

საქართველოს კანონი

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონში ცვლილების შეტანის თაობაზე

მუხლი 1. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონში (საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე, №5, 18.01.2005, მუხ. 19) შეტანილ იქნეს შემდეგი ცვლილება:

1. მე-2 მუხლის:

ა) „ნ“ ქვეპუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„ნ) კომერციული რეკლამა – საფასურის ან სხვა ეკონომიკური სარგებლის სანაცვლოდ ფიზიკური ან/და იურიდიული პირის, საქონლის, მომსახურების, სამუშაოს, იდეის ან/და წამოწყების შესახებ ნებისმიერი საშუალებითა და ფორმით გავრცელებული ინფორმაცია, რომელიც გამიზნულია პირთა განუსაზღვრელი წრისათვის და ემსახურება ფიზიკური ან/და იურიდიული პირის, საქონლის, მომსახურების, სამუშაოს, იდეის ან/და წამოწყების მიმართ ინტერესის ფორმირებასა და შენარჩუნებას, აგრეთვე საქონლის, იდეის ან/და წამოწყების რეალიზაციის ხელშეწყობას;“;

ბ) „ჰ¹⁰“ ქვეპუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„ჰ¹⁰) ტელეშოპინგი – საფასურის სანაცვლოდ რაიმე უფლების, ვალდებულების, საქონლის, მომსახურების ან სამუშაოს მიყიდვის პირდაპირი შეთავაზება; ტელეშოპინგი შეიძლება განთავსდეს არანაკლებ 15 წუთის ხანგრძლივობით, როგორც სამაუწყებლო პროგრამა (Teleshopping Window), ან ინტეგრირებულ იქნეს სარეკლამო წყვეტაში, როგორც სამაუწყებლო რეკლამა (Teleshopping Spot);“;

გ) „ჰ¹⁶“ ქვეპუნქტის შემდეგ დაემატოს შემდეგი შინაარსის „ჰ¹⁷“ და „ჰ¹⁸“ ქვეპუნქტები:

„ჰ¹⁷) პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება (Product Placement) – საფასურის ან სხვა ეკონომიკური სარგებლის სანაცვლოდ პროდუქტის შესახებ ინფორმაციის ნებისმიერი ფორმით გავრცელება, რაც გამოიხატება პროგრამაში ამ პროდუქტის ინტეგრირებით, პროდუქტზე მითითებით ან/და მომსახურებასა და სასაქონლო ნიშანზე მითითებით;

ჰ¹⁸) სამაუწყებლო საათი – სარეკლამო წყვეტების განსათავსებლად გამოყენებული მცოცავი საათი – ყოველი წამის მომდევნო 60 წუთი.“.

2. 63-ე მუხლის:

ა) მე-8 პუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„8. აკრძალულია საზოგადოებრივი მაუწყებლის, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს არხებზე ტელეშოპინგის განთავსება, ხოლო სპონსორობა და კომერციული რეკლამის განთავსება დასაშვებია მხოლოდ ამ კანონის 64-ე მუხლით განსაზღვრულ გამოწვევების შემთხვევებში.“;

ბ) მე-9 პუნქტი ამოღებულ იქნეს;

გ) მე-9 პუნქტის შემდეგ დაემატოს შემდეგი შინაარსის მე-10-მე-12 პუნქტები:

„10. მაუწყებლის არხზე, გარდა სპეციალიზებული სარეკლამო ან/და ტელეშოპინგის არხისა, რეკლამა ან ტელეშოპინგი შეიძლება განთავსდეს პროგრამებს შორის. ამ კანონით დადგენილი წესით რეკლამა შეიძლება განთავსდეს პროგრამაშიც, მაგრამ ისე, რომ შენარჩუნდეს პროგრამის ფასეულობა.

11. აკრძალულია შემდეგი ღონისძიებების ტრანსლაციისა და პროგრამების რეკლამით ან ტელეშოპინგით შეწყვეტა:

ა) ოფიციალური სახელმწიფო ღონისძიება, უმაღლესი სახელმწიფო-პოლიტიკური თანამდებობის პირის



ოფიციალური გამოსვლა;

ბ) რელიგიური ცერემონია;

გ) პროგრამა, მათ შორის, საზოგადოებრივ-პოლიტიკური, რელიგიური, წინასაარჩევნო დებატების პროგრამა, ან დოკუმენტური ფილმი, რომლის ხანგრძლივობა 15 წუთზე ნაკლებია.

12. ბუნებრივი ინტერვალებისაგან შემდგარ სპორტულ ან მხატვრულ წარმოდგენაში და ანალოგიურად ჩატარებული ღონისძიებისადმი მიძღვნილ პროგრამაში რეკლამა ან ტელეშოპინგი შეიძლება განთავსდეს მხოლოდ ბუნებრივი ინტერვალის დროს.“;

დ) მე-12 პუნქტის შემდეგ დაემატოს შემდეგი შინაარსის მე-13 პუნქტი:

„13. ახალი ამბების პროგრამა რეკლამით ან ტელეშოპინგით შეიძლება შეწყდეს არაუმეტეს 30 წუთში ერთხელ.“;

ე) მე-13 პუნქტის შემდეგ დაემატოს შემდეგი შინაარსის მე-14–მე-17 პუნქტები:

„14. საბავშვო პროგრამა, რომლის ხანგრძლივობა 30 წუთზე ნაკლებია, რეკლამით ან ტელეშოპინგით არ შეიძლება შეწყდეს, ხოლო საბავშვო პროგრამა, რომლის ხანგრძლივობა 30 წუთზე მეტია, რეკლამით შეიძლება შეწყდეს 30 წუთში ერთხელ.

15. მხატვრული ფილმი ან ტელეფილმი ან ფილმის (გარდა სერიალისა და დოკუმენტური ფილმისა) სერია, რომლის ხანგრძლივობა 30 წუთზე მეტია, რეკლამით ან ტელეშოპინგით შეიძლება შეწყდეს არაუმეტეს 30 წუთში ერთხელ.

16. დაფარვის სახით (მათ შორის, „მოდრავი სტრიქონის“ გამოყენებით) რეკლამირებისას ამ მუხლით განსაზღვრული, დროსთან დაკავშირებული შეზღუდვები არ ვრცელდება. დაფარვის ზომა არ უნდა აღემატებოდეს კადრის ფართობის 10%-ს.

17. აკრძალულია მაუწყებლის მიერ ახალი ამბების პროგრამაში რაიმე პროდუქტის ან მომსახურების რეკლამირება.“.

3. 64-ე მუხლის:

ა) სათაური ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„კომერციული რეკლამისა და ტელეშოპინგის განთავსების თავისებურებები“;

ბ) პირველი–მე-3 პუნქტები ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„1. საზოგადოებრივი მაუწყებლის, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს არხებზე სპონსორობა და კომერციული რეკლამის განთავსება დასაშვებია მხოლოდ სპორტული რეპორტაჟის, საერთაშორისო ფესტივალისა და კონკურსის ფარგლებში, საკონკურსო პროგრამის დაწყების, ბუნებრივი ინტერვალისა და დასრულების დროს. ამ შემთხვევაში კომერციული რეკლამის მოცულობა დღე-ღამის განმავლობაში არ უნდა აღემატებოდეს 30 წუთს, ხოლო ყოველ საათში – 6 წუთს (10%-ს).

2. მაუწყებლის არხზე, გარდა სპეციალიზებული სარეკლამო ან/და ტელეშოპინგის არხისა, კომერციული რეკლამა ან/და ტელეშოპინგი (Teleshopping Spot) სარეკლამო წყვეტებში ისე უნდა განთავსდეს, რომ მისი მოცულობა სამაუწყებლო საათში არ აღემატებოდეს 20%-ს. ეს შეზღუდვა არ ვრცელდება მაუწყებლის მიერ საკუთარ ან/და დამოუკიდებელ პროგრამასთან დაკავშირებით გაკეთებულ განცხადებაზე, ამ პროგრამიდან გამომდინარე და მასთან პირდაპირ დაკავშირებულ პროდუქციაზე, სასპონსორო განცხადებასა და პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსებაზე.

3. მაუწყებლის არხზე, გარდა სპეციალიზებული სარეკლამო ან/და ტელეშოპინგის არხისა, სამაუწყებლო პროგრამის სახით გადაცემულ ტელეშოპინგს (Teleshopping Window) ეთმობა უწყვეტად არანაკლებ 15 წუთისა. ტელეშოპინგი (Teleshopping Window) იდენტიფიცირებული და სხვა პროგრამისაგან მკაფიოდ გამიჯნული უნდა იყოს.“;

გ) მე-4–მე-12 პუნქტები ამოღებულ იქნეს.



4. 65-ე მუხლი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„მუხლი 65. სოციალური რეკლამა

1. მაუწყებელი ვალდებულია ეთერში განთავსების მიზნით წარმოდგენილ სოციალურ რეკლამას უსასყიდლოდ და არადისკრიმინაციულად დაუთმოს 3 საათში ჯამში არანაკლებ 90 წამისა.

2. საზოგადოებრივი მაუწყებელი, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო, აგრეთვე სათემო მაუწყებლობის ლიცენზიის მფლობელი ვალდებული არიან, ეთერში განთავსების მიზნით წარმოდგენილ სოციალურ რეკლამას უსასყიდლოდ და არადისკრიმინაციულად დაუთმონ 1 საათში ჯამში არანაკლებ 60 წამისა, რომლიდანაც არანაკლებ 10 წამისა საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა სათანადო სარეკლამო რგოლის წარმოდგენის შემთხვევაში საქართველოს ნატოსა და ევროკავშირში ინტეგრაციასთან დაკავშირებულ სოციალურ რეკლამას უნდა დაუთმოს. საზოგადოებრივი მაუწყებელი, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო, აგრეთვე სათემო მაუწყებლობის ლიცენზიის მფლობელი ვალდებული არიან, მათი მომსახურების ზონაში მიმდინარე საარჩევნო კამპანიის დროს საზოგადოებას სოციალური რეკლამის სახით მიაწოდონ ინფორმაცია საარჩევნო სუბიექტებისა და მნიშვნელოვანი საარჩევნო პროცედურების შესახებ. ინფორმაცია ზუსტი უნდა იყოს და უნდა შეიცავდეს შემდეგ მონაცემებს:

- ა) საარჩევნო უბნების მისამართები;
- ბ) არჩევნების თარიღი;
- გ) საარჩევნო საპროცედურო უფლებები და მოვალეობები.“.

5. 67-ე მუხლს დაემატოს შემდეგი შინაარსის მე-3 პუნქტი:

„3. სპონსორობისას დაუშვებელია საქონლის/მომსახურების შეძენის, მიწოდებისა და მოხმარებისაკენ პირდაპირი მოწოდება ამ საქონელზე ან/და მომსახურებაზე სპეციალური მითითებით.“.

6. 68-ე მუხლი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„მუხლი 68. სპონსორის მიერ დაფინანსებული პროგრამის იდენტიფიცირება

სპონსორის მიერ ნაწილობრივ ან მთლიანად დაფინანსებულ პროგრამაში სპონსორზე ნათლად მიეთითება მისი სახელის, სასაქონლო ან სხვა მაიდენტიფიცირებელი ნიშნის საშუალებით, პროგრამის დასაწყისში, მიმდინარეობისას ან/და დასასრულს.“.

7. 69-ე მუხლის მე-2 პუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„2. აკრძალულია შემდეგი პროგრამების სპონსორობა:

- ა) ახალი ამბების პროგრამები (გარდა სპორტული მიმოხილვისა და ამინდის პროგნოზისა, თუ ისინი პროგრამის ავტონომიური ნაწილების სახით გადაიცემა);
- ბ) პროგრამები პოლიტიკურ საკითხებზე;
- გ) პროგრამები მომხმარებელთა უფლებების შესახებ, საარჩევნო ან საარჩევნო კამპანიასთან პირდაპირ დაკავშირებული პროგრამები.“.

8. კანონს დაემატოს შემდეგი შინაარსის 69¹ მუხლი:

„მუხლი 69¹. პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება

1. აკრძალულია პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება, გარდა იმ შემთხვევისა, როცა იგი განთავსდება:

- ა) მხატვრულ ფილმში, ტელეფილმში, სერიალში, ფილმის (გარდა დოკუმენტური ფილმისა) სერიაში, სპორტულ პროგრამასა და გასართობ გადაცემაში (გარდა საბავშვო პროგრამისა);



ბ) ლატარიაში, აზარტულ და მომგებიან თამაშობებში, საფასურის ან სხვა ეკონომიკური სარგებლის გარეშე, საქონლის/მომსახურების პრიზის სახით უფასოდ მიწოდებისას.

2. პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება ისე უნდა მოხდეს, რომ:

ა) მან გავლენა არ მოახდინოს პროგრამის შინაარსზე, მათ შორის, მაუწყებლის სარედაქციო დამოუკიდებლობაზე;

ბ) ის არ შეიცავდეს პროდუქტის შექმნისაკენ პირდაპირ მოწოდებას;

გ) მან პროდუქტს გადაჭარბებული მნიშვნელობა არ მიანიჭოს.

3. პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება მკაფიოდ იდენტიფიცირებული უნდა იყოს. იმ პროგრამის დასაწყისში და დასასრულს, აგრეთვე ყოველი სარეკლამო ან სხვა სახის წყვეტის შემდეგ, რომელშიც ხდება პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება, ნათლად უნდა მიეთითოს ამის შესახებ. ეს მოთხოვნა არ ვრცელდება მაუწყებლის მიერ სამაუწყებლო ბადეში განთავსებულ დამოუკიდებელ პროგრამაზე.

4. აკრძალულია პროგრამაში იმ მედიკამენტებისა და სამკურნალო საშუალებების განთავსება, რომლებიც რეცეპტით გაიცემა.

5. დაუშვებელია პროგრამაში იმ პროდუქტის განთავსება, რომლის რეკლამირებაც აკრძალულია „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონით.“.

9. 76-ე მუხლს დაემატოს შემდეგი შინაარსის 31-ე–33-ე პუნქტები:

„31. ამ კანონის 68-ე მუხლით გათვალისწინებულ სპონსორის მიერ ნაწილობრივ ან მთლიანად დაფინანსებულ პროგრამაში და მაუწყებლის მიერ საკუთარ ან/და დამოუკიდებელ პროგრამასთან დაკავშირებით გაკეთებულ განცხადებაში სპონსორზე მითითება მოკლე უნდა იყოს და არ უნდა აღემატებოდეს სამაუწყებლო საათში 4 წუთს.

32. ამ კანონის 63-ე მუხლის მე-13 პუნქტით გათვალისწინებული ახალი ამბების პროგრამა რეკლამით ან ტელეშოპინგით შეიძლება შეწყდეს არაუმეტეს 15 წუთში ერთხელ.

33. კომისიამ 2016 წლის 15 იანვრამდე დაადგინოს სპონსორზე მითითების სახელმძღვანელო რეკომენდაციები, აუდიოვიზუალური მედიის მომსახურებების უზრუნველყოფასთან დაკავშირებით წევრი სახელმწიფოების კანონებით, რეგულაციებით ან ადმინისტრაციული აქტებით გათვალისწინებული გარკვეული დებულებების კოორდინაციის შესახებ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2010 წლის 10 მარტის 2010/13/EU დირექტივის (აუდიოვიზუალური მედიის მომსახურებების დირექტივა) შესაბამისად და ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოებში არსებული პრაქტიკის გათვალისწინებით.“.

10. 77-ე მუხლს დაემატოს შემდეგი შინაარსის მე-4 და მე-5 პუნქტები:

„4. ამ კანონის 76-ე მუხლის 31-ე პუნქტი მოქმედებს 2016 წლის 15 იანვრამდე.

5. ამ კანონის 76-ე მუხლის 32-ე პუნქტი მოქმედებს 2017 წლის 15 იანვრამდე.“.

მუხლი 2

1. ეს კანონი, გარდა ამ კანონის პირველი მუხლის მე-2 პუნქტის „დ“ ქვეპუნქტისა და პირველი მუხლის მე-5 პუნქტისა, ამოქმედდეს 2015 წლის 1 აპრილიდან.

2. ამ კანონის პირველი მუხლის მე-2 პუნქტის „დ“ ქვეპუნქტი ამოქმედდეს 2017 წლის 15 იანვრიდან.

3. ამ კანონის პირველი მუხლის მე-5 პუნქტი ამოქმედდეს 2016 წლის 15 იანვრიდან.



ქუთაისი,

19 თებერვალი 2015 წ.

N3088-III

