



ՀԵՌՈՒՍՏԱՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՌԱԴԻՈՅԻ ՀԱՆՁՆԱԺՈՂՈՎ

ՈՐՈՇՈՒՄ

27 հունվարի 2022 թվականի թիվ 8-Ս

ք. Երևան

«ԱՐ ՌԱԴԻՈ ՄԻՋՄԱՅՐՑԱՄԱՔԱՅԻՆ» ՄՊ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅԱՆ ՆԿԱՏՄԱՄԲ ՎԱՐՉԱԿԱՆ ՏՈՒՅԺ ԿԻՐԱՌԵԼՈՒ ՄԱՍԻՆ

Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովն (այսուհետ՝ Հանձնաժողով) ուսումնասիրելով 2021 թվականի դեկտեմբերի 21-ին իր նախաձեռնությամբ հարուցված թիվ 68 վարչական վարույթի նյութերը՝ *պարզեց*.

Հանձնաժողովի կողմից «Տեսալսողական մեդիայի մասին» օրենքով (այսուհետ՝ Օրենք) վերապահված իր վերահսկողական գործառնություններն իրականացնելիս՝ Հեռարձակողների գործունեության մշտադիտարկման արդյունքում արձանագրվել է լսողական մեդիաձառայություն մատուցող «ԱՐ ՌԱԴԻՈ ՄԻՋՄԱՅՐՑԱՄԱՔԱՅԻՆ» ՄՊ ընկերության (այսուհետ՝ Հեռարձակող) կողմից «Երևան ՖՄ» լսողական ծրագրի կողմից «Գովազդի մասին» օրենքով ամրագրված արգելված ժամանակահատվածում՝ թունդ ալկոհոլային խմիչքների վաճառքով մասնագիտացված «Անդակո սփիրիթս» մասնագիտական խանութ-սրահի և վերջինիս կայքի (andaco.am) գովազդի հեռարձակման սահմանափակումների խախտում:

Հանձնաժողովը ղեկավարվելով «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» օրենքի 30-րդ հոդվածի 1-ին մասի բ) կետով՝ 2021 թվականի դեկտեմբերի 21-ին Հեռարձակողի նկատմամբ հարուցել է վարչական վարույթ՝ հիմք ընդունելով Հանձնաժողովի կողմից Հեռարձակողի գործունեության դիտարկման արդյունքների հիման վրա 2021 թվականի դեկտեմբերի 21-ին կազմված մշտադիտարկման իրականացման և արդյունքների վերաբերյալ արձանագրությունը, որն Օրենքի 42-րդ հոդվածի 18-րդ մասի համաձայն՝ հիմք է հանդիսանում վարչական վարույթ հարուցելու համար, իսկ հարուցված վարչական վարույթի շրջանակներում ծառայում է որպես վարչական վարույթի ապացույց:

Ըստ արձանագրության՝ Հեռարձակողի «Երևան ՖՄ» լսողական ծրագրի կողմից 2021 թվականի դեկտեմբերի 06-ի եթերի ժամանակ՝ ժամը 08:23:01-ին և 17:44:17-ին, հեռարձակվել է «Անդակո սփիրիթս» մասնագիտական խանութ-սրահի, որը զբաղվում է

թունդ ակոնոլային խմիչքների վաճառքով, ինչպես նաև խանութ-սրահի կայքի (andaco.am) գովազդ, որն արգելված է «Գովազդի մասին» օրենքի 15-րդ հոդվածի 5-րդ մասի բ) կետով:

Հանձնաժողովը 2021 թվականի դեկտեմբերի 21-ին հարուցված վարչական վարույթի մասին ծանուցել է Հեռարձակողին և հայտնել, որ այս հարցի վերաբերյալ կարող են ներկայացնել իրենց պարզաբանումները և բացատրությունները:

Հարուցված վարչական վարույթի ընթացքում Հեռարձակողը 2021 թվականի դեկտեմբերի 27-ին Հանձնաժողով ներկայացված իր պարզաբանումներում, հայտնում է այն մասին, որ «Գովազդի մասին» օրենքն արգելում է **ցուցադրել** գովազդ զանգվածային տեղեկատվության էլեկտրոնային միջոցներով, իսկ լսողական մեդիան՝ ռադիո եթերում հնարավորություն չունի ցուցադրել որևէ գովազդային հոլովակ, և իրենք կարող են **հեռարձակել** միայն ձայնային ազդանշանների տեսքով:

Հեռարձակողն իր պարզաբանման մեջ հայտնում է նաև, որ գովազդի տեքստից երևում է, որ գովազդատուն գովազդում է իր կողմից առաջարկվող գինիների տեսականին, որոնք ներկայացված են նաև andaco.am կայքում և համաձայն կայքում վաճառվող գինիների մասին տվյալների և «Խաղողի հումքով ոգելից խմիչքների մասին» օրենքի 1-ին գլխի 4-րդ հոդվածի 1-ին մասի 36)-րդ կետի սահմանման՝ խաղողի սեղանի գինի (սեղանի գինի)՝ միայն բնական ճանապարհով (էնդոգեն) առաջացած սպիրտ պարունակող գինի, որտեղ սպիրտի փաստացի խտությունը կազմում է 8-ից մինչև 15 ծավ.%, հետևաբար նշված գովազդային հոլովակը չի հակասում «Գովազդի մասին» օրենքի պահանջներին, քանի որ առաջարկվող գինիներում սպիրտի պարունակությունը փոքր է 20 ծավալային միավորից: Այսպիսով «Անդակո սփիրիթս» ընկերության գովազդային հոլովակը հեռարձակվել է վերոնշյալ հիմնավորմամբ:

Հանձնաժողովի հիմնավորումները (պատճառաբանությունը) և եզրահանգումը.

Այսպիսով, վարչական վարույթի բազմակողմանի, լրիվ և օբյեկտիվ քննության, ձեռք բերված ապացույցների ուսումնասիրության և գնահատման արդյունքում Հանձնաժողովն ամրագրում է հետևյալը.

Օրենքի 2-րդ հոդվածի 1-ին մասի համաձայն՝ Հայաստանի Հանրապետության տեսալսողական մեդիայի մասին օրենսդրությունը ներառում է Հայաստանի Հանրապետության Սահմանադրությունը, սույն օրենքը, «Զանգվածային լրատվության մասին», «Էլեկտրոնային հաղորդակցության մասին», «Հեղինակային իրավունքի և հարակից իրավունքների մասին», «Լեզվի մասին», «Գովազդի մասին» օրենքները, Հայաստանի Հանրապետության ընտրական օրենսգիրքը, կարգավորող պետական մարմնի իրավական ակտերը, տեսալսողական մեդիայի ոլորտը կարգավորող այլ իրավական ակտեր և Հայաստանի Հանրապետության միջազգային պայմանագրերը:

Օրենքի 14-րդ հոդվածի 7-րդ մասի համաձայն՝ Հեռարձակողների կողմից գովազդի հեռարձակումն իրականացվում է Օրենքի և «Գովազդի մասին» օրենքի պահանջներին համապատասխան:

Օրենքի 32-րդ հոդվածի 1-ին մասի 14-րդ կետի համաձայն՝ Հանձնաժողովը՝ իրականացնում է Հեռարձակողների և օպերատորների գործունեության մշտադիտարկում:

Օրենքի 42-րդ հոդվածի 1-ին մասի համաձայն՝ Հեռարձակողների գործունեության մշտադիտարկումն իրականացվում է ուղղակի դիտարկման, իսկ օպերատորի դեպքում՝ նաև տեղում դիտարկում իրականացնելու միջոցով, իսկ նույն հոդվածի 8-րդ և 9-րդ մասերը սահմանում են՝

«8. Մշտադիտարկման արդյունքներով կարգավորող պետական մարմնի ներկայացուցիչը մշտադիտարկման արդյունքների վերաբերյալ կազմում է արձանագրություն:

9. Մշտադիտարկման արդյունքների վերաբերյալ արձանագրության մեջ նշվում են մշտադիտարկման արդյունքների համառոտ շարադրանքը, ինչպես նաև վարչական վարույթ հարուցելու կամ հարուցված վարչական վարույթի համար էական նշանակություն ունեցող բոլոր փաստական հանգամանքները, այդ թվում՝ վարույթի մասնակիցների օգտին առկա հանգամանքները:»

«Գովազդի մասին» օրենքի 15-րդ հոդվածի 5-րդ մասի բ) կետը սահմանում է.

«5. Արգելվում է՝ բ) զանգվածային տեղեկատվության էլեկտրոնային միջոցներով ժամը 06:00-ից մինչև 22:30-ը ցուցադրել թունդ ավոհոլային խմիչքների (սպիրտի պարունակությունը 20 և ավելի ծավալային միավոր) գովազդ:»

«Գովազդի մասին» օրենքի 24-րդ հոդվածի 2-րդ մասի համաձայն՝ 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:

Փաստում ենք նաև, որ Հեռարձակողը Հանձնաժողովի կողմից լիցենզավորված իրավաբանական անձ է, որը կազմում և սպառողին է ներկայացնում տեսալսողական տեղեկատվություն և խմբագրական պատասխանատվություն է կրում տեսալսողական արտադրանքի բովանդակության համար և պարտավոր է պահպանել տեսալսողական մեդիայի բնագավառը կարգավորող օրենսդրության պահանջները, իսկ օրենքի դրույթները խախտելու դեպքում կրել պատասխանատվություն օրենքով սահմանված կարգով, ուստի, օրենքի պահանջի չկատարումն ինքնին բերում է պատասխանատվության:

Հեռարձակողը պետք է հաշվի առնի, որ օրենքներով հստակ սահմանվում են իրավական նորմեր, որոնց չպահպանելը առաջացնում են իրավական հետևանքներ և Հեռարձակողը պատասխանատվություն է կրում տեսալսողական մեդիայի ոլորտը կարգավորող օրենսդրության կիրառման ապահովման համար և տվյալ դեպքում Հեռարձակողը պարտավոր էր պահպանել «Գովազդի մասին» օրենքի 15-րդ հոդվածի 5-րդ մասի բ) կետով սահմանված դրույթի պահանջը:

Հանձնաժողովն ամրագրում է, որ Հեռարձակողները գովազդ հեռարձակելիս պարտավոր են պահպանել Օրենքով և «Գովազդի մասին» օրենքով սահմանված ապրանքների առանձին տեսակների գովազդի առանձնահատկությունների դրույթների պահանջները: Ապրանքների առանձին տեսակների գովազդի առանձնահատկություններին

ներկայացվող պահանջները սահմանված են «Գովազդի մասին» օրենքի 15-րդ հոդվածով, մասնավորապես, 5-րդ մասի բ) կետի համաձայն՝ արգելվում է՝ զանգվածային տեղեկատվության էլեկտրոնային միջոցներով ժամը 06:00-ից մինչև 22:30-ը ցուցադրել թունդ ակոհոլային խմիչքների (սպիրտի պարունակությունը 20 և ավելի ծավալային միավոր) գովազդ:

Հանձնաժողովն ուսումնասիրելով վարչական վարույթի նյութերը, վարչական վարույթի ընթացքում ձեռք բերված փաստերը՝ ուսումնասիրության արդյունքում արձանագրում է, որ Հեռարձակողի «Երևան ՖՄ» լսողական ծրագրի կողմից 2021 թվականի դեկտեմբերի 06-ի եթերի ժամանակ՝ ժամը 08:23:01-ին և 17:44:17-ին, հեռարձակվել է «Անդակո սփիրիթս» մասնագիտական խանութ-սրահի, որը զբաղվում է թունդ ակոհոլային խմիչքների վաճառքով, ինչպես նաև խանութ-սրահի կայքի (andaco.am) գովազդ: Մասնավորապես, գովազդային հոլովակը եթեր է հեռարձակվել հետևյալ տեսքով՝

«Գինիների մեծ տեսականի՝ հատուկ գներով: Համեցեք «Անդակո սփիրիթս» մասնագիտացված խանութ սրահ: Աշխարհի տարբեր երկրներից ներմուծված գինիներ, գրագետ խորհրդատվություն, առցանց գնումների հնարավորություն: Անդակո սփիրիթս՝ Բաղրամյան 79ա, հեռախոս՝ 044 370370, կայք՝ andaco.am:

«Գովազդի մասին» օրենքի 2-րդ հոդվածում տրված է «գովազդ» հասկացության սահմանումը՝

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:

Գովազդը տեղեկություն է, որը պետք է տարածվի տարբեր տեսակի տեղեկատվական միջոցների օգնությամբ, պետք է հասցեագրված լինի անորոշ թվով անձանց, պետք է վերաբերի կոնկրետ իրավաբանական կամ ֆիզիկական անձանց, ապրանքներին, գաղափարներին կամ նախաձեռնություններին, պետք է նպատակ հետապնդի հետաքրքրություն ձևավորել կամ պահպանել տվյալ ֆիզիկական և իրավաբանական անձի, ապրանքների կամ նախաձեռնությունների նկատմամբ: Գովազդը, լինելով տեղեկություն, ունի մի շարք առանձնահատկություններ, որոնք հնարավորություն են տալիս այդ տեղեկությունը բնորոշել որպես գովազդ:

Այսպես, նախ և առաջ՝ գովազդն իր բովանդակությամբ տեղեկություն է, որը կարող է արտահայտվել բանավոր խոսքի, գրաֆիկական, ֆոտո, աուդիո և տեսապատկերների, երաժշտության, գույնի և այլ միջոցներով, ինչպես առանձին, այնպես էլ նշված միջոցների համակցությամբ: Որպես տեղեկություն՝ այն կարող է տարածվել տարբեր տեղեկատվական միջոցների օգնությամբ, այսինքն՝ պետք է հրապարակվի և հասանելի դառնա սպառողին: Հետևաբար, տեղեկությունն առանց տարածելու, չի կարող համարվել գովազդ: Գովազդը պետք է նախատեսված լինի անորոշ թվով անձանց շրջանում

տարածելու համար, ինչը նշանակում է, որ թեև հնարավոր է կանխատեսել գովազդի համար թիրախային հանդիսացող խումբը, սակայն ի սկզբանե հնարավոր չէ պարզել տարածվող տեղեկության կոնկրետ հասցեատերերին, հետևաբար նաև գովազդվող օբյեկտի իրացումից ծագող իրավահարաբերության կողմին: Այսինքն՝ տեղեկությունը պետք է նպատակաուղղված լինի գովազդի օբյեկտը սպառողի ուշադրությանը ներկայացնելուն, վերջինիս համոզելուն, հետևաբար գովազդի կարևոր առանձնահատկությունն օբյեկտի նկատմամբ հետաքրքրվածության խթանումն է, նրա նկատմամբ դրական վերաբերմունքի ձևավորումն ու այդպիսի վերաբերմունքի պահպանումը:

Հաշվի առնելով «Նորմատիվ իրավական ակտերի մասին» ՀՀ օրենքի 41-րդ հոդվածով սահմանված նորմատիվ իրավական ակտի նորմի մեկնաբանման կանոնը (Նորմատիվ իրավական ակտի նորմը մեկնաբանվում է՝ հաշվի առնելով նորմատիվ իրավական ակտն ընդունելիս այն ընդունող մարմնի նպատակը՝ ելնելով դրանում պարունակվող բառերի և արտահայտությունների տառացի նշանակությունից, ամբողջ հոդվածի, գլխի, բաժնի կարգավորման համատեքստից, այն նորմատիվ իրավական ակտի դրույթներից, ի կատարումն որի ընդունվել է այդ ակտը, տվյալ նորմատիվ իրավական ակտով սահմանված սկզբունքներից, իսկ այդպիսի սկզբունքներ սահմանված չլինելու դեպքում՝ տվյալ իրավահարաբերությունը կարգավորող իրավունքի ճյուղի սկզբունքներից), կարևորելով նաև «Գովազդի մասին» օրենքով արտահայտված օրենսդրի նպատակը՝ մասնավորապես, «Գովազդի մասին» օրենքի 15-րդ հոդվածի հոդվածի 5-րդ մասի բ) կետով սահմանված նորմի սահմանափակման հիմնավորմամբ կարևորվել է, որ թունդ ակոհոլային խմիչքների գովազդը օրվա որոշակի ժամերին արգելվի զանգվածային տեղեկատվության էլեկտրոնային միջոցներով և այդ իրավական նորմը վերաբերվում է բոլոր զանգվածային տեղեկատվության էլեկտրոնային միջոցներին և այստեղ էական չէ այն հարցը, թե նրանք ցուցադրում են գովազդային հոլովակ, թե հեռարձակում են միայն ձայնային ազդանշանների տեսքով:

Հաշվի առնելով հարուցված վարչական վարույթի ընթացքում Հեռարձակողի կողմից ներկայացված բացատրությունները, Հանձնաժողովի կողմից իրականացվել է բազմակողմանի, լրիվ և օբյեկտիվ քննություն, որի արդյունքում փաստում ենք, որ Հեռարձակողի կողմից հեռարձակվող գովազդային հոլովակի տեքստը լսելով և ավելին հետևելով գովազդում նշված կայքին՝ andaco.am, տեղեկություն կարող ենք ստանալ ոչ միայն գինիների տեսականու վերաբերյալ, որտեղ սպիրտի պարունակությունը 20 և ավելի ծավալային միավոր չի կազմում, այլ նաև ոգելից այլ խմիչքների (օղի, ռոմ, վիսկի և այլն) շատ հարուստ տեսականու հետ և Հեռարձակողի այն պնդումը, թե Անդակո ընկերության գովազդային հոլովակը հեռարձակվել է այն հիմնավորմամբ, որ գովազդում նշված է գինիների մասին իրենց մեծ տեսականու վերաբերյալ, իսկ քանի որ առաջարկվող գինիներում սպիրտի պարունակությունը փոքր է 20 ծավալային միավորից, հետևաբար «Գովազդի մասին» օրենքին չի հակասում, սխալ է և ոչ հիմնավոր: Եթե անգամ

Հեռարձակողը գովազդելիս ուղղակի կերպով նշում է միայն գինիների մեծ տեսականու մասին, սակայն նշելով նաև կայքի՝ andaco.am մասին, միևնույնն է անուղղակի կերպով եթեր է հեռարձակում ոգելից խմիչքի գովազդ, իսկ արդեն այս դեպքում, այն հեռարձակելիս պետք է պահպանվեն «Գովազդի մասին» օրենքի 15-րդ հոդվածով ամրագրված թունդ ակոհոլային խմիչքների գովազդի հեռարձակման համար նախատեսված սահմանափակումը:

Այսպիսով, վարչական վարույթի նյութերի ուսումնասիրության և համադրման արդյունքում Հանձնաժողովն ամրագրում է, որ «Գովազդի մասին» օրենքով Հեռարձակողների համար թունդ ակոհոլային խմիչքների գովազդն արգելող դրույթ է սահմանված՝ մասնավորապես՝ արգելվում է ժամը՝ 06:00-ից մինչև 22:30-ը ցուցադրել թունդ ակոհոլային խմիչքների (սպիրտի պարունակությունը 20 և ավելի ծավալային միավոր) գովազդումը, սակայն Հեռարձակողի կողմից չեն պահպանվել «Գովազդի մասին» օրենքով ամրագրված թունդ ակոհոլային խմիչքների գովազդի հեռարձակման սահմանափակումները՝ դրանով իսկ խախտելով «Գովազդի մասին» օրենքի 15-րդ հոդվածի 5-րդ մասի բ) կետի պահանջը:

Հանձնաժողովը վերլուծելով և գնահատելով սույն գործի հետ կապված փաստական հանգամանքները խիստ կարևոր է համարում նաև այն հանգամանքը, որ թունդ ակոհոլային խմիչքների գովազդի հեռարձակումն ըստ էության կապված է հանրային շահի հետ, որը տվյալ կոնկրետ դեպքում, ինչպես նաև ընդհանրապես ներառում է իր մեջ հանրության առողջության ու շրջակա միջավայրի պահպանումը: Այս դեպքում պետք է փաստել նաև, որ թունդ ակոհոլային խմիչքների դեմ պայքարը հանրային առողջության պահպանման համար է կատարվում և Հեռարձակողը պարտավոր էր պահպանել հանրային առողջության պահպանմանն ուղղված «Գովազդի մասին» օրենքի վերոնշյալ դրույթի պահանջը:

Հեռարձակողի կողմից «Գովազդի մասին» և Օրենքի պահանջների խախտում է իրականացվել և Հեռարձակողը պատասխանատվության է ենթարկվում հանրային առողջության պահպանմանն ուղղված սահմանափակումները չպահպանելու համար:

Այսպիսով, Հանձնաժողովի կողմից վարչական վարույթի նյութերի ուսումնասիրության արդյունքում արձանագրվել է Հեռարձակողի կողմից իրականացված իրավախախտում, որը համապատասխանում է Օրենքի 57-րդ հոդվածի 8-րդ մասի հատկանիշներին:

Օրենքի 32-րդ հոդվածի 1-ին մասի 11-րդ կետի համաձայն՝ կարգավորող պետական մարմինը՝ Օրենքի խախտման կամ իր որոշումները չկատարելու դեպքում կիրառում է պատասխանատվության միջոցներ:

Օրենքի 55-րդ հոդվածի 1-ին մասի համաձայն՝ կարգավորող պետական մարմնի կողմից տեսալսողական մեդիայի բնագավառը կարգավորող օրենսդրության պահանջների խախտման դեպքեր հայտնաբերվելու, ինչպես նաև պետական այլ մարմինների կողմից իրենց իրավասությունների շրջանակում տեսալսողական մեդիայի բնագավառը կարգավորող օրենսդրության պահանջների խախտման դեպքեր հայտնաբերվելու և դրանց

մասին կարգավորող պետական մարմինն գրավոր տեղեկացվելու դեպքում կարգավորող պետական մարմինը կիրառում է հետևյալ վարչական տույժերը.

- 1) գրավոր նախազգուշացում.
- 2) տուգանք.
- 3) հեղինակագորման կամ լիցենզիայի գործողության կասեցում.
- 4) հեղինակագորման կամ լիցենզիայի գործողության դադարեցում:

Օրենքի 57-րդ հոդվածի 8-րդ մասի համաձայն՝ Հեռարձակողների կողմից թունդ ավտոմոբիլային (սպիրտի պարունակությունը 20 և ավելի ծավալային տոկոս) խմիչքների գովազդի հեռարձակումը 06:00-ից մինչև 22:30-ն ընկած ժամանակահատվածում ծխախոտի և ծխախոտային արտադրության գովազդի հեռարձակումը, ինչպես նաև մանկապատանեկան տեսալսողական հաղորդումներում ծխախոտի կամ ծխախոտային արտադրության ապրանքատեսակների ուղղակի կամ անուղղակի օգտագործումը կամ ցուցադրումը՝

առաջացնում են տուգանքի նշանակում՝ Հասույթի 0.02 տոկոսի, բայց ոչ պակաս, քան սահմանված նվազագույն աշխատավարձի երկուհարյուրապատիկի չափով:

Ելնելով վերոգրյալից և ղեկավարվելով «Տեսալսողական մեդիայի մասին» օրենքի 2-րդ հոդվածի 1-ին մասով, 14-րդ հոդվածի 7-րդ մասով, 32-րդ հոդվածի 1-ին մասի 11-րդ կետով, 55-րդ հոդվածի 1-ին մասի 2-րդ կետով, «Գովազդի մասին» օրենքի 15-րդ հոդվածի 5-րդ մասի բ) կետով, 24-րդ հոդվածի 2-րդ մասով և հիմք ընդունելով «Տեսալսողական մեդիայի մասին» օրենքի 57-րդ հոդվածի 8-րդ մասը՝ Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովը **որոշեց.**

1. «ԱՐ ՌԱԴԻՈ ՄԻՋՄԱՅՐՅԱՄԱՔԱՅԻՆ» ՍՊ ընկերության նկատմամբ կիրառել «Տեսալսողական մեդիայի մասին» օրենքի 57-րդ հոդվածի 8-րդ մասով սահմանված տույժը՝ տուգանելով սահմանված նվազագույն աշխատավարձի երկուհարյուրապատիկի չափով:

2. Սույն որոշումն ուժի մեջ է մտնում այն «ԱՐ ՌԱԴԻՈ ՄԻՋՄԱՅՐՅԱՄԱՔԱՅԻՆ» ՍՊ ընկերությանը պատշաճ ձևով հանձնելու օրվան հաջորդող օրվանից:

3. Սույն որոշումը կարող է բողոքարկվել ՀՀ վարչական դատարան՝ ուժի մեջ մտնելու օրվանից երկամսյա ժամկետում:

**ՀԵՌՈՒՍՏԱՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՌԱԴԻՈՅԻ
ՀԱՆՁՆԱԺՈՂՈՎԻ ՆԱԽԱԳԱՀ**

Տ. ՀԱԿՈԲՅԱՆ

27 հունվարի 2022թ.

ք. Երևան