ՆԱԽԱԳԻԾ

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ

ՕՐԵՆՔԸ

«ԳՈՎԱԶԴԻ ՄԱՍԻՆ» ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ՕՐԵՆՔՈՒՄ ՓՈՓՈԽՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ԵՎ ԼՐԱՑՈՒՄՆԵՐ ԿԱՏԱՐԵԼՈՒ ՄԱՍԻՆ

**Հոդված 1.** «Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության 1996 թվականի ապրիլի 30-ի № ՀՕ-55 օրենքի (այսուհետ՝ Օրենք) 14-րդ հոդվածի 2-րդ մասում «ծխախոտի» բառից հետո լրացնել «, ինչպես նաև վիճակախաղի և ինտերնետ շահումով խաղի» բառերը։

**Հոդված 2.** Օրենքի 15-րդ հոդվածի 10-րդ մասում «24 ժամվա» բառերը փոխարինել «24.00-ից մինչև 06.00-ն» բառերով։

**Հոդված 3.** Օրենքի 15-րդ հոդվածում լրացնել հետևյալ բովանդակությամբ 10.1-րդ, 11.1-րդ, 11.2-րդ մասեր՝

10.1 Հեռուստահաղորդակցության ալիքով վիճակախաղի և ինտերնետ շահումով խաղի, ինչպես նաև դրանց կազմակերպիչների գովազդը թույլատրվում է հեռարձակել ժամը 24.00-ից մինչև 06.00-ն ներառյալ:

11.1 Վիճակախաղի և ինտերնետ շահումով խաղի գովազդի ժամանակ արգելվում է՝

ա) որևէ կերպ դիմել անչափահասներին.

բ) մարդկանց կերպարների տեսաձայնային կամ այլ ձևով օգտագործելը.

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

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

ե) ներշնչել, որ խաղի միջոցով հնարավոր է հասնել հասարակական, մասնագիտական, սպորտային կամ անձնական հաջողության.

զ) քննադատել վիճակախաղին կամ ինտերնետ շահումով խաղին չմասնակցելը.

11.2 Վիճակախաղի և ինտերնետ շահումով խաղի գովազդը պետք է պարունակի ոչ սթափ կամ հոգեճնշող վիճակում խաղալու անթույլատրելիության վերաբերյալ նախազգուշացնող տեղեկատվություն։

**Հոդված 4.** Սույն օրենքն ուժի մեջ է մտնում պաշտոնական հրապարակմանը հաջորդող տասներորդ օրվանից:

**ՀԻՄՆԱՎՈՐՈՒՄ**

**««ԳՈՎԱԶԴԻ ՄԱՍԻՆ» ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ՕՐԵՆՔՈՒՄ ՓՈՓՈԽՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ԵՎ ԼՐԱՑՈՒՄՆԵՐ ԿԱՏԱՐԵԼՈՒ ՄԱՍԻՆ» ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ՕՐԵՆՔԻ ԸՆԴՈՒՆՄԱՆ**

**Ընթացիկ իրավիճակը և իրավական ակտի ընդունման անհրաժեշտությունը**

ՀՀ մարդու իրավունքների պաշտպանի աշխատակազմում իրականացվել է ինտերնետ շահումով խաղերի և վիճակախաղերի գովազդի վերաբերյալ իրավակարգավորումների և պրակտիկայի մանրամասն ուսումնասիրություն՝ մարդու իրավունքների վրա դրանց ազդեցության տեսանկյունից։ **Ուսումնասիրությունն իրականացվել է՝ հաշվի առնելով Մարդու իրավունքների պաշտպանին քաղաքացիների հասցեագրած բողոքները, ինչպես նաև զանգվածային լրատվության միջոցների հրապարակումները։**

2017 և 2018 թվականների ընթացքում Մարդու իրավունքների պաշտպանին բողոքներ են հասցեագրվել վիճակախաղերի (ինչպես առցանց, այնպես էլ գրասենյակային) մասնակիցների ընտանիքների անդամների կամ ազգականների կողմից։ Նշված բողոքներով մտահոգություններ են հայտնվել այն մասին, որ բուքմեյքերական գրասենյակների բնակավայրերին շատ մոտ տեղակայված լինելը և տոտալիզատորների լայնածավալ գովազդները բարձրացնում են մոլախաղերով հրապուրվելու հավանականությունը։ Վիճակախաղերի մասնակիցների ազգականները տեղեկացրել են նաև, որ խաղերին մասնակցության ու դրանցից կախվածության պատճառով իրենց ընտանիքի անդամները վատնում են խոշոր գումարներ, այդ թվում նաև փոխառությամբ վերցված, ինչն իրենց ընտանիքներին հանգեցնում է սոցիալապես ծանր վիճակի։

Մասնավորապես, ուսումնասիրվել են մի շարք օրենքներ, այդ թվում«Գովազդի մասին», «Վիճակախաղերի մասին», «Շահումով խաղերի, ինտերնետ շահումով խաղերի և խաղատների մասին», «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքները, ինչպես նաև հարակից այլ օրենքներ։ Ուսումնասիրվել է նաև դրանց գործադրման պրակտիկան։ Արդյունքում պարզվել է, որ բացակայում էինտերնետ ***շահումով խաղերի և վիճակախաղերի գովազդի մանրամասն իրավական կարգավորումը։*** Մինչդեռ այդ իրավական բացը կարող է դառնալ անձանց, այդ թվում՝ անչափահասների իրավունքների խախտման պատճառ։

Այսպես, «Շահումով խաղերի, ինտերնետ շահումով խաղերի և խաղատների մասին» Հայաստանի Հանրապետության 2003 թվականի դեկտեմբերի 13-ի № ՀՕ-1-Ն օրենքի 6-րդ հոդվածի 2-րդ մասի «ժգ» կետի համաձայն՝ շահումով խաղերի, խաղատների գործունեության կազմակերպիչը՝ պարտավոր է չիրականացնել շահումով խաղի կամ խաղատան կամ խաղասրահի կամ դրանց կազմակերպիչների գովազդը, այդ թվում՝ հեռուստատեսությամբ կամ ռադիոյով, բացառությամբ խաղատների կամ շահումով խաղերի 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:

Ի տարբերություն շահումով խաղերի, խաղատների գործունեության կազմակերպիչների՝ վերոնշյալ օրենքի 2.1 մասի «ժ» կետի համաձայն՝ **ինտերնետ շահումով խաղերի** գործունեության կազմակերպիչը պարտավոր է ապահովել «Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի պահանջների կատարումը։

Հարկ է նշել, որ տոտալիզատորների գործունեությունը կարգավորվում է ոչ թե «Շահումով խաղերի, ինտերնետ շահումով խաղերի և խաղատների մասին» ՀՀ օրենքով, այլ՝ «Վիճակախաղերի մասին» Հայաստանի Հանրապետության 2003 թվականի դեկտեմբերի 17-ի № ՀՕ-3-Ն օրենքով, մասնավորապես տվյալ օրենքի 2-րդ հոդվածի 5-6 կետերի համաձայն՝ տոտալիզատոր (այսուհետ` նույնպես վիճակախաղ)`  խաղ, որի մասնակիցը կանխագուշակում է խաղային, սպորտային, սոցիալապես նշանակալից իրավիճակի հնարավոր տարբերակը, ընդ որում, շահումը պայմանավորված է կանխագուշակման մասնակի կամ լրիվ համընկնումից տեղի ունեցած փաստով:

Հատկանշական է, որ վերոնշյալ օրենքի 5-րդ հոդվածի 1-ին մասի բ կետի համաձայն՝ տոտալիզատորի (վիճակախաղի) կազմակերպիչը` նախքան վիճակախաղի գովազդի հրապարակումը, դրա բովանդակությունը համաձայնեցնում է լիազոր մարմնի հետ, ընդ որում, վերջինս չի տալիս իր համաձայնությունը, եթե գովազդը ***հակասում է «Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքին***, լիազոր մարմնի հետ համաձայնեցված համապատասխան վիճակախաղի կազմակերպման և անցկացման կանոնակարգի դրույթներին, պարունակում է թյուր կամ ապակողմնորոշող տեղեկություններ։

Նույն օրենքի 5-րդ հոդվածի 4-րդ մասի համաձայն՝ Լիազոր մարմինը գովազդի վերաբերյալ իր համաձայնությունը պարտավոր է տալ կամ այն մերժել գովազդը իրեն ներկայացնելու օրվանը հաջորդող տասն օրվա ընթացքում: Եթե նշված ժամկետում համաձայնություն տալը չի մերժվում, ապա այն համարվում է տրված:

Նշյալ օրենքի շրջանակներում, համաձայն օրենքի 2-րդ հոդվածի 14-րդ մասի՝ լիազոր մարմին է*`* վիճակախաղերի կազմակերպման գործունեության լիցենզավորման և լիցենզիայի պարտադիր պահանջների կամ պայմանների պահպանման նկատմամբ վերահսկողության իրականացման համար Հայաստանի Հանրապետության կառավարության կողմից լիազորված պետական կառավարման մարմինը:

**Ստացվում է մի իրավիճակ, երբ շահումով խաղերի և խաղատների կազմակերպիչները, արդարացիորեն սահմանափակված են գովազդելու իրենց գործունեությունը (բացառությամբ խաղատների կամ շահումով խաղերի շենքերի, շինությունների կամ սրահների մեջ կամ վրա), իսկ ինտերնետ շահումով խաղերի և տոտալիզատորների (վիճակախաղերի) կազմակերպիչները կարող են գովազդել իրենց գործունեությունը՝ սահմանափակված լինելով միայն «Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի սահմանափակ կարգավորումներով։**

**Կարծում ենք, որ բնակչության շրջանում ընդհանրապես և անչափահասների շրջանում հատկապես, ինտերնետ շահումով խաղերի և տոտալիզատորների (վիճակախաղերի) գովազդի նկատմամբ դյուրահավատությունն ավելի բարձր է՝ հաշվի առնելով դրանց հասանելիության աստիճանը։**

**Նկատի ունենալով վերոշարադրյալ իրավակարգավորումները՝ կարելի է արձանագրել, որ օրենսդիրը նպատակ է ունեցել ոլորտի կարգավորումները թողնել «Գովազդի մասին» օրենքի կարգավորմանը։**

Այսպես, «Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության 1996 թվականի ապրիլի 30-ի № ՀՕ-55 օրենքի 14-րդ հոդվածի համաձայն՝ արգելվում է այն գովազդը, որտեղ` օգտագործվում են անչափահասների դյուրահավատություն ու անփորձությունը, պարունակվում են տեսաձայնային այնպիսի դրվագներ, որոնք կարող են բարոյական կամ ֆիզիկական վնաս պատճառել անչափահասներին, խաթարվում են ծնողների և դաստիարակների հեղինակությունը, անչափահասների վստահությունը նրանց նկատմամբ: Արգելվում է անչափահասների կերպարների տեսաձայնային կամ այլ ձևով օգտագործումը գովազդում, եթե այն չի վերաբերում անչափահասների համար նախատեսված ապրանքներին:

Յուրաքանչյուր հեռուստահաղորդակցության ալիքով հեռարձակվող յուրաքանչյուր վիճակախաղի կազմակերպչի գովազդի ընդհանուր տևողությունը, այդ թվում` գովազդային հաղորդումները և գովազդային տեղեկատվությունները նրանց մասին, 24 ժամվա ընթացքում չի կարող գերազանցել 9 րոպեն, իսկ մեկ ժամվա ընթացքում կարող է հեռարձակվել երկու անգամից ոչ ավելի և չի կարող գերազանցել 60 վայրկյանը:

Վիճակախաղի, շահումով խաղի կամ խաղատան գովազդի ժամանակ ***արգելվում է դրամական միջոցների ցուցադրումը:***

Արգելվում է վիճակախաղի, 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 գովազդումը լրատվական թողարկումների ընթացքում, դրանցից 20 րոպե առաջ և 20 րոպե հետո:

Արգելվում է շահումով խաղի կամ խաղատան կամ խաղասրահի կամ դրանց կազմակերպիչների գովազդը, բացառությամբ խաղատների կամ շահումով խաղերի 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:

Ինչպես երևում է, ինտերնետ շահումով խաղերի և տոտալիզատորների (վիճակախաղերի) կազմակերպիչների գովազդի ժամանակ ընդամենը արգելվում է օգտագործելանչափահասների կերպարները տեսաձայնային կամ այլ ձևով, դրամական միջոցների ցուցադրումը, ինչպես նաև տոտալիզատորների գովազդի ժամը սահմանափակվում է 24 ժամվա ընթացքում 9 րոպեով։ Կարծում ենք, որ ներքոնշյալի լույսի ներքո առկա կարգավորումները բավարար չեն։

ՀՀ Սահմանադրության 36-րդ հոդվածի համաձայն՝ ծնողներն իրավունք ունեն և պարտավոր են հոգ տանել իրենց երեխաների դաստիարակության, առողջության, լիարժեք ու ներդաշնակ զարգացման և կրթության համար, իսկ 37-րդ հոդվածի 2-րդ մասի համաձայն՝ երեխային վերաբերող հարցերում երեխայի շահերը պետք է առաջնահերթ ուշադրության արժանանան:

Հատկանշական է նաև, որ դեռևս 1993 թվականին ՄԱԿ-ի Երեխայի իրավունքների կոնվենցիայի (այսուհետ՝ Կոնվենցիա) վավերացմամբ Հայաստանը պարտավորվել է ձեռնարկել բոլոր անհրաժեշտ միջոցները, որ ապահովի երեխայի պատշաճ պաշտպանությունը՝ Կոնվենցիայում և Հայաստանի մասնակցությամբ մարդու իրավունքների վերաբերյալ այլ միջազգային կամ մարդասիրական փաստաթղթերում ամրագրված կիրառելի իրավունքներից օգտվելիս (հոդված 22):

Հետևաբար առանձնահատուկ ուշադրություն պետք է դարձվի երեխաներին որպես առանձին իրավասուբյեկտ ճանաչելու հարցին` երեխաների պաշտպանության ուղղությամբ պետության կողմից հատուկ քայլերի ձեռնարկման անհրաժեշտությունն ընդգծելու միջոցով: Ընդ որում, անհրաժեշտ է հաշվի առնել Կոնվենցիայի 4 ուղենիշային սկզբունքները[[1]](#footnote-1)։

«Երեխայի իրավունքների մասին» ՄԱԿ-ի կոնվենցիայի 17-րդ հոդվածն ամրագրում է, որ պետություններն ապահովում են երեխայի սոցիալական, հոգևոր և բարոյական բարեկեցությանն ու նրա ֆիզիկական և հոգեկան առողջ զարգացմանն ուղղված տեղեկատվության ու նյութերի մատչելիությունը և խրախուսում երեխայի բարեկեցությանը վնասող տեղեկատվությունից և նյութերից երեխային պաշտպանելու համապատասխան ուղենիշների զարգացումը:

Երեխաներին առնչվող իրավական ակտերում, այդ թվում ծրագրերում, երեխաների հատուկ կարգավիճակին առանձնահատուկ ուշադրություն դարձնելու անհրաժեշտության մասին նշվել է «Երեխայի լավագույն շահի ամրագրման վերաբերյալ» ՄԱՓԳՀ ուղեցույցի 3-րդ մասի 3.1 կետում: Այստեղ, մասնավորապես, ընդգծվում է, որ երեխաների վերաբերյալ տվյալների հավաքագրման, պլանավորման, ռեսուրսների տեղաբաշխման,  ծրագրերի իրականացման, մշտադիտարկման կամ ուղեցույցերի և քաղաքականության մշակման գործընթացում լավագույն շահի սկզբունքը պահանջում է, որ պատշաճ ուշադրություն դարձվի  երեխայի հատուկ կարգավիճակին ու պաշտպանության ռիսկերին: Այդ միջոցառումները պետք է ընդգրկեն   ռեսուրսների տեղաբաշխումը երեխայի լավագույն շահի տեսանկյունից, երեխաների իրավունքներին և կարիքներին ներհատուկ հարցերի ամրագրումն ուղեցույցերի, ընթացակարգերի, ծրագրերի, երկրի կառավարման պլանների և այլ փաստաթղթերի մեջ[[2]](#footnote-2):

Հետևաբար, բոլոր տեսակի շահումով խաղերի գովազդն անհրաժեշտ է կարգավորել և սահմանափակել՝ նկատի ունենալով նաև երեխաների լավագույն շահերը։

Միևնույն ժամանակ, ուսումնասիրվել է «Խաղերի կարգավորողների միջազգային ասոցիացիայի» խաղերի կազմակերպման լավագույն փորձի խորհրդատվական զեկույցը՝ կապված շահումով խաղերի գովազդի հետ[[3]](#footnote-3)։

Նշյալ զեկույցում նշված է, որ շահումով խաղերի գովազդը պետք է՝

1. Լինի հավաստի,
2. Չպետք է «թիրախավորի» անչափահասներին,
3. Չպետք է ցույց տա շահումը իբրև խաղի ելքի ամենահնարավոր տարբերակ,
4. Չպետք է խրախուսի մարդկանց խաղալ հակառակ իրենց կամքին,
5. Չպետք է խրախուսի մարկանց խաղին «չափից ավելի» մասնակցությունը,
6. Չպետք է ցուցադրի խաղը, իբրև աշխատանքի այլընտրանք կամ ֆինանսական ներդրում,
7. Չպետք է խրախուսի մարդկանց խաղալ նախկինում տարված գումարը վերադարձնելու ակնկալիքով,
8. Չպետք է տպավորություն ստեղծի, որ խաղի ելքը կախված է մասնագիտական կամ այլ ունակություններից,
9. Չպետք է տպավորություն ստեղծի, որ խաղի միջոցով հնարավոր է հասնել հասարակական, մասնագիտական, սպորտային կամ անձնական հաջողության,
10. Պետք է նկարագրի մրցանակային գումարները «ճշգրտորեն»,
11. Չպետք է պարունակի խաղում հաղթելու հնարավորության վերաբերյալ ոչ իրական տվյալներ,
12. Գովազդողը պետք է վստահ լինի, որ չի օգտագործում հաճախորդի մասին տվյալները «անպատասխանատու» գովազդի համար։

Հարկ է նաև նկատել, որ տվյալ խնդրի շուրջ ուսումնասիրվել է նաև միջազգային փորձը։

Սինգապուրի ստանդարտների կազմակերպության խորհրդատվական զեկույցի[[4]](#footnote-4) համաձայն՝ «հաջողության» (հարկ է նկատել, որ տոտալիզատորները և ինտերնտետ շահումով խաղերը հանդիսանում են հաջողության խաղ) խաղերի գովազդը արգելվում է, եթե՝

1) Գովազդը ուղղակի կամ անուղղակի խրախուսում է մուտք գործել խաղային կայք,

2) Գովազդը ուղղակի կամ անուղղակի խրախուսում է խաղային ակտիվությունը,

3) Խաղերի գովազդը ուղղված է երիտասարդներին կամ որևէ կերպ խրախուսում է խաղամոլությունը,

4) Գովազդը ներառում է որևէ կերպար (անձ, անիմացիա) կամ երաժշտություն որը կարող է հրապուրել երիտասարդներին (շահումով խաղերի կարող է մասնակցել 21 տարին լրացած անձը),

5) Գովազդը ցույց է տալիս որ շահումը խաղային գործունեության ակտիվության արդյունք է կամ այն, որ անձի հմտությունը կարող է ազդել խաղի արդյունքի վրա,

6) Գովազդը ցույց է տալիս, որ խաղը կարող է բարելավել անձի ֆինանսական դրությունը:

Մեծ Բրիտանիայի 2005 թվականի Գովազդի ակտի համաձայն՝ մոլախաղի (տոտալիզատոր, ինտերնետով շահումով խաղ, շահումով խաղ, խաղատուն և այլն) գովազդը չի կարող՝

Տպավորություն ստեղծել, որ մոլախաղը կարող է փրկել անձնական, մասնագիտական կամ կրթական խնդիրներից, ինչպես նաև միայնությունից կամ դեպրեսիայից.

Տպավորություն ստեղծել, որ մոլախաղը կարող է լուծել ֆինանսական խնդիրները կամ դառնալ աշխատանքի այլընտրանք և այլն։

Ուսումնասիրվել է նաև Ռուսաստանի Դաշնության փորձը։ Այսպես, Ռուսաստանի Դաշնության «Գովազդի մասին» դաշնային օրենքի 27-րդ հոդվածի համաձայն՝ «ռիսկի վրա հիմնված» խաղերի գովազդը չպետք է՝ դիմի անչափահասներին, տպավորություն ստեղծի որ նման խաղերին մասնակցելն աշխատանքի կամ այլ կերպ պարբերաբար եկամուտ ստանալու հնարավորություն է, չափազանցնի հաղթելու հնարավորությունը կամ նվազեցնի դրանց մասնակցության վտանգի աստիճանը, տպավորություն ստեղծի, որ խաղի ելքը կախված է մասնագիտական կամ այլ հմտություններից, քննադատի խաղին չմասնակցելը, տպավորությունը ստեղծի, որ շահումն երաշխավորված է, օգտագործի մարդկանց և կենդանիների կերպարներ։

***Բացի այդ, նույն հոդվածի համաձայն՝ նմանատիպ խաղերը թույլատրվում է գովազդել միայն՝ հեռահաղորդակցության կապի միջոցներով ժամը 22.00–ից մինչև 7.00-ն։*** Նմանատիպ խաղերի գովազդը կարող է թույլատրվել ժամը 7.00-ից մինչև 22.00–ն սպորտային միջոցառումների հեռարձակման ընթացքում։ Նման դեպքերում էլ խաղերի գովազդը չպետք է գերազանցի սպորտային միջոցառման ժամանակ ընդհանուր գովազդի 20 տոկոսը[[5]](#footnote-5)։

Հատկանշական է, որ նույնանման կարգավորումներ են նախատեսված նաև Բելառուսի Հանրապետության «Գովազդի մասին» օրենքի 23-րդ հոդվածով։ Նշյալ հոդվածում առկա է նաև «ռիսկի վրա հիմնված» խաղերի՝ ***ժամը 22.00–ից մինչև 7.00-ը, հեռուստատեսությամբ և ռադիոյով գովազդելու պահանջը[[6]](#footnote-6)։***

Ուսումնասիրվել է նաև Լեհաստանի փորձը։ Համաձայն Լեհաստանի «Խաղերի մասին ակտի»` վիճակախաղերի, «խաղաթղթային» խաղերի, մեքենայացված խաղերի և խաղադրույքների գովազդն ընդհանրապես արգելվում է։

Նշյալ խաղերը հնարավոր է գովազդել բացառապես նման խաղերի անցկացման վայրերի ներսում[[7]](#footnote-7)։

Հատկանշական է, որ կան պետություններ, որտեղ շահումով խաղերի գովազդն ընդհանրապես արգելում է, ինչպես Էստոնիայում, Լատվիայում և Լիտվայում[[8]](#footnote-8):

Այնուամենայնիվ, կարգավորումները ներառում են որոշ բացառություններ: Օրինակ, Էստոնիայում և Լիտվայում գովազդային արգելքը չի կիրառվում, եթե օգտագործվում է միայն խաղի կազմակերպչի անունը կամ ապրանքային նշանը[[9]](#footnote-9):

Համաձայն Նորվեգիայի 1992 թվականի «Խաղերի մասին ակտի», 1927 թվականի «Տոտալիզատորների մասին ակտի» և 1995 թվականի «Վիճակախաղերի մասին ակտի» դրույթների` վերոնշյալ խաղերի կազմակերպիչները չեն կարող գովազդել խաղերը առանց համապատասխան արտոնագրերի, որը տրվում է համապատասխան պետական մարմնի կողմից (Lotteri og Stiftelsestilsynet)[[10]](#footnote-10):

Համաձայն Ֆրանսիայի օրենսդրական կարգավորումների՝ գովազդել շահումով խաղերը կարող են միայն այն խաղերի կազմակերպիչները, որոնք ստացել են համապատասխան արտոնագիր։

Նույնիսկ արտոնագիր ստացած խաղերի կազմակերպիչների գովազդը պետք է պարունակի գրավոր կամ բանավոր նախազգուշական հաղորդագրություններ խաղի հանդեպ կախվածության վտանգի մասին:

Եթե գովազդն առցանց է, նախազգուշացումը պետք է պարունակի հղում կախվածության դեմ պայքարին նվիրված կայքի վրա:

Նման գովազդը չի կարող առաջարկվել այն կայքերում, որոնք հիմնականում ուղղված են անչափահասներին: Բացի այդ, ռադիոյի կամ հեռուստատեսության միջոցով օնլայն խաղային վեբ կայքերի ցանկացած գովազդն արգելվում է անչափահասներին ուղղված հատուկ ծրագրերի հեռարձակումից 30 րոպե առաջ և հետո[[11]](#footnote-11):

Գերմանիայում նույնպես գովազդել շահումով խաղերը կարող են միայն այն խաղերի կազմակերպիչները, որոնք ստացել են համապատասխան արտոնագիր։

Բոլոր գովազդները պետք է ուղեկցվեն անչափահասների մասնակցության արգելքի վերաբերյալ նախազգուշացմամբ, ինչպես նաև չպետք է մոլորեցնեն մասնակցին խաղում հաղթելու հնարավորության երաշխավորմամբ:

Հեռուստատեսությամբ, ինտերնետ կամ հեռահաղորդակցության այլ ձևերով գովազդը սովորաբար արգելվում է, սակայն արտոնագրված վիճակախաղի, սպորտային խաղադրույքի և ձիարշավային խաղադրույքների օպերատորների հետ կապված կարող են կատարվել բացառություններ, մասնավորապես սպորտային միջոցառումների անցկացման ժամանակ[[12]](#footnote-12):

**Առաջարկվող կարգավորման բնույթը**

Հաշվի առնելով վերոգրյալը՝ նշենք, որ «Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի համաձայն՝ շահումով խաղերի, խաղատների գործունեության կազմակերպիչը պարտավոր է չիրականացնել շահումով խաղի կամ խաղատան կամ խաղասրահի կամ դրանց կազմակերպիչների գովազդը, այդ թվում՝ հեռուստատեսությամբ կամ ռադիոյով, բացառությամբ խաղատների կամ շահումով խաղերի շենքերի, շինությունների կամ սրահների մեջ կամ վրա, Հայաստանի Հանրապետության սահմանային մուտքի կետերում, մինչդեռ տոտալիզատորները, որոնք օրենքի ուժով հավասարեցված են վիճակախաղերին, և ինտերնետ շահումով խաղերը, ըստ էության, շատ քիչ տարբերվելով շահումով խաղերից և խաղատներից, «Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքով գովազդի հատուկ կարգավորում չունեն, և դրանց գովազդի վրա տարածվում են միայն ընդհանուր սահմանափակումներ։

Կարծում ենք նաև, որ տոտալիզատորների (վիճակախաղերի) և ինտերնետ շահումով խաղերի գովազդն առավելապես կարգավորման անհրաժեշտություն ունի՝ նկատի ունենալով անձանց համար դրանց հասանելիությունը։

Նկատի ունենալով վերոնշյալը՝ գտնում ենք, որ տոտալիզատորների (վիճակախաղերի) և ինտերնետ շահումով խաղերի գովազդի հատուկ կարգավորում չնախատեսելն անհիմն է և կարող է անձանց իրավունքների (մասնավորապես անչափահասների) խախտման պատճառ հանդիսանալ:

Շրջանառության ներկայացված նախագծով առաջարկվում է հեռուստատեսությամբ վիճակախաղի և ինտերնետ շահումով խաղի, ինչպես նաև դրանց կազմակերպիչների գովազդը թույլատրել հեռարձակել ժամը 24.00-ից մինչև 06.00-ն ներառյալ:

Դրանից բացի, առաջարկվում է վիճակախաղի և ինտերնետ շահումով խաղի գովազդի ժամանակ արգելել որևէ կերպ անչափահասներին դիմելը, մարդկանց կերպարները տեսաձայնային կամ այլ ձևով օգտագործելը,  տպավորություն ստեղծելը, թե խաղին մասնակցելն ապահովում է պարբերաբար եկամուտ (շահույթ) ստանալու հնարավորություն կամ աշխատանքի այլընտրանք է, ինչպես նաև կարծիք ձևավորելը, թե եկամուտ (շահույթ) ստանալը երաշխավորված է։

Օրենքի նախագիծը նախատեսում է արգելք ինչպես ներշնչելու համար, որ խաղի միջոցով հնարավոր է հասնել հասարակական, մասնագիտական, սպորտային կամ անձնական հաջողության, այնպես էլ՝ քննադատելու վիճակախաղին կամ ինտերնետ շահումով խաղին չմասնակցելը։

Նախագիծը սահմանում է նաև, որ վիճակախաղի և ինտերնետ շահումով խաղի գովազդը պետք է պարունակի ոչ սթափ խաղալու անթույլատրելիության վերաբերյալ նախազգուշացնող տեղեկատվություն։

Վերոնշյալն անհրաժեշտ է քաղաքացիների իրավունքների ամբողջական պահպանման համար։

**Նախագծի մշակման գործընթացում ներգրավված ինստիտուտները**

Նախագիծը մշակվել է Հայաստանի Հանրապետության մարդու իրավունքների պաշտպանի աշխատակազմի կողմից։

**Ակնկալվող արդյունքը**

Նախագծի ընդունման դեպքում ակնկալվում է կարգավորել ոլորտում առկա, սույն հիմնավորմամբ ներկայացված օրենսդրական բացերը և խնդիրները:

ՏԵՂԵԿԱՆՔ

««ԳՈՎԱԶԴԻ ՄԱՍԻՆ» ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ՕՐԵՆՔՈՒՄ ՓՈՓՈԽՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ԵՎ ԼՐԱՑՈՒՄՆԵՐ ԿԱՏԱՐԵԼՈՒ ՄԱՍԻՆ» ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ՕՐԵՆՔԻ ԸՆԴՈՒՆՄԱՆ ԿԱՊԱԿՑՈՒԹՅԱՄԲ ԱՅԼ ՆՈՐՄԱՏԻՎ ԻՐԱՎԱԿԱՆ ԱԿՏԵՐԻ ԸՆԴՈՒՆՄԱՆ ԱՆՀՐԱԺԵՇՏՈՒԹՅԱՆ ՄԱՍԻՆ

«Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի ընդունման կապակցությամբ այլ նորմատիվ իրավական ակտեր ընդունել անհրաժեշտ չէ:

ՏԵՂԵԿԱՆՔ

««ԳՈՎԱԶԴԻ ՄԱՍԻՆ» ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ՕՐԵՆՔՈՒՄ ՓՈՓՈԽՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ԵՎ ԼՐԱՑՈՒՄՆԵՐ ԿԱՏԱՐԵԼՈՒ ՄԱՍԻՆ» ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ՕՐԵՆՔԻ ԸՆԴՈՒՆՄԱՆ ԿԱՊԱԿՑՈՒԹՅԱՄԲ ՊԵՏԱԿԱՆ ԿԱՄ ՏԵՂԱԿԱՆ ԻՆՔՆԱԿԱՌԱՎԱՐՄԱՆ ՄԱՐՄՆԻ ԲՅՈՒՋԵՈՒՄ ԵԿԱՄՈՒՏՆԵՐԻ ԵՎ ԾԱԽՍԵՐԻ ԱՎԵԼԱՑՄԱՆ ԿԱՄ ՆՎԱԶԵՑՄԱՆ ՄԱՍԻՆ

««Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի ընդունման կապակցությամբ պետական կամ տեղական ինքնակառավարման մարմնի բյուջեում եկամուտների և ծախսերի ավելացում կամ նվազեցում չի նախատեսվում:

1. Խտրականության արգելքը և հավասարությունը (հոդված 2), երեխայի լավագույն շահը (հոդված 3), կյանքի, գոյատևման և առողջ զարգացման իրավունքը (հոդված 6), երեխայի կարծիքի հարգանքը (հոդված 12)։ [↑](#footnote-ref-1)
2. <http://www.unhcr.org/4566b16b2.pdf> [↑](#footnote-ref-2)
3. https://iagr.org/sites/default/files/eGamblingguidelines-September-2008.pdf [↑](#footnote-ref-3)
4. https://asas.org.sg/LinkClick.aspx?fileticket=g\_WIcGssJMw%3D&portalid=0 [↑](#footnote-ref-4)
5. http://www.zakonrf.info/zoreklame/27/ [↑](#footnote-ref-5)
6. http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=H10700225 [↑](#footnote-ref-6)
7. http://www.paih.gov.pl/polish\_law/advertising#4e [↑](#footnote-ref-7)
8. http://www.asser.nl/SportsLaw/Blog/post/gambling-advertising-regulations-pitfalls-for-sports-sponsorship-by-ben-van-rompuy [↑](#footnote-ref-8)
9. http://www.asser.nl/SportsLaw/Blog/post/gambling-advertising-regulations-pitfalls-for-sports-sponsorship-by-ben-van-rompuy [↑](#footnote-ref-9)
10. https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/9-635-0422?transitionType=Default&contextData=(sc.Default) Gaming in Norway: overview, Practical Law Country Q&A 9-635-0422 (2016) [↑](#footnote-ref-10)
11. <https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/9-634-4247?transitionType=Default&contextData=(sc.Default)&firstPage=true&bhcp=1> Gaming in France: overview, Practical Law Country Q&A 9-634-4247 (2016) [↑](#footnote-ref-11)
12. https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/1-635-3486?transitionType=Default&contextData=(sc.Default) Gaming in Germany: overview, Practical Law Country Q&A 1-635-3486 (2016) [↑](#footnote-ref-12)