



**ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ԱԶԳԱՅԻՆ ԺՈՂՈՎ
ՊԱՏԳԱՄԱՎՈՐ**

0095, Բ.Երևան, Մ.Բաղրամյան պող., 19

**ԱԶԳԱՅԻՆ ԺՈՂՈՎԻ ՆԱԽԱԳԱՀ
ՊԱՐՈՆ ԱԼԵՆ ՍԻՄՈՆՅԱՆԻՆ**

Մեծարգո՝ պարոն Սիմոնյան,

Համաձայն Հայաստանի Հանրապետության Սահմանադրության 109-րդ եւ «Ազգային ժողովի կանոնակարգ» սահմանադրական օրենքի 65-րդ եւ 67-րդ հոդվածների՝ օրենսդրական նախաձեռնության կարգով Ձեզ եմ ներկայացնում «Տեսալսողական մեդիայի մասին» օրենքում լրացում կատարելու մասին» և «Գովազդի մասին» օրենքում փոփոխություններ կատարելու մասին օրենքների նախագիծը:

Ազգային ժողովի աշխատակարգի 25-րդ կետի համաձայն գրությանը կցվում են՝

ա) օրենքների նախագիծը,

բ) նախագծի ընդունման հիմնավորումը,

գ) գործող օրենքում փոփոխվող հոդվածների մասին տեղեկանքները:

Օրենքի նախագծի հիմնական գեկուցող՝ Գեորգ Պապոյան:

Խնդրում եմ օրենքի նախագիծը սահմանված կարգով դնել շրջանառության մեջ:

ՀԱՐԳԱՆՔՈՎ՝

ԳԵՎՈՐԳ ՊԱՊՈՅԱՆ (021)

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ

ՕՐԵՆՔԸ

«ՏԵՍԱԼՍՈՂԱԿԱՆ ՄԵԴԻԱՅԻ ՄԱՍԻՆ» ՕՐԵՆՔՈՒՄ ԼՐԱՑՈՒՄ ԿԱՏԱՐԵԼՈՒ ՄԱՍԻՆ

Հոդված 1. «Տեսալսողական մեդիայի մասին» 2020 թվականի հուլիսի 16-ի ՀՕ-395-Ն օրենքի (այսուհետ՝ Օրենք) 43-րդ հոդվածը լրացնել նոր 4-րդ մասով՝ հետևյալ խմբագրությամբ.

«4. Սույն հոդվածի 1-ին մասի 1-ին կետով սահմանված անունը չի կարող համընկնել կամ շփոթելու աստիճան նման լինել ընկերության ապրանքային նշանի կամ անվան հետ, իրենց գովազդներում օգտագործված գրաֆիկական, ձայնային նշաններին նույնական կամ շփոթելու աստիճան նման նշաններին, որը վերջին հինգ տարում զբաղվել է շահումով խաղի (ինտերնետ շահումով խաղի) կամ վիճակախաղի կազմակերպչի գործունեությամբ:»:

Հոդված 2. Սույն օրենքն ուժի մեջ է մտնում պաշտոնական հրապարկման հաջորդ օրը և տարածվում է մինչև ուժի մեջ մտնելը առաջացած իրավահարաբերությունների վրա:

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ՕՐԵՆՔԸ

«ԳՈՎԱԶԴԻ ՄԱՍԻՆ» ՕՐԵՆՔՈՒՄ ՓՈՓՈԽՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ԿԱՏԱՐԵԼՈՒ ՄԱՍԻՆ

Հոդված 1. «Գովազդի մասին» 1996 թվականի ապրիլի 30-ի ՀՕ-55 օրենքի (այսուհետ՝ Օրենք) 9-րդ հոդվածը շարադրել հետևյալ խմբագրությամբ.

«Հոդված 9. Գովազդը տեսալսողական մեդիայում

1. Արգելվում է մինչև 10 րոպե տևողությամբ լսողական հաղորդումներում և մինչև 20 րոպե տևողությամբ տեսալսողական հաղորդումներում մեկ անգամից ավելի գովազդային ընդհատումը (ընդմիջումը):
2. Արգելվում է տեսալսողական հաղորդման ընթացքում հեռարձակել գովազդ յուրաքանչյուր 1 եթերային ժամի հաշվով 14 րոպեից ավելի տևողությամբ: Օրվա եթերային ժամի հաշվարկը սկսվում է յուրաքանչյուր օր 00.00 ժամից:
3. Արգելվում է գովազդային ընդհատումը լրատվական հաղորդումների ժամանակ:
4. Արգելվում է գովազդը Հանրային հեռարձակողի կրթական-մշակութային ուղղվածության ծրագրում:
5. Արգելվում է տեսալսողական ծրագրի անվան մեջ ներառել այնպիսի բառ(եր), որը նույնական է կամ շփոթելու աստիճանի նման է վերջին հինգ տարվա ընթացքում Հայաստանի Հանրապետությունում գործող շահումով խաղի (ինտերնետ շահումով խաղի) կամ վիճակախաղի կազմակերպչի անվանմանը:
6. Տեսալսողական մեդիայում հեռարձակվող գովազդային հատուկ հաղորդումների հաճախականությունը չի սահմանափակվում, սակայն յուրաքանչյուր առանձին հաղորդման տևողությունը եթերային 1 ժամվա ընթացքում չպետք է լինի 5 րոպեից ավելի:
7. Սույն հոդվածի դրույթները չեն գործում, եթե տեսալսողական հաղորդումը կրում է բացառապես գովազդային բնույթ, կամ գովազդը հաղորդվում է գովազդային տեսալսողական ծրագրով:
8. Տեսալսողական հաղորդումների հովանավորությունը, գովազդի գուգակցումը տեսալսողական հաղորդումների հետ «վազող տողի» եղանակով, հեռուստախանութները, ինչպես նաև հեռուստառադիոհաղորդումների ազդին նախորդող և (կամ) հաջորդող տվյալ հեռուստառադիոհաղորդման հովանավորների մասին ցանկացած տեսակի տեղեկության հեռարձակումը համարվում են տեսալսողական մեդիայում հեռարձակվող գովազդ:»

Հոդված 2. Օրենքի 14-րդ հոդվածի 2-րդ մասում «ռադիոհեռուստահաղորդումներում» բառը փոխարինել «տեսալսողական հաղորդումներում» բառերով:

Հոդված 3. Օրենքի 15-րդ հոդվածում՝

- 1) 10-րդ մասի առաջին պարբերության «հեռուստահաղորդմամբ» բառը փոխարինել «տեսալսողական հաղորդմամբ» բառերով,
- 2) 12-րդ մասը շարադրել հետևյալ խմբագրությամբ. «Արգելվում է վիճակախաղի, շահումով խաղի, ինտերնետ շահումով խաղի, խաղատան, գիշերային ակումբի, ծխախոտի, ինչպես նաև սույն օրենքով՝ տեսալսողական մեդիայում գովազդի համար արգելված ապրանքների և ծառայությունների՝ որպես հովանավորների հիշատակումը Հանրային հեռարձակողների ծրագրերում:»,
- 3) 12.1-րդ մասը փոխարինել 13-րդ մասով՝ հետևյալ խմբագրությամբ. «Հանրային հեռարձակողի ծրագրերում արգելվում է վիճակախաղի, ոչ խաղարկությունով վիճակախաղի, խաղարկությունով վիճակախաղի, համակցված վիճակախաղի, գովազդային վիճակախաղի, տոտալիզատորների, ինտերնետ շահումով խաղերի, գիշերային ակումբների գովազդը:»,
- 4) 14-րդ մասում «հեռուստառադիո» բառը փոխարինել «տեսալսողական» բառով:

Հոդված 4. Օրենքի 24-րդ հոդվածի 2-րդ մասը շարադրել հետևյալ խմբագրությամբ. «Տեսալսողական մեդիայի ոլորտում գովազդի մասին օրենսդրության պահպանման նկատմամբ վերահսկողություն իրականացնող Հայաստանի Հանրապետության պետական կառավարման լիազորված մարմինը Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովն է:»:

Հոդված 5. Սույն օրենքն ուժի մեջ է մտնում պաշտոնական հրապարկման հաջորդ օրը:

ՏԵՂԵԿԱՆՔ

ԳՈՐԾՈՂ ՕՐԵՆՔԻ ՓՈՓՈԽՎՈՂ ՀՈԴՎԱԾՆԵՐԻ ՎԵՐԱԲԵՐՅԱԼ

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ

Օ Ր Ե Ն Ք Ը

«ՏԵՍԱԼՍՈՂԱԿԱՆ ՄԵԴԻԱՅԻ ՄԱՍԻՆ»

Հոդված 43. Հեղինակագործումը

1. Իրավաբանական կամ ֆիզիկական անձը Հեռարձակողի կարգավիճակ ստանալու համար կարգավորող պետական մարմին է ներկայացնում հեղինակագործման հայտ, որում նշվում են՝

- 1) հայտատուի անվանումը.
- 2) իրավաբանական անձի գրանցման համարը, իսկ ֆիզիկական անձի համար՝ հաշվառման համարը.
- 3) իրավաբանական անձի գտնվելու վայրը, իսկ ֆիզիկական անձի համար՝ հաշվառման վայրը.
- 4) հեռախոսահամարը, էլեկտրոնային փոստի հասցեն.
- 5) տեսալսողական ծրագրի անվանումը.
- 6) հայտը ներկայացնելու ժամանակաթիվը.
- 7) հայտատուի ստորագրությունը:

2. Հեղինակագործման հայտը բավարարվում է այն կարգավորող պետական մարմին ներկայացվելուց հետո՝ տասնօրյա ժամկետում:

3. Սույն հոդվածի 1-ին մասի 1-5-րդ կետերով նախատեսված որևէ պայմանի փոփոխության դեպքում Հեռարձակողը եռօրյա ժամկետում այն ներկայացնում է կարգավորող պետական մարմին:

4 Սույն հոդվածի 1-ին մասի 1-ին կետով սահմանված անունը չի կարող համընկնել կամ շփոթելու աստիճան նման լինել ընկերության ապրանքային նշանի կամ անվան հետ, իրենց գովազդներում օգտագործված գրաֆիկական, ձայնային նշաններին նույնական կամ շփոթելու աստիճան նման նշաններին, որը վերջին հինգ տարում գրադվել է շահումով խաղի (ինտերնետ շահումով խաղի) կամ վիճակախաղի կազմակերպչի գործունեությամբ:

ՏԵՂԵԿԱՆՔ

ԳՈՐԾՈՂ ՕՐԵՆՔԻ ՓՈՓՈԽՎՈՂ ՀՈՂՎԱԾՆԵՐԻ ՎԵՐԱԲԵՐՅԱԼ

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ

Օ Ր Ե Ն Ք Ը

«ԳՈՎԱԶԴԻ ՄԱՍԻՆ»

Հոդված 9. Գովազդը զանգվածային տեղեկատվության էլեկտրոնային միջոցներում

1. Արգելվում է մինչև 10 րոպե տևողությամբ ռադիոհաղորդումներում և մինչև 20 րոպե տևողությամբ հեռուստահաղորդումներում մեկ անգամից ավելի գովազդային ընդհատումը (ընդմիջումը):

2. Արգելվում է ռադիոհեռուստատեսային հաղորդման ընթացքում հեռարձակել գովազդ յուրաքանչյուր 1 եթերային ժամի հաշվով 14 րոպեից ավելի տևողությամբ: Եթերային ժամի հաշվարկը սկսել յուրաքանչյուր օր 00.00 ժամից:

3. Արգելվում է գովազդային ընդհատումը պաշտոնային լրատվական հաղորդագրությունների ժամանակ:

3.1. Արգելվում է գովազդի հեռարձակումը վերահեռարձակող հեռուստառադիոընկերությունների և Հանրային հեռուստառադիոընկերության հոգևոր մշակութային ուղղվածության հեռուստաալիքի կողմից, բացառությամբ վերահեռարձակվող օտարերկրյա հեռուստառադիոծրագրերում ներառված գովազդի:

4. Զանգվածային տեղեկատվության էլեկտրոնային միջոցներով հեռարձակվող գովազդային հատուկ հաղորդումների հաճախականությունը չի սահմանափակվում, սակայն յուրաքանչյուր առանձին հաղորդման տևողությունը եթերային 1 ժամվա ընթացքում չպետք է լինի 5 րոպեից ավելի:

5. Սույն հոդվածի դրույթները չեն գործում, եթե ռադիոհեռուստատեսային հաղորդումը կրում է բացառապես գովազդային բնույթ, կամ գովազդը հաղորդվում է գովազդային ալիքով:

6. Հեռուստառադիոհաղորդումների հովանավորությունը, գովազդի գույքակցումը հեռուստահաղորդումների հետ «վազող տողի» եղանակով, հեռուստախանութները, ինչպես նաև հեռուստառադիոհաղորդումների ազդին նախորդող և (կամ) հաջորդող տվյալ հեռուստառադիոհաղորդման հովանավորների մասին ցանկացած տեսակի տեղեկության հեռարձակումը համարվում են զանգվածային տեղեկատվության էլեկտրոնային միջոցներով հեռարձակվող գովազդ:

(9-րդ հոդ. փոփ. 26.05.11 ՀՕ-205-Ն օրենք)

Հոդված 9. Գովազդը տեսալսողական մեդիայում

1. Արգելվում է մինչև 10 րոպե տևողությամբ լսողական հաղորդումներում և մինչև 20 րոպե տևողությամբ տեսալսողական հաղորդումներում մեկ անգամից ավելի գովազդային ընդհատումը (ընդմիջումը):

2. Արգելվում է տեսալսողական հաղորդման ընթացքում հեռարձակել գովազդ յուրաքանչյուր 1 եթերային ժամի հաշվով 14 րոպեից ավելի տևողությամբ: Օրվա եթերային ժամի հաշվարկը սկսվում է յուրաքանչյուր օր 00.00 ժամից:

3. Արգելվում է գովազդային ընդհատումը լրատվական հաղորդումների ժամանակ:
4. Արգելվում է գովազդը Հանրային հեռարձակողի կրթական-մշակութային ուղղվածության ծրագրում:
5. Արգելվում է տեսալսողական ծրագրի անվան մեջ ներառել այնպիսի բառ(եր), որը նույնական է կամ շփոթելու աստիճանի նման է վերջին հինգ տարվա ընթացքում Հայաստանի Հանրապետությունում գործող շահումով խաղի (ինտերնետ շահումով խաղի) կամ վիճակախաղի կազմակերպչի անվանմանը:
6. Տեսալսողական մեդիայում հեռարձակվող գովազդային հատուկ հաղորդումների հաճախականությունը չի սահմանափակվում, սակայն յուրաքանչյուր առանձին հաղորդման տևողությունը եթերային 1 ժամվա ընթացքում չպետք է լինի 5 րոպեից ավելի:
7. Սույն հոդվածի դրույթները չեն գործում, եթե տեսալսողական հաղորդումը կրում է բացառապես գովազդային բնույթ, կամ գովազդը հաղորդվում է գովազդային տեսալսողական ծրագրով:
8. Տեսալսողական հաղորդումների հովանավորությունը, գովազդի գուգակցումը տեսալսողական հաղորդումների հետ «վազող տողի» եղանակով, հեռուստախանութները, ինչպես նաև հեռուստատաղիոհաղորդումների ազդին նախորդող և (կամ) հաջորդող տվյալ հեռուստատաղիոհաղորդման հովանավորների մասին ցանկացած տեսակի տեղեկության հեռարձակումը համարվում են տեսալսողական մեդիայում հեռարձակվող գովազդ:»

Հոդված 14. Անչափահասների պաշտպանությունը գովազդի արտադրության, տեղաբաշխման և տարածման ժամանակ

1. Արգելվում է այն գովազդը, որտեղ՝
- ա) օգտագործվում են անչափահասների դյուրահավատությունն ու անփորձությունը.
 - բ) պարունակվում են տեսաձայնային այնպիսի դրվագներ, որոնք կարող են բարոյական կամ ֆիզիկական վնաս պատճառել անչափահասներին.
 - գ) խաթարվում են ծնողների և դաստիարակների հեղինակությունը, անչափահասների վստահությունը նրանց նկատմամբ:
2. Արգելվում է ալկոհոլային խմիչքների գովազդի տեղակայումը մանկապատանեկան—~~ռադիոհեռուստահաղորդումներում~~ տեսալսողական հաղորդումներում, անչափահասներին վերաբերող տպագիր հրատարակություններում, ինչպես նաև մանկական, ուսումնական, բուժական, մշակութային, մարզական կազմակերպություններում, հաստատություններում և դրանց տարածքում, պատմական և մշակութային վայրերում, մինչև 18 տարեկան անձանց համար նախատեսված հանգստի և ժամանցի կենտրոններում, հանրային սննդի օբյեկտների տարածքում:
3. Արգելվում է անչափահասների կերպարների տեսաձայնային կամ այլ ձևով օգտագործումը գովազդում, եթե այն չի վերաբերում անչափահասների համար նախատեսված ապրանքներին:

(14-րդ հոդ. փոփ. 26.06.02 ՀՕ-394-Ն, 13.02.20 ՀՕ-94-Ն օրենքներ)

**Հոդված 15. Ապրանքների առանձին տեսակների գովազդի
առանձնահատկությունները**

1. Ալկոհոլային խմիչքների գովազդի դեպքերում արգելվում է՝

ա) ներշնչել, որ ալկոհոլն ունի բուժական, խթանող, հանգստացնող և լարվածությունը թուլացնող հատկություններ.

բ) դրդել սպառողներին ալկոհոլի օգտագործմանը, բացասական գնահատական տալ չափավոր օգտագործմանը կամ չօգտագործմանը.

գ) ներկայացնել խմիչքներում ալկոհոլի բարձր աստիճանը՝ որպես դրական հատկություն.

դ) ներշնչել, որ ալկոհոլային խմիչքներ օգտագործելն էական է բարետես կազմվածք ձեռք բերելու, հասարակական հաջողության հասնելու կամ գրավչություն ստանալու համար.

ե) նկարահանել և պատկերել 25 տարեկանից ցածր տարիք ունեցող անձանց:

2. Արգելվում են ծխախոտային արտադրատեսակների, դրանց պատկանելիքների, ծխախոտային արտադրատեսակների փոխարինիչների (բացառությամբ բժշկական նպատակով օգտագործվող փոխարինիչների), ծխախոտային արտադրատեսակների նմանակների, ներառյալ՝ դրանց օգտագործման գովազդի բոլոր ձևերը:

3. Արգելվում է ալկոհոլային խմիչքների գովազդման ժամանակ դիմել անմիջապես անչափահասներին:

4. Արգելվում է ալկոհոլային խմիչքների գովազդի ժամանակ ցույց տալ կամ պատկերել դրանց օգտագործման ընթացքը:

5. Արգելվում է՝

ա) («ա» կետն ուժը կորցրել է 21.03.2020 թվականից՝ 13.02.20 ՀՕ-94-Ն օրենք)

բ) զանգվածային տեղեկատվության էլեկտրոնային միջոցներով ժամը 06:00-ից մինչև 22:30-ը ցուցադրել թունդ ալկոհոլային խմիչքների (սպիրտի պարունակությունը 20 և ավելի ծավալային միավոր) գովազդ:

5.1. Արգելվում է՝

ա) («ա» կետն ուժը կորցրել է 21.03.2020 թվականից՝ 13.02.20 ՀՕ-94-Ն օրենք)

բ) ալկոհոլային խմիչքների գովազդ տեղադրել լրագրերի կամ ամսագրերի առաջին էջի ու կազմի վրա:

5.2. (5.2-րդ մասն ուժը կորցրել է 21.03.2020 թվականից՝ 13.02.20 ՀՕ-94-Ն օրենք)

5.3. (5.3-րդ մասն ուժը կորցրել է 21.03.2020 թվականից՝ 13.02.20 ՀՕ-94-Ն օրենք)

6. Մանկական և վաղ տարիքի երեխաների կաթնախառնուրդների, մինչև 6 ամսական մանուկների համար մանկական կաթնախառնուրդ չհանդիսացող ցանկացած սննդամթերքի և հարակից ապրանքների գովազդն արգելվում է:

7. Արգելվում է դեղերի, բուժօտեխնիկայի և բուժական մեթոդների գովազդը՝ առանց Հայաստանի Հանրապետության առողջապահության նախարարության թույլտվության:

Արգելվում է այն դեղերի, բուժօտեխնիկայի և բուժական մեթոդների գովազդը, որոնց կիրառումը պահանջում է բժշկի հատուկ նշանակում:

Դրանց ցանկը հաստատվում է Հայաստանի Հանրապետության կառավարության կողմից:

7.1. Դեղերի գովազդի հետ կապված հարաբերությունները կարգավորվում են նաև «Դեղերի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքով:

7.2. Բուժտեխնիկական և բուժական մեթոդները զանգվածային տեղեկատվության էլեկտրոնային և տպագիր միջոցներով կամ արտաքին գովազդային վահանակների միջոցով գովազդելու դեպքում գովազդի վրա պետք է նշվեն Հայաստանի Հանրապետության առողջապահության նախարարության թույլտվության համարն ու ամսաթիվը:

7.3. Բժշկական օգնություն և սպասարկում, դեղատնային գործունեություն, դեղերի արտադրություն, բժշկական միջին մասնագիտական և բարձրագույն կրթական ծրագրեր իրականացնող կազմակերպությունների կամ անհատ ձեռնարկատերերի գովազդման ժամանակ գովազդում պարտադիր պետք է նշվեն կազմակերպության կամ անհատ ձեռնարկատիրոջ գործունեության լիցենզիայի համարը և տրամադրման ամսաթիվը:

7.4. Դեղերի, բուժտեխնիկայի և բուժական մեթոդների գովազդի թույլտվության տրամադրման կարգն ու այդ գովազդին ներկայացվող պահանջները հաստատում է Հայաստանի Հանրապետության կառավարությունը:

7.5. Արգելվում է մարդու օրգանների և հյուսվածքների առևտրային (կոմերցիոն) բնույթ կրող գովազդը:

8. Արգելվում է զենքի և զինամթերքի գովազդը՝ բացառությամբ որսորդական և սպորտային զենքի և զինամթերքի:

9. Գովազդային վիճակախաղի դրամական շահումների գովազդելը զանգվածային տեղեկատվության միջոցներով արգելվում է:

10. (1-ին պարբերությունն ուժը կորցրել է 11.09.2022 թվականից՝ 04.03.22 ՀՕ-50-Ն օրենք)

(2-րդ պարբերությունն ուժը կորցրել է 11.09.2022 թվականից՝ 04.03.22 ՀՕ-50-Ն օրենք)

Խաղարկությունով կամ համակցված վիճակախաղի շահումային ֆոնդի խաղարկության հեռարձակում կարող է իրականացվել լիազոր մարմնի հետ համաձայնեցված՝ վիճակախաղի կազմակերպման և անցկացման կանոնակարգով սահմանված պարբերականությամբ, ընդ որում այն կարող է հեռարձակվել ~~հեռուստատեսությամբ~~ տեսալսողական հաղորդմամբ ժամը 22:00-07:00-ն ընկած ժամանակահատվածում, և դրա ընդհանուր տևողությունը չի կարող գերազանցել 30 րոպեն:

(4-րդ պարբերությունն ուժը կորցրել է 11.09.2022 թվականից՝ 04.03.22 ՀՕ-50-Ն օրենք)

(5-րդ պարբերությունն ուժը կորցրել է 11.09.2022 թվականից՝ 04.03.22 ՀՕ-50-Ն օրենք)

Արտաքին գովազդը չպետք է գերազանցի 5 մետր քառակուսին և պարունակելու է միայն իր ֆիրմային անվանումը (լոգոն), իսկ շենքերի, շինությունների կամ սրահների մուտքերի մոտ արտաքին գովազդը չպետք է գերազանցի 0.5 մետր քառակուսին և պարունակելու է միայն իր ֆիրմային անվանումը (լոգոն):

(7-րդ պարբերությունն ուժը կորցրել է 11.09.2022 թվականից՝ 04.03.22 ՀՕ-50-Ն օրենք)

Տոտալիզատորներ, շահումով խաղեր, ինտերնետ շահումով խաղեր կամ խաղատներ գովազդելիս պետք է տեսանելի լինի «21+» նշագրումը, իսկ խաղարկությունով, ոչ խաղարկությունով կամ համակցված վիճակախաղ գովազդելիս՝ «18+» նշագրումը:

Հայաստանի Հանրապետության օրենքներով և ենթաօրենսդրական նորմատիվ իրավական ակտերով սահմանված կարգով համապատասխան լիցենզիա չստացած վիճակախաղի, շահումով խաղի, ինտերնետ շահումով խաղի կամ խաղատան

կազմակերպիչներն իրավունք չունեն իրականացնելու համապատասխան գործունեության գովազդ Հայաստանի Հանրապետությունում:

Արգելվում է սույն մասով չնախատեսված եղանակով և միջոցներով իրականացնել գովազդ:

11. Վիճակախաղի, շահումով խաղի, ինտերնետ շահումով խաղի կամ խաղատան գովազդի ժամանակ արգելվում է դրամական միջոցների կամ անչափահասների կերպարների ցուցադրումը:

11.1. Վիճակախաղի, շահումով խաղի, ինտերնետ շահումով խաղի կամ խաղատների գովազդի ժամանակ արգելվում է՝

ա) որևէ կերպ դիմել անչափահասներին.

բ) տպավորություն ստեղծել, թե խաղին մասնակցելն ապահովում է պարբերաբար եկամուտ (շահույթ) ստանալու հնարավորությունը կամ աշխատանքի այլընտրանք է.

գ) տպավորություն ստեղծել, թե եկամուտ (շահույթ) ստանալը երաշխավորված է.

դ) ներշնչել, որ խաղի միջոցով հնարավոր է հասնել հասարակական, մասնագիտական, մարզական հաջողության.

ե) քննադատել վիճակախաղին կամ ինտերնետ շահումով խաղին չմասնակցելը:

11.2. Վիճակախաղի, շահումով խաղի, ինտերնետ շահումով խաղի կամ խաղատների գովազդը պետք է պարունակի ոչ սթափ կամ հոգեճնշող վիճակում խաղալու անթույլատրելիության վերաբերյալ նախազգուշացնող տեղեկատվություն:

11.3. Վիճակախաղի, շահումով խաղի, ինտերնետ շահումով խաղի, խաղատների կամ խաղարկությունով կամ համակցված վիճակախաղի շահումային ֆոնդի խաղարկության գովազդը պարտադիր պարունակելու է հետևյալ բովանդակությամբ նախազգուշացում.

«Նախազգուշացում՝ խաղին մասնակցությունը նյութական վնասներ կրելու ռիսկ է պարունակում» կամ «Նախազգուշացում՝ խաղին մասնակցելով կարող եք կրել նյութական վնասներ»: Ընդ որում, նշված նախազգուշացումը պետք է լինի ոչ պակաս շեշտադրված, քան գովազդում առկա մնացած տեղեկատվությունը:

12. ~~Արգելվում է վիճակախաղի, շահումով խաղի, ինտերնետ շահումով խաղի, խաղատան, գիշերային ակումբի, ծխախոտի, ինչպես նաև սույն օրենքով՝ հեռուստատեսությամբ՝ գովազդի համար արգելված ապրանքների և ծառայությունների՝ որպես հովանավորների հիշատակումը Հանրային հեռուստատեսությամբ: Արգելվում է վիճակախաղի, շահումով խաղի, ինտերնետ շահումով խաղի, խաղատան, գիշերային ակումբի, ծխախոտի, ինչպես նաև սույն օրենքով՝ տեսալսողական մեդիայում գովազդի համար արգելված ապրանքների և ծառայությունների՝ որպես հովանավորների հիշատակումը Հանրային հեռարձակողների ծրագրերում:~~

~~12.1. 13. Հանրային հեռուստատեսությամբ արգելվում է վիճակախաղի, ոչ խաղարկությունով վիճակախաղի, խաղարկությունով վիճակախաղի, համակցված վիճակախաղի, գովազդային վիճակախաղի, տոտալիզատորների, ինտերնետ շահումով խաղերի, գիշերային ակումբների գովազդը: Հանրային հեռարձակողի ծրագրերում արգելվում է վիճակախաղի, ոչ խաղարկությունով վիճակախաղի, խաղարկությունով վիճակախաղի, համակցված վիճակախաղի, գովազդային վիճակախաղի, տոտալիզատորների, ինտերնետ շահումով խաղերի, գիշերային ակումբների գովազդը:~~

13. (13-րդ մասն ուժը կորցրել է 11.09.2022 թվականից՝ 04.03.22 ՀՕ-50-Ն օրենք)

14. Մշակութային ծառայություններ մատուցող կազմակերպությունները կամ անհատ ձեռնարկատերերը (գովազդատուները) թատերահամերգային, հանրային միջոցառումների, փառատոների, համերգային հյուրախաղերի գովազդում, հանրային տեղեկատվության բոլոր՝ ~~հեռուստատեսային տեսալսողական~~, էլեկտրոնային, տպագիր կամ արտաքին գովազդի միջոցներում պարտադիր տեղեկություններ պետք է նշեն գովազդատուի, ձեռնարկի բովանդակության կամ ժանրային տեսակի, հեղինակի, մասնակիցների, վայրի, ժամանակի, ինչպես նաև համերգային կատարումների ձայնային առանձնահատկությունների (կենդանի կատարում կամ որևէ տեսակի ձայնագրվածքի (ֆոնոգրամայի) օգտագործման մասին:

Կենդանի կատարման կամ ձայնագրվածքի մասին տեղեկատվության ծավալը, տարածքը կամ բովանդակությունը չպետք է լինեն գովազդի ողջ ծավալի, տարածքի կամ բովանդակության 7%-ից պակաս:

15. Արգելվում է շահումով խաղի կամ ինտերնետ շահումով խաղի կամ խաղատան կամ խաղասրահի կամ վիճակախաղի (այդ թվում՝ տոտալիզատորի) կամ դրանց կազմակերպիչների ցանկացած տեսակի գովազդը, բացառությամբ իր պաշտոնական կայքի կամ խաղատների կամ շահումով խաղերի կամ ինտերնետ շահումով խաղերի կամ տոտալիզատորի (խաղասրահի, բուքմեյքերային գրասենյակի) շենքերի, շինությունների կամ սրահների մեջ կամ վրա, Հայաստանի Հանրապետության սահմանային մուտքի կետերում, ինչպես նաև առնվազն չորսաստղանի կարգին համապատասխան որակավորման պահանջներին և չափանիշներին համապատասխան հյուրանոցներում տեղադրվողների կամ սույն հոդվածով սահմանված դեպքի, իսկ խաղարկությունով կամ համակցված վիճակախաղի գովազդը թույլատրվում է նաև խաղարկությունով կամ համակցված վիճակախաղի վաճառակետերում:

16. Արգելվում է կրթական, գիտական և հետազոտական ծրագրերի շրջանակներում սովորողի (աշակերտի, ուսանողի, ունկնդրի, հետազոտողի) կողմից ինքնուրույն կատարման ենթակա առաջադրանքները, հետազոտությունները և այլ գործնական աշխատանքները (ռեֆերատ, կուրսային, դիպլոմային, ատենախոսություն և այլն) կատարելու, մշակելու, պատրաստելու ծառայությունների գովազդը:

(15-րդ հոդ. փոփ. 28.04.99 ՀՕ-299, 26.06.02 ՀՕ-394-Ն, 17.12.03 ՀՕ-4-Ն, 16.12.05 ՀՕ-35-Ն, 02.05.06 ՀՕ-52-Ն, 19.03.09 ՀՕ-67-Ն, 04.10.10 ՀՕ-143-Ն, 14.04.11 ՀՕ-89-Ն, 21.06.14 ՀՕ-106-Ն, 21.06.14 ՀՕ-126-Ն, 17.12.14 ՀՕ-228-Ն, 20.11.14 ՀՕ-183-Ն, 17.05.16 ՀՕ-91-Ն, 08.05.19 ՀՕ-29-Ն, 19.06.19 ՀՕ-91-Ն, 13.02.20 ՀՕ-94-Ն, 16.04.20 ՀՕ-216-Ն, 16.07.20 ՀՕ-378-Ն, 05.05.21 ՀՕ-193-Ն, 04.03.22 ՀՕ-50-Ն օրենքներ)

Գովազդի մասին օրենսդրության պահպանման նկատմամբ
Վերահսկողություն իրականացնող Հայաստանի
Հոդված 24. Հանրապետության պետական կառավարման լիազորված
մարմինը

1. Գովազդի մասին օրենսդրության պահպանման նկատմամբ վերահսկողություն իրականացնող Հայաստանի Հանրապետության պետական կառավարման լիազորված մարմինը ձևավորվում է Հայաստանի Հանրապետության կառավարության սահմանած կարգով:

2. Հեռուստատեսության և ռադիոյի ոլորտում գովազդի մասին օրենսդրության պահպանման — նկատմամբ — վերահսկողություն — իրականացնող — Հայաստանի Հանրապետության պետական կառավարման լիազորված մարմինը — Հայաստանի Հանրապետության հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովն է:

(24-րդ հոդ. փոփ. 09.04.07 ՀՕ-156-Ն օրենք) Տեսալսողական մեդիայի ոլորտում գովազդի մասին օրենսդրության պահպանման նկատմամբ վերահսկողություն իրականացնող Հայաստանի Հանրապետության պետական կառավարման լիազորված մարմինը Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովն է:

ՀԻՄՆԱՎՈՐՈՒՄ

«Տեսալսողական մեդիայի մասին» օրենքում լրացում կատարելու մասին» և «Գովազդի մասին» օրենքում փոփոխություններ կատարելու մասին» օրենքի նախագծի ընդունման

1. Ընթացիկ իրավիճակը, իրավական ակտի ընդունման անհրաժեշտությունը

«Գովազդի մասին» օրենքով սահմանված են գործունեության տեսակներ, որոնց գովազդը արգելված կամ սահմանափակված է: Այդպիսի գործունեության տեսակներից է խաղային բիզնեսը՝ օնլայն և ոչ օնլայն կազինոներ, բուքմեյքերներ, վիճակախաղեր, շահումով խաղեր, ինտերնետ շահումով խաղեր և այլն: Այսինքն շահումով խաղերի և վիճակախաղերի համար օրենսդիրը սահմանել է գովազդային էական սահմանափակումներ՝ նպատակ ունենալով մի կողմից պաշտպանել սպառողների շահերն ու իրավունքները, մյուս կողմից հասարակության շրջանում հնարավորինս չխթանել խաղամոլությունը: Սա ենթադրում է, որ այս մոտեցումը պետք է պահպանվի նաև տեսալսողական մեդիա դաշտի խաղացողների՝ բոլոր տեսակի ինչպես ուղղակի, այնպես էլ անուղղակի գովազդների համար: Սակայն գործող օրենսդրությունը թույլ է տալիս ունենալ տեսալսողական մեդիա միջոցներ, որոնց անվանումները կարող են նույնական կամ շփոթության աստիճան նման լինել գովազդի մասին օրենքով սահմանափակումների ենթարկված շահումով խաղերի (ինտերնետ շահումով խաղերի) և վիճակախաղերի կազմակերպմամբ զբաղվող ընկերությունների անվանումների կամ ապրանքային նշանների հետ: Այսինքն սա հնարավորություն է տալիս ունենալ ռադիո կամ հեռուստաալիքներ, որոնց անվանումները մարդկանց մոտ կարող են ասոցացվել խաղային բիզնեսի հետ՝ ըստ էության դառնալով անուղղակի գովազդ: Հետևաբար «Տեսալսողական մեդիայի մասին» օրենքում լրացում կատարելու անհրաժեշտությունը գալիս է այն

նպատակադրումից, որ բնակչությանը պաշտպանելու համար պետք է փակվեն նաև գովազդի հետ կապված սահմանափակումները անուղղակի շրջանցելու բոլոր տեսական հնարավորությունները: Այս համատեքստում, կարծում ենք, պակաս կարևոր չէ նաև ազատ մրցակցային և հավասար դաշտի ապահովումը այդ շուկայի բոլոր խաղացողների համար, ինչը օրենքի նախագծի ընդունումով ևս կապահովվի:

Կարևոր է նաև ժամանակային գործոնի հաշվի առնելը (մարդկանց հիշողություն, ապրանքանիշի անվան հետ առաջացող զգացողությունների, տպավորությունների, հիշողությունների), ուստի սույն օրենքով արգելվում է ունենալ տեսալսողական մեդիա միջոց, որի անվանը կամ ապրանքային նշանի անվանը նույնական կամ շփոթության աստիճան նման անվանումով ընկերություն վերջին հինգ տարում զբաղվել է շահումով խաղերի (ինտերնետ շահումով խաղերի), վիճակախաղերի կազմակերպման գործունեությամբ:

Բացի այդ «Տեսալսողական մեդիայի մասին» օրենքն ուժի մեջ է մտել 2020 թվականի օգոստոսի 7-ին, որով սահմանվել են նոր կարգավորումներ տեսալսողական մեդիա դաշտի համար, ինչպես նաև սահմանվել են նոր հասկացություններ, որոնք արտացոլված չեն «Գովազդի մասին» օրենքի (այսուհետ՝ Օրենք) տեսալսողական մեդիային վերաբերող իրավադրույթներում: Ավելին, ՀՀ Սահմանադրության համաձայն տեսալսողական մեդիա ոլորտը կարգավորող լիազոր մարմինը՝ Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի հանձնաժողովն է, որը եւս Օրենքում ներկայացված է հին անվամբ, այն է՝ Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի ազգային հանձնաժողով:

Վերը նշվածի համատեքստում՝ պարզ է դառնում, որ Օրենքը՝ տեսալսողական մեդիա ոլորտի կարգավորման մասով, այլեւս ոչ արդիական նորմատիվ իրավական ակտ է, որը պարունակում է այնպիսի դրույթներ, որոնք չեն համապատասխանում առկա համայնապատկերի բնութագրիչներին: Օրենքի այն հոդվածները, որոնք կարգավորում են տեսալսողական մեդիային վերաբերող հարաբերությունները

հնացած են եւ համապատասխանում են «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» օրենքին, որն ուժը կորցրել է 2020 թվականին:

2. Առաջարկվող կարգավորման բնույթը

Առաջարկվում է լրացում կատարել «Տեսալսողական մեդիայի մասին» օրենքի 43-րդ հոդվածում և փոփոխություններ կատարել «Գովազդի մասին» օրենքի այն բոլոր հոդվածներում, որոնք կարգավորում են տեսալսողական մեդիա ոլորտը, մասնավորապես՝ Օրենքի 9-րդ, 14-րդ, 15-րդ եւ 24-րդ հոդվածները:

3. Ակնկալվող արդյունքը

Նշված փոփոխությամբ հնարավոր չի լինի հանրային մուլտիպլեքսում ունենալ տեսալսողական մեդիամիջոցներ, որոնց անվանումները կամ ապրանքային նշանները նույնական կամ շփոթության առաջնության նման կլինեն վերջին հինգ տարում շահումով խաղի (ինտերնետ շահումով խաղի) կամ վիճակախաղի գործունեությամբ զբաղվող ապրանքանիշերի կամ ընկերությունների անվանումների հետ, ինչպես նաև կհատակեցվեն այն իրավահարաբերությունները, որոնք կարգավորում են գովազդի հեռարձակումը տեսալսողական մեդիայով, կհամապատասխանեցվեն ինչպես գործող տեսալսողական մեդիա օրենսդրությանը, այնպես արդի միաջազգային կարգավորումներին:

Օրենքի փոփոխությամբ կվերացվեն տեսալսողական մեդիա օրենսդրության հետ հակասությունները եւ կհատակեցվեն Օրենքում օգտագործվող հասկացությունները:

4. Կապը ռազմավարական փաստաթղթերի հետ.

Նախագծով առաջարկվող լրացումը և փոփոխությունները բխում են Հայաստանի Հանրապետության կառավարության 2021-2026 թվականի ծրագրից: