

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ
ԱԶԳԱՅԻՆ ԺՈՂՈՎԻ ՆԱԽԱԳԱՐ
ՊԱՐՈՆ ՀՈՎԻԿ ԱԲՐԱՀԱՄՅԱՆԻՆ

Հարգելի պարոն Աբրահամյան

Ձեզ ենք ներկայացնում Հայաստանի Հանրապետության կառավարության եզրակացությունը Հայաստանի Հանրապետության Ազգային ժողովի պատգամավորներ Արմեն Աշոտյանի, Նաիրա Ջոհրաբյանի, Անահիտ Բախշյանի և Հեղինե Բիշարյանի՝ օրենսդրական նախաձեռնության կարգով ներկայացրած «Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին» և «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում լրացում կատարելու մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքների նախագծերի փաթեթի վերաբերյալ:

«Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի նախագծի վերաբերյալ

1. Մեր կարծիքով գովազդի նպատակը ապրանքների, գաղափարների կամ նախաձեռնությունների մասին տեղեկությունների տարածումն է, որը կոչված է ձևավորելու կամ պահպանելու հետաքրքրությունը տվյալ ֆիզիկական կամ իրավաբանական անձի,

ապրանքների կամ նախաձեռնությունների նկատմամբ: Հետաքրքրության ձևավորումը ներառում է նաև գովազդատուի ապրանքների վաճառքի, ծառայություններից օգտվելու կամ գովազդատուի կողմից աշխատանքների կատարման խթանումը: Բացի դրանից, մեր կարծիքով, գովազդի հիմնական նպատակը գովազդատուի ապրանքի կամ ծառայության կամ կազմակերպության (ֆիրմայի) նկատմամբ բարի համբավի ձևավորումն է: Այս առումով առաջարկում ենք խմբագրել հասկացությունը՝ նկատի ունենալով նաև այն հանգամանքը, որ «իրացումը, վաճառքը, գնումը կամ ցանկալի արդյունքի փոխհատուցման պայմանով հասնելը» հասկացությունները, ըստ էության, նույն իմաստն ունեն:

2. Գտնում ենք, որ «Սոցիալական գովազդ» հասկացության ընդլայնման հետևանքով սոցիալական գովազդին վերաբերող հարաբերությունների կարգավորումը դուրս է գալիս սույն օրենքի կարգավորման շրջանակներից՝ միաժամանակ խոչընդոտներ ստեղծելով «սոցիալական գովազդին» առնչվող հարաբերություններում: Մասնավորապես, առաջարկվող հասկացության հետևանքով «հայեցի և հայրենասիրական դաստիարակության, մշակութային արժեքների պահպանման, մարդու և քաղաքացու հիմնական իրավունքների, ազատությունների ու պարտականությունների» մասին ցանկացած տեղեկատվության կամ հրապարակման նկատմամբ պետք է կիրառվեն «Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքով նախատեսված սահմանափակումները, որով կխախտվի Հայաստանի Հանրապետության Սահմանադրությամբ նախատեսվող՝ տեղեկատվության ազատության իրավունքը: Իսկ եթե «սոցիալական գովազդի» նկատմամբ չեն կիրառվելու օրենքի սահմանափակումները կամ օրենքի կարգավորումները, ապա գտնում ենք, որ «սոցիալական գովազդին» առնչվող իրավահարաբերությունները պետք է կարգավորվեն այլ օրենքով: Մեր եզրակացությունը բխում է նաև գործող օրենքի 1-ին հոդվածի պահանջներից:

3. Գտնում ենք, որ «Հովանավորություն» հասկացությունը և հովանավորությանն առնչվող հարաբերությունների կարգավորումը դուրս են գալիս սույն օրենքի 1-ին հոդվածով նախատեսված նպատակների շրջանակներից: Միաժամանակ գտնում ենք, որ «հովանավորությունը» շատ լայն հասկացություն է, և իրավական կարգավորման պետք է ենթարկվեն ոչ միայն գովազդին առնչվող իրավահարաբերությունները, այլ ընդհանրապես հասարակական բոլոր հարաբերությունների (տնտեսական, քաղաքական, մշակութային, մարզական և այլն) ժամանակ ժազող հովանավորական գործունեությունից բխող իրավահարաբերությունները:

Հովանավորության մասով նախագիծը չի բխում «Իրավական ակտերի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի 3-րդ հոդվածի 5-րդ մասի պահանջներից, որով նախատեսված է, որ նորմատիվ իրավական ակտով պետք է կարգավորվեն միաբնույթ (մեկ ոլորտ կարգավորող) հարաբերություններ:

4. 3-րդ հոդվածի՝

1) առաջին պարբերությունում ամրագրված է, որ վերահեռարձակվող հեռուստահաղորդումներում արգելվում է տվյալ հեռուստառադիոընկերության առևտրային գովազդի

հեռարձակումը, սակայն որոշ հեռուստառադիոհաղորդումների, հատկապես, մեծ պահանջարկ ունեցող խոշոր միջոցառումների վերահեռարձակման իրավունքը տրամադրվում է միայն այդ միջոցառումների հովանավորների գովազդային հոլովակները վերահեռարձակելու պայմանով (օրինակ՝ միջազգային ֆուտբոլային մրցաշար, Եվրոպական հեռարձակողների միության կողմից կազմակերպվող միջազգային մրցույթներ և այլն): Բացի դրանից՝ անհրաժեշտ է նկատի ունենալ այն հանգամանքը, որ, համաձայն «Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի 1-ին հոդվածի 4-րդ մասի պահանջների, նշված օրենքով չի կարգավորվում քաղաքական գովազդի հետ կապված հարաբերությունները: Քաղաքական գովազդի հետ կապված հարաբերությունները կարգավորվում են այլ օրենքներով, մասնավորապես, Հայաստանի Հանրապետության ընտրական օրենսգրքով, «Կուսակցությունների մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքով:

2) առաջարկում ենք երկրորդ պարբերությամբ միայն նախատեսել, որ վերահեռարձակող ընկերության հեռուստառադիոհաղորդումներում ևս պատք է պահպանվեն «Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի բոլոր պահանջները: Թե ի՞նչ կերպ նրանք կօգտագործեն «Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի պահանջների խախտմամբ հեռարձակվող գովազդի հետևանքով առաջացող ազատ եթերային ժամանակը՝ պետք է որոշեն միայն համապատասխան կազմակերպությունները:

5. 4-րդ հոդվածով նախատեսվող 9¹-րդ հոդվածում՝

1) վերնագրում «կինոթատրոններ» բառը փոխարինել «հանրային կինոցուցադրումներ իրականացնող կազմակերպություններում» բառերով:

2) հոդվածից հանել «գեղարվեստական և վավերագրական» բառերը:

3) «առևտրային գովազդ» արտահայտությունը սահմանված չէ «Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքով:

6. 6-րդ հոդվածի՝

1) 4-րդ կետով նախատեսված՝ սոցիալական գովազդի տեղաբաշխման պատվերները ներկայացնելու՝ Հայաստանի Հանրապետության Նախագահի և Հայաստանի Հանրապետության Ազգային ժողովի լիազորությունների վերաբերյալ դրույթները հակասում են Հայաստանի Հանրապետության Սահմանադրության պահանջներին, որոնց համաձայն Հայաստանի Հանրապետության Նախագահի և Հայաստանի Հանրապետության Ազգային ժողովի լիազորությունները սահմանվում են Հայաստանի Հանրապետության Սահմանադրությամբ: Բացի դրանից՝ նախագծում սահմանված չէ սոցիալական գովազդի տեղաբաշխման պատվերները ներկայացնելու ընթացակարգը:

2) 5-րդ կետով սահմանվում է սոցիալական գովազդի համար հատկացվող եթերաժամանակի տարեկան չափը, սակայն հաշվի չի առնվում, որ գովազդատուների կողմից սոցիալական գովազդ չտրամադրվելու դեպքում ինչպես է գովազդակիրը կատարելու տարեկան յոթ տոկոս սոցիալական գովազդ հեռարձակելու պարտավորությունը: Բացի դրանից՝ սահմանված չէ «Տարեկան գովազդի ծավալ» հասկացությունը:

7. 7-րդ հոդվածի (նախագծի 13.1-ին հոդված)՝

1) լրացվող հոդվածից միայն 2-րդ մասն է առնչվում գովազդին.

2) հովանավորությունը քաղաքացիաիրավական հարաբերություններում ձևակերպվում է նվիրատվության կամ նվիրաբերության պայմանագրերով, որոնցով թույլատրվում է նպատակային նվիրատվություն, իսկ նվիրաբերությունը միայն նպատակային է: Այս պայմաններում 1-ին մասի պահանջը հակասում է Հայաստանի Հանրապետության քաղաքացիական օրենսգրքի նորմերին: Միաժամանակ հիմնավորված չէ նպատակային հովանավորության սահմանափակումը գիտության, կրթության և այլ բնագավառներում.

3) 3-րդ մասի «ա» ենթակետով նախատեսվող արգելքը կարող է կիրառվել միայն այն դեպքում, եթե գովազդվելու է հովանավորողի արգելված ապրանքը: Հիմնավորված չէ, մասնավորապես, ծխախոտ արտադրողի կողմից մշակութային, գիտական կամ այլ կազմակերպության նկատմամբ իրականացվող հովանավորության արգելքը.

4) 3-րդ կետի «ա» ենթակետի շարադրանքից ստացվում է, որ ալկահոլային խմիչքներ և ծխախոտային արտադրանք, դեղատոմսերով տրամադրվող դեղեր արտադրող և վաճառող ֆիզիկական և իրավաբանական անձինք զբաղվում են օրենքով արգելված գործունեությամբ: Միաժամանակ պետք է նկատի ունենալ, որ դեղարտադրության մեջ դեղատոմսով և առանց դեղատոմսի տրամադրվող դեղեր արտադրող կազմակերպությունների տարբերակում չկա:

8. 9-րդ հոդվածի՝

1) 5-րդ կետն անընդունելի է, այն հակասում է ազատ տնտեսական մրցակցության սկզբունքին և որևէ բացառություն չպետք է արվի.

2) ինչ վերաբերում է 8-րդ մասի առաջին պարբերությանը, գտնում ենք, որ ծխախոտի և ալկահոլային խմիչքների, ինչպես նաև դրանց արտադրության գովազդի տարածումը համակարգչային գծերի և ցանցերի (այդ թվում՝ ինտերնետի), ինչպես նաև էլեկտրոնային հաղորդակցության այլ միջոցների և տվյալների բազայի օգտագործման միջոցներով չի կարող արգելվել, քանի որ համակարգչային գովազդի նկատմամբ ոչ մի երկրում, ոչ մի իրավական ակտով վերահսկողություն չի իրականացվում և վերահսկման ենթակա չէ.

3) 11-րդ մասում խոսքը գնում է ապրանքների առանձին տեսակների արտոնագրման մասին, մինչդեռ Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրությամբ ապրանքների արտոնագրում նախատեսված չէ:

7. Նախագծում պահպանված չեն «Իրավական ակտերի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքով սահմանված օրենսդրական տեխնիկայի կանոնները:

Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում լրացում կատարելու մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի նախագծի վերաբերյալ սկզբունքային առարկություններ չունենք:

Առաջարկվող փոփոխությունը Հանրային հեռուստառադիոընկերությանը պարտավորեցնում է անվճար հեռարձակել բոլոր պետական, տեղական ինքնակառավարման մարմինների, ոչ պետական կազմակերպությունների կողմից ներկայացվող սոցիալական գովազդը,

սակայն չի նշում, թե ինչ եղանակով պետք է կատարվի սոցիալական գովազդի ընտրությունը և սահմանված ծավալների գերազանցման դեպքում որ սոցիալական գովազդին պետք է տրվի նախապատվությունը: Միաժամանակ աննպատակահարմար ենք համարում Հանրային հեռուստաընկերության եթերում տեղական նշանակության առևտրային կազմակերպությունների կողմից ներկայացվող սոցիալական գովազդի տեղադրումը:

Ելնելով շարադրվածից՝ Հայաստանի Հանրապետության կառավարությունը ներկայացված օրենքների նախագծերի փաթեթն ընդունելի կհամարի իր կողմից ներկայացված առաջարկությունների ընդունման դեպքում:

Հաշվի առնելով Եվրոպական ինտեգրման Հայաստանի միտումները և այն հանգամանքը, որ Եվրոպական համայնքների և դրանց անդամ պետությունների միջև կնքված գործընկերության և համագործակցության համաձայնագրերի իրականացման ազգային ծրագրերի շրջանակներում կատարված ԵՄ և Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրության համեմատության արդյունքում հայտնաբերվել են գովազդի վերաբերյալ Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրության բազմաթիվ անհամապատասխանություններ Եվրոպական օրենսդրության հետ, ինչպես նաև գովազդի դաշտի կարգավորման, անհամապատասխանությունների և թերությունների վերացման անհրաժեշտությունը, նպատակահարմար ենք համարում օրենքի հատվածական փոփոխությունների փոխարեն մշակել և ընդունել «Գովազդի մասին» սկզբունքորեն նոր օրենք:

Միաժամանակ հայտնում ենք, որ ներկայացված օրենքների նախագծերի փաթեթը Հայաստանի Հանրապետության Ազգային ժողովում քննարկելիս՝ հարակից զեկուցմամբ հանդես կգա Հայաստանի Հանրապետության արդարադատության նախարար Գևորգ Դանիելյանը:

Հարգանքով՝

ՏԻԳՐԱՆ ՍԱՐԳՍՅԱՆ

**ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ
ՕՐԵՆՔԸ****«Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում փոփոխություններ եւ
լրացումներ կատարելու մասին**

Հոդված 1. «Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության 1996 թվականի ապրիլի 30-ի ՐՕ- 55 օրենքի (այսուհետ՝ Օրենք) 2-րդ հոդվածում՝

1) առաջին կետը շարադրել հետևյալ խմբագրությամբ՝

«ԳՈՎԱԶԴ՝ տարբեր տեսակի տեղեկատվական միջոցների օգնությամբ իրավաբանական կամ ֆիզիկական անձանց, ապրանքների, գաղափարների կամ նախաձեռնությունների մասին ցանկացած հայտարարություն կամ տեղեկությունների տարածումն անորոշ թվով անձանց շրջանում, որը նպատակ ունի ձեւավորելու կամ պահպանելու հետաքրքրությունը դրանց նկատմամբ, խթանել դրանց իրացումը, վաճառքը, զնումը, վարձակալումը կամ հասնել ցանկալի այլ արդյունքի՝ փոխհատուցման պայմանով:

2) լրացնել հետևյալ բովանդակությամբ նոր մասերով.

«ՍՈՑԻԱԼԱԿԱՆ ԳՈՎԱԶԴ՝ գովազդի տեսակ, որը վերաբերում է բնակչության առողջության, առողջապահության, սոցիալական պաշտպանության, բարեգործության, բնության պահպանության, հայեցի եւ հայրենասիրական դաստիարակության, մշակութային արժեքների պահպանման, մարդու եւ քաղաքացու հիմնական իրավունքների, ազատությունների եւ պարտականությունների, հասարակական անվտանգության հարցերին, առնչվում է պետական եւ ազգային շահերին եւ գովազդատուի համար չի կրում առեւտրային բնույթի:

ՀՈՎԱՆԱԿՈՐՈՒԹՅՈՒՆ՝ տնտեսական կամ սոցիալական գործունեությանը աջակցելու եւ դրա որակի բարձրացմանը օժանդակելու նպատակով նյութական, ֆինանսական եւ (կամ) օրենսդրությամբ չարգելված այլ մասնակցության ձեւ, որը նպաստում է տվյալ ֆիզիկական կամ իրավաբանական անձի անվան, ապրանքանիշի վարկանիշի կամ հեղինակության բարձրացմանը:»:

Հոդված 2. Օրենքի 5-րդ հոդվածում 5-րդ մասը «ծավալով» բառից հետո լրացնել «եւ արտահայտչաձեւով» բառերով:

Հոդված 3. Օրենքի 9-րդ հոդվածում լրացնել նոր՝ 6-րդ եւ 7-րդ կետեր, հետևյալ բովանդակությամբ՝

«6. Հայաստանի Հանրապետությունում պայմանագրային հիմունքներով ամբողջական կամ մասնակիորեն վերահեռարձակվող հեռուստառադիոհաղորդումներում (կամ դրանց միջեւ ընկած ժամանակահատվածում) արգելվում է տվյալ հեռուստառադիոընկերության քաղաքական եւ առեւտրային գովազդի հեռարձակումը :

7. Վերահեռարձակվող հաճախականության հաղորդումներում գովազդային ընդհատումների պարբերականության եւ սույն օրենքի 1-ին եւ 2-րդ մասով սահմանված պայմանների չհամընկնման (անհամապատասխանության դեպքում), վերահեռարձակման մեջ գովազդային ժամանակը համալրվում է սոցիալական գովազդով կամ երաժշտական հոլովակով: »:

Հոդված 4. Օրենքը լրացնել հետևյալ բովանդակությամբ 9¹-րդ հոդվածով.

«Հոդված 9¹. Գովազդը կինոթատրոններում

Արգելվում է կինոթատրոններում եւ կինո, տեսա, մուլտիպլիկացիոն եւ անիմացիոն ֆիլմերի հանրային ցուցադրում իրականացնող այլ կազմակերպություններում եւ հաստատություններում ընդհատել ցուցադրվող գեղարվեստական եւ վավերագրական ֆիլմերը՝ առեւտրային գովազդ ներկայացնելու նպատակով:»:

Հոդված 5. Օրենքի 11-րդ հոդվածում 3-րդ մասը «նրանց տարածքում» բառերից հետո լրացնել «, բացառությամբ սոցիալական գովազդի:» բառերով:

Հոդված 6. Օրենքի 13-րդ հոդվածը շարադրել հետեւյալ խմբագրությամբ.

«1. Սոցիալական գովազդը նպատակաուղղված է մարդասիրական, բարեգործական եւ հանրային ու պետական շահերից բխող այլ նվաճումների հասնելուն, ինչպես նաեւ անձի, հասարակության ու պետության համար բացասական կամ արատավոր համարվող երեւույթները կանխելուն:

2. Սոցիալական գովազդը ստեղծվում է հնչեցնելու, լուսաբանելու, ուշադրություն հրավիրելու, հետազայում լուծումներ տալու կամ հանրային նշանակության հարցերի, խնդիրների շուրջ հնարության զգոնությունը ուժեղացնելու համար, նպաստելու հանրային շահերին եւ(կամ) ձեւավորելու հանրության մշակութային եւ աշխարհայացային մոտեցումները:

3. Սոցիալական գովազդը նպաստում է՝

ա) հասարակական կարծիքի ձեւավորմանը,

բ) անդրադառնում եւ ուշադրություն է հրավիրում հասարակական կյանքում առկա հիմնախնդիրներն եւ խթանում, ակտիվացնում դրանց լուծմանն ուղղված գործողությունները,

գ) մարդու եւ քաղաքացու հիմնական իրավունքների եւ ազատությունների վերաբերյալ իրազեկվածության բարձրացմանը,

դ) անձի կողմից պետության եւ հասարակության առջեւ ունեցած պարտավորությունների մասին իրազեկվածության բարձրացմանը,

ե) պետական կառույցների գործունեության նկատմամբ դրական վերաբերմունքի ձեւավորմանը,

զ) տնտեսական գործունեություն իրականացնող անձանց կողմից սոցիալական պատասխանատվության դրսեւորումներին,

է) սոցիալական նշանակություն ունեցող քաղաքացիական հասարակության ինստիտուտների ամրապնդմանը,

ը) հասարակական հարաբերությունն ուր որակների ձեւավորմանը,

թ) հասարակության շրջանում բարոյական եւ վարքագծային նորմերի, արժեքային համակարգի ձեւավորմանը:

4. Սոցիալական գովազդի տեղաբաշխման պատվերները ներկայացնում են Հայաստանի Հանրապետության Նախագահը, Հայաստանի Հանրապետության Ազգային ժողովը, պետական կառավարման (նախարարություններ, գերատեսչությունների), տարածքային կառավարման եւ տեղական ինքնակառավարման մարմինները, ինչպես նաեւ ոչ պետական կազմակերպությունները:

5. Գովազդակիրը պարտավոր է սոցիալական գովազդի համար առաջնահերթ տրամադրել գովազդին հատկացվող տարեկան եթերային ժամանակի (տպագրական մակերեսի, ցուցապատառի ծավալի) առնվազն յոթ տոկոսը:

6. Սոցիալական գովազդի արտադրության եւ տեղաբաշխման ծախսերը կատարվում են գովազդատուի միջոցների հաշվին:

7. Սոցիալական գովազդի անվճար տեղաբաշխման դեպքում տվյալ սոցիալական գովազդի համար տրամադրված եթերային ժամանակը չի ներառվում գովազդին հատկացվող տարեկան եթերային ժամանակի մեջ:

8. Պետության կողմից ազգային, ռազմավարական եւ այլ գերակա կամ առաջնային ճանաչված ծրագրերի իրագրեկման, դրանց առաջ մղման կամ բացասական երեւույթների կանխման նպատակով սոցիալական գովազդները գովազդակիրը տարածում, հեռարձակում կամ տեղադրում է առաջնահերթության պայմանով:

9. Արգելվում է սոցիալական գովազդում տեղադրել հիշեցում կամ նշում ապրանքի, ապրանքանշանի կամ այլ հատկանիշների, ինչպես նաեւ ծառայությունների կամ հովանավորների մասին:

Հոդված 7. Օրենքը լրացնել հետեւյալ բովանդակությամբ¹³ -րդ հոդվածով,

«Հոդված 13¹ . Հովանավորություն

1. Հովանավորված ծրագրերի կամ միջոցառումների բովանդակությունը եւ ուղղվածությունը չպետք է կրի հովանավորի միջամտություն եւ այլ բնույթի ազդեցություն, եթե դա միջամտություն է հովանավորվողի պարտավորություններին եւ անկախությամբ:

2. Հովանավորվող միջոցառումները, ծրագրերը, հաղորդումները չպետք է ընդհատվեն (ինչեցվեն, տպագրվեն, տարածվեն) հովանավորին կամ 3-րդ կողմի արտադրանքը եւ ծառայությունները գովազդելու, դրանք խրախուսելու, ինչպես նաեւ նպատակաուղղեն հավանական սպառողին՝ զնելու կամ վարձակալելու հովանավորի կամ 3-րդ կողմի թողարկած ապրանքները եւ(կամ) մատուցած ծառայությունները:»:

3. Արգելվում է հովանավորությունը՝

ա) ակտիվալային խմիչքների եւ ծխախոտային արտադրանքի, դեղատոմսով տրամադրվող դեղերի արտադրությամբ եւ վաճառքով, ինչպես նաեւ օրենսդրությամբ արգելված այլ գործունեությամբ զբաղվող ֆիզիկական ու իրավաբանական անձանց կողմից,

բ) նորությունների եւ ընթացիկ իրադարձությունների վերաբերյալ հեռուստառադիոհաղորդումների համար,

4. Արգելվում է հովանավորությամբ ստեղծված հեռուստահաղորդումների հեռարձակման ամբողջ տեւողության ընթացքում հովանավորին ներկայացնելը՝ լուսագրերի, խորհրդանիշների, մակագրությունների կամ կարճ հայտարարությունների տեսքով: Դա արվում է միայն հաղորդման սկզբում եւ վերջում, բայց ոչ ավելի, քան յուրաքանչյուրը մեկ րոպե տեւողությամբ:

Հոդված 8. Օրենքի 14-րդ հոդվածում 2-րդ կետի «խմիչքների եւ ծխախոտի» բառերը փոխարինել «խմիչքների, ծխախոտի եւ դեղերի» բառերով:

Հոդված 9. Օրենքի 15-րդ հոդվածում՝

1) 1-ին կետը «Ակտիվալային խմիչքների եւ ծխախոտի», բառերից հետո լրացնել «, ինչպես նաեւ դրանց արտադրության» բառերով.

2) 2-րդ կետը «Արգելվում է ծխախոտի» բառերից հետո լրացնել «եւ (կամ) ծխախոտային արտադրության » բառերով.

3) 3-րդ կետը «ծխախոտի» բառից հետո լրացնել «, ինչպես նաեւ դրանց արտադրության գովազդման» բառերով.

4) 4-րդ կետը «ծխախոտի» բառից հետո լրացնել «, ինչպես նաև դրանց արտադրության գովազդների» բառերով.

5) 5-րդ կետը շարադրել հետևյալ խմբագրությամբ`

«5. Արգելվում է զանգվածային տեղեկատվության էլեկտրոնային միջոցներով թունդ ալկոհոլային (սպիրտի պարունակությունը 20 եւ ավելի ծավալային տոկոս) խմիչքների (բացառությամբ` հայրենական արտադրության կոնյակի) եւ ծխախոտի եւ(կամ) ծխախոտային արտադրության գովազդը:».

6) 5.1.-րդ կետը «ալկոհոլային խմիչքների» բառերից հետո լրացնել «, եւ(կամ) դրանց արտադրության» բառերով.

7) 5.2-րդ կետի «տասը» բառը փոխարինել «երեսուն» բառով.

8) լրացնել հետևյալ բովանդակությամբ 5.4-րդ եւ 5.5-րդ կետերով.

«5.4. Արգելվում է ծխախոտի եւ(կամ) ալկոհոլային խմիչքների, ինչպես նաև դրանց արտադրության գովազդի տարածումը համակարգչային գծերի եւ ցանցերի (այդ թվում` Ինտերնետ), ինչպես նաև էլեկտրոնային հաղորդակցության այլ միջոցների եւ տվյալների բազայի օգտագործման միջոցով:

5.5. Արգելվում է ծխախոտի եւ(կամ) ալկոհոլային խմիչքների, ինչպես նաև դրանց ծխախոտային արտադրության գովազդի տարածումը կինոթատրոններում, կինոֆիլմերի, մուլտիպլիկացիոն եւ անիմացիոն տեսաֆիլմերի հանրային ցուցադրում իրականացնող այլ կազմակերպություններում եւ հաստատություններում` ցուցադրումներն օգտագործելու միջոցով: ».

9) 10-րդ կետի «հեռուստահաղորդակցության ալիքով» բառերը փոխարինել «հեռուստառադիոհաճախությամբ» բառով.

10) 12-րդ մասից հանել «բացառությամբ հովանավորության դեպքերի» բառերը.

11) լրացնել նոր 14-րդ կետ, հետևյալ բովանդակությամբ`

«14. Առանց լիցենզիայի առկայության արգելվում է այն գործունեության (ապրանքներ, արտադրություն, ծառայություն) տեսակների գովազդը, որոնք ենթակա են լիցենզավորման: Ապրանքների առանձին տեսակների արտոնագրման դեպքում, գովազդում նշվում է դրա մասին:»:

Ֆողված 10. Սույն օրենքն ուժի մեջ է մտնում 2009 թվականի հունվարի 1-ից:

Նախագիծ
Պ-340¹-01.10.2008-ԳԿ-010/0

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ՕՐԵՆՔԸ

**«Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում
լրացում կատարելու մասին**

Ֆողված 1. «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» Հայաստանի Հանրապետության 2000 թվականի հոկտեմբերի 9-ի ՅՕ-97 օրենքի 28-րդ հոդվածում 8-րդ մասը լրացնել հետևյալ բովանդակությամբ «բ¹»-րդ կետով,

«բ¹) սոցիալական գովազդը տեղադրվում է անվճար: Սոցիալական գովազդի համար տրամադրվող եթերային ժամանակը չի ներառվում գովազդին հատկացվող տարեկան եթերային ժամանակի մեջ. »:

Չորրորդ 2. Սույն օրենքն ուժի մեջ է մտնում 2009 թվականի հունվարի 1-ից:

ՀԻՄՆԱՎՈՐՈՒՄ

«Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում փոփոխություններ եւ լրացումներ կատարելու մասին» եւ «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում լրացում կատարելու մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքների նախագծերի փաթեթի ընդունման վերաբերյալ

Օրենսդրական նախաձեռնության անհրաժեշտությունը պայմանավորված է գովազդի բնագավառի օրենսդրության, միջազգայնորեն ստանձնած պարտավորությունների եւ իրական կյանքում առկա գործընթացների միջեւ առաջացած անհամապատասխանությունները, անորոշությունները եւ բացթողումները կարգավորելու նպատակով:

Առաջարկվող օրենքների նախագծերի փաթեթը հատկապես անդրադառնում է գովազդի եւ դրա միջոցով տարածվող տեղեկությունների սոցիալականացմանը՝ հիմք ընդունելով միջազգային իրավական պրակտիկան եւ այն պարտավորությունները, որոնք ստանձնել կան պարտավորվել է ստանձնել Հայաստանի Հանրապետությունը:

Օրենսդրական նախաձեռնությունը կարգավորման առարկան բաղկացած է երեք հիմնական բաղադրիչներից. սոցիալական գովազդ, հովանավորություն, ալկոհոլային եւ ծխախոտային արդյունաբերություն գովազդի սահմանափակումներ:

Դեռեւս 1996 թվականին ընդունված «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքում նախատեսված է սոցիալական գովազդի հնարավորությունը, սակայն օրենքը չի սահմանել դրա բնորոշումը, ինչպես նաեւ չի ստեղծել բավարար իրավական մեխանիզմներ դրա հստակ իրագործման համար:

Առաջարկվող փոփոխությամբ հեռուստառադիոընկերությունների կողմից սոցիալական գովազդի տարեկան ծավալները 5%-ից փոխվում են 7%-ի, իսկ դրանց անվճար հեռարձակման դեպքում վերջինս չի ներառվում գովազդային եթերաժամի մեջ: Փաթեթային նախաձեռնության արդյունքում Հանրային հեռուստառադիոընկերությանը վերապահվել է սոցիալական գովազդի անվճար հեռարձակման պարտավորությունը: Առաջարկվում է նաեւ՝ պետական կարելության ռազմավարական ծրագրերի եւ միջոցառումների շուրջ սոցիալական գովազդների տարածումը առաջնայնության պայմանով: Դա լավագույն հնարավորություններից մեկն է՝ հանրությանը իրազեկելու համար պետության կողմից եւ ազգային մակարդակով ընդհանրապես իրականացվող հանրային նշանակության գործընթացներին, եւ ապահովել նրանց մասնակցությունը:

Հաջորդ փոփոխությունը վերաբերում է հովանավորության դեպքերին, որը մինչ օրս կարգավորվում է միայն հեռարձակման բնագավառում եւ հենց այդտեղ էլ շահարկվում իրականում վերածվելով գովազդի: Նախագծում սահմանվում է հովանավորություն ընդհանրապես, եւ դրա կիրառման մեխանիզմները՝ անկախ գովազդի իրականացման ձեւերից:

Հարկ է նշել, որ գովազդի մասին օրենսդրությունը պետք է բխի «Անդրսահմանային հեռուստատեսության մասին» եվրոպական կոնվենցիայի եւ կից արձանագրության սկզբունքներից, որոնք որոշակի հիմք են հանդիսացել սույն օրենսդրական փաթեթում:

Օրենքի նախագծի կարգավորման երրորդ բաղադրիչը վերաբերում է ալկոհոլային խմիչների եւ ծխախոտին արտադրության գովազդի սահմանափակմանը, որը բխում է ԱՀԿ-ի «Ծխախոտի դեմ պայքարի շրջանակային կոնվենցիայի» պահանջներից: Փոփոխությունը նպատակ ունի նշված ապրանքատեսակների «արտադրություն» բառը օրենքում անրագրելով կանխել հովանոցային գովազդի իրականացման դեպքերը: