

## ՏԵՂԵԿԱՆՔ

### ԳՈՐԾՈՂ ՕՐԵՆՔԻ ՓՈՓՈԽՎՈՂ ՀՈԴՎԱԾՆԵՐԻ 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. Մույն հոդվածի դրույթները չեն գործում, եթե ռադիոհեռուստատեսային հաղորդումը կրում է բացառապես գովազդային բնույթ, կամ գովազդը հաղորդվում է գովազդային ալիքով:

6. Հեռուստառադիոհաղորդումների հովանավորությունը, գովազդի գույակցումը հեռուստահաղորդումների հետ «վազող սողի» 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 հեռուստառադիոհաղորդումների ազդին նախորդող և (կամ) հաջորդող տվյալ հեռուստառադիոհաղորդման 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 ակոհոլային 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, բուժտեխնիկայի 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. Բուժտեխնիկան 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 ~~հեռուստահաղորդմամբ~~ 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՝ ~~հեռուստատաղիտ~~ 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)*

**Հոդված 24. Գովազդի մասին օրենսդրության պահպանման նկատմամբ վերահսկողություն իրականացնող Հայաստանի**

## 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: