



ԱԶԱՏ ԳՈՏԻ
ԿԱՄ ԷԼ. ՀԱՅԱՍՏԱՆ

ԼՐԱԳՐՈՂՆԵՐ ՀԱՆՈՒՆ ԱՊԱԳԱՅԻ

ԱԶԱՏ ԳՈՏԻ ԿԱՄ ԷԼ. Հայաստան

Լրագրողական ուսումնասիրություններ



ԵՐԵՎԱՆ – 2012

Գիրքը պատրաստվել և լույս է ընծայվել «Լրագրողներ հանուն ապագայի» ՀԿ-ի կողմից «Իրազեկ ընտրող» ծրագրի շրջանակներում, որն իրականացվել է ԵԱՀԿ Երևանյան գրասենյակի և ԱՄՆ պետքարտուղարության Հասարակայնության հետ կապերի գրասենյակի աջակցությամբ: Գրքում արտահայտված տեսակետները հեղինակներինն են և պարտադիր չէ, որ արտահայտեն ԵԱՀԿ Երևանյան գրասենյակի և ԱՄՆ պետքարտուղարության Հասարակայնության հետ կապերի գրասենյակի տեսակետները:

The “Access Zone or e-Armenia” book has been published by the Journalists for the Future NGO within the framework of the “Informed voter” project supported by the Organization for Security and Co-operation in Europe Office in Yerevan and the Department of State Public Affairs Section. The views and conclusions expressed in this book are those of the authors and do not necessarily reflect the views of the OSCE or the Department of State Public Affairs Section.



Եվրոպայում անվտանգության և
համագործակցության կազմակերպություն
Երևանյան գրասենյակ

Սույն գիրքը ներկայացնում է Հայաստանում համացանցի տարածման արդյունքում մի շարք ոլորտներում տեղի ունեցած մշակութային ձևափոխումներն ու առկա խնդիրները, մասնավորապես այն, թե ինչ ազդեցություն է ունեցել համացանցը պետության կառավարման, ընտրական գործընթացների, ազատ խոսքի արտահայտման, բիզնեսի, հեղինակային իրավունքների և այլ ասպարեզներում: Այլ խոսքով՝ գիրքն այն մասին է, թե ինչպես է համացանցի տարածումը Հայաստանում փոխել առօրյա կյանքի կառուցվածքը:

Գիրքը նախատեսված է լրագրության, հեռահաղորդակցության, տեղեկատվական տեխնոլոգիաների ոլորտային մասնագիտացող ուսանողների, դասախոսների, լրագրողների, ոլորտում բարեփոխումներ իրականացնող անձանց, ինչպես նաև ընթերցող լայն շրջանակների համար:

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

ԷԼ.

Հայաստան

ՆԱԽԱԲԱՆ 5

ԷԼ. ՔԱՐՏԵԶ. ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ ՀԱՄԱՑԱՆՑԸ ՏԱՐԱԾՈՒՄ
Է ԳՏՆՈՒՄ ԱՄԵՆՈՒՐԵՔ 10

Գալյանե ՄԻՐԶՈՅԱՆ
Սուրեն ԴԵՀԵՐՅԱՆ

ԷԼ. ԹԱՓԱՆՑԻԿՈՒԹՅՈՒՆ. ԿԻՉԱԿԵՏՈՒՄ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ
ՊԵՏԱԿԱՆ ՄԱՐՄԻՆՆԵՐԻ ԿԱՅՔԵՐՆ ԵՆ 16

Նվարդ ՀՈՎՀԱՆՆԻՍՅԱՆ

ԷԼ. ՁԱՅՆ. ՀԱՄԱՑԱՆՑԻ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ ՀԱՅԱՍՏԱ-
ՆՈՒՄ ԸՆՏՐԱԿԱՆ ԳՈՐԾԸՆԹԱՑՆԵՐԻ ՎՐԱ 28

Լիլիթ ԱՌԱՔԵԼՅԱՆ

ԷԼ. ԱՐԳԵԼՔ. ԼՐԱՏՎԱԿԱՆ ԿԱՅՔԵՐԻ ՊԱՇՏՊԱՆՎԱԾՈՒ-
ԹՅՈՒՆԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ 36

Կարինե ԱՍԱՏՐՅԱՆ

ԷԼ. ՊԱՏԵՐԱԶՄ. ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ
ԱՆՎՏԱՆԳՈՒԹՅՈՒՆԸ ԻՆՏԵՐՆԵՏՈՒՄ 44

Գալուստ ՆԱՅԱՆ

ԷԼ. ՄԵԴԻԱ. ԼՐԱՏՎԱԿԱՆ ԿԱՅՔԵՐԻ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ
ԱՎԱՆԴԱԿԱՆ ԶԼՄ-ՆԵՐԻ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ ՎՐԱ 54

Սիրանուշ ԵՂԻԱԶԱՐՅԱՆ
Սուրեն ԴԵՀԵՐՅԱՆ

ԷԼ. ՊԱՇՏՊԱՆՈՒԹՅՈՒՆ. CREATIVE COMMONS՝
ՀԵՂԻՆԱԿԱՅԻՆ ԻՐԱՎՈՒՆՔՆԵՐԸ ՀԱՄԱՑԱՆՑՈՒՄ 64

Գալյանե ՄԻՐԶՈՅԱՆ

ԷԼ. ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ. ՄԱՇՏՈՑԻ ՀԵՏԵՎՈՐԴՆԵՐԸ՝ ՄԵՍՐՈՊԱՏԱՌ ԳՐՈՒԹՅԱՆ ԿՈՂՄՆԱԿԻՑ	72
<i>Լուսինե ՄՈՎՍԻՍՅԱՆ</i>	

ԷԼ. ԾՐԱԳՐԵՐ. WINDOWS-Ի ԱՐՏՈՆԱԳՐՎԱԾ ՏԱՐԲԵՐԱ- ԿԻ ԿԻՐԱՌՄԱՆ ՊԱՅՔԱՐՈՒՄ ՇԱՀՈՒՄ Է ԱՆՎՃԱՐ LINUX-Ը	78
<i>Գայանե ՄԻՐԶՈՅԱՆ</i>	

ԷԼ. ԱՌԵՎՏՈՒՐ. ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ՓՈՐՁԸ ԵՎ ԱՌԱՋԻՆ ՔԱՅԼԵՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ	84
<i>Նունե ԱՅԼԱՆՋՅԱՆ</i>	

ԷԼ. ԷԹԻԿԱ. ԱՌՑԱՆՑ ԼՐԱԳՐՈՂԻ ՎԱՐՔԱԿԱՆՈՆ	96
<i>Գևորգ ՀԱՅՐԱՊԵՏՅԱՆ</i>	

Գլոբալ հեռահաղորդակցության դարաշրջանում, երբ առօրյայում բավական հաճախ են կիրառվում այնպիսի բառեր, ինչպիսիք են կայք, սոցիալական ցանց, համացանց և նման ցանցառ բառեր, չես մտածում այդ բառերի էության մասին: Այնինչ ցանցային հեղափոխությունը մեր կյանքում ամեն օր նոր փոփոխություններ է բերում՝ վիրտուալ աշխարհին հաղորդակցությունը դարձնելով իրական կյանքի անբաժան մի մաս: Եթե մի քանի տարի առաջ համացանցից հաճախակի օգտվելը համարվում էր կախվածություն, ապա այսօր հեռահաղորդակցության ոլորտում առաջատար դիրքեր զբաղեցնող երկրներում և մասամբ արդեն նաև Հայաստանում համացանցը դարձել է աշխատանքի, ուսման և զվարճանքի կազմակերպման կարևորագույն բաղադրիչը:

Ցանկացած հարցի պատասխան միլիոնավոր մարդիկ փնտրում են համացանցում և ոչ թե գրքերում, գրադարաններում կամ անմիջական շփումների ընթացքում: Յուրաքանչյուր րոպե 2 միլիոնից ավելի հարցում է կատարվում ամենախոշոր որոնողական «Գուգլ» համակարգում, իսկ «Ֆեյսբուք» սոցիալական ցանցից օգտվում է ավելի քան մեկ միլիարդ մարդ, և ամեն րոպե նրանցից շուրջ 400 հազարն այցելում են իրենց ֆեյսբուքյան էջը: You-Tube տեսանյութերի հարթակում յուրաքանչյուր րոպե տեղադրվում է մոտ 30 ժամ տեսանյութ: Եվ այս թվերն աճման միտում ունեն ամեն օր, եթե ոչ ամեն ժամ: Իսկ համաշխարհային առցանց առևտրի e-Bay հարթակը, որտեղ յուրաքանչյուր ոք փաստացի կարող է վաճառել կամ գնել ցանկացած ապրանք, դեռ 2010 թ. ուներ շուրջ 300 միլիոն բաժանորդ ողջ աշխարհից, որոնցից 88 միլիոնը ակտիվ առքուվաճառք են իրականացնում կայքի միջոցով. 50 հազար ապրանքատեսակ և միլիոնավոր գործարքներ ամեն օր: Հաշվի չառնել այս թվերը անհնար է: Չօգտվել այս հնարավորություններից՝ ևս:

Այլևս համացանցն օգտագործել միայն էլեկտրոնային

փոստի կամ սոցիալական ցանցում էջ ունենալու համար չի կարող բավարար համարվել: Անգամ համացանցի տարածումը ողջ հանրապետությունում դեռ բավարար չէ էլեկտրոնային հասարակություն ունեցող երկիր համարվելու համար:

Համացանցը որպես տեղեկատվության այլընտրանքային աղբյուր կիրառելու նպատակով մի շարք հասարակական կազմակերպություններ, այդ թվում նաև՝ «Լրագրողներ հանուն ապագայի» կազմակերպությունը (ԼՀԱ), ստանձնեցին կարճաժամկետ ուսուցումների կազմակերպում: Միայն 2010-2012թթ. ընթացքում ԼՀԱ-ի կազմակերպած նոր մեդիա գործիքների կիրառմանը վերաբերող ուսուցումներին մասնակցել են շուրջ հազար դիտորդ, քաղաքացիական ակտիվիստ, լրագրող, լրագրության դասախոսներ և լրագրության ֆակուլտետների ուսանողներ Երևանից և մարզերից:

Բայց անհրաժեշտ են պետական նախաձեռնություններ և շարունակական ներդրումներ վիրտուալ Հայաստանում ցանցային ծառայությունների ենթակառուցվածքն զարգացնելու համար: Երկու կողմից փակ սահմաններ ունեցող Հայաստանի համար այս անսահման տարածությունը կարող է կայունություն, մրցունակություն և զարգացում ապահովել տարբեր ոլորտներում՝ նպաստելով էլեկտրոնային բժշկության, կրթության, գիտության, առևտրի և մի շարք այլ կարևորագույն ոլորտների զարգացմանը, մասնագետների առցանց և անմիջական շփումներին:

Վիրտուալ Հայաստանում ենթակառուցվածքների զարգացումը անշուշտ անմիջական ազդեցություն կունենա Հայաստանի յուրաքանչյուր քաղաքացու կեցության վրա, եթե դա կազմակերպվի պետության և հանրության շահերը համադրելով:

Հասկանալու համար, թե ո՛րն է այսօր վիրտուալ մոլորակում Հայաստանի տեղը, «Լրագրողներ հանուն ապագայի» ՀԿ-ն նախաձեռնեց լրագրողական ուսումնասիրությունների շարք: Հոդվածների հեղինակ-

ները երիտասարդ լրագրողներ են, որոնք աշխատում են հայկական առցանց լրատվամիջոցներում՝ զուգահեռաբար համագործակցելով նաև ԼՀԱ-ի հետ:

Գրքում զետեղված 10 հոդվածները՝ ներկայացված լրագրողական տեսանկյունից, վերաբերում են Հայաստանում համացանցի սփռմանը, կառավարման և ընտրական գործընթացներում համացանցի ազդեցությանը, կայքերի անվտանգությանը սպառնացող ներքին և արտաքին մարտահրավերներին, ցանցային պատերազմներին, առցանց լրատվամիջոցների փոխակերպմանը, համացանցում հայերեն բովանդակությանն ու հեղինակային իրավունքներին, ինչպես նաև համակարգչային անվճար ծրագրերին և էլեկտրոնային կոմերցիային:

Գրքի վերջում ներկայացված է նաև մեր հեղինակած «Առցանց լրագրողի վարքականոնը», որը տեղադրելով նպատակ ունենք նպաստելու համացանցում հանրային տեղեկատվություն տարածողների մեղիա գրագիտության մակարդակի բարձրացմանը:

Սուրեն ԴԵՇԵՐՅԱՆ

**«Լրագրողներ հանուն ապագայի» ՀԿ նախագահ,
«Լրագրության և հանրային հեռահաղորդակցության
կրթության ասոցիացիայի» անդամ¹**

¹ Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC), USA, տե՛ս www.aejmc.org/

**«Լրագրողներ հանուն ապագայի»
կազմակերպության մասին**

Կազմակերպությունը հիմնվել է 2007թ.' նպատակ ունենալով խրախուսել և աջակցել տեղեկատվության բազմազանությանը, այլընտրանքային տեղեկատվության տարածմանը, ազատ խոսքի արտահայտմանը, ինչպես նաև անկողմնակալ լրատվամիջոցների զարգացմանը:

2012թ. «Լրագրողներ հանուն ապագայի» կազմակերպությունը «Ինֆորմացիայի ազատության կենտրոնի» անկախ ժյուրիի կողմից ճանաչվել է տեղեկություն ստանալու իրավունքը լավագույնս օգտագործած հասարակական կազմակերպություն:



**ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ ՀԱՄԱՑԱՆՑԸ ՏԱՐԱԾՈՒՄ Ե
ԳՏՆՈՒՄ ԱՄԵՆՈՒՐԵՔ**

ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ ՀԱՄԱՑԱՆՑԸ ՏԱՐԱԾՈՒՄ Է ԳՏՆՈՒՄ ԱՄԵՆՈՒՐԵՔ

Գայանե ՄԻՐՉՈՅԱՆ
Սուրեն ԴԵՀԵՐՅԱՆ

Հայաստանում հեռահաղորդակցության ոլորտի զարգացմանը նպաստեց այս ոլորտում ՀՀ կառավարության 2008թ. ապամենաշնորհմանը վերաբերող որոշումը: Ենթակառուցվածքների զարգացման շնորհիվ համացանցը հասանելի դարձավ բնակչության 37 տոկոսի համար, ինչը տարածաշրջանի մյուս երկրների (Ադրբեջան, Վրաստան, Իրանի Իսլամական Հանրապետություն) համեմատությամբ ամենաբարձր ցուցանիշն է: Այն ավելի է մոտեցել Թուրքիայի առաջատար համարվող ցուցանիշներին, որտեղ համացանցին միանալու հնարավորություն ունի բնակչության 40 տոկոսը: Իսկ ինտերնետ թրաֆիկի օգտագործման ծավալներն աճեցին 10 անգամ՝ 1083 Մբ/վ-ից հասնելով 10.547 Մբ/վ²:

Հեռահաղորդակցության միջազգային միության (ITU) 2011 թ. զեկույցում Հայաստանը նշված էր որպես հեռահաղորդակցության ոլորտում ամենադինամիկ զարգացող երկիր: Այսպես, 2008-2010թթ. ընթացքում Հայաստանը բարելավել է իր տեղեկատվական և հաղորդակցության զարգացման ինդեքսի ցուցանիշները (ICT development Index (IDI) 31 տոկոսով՝ 86-րդ հորիզոնականից բարձրանալով 72-րդ հորիզոնական³:

Համացանցից օգտվողների թվաքանակի վերա-

2 Հեռահաղորդակցության միջազգային միություն (ITU). Measuring the Information Society 2011, տե՛ս <http://www.itu.int/net/pressoffice/backgrounders/general/pdf/5.pdf>

3 Նույն տեղում:

բերյալ տվյալներ է նշում Հանրային ծառայությունները կարգավորող հանձնաժողովը, համաձայն որի 2012թ. հունվարին Հայաստանում կար 1.835.000 օգտատեր (ներառյալ GPRS և 3G ծառայությունները): Հանձնաժողովի անդամ Սամվել Արաբաջյանի խոսքով՝ միայն լայնաշերտ ինտերնետից օգտվողների թիվը 385.000 է: «Խիստ նախնական տվյալներով՝ 50 տոկոսը մարզերում, 50-ը՝ Երևանում», - ասում է Ս. Արաբաջյանը⁴:

«Իմ կարծիքով՝ ժամանակին ինտերնետի չբավարարված պահանջարկն ուներ մի քանի պատճառ՝ ցանցերի բացակայություն, բարձր սակագներ և այլն: Հիմա երկու ուղղություն կա՝ սակագների նվազեցում և ընկերությունների ծառայությունների ընդլայնում: Օրինակ՝ ընկերություններն ինտերնետի հետ մեկտեղ տրամադրում են նոութբուքեր, ներթուքեր, իսկ սրանք լրացուցիչ գործողություններ են, որոնք բերում են ինտերնետի օգտագործման խթանմանը», - նշում է նա:

Հայաստանի բջջային կապի երեք օպերատորները հայտարարում են, որ երկրի գրեթե 100 տոկոսը ծածկված է շարժական ինտերնետ կապով (2G, 3G GSM և այլն): 2012թ. առաջին եռամսյակի տվյալների համաձայն՝ «ՎիվաՍել-ՄՏՍ» օպերատորի լայնաշերտ ինտերնետից օգտվում է 66.000 բաժանորդ⁵, «Օրանժ-Արմենիա» օպերատորից՝ 78.000⁶, իսկ «ԱրմենՏել»

4 «Արաբաջյան. Լայնաշերտ ինտերնետից օգտվողների թիվը մեկ տարում ավելացել է 130-150 հազարով», տե՛ս <http://www.panorama.am/am/interviews/2012/02/14/inet-prices-arabajyan/>

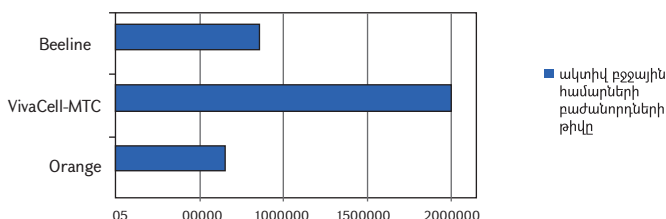
5 «Ղ-Տելեկոմ» ՓԲԸ շարժական բջջային կապի ծառայությունների 2012 թ. 1-ին եռամսյակի հիմնական տեխնիկատնտեսական ցուցանիշների հաշվետվություն, տե՛ս http://mts.am/docs/site-documents/psrc_report_2012_q1_arm.pdf?sfvrsn=8

6 «Օրանժ-Արմենիա» օպերատորի 2012 թ. 1-ին եռամսյակի հանրային էլեկտրոնային հաղորդակցության ցանցի շարժական բջջային կապի ծառայությունների հիմնական տեխնիկատնտեսական ցուցանիշների հաշվետվություն, տե՛ս http://www.orangearmenia.am/about-orange-armenia/main_economic_indicators_2012_q1.php

ՓԲԸ (ապրանքանիշը՝ Beeline) լայնաշերտ ինտերնետ հասանելիության կապից՝ 24.500 բաժանորդ⁷:

Թիվ 1 գծապարկեր

Հայաստանի բջջային կապի երեք օպերատորների ակտիվ բաժանորդային համարների քանակը 2012թ. առաջին եռամսյակի տվյալներով



Ծանոթ. Տվյալները վերցված են նշված ընկերությունների պաշտոնական կայքերից: Հղումները 11 և 12 էջերում.

«Այսօր Beeline-ի 3G ցանցը ծածկում է Հայաստանի շուրջ 3 մլն բնակչություն ունեցող ավելի քան 150 բնակավայր: Այսինքն՝ այդ բնակավայրերի բնակիչներն արդեն այսօր կարող են օգտվել որակյալ բջջային կապից, բարձրակարգ ինտերնետից և Beeline-ի ժամանակակից այլ ծառայություններից», - հարցազրույցի ընթացքում ասել է «ԱրմենՏելի» տեխնիկական տնօրեն Վլադիմիր Սաչկովը⁸:

Ինտերնետ կապի որակը երկար ժամանակ խնդիր էր Հայաստանում: Սակայն կապուղիների դիվերսիֆիկացման, ինչպես նաև նոր տեխնոլոգիաների ներդրման շնորհիվ այս ոլորտում վիճակը ևս բարելավվել է վերջին տարիների ընթացքում:

7 «ԱրմենՏել» ՓԲԸ բջջային կապի ծառայությունների 2012 թ. 1-ին եռամսյակի հիմնական տեխնիկատնտեսական ցուցանիշների հաշվետվություն, տե՛ս http://about.beeline.am/media/Documents_for_download/Documents%20ArmenTel/Information_1_2012_arm.pdf

8 «ԱրմենՏել». մոտ ժամանակներս մենք կներկայացնենք VDSL տեխնոլոգիան, տե՛ս <http://www.itel.am/am/news/interviews/4242/>

Միևնույն ժամանակ, 2010 թվականը բեկումնային էր ինտերնետի սակագների տեսանկյունից: Հանրային ծառայությունները կարգավորող հանձնաժողովի տվյալների համաձայն՝ հինգ տարվա ընթացքում մեծաձախ ինտերնետ կապի գինը իջել է 150 անգամ և շարունակում է նվազել: Եթե 2006 թ. 1 Մբ/վ-ն արժեր 5,4 մլն դրամ, ապա 2011 թ. վերջին հանձնաժողովը հաստատել է նոր մեծաձախ գին «ԱրմենՏել» ընկերության (որը մեծաձախ ինտերնետ կապի շուկայում ճանաչվել է գերիշխող ընկերություն) կողմից վաճառվող ինտերնետ կապի համար՝ 35.600 դրամ 1Մբ/վ-ի համար:

«Եկեք հիշենք, թե ի՛նչ ունեինք 5 տարի առաջ այս ոլորտում ծառայության ու սպասարկման որակի առումով՝ սև շուկա, սովորական քարտն արժեր 100 դոլար, անհասկանալի սակագներ: Երբ այսօր դժգոհում են, դա առաջին հերթին նշանակում է, որ ոլորտը զարգացել է, մեր պահանջներն են անընդհատ ավելանում: Այսօր նախկին 1-2-ի փոխարեն 20 մեգաբիթ ինտերնետի մասին ենք խոսում: Իսկ նման պահանջները ստիպում են ընկերություններին ավելի զգոն և մրցունակ լինել», - ասում է Ս. Արաբաջյանը:

Այսօր Հայաստանում գործում են մեծաձախ համացանցի երեք մատակարար՝ «ԱրմենՏել», GNC-Alfa և FiberNet ընկերությունները, որոնք ունեն կապի օպտիկամանրաթելային գծեր, որոնք կապվում են Իրանի և Վրաստանի մալուխներին:

Եթե 2011թ. սկզբին Net Index-ի IP-հասցեների թեստավորման տվյալների համաձայն Հայաստանը 123-րդ տեղում էր ներբեռնման (download) և 114-րդ տեղում՝ վերբեռնման (upload) արագության ցուցանիշներով, ապա 2012 թ. սեպտեմբերին զբաղեց-

նում է համապատասխանաբար 73-րդ և 39-րդ հորիզոնականները⁹:

Հայաստանում «Տեխնոլոգիաների մրցունակության բարձրացման» ծրագրի շրջանակներում դեռ 2010 թ. ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարության և Հայաստանի ազգային մրցունակության հիմնադրամի հետ համատեղ մշակվել էր «Հայաստանի Հանրապետությունում էլեկտրոնային հասարակության ձևավորման հայեցակարգը», համաձայն որի նախատեսվում էր մինչև 2012-ի ավարտը հանրապետության ողջ տարածքում, ներառյալ գյուղական վայրերում, անցկացնել 100 Մբ/վ թողունակությամբ «Հաջորդ սերնդի լայնաշերտ ցանց»¹⁰: Ծրագրի ընդհանուր արժեքը գնահատվում էր 60-100 մլն ԱՄՆ դոլար: Ցանցը շահագործող օպերատորը պետք է պարտավորվեր ցանցը վարձակալության հիմունքներով տրամադրել նաև այլ շահագրգիռ օպերատորների:

Էկոնոմիկայի նախարարության տեղեկատվական տեխնոլոգիաների և ինովացիոն քաղաքականության վարչության 2012 թ. հունիսին տրամադրած գրավոր պատասխանի համաձայն՝ Հայաստանի վարչապետի որոշմամբ ձևավորված միջգերատեսչական հանձնաժողովն առայժմ բանակցություններ է վարում հայտերի գնահատման արդյունքում ընտրված երեք ընկերությունների («Էրիքսոն», «Սիսկո սիսթեմս» և «Արմենիան Դեյթաքոմ քամփնի») հետ, որոնցից մեկն էլ հավանաբար կստանձնի նախագծի իրագործումը: Սակայն թե այդ նախագիծը ե՛րբ իրականություն կդառնա, պաշտոնական աղբյուրները լռում են:

9 Net Index-ի թեստավորման տվյալների կայք, տե՛ս <http://www.netindex.com/download/2,105/Armenia/>

10 «Հայեցակարգ Հայաստանի Հանրապետությունում էլեկտրոնային հասարակության ձևավորման (2010-2012 թթ.)», տե՛ս www.mineconomy.am/up/files/el_hasarakutyun_hayecakarg-80.doc

ԷԼ.

Թափանցիկություն

ԿԻՋԱԿԵՏՈՒՄ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՊԵՏԱԿԱՆ
ՄԱՐՄԻՆՆԵՐԻ ԿԱՅՔԵՐՆ ԵՆ

ԿԻՉԱԿԵՏՈՒՄ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՊԵՏԱԿԱՆ ՄԱՐՄԻՆՆԵՐԻ ԿԱՅՔԵՐՆ ԵՆ

Նվարդ ՀՈՎՀԱՆՆԻՍՅԱՆ

2012թ. փետրվար-ապրիլ ընկած ժամանակահատվածում Հայաստանի նախարարությունների և այլ պետական մարմինների պաշտոնական կայքերի հետազոտությունը ցույց է տվել, որ 35 կայքերից առավելագույն ցուցանիշով առաջատարի դիրքում է հայտնվել ՀՀ տարածքային կառավարման նախարարության պաշտոնական կայքը:

Ինչպես նշված է հետազոտության ամփոփիչ զեկույցում, այդ կայքը, պարբերաբար բարելավելով իր ցուցանիշները, ունի անհրաժեշտ տեղեկություններ, որոնք, ըստ օրենքի պահանջների, պետք է հրապարակված լինեն: Սակայն թափանցիկության վարկանիշն ավելի բարձր լինելու համար անհրաժեշտ էր կայքում տեղադրել նաև տեղեկություններ նախարարության ենթագերատեսչական կազմակերպությունների մասին:

Պետական կայքերի հետազոտությունն իրականացնում է Խոսքի ազատության պաշտպանության կոմիտեն (ԽԱՊԿ)՝ հաշվի առնելով կայքերում տեղեկատվության տեղադրման օպերատիվությունը, մատչելիությունն ու կայքի այցելուների համար դրանց օգտագործման հարմարավետությունը:

Միասնական մեթոդաբանությամբ ուսումնասիրվել է պետական մարմինների 52 կայք՝ բաժանված երեք խմբի.

1. ՀՀ նախարարությունների, կառավարությանն առընթեր և այլ պետական մարմինների 35 կայքեր,

2. Հայաստանի 10 մարզերի պաշտոնական կայքեր,
3. Հայաստանի նախագահի, Ազգային ժողովի, Կառավարության, Սահմանադրական դատարանի, գլխավոր դատախազության, ինչպես նաև՝ Երևանի քաղաքապետարանի և Հայաստանի մարդու իրավունքների պաշտպանի պաշտոնական կայքերը:

Կայքերի դիտարկումն իրականացվել է 177 չափորոշիչով, որոնցից 150-ը բովանդակային են, 27-ը՝ տեխնիկական: Այս հետազոտությունն¹¹ արժանի է առանձնահատուկ ուշադրության, քանի որ պետական կառույցների կայքերի բովանդակությունից կամ նրա տրամադրած տեղեկատվությունից հնարավոր է պատկերացում կազմել պետական մարմինների գործունեության թափանցիկության կամ փակ լինելու մակարդակի մասին:

Ինչպես նշում է ԽԱՊԿ-ի նախագահ Աշոտ Մելիքյանը, հետազոտությունը նպատակաուղղված է Հայաստանում տեղեկատվության ազատության զարգացմանը:

«Մենք լիահույս ենք, որ պետական մարմինների պաշտոնական կայքերի պարբերական վերլուծությունը և հրապարակումը կստեղծեն մրցակցային պայմաններ, ինչն իշխանական մարմիններին կմղի հրապարակելու հասարակական նշանակություն ունեցող բոլոր տեղեկությունները», - ասում է Ա.Մելիքյանը:

Նրա խոսքով՝ 2010 թ.-ից կատարվող դիտարկումները վկայում են դրական փոփոխությունների մասին:

¹¹ Հայաստանի պետական մարմինների տեղեկատվական թափանցիկության մակարդակը, տե՛ս <http://khosq.am/monitorings/hայաստանի-պետական-մարմինների-տեղեկա-4/>

Ուսումնասիրվող կայքերի երրորդ խմբում թափանցիկությամբ աչքի է ընկել Հայաստանի գլխավոր դատախազության կայքը, որի այցելուն կարող է, ընդհանուր և կառուցվածքային տեղեկություններից զատ, ծանոթանալ նաև կադրային ապահովմանը վերաբերող հիմնական ինֆորմացիային, բյուջեին, ֆիզիկական և իրավաբանական անձանց շահերի պաշտպանությանն ուղղված գործունեությանը և այլն:

«Դատախազության կայքը երկու անգամ վերազինվել է, վերջինը՝ ԵԱՀԿ երևանյան գրասենյակի աջակցությամբ: Միջազգային փորձի կիրառումը բերեց նրան, որ կայքի այցելուն հեշտ գտնի անհրաժեշտ տեղեկատվությունը», - ասում է դատախազության հանրային կապերի վարչության պետ Շահեն Տոնոյանը:

Նույն խմբում փոքր աճ է գրանցել ՀՀ Ազգային ժողովի կայքը, որոշ անկում՝ ՀՀ նախագահի և ՀՀ կառավարության կայքերը, իսկ ՀՀ սահմանադրական դատարանինը՝ համարյա նույն մակարդակի է:

Թիվ 1 աղյուսակ. ՀՀ նախարարությունների, կառավարությանն առընթեր և այլ պետական մարմինների տեղեկատվական թափանցիկության վարկանիշը ըստ ԽԱՊԿ-ի

	Պետական մարմինը	Կայքի հասցեն	Տեղեկատվական թափանցիկության աստիճանը (%)
1.	ՀՀ տարածքային կառավարման նախարարություն	www.mta.gov.am	57.20
2.	ՀՀ տրանսպորտի և կապի նախարարություն	www.mtc.am	48.36

3.	ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողով	www.competition.am	48.21
4.	ՀՀ կրթության և գիտության նախարարություն	www.edu.am	46.47
5.	ՀՀ կենտրոնական բանկ	www.cba.am	45.12
6.	ՀՀ աշխատանքի և սոցիալական հարցերի նախարարություն	www.mss.am	44.07
7.	ՀՀ ֆինանսների նախարարություն	www.minfin.am	43.43
8.	ՀՀ գյուղատնտեսության նախարարություն	www.minagro.am	43.41
9.	ՀՀ հանրային ծառայությունները կարգավորող հանձնաժողով	www.psrc.am	43.02
10.	ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարություն	www.mineconomy.am	41.99
11.	ՀՀ արդարադատության նախարարություն	www.moj.am	41.68
12.	ՀՀ անշարժ գույքի կադաստրի պետական կոմիտե	www.cadastre.am	41.61
13.	ՀՀ պաշտպանության նախարարություն	www.mil.am	41.39
14.	ՀՀ քաղաքաշինության նախարարություն	www.mud.am	40.00

15.	ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայություն	www.armstat.am	39.81
16.	ՀՀ սփյուռքի նախարարություն	www.mindiaspora.am	37.80
17.	ՀՀ առողջապահության նախարարություն	www.moh.am	37.44
18.	ՀՀ կենտրոնական ընտրական հանձնաժողով	www.elections.am	36.97
19.	ՀՀ պետական գույքի կառավարման վարչություն	www.privatization.am	35.60
20.	ՀՀ բնապահպանության նախարարություն	www.mnp.am	35.53
21.	ՀՀ քաղաքացիական ավիացիայի գլխավոր վարչություն	www.aviation.am	34.13
22.	ՀՀ քաղաքացիական ծառայության խորհուրդ	www.csc.am	33.58
23.	ՀՀ արտաքին գործերի նախարարություն	www.mfa.am	33.55
24.	ՀՀ էներգետիկայի և բնական պաշարների նախարարություն	www.minenergy.am	32.98
25.	ՀՀ միջուկային անվտանգության կարգավորման պետական կոմիտե	www.anra.am	31.75
26.	ՀՀ միգրացիոն գործակալություն	www.smsmta.am	30.89
27.	ՀՀ ջրային տնտեսության պետական կոմիտե	www.scws.am	29.63
28.	ՀՀ սպորտի և երիտասարդության հարցերի նախարարություն	www.msy.am	29.20
29.	ՀՀ աշխատանքի պետական տեսչություն	www.apt.am	28.85
30.	ՀՀ ոստիկանություն	www.police.am	27.57

31.	ՀՀ վերահսկիչ պալատ	www.coc.am	27.29
32.	ՀՀ մշակույթի նախարարություն	www.mincult.am	25.85
33.	Շուկայի և սպառողների շահերի պաշտպանության պետական տեսչություն	www.prosafe.am	24.04
34.	ՀՀ արտակարգ իրավիճակների նախարարություն	www.mes.am	23.69
35.	ՀՀ հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողով	www.tvradio.am	21.05

Թիվ 2 աղյուսակ. Հայաստանի մարզերի պաշտոնական կայքերի տեղեկատվական թափանցիկության վարկանիշը ըստ ԽԱՊԿ-ի

	Մարզը	Կայքի հասցեն	Տեղեկատվական թափանցիկության աստիճանը (%)
1.	Սյունիք	www.syunik.gov.am	45.55
2.	Արմավիր	www.armavir.gov.am	35.52
3.	Կոտայք	www.kotayk.gov.am	34.20
4.	Արագածոտն	www.aragatsotn.gov.am	34.08
5.	Տավուշ	www.tavush.gov.am	33.08
6.	Արարատ	www.ararat.gov.am	32.97
7.	Լոռի	www.ori.gov.am	32.84
8.	Շիրակ	www.shirak.gov.am	31.40
9.	Գեղարքունիք	www.gegharkunik.gov.am	31.28
10.	Վայոց ձոր	www.vdzor.gov.am	28.81

Թիվ 3 աղյուսակ. Հայաստանի նախագահի, Ազգային ժողովի, Կառավարության, Սահմանադրական դատարանի, գլխավոր դատախազության, ինչպես նաև՝ Երևանի քաղաքապետարանի և Հայաստանի մարդու իրավունքների պաշտպանի պաշտոնական կայքերի տեղեկատվական թափանցիկության վարկանիշը ըստ ԽԱՊԿ-ի

Պետական մարմինը	Կայքի հասցեն	Տեղեկատվական թափանցիկության աստիճանը (%)
ՀՀ նախագահ	www.president.am	28.91
ՀՀ Ազգային ժողով	www.parliament.am	45.07
ՀՀ Կառավարություն	www.gov.am www.e-gov.am	39.92
ՀՀ Սահմանադրական դատարան	www.concourt.am	42.02
ՀՀ դատախազություն	www.genproc.am	55.58
Երևանի քաղաքապետարան	www.yerevan.am	32.89
ՀՀ մարդու իրավունքների պաշտպան	www.ombuds.am	41.42

Ծնթ. Կայքերի երրորդ խմբում պեղական մարմինները ներկայացված են ըստ ՀՀ Սահմանադրությամբ հաստատված հիերարխիայի:

«Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների և համացանցի սրընթաց զարգացումը Հայաստանում կարող է նպաստել պետություն-հասարակություն կապի սերտացմանը: Համացանցն ավելի արդյունավետ, արագ և տնտեսապես հարմար միջոց է պետական մարմինների գործունեության մասին տեղեկատվություն տարածելու հարցում:

«Էլեկտրոնային կառավարում» (e-gov.am) համակարգի լիարժեք իրականացումը կարող է նպաստել պաշտոնական մարմինների գործունեության թափանցիկության ապահովմանը: Այցելելով պետական մարմինների կայքեր՝ յուրաքանչյուր ոք պետք է հնարավորություն ունենա առավելագույն տեղեկություն ստանալու տվյալ պետական մարմնի գործունեության վերաբերյալ»:

Հայաստանում պետական մարմինների կայքերի տեխնիկական և բովանդակային համակարգված փոփոխությունները նկատելի դարձան 2009 թ.-ից, երբ հաստատվեց Հայաստանի Հանրապետության տեղեկատվական անվտանգության հայեցակարգը¹²:

Պետական մարմինների կայքերի համակարգողները պատմում են, որ սկզբնական շրջանում կայքերը ձևական բնույթ ունեին, ամիսներով չէին թարմացվում, իսկ մամուլի և հանրային կապերի բաժնի պատասխանատուները չէին էլ պատկերացնում, թե դրանք ինչ կարևորություն կարող են ունենալ: Կայքերի մի մասը գրանցված էր .com կամ .ru օտար տիրույթներում:

Ժամանակի ընթացքում պետական գերատեսչությունները նույնպես ընդունեցին կայքերի կարևորությունը հասարակության հետ շփման հարցում, և մի շարք նախարարությունների կայքերից անհետացան նախարարների մեծադիր լուսանկարները՝ տեղը զիջելով ամենօրյա լրատվությանը:

Կրթության և գիտության նախարարության նախկին մամուլի խոսնակ Լիլիթ Գալստյանը հիշում է, որ թեև նախարարության 2005թ. ստեղծված կայքն ուներ ամենօրյա լրատվության բաժին, սակայն չէր

¹² Հայաստանի Հանրապետության տեղեկատվական անվտանգության հայեցակարգ, տե՛ս http://www.dpf.am/uploads/C_Information%20Safety.pdf

թարմացվում, չէր օգտագործվում որպես ակտիվ տեղեկատվական ռեսուրս: Կայքն ուներ թույլ տեխնիկական հնարավորություններ և դիզայն, կային մի շարք բաժիններ, որոնցում տեղեկատվությունն իսպառ բացակայում էր: Լ. Գալստյանը 2006-ին նախաձեռնեց կայքի արդիականացումը, որն էլ գործում է մինչ այսօր:

Այսօր պետական գերատեսչությունների էլեկտրոնային կառավարման գործիքներն ու տվյալների հիմնապաշարները կենտրոնացված են E-gov.am կայքում: Պետական կայքերի տեխնիկական սպասարկումն ապահովող «Հելիքս քոնսալթինգ» ընկերության ղեկավար Արամ Մխիթարյանն ասում է, որ պետական կայքերի մատուցած ծառայություններն առաջիկա երկու տարիների ընթացքում կհամալրվեն, իսկ մոտ երեք-չորս տարի հետո կտրամադրվեն այն բոլոր էլեկտրոնային ծառայությունները, որոնք հնարավոր է տրամադրել պետության կողմից:

Պետական մարմինների կայքերն ամեն օր թարմացվում են, որոշ կայքերում նույնիսկ տեսանյութեր են տեղադրվում, իսկ Հայաստանի նախագահի կայքում առկա վիրտուալ քարտեզի միջոցով հնարավոր է տեղեկանալ, թե նախագահը պաշտոնական այցով ո՞ր երկրում է գտնվում:

Էլեկտրոնային կառավարման ոլորտում հետ չեն մնում նաև տեղական ինքնակառավարման մարմինները: Այսօր 250 համայնքներում ներդրված էլ. կառավարման համակարգի միջոցով հնարավորություն է ստեղծվել իրականացնելու բացառապես էլեկտրոնային փաստաթղթաշրջանառություն: Այն հեշտացրել է քաղաքացիների սպասարկման գործընթացը և նվազեցրել կոռուպցիոն ռիսկերը¹³:

13 Ավելի մանրամասն՝ «Տեղեկատվական համակարգերի զարգացման և վերապատրաստման կենտրոն» հասարակական կազմակերպության Infosys.am կայքում:

Չնայած այս բարեփոխումներին՝ կայքերի աշխատանքն ուսումնասիրող փորձագետները փաստում են, որ արդյունավետ միջոցների համատեքստում որոշ պետական մարմինների կայքեր դեռ շարունակում են ոչ թափանցիկ գործել:

Ինֆորմացիայի ազատության կենտրոնի փորձագետ Լիանա Դոյդոյանը ասում է, որ իրենց ուսումնասիրությունների համաձայն, պետական մարմինների պաշտոնական կայքերում շատ քիչ է հանրության համար մատչելի և արագ ստացվող տեղեկությունը:

«Համեմատության համար նշեմ, որ կրթության և գիտության նախարարության կայքում տեղեկատվությունն ավելի մատչելի է, քան առողջապահության նախարարության կայքում: Այստեղ մատչելի ինֆորմացիա շատ քիչ կա, կամ մատուցման ձևն է սխալ: Առողջապահության նախարարության կայքում չես գտնի պոլիկլինիկաների, հիվանդանոցների գների մասին տեղեկատվություն»:

ԻԱՊԿ-ի նախագահ Ա. Մելիքյանն ասում է, որ նախկինում պատկերն ավելի վատ էր:

«Այսօր էլ դեռ պահպանվում է պետական մարմինների հին հիվանդությունը, այն է՝ որոշ կարևոր տեղեկություններ չհրապարակելը: Ամենօրյա գործունեության վերաբերյալ լրատվությունը ներկայացվում է, սակայն, օրինակ՝ տարեկան ծախսերի ֆինանսական հատկացումներն ու դրանց նպատակը կայքում չեն տեղադրվում: Փակ տեղեկատվություն է նաև մի շարք փորձաքննությունների արդյունքները: Հաճախ չեն դրվում թափուր աշխատատեղերի ցանկը, դրանք լրացնելու կարգը, մրցույթը, մրցույթի արդյունքները, բողոքարկման կարգը և այլն», - եզրափակում է նա:



ՀԱՄԱՑԱՆՑԻ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ
ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ ԸՆՏՐԱԿԱՆ
ԳՈՐԾԸՆԹԱՑՆԵՐԻ ՎՐԱ

ՀԱՄԱՑԱՆՑԻ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ ԸՆՏՐԱԿԱՆ ԳՈՐԾԸՆԹԱՑՆԵՐԻ ՎՐԱ

Լիլիթ ԱՌԱՔԵԼՅԱՆ

Համացանցը 2012-ի մայիսի համապետական ընտրությունների պայքարում դարձավ քարոզչության և ընտրարշավի անցկացման կարևորագույն մի հարթակ:

Համացանցի կիրառումն ակնհայտ էր արդեն 2011 թ.-ից, երբ սոցիալական ցանցերում, մասնավորապես Facebook.com-ում, իրենց անհատական էջերը գրանցեցին տասնյակ քաղաքական գործիչներ, բացվեցին քաղաքական ուժերի պաշտոնական էջեր, ձևավորվեցին քաղաքական խմբեր, և ակտիվացան կուսակցությունների երիտասարդական թևերը:

Սոցիալական ցանցերում թափ առած ակտիվությանը զուգահեռ նախընտրական շրջանում Հայաստանում ստեղծվեցին այնպիսի կայքեր, ինչպիսիք են Irazek.am-ը և iDitord.org-ը, որոնք ընտրողներին տեղեկացնում էին նրանց իրավունքների, ընտրական գործընթացների մասին, ինչպես նաև հնարավորություն էին տալիս ընտրողին դառնալու ընտրությունների ակտիվ մասնակից՝ ընտրատեղամասից տեղեկություններ տարածելով ընտրությունների ընթացքի մասին:

Գործում էին նաև Ditaket.am մարզային լրագրողական և Mynews.am հանրային թղթակցության հարթակները: Սրանք միտված էին աշխատելու ընտրական ողջ գործընթացում տեղի ունեցող ընտրակեղծիքների, ընտրախախտումների, ընտրակա-

շառքների և վարչական ռեսուրսի օգտագործման մասին քաղաքացիների ահազանգերի ուղղությամբ:

Մեղիա ոլորտի մասնագետները փաստում են, որ նման հարթակներն առաջին անգամ են Հայաստանում կիրառվում ընտրությունների համար, քանի որ նախորդ՝ 2007-ի խորհրդարանական և 2008-ի նախագահական ընտրություններում համացանցից օգտվողների թիվը կազմում էր ՀՀ բնակչության ընդամենը 7-8 տոկոսը, հետևաբար նման հարթակների օգտագործումը նախորդ ընտրություններում որևէ արդյունք չէր ունենա:

Պաշտոնական տվյալների համաձայն՝ ինտերնետի ներթափանցումը Հայաստան 2012-ի գարնանը հասել է մոտ 50 տոկոսի: Հանրային ծառայությունները կարգավորող հանձնաժողովի տվյալներով՝ Հայաստանում ինտերնետից օգտվողների թիվը վերջին հինգ տարիներին ավելացել է 19 անգամ՝ դառնալով 380 հազար բաժանորդ (յուրաքանչյուր երկրորդ ընտանիք): Դրա հետ մեկտեղ բարձրացել է նաև ինտերնետ կապի որակը:

iDitord.org նախագծի համահեղինակ Սամվել Մարտիրոսյանը նշում է, որ Հայաստանում համացանցն առաջին անգամ քաղաքական քարոզչության նպատակով կիրառվել էր դեռ 2007-ի խորհրդարանական ընտրություններում:

«Բոլոր կուսակցություններն այդ ժամանակ սկսեցին պաշտոնական կայքեր բացել, այսինքն՝ սկսեցին հասկանալ, որ ինտերնետը նույնպես քարոզչական հարթակ է: Իսկ 2008-ի նախագահական ընտրությունների ընթացքում ինտերնետը շատ ակտիվ սկսեց օգտագործել ընդդիմությունը, թեև օգտվողները սակավաթիվ էին, և դեռևս հեռուստատեսությունն ու

թերթերն էին մնում հիմնական քարոզչական միջոց», - ասում է Ս. Մարտիրոսյանը:

«Ա1+» հեռուստաընկերությունը, որ դեռևս 1999-ի նախագահական ընտրությունների ընթացքում բազմաթիվ ընտրախախտումներն ու ընտրակեղծիքները լուսաբանող միակ հեռարձակողն էր, 2002-ին զրկվելով հեռարձակման լիցենզիայից, սկսեց գործել վիրտուալ տիրույթում՝ բացելով լրատվական կայք: Սակայն համացանցում հայաստանցի օգտատերերի նվազագույն թիվը և, հետևաբար, կայքի փոքր լսարանը պատճառ հանդիսացան, որ A1plus.am կայքի միջոցով 2003-ի նախագահական ընտրությունների լուսաբանումը ազդեցություն չունեցավ:

2007-2008 թթ. համացանցից օգտվողների թիվը ավելացավ՝ հատկապես մայրաքաղաքում, իսկ 2008-ի նախագահական ընտրությունների թեժ ընտրապայքարում նաև ավելացավ լրատվական կայքերի այցելուների թիվը: Օնլայն մեդիան դարձավ այլընտրանքային տեղեկատվության աղբյուր՝ հավանաբար անհանգստություն պատճառելով գործող իշխանություններին: 2008 թ. մարտի 1-ին Հայաստանում առաջին անգամ արգելափակվեցին տասնյակ հայկական լրատվական կայքեր, երբ այն ժամանակ գործող նախագահ Ռոբերտ Քոչարյանը երկրում 20-օրյա արտակարգ դրություն հայտարարեց: Փոխարենն ակտիվացան բլոգները՝ դառնալով տեղեկատվության տարածման հիմնական միջոց:

Բազմակողմանի տեղեկատվության ինստիտուտի փորձագետ Արթուր Պապյանն ասում է, որ այդ ժամանակ «Ֆեյսբուքը» Հայաստանում դեռ տարածված չէր, և առավել ակտիվ էին բլոգները:

«Կար նաև Odnoklassniki.ru սոցիալական ցանցը,

որտեղ քարոզչության մի քիչ փորձեր արվեցին, բայց շատ շուտ դադարեց: Իսկ հետագայում, երբ լայն տարածում գտավ «Ֆեյսբուքը», մարդիկ, ովքեր բլոգներում մեծ ներդրում չունեին ու շատ քիչ էին գրում, տեղափոխվեցին «Ֆեյսբուք»: Եվ եթե համեմատենք 2008-ի հետ, այսօր բլոգներում ընդհանրապես քիչ են գրում»,- ասում է Ա. Պապյանը:

2010-ին, երբ ինտերնետի սակագները կտրուկ նվազեցին, իսկ օգտվողների թիվը սկսեց աճել, Հայաստանում ուժեղ թափ առան քաղաքացիական նախաձեռնությունները: «Ֆեյսբուք» սոցիալական ցանցը տեղեկատվություն մատուցող այլ հարթակների հետ դարձավ լուրջ մրցակից:

2011-ին արդեն բոլոր քաղաքական ուժերը սկսեցին PR-ի համար օգտագործել «Ֆեյսբուքը»՝ դիմելով նաև «սև» մեթոդների՝ բացելով կեղծ խմբեր և անհատական էջեր:

«2012-ին, բնականաբար, ամեն ինչ դարձավ այն մակարդակի, որ ներքին քաղաքական հաքերային հարձակումներ սկսվեցին, ինչն արդեն վկայում է, որ ոլորտն այնքան է կարևորվել, որ գումարով կայք լռեցնելու մասին սկսեցին խոսել»,- ասում է Մարտիրոսյանը:

Ըստ Socialbakers.com կայքի 2012-ի սեպտեմբերի վիճակագրական տվյալների՝ Հայաստանում «Ֆեյսբուք» սոցիալական ցանցի օգտատերերի թիվը հասել է 320.140-ի:

«Ռեգիոն» հետազոտական կենտրոնի ղեկավար Լաուրա Բաղդասարյանը ընտրական տեխնոլոգիաների տեղափոխումը սոցիալական ցանց դիտարկում է որպես դրական երևույթ: 2012-ին կենտրոնի անցկացրած «Ֆեյսբուքը» որպես

նախընտրական հարթակ Հայաստանում» ուսումնասիրության արդյունքներով՝ ընտրախախտումների, վարչական ռեսուրսի օգտագործման և ընտրակաշառքների մասին թեմաները, խորհրդարանական ընտրությունների օրն ու դրանից հետո երկու շաբաթ անընդմեջ «Ֆեյսբուքում» զբաղեցրել են առաջին տեղը թե՛ խմբերում, թե՛ լրատվամիջոցների ֆեյսբուքյան էջերում, թե՛ պատգամավորության թեկնածուների անհատական էջերում:

«Սա հզոր գործիք է սանձելու և ազդելու ընտրությունների արդյունքների վրա: Այսինքն՝ թեև «Ֆեյսբուքը» վիրտուալ տարածք է, այնուամենայնիվ ունի իր ազդեցությունը իրականության վրա: Հայաստանում արդեն մի քանի ամիս է՝ իշխանության կամ ընդդիմության հետ կապված այս կամ այն իրադարձությունը սկսում է իրական կյանքում արձագանքի արժանանալ՝ պայմանավորված այն հանգամանքով, թե որքան ակտիվ է այն «Ֆեյսբուքում» քննարկվում: «Ֆեյսբուքը» բարոմետրի պես է դարձել», - ասում է Լ. Բաղդասարյանը:

Մասնագետները փաստում են, որ «Ֆեյսբուքն» այսօր մենաշնորհային դիրքում է Youtube.com-ի հետ զուգահեռ: Իսկ Twitter.com սոցիալական ցանցում հայ օգտատերերի պասիվությունը մեղիա փորձագետները կապում են տեխնիկական առանձնահատկությունների հետ:

Մյուս կողմից՝ քաղաքական գործիչներն ու հայտնի դեմքերը հիմնականում շարունակում են «Ֆեյսբուքում» մնալ, իսկ ակտիվությունը պայմանավորված է նրանով, թե հայտնի մարդիկ որտեղ են. եթե նրանք տեղափոխվեն Twitter.com սոցիալական ցանց, ապա շատ արագ մի զանգված կհետևի նրանց:

Քաղաքացիական ակտիվության շնորհիվ այսօր յուրաքանչյուր օգտատեր անգամ հեռախոսով կարողանում է նկարահանել իր ընտրատեղամասում տեղի ունեցած խախտումը, տեղադրել Youtube.com-ում, մյուս քաղաքացիական հարթակներում, այնուհետև տարածել «Ֆեյսբուքում», և այս ամենը, ըստ փորձագետների, բերում է բարեփոխումների ու ինչ-որ չափով զգոնություն մտցնում:

«Բայց մյուս կողմից սա օգտագործվում է քաղաքական սև PR-ի ոլորտում: Բոլոր քաղաքական ուժերը մրցակիցների դեմ ինչ-որ վարկաբեկող նյութեր են փնտրում տարածելու համար: Նման քաղաքական պատվերը հաճախ պղտորում է այս ամենը, բայց պարզ է, որ սա այնուամենայնիվ քաղաքացիական, հասարակական վերահսկողության միջոց է դարձել, որն ավելի է տարածվում, ու այսօր յուրաքանչյուր մարդ, ում ձեռքին հեռախոս կա, արդեն վտանգ է կոռումպացված պաշտոնյայի համար», - ասում է մեդիա փորձագետ Սամվել Մարտիրոսյանը:

2012-ի խորհրդարանական ընտրությունների պաշտոնական քարոզարշավի ընթացքում և ընտրության օրը iDitord.org հարթակում գրանցվել է շուրջ 1108 ահազանգ: Կայքում հայտնվող տեղեկատվությանը հետևում էին Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովից, Հայաստանի ոստիկանությունից ու գլխավոր դատախազությունից:

Համաձայն ՀՀ գլխավոր դատախազության՝ 2012-ի Ազգային ժողովի ընտրություններին առնչվող 202 ընտրախախտումների վերաբերյալ հաղորդումներից և ահազանգերից միայն 7-ը եղել են iDitord.org կայքից, որոնց ընթացք է տրվել: 115-ը եղել են գրավոր դիմումներ ու հաղորդումներ, իսկ 80-ը՝ ահազանգեր

ՁԼՄ-ներից:

«Քանի որ iDitord.org կայքում, այլ լրատվամիջոցներում և մեզ ուղղված գրավոր դիմումներում ու հաղորդումներում բազմաթիվ ընտրախախտումներ կրկնվում էին, մենք վերցնում էինք մեկ աղբյուր՝ գործին ընթացք տալու համար: Մենք արձագանքում էինք բոլոր այն ահազանգերին, որոնք հանցագործության տարրեր էին պարունակում և ունեին որոշակի կոնկրետություն՝ վայր, գործող անձինք, և թե ի՞նչ խախտում է եղել: Դա իրավապահ մարմիններին ընտրախախտումների վերաբերյալ գործին ընթացք տալու հնարավորություն էր ընձեռում», - ասում է ՀՀ գլխավոր դատախազի մամուլի քարտուղար Սոնա Տոուզյանը:

Ըստ «Լրագրողներ հանուն ապագայի» ՀԿ իրավաբան և Irazek.am կայքի համակարգող Գևորգ Հայրապետյանի՝ քաղաքացիներից ստացվող բազմաթիվ հաղորդումները դրանց արժանահավատության նկատմամբ կասկածներ են սերմանում:

«Irazek.am կայքում մենք հաստատեցինք ընդամենը 171 ահազանգ, քանի որ մեր հիմնական խնդիրը փաստը արձանագրելն էր: Եթե ահազանգի հետ կային լուսանկար, տեսանյութ, փաստը հիմնավոր էր մատուցված, կամ հղում կար լրատվամիջոցին, ապա այն հաստատվում էր», - ասում է Գ.Հայրապետյանը:

Մեղիա փորձագետների համոզմամբ՝ այսուհետ սոցիալական ցանցերի ու հարթակների կիրառումը ցանկացած ընտրական գործընթացի անբաժանելի մասն է կազմելու, իսկ քաղաքացիներն ավելի մեծ ակտիվությամբ տեղեկատվություն են տարածելու և փնտրելու օնլայն հարթակների միջոցով:



ԼՐԱՏՎԱԿԱՆ ԿԱՅՔԵՐԻ
ՊԱՇՏՊԱՆՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ

ԼՐԱՏՎԱԿԱՆ ԿԱՅՔԵՐԻ ՊԱՇՏՊԱՆՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ

Կարինե ԱՍԱՏՐՅԱՆ

Սահմաններ չճանաչող ու բացարձակ ազատ թվացող ինտերնետը ցանկացած պահի կարող է «անազատության» մեջ հայտնվել, եթե նման ցանկություն հայտնեն ոլորտը տնօրինող կազմակերպությունների վրա ազդեցություն ունեցող մարմինները:

«Ընդհանրապես կապի միջոցների ազատությունը բացարձակ չէ. պետությունն ասում է՝ անջատիր, պրովայդերներն անջատում են», - ասում է «Ինտերնետ հանրություն» ՀԿ փոխնախագահ, «Արմինկո» ընկերության տեխնիկական գծով տնօրեն Գրիգոր Սաղիյանը:

Նրա խոսքով՝ Հայաստանում համապատասխան լիցենզիա ստանալով՝ պրովայդերներն ընդունում են խաղի կանոնները: Լիցենզիայում, նրա խոսքով, հստակ նշված է, թե ո՛ր դեպքում պետք է կատարվեն պետության պայմանները, և ո՛ր դեպքում է հնարավոր զրկվել նման գործունեություն ծավալելու իրավունքից:

Հայաստանում առաջին անգամ ինտերնետով տեղեկատվություն տարածելու և ստանալու ազատության իրավունքը համատարած արգելափակվեց 2008 թ. ՀՀ նախագահական ընտրություններին հաջորդած մարտյան իրադարձություններից հետո, երբ այդ ժամանակ գործող նախագահ Ռոբերտ Քոչարյանը երկրում 20 օրով արտակարգ դրություն հայտարարեց:

Այդ օրերին թերթերի մեծ մասը հրաժարվեց տպագրվելուց, որովհետև գրաքննություն էր իրականացվում, իսկ լրատվական հաղորդումներով ներկայացվում էր միայն պաշտոնական տեղեկատ-

վություն: Ըստ արտակարգ դրության մասին հրամանագրի՝ պարզապես արգելվում էր պետական և ներքաղաքական հարցերի վերաբերյալ պաշտոնական դիրքորոշումից տարբեր տեղեկություն ներկայացնելը:

Արգելափակվեցին նաև մոտ 20 ինտերնետային կայքեր՝ հիմնականում լրատվական բնույթի կամ ՀՀ առաջին նախագահ Լևոն Տեր-Պետրոսյանի թեկնածությունը սատարող, թեև համապատասխան հրամանագրում արգելափակման մասին խոսք չկար: Արգելափակվեց նաև Youtube-ը, քանի որ ընդդիմությունն սկսել էր այնտեղ մարտի 1-ի դեպքերի վերաբերյալ տեսանյութեր զետեղել:

Ու թեև 2008-ին Հայաստանում լայնաշերտ, այսինքն՝ գերարագ ինտերնետից օգտվողների թիվը հասնում էր ընդամենը 10 հազարի, բջջային հեռախոսով ինտերնետից օգտվելու մշակույթը տարածված չէր, աննշան էր նաև սոցիալական ցանցերի օգտատերերի թիվը, միևնույն է, կայքերն արգելափակվեցին:

«Որևէ մեկն իրավունք չուներ արգելելու թերթերի հրատարակությունը և փակելու ինտերնետային կայքերը: «Զանգվածային լրատվության մասին» ՀՀ օրենքի 4-րդ հոդվածում հստակ գրված է, որ Հայաստանում արգելված է գրաքննությունը», - ասում է անկախ փորձագետ, լրագրող Մեսրոպ Հարությունյանը:

Նա հիշեցնում է, որ գրաքննության մասին որևէ բառ չկար նաև Ռոբերտ Քոչարյանի «Արտակարգ դրություն հայտարարելու մասին» հրամանագրում:

«Ուստի, այն մարմինները, որոնք կատարել են գրաքննություն, հանցագործություն են կատարել և վաղ թե ուշ պետք է պատասխան տան», - ասում է Մ.

Հարությունյանը:

Ինչպես 2008-ին, այնպես էլ այսօր Հայաստանում գոյություն չունի համացանցը կարգավորող օրենք: Մինչդեռ համացանցից օգտվողների թիվը 2008 թ. համեմատությամբ ավելացել է մոտ 19 անգամ:

Հանրային ծառայությունները կարգավորող հանձնաժողովի տվյալներով՝ այսօր լայնաշերտ ինտերնետից օգտվողների թիվը 380.000 է: Երբ հաշվում են նաև ավելի ցածր արագությամբ ինտերնետ օգտագործողների թիվը, ապա, տարբեր հաշվարկներով, այն կարող է հասնել մինչև 1,5 միլիոնի: Այս ցուցանիշը ներառում է նաև GPRS կապի բաժանորդներին, ինչպես նաև ֆիզիկական ու իրավաբանական անձանց:

Ինտերնետ օգտագործողների թվի ավելացմանը զուգահեռ ավելանում են նաև ինտերնետային լրատվական կայքերի և բլոգների թիվը: Օրինակ՝ եթե 2010 թ. օգոստոսին ArmFeeds.com-ում¹⁴ գրանցված էին մոտ 9000 անհատական բլոգներ, ապա միայն մեկ տարվա ընթացքում դրանց թիվը կրկնապատկվել է՝ հասնելով 18.000-ի:

Բացի այդ, շատ արագ ավելանում է սոցիալական ցանցերի օգտատերերի թիվը: Դրան նպաստեցին նաև նախորդ տարվա մի շարք հաջողված քաղաքացիական շարժումները, որոնց համար այս հարթակները սոցիալական համախմբման ազդակ էին:

Նման վիրտուալ զարգացումներին զուգահեռ հայկական ինտերնետ տիրույթ մարտյան սահմանափակումների կրկնության հավանականության վերաբերյալ կարծիքները տարբեր են:

¹⁴ ArmFeeds.com-ը առաջին հայկական համակարգն է, որը կենտրոնացնում է հայկական բոլոր բլոգների գրառումները և հասարակությանը համակարգված տարբերակով ներկայացնում:

«Կարծում եմ՝ դրա համար տեխնիկական դժվարություններ չկան, այլ հարց է, որ քաղաքականապես կհամարձակվեն դա անել», - ասում է «Առավոտ» օրաթերթի գլխավոր խմբագիր Արամ Աբրահամյանը:

Օրաթերթի կայքը այն 18 կայքերից էր, որն արգելափակված էր արտակարգ դրության օրերին: Ըստ էության, քանի որ մամուլը, հեռուստատեսությունն ու ռադիոն լիարժեք գրաքննության տակ էին («Ազատություն» ռադիոկայանի հեռարձակումները նույնիսկ դադարեցվեցին), ինտերնետը միակ այլընտրանքն էր:

Ա. Աբրահամյանը նշում է, որ այդ օրերին կայքը սպասարկող «Արմինկո» ընկերությունից իրենց հայտնել են, որ արգելափակման որոշումը Ազգային անվտանգության ծառայությանն է: Այս որոշումը «Առավոտ» օրաթերթը չի բողոքարկել: «Անիմաստ է ժամանակ վատնել մեր դատարանների վրա, որոնք մեր ԱԱԾ-ի կամ նախագահի կցորդն են», - կարծում է «Առավոտի» գլխավոր խմբագիրը:

Բայց ինտերնետային շրջափակումը բացարձակ չէ, համացանցում միշտ մնում է տեղեկատվության փոխանակման հնարավորություն: Ըստ մասնագետների՝ ցանցային շրջափակումը կարող է նաև հակառակ արդյունքի բերել՝ մարդիկ սկսում են ավելի շատ հետաքրքրվել նրանով, ինչն արգելափակման տակ է:

Գյումրու ժուռնալիստների «Ասպարեզ» ակումբի խորհրդի նախագահ Լևոն Բարսեղյանն ասում է, որ մարտի 1-ին հաջորդած օրերին գրաքննություն էր տեղի ունենում:

«Տպարաններում Ազգային անվտանգության ծառայության ներկայացուցիչ էր նստում, կարդում էր

ազդորինակը, ասում էր՝ ոչ: Եթե դժվար հասկանալի պարբերություն էր հանդիպում, զանգում էր շեֆին, կարդում էր, շեֆն ասում էր՝ ոչ, ինքն էլ նույնն էր ասում: Սա իրական բան է», - ասում է Լ. Բարսեղյանը:

2008-ին, երբ արգելափակվեցին ինտերնետային որոշ կայքեր, հանրությունը ձեռնարկեց ինտերնետային շրջափակումից դուրս գալու գործնական միջոցներ: Ինտերնետից օգտվողների միջև սկսեցին տարածվել տարբեր տեխնիկական միջոցներ, որոնք հնարավորություն էին տալիս այցելելու փակված կայքեր անոնիմայզերների կամ արտաքին proxiserver-ների միջոցով: Լրատվական որոշ կայքեր, ինչպես A1plus.am-ը, սկսեցին նյութեր տեղադրել բլոգում: Դրանք ավելի ու ավելի էին տարածվում, քանի որ սահմանափակ տեղեկատվության պայմաններում ավելի մեծ էր դրանց հասնելու ձգտումը: Այդ նոր հնարավորությունները շատ արագ տարածվում էին:

Ինչ վերաբերում է մարզերին, ապա Լ. Բարսեղյանը վստահեցնում է, որ թեև արգելափակված կայքերն ավելի հասանելի էին, քան Երևանում, բայց այստեղ էլ ինտերնետ հասանելիությունն էր ավելի սահմանափակ: Մարդիկ սկսեցին արբանյակային ավեհավաքներ զանգվածաբար տեղադրել իրենց տներում, որոնց միջոցով «Ազատություն» ռադիոկայանի հաղորդումներն էին լսում կամ միջազգային լրատվամիջոցների (CNN, BBC, Euronews և այլն) թողարկումները դիտում:

Այդ ընթացքում տեղական ու միջազգային իրավապաշտպան կառույցները դատապարտեցին մամուլի գրաքննությունն ու սահմանափակումները Հայաստանում: Սակայն միայն արտակարգ դրության ռեժիմի ավարտից հետո դրանք վերացվեցին: Թերթերը,

որոնք հրաժարվել էին լույս տեսնել գրաքննության պայմաններում, հետագայում գրեցին, որ ուղիղ գրաքննություն էր տեղի ունենում:

«Երբ ռեժիմն իշխանությունը կորցնելու վտանգը գնահատում է իրական, ակնթարթորեն սկսում է օրինազանցությունների ծավալները մեծացնել, սահմանափակել մեր սահմանադրական իրավունքները, այդ թվում՝ խոսքի, մամուլի, հավաքների և ազատ տեղաշարժի ազատությունները: Այսօր էլ ցանկացած պահ մենք ապահովագրված չենք դրանից», - կարծում է Լ. Բարսեղյանը:



**ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ
ԱՆՎՏԱՆԳՈՒԹՅՈՒՆԸ ԻՆՏԵՐՆԵՏՈՒՄ**

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ ԱՆՎՏԱՆԳՈՒԹՅՈՒՆԸ ԻՆՏԵՐՆԵՏՈՒՄ

Գալուստ ԼԱՆՅԱՆ

Հայաստանում ինտերնետի մուտք գործելու առաջին իսկ տարիներից՝ սկսած 1998 թվականից, հայկական կայքերը մշտապես եղել են հարձակումների թիրախ: Անգամ կարծիք կա, թե հայկական կիբեռ տիրույթում դրսից հարձակումների քանակը չի զիջում Հայաստանի և Ադրբեջանի սահմանագծում գրանցվող հրադադարի ռեժիմի խախտման դեպքերին: Իսկ վերջին տարիներին այդ հարձակումները սկսել են կազմակերպված բնույթ կրել, որոնք, ըստ փորձագետների, կառավարվում են Ադրբեջանի հատուկ ծառայությունների կողմից:

Առաջին հաքերական հարձակումը 2000թ. հունվարի 25-ին էր. The Green Revenge և HijaK Teams անունների ներքո թաքնվող ադրբեջանցի հաքերները գրոհ էին ձեռնարկել մի քանի հայտնի հայկական կայքերի վրա: Այդ ժամանակ համացանցը Հայաստանում այդքան լայն տարածում չունեց, բայց արդեն գործում էին մի շարք հայկական կայքեր¹⁵: Ի պատասխան՝ հայ հաքերները հափուցման ակցիա անցկացրին և ադրբեջանական ամենահայտնի կայքերի տերերին զրկեցին դրանք վերահսկելու հնարավորությունից:

¹⁵ Կիբեռ պատերազմի ակունքները կամ հուշեր Liazor-ի մասին, տե՛ս <http://www.media-max.am/am/column/12309/>:

2011 թ. հունվարի 29-ին հայկական կայքերի վրա կատարվեց հաքերների լայնածավալ հարձակում: Այդ օրը հաքերների «թեթև» ձեռքով վնասվեց հայկական am. տիրույթում գրանցված շուրջ 300 վեբ կայք, որոնք սպասարկվում էին հայկական «Սմարթ սիսթեմս» ընկերության կողմից: Ըստ ընկերության ուսումնասիրության՝ նախ վնասել էին ընկերության սերվերը, այնուհետև կոտրել ընկերության հոսթինգից օգտվող կայքերը:

Այդ ժամանակ Հայաստանի պետական կառույցներից շտապեցին հայտնել, որ պետական գերատեսչություններին պատկանող կայքերից ոչ մեկն այդ ցուցակում չկա, և հավելեցին, որ նման վտանգ պետական կայքերին չի սպառնում, քանի որ դրանք լիարժեք պաշտպանված են: Իսկ վնասված կայքերը հիմնականում պատկանում էին անհատ անձանց կամ մասնավոր ընկերությունների:

Խնդրի հետ անմիջական կապ ունեցող մասնագետները տեղեկացրին, որ հարձակվողները դրսից էին:

2012 թ. սեպտեմբերի առաջին երկու օրերին տեղի ունեցավ մեկ այլ խոշոր հաքերական հարձակում հայկական կայքերի վրա (կիզակետում էին նաև պետական կայքերը և առցանց լրատվամիջոցները): Այս հարձակմանը հետևեց հակահարված, որն էլ վերածվեց կիբեռ փոխհրաձգության հայկական և ադրբեջանական հաքերական խմբերի միջև: Պատճառը հայ զինծառայող Գուրգեն Մարգարյանի սպանության համար Հունգարիայում ցմահ ազատազրկման դատապարտված Ռամիլ Սաֆարովի՝ 2012թ. օգոստոսի 30-ին արտահանձնումն էր Ադրբեջանին, որտեղ էլ

նրան ներում չնորհելով ազատ արձակեցին:

Կիբեռ պատերազմներից քաջատեղյակ բլոգեր-լրագրող Սամվել Մարտիրոսյանը նշում է, որ Սաֆարովի՝ Բաքու հասնելուց անմիջապես հետո ադրբեջանական AntiArmenia հաքերային խումբը սկսեց իր հարձակումները հայկական կայքերի վրա:

«Դրանք հիմնականում սկզբում զուտ քարոզչական բնույթ ունեին: Ոգևորվելով Սաֆարովի շուրջ ծավալված իրադարձություններով՝ ադրբեջանցի հաքերները կոտրեցին երկու տասնյակ հայկական կայքեր, որոնց վրա տեղադրեցին մարդասպան Սաֆարովի նկարները», - իր ուսումնասիրությունների մասին է պատմում Ս. Մարտիրոսյանը:



Կոտրված կայքերի մեջ էին «Քաղցկեղով հիվանդ երեխաների բարեկամներ» բարեգործական կազմակերպության Children.am և Մանկատներին աջակցման ծրագրերի Manuk.am կայքերը:

Տեղեկատվական փոխհրաձգությունը կատարվում էր երկու կողմերից: Ս. Մարտիրոսյանն ասում է, որ հայկական կողմից մի քանի հաքերային խմբեր էին գործում: Հարձակումներ եղան Ադրբեջանի նախագահի, արդարադատության, կապի և մշակույթի նախարարությունների պաշտոնական կայքերի վրա, որոնք մեկ օր շարունակ խափանված մնացին: Երկու կողմերի հարձակման տակ էին նաև հայկական և ադրբեջանական լրատվական կայքերը:

«Երկու կողմերն էլ սեպտեմբերի 1-ին սկսեցին DDos հարձակումներ հիմնական լրատվական կայքերի վրա: Հայկական լրատվականներից «Արմենպրեսը» պաշտոնապես հայտնեց, որ գտնվում է հարձակման թիրախում, սակայն շարունակում է աշխատել: Բացի դրանից, ակնհայտ դժվարություններով էին աշխատում նաև Panorama.am և Panarmenian.net կայքերը», - ասում է Ս. Մարտիրոսյանը՝ հավելելով, որ ադրբեջանական լրատվական դաշտի վիճակն ավելի ծանր էր:

Գրեթե երկու օր շարքից դուրս էին եկել ադրբեջանական հիմնական լրատվական կայքերը՝ 1news.az-ը, Day.az-ը, Apa.az-ը, Vesti.az-ը և Musavat.com-ը: «Ֆեյսբուքի» իր էջում 1news.az կայքը հայտարարեց, որ հաքերական հարձակումն աննախադեպ էր: Արդյունքում՝ կայքերը փոխեցին իրենց հոսթինգները:

Խափանված ադրբեջանական կայքերի վրա հայ հաքերներն անմիջապես տեղադրում էին Ղարաբաղյան պատերազմի հերոս Մոնթե Մելքոնյանի ու մարդասպան Ռամիլ Սաֆարովի նկարները՝ «Ինչպիսին երկիրն է, այնպիսին էլ նրա հերոսներն են» գրությամբ:

Հայաստանում տեղեկատվության անվտանգության

խնդրի նկատմամբ պետական մոտեցում սկսեց ձևավորվել միայն 2009 թ.-ից: Պատճառը հաքերների հերթական հարձակումն էր, այս անգամ՝ պետական մի շարք կայքերի վրա: Այս դեպքից որոշ ժամանակ անց Հայաստանի ազգային անվտանգության խորհրդի քարտուղար Արթուր Բաղդասարյանը հայտարարեց, որ Հայաստանում տեղեկատվական անվտանգության մակարդակը բարձրացնելու ուղղությամբ անհրաժեշտ են իրականացնել այնպիսի բարեփոխումներ, «որոնք հնարավորություն կտան թե՛ օրենսդրական, թե՛ ինստիտուցիոնալ առումով ունենալ միջազգային չափանիշներին համապատասխանող համակարգ»:

2009 թ. հունիսի 26-ին ՀՀ նախագահը հաստատեց ՀՀ տեղեկատվական անվտանգության հայեցակարգը, իսկ տարեվերջին ստեղծվեց աշխատանքային խումբ, որի կազմում ընդգրկված մասնագետները պետք է մշակեին այս հարցում պետական քաղաքականության հիմնադրույթներն ու նշեին դրանց իրականացման առաջնահերթ միջոցառումները:

Մինչև 2009 թվականը Հայաստանում պետական մարմինների կայքերը սպասարկել են մասնավոր ընկերությունները, իսկ 2009-ի հաքերային լայնածավալ հարձակումից հետո պետական կայքերի անվտանգության պաշտպանությունը փոխանցվեց Ազգային անվտանգության ծառայությանը (ԱԱԾ):

ԱԱԾ տնօրեն Գորիկ Հակոբյանը 2010 թ. տարեվերջի իր ելույթում հայտարարել էր, որ ծառայության կողմից մշակվել և ստեղծվել է հատուկ հանգույց, որը համակցվել է ՀՀ ինտերնետ պրովայդերների և պետական մարմինների ցանցերի միջև՝ ստեղծելով միջանկյալ անվտանգության գոտի:

«Նշված հանգույցը հնարավորություն է ընձեռում

բարձրացնելու տեղեկատվության հնարավոր արտահոսքի դեմ պայքարի հուսալիությունը, պետական մարմինների էլեկտրոնային կայքերի անվտանգության մակարդակը և տեղեկատվության արտահոսքի հայտնաբերման դեպքում արագ ձեռնարկել համապատասխան միջոցներ», - ասել էր Գ. Հակոբյանը:

Նա նաև նշել էր, որ հանգույցի շահագործման ընթացքում արդեն իսկ հայտնաբերվել և վսասագերծվել են բազմաթիվ վիրուսներ, լրտեսական ծրագրեր և ցանցային որդեր, ինչպես նաև սերվերներին և համակարգերին ուղղված հարձակման հազարավոր փորձեր, ներառյալ՝ կայքերի աշխատանքներին անհարկի միջամտությունների բազմաթիվ դեպքեր:

ՀՀ նախագահի աշխատակազմին կից հասարակության հետ կապերի և տեղեկատվության կենտրոնի տնօրեն Արա Սաղաթելյանի խոսքով՝ բոլոր պետական կայքերը հուսալի վիճակում են:

«Բոլոր պետական կայքերի անվտանգությունն ապահովված է,- ասում է Ա. Սաղաթելյանը՝ հավելելով,- նախկինում կայքերը խոցելի էին, քանի որ դրանց անվտանգության երաշխիքները չէին համապատասխանում մերօրյա չափանիշներին»:

Կարծիքներ կան, որ տեղեկատվական անվտանգության հայեցակարգը կիրառելի է միայն պետական մակարդակով գործող կայքերի անվտանգությունն ապահովելու համար, իսկ մասնավոր հատվածին այդ հայեցակարգը չի պաշտպանում:

Համաձայն Panarmenian Media ընկերության ներկայացուցիչ, SS մասնագետ Ռուբեն Մուրադյանի՝ անցանկալի երևույթներից խուսափելու համար



ընկերությունները պետք է ինքնուրույն հետևեն իրենց ծրագրավորման չափորոշիչներին, իսկ անհրաժեշտության դեպքում ավելի մեծ ներդրումներ անեն կայքերի անվտանգության մակարդակը բարձրացնելու համար:

«Գին հնարավոր չէ նշել: Տեղեկատվական անվտանգությունը ապահովելու համար ընկերության ծախսը լավ մասնագետն է», - ասում է Ռ. Մուրադյանը:

Մասնավոր կազմակերպությունների գերակշիռ մասն այսօր նախընտրում է կայքի անվտանգության նպատակով աշխատել ոչ թե հայաստանյան, այլ օտարերկրյա կազմակերպությունների հետ: Ըստ Smart-Tech-ի մասնագետի՝ պատճառը դարձյալ գներն են:

«Օտարերկրացիներն ավելի էժան ու նաև որակյալ ծառայություններ են մատուցում, հատկապես անհատական կայքերի դեպքում», - ասում է Մուրադյանը և հավելում, որ այսօր Հայաստանի համապատասխան բարձրագույն ուսումնական հաստատություններում տարեկան 150 շրջանավարտ ծրագրավորողի որակավորում է ստանում, և նրանցից միայն 3-ը կամ

5-ն են կարողանում աշխատել տեղեկատվական անվտանգության համակարգում:

ՀՀ քրեական օրենսգրքի 24-րդ գլուխն ամբողջությամբ վերաբերում է համակարգչային տեղեկատվության անվտանգության դեմ ուղղված հանցագործություններին:

Քրեական օրենսգրքի 251-րդ հոդվածում նշված է, որ համակարգչային համակարգում կամ ցանցում... առանց թույլտվության մուտք գործելը..., որի հետևանքով առաջացել է տեղեկատվության փոփոխություն, պատժվում է տուգանքով կամ ազատազրկմամբ՝ առավելագույնը երկու տարի ժամկետով: Նախատեսվող պատիժն ավելի է խստացվում, եթե այդ ամենի մեջ դիտավորություն կա:

Սակայն որքան էլ 251-րդ հոդվածով Հայաստանի տիրույթում պատժաչափը խստացվի, այն չի նվազեցնի հայկական տարածք դիտավորությամբ մուտք գործելու հաքերների ցանկությունը, քանի դեռ նրանք ֆիզիկապես գործում են իրենց գործունեությունը սատարող մեկ այլ պետության տարածքում:



**ՀԱՅԿԱԿԱՆ ԼՐԱՏՎԱԿԱՆ ԿԱՅՔԵՐԻ
ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ ԱՎԱՆԴԱԿԱՆ ԶԼՄ-ՆԵՐԻ
ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ ՎՐԱ**

ՀԱՅԿԱԿԱՆ ԼՐԱՏՎԱԿԱՆ ԿԱՅՔԵՐԻ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ ԱՎԱՆԴԱԿԱՆ ԶԼՄ-ՆԵՐԻ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ ՎՐԱ

*Սիրանուշ ԵՂԻԱԶԱՐՅԱՆ
Սուրեն ԴԵՀԵՐՅԱՆ*

Հայաստանյան լրատվական կայքերի ակտիվությունը նկատվեց 2008 թ.-ից: Կարճ ժամանակահատվածում ակնբախ դարձավ, որ դրանք նպաստում են Հայաստանում բազմակարծությանը և օգտատերերին հնարավորություն ընձեռում տեղեկատվություն ստանալու բազմաթիվ այլընտրանքային աղբյուրներից:

Նման զարգացումներն անմիջականորեն ազդեցություն ունեցան ավանդական լրատվամիջոցների գործունեության վրա, որոնք ևս վերջին շրջանում կարևորելով մեդիա ոլորտում զուգամիտվող (կոնվերգենտ) փոփոխությունները, փորձում են իրենց գործունեությունը ծավալել նաև համացանցում:

Թեև հեռուստատեսությունը շարունակում է ամենապահանջված լրատվամիջոցը մնալ Հայաստանում, սակայն հարկ է արձանագրել, որ առցանց ՉԼՄ-ներն այլևս կարողանում են իրենց տարածած լրատվությամբ, օպերատիվությամբ և բազմազանությամբ անմիջական ազդեցություն ունենալ ավանդական ՉԼՄ-ների օրվա լրահոսի ձևավորման վրա:

Օնլայն մեդիան գրավիչ է համացանցի օգտատերերի համար, քանի որ ի տարբերություն թերթի, հեռուստատեսության և ռադիոյի, այստեղ օգտատերն ինքն է տնօրինում իր լրատվական պահանջները և

ընտրում լուրի մատուցման իրեն առավել հարմար ձևաչափը՝ տեքստ, տեսանյութ, տեսաշար կամ աուդիոնյութ, միևնույն ժամանակ լրացուցիչ տեղեկությունների համար այցելելով հարակից կայքեր:

Circle.am հայկական միակ վարկանիշային համակարգի «Լուրեր և լրատվամիջոցներ» բաժնում առկա է 218 անուն կայք, որոնցից առաջին 20-ը օրական միջինն ունենում են 5000-ից մինչև 115.000 այցելու: Այս համակարգը հայկական կայքերի ամբողջական ցանկը չի ներկայացնում, դիցուք՝ այստեղ գրանցված չեն Azatutyun.am և Panarmenian.net կայքերը: Circle.am կայքի տվյալների համաձայն՝ 2010 թ. սեպտեմբերից 2011 թ. հուլիս ընկած ժամանակահատվածում հայկական կայքերի այցելուների թիվը կտրուկ ավելացել է՝ էջերի դիտումը՝ 40 տոկոսով, իսկ այցերի թիվը կրկնապատկվել է:

Առցանց ՁԼՄ-ների այցելուների թվի աճին նպաստել է նաև սոցիալական ցանցերի տարածումը Հայաստանում: Հատկապես «Ֆեյսբուք» սոցիալական ցանցում գրեթե բոլոր հայկական կայքերն ունեն համանուն էջ, որտեղ տեղադրում են իրենց կայքի օրվա լուրերը: Օրինակ՝ News.am կայքի ֆեյսբուքյան հավանողների թիվն արդեն գերազանցել է 60 հազարը¹⁶:

Ինչպես նշում է Մամուլի աջակցության «Ինտերնյուս» ՀԿ պրոդյուսեր Գեղամ Վարդանյանը, սոցիալական ցանցերը դարձել են ընթերցողներին գրավելու, ինֆորմացիան ավելի զանգվածային դարձնելու կարևորագույն գործիք, և այսօր օնլայն մեդիաները առանց «Ֆեյսբուքի», «Թվիթերի» և այլ նոր մեդիա հարթակների հազիվ թե կարողանան այցելու

16 2012-ի սեպտեմբերի տվյալներ:

ապահովել:

Սակայն առցանց ՁԼՄ-ների պարագայում առայժմ քիչ չեն դեպքերը, երբ «առաջինը լինելու» գայթակղությունը հանգեցնում է չճշտված տեղեկատվության տարածման և մի շարք այլ մասնագիտական կանոնների խախտումների:

Աղյուսակ. Լավագույն 20 լրատվամիջոցներն ըստ Circle վարկանիշային համակարգի¹⁷

	Կայքի անվանումը	Այցելումների թիվը
1	News.am	114,375
2	1in.am	57,464
3	Blognews.am	48,616
4	Tert.am	37,946
5	Shanttv.com	34,861
6	Asekose.am	33,861
7	Slaq.am	32,104
8	Usarmeniatv.com	28,436
9	Regnum.ru	26,055
10	Armsport.am	18,479
11	1tv.am	16,957
12	Mamul.am	16,314
13	Armtoday.info	13,586
14	Lurer.com	13,447
15	Aravot.am	9,072
16	Lragir.am	8,269

¹⁷ 2012-ի սեպտեմբերի 23-ի տվյալներ:

17	A1plus.am	7,883
18	Henaran.am	7,358
19	Yerkramas.org	5,899
20	Hottv.am	5,512

Նման խախտումներ է արձանագրել «Լրագրողներ հանուն ապագայի» հասարակական կազմակերպությունը՝ դիտարկելով հայկական 10 լրատվական կայքեր: Կազմակերպության ամփոփիչ զեկույցում նշված է, որ լրատվական կայքերի հրապարակումներում չի նկատվում հստակ մշակված լրագրողական մոտեցում՝ հաղորդվող տվյալների հավաստիության և բազմակողմանի լուսաբանման սկզբունքների պահպանման տեսանկյունից, չկա հստակ սահմանազատում ասեկոսեների մակարդակի տեղեկատվության և հավաստի տեղեկատվության միջև¹⁸:

Զեկույցում նշվում է, որ վերոնշյալ խնդիրների նվազեցման նպատակով անհրաժեշտ է առցանց լրատվամիջոցներում ավելացնել անկողմնակալ, բազմակողմանի լուսաբանումները, ապահովել ժանրային բազմազանությունը, սահմանազատել անփաստարկ հրապարակումները, դրսևորել լրագրողական անաչառ գործունեություն և բարձրացնել լսարանի նկատմամբ հարգանքը:

Բազմակողմանի տեղեկատվության ինստիտուտի փորձագետ Արթուր Պապյանը նկատում է, որ Հայաստանի օնլայն մեդիա ոլորտում ստեղծվում են ենթակառուցվածքներ, կայքեր, որոնք կարողանում են իրենց գործունեության համար անհրաժեշտ

18 ԱՄՓՈՓԻՉ ԶԵԿՈՒՅՑ 2012. Առցանց ՁԼՄ-ների դիտարկումը Աժ ընտրությունների վերաբերյալ http://jnews.am/final_report_armenian_online_media_monitoring_2012

գումարների գոնե մի մասը հայթայթել:

«Սակայն այստեղ մեծ ռիսկեր են ի հայտ գալիս: Դրանցից ամենավտանգավորը լրատվական կայքերի քաղաքականացվածության միտումն է: Ամեն ինչ կատարվում է նույն սցենարով, ինչ թերթերի և ավելի շատ՝ հեռուստատեսության դեպքում էր: Խոսքն այն մասին է, որ լրատվամիջոցներն աշխատում են ոչ միայն շուկայի, այլ նաև հովանավորի համար, որը ֆինանսավորում է նրանց գործունեությունը՝ առաջնորդվելով քաղաքական ճնշման գործիք ունենալու նկատառումներով», - ասում է Ա. Պապյանը:

Սակայն նա հուսով է, որ օնլայն մեդիայի պարագայում ամեն ինչ նույնքան տխուր ավարտ չի ունենա, որքան ներկայիս ավանդական մեդիայի պարագայում:

«Ինտերնետային լրատվամիջոց ստեղծելու ինքնաթեքը ցածր է, ֆիզիկական սահմանափակումներ չկան: Հետևաբար, անհուսալիորեն «փչացող» լրատվամիջոցներին, ամենայն հավանականությամբ, կփոխարինեն նորերը», - ասում է Ա. Պապյանը:

Օրաթերթերի ապագան հուսադրող չէ

Օնլայն լրատվամիջոցների զարգացմանը զուգընթաց Հայաստանում ևս չեն դադարում տպագիր մամուլի մոտալուտ վախճանի մասին քննարկումները¹⁹:

«Ազգ» օրաթերթի գլխավոր խմբագիր Հակոբ Ավետիքյանը թերթի ապագան տեսնում է ոչ թե անհետացմամբ, այլ մաքրմամբ. «Ես համամիտ չեմ, թե թերթը վերանալու է: Ժամանակի ընթացքում կվերանան ավելորդ թերթերը, իսկ լուրջ վերլուծականներն ու պահանջվածները դեռ կշարունակեն

¹⁹ Հայկական թերթեր՝ թղթային, թե՛ օնլայն, տե՛ս <http://www.mediamax.am/am/news/media/2499/>:

իրենց գործունեությունը»: Խմբագրի կարծիքով՝ հասարակության մեջ կա մի զանգված, ում համար թերթ կարդալը մշակույթ է, որից հրաժարվելը բարդ է լինելու:

Իսկ ««Ժամանակ» օրաթերթի խմբագիր, 1in.am կայքի հիմնադիր խմբագիր Արման Բաբաջանյանը Հայաստանում տպագիր մամուլի (մասնավորապես թերթերի) համար լուսավոր ապագա չի տեսնում. «Ես իմ խնդիրը շատ պարզ եմ լուծել. տեսնելով, որ Հայաստանում թերթերն արդեն մրցունակ չեն, և վստահ լինելով, որ վաղ թե ուշ օնլայն իրականությունը հաղթելու է թերթերին, ստեղծել եմ «Առաջին լրատվականը» հենց «Ժամանակ» թերթի հենքի վրա», - ասում է նա²⁰:

Նրա խոսքով՝ այսօր խմբագրությունը երկու հիմնական ուղղությամբ է աշխատում՝ տպագիր և օնլայն: Խմբագիրը համոզված է, որ իր կանխատեսումներն արդարացված են, քանի որ ընդամենը 6 ամսում «1in.am»-ը գրավեց ընթերցողների բանակ: Այսօր կայքն օրական միջին հաշվով ունենում է շուրջ 60 հազար այցելու²¹ և գրեթե նույնքան հավանող «Ֆեյսբուք» սոցիալական ցանցում²²: Սա այն դեպքում, երբ «Ժամանակ» թերթի տպաքանակը մոտ 4 հազար օրինակ է:

Լրատվական գործակալությունների ձևափոխումը

Ինտերնետի զարգացումն ու տարածումը փոխեցին նաև լրատվական գործակալությունների աշխատառճը:

²⁰ Երկու սերունդ, մեկ կարծիք. օրաթերթերի համար ապագան հուսադրող չէ, տե՛ս http://www.jnews.am/future_of_newspapers:

²¹ Circle.am-ի համաձայն:

²² Առաջին լրատվականի էջը «Ֆեյսբուքում»՝ <http://www.facebook.com/1in.am>:

Հայաստանյան լրատվական գործակալություններից «Արմենպրեսը»²³, «Նոյյան տապանը» և «Մեդիամաքսը», որոնք տարիներ շարունակ տեղեկատվություն էին տրամադրում բաժանորդագրության կարգով, այլևս գործում են լրատվական կայքի ձևաչափով:

«1999-ին, երբ «Մեդիամաքսն» իր գործունեությունը սկսեց Հայաստանում, արդեն կար ինտերնետ, բայց այսքան մեծ տարածում չունեին: Լրատվական գործակալությունների հիմնական եկամուտը ստացվում էր բաժանորդագրությունից: Աստիճանաբար, երբ ինտերնետ օգտագործողների թիվն աճեց, աղբյուրներն ավելի բաց ու հասանելի դարձան, նրանք, ում օպերատիվ լրատվություն անհրաժեշտ չէր, հրաժարվեցին բաժանորդագրությունից», - պատմում է «Մեդիամաքսի» տնօրեն Արա Թադևոսյանը:

«Մեդիամաքսի» լրատվական կայքը գործում է 2011-ի գարնանից: Խոսելով վարկանիշի մասին՝ Ա. Թադևոսյանը նշում է, որ համացանցում լրատվություն մատուցելով՝ իրենց թիվ մեկ խնդիրը մասնագիտական որակը պահպանելն է: «Այնպես չէ, որ հորիզոնականում առաջինը հայտնվելու համար պատրաստ ենք ամեն ինչի մասին գրելու և տարածելու: Իհարկե կարևորում ենք այցելուների թիվը և դրա համար էլ մի շարք նախագծերի միջոցով փորձելու ենք կրկնապատկել այն»:

Mediamax.am լրատվական կայքին զուգընթաց ընկերությունը ստեղծել է նաև չորս այլ թեմատիկ կայքեր՝ կոմերցիոն նպատակով: «Այսօր մեր եկամտի կեսից ավելին գովազդից ենք ստանում, բայց դա չի նշանակում, թե ցանկացած կայք կարող է գովազդով գոյատևել: Կան կայքեր, որտեղ ավելի շատ գովազդ

²³ «Արմենպրես» լրատվական գործակալությունը գործում է որպես փակ բաժնետիրական ընկերություն, որի բաժնետոմսերը տնօրինում է ՀՀ պետությունը:

է, քան լրատվություն, կարծում եմ՝ ողջամտության այդ սահմանը պետք է պահպանվի»:

Ի սկզբանե

Առաջին հայկական տեղեկատվական կայքերը ձևավորվել սկսեցին 2000թվականից թ, դրանցից էին՝ A1plus.am, Armenianow.com Panarmenian.net և այլ լրատվական կայքեր, որոնք պարտադիր չէր, որ թարմացվեին ամեն օր կամ, առավելա՛ս ամեն ժամ: Ասենք՝ Armeniaweek կայքը թարմացվում էր շաբաթական մեկ անգամ և համարվում էր էլեկտրոնային շաբաթաթերթ:

Իսկ առաջին հայկական լրատվական-վերլուծական գործակալությունը Panarmenian.net կայքն էր, որն անվճար էր բոլոր այցելուների համար:

2000 թ. ապրիլի 2-ից գործարկված Panarmenian Network նախագծի հեղինակները նպատակ ունեին նպաստելու համահայկական միասնական տեղեկատվական դաշտի կայացմանը և Հայաստանը միջազգային հանրությանը պատշաճ ներկայացնելուն:

Panarmenian Media ՍՊԸ գործադիր տնօրեն Արմեն Ազարյանի փոխանցմամբ՝ կայքի ստեղծման հիմնական խթանը համացանցում տեղեկատվական պատերազմում հայկական կողմի գիշող դիրքերն էին:

«Panarmenian.net կայքն ստեղծվեց այն ժամանակ, երբ դեռ չկար ներքին սպառող: Իսկ ձևավորված լրատվական դաշտը ոչ մի կերպ չէր ընդունում որևէ նոր լրատվական նախագիծ, որը խախտում էր գոյություն ունեցող գործելաոճը», - հիշում է Ա. Ազարյանը:

Սկզբնական շրջանում կայքին անհրաժեշտ տեղեկատվությունը տրամադրում էր «Մեդիամաքս» լրատվական գործակալությունը: Տեղեկատվությունը դար-

ծավ ազատ բոլորի համար, և կայքի այցելուների թիվը Հայաստանից ևս սկսեց աճել:

«Մեր կարծիքով՝ նորությունը պետք է անվճար լինի, և հենց այդ առաջարկով էլ դիմում էինք մեր գործընկեր լրատվամիջոցներին՝ ստեղծելու ԶԼՄ-ի ինտերնետ տարբերակ, բայց նրանք դա գործող տարբերակ չէին համարում: Խնդիրներ ենք ունեցել գործընկերների հետ, տարիներ շարունակ նրանք իրենց դժգոհությունն էին հայտնում: Ինձ մեղադրում էին շուկան ապակայունացնելու մեջ», - ասում է Ա. Ազարյանը:

ԷԼ.

Պաշտպանություն

CREATIVE COMMONS' ՀԵՂԻՆԱԿԱՅԻՆ
ԻՐԱՎՈՒՆՔՆԵՐԸ ՀԱՄԱՑԱՆՑՈՒՄ

CREATIVE COMMONS' ՀԵՂԻՆԱԿԱՅԻՆ ԻՐԱՎՈՒՆՔՆԵՐԸ ՀԱՄԱՑԱՆՑՈՒՄ

Գայանե ՄԻՐՉՈՅԱՆ

Արդյոք տեղեկատվությունը պետք է ազատ լինի, թե՛ հեղինակը պետք է աչալրջորեն վերահսկի իր ստեղծագործության օգտագործումը. այս խնդիրը հատկապես սրվեց համացանցի զարգացման հետ մեկտեղ, որտեղ տեղեկատվությունը տարածվում է կայծակնային արագությամբ, ընդ որում՝ ճանապարհին կորցնելով ստեղծագործության իրական հեղինակին:

2001թ. ստեղծվեց Creative Commons կազմակերպությունը, որը գործող օրենքի շրջանակներում կոչված էր բարեփոխելու հեղինակային իրավունքները՝ ստեղծագործությունների օրինական օգտագործումն ընդլայնելու համար:

Կազմակերպությունը մշակեց լիցենզիա, որի շնորհիվ հեղինակներն իրենք կարող են ընտրել, թե իրենց իրավունքների ո՛ր մասով են պատրաստ կիսվելու:

Creative Commons կամ CC լիցենզիան հեղինակներին հնարավորություն տվեց թույլատրելու օգտագործել իրենց ստեղծագործությունները՝ նշելով հեղինակին (թույլատրել կամ արգելել օգտագործումը կոմերցիոն նպատակներով, թույլատրել կամ արգելել փոփոխել տեսանյութի բնօրինակը և այլն):

Այսպիսով, © All rights reserved («Բոլոր իրավունքները պաշտպանված են») լիցենզիային հայտնվեց այլընտրանքային CC Some rights reserved («Որոշ իրավունքներ պաշտպանված են») լիցենզիան: 2002-2009 թթ. ամբողջ աշխարհում տրամադրվել է 350 մլն CC լիցենզիա:

Creative Commons-ը կոշտ copyright-ի և copyleft-ի գաղափարախոսության ոսկե միջինն է, ինչը ենթադրում է, որ տեղեկատվությունը պետք է ամբողջությամբ տրամադրվի հասարակության օգտագործմանը: Copyleft-ը ծրագրային ապահովման հեղինակների շրջանում լայն տարածում է գտել Ռիչարդ Սթոլմանի թեթև ձեռքով, և նրա կողմնակիցները համարում են, որ Creative Commons-ի գաղափարը բավարար ազատական չէ:

Մինչդեռ CC լիցենզիայով աշխատում են Google որոնողական համակարգը, Wikipedia հանրագիտարանը, Flickr լուսանկարչական համայնքը, «Ալ Զազիրա» հեռուստաալիքը, Միացյալ Նահանգների Նախագահի վարչակազմի կայքը, ռուսաստանյան «Частный корреспондент» ինտերնետային թողարկումը և շատ ուրիշ ռեսուրսներ:

Հայաստանում այս լիցենզիան հազվադեպ է օգտագործվում: Ըստ Մամուլի աջակցության «Ինտերնյուս» կազմակերպության իրավաբան Մովսես Հակոբյանի՝ Հայաստանում օրենքները թույլ չեն տալիս գույքի ազատ օգտագործում:

«Ըստ օրենքի՝ CC-ն գործիք է, որի միջոցով կարելի է կարծիք արտահայտել այդ օրենքների նկատմամբ», - ասում է Հակոբյանը: Հայաստանի Սահմանադրության մեջ մի կողմից ամրագրված է, որ մտավոր սեփականությունը պաշտպանված է օրենքով, իսկ մյուս կողմից՝ «Յուրաքանչյուր ոք իրավունք ունի իր հայեցողությամբ տիրապետելու, օգտագործելու, տնօրինելու և կտակելու իր սեփականությունը» (հոդված 31):

Իրավաբանի կարծիքով՝ օրենքում գոյություն ունի լիցենզիայի նկարագրի խնդիր, քանի որ այսօր շատ

բան կախված է սուբյեկտիվ մոտեցումից:

Դեռ 2008-ին «Եվրասիա համագործակցություն հիմնադրամի» ֆինանսավորած նախագծի շրջանակներում Հարավային Կովկասի երեք հանրապետությունների փորձագետներն առաջին անգամ քննարկեցին իրենց երկրներում CC-ի կիրառման հարցը: Բացի այդ, ազգային լեզուներով թարգմանվեց CC լիցենզիայի մասին տեղեկատվությունը, և քննարկվեց լիցենզիայի համապատասխանեցումը Ադրբեջանի, Վրաստանի ու Հայաստանի օրենսդրություններին²⁴:



Հղովակը տեսնելու
համար կիրառի
QR կոդը

«Պատրաստվեցին լիցենզիայի և պրոմո-հոլովակի թարգմանությունները, թողարկվեցին տեղեկատվական գրքույկներ», - ասում է Մ. Հակոբյանը, ով ղեկավարել է նախագծի իրականացման գործընթացը Հայաստանում:

Creative Commons լիցենզիայի շրջանակներում ՀՀ Գիտությունների ազգային ակադեմիայի կողմից թողարկվում են «Մաթեմատիկայի հայկական ամսագիր»²⁵ և «Ֆիզիկայի հայկական ամսագիր»²⁶, որոնք հասանելի են ՀՀ ԳԱԱ հիմնարար գիտական գրադարանի կայքում: Creative Commons լիցենզիայով է գործում նաև Հայաստանի նախագահի պաշտոնական կայքը՝ President.am:

CC լիցենզիան պարզապես թույլ չի տալիս կայքում

24 Creative Commons Legal Code-ի հայաստանյան օրենսդրությանը հնարավորինս համապատասխանեցված նախագիծ, տե՛ս <http://mirrors.creativecommons.org/inter-national/am/translated-license.pdf>:

25 «Մաթեմատիկայի հայկական ամսագիր», տե՛ս <http://www.fiib.sci.am/arm/journal/Math/>:

26 «Ֆիզիկայի հայկական ամսագիր», տե՛ս <http://www.fiib.sci.am/arm/journal/Phys/>:

ընդգրկված նյութերի հիման վրա ստեղծել ածանցյալ ստեղծագործություններ: Մ. Հակոբյանը կարծում է, որ երկրի նախագահի աշխատակազմի այս քայլն ուղղված է պաշտոնական տվյալների ազատականացմանը: Իսկ Wikipedia-ի հայկական տարբերակի խմբագիր-համակարգող Ալեքսեյ Չալաբյանի կարծիքով՝ հեղինակային իրավունքի պաշտպանությունը պետական կայքերում, որոնք կոչված են իրազեկելու հասարակությանը, անհեթեթություն է:

Գուցե միակ հայաստանյան ՁԼՄ-ն, որը գործում է Some rights reserved լիցենզիայով, Panarmenian.net լրատվական և ֆոտո գործակալությունն է: Ընկերության PR-մենեջեր Արփինե Գրիգորյանի կարծիքով՝ CC լիցենզիան հնարավորություն կտա կարգավորելու հեղինակային իրավունքը լրագրության ոլորտում:

«ՁԼՄ-ներն պարզապես տեղյակ չեն նման լիցենզիայի գոյության մասին, քանի որ, ըստ էության, նրանք դեմ չեն, որ իրենց տեղեկատվությունը տարածվի, եթե նշվում է աղբյուրը», - ասում է Ա. Գրիգորյանը:

Միևնույն ժամանակ, ըստ Panarmenian.net ֆոտո-գործակալության CC լիցենզիայի՝ չի թույլատրվում կայքի նյութերն օգտագործել կոմերցիոն նպատակներով և արգելվում է դրանց փոփոխումը:

«Մեր կարծիքով՝ եթե լուսանկարները փոփոխության ենթարկվեն, ապա հնարավոր է իմաստի աղավաղում, լուսանկարների բովանդակությունը կարող է չհամընկնել համատեքստին: Ընդհանուր առմամբ, այս լիցենզիան արտացոլում է մեր դիրքորոշումը. մենք դեմ չենք մեր տեղեկատվության օգտագործմանը, եթե նշվում է աղբյուրը», - պարզաբանում է Ա. Գրիգորյանը:

Հայաստանի տեղեկատվական դաշտում ներկայումս բազմաթիվ են դեպքերը, երբ կիրառվում է մեկը մյուսից արտատպելու գործելաոճը՝ առանց աղբյուրը նշելու: Հայկական աղբյուրներին հղում կատարելու մշակույթը բացակայում է: Տպավորություն է ստեղծվում, որ հայաստանյան ՁԼՄ-ներն ավելի շուտ կնշեն արտաքին աղբյուրները, քան հղում կկատարեն Հայաստանի իրենց գործընկերներին:

Փորձագետները համակարծիք են, որ լիցենզիայի մասին տեղեկատվության բացակայության հիմնական պատճառն այն է, որ Հայաստանում այն քիչ են օգտագործում: Ալեքսեյ Չալաբյանը կարծում է, որ մեր երկրում դեռևս չեն գիտակցում, որ գոյություն ունեն հեղինակային իրավունք և մտավոր սեփականություն: Ահա թե ինչու մարդկանց հաճախ չի հետաքրքրում Creative Commons լիցենզիան:

«Հաճախ մամուլում նշվում է, որ հեղինակին հղում կատարելու դեպքում արտատպումը թույլատրվում է. ըստ էության, դա նույնն է, ինչ Creative Commons-ի դեպքում», - նշում է Ա. Չալաբյանը:

Միևնույն ժամանակ, ըստ նրա, տվյալ լիցենզիայի ընդունումը ոչ միայն քաղաքացիական դիրքորոշում է, այլ նաև այն կարելի է օգտագործել որպես ստեղծագործության տարածումը խթանելու գործիք: «Եթե, օրինակ, CC լիցենզիայով թույլ ես տալիս օգտագործել քո ստեղծագործությունը ոչ մեծ չափսերի, ապա այն հայտնի դառնալու դեպքում հավանական է, որ բնօրինակը ձեռք բերելու ցանկացողներ կհայտնվեն: Արտադրանքի վրա տվյալ լիցենզիայի առկայությունը վկայում է նաև հեղինակի ճկունության և անկեղծության մասին», - նշում է Չալաբյանը:

2012 թ. գարնանը Հայաստանի ոստիկանությունը

առաջարկով դիմել է կառավարություն՝ փոփոխություններ կատարել Քրեական օրենսգրքի 158-րդ և 197-րդ հոդվածներում:

Ըստ առաջարկվող փոփոխությունների՝ «ուրիշի ստեղծագործությունն ամբողջությամբ իր անունով» ներկայացնելու, ինչպես նաև ուրիշի ստեղծագործությունից հատվածներ քաղելու, «առանց դրանց ստեղծագործական վերամշակման և առանց ձեռքբերման սկզբնաղբյուրի նշման» դեպքում նախատեսված է տուգանք՝ նվազագույն աշխատավարձի երկուհարյուրապատիկից չորսհարյուրապատիկի չափով կամ կալանք՝ առավելագույնը մեկ ամիս ժամկետով:

«Մայքրոսոֆթի» շահերը պաշտպանող «Բիէսէյ» (Business Soft Alliance) միջազգային ընկերության պաշտոնական ներկայացուցիչ Նարինե Մկրտչյանի խոսքով՝ նախագիծն արժանացել է կառավարության հավանությանը:

ԷԼ.

Բովանդակություն

ՄԱՇՏՈՑԻ ՀԵՏԵՎՈՐԴՆԵՐԸ՝ ՄԵՍՐՈՊԱՏԱՌ
ԳՐՈՒԹՅԱՆ ԿՈՂՄՆԱԿԻՑ

ՄԱՇՏՈՑԻ ՀԵՏԵՎՈՐԴՆԵՐԸ՝ ՄԵՍՐՈՊԱՏԱՌԳՐՈՒԹՅԱՆ ԿՈՂՄՆԱԿԻՑ

Լուսինե ՄՈՎՍԻՍՅԱՆ

Վերջին մի քանի տարիների ընթացքում հայերեն բովանդակությունը համացանցում զգալիորեն հարստացել է, և այս ուղղությամբ զգալի աշխատանքներ են կատարվել:

Ինֆորմացիոն տեխնոլոգիաների ձեռնարկությունների միության գործադիր տնօրեն Կարեն Վարդանյանի խոսքով՝ մեկ տարի առաջ համացանցում հայերեն բովանդակությունը գրեթե բացակայում էր, իսկ այժմ ստեղծվել են տարբեր թեմաներով բազմաթիվ հայալեզու կայքեր և բլոգներ:

«Հայաստանում օրեցօր ավելանում է համակարգիչ ունեցողների և ինտերնետ օգտագործողների թիվը, ուստի այս ամենի արդյունքում մեծանում են նաև շուկան և հայերեն բովանդակության պահանջարկը: Իրականում հայալեզու բովանդակության ավելացումը պայմանավորված է հայ ինտերնետից օգտվողների և հայկական լսարանի մեծացմամբ», - ասում է Կ.Վարդանյանը:

Փորձագետները շեշտում են նաև, որ այդ ընդլայնումը հիմնականում կատարվել է առանձին անձանց նախաձեռնությամբ կամ նվիրյալների ջանքերով: Իսկ նման մոտեցումը չի կարող համակարգային փոփոխություններ մտցնել այս ասպարեզում: Օրինակ՝ թեև «Վիքիպեդիա» (Wikipedia) ազատ հանրագիտարանի հայերեն տարբերակում²⁷

²⁷ «Վիքիպեդիա» ազատ հանրագիտարանի հայերեն տարբերակը, տե՛ս http://hy.wikipedia.org/wiki/Գլխավոր_էջ:

շարունակում են ավելանալ հայերեն հոդվածների քանակը, և այսօր հանրագիտարանում ավելի քան 31.000 հոդված կա, բայց կամավորների թիվն աստիճանաբար նվազում է²⁸:

«Վիքիպեդիա» հայերեն տարբերակի խմբագիր-համակարգող Ալեքսեյ Չալաբյանի խոսքով՝ կամավորների թվի նվազումը չի կարող չանդրադառնալ հանրագիտարանում հայերեն հոդվածների քանակի ավելացման վրա: Նա նշում է, որ հայ կամավորների աշխատանքում առաջնահերթությունը տրվում է ստեղծվող հոդվածների որակին և ոչ թե քանակին:

Պետական կայքերի անցումը յունիկոդի

Դեռ 2010 թ. պետական կարևորության կայքերի մեծ մասի բովանդակության համար կիրառվում էին տարբեր տառատեսակներ: Նման ոչ համակարգված մոտեցումը մարդկանց համար անհարմարություններ էին ստեղծում, քանի որ անհատական համակարգչով պետական կայքերի բովանդակությունն անընթեռնելի էր, հաճախ շփոթեցնող և բարդություններ էր առաջացնում ոչ փորձառու ինտերնետ օգտագործողների համար:

Այս խնդիրը բարձրացրին հասարակական ակտիվիստները և այս առնչությամբ պաշտոնական նամակ փոխանցեցին 2010 թ. Երևանում BarCamp միջոցառմանը հյուրընկալված ՀՀ վարչապետ Տիգրան Սարգսյանին:

Կարճ ժամանակ անց ՀՀ կառավարությունը փոփոխություններ կատարեց պետական գործառնության կարգում, ինչը նախատեսում էր թվային փաստաթղթերի շրջանառությունում և պաշտոնական

²⁸ Տե՛ս <http://hy.wikipedia.org/wiki/Սպասարկող:Վիճակագրություն>:

կայքերում բովանդակության պարտադիր անցում Uni-code համապարփակ կոդավորման:

«Ֆեյսբուք»՝ «բզենք» հայերեն

«Ֆեյսբուք» սոցիալական ցանցի հայացումն սկսվեց 2008 թ.-ից: Այն ժամանակ այս կայքի օգտատերերի թիվը Հայաստանում այնքան էլ մեծ չէր: Հայաստանցիները մեծ ոգևորությամբ օգտագործում էին ռուսաստանյան Odnoklassniki.ru կայքը: Սակայն «Ֆեյսբուքը» Հայաստանում նույնպես լայն տարածում գտավ և այնքան գրավիչ դարձավ, որ Odnoklassniki.ru-ից մեծ արտահոսք նկատվեց այստեղ:

Առաջին տարում «Ֆեյսբուքը» 35 տոկոսով հայերեն թարգմանվեց: Հաջորդ տարի այս նախաձեռնությանը միացավ նաև Ակադեմիական համագործակցության և օժանդակության հայկական ասոցիացիան (ԱՐՄԱԿԱՂ)՝ ոգևորելով ասոցիացիայի շուրջը հավաքված երիտասարդ գիտնականներին՝ օժանդակել այս նախագծին: Արդյունքում՝ սոցիալական ցանցը 85 տոկոսով հայացվեց:

ԱՐՄԱԿԱՂ-ի հիմնադիր նախագահ Խաչիկ Գևորգյանի խոսքով՝ եթե նախկինում դժվար էր այս ցանցում պատկերացնել հայերեն տարբերակի օգտագործումը, ապա ներկայումս «Ֆեյսբուքի» օգտատերերի գրեթե կեսը նախընտրում է ցանցի հայերեն տարբերակը:

Հայերեն բովանդակությունը բջջայինում

2010-2011 թթ. Հայաստանում ավելացել է բջջային հեռախոսով ինտերնետ օգտագործողների թիվը: Ըստ Հանրային ծառայությունները կարգավորող հանձնաժողովի անդամ Սամվել Արաբաջյանի՝ լայնաշերտ ինտերնետից օգտվողների թիվը կազմում էր 385.000,

իսկ ընդհանուր ինտերնետից (ներառյալ GPRS և 3G) օգտվող բաժանորդների թիվը 2012 թ. հունվարի դրությամբ կազմում էր 1.835.000²⁹:

Այս փաստը հաշվի առնելով՝ Հայաստանում բազմաթիվ ընկերություններ սկսել են մտածել իրենց կայքերի նաև բջջային հասանելիության մասին: Կայքերի բջջային տարբերակի պատրաստմամբ մասնագիտացված Mobile messaging solutions Armenia ընկերության PR և մարքեթինգի գծով մենեջեր Վարդգես Հովեյանի խոսքով՝ եթե նախկինում ընկերությունները ցանկանում էին պարզապես կայք ունենալ, ապա այսօր հայաստանյան բազմաթիվ ընկերություններ սկսել են կարևորել նաև իրենց կայքի բջջային տարբերակի ստեղծումը:

«Արդեն բազմաթիվ ընկերություններ են մեզ դիմել այս հարցով, դրական միտումները նկատելի են», - ասում է Վ.Հովեյանը:

Ըստ Էլեկտրոնային բովանդակության ասոցիացիայի նախագահ Գարեգին Չուգասյանի՝ հայերեն բովանդակության խնդրի լուծման համար հարկավոր են պետական մոտեցում, Էլեկտրոնային բովանդակության ռազմավարություն և ֆինանսական լուրջ միջոցներ: Նրա խոսքով՝ մոտենում է այն շրջանը, երբ բովանդակություն լինելու է ոչ միայն համակարգչի, այլ նաև մարդուն շրջապատող բոլոր իրերի մեջ: Եվ այս իմաստով, Չուգասյանը կարծում է, որ անհրաժեշտ է ավելի ընդարձակ նախագծով հանդես գալ:

«Այսօր մենք գործ ունենք մարդկային քաղաքակրթության շատ կարևոր երևույթի հետ, որն

²⁹ «Արաբաջյան. Հայնաշերտ ինտերնետից օգտվողների թիվը մեկ տարում ավելացել է 130-150 հազարով», տե՛ս <http://www.panorama.am/am/interviews/2012/02/14/inet-prices-arabajyan/>

ազդում է մտքի, աշխատանքի, կրթության, մշակույթի, այսինքն՝ հասարակական կյանքի բոլոր ձևերի վրա և փոփոխում է դրանք: Այս երևույթը նկարագրելու համար տարբեր բառեր են օգտագործում՝ տեղեկատվական, գիտելիքահենք կամ կրեատիվ հասարակություն, սակայն դրա լավագույն բնորոշումը դեռևս չի գտնվել»,- ասում է նա:

Չուգասզյանի խոսքով՝ բավարար չէ միայն մտածել մեր ժառանգության թվանշանացման մասին: «Պետք է բուն լեզվի թվանշանացման մասին մտածենք: Դրանով կկարողանանք «թաղանթներով» պատել բոլոր համակարգչային միջավայրերը և ամենատարբեր իրերն ու ծրագրերը, որոնք Հայաստանը չի արտադրում, և միայն դրա շնորհիվ կկարողանանք ապահովել մեր մշակութային հարմարավետությունն ու մեր տեսակի շարունակականությունը նոր ստեղծվող աշխարհում»:



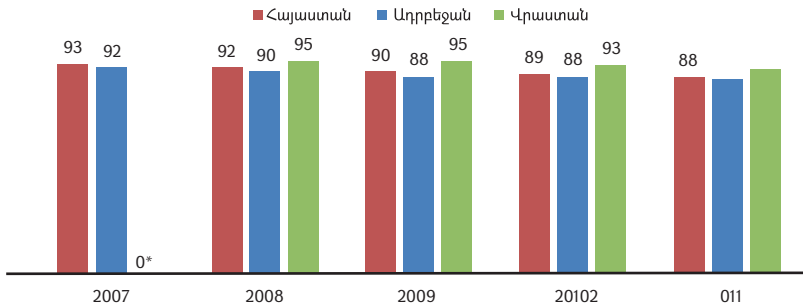
**WINDOWS-Ի ԱՐՏՈՆԱԳՐՎԱԾ ՏԱՐԲԵՐԱԿԻ
ԿԻՐԱՌՄԱՆ ՊԱՅՔԱՐՈՒՄ ՇԱՀՈՒՄ Է
ԱՆՎՃԱՐ LINUX-Ը**

WINDOWS-Ի ԱՐՏՈՆԱԳՐՎԱԾ ՏԱՐԲԵՐԱԿԻ ԿԻՐԱՌՄԱՆ ՊԱՅՔԱՐՈՒՄ ՇԱՀՈՒՄ Է ԱՆՎՃԱՐ LINUX-Ը

Գայանե ՄԻՐԶՈՅԱՆ

Հետխորհրդային տարածքի երկրների շարքում 2010 թ. Հայաստանը ծրագրային ապահովման կեղծարարությամբ զբաղեցնում էր երկրորդ տեղը Վրաստանից հետո. սրանք Business Software Alliance ոչ առևտրային կազմակերպության տվյալներն են: 2007-2011 թթ. Հայաստանում ոչ արտոնագրված համակարգչային ծրագրերի օգտագործման ցուցանիշը նվազեց ընդամենը 5 տոկոսով՝ կազմելով 88 տոկոս³⁰:

Ոչ արտոնագրված համակարգչային ծրագրերի օգտագործման ցուցանիշների դինամիկան Հարավային Կովկասում ըստ Business Software Alliance տվյալների (տոկոսներով)



*Ծնթ. 2007 թ. Վրաստանի տվյալները բացակայում են:

Ոչ արտոնագրված ծրագրերի օգտագործման

³⁰ SHADOW MARKET 2011 bsa global software piracy study. Ninth edition, May 2012, տե՛ս http://portal.bsa.org/globalpiracy2011/downloads/study_pdf/2011_BSA_Piracy_Study-Standard.pdf

համար հայաստանյան մի շարք ընկերություններ Microsoft ընկերությանը հատկացրած փաստի համար 2010 թ. տուգանվել են 18 հազար ԱՄՆ դոլարի չափով³¹: 2012-ի հունվար-սեպտեմբեր ամիսներին տուգանվել է 6 կազմակերպություն՝ ընդհանուր 7000 ԱՄՆ դոլարի սահմանում³²:

Microsoft ընկերության հայաստանյան ներկայացուցիչները վստահեցնում են, որ կառավարությունում արտոնագրված ծրագրերից օգտվում են միայն էկոնոմիկայի, արդարադատության և կրթության ու գիտության նախարարությունները, էլ ուր մնաց լրատվամիջոցների խմբագրությունները:

Խմբագրությունների համակարգիչներն արտոնագրված ծրագրերով ապահովելու համար բավականաչափ գումար է անհրաժեշտ:

«10 համակարգչում արտոնագրված MS Office տեղադրելու համար խմբագրության սեփականատերը պետք է վճարի առնվազն 670.000 դրամ, իսկ դիզայներական Adobe Creative Suite (Adobe Photoshpe, Adobe Indesign, Dreamweaver, Adobe Illustrator և այլն) հավաքածուի համար՝ լրացուցիչ 2000 դոլար», - ասում է Մամուլի աջակցության «Ինտերնյուս» ՀԿ տեխնիկական տնօրեն Կոնստանտին Գեոդակյանը:

Բաց կողով ծրագրերը մարտահրավեր են ծրագրային ապահովման այնպիսի հսկաների համար, ինչպիսիք են Windows, Apple, Adobe և այլ ընկերությունները:

Ողջ աշխարհի էնտուզիաստների համատեղ ջանքերով ստեղծվել է GNU/Linux օպերացիոն

31 Армянские компании выплатили в 2010 году Microsoft компенсацию за использование пиратского ПО на сумму \$18 тыс., տե՛ս http://telecom.arka.am/ru/news/internet/6726/?sphrase_id=328457

32 Տվյալները տրամադրել է «Բիէսէլ» (Business Soft Alliance) միջազգային ընկերության պաշտոնական ներկայացուցիչ Նաիրեն Մկրտչյանը:

համակարգերի (ՕՀ) շարք՝ Ubuntu, Debian և շատ ուրիշ տարբերակներ, որոնք, որպես կանոն, կարելի է անվճար տեղադրել: Նման ծրագրերից օգտվում են ամբողջ աշխարհում թե՛ կրթական ու գիտական հաստատությունները և թե՛ զարգացած երկրների պետական կառույցները և պաշտպանության գերատեսչությունները: Բաց կոդով ծրագրերի առավելությունը դրանց անվտանգությունն է, ինչպես նաև հատուկ համապատասխանեցման հնարավորությունը կազմակերպության կամ անհատ օգտագործողների պահանջներին:

«Ինտերնյուս» ՀԿ սերվերները վերջին 5 տարիներին աշխատում են GNU/Linux համակարգով, սակայն աշխատակիցների համակարգիչներում տեղադրված են Windows XP և Windows 7 արտոնագրված օպերացիոն համակարգեր:

«Մեր ցանցը գոյություն ունի արդեն 15 տարի, և մեկ այլ համակարգի անցումը կհանգեցնի լրացուցիչ ծախսերի ու բարդությունների: Սակայն այսօր նոր ցանց ստեղծելու դեպքում պետք է անվերապահորեն ընտրել GNU/Linux-ը, քանի որ այն հուսալի համակարգ է», - ասում է Գեոդակյանը:

Թեև ազատ ծրագրային ապահովման (ԾԱ) շարժումը Հայաստանում սկսվել է 90-ականների վերջին, ազատ ԾԱ-ից օգտվողներն այնքան էլ շատ չեն: Linux-ը Հայաստանում առավել հաճախ տեղադրված է սերվերներում, այլ ոչ թե օգտվողների համակարգիչներում: Մինչդեռ, ըստ «Ինստիտյութ» ծրագրավորման ընկերության տնօրեն Արման Պողոսյանի՝ անցումը GNU/Linux համակարգի խմբագրություններին հնարավորություն կտա ոչ միայն խնայելու արտոնագրված ԾԱ վրա ծախսվող

միջոցները (կամ նյարդերը՝ չարտոնագրվածի դեպքում), այլև ապահովելու տեղեկատվության անվտանգությունը:

«Արդեն 6 տարի է, ինչ մեր ընկերությունում համացանցին մշտապես միացված են 60-70 համակարգիչներ ու սերվերներ, և վիրուսից խափանման ոչ մի դեպք չի եղել: Բացի այդ, եթե չենք տեսնում կոդը, ապա չենք կարող վստահ լինել, որ մեզ ոչ ոք չի հետևում», - ասում է Ա. Պողոսյանը: Տպավորիչ են նաև խնայած միջոցները. 2 տարվա ընթացքում 70 հոգանոց ընկերությանը հաջողվել է խնայել 300.000 դոլար:

Ազատ ծրագրերից օգտվողների սակավաթիվ լինելու պատճառը տեղեկատվության պակասն է, ինչպես նաև անձանոթ օպերացիոն համակարգին անցնելու վախը:

«Բազմաթիվ օգտվողներ չեն պատկերացնում, որ վերջին 5 տարիների ընթացքում Linux-ն առավել հարմարավետ է դարձել: Այն հնարավորություն է տալիս նաև տեղադրելու Windows-ի կամ Mac-ի ինտերֆեյս», - ասում է «Ինստիգեյթի» տնօրենը:

Հայաստանում այսօր արդեն հնարավոր է ձեռք բերել OS Linux համակարգով համակարգիչներ: Հայ օգտագործողների համար GNU/Linux-ի հիման վրա պարբերաբար փորձեր են արվում ստեղծել օպերացիոն համակարգեր, այնպիսիք, ինչպիսիք դեռևս 20 տարի առաջ մշակված Spitak Linux-ը կամ փորձարարական Nur Linux-ն էր (Հայ-ռուսական (սլավոնական) համալսարան): «Ինստիգեյթի» մասնագետները GNU/Linux-ի հիման վրա մշակել են նաև «Արաքս» օպերացիոն համակարգը՝ նախատեսված տարածաշրջանի օգտվողների համար:

Մարդկանց ազատ ծրագրերին ծանոթացնելու

նպատակով 2011 թ. Երևանում և Հայաստանի երկու խոշոր քաղաքներում՝ Գյումրում և Վանաձորում, «Ինստիգեյթ» ընկերության ու «Ժառանգ» ՀԿ նախաձեռնությամբ կազմակերպվեց GNU/Linux Install Fest միջազգային հավաք:

Միջոցառման մասնակիցներին առաջարկվել է «ազատագրել» համակարգիչները, ներկայացվել են GNU/Linux համակարգի առավելությունները, որից հետո օգտվողներն աշխատել են նոր համակարգով և այն տեղադրել իրենց նոութբուքերում:



**ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ՓՈՐՁԸ ԵՎ ԱՌԱՋԻՆ
ՔԱՅԼԵՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ**

ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ՓՈՐՁԸ ԵՎ ԱՌԱՋԻՆ ՔԱՅԼԵՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ

Նունե ԱՅԼԱՆՋՅԱՆ

Նորագույն տեխնոլոգիաների դարաշրջանում համատարած թվայնացումից զերծ չմնաց նաև մարքեթինգի³³ ոլորտը: Դեռ 1960 թ. ամերիկյան «ԲիէմԱյ» (BMI) և «Ամերիքն էիրլայնս» (American Airlines) ավիաընկերությունները ստեղծեցին մի համակարգ, որի միջոցով ուղևորները հնարավորություն ստացան ինքնուրույն ամրագրելու իրենց նստեկատեղերն օդանավում: Սա, թերևս, համարվեց առաջին փորձը, որը սկիզբ դրեց էլեկտրոնային առևտրի զարգացմանը (անգլ.՝ e-Commerce):

Հետագայում էլեկտրոնային կոմերցիան էլ ավելի զարգացավ՝ պայմանավորված համացանցի ընդհանուր զարգացմամբ, օգտատերերի թվի ավելացմամբ և բազմաթիվ էլեկտրոնային ծառայությունների ի հայտ գալով: Ամերիկյան E-Tailing Group և MarketLive ընկերությունների անցկացրած ուսումնասիրության համաձայն՝ աշխարհի սպառողների 27 տոկոսը գնումներ է կատարում էլեկտրոնային եղանակով: Այս թիվը, օրինակ, Միացյալ Նահանգներում տոն օրերին հասնում է մինչև 55 տոկոսի: Այստեղ երեք սպառողից մեկը գնումների նպատակով օգտագործում է նաև իր քջային հեռախոսը³⁴:

Հայաստանում էլ. կոմերցիան սկսեց զարգանալ

33 Մարքեթինգ (անգլերեն՝ marketing) բառն առաջացել է անգլերեն market բառից, որը նշանակում է շուկա, իսկ «մարքեթինգ» եզրը նշանակում է գործել շուկայում:

34 How Many People Shop Online; <http://www.dealjoy.com/how-many-people-shop-online-shopping/>

վերջին տարիներին: Նմանօրինակ զարգացումը տեղեկատվական տեխնոլոգիաների մասնագետ Արման Աթոյանը պայմանավորում է համացանցի սակագների իջեցումով և համակարգիչների հասանելիությամբ: «Այսինքն՝ էժան ինտերնետ գումարած համակարգիչ, և մարդիկ մեկ քայլ ավելի մոտ են կանգնում համացանցի «բարիքներին», - նշում է Ա.Աթոյանը:

Համակարգչի ու համացանցի առկայությունն անհրաժեշտ, բայց, թերևս, ոչ բավարար պայման է էլեկտրոնային կոմերցիան զարգացած համարելու համար: ՀՀ գործող օրենսդրությունում անգամ չկա «էլեկտրոնային առևտուր» հասկացության հստակ սահմանումը: Իսկ Հայաստանի տնտեսական գործունեության տեսակների դասակարգչում էլեկտրոնային առևտուրը ներկայացված է որպես մանրածախ առևտրի տարատեսակ³⁵: Սակայն էլեկտրոնային առևտուրը կարող է նաև մեծածախ լինել:

Փորձագետները համոզված են, որ գնումներ կատարելու էլեկտրոնային տարբերակը շատերին է հետաքրքրում, բայց քանի դեռ չկա ընդհանուր ձևավորված համակարգ, չեն լուծված էլեկտրոնային առևտրի կազմակերպմանն առնչվող մաքսային, հարկային և այլ խնդիրներ, այն չի կարող գրավիչ լինել գնորդների համար և տարածում գտնել: Սրա վառ օրինակը Հայաստանում «Իդրամ» էլեկտրոնային փող թողարկող համակարգն է, որն ունի 50.000 հաճախորդ, բայց ակտիվ օգտագործողների թիվն ընդամենը 5000 է³⁶:

Ոլորտի զարգացմանը պետք է խթանի պետու-

³⁵ ՀՀ տնտեսական գործունեության տեսակների դասակարգիչ, տե՛ս <http://www.mine-economy.am/arm/18/text.html>:

³⁶ Idram.am կայքի միջոցով հաճախորդները հնարավորություն ունեն դրամական փոխանցումներ և էլեկտրոնային վճարումներ կատարելու:

թյունը՝ նպաստավոր օրենսդրական փոփոխություններ կատարելով, օտարերկրյա և տեղական ներդրումներ ներգրավելով և էլեկտրոնային առևտրի հետ կապված խոչընդոտները վերացնելով:

2011թ. հոկտեմբերից Ինֆորմացիոն տեխնոլոգիաների ձեռնարկությունների միությունը (ԻՏՁՄ) «Քաունթերփարթ ինթերնեշնլ ինկ.» հայաստանյան ներկայացուցչության աջակցությամբ իրականացնում է էլեկտրոնային առևտրի բնագավառում պետական քաղաքականության և իրավական դաշտի բարեփոխումների աջակցման ծրագիր: Միջգերատեսչական հանձնաժողովի աշխատանքային խմբում առանձնացվել են երեք հիմնական խումբ խնդիրներ՝ մաքսային, հարկային վարչարարություն և վճարահաշվարկային համակարգ:

«Հայաստանի համար, որը բավական հեռու է գտնվում համաշխարհային առևտրի կենտրոններից, էլեկտրոնային առևտրի հրատապությունն անվիճելի է,- նշում է ԻՏՁՄ գործադիր տնօրեն Կարեն Վարդանյանը և ավելացնում,- էլեկտրոնային կոմերցիան նախ կնպաստի Հայաստանի մարզերի զարգացմանը՝ նվազեցնելով ճանապարհածախսն ու կազմակերպչական խնդիրները: Բնակիչները կկարողանան գնել կամ վաճառել իրենց ապրանքն ու ծառայությունները՝ փաստացի գտնվելով ցանկացած բնակելի վայրում, առավելա, եթե հաշվի առնենք վերջին շրջանում համացանցի տարածումը Հայաստանում»:

Ըստ Վարդանյանի՝ բացի հայկական ապրանքների արտահանումից, կակտիվանա նաև ապրանքների ներմուծումը, հատկապես նրանց, որոնց ներմուծումը հիմնականում կազմակերպում են խոշոր ներկրողները՝

օգտվելով իրենց մենաշնորհային դիրքից և արհեստականորեն սահմանելով մի քանի անգամ բարձր գներ:

Էլեկտրոնային առևտրի զարգացման համար անհրաժեշտ է համապատասխան ենթակառուցվածք, իսկ Հայաստանում դրա որոշ կոնցեպտուալ բաղադրիչներ բացակայում են: «Ողջ օրենսդրական բազան, որը համակարգում է առևտրային գործունեությունը, հիմնված է ֆիզիկական առևտրի վրա: Մյուս թերությունն այն է, որ ինչպես մաքսային, այնպես էլ հարկային օրենքները հիմնականում գրված են՝ խոշոր ներմուծողներին և արտահանողներին նկատի ունենալով», - ասում է Վարդանյանը:

Համենայն դեպս, բանկային համակարգում արդեն իսկ նկատվում է բնակչության հետաքրքրությունը օնլայն գործարքների նկատմամբ: «Ինեկոբանկի» մարքեթինգի բաժնի ավագ մասնագետ Արտակ Հարությունյանը վստահեցնում է, որ 2012 թ. մեկ ամսվա ընթացքում բանկում օնլայն գործարքների քանակը 2011 թ. նույն ժամանակահատվածի համեմատությամբ աճել է 300, իսկ հաճախորդների կողմից օնլայն բանկինգի կիրառումը՝ 60 տոկոսով:

Բացի բանկային և ֆինանսական գործարքներից, Հայաստանում հնարավոր է օգտվել նաև վիրտուալ խանութներից, խաղասրահներից և գնել ավիատոմսեր ու երկաթուղային տոմսեր:

Այսպես, օրինակ՝ հայաստանյան օնլայն շուկայում 2011 թ.-ից գործող Bestbuy.am և Bestbay.am օնլայն խանութները հասցրել են օնլայն հաճախորդներ ձեռք բերել: Էլ.խանութներում ապրանքների տեսականին լայն է, իսկ վճարման եղանակը՝ տարբեր: Լինում են նաև էլ. զեղչեր: Էլ. խանութներից յուրաքանչյուրն ունի

իր աշխատակազմը, որոնք համակարգչի միջոցով համակարգում են առք ու վաճառքը: Bestbuy.am կայքի միջոցով հնարավոր է գնել համակարգչային տեխնիկա, գրասենյակային և տան պարագաներ: Իսկ մեկ տառի տարբերությամբ՝ Bestbay.am կայքից հնարավոր է նաև գնել հագուստ, արդուզարդ, աքսեսուարներ և այլն:

Կայքերի սեփականատեր Արթուր Եղիազարյանն ասում է, որ երկու խանութներն էլ ակտիվ այցելուներ ունեն: Նրա խոսքով՝ հայաստանյան էլ. շուկայում արդեն մրցակցություն է ձևավորվում նման կայքերի միջև, և որպեսզի իր կայքերը մշտապես գրավեն գնորդների ուշադրությունը, իրենք փորձում են տարբերվել գնային քաղաքականությամբ:

Ինչ վերաբերում է վճարումներին, ապա Ա.Եղիազարյանի խոսքով՝ այցելուներն առայժմ գերադասում են օգտվել կանխիկ վճարումներից՝ դեռ չվստահելով օնլայն քարտային համակարգին:

Հայաստանյան օնլայն շուկայում աչքի է ընկնում նաև «Սաս» սուպերմարքեթների ցանցի մաս կազմող Sas.am կայքը, որը թեև այնքան էլ երկար պատմություն չունի, բայց արդեն հասցրել է ճանաչում ձեռք բերել: Այստեղ էլեկտրոնային եղանակով ներկայացված է այն ամենը, ինչը հնարավոր է ձեռք բերել «Սաս» խանութների ցանցից: Անհրաժեշտ է ընդամենը գրանցվել կայքում, վիրտուալ զամբյուղը լցնել համապատասխան գնումներով, ընտրել վճարման եղանակն ու սպասել առաքիչին, ով գնումները կբերի նշված հասցեով:

Sas.am նախագծի ղեկավար Արման Աթոյանն ասում է, որ կայքն օրական մինչև 3 հազար այցելու է ունենում՝ գնորդների թիվը չհայտնելով՝ այն կոմերցիոն

գաղտնիք համարելով:

«Հայաստանում կոմերցիոն կայքերն ավելանում են, և զուգահեռ նաև քաղաքացիներն են սովորում այդ մշակույթը՝ սկսելով վստահել օնլայն գործարքներին», - ասում է Ա.Աթոյանը:

E-ticket կամ էլ. տոմսեր վաճառում են «Հարավ-կովկասյան երկաթուղի» ընկերությունը՝ Ukzhd.am կայքի միջոցով և «Ավստրիական ավիաուղիների» հայաստանյան գրասենյակը՝ Austrian.com կայքի միջոցով:

«Ավստրիական ավիաուղիների» հայաստանյան գրասենյակի վաճառքի գծով մենեջեր Թամարա Կիրակոսյանն ասում է, որ այցելուներն ավելի հաճախ օգտվում են ոչ թե էլեկտրոնային տոմս գնելու, այլ օդանավում իրենց նստեցնելու նախօրոք ամրագրելու համար:

Հայաստանյան էլ. կոմերցիան ամբողջական չէր լինի, եթե բանկերը չակտիվացնեին օնլայն ծառայությունները: Հայաստանում գործող գրեթե բոլոր առևտրային բանկերը ինտեգրվել են հայկական ARCA համակարգին՝ նույնանման քարտային գործարքներ կատարելու հնարավորություն ընձեռելով³⁷:

Իսկ 2012 թվականի ամռանը «Առեկսիմբանկ-Գազպրոմբանկի խումբ» ՓԲԸ-ն ամերիկյան Visa ընկերության կողմից հավաստագրվեց՝ ինտերնետի համաշխարհային ցանցում իրականացնելու Visa քարտերի էքվայրինգ³⁸: Սա կնպաստի Հայաստանի առևտրի և սպասարկման ձեռնարկություններին մուտք

37 ARCA էլեկտրոնային վճարումների համակարգը նախատեսված է ինտերնետ միջավայրում որոշակի ծառայություններ մատուցող ընկերություններին, ինչպիսիք օնլայն խանութներն են, բանկային վճարային քարտերով վճարումներ ընդունելու համար:

38 Visa ինտերնետ-էքվայրինգը ժամանակակից հուսալի և անվտանգ մեխանիզմ է, որը հնարավորություն է տալիս համացանցում Visa վճարային քարտերով վճարումներ կատարել ապրանքների և ծառայությունների դիմաց:

գործելու էլեկտրոնային առևտրի համաշխարհային շուկա:

Ամեն դեպքում փորձագետները խորհուրդ են տալիս ցանկացած էլեկտրոնային գործարք կատարելիս նախ ծանոթանալ ընկերության էլեկտրոնային գործարքի պայմաններին և կանոններին:

ԷԼ. ԿՈՄԵՐՑԻԱՅԻ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՀԱՍԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ³⁹

Էլ. կոմերցիա – արտադրանքի մատակարարման ձև, որի դեպքում ապրանքների ընտրությունը և պատվերն իրականացվում են համակարգչային ցանցերի միջոցով, իսկ գնորդի և մատակարարի միջև հաշվարկն իրականացվում է էլ. փաստաթղթերով և/կամ վճարման եղանակով: Ընդ որում, որպես ապրանքների (կամ ծառայությունների) գնորդ կարող են հանդես գալ թե՛ մասնավոր անձինք և թե՛ կազմակերպություններ:

B2B կամ business to business՝ քիզնես-քիզնես. Էլ. կոմերցիայի առավել արագ զարգացող ձևերից մեկը, որի դեպքում երկու ընկերություններ առևտուր են կատարում միմյանց հետ՝ օգտագործելով համացանցը:

B2C կամ business-consumer՝ քիզնես-սպառող. Գործարքն անմիջապես տեղի է ունենում ընկերության և սպառողի միջև: Սպառողի համար այս տարբերակը շահավետ է, քանի որ կարող է պատվերն իրականացնել համացանցի միջոցով, այդ թվում՝ կատարել վճարումը:

C2C կամ consumer-consumer՝ սպառող-սպառող.

³⁹ Էլ.կոմերցիայի հիմնական հասկացությունների մասին ավելի մանրամասն տե՛ս <http://www.c2n.info/repository/glossary/glossary-ecommerce-2.html>

այս դեպքում գործարքն իրականացվում է երկու անկախ սպառողների միջև: Ինտերնետ տիրույթն այդ հնարավորությունն ընձեռում է ցանկացած սպառողի: C2C գործարքը հիմնականում տեղի է ունենում օնլայն աճուրդներում կամ հայտարարությունների կայքերում: Այն հնարավորություն է ընձեռում ձեռք բերելու անհրաժեշտ ապրանքը վաճառքի գնից շատ ավելի ցածր գնով:

ԷԼ. կոմերցիայի բաղկացուցիչ մասերը

ԷԼ. կոմերցիան բաղկացած է մի քանի հիմնական բաժիններից, որոնք նախատեսված են տարբեր էլեկտրոնային գործարքներ իրականացնելու համար:

Դրանք են.

- Electronic Data Interchange (EDI) - տեղեկությունների էլեկտրոնային փոխանակում
- E-cash - էլեկտրոնային փող
- E-marketing - էլեկտրոնային մարքեթինգ
- E-banking - էլեկտրոնային բանկինգ
- E-ticketing - էլեկտրոնային տոմսերի ամրագրում
- E-shopping - էլեկտրոնային գնումներ

Ցուցակն ամբողջական չէ, ներկայացված են էլեկտրոնային կոմերցիայի առավել տարածված ձևերը:

E-shopping կամ, այլ կերպ ասած՝ էլեկտրոնային առքն ու վաճառքն իրականացվում է ինտերնետի միջոցով: Ունի տարբեր անուններ, որոնք, ըստ էության, նույնն են՝ online shopping, e-shop, e-store, Internet shop, web-shop:

Պատվերի ձևակերպում. համացանցով գնում կատարելու համար գնորդը պետք է էլեկտրոնային եղանակով ընտրի իրեն անհրաժեշտ ապրանքը և վճարման եղանակը: Սակայն կայքի բնույթից կախ-

վաճ՝ որոշ դեպքերում գնորդից պահանջվում է նախ գրանցվել՝ թողնելով անձնական տվյալները, սովորաբար՝ էլեկտրոնային հասցեն, հեռախոսահամարն ու պատվերի առաքման վայրը:

Վճարման եղանակը. յուրաքանչյուր օնլայն խանութ իր գնորդին առաջարկում է վճարման տարբեր եղանակներ: Բացի առձեռն վճարումներից, որը կատարվում է ապրանքը ստանալու պահին, հնարավոր է նաև վճարել նախապես՝ բանկային քարտերի և էլեկտրոնային դրամի միջոցով:

Paypal.com էլեկտրոնային վճարման համակարգ. վճարումներ կատարելու ամենահայտնի ու տարածված օնլայն համակարգը համարվում է Փեյփալը (PayPal): Այն հնարավորություն է տալիս օնլայն վճարումներ կատարելու տարբեր ընկերությունների ու անհատների միջև: Փեյփալը գործում է աշխարհի 190 երկրներում: Իհարկե, որոշ երկրներում այն լիովին չի տրամադրում իր ծառայությունները: Համակարգն ունի ավելի քան 164 մլն գրանցված օգտատեր և աշխատում է 24 տեսակ դրամական միավորներով: Հայաստանում Փեյփալ համակարգը պաշտոնապես ներկայացված չէ:

2012-ի գարնանը Փեյփալը ներկայացրեց իր նոր՝ PayPal Here ծառայությունը, որը հնարավորություն է տալիս վճարումներ կատարելու նաև բջջային հեռախոսով: Այն հասանելի է միայն iPhone տեսակի բջջային հեռախոսների օգտատերերին, բայց նախագծի հեղինակները խոստանում են, որ շուտով այդ համակարգը հասանելի կլինի նաև Android օպերացիոն համակարգով հեռախոսների համար: Այս ծառայությունից օգտվելու համար անհրաժեշտ է ունենալ անձնական հաշվեհամար Փեյփալի պաշտոնական կայքում:

eBay.com և Amazon.com. սրանք համարվում են աշխարհի ամենախոշոր օնլայն առևտրի կետերը: eBay ամերիկյան ընկերության համանուն կայքում, ցանկացած ոք կարող է վաճառել և գնել ցանկացած ապրանք առաջարկվող 50 հազար ապրանքատեսակից՝ հագուստ, սարքավորումներ, համակարգչային տեխնիկա, կենցաղային ապրանքներ, ավտոմեքենա և այլն: Ամեն ինչ շատ դյուրին է. անհրաժեշտ է գրանցվել, ունենալ անձնական հաշվեհամար և գնումներ կատարել: eBay ընկերությունը նաև PayPal էլեկտրոնային վճարման համակարգի սեփականատերն է:

Amazon.com-ը նույնպես համարվում է աշխարհի ամենախոշոր ինտերնետ խանութը: Այստեղ վաճառվում են ամենատարբեր ապրանքատեսակներ, ներառյալ՝ էլեկտրոնային գրքեր, մանկական խաղալիքներ, սննդամթերք, տնտեսական ապրանքներ և այլն:

ԷԼ. շուկայի բացասական կողմերը

Օնլայն առևտուրն ունի նաև իր բացասական կողմերը: Ապրանքի միայն վիզուալ պատկերը բավարար չէ՝ համոզված լինելու համար, որ այն որակյալ է, փաստված կամ, առհասարակ, անսարք չէ: Նման դեպքերում անհրաժեշտ է տվյալ կայքի միջոցով անմիջապես տեղեկացնել վաճառողին, որպեսզի ապրանքը փոխարինվի նորով: Խաբված չլինելու համար հարկավոր է օգտվել արդեն իսկ համբավ վայելող օնլայն խանութներից:

E-banking. էլեկտրոնային բանկինգի ժամանակ բոլոր բանկային գործարքները կատարվում են ինտերնետի միջոցով: Դա կարող է լինել դրամական փոխանցում, ստացում, բանկային գործարքների կնքում, ստորագրում, վարկերի ձեռքբերում և կոմունալ

վճարումներ: Առայժմ ոչ բոլոր բանկերն ունեն նման հնարավորություն, և դա այնքան տարածված չէ: Սակայն նման ծառայությունից օգտվելիս խիստ կարևոր է պարբերաբար փոխել բանկային հաշվեհամարի գաղտնաբառը:

E-ticketing. Էլեկտրոնային տոմսերի ամրագրման համակարգը հեշտացրեց շատերի կյանքը: Համապատասխան կայքերի միջոցով այժմ հնարավոր է իրականացնել ավիատոմսերի, ծովային կրուիզների և հյուրանոցային համարների պատվեր և ամրագրում:



ԱՌՑԱՆՑ ԼՐԱԳՐՈՂԻ ՎԱՐՔԱԿԱՆՈՆ

ԱՌՑԱՆՑ ԼՐԱԳՐՈՂԻ ՎԱՐՔԱԿԱՆՈՆ

Գևորգ ՀԱՅՐԱՊԵՏՅԱՆ

2012 թ. ապրիլի 1-ին «Ընտրությունների լուսաբանումը առցանց հարթակում» եռօրյա դասընթացների շրջանակում մասնակից 18 լրագրողներ ստորագրեցին «Առցանց լրագրողի վարքականոնը», որը պատրաստվել է «Լրագրողներ հանուն ապագայի» (ԼՀԱ) մասնագետների կողմից՝ միջազգային համանման վարքականոնների ուսումնասիրությունից հետո: Վարքականոնները բաղկացած են 10 կետից՝ «մի՛ վսասիր» սկզբունքի հիման վրա:

Վարքականոնների ստեղծմամբ ԼՀԱ-ն նպատակ ունի նպաստելու համացանցում հանրային տեղեկատվություն տարածողների մեդիա գրագիտության մակարդակի բարձրացմանը, ինչպես նաև օգնելու ընթերցողին համացանցում տարբերել որակյալ հրապարակումները կեղծ և ոչ հավաստի տեղեկություններից:

Նշված 10 կանոններին անվերապահորեն հետևելու պարագայում յուրաքանչյուր լրագրող, բլոգեր կամ օնլայն մեդիա ազատ է տնօրինելու այս վարքականոնները սեփական էլեկտրոնային հարթակում տեղադրելու համար՝ նշելով սկզբնաղբյուրը. **<http://jnews.am/ethics-of-online-journalist>**:

ԱՌՑԱՆՑ ԼՐԱԳՐՈՂԻ 10 ՎԱՐՔԱԿԱՆՈՆ

Յուրաքանչյուր լրագրող, քաղաքացիական լրագրող կամ բլոգեր (այսուհետ՝ **առցանց լրագրող**), ով բաց տեղեկատվություն է զետեղում համացանցում, պետք է ընդունի սեփական հարթակում հրապարակումներ տեղադրելու կանոնները և սկզբունքները, աշխատի այդ սկզբունքներին համապատասխան:

Առցանց լրագրողը յուրաքանչյուր տեղեկություն հրապարակելիս պետք է հաշվի առնի տեղեկության ձևաչափի (տեքստ, լուսանկար, տեսանյութ և այլն) և բովանդակության հնարավոր բացասական հետևանքները, այդ թվում՝ հոգեբանական: Անհրաժեշտության դեպքում առցանց լրագրողը պետք է սահմանափակի ներկայացվող տեղեկության, տեղեկության որոշակի հատվածի, ինչպես նաև տեղեկության որոշակի ձևի հրապարակումը: Փաստերի, այդ թվում՝ լուսանկարների և նյութի բովանդակության միտումնավոր աղավաղումն անընդունելի է:

1. **Լուր հաղորդելիս ձեռնպահ մնալ մեկնաբանություններից.** լրագրողի սեփական կարծիքը լուրի մեջ պետք է բացակայի, լրագրողի կողմնակալ վերաբերմունքը հրապարակման մասնակիցների և փաստերի նկատմամբ պետք է հնարավորինս բացառվի կայքում:

2. **Հրապարակային տեղեկատվությունը պետք է ճշգրիտ լինի.** հրապարակման ենթակա չեն չճշտված, բամբասանքների վրա հիմնված տեղեկությունները: Յուրաքանչյուր հնարավորության դեպքում առցանց լրագրողը պետք է նշի տեղեկատվության աղբյուրը: Հասա-

րակությունը պետք է ստանա աղբյուրի արժանահավատության վերաբերյալ առավելագույն տեղեկություն:

3. **Յուրաքանչյուր տեղեկություն պետք է հաստատվի փաստերով, հնարավորության դեպքում հիմնված լինի մի քանի աղբյուրից ստացված տեղեկությունների համադրման վրա:** Փաստերի բացակայության դեպքում տեղեկությունը պետք է ներկայացվի որպես կարծիք կամ գնահատողական դատողություն: Հրապարակման մեջ տեղ գտած պնդումները հեղինակին չպատկանելու դեպքում պետք է հղում անել տեղեկատվության աղբյուրին կամ, տեղեկատվության աղբյուրի գաղտնիությունը պահպանելու դեպքում, նշել այդ մասին: Գրագողությունն արգելվում է:
4. **Յուրաքանչյուր հրապարակում պետք է ապահովի բազմակարծություն,** հրապարակման բոլոր մասնակիցների կարծիքների արտացոլում, անպայման ներկայացվեն հրապարակման մասնակիցների՝ միմյանց հակասող կարծիքները, կամ նշվի կարծիքի/մեկնաբանության բացակայության պատճառը:
5. **Հարգել յուրաքանչյուրի իրավունքը, այդ թվում՝ անձնական կյանքի անձեռնմխելիության իրավունքը.** հրապարակման մասնակցի մասին անհատական տվյալների, անձնական բնույթի տեղեկությունների հրապարակումը պետք է պայմանավորված լինի հանրային շահով:

Յուրաքանչյուր դեպքում առցանց լրագրողը պետք է կշեռքի նժարի վրա դնի հրապարակման մասնակցի վերաբերյալ տեղեկության հրապարակման դրական և բացասական կողմերը:

6. **Հարգել յուրաքանչյուրի պատվի և արժանապատվության իրավունքը.** առցանց լրագրողն իր հրապարակումներում պետք է ձեռնպահ մնա վիրավորական արտահայտություններից, զրպարտությունից, պիտակավորումներից:
7. **Հրապարակման մասնակիցների խոսքը, կարծիքները և մեկնաբանությունները որպես ուղղակի խոսք ներկայացնելիս պետք է բառացի մեջբերել,** իսկ սեփական բառերով ներկայացնելիս խուսափել հրապարակման անձի խոսքը աղավաղված ներկայացնելուց:
8. **Հնարավորություն ընձեռել հրապարակման մեջ ներկայացված անձին հանդես գալու սեփական պատասխանով,** եթե հրապարակման մեջ կա տվյալ անձի կամ նրա գործունեության վերաբերյալ բացասական տեղեկություն կամ կարծիք՝ չհիմնա-վորված փաստերով:
9. **Հրապարակումների մեկնաբանությունների հատվածում հեղինակն իրավունք չունի արհեստականորեն մեկնաբանություններ հրահրել՝ ներկայացնելով անձնական վերաբերմունքը կամ կարծիքը հրապարակման մասնակիցների նկատմամբ:** Հեղինակը պատասխանատվություն չի կրում հրապարակման տակ գրված մեկնաբանությունների համար: Վիրավորական

կամ անպարկեշտ արտահայտությունների դեպքում կայքի համակարգողն իրավասու է չներկայացնելու դրանք:

10. Հեղինակը պետք է անկախ գործի: Պետք է մերժել հրապարակման անձանց նվերները, հոնորարները, անվճար ճանապարհորդությունները, խուսափել շահերի բախման վտանգ ներկայացնող աշխատանքից և քաղաքական ուժերի հետ գործակցելուց, եթե դա կարող է վնասել քաղաքացական լրագրողական արժանահավատությանը:

Մեկնաբանությունների և առաջարկների դեպքում դիմել «Լրագրողներ հանուն ապագայի» կազմակերպությանը՝ info@jnews.am էլ. հասցեով:

ԱԶԱՏ ԳՈՏԻ ԿԱՄ ԷԼ. ՀԱՅԱՍՏԱՆ
Լրագրողական ուսումնասիրություններ

Կազմող և խմբագիր՝ Սուրեն Դեհերյան
Ձևավորումը և էջադրումը՝ Հրաչ Շահվերդյանի
Սրբագրիչ՝ Թագուհի Սուսիյան

Տպաքանակը՝ 300

Գրքույկը տպագրվել է «Իրազեկ ընտրող» ծրագրի
շրջանակներում, որն իրականացվել է ԵԱՀԿ երևանյան
գրասենյակի և ԱՄՆ պետքարտուղարության
Հասարակայնության հետ կապերի գրասենյակի
աջակցությամբ:

This publication has been made possible by support
from the Organization for Security and Co-operation in
Europe Office in Yerevan and the Department of State
Public Affairs Section within the framework of the project
“Informed voter”.



Եվրոպայում անվտանգության և
համագործակցության կազմակերպություն
Երևանյան գրասենյակ

