



ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ԱԶԳԱՅԻՆ ԺՈՂՈՎ
ՊԱՏԳԱՄԱՎՈՐ

04 հոկտեմբերի 2022

Հայաստանի Հանրապետության
Ազգային ժողովի նախագահ
ԱԼԵՆ ՍԻՄՈՆՅԱՆԻՆ

Հարգարժան պարոն Սիմոնյան,

Համաձայն Հայաստանի Հանրապետության Սահմանադրության 109-րդ եւ «Ազգային ժողովի կանոնակարգ» Հայաստանի Հանրապետության սահմանադրական օրենքի 65-րդ եւ 67-րդ հոդվածների՝ օրենսդրական նախաձեռնության կարգով Ձեզ եմ ներկայացնում «Տեսալսողական մեդիայի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում լրացում կատարելու մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի նախագիծը:

Ազգային ժողովի աշխատակարգի 25-րդ կետի համաձայն՝ գրությանը կցվում են՝

- ա) նախագիծը (հիմնական զեկուցող՝ Սիսակ Գաբրիելյան),
- բ) նախագծի ընդունման հիմնավորումը,

Խնդրում եմ օրենքի նախագիծը սահմանված կարգով դնել շրջանառության մեջ:

Տեղեկացնում եմ նաև, որ գործող օրենքում փոփոխվող հոդվածի մասին տեղեկանքը չի կցվել, քանի որ նախաձեռնությունը վերաբերում է նոր լրացվող գլխի:

Հարգանքով՝

Սիսակ Գաբրիելյան

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ

ՕՐԵՆՔ

**«ՏԵՍԱԼՍՈՂԱԿԱՆ ՄԵԴԻԱՅԻ ՄԱՍԻՆ» ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ
ՕՐԵՆՔՈՒՄ ԼՐԱՑՈՒՄ ԿԱՏԱՐԵԼՈՒ ՄԱՍԻՆ**

Հոդված 1. «Տեսալսողական մեդիայի մասին» Հայաստանի Հանրապետության 2020 թվականի հուլիսի 16-ի ՀՕ-395-Ն օրենքը (այսուհետ՝ «Օրենք») լրացնել հետևյալ բովանդակությամբ 3.1-ին գլխով.

«ԳԼՈՒԽ 3.1

ՀԵՌՈՒՍՏԱԼՍԱՐԱՆԻ ՉԱՓՈՒՄՆԵՐԸ

**Հոդված 14.1. Հեռուստալսարանի վարկանիշային չափումները,
դրա նպատակը և սկզբունքները**

1. Տեսալսողական հեռարձակման հեռաձակողների վարկանիշը ձևավորվում և հեռարձակման գովազդային շուկայում գնագոյացման սանդղակի չափելիությունը կանոնակարգվում է հեռարձակողների, առանձին տեսալսողական հաղորդումների և տեսալսողական ծրագրերի հեռուստալսարանի չափումների միջոցով (այսուհետև՝ հեռուստալսարանի չափումներ):

2. Հեռուստալսարանի չափումների նպատակն է.

1) գովազդային շուկայում գնագոյացման մեխանիզմների հստակեցում,

2) առավել կանխատեսելի, թիրախային, գրավիչ և արդյունավետ մեդիա գովազդների իրականացում, գովազդատուների հետաքրքրվածության և վստահության բարձրացում, ֆինանսական հոսքերի կանխատեսում և կազմակերպությունների տնտեսական վիճակի բարելավման հնարավորություն.

3) հաջողված և հեռուստալսարանի շրջանում բարձր վարկանիշ վայելող ծրագրերի որոշարկում, պահանջարկված ուղղվածությունների սահմանում, բարձրորակ ծրագրերի նախագծում, արտադրության, կազմակերպության զարգացում.

4) բարձրորակ մեդիա հաղորդումների և սպառողների լայն շրջանակի համար նախագծերի ստեղծում, զարգացում.

5) տեսալսողական ոլորտում հեռուստալսարանի ուսումնասիրության և չափման գործընթացի նկատմամբ վստահության բարձրացում:

3. Հեռուստալսարանի չափումներն իրականացվում են օրինականության, անկողմնակալության, անկախության, վստահելիության, արհեստավարժության, հետազոտությունների անընդմեջության և հեռուստալսարանի չափումների ոլորտում ընդունելի այլ սկզբունքների հիման վրա:

Հոդված 14.2. Հեռուստալսարանի չափումներ իրականացնողները

1. Հեռուստալսարանի չափումներն իրականացնում են Հեռուստատեսային ինդուստրիալ կոմիտեի (այսուհետև՝ Ինդուստրիալ կոմիտե) ընտրած և վերահսկող առևտրային կազմակերպությունները:

2. Հեռուստալսարանի չափումներ իրականացնող կազմակերպություններին ներկայացվող պահանջները՝ ըստ չափումների ենթակա նպատակի, դրանց ընտրության ընթացակարգը, գործառույթները և կնքվող օրինակելի պայմանագիրը սահմանում է Ինդուստրիալ կոմիտեն:

3. Սույն հոդվածի 1-ին մասով և Ինդուստրիալ կոմիտեի սահմանած ընթացակարգով չընտրված կազմակերպությունների իրականացրած հեռուստալսարանի չափումների արդյունքերը հիմք չեն հեռարձակողների վարկանիշների ձևավորման, այդ թվում՝ գովազդի շուկայական ճանաչելի գնի սահմանման համար:

Հոդված 14.3. Ինդուստրիալ կոմիտեն, դրա ձևավորումն ու մասնակիցների լիազորությունների դադարումը

1. Ինդուստրիալ կոմիտեն անդամության վրա հիմնված ոչ առևտրային, ինքնակարգավորվող կազմակերպություն է (ԻԿԿ), որի իրավունքները, պարտականությունները և գործունեության առանձնահատկությունները սահմանվում է սույն օրենքով և իր կանոնադրությամբ:

2. Ինդուստրիալ կոմիտեն իրականացնում է հետևյալ հիմնական գործառույթները.

- 1) սահմանում է հեռուստալսարանի չափանիշները՝ ըստ նպատակային ուղղությունների,
- 2) մրցութային կարգով, որոշակի ժամկետով ընտրում է համապատասխան չափումներ իրականացնող կազմակերպությանը.

3) վերահսկողություն է իրականացնում չափում անցկացնող կազմակերպության պայմանագրային պարտավորությունների կատարման նկատմամբ:

3. Ինդուստրիալ կոմիտեն ձևավորվում է մասնակիցների կամավոր անդամության սկզբունքով, հետևյալ համամասնությամբ՝

1) հանրային և մասնավոր մուլտիպլեքսով սփռում ունեցող հեռուստաընկերությունները, բացառությամբ միջպետական պայմանագրերի հիման վրա հեռարձակողների, որոնց մասնակցությունը կազմում է ընդհանուր ծայների քառասունինը տոկոսը: Ընդ որում, Հանրային հանրապետական և մայրաքաղաքային սփռում ունեցող հեռարձակողները պետք է կազմեն առնվազն դրա կեսից ավելին:

2) գովազդատուները, որոնց մասնակցությունը կազմում է ընդհանուր ծայների քսանհինգ տոկոսը,

3) գովազդ գործակալությունները, որոնց մասնակցությունը կազմում է ընդհանուր ծայների քսանչորս տոկոսը,

4) կարգավորող պետական մարմինը՝ որոնց մասնակցությունը կազմում է ընդհանուր ծայների երկու տոկոսը:

4. Սույն հոդվածի 3-րդ մասով բաշխված անդամների համամասնությունում ընդգրկված մասնակիցների թվից անկախ, նրանց ծայնը հաշվարկվում է տվյալ տոկոսային բաժնեմասի շրջանակում:

5. Նույն անձը Ինդուստրիալ կոմիտեի մասնակից կողմերի կազմում կարող է անդամակցել միայն որպես մեկ կազմակերպություն:

6. Հանրային և մասնավոր մուլտիպլեքսով հեռարձակողները Ինդուստրիալ կոմիտեին անդամակցում են համապատասխան սփռման լիցենզիայի գործողության ժամկետով:

7. Հանրային հեռարձակողները և կարգավորող պետական մարմինը Ինդուստրիալ կոմիտեին անդամակցում են անժամկետ՝ օրենքի ուժով:

8. Ինդուստրիալ կոմիտեն համարվում է ձևավորված, եթե ապահովվել է սույն օրենքի 14.3-րդ հոդվածի 3-րդ մասով սահմանված համամասնության կողմերի անդամությունը, այդ թվում՝ հանրային մուլտիպլեքսով հեռարձակողների կազմում հանրապետական և մայրաքաղաքային սփռում ունեցող հեռուստաընկերությունների առնվազն կեսից ավելի մասնակցությունը:

9. Ինդուստրիալ կոմիտեին չի կարող ստեղծվել, իսկ ստեղծված լինելու դեպքում գործունեությունը ժամանակավորապես դադարեցվում է, եթե չի պահպանվել սույն օրենքի 14.3-րդ հոդվածի 3-րդ մասի նախապայմանները: Այդ դեպքում սույն օրենքի 3.1-րդ գլխով սահմանված փոխկապակցված կարգավորումները կազմակերպվում են ազատորեն՝ ձեռնարկատիրական գործունեության սկզբունքներին համապատասխան:

10. Ինդուստրիալ կոմիտեին անդամակցող կազմակերպությունները՝ իրենց անդամակցության ժամանակահատվածում օգտվել սույն օրենքի 14.2-րդ հոդվածի դրույթներով սահմանված կազմակերպությունների կատարած հեռուստալսարանի չափումների տվյալներից և այլ սահմանված ծառայություններից:

11. Սույն հոդվածի 10-րդ մասով սահմանված տվյալներից ու ծառայություններից չօգտվելու դեպքում՝ տվյալ կազմակերպությունը (կամ անձը) պարտավորվում է չօգտված ծառայության արժեքի չափով անհատույց վճարում իրականացնել Ինդուստրիալ կոմիտեին:

12. Ինդուստրիալ կոմիտեի մասնակիցների անդամությունը դադարեցնելու դեպքերը սահմանում է Ինդուստրիալ կոմիտեն:

13. Ինդուստրիալ կոմիտեն ստեղծված է համարվում օրենքով սահմանված կարգով պետական գրանցման պահից: Ինդուստրիալ կոմիտեի պետական գրանցումն իրականացնում է իրավաբանական անձանց պետական ռեգիստրի գործակալությունը: Ինդուստրիալ կոմիտեի գրանցման համար, բացի օրենքով սահմանված փաստաթղթերից, ներկայացվում են նաև տեղեկություններ նրա անդամների մասին: Ինդուստրիալ կոմիտեի անվանումը պետք է ներառի «ինքնակարգավորվող կազմակերպություն» բառերը և «ԻԿԿ» հապավումը

14. Ինդուստրիալ կոմիտեն իրականացնում է հետևյալ լիազորությունները՝

1) սահմանում է հեռուստալսարանի չափումներ իրականացնող անձանց ընտրության և մրցույթի կազմակերպման ուղեցույցները,

2) սահմանում է Հեռուստալսարանի չափումների գործընթացը կասեցնելու, դադարեցնելու, վերահսկողություն իրականացնելու ուղեցույցները,

3) իրականացնում է օրենքով չարգելված այլ գործառույթներ, որոնք միտված են Հեռուստալսարանի չափումների գործընթացի բնականոն գործունեությանը և կատարելագործմանը:

15. Ինդուստրիալ կոմիտեի ընդունած կարգերը, կանոնները և ուղեցույցները ենթակա են հրապարակման կազմակերպության պաշտոնական կայքում:

Հոդված 14.4. Ինդուստրիալ կոմիտեի կառավարման մարմինները

1. Ինդուստրիալ կոմիտեի կառավարման բարձրագույն մարմինը ընդհանուր ժողովն է, որը կազմակերպության ղեկավարումն իրականացնում է տարեկան և արտահերթ ժողովների գումարման միջոցով: Ընդհանուր ժողովն իրավագոր է, եթե դրան մասնակցում է հիսուն տոկոսից ավելի ձայնի իրավունք ապահովող անդամների կեսից ավելին. ձայների տոկոսային հաշվարկն իրականացվում է այնպես, որ ապահովվի սույն

հողվածի երկրորդ մասով նախատեսված կարգով որոշումներն ընդունելու հնարավորությունը:

2. Ընդհանուր ժողովում որոշումներն ընդունվում են հետևյալ կարգով.

Հեռուստատեսությունների, ինչպես նաև գովազդատուների և գովազդային գործակալությունների քվեարկության արդյունքները (կողմ կամ դեմ) որոշվում են թվարկված խմբերից յուրաքանչյուրի շրջանակներում ներառված՝ տվյալ խմբին պատկանող անձանց ընդհանուր քվեարկության արդյունքում՝ մասնակիցների ձայների պարզ մեծամասնությամբ:

Առանձին խմբերում քվեարկության արդյունքներով առավել շատ քանակությամբ ձայները համարվում են որպես տվյալ խմբի կողմ կամ դեմ ձայն սույն օրենքի 14.3 հոդվածով նախատեսված տոկոսային հարաբերակցությամբ ընդհանուր ժողովի համապատասխան որոշումն ընդունելիս:

3. Ընդհանուր ժողովի բացառիկ իրավասության հարցերն են՝

1) ինդուստրիալ կոմիտեի կանոնադրության, կանոնների, կարգերի ընդունումը և դրանցում փոփոխությունների կատարումը.

2) ինդուստրիալ կոմիտեի դիտորդ խորհրդի (առկայության դեպքում), վերահսկիչ ծառայության (առկայության դեպքում) անդամների և ղեկավարի, ընտրությունը, նրանց գործառույթների սահմանումը, լիազորությունների դադարեցումը.

3) ինդուստրիալ կոմիտեի գործունեության վերաբերյալ տարեկան հաշվետվությունների հաստատումը.

4) Հեռուստալսարանի չափումներ իրականացնող անձանց ընտրության ժամկետների որոշումը, գործունեության կասեցումը, դադարեցումը.

5) ինդուստրիալ կոմիտեի անդամավճարի չափը և այն վճարելու կարգը սահմանելը.

6) գործադիր մարմին ընտրելը.

7) ինդուստրիալ կոմիտեի կանոնադրությամբ նախատեսված այլ հարցեր:

4. Գործադիր մարմնի և այլ մարմինների գործառույթները, գործունեության կարգը սահմանվում են կազմակերպության կանոնադրությամբ: Ինդուստրիալ կոմիտեի կանոնադրությամբ կարող են սահմանվել սույն օրենքում չնշված այլ կառավարման մարմիններ ևս:

Հոդված 14.4. Ինդուստրիալ կոմիտեի անդամների անդամավճարը

1. Ինդուստրիալ կոմիտեի անդամները պարտավոր են անդամների ընդհանուր ժողովի սահմանած չափով և կարգով վճարել անդամավճար:»:

Հոդված 2. Անցումային դրույթներ

1. Սույն օրենքն ուժի մեջ է պաշտոնական հրապարակման օրվան հաջորդող տասներորդ օրը:

2. Մինչև սույն օրենքով սահմանված կարգով Հեռուստալսարանի չափումներ իրականացնող համապատասխան կազմակերպություն ընտրվելը, կարող է գովազդի շուկայական գնի և հեռարձակողների վարկանիշների ձևավորման համար հիմք ընդունվել մինչ այդ ձևավորված կազմակերպությունների հեռուստալսարանի չափումների տվյալները՝ կիրառելով մեկ բուպե-վաճառք սկզբունքը:

ՀԻՄՆԱԿՈՐՈՒՄ

«ՏԵՍԱԼՍՈՂԱԿԱՆ ՄԵԴԻԱՅԻ ՄԱՍԻՆ» ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ՕՐԵՆՔՈՒՄ ԼՐԱՑՈՒՄ ԿԱՏԱՐԵԼՈՒ ՄԱՍԻՆ» ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ՕՐԵՆՔԻ ՆԱԽԱԳԾԻ ԸՆԴՈՒՆՄԱՆ

1. Անհրաժեշտությունը.

«Տեսալսողական մեդիայի մասին» օրենքում լրացում կատարելու անհրաժեշտությունը պայմանավորված է հեռուստաալիքների և առանձին հաղորդումների վարկանիշավորման և հեռուստալսարանի պահանջարկի ու նախընտրությունների ուսումնասիրություն համակարգի ներդրման միտումներով: Օրենսդրական նախաձեռնությամբ նախատեսվում է սահմանել հեռուստալսարանի չափման գործիքակազմ, ստեղծել հեռուստատեսային ինդուստրիայի կոմիտե և չափելի դարձնել գովազդային շուկային գնագոյացման սանդղակը:

2. Խնդիրները եւ կարգավորման նպատակը.

Ներկայիս գործող օրենսդրությամբ նախատեսված չէ Հեռուստաալիքների և առանձին հաղորդումների հեռուստալսարանի ուսումնասիրությունը մեխանիզ և գործիքակազմ: Սակայն հեռաձևկողների և հատկապես գովազդային շուկայի շահառուների համար այդ տեղեկատվությունը ունի հիմնարար նշանակություն և յուրաքանչյուրը առաջնորդվում է քաղաքացիական օրենսդրությամբ նախատեսված գործունեության հնարավորություններով և ծառայությունների միջոցով հարցին տալիս մասնակի ու տեղային լուծումներ: Ըստ էության, հեռուստաալիքների և առանձին հաղորդումների հեռուստալսարանի ուսումնասիրության հարցը թողնվել է առաջարկի և պահանջարկի տիրույթում՝ հաշվի չառնելով Հեռուստաալիքների և առանձին հաղորդումների հեռուստալսարանի ուսումնասիրության ծառայությունների առանձնահատկությունները, նման ծառայությունների շուկայի վիճակագրության պատկերը, այս բնագավառում միջազգային փորձի նախադեպերը և այլն:

Օրենսդրական նախաձեռնության համար հիմք են հանդիսացել տարածաշրջանի երկրների, ետխորհրդային նմանատիպ երկրների, ԵՏՄ, ԵՄ անդամ երկրների կարգավորումներն ու փորձը, որոնցի առավել հաջողված են զարգացում են արձանագրել Ֆրանսիան, Իսրայելը, Մեծ Բրիտանիան, ԱՄՆ-ն: Առաջարկվող մոդելը ներկայումս օրենսդրորեն ներդրվում է նաև Ռուսաստանում, Մոլդովայում, Ուկրաինայում և ետխորհրդային մի շարք պետություններում:

Վերոնշյալ ուսումնասիրություններից ելնելով Հեռուստաալիքների և առանձին հաղորդումների հեռուստալսարանի ուսումնասիրության իրավական կարգավորումները կարելի է բաժանելի մի քանի խմբերի.

- **Պետության ակտիվ մասնակցությամբ հեռուստալսարանի ուսումնասիրություն.** վերջինիս ծայրահեղական դրսևորումն այն է, երբ պետությունն է անմիջականորեն ՁԼՄ-ների հեռուստալսարանի չափումներն իրականացնում, իսկ չափավոր դրսևորումը, երբ պետությունը այդ գործառույթը պատվիրակում է առանձին մասնագիտացված կազմակերպությունների: Այս խմբի երկրներում օրենսդրորեն սահմանվում են կարգավորումներ առ այն, որ պետությունն ունի մոնոպոլ իշխանություն նշված ծառայությունների մատուցման կամ դրանք մատուցող ընկերություններին ընտրելու և վերահսկելու գծով:

- **Պետության պասիվ մասնակցությամբ հեռուստալսարանի ուսումնասիրություն.** երբ պետությունը նորմատիվ իրավական ակտեր ընդունելու միջոցով սահմանում է, թե ինչպես պետք է իրականացվեն ՁԼՄ-ների լսարանի ուսումնասիրություններ, ի՞նչ եղանակներով պետք է իրականացվեն այդ ուսումնասիրություններն իրականացնող կազմակերպությունների ընտրությունն ու վերահսկողությունը: Ընդ որում այս խմբին պատկանող երկրներում որպես կանոն գործում են խոշոր գովազդատուներից, գովազդային գործակալություններից, ՁԼՄ-ներից բաղկացած ինդուստրիալ կոմիտեներ, ովքեր ընտրում են հեռուստալսարանի ուսումնասիրությունն իրականացնող կազմակերպություններին և վերահսկում նրանց գործունեությունը, սահմանում հեռուստալսարանի ուսումնասիրության ստանդարտները և այլն:

- **Հեռուստալսարանի ուսումնասիրության գծով պետության մասնակցության և անմիջական իրավական կարգավորման բացակայություն:** Այս խմբի մեջ մտնող երկրներում, որպես կանոն, չեն կարևորվում հեռուստալսարանի չափումների արդյունքները (այս ծառայությունները զարգացած չեն տվյալ երկրներում): Օրինակ՝ նմանատիպ մոտեցում գոյություն ունեւ հեռուստալսարանի չափումների վաղ ժամանակաշրջանում, երբ չափումներն անում էին առանձին հեռուստալսարանի չափումներ բացառապես սեփական կարիքների համար:

Հեռուստալսարանի ուսումնասիրության և դրանց չափումների կարգավորման բացակայությունը առաջացնում են հետևյալ հիմնական խնդիրները.

✓ Հեռուստատեսության ոլորտում լսարանի չափումների արդյունքները կասկածելի բնույթ ունեն առնվազն այն տեսանկյունից, որ շուկայի ոչ բոլոր մասնակիցները հնարավորություն ունեն մասնակցել, կառավարել և վերահսկել չափող մարմնի գործառույթները: Չափող մարմինն ինքն է որոշում, թե ինչ եղանակով ու մեթոդներով պետք է իրականացվեն հեռուստալսարանի չափումները:

✓ Բացակայում են գովազդի գների ձևավորման համար հստակ չափորոշիչներ, իսկ այդպիսի չափորոշիչների առկայության դեպքում էլ դրանք անարժանահավատ չեն: Մասնավորապես, հեռուստատեսության ոլորտում այսօր լսարանի ուսումնասիրություն և չափումներ է իրականացնում Ադմոսֆեր Արմենիա կազմակերպությունը, սակայն վերջինիս ուսումնասիրություններն ու չափումները անարժանահավատ են ըստ մասնագիտացված

միջազգային աուդիտորական ՅՄՅԱ ընկերության: Մասնագիտացված միջազգային աուդիտորական ՅՄՅԱ ընկերության իրականացրած աուդիտի արդյունքում արձանագրվել է, որ Ադմոսֆեր Արմենիայի համակարգը չի համապատասխանում միջազգային չափանիշներին, այն հիմնովին թերի է և անհնար է հիմնվել նրա տրամադրած չափումների վրա:

Օրենքի նախագծում առաջարկվում է լրացնել «Հեռուստալսարանի չափումները» վերնագրով նոր 3.1-րդ գլուխ, որով կկարգավորվեն կարգավորումներ հեռուստալսարանի ուսումնասիրության և չափումների գործընթացները և կսահմանվեն իրականացնողներ: Առաջարկի հիմքում նախատեսված կարգավորման մշակվել են հետևյալ հիմնարար հիմնախնդիրները կարգավորելու միտումով.

1) Հեռուստալսարանի ուսումնասիրություններն ու չափումներն իրականացվում են հատուկ մասնագիտացված կառույցների միջոցով՝ ուսումնասիրությունների անընդհատության, ստանդարտների, մեթոդների միասնականության, հավաստիության և առաջավոր երկրներում ընդունված այլ սկզբունքներով.

Ներկայումս Հայաստանում գործող հեռուստալսարանի ուսումնասիրության և չափման ծառայություններ կարող է մատուցել ցանկացած կազմակերպություն՝ իր սահմանած սկզբունքներով ու գործիքակազմով, իսկ գովազդային շուկայում մատուցվող ծառայությունների արժեքները, գովազդի արդյունավետությունը, ճշգրիտ թիրախավորումը ի սկզբանե դուրս է վերահսկելիությունից, սահմանված չափանիշների բացակայության պայմաններում կատարվում է չհիմնավորված տվյալներով և ցուցանիշներով: Նման համակարգը նվազեցնում է գովազդակրի գրավչությունը տեղական և միջազգային գովազդատուների համար, ինչպես նաև դառնում ռիսկային՝ միջազգային կազմակերպությունների գովազների տարածման ու ներդրումներ կատարելու հետաքրքրվածության տեսանկյունից

Խաթարվում է նաև Սահմանադրությամբ երաշխավորված ազատ մամուլի սկզբունքը, քանի որ հեռուստաընկերություններն ըստ արժանվույնի հատուցում չեն ստանում մատուցված ծառայությունների դիմաց: Առաջարկվող լրացումը նախ՝ կարող է հնարավոր միջավայր ստեղծել հեռուստալսարանի ուսումնասիրություններ և չափումներ իրականացնողների համար, և բարձրացնել նմանատիպ ծառայությունների մատուցման գրավչությունը, երկրորդ՝ այդ ծառայությունները կարող են նպաստել և բարձրացնել գովազդատուների, գովազդ արտադրողների և հեռարձակողների գործունեության արդյունավետությունը:

2) Օգտվելով տեսալսողական մեդիայի շուկայում հեռուստալսարանի չափումներ իրականացնող կառուցակարգերի նախադեպերից, սահմանել հեռուստալսարանի չափումների հիմքերը, լսարանի գնահատման և վերահսկելիության սկզբունքները: Դրանց ապահովման նպատակով ձևավորել բազմակողմ ընդգրկվածությամբ մեկ կառույց՝ Ինդուստրիալ կոմիտա, որը ընդունելի կլինի առնվազն անդամագրվածների շրջանում:

Կոմիտեի կազմում կարող են ընդգրկվել խոշոր գովազդատուներ, գովազդ արհադրողներ (գործակալություններ) և տեսալսողական հեռարձակում իրականացնող կազմակերպություններ:

Նաշատեսվում է հնդուստրիալ կոմիտեի միջոցով կանոնակարգել հետևյալ հիմնական գործառույթները.

- Մրցութային կարգով որոշակի ժամանակահատվածի համար ընտրել տվյալ պահին շուկային անհրաժեշտ չափող կազմակերպություն.

- Սահմանել այն չափանիշները, որոնցով պետք է ղեկավարվի չափումներ իրականացնող կազմակերպությունը,

- Վերահսկողություն իրականացնել չափող կազմակերպության գործունեության նկատմամբ:

3. Ակնկալվող արդյունքը.

Օրենքի նախագծի ընդունման դեպքում տեսալսողական մեդիայի ոլորտում ակնկալվում է հետևյալ արդյունքները.

- ✓ Գովազդային շուկայում գնագոյացման մեխանիզմները հստակեցում,

- ✓ Առավել կանխատեսելի, թիրախային, գրավիչ և արդյունավետ մեդիա գովազդների իրականացում, գովազդատուների հետաքրքրվածության և վստահության բարձրացում, ֆինանսական հոսքերի կանխատեսում և կազմակերպությունների տնտեսական վիճակի բարելավման հնարավորություն.

- ✓ Հաջողված և հեռուստալսարանի շրջանում բարձր վարականիշ վայելող ծրագրերի որոշարկում, պահանջարկված ուղղվածությունների սահմանում, բարձրորակ ծրագրերի նախագծում, արտադրության, կազմակերպության զարգացում.

- ✓ բարձրորակ մեդիա հաղորդումների և սպառողների լայն շրջանակի համար նախագծերի ստեղծում, զարգացումը

- ✓ տեսալսողական ոլորտում հեռուստալսարանի ուսումնասիրության և չափման գործընթացի նկատմամբ վստահության բարձրացում: