

Հոդված 2. Օրենքում գործածվող հիմնական հասկացությունները

Սույն օրենքում գործածվում են հետևյալ հիմնական հասկացությունները՝

գովազդ՝ տարբեր տեսակի տեղեկատվական միջոցների օգնությամբ իրավաբանական կամ ֆիզիկական անձանց, ապրանքների, գաղափարների կամ նախաձեռնությունների մասին տեղեկությունների տարածումն անորոշ թվով անձանց շրջանում, որը կոչված է ձևավորելու կամ պահպանելու հետաքրքրությունը տվյալ ֆիզիկական և իրավաբանական անձի, ապրանքների կամ նախաձեռնությունների նկատմամբ:

անբարեխիղճ գովազդ՝ գովազդ, որի պատվերի, արտադրության և տարածման ընթացքում շրջանցվել են գործող օրենսդրությամբ սահմանված արգելքները և սահմանափակումները:

կանխամտածված կեղծ գովազդ՝ անբարեխիղճ գովազդի ձև, որի միջոցով գովազդատուն, գովազդ արտադրողը կամ գովազդակիրը կանխամտածված մոլորեցնում են գովազդ սպառողներին:

հակագովազդ՝ գովազդի տեսակ, որը տրվում է անբարեխիղճ գովազդի հետևանքով սպառողի մոտ առաջացած սխալ պատկերացումների վերացման նպատակով՝ անբարեխիղճ գովազդի հերքման և իրական փաստերի վերականգնման միջոցով:

գովազդատու՝ իրավաբանական կամ ֆիզիկական անձ, որը ներկայացնում է գովազդային տեղեկություն գովազդի արտադրության, տեղաբաշխման և տարածման նպատակով:

գովազդ արտադրող՝ իրավաբանական կամ ֆիզիկական անձ, որն անմիջականորեն ծառայություններ է կատարում գովազդի արտադրության ուղղությամբ:

գովազդակիր՝ իրավաբանական կամ ֆիզիկական անձ, որը տրամադրելով՝ համապատասխան միջոցներ, տեղաբաշխում և տարածում է գովազդը:

գովազդի սպառող՝ իրավաբանական կամ ֆիզիկական անձ, որին հասցվում է գովազդը և որը կրում է գովազդի համապատասխան ազդեցությունը:

«հովանոցային» գովազդ՝ այն գովազդն է, որում գովազդվող ապրանքների և ծառայությունների համար օգտագործվող ապրանքային նշանը կամ ֆիրմային անվանումը նույնական է կամ շփոթելու աստիճանի նման է այն ապրանքների և ծառայությունների ապրանքային նշանին կամ դրանք արտադրող կամ առաջարկող իրավաբանական անձանց ֆիրմային անվանմանը, որոնց գովազդի նկատմամբ սույն օրենքով նախատեսված են սահմանափակումներ:

սոցիալական գովազդ՝ առևտրային բնույթ չկրող (շահույթ ստանալու նպատակ չհետապնդող)՝ մարդու իրավունքներին և պարտականություններին, բնակչության առողջության պահպանման, ինչպես նաև առողջ ապրելակերպի և սոցիալական պաշտպանության, կամավորության, բնության պահպանության, կրթական ծրագրերի, հայրենասիրական դաստիարակության, մշակույթի պահպանման, տարածման ու զարգացման, աղետների դիմակայման, ազգային շահերի պաշտպանության և այլ բնագավառների վերաբերյալ հասարակությանը իրազեկելու նպատակով տարածվող տեղեկատվություն է, որը սույն օրենքի 13-րդ հոդվածի 1.2-րդ կետում նշված կարգով ճանաչվել է որպես սոցիալական գովազդ:

վիճակախաղերի գովազդ՝ վիճակախաղերի կազմակերպիչների կամ նրանց հովանավորների կամ վիճակախաղերի կամ վիճակախաղերի անվանումների կամ վիճակախաղի ֆիրմային անվանումների (լոգոների) գովազդումը:

միջազգային առցանց գովազդային հարթակ՝ առցանց ծառայություն (ներառյալ բայց

չսահմանափակվելով՝ գովազդային ցանցերով, պահանջարկի կամ առաջարկի կառավարման

հարթակներով, գովազդային փոխանակման հարթակներով, սոցիալական ցանցերի կամ որոնողական

համակարգերի գովազդային ծառայություններով), որը հասանելի է Հայաստանի Հանրապետությունում

գտնվող օգտատերերին կամ որի միջոցով հնարավոր է գովազդի ցուցադրում Հայաստանի

Հանրապետության տարածքում, և որի միջոցով հնարավոր է՝

ա) գովազդի տեղաբաշխում և/կամ տարածում համացանցում,

բ) գովազդի թիրախավորում՝ ըստ աշխարհագրական դիրքի, օգտատիրոջ տվյալների,

հետաքրքրությունների կամ վարքագծի,

գ) գովազդի ցուցադրման կառավարում, չափում կամ օպտիմալացում:

գովազդի թիրախավորում՝ գովազդի ցուցադրման ուղղորդումը կոնկրետ օգտատերերի կամ օգտատերերի խմբերի նկատմամբ՝ ըստ նրանց աշխարհագրական դիրքի, ժողովրդագրական հատկանիշների, հետաքրքրությունների, վարքագծի կամ այլ տվյալների, ներառյալ՝ անձնական տվյալների ավտոմատ մշակման կամ պրոֆիլավորման միջոցով:

գովազդի ցուցադրման կազմակերպում, չափում կամ օպտիմալացում՝ գովազդի ցուցադրման գործընթացի կազմակերպումը, վերահսկումը, արդյունավետության գնահատումը և այդ գնահատման հիման վրա գովազդի ցուցադրման պայմանների, ծավալի, հաճախականության, հասցեատերերի կամ տարածման եղանակների փոփոխումը:

միջազգային առցանց գովազդային հարթակի ծառայություն մատուցող՝ իրավաբանական կամ ֆիզիկական անձ, որը շահագործում կամ կառավարում է միջազգային առցանց գովազդային հարթակը և սահմանում է դրա գործառնական կամ տեխնիկական պայմանները:

(2-րդ հոդվածը լրաց. 09.04.07 ՀՕ-156-Ն, փոփ. 26.05.11 ՀՕ-205-Ն, լրաց. 07.06.16 ՀՕ-95-Ն, փոփ. 21.12.17 ՀՕ-275-Ն, լրաց. 19.06.19 ՀՕ-91-Ն)

Հոդված 5. Ընդհանուր պահանջները գովազդի նկատմամբ

Գովազդը պետք է լինի օրինական, հավաստի և պատշաճ:

Հայաստանի Հանրապետությունում գովազդի լեզուն գրական հայերենն է:

Գովազդի շարադրանքը պետք է ապահովի գրական հայերենի անաղարտությունը, պահպանի ամրագրված լեզվական կանոնները:

Հայաստանի Հանրապետության տարածքում միայն օտար լեզվով գովազդն արգելվում է: Սույն դրույթը չի տարածվում օտար լեզուներով գրանցված ապրանքային նշանների և մակնիշների վրա:

Գովազդատուի հայեցողությամբ անհրաժեշտության դեպքում գովազդի շարադրանքը կարող է զուգորդվել երկու և ավելի օտար լեզուներով, որոնց ընդհանուր ծավալը չպետք է գերազանցի հայերեն շարադրանքի ծավալը (մակերեսը) և չներառի տեղեկատվություն, որը ներառված չէ հայերեն շարադրանքում:

Գովազդի հայերեն շարադրանքը պետք է լինի օտար լեզվով շարադրանքից առաջ կամ առջևից՝ վերևից ներքև կամ ձախից աջ գրությամբ:

Գովազդի օտարալեզու շարադրանքն իր պատկերային, գունային կամ լուսային լուծումներով չպետք է գերազանցի հայերեն շարադրանքը:

Հայաստանի Հանրապետության տարածքում օտար լեզուներով լույս տեսնող հրատարակություններում և օտար լեզվով հեռարձակվող հաղորդումներում օտար լեզվով գովազդին չզիջող ծավալով (մակերեսով) հայերեն զուգորդված շարադրանքը պարտադիր է:

Արգելվում է գովազդի նպատակով ֆիզիկական անձի անվան կամ պատկերի օգտագործումն առանց վերջինիս համաձայնության:

Գովազդում ապրանքի գնի վերաբերյալ տեղեկատվություն ներկայացնելու դեպքում պետք է պահպանվեն ապրանքի գնի ներկայացման՝ օրենսդրությամբ սահմանված կանոնները:

(5-րդ հոդվածը խմբ. 23.05.11 ՀՕ-161-Ն, լրաց. 03.07.25 ՀՕ-208-Ն)

Հոդված 5.1. Արգելված գովազդի թիրախավորման սահմանափակումը առցանց միջավայրում

րգելվում է սույն օրենքով արգելված գովազդի առցանց թիրախավորումը Հայաստանի Հանրապետության տարածքում գտնվող օգտատերերի նկատմամբ կամ Հայաստանի Հանրապետության տարածքում դրա ցուցադրման ապահովումը, այդ թվում՝ միջազգային առցանց գովազդային հարթակների միջոցով:

ույն հոդվածով նախատեսված արգելքի կիրառումն ապահովելու նպատակով գովազդատուն, գովազդ արտադրողը, գովազդակիրը, այն դեպքերում, երբ գովազդը վերաբերում է սույն օրենքով կամ այլ օրենքներով արգելված ապրանքներին, ծառայություններին կամ գործունեությանը և որևէ ձևով պարունակում են

վերջիններիս կամ նրանց գործունեությունը անհատականացնող որևէ տեղեկություն, պարտավոր են ձեռնարկել ողջամիտ և տեխնիկապես հնարավոր միջոցներ՝

ա) Հայաստանի Հանրապետությունը որպես գովազդային թիրախ բացառելու նպատակով,

բ) Հայաստանի Հանրապետության տարածքում դրա ցուցադրումը կանխելու նպատակով:

Ո՛նդ որում, ողջամիտ և տեխնիկապես հնարավոր միջոցները ներառում են, բայց չեն սահմանափակում

ա) Հայաստանի Հանրապետությունը որպես աշխարհագրական թիրախ բացառելու կամ սահմանափակելու տեխնիկական կարգավորումները, այդ թվում՝ սահմանափակումն ըստ աշխարհագրական դիրքի,

բ) Հայաստանի Հանրապետության տարածքում օրենքով կամ այլ օրենքներով արգելված գովազդի ցուցադրումը կանխելու նպատակով գովազդի տարածման ալգորիթմների կամ թիրախավորման կարգավորումների փոփոխումը:

Հոդված 25. Գովազդի մասին օրենսդրության պահպանման վերահսկողություն իրականացնող Հայաստանի Հանրապետության պետական կառավարման լիազորված մարմնի իրավասությունը

Գովազդի մասին Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրության պահպանման նկատմամբ վերահսկողություն իրականացնող Հայաստանի Հանրապետության պետական կառավարման լիազորված մարմինը իրավասու է՝

ա) նախազգուշացնել իրավաբանական և ֆիզիկական անձանց կողմից թույլ տրված անբարեխիղճ գովազդի առկայության մասին և արգելել այն.

բ) գովազդատուին, գովազդ արտադրողին և գովազդակրին ուղարկել գովազդի մասին օրենսդրության խախտման դադարեցման և հակագովազդի իրականացման մասին ծանուցագրեր.

գ) անբարեխիղճ գովազդի փաստի առկայության դեպքում գովազդատուի, գովազդ արտադրողի և գովազդակրի նկատմամբ հայցեր ներկայացնել դատարան, իսկ գովազդի մասին օրենսդրության հաճախակի խախտման դեպքում՝ հայց ներկայացնել նրանց լուծարման առաջարկով.

դ) պաշտոնական պարզաբանումներ տալ գովազդի մասին Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրության վերաբերյալ:

ե

միջազգային առցանց գովազդային հարթակի ծառայություն մատուցողին, իսկ նրա ներկայացուցչի առկայության դեպքում՝ նաև այդ ներկայացուցչին, իսկ ներկայացուցչի բացակայության դեպքում՝ նրա կողմից հրապարակված պաշտոնական էլեկտրոնային հասցեին, ներկայացնել ծանուցումներ՝ սույն օրենքի 5.1 հոդվածի միջոցների կիրառում՝ գովազդի դադարեցման, սահմանափակման կամ Հայաստանի Հանրապետության տարածքում ցուցադրման բացառման նպատակով:

Հոդված 26. Պատասխանատվությունը գովազդի մասին Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրության խախտման համար

1. Հայաստանի Հանրապետության պետական կառավարման լիազորված մարմինն իրավասու է, համաձայն Հայաստանի Հանրապետության գործող օրենսդրության, տուգանք կիրառել գովազդատուի, գովազդ արտադրողի, գովազդակրի նկատմամբ գովազդային օրենսդրության խախտման մասին իր ծանուցագրերի պահանջների կատարումից խուսափելու կամ ժամանակին չկատարելու համար:

1.1. Երևանի քաղաքապետն իրավասու է, Հայաստանի Հանրապետության գործող օրենսդրության համաձայն, տուգանք կիրառելու Երևանում համաքաղաքային կանոններին համապատասխան համայնքի տարածքում արտաքին գովազդ տեղադրելու թույլտվության պայմանների խախտման մասին իր ծանուցագրերի պահանջների կատարումից խուսափելու կամ ժամանակին չկատարելու համար, ինչպես նաև Երևան քաղաքում առանց արտաքին գովազդ տեղադրելու թույլտվության արտաքին գովազդ տեղադրելու համար:

2. Գովազդատու, գովազդ արտադրող, գովազդակիր ձեռնարկությունների ղեկավարները սույն հոդվածի առաջին կետով նախատեսված խախտումների համար կրում են վարչական պատասխանատվություն: Այդ

դեպքում Հայաստանի Հանրապետության պետական կառավարման լիազորված մարմինն իրավունք ունի նրանց նկատմամբ կիրառել տուգանք՝ նվազագույն աշխատավարձի մինչև 100-ապատիկի չափով:

2.1. Գովազդատուները, գովազդ արտադրողները, գովազդակիրները սույն հոդվածի 1.1-ին կետով նախատեսված խախտումների համար կրում են վարչական պատասխանատվություն: Այդ դեպքում Երևանի քաղաքապետն իրավունք ունի նրանց նկատմամբ կիրառելու տուգանք՝ նվազագույն աշխատավարձի մինչև 100-ապատիկի չափով:

2.2. Գովազդատու և գովազդակիր ~~ծեռնարկությունների դեկավարները~~ իրավաբանական անձանց գործադիր մարմինը, ինչպես նաև գովազդատու և գովազդակիր ֆիզիկական անձինք սույն օրենքի 15-րդ հոդվածի 10-րդ, 11-րդ, 11.1-ին, 11.2-րդ, 11.3-րդ, 12-րդ, 12.1-ին և 15-րդ մասերով և 5.1 հոդվածով սահմանված պահանջների խախտումների համար կրում են վարչական պատասխանատվություն: Այդ դեպքում Հայաստանի Հանրապետության պետական կառավարման լիազորված մարմինը նրանց նկատմամբ կիրառում է տուգանք՝ նվազագույն աշխատավարձի 2000-ապատիկի չափով:

3. Գովազդատուները, գովազդ արտադրողները, գովազդակիրներն իրավունք ունեն դիմել դատարան՝ Հայաստանի Հանրապետության պետական կառավարման լիազորված մարմնի ծանուցագրերն ամբողջովին կամ մասամբ անվավեր ճանաչելու կամ տուգանք կիրառելու մասին որոշումը չեղյալ հայտարարելու կամ փոխելու պահանջով:

Հայցի առկայությունը չի դադարեցնում ծանուցագրի պահանջների կամ տուգանքի մասին որոշման կատարումը, եթե դատարանի կողմից որոշում չի կայացվել նշված ակտերի կատարումը կասեցնելու կամ դադարեցնելու մասին:

(26-րդ հոդվածը լրաց. 21.03.12 ՀՕ-99-Ն, 19.06.19 ՀՕ-91-Ն, փոփ. 05.05.21 ՀՕ-193-Ն, 04.03.22 ՀՕ-50-Ն)