

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 მუხლს დაემატოს შემდეგი შინაარსის „ვ¹“ ქვეპუნქტი:

„ვ¹) დამწყები საწარმო (სტარტაპი) – მეწარმე სუბიექტი, რომელიც რეგისტრირებულია საქართველოში საქართველოს მოქალაქის/საქართველოს მოქალაქეთა ჯგუფის მიერ და რომლის შექმნიდან 6 თვე არ გასულა;“.

2. მე-16 მუხლი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„მუხლი 16. შინაარსობრივი ვალდებულებები

1. საზოგადოებრივი მაუწყებელი ვალდებულია:

ა) უზრუნველყოს პროგრამების სარედაქციო დამოუკიდებლობა, სამართლიანობა და მიუკერძოებლობა; სახელისუფლებო, პოლიტიკური, რელიგიური და კომერციული გავლენისაგან თავისუფლება;

ბ) უზრუნველყოს საზოგადოებრივი ინტერესის შესაბამისი თანასწორობა ახალი ამბების, საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ, საგანმანათლებლო-შემეცნებით, კულტურულ და სპორტულ პროგრამებს შორის;

გ) უზრუნველყოს აუდიტორიის დროული და ყოველმხრივი ინფორმირება საქართველოში, მის რეგიონებსა და მსოფლიოში მიმდინარე მნიშვნელოვანი მოვლენების შესახებ;

დ) საუკეთესო დროს გადასცეს ახალი ამბებისა და საზოგადოებრივ-პოლიტიკური პროგრამები, ხოლო საარჩევნო კამპანიის მსვლელობისას – აგრეთვე წინასაარჩევნო დებატები;

ე) პროგრამებში არ გამოხატოს თავისი აზრი;

ვ) ასახოს საზოგადოებაში არსებულ მოსაზრებათა პლურალიზმი;

ზ) საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროდუქციის არანაკლებ 25%-ისა დაუთმოს დამოუკიდებელი კერძო სამართლის იურიდიული პირების მიერ მომზადებულ პროგრამებს, რომელთა შესყიდვაზე არ ვრცელდება „სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ“ საქართველოს კანონი;

თ) პროგრამებში ასახოს საზოგადოებაში არსებული ეთნიკური, კულტურული, ენობრივი, რელიგიური, ასაკობრივი და გენდერული მრავალფეროვნება;

ი) ბავშვთა და მოზარდთა ინტერესების შესაბამისი პროპორციით განათავსოს საბავშვო პროგრამები;

კ) გაითვალისწინოს შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირთა ინტერესები, საარჩევნო კამპანიის პერიოდში და რეფერენდუმის/პლემბისციტის გამართვის დროს ეთერში გაშვებულ არჩევნებთან/რეფერენდუმთან/პლემბისციტთან დაკავშირებულ თავის გადაცემებში უზრუნველყოს სურდოთარგმანი;

ლ) ხელი შეუწყოს ქვეყნის თვითმყოფადობის, სულიერი ფასეულობებისა და კულტურული მრავალფეროვნების განვითარებას;



მ) სათანადო პროპორციით განათავსოს უმცირესობების ენაზე, უმცირესობების შესახებ და უმცირესობების მიერ მომზადებული პროგრამები;

ნ) უზრუნველყოს საქართველოს საგარეო პოლიტიკის ძირითადი მიმართულებების, მათ შორის, ჩრდილოატლანტიკური ხელშეკრულების ორგანიზაციაში (შემდგომ - ნატო) და ევროკავშირში ინტეგრაციის, პოპულარიზაცია;

ო) უზრუნველყოს აუდიტორიის დროული და ყოველმხრივი ინფორმირება საქართველოს ოკუპირებულ ტერიტორიებთან დაკავშირებული მოვლენების შესახებ.

2. ამ მუხლის პირველი პუნქტით განსაზღვრული შინაარსობრივი ვალდებულებების შესრულების უზრუნველსაყოფად საზოგადოებრივი მაუწყებელი უფლებამოსილია ჩაატაროს საზოგადოებრივი აზრის/აუდიტორიის კვლევა.“.

3. მე-17 მუხლს დაემატოს შემდეგი შინაარსის მე-4 პუნქტი:

„4. საზოგადოებრივი მაუწყებლის რადიოსამაუწყებლო ქსელის განვითარებისათვის კომისია საზოგადოებრივ მაუწყებელს ანიჭებს დამატებით სიხშირებს FM დიაპაზონში, შესაბამის ზონაში არსებული თავისუფალი სიხშირული რესურსიდან.“.

4. მე-18 მუხლის მე-2 პუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„2. იკრძალება საზოგადოებრივი მაუწყებლის სარედაქციო, მმართველობითი და ფინანსური დამოუკიდებლობის ხელყოფა, მათ შორის, ადმინისტრაციული ორგანოს მიერ მისთვის მითითების, დავალების მიცემა, შეთანხმების დავალება ან მასზე ზეწოლის სხვაგვარად განხორციელება.“.

5. 20¹ მუხლი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„მუხლი 20¹. საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ ტელერადიოპროდუქციის ან/და მასთან დაკავშირებული მომსახურების სახელმწიფო შესყიდვა, აგრეთვე სატელიტური თანამგზავრის საშუალებით ტელერადიოპროდუქციის გავრცელებასთან ან/და მის მიღებასთან დაკავშირებული მომსახურების სახელმწიფო შესყიდვა

საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ ტელე-, რადიო-, ასევე ვებგვერდისა და სოციალური ქსელისათვის განკუთვნილი პროდუქციის (პროგრამა, გადაცემა, ფილმი, სპექტაკლი, სერიალი, რეპორტაჟი, კულტურული ღონისძიება) ან/და მის შესაქმნელად საჭირო მომსახურების სახელმწიფო შესყიდვაზე, აგრეთვე სატელიტური თანამგზავრის საშუალებით ტელერადიოპროდუქციის გავრცელებასთან ან/და მის მიღებასთან დაკავშირებული მომსახურების სახელმწიფო შესყიდვაზე (გარდა ტელერადიოპროდუქციის შესაქმნელად ან/და მაუწყებლობისათვის საჭირო საქონლისა და სამშენებლო სამუშაოს, აგრეთვე ამ მუხლით გაუთვალისწინებელი მომსახურების სახელმწიფო შესყიდვისა) არ ვრცელდება „სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ“ საქართველოს კანონის მოქმედება.“.

6. 30-ე მუხლის პირველი პუნქტის:

ა) „ბ“ და „გ“ ქვეპუნქტები ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„ბ) გენერალური დირექტორის წარდგინებით, სრული შემადგენლობის არანაკლებ ორი მესამედით იღებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის დებულებას, აგრეთვე ცვლილება შეაქვს საზოგადოებრივი მაუწყებლის დებულებაში, რომელიც უნდა ითვალისწინებდეს შესაბამისი სტრუქტურული ერთეულების რედაქციული დამოუკიდებლობის უზრუნველყოფას; უფლებამოსილია, საკუთარი ინიციატივით ცვლილება შეიტანოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის დებულებაში, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც ცვლილება შეეხება საზოგადოებრივი მაუწყებლის სტრუქტურასთან დაკავშირებულ დებულებებს;

გ) გენერალური დირექტორის წარდგინებით იღებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბიუჯეტს, აგრეთვე ბიუჯეტში ცვლილებას და ამტკიცებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბიუჯეტის შესრულების ანგარიშს;“;



ბ) „თ“ ქვეპუნქტი ამოღებულ იქნეს.

7. 33-ე მუხლის:

ა) მე-5 პუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„5. ამ მუხლის მე-2-მე-4 პუნქტების ამოქმედებამდე საზოგადოებრივი მაუწყებლობის დაფინანსების ძირითადი წყაროა საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტი. საზოგადოებრივი მაუწყებლობის დაფინანსების ოდენობაა საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტის შესახებ წლიური კანონის პროექტის შემუშავების პერიოდში არსებული მაკროპარამეტრების გათვალისწინებით დასაგეგმი წლის წინა წლისათვის განსაზღვრული მთლიანი შიდა პროდუქტის არანაკლებ 0,14%-ისა. საზოგადოებრივ მაუწყებელს საქართველოს შესაბამისი წლის სახელმწიფო ბიუჯეტით გათვალისწინებული დაფინანსება ერიცხება სრულად, საბიუჯეტო წლის დასრულებამდე, საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესით განსაზღვრული კვარტალური განწერის შესაბამისად.“;

ბ) მე-6 პუნქტის შემდეგ დაემატოს შემდეგი შინაარსის მე-7 პუნქტი:

„7. საზოგადოებრივი მაუწყებელი უფლებამოსილია საქართველოს კანონმდებლობით განსაზღვრული შემოსავლები, მათ შორის, საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტიდან მიღებული ასიგნებები, მიმართოს დამწყები საწარმოების (სტარტაპების) წახალისებისათვის, ტელე-, რადიო- და ონლაინპროდუქციის ინოვაციური განვითარებისათვის, მაუწყებლობის სფეროში გარემოს განვითარების ხელშეწყობისათვის. ამ პუნქტით გათვალისწინებული მიზნებისთვის დაფინანსების განხორციელების თაობაზე გადაწყვეტილებას იღებს სამეურვეო საბჭო გენერალური დირექტორის წარდგინების საფუძველზე.“.

8. 64-ე მუხლის:

ა) პირველი პუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„1. საზოგადოებრივი მაუწყებლის, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს არხებზე კომერციული რეკლამა არ შეიძლება განთავსდეს უქმე დღეებში, აგრეთვე საუკეთესო დროს – სხვა დღეებში, გარდა სპორტული რეპორტაჟის, საერთაშორისო ფესტივალისა და კონკურსის ფარგლებში, საკონკურსო პროგრამის დაწყების, ბუნებრივი ინტერვალისა და დასრულების დროს. სპორტული რეპორტაჟის, საერთაშორისო ფესტივალისა და კონკურსის ფარგლებში, საკონკურსო პროგრამის დაწყების, ბუნებრივი ინტერვალისა და დასრულების დროს კომერციული რეკლამის განთავსების შემთხვევაში კომერციული რეკლამის მოცულობა დღე-ღამის განმავლობაში არ უნდა აღემატებოდეს 60 წუთს, ყოველ საათში – 12 წუთს (20%-ს), ხოლო სხვა დანარჩენ შემთხვევაში კომერციული რეკლამის მოცულობა ყოველ საათში არ უნდა აღემატებოდეს 3 წუთს (5%-ს).“;

ბ) პირველი პუნქტის შემდეგ დაემატოს შემდეგი შინაარსის 1¹ პუნქტი:

„1¹. საზოგადოებრივი მაუწყებლის, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს არხებზე დასაშვებია მხოლოდ სპორტული რეპორტაჟის, საერთაშორისო ფესტივალის/კონკურსის, გასართობი გადაცემისა და სერიალის სპონსორობა.“.

9. 65-ე მუხლის მე-2 პუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„2. საზოგადოებრივი მაუწყებელი, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო, აგრეთვე სათემო მაუწყებელი ვალდებული არიან, ეთერში განთავსების მიზნით წარმოდგენილ სოციალურ რეკლამას უსასყიდლოდ და არადისკრიმინაციულად დაუთმონ 3 საათში ჯამში არანაკლებ 90 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 მაუწყებელი 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.“.

მუხლი 2. ეს კანონი ამოქმედდეს გამოქვეყნებისთანავე.

საქართველოს პარლამენტის
თავმჯდომარე

ირაკლი კობახიძე

ქუთაისი,

21 თებერვალი 2018 წ.

N1966-III

