

# «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին Հայաստանի Հանրապետության օրենքում փոփոխություն և լրացումներ կատարելու մասին»

## ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ՕՐԵՆՔԸ

### «ՀԵՌՈՒՄՏԱՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՌԱԴԻՈՅԻ ՄԱՍԻՆ» ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ՕՐԵՆՔՈՒՄ ՓՈՓՈԽՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ԼՐԱՑՈՒՄՆԵՐ ԿԱՏԱՐԵԼՈՒ ՄԱՍԻՆ

**Հոդված 1.** «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» 2000 թվականի հոկտեմբերի 9-ի ՀՕ-97 օրենքի (այսուհետ՝ Օրենք) 26-րդ հոդվածում՝

1) 4-րդ մասը շարադրել նոր խմբագրությամբ. «Հանրային հեռուստատեսությամբ թույլատրվում է ցուցադրել մեկ եթերային ժամվա ընթացքում մինչև 5 րոպե տևողությամբ գովազդ, ինչպես նաև մշակութային, ուսումնական, գիտակրթական և սպորտային հեռուստահաղորդումների ցուցադրման ժամանակ հովանավորների մասին սույն օրենքին համապատասխան նշել տեղեկություններ: Ուղիղ եթերի միացման վայրերում տեղ գտած գովազդները՝ անկախ տարածման ձևից, չեն համարվում հանրային հեռուստաընկերության կողմից հեռարձակվող գովազդ»:

2) լրացնել հետևյալ բովանդակությամբ 4.1-ին մաս.

«Մշակութային, ուսումնական, գիտակրթական և սպորտային հեռուստահաղորդումների ցուցադրման ժամանակ հովանավորների մասին սույն օրենքին համապատասխան տեղեկություններ նշելու դեպքերի (հովանավորության) վրա չի տարածվում հանրային հեռուստատեսությամբ գովազդի հեռարձակման համար սույն օրենքով սահմանված ժամանակային սահմանափակումը: Մշակութային, ուսումնական, գիտակրթական և սպորտային հեռուստահաղորդումների ցուցադրման ժամանակ հովանավորի մասին հիշատակումը չպետք է գերազանցի տվյալ հաղորդման ընդհանուր տևողության 2,5 տոկոսը»:

3) լրացնել հետևյալ բովանդակությամբ 4.2-րդ մաս.

«4.2. Հանրային հեռուստատեսությամբ թույլատրվում է ցուցադրել մեկ եթերային ժամվա ընթացքում մինչև 1 րոպե տևողությամբ սոցիալական գովազդ: Ժամը 00:00-ից մինչև 18.00-ն ընկած ժամանակահատվածում սոցիալական գովազդը հեռարձակվում է անհատույց հիմունքներով: Ժամը 18:00-ից մինչև 00:00-ն ընկած ժամանակահատվածում հեռարձակվող սոցիալական գովազդի մեկ րոպեի արժեքը չպետք է գերազանցի գովազդի համար հանրային հեռուստաընկերության կողմից սահմանված միջին արժեքի 20 տոկոսը»:

4) լրացնել հետևյալ բովանդակությամբ 4.3-րդ մաս.

«4.3. Հանրային հեռուստատեսությամբ հեռարձակվող սոցիալական գովազդի, ինչպես նաև գովազդի մեկ րոպեի արժեքը, ըստ եթերաժամերի, սահմանում է հանրային հեռուստաընկերության գործադիր տնօրենը: Գովազդի մեկ րոպեի արժեքը սահմանվում է՝ հաշվի առնելով ձևավորված շուկայական արժեքները, եթերաժամը, նախորդող և հաջորդող հեռուստահաղորդումների վարկանիշը և ուշադրության արժանի այլ հանգամանքներ»:

**Հոդված 2.** Սույն օրենքն ուժի մեջ է մտնում պաշտոնական հրապարակմանը հաջորդող տասներորդ օրը: