECTION COVERINGS

SHAVARSH GEVORGYAN

Investigation into the OSCE and ODIHR monitoring of all elections starting with the 1996 presidential election to elucidate the development of the monitoring missions and its impact on elections has been carried out. The findings of the observers on the media coverage of the elections have been made public in reports issued since the 1998 presidential election.

The author has considered the issued reports of the OSCE and ODIHR observers concerning RA elections and assessed the differences, particularities, recommendations and propositions in all of these reports. These reports have covered: the presidential elections on March 16 and 30, 1998, RA parliamentary elections on May 30, 1999, RA presidential elections on February 19 and March 5, 2003, RA parliamentary elections on May 25, 2003, RA parliamentary elections on May 12, 2007, RA presidential elections on February 19, 2008, RA parliamentary elections on May 6, 2012, and RA presidential elections on February, 2013.

Key words – elections, national, TV companies, monitoring missions, report.