

ՆԱԽԸՆՏՐԱԿԱՆ ՔԱՐՈՉՉՈՒԹՅԱՆ ԻՐԱՎԱԿԱՆ  
ԿԱՐԳԱՎՈՐՄԱՆ ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ  
ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆՈՒՄ

ԱՐՏԱԿ ԱՍՏՏՐՅԱՆ

Նախընտրական քարոզչությունը ընտրարշավի կարևոր բաղադրիչներից է և հաճախ կանխորոշում է ընտրությունների ելքը: Հնդվածում քննարկվել են «ՀՀ ընտրական օրենսգիրք» սահմանադրական օրենքի՝ նախընտրական քարոզչությանը վերաբերող կարգավորումները, որի շրջանակներում հատկապես շեշտվել են առկա խնդիրները, բացերը և արվել են մի շարք առաջարկություններ դրանց վերացման ուղղությամբ: Առանձին ուշադրություն է դարձվել Ընտրական օրենսգրքի՝ նախընտրական քարոզչությանը նվիրված գլխում կատարված վերջին փոփոխություններին և լրացումներին, մասնավորապես նախընտրական քարոզչության, քաղաքական գովազդի սահմանումներին, համացանցում նախընտրական քարոզչության իրավական կարգավորմանը, ընտրությունների շրջանում կազմակերպությունների կողմից բարեգործության սահմանափակումներին, նախընտրական քարոզչության իրավունք չունեցող նոր սուբյեկտներին և այլն:

*Բանալի բառեր – նախընտրական քարոզչություն, ընտրություններ, ընտրական իրավունք, քարոզչական պաստառ, քաղաքական գովազդ, ընտրությունների լուսաբանում, վարչական վարույթ, նախընտրական քարոզչության հավասար պայմաններ, քարոզչությունը համացանցում, քարոզչությունը ՁԼՄ-ներով, քարոզչության սահմանափակում*

Սույն հոդվածի շրջանակներում կանդիդատանք «ՀՀ ընտրական օրենսգիրք» սահմանադրական օրենքի<sup>1</sup> (այսուհետ՝ Օրենսգիրք)՝ նախընտրական քարոզչությանը վերաբերող կարգավորումներին և զուգահեռաբար կներկայացնենք 2021 թվականի մայիսի 7-ին ՀՀ Ազգային ժողովի կողմից ընդունված «ՀՀ ընտրական օրենսգիրք» սահմանադրական օրենքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին» օրենքը<sup>2</sup> (այսուհետ՝ Օրենք), որով ծավալուն փոփոխություններ և լրացումներ կատարվեցին ինչպես Օրենսգրքում ընդհանրապես,

<sup>1</sup> Ընդունվել է ՀՀ Ազգային ժողովի կողմից 2016 թվականի մայիսի 25-ին, <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=153886>

<sup>2</sup> Տե՛ս <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=153062>: Օրենքն ուժի մեջ է մտել 2022 թվականի հունվարի 1-ից: Դրա առանձին դրույթներ ուժի մեջ կմտնեն 2023 թվականի հունվարի 1-ից, իսկ որոշ կարգավորումներ տեղական ինքնակառավարման մարմինների ընտրություններին վերաբերելի մասով ուժի մեջ են մտել 2021 թվականի հունիսի 26-ին:

այնպես էլ Օրենսգրքի նախընտրական քարոզչությանը վերաբերող կարգավորումներում մասնավորապես:

Որքան էլ տարօրինակ է՝ մինչև Օրենքի ընդունումը Օրենսգրքում բացակայում էր նախընտրական քարոզչության սահմանումը: Ըստ կատարված լրացման՝ նախընտրական քարոզչություն է համարվում ցանկացած գործողություն, որը նպատակ ունի համոզելու ընտրողներին՝ քվեարկելու կամ չքվեարկելու որոշակի թեկնածուի կամ կուսակցության (կուսակցությունների դաշինքի) օգտին (19-րդ հոդվածի 1.1 մաս):

Համաձայն 19-րդ հոդվածի՝ նախընտրական քարոզչությունը Օրենսգրքով սահմանված այն ժամանակահատվածն է, որի ընթացքում ընտրություններին մասնակցող կուսակցություններին, թեկնածուներին հավասար հնարավորություններ ապահովելու նպատակով գործում են հանրային ռեսուրսներից օգտվելու, քարոզչություն իրականացնելու և ֆինանսական թափանցիկությունն ապահովելու՝ Օրենսգրքով սահմանված կանոնները:

Նախընտրական քարոզչության ժամկետ նախատեսելը չի սահմանափակում Օրենսգրքով չարգելված այլ ժամանակահատվածում քարոզչություն իրականացնելը (19-րդ հոդվածի 1-ին մասի 2-րդ պարբերություն): Նման իրավակարգավորումը կարծես հակադրվում է Օրենսգրքի մեկ այլ դրույթի, համաձայն որի՝ նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածն սկսվում է ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների ընտրական ցուցակների, թեկնածուների գրանցման համար Օրենսգրքով սահմանված ժամկետի վերջին օրվան հաջորդող 5-րդ օրը և ավարտվում քվեարկության օրվանից մեկ օր առաջ:

Ժամանակային առումով նախընտրական քարոզչության իրականացումը հստակ արգելված է միայն քվեարկության և դրան նախորդող օրը, և այն էլ միայն հրապարակային ելույթների, հրապարակային միջոցառումների միջոցով, զանգվածային լրատվության միջոցներով, այդ թվում՝ կարելային (մալուխային) ցանցով, արբանյակային կապով և վերգետնյա եթերային հեռարձակմամբ տեսալսողական մեդիաձառայություն մատուցողների կողմից, ինչպես նաև համացանցում գովազդի միջոցով:

Օրենսգրքի 19-րդ հոդվածի 6-րդ մասը սահմանում է, որ նախընտրական քարոզչության ժամանակ, ինչպես նաև քվեարկության նախորդ և քվեարկության օրը թեկնածուներին, ընտրություններին մասնակցող կուսակցություններին արգելվում է անձամբ կամ նրանց անունից կամ որևէ այլ եղանակով ընտրողներին անհատույց կամ արտոնյալ պայմաններով տալ (խոստանալ) դրամ, սննդամթերք, արժեթղթեր, ապրանքներ կամ մատուցել (խոստանալ) ծառայություններ: Այն բարեգործական կազմակերպությունները, որոնց անվանումները կարող են նմանեցվել (ասոցացվել) ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների անվանումներին, թեկնածուներին անուններին, նախընտրական քարոզչության ժամանակ բարեգործություն չեն կարող իրականացնել:

նացնել այն համայնքներում, որտեղ անցկացվում են ընտրություններ, որոնց մասնակցում են այդ թեկնածուները, կուսակցությունները կամ նրանց առաջադրած թեկնածուները:

Ավելին, շատ կարևոր դրույթով է լրացվել Օրենսգիրքը, համաձայն որի՝ այն կազմակերպությունները, որոնց անվանումները կարող են ասոցացվել ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների անվանումների հետ, կամ որոնք ղեկավարվում են կուսակցությունների կողմից, ընտրությունների կամ հանրաքվեի նշանակման մասին որոշումն ուժի մեջ մտնելու օրվանից մինչև ընտրությունների կամ հանրաքվեի արդյունքների ամփոփումն ընկած ժամանակահատվածում չեն կարող բարեգործություն իրականացնել այն համայնքներում, որտեղ անցկացվում են ընտրություններ: Ընդ որում՝ կազմակերպությունը համարվում է կուսակցության կողմից ղեկավարվող, եթե կազմակերպության ղեկավար մարմնի անդամներն ամբողջությամբ կամ մասամբ համընկնում են կուսակցության մշտապես գործող ղեկավար մարմնի անդամների հետ: Այս հոդվածով սահմանված արգելքը տարածվում է նաև այն կազմակերպությունների վրա, որոնց հիմնադիրը (հիմնադիրները) կամ ղեկավարը ընտրություններում առաջադրվել է որպես թեկնածու:

Այս առումով հարկ է նշել, որ թեպետ նոր կարգավորումները առաջադիմական են և որոշակիորեն սահմանափակում են կուսակցության կողմից ղեկավարվող կազմակերպությունների կողմից բարեգործության իրականացումը ընտրությունների շրջանում, սակայն անպատասխան է մնում այն հարցը, թե ինչ որակում պետք է տրվի այն դեպքերին, երբ, օրինակ, բարեգործություն իրականացնող կազմակերպությունը ղեկավարվում է մեկ կամ մի քանի անձանց կողմից, ովքեր կուսակցության մշտապես գործող մարմնի անդամ չեն, սակայն այդ կուսակցության անդամ(ներ) են, ովքեր ունեն հանրային մեծ ճանաչում:

Օրենքի ընդունմամբ Օրենսգրքում տրվեց նաև քաղաքական գովազդի սահմանումը, որը բնորոշվում է որպես նախընտրական քարոզչության ձևերից մեկը, որը նպատակ ունի համոզելու ընտրողներին՝ քվեարկելու կամ չքվեարկելու որոշակի թեկնածուի կամ կուսակցության (կուսակցությունների դաշինքի) օգտին: Քաղաքական գովազդը ներառում է ընտրություններին մասնակցող կուսակցություններին (կուսակցությունների դաշինքներին) կամ թեկնածուներին բնորոշող խորհրդանիշներ կամ անհատականացնող այլ նշաններ: Քաղաքական գովազդ են համարվում նաև տեսաձայնային հայտարարություններն այն մասին, որ համերգները կամ հանրային այլ միջոցառումներն իրականացվում են կուսակցության (կուսակցությունների դաշինքի) կամ թեկնածուի աջակցությամբ, կամ որոնք ներառում են թեկնածուի կողմից այդ հանրային միջոցառումներին մասնակցության մասին փաստի հիշատակում:

Տարիներ շարունակ ընտրական օրենսդրությամբ լուծված չէր այն հարցը, թե արդյոք ընտրություններում առաջադրված և, օրինակ, քա-

ղաքական պաշտոն զբաղեցնող անձի (վերջինիս քաղաքական ուժի) նախընտրական քարոզչության և միաժամանակ պաշտոնական լիազորությունների լուսաբանումը առաջադրված մյուս քաղաքական կուսակցությունների կամ թեկնածուների համեմատությամբ չի խախտում սահմանված հավասարությունը: Այս մասով Օրենսգրքում լրացում կատարվեց առ այն, որ նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում ընտրություններին մասնակցող թեկնածուների լիազորությունների իրականացման վերաբերյալ պաշտոնական հաղորդագրությունները չեն համարվում նախընտրական քարոզչություն, սակայն պայմանով, որ դրանք չպետք է պարունակեն քարոզչական բնույթի մեկնաբանություններ կամ ներկայացնեն տվյալ պաշտոնատար անձի՝ որպես թեկնածուի գործունեությունը լուսաբանող տեսաձայնային հոլովակներ, ֆիլմեր կամ նկարներ, որոնք կարող են ասոցացվել նախընտրական քարոզչության հետ (19-րդ հոդվածի 1.4-րդ մաս):

Օրենսգրքի 21-րդ հոդվածը սահմանում է նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում քարոզչական պաստառի, քարոզչական տպագիր և այլ նյութերի օգտագործման կարգը: Դրա շրջանակներում սահմանվում է նաև, որ ընտրական հանձնաժողովի՝ այս կամ այն թեկնածուի կամ կուսակցության գրանցումն ուժը կորցրած կամ անվավեր ճանաչվելու մասին որոշումն ստանալուց հետո համայնքի ղեկավարը, արտաքին գովազդային վահանակները տնօրինող կազմակերպությունների ղեկավարներն ապահովում են, որ այդ թեկնածուների կամ կուսակցությունների քարոզչական պաստառը, քարոզչական տպագիր և այլ նյութերը հանվեն: Այս մասով Օրենսգրքում մի փոքր անորոշություն կա: Նախ, անհասկանալի է, թե այս կամ այն թեկնածուի կամ կուսակցության գրանցումն ուժը կորցրած կամ անվավեր ճանաչվելու մասին որոշումը համապատասխան ընտրական հանձնաժողովն ինչ ժամկետում պետք է ուղարկի համայնքի ղեկավարին և արտաքին գովազդային վահանակները տնօրինող կազմակերպությունների ղեկավարներին: Վարչական վարույթի մասնակիցներին հանձնաժողովում ընդունված վարչական ակտերի ծանուցման կարգի և ժամկետների մասին Օրենսգրքի 47-րդ հոդվածը կարգավորումներ է պարունակում: Սակայն, քանի որ համայնքի ղեկավարն ու արտաքին գովազդային վահանակները տնօրինող կազմակերպությունների ղեկավարները վարչական վարույթի մասնակիցներ չեն, ուստի Օրենսգրքը հստակ պետք է սահմանի ընդունված ակտի մասին վերջիններիս ծանուցելու ժամկետները:

Բացի այդ, Օրենսգրքի 21-րդ հոդվածի 8-րդ մասի 2-րդ պարբերությունը նշում է, որ գրանցումն ուժը կորցրած կամ անվավեր ճանաչված թեկնածուների, ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների կողմից **էնօրյա ժամկետում** քարոզչական պաստառները, քարոզչական տպագիր և այլ նյութերը չհանելու դեպքում դրանք հանում է

համայնքի ղեկավարը: Համայնքի ղեկավարը գրանցումն ուժը կորցրած կամ անվավեր ճանաչված թեկնածուներից, ընտրություններին մասնակցող կուսակցություններից կարող է պահանջել իր կատարած ծախսերի փոխհատուցում:

Նման կարգավորման պարագայում ծագում են հետևյալ հարցերը: Վերոնշյալ եռօրյա ժամկետը հաշվարկվում է գրանցումն ուժը կորցրած կամ անվավեր ճանաչված թեկնածուներին, ընտրություններին մասնակցող կուսակցություններին ընդունված վարչական ակտի մասին ծանուցելու օրվանից, թե՛ ընդունված վարչական ակտը համայնքի ղեկավարին և արտաքին գովազդային վահանակները տնօրինող կազմակերպությունների ղեկավարներին ուղարկելու օրվանից: Եթե ընդունենք, որ եռօրյա ժամկետը սկսում է հոսել թեկնածուներին, ընտրություններին մասնակցող կուսակցություններին ընդունված վարչական ակտի մասին ծանուցելու օրվանից, ապա այդ ծանուցումն էլ, իր հերթին, ըստ Օրենսգրքի 47-րդ հոդվածի 7-րդ մասի, կարող է լինել ինչպես ընդունված ակտը հանձնաժողովի նիստում վարույթի մասնակիցներին տրամադրելու, այնպես էլ վարչական ակտն ընդունելուց հետո՝ եռօրյա ժամկետում, վարչական վարույթի մասնակիցներին ուղարկելու միջոցով: Այդ դեպքում անորոշ է, թե ինչպես է համայնքի ղեկավարը վարչական ակտի ծանուցման օրվա մասին տեղեկանում, որից սկսած էլ պետք է հաշվվի եռօրյա ժամկետը:

Եթե ընդունենք, որ եռօրյա ժամկետի հաշվարկն սկսելու է համայնքի ղեկավարին կամ արտաքին գովազդային վահանակները տնօրինող կազմակերպությունների ղեկավարներին ընդունված ակտի մասին ծանուցելու օրվանից, ապա, նախ, ինչպես վերևում նշեցինք, հստակ չէ, թե ինչ ժամկետում պետք է ընդունված որոշումն ուղարկվի վերջիններիս, և երկրորդ, ինչպես են դրա մասին տեղեկացվելու գրանցումն ուժը կորցրած կամ անվավեր ճանաչված թեկնածուներն ու ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունները՝ գործողությունների կատարման եռօրյա ժամկետը հաշվարկելու համար:

Բացի այդ, անորոշ է, թե այս գործընթացում, որպես նշված նյութերի հեռացման «ապահովողներ», ի նչ պարտականություն ունեն արտաքին գովազդային վահանակները տնօրինող կազմակերպությունների ղեկավարները: Հիշատակման է արժանի նաև այն փաստը, որ այս ոլորտում ծագող հարաբերություններն իրենց կարգավորումն են ստանում թեկնածուների, կուսակցությունների և գովազդային վահանակները տնօրինող կազմակերպությունների միջև կնքված քաղաքացիաիրավական պայմանագրերով: Թեկնածուների կամ կուսակցությունների գրանցումն անվավեր կամ ուժը կորցրած ճանաչվելու դեպքում վերջիններս զուտ ֆինանսական տեսանկյունից շահագրգիռ կլինեն իրենց քարոզչական պաստառները, քարոզչական տպագիր և այլ նյութերը հնարավորինս շուտ հեռացնելու հարցում՝ ակնկալելով վճարված գու-

մարների վերադարձ: Մյուս կողմից, կարող է դրսևորվել արտաքին գովազդային վահանակները տնօրինող կազմակերպությունների՝ գրանցումն անվավեր կամ ուժը կորցրած թեկնածուների կամ կուսակցությունների քարոզչական պաստառների հեռացման անգործությունը՝ վճարված գումարը չվերադարձնելու նպատակով:

Կարծում ենք առաջ քաշված խնդիրներից խուսափելու նպատակով անհրաժեշտ է Օրենսգրքով հնարավորինս մանրակրկիտ կարգավորել բարձրացված հարցերը՝ գործնականում դրանցից խուսափելու համար: Բացի այդ, հետագա կարգավորումները ուղենիշային կարող են լինել թեկնածուների, կուսակցությունների և արտաքին գովազդային վահանակները տնօրինող կազմակերպությունների միջև քաղաքացիաիրավական պայմանագրերը առավել ճշգրիտ կազմելու համար, ինչը, իր հերթին, գործընթացում առավել հստակություն կմտցնի և թույլ կտա խուսափել նաև քաղաքացիաիրավական վեճերից<sup>3</sup>:

Ինչպես աշխարհի ընտրական օրենսգրքերից շատերը, ՀՀ ընտրական օրենսգիրքը ևս նախընտրական քարոզչության սահմանափակումներ է նախատեսում:

Օրենսգրքի 23-րդ հոդվածի համաձայն՝ արգելվում է նախընտրական քարոզչություն կազմակերպելը կամ կատարելը, ցանկացած բնույթի քարոզչական նյութ տարածելը, նախընտրական քարոզչության նպատակով ծառայողական պարտականությունների իրականացման համար տրամադրված ֆինանսական, տեղեկատվական միջոցները, տարածքները, տրանսպորտային և կապի միջոցները, նյութական ու մարդկային ռեսուրսները, բացառությամբ «Հատուկ պետական պաշտպանության ենթակա անձանց անվտանգության ապահովման մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքով պետական պահպանության ենթակա բարձրաստիճան պաշտոնատար անձանց նկատմամբ կիրառվող անվտանգության միջոցառումների, օգտագործելը՝

1) հանրային ծառայության մեջ գտնվողներին, առողջապահական կամ բժշկական կազմակերպությունների, ուսումնական հաստատությունների, նախադպրոցական ուսումնական հաստատությունների աշխատողներին իրենց լիազորություններն իրականացնելիս կամ ի պաշտոնե հանդես գալիս.

2) պետական հիմնարկների կամ կազմակերպությունների, համայնքային հիմնարկների կամ կազմակերպությունների, կանոնադրական կապիտալում պետական կամ տեղական ինքնակառավարման

---

<sup>3</sup> Չուգահեռաբար նշենք, որ Օրենսգրքի 20-րդ հոդվածի 3-րդ մասի 4-րդ պարբերությունը նման կարգավորում, թեկուզ ոչ ամբողջական, պարունակում է: Մասնավորապես, համաձայն նշված դրույթի՝ գրանցումն ուժը կորցրած կամ անվավեր ճանաչվելու պահից թեկնածուների, ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների հետ ռադիոընկերությունների և հեռուստարկերությունների կնքած՝ նախընտրական քարոզչության նպատակով եթեր տրամադրելու պայմանագրերը համարվում են ուժը կորցրած, և դադարեցվում է նախընտրական քարոզչության նպատակով եթերի տրամադրումը:

մարմինների 20 և ավելի տոկոս մասնակցությամբ կազմակերպությունների աշխատակիցներին իրենց աշխատանքային պարտականությունները կատարելիս կամ ի պաշտոնե հանդես գալիս:

3) դատավորներին, դատախազներին, ոստիկանությունում, ազգային անվտանգության ծառայությունում, քրեակատարողական հիմնարկներում, դատական ակտերի հարկադիր կատարման ծառայությունում, պրոբացիոն ծառայությունում, փրկարար ծառայությունում ծառայողներին, զինծառայողներին, քննչական մարմիններում ինքնավար պաշտոն զբաղեցնող անձանց (քննչական մարմինների ղեկավարներ և ղեկավարների տեղակալներ, քննիչներ):

4) ընտրական հանձնաժողովների անդամներին:

5) բարեգործական և կրոնական կազմակերպություններին, միջազգային կազմակերպություններին:

6) օտարերկրյա քաղաքացիներին և կազմակերպություններին, քաղաքացիություն չունեցող անձանց, բացառությամբ մինչև քվեարկության օրն առնվազն մեկ տարվա հաշվառում ունեցող՝ Հայաստանի Հանրապետության քաղաքացիություն չունեցող անձանց:

7) Մարդու իրավունքների պաշտպանին:

8) Կենտրոնական բանկի նախագահին և խորհրդի անդամներին:

9) Հաշվեքննիչ պալատի անդամներին:

10) Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի անդամներին:

11) ինքնավար մարմինների անդամներին:

12) Բարձրագույն դատական խորհրդի անդամներին:

13) Հանրապետության նախագահին:

14) դիտորդական առաքելություն իրականացնելու համար հավատարմագրված կազմակերպություններին և դիտորդներին:

Հանրապետության նախագահի և դիտորդական առաքելություն իրականացնող կազմակերպությունների ու դիտորդների նախընտրական քարոզչություն կազմակերպելու կամ կատարելու մասով սահմանափակումն ավելացվել է Օրենքով: Հանրապետության նախագահի մասով սահմանափակումը միանգամայն արդարացված է, եթե նկատի ունենանք նրա սահմանադրաիրավական կարգավիճակը: Նախ, վերջինս հանդես է գալիս որպես պետության զլուխ և հետևում Սահմանադրության պահպանմանը: Այս կարգավիճակի ուժով ինքնին հակասություն կառաջանար, եթե նախագահը ընտրական գործընթացում ներգրավվեր և որևէ քաղաքական ուժի օգտին կամ նրա դեմ քարոզչություն իրականացներ: Բացի այդ, այս փոփոխությունը ներդաշնակ է նաև սահմանադրական մեկ այլ կարգավորման (քաղաքական չեզոքության) տրամաբանությանը, համաձայն որի՝ Հանրապետության նախագահը իր լիազորությունների իրականացման ընթացքում չի կարող լինել որևէ կուսակցության անդամ (124-րդ հոդվածի 5-րդ մաս):

Դիտորդական առաքելություն իրականացնելու համար հավա-

տարմագրված կազմակերպությունների և դիտորդների՝ մասով քարոզչություն իրականացնելու սահմանափակումը նախատեսելը պայմանավորված է այն հանգամանքով, որ Օրենսգիրքը, ի թիվս այլ նախապայմանների, դիտորդական առաքելության իրավունքի համար սահմանում է նաև թեկնածուներին կամ ընտրություններին մասնակցող կուսակցություններին չաջակցելը:

Վերը թվարկված սահմանափակումների վերաբերյալ ունենք նաև հետևյալ դիտարկումը: Մասնավորապես, նախընտրական քարոզչության իրավունք չունեցող հանրային ծառայողների ցանկում Օրենսգիրքը նշում է նաև քրեակատարողական հիմնարկներում ծառայողներին: Այս առնչությամբ հարկ է նշել, որ քրեակատարողական ծառայությունը ներառում է նաև ՀՀ արդարադատության նախարարության քրեակատարողական ծառայության կենտրոնական մարմնի մի շարք ստորաբաժանումներում իրականացվող ծառայությունը, իսկ այս մասով կարծես վերջիններս դուրս են մնացել սահմանափակումներից, այն դեպքում, երբ մյուս ծառայությունների մասով օգտագործվում է այդ ծառայությանը վերաբերող ընդհանրական ձևակերպումը (ազգային անվտանգության ծառայություն, դատական ակտերի հարկադիր կատարման ծառայություն, պրոբացիոն ծառայություն, փրկարար ծառայություն և այլն):

Օրենքով մի ուշագրավ լրացում ևս կատարվեց: Մասնավորապես, մինչև վերջերս օրենսդրորեն ձևակերպված չէր «վարչական ռեսուրս» հասկացությունը: Օրենսգրքի 23-րդ հոդվածի 1-ին մասում լրացում արվեց, համաձայն որի՝ վարչական ռեսուրսները մարդկային, ֆինանսական և նյութական այն միջոցներն են, որոնց ընտրությունների ժամանակ տիրապետում են հանրային պաշտոններ և հանրային ծառայության պաշտոններ զբաղեցնող անձինք, որը պայմանավորված է հանրային ոլորտում անձնակազմի, ֆինանսների և հատկացումների նկատմամբ նրանց վերահսկողությամբ:

Նախընտրական քարոզչության կարևորագույն ուղղություններից է զանգվածային լրատվամիջոցներով քարոզչությունը, որին նվիրված է Օրենսգրքի 20-րդ հոդվածը: Ի դեպ, Օրենքի փոփոխությունների հիման վրա Օրենսգրքի 20-րդ հոդվածը նոր խմբագրությամբ է շարադրվել, և մի քանի կարևոր կարգավորումներ են ներառվել հոդվածի տեքստում:

Համաձայն այդ հոդվածի՝ Ազգային ժողովի, Երևանի ավագանու և մարզկենտրոնների ավագանիների ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունները (կուսակցությունների դաշինքները) ունեն Օրենսգրքով սահմանված չափով ռադիոյի և հեռուստատեսության եթերաժամերից հավասար պայմաններով անվճար և վճարովի (այդ թվում՝ ուղիղ եթերով) օգտվելու իրավունք: Նրանց հանրային ռադիոյից և հանրային հեռուստատեսությունից անվճար և վճարովի եթերաժամ տրամադրելու կարգը և ժամանակացույցը սահմանում է Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովը՝ ընտրություններին մասնակցող կու-



սակցությունների ընտրական ցուցակների գրանցման համար սահմանված ժամկետի ավարտից հետո՝ հաջորդ օրը:

Ընտրությունների ժամանակ հանրային ռադիոն և հանրային հեռուստատեսությունը պարտավոր են թեկնածուների, ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների (կուսակցությունների դաշինքների) համար ապահովել ոչ խտրական պայմաններ: Հանրային ռադիոյի և հանրային հեռուստատեսության լրատվական հաղորդումներում թեկնածուների, ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների (կուսակցությունների դաշինքների) նախընտրական քարոզչության վերաբերյալ ներկայացվում է անկողմնակալ և գնահատականներից զերծ տեղեկատվություն: Այս նորմն էլ ավելի ամրապնդվեց քննարկվող հոդվածում Օրենքով կատարված այն լրացմամբ, որ ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների (կուսակցությունների դաշինքների) և թեկնածուների վերաբերյալ նախընտրական քարոզչության հետ չկապված հրապարակումները պետք է լինեն առավելագույնս չեզոք:

Թեկնածուի, ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների (կուսակցությունների դաշինքների) կողմից նախընտրական քարոզչություն չիրականացնելը զանգվածային լրատվության միջոցի համար հիմք չէ տվյալ թեկնածուի, ընտրություններին մասնակցող կուսակցության մասին տեղեկություններ չհրապարակելու համար (20-րդ հոդվածի 3-րդ մասի 3-րդ պարբերություն):

Հետաքրքիր է ինչ տեղեկությունների մասին է խոսքը: Օրենսգրքի նման ձևակերպումը անորոշությունների տեղիք է տալիս: Մասնավորապես, հստակ չէ, թե զանգվածային լրատվության միջոցն ինչ տեղեկություններ կարող է հրապարակել: Արդյո՞ք կարելի է ենթադրել, որ խոսքը, օրինակ, թեկնածուի կամ կուսակցության նախընտրական ծրագրի լուսաբանման մասին է: Եթե այո, ապա լրատվամիջոցը հայեցողության ի՞նչ սահմաններ ունի այդ ծրագիրը լուսաբանելիս: Եվ վերջապես, արդյո՞ք այս կարգավորումից բխում է, որ զանգվածային լրատվության միջոցները պարտավոր են թեկնածուի կամ ընտրություններին մասնակցող կուսակցության մասին տեղեկություններ հրապարակել, թե՞ դա նրանց իրավունքն է: Եթե պարտականություն է, ապա կարո՞ղ ենք այն դիտարկել հավասար, ոչ խտրական լուսաբանման սկզբունքի տիրույթում: Մրանք հարցեր են, որոնք, կարծես, Օրենսգրքում չեն գտել իրենց պատասխանները: Բացի այդ, արդարացված լինել չի կարող լուսաբանման հավասարության պահանջը մի թեկնածուի կամ կուսակցության նկատմամբ, որը որոշել է նախընտրական քարոզչություն չիրականացնել: Այս համատեքստում հարց է առաջանում, թե ինչու է տվյալ թեկնածուն կամ կուսակցությունը մասնակցում ընտրություններին, եթե նախընտրական քարոզչություն չի իրականացնելու: Բացի այդ, 2021 թվականի խորհրդարանական ընտրությունների օրինակը առաջ է

բերում մեկ այլ խնդիր ևս: Մասնավորապես, վերջին ընտրություններին մասնակցում էին 25 կուսակցություններ և դաշինքներ: Դրանցից շատերը իրենց նախընտրական քարոզչության մեջ բավականին պասիվ էին, և արդյո՞ք նման դեպքերում զանգվածային լրատվամիջոցները պետք է իրենց ուներին վերցնեն վերջիններիս լուսաբանման բեռը:

Գրանցումն ուժը կորցրած կամ անվավեր ճանաչվելու պահից թեկնածուների, ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների հետ ռադիոընկերությունների և հեռուստաընկերությունների կնքած՝ նախընտրական քարոզչության նպատակով եթեր տրամադրելու պայմանագրերը համարվում են ուժը կորցրած, և դադարեցվում է նախընտրական քարոզչության նպատակով եթերի տրամադրումը: Ինչպես վերևում քննարկված՝ գրանցումն ուժը կորցրած կամ անվավեր ճանաչված թեկնածուների, ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների քարոզչական պաստառների և այլ նյութերի հեռացման հետ կապված խնդիրը, Օրենսգրքում անորոշ է նաև ռադիոընկերություններին և հեռուստաընկերություններին ընտրություններին մասնակցող թեկնածուների և կուսակցությունների գրանցումն ուժը կորցրած կամ անվավեր ճանաչելու որոշման մասին ծանուցելու հարցը: Ռադիոընկերությունները և հեռուստաընկերությունները վարչական վարույթի մասնակիցներ չեն, հետևաբար Օրենսգրքում հստակ պետք է կարգավորվեն ընդունված որոշման մասին վերջիններիս ծանուցելու կարգը և ժամկետները՝ գործնական խնդիրներից խուսափելու համար:

Ազգային ժողովի և 70 000-ից ավելի ընտրող ունեցող համայնքների ավագանու ընտրությունների ժամանակ հանրային ռադիոն և հանրային հեռուստատեսությունը պարտավոր են հեռարձակել ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների (կուսակցությունների դաշինքների) նախընտրական ծրագրերի մասին հաղորդումներ կամ թողարկումներ՝ ապահովելով անկողմնակալություն, հավասարակշռվածություն, գնահատականներից զերծ տեղեկատվություն և հավասար պայմաններ:

Օրենքի հիման վրա խնդրո առարկա հողվածում կատարված կարևոր լրացումներից էր նաև նախընտրական բանավեճերի իրավական կարգավորումը: Մասնավորապես, 20-րդ հողվածի խմբագրված տեքստը սահմանում է, որ Ազգային ժողովի և 70 000-ից ավելի ընտրող ունեցող համայնքների ավագանու ընտրությունների ժամանակ Հայաստանի հանրային հեռուստաընկերությունը նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում կազմակերպում է նախընտրական բանավեճեր՝ ապահովելով մասնակցության հավասար պայմաններ բոլոր կուսակցությունների (կուսակցությունների դաշինքների) համար: Նախընտրական բանավեճերի թեման, ձևաչափը և կանոնները որոշում է Հայաստանի հանրային հեռուստաընկերությունը: Նախընտրական բանավեճերը հեռարձակվում են ուղիղ եթերով:

Ազգային ժողովի ընտրությունների դեպքում նախընտրական բանավեճերի քանակը չպետք է պակաս լինի երեքից՝ յուրաքանչյուրն առնվազն 90 րոպե տևողությամբ, իսկ բանավեճերից առնվազն մեկին պետք է հրավիրվեն միայն կուսակցությունների (կուսակցությունների դաշինքների) ընտրական ցուցակների առաջին համարի թեկնածուները: Ազգային ժողովի ընտրություններին մասնակցող յուրաքանչյուր կուսակցություն (կուսակցությունների դաշինք) պետք է հնարավորություն ունենա մասնակցելու հավասար թվով նախընտրական բանավեճերի:

70 000-ից ավելի ընտրող ունեցող համայնքների ավագանու ընտրությունների ժամանակ Հայաստանի հանրային հեռուստաընկերությունը կազմակերպում է առնվազն մեկական, իսկ Երևանի ավագանու ընտրությունների ժամանակ՝ առնվազն երկու նախընտրական բանավեճ, որոնց մասնակցության հավասար պայմաններ են ապահովվում ընտրություններին մասնակցող բոլոր կուսակցությունների (կուսակցությունների դաշինքների) համար: Նախընտրական բանավեճի տևողությունը պետք է լինի ոչ պակաս, քան 90 րոպե:

Ինչպես տեսնում ենք, կատարված փոփոխություններում կարմիր թելի պես անցնում է ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների (կուսակցությունների դաշինքների) համար հավասար և ոչ խտրական մասնակցության ապահովման սկզբունքը:

Ազգային ժողովի և 70 000-ից ավելի ընտրող ունեցող համայնքների ավագանու ընտրությունների օրվա նշանակումից ոչ ուշ, քան 5 օր հետո Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովը հրապարակում է հանրային ռադիոյի և հանրային հեռուստատեսության վճարովի եթերաժամի մեկ րոպեի արժեքը, որը չի կարող գերազանցել ընտրությունների նշանակմանը նախորդող վերջին վեց ամսվա համար առևտրային գովազդի միջին արժեքի 50 տոկոսը, և որը մինչև նախընտրական քարոզչության ավարտը չի կարող փոփոխվել (20-րդ հոդվածի 5-րդ մաս): Այստեղ ևս Օրենքով կարևոր փոփոխություն կատարվեց՝ ի նպաստ ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների և դրանց դաշինքների: Մասնավորապես, նախքան Օրենքի ընդունումը Օրենսգրքում սահմանվում էր, որ հանրային ռադիոյի և հանրային հեռուստատեսության վճարովի եթերաժամի մեկ րոպեի գինը չէր կարող գերազանցել ընտրությունների նշանակմանը նախորդող վերջին 6 ամսվա համար առևտրային գովազդի՝ ձևավորված շուկայական արժեքը:

Ընդ որում, հանրային հեռուստատեսության և հանրային ռադիոյի համար Օրենսգրքով սահմանված դրույթները հավասարապես տարածվում են նաև թեկնածուներին, ընտրություններին մասնակցող կուսակցություններին (կուսակցությունների դաշինքներին) նախընտրական քարոզչություն իրականացնելու համար եթերաժամ տրամադրող մասնավոր հիմունքներով հեռուստառադիոհեռարձակում, այդ թվում՝

կաբելային (մալուխային) ցանցով, արբանյակային կապով և վերգետնյա էթերային հեռարձակում իրականացնող մյուս հեռուստաընկերությունների և ռադիոընկերությունների վրա՝ անկախ սեփականության ձևից, ինչպես նաև Հայաստանի Հանրապետությունում հիմնադրված հանրային մուլտիպլեքսի սլոթի օգտագործման լիցենզիա ունեցող մյուս բոլոր հեռարձակողների վրա:

Թեկնածուներին, ընտրություններին մասնակցող կուսակցություններին (կուսակցությունների դաշինքներին) նախընտրական քարոզչություն իրականացնելու համար էթերաժամ տրամադրող հեռուստառադիոհեռարձակում իրականացնող մասնավոր հեռուստաընկերությունները և ռադիոընկերությունները ընտրությունների նշանակումից ոչ ուշ, քան 5 օր հետո իրենց էթերով հրապարակում են իրենց վճարովի էթերաժամի մեկ րոպեի արժեքը, որը չի կարող գերազանցել ընտրությունների նշանակմանը նախորդող վերջին վեց ամսվա համար առևտրային գովազդի միջին արժեքը, և որը մինչև նախընտրական քարոզչության ավարտը չի կարող փոփոխվել:

Արգելվում է նախընտրական քարոզչությանը վերաբերող ռադիոհաղորդումները և հեռուստահաղորդումներն ընդմիջել առևտրային գովազդով (20-րդ հոդվածի 7-րդ մաս):

Վերգետնյա էթերային հեռարձակում իրականացնող հեռուստաընկերությունները և ռադիոընկերություններն արբանյակային հեռարձակում իրականացնելիս պարտավոր են պահպանել Օրենսգրքի 20-րդ հոդվածի պահանջները:

Օրենսգրիքը պարտավորեցնում է, որ նախընտրական քարոզչությանը վերաբերող ռադիոհաղորդումները և հեռուստահաղորդումները հեռուստառադիոհեռարձակում իրականացնելիս ձայնագրվեն և տեսագրվեն: Դրանք պահպանվում են առնվազն մինչև ընտրված մարմնի լիազորությունների ստանձնման օրը (20-րդ հոդվածի 9-րդ մաս):

Տեսալսողական և լսողական հաղորդումներ հեռարձակող հեռուստաընկերությունների և ռադիոընկերությունների կողմից նախընտրական քարոզչության սահմանված կարգի պահպանման նկատմամբ վերահսկողությունն իրականացնում է Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովը:

Օրենքով Հայաստանի հանրային հեռուստաընկերության անվճար էթերաժամերի և նախընտրական բանավեճերի ժամանակ հայերեն ժեստերի լեզվով թարգմանություն ապահովելու պահանջ սահմանվեց, ինչը կարևոր քայլ է ժեստերի լեզվով հաղորդակցվող անձանց տեղեկություններ ստանալու իրավունքների երաշխավորման տեսանկյունից: Բացի այդ, սահմանվեց նաև, որ Հայաստանի հանրային հեռուստաընկերության էթերով նախընտրական քարոզչության հետ կապված տեսալսողական հաղորդումների տեսագրություններն ապահովվեն հայերեն ենթագրերով:

Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների զարգացման ժամանակակից մակարդակը թույլ է տալիս նախընտրական քարոզչություն իրականացնել զանգվածային հաղորդակցության նորագույն միջոցներով, ինչպիսին է համացանցը: Այս առումով բազմիցս մեծանում է թեկնածուներին վարկաբեկող ոչ ստույգ տեղեկատվության, նյութերի ու հաղորդագրությունների տարածման, հանրային գիտակցությունը մանիպուլացնելու հնարավորությունը<sup>4</sup>:

Օրենքի կարևոր լրացումներից է նաև Օրենսգրքում 20.1 հոդվածի ներմուծումը, որը նվիրված է համացանցում նախընտրական քարոզչությանը: Մասնավորապես, համաձայն այդ հոդվածի՝ համացանցում գործող զանգվածային լրատվության միջոցները, ինչպես նաև համացանցային կայքի իրավատեր հանդիսացող անձինք՝ նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում թեկնածուների, ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների (կուսակցությունների դաշինքների) համար ապահովում են ոչ խտրական և ոչ կողմնակալ պայմաններ:

Նախընտրական քարոզչության ժամանակահատվածում համացանցում, այդ թվում՝ զանգվածային լրատվության միջոցներով, նախընտրական քարոզչությանը վերաբերող՝ վճարովի հիմունքներով գովազդային նյութեր և տեսանյութեր կարող են տեղադրվել միայն թեկնածուի, կուսակցության կամ նրա ներկայացուցչի հետ կնքված գրավոր պայմանագրի հիման վրա՝ նախընտրական հիմնադրամի միջոցների հաշվին (20.1 հոդվածի 2-րդ մաս):

Նախընտրական քարոզչական նյութերի հրապարակումը պետք է ուղեկցվի «Նախընտրական քարոզչություն» լուսագրով, իսկ քարոզչական տեսանյութերի դեպքում՝ տեսանյութի վրա տեղադրվող «Նախընտրական քարոզչություն» անընդմեջ ուղեկցվող լուսագրով: Նախընտրական քարոզչական նյութերի և տեսանյութերի հրապարակումը պետք է տեղեկություններ պարունակի պատվիրատուի վերաբերյալ:

Մի կողմից ողջունելի է, որ օրենսդիրն առաջին քայլն է արել համացանցում նախընտրական քարոզչության իրավական կարգավորման ուղղությամբ: Մյուս կողմից, դրա իրավակարգավորումների բացերը բազում հարցեր են ծնում, որոնք գործնականում կարող են խնդիրներ առաջացնել համացանցում նախընտրական քարոզչության հսկողության նկատմամբ: Մասնավորապես, ո՞ր մարմինը պետք է հսկի համացանցի զանգվածային լրատվամիջոցների կամ համացանցային կայքի իրավատեր հանդիսացող անձանց կողմից նախընտրական քարոզչությունը և խախտումների դեպքում պատասխանատվության միջոցներ կիրառի: Ինչպե՞ս վարվել, եթե օտարերկրյա պետությունում գրանցված համացանցային զանգվածային լրատվամիջոցը, որը Հայաստանի Հանրապետությունում ունի մեծ լսարան, չի հետևում Օ-

<sup>4</sup> Տե՛ս **Шапова А. А., Куликова С. А.** Правовое регулирование предвыборной агитации в сети Интернет, Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. 2016. Т. 16, вып. 4, <https://cyberleninka.ru/article/n/pravovoe-regulirovanie-predvybornoy-agitatsii-v-seti-internet>

րենսգրքով սահմանված կանոններին: Համացանցով նախընտրական քարոզչության հետ կապված խնդիրները բազմաթիվ են<sup>5</sup>, և եթե դրանք պատշաճ չկանոնակարգվեն, ապա կատարվի, որ Օրենսգրքում ներմուծված հոդվածը հռչակագրային բնույթ է կրելու և գործնականում ոչինչ չի տալու: Արդյունքում կարող ենք ունենալ մի իրավիճակ, երբ համացանցային լրատվամիջոցները կամ կայքերը, որոնք հաճախ փոխկապակցված են կամ ասոցացվում են ընտրություններին մասնակցող այս կամ այն թեկնածուի կամ կուսակցության հետ, միակողմանի քարոզչություն կիրականացնեն:

Օրենքի նորամուծություններից է նաև Ազգային ժողովի ընտրությունների ժամանակ նախընտրական քարոզչական նյութերի հասանելիությունը գորամասերում և զինվորական հաստատություններում (հոդված 93.1): Մասնավորապես, այդ հոդվածի 1-ին մասի համաձայն՝ գորամասերում և զինվորական հաստատություններում գորամասի հրամանատարական կազմը և զինվորական հաստատության ղեկավարությունը զինձառայողների համար ապահովում են տեսալսողական մեդիաձառայություններ մատուցողների միջոցով նախընտրական քարոզչությանը հետևելու, ներառյալ քաղաքական գովազդների, ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների (կուսակցությունների դաշինքների) և թեկնածուների միջև նախընտրական բանավեճերի դիտման հնարավորություն:

Ջորամասերում և զինվորական հաստատություններում գորամասի հրամանատարական կազմը և զինվորական հաստատության ղեկավարությունը ապահովում են գորամասի կամ զինվորական հաստատության տարածքում՝ տեղեկատվության համար նախատեսված սենյակում, ընտրություններին մասնակցող կուսակցությունների (կուսակցությունների դաշինքների)՝ Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովի համացանցային կայքում հրապարակված նախընտրական ծրագրերի մատչելիությունը տպագիր եղանակով, իսկ հնարավորության դեպքում՝ նաև էլեկտրոնային եղանակով՝ Կենտրոնական ընտրական հանձնաժողովի կայքում հրապարակվելուց հետո՝ երկօրյա ժամկետում:

Ձինձառայողներն իրավունք ունեն հետևելու նախընտրական քարոզչությանը ծառայողական պարտականությունները կատարելուց հետո ազատ ժամերին կամ օրերին:

Արգելվում է զինվորական ծառայությունում ստորադասության (ենթակայության) հարաբերությունների օգտագործումը ստորադաս (ենթակա) զինձառայողների՝ նախընտրական քարոզչությանը հետևելու իրավունքի իրացումն անհիմն սահմանափակելու կամ այլ կերպ խոչընդոտելու նպատակով (հոդված 93.1):

Այսպիսով, ամփոփելով վերոշարադրյալը, կարող ենք արձանագ-

<sup>5</sup> Համացանցով նախընտրական քարոզչության խնդիրների առնչությամբ տե՛ս Internet and electoral campaigns. Study on the use of internet in electoral campaigns. <https://rm.coe.int/use-of-internet-in-electoral-campaigns-/16807c0e24>

րել, որ նախընտրական քարոզչության մասով Օրենսգրքում կատարված փոփոխությունները և լրացումները էական կարող են լինել ընտրություններում թեկնածուների, կուսակցությունների և կուսակցությունների դաշինքների համար հավասար և ոչ խտրական քարոզչության իրականացման նախադրյալներ ստեղծելու առումով: Այնուամենայնիվ, հոդվածում բարձրացված մի շարք հարցերի կարգավորման տեսանկյունից Օրենսգրքի նորմերը լիարժեք չեն և հետագա կատարելագործման կարիք ունեն:

**АРТАК АСАТРЯН – Проблемы правового регулирования предвыборной агитации в Республике Армения.** – Предвыборная агитация занимает центральное место в избирательной кампании, часто предопределяя исход выборов. В статье рассматриваются положения о предвыборной агитации Конституционного закона «Избирательный кодекс Республики Армения», подчеркиваются проблемы и пробелы в данных положениях и вносится ряд предложений по их устранению. Особое внимание уделено последним изменениям и дополнениям главы, посвященной предвыборной агитации Избирательного кодекса, в частности, определениям предвыборной агитации и политической рекламы, правовому регулированию предвыборной агитации в сети Интернет, новым ограничениям для организаций осуществлять благотворительную деятельность во время выборов, новым субъектам, не имеющим права на агитацию и т.д.

**Ключевые слова:** предвыборная агитация, выборы, избирательное право, агитационный плакат, политическая реклама, освещение выборов, административное производство, равные условия предвыборной агитации, агитация в Интернете, агитация в СМИ, ограничение агитации.

**ARTAK ASATRYAN – Problems of Legal Regulation of Election Campaign in the Republic of Armenia.** – The election campaign plays a key role in the electoral process often predetermining the outcome of elections. The provisions on the election campaign of the Constitutional Law “Electoral Code of the Republic of Armenia” are discussed in the article. The problems and gaps in these provisions are highlighted and a number of proposals for their elimination are made. Special attention is paid to the latest amendments and additions to the chapter on Election Campaign of the Electoral Code, in particular, to the definitions of election campaign and political advertising, to the legal regulation of election campaign on the Internet, to the new restrictions for organizations to do charity during elections, to other limitations of election campaign, etc.

**Key words:** election campaign, elections, suffrage, electoral law, campaign poster, political advertising, election coverage, administrative proceedings, equal conditions for election campaign, campaign on the Internet, campaign in the media, campaign restrictions