

ევროკავშირის სამართლებრივ აქტთან შესაბამისობის ცხრილი

<p>ევროკავშირის სამართლებრივი აქტი</p> <p><b>ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2010 წლის 10 მარტის 2010/13/EU დირექტივა აუდიოვიზუალური მედიის მომსახურებების უზრუნველყოფასთან დაკავშირებით წევრი სახელმწიფოების კანონებით, რეგულაციებითა ან ადმინისტრაციული აქტებით გათვალისწინებული გარკვეული დებულებების კოორდინაციის შესახებ (აუდიოვიზუალური მედიის მომსახურებების დირექტივა)</b></p>				<p>საქართველოს ნორმატიული აქტის/აქტების პროექტი/ პროექტები და შესაბამისი მოქმედი ნორმატიული აქტი/ აქტები, არსებობის შემთხვევაში:</p> <p>№1. საქართველოს კანონის პროექტი „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონში ცვლილების შეტანის შესახებ;                  №2. საქართველოს კანონი „მაუწყებლობის შესახებ“                  №3. საქართველოს კანონი „რეკლამის შესახებ“                  №4. საქართველოს კანონი „წამლისა და ფარმაცევტული საქმიანობის შესახებ“                  №5. საქართველოს პარლამენტის რეგლამენტი</p> <p>სშ – სრულად შესაბამისი                  ნშ – ნაწილობრივ შესაბამისი                  შ – შეუსაბამო                  ას – არასავალდებულო</p>		
1	2	3	4	5	6	7
მუხლი ან ნაწილი	ნორმის ტექსტი	N	მუხლი ან პუნქტი (ნაწილი)	ნორმის ტექსტი	შესაბამისობა	შენიშვნები
პირველი მუხლი, პირველი პუნქტი, (ა) ქვეპუნქტი.	წ ი ნ ა მ დ ე ბ ა რ ე დ რ ე ქ ტ ი ვ ი ს მ ი ზ ნ ე ბ ი ს თ ვ ი ს გ ა მ ო ი ყ ე ნ ე ბ ა შ ე მ დ ე გ ი გ ა ნ ს ა ზ დ ვ რ ე ბ ე ბ ი :	N1	1.2.“ზ“ (2. „ს“, 2. „ს2“) და 1.2.“მ“ (2. „მ“)	„ს1) მედია მომსახურება - აუდიოვიზუალური მედია მომსახურება და რადიო მაუწყებლობა. ს2) აუდიოვიზუალური მედია მომსახურება – მედია მომსახურების მიწოდების სარედაქციო პასუხისმგებლობით მიწოდებული მომსახურება, რომლის ან რომლის განუყოფელი ნაწილის	სშ	

	<p>(a) აუდიოვიზუალური მედია მომსახურება –</p> <p>(i) მედია მომსახურების მიმწოდებლის სარედაქციო პასუხისმგებლობით მიწოდებული მომსახურება, რომლის ან რომლის განუყოფელი ნაწილის ძირითადი მიზანია ელექტრონული საკომუნიკაციო ქსელებით პროგრამების მიწოდება ფართო საზოგადოებისთვის, მისი ინფორმირების, გართობის ან განათლების მიზნით. ასეთ აუდიოვიზუალურ მედია მომსახურებას წარმოადგენს ამ კანონით განსაზღვრული ტელემაუწყებლობა ან გამოძახებით აუდიოვიზუალური მედია მომსახურება, ასევე, აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია.</p> <p>(ii) აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია.</p>		<p>ძირითადი მიზანია ელექტრონული საკომუნიკაციო ქსელებით პროგრამების მიწოდება ფართო საზოგადოებისთვის, მისი ინფორმირების, გართობის ან განათლების მიზნით. ასეთ აუდიოვიზუალურ მედია მომსახურებას წარმოადგენს ამ კანონით განსაზღვრული ტელემაუწყებლობა ან გამოძახებით აუდიოვიზუალური მედია მომსახურება, ასევე, აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია.</p> <p>„მ<sup>1</sup>) აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია – გამოსახულება, ხმით ან ხმის გარეშე, რომელიც გამიზნულია პირთა განუსაზღვრელი წრისათვის და ემსახურება ფიზიკური ან იურიდიული პირის, საქონლის, მომსახურების, სამუშაოს, იდეისა და წამოწყებისადმი ინტერესის ფორმირებასა და შენარჩუნებას, აგრეთვე საქონლის, მომსახურების, სამუშაოს, იდეისა და წამოწყების რეალიზაციის ხელშეწყობას. ასეთი გამოსახულებები თან ახლავს ან/და ინტეგრირებულია პროგრამაში/მომხმარებლის გენერირებულ ვიდეორგოლში, საფასურის ან სხვა ეკონომიკური სარგებლის სანაცვლოდ. აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია წარმოადგენს აუდიოვიზუალურ მედიამომსახურებას და მოიცავს კომერციულ რეკლამას, ტელეშოპინგს, სპონსორობასა და პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსებას (Product Placement);” აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია ასევე მოიცავს რადიო მაუწყებლობის ეთერში განთავსებულ კომერციულ რეკლამას, ტელეშოპინგს, სპონსორობასა და პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსებას (Product Placement);”</p>		
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

პირველი მუხლი, პირველი პუნქტი, (aa) ქვეპუნქტი	(aa) ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურება - მომსახურება, რომლის ან რომლის განუყოფელი ნაწილის ძირითად მიზანი ან არსებითი ფუნქციონალია პროგრამების ან/და მომხმარებლის გენერირებული ვიდეორგოლების ელექტრონული საკომუნიკაციო ქსელების მეშვეობით ფართო საზოგადოებისთვის მიწოდება, მისი ინფორმირების, გართობის ან განათლების მიზნით და ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლის სარედაქციო პასუხისმგებლობის გარეშე. ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების ორგანიზება, კერძოდ, ჩვენება, მონიშვნა და მიმდევრობა განისაზღვრება მისი მიმწოდებლის მიერ, მათ შორის, ავტომატური საშუალებებით ან ალგორითმებით.“	NI	1.2.“ზ“ (2.“ს4“)	„ს4) ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურება - მომსახურება, რომლის ან რომლის განუყოფელი ნაწილის ძირითად მიზანი ან არსებითი ფუნქციონალია პროგრამების ან/და მომხმარებლის გენერირებული ვიდეორგოლების ელექტრონული საკომუნიკაციო ქსელების მეშვეობით ფართო საზოგადოებისთვის მიწოდება, მისი ინფორმირების, გართობის ან განათლების მიზნით და ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლის სარედაქციო პასუხისმგებლობის გარეშე. ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების ორგანიზება, კერძოდ, ჩვენება, მონიშვნა და მიმდევრობა განისაზღვრება მისი მიმწოდებლის მიერ, მათ შორის, ავტომატური საშუალებებით ან ალგორითმებით.“	სშ	

	მიმდევრობა განისაზღვრება მისი მიმწოდებლის მიერ, მათ შორის, ავტომატური საშუალებებით ან ალგორითმებით.“					
პირველი მუხლი, პირველი პუნქტი, (b) ქვეპუნქტი	(b) პროგრამა – მოძრავი გამოსახულებების კრებული, ხმით ან ხმის გარეშე, რომელიც წარმოადგენს ტელემაუწყებლის მიერ ორგანიზებული ქრონოლოგიური განრიგის ან გამოძახებით აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების მიმწოდებლის კატალოგის შემადგენელ ინდივიდუალურ ნაწილს, ხანგრძლივობის განურჩევლად, ასევე, პირდაპირ ან ჩანაწერის მეშვეობით რადიომაუწყებლის მიერ ეთერში ხმით გადაცემული რადიოპროდუქცია. პროგრამებს მიეკუთვნება მხატვრული, ანიმაციური და დოკუმენტური ფილმები, სპორტული ღონისძიებები, საბავშვო პროგრამები, ახალი ამბები, საზოგადოებრივ-პოლიტიკური პროგრამები, ვიდეორგოლები, სერიალები და ა.შ.“	NI	1.2. „კ“ (2. „ც“)	„ც) პროგრამა – მოძრავი გამოსახულებების კრებული, ხმით ან ხმის გარეშე, რომელიც წარმოადგენს ტელემაუწყებლის მიერ ორგანიზებული ქრონოლოგიური განრიგის ან გამოძახებით აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების მიმწოდებლის კატალოგის შემადგენელ ინდივიდუალურ ნაწილს, ხანგრძლივობის განურჩევლად, ასევე, პირდაპირ ან ჩანაწერის მეშვეობით რადიომაუწყებლის მიერ ეთერში ხმით გადაცემული რადიოპროდუქცია. პროგრამებს მიეკუთვნება მხატვრული, ანიმაციური და დოკუმენტური ფილმები, სპორტული ღონისძიებები, საბავშვო პროგრამები, ახალი ამბები, საზოგადოებრივ-პოლიტიკური პროგრამები, ვიდეორგოლები, სერიალები და ა.შ.“	სშ	

	ვიდეორგოლები, სერიალები და ა.შ.“					
პირველი მუხლი, პირველი პუნქტი, (ba) ქვეპუნქტი	(ba) მომხმარებლის გენერირებული ვიდეორგოლი - მოძრავი გამოსახულებების კრებული, ხმით ან ხმის გარეშე, რომელიც შეადგენს ინდივიდუალურ მასალას, მისი ხანგრძლივობის მიუხედავად, შექმნილია მომხმარებლის მიერ და ატვირთულია ვიდეო გაზიარების პლატფორმაზე იმავე ან სხვა მომხმარებლის მიერ.“	N1	1.2. „ზ“ (2. „ს <sup>5</sup> )	„ს <sup>5</sup> ) მომხმარებლის გენერირებული ვიდეორგოლი - მოძრავი გამოსახულებების კრებული, ხმით ან ხმის გარეშე, რომელიც შეადგენს ინდივიდუალურ მასალას, მისი ხანგრძლივობის მიუხედავად, შექმნილია მომხმარებლის მიერ და ატვირთულია ვიდეო გაზიარების პლატფორმაზე იმავე ან სხვა მომხმარებლის მიერ.“	სშ	
პირველი მუხლი, პირველი პუნქტი, (bb) ქვეპუნქტი	(bb) სარედაქციო გადაწყვეტილება - გადაწყვეტილება, რომელიც მიიღება რეგულარულად სარედაქციო პასუხისმგებლობის განხორციელების მიზნით და უკავშირდება მედია მომსახურების ყოველდღიურ საქმიანობას.	N1	1.2. „ლ“ (2.“ც <sup>1</sup> “)	ც <sup>1</sup> ) სარედაქციო გადაწყვეტილება - გადაწყვეტილება, რომელიც მიიღება რეგულარულად სარედაქციო პასუხისმგებლობის განხორციელების მიზნით და უკავშირდება მედია მომსახურების ყოველდღიურ საქმიანობას.	სშ	
პირველი მუხლი, პირველი	(c) სარედაქციო პასუხისმგებლობა - პროგრამების შერჩევასა	N1	1.2. „თ“ (2.“ტ <sup>4</sup> “)	ტ <sup>4</sup> ) სარედაქციო პასუხისმგებლობა - პროგრამების შერჩევასა და მათ ორგანიზებაზე	სშ	

<p>პუნქტი, (c) ქვეპუნქტი</p>	<p>და მათ ორგანიზებაზე ეფექტიანი კონტროლის განხორციელება პროგრამების ქრონოლოგიური განრიგის საშუალებით მაუწყებლის მიერ, ან პროგრამების კატალოგის საშუალებით გამოძახებით მედია მომსახურების მიმწოდებლის მიერ;</p>			<p>ეფექტიანი კონტროლის განხორციელება პროგრამების ქრონოლოგიური განრიგის საშუალებით მაუწყებლის მიერ, ან პროგრამების კატალოგის საშუალებით გამოძახებით მედია მომსახურების მიმწოდებლის მიერ;</p>		
<p>პირველი მუხლი, პირველი პუნქტი, (d) ქვეპუნქტი</p>	<p>(d) „მედია-მომსახურების მიმწოდებელი“ ნიშნავს ფიზიკურ ან იურიდიულ პირს, რომელსაც ეკისრება პასუხისმგებლობა აუდიოვიზუალური მომსახურების შინაარსის არჩევაზე და განსაზღვრავს მისი ორგანიზების წესს;</p>	<p>N1</p>	<p>1.2. „ზ“ (2.“ს“)</p>	<p>„ს<sup>3</sup>) აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების მიმწოდებელი – ტელემაუწყებელი ან/და გამოძახებით აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების მიმწოდებელი, რომელსაც აკისრია სარედაქციო პასუხისმგებლობა აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების შინაარსის არჩევაზე და განსაზღვრავს მისი ორგანიზების მეთოდს.“</p>	<p>სშ</p>	
<p>პირველი მუხლი, პირველი პუნქტი, (da) ქვეპუნქტი</p>	<p>(da) ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებელი – ფიზიკური ან იურიდიული პირი, რომელიც უზრუნველყოფს ვიდეოგაზიარების</p>	<p>N1</p>	<p>1.2. „ზ“ (2.“ს“)</p>	<p>ს<sup>6</sup>) ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებელი - ფიზიკური ან იურიდიული პირი, რომელიც უზრუნველყოფს ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიწოდებას.“</p>	<p>სშ</p>	

	პლატფორმის მომსახურების მიწოდებას.					
პირველი მუხლი, პირველი პუნქტი, (e) ქვეპუნქტი	(e) „სატელევიზიო მაუწყებლობა“ (ანუ ხაზოვანი აუდიოვიზუალური მედია-მომსახურება) ნიშნავს მედია-მომსახურების მიმწოდებლის მიერ მიწოდებულ აუდიოვიზუალურ მედია-მომსახურებას პროგრამების ერთდროული ნახვისთვის პროგრამების განრიგის მიხედვით;	N2           N1	2. „ტ“   1.2. „ზ“ (2. „ს“)	ტ <sup>2</sup> ) ტელემაუწყებელი – საზოგადოებრივი მაუწყებელი, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო, ავტორიზებული პირი, რომელიც პირადი სარედაქციო პასუხისმგებლობით ახორციელებს საკუთარი სამაუწყებლო ბადით გათვალისწინებული აუდიოვიზუალური პროდუქციის გადაცემას ისე, რომ სამაუწყებლო ბადით განსაზღვრულ დროს მაყურებლებისათვის ერთდროულად ხელმისაწვდომია;	სშ	
				„ს <sup>3</sup> ) აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების მიმწოდებელი – ტელემაუწყებელი ან/და გამომძახებით აუდიოვიზუალური მედია-მომსახურების მიმწოდებელი, რომელსაც აკისრია სარედაქციო პასუხისმგებლობა აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების შინაარსის არჩევაზე და განსაზღვრავს მისი ორგანიზების მეთოდს.“		

პირველი მუხლი, პირველი პუნქტი, (f) ქვეპუნქტი	(f) „მაუწყებელი“ ნიშნავს სატელევიზიო გადაცემების მედია-მომსახურების მიმწოდებელს;	N2  N1	2. „ტ“  1.2. „ზ“ (2. „ს <sup>3</sup> “)	ტ) <b>მაუწყებელი</b> – საზოგადოებრივი მაუწყებელი, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო, ამ კანონის საფუძველზე ტელემაუწყებლობის ან/და რადიომაუწყებლობის განმახორციელებელი ლიცენზიის მფლობელი ან/და ავტორიზებული პირი;  „ს <sup>3</sup> ) <b>აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების მიმწოდებელი</b> – ტელემაუწყებელი ან/და გამომახებით აუდიოვიზუალური მედია-მომსახურების მიმწოდებელი, რომელსაც აკისრია სარედაქციო პასუხისმგებლობა აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების შინაარსის არჩევაზე და განსაზღვრავს მისი ორგანიზების მეთოდს.“	სშ	
პირველი მუხლი, პირველი პუნქტი, (g) ქვეპუნქტი	(g) გამომახებით აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების მიმწოდებელი - აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების მიმწოდებელი, რომლის მიერ განსაზღვრული პროგრამების კატალოგის საშუალებით მომხმარებელი ინდივიდუალური მოთხოვნისამებრ, მის მიერ შერჩეულ დროს უყურებს პროგრამებს.	N1	1.2. „თ“ (2. „ტ <sup>3</sup> “)	„ტ <sup>3</sup> ) <b>გამომახებით აუდიოვიზუალური მედია-მომსახურების მიმწოდებელი</b> - აუდიოვიზუალური მედია-მომსახურების მიმწოდებელი, რომლის მიერ განსაზღვრული პროგრამების კატალოგის საშუალებით მომხმარებელი ინდივიდუალური მოთხოვნისამებრ, მის მიერ შერჩეულ დროს უყურებს პროგრამებს.“	სშ	
პირველი მუხლი, პირველი	(h) „აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია“ ნიშნავს გამოსახულებას	N1	1.2. „მ“ (2. „მ <sup>3</sup> “)	„მ <sup>3</sup> ) აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია – გამოსახულება, ხმით ან ხმის გარეშე, რომელიც	სშ	



<p>პუნქტი, (h) ქვეპუნქტი</p>	<p>ხმით ან ხმის გარეშე, რომელიც განკუთვნილია ეკონომიკური საქმიანობის განმახორციელებელი ფიზიკური ან იურიდიული პირის პირდაპირ ან ირიბად საქონლის, მომსახურების ან გამოსახულების პოპულარიზაციისთვის. ასეთი გამოსახულებები ახლავს ან ჩართულია პროგრამაში ან მომხმარებლის გენერირებულ ვიდეოში ფასიან საფუძველზე, ანალოგიური შეგებებული წარმოდგენით, ან თვითრეკლამის მიზნით. აუდიოვიზუალური კომერციული შეტყობინებების ფორმა მოიცავს ასევე სატელევიზიო რეკლამას, სპონსორობას, რუბრიკას „ტელემადაზია“ და საქონლის სარეკლამო განთავსებას;</p>			<p>გამიზნულია პირთა განუსაზღვრელი წრისათვის და ემსახურება ფიზიკური ან იურიდიული პირის, საქონლის, მომსახურების, სამუშაოს, იდეისა და წამოწყებისადმი ინტერესის ფორმირებასა და შენარჩუნებას, აგრეთვე საქონლის, მომსახურების, სამუშაოს, იდეისა და წამოწყების რეალიზაციის ხელშეწყობას. ასეთი გამოსახულებები თან ახლავს ან/და ინტეგრირებულია პროგრამაში/მომხმარებლის გენერირებულ ვიდეორგოლში, საფასურის ან სხვა ეკონომიკური სარგებლის სანაცვლოდ. აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია წარმოადგენს აუდიოვიზუალურ მედიამომსახურებას და მოიცავს კომერციულ რეკლამას, ტელეშოპინგს, სპონსორობასა და პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსებას (Product Placement);” აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია ასევე მოიცავს რადიო მაუწყებლობის ეთერში განთავსებულ კომერციულ რეკლამას, ტელეშოპინგს, სპონსორობასა და პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსებას (Product Placement);”</p>		
----------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

პირველი მუხლი, პირველი პუნქტი, (i) ქვეპუნქტი	(i) „სატელევიზიო რეკლამა“ ნიშნავს ტრანსლირებადი განცხადების ნებისმიერ ფორმას ფასიან საფუძველზე, ანალოგიური შეგებებული წარდგენისთვის ან	N2	2. „წ“	წ) რეკლამა – კომერციული, სოციალური ან წინასაარჩევნო რეკლამა, გარდა მაუწყებლის მიერ საკუთარ ან დამოუკიდებელ პროგრამასთან დაკავშირებით გაკეთებული განცხადებისა, რომელიც არის ფიზიკურ ან იურიდიულ პირზე, საქონელზე, მომსახურებაზე, სამუშაოზე, იდეასა და წამოწყებაზე ნებისმიერი საშუალებითა და ფორმით გავრცელებული ინფორმაცია, რომელიც გამიზნულია პირთა განუსაზღვრელი წრისათვის	სშ	

	<p>ტრანსლირებას თვითრეკლამის მიზნით სახელმწიფო, კერძო საწარმოების ან ფიზიკური პირების მიერ, ვაჭრობასთან, ბიზნესთან, ხელოვნებასთან ან პროფესიასთან დაკავშირებით საქონლითა და მომსახურებით, მათ შორის უძრავი ქონებით, უფლებებითა და ვალდებულებებით ფასიან საფუძველზე უზრუნველყოფის ხელშესაწყობად;</p>			<p>და ემსახურება ფიზიკური ან იურიდიული პირის, საქონლის, მომსახურების, სამუშაოს, იდეისა და წამოწყებისადმი ინტერესის ფორმირებასა და შენარჩუნებას, აგრეთვე საქონლის, მომსახურების, სამუშაოს, იდეისა და წამოწყების რეალიზაციის ხელშეწყობას;</p>		
<p>პირველი მუხლი, პირველი პუნქტი, (j) ქვეპუნქტი</p>	<p>(j) „ფარული აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია“ ნიშნავს საქონლის მწარმოებლის ან მომსახურების მიმწოდებლის საქონლის, მომსახურების, დასახელების, სავაჭრო მარკის ან საქმიანობის წარდგენას სიტყვიერად ან გამოსახულებით პროგრამებში, როცა მედია-მომსახურების მიმწოდებელმა წარადგინა ის როგორც რეკლამა</p>	<p>N1</p>	<p>1.2.“ს“ (2.“<sup>323</sup>“)</p>	<p>„<sup>323</sup> ფარული აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია – პროდუქტის, მომსახურების ან პროდუქტის მწარმოებლის ან მომსახურების მიმწოდებლის სახელის, სავაჭრო ნიშნის ან საქმიანობის სიტყვიერი ან გრაფიკული გამოსახულების პროგრამებში განთავსება მედია მომსახურების, ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლისა და ვიდეო გაზიარების პლატფორმაზე მასალის ამტვირთავი მომხმარებლის მიერ რეკლამირების განზრახვით იმგვარად, რომ ამ გამოსახულებათა პროგრამებში განთავსების დანიშნულებასთან მიმართებაში აუდიტორია შესაძლოა შეცდომაში შევიდეს. ამგვარი აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია პროგრამებში განზრახ განთავსებულად მიიჩნევა, თუ განხორციელებულია საფასურის ან სხვა ეკონომიკური სარგებლის სანაცვლოდ;</p>	<p>სშ</p>	

	<p>და შეუძლია შეიყვანოს საზოგადოებას შეცდომაში მის ხასიათთან დაკავშირებით. ასეთი წარდგენა უნდა განიხილებოდეს როგორც განზრახული, როგორც ეს ხდება ფასიან საფუძველზე ან ანალოგიური შეგებებული წარდგინებით;</p>					
<p>პირველი მუხლი, პირველი პუნქტი, (k) ქვეპუნქტი</p>	<p>(k) სპონსორობა – ვიდეოგაზიარების მომსახურების პლატფორმის, მომხმარებლის გენერირებული ვიდეორგოლის, პროგრამის მომზადების ან ეთერში გადაცემის პირდაპირი ან ირიბი დაფინანსება ან თანადაფინანსება იმ პირის მიერ, რომელიც არ არის ჩართული მედიამომსახურების, ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მიწოდების მომსახურების ან შესაბამისი ნაწარმოების შექმნის საქმიანობაში მისი</p>	N1	1.2. „ნ“ (2. „ჰ“)	<p>ჰ) სპონსორობა – ვიდეოგაზიარების მომსახურების პლატფორმის, მომხმარებლის გენერირებული ვიდეორგოლის, პროგრამის მომზადების ან ეთერში გადაცემის პირდაპირი ან ირიბი დაფინანსება ან თანადაფინანსება იმ პირის მიერ, რომელიც არ არის ჩართული მედიამომსახურების, ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მიწოდების მომსახურების ან შესაბამისი ნაწარმოების შექმნის საქმიანობაში მისი სახელის, სავაჭრო ნიშნის, იმიჯის, საქმიანობის განვითარების რეკლამირების მიზნით;</p>	სშ	

	სახელის, სავაჭრო ნიშნის, იმიჯის, საქმიანობის განვითარების რეკლამირების მიზნით;					
პირველი მუხლი, პირველი პუნქტი, (1) ქვეპუნქტი	(1) ტელეშოპინგი ნიშნავს მოწოდებას საჯაროდ საქონლის ან მომსახურების, მათ შორის უძრავი ქონების, უფლებებისა და ვალდებულებების მიწოდების შესახებ ფასიან საფუძველზე	N2	2. „3 <sup>10</sup> “	3 <sup>10</sup> ) 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);	სშ	
პირველი მუხლი, პირველი პუნქტი, (m) ქვეპუნქტი	(m) პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება (Product Placement) – საფასურის ან სხვა ეკონომიკური სარგებლის სანაცვლოდ პროდუქტის შესახებ ინფორმაციის ნებისმიერი ფორმით გავრცელება, რაც გამოიხატება პროგრამაში ან მომხმარებლის გენერირებულ ვიდეორგოლში ამ პროდუქტის ინტეგრირებით, პროდუქტზე მითითებით ან/და მომსახურებასა და სასაქონლო ნიშანზე მითითებით	N1	1.2. „რ“ (2. „3 <sup>17</sup> “)	„3 <sup>17</sup> ) პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება (Product Placement) – საფასურის ან სხვა ეკონომიკური სარგებლის სანაცვლოდ პროდუქტის შესახებ ინფორმაციის ნებისმიერი ფორმით გავრცელება, რაც გამოიხატება პროგრამაში ან მომხმარებლის გენერირებულ ვიდეორგოლში ამ პროდუქტის ინტეგრირებით, პროდუქტზე მითითებით ან/და მომსახურებასა და სასაქონლო ნიშანზე მითითებით;“	სშ	
პირველი მუხლი, პირველი პუნქტი, (n) ქვეპუნქტი,	(n) „ევროპული წარმოების პროდუქცია“ ნიშნავს შემდეგს: (i) ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოებში	N1	1.2. „ე“ (2. „ზ“)	„ზ) ევროპული წარმოების პროდუქცია – პროდუქცია, რომელიც წარმოებულია ევროპის იმ ქვეყანაში, რომელშიც ძალაშია „ტრანსსასაზღვრო ტელევიზიის შესახებ“ ევროპის კონვენცია, ან საქართველოში, ან რომლის საავტორო	სშ	

<p>პირველი მუხლის მე-2 პუნქტი</p>	<p>(ii) შექმნილ პროგრამებს; იმ ევროპულ სახელმწიფოებში შექმნილ პროგრამებს, რომლებიც არ არიან ტრანსსასაზღვრო ტელევიზიის შესახებ კონვენციის წევრები და შეესაბამებიან მე-3 პუნქტის პირობებს;</p> <p>(iii) ევროკავშირსა და მესამე ქვეყნებს შორის დადებული აუდიოვიზუალურ მომსახურებასთან დაკავშირებული შეთანხმებების ფარგლებში ერთობლივი წარმოების პროგრამები, რომლებიც ასრულებენ ყოველ ამ შეთანხმებაში აღნიშნულ პირობებს.</p> <p>2. პირველი პუნქტის (ii) და (iii) პუნქტების დებულებების გამოყენება უნდა იყოს დამოკიდებული</p>		<p>უფლებების მფლობელია ამ ქვეყნის ან საქართველოს რეზიდენტი ფიზიკური ან იურიდიული პირი, ან პროდუქცია, რომელიც თანაწარმოებულია ევროკავშირსა და მესამე ქვეყნებს შორის აუდიოვიზუალურ სექტორთან დაკავშირებული შეთანხმებების ფარგლებში და რომელიც აკმაყოფილებს ყოველ აღნიშნულ შეთანხმებაში გათვალისწინებულ პირობებს, ასევე, ევროპული წარმოების პროდუქცია წარმოადგენს პროდუქციას, რომელიც ძირითადად დამზადებულია საქართველოში ან/და ევროკავშირის ერთი ან ერთზე მეტი წევრი სახელმწიფოს რეზიდენტ ავტორებთან და სხვა პირებთან ერთად, თუ ისინი აკმაყოფილებენ შემდეგი სამი პირობიდან ერთ-ერთს:</p> <p>ა) პროდუქცია დამზადებულია ამ ქვეპუნქტში მითითებულ ერთ ან ერთზე მეტ სახელმწიფოში დაფუძნებული ერთი ან ერთზე მეტი მწარმოებლის მიერ;</p> <p>ბ) პროდუქციის წარმოებას ზედამხედველობასა და ფაქტიურ კონტროლს უწევს ამ ქვეპუნქტში მითითებულ ერთ ან ერთზე მეტ სახელმწიფოში დაფუძნებული ერთი ან ერთზე მეტი მწარმოებელი;</p> <p>გ) ამ ქვეპუნქტში მითითებული სახელმწიფოებიდან თანამწარმოებლების სრულ თანაწარმოებაში გაწეული ხარჯი მნიშვნელოვნად აღემატება სხვა სახელმწიფოებიდან თანამწარმოებელთა მიერ გაწეულ ხარჯებს და თანაწარმოება არ ექვემდებარება აღნიშნული სახელმწიფოების</p>		
-----------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

<p>პირველი მუხლის მე-3 პუნქტი</p>	<p>3. ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოებში შექმნილი პროგრამებზე, არ უნდა იყოს დისკრიმინაციული ზომების საგანი მესამე ქვეყნებში.</p> <p>პირველი პუნქტის (n) (i) და (ii) პუნქტებში მითითებული პროგრამები წარმოადგენენ პროგრამებს, რომლებიც, ძირითადად, შექმნილია წინამდებარე დებულებებში მოხსენიებულ ერთ ან რამდენიმე სახელმწიფოში მცხოვრები ავტორებისა და თანამშრომლები ს მიერ იმ პირობით, რომ ისინი შეესაბამებიან შემდეგი სამიდან ერთ პირობას:</p> <p>(i) ისინი წარმოებულია ერთი ან რამდენიმე</p>		<p>ფარგლებს გარეთ დაფუძნებული ერთი ან ერთზე მეტი მწარმოებლის კონტროლს;”</p>		
-----------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-----------------------------------------------------------------------------	--	--

	<p>(ii) მწარმოებლის მიერ ერთ ან რამდენიმე ზემოაღნიშნულ სახელმწიფოში; პროგრამების წარმოების კონტროლი და ზედამხედველობა ხორციელდება ერთ ან რამდენიმე ზემოაღნიშნულ სახელმწიფოში</p> <p>(iii) შექმნილი ერთი ან რამდენიმე მწარმოებლის მიერ; ამ სახელმწიფოების თანამწარმოებლების შენატანი აღემატება ერთობლივი წარმოების დანახარჯების საერთო თანხას და ერთობლივი წარმოება არ კონტროლდება ამ სახელმწიფოების ფარგლებს გარეთ დაფუძნებული ერთი ან რამდენიმე მწარმოებლის მიერ.</p>					
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--



<p>პირველი მუხლის მე-4 პუნქტები</p>	<p>4. პროგრამები, რომლებიც არ არის ევროპული პროგრამები 1 პუნქტის (n) პუნქტის მნიშვნელობით, თუმცა წარმოებულია ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოებსა და მესამე ქვეყნებს შორის დადებული ერთობლივი წარმოების შესახებ ერთობლივი შეთანხმების ფარგლებში, ითვლება ევროპულ პროგრამებად იმ პირობით, რომ თანამწარმოებლები კავშირში უზრუნველყოფენ საერთო მოცულობის დანახარჯების დიდი წილს და რომ წარმოება არ კონტროლდება ამ სახელმწიფოების ფარგლებს გარეთ დაფუძნებული ერთი არ რამდენიმე მწარმოებლის მიერ.</p>					
<p>მე-2 მუხლის პირველი პუნქტი</p>	<p>1. ევროკავშირის წევრი ყოველი სახელმწიფო უნდა უზრუნველყოფდეს, რომ მისი იურისდიქციის ქვეშ არსებული მედია-მომსახურების მიმწოდებლების მიერ გადაცემული ყველა აუდიოვიზუალური მედია-მომსახურების მიერ დაცული იყოს იმ</p>	<p>N1</p>	<p>1.37.(70.1)</p>	<p>1. მედია მომსახურების და ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებელი ვალდებულია უზრუნველყოს მის მიერ გადაცემული/გავრცელებული პროგრამების, რეკლამის, სპონსორების შესახებ ინფორმაციისა და მომხმარებლის გენერირებული ვიდეო რგოლის საქართველოს კანონმდებლობასთან და ლიცენზიის/ავტორიზაციის პირობებთან შესაბამისობა.[...]</p>	<p>სშ</p>	

	სამართლის სისტემის ნორმები, რომელიც გამოიყენება აუდიოვიზუალური მედია-მომსახურების მიმართ მოსახლეობისთვის ევროკავშირის წევრ ამ სახელმწიფოში.				
მე-2 მუხლის მე-2 პუნქტი	<p>2. წინამდებარე დირექტივის მიზნებისთვის, ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოს იურისდიქციის ქვეშ არსებული მედია-მომსახურების მიმწოდებლები უნდა ასრულებდნენ შემდეგი პირობებიდან ერთ-ერთს:</p> <p>(ა) იყოს შექმნილი ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოში მე-3 პუნქტის შესაბამისად;</p> <p>(ბ) შეესაბამებოდეს მე-4 პუნქტს.</p>	NI	1.1 (1.3,1.4,1.5)	<p>3. ამ კანონის მოქმედება აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების მიმწოდებელზე ვრცელდება შემდეგი ერთ-ერთი პირობის არსებობისას:</p> <p>ა) აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების მიმწოდებელს აქვს სათაო ოფისი საქართველოში და აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების თაობაზე სარედაქციო გადაწყვეტილებები მიიღება საქართველოში;</p> <p>ბ) აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების მიწოდებაში ჩართული სამუშაო ძალის მნიშვნელოვანი ნაწილი საქმიანობას ეწევა საქართველოში, მიუხედავად სათაო ოფისისა და სარედაქციო გადაწყვეტილებების მიღების ადგილისა;</p> <p>გ) აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების მიწოდებაში ჩართული სამუშაო ძალის მნიშვნელოვანი ნაწილი საქმიანობას ეწევა როგორც საქართველოში, ასევე, ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოში ან სხვა სახელმწიფოში, თუმცა, სათაო ოფისი აქვს საქართველოში;</p> <p>დ) აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების მიწოდებაში ჩართული სამუშაო ძალის მნიშვნელოვანი ნაწილი საქმიანობას არ ეწევა საქართველოში და ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოში, მაგრამ, საქართველოს კანონმდებლობის შესაბამისად, აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების სფეროში საქმიანობა დაიწყო საქართველოში და</p>	სშ
მე-2 მუხლის მე-3 პუნქტი	<p>3. წინამდებარე დირექტივის მიზნებისთვის, მედია-მომსახურების მიმწოდებელი ითვლება</p>				

	<p>შექმნილად ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოში, თუ:</p> <p>(ა) მედია-მომსახურების მიმწოდებელს აქვს ამ სახელმწიფოში სათაო ოფისი და სარედაქციო გადაწყვეტილება აუდიოვიზუალური მედია-მომსახურების შესახებ მიიღება მის ტერიტორიაზე;</p> <p>(ბ) მედია-მომსახურების მიმწოდებელს სათაო ოფისი აქვს ევროკავშირის წევრ ერთ სახელმწიფოში, ხოლო სარედაქციო გადაწყვეტილება აუდიოვიზუალური მედია-მომსახურების შესახებ მიიღება ევროკავშირის წევრი სხვა სახელმწიფოს ტერიტორიაზე, მაშინ მედია-მომსახურების მიმწოდებელი ითვლება შექმნილად</p>		<p>შენარჩუნებული აქვს სტაბილური და ეფექტიანი კავშირი საქართველოს ეკონომიკასთან.</p> <p>4. ამ კანონის მოქმედება ასევე ვრცელდება შემდეგ აუდიოვიზუალურ მედია მომსახურების მიმწოდებლებზე:</p> <p>ა) მედია-მომსახურების მიმწოდებელი, რომელიც სარგებლობს საქართველოში განთავსებული თანამგზავრული კომუნიკაციის (კავშირის) სადგურით;</p> <p>ბ) მედია-მომსახურების მიმწოდებელი, რომელიც არ სარგებლობს საქართველოში განთავსებული თანამგზავრული კომუნიკაციის (კავშირის) სადგურით, თუმცა იყენებს საქართველოს კუთვნილი თანამგზავრის ფუნქციურ რესურს;</p> <p>5. აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების მიმწოდებელზე ამ კანონის მოქმედება არ გავრცელდება, თუ აუდიოვიზუალური მედია მომსახურება გათვალისწინებულია ექსკლუზიურად მესამე ქვეყნებში მისაღებად და მისი პირდაპირი ან არაპირდაპირი ფორმით მიღება სტანდარტული სამომხმარებლო მოწყობილობით საქართველოს აუდიტორიის მიერ შეუძლებელია.“;</p>		
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

	<p>ევროკავშირის წევრ იმ სახელმწიფოში, სადაც არის აუდიოვიზუალურ ი მომსახურების წარდგენასთან დაკავშირებული საქმიანობის განხორციელების პროცესში ჩართული მისი თანამშრომლების მნიშვნელოვანი ნაწილი. თუ მათი მნიშვნელოვანი ნაწილი მუშაობს ყოველ მათგანში, მედია- მომსახურების მიმწოდებელი ითვლება შექმნილად ევროკავშირის წევრ იმ სახელმწიფოში, სადაც მდებარეობს მისი სათაო ოფისი. თუ აუდიოვიზუალურ ი მომსახურების წარდგენასთან დაკავშირებული საქმიანობის განხორციელების პროცესში ჩართული მისი თანამშრომლების მნიშვნელოვანი ნაწილი არ იმყოფება</p>					
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

	<p>ევროკავშირის წევრს არც ერთ ამ ქვეყანაში, მედია-მომსახურების მიმწოდებელი ითვლება შექმნილად ევროკავშირის წევრ იმ სახელმწიფოში, სადაც მან თავდაპირველად დაიწყო მოღვაწეობა ამ სახელმწიფოს კანონმდებლობის შესაბამისად იმ პირობით, რომ ინარჩუნებს სტაბილურ და ეფექტურ კავშირს ამ სახელმწიფოს ეკონომიკასთან;</p> <p>(გ) თუ მედია-მომსახურების მიმწოდებელს სათაო ოფისი აქვს ევროკავშირის წევრ ერთ სახელმწიფოში, ხოლო აუდიოვიზუალურ მედია-მომსახურებასთან დაკავშირებული გადაწყვეტილებებ ი მიიღება მესამე ქვეყანაში, ან პირიქით, ითვლება შექმნილად</p>					
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

<p>მე-2 მუხლის მე- 4 პუნქტი</p>	<p>ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოში იმ პირობით, რომ აუდიოვიზუალურ ი მომსახურების წარდგენასთან დაკავშირებული საქმიანობის განხორციელების პროცესში ჩართული მისი თანამშრომლების მნიშვნელოვანი ნაწილი მუშაობს ევროკავშირის წევრი ამ სახელმწიფოს ტერიტორიაზე.</p> <p>4. ის პროვადერები, რომელთა მიმართაც არ გამოიყენება მე-3 პუნქტის დებულებები, იმყოფებიან ევროკავშირის წევრი სახელმწიფოს იურისდიქციის ქვეშ, თუ:</p> <p>(ა) ისინი იყენებენ ევროკავშირის წევრ ამ სახელმწიფოში განთავსებულ სატელიტურ კავშირს;</p> <p>(ბ) თუმცა კი არ იყენებენ</p>					
-----------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

<p>მე-2 მუხლის მე- 5 პუნქტი</p>	<p>ევროკავშირის წევრ ამ სახელმწიფოში განთავსებულ სატელიტურ კავშირს, იყენებენ ევროკავშირის წევრ ამ სახელმწიფოს სატელიტურ კავშირის შესაძლებლობებს.</p> <p>5. თუ შეუძლებელია მე-3 და მე-4 პუნქტების შესაბამისად განისაზღვროს საკითხი იმის თაობაზე, თუ ევროკავშირის წევრ რომელ სახელმწიფოს გააჩნია იურისდიქცია, ევროკავშირის წევრი კომპეტენტური სახელმწიფოს, რომლის ტერიტორიაზეც დაფუძნებულია მედია- მომსახურების მიმწოდებელი, განისაზღვრება ევროკავშირის ფუნქციონირები ს შესახებ ხელშეკრულების 49-55-ე</p>					
-----------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

<p>მე-2 მუხლის მე- 5 მუხლის 5a ქვეპუნქტი</p>	<p>მუხლების შესაბამისად. 5a. ევრი სახელმწიფო უზრუნველყოფს , რომ მედია მომსახურების მიმწოდებლები შესაბამის მარეგულირებე ლ ორგანოს აცნობებენ ნებისმიერი ცვლილების შესახებ, რომელმაც სესადლოა გავლენა იქონიოს იურისდიქციის საკითხებზე ამ მუხლის მე-2, მე- 3 და მე-4 მუხლების შესაბამიად.</p>					
<p>მე-2 მუხლის მე- 5 პუნქტის 5b ქვეპუნქტი</p>	<p>5b. წევრი სახელმწიფო ვალდებულია შექმნას და შეინარჩუნოს მის ტერიტორიაზე არსებული მედია მომსახურების მიმწოდებლების განახლებადი სია და მიუთითოს ამ მუხლის 2- დან 5 პუნქტებში მოცემული კრიტერიუმებიდან რომელზეა დაფუძნებული მათი იურისდიქცია. წევრი</p>					



<p>მე-2 მუხლის მე- 5 პუნქტის 5c ქვეპუნქტი</p>	<p>სახელმწიფო აღნიშნულ სიას, მათ შორის ნებისმიერ განახლებას, წარუდგენს კომისიას.</p> <p>კომისია უზრუნველყოფს ასეთი სიების ხელმისაწვდომობას ცენტრალიზებულ მონაცემთა ბაზაში. სიებს შორის შეუსაბამობის შემთხვევაში, კომისია გამოსავლის პოვნის მიზნით, დაუკავშირდება შესაბამის წევრ სახელმწიფოებს. კომისია უზრუნველყოფს, რომ ეროვნულ მარეგულირებელ ორგანოებს აქვთ წვდომა ამ მონაცემთა ბაზაზე. კომისია მონაცემთა ბაზაში არსებულ ინფორმაციას ასაჯაროებს.</p> <p>5c. თუ ამ მუხლის გამოყენებისას შესაბამისი წევრი სახელმწიფოები ვერ თანხმდებიან იმაზე, თუ რომელ წევრ სახელმწიფოს აქვს იურისდიქცია, წევრი სახელმწიფოები დაუყონებლივ მიმართავენ კომისიას. 30b (3) მუხლის დ) პუნქტის შესაბამისად, კომისიას</p>					
---------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

<p>მე-2 მუხლის მე-6 პუნქტი</p>	<p>შეუძლია მოსთხოვოს ERGA-ს საქმეზე შესაბამისი მოსაზრების წარმდგენა. ERGA-მ ასეთი დასკვნა უნდა წარმოადგინოს კომისიის მოთხოვნიდან 15 სამუშაო დღის ვადაში. კომისია აწვდის ინფორმაციას საკონტაქტო კომიტეტს.</p> <p>როდესაც კომისია 3 (2), 3 ან 4 (3) მუხლების შესაბამისად ღებულობს გადაწყვეტილებას, ის ასევე აღგნს თუ რომელი წევრ სახელმწიფო ფლობს იურისდიქციას.</p> <p>6. წინამდებარე დირექტივა არ ვრცელდება მესამე ქვეყნებში მისაღებად განკუთვნილ აუდიოვიზუალურ მედია-მომსახურებაზე, რომლებიც არ შეიძლება პირდაპირ ან არაპირდაპირ მიღებულ იქნას საზოგადოების მიერ ევროკავშირის წევრ ერთ ან რამდენიმე სახელმწიფოში სტანდარტული საყოფაცხოვრებო აპარატურის მეშვეობით.</p>					
<p>მე-3 მუხლი, პირველი პუნქტი</p>	<p>1. ევროკავშირის წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა უზრუნველყონ სამაუწყებლო არხების</p>	<p>N1</p>	<p>1.18 (45<sup>3</sup>.1)</p>	<p>1. საქართველოს ტერიტორიაზე ნებადართულია სხვა სახელმწიფოებში ავტორიზებული/ლიცენზირებული მედია</p>	<p>სშ</p>	

	<p>თავისუფალი მიღება და არ უნდა შეზღუდონ ევროკავშირის წევრი სხვა სახელმწიფოებიდან აუდიოვიზუალური მედია-მომსახურების რეტრანსლირება თავის ტერიტორიაზე იმ მიზეზებით, რომლებიც ეცევა წინამდებარე დირექტივის მოქმედების ქვეშ.</p>			<p>მომსახურების თავისუფალი მიღება და შეუზღუდავი გავრცელება.[...]</p>		
<p>მე-3 მუხლი, მე-2 და მე-3 პუნქტები</p>	<p>2. ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოს შეუძლია დროებით გადაუხვიოს ამ მუხლის 1-ლი პუნქტიდან, როდესაც აუდიოვიზუალური მედია მომსახურება მიწოდებული სხვა წევრი სახელმწიფოს იურისდიქციის ქვეშ მყოფი მედია მომსახურების მიმწოდებლის მიერ აშკარად, სერიოზულად და უხეშად არღვევს მე-6 (1) მუხლის „ა“ ქვეპუნქტს ან 6a (1) მუხლს ან აზიანებს ან</p>	<p>NI</p>	<p>1.18. (45<sup>3</sup>.2)</p>	<p>2. კომისია უფლებამოსილია შესაბამისი გადაწყვეტილების საფუძველზე დროებით არ დაუშვას ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებული მედია მომსახურების გავრცელება საქართველოს ტერიტორიაზე, თუ:</p> <p>ა) მედია მომსახურების მიმწოდებელი აშკარად და უხეშად არღვევს ამ კანონის 55<sup>2</sup> მუხლის პირველი პუნქტის, 56<sup>1</sup>, 56<sup>2</sup> მუხლების მოთხოვნებს, საფრთხეს უქმნის საზოგადოებრივ ჯანდაცვას და უკანასკნელი ერთი წლის განმავლობაში არანაკლებ ორჯერ ჩაიდინა ამ ქვეპუნქტით გათვალისწინებული დარღვევა, ან</p> <p>ბ) მედია მომსახურების მიმწოდებელი აშკარად და უხეშად არღვევს ამ კანონის 55<sup>2</sup> მუხლის მე-2 პუნქტის მოთხოვნას, რისკს უქმნის საზოგადოებრივ უსაფრთხოებას, ეროვნულ უშიშროებას და თავდაცვას და უკანასკნელი ერთი წლის განმავლობაში განმეორებით ჩაიდინა ამ ქვეპუნქტით გათვალისწინებული დარღვევა.</p>	<p>სშ</p>	

	<p>წარმოადგენს სერიოზულ, მნიშვნელოვან საფრთხეს საზოგადოებრივი ჯანდაცვისთვის.</p> <p>პირველ პუნქტში მითითებული გადახვევა უნდა შეესაბამებოდეს შემდეგ პირობებს:</p> <p>(ა) წინა 12 თვის განმავლობაში მედია მომსახურების მიმწოდებელმა დაარღვია 1-ლ პუნქტში მითითებული დებულება (დებულებები) სულ ცოტა 2-ჯერ მაინც;</p> <p>(ბ) ევროკავშირის წევრი სახელმწიფო წერილობით აცნობებს ტელეარხსა და ევროკომისიას სავარაუდო დარღვევებისა და იმ ზომების შესახებ, რომელსაც ის მიიღებს, თუ მსგავსი დარღვევა განმეორდება;</p>					
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

	<p>(გ) შესაბამისმა წევრი სახელმწიფოს მიერ გათვალისწინებულია მედია მომსახურების მიმწოდებლის დაცვის უფლება, კერძოდ შესაძლებლობა მიეცა მედია მომსახურების მიმწოდებელს გამოეხატა საკუთარი პოზიციები დარღვევასთან დაკავშირებით.</p> <p>(დ) კონსულტაციების ჩატარებას ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოსა და ევროკომისიას შორის არ მოჰყვა შედეგი (გ) პუნქტით გათვალისწინებული შეტყობინებიდან 1 თვის განმავლობაში, ასევე სავარაუდო დარღვევას ისევ აქვს ადგილი.</p> <p>შესაბამისი წევრი სახელმწიფოს მიერ მიღებული ზომების შესახებ</p>					
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

	<p>შეტყობინების მიღებიდან სამი თვის განმავლობაში და მას შემდეგ, რაც მოითხოვა ERGA-ს მოსაზრება 30b(3) მუხლის (დ) პუნქტის შესაბამისად, კომისია მიიღებს გადაწყვეტილებას იმის შესახებ, ზომები თავსებადია ევროკავშირის კანონთან თუ არა. კომისია სათანადოდ აწვდის ინფორმაციას საკონტაქტო კომიტეტს. როდესაც კომისია გადაწყვეტს, რომ ეს ზომები არ არის თავსებადი კავშირის კანონმდებლობასთან, იგი მოითხოვს შესაბამის წევრ სახელმწიფოს გადაუდებელ ვითარებაში შეწყვიტოს აღნიშნული ზომები.</p> <p>3. წევრ სახელმწიფოს შეუძლია დროებით</p>					
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

	<p>გადაუხვიოს ამ მუხლის 1-ლი პუნქტს, როდესაც სხვა წევრი სახელმწიფოს იურისდიქციის ქვეშ მყოფი მედია სერვისის პროვაიდერის მიერ მოწოდებული აუდიოვიზუალური მედია სერვისი აშკარად, სერიოზულად და სერიოზულად არღვევს მე-6(1) მუხლის (ბ) პუნქტს ან ზიანს აყენებს ან წარმოადგენს საზოგადოებრივი უსაფრთხოებისთვის ზიანის მიყენების სერიოზული და სერიოზული რისკი, მათ შორის ეროვნული უსაფრთხოებისა და თავდაცვის დაცვა.</p> <p>პირველ ქვეპუნქტში მითითებული გადახრები ექვემდებარება შემდეგ პირობებს:</p> <p>(ა) წინა 12 თვის განმავლობაში პირველ ქვეპუნქტში აღნიშნული ქცევა განხორციელდა მინიმუმ ერთხელ მაინც; და</p> <p>(ბ) დაინტერესებულმა წევრმა სახელმწიფომ წერილობით აცნობა მედია სერვისის პროვაიდერს, წევრ სახელმწიფოს, რომელსაც</p>					
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

<p>აქვს იურისდიქცია ამ პროვაიდერზე და კომისიას სავარაუდო დარღვევის შესახებ და პროპორციული ზომების შესახებ, რომელიც აპირებს მიიღოს ასეთი დარღვევის განმეორების შემთხვევაში.</p> <p>დაინტერესებული წევრი სახელმწიფო პატივს სცემს შესაბამისი მედია სერვისის მიმწოდებლის დაცვის უფლებებს და, კერძოდ, აძლევს ამ პროვაიდერს შესაძლებლობას გამოხატოს თავისი მოსაზრებები სავარაუდო დარღვევებთან დაკავშირებით.</p> <p>შესაბამისი წევრი სახელმწიფოს მიერ მიღებული ზომების შესახებ შეტყობინების მიღებიდან სამი თვის განმავლობაში და მას შემდეგ, რაც მოითხოვა ERGA-ს მოსაზრება 30b(3) მუხლის (დ) პუნქტის შესაბამისად, კომისია მიიღებს გადაწყვეტილებას იმის შესახებ, ზომები თავსებადია კავშირის კანონთან. კომისია სათანადოდ ინფორმირებს საკონტაქტო კომიტეტს.</p>					
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--



	როდესაც კომისია გადაწყვეტს, რომ ეს ზომები არ არის თავსებადი ევროკავშირის კანონმდებლობასთან, იგი მოითხოვს შესაბამის წევრ სახელმწიფოს გადაუდებელ ვითარებაში შეწყვიტოს აღნიშნული ზომები.				
მე-3 მუხლის მე-4, მე-5, მე-6 და მე-7 პუნქტები	<p>4. მე-2 და მე-3 პუნქტები ხელს არ უშლის რაიმე პროცედურის, საშუალების ან სანქციის გამოყენებას განსახილველ დარღვევებზე წევრ სახელმწიფოში, რომელსაც აქვს იურისდიქცია შესაბამისი მედია სერვისის მიმწოდებელზე.</p> <p>5. წევრ სახელმწიფოებს შეუძლიათ, გადაუდებელ შემთხვევებში, სავარაუდო დარღვევიდან არაუგვიანეს ერთი თვისა, გადაუხვიონ მე-3 პუნქტის (ა) და (ბ) პუნქტებში გათვალისწინებული პირობების გამო. იქ, სადაც ეს არის, მიღებული ზომები უმოკლეს დროში ეცნობება კომისიას და იმ წევრ სახელმწიფოს, რომლის იურისდიქციაშიც ექცევა</p>	NI	1.18(45 <sup>3</sup> )	<p><b>მუხლი 45<sup>3</sup>. მედია მომსახურებების მიღება და გავრცელება</b></p> <p>1. საქართველოს ტერიტორიაზე ნებადართულია სხვა სახელმწიფოებში ავტორიზებული/ლიცენზირებული მედია მომსახურებების თავისუფალი მიღება და შეუზღუდავი გავრცელება.</p> <p>2. კომისია უფლებამოსილია შესაბამისი გადაწყვეტილების საფუძველზე დროებით არ დაუშვას ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებული მედია მომსახურების გავრცელება საქართველოს ტერიტორიაზე, თუ:</p> <p>ა) მედია მომსახურების მიმწოდებელი აშკარად და უხეშად არღვევს ამ კანონის 55<sup>2</sup> მუხლის პირველი პუნქტის, 56<sup>1</sup>, 56<sup>2</sup> მუხლების მოთხოვნებს, საფრთხეს უქმნის საზოგადოებრივ ჯანდაცვას და უკანასკნელი ერთი წლის განმავლობაში არანაკლებ ორჯერ ჩაიდინა ამ ქვეპუნქტით გათვალისწინებული დარღვევა, ან</p> <p>ბ) მედია მომსახურების მიმწოდებელი აშკარად და უხეშად არღვევს ამ კანონის 55<sup>2</sup> მუხლის მე-2 პუნქტის მოთხოვნას, რისკს უქმნის საზოგადოებრივ უსაფრთხოებას, ეროვნულ</p>	სშ

	<p>მედია სერვისის მიმწოდებელი და მიუთითებს იმ მიზეზებზე, რისთვისაც წევრი სახელმწიფო მიიჩნევს, რომ არსებობს გადაუდებელი აუცილებლობა. კომისია უმოკლეს დროში შეისწავლის შეტყობინებული ზომების შესაბამისობას კავშირის კანონთან. როდესაც მიდის დასკვნამდე, რომ ზომები შეუთავსებელია კავშირის კანონმდებლობასთან, კომისია მოსთხოვს მოცემულ წევრ სახელმწიფოს სასწრაფოდ შეწყვიტოს ეს ზომები.</p> <p>6. თუ კომისიას არ აქვს ინფორმაცია, რომელიც აუცილებელია გადაწყვეტილების მისაღებად მე-2 ან მე-3 პუნქტის შესაბამისად, იგი შეტყობინების მიღებიდან ერთი თვის ვადაში უნდა მოითხოვოს შესაბამისი წევრი სახელმწიფოსგან ამ გადაწყვეტილების მისაღებად საჭირო ყველა ინფორმაცია. ვადა, რომლის ფარგლებშიც კომისიამ უნდა მიიღოს გადაწყვეტილება, შეჩერდება მანამ, სანამ ეს</p>		<p>უშიშროებას და თავდაცვას და უკანასკნელი ერთი წლის განმავლობაში განმეორებით ჩაიდინა ამ ქვეპუნქტით გათვალისწინებული დარღვევა.</p> <p>3. კომისიამ წერილობით უნდა შეატყობინოს მედია მომსახურების მიმწოდებელს და ევროკავშირის წევრ იმ სახელმწიფოს, რომლის იურისდიქციაშიც ექცევა მედია მომსახურების მიმწოდებელი სავარაუდო დარღვევისა და იმ ღონისძიებების შესახებ, რომელთა განხორციელებასაც კომისია გეგმავს იმ შემთხვევაში, თუ ამგვარი დარღვევა კვლავ განმეორდება და მედიამომსახურების მიმწოდებელს მისცეს შესაძლებლობა, გამოხატოს საკუთარი მოსაზრება სავარაუდო დარღვევის შესახებ;</p> <p>4. თუ მედია მომსახურების მიმწოდებელი აშკარად და უხეშად არღვევს ამ კანონის 55<sup>2</sup> მუხლის მე-2 პუნქტის მოთხოვნას, რისკს უქმნის საზოგადოებრივ უსაფრთხოებას, ეროვნულ უშიშროებას და თავდაცვას შესაძლებელია, კომისია უფლებამოსილია გადაუდებელი აუცილებლობის პირობებში შეაჩეროს მედია მომსახურების გავრცელება ამ მუხლის მე-2 პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტისა და მე-3 პუნქტის მოთხოვნების დაუცველად. ასეთ შემთხვევაში კომისიამ დაუყოვნებლივ წერილობით უნდა შეატყობინოს მედია მომსახურების მიმწოდებელს და ევროკავშირის წევრ იმ სახელმწიფოს, რომლის იურისდიქციაშიც ექცევა მედიამომსახურების მიმწოდებელი დარღვევისა და კომისიის მიერ გატარებული ღონისძიებების შესახებ.</p>		
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

	<p>წვერი სახელმწიფო არ მიაწვდის ასეთ საჭირო ინფორმაციას. ნებისმიერ შემთხვევაში, ვადის შეჩერება არ უნდა გაგრძელდეს ერთ თვეზე მეტ ხანს.</p> <p>7. წვერი სახელმწიფოები და კომისია რეგულარულად გაცვლიან გამოცდილებას და საუკეთესო პრაქტიკას ამ მუხლით განსაზღვრულ პროცედურასთან დაკავშირებით საკონტაქტო კომიტეტისა და ERGA-ს ფარგლებში.</p>					
მე-4 მუხლი	<p>1. ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოებს თავისუფლად უნდა შეეძლოთ, მოითხოვონ მათ იურისდიქციაში მყოფი მედია-მომსახურების მიმწოდებლების განწინამდებარე დირექტივის მოქმედების სფეროში უფრო დაწვრილებითი და მკაფიო წესების შესრულება იმ პირობით, რომ ეს</p>				ას	<p>ევროდირექტივის მე-4 მუხლის მიხედვით, საქართველო უფლებამოსილია თავის კანონმდებლობაში განსაზღვროს უფრო დეტალური და მკაცრი მოთხოვნები. ამავე მუხლის შესაბამისად, ევროკავშირის წევრი სახელმწიფო ვალდებულია უფრო დეტალური და მკაცრი წესების განსაზღვრის შემთხვევაში, შეატყობინოს აღნიშნულის თაობაზე ევროკომისიას. აქედან</p>

	<p>წესები შეესაბამება კავშირის კანონმდებლობა ს.</p> <p>2. სადაც წვერი სახელმწიფო:</p> <p>(ა) გამოიყენა თავისი თავისუფლება 1-ლი პუნქტის შესაბამისად, მიიღოს უფრო დეტალური ან უფრო მკაცრი ზოგადი საჯარო ინტერესის წესები; და</p> <p>(ბ) აფასებს, რომ მედია სერვისის პროვაიდერი სხვა წვერი სახელმწიფოს იურისდიქციაში ახორციელებს აუდიოვიზუალურ მედია სერვისს, რომელიც მთლიანად ან უმეტესად არის მიმართული მისი ტერიტორიისკენ, მას შეუძლია იურისდიქციის მქონე წვერ სახელმწიფოს მოსთხოვოს ამ პუნქტთან დაკავშირებით გამოვლენილი ნებისმიერი პრობლემის გადაჭრა. ორივე წვერი სახელმწიფო ითანამშრომლებს გულწრფელად და სწრაფად ურთიერთდამაკმაყოფილ</p>					<p>გამომდინარე, არ არის სავალდებულო ევროდირექტივის მე-4 მუხლის პირობების ასახვა „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონში.</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>ებელი გადაწყვეტის მიღწევის მიზნით.</p> <p>პირველი ქვეპუნქტის საფუძველზე დასაბუთებული მოთხოვნის მიღებისას, იურისდიქციის მქონე წევრი სახელმწიფო თხოვს მედია სერვისის პროვაიდერს, რომ შეასრულოს მოცემული ზოგადი საზოგადოებრივი ინტერესის წესები. იურისდიქციის მქონე წევრი სახელმწიფო რეულარულად აცნობებს მომთხოვნი წევრ სახელმწიფოს გამოვლენილი პრობლემების გადასაჭრელად გადადგმული ნაბიჯების შესახებ. მოთხოვნის მიღებიდან ორი თვის ვადაში, იურისდიქციის მქონე წევრმა სახელმწიფომ უნდა აცნობოს მომთხოვნი წევრ სახელმწიფოს და კომისიას მიღებული შედეგების შესახებ და განმარტოს მიზეზები, როდესაც გამოსავალი ვერ მოიძებნა. ნებისმიერ წევრ სახელმწიფოს შეუძლია ნებისმიერ დროს</p>					
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

	<p>მოიწვიოს საკონტაქტო კომიტეტი საქმის განსახილველად.</p> <p>3. შესაბამის წევრ სახელმწიფოს შეუძლია მიიღოს შესაბამისი ზომები შესაბამისი მედია სერვისის მიმწოდებლის წინააღმდეგ, როდესაც:</p> <p>(ა) იგი აფასებს, რომ მე-2 პუნქტის გამოყენებით მიღწეული შედეგები არ არის დამაკმაყოფილებელი; და</p> <p>(ბ) მან დაადგინა მტკიცებულება, რომელიც აჩვენებს, რომ მოცემული მედია სერვისის პროვაიდერი დამკვიდრდა წევრ სახელმწიფოში, რომელსაც აქვს იურისდიქცია, რათა აეცილებინა მკაცრი წესები ამ დირექტივით კოორდინირებულ სფეროებში, რომლებიც მასზე იქნებოდა გამოყენებული, თუ იგი დაარსებული იქნებოდა. შესაბამის წევრ ქვეყანაში; ასეთი მტკიცებულებები საშუალებას მისცემს ამგვარი გვერდის ავლით გონივრულად დადგინდეს, მედია სერვისის მიმწოდებლის განზრახვის დამტკიცების</p>					
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

	<p>საჭიროების გარეშე, გვერდი აუაროს ამ უფრო მკაცრი წესების. ასეთი ზომები უნდა იყოს ობიექტურად აუცილებელი, გამოყენებული არადისკრიმინაციული გზით და პროპორციული იყოს იმ მიზნების მიმართ, რომლებსაც ისინი ახორციელებენ.</p> <p>4. წევრ სახელმწიფოს შეუძლია მიიღოს ზომები მე-3 პუნქტის შესაბამისად მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ დაკმაყოფილებულია შემდეგი პირობები:</p> <p>(ა) მან შეატყობინა კომისიას და წევრ სახელმწიფოს, სადაც მედია სერვისის მიმწოდებელი არის დაფუძნებული, განზრახვის შესახებ მიიღოს ასეთი ზომები და დაასაბუთოს ის საფუძვლები, რომლებზედაც იგი ეფუძნება თავის შეფასებას;</p> <p>(ბ) მან პატივი სცა შესაბამისი მედია სერვისის მიმწოდებლის დაცვის უფლებებს და, კერძოდ, მისცა მედია სერვისის პროვაიდერს</p>					
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

<p>შესაძლებლობა გამოეხატა თავისი მოსაზრებები სავარაუდო გვერდის ავლით და იმ ზომების შესახებ, რომელთა მიღებასაც აპირებს შეტყობინების მიმწოდებელი წევრი ქვეყანა; და</p> <p>(c) კომისიამ მას შემდეგ, რაც მოითხოვა ERGA-ს მოსაზრება მიეწოდებინა მოსაზრება 30b(3) მუხლის (დ) პუნქტის შესაბამისად, რომ ზომები შეესაბამება კავშირის კანონმდებლობას, კერძოდ, რომ შეფასებები, რომლებიც გაკეთდა წევრი სახელმწიფოს მიერ, რომელიც იღებს ამ მუხლის მე-2 და მე-3 პუნქტებით გათვალისწინებული ღონისძიებები სწორად არის დასაბუთებული; კომისია სათანადოდ ინფორმირებს საკონტაქტო კომიტეტს.</p> <p>5. მე-4 პუნქტის (ა) პუნქტით გათვალისწინებული შეტყობინების მიღებიდან სამი თვის ვადაში კომისია იღებს გადაწყვეტილებას, შეესაბამება თუ არა ეს ზომები კავშირის კანონმდებლობას.</p>					
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--



<p>როდესაც კომისია გადაწყვეტს, რომ ეს ზომები არ არის თავსებადი კავშირის კანონმდებლობასთან, ის მოითხოვს შესაბამის წევრ სახელმწიფოს, თავი შეიკავოს დაგეგმილი ზომების მიღებისგან.</p> <p>თუ კომისიას არ გააჩნია პირველი ქვეპუნქტის შესაბამისად გადაწყვეტილების მისაღებად აუცილებელი ინფორმაცია, იგი შეტყობინების მიღებიდან ერთი თვის ვადაში მოსთხოვს შესაბამის წევრ სახელმწიფოს ამ გადაწყვეტილების მისაღებად საჭირო ინფორმაციას. ვადა, რომლის ფარგლებშიც კომისიამ უნდა მიიღოს გადაწყვეტილება, შეჩერდება მანამ, სანამ ეს წევრი სახელმწიფო არ მიაწვდის ასეთ საჭირო ინფორმაციას. ნებისმიერ შემთხვევაში, ვადის შეჩერება არ უნდა გაგრძელდეს ერთ თვეზე მეტ ხანს.</p> <p>6. წევრი სახელმწიფოები, შესაბამისი საშუალებებით, უზრუნველყოფენ თავიანთი ეროვნული</p>					
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

	<p>კანონმდებლობის ფარგლებში, რომ მათ იურისდიქციაში მყოფი მედია სერვისების პროვაიდერები ეფექტურად შეასრულონ წინამდებარე დირექტივა.</p> <p>7. გამოიყენება 2000/31/EC დირექტივა, თუ ამ დირექტივით სხვა რამ არ არის გათვალისწინებული.</p> <p>2000/31/EC დირექტივასა და წინამდებარე დირექტივას შორის კონფლიქტის შემთხვევაში, წინამდებარე დირექტივა უპირატესობას ანიჭებს, თუ ამ დირექტივით სხვა რამ არ არის გათვალისწინებული.</p>					
4a მუხლი	<p>1.წევრმა სახელმწიფოებმა ხელი უნდა შეუწყონ თანარეგულაციის გამოყენებას და თვითრეგულირების ხელშეწყობას ეროვნულ დონეზე მიღებული ქვევის კოდექსების მეშვეობით ამ დირექტივით კოორდინირებულ სფეროებში, რამდენადაც ნებადართულია მათი</p>	N2	14.	<p><b><u>მუხლი 14. საჩივრები</u></b></p> <p>1. მაუწყებელი ვალდებულია ქვევის კოდექსის საფუძველზე შექმნას თვითრეგულირების ეფექტიანი მექანიზმი, რომელიც უზრუნველყოფს საჩივრების განხილვასა და მათზე დროულ და დასაბუთებულ რეაგირებას.</p> <p>2. მაუწყებლის მიერ საქართველოს კანონმდებლობის მოთხოვნათა, გარდა ამ კანონის 52-ე, 54-ე, 56-ე და 59-ე მუხლებით გათვალისწინებული ნორმებისა, აგრეთვე სალიცენზიო პირობების დარღვევის შემთხვევაში დაინტერესებულ პირს უფლება აქვს მიმართოს კომისიას ან სასამართლოს.</p>	სშ	

<p>სამართლებრივი სისტემებით.</p> <p>ეს კოდექსები უნდა:</p> <p>ა. იყოს ისეთი, რომ ისინი ფართოდ იყოს მიღებული ძირითადი დაინტერესებული მხარეების მიერ შესაბამის წევრ სახელმწიფოებში;</p> <p>ბ. ნათლად და ცალსახად ჩამოაყალიბონ თავიანთი მიზნები;</p> <p>გ. უზრუნველყოს დასახული მიზნების მიღწევის რეგულარული, გამჭვირვალე და დამოუკიდებელი მონიტორინგი და შეფასება; და</p> <p>დ. უზრუნველყოს ეფექტური აღსრულება, ეფექტიანი და პროპორციული სანქციების ჩათვლით;</p> <p>2. წევრ სახელმწიფოებსა და კომისიას შეუძლიათ ხელი შეუწყონ თვითრეგულირებას ევროკავშირის ქცევის კოდექსების მეშვეობით, რომლებიც შედგენილია მედია სერვისის პროვაიდერების, ვიდეოგაზიარების პლატფორმის სერვისის პროვაიდერების ან მათი</p>		<p><i>(ძალადაკარგულად იქნა ცნობილი მე-2 პუნქტის სიტყვები „გარდა ამ კანონის 52-ე, 54-ე, 56-ე ... მუხლებით გათვალისწინებული ნორმებისა“ იმ ნაწილში, რომელიც ეხება 56-ე მუხლის მე-4 პუნქტის სიტყვებს „ადამიანისა და მოქალაქის ღირსებისა და ძირითად უფლებათა შემლახავი ისეთი პროგრამის ან რეკლამის განთავსება, რომელიც შეიცავს უზამსობას“) - საკონსტიტუციო სასამართლოს 2009 წლის 10 ნოემბრის გადაწყვეტილება №1/3/421.422 – სსმ IV, №82, 17.11.2009წ. გვ.1</i></p> <p>21. მაუწყებლის მიერ ავტორიზაციის პირობების დარღვევის შემთხვევაში დაინტერესებულ პირს უფლება აქვს, მიმართოს კომისიას ან სასამართლოს.</p> <p>3. საჩივრის მიღებიდან 7 სამუშაო დღის განმავლობაში კომისია იღებს დასაბუთებულ გადაწყვეტილებას საჩივრის განსახილველად მიღების ან საჩივარზე უარის თქმის შესახებ და დაუყოვნებლივ ატყობინებს ამის თაობაზე მომჩივანს.</p> <p>4. მომხმარებელთა განცხადებებსა და საჩივრებს კომისია განიხილავს ზეპირი მოსმენით, ფორმალური ადმინისტრაციული წარმოების წესით, გარდა <u>საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსით</u> დადგენილი გამონაკლისებისა და იმ შემთხვევებისა, როდესაც სადავო საკითხების გადაწყვეტა არ მოითხოვს ორგანიზებული პროცედურების განხორციელებას. მომხმარებელთა იმ განცხადებებსა და საჩივრებს, რომლებიც შეეხება პირთა ფართო წრის ინტერესებს, კომისია განიხილავს მხოლოდ საჯარო ადმინისტრაციული წარმოების წესით.</p> <p>5. თუ დადასტურდება დარღვევის ფაქტი, კომისია უფლებამოსილია მიიღოს გადაწყვეტილება დეკლარაციის შესახებ. მაუწყებელი ვალდებულია 5 დღის ვადაში საკუთარ ეთერში საუკეთესო დროს გადასცეს</p>	
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

	<p>წარმომადგენლების მიერ, საჭიროების შემთხვევაში, სხვა სექტორებთან თანამშრომლობით, როგორცაა მრეწველობა, ვაჭრობა, პროფესიული და მომხმარებელთა ასოციაციები ან ორგანიზაციები. ეს კოდექსები უნდა იყოს ისეთი, რომ ისინი ფართოდ იყოს მიღებული ძირითადი დაინტერესებული მხარეების მიერ ევროკავშირის დონეზე და უნდა შეესაბამებოდეს 1-ლი პუნქტის (ბ)-დან (დ) პუნქტებს. კავშირის ქცევის კოდექსები ზიანს არ უნდა აყენებდეს ქცევის ეროვნულ კოდექსებს.</p> <p>წევრ სახელმწიფოებთან თანამშრომლობით, კომისია ხელს შეუწყობს კავშირის ქცევის კოდექსების შემუშავებას, საჭიროების შემთხვევაში, სუბსიდიარობისა და პროპორციულობის პრინციპების შესაბამისად. კავშირის ქცევის კოდექსების ხელმომწერები კომისიას წარუდგენენ ამ კოდექსების პროექტებს და მათში შეტანილ</p>	N1	1.9. (14.7.)	<p>დეკლარაცია მის მიერ საქართველოს კანონმდებლობის მოთხოვნების, სალიცენზიო/ავტორიზაციის პირობების დარღვევის შესახებ.</p> <p>6. დარღვევის სიმძიმის გათვალისწინებით, კომისია უფლებამოსილია განიხილოს მაუწყებლის მიმართ შესაბამისი სანქციის გამოყენების საკითხი.</p> <p>„7. ამ მუხლის მოქმედება ვრცელდება აგრეთვე გამოძახებითი აუდიოვიზუალური მედია მომსახურებისა და ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლებზე.</p>		
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----	--------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

	<p>ცვლილებებს. კომისია კონსულტაციებს უწევს საკონტაქტო კომიტეტს კოდექსების პროექტების ან მათში შეტანილი ცვლილებების შესახებ. კომისია გაერთიანების ქცევის კოდექსებს საჯაროდ აწვდის და შეუძლია მათ სათანადო საჯარო გახადოს.</p> <p>3. წვერი სახელმწიფოები რჩებიან თავისუფალნი, მოსთხოვონ მათ იურისდიქციის ქვეშ მყოფი მედია სერვისების პროვაიდერებს, დაიცვან უფრო დეტალური ან მკაცრი წესები ამ დირექტივისა და კავშირის კანონების შესაბამისად, მათ შორის, როდესაც მათი ეროვნული დამოუკიდებელი მარეგულირებელი ორგანოები ან ორგანოები ასკვნიან, რომ ქცევის ნებისმიერი კოდექსი ან მისი ნაწილები აღმოჩნდა, რომ არ არის საკმარისად ეფექტური. წვერი სახელმწიფოები უსაფუძვლო შეფერხების გარეშე წარუდგენენ კომისიას ასეთ წესებს.</p>					
მე-5 მუხლი	ევროკავშირის წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა უზრუნველყონ, რომ მათ	N1	1.16. (45 <sup>1</sup> .13.)	13. საქართველოში ავტორიზებულმა პირმა უნდა უზრუნველყოს მინიმუმ შემდეგი სახის	სმ	

	<p>იურისდიქციაში მყოფი აუდიოვიზუალური მედია-მომსახურების მიმწოდებლები სთავაზობდნენ მომსახურების მიმღებებს იოლ, პირდაპირ და მუდმივ წვდომას, სულ მცირე, შემდეგი სახის ინფორმაციაზე:</p> <p>(ა) მედია-მომსახურების მიმწოდებლის სახელი;</p> <p>(ბ) მედია-მომსახურების მიმწოდებლის ადგილმდებარეობის მისამართი;</p> <p>(გ) მედია-მომსახურების მიმწოდებლის დახასიათება, ელექტრონული ფოსტის ან საიტის მისამართების ჩათვლით, რაც პირდაპირი და ეფექტური კავშირის დამყარების საშუალებას იძლევა;</p> <p>(დ) წევრი სახელმწიფო რომლის იურისდიქციაც ვრცელდება და</p>		<p>ინფორმაციის მარტივი და მუდმივი ხელმისაწვდომობა მის ვებ-გვერდზე:</p> <p>ა) ავტორიზებული პირის სახელი;</p> <p>ბ) ავტორიზებული პირის იურიდიული და ფაქტობრივი მისამართი;</p> <p>გ) ავტორიზებული პირის საკონტაქტო მონაცემები, მათ შორის ელექტრონული საფოსტო მისამართი, რაც უზრუნველყოფს მასთან სწრაფი და ეფექტიანი დაკავშირების შესაძლებლობას;</p> <p>დ) ინფორმაცია, რომ კომისია წარმოადგენს იმ კომპეტენტურ მარეგულირებელ ორგანოს, რომელსაც ავტორიზებული პირის მიერ მოქმედი კანონმდებლობით გათვალისწინებული დარღვევის ჩადენის შემთხვევაში შეუძლია მიმართოს ნებისმიერ დაინტერესებულ პირს;</p>		
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

	<p>შესაბამისი მარეგულირებელი ორგანო, რომელის ზედამხედველობის ქვესაც იმყოფება.</p> <p>2. წევრ სახელმწიფოებს შეუძლიათ მიიღონ საკანონმდებლო ზომები იმ პირობით, რომ 1-ლ პუნქტში ჩამოთვლილი ინფორმაციის გარდა, მათ იურისდიქციის ქვეშ მყოფი მედია სერვისების პროვაიდერები ხელმისაწვდომს გახდიან ინფორმაციას მათი საკუთრების სტრუქტურის, ბენეფიციარი მფლობელების ჩათვლით. ასეთი ზომები პატივს სცემს შესაბამის ფუნდამენტურ უფლებებს, როგორცაა ბენეფიციარი მესაკუთრეთა პირადი და ოჯახური ცხოვრება. ასეთი ზომები უნდა იყოს აუცილებელი და პროპორციული და მიზნად ისახავს საერთო ინტერესის მიზნის განხორციელებას.</p>					
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

მე-6 მუხლი	<p>1. პატივისცემისა და ადამიანის ღირსების დაცვის ვალდებულებების მიმართ წევრი სახელმწიფოების ვალდებულებისათვის ზიანის მიყენების გარეშე, წევრი სახელმწიფოები უზრუნველყოფენ შესაბამისი საშუალებებით, რომ აუდიოვიზუალური მედია სერვისები, რომლებსაც მათ იურისდიქციის ქვეშ მყოფი მედია სერვისების პროვაიდერები აწვდიან, არ შეიცავდეს:</p> <p>ა) ქარტიის 21-ე მუხლში მითითებული რომელიმე საფუძვლის შესაბამისად, პირთა ჯგუფის ან ჯგუფის წევრის მიმართ მიმართული ძალადობის ან სიძულვილის წაქეზება;</p> <p>(ბ) საჯარო პროვოკაცია ტერორისტული დანაშაულის ჩადენისთვის, როგორც ეს მითითებულია 2017/541 დირექტივის (EU) მე-5 მუხლში.</p> <p>2. ამ მუხლის მიზნებისათვის მიღებული ზომები უნდა იყოს აუცილებელი და პროპორციული და ეფუძნებოდეს ქარტიაში</p>	N1	1.25. (55 <sup>2</sup> )	<p>„ მუხლი 55<sup>2</sup>. სიძულვილის ენის და ტერორიზმისკენ მოწოდების შემცველი პროგრამისა და რეკლამის აკრძალვა</p> <p>1. იკრძალება ისეთი პროგრამის ან რეკლამის გავრცელება რომელიც შეიცავს პირის ან ჯგუფის მიმართ შეზღუდული შესაძლებლობის, ეთნიკური, სოციალური წარმომავლობის, გენდერის, სქესის, გენდერული მიკუთვნების, ეროვნების, რასის, რელიგიის ან რწმენის, სექსუალური ორიენტაციის, კანის ფერის, გენეტიკური მახასიათებლების, ენის, პოლიტიკური ან სხვა შეხედულების, ეროვნული უმცირესობის წევრობის, ქონების, დაბადების ან ასაკის ნიშნით ძალადობის ან ზიზლის წაქეზებას, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც ეს აუცილებელია პროგრამის შინაარსიდან გამომდინარე.</p> <p>2. იკრძალება ისეთი პროგრამის ან რეკლამის გავრცელება, რომელიც შეიცავს ტერორიზმისკენ მოწოდებას.</p>	სმ	
------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----	--------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----	--



	დადგენილ უფლებებს და პრინციპებს.					
6a მუხლი	<p>1. წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა მიიღონ შესაბამისი ზომები, რათა უზრუნველყონ, რომ მათ იურისდიქციის ქვეშ მყოფი მედია სერვისების პროვაიდერების მიერ მოწოდებული აუდიოვიზუალური მედია სერვისები, რომლებიც შეიძლება შეაფერხოს არასრულწლოვანთა ფიზიკურ, გონებრივ ან მორალურ განვითარებას, ხელმისაწვდომი იყოს მხოლოდ ისე, რომ უზრუნველყოფილი იყოს, რომ არასრულწლოვანები ჩვეულებრივ არ მოისმინენ ან ნახავენ მათ. ასეთი ზომები შეიძლება მოიცავდეს გადაცემის</p>	N2	14.1; 56 <sup>1</sup> . და 56 <sup>2</sup> .	<p><b>მუხლი 14. საჩივრები</b></p> <p>1. მაუწყებელი ვალდებულია ქვეყნის კოდექსის საფუძველზე შექმნას თვითრეგულირების ეფექტიანი მექანიზმი, რომელიც უზრუნველყოფს საჩივრების განხილვასა და მათზე დროულ და დასაბუთებულ რეაგირებას.</p> <p><b>მუხლი 56<sup>1</sup>. მავნე ზეგავლენისგან არასრულწლოვნის დაცვა</b></p> <p>1. მაუწყებელი ვალდებულია უზრუნველყოს ბავშვისთვის საფრთხის შემცველი ინფორმაციისგან არასრულწლოვნის დაცვა. 2. მაუწყებელს ეკრძალება ისეთი პროგრამის გადაცემა ან პროგრამაში ისეთი მასალის განთავსება, რომელმაც შეიძლება ზიანი მიაყენოს არასრულწლოვნის ფიზიკურ, ფსიქოლოგიურ, ინტელექტუალურ და სულიერ განვითარებას, აგრეთვე მის ფსიქიკურ და ფიზიკურ ჯანმრთელობას.</p>	სშ	

	<p>დროის შერჩევას, ასაკის გადამოწმების ხელსაწყოებს ან სხვა ტექნიკურ ზომებს. ისინი პროპორციული უნდა იყოს პროგრამის პოტენციური ზიანის მიმართ.</p> <p>ყველაზე მავნე კონტენტი, როგორცაა უაზრო ძალადობა და პორნოგრაფია, ექვემდებარება უმკაცრეს ზომებს.</p> <p>2. არასრულწლოვანთა პერსონალური მონაცემები შეგროვებული ან სხვაგვარად გენერირებული მედია სერვისების პროვაიდერების მიერ 1-ლი პუნქტის შესაბამისად არ უნდა დამუშავდეს კომერციული მიზნებისთვის, როგორცაა პირდაპირი მარკეტინგი, პროფილირება და ქცევითი მიზნობრივი რეკლამა.</p> <p>3. წევრი სახელმწიფოები უზრუნველყოფენ, რომ მედია სერვისის პროვაიდერებმა მიაწოდონ საკმარისი ინფორმაცია მაყურებლებს იმ შინაარსის შესახებ,</p>		<p>3. მაუწყებელს ეკრძალება ისეთი პროგრამის გადაცემა ან პროგრამაში ისეთი მასალის განთავსება, რომელმაც შეიძლება ზიანი მიაყენოს არასრულწლოვნის სოციალიზაციას.</p> <p>4. მაუწყებელი ვალდებულია პროგრამათა კატეგორიების დადგენის მიზნით გამოიყენოს ამ კანონის 56<sup>ე</sup> მუხლით გათვალისწინებული პროგრამათა კატეგორიების განმსაზღვრელი კრიტერიუმები და პროგრამები სამაუწყებლო ბადეში განათავსოს ამ მუხლით დადგენილი დროითი შეზღუდვების შესაბამისად.</p> <p>5. მაუწყებელი ვალდებულია სამაუწყებლო ბადე დაგეგმოს შემდეგი შეზღუდვების გათვალისწინებით:</p> <p>ა) 18 წლამდე არასრულწლოვნისთვის შეუფერებელი პროგრამა სამაუწყებლო ბადეში არ განათავსოს 6 საათიდან 24 საათამდე;</p> <p>ბ) 15 წლამდე არასრულწლოვნისთვის შეუფერებელი პროგრამა სამაუწყებლო ბადეში არ განათავსოს 6 საათიდან 23 საათამდე;</p> <p>გ) 12 წლამდე არასრულწლოვნისთვის შეუფერებელი პროგრამა სამაუწყებლო ბადეში არ განათავსოს 6 საათიდან 21 საათამდე;</p> <p>დ) 7 წლამდე არასრულწლოვნისთვის შეუფერებელი პროგრამა სამაუწყებლო ბადეში არ განათავსოს 6 საათიდან 21 საათამდე.</p> <p>6. ამ მუხლის მე-5 პუნქტით გათვალისწინებული ვალდებულების მიუხედავად, თუ არსებობს მაღალი საზოგადოებრივი ინტერესი, სამაუწყებლო ბადეში ასეთი პროგრამა შეიძლება განთავსდეს მხოლოდ სათანადო და მკაფიო გაფრთხილებით, რომ იგი შესაბამისი ასაკის არასრულწლოვნისთვის შეუფერებელ მასალას შეიცავს. გაფრთხილება მოიცავს სპეციალურ ვიზუალურ ნიშანდებას მასალის გადაცემისას განუწყვეტლად, აგრეთვე ტექსტურ და ვერბალურ გაფრთხილებას წინასწარ, მასალის გადაცემამდე.</p>		
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

	<p>რომელმაც შეიძლება შეაფერხოს არასრულწლოვანთა ფიზიკური, გონებრივი ან მორალური განვითარება. ამ მიზნით მედია სერვისის პროვაიდერებმა უნდა გამოიყენონ სისტემა, რომელიც აღწერს აუდიოვიზუალური მედია სერვისის შინაარსის პოტენციურად მავნე ხასიათს.</p> <p>ამ პუნქტის განსახორციელებლად, წევრი სახელმწიფოები წახალისებენ თანარეგულაციის გამოყენებას, როგორც ეს გათვალისწინებულია 4a(1) მუხლით.</p> <p>4. კომისია წახალისებს მედია სერვისების პროვაიდერებს, გაცვალონ საუკეთესო პრაქტიკა თანამარეგულირებელ ქცევის კოდექსებთან დაკავშირებით. წევრ სახელმწიფოებსა და კომისიას შეუძლიათ ხელი შეუწყონ თვითრეგულირებას, ამ მუხლის მიზნებისათვის, მე-4ა(2) მუხლში მოხსენიებული კავშირის ქცევის კოდექსის მეშვეობით.</p>		<p>7. ფასიანი სამაუწყებლო არხი უფლებამოსილია არასრულწლოვნისთვის შეუფერებელი პროგრამა სამაუწყებლო ბადეში განათავსოს დღის ნებისმიერ მონაკვეთში, თუ მოქმედებს სავალდებულო PIN-კოდით დაცული სისტემა ან სხვა დამბლოკავი სისტემა, რომელიც უზრუნველყოფს აღნიშნული პროგრამის მხოლოდ უფლებამოსილი სრულწლოვანი აბონენტისთვის ხელმისაწვდომობას.</p> <p>8. ამ მუხლით დადგენილი მოთხოვნების დარღვევა გამოიწვევს ამ კანონით განსაზღვრული პასუხისმგებლობის დაცვის რეზერვს.</p> <p><b>მუხლი 56. პროგრამათა კატეგორიების განსაზღვრული კრიტერიუმები</b></p> <p>1. 18 წლამდე არასრულწლოვნისთვის შეუფერებლად მიიჩნევა პროგრამა (ანონსი), რომელიც შეიცავს:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ა) სქესობრივი აქტის, სექსუალური სცენის ან სექსუალური ძალადობის სცენის გრაფიკულ გამოსახულებას;</li> <li>ბ) ისეთი სექსუალური ურთიერთობის ამსახველ სცენას, რომელშიც არასრულწლოვანი მონაწილეობს ან რომელიც გაუკუღმართებული ფორმით ხორციელდება;</li> <li>გ) უხამს ქმედებას ან/და ისეთ ძალადობრივ ან სახიფათო ქმედებას, რომლის იმიტირება არასრულწლოვნისთვის იოლია;</li> <li>დ) ძალადობის ამსახველ სცენას ახლო ხედით (გარდა შემეცნებით-საგანმანათლებლო, ისტორიული, ფანტასტიკური ან კომედიური ჟანრის პროგრამისა);</li> <li>ე) ნარკოტიკული საშუალების მოხმარების სცენას, მისი დამზადების ან მოხმარების წესის ახსნა-განმარტებას და მოხმარების გამართლებას ან მოწონებას;</li> </ul>		
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

				<p>ვ) თამბაქოს ან ალკოჰოლის მოხმარების გამართლებას ან მოწონებას;</p> <p>ზ) ნარკოტიკის, საინექციო ხელსაწყო, ნარკოტიკული ნივთიერების მომზადების ტექნოლოგიის ან გამოყენების პროცესის ახსნა-განმარტებას;</p> <p>თ) სცენას, რომელიც ეწევა თვითდასახიჩრების ან თვითმკვლელობის პროპაგანდას, აღწერს თვითმკვლელობის პროცესს ან საშუალებას;</p> <p>ი) იოლად ხელმისაწვდომი საყოფაცხოვრებო იარაღის (დანა, ნაჯახი და სხვა) ზიანის მისაყენებლად ან მკვლელობისთვის გამოყენების ამსახველ სცენას;</p> <p>კ) აზარტული თამაშობის ამსახველ სცენას, მისი პოპულარიზაციის ხელშემწყობ ინფორმაციას და ეწევა აზარტულ თამაშობაში მონაწილეობის პროპაგანდას მოგების მარტივად მიღების შთაბეჭდილების შექმნით;</p> <p>ლ) ინფორმაციას, რომელიც დანაშაულებრივ ქმედებას დადებითად აფასებს ან კრიმინალს აიდებალებს;</p> <p>მ) ოკულტიზმის ან მსგავსი მოვლენის ამსახველ მასალას.</p> <p>2. 15 წლამდე არასრულწლოვნისთვის შეუფერებლად მიიჩნევა პროგრამა (ანონსი), რომელიც შეიცავს:</p> <p>ა) ამ მუხლის პირველი პუნქტით განსაზღვრულ სცენას ან სიუჟეტს;</p> <p>ბ) სიმიშვლეს სექსუალურ კონტექსტში, სექსუალურ სცენას ან მის გრაფიკულ გამოსახულებას;</p> <p>გ) შეურაცხყოფელ ლექსიკას, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც ეს კონტექსტით გამართლებულია;</p> <p>დ) ტერმინოლოგიას, რომელიც დაკავშირებულია ნარკოტიკულ საშუალებასთან ან მის მოხმარებასთან.</p>		
--	--	--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

				<p>3. 12 წლამდე არასრულწლოვნისთვის შეუფერებლად მიიჩნევა პროგრამა (ანონსი), რომელიც შეიცავს:</p> <p>ა) ამ მუხლის მე-2 პუნქტით განსაზღვრულ სცენას ან სიუჟეტს;</p> <p>ბ) შეურაცხყოფელ ლექსიკას.</p> <p>4. 7 წლამდე არასრულწლოვნისთვის შეუფერებლად მიიჩნევა პროგრამა (ანონსი), რომელიც შეიცავს ამ მუხლის მე-3 პუნქტით განსაზღვრულ სცენას ან სიუჟეტს, აგრეთვე მხატვრული, დოკუმენტური ან მულტიპლიკაციური ფილმი, რომელიც შეიცავს ამ ასაკობრივ ჯგუფზე ძლიერი ემოციური (ნეგატიური) გავლენის მომხდენი შინაარსის მქონე სცენას ან სიუჟეტს.</p>		
		N1	1.17. (45 <sup>2</sup> .1, 45.2.) და 1.27 (56 <sup>3</sup> )	<p>1. გამოძახებით აუდიო-ვიზუალური მედია-მომსახურების მიმწოდებელი ვალდებულია საკუთარი პროგრამების კატალოგში განათავსოს შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირთათვის ადაპტირებული პროგრამები კომისიის მიერ დადგენილი წესის შესაბამისად.</p> <p>2. იმ შემთხვევაში თუ გამოძახებით აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების ფარგლებში ხორციელდება ისეთი პროგრამების გავრცელება, რომლებმაც შესაძლოა სერიოზული ზიანი მიაყენოს არასრულწლოვანთა ფიზიკურ, გონებრივ და ზნეობრივ განვითარებას, ასეთი პროგრამები უნდა განთავსდეს იმგვარად, რომ არასრულწლოვნებმა ეს პროგრამები როგორც წესი ვერ ნახონ ან ვერ მოისმინონ; ასეთი პროგრამები შესაძლებელია განთავსდეს მხოლოდ შესაბამისი ასაკობრივი ნიშანდების თანხლებით. გამოძახებით აუდიოვიზუალური მედია-მომსახურების ფარგლებში გავრცელებული პროგრამების შესაბამისი ასაკობრივი ნიშანდების წესები დგინდება ამ</p>		

				<p>კანონით და კომისიის კანონქვემდებარე ნორმატიული აქტით.</p> <p><b>მუხლი 56<sup>2</sup>. არასრულწლოვნის პერსონალური მონაცემების კომერციული მიზნით გამოყენების დაუშვებლობა</b></p> <p>აკრძალულია მედია მომსახურებისა და ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლის შეგროვებული ან მის მიერ სხვაგვარად გენერირებული არასრულწლოვნის პერსონალური მონაცემის დამუშავება კომერციული მიზნით, მათ შორის, პირდაპირი მარკეტინგის, შეგროვებული ინფორმაციის საფუძველზე არასრულწლოვნის პროფილის შექმნის გზით, ქცევაზე მიზანმიმართული სარეკლამო შეთავაზების მიზნით.</p>		
მე-7 მუხლი	<p>1. წვერი სახელმწიფოები უზრუნველყოფენ, ზედმეტი შეფერხების გარეშე, რომ მათ იურისდიქციის ქვეშ მყოფი მედია სერვისების პროვაიდერების სერვისები მუდმივად და თანდათან უფრო ხელმისაწვდომი გახდეს შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირებისთვის პროპორციული ზომების მეშვეობით.</p> <p>2. წვერი სახელმწიფოები უზრუნველყოფენ, რომ მედია სერვისის</p>	N1	<p>1.17. (45<sup>2</sup>. 1) 1.22. (51<sup>2</sup>) და 1.34.“გ“( 66<sup>1</sup>.5)</p>	<p>1. გამოძახებით აუდიო-ვიზუალური მედია-მომსახურების მიმწოდებელი ვალდებულია საკუთარი პროგრამების კატალოგში განათავსოს შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირთათვის ადაპტირებული პროგრამები კომისიის მიერ დადგენილი წესის შესაბამისად.</p> <p><b>„მუხლი 51<sup>2</sup>. შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირთა უფლებები</b></p> <p>1. აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების მიმწოდებელი და მაუწყებლობის ტრანზიტზე ავტორიზებული პირი ვალდებული არიან განგრძობითად და პროგრესირებადად უფრო ხელმისაწვდომი გახადონ საკუთარი მომსახურება შეზღუდული შესაძლებლობების</p>	სმ	

	<p>პროვაიდერები რეგულარულად აცნობონ ეროვნულ მარეგულირებელ ორგანოებს ან ორგანოებს 1-ლ პუნქტში აღნიშნული ღონისძიებების განხორციელების შესახებ. 2022 წლის 19 დეკემბრამდე და შემდგომ ყოველ სამ წელიწადში, წევრი სახელმწიფოები წარუდგენენ ანგარიშს 1-ლი პუნქტის განხორციელების კომისია.</p> <p>3. წევრი სახელმწიფოები წახალისებენ მედია სერვისების პროვაიდერებს, შეიმუშაონ ხელმისაწვდომობის სამოქმედო გეგმები, რათა მუდმივად და პროგრესულად გახადონ თავიანთი სერვისები შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირებისთვის. ნებისმიერი ასეთი სამოქმედო გეგმა უნდა ეცნობოს ეროვნულ მარეგულირებელ ორგანოებს ან ორგანოებს.</p> <p>4. თითოეულმა წევრმა სახელმწიფომ უნდა განსაზღვროს ერთი, ადვილად მისაწვდომი, მათ შორის შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე</p>			<p>მქონე პირთათვის პროპორციული ღონისძიებების გამოყენებით. კომისია ადგენს მედია მომსახურებების შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირთათვის განგრძობითად და პროგრესირებადად ხელმისაწვდომობის სტანდარტებს.</p> <p>2. აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების მიმწოდებელმა და მაუწყებლობის ტრანზიტზე ავტორიზებულმა პირმა 3 წელიწადში ერთხელ უნდა წარუდგინონ ანგარიში კომისიას ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებული ღონისძიებების გატარების თაობაზე.</p> <p>3. აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების მიმწოდებელი და მაუწყებლობის ტრანზიტზე ავტორიზებული პირი ადგენს სამოქმედო გეგმას საკუთარი მომსახურების შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირთათვის ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფის თაობაზე და წარუდგენს კომისიას 3 წელიწადში ერთხელ.</p> <p>4. მომხმარებელთა ინტერესების საზოგადოებრივი დამცველის სამსახურთან კომისიის მიერ დადგენილი წესით იქმნება ერთიანი, ადვილად, საჯაროდ ხელმისაწვდომი (მათ შორის, შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირებისთვის) ონლაინ საკონტაქტო პორტალი, რომელზეც განთავსდება ინფორმაცია და რომლის მეშვეობითაც შესაძლებელი იქნება საჩივრების მიღება აუდიოვიზუალური მედია მომსახურებების შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირებთან ხელმისაწვდომობის თაობაზე.</p> <p>5. აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების მიმწოდებლებმა კომისიის მიერ დადგენილი წესით უნდა უზრუნველყონ საგანგებო ინფორმაციის, მათ შორის საჯარო კომუნიკაციების და სტიქიური უბედურების სიტუაციების შესახებ განცხადებების გავრცელება იმგვარად, რომ ხელმისაწვდომი</p>		
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

	<p>პირთათვის, და საჯაროდ ხელმისაწვდომი ონლაინ საკონტაქტო პუნქტი ინფორმაციის მიწოდებისა და საჩივრის მისაღებად ამ მუხლში ნახსენები ხელმისაწვდომობის საკითხებთან დაკავშირებით.</p> <p>5. წევრმა სახელმწიფოებმა უზრუნველყონ საგანგებო ინფორმაცია, მათ შორის საჯარო კომუნიკაციები და განცხადებები სტიქიური უბედურების სიტუაციებში, რომელიც საზოგადოებისთვის ხელმისაწვდომი ხდება აუდიოვიზუალური მედია სერვისების მეშვეობით, ხელმისაწვდომი იყოს შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირებისთვის.</p>		<p>იყოს შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირებისთვის.</p> <p>6. სმენადაქვეითებული, სმენის არმქონე, მხედველობადაქვეითებული და უსინათლო პირთათვის ადაპტირებული (აუდიოდესკრიფციით, ტელეტექსტური მომსახურებით, სუბტიტრებით და ჟესტების ენით) პროგრამების დამზადებისა და განთავსების წესს, მათ შორის, ასეთი პროგრამების დამზადებასა და განთავსებასთან დაკავშირებით მაუწყებლების, მაუწყებლობის ტრანზიტზე ავტორიზებული პირებისა და გამომცხები თი აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურების მიმწოდებლების უფლებებსა და ვალდებულებებს ადგენს კომისია.”;</p> <p>„4. ადმინისტრაციული ორგანო უფლებამოსილია დააფინანსოს მაუწყებლის მიერ სატელევიზიო გასართობი/შემეცნებითი გადაცემის შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირებისათვის ადაპტაციისათვის გაწეული დამატებითი ხარჯები, გადაცემის ეთერში გასვლის შემდგომ. ამ შემთხვევაში მაუწყებელმა ადმინისტრაციულ ორგანოსა და კომისიას უნდა წარუდგინოს ანგარიში გადაცემის ადაპტაციასთან დაკავშირებული დამატებითი ხარჯების შესახებ, შესაბამისი პირველადი ფინანსური დოკუმენტების (ინვოისი, მიღება ჩაბარების აქტი, ხელშეკრულება და ა.შ.) დართვით. ხოლო, კომისიამ უნდა განახორციელოს მონიტორინგი და დაადასტუროს, რომ ეთერში გასული გადაცემა შესაბამებოდა კომისიის მიერ შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირებისათვის ჟესტური ენით, სუბტიტრებითა და აუდიოდესკრიფციით გადაცემების დამზადებისა და განთავსების სახელმძღვანელო წესებს.</p>		
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--



7a მუხლი	წევრმა სახელმწიფოებმა შეიძლება მიიღონ ზომები საერთო ინტერესის აუდიოვიზუალური მედია სერვისების				ას	დებულება არ არის სავალდებულო ხასიათის.

	სათანადო მნიშვნელობის უზრუნველსაყოფად.				
7b მუხლი	<p>წვერი სახელმწიფოები მიიღებენ შესაბამის და პროპორციულ ზომებს იმის უზრუნველსაყოფად, რომ მედია სერვისების პროვაიდერების მიერ მოწოდებული აუდიოვიზუალური მედია სერვისები არ იყოს გადაფარული კომერციული მიზნებისთვის ან შეცვლილი ამ პროვაიდერების აშკარა თანხმობის გარეშე.</p> <p>ამ მუხლის მიზნებისათვის, წვერმა სახელმწიფოებმა უნდა განსაზღვრონ მარეგულირებელი დეტალები, მათ შორის გამონაკლისები, განსაკუთრებით მომხმარებელთა ლეგიტიმური ინტერესების დაცვასთან დაკავშირებით მედია სერვისის პროვაიდერების ლეგიტიმური ინტერესების გათვალისწინებით, რომლებიც თავდაპირველად ახორციელებდნენ</p>	N1	1.15 (40 <sup>2</sup> )	<p><b>მუხლი 40<sup>2</sup>. კომერციული გადაფარვა</b></p> <p>1. მაუწყებლობის/გამომცემებით აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების გადაცემის კომერციული გადაფარვა ან მოდიფიცირება დაიშვება მხოლოდ მაუწყებლის/გამომცემებით აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების მიმწოდებლის თანხმობით.</p> <p>2. მაუწყებლის/გამომცემებით ვიდეო მომსახურების მიმწოდებლის თანხმობა არ მოითხოვება:</p> <p>ა) როდესაც გადაფარვა ემსახურება მოწყობილობის კონტროლის ინტერფეისს ან პროგრამის ნავიგაციის ისეთ საშუალებებს, როგორც არის ხმის სარეგულირებელი, ძეგნის, ნავიგაციის, არხების სიის ფუნქციონალი;</p> <p>ბ) გადაფარვა ემსახურება საზოგადოებისთვის მნიშვნელოვანი ინფორმაციის გავრცელებას.</p> <p>3. დასაშვებია მონაცემების კომპრესიის ტექნიკის და სხვა ისეთი ტექნიკის გამოყენება, რომელიც მიზნად ისახავს შესაბამისი მომსახურების მედიუმთან ადაპტაციას, მაუწყებლობის/გამომცემებით აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების შინაარსის შეუცვლელად.</p>	სშ

	აუდიოვიზუალურ მედია სერვისებს.					
მე-8 მუხლი	ევროკავშირის წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა უზრუნველყონ, რომ მათ იურისდიქციაში მყოფმა მედია-მომსახურების მიმწოდებლებმა არ განახორციელონ კინემატოგრაფიული ნაწარმის მიწოდება უფლებათა მფლობელებთან შეთანხმებული ვადების ფარგლებს გარეთ.	N2	3.1	1. მაუწყებლობის სფეროში კანონმდებლობას შეადგენს საქართველოს კონსტიტუცია, საქართველოს საერთაშორისო ხელშეკრულებები, საქართველოს ორგანული კანონი „საქართველოს საარჩევნო კოდექსი“, ეს კანონი, „ეროვნული მარეგულირებელი ორგანოების შესახებ“ და „საავტორო და მომიჯნავე უფლებების შესახებ“ საქართველოს კანონები, სხვა საკანონმდებლო და კანონქვემდებარე ნორმატიული აქტები.	სშ	
		N2	5.3,“	ი) საავტორო და მომიჯნავე უფლებების მავნე ზეგავლენისაგან არასრულწლოვანთა დაცვის, აგრეთვე რეკლამის შესახებ საკანონმდებლო აქტების შესრულებაზე ზედამხედველობა და კონტროლი;		
		N2	40 <sup>1</sup> .10	10. მაუწყებელს, რომლის მაუწყებლობის ტრანზიტის სავალდებულო ან ფასიანი ტრანზიტის საფუძველზე ხორციელდება, შეუძლია მოითხოვოს საავტორო უფლებების დაცვა „საავტორო და მომიჯნავე უფლებების შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად და საქართველოს სამოქალაქო საპროცესო კოდექსით დადგენილი წესით.		
		N2	45 <sup>1</sup> .10	10. ავტორიზებული პირი ვალდებულია: ვ) კომისიას წარუდგინოს მაუწყებლობის პროცესში ტელერადიოპროგრამების გავრცელების უფლებამოსილების დამადასტურებელი დოკუმენტაცია; უზრუნველყოს ავტორიზაციით განსაზღვრული საქმიანობის დაწყებამდე 10 დღით ადრე კომისიისთვის მის მიერ მაუწყებლობის პროცესში ტელერადიოპროგრამების		

				<p>გავრცელების უფლებამოსილების დამადასტურებელი დოკუმენტაციის წარდგენა.</p>		
		N1	1.13 (38.1)	<p>1. მაუწყებლობა ხორციელდება ავტორიზაციის ან ლიცენზიის საფუძველზე. <u>გამოძახებით აუდიოვიზუალური მედია მომსახურება ხორციელდება ავტორიზაციის საფუძველზე.</u></p>		
		N1	1.16 (45 <sup>1</sup> .12)	<p>11. ავტორიზებული პირი ვალდებულია:  ვ) კომისიას წარუდგინოს <u>პროგრამების გავრცელების უფლებამოსილების დამადასტურებელი დოკუმენტაცია</u>; უზრუნველყოს ავტორიზაციით განსაზღვრული საქმიანობის დაწყებამდე 10 დღით ადრე კომისიისთვის პროგრამების გავრცელების უფლებამოსილების დამადასტურებელი დოკუმენტაციის წარდგენა.</p>		

<p>მე-9 მუხლის პირველი პუნქტის (ა) ქვეპუნქტი</p>	<p>ევროკავშირის წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა უზრუნველყონ, რომ აუდიოვიზუალური კომერციული შეტყობინებები, რომლის მიწოდებასაც აწარმოებს მის იურისდიქციაში მყოფი მედია-მომსახურების მიმწოდებელი, შეესაბამებოდეს შემდეგ მოთხოვნებს:</p> <p>(ა) აუდიოვიზუალური კომერციული შეტყობინებები თავისთავად უნდა იყოს ადვილად ცნობადი. ფარული აუდიოვიზუალური კომერციული შეტყობინებები უნდა იყოს აკრძალული;</p>	<p>N1</p>	<p>1.32,,ა“ (63.2<sup>3</sup>)</p>	<p>„2<sup>3</sup>. აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია უნდა იყოს ადვილად ამოსაცნობი. აკრძალულია ფარული აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია.“;</p>	<p>სშ</p>	
<p>მე-9 მუხლის პირველი</p>	<p>(ბ) აუდიოვიზუალური კომერციული შეტყობინებებში</p>	<p>N1</p>	<p>1.27 (57)</p>	<p>„მუხლი 57. ქვეცნობიერზე ზემოქმედების დაუშვებლობა</p>	<p>სშ</p>	

<p>პუნქტის (b) ქვეპუნქტი.</p>	<p>დაუშვებელია ქვეცნობიერებაზე ზემოქმედების მეთოდების გამოყენება;</p>			<p>მედია მომსახურების მიმწოდებლებს ეკრძალებათ ისეთი პროგრამის ან რეკლამის გადაცემა, რომელსაც შეუძლია ტექნიკური აუდიო- ან ვიზუალური მონტაჟის საშუალებით დროის უმცირეს მონაკვეთში ან სხვაგვარად გადასცეს ინფორმაცია ან მსმენელის ან მაყურებლის ქვეცნობიერზე ზემოქმედებით გავლენა მოახდინოს მათ აზრებზე ისე, რომ მათ ნაწილობრივ ან სრულად არ ჰქონდეთ გაცნობიერებული ეს გავლენა.”;</p>		
<p>მე-9 მუხლის პირველი პუნქტის (c) ქვეპუნქტი.</p>	<p>აუდიოვიზუალური კომერციული შეტყობინებები არ უნდა:</p> <p>(i) აყენებდეს ზიანს ადამიანური ღირსების პატივისცემას;</p> <p>(ii) შეიცავდეს ან აწინაურებდეს რაიმე სახის დისკრიმინაციას სქესის, რასის ან ეთნიკური წარმომავლობის, ეროვნების, რელიგიის ან რწმენის, შეზღუდული უნარის, ასაკის ან სექსუალური ორიენტაციის ნიშნით;</p> <p>(iii) ახალისებდეს ჯანმრთელობის თვის ან</p>	<p>N2</p> <p>N3</p>	<p>63.2</p> <p>3.2-3.5</p>	<p>2. იკრძალება არასათანადო, არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო, არათიკური და აშკარად ყალბი რეკლამის ან ტელეშოპინგის განთავსება.</p> <p>2. არასათანადო რეკლამა – არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო, არათიკური, შეცდომაში შემყვანი ან სხვა რეკლამა, რომელშიც დარღვეულია მისი შინაარსის, დროის, ადგილის ან გავრცელების წესის შესახებ საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი მოთხოვნები.</p> <p>3. არაკეთილსინდისიერი რეკლამა – რეკლამა, რომელიც შეიცავს რეკლამირებადი საქონლის არაკორექტულ შედარებებს სხვა ფიზიკურ და იურიდიულ პირთა საქონელთან, კონკურენტის ან მესამე პირის სახელის, ღირსებისა და რეპუტაციის შემლახავ გამოთქმებს, ახდენს იმ ფიზიკურ და იურიდიულ პირთა დისკრედიტირებას, რომლებიც არ სარგებლობენ რეკლამირებადი საქონლით, აგრეთვე რომელსაც ფიზიკურ პირთა ნდობის ანდა მათი ცოდნისა და გამოცდილების უკმარისობის ბოროტად</p>	<p>სშ</p>	

	<p>უსაფრთხოების თვის ზიანის მომტან ქცევას; (iv) ახალისებდეს ქცევას, რომელიც უარყოფით გავლენას ახდენს გარემოზე;</p>			<p>გამოყენებით შეცდომაში შეჰყავს მომხმარებელი რეკლამირებადი საქონლის თვისებების შესახებ.</p> <p>4. არასარწმუნო რეკლამა – რეკლამა, რომელიც შეიცავს სინამდვილესთან შეუსაბამო მონაცემებს რეკლამის დამკვეთის, საქონლის თვისებების, შემადგენლობის, დამზადების ადგილის, წესის, თარიღის, დანიშნულების, სამომხმარებლო თვისებების, გამოყენების პირობების, სერტიფიკატის ნიშნების, სახელმწიფო სტანდარტებთან შესაბამისობის, რაოდენობის, ბაზარზე საქონლის არსებობის, მისი აღნიშნული რაოდენობით მითითებულ ადგილზე და ვადაში შექმნის შესაძლებლობის, რეკლამის გავრცელებისას საქონლის ღირებულების (ფასის), ანაზღაურების დამატებითი პირობების, საქონლის მიტანის, დაბრუნების, შეკეთების, საგარანტიო ვალდებულებების, ვარგისიანობის ვადის, სახელმწიფო სიმბოლოების (დროშა, გერბი, ჰიმნი) გამოყენების უფლების, ოფიციალური აღიარების (მადლობის, პრიზების, დიპლომებისა და სხვა ჯილდოების მიღება), გამოკვლევისა და გამოცდის შედეგების, საქონელზე მოთხოვნის ფაქტობრივი მოცულობის შესახებ.</p> <p>5. არაეთიკური რეკლამა – რეკლამა, რომელიც ფიზიკურ პირთა ეროვნების, რასის, პროფესიის, სოციალური კუთვნილების, ასაკის, სქესის, ენის, რელიგიის, პოლიტიკური და ფილოსოფიური მრწამსის მიმართ შეურაცხმყოფელი სიტყვებისა და შედარებების გამოყენებით არღვევს საყოველთაოდ აღიარებულ ჰუმანურ და ზნეობრივ ნორმებს, ხელყოფს ეროვნულ და მსოფლიო კულტურულ საგანძურში შემავალ ხელოვნების ობიექტებს, ისტორიულ და არქიტექტურულ ძეგლებს, ბღალავს სახელმწიფო სიმბოლიკას (დროშა, გერბი, ჰიმნი), საქართველოს ან სხვა სახელმწიფოს ეროვნულ ვალუტას, რელიგიურ სიმბოლოებს, ფიზიკურ ან</p>		
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

		N3	4.8 და 4.11	<p>იურიდიულ პირებს, მათ საქმიანობას, პროფესიას ან საქონელს.</p> <p>8. აკრძალულია არასათანადო რეკლამის განთავსება და გავრცელება. იგი ჩადენილი ქმედების, საზოგადოებრივი სამიშროების ხარისხისა და ხასიათის შესაბამისად იწვევს საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილ პასუხისმგებლობას.</p> <p>11. რეკლამა არ უნდა უბიძგებდეს მოქალაქეებს ძალადობის, აგრესიისა და ქაოსისაკენ, არ უნდა მოუწოდებდეს მათ საშიში ქმედებისაკენ, რომელსაც შეუძლია ზიანი მიაყენოს ადამიანის ჯანმრთელობას ან დაემუქროს მის უსაფრთხოებას.</p>		
		N1	1.32 „ა“ (63.2 <sup>3</sup> - 63.2 <sup>7</sup> )	<p>„2<sup>3</sup>. აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია უნდა იყოს ადვილად ამოსაცნობი. აკრძალულია ფარული აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია.</p> <p>2<sup>4</sup>. იკრძალება ნებისმიერი სახით ომის პროპაგანდა რეკლამაში.</p> <p>2<sup>5</sup>. იკრძალება ისეთი რეკლამების განთავსება, რომლებიც რაიმე ფორმით რასობრივი, ეთნიკური, რელიგიური ან სხვაგვარი შუღლის გაღვივების, რომელიმე ჯგუფის დისკრიმინაციის ან ძალადობისკენ წაქეზების აშკარა და პირდაპირ საფრთხეს ქმნის.</p> <p>2<sup>6</sup>. რეკლამა, რომელიც შეიცავს პორნოგრაფიას, შეიძლება განთავსდეს მხოლოდ კოდირებული ფორმით, მომხმარებელთან ინდივიდუალურად გაფორმებული ხელშეკრულების საფუძველზე.”</p> <p>2<sup>7</sup>. იკრძალება ისეთი რეკლამის განთავსება, რომელიც შეიცავს გარემოსთვის მნიშვნელოვანი ზიანის მიმყენებელი ქცევის წახალისებას.“</p>		



მე-9 მუხლის პირველი პუნქტის (d) ქვეპუნქტი.	(დ) უნდა აიკრძალოს ყველა ფორმის აუდიოვიზუალური კომერციული შეტყობინებები სიგარეტებისა და თამბაქოს სხვა ნაწარმისთვის;	N2	63.2 <sup>1</sup>	2 <sup>1</sup> . აკრძალულია თამბაქოს ნაწარმის, თამბაქოს აქსესუარის ან/და თამბაქოს მოხმარებისთვის განკუთვნილი მოწყობილობის რეკლამა.	სშ	
მე-9 მუხლის პირველი პუნქტის (e) ქვეპუნქტი.	ე) აუდიოვიზუალური კომერციული შეტყობინებები ალკოჰოლური სასმელებისთვის უშუალოდ არ უნდა იყოს მიმართული არასრულწლოვნებზე და არ უნდა ახალისებდეს ასეთი სასმელების გადაჭარბებულ მოხმარებას;	№3	8.4	4. აკრძალულია ალკოჰოლიანი სასმელის რეკლამის უშუალოდ არასრულწლოვნისადმი მიმართვა, აგრეთვე ასეთი რეკლამის ნებისმიერი სახით გავრცელება არასრულწლოვნისთვის გათვალისწინებულ კინო- და ვიდეომომსახურებაში, რადიო- და ტელეგადაცემებში, ბეჭდვით გამოცემაში.	სშ	
მე-9 მუხლის პირველი პუნქტის (f) ქვეპუნქტი.	ვ) აუდიოვიზუალური კომერციული შეტყობინებები სამკურნალო პრეპარატებისა და სამედიცინო დანიშნულების ნაწარმისთვის, რომელიც მხოლოდ ექიმის რეცეპტით გაიცემა ევროკავშირის	N4	11 <sup>3</sup> .2	2. აკრძალულია სპეციალურ კონტროლს დაქვემდებარებული (პირველი ჯგუფისათვის მიკუთვნებული), მეორე ჯგუფისათვის მიკუთვნებული და საქართველოს ბაზარზე დაშვების უფლების არმქონე ფარმაცევტული პროდუქტის რეკლამა.	სშ	
		N4	16.10.„ა“ „ბ“	10. აკრძალულია შემდეგი ფარმაცევტული პროდუქტების ურეცეპტოდ გაყიდვა: ა) პირველი ჯგუფისთვის მიკუთვნებული ფარმაცევტული პროდუქტის;		

	წევრ სახელმწიფოში, რომლის იურისდიქციაში იმყოფება მედია- მომსახურების მიმწოდებელი, უნდა იყოს აკრძალული;			ბ) მეორე ჯგუფისთვის მიკუთვნებული ფარმაცევტული პროდუქტის.		
მე-9 მუხლის პირველი პუნქტის (გ) ქვეპუნქტი.	ქ) აუდიოვიზუალური კომერციული შეტყობინებები არ უნდა აყენებდეს ფიზიკურ და მორალურ ზარალს არასრულწლოვნებს. ამიტომ ის, მათი გამოუცდლობისა და მიმნდობლობით გამოყენებით, პირდაპირ არ უნდა მოუწოდებდეს არასრულწლოვნებს საქონლის შეძენისკენ ან მომსახურების გაწევისკენ, არასრულწლოვნების მიმართ მშობლების, მასწავლებლების ან სხვა პირების განსაკუთრებული	N2	63.6	6. რეკლამაში, რომელიც გამიზნულია ბავშვებისათვის ან რომელშიც ბავშვები მონაწილეობენ, არ უნდა შეილახოს მათი ინტერესები.	სშ	

	<p>ნდობის გამოყენებით პირდაპირ აქეზებდეს მათ, დაარწმუნონ მშობლები ან სხვა პირები, შეიძინონ რეკლამირებული საქონელი და მომსახურება, ან გაუმართლებლად აჩვენონ არასრულწლოვნები საშიშ სიტუაციებში.</p>					
<p>მე-9 მუხლის მე-2 პუნქტი</p>	<p>2. აუდიოვიზუალური კომერციული კომუნიკაციები ალკოჰოლური სასმელებისთვის აუდიოვიზუალურ მედია სერვისებში მოთხოვნით, გარდა სპონსორობისა და პროდუქტის განთავსებისა, უნდა შეესაბამებოდეს 22-ე მუხლით დადგენილ კრიტერიუმებს.</p>	N1	1.37 (70.1)	<p><b>„მუხლი 70. ანგარიშვალდებულება</b></p> <p>მედია მომსახურების და ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებელი ვალდებულია უზრუნველყოს მის მიერ გადაცემული/გავრცელებული პროგრამების, რეკლამის, სპონსორების შესახებ ინფორმაციისა და მომხმარებლის გენერირებული ვიდეო რგოლის საქართველოს კანონმდებლობასთან და ლიცენზიის/ავტორიზაციის პირობებთან შესაბამისობა.</p>	სშ	
<p>მე-9 მუხლის მე-3 პუნქტი</p>	<p>3. წვერი სახელმწიფოები ხელს უწყობენ თანარეგულაციის</p>	N2	14	<p><b>მუხლი 14. საჩივრები</b></p>	სშ	

	<p>გამოყენებას და თვითრეგულირების ხელშეწყობას ქვევის კოდექსის მეშვეობით, როგორც ეს გათვალისწინებულია 4a(1) მუხლით ალკოჰოლური სასმელების შეუსაბამო აუდიოვიზუალური კომერციული კომუნიკაციების შესახებ. ეს კოდექსი მიზნად ისახავს ეფექტურად შეამციროს არასრულწლოვანთა ზემოქმედება ალკოჰოლური სასმელების აუდიოვიზუალური კომერციული კომუნიკაციებით.</p>			<p>1. მაუწყებელი ვალდებულია ქვევის კოდექსის საფუძველზე შექმნას თვითრეგულირების ეფექტიანი მექანიზმი, რომელიც უზრუნველყოფს საჩივრების განხილვასა და მათზე დროულ და დასაბუთებულ რეაგირებას.</p> <p>2. მაუწყებლის მიერ საქართველოს კანონმდებლობის მოთხოვნათა, გარდა ამ კანონის 52-ე, 54-ე, 56-ე და 59-ე მუხლებით გათვალისწინებული ნორმებისა, აგრეთვე სალიცენზიო პირობების დარღვევის შემთხვევაში დაინტერესებულ პირს უფლება აქვს მიმართოს კომისიას ან სასამართლოს.</p> <p><i>(ძალადაკარგულად იქნა ცნობილი მე-2 პუნქტის სიტყვები „გარდა ამ კანონის 52-ე, 54-ე, 56-ე ... მუხლებით გათვალისწინებული ნორმებისა“ იმ ნაწილში, რომელიც ეხება 56-ე მუხლის მე-4 პუნქტის სიტყვებს „ადამიანისა და მოქალაქის ღირსებისა და ძირითად უფლებათა შემლახავი ისეთი პროგრამის ან რეკლამის განთავსება, რომელიც შეიცავს უზამლობას“) - საკონსტიტუციო სასამართლოს 2009 წლის 10 ნოემბრის გადაწყვეტილება №1/3/421,422 – სსმ IV, №82, 17.11.2009წ., გვ.1</i></p> <p>2<sup>1</sup>. მაუწყებლის მიერ ავტორიზაციის პირობების დარღვევის შემთხვევაში დაინტერესებულ პირს უფლება აქვს, მიმართოს კომისიას ან სასამართლოს.</p> <p>3. საჩივრის მიღებიდან 7 სამუშაო დღის განმავლობაში კომისია იღებს დასაბუთებულ გადაწყვეტილებას საჩივრის განსახილველად მიღების ან საჩივარზე უარის თქმის შესახებ და დაუყოვნებლივ ატყობინებს ამის თაობაზე მომჩივანს.</p> <p>4. მომხმარებელთა განცხადებებსა და საჩივრებს კომისია განიხილავს ზეპირი მოსმენით, ფორმალური ადმინისტრაციული წარმოების წესით, გარდა საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსით დადგენილი გამონაკლისებისა და იმ შემთხვევებისა, როდესაც</p>		
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

		N1	1.9 (14.7)	<p>სადავო საკითხების გადაწყვეტა არ მოითხოვს ორგანიზებული პროცედურების განხორციელებას. მომხმარებელთა იმ განცხადებებსა და საჩივრებს, რომლებიც შეეხება პირთა ფართო წრის ინტერესებს, კომისია განიხილავს მხოლოდ საჯარო ადმინისტრაციული წარმოების წესით.</p> <p>5. თუ დადასტურდება დარღვევის ფაქტი, კომისია უფლებამოსილია მიიღოს გადაწყვეტილება დეკლარაციის შესახებ. მაუწყებელი ვალდებულია 5 დღის ვადაში საკუთარ ეთერში საუკეთესო დროს გადასცეს დეკლარაცია მის მიერ საქართველოს კანონმდებლობის მოთხოვნების, სალიცენზიო/ავტორიზაციის პირობების დარღვევის შესახებ.</p> <p>6. დარღვევის სიმძიმის გათვალისწინებით, კომისია უფლებამოსილია განიხილოს მაუწყებლის მიმართ შესაბამისი სანქციის გამოყენების საკითხი.</p> <p>„7. ამ მუხლის მოქმედება ვრცელდება აგრეთვე გამოძახებითი აუდიოვიზუალური მედია მომსახურებისა და ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლებზე.</p>	
--	--	----	------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

<p>მე-9 მუხლის მე-4 პუნქტი</p>	<p>4. წვერი სახელმწიფოები ხელს უწყობენ თანარეგულაციის გამოყენებას და თვითრეგულირების ხელშეწყობას ქვეყნის კოდექსების მეშვეობით, როგორც ეს გათვალისწინებულია 4a(1) მუხლით არასათანადო აუდიოვიზუალური კომერციული კომუნიკაციების შესახებ, რომლებიც თან ახლავს ან შედის ბავშვთა პროგრამებში, საკვებისა და სასმელის შემცველი პროდუქტებისთვის. ნუტრიენტები და ნივთიერებები კვების ან ფიზიოლოგიური ეფექტის მქონე, კერძოდ ცხიმები, ტრანსცხიმოვანი მჟავები, მარილი ან ნატრიუმი და შაქარი, რომელთა ჭარბი მიღება საერთო დიეტაში არ არის რეკომენდებული. ეს კოდები მიზნად ისახავს ეფექტურად შეამციროს ბავშვების აუდიოვიზუალური კომერციული კომუნიკაციები ასეთი საკვებისა და სასმელების მიმართ. ისინი მიზნად</p>	<p>N2</p>	<p>14</p>	<p><b>მუხლი 14. საჩივრები</b></p> <p>1. მაუწყებელი ვალდებულია ქვეყნის კოდექსის საფუძველზე შექმნას თვითრეგულირების ეფექტიანი მექანიზმი, რომელიც უზრუნველყოფს საჩივრების განხილვასა და მათზე დროულ და დასაბუთებულ რეაგირებას.</p> <p>2. მაუწყებლის მიერ საქართველოს კანონმდებლობის მოთხოვნათა, გარდა ამ კანონის 52-ე, 54-ე, 56-ე და 59-ე მუხლებით გათვალისწინებული ნორმებისა, აგრეთვე სალიცენზიო პირობების დარღვევის შემთხვევაში დაინტერესებულ პირს უფლება აქვს მიმართოს კომისიას ან სასამართლოს.</p> <p><i>(ძალადაკარგულად იქნა ცნობილი მე-2 პუნქტის სიტყვები „გარდა ამ კანონის 52-ე, 54-ე, 56-ე ... მუხლებით გათვალისწინებული ნორმებისა“ იმ ნაწილში, რომელიც ეხება 56-ე მუხლის მე-4 პუნქტის სიტყვებს „ადამიანისა და მოქალაქის ღირსებისა და ძირითად უფლებათა შემლახავი ისეთი პროგრამის ან რეკლამის განთავსება, რომელიც შეიცავს უზამლობას“) - საკონსტიტუციო სასამართლოს 2009 წლის 10 ნოემბრის გადაწყვეტილება №1/3/421,422 - სსმ IV, №82, 17.11.2009წ., გვ.1</i></p> <p>2<sup>1</sup>. მაუწყებლის მიერ ავტორიზაციის პირობების დარღვევის შემთხვევაში დაინტერესებულ პირს უფლება აქვს, მიმართოს კომისიას ან სასამართლოს.</p> <p>3. საჩივრის მიღებიდან 7 სამუშაო დღის განმავლობაში კომისია იღებს დასაბუთებულ გადაწყვეტილებას საჩივრის განსახილველად მიღების ან საჩივარზე უარის თქმის შესახებ და დაუყოვნებლივ ატყობინებს ამის თაობაზე მომჩივანს.</p> <p>4. მომხმარებელთა განცხადებებსა და საჩივრებს კომისია განიხილავს ზეპირი მოსმენით,</p>	<p>სმ</p>	

	<p>ისახავს უზრუნველყონ, რომ აუდიოვიზუალური კომერციული კომუნიკაციები არ ხაზს უსვამს ასეთი საკვებისა და სასმელების კვების ასპექტების დადებით ხარისხს.</p>	N1	1.9 (14.7)	<p>ფორმალური ადმინისტრაციული წარმოების წესით, გარდა საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსით დადგენილი გამონაკლისებისა და იმ შემთხვევებისა, როდესაც სადავო საკითხების გადაწყვეტა არ მოითხოვს ორგანიზებული პროცედურების განხორციელებას. მომხმარებელთა იმ განცხადებებსა და საჩივრებს, რომლებიც შეეხება პირთა ფართო წრის ინტერესებს, კომისია განიხილავს მხოლოდ საჯარო ადმინისტრაციული წარმოების წესით.</p> <p>5. თუ დადასტურდება დარღვევის ფაქტი, კომისია უფლებამოსილია მიიღოს გადაწყვეტილება დეკლარაციის შესახებ. მაუწყებელი ვალდებულია 5 დღის ვადაში საკუთარ ეთერში საუკეთესო დროს გადასცეს დეკლარაცია მის მიერ საქართველოს კანონმდებლობის მოთხოვნების, სალიცენზიო/ავტორიზაციის პირობების დარღვევის შესახებ.</p> <p>6. დარღვევის სიმძიმის გათვალისწინებით, კომისია უფლებამოსილია განიხილოს მაუწყებლის მიმართ შესაბამისი სანქციის გამოყენების საკითხი.</p> <p><b>9. მე-14 მუხლს დაემატოს შემდეგი შინაარსის მე-7 პუნქტი:</b></p> <p>„7. ამ მუხლის მოქმედება ვრცელდება აგრეთვე გამომახებითი აუდიოვიზუალური მედია მომსახურებისა და ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლებზე.</p>		
მე-9 მუხლის მე-5 პუნქტი	5. წევრ სახელმწიფოებს და კომისიას შეუძლიათ ხელი შეუწყონ თვითრეგულირებას, ამ	N2	14	<p><b>მუხლი 14. საჩივრები</b></p> <p>1. მაუწყებელი ვალდებულია ქცევის კოდექსის საფუძველზე შექმნას თვითრეგულირების</p>	სშ	

	<p>მუხლის მიზნებისათვის, მე-4ა(2) მუხლში მოხსენიებული ქცევის კოდექსების მეშვეობით.</p>		<p>ეფექტიანი მექანიზმი, რომელიც უზრუნველყოფს საჩივრების განხილვასა და მათზე დროულ და დასაბუთებულ რეაგირებას.</p> <p>2. მაუწყებლის მიერ საქართველოს კანონმდებლობის მოთხოვნათა, გარდა ამ კანონის 52-ე, 54-ე, 56-ე და 59-ე მუხლებით გათვალისწინებული ნორმებისა, აგრეთვე სალიცენზიო პირობების დარღვევის შემთხვევაში დაინტერესებულ პირს უფლება აქვს მიმართოს კომისიას ან სასამართლოს.</p> <p>(ძალადაკარგულად იქნა ცნობილი მე-2 პუნქტის სიტყვები „გარდა ამ კანონის 52-ე, 54-ე, 56-ე ... მუხლებით გათვალისწინებული ნორმებისა“ იმ ნაწილში, რომელიც ეხება 56-ე მუხლის მე-4 პუნქტის სიტყვებს „ადამიანისა და მოქალაქის ღირსებისა და ძირითად უფლებათა შემლახავი ისეთი პროგრამის ან რეკლამის განთავსება, რომელიც შეიცავს უხამსობას“) - საკონსტიტუციო სასამართლოს 2009 წლის 10 ნოემბრის გადაწყვეტილება №1/3/421,422 – სსმ IV, №82, 17.11.2009წ., გვ.1</p> <p>2<sup>1</sup>. მაუწყებლის მიერ ავტორიზაციის პირობების დარღვევის შემთხვევაში დაინტერესებულ პირს უფლება აქვს, მიმართოს კომისიას ან სასამართლოს.</p> <p>3. საჩივრის მიღებიდან 7 სამუშაო დღის განმავლობაში კომისია იღებს დასაბუთებულ გადაწყვეტილებას საჩივრის განსახილველად მიღების ან საჩივარზე უარის თქმის შესახებ და დაუყოვნებლივ ატყობინებს ამის თაობაზე მომჩივანს.</p> <p>4. მომხმარებელთა განცხადებებსა და საჩივრებს კომისია განიხილავს ზეპირი მოსმენით, ფორმალური ადმინისტრაციული წარმოების წესით, გარდა საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსით დადგენილი გამონაკლისებისა და იმ შემთხვევებისა, როდესაც სადავო საკითხების გადაწყვეტა არ მოითხოვს ორგანიზებული პროცედურების</p>		
--	----------------------------------------------------------------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--



				<p>განხორციელებას. მომხმარებელთა იმ განცხადებებსა და საჩივრებს, რომლებიც შეეხება პირთა ფართო წრის ინტერესებს, კომისია განიხილავს მხოლოდ საჯარო ადმინისტრაციული წარმოების წესით.</p> <p>5. თუ დადასტურდება დარღვევის ფაქტი, კომისია უფლებამოსილია მიიღოს გადაწყვეტილება დეკლარაციის შესახებ. მაუწყებელი ვალდებულია 5 დღის ვადაში საკუთარ ეთერში საუკეთესო დროს გადასცეს დეკლარაცია მის მიერ საქართველოს კანონმდებლობის მოთხოვნების, სალიცენზიო/ავტორიზაციის პირობების დარღვევის შესახებ.</p> <p>6. დარღვევის სიმძიმის გათვალისწინებით, კომისია უფლებამოსილია განიხილოს მაუწყებლის მიმართ შესაბამისი სანქციის გამოყენების საკითხი.</p> <p><b>9. მე-14 მუხლს დაემატოს შემდეგი შინაარსის მე-7 პუნქტი:</b></p> <p>„7. ამ მუხლის მოქმედება ვრცელდება აგრეთვე გამოძახებითი აუდიოვიზუალური მედია მომსახურებისა და ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლებზე.</p>		
მე-10 მუხლი, პირველი პუნქტის თავსართი	დასპონორებული აუდიოვიზუალური მედია-მომსახურება ან პროგრამები უნდა აკმაყოფილებდეს შემდეგ მოთხოვნებს:	N1	1.9 (14.7)		ას	თავსართი დამოუკიდებლად არ შეიცავს შესასრულებლად სავალდებულო წესს.

მე-10 მუხლის, პირველი პუნქტის (a) ქვეპუნქტი	(ა) მათი შინაარსი და, სატელევიზიო მაუწყებლობის შემთხვევაში, სატელევიზიო პროგრამა, არც ერთ შემთხვევაში არ უნდა ახდენდეს იმგვარ გავლენას, რომ ეხებოდეს მედია-მომსახურების მიმწოდებლის პასუხისმგებლობას და სარედაქციო დამოუკიდებლობას;	N1	1.35 (69.1)	„1. სპონსორს ან რეკლამის მიმწოდებელს ეკრძალება მის მიერ დაფინანსებული პროგრამის შინაარსსა და ხანგრძლივობაზე გავლენის მოხდენა ან მედია მომსახურების მიმწოდებლის სარედაქციო დამოუკიდებლობაში ჩარევა.“;	სშ	
მე-10 მუხლის, პირველი პუნქტის (b) ქვეპუნქტი	(ბ) ისინი არ უნდა ახალისებდნენ საქონლის შექმნას ან მომსახურების გაწევას, კერძოდ, ამ საქონელსა და მომსახურებაზე სპეციალური მითითების მეშვეობით;	N2	67.3	3. სპონსორობისას დაუმზებელია საქონლის / მომსახურების შექმნის , მიწოდებისა და მოხმარებისაკენ პირდაპირი მოწოდება ამ საქონელზე ან / და მომსახურებაზე სპეციალური მითითებით .	სშ	
მე-10 მუხლის, პირველი	მაყურებელი გარკვევით უნდა იყოს ინფორმირებული სპონსორული	N2	68	<u>მუხლი 68. სპონსორის მიერ დაფინანსებული პროგრამის იდენტიფიცირება</u>	სშ	



				რეკლამის გავრცელების პირობით. სპონსორული შენატანი განიხილება რეკლამის ღირებულებად, ხოლო სპონსორი და დასპონსორებული – შესაბამისად, რეკლამის დამკვეთად და რეკლამის გამავრცელებლად. სპონსორს უფლება არა აქვს, ჩაერიოს რეკლამის მწარმოებლისა და რეკლამის გამავრცელებლის საქმიანობაში. <u>სპონსორობის უფლება არა აქვს იმ პირს, რომლის ნაწარმის ან საქმიანობის გავრცელებაც აკრძალულია ამ კანონით. აკრძალულია თამბაქოს ნაწარმის, თამბაქოს აქსესუარის ან/და თამბაქოს მოხმარებისთვის განკუთვნილი მოწყობილობის მწარმოებლის, იმპორტიორისა და რეალიზატორის მიერ პირდაპირი ან/და არაპირდაპირი (ანუ სხვა ფიზიკური თუ იურიდიული პირის საშუალებით) სპონსორობა.</u>		
მე-10 მუხლის მე-3 პუნქტი	აუდიოვიზუალური მედია-მომსახურების ან პროგრამების სპონსირებისას საწარმოს მიერ, რომლის საქმიანობა მოიცავს სამკურნალო პრეპარატებისა და სამედიცინო დანიშნულების ნაწარმის წარმოებას ან გაყიდვას, შესაძლებელია ამ საწარმოს დასახელებისა და გამოსახულების დაწინაურება, მაგრამ არა იმ სამკურნალო პრეპარატებისა და სამედიცინო საშუალებების რეკლამირება, რომლებიც ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოში, რომლის იურისდიქციაშიც მედია-მომსახურების	N2	67.2	2. ფიზიკური ან იურიდიული პირი, რომლის ძირითადი საქმიანობაა ისეთი საქონლის წარმოება ან მომსახურების მიწოდება, რომლის რეკლამირებაც აკრძალულია „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონით, არ შეიძლება იყოს პროგრამის სპონსორი.	სშ	
		N4	11 <sup>3</sup> .2	2. აკრძალულია სპეციალურ კონტროლს დაქვემდებარებული (პირველი ჯგუფისათვის მიკუთვნებული), მეორე ჯგუფისათვის მიკუთვნებული და საქართველოს ბაზარზე დაშვების უფლების არმქონე ფარმაცევტული პროდუქტის რეკლამა.		
		N4	16.10.	10. აკრძალულია შემდეგი ფარმაცევტული პროდუქტების ურეცეპტოდ გაყიდვა: ა) პირველი ჯგუფისთვის მიკუთვნებული ფარმაცევტული პროდუქტის; ბ) მეორე ჯგუფისთვის მიკუთვნებული ფარმაცევტული პროდუქტის.		

	მიმწოდებელი იმყოფება, მხოლოდ ექიმის რეცეპტით არის ხელმისაწვდომი.	N3	9.2	2. აკრძალულია სპეციალურ კონტროლს დაქვემდებარებული (პირველი ჯგუფისათვის მიკუთვნებული), მეორე ჯგუფისათვის მიკუთვნებული და საქართველოს ბაზარზე დაშვების უფლების არმქონე ფარმაცევტული პროდუქტის რეკლამა.		
მე-10 მუხლის მე-4 პუნქტი	პროგრამები, რომლებიც ეხება ახალ ამბებს და მიმდინარე მოვლენებს, არ უნდა იყოს სპონსირებული. ქვერ სახელმწიფოებს შეუძლიათ აკრძალონ ბავშვთა პროგრამების სპონსორობა. ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოებს შეუძლიათ აკრძალონ სპონსორების ჩანართების ჩვენება საბავშვო პროგრამების, დოკუმენტური ფილმებისა და რელიგიური პროგრამების დროს.	N2	69.2	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.	სშ	
მე-11 მუხლის პირველი პუნქტი	1. ეს მუხლი ვრცელდება მხოლოდ 2009 წლის 19 დეკემბრის შემდეგ წარმოებულ პროგრამებზე.				ას	არ ვრცელდება საქართველოზე. წინამდებარე მუხლით გათვალისწინებული ვალდებულებები მაუწყებლებისთვის განისაზღვრა „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით 2015 წლის 19 თებერვალს.
მე-11 მუხლის მე-2 პუნქტი	2. პროდუქტის განთავსება ნებადართულია ყველა		1.36 (69 <sup>1</sup> .1, 69 <sup>1</sup> .2 )	„1. პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება	სშ	

	<p>აუდიოვიზუალურ მედია სერვისში, გარდა ახალი ამბებისა და მიმდინარე ამბების, მომხმარებელთა საკითხების, რელიგიური და საბავშვო გადაცემებისა.</p>			<p>დასაშვებია, გარდა ამ მუხლის მე-2 პუნქტით გათვალისწინებული შემთხვევებისა.</p> <p>2. აკრძალულია პროდუქტის განთავსება:</p> <p>ა) ახალი ამბების პროგრამებში;</p> <p>ბ) მომხმარებელთა უფლებების შესახებ პროგრამებში;</p> <p>გ) რელიგიურ პროგრამებში;</p> <p>დ) საბავშვო პროგრამებში.</p>		
<p>მე-11 მუხლის მე-3 პუნქტი</p>	<p>3. პროგრამები, რომლებიც შეიცავს პროდუქტის განთავსებას, უნდა აკმაყოფილებდეს შემდეგ მოთხოვნებს:</p> <p>(ა) მათი შინაარსი და ორგანიზაცია გრაფიკის ფარგლებში, სატელევიზიო მაუწყებლობის შემთხვევაში, ან კატალოგში მოთხოვნით აუდიოვიზუალური მედია სერვისების შემთხვევაში, არავითარ შემთხვევაში არ უნდა იქნეს ზემოქმედება ისე, რომ გავლენა იქონიოს პასუხისმგებლობასა და სარედაქციო ნაწილზე. მედია სერვისის</p>	N1	1.36 (69 <sup>1</sup> .3)	<p>3. პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება ისე უნდა მოხდეს, რომ:</p> <p>ა) მან გავლენა არ მოახდინოს პროგრამის შინაარსსა და განრიგში განთავსებაზე, მაუწყებლობის შემთხვევაში ან კატალოგში განთავსებაზე- გამომახებით აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების შემთხვევაში, მათ შორის, მედია მომსახურების მიმწოდებლის სარედაქციო დამოუკიდებლობაზე;</p> <p>ბ) ის არ შეიცავდეს პროდუქტის შექმნისაკენ პირდაპირ მოწოდებას;</p> <p>გ) მან პროდუქტს გადაჭარბებული მნიშვნელობა არ მიანიჭოს.</p>	სშ	

	<p>მიმწოდებლის დამოუკიდებლობა;</p> <p>(ბ) მათ პირდაპირ არ უნდა წახალისონ საქონლის ან მომსახურების შექმნა ან დაქირავება, კერძოდ, ამ საქონლისა და მომსახურების სპეციალური სარეკლამო მითითებით;</p> <p>(ც) მათ არ უნდა მიანიჭონ ზედმეტად დიდი მნიშვნელობა მოცემულ პროდუქტს;</p> <p>(დ) მათ უნდა ეცნობოს პროდუქტის განთავსების არსებობის შესახებ შესაბამისი იდენტიფიკაციით პროგრამის დასაწყისში და ბოლოს, და როდესაც პროგრამა განახლდება სარეკლამო შესვენების შემდეგ, რათა თავიდან იქნას აცილებული ნებისმიერი დაბნეულობა. მათ უნდა იყოს დაინტერესებული.</p> <p>წევრ სახელმწიფოებს შეუძლიათ უარი თქვან (დ) პუნქტში დადგენილ მოთხოვნებზე, გარდა პროგრამებისა, რომლებიც წარმოებულია ან შეკვეთილია მედია სერვისის პროვაიდერის ან ამ მედია სერვისის პროვაიდერთან</p>					
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

	აფილირებული კომპანიის მიერ.					
მე-11 მუხლის მე-4 პუნქტი	<p>4. ნებისმიერ შემთხვევაში, პროგრამები არ უნდა შეიცავდეს პროდუქტის განთავსებას:</p> <p>(ა) სიგარეტი და სხვა თამბაქოს ნაწარმი, აგრეთვე ელექტრონული სიგარეტები და შევსების კონტეინერები, ან პროდუქტების განთავსება საწარმოებიდან, რომელთა ძირითადი საქმიანობაა ამ პროდუქტების წარმოება ან რეალიზაცია;</p> <p>(ბ) სპეციფიკური მედიკამენტები ან სამკურნალო საშუალებები, რომლებიც ხელმისაწვდომია მხოლოდ რეცეპტით იმ წევრ სახელმწიფოში, რომლის იურისდიქციაშიც შედის მედია სერვისების პროვაიდერი.</p>	N2  N3  N2	69 <sup>1</sup> .5  8 <sup>1</sup> .1  69 <sup>1</sup> .4	<p>5. დაუშვებელია პროგრამაში იმ პროდუქტის განთავსება, რომლის რეკლამირებაც აკრძალულია „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონით.</p> <p>1. აკრძალულია თამბაქოს ნაწარმის, თამბაქოს აქსესუარის ან/და თამბაქოს მოხმარებისთვის განკუთვნილი მოწყობილობის ყველა სახის რეკლამა, გარდა ექსკლუზიურად თამბაქოს ინდუსტრიის წარმომადგენლისთვის განკუთვნილი ბეჭდური ან ელექტრონული გამოცემისა, რომელიც არაა განკუთვნილი სხვა პირისთვის და არ ვრცელდება სხვა პირზე.</p> <p>4. აკრძალულია პროგრამაში იმ მედიკამენტებისა და სამკურნალო საშუალებების განთავსება, რომლებიც რეცეპტით გაიცემა.</p>	სშ	



<p>მე-13 მუხლის პირველი პუნქტი</p>	<p>1. სახელმწიფოებმა უნდა უზრუნველყონ, რომ აუდიოვიზუალური მედია სერვისების გამოძახებითა მიმწოდებელმა ევროპული წარმოების პროდუქციისთვის გამოყოს მინიმუმ 30% იანი წილი მათ კატალოგებში და უზრუნველყონ ამ ნაწარმოებების ცნობადობა.</p>	<p>N1</p>	<p>1.17 (45<sup>2</sup>.3)</p>	<p>3. გამოძახებით აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების მიმწოდებელმა შეთავაზებული კატალოგის არანაკლებ 30% უნდა დაუთმოს ევროპული წარმოების პროდუქციას და უნდა უზრუნველყოს მისთვის კატალოგში თვალსაჩინო ადგილის მინიჭება.</p>	<p>სშ</p>	
<p>მე-13 მუხლის მე-2 და მე-3 პუნქტები</p>	<p>2. როდესაც წევრი სახელმწიფოები მოითხოვენ მათ იურისდიქციის ქვეშ მყოფი მედია სერვისების პროვაიდერებს ფინანსური წვლილი შეიტანონ ევროპული</p>				<p>ას</p>	<p>დებულება არ არის შესასრულებლად სავალდებულო საქართველოსთვის.</p>

<p> ნაწარმოებების წარმოებაში, მათ შორის პირდაპირი ინვესტიციების სახით კონტენტში და ეროვნულ ფონდებში შეტანილი წვლილით, მათ ასევე შეუძლიათ მოითხოვონ მედია სერვისის პროვაიდერები, რომლებიც მიზნად ისახავს აუდიტორიას მათ ტერიტორიაზე, მაგრამ დაარსებულია სხვა წევრმა სახელმწიფოებმა განახორციელონ ისეთი ფინანსური შენატანები, რომლებიც უნდა იყოს პროპორციული და არადისკრიმინაციული. </p> <p> 3. მე-2 პუნქტში მითითებულ შემთხვევაში, ფინანსური შენატანი ეფუძნება მხოლოდ მიზნობრივ წევრ სახელმწიფოებში მიღებულ შემოსავლებს. თუ წევრი სახელმწიფო, სადაც არის პროვაიდერი დაფუძნებული, აწესებს ასეთ ფინანსურ კონტრიბუციას, ის ითვალისწინებს მიზნობრივი წევრი სახელმწიფოების მიერ დაწესებულ ნებისმიერ ფინანსურ შენატანს. ნებისმიერი ფინანსური შენატანი უნდა </p>					
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

	შეესაბამებოდეს კავშირის კანონს, კერძოდ, სახელმწიფო დახმარების წესებს.					
მე-13 მუხლის მე-4 პუნქტი	4. წვერი სახელმწიფოები კომისიას წარუდგენენ ანგარიშს 2021 წლის 19 დეკემბრამდე და შემდგომში ყოველ ორ წელიწადში ერთხელ 1 და 2 პუნქტების განხორციელების შესახებ.				ას	დებულება მიემართება ევროკომისიას და ევროკავშირის წვერ სახელმწიფოებს, არ არის შესასრულებლად სავალდებულო საქართველოსთვის.
მე-13 მუხლის მე-5 პუნქტი	5. კომისია წვერი სახელმწიფოების მიერ მოწოდებული ინფორმაციისა და დამოუკიდებელი კვლევის საფუძველზე წარუდგენს ანგარიშს ევროპარლამენტს და საბჭოს 1 და 2 პუნქტების გამოყენების შესახებ, ბაზრისა და ტექნოლოგიური განვითარებისა და კულტურული მრავალფეროვნების მიზანი.				ას	დებულება მიემართება ევროკომისიას, არ არის შესასრულებლად სავალდებულო საქართველოსთვის.
მე-13 მუხლის მე-6 პუნქტი	6. 1-ლი პუნქტის შესაბამისად დაწესებული ვალდებულება და მე-2 პუნქტით გათვალისწინებული მედია სერვისების პროვაიდერებზე, რომლებიც მიზნად ისახავს აუდიტორიას	N1	1.17 (45 <sup>2</sup> .4)	4. ამ მუხლის მე-3 პუნქტით განსაზღვრული ვალდებულება არ ვრცელდება გამოძახებით აუდიოვიზუალური მედია-მომსახურების მიმწოდებლებზე, რომლებსაც დაბალი შემოსავალი აქვთ ან მცირერიცხოვანი აუდიტორია ჰყავთ. ამ პუნქტის მიზნებისთვის დაბალი შემოსავლისა და მცირერიცხოვანი აუდიტორიის განსაზღვრა ხდება კომისიის მიერ	სშ	

	<p>სხვა წევრ სახელმწიფოებში, არ ვრცელდება დაბალი ბრუნვის ან დაბალი აუდიტორიის მქონე მედია სერვისების პროვაიდერებზე. წევრ სახელმწიფოებს ასევე შეუძლიათ უარი თქვან ასეთ ვალდებულებებზე ან მოთხოვნებზე, როდესაც ისინი შეუძლებელი ან გაუმართლებელი იქნება აუდიოვიზუალური მედია სერვისების ხასიათის ან თემის გამო.</p>			<p>შემუშავებული სახელმძღვანელო მითითებების შესაბამისად.</p>		
<p>მე-13 მუხლის მე-7 პუნქტი</p>	<p>7. კომისია გამოსცემს მითითებებს 1-ლ პუნქტში მითითებული ევროპული სამუშაოების წილის გაანგარიშებასთან დაკავშირებით და მე-6 პუნქტში მითითებული დაბალი აუდიტორიის და დაბალი ბრუნვის განსაზღვრასთან დაკავშირებით, საკონტაქტო კომიტეტთან კონსულტაციის შემდეგ.</p>				<p>ას</p>	<p>დებულება მიემართება ევროკომისიას, არ არის შესასრულებლად სავალდებულო საქართველოსთვის.</p>
<p>მე-14 მუხლის პირველი პუნქტი</p>	<p>1. ევროკავშირის ყოველ წევრ სახელმწიფოს შეუძლია, კავშირის კანონმდებლობის შესაბამისად, მიიღოს ზომები, რათა უზრუნველყოს, რომ მის</p>	<p>N2</p>	<p>58</p>	<p>მუხლი 58. მთავარი მოვლენა</p> <p>1. კომისია საზოგადოებრივი აზრის შესწავლის საფუძველზე, საჯარო ადმინისტრაციული წარმოების წესით განსაზღვრავს და 3 წელიწადში ერთხელ აქვეყნებს მთავარი მოვლენების ნუსხას.</p>	<p>სშ</p>	

	<p>იურისდიქციაში მყოფი სამაუწყებლო კომპანიები არ აწარმოებდნენ იმ მოვლენების ექსკლუზიურ ტრანსლირებას, რომელთაც, სავარაუდოდ, დიდი მნიშვნელობა აქვს ევროკავშირის ამ წევრი სახელმწიფოს საზოგადოებისთვის, იმ შემთხვევაში, თუ ამგვარი ტრანსლირება ევროკავშირის ამ წევრი სახელმწიფოს საზოგადოებრიობის მნიშვნელოვანი ნაწილისთვის შეუძლებელს გახდის მსგავსი მოვლენებისთვის თვალყურის დევნებას პირდაპირ ეთერში ან უფასო ტელევიზიის ჩანაწერში. თუ ეს ასეა, ევროკავშირის დაინტერესებულმა წევრმა სახელმწიფომ უნდა შეადგინოს ეროვნული ან მსოფლიო მნიშვნელობის დაგეგმილი ღონისძიებების სია, რომელთაც, მისი აზრით, დიდი მნიშვნელობა აქვს საზოგადოებისთვის. მან ეს უნდა გააკეთოს დადგენილ ვადებში, ნათლად და</p>		<p>2. მთავარი მოვლენების საქართველოს სახელმწიფო ენაზე (ენებზე) ექსკლუზიური მაუწყებლობა შეუძლიათ მხოლოდ ამ კანონის შესაბამისად ლიცენზირებულ/ავტორიზებულ მაუწყებლებს.</p> <p>3. დაუშვებელია მთავარი მოვლენების ექსკლუზიური მაუწყებლობა, გარდა სპორტული რეპორტაჟის, საერთაშორისო ფესტივალისა და კონკურსის გადაცემისა. ამ შემთხვევებში მთავარი მოვლენების ექსკლუზიურ მაუწყებლობას ახორციელებს საეთერო მაუწყებელი, რომლის სამაუწყებლო ბაზეც უფასოდ ხელმისაწვდომია საქართველოს მოსახლეობის არანაკლებ 90%-ისათვის.</p>		
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

	<p>გამჭვირვალედ. ამასთან ერთად, ევროკავშირის წევრმა სახელმწიფომ უნდა განსაზღვროს, იქნება თუ არა ეს მოვლენები სრულად ან ნაწილობრივ ტრანსლირებული პირდაპირ ეთერში, ან, როდესაც ეს ობიექტური მიზეზების გამო აუცილებელი და მიზანშეწონილია საზოგადოების ინტერესებისთვის, სრულად ან ნაწილობრივ ტრანსლირებული ჩანაწერის სახით.</p>					
<p>მე-14 მუხლის მე-2 და მე-3 პუნქტები</p>	<p>2. ევროკავშირის წევრმა სახელმწიფომ დაუყოვნებლივ უნდა აცნობოს ევროკომისიას ნებისმიერი ზომის შესახებ, რომლებიც მიღებულია, ან იქნება მიღებული 1-ლი პუნქტის შესაბამისად. შეტყობინების მიღებიდან 3 თვის განმავლობაში ევროკომისიამ უნდა შეამოწმოს, არის თუ არა ასეთი ზომები</p>				<p>ას</p>	<p>ვალდებულება არ ვრცელდება საქართველოზე. წინამდებარე პუნქტთან შესაბამისობის მიღწევა შესაძლებელი იქნება საქართველოს ევროკავშირში გაწევრიანების შემდეგ.</p>

	<p>თავსებადი კავშირის უფლებამოსილე ბასთან და აცნობოს მათ შესახებ კავშირის სხვა წევრ სახელმწიფოებს. მან უნდა გაიგოს 29-ე მუხლის შესაბამისად დაფუნდებული კომუნიკაციების კომიტეტის აზრი. მან დაუყოვნებლივ უნდა გამოაქვეყნოს ევროპული კავშირის ოფიციალურ ჟურნალში მიღებული ზომები და, სულ მცირე, წელიწადში ერთხელ, ევროკავშირის წევრი სახელმწიფოების მიერ მიღებული ზომების კრებსითი ჩამონათვალი.</p> <p>3. ევროკავშირის წევრმა სახელმწიფოებმა თავისი კანონმდებლობის ფარგლებში შესაბამისი საშუალებების</p>					
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

<p>გამოყენებით უნდა შეძლონ იმის უზრუნველყოფა, რომ მის იურისდიქციაში მყოფმა სამაუწყებლო კომპანიებმა არ აწარმოონ მათ მიერ 1997 წლის 30 ივლისის შემდეგ მოპოვებული ექსკლუზიური უფლებამოსილების იმგვარად განხორციელება, რაც ევროკავშირის სხვა წევრი სახელმწიფოს მოსახლეობის მნიშვნელოვანი ნაწილისთვის შეუძლებელს გახდის ევროკავშირის სხვა წევრი სახელმწიფოს მიერ პირველი და მე-2 პუნქტების შესაბამისად განსაზღვრული მოვლენებისთვის თვალყურის დევნებას სრულად ან ნაწილობრივ პირდაპირი ტრანსლაციით, ან, როდესაც ეს ობიექტური მიზეზების გამო აუცილებელი და მიზანშეწონილია საზოგადოების ინტერესებისთვის, სრულად ან ნაწილობრივ, უფასო ტელევიზიით, ტრანსლირებული ჩანაწერის სახით, რასაც განსაზღვრავს</p>					
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--



	ევროკავშირის სხვა წევრი სახელმწიფო პირველი პუნქტის შესაბამისად.					
მე-15 მუხლის პირველი პუნქტი	ევროკავშირის წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა უზრუნველყონ, რომ კავშირის ტერიტორიაზე დაფუძნებულ ნებისმიერ ტელეკომპანიას ახალი ამბების მოკლე შეტყობინების გადაცემის მიზნით სამართლიან, გონივრულ და არადისკრიმინაციულ საფუძველზე ჰქონდეს წვდომა მოვლენებზე, რომლებიც საზოგადოების დიდ ინტერესს იწვევს და რომლებსაც ექსკლუზიურად აშუქებს მის იურისდიქციაში მყოფი ტელეკომპანიები .	N1	1.28 (58.4)	„4. ტელემაუწყებლები, რომლებიც გადასცემენ მთავარ მოვლენას, მოკლე საინფორმაციო გამოშვებებში გაშუქების მიზნით, ვალდებული არიან სამართლიანი, გონივრული და არადისკრიმინაციული პირობებით უზრუნველყონ სხვა მაუწყებლების დაშვებაწვდომა მთავარი მოვლენის გადაცემაზე. მთავარი მოვლენის გადაცემაზე დაშვებისწვდომის პირობები დაშვების მსურველს უნდა ეცნობოს დროულად, მთავარი მოვლენის დადგომამდე იმგვარად, რომ მას საკმარისი დრო ჰქონდეს მთავარი მოვლენის გადასაცემად;	სშ	
მე-15 მუხლის მე-2 პუნქტი	2. თუ ევროკავშირის წევრ იმავე	N1	1.28 (58.5)	5. იმ შემთხვევაში, თუ ტელემაუწყებელი ფლობს მთავარი მოვლენის გაშუქების ექსკლუზიურ უფლებებს, წვდომა აღნიშნული მოვლენების	სშ	

	სახელმწიფოში სხვა ტელეკომპანია, რომელიც ცდილობს მიიღოს წვდომა, მიიღებს საზოგადოების გაზრდილი ინტერესის მქონე ღონისძიების ჩასატარებლად ექსკლუზიურ უფლებას, წვდომა უნდა იქნას დაშვებული.			საინფორმაციო გამოშვებებში გაშუქების მიზნით, მოპოვებულ უნდა იქნას ამ მუხლის მე-4 პუნქტის შესაბამისად;		
მე-15 მუხლის მე-3 პუნქტი	3. ევროკავშირის წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა უზრუნველყონ, რომ ასეთი წვდომა გარანტირებული იყოს, რათა სამაუწყებლო ორგანიზაციებმა თავის შეხედულებისამებრ აირჩიონ მოკლე ნაწყვეტები ტელეკომპანიის ტრანსლაციიდან, გარდა შემთხვევისა, როდესაც ეს	N1	1.28 (58.6)	6. ამ მუხლის მე-4 პუნქტის შესაბამისად მთავარი მოვლენის გადაცემაზე წვდომის უზრუნველყოფის მიზნით ტელემაუწყებლებს საშუალება უნდა მიეცეთ თავისუფლად აირჩიონ მოკლე ამონარიდები ტელემაუწყებლის მიერ მიწოდებული სიგნალიდან, როგორც მინიმუმ მათი საინფორმაციო წყაროების მითითებით, გარდა იმ შემთხვევებისა, როცა ეს პრაქტიკულად შეუძლებელია.	სშ	

	შეუძლებელია პრაქტიკულობის თვალსაზრისით, თუნდაც, მათი წყაროების გამოვლენა.					
მე-15 მუხლის მე-4 პუნქტი	4. მე-3 პუნქტის ალტერნატივის სახით ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოებს შეუძლიათ დააწესონ ეკვივალენტური სისტემები, რომლებთან წვდომა განხორციელდება სხვა საშუალებების მეშვეობით სამართლიან, გონივრულ და არადისკრიმინაციულ საფუძველზე.				ას	დებულება არ შეიცავს სავალდებულო წესს საქართველოსთვის.

<p>მე-15 მუხლის მე- 5 პუნქტი</p>	<p>5. მოკლე ამონარიდები უნდა იქნას გამოყენებული მხოლოდ საერთო ახალი ამბების პროგრამების განხორციელებაში და შეიძლება გამოყენებულ იქნას აუდიო-ვიზუალურ მედია-მომსახურებაში, რომლებიც გაწეულ იქნება მოთხოვნისამებრ , თუ იგივე პროგრამას იმავე მედია-მომსახურების მიმწოდებელი თავაზობს ჩანაწერის სახით.</p>	<p>N1</p>	<p>1.28 (58.7)</p>	<p>7. მოკლე ნაწყვეტები გამოყენებულ უნდა იქნას მხოლოდ საინფორმაციო გამოშვების მიზნებისათვის. გამოძახებით აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების ფარგლებში, მოკლე ნაწყვეტების გამოყენება შესაძლებელია მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ იგივე პროგრამა შეთავაზებულია გამოძახებით აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების მიმწოდებელი მაუწყებლის მიერ ჩანაწერის სახით.“;</p>	<p>სშ</p>	
------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------	--------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------	--

<p>მე-15 მუხლის მე-6 პუნქტი</p>	<p>6. 1-5 პუნქტების დარღვევის გარეშე, ევროკავშირის წევრმა სახელმწიფოებმა თავისი სამართლებრივი სისტემების და პრაქტიკების შესაბამისად უნდა უზრუნველყონ ის, რომ განსაზღვროს ასეთი მოკლე ნაწყვეტების მიწოდების წესი და პირობები, კერძოდ, რაიმე სახის კომპენსაციური შეთანხმებების სახით, რომლებიც განსაზღვრავენ მოკლე ნაწყვეტის მაქსიმალურ ხანგრძლივობას და ვადებს მათი გადაცემის მიმართ. თუ შეთავაზებული იქნება კომპენსაციები, ის არ უნდა აღემატებოდეს დამატებით ხარჯებს, რაც უშუალოდ გაწეულია წვდომის უზრუნველყოფის დროს.</p>	<p>N1</p>	<p>1.28 (58.4, 58.8)</p>	<p>„4. ტელემაუწყებლები, რომლებიც გადასცემენ მთავარ მოვლენას, მოკლე საინფორმაციო გამოშვებებში გაშუქების მიზნით, ვალდებული არიან სამართლიანი, გონივრული და არადისკრიმინაციული პირობებით უზრუნველყონ სხვა მაუწყებლების დაშვებაწვდომა მთავარი მოვლენის გადაცემაზე. <u>მთავარი მოვლენის გადაცემაზე დაშვების წვდომის პირობები დაშვების მსურველს უნდა ეცნობოს დროულად. მთავარი მოვლენის დადგომამდე იმგვარად, რომ მას საკმარისი დრო ჰქონდეს მთავარი მოვლენის გადასაცემად;</u></p> <p>8. ტელემაუწყებლის მიერ მოწოდებული სიგნალიდან მოკლე ნაწყვეტების ხანგრძლივობა არ უნდა აღემატებოდეს 90 წამს. ტელემაუწყებელს უფლება აქვს მოითხოვოს კომპენსაცია მოკლე ნაწყვეტის გამოყენებისთვის. ასეთ შემთხვევაში კომპენსაციის ოდენობა არ უნდა აღემატებოდეს დაშვების უზრუნველყოფიდან პირდაპირ წარმოშობილი დამატებითი ხარჯების ოდენობას. ;</p>	<p>სშ</p>	
<p>მე-16 მუხლის პირველი პუნქტი</p>	<p>1. ევროკავშირის წევრმა იმ სახელმწიფოებმა, სადაც ეს შესაძლებელია, შესაბამისი საშუალებების მეშვეობით უნდა უზრუნველყონ, რომ</p>	<p>N2</p>	<p>51</p>	<p>მაუწყებელი ვალდებულია, სადაც ეს შესაძლებელია, უზრუნველყოს სატელევიზიო დროის (ახალი ამბების პროგრამების, სპორტული მოვლენებისა და თამაშების, რეკლამის, ტელეტექსტისა და ტელეშოპინგისათვის გამოყოფილი დროის გამოკლებით) ნაწილის ევროპული წარმოების პროდუქციისათვის გამოყოფა. ევროპული წარმოების პროდუქციისათვის დათმობილი დროის ეს ნაწილი გამოიყენება პროგრესულად, შესაბამისი</p>	<p>სშ</p>	

	<p>სამაუწყებლო ორგანიზაციებმა ევროპული პროგრამებისათვ ის დაჯავშნონ გადაცემათა უმეტესი დრო, გარდა დროისა, რომელიც გამოყოფილია ახალი ამბებისათვის, სპორტული მოვლენებისათვ ის, თამაშებისთვის, რეკლამისთვის, ტელეტექსტისთვ ის და რუბრიკა „ტელემალაზიისა თვის“. ეს წილი, მხედველობაში მიიღება მაყურებლის წინაშე სამაუწყებლო ორგანიზაციების საინფორმაციო, საგანმანათლებლ ო, კულტურული და გასართობი ვალდებულებებ ი, უნდა მიიღწევოდეს თანდათან შესაბამისი კლიტერიუმების საფუძველზე.</p>			<p>კრიტერიუმების საფუძველზე, მაყურებლისა და მსმენელის წინაშე მაუწყებლის საინფორმაციო, საგანმანათლებლო, გასართობი და კულტურული ვალდებულებების გათვალისწინებით.</p>		
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

<p>მე-16 მუხლის მე-2 და მე-3 პუნქტები</p>	<p>2. იმ შემთხვევაში, პირველ პუნქტში მითითებული წილის ოდენობა ვერ მიიღწევა, ის არ უნდა იყოს იმაზე დაბალი, ვიდრე ეს ევროკავშირის წევრ ქვეყნებში 1988 წელს იყო საშუალოდ. მაგრამ საბერძნეთსა და პორტუგალიის მიმართ 1988 წელი უნდა იქნას შეცვლილი 1990 წლით.</p> <p>3. ევროკავშირის წევრმა სახელმწიფოებმა 1991 წლის 3 ოქტომბრიდან ორ წელიწადში ერთხელ უნდა წარუდგინონ ევროკომისიას მოხსენება წინამდებარე მუხლის და 17 მუხლის გამოყენების შესახებ.</p> <p>ეს მოხსენება უნდა მოიცავდეს, კერძოდ, სტატისტიკურ ანგარიშს წილის ოდენობის მიღწევის შესახებ, რაც</p>				<p>ას</p>	<p>მე-2 პუნქტის მოქმედება არ ვრცელდება საქართველოზე.</p> <p>მე-3 პუნქტთან შესაბამისობის მიღწევა შესაძლებელი იქნება საქართველოს ევროკავშირში გაწევრიანების შემდეგ.</p>
-------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	-----------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p> მითითებულია წინამდებარე მუხლში და 17 მუხლში ყოველი სატელეფონო პროგრამისათვის, რომელიც მოექცევა შესაბამისი ევროკავშირის წევრ ქვეყნის იურისდიქციის ქვეშ, მიზეზები, რომლებმაც გამოიწვია ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში ამ წილის ოდენობის მიღწევის შეუსრულებლობა და ზომები, რომლებიც მიღებულია ან დაგეგმილია ამ მიზნის მისაღწევად. ევროკომისიამ უნდა შეატყობინოს ევროკავშირის წევრ სხვა სახელმწიფოებსა და ევროპარლამენტს მოხსენებების შესახებ, რომლებიც უნდა იქნან დამატებული იმ შემთხვევაში, თუ ეს საჭირო იქნება. ევროკომისიამ უნდა უზრუნველყოს წინამდებარე მუხლის და 17 მუხლის გამოყენება ევროკავშირის ფუნქციონირების შესახებ ხელშეკრულების დებულებების შესაბამისად. ევროკომისიას შეუძლია </p>					
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--



	<p>მხედველობაში მიიღოს, კერძოდ, პროგრესი, რომელიც მიღწეულია გასული წლების განმავლობაში, ეთერში პირველად გასული პროგრამების წილი, ახალი ტელესამაუწყებლო კომანიების კონკრეტული გარემოებები და დაბალი აუდიო-ვიზუალური პოტენციალის მქონე ან შეზღუდული ენობრივი რაიონების მქონე ქვეყნების კონკრეტულ სიტუაცია.</p>					
<p>მე-17 მუხლი</p>	<p>ევროკავშირის წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა უზრუნველყონ, სადაც ეს შესაძლებელია და შესაბამისი საშუალებებით, რათა სამაუწყებლო ორგანიზაციებმა დაჯავშნონ თავისი სატელევიზიო დროის თუნდაც 10%, გარდა დროისა, რაც გამოყოფილია ახალი ამბებისათვის, სპორტული მოვლენებისათვის, თამაშებისათვის, რეკლამისათვის, ტელეტექსტისათვის და რუბრიკა „ტელემადაზიისათვის“, ან რიგრიგობით</p>	<p>N1</p>	<p>1.21 (51)</p>	<p>„მუხლი 51. ევროპული წარმოების პროდუქციის ხელშეწყობა  1. ტელესამაუწყებელი ვალდებულია, სადაც ეს შესაძლებელია, უზრუნველყოს სატელევიზიო დროის (ახალი ამბების პროგრამების, სპორტული მოვლენებისა და თამაშების, რეკლამის, ტელეტექსტისა და ტელეშოპინგისათვის გამოყოფილი დროის გამოკლებით) ნაწილის ევროპული წარმოების პროდუქციისათვის გამოყოფა. ევროპული წარმოების პროდუქციისათვის დათმობილი დროის ეს ნაწილი გამოიყენება პროგრესულად, შესაბამისი კრიტერიუმების საფუძველზე, მაყურებლისა და მსმენელის წინაშე მაუწყებლის საინფორმაციო, საგანმანათლებლო, გასართობი და კულტურული ვალდებულებების გათვალისწინებით.  2. მაუწყებელმა მისი სატელევიზიო დროის მინიმუმ 10% (ახალი ამბების პროგრამების, სპორტული მოვლენებისა და დონისმიუბების, თამაშების, რეკლამის, ტელეტექსტის და ტელეშოპინგისათვის გამოყოფილი დროის გამოკლებით) ან შენაცვლებით მისი პროგრამების</p>	<p>სშ</p>	

	<p>ევროკავშირის წევრი სახელმწიფოების შეხედულებებისამებრ, სულ მცირე ევროპული პროგრამებისათვის განკუთვნილი დაგეგმილი ბიუჯეტის 10%, რაც შექმნილია დამოუკიდებელი მწარმოებლების მიერ. ამ წილის ოდენობა, მიიღება მხედველობაში მაყურებლების წინაშე ტელეკომპანიის საინფორმაციო, საგანმანათლებლო, კულტურული და გასართობი ვალდებულება, თანდათანობით უნდა იქნას მიღწეული შესაბამისი კრიტერიუმების საფუძველზე. ეს უნდა იქნას მიღწეული აღნიშნული პროგრამების შესაბამისი წილების გამოყოფის გზით, ანუ პროგრამები მათი გამოშვების მომენტიდან გადაიცემა 5 წლის განმავლობაში.</p>			<p>ბიუჯეტის მინიმუმ 10% ტელემაუწყებლისგან დამოუკიდებელი პროდიუსერების მიერ შექმნილი ევროპული წარმოების პროდუქციას უნდა დაუთმოს.</p> <p>3. ამ მუხლი მე-2 პუნქტის შესაბამისად, ევროპული წარმოების პროდუქციისთვის სატელევიზიო დროის გამოყოფის პროპორციულობა დაცული იქნება, თუ სატელევიზიო დრო გამოიყოფა ისეთი პროდუქციისთვის, რომლის გავრცელება ხორციელდება მისი შექმნიდან 5 წლის განმავლობაში.</p> <p>4. ეს მუხლი ვრცელდება მხოლოდ ეროვნულ მაუწყებლებზე.“;</p>		
<p>მე-18 მუხლი</p>	<p>წინამდებარე თავი არ გამოიყენება იმ სატელევიზიო პროგრამების მიმართ, რომლებიც განკუთვნილია ადგილობრივი</p>	<p>N1</p>	<p>1.21 (51.4)</p>	<p>4. ეს მუხლი ვრცელდება მხოლოდ ეროვნულ მაუწყებლებზე.“;</p>	<p>სშ</p>	

	აუდიტორიისათვის და არ წარმოადგენენ ეროვნული ქსელის ნაწილს					
მე-19 მუხლის პირველი პუნქტი	1. სატელევიზიო რეკლამა და რუბრიკა „ტელემადაზია“ ადვილად ცნობადი უნდა იყოს და უნდა განსხვავდებოდეს რედაქციული შინაარსისაგან. რეკლამის ახალი მეთოდების გამოყენებისათვის ზიანის გარეშე, სატელევიზიო რეკლამა და რუბრიკამ „ტელემადაზია“ უნდა შეინარჩუნონ მნიშვნელოვანი განსხვავება პროგრამის სხვა ნაწილებისაგან, ოპტიკური და/ან ხმოვანი და/ან სივრცობრივი საშუალებების მეშვეობით.	N1	1.32„ბ“ (63.3, 63.4)	„3. მედია მომსახურების მიმწოდებელი პასუხს არ აგებს წინასაარჩევნო და სოციალური რეკლამების შინაარსზე. წინასაარჩევნო და სოციალური რეკლამების შინაარსზე პასუხისმგებლობა საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესით ეკისრება შესაბამისი რეკლამის დამკვეთს.“  „4. რეკლამა და ტელეშოპინგი იდენტიფიცირებული და პროგრამისაგან მკაფიოდ გამოიჯნული უნდა იყოს. რეკლამა და ტელეშოპინგი მკაფიოდ უნდა იყოს გამოყოფილი სხვა ნაწილებისგან ოპტიკური, ხმოვანი ან/და სივრცითი ნაწილებით.“;	სშ	
მე-19 მუხლის მე-2 პუნქტი	2. განცალკევებული კომერციული რეკლამა და ტელეშოპინგ სპოტები დასაშვებია სპორტულ ღონისძიებებში. განცალკევებული კომერციული რეკლამა და ტელეშოპინგი, გარდა სპორტული მოვლენების ტრანსლაციისა, რჩება გამონაკლისად.	N1	1.33„ბ“ (64.3 <sup>1</sup> )	„3 <sup>1</sup> .მაუწყებლის არხზე, გარდა ბუნებრივი ინტერვალებისაგან შემდგარი სპორტული ღონისძიებების გადაცემისა, დაუშვებელია განცალკევებული კომერციული რეკლამისა და ტელეშოპინგის განთავსება.“;	სშ	
მე-20 მუხლის	1. ევროკავშირის წევრმა სახელმწიფოებმა	N2	63.10	10. მაუწყებლის არხზე, გარდა სპეციალიზებული სარეკლამო ან/და ტელეშოპინგის არხისა,	სშ	



	<p>პირობით, რომ პროგრამის ხანგრძლივობის დაგეგმილი მაჩვენებელი 30 წუთზე მეტია. ქელეშოპინგის განტავსება საბავშვო გადაცემებში აკრძალულია. არ შეიძლება სატელევიზიო რეკლამის და /ან ტელეშოპინგით ჩასმა რელიგიური დვთისმსახურების დროს.</p>			<p>12. ბუნებრივი ინტერვალებისაგან შემდგარ სპორტულ ან მხატვრულ წარმოდგენაში და ანალოგიურად ჩატარებული ღონისძიებისადმი მიძღვნილ პროგრამაში რეკლამა ან ტელეშოპინგი შეიძლება განთავსდეს მხოლოდ ბუნებრივი ინტერვალის დროს.</p> <p>13. ახალი ამბების პროგრამა რეკლამით ან ტელეშოპინგით შეიძლება შეწყდეს არაუმეტეს 30 წუთში ერთხელ .</p> <p>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 .</p> <p>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.</p>		
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

21-ე მუხლი	სამკურნალო პრეპარატების რეკლამა, რომლებსაც გააჩნიათ სამკურნალო საშუალებათა სარეგისტრაციო მოწმობა 2001/83/EC დირექტივის შესაბამისად, ისევე როგორც მკურნალობის რეკლამა, უნდა იქნას აკრძალული.	N1  N4  N4	1.32 <sup>ა</sup> გ“ (63.7 <sup>ა</sup> )  11 <sup>3.2</sup>  16.10.	„7 <sup>ა</sup> „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-8 მუხლით გათვალისწინებული მოთხოვნები ვრცელდება ალკოჰოლური სასმელისა და თამბაქოს ნაწარმის ტელეშოპინგზე. „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-9 მუხლით გათვალისწინებული მოთხოვნები ვრცელდება ფარმაცევტული პროდუქციის ტელეშოპინგზე.“;  2. აკრძალულია სპეციალურ კონტროლს დაქვემდებარებული (პირველი ჯგუფისათვის მიკუთვნებული), მეორე ჯგუფისათვის მიკუთვნებული და საქართველოს ბაზარზე დაშვების უფლების არმქონე ფარმაცევტული პროდუქტის რეკლამა.  10. აკრძალულია შემდეგი ფარმაცევტული პროდუქტების ურეცეპტოდ გაყიდვა: ა) პირველი ჯგუფისთვის მიკუთვნებული ფარმაცევტული პროდუქტის; ბ) მეორე ჯგუფისთვის მიკუთვნებული ფარმაცევტული პროდუქტის.	სშ  სშ	
22-ე მუხლის (ა) ქვეპუნქტი	სატელევიზიო რეკლამა და/ან რუბრიკა „ტელემადია“ ალკოჰოლური სასმელების მიმართ უნდა შეესაბამებოდეს შემდეგ კრიტერიუმებს: (ა) ისინი არ უნდა იქნას მიმართული კონკრეტულად არასრულწლოვანებზე და,	N3	8.4	4. აკრძალულია ალკოჰოლიანი სასმელის რეკლამის უშუალოდ არასრულწლოვნისადმი მიმართვა, აგრეთვე ასეთი რეკლამის ნებისმიერი სახით გავრცელება არასრულწლოვნისთვის გათვალისწინებულ კინო- და ვიდეომომსახურებაში, რადიო- და ტელეგადაცემებში, ბეჭდვით გამოცემაში.	სშ	

	კერძოდ, არ უნდა შეიცავდეს არასრულწლოვანთა გამოსახულებას, რომლებიც მიირთმევენ ალკოჰოლს;					
22-ე მუხლის (ბ) ქვეპუნქტი	(ბ) არ შეიძლება გაზრდილი ფიზიკური დატვირთვა ან ავტომობილის მართვა დაკავშირებულ იქნას ალკოჰოლთან;	N3	8.1	1. ალკოჰოლიანი სასმელის რეკლამა, გავრცელების წესის მიუხედავად, არ უნდა ქმნიდეს შთაბეჭდილებას, რომ ალკოჰოლის გამოყენება ხელს უწყობს ფიზიკური და ფსიქიკური მდგომარეობის გაუმჯობესებას, საზოგადოებრივ თუ სპორტულ სარბიელზე წარმატების მიღწევას.	სშ	
22-ე მუხლის (ც) ქვეპუნქტი	გ) ისინი არ უნდა ქმნიდნენ შთაბეჭდილებას, რომ ალკოჰოლის გამოყენება ხელს უწყობს სოციალურ და სექსუალურ წარმატებას;	N3	8.1	1. ალკოჰოლიანი სასმელის რეკლამა, გავრცელების წესის მიუხედავად, არ უნდა ქმნიდეს შთაბეჭდილებას, რომ ალკოჰოლის გამოყენება ხელს უწყობს ფიზიკური და ფსიქიკური მდგომარეობის გაუმჯობესებას, საზოგადოებრივ თუ სპორტულ სარბიელზე წარმატების მიღწევას.	სშ	
22-ე მუხლის (დ) ქვეპუნქტი	(დ) არ უნდა ამტკიცებდნენ, რომ ალკოჰოლს გააჩნია სამკურნალო თვისებები, ან რომ ის არის მასტიმულირებელი ან დამამშვიდებელი საშუალება, ან პირადი კომფლიქტების გადაჭრის საშუალება;	N3	8.2	2. ალკოჰოლიანი სასმელის რეკლამა არ უნდა ახდენდეს ალკოჰოლის გამოყენებისაგან თავის შეკავების დისკრედიტირებას. ამასთანავე, ასეთი რეკლამა არ უნდა შეიცავდეს ინფორმაციას ალკოჰოლის დადებითი სამკურნალო თვისებების შესახებ.	სშ	
22-ე მუხლის (ე) ქვეპუნქტი	(ე) ისინი არ უნდა მოუწოდებდნენ ალკოჰოლის	N3	8.2	2. ალკოჰოლიანი სასმელის რეკლამა არ უნდა ახდენდეს ალკოჰოლის გამოყენებისაგან თავის შეკავების დისკრედიტირებას.	სშ	

	არაზომიერ გამოყენებისაკენ ან წარმოაჩინონ თავშეკავება ან ზომიერება უარყოფით ქრილში;					
22-ე მუხლის (f) ქვეპუნქტი	(ვ) ისინი არ უნდა ამახვილებდნენ ყურადღებას ალკოჰოლის მაღალ შემცველობაზე, როგორც სასმელის დადებით თვისებაზე.	N3	8.7	7. აკრძალულია მაგარი სპირტიანი სასმელის რეკლამის გავრცელება რადიოთი და ტელევიზიით, გაზეთის კაბადონზე, ჟურნალის გარეკანზე.	სშ	
23-ე მუხლი	1. კომერციული რეკლამა ან/და ტელეშოპინგი (Teleshopping Spot) სარეკლამო წყვეტებში ისე უნდა განთავსდეს, რომ მისი მოცულობა 6 საათიდან 18 საათამდე პერიოდში არ აღემატებოდეს ამ პერიოდის 20%-ს და 18 საათიდან 24 საათამდე პერიოდში არ აღემატებოდეს ამ პერიოდის 20%-ს.  2. პირველი პუნქტი არ ვრცელდება:  ა) მაუწყებლის მიერ საკუთარ ან/და	N1	1.33,„ა“ (64.2)	„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 6 საათიდან 18 საათამდე პერიოდში არ აღემატებოდეს ამ პერიოდის 20%-ს და 18 საათიდან 24 საათამდე პერიოდში არ აღემატებოდეს ამ პერიოდის 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, ურთიერთდამოკიდებული მაუწყებლების პროგრამებთან და აუდიოვიზუალურ მედია მომსახურებებთან დაკავშირებით და ნეიტრალურ ჩარჩოებზე, რომლებიც განთავსდება	სშ	



	<p>დამოუკიდებელ პროგრამასთან დაკავშირებით გაკეთებულ განცხადებაზე და ურთიერთდამოკიდებულის მაუწყებლების პროგრამებთან დაკავშირებით;</p> <p>□) სასპონსორო განცხადებებს;</p> <p>□) პროდუქტის განთავსებას;</p> <p>□) ნეიტრალურ ჩარჩოებზე, რომლებიც განთავსდება პროგრამებსა და სატელევიზიო რეკლამას ან ტელეშოპინგის ჭრებს შორის და ინდივიდუალურ სარეკლამო ჭრებს შორის.</p>			<p>პროგრამებსა და სატელევიზიო რეკლამას ან ტელეშოპინგის ჭრებს შორის და ინდივიდუალურ სარეკლამო ჭრებს შორის.;</p>		
24-ე მუხლი	<p>ტელეშოპინგი მკაფიოდ უნდა იქნას განსაზღვრული ოპტიკური და აკუსტიკური საშუალებებით, ასევე მათი ხანგრძლივობა შეუწყვეტლივ მინიმალურად უნდა შეადგენდეს 15 წუთს.</p>	N2	64.3	<p>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.</p>	სშ	
25-ე მუხლი	<p>წინამდებარე დირექტივა გამოიყენება შესაბამისი ცვლილებებით სატელევიზიო არხებში, რომლებიც ეძღვნება უშუალოდ რეკლამას და ტელეშოპინგს, ასევე</p>	N2	63.10	<p>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.</p>	სშ	

	<p>სატელევიზიო არხებში, რომლებიც უშუალოდ თვითრეკლამას ეძღვნება.</p> <p>ამასთანავე, თავი VI, ასევე 20-23 მუხლები არ გამოიყენება ამ არხების მიმართ.</p>	N2	64.2	<p>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.</p>		
		N2	51	<p>მუხლი 51. პროგრამული უზრუნველყოფა მაუწყებელი ვალდებულია, სადაც ეს შესაძლებელია, უზრუნველყოს სატელევიზიო დროის (ახალი ამბების პროგრამების, სპორტული მოვლენებისა და თამაშების, რეკლამის, ტელეტექსტისა და ტელეშოპინგისათვის გამოყოფილი დროის გამოკლებით) ნაწილის ევროპული წარმოების პროდუქციისათვის გამოყოფა. ევროპული წარმოების პროდუქციისათვის დათმობილი დროის ეს ნაწილი გამოიყენება პროგრესულად, შესაბამისი კრიტერიუმების საფუძველზე, მაყურებლისა და მსმენელის წინაშე მაუწყებლის საინფორმაციო, საგანმანათლებლო, გასართობი და კულტურული ვალდებულებების გათვალისწინებით.</p>		
26-ე მუხლი	<p>მე-4 მუხლით გათვალისწინებული დებულებების დარღვევის გარეშე, ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოებს შეუძლიათ კავშირის უფლების გათვალისწინებით განსაზღვრონ პირობები,</p>	N2	63.8	<p>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 გამონაკლის შემთხვევებში.</p>	სშ	

	<p>რომლებიც განსხვავდებიან 20(2) და 23 მუხლებით განსაზღვრული პირობებისაგან იმ სატელევიზიო გადაცემებისათვის, რომლებიც უშუალოდ გამიზნულია ეროვნული ტერიტორიებისათვის, და რომლებიც საზოგადოების მიერ უშუალოდ ან ირიბად არ შეიძლება მიღებულ იქნას ერთ ან რამოდენიმე სხვა ევროკავშირის წევრ ქვეყნებში.</p>					
28-ე მუხლი	<p>1. სამოქალაქო, ადმინისტრაციული ან სისხლის სამართლის კანონმდებლობის შესაბამისად ევროკავშირის წევრი სახელმწიფოების მიერ მიღებული სხვა დებულებებისათვის ზიანის გარეშე, ნებისმიერ ფიზიკურ ან იურიდიულ პირს, მისი ეროვნების მიუხედავად, რომლის კანონიერი</p>	N1	1.24 (52 <sup>1</sup> )	<p><b>„მუხლი 52<sup>1</sup>. პასუხის უფლება</b></p> <p>1. დაინტერესებულ პირს, ვისი კანონიერი ინტერესები შეილახა მაუწყებლის პროგრამაში არასწორი ფაქტების გადაცემით, აქვს პასუხის უფლება ამ მუხლით დადგენილი წესით.</p> <p>2. დაინტერესებულ პირს საწყისი განცხადების გაკეთებიდან, მათ შორის, ფაქტის მოყვანიდან, 10 დღის ვადაში უფლება აქვს მოსთხოვოს შესაბამის მაუწყებელს საწყის განცხადებაში მოცემული მცდარი ფაქტის თანაზომადი საშუალებებითა და ფორმით შესწორება ან უარყოფა საწყისი განცხადების ხანგრძლივობით და დაახლოებით იმ დროს, როდესაც გაკეთდა საწყისი განცხადება.</p> <p>3. შესწორების ან უარყოფის მოთხოვნის უფლება არ არსებობს, თუ:</p> <p>ა) შესწორების ან უარყოფის მოთხოვნა არ წარდგენილა საწყისი განცხადების გაკეთებიდან 10 დღის ვადაში;</p>	სშ	

	<p>ინტერესები, კერძოდ, რეპუტაცია და სახელი</p> <p>შელახულ იქნა სატელევიზიო პროგრამებში დამახინჯებული ფაქტების მტკიცების შედეგად, უნდა გააჩნდეს შეპასუხების უფლება ან გამოიყენოს სამართლებრივი დაცვის ეკვივალენტური საშუალებები. ევროკავშირის წევრ ქვეყნებმა უნდა უზრუნველყონ, რომ შეპასუხების უფლება ან სამართლებრივი დაცვის ეკვივალენტური საშუალება არ აფერხებდეს დაუსაბუთებელი ტერმინების ან პირობების შეტანას. დასაბუთებული შეპასუხება უნდა იქნას გადაცემული გონივრულ</p>		<p>ბ) საწყისი განცხადება ეხება პირთა განუსაზღვრელ წრეს ან მომჩივანი არ არის განცხადებაში ერთმნიშვნელოვნად იდენტიფიცირებული პირი;</p> <p>გ) შესწორებას ან უარყოფას პირდაპირი კავშირი არ აქვს საწყის განცხადებასთან ან მისი ზომა, ფორმა და შინაარსი სცდება იმ ფარგლებს, რომლებიც აუცილებელია საწყის განცხადებაში მოყვანილი ფაქტის თანაზომადი საშუალებებითა და ფორმით შესწორებისთვის ან უარყოფისთვის, ან თუ ხდება საწყის განცხადებაში გამოთქმული აზრის და არა ფაქტის შესწორება ან უარყოფა;</p> <p>დ) შესწორება ან უარყოფა შეიცავს ცილისწამებას, გამოიწვევს მაუწყებლის სამოქალაქო პასუხისმგებლობას, შეიცავს ადმინისტრაციული სამართალდარღვევის ან დანაშაულის ნიშნებს ან უხამსობას.</p> <p>ე) შესწორება ან უარყოფა უსაფუძვლოდ ეხება მესამე პირს;</p> <p>ვ) მომჩივანი ვერ ასაბუთებს თავის კანონიერ ინტერესს.</p> <p>4. საწყის განცხადებაში მოცემული მცდარი ფაქტის თანაზომადი საშუალებებითა და ფორმით შესწორებაზე ან უარყოფაზე მაუწყებლის უარი შეიძლება გასაჩივრდეს კომისიაში ან სასამართლოში.“</p>		
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

	<p>ვადაში, შესაბამის დროში და შესაბამის ფორმაში, ისევე როგორც განცხადების შემცველ პროგრამამ.</p> <p>2. შეპასუხების უფლება ან სამართლებრივი დაცვის ეკვივალენტური საშუალებები უნდა არსებობდეს ყველა სამაუწყებლო კომპანიების მიმართ, რომლებიც იმყოფებიან ევროკავშირის წევრ ქვეყნის იურიდიქციის ქვეშ.</p> <p>3. ევროკავშირის წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა მიიღონ ზომები, რაც საჭიროა შეპასუხების უფლების ან სამართლებრივი დაცვის ეკვივალენტური საშუალების დადგენისათვის,</p>					
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

4.	<p>და განსაზღვრონ წესი, რომლის დაცვაც აუცილებელია მათი განხორციელები ს დროს. კერძოდ, ისინი უნდა უზრუნველყოფდნენ დროის საკმარისი მონაკვეთის გამოყოფას, და რომ მსგავსი პროცედურები, ისეთი როგორც შეპასუხების უფლება ან სამართლებრივი დაცვის ეკვივალენტური საშუალება, შეიძლება სათანადოდ განხორციელებულ იქნან ფიზიკური ან იურიდიული პირების მიერ, რომლებიც მუდმივად ცხოვრობენ ან შექმნილია ევროკავშირის წევრ სხვა ქვენებში.</p> <p>განაცხადზე შეპასუხების უფლების ან</p>					
----	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

	<p>სამართლებრივი დაცვის ეკვივალენტური საშუალების გამოყენების შესახებ შეიძლება უარი ეთქვას, თუ ასეთი შეპასუხება არ არის გამართლებული პირველ პუნქტში მოყვანილი პირობების თანახმად, გამოიწვევს სისხლის სამართლით დასჯად ქმედებას, სამოქალაქო- სამართლებრივი სარჩელის წარდგენას ტელეკომანიის მიმართ ან დაარღვევს საზოგადოების მორალურ სტანდარტებს. უნდა იქნას მიღებული ზომები პროცედურებისა თვის, რომელთა მეშვეობითაც დავები შეპასუხების</p>					
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

	<p>უფლების ან სამართლებრივი დაცვის ეკვივალენტური საშუალების განხორციელებების შესახებ შეიძლება იქცნენ სასამართლო განხილვის საგნად.</p>				
<p>28a მუხლის პირველი, მე-2, მე-3, მე-4 და მე-5 პუნქტები</p>	<p>1. ამ დირექტივის მიზნებისათვის, ვიდეო გაზიარების პლატფორმის პროვაიდერი ექვემდებარება იმ წევრი სახელმწიფოს იურისდიქციას, რომელშიც არის დაფუძნებული;</p> <p>2. იმ შემთხვევაში თუ ვიდეო გაზიარების პლატფორმის პროვაიდერი არ არის დაფუძნებული რომელიმე წევრ სახელმწიფოში, ამ დირექტივის მიზნებისათვის, მასზე ვრცელდება იმ წევრი სახელმწიფოს იურისდიქცია, რომელშიც:</p>	<p>NI</p>	<p>1.1.(1.7-1.9)</p>	<p>7. ამ კანონის მოქმედება ვრცელდება იმ ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებელზე, რომელიც:</p> <p>ა) დაფუძნებულია საქართველოში;</p> <p>ბ) ჰყავს მშობელი საწარმო, რომელიც დაფუძნებულია საქართველოში;</p> <p>გ) ჰყავს შვილობილი საწარმო, რომელიც დაფუძნებულია საქართველოში, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც მისი მშობელი საწარმო დაფუძნებულია ევროკავშირის წევრ რომელიმე სახელმწიფოში;</p> <p>დ) იმ ჯგუფის წევრია, რომელშიც შედის ისეთი სუბიექტი, რომელიც დაფუძნებულია საქართველოში, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც მისი მშობელი ან შვილობილი საწარმო დაფუძნებულია ევროკავშირის წევრ რომელიმე სახელმწიფოში.</p> <p>8. ამ მუხლის მე-7 პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტით გათვალისწინებულ შემთხვევაში, თუ ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლის შვილობილი საწარმო საქართველოს გარდა დაფუძნებულია ევროკავშირის წევრ რომელიმე სახელმწიფოში, მასზე ეს კანონი გავრცელდება, თუ მისმა</p>	<p>სშ</p>



	<p>ა) ჰყავს მშობელი კომპანია ან შვილობილი კომპანია, რომელიც დაფუძნებულია ერთ-ერთ წევრ სახელმწიფოში;</p> <p>ბ) არის ჯგუფის ნაწილი, რომელშიც შედის ისეთი საწარმო, რომელიც დაფუძნებულია ერთ-ერთ წევრ სახელმწიფოში;</p> <p>ამ მუხლის მიზნებისათვის:</p> <p>ა) „მშობელი საწარმო“ ნიშნავს საწარმოს, რომელიც აკონტროლებს ერთ ან რამდენიმე ფილიალს;</p> <p>ბ) „შვილობილი კომპანია“ ნიშნავს კომპანიას, რომელსაც აკონტროლებს მშობელი კომპანია, ან ამ კომპანიაში შემავალი ნებისმიერი სხვა შვილობილი კომპანია, რომლის საბოლოო კონტროლსაც ახორციელებს მშობელი კომპანია;</p> <p>გ) „ჯგუფი“ ნიშნავს მშობელ საწარმოს, ყველა მის შვილობილ კომპანიას და ყველა სხვა საწარმოს, რომლებსაც გააჩნიათ ეკონომიკური და სამართლებრივი კავშირი მათთან;</p>		<p>შვილობილმა საწარმომ საქართველოში უფრო ადრე დაიწყო საქმიანობა და ეს საწარმო საქართველოსთან ინარჩუნებს სტაბილურ და ეფექტიან ეკონომიკურ კავშირს.</p> <p>9. ამ მუხლის მე-7 პუნქტის „დ“ ქვეპუნქტით გათვალისწინებულ შემთხვევაში, თუ ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლის ჯგუფში შემავალი რომელიმე საწარმო საქართველოს გარდა დაფუძნებულია ევროკავშირის წევრ რომელიმე სახელმწიფოში, მასზე ეს კანონი გავრცელდება, თუ მისმა შვილობილმა საწარმომ საქართველოში უფრო ადრე დაიწყო საქმიანობა და ეს საწარმო საქართველოსთან ინარჩუნებს სტაბილურ და ეფექტიან ეკონომიკურ კავშირს”.</p>		
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

	<p>3. იმ შემთხვევაში თუ მშობელი საწარმო, შვილობილი კომპანიები და ჯგუფში შემავალი სხვა საწარმოები ყველა სხვა და სხვა წევრ სახელმწიფოშია დაფუძნებული, ვიდეო გაზიარების პლატფორმის პროვაიდერი ჩაითვლება იმ წევრ სახელმწიფოში დაფუძნებულად, რომელშიც მშობელი საწარმო არის დაფუძნებული, ან ასეთის არ არსებობის შემთხვევაში, იმ წევრ სახელმწიფოში, რომელშიც მისი შვილობილი კომპანიაა დაფუძნებული, ან ასეთის არ არსებობის შემთხვევაში, იმ წევრ სახელმწიფოში, რომელშიც ჯგუფში შემავალი სხვა კომპანიები არიან დაფუძნებულები;</p> <p>4. მე-3 მუხლის გამოყენების მიზნებისათვის, როდესაც სახეზეა რამდენიმე შვილობილი კომპანია და თითოეული შვილობილი კომპანია სხვა და სხვა წევრ სახელმწიფოშია</p>					
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

	<p>დაფუძნებული, ვიდეო გაზიარების პლატფორმის პროვაიდერი ჩაითვლება იმ წევრ სახელმწიფოში დაფუძნებულად, რომელშიც ერთ-ერთმა შვილობილმა კომპანიამ პირველმა დაიწყო საქმიანობა, იმ დათქმით, რომ ეს კომპანია წევრ სახელმწიფოსთან ინარჩუნებს სტაბილურ და ეფექტიან ეკონომიკურ კავშირს;</p> <p>როდესაც სახეზეა რამდენიმე საწარმო, რომლებიც ერთი ჯგუფის ნაწილია და თითოეული სხვა და სხვა წევრ სახელმწიფოშია დაფუძნებული, ვიდეო გაზიარების პლატფორმის პროვაიდერი ჩაითვლება იმ წევრ სახელმწიფოში დაფუძნებულად, რომელშიც ერთ-ერთმა საწარმომ პირველმა დაიწყო საქმიანობა, იმ დათქმით, რომ ეს კომპანია წევრ სახელმწიფოსთან ინარჩუნებს სტაბილურ და ეფექტიან ეკონომიკურ კავშირს;</p>					
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

	<p>5. ამ დირექტივის მიზნებისათვის, 2000/31/EC დირექტივის მე-3, 12-15-მდე მუხლები ვრცელდება ვიდეო გაზიარების პლატფორმის პროვაიდერებზე, რომლებიც ამ მუხლის მე-2 პარაგრაფის შესაბამისად არის დაფუძნებული წევრ სახელმწიფოში.</p>					
<p>28a მუხლის მე-6 პუნქტი</p>	<p>6. წევრი სახელმწიფო ვალდებულია შექმნას და შეინარჩუნოს მის ტერიტორიაზე დაფუძნებული ვიდეო გაზიარების პლატფორმის პროვაიდერების განახლებადი სია და მიუთითოს ამ მუხლის 1-დან 4 პუნქტებში მოცემული კრიტერიუმებიდან რომელზეა დაფუძნებული მათი იურისდიქცია. წევრი სახელმწიფო აღნიშნულ სიას, მათ შორის ნებისმიერ განახლებას, წარუდგენს კომისიას. კომისია უზრუნველყოფს ასეთი სიების ხელმისაწვდომობას ცენტრალიზებულ</p>	<p>N1</p>	<p>1.37. (70.10)</p>	<p>10. კომისიის უწყებრივ რეესტრში აისახება ინფორმაცია იმ კრიტერიუმის შესახებ, რომლის შესაბამისადაც მედია მომსახურების და ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებელზე ვრცელდება კანონის პირველი მუხლით გათვალისწინებული იურისდიქცია. მედია მომსახურების მიმწოდებლებმა და ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მიმწოდებლებმა უნდა შეატყობინონ კომისიას ნებისმიერი ცვლილების შესახებ, რომელმაც შეიძლება გავლენა მოახდინოს ამ კანონის მე-2 მუხლით გათვალისწინებული კომპეტენციის განსაზღვრაზე, არაუგვიანეს ცვლილების განხორციელებიდან 1 თვის ვადაში.“</p>	<p>სშ</p>	

	<p>მონაცემთა ბაზაში. სიებს შორის შეუსაბამობის შემთხვევაში, კომისია გამოსავლის პოვნის მიზნით, დაუკავშირდება შესაბამის წევრ სახელმწიფოებს. კომისია უზრუნველყოფს, რომ ეროვნულ მარეგულირებელ ორგანოებს აქვთ წვდომა ამ მონაცემთა ბაზაზე. კომისია მონაცემთა ბაზაში არსებულ ინფორმაციას ასაჯაროებს.</p>					
<p>28a მუხლის მე-7 პუნქტი</p>	<p>თუ ამ მუხლის გამოყენებისას შესაბამისი წევრი სახელმწიფოები ვერ თანხმდებიან იმაზე, თუ რომელ წევრ სახელმწიფოს აქვს იურისდიქცია, წევრი სახელმწიფოები დაუყონებლივ მიმართავენ კომისიას. 30b (3) მუხლის დ) პუნქტის შესაბამისად, კომისიას შეუძლია მოსთხოვოს ERGA-ს საქმეზე შესაბამისი მოსაზრების წარმდგენა. ERGA-მ ასეთი დასკვნა უნდა</p>				<p>ას</p>	<p>დებულება განკუთვნილია ევროკავშირის წევრი სახელმწიფოებისთვის და არ არის სავალდებულო საქართველოსთვის.</p>

	წარმოადგინოს კომისიის მოთხოვნებიდან 15 სამუშაო დღის ვადაში. კომისია აწვდის ინფორმაციას საკონტაქტო კომიტეტს.				
28b მუხლის პირველი პუნქტი	<p>1. 2000/31/EC დირექტივის 12-15 მუხლებისათვის ზიანის მიუყენებლად, წვერი სახელმწიფოები ვალდებული არიან, რომ მათი იურისდიქციის ქვეშ დაფუნდებულმა ვიდეო გაზიარების პლატფორმების პროვაიდერებმა მიიღონ შესაბამისი ზომები, რათა დაცული იყოს:</p> <p>ა) არასრულწლოვნები იმ პროგრამებისაგან, მომხმარებლის მიერ გენერირებული/განთავსებული ვიდეოებისაგან და სარეკლამო კომუნიკაციებისგან, რომლებმაც შეიძლება ზიანი მიაყენოს არასრულწლოვანთა ფიზიკურ, გონებრივ ან ზნეობრივ განვითარებას, დირექტივის 6a(1) მუხლის შესაბამისად;</p> <p>ბ) ფართო აუდიტორიას იმ პროგრამებისაგან,</p>	N1	1.19 (45 <sup>a</sup> )	<p><b>მუხლი 45<sup>a</sup>. ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლის ვალდებულებები არასათანადო ვიდეორგოლების, პროგრამების და აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაციის გავრცელებასთან დაკავშირებით</b></p> <p>ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებელი ვალდებულია გაატაროს ამ კანონით გათვალისწინებული ღონისძიებები, რათა თავიდან აიცილოს მისი პლატფორმის მეშვეობით ისეთი ვიდეორგოლების, პროგრამების და აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაციის გავრცელება:</p> <p>ა) რომელმაც, შეიძლება ზიანი მიაყენოს არასრულწლოვანთა ფიზიკურ, გონებრივ ან ზნეობრივ განვითარებას;</p> <p>ბ) რომელიც მიმართულია პირის ან პირთა ჯგუფის შეზღუდული შესაძლებლობის, ეთნიკური, სოციალური წარმომავლობის, გენდერის, სქესის, გენდერული მიკუთვნების, ეროვნების, რასის, რელიგიის ან რწმენის, სექსუალური ორიენტაციის, კანის ფერის, გენეტიკური მახასიათებლების, ენის, პოლიტიკური ან სხვა შეხედულების, ეროვნული უმცირესობის წევრობის, ქონების, დაბადების ან ასაკის ნიშნით დისკრიმინაციისკენ, ავრცელებს, აქეზებს, ახალისებს ან ამართლებს ამ ნიშნით მიუღებლობაზე დაფუძნებულ ზიზღს, გარდა იმ</p>	სშ

	<p>მომხმარებლის მიერ გენერირებული/განთავსებული ვიდეოებისაგან და სარეკლამო კომუნიკაციებისგან, რომელიც შეიცავს სიმულაციის და ძალადობის წახალისებას და მიმართულია პირთა ჯგუფის ან ჯგუფის წევრის წინააღმდეგ, ქარტიის 21-ე მუხლით გათვალისწინებულ ნებისმიერ საფუძველზე;</p> <p>გ) ფართო აუდიტორიას იმ პროგრამებისაგან, მომხმარებლის მიერ გენერირებული/განთავსებული ვიდეოებისაგან და სარეკლამო კომუნიკაციებისგან, რომელიც ისეთი შინაარსის მატარებელია, რომლის გავრცელებაც ევროკავშირის სამართლის შესაბამისად, სისხლის სამართლებრივ დანაშაულს წარმოადგენს. კერძოდ, ისეთი როგორცა საჯარო მოწოდება (პროვოკაცია) ტერორისტული აქტის ჩადენისაკენ, ისე როგორც ეს დადგენილია (EU) 2017/541 დირექტივის მე-5 მუხლით, დანაშაული</p>		<p>შემთხვევისა, როდესაც ეს აუცილებელია მასალის შინაარსიდან გამომდინარე.</p> <p>გ) რომლის გავრცელება საქართველოს სისხლის სამართლის კოდექსით გათვალისწინებული დანაშაულის ნიშნებს შეიცავს.</p>		
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

	რომელიც ეხება ბავშვთა პორნოგრაფიას, ისე როგორც ეს დადგენილია ევროპარლამენტის და ევროპის საბჭოს 2011/93/EU დირექტივის მე-5 (4) მუხლით და დანაშაული რომელიც ეხება რასიზმსა და ქსენოფობიას, ისე როგორც ეს დადგენილია 2008/913/JHA ჩარჩო გადაწყვეტილების პირველ მუხლში.					
28ხ მუხლის მე-2 პუნქტი	2. წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა უზრუნველყონ, რომ მათი იურისდიქციის ქვეშ მყოფმა ვიდეო გაზიარების პლატფორმის პროვაიდერებმა დაიცვან დირექტივის მე-9 (1) მუხლით დადგენილი მოთხოვნები აუდიოვიზუალური კომერციული კომუნიკაციების მიმართ, რომლის მარკეტინგი, გაყიდვა და ორგანიზება ამ პროვაიდერების მიერ ხორციელდება; წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა უზრუნველყონ,	N1	1.9 (14.7) 1.19 (45 <sup>5</sup> )	„7. ამ მუხლის მოქმედება ვრცელდება აგრეთვე გამოძახებითი აუდიოვიზუალური მედია მომსახურებისა და ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლებზე.  <b>მუხლი 45<sup>5</sup> ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლის ვალდებულებები აუდიოვიზუალურ სარეკლამო კომუნიკაციებთან დაკავშირებით</b>  1. ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებელი ვალდებულია დაიცვას ამ მუხლის მე-3 პუნქტით გათვალისწინებული მოთხოვნები იმ აუდიოვიზუალურ სარეკლამო კომუნიკაციებთან დაკავშირებით, რომელთა მარკეტინგი, გაყიდვა და ორგანიზება ხორციელდება მის მიერ.	სმ	



	<p>რომ მათი იურისდიქციის ქვეშ მყოფმა ვიდეო გაზიარების პლატფორმის პროვაიდერები მიიღებენ ყველა ზომას, რომ დაიცვან დირექტივის მე-9 (1) მუხლით დადგენილი მოთხოვნები აუდიოვიზუალური კომერციული კომუნიკაციების მიმართ, რომლის მარკეტინგი, გაყიდვა და ორგანიზება ამ პროვაიდერების მიერ არ ხორციელდება, იმის გათვალისწინებით, რომ ასეთ სარეკლამო კომუნიკაციებზე პროვაიდერეს შეზღუდული კონტროლი გააჩნიათ; წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა უზრუნველყონ, რომ მომხმარებლები ნათლად ინფორმირებულნი არიან ისეთი პროგრამების ან/და მომხმარებლების მიერ გენერირებული/განთავსებული ვიდეოების შესახებ, რომლებიც სარეკლამო კომუნიკაციებს შეიცავენ, იმ პირობით, რომ ასეთი კომუნიკაციები დეკლარირებულია ამ</p>		<p>2. ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებელი ვალდებულია გაატაროს ამ კანონით განსაზღვრული ღონისძიებები, რათა დაცული იყოს ამ მუხლის მე-3 პუნქტით გათვალისწინებული მოთხოვნები იმ აუდიოვიზუალურ სარეკლამო კომუნიკაციებთან დაკავშირებით, რომელთა მარკეტინგი, გაყიდვა და ორგანიზება არ ხორციელდება მის მიერ.</p> <p>3. აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაციის მიმართ წაყენებული მოთხოვნები:</p> <p>ა) აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია უნდა იყოს ადვილად ამოსაცნობი. აკრძალულია ფარული აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია.</p> <p>ბ) აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაციების განთავსებისას არ უნდა იყოს გამოყენებული ქვეცნობიერზე ზეგავლენის მომხდენი ტექნიკა;</p> <p>გ) აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია:</p> <p>გ.ა) არ უნდა არღვევდეს ადამიანის ღირსებას;</p> <p>გ.ბ) არ უნდა ქმნიდეს რაიმე ფორმით რასობრივი, ეთნიკური, რელიგიური ან სხვაგვარი შუღლის გაღვივების, რომელიმე ჯგუფის დისკრიმინაციის ან ძალადობისკენ წაქეზების აშკარა და პირდაპირ საფრთხეს;</p> <p>გ.გ) არ უნდა შეიცავდეს ისეთი ქცევის წახალისებას, რომელიც ზიანს აყენებს ჯანმრთელობას ან უსაფრთხოებას;</p> <p>გ.დ) არ უნდა შეიცავდეს გარემოსთვის მნიშვნელოვანი ზიანის მიმყენებელი ქცევის წახალისებას,</p> <p>ე) აკრძალულია სიგარეტისა და თამბაქოს სხვა ნაწარმის, აგრეთვე ელექტრონული სიგარეტისა</p>		
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

<p>მუხლის მე-3 პუნქტის ქვეპუნქტის (გ) პუნქტით ან პროვაიდერმა იცის აღნიშნული ფაქტის შესახებ;</p> <p>წვერი სახელმწიფოები წახალისებენ თანარეგულაციის გამოყენებას და ხელს შეუწყობენ თვითრეგულირებას ქვევის კოდექსების მეშვეობით, როგორც ეს გათვალისწინებულია დირექტივის 4a(1) მუხლით და რომელიც მიზნად ისახავს ეფექტურად შეამციროს ბავშვებზე ისეთი სარეკლამო კომუნიკაციების ზემოქმედება, რომელიც ეხება ისეთ საკვებს და სასმელს, რომელიც შეიცავს საკვებ ნივთიერებებს კვებითი ან ფიზიოლოგიური ეფექტით. კერძოდ, კერძოდ ცხიმებით, ტრანს-ცხიმოვანი მჟავებით, მარილით ან ნატრიუმით და შაქრით, რომელთა ჭარბი მიღება საერთო დიეტაში არ არის რეკომენდირებული. აღნიშნული კოდექსები</p>		<p>და კონტეინერების აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაციის ყველა ფორმა;</p> <p>ვ) ალკოჰოლური სასმელების აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია არ უნდა იყოს მიმართული კონკრეტულად არასრულწლოვანთათვის და არ უნდა წახალისოს ასეთი სასმელების ჭარბი მოხმარება;</p> <p>ზ) აკრძალულია იმ მედიკამენტებისა და სამკურნალო საშუალებების აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია, რომლებიც რეცეპტით გაიცემა.</p> <p>თ) აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია არ უნდა იწვევდეს ფიზიკური, გონებრივი ან მორალური ზიანის მიყენებას არასრულწლოვანთათვის, ამიტომ, ისინი პირდაპირ არ უნდა მოუწოდებდნენ არასრულწლოვანებს შეიძინონ პროდუქტი ან მომსახურება მათი გამოუცდელობის ან ნდობის გამოყენებით, პირდაპირ არ უნდა წახალისონ ისინი, რომ დაარწმუნონ მშობლები ან სხვები, რათა შეიძინონ რეკლამირებული საქონელი ან მომსახურება, არ უნდა გამოიყენონ არასრულწლოვანების განსაკუთრებული დამოკიდებულება მშობლების, მასწავლებლებისა ან სხვა პირების მიმართ, არ უნდა ჩააგდონ არასრულწლოვანები სახიფათო სიტუაციებში.</p>		
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

	<p>მიზნად ისახავს უზრუნველყოფას, რომ ასეთი აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაციები ხაზს არ უსვამს ასეთი საკვებისა და სასმელების კვების ასპექტების დადებით ხარისხს.</p>					
<p>28b მუხლის მე-3 პუნქტი</p>	<p>3. პირველი და მე-2 პუნქტების მიზნებისათვის, შესაბამისი ზომები უნდა განისაზღვროს განსახილველი შინაარსის ბუნებიდან გამომდინარე, იმ სავარაუდო ზიანის რომელიც შეიძლება მიადგეს საზოგადოებას, დასაცველი პირთა ჯგუფის მახასიათებლების და ასევე იმ ლეგიტიმური ინტერესების გათვალისწინებით, რომლებიც შესაძლებელია ჰქონდეთ ვიდეოს გაზიარების პლატფორმის პროვაიდერებს და მომხმარებლებს, რომლებმაც შექმნეს ან ატვირთეს კონტენტი, და ასევე საერთო</p>	<p>N1</p>	<p>1.19 (45<sup>6</sup>, 45<sup>7</sup>)</p>	<p><b>მუხლი 45<sup>6</sup> ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლის ვალდებულებების შესრულების ღონისძიებები</b></p> <p>ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებელმა ამ კანონით გათვალისწინებული ვალდებულებების შესასრულებლად უნდა გაატაროს და შეიმუშავოს შემდეგი ღონისძიებები და მექანიზმები:</p> <p>ა) მომხმარებლის გენერირებული ვიდეორგოლების, პროგრამების და სარეკლამო აუდიოვიზუალური კომუნიკაციის მიმართ ამ კანონით განსაზღვრული მოთხოვნების ასახვა მომსახურების მიწოდების პირობებსა და წესებში;</p> <p>ბ) ფუნქციის შექმნა, რომლის მეშვეობითაც ვიდეო-რგოლების ამტვირთავი მომხმარებლები შეძლებენ იმის დეკლარირებას, რომ ვიდეორგოლი შეიცავს აუდიოვიზუალურ სარეკლამო კომუნიკაციას, რამდენადაც მათ იციან ან უნდა იცოდნენ ამის შესახებ;</p> <p>გ) ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომხმარებლებისთვის გამჭვირვალე და მოსახერხებელი მექანიზმების შექმნა და</p>	<p>სშ</p>	

	<p>საზოგადოებრივი ინტერესი.</p> <p>წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა უზრუნველყონ, რომ მათ იურისდიქციას დაქვემდებარებულმა ვიდეო გაზიარების პლატფორმის ყველა პროვაიდერმა მიმართოს აღნიშნულ ზომებს. ეს ზომები უნდა იყოს პრაქტიკული და პროპორციული, ვიდეო გაზიარების პლატფორმის სერვისის ზომისა და მოწოდებული სერვისის ბუნების გათვალისწინებით.</p> <p>აღნიშნულ ზომებს არ უნდა მოჰყვეს წინასწარი კონტროლი ან კონტენტის ატვირთვის ფილტრაცია, რომელიც არ შეესაბამება 2000/31/EC დირექტივის მე-15 მუხლს. ამ მუხლის პირველი პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტით გათვალისწინებული არასრულწლოვანთა დაცვის მიზნებისათვის ყველაზე მაკნე ზეგავლენის მომხდენი კონტენტი ექვემდებარება დაშვების უმკაცრეს ზომებს.</p>		<p>ფუნქციონირება, რათა მომხმარებლებმა შეტყობინონ ან მიანიშნონ ვიდეო გაზიარების პლატფორმის პროვაიდერს ამ კანონის დარღვევით მასალის განთავსების თაობაზე ან შეაფასონ აღნიშნული მასალა;</p> <p>დ) ისეთი ფუნქციონირებადი სისტემის შექმნა, რომლის მეშვეობითაც ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლები აუხსნიან ვიდეო გაზიარების პლატფორმების მომხმარებლებს ამ მუხლის „გ“ ქვეპუნქტით გათვალისწინებული შეტყობინებების და მინიშნებების შედეგებს;</p> <p>ე) ვიდეო გაზიარების პლატფორმების მომხმარებლებისთვის, ასაკის გადამოწმებისა და მშობლის კონტროლის სისტემები ისეთ მასალასთან მიმართებით, რომელმაც შეიძლება ზიანი მიაყენოს არასრულწლოვანთა ფიზიკურ, გონებრივ ან ზნეობრივ განვითარებას;</p> <p>ვ) მომხმარებელთა საჩივრების განხილვისა და გადაწყვეტის გამჭვირვალე, ადვილად გამოსაყენებელი და ეფექტური პროცედურების ჩამოყალიბება და ფუნქციონირება;</p> <p>ზ) მედიაწიგნიერების მიმართულებით ეფექტიანი ღონისძიებებისა და ინსტრუმენტების უზრუნველყოფა და მომხმარებელთა ცნობიერების ამაღლება ამ ღონისძიებებისა და ინსტრუმენტების შესახებ;</p> <p><b>მუხლი 45<sup>7</sup> ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლის გასატარებელი ღონისძიებების ადეკვატურობა და პროპორციულობა</b></p> <p>1. ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლის მიერ ამ კანონით</p>		
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

	<p>აღნიშნული ზომები უნდა შედგებოდეს:</p> <p>ა) ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების პირობებში და წესებში, ამავე მუხლის 1 პუნქტში მითითებული მოთხოვნების მოცვა და გამოყენება;</p> <p>ბ) ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების პირობებში და წესებში დირექტივის მე-9 (1) მუხლით გათვალისწინებული ვალდებულებების გაწერა, რომლებიც ეხება სარეკლამო კომუნიკაციებს და რომლის მარკეტინგი, გაყიდვა და ორგანიზება ამ პროვაიდერების მიერ არ ხორციელდება;</p> <p>გ) ისეთი ფუნქციის არსებობა, რომ მომხმარებლებმა, რომლებიც ატვირთავენ ვიდეოს, შეეძლოთ მითითება, შეიცავს თუ არა ასეთი ვიდეოები აუდიოვიზუალურ სარეკლამო კომუნიკაციებს (რამდენადაც მათ იციან ან შეიძლება გონივრულად მოსალოდნელი იყოს, რომ</p>			<p>გათვალისწინებული ღონისძიებები უნდა იყოს ადეკვატური და პროპორციული. ღონისძიებების პირობები და მოცულობა განისაზღვრება პლატფორმაზე განთავსებული მასალის ბუნების გათვალისწინებით, მხედველობაში უნდა იქნეს მიღებული მასალის განთავსებით გამოწვეული სავარაუდო ზიანი, დასაცავ პირთა ჯგუფის მახასიათებლები და ასევე ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მიმწოდებლების, პლატფორმაზე მასალის ამტვირთავი მომხმარებლებისა და საზოგადოების ლეგიტიმური ინტერესები.</p> <p>2. ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლის გასატარებელი ღონისძიებების პირობები და მოცულობა, მათ შორის, მიმწოდებლის ზომის, მომხმარებლების რაოდენობისა და მის მიერ შეთავაზებული მომსახურების ბუნების გათვალისწინებით, დგინდება კომისიის მიერ.</p>		
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

<p>იცოდნენ აღნიშნულის შესახებ);</p> <p>დ) ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომხმარებლებისთვის გამჭვირვალე და მოსახერხებელი მექანიზმების შექმნა და ფუნქციონირება, რათა მომხმარებლებმა შეატყობინონ ან მიანიშნონ ვიდეო გაზიარების პლატფორმის პროვაიდერს ამ მუხლის პირველ პუნქტში არსებული კონტენტის თაობაზე;</p> <p>ე) ისეთი სისტემების შექმნა და ფუნქციონირება, რომლის მეშვეობითაც ვიდეო გაზიარების პლატფორმის პროვაიდერები აუხსნიან ვიდეოს გაზიარების პლატფორმების მომხმარებლებს, რა ეფექტი მოყვა (დ) პუნქტით გათვალისწინებულ შეტყობინებებს და მინიშნებებს (flagging);</p> <p>ვ) არასრულწლოვანთა ფიზიკური, გონებრივი ან ზნეობრივი განვითარებისათვის ისეთ კონტენტთან</p>					
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

	<p>მიმართებაში, რომელმაც მათ შეიძლება ზიანი მიაყენოს, ვიდეო გაზიარების პლატფორმების მომხმარებლებისთვის, ასაკის გადამოწმების სისტემების შექმნა და ფუნქციონირება;</p> <p>ზ) ადვილად გამოსაყენებელი სისტემების შექმნა და ფუნქციონირება, რომელიც საშუალებას აძლევს მომხმარებლებს ვიდეო გაზიარების პლატფორმებზე განთავსებული კონტენტი ამ მუხლის პირველის პუნქტთან მიმართებით შეაფასონ;</p> <p>თ) ითვალისწინებს მშობლის კონტროლის სისტემებს, რომლებიც ექვემდებარება საბოლოო მომხმარებლის კონტროლს ისეთ კონტენტთან მიმართებაში, რომელმაც შეიძლება შეაფერხოს არასრულწლოვანთა ფიზიკური, გონებრივი ან ზნეობრივი განვითარება;</p> <p>ი) მომხმარებელთა საჩივრების განხილვისა და გადაწყვეტის</p>					
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

<p>გამჭვირვალე, ადვილად გამოსაყენებელი და ეფექტური პროცედურების ჩამოყალიბება და ფუნქციონირება, ამ პუნქტის დ) და თ) პუნქტებთან მიმართებით; კ) მედიაწიგნიერების მიმართულებით ეფექტიანი ღონისძიებებისა და ინსტრუმენტების უზრუნველყოფა და მომხმარებელთა ცნობიერების ამაღლება ამ ღონისძიებებისა და ინსტრუმენტების შესახებ; არასრულწლოვნების პირადი ინფორმაცია, რომელიც მოპოვებულია ვიდეო გაზიარების პლატფორმების პროვაიდერების მიერ ამ პუნქტის ვ) და თ) ქვეპუნქტების შესაბამისად, არ შეიძლება გამოყენებულ იქნას სარეკლამო კომუნიკაციების მიზნით, ისეთი როგორცაა პირდაპირი მარკეტინგი, პროფილირება და ქცევითი მიზნობრივი რეკლამირება.</p>					
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--



28ხ მუხლის მე-4 პუნქტი	4. ამ მუხლის პირველ და მე-3 პუნქტებში აღნიშნული ღონისძიებების განხორციელების მიზნით, წევრი სახელმწიფოები წახალისებენ თანარეგულაციის გამოყენებას, როგორც ეს გათვალისწინებულია 4a(1) მუხლით.	N1	1.9 (14.7)	„7. ამ მუხლის მოქმედება ვრცელდება აგრეთვე გამოძახებითი აუდიოვიზუალური მედია მომსახურებისა და ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლებზე.	სშ	
28ხ მუხლის მე-5 პუნქტი	5. წევრი სახელმწიფოები ჩამოაყალიბებენ აუცილებელ მექანიზმებს ვიდეოს გაზიარების პლატფორმის პროვაიდერების მიერ მე-3 პუნქტში აღნიშნული ღონისძიებების მიზანშეწონილობის შესაფასებლად. წევრი სახელმწიფოები ამ ზომების შეფასებას ანდობენ ეროვნულ მარეგულირებელ ორგანოებს;	N1	1.19 (45 <sup>7</sup> და 45 <sup>8</sup> )	<b>მუხლი 45<sup>7</sup> ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლის გასატარებელი ღონისძიებების ადეკვატურობა და პროპორციულობა</b>  1. ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლის მიერ ამ კანონით გათვალისწინებული ღონისძიებები უნდა იყოს ადეკვატური და პროპორციული. ღონისძიებების პირობები და მოცულობა განისაზღვრება პლატფორმაზე განთავსებული მასალის ბუნების გათვალისწინებით, მხედველობაში უნდა იქნეს მიღებული მასალის განთავსებით გამოწვეული სავარაუდო ზიანი, დასაცავ პირთა ჯგუფის მახასიათებლები და ასევე ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მიმწოდებლის, პლატფორმაზე მასალის ამტვირთავი მომხმარებლებისა და საზოგადოების ლეგიტიმური ინტერესები.	სშ	

				<p>2. ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლის გასატარებელი ღონისძიებების პირობები და მოცულობა, მათ შორის, მიმწოდებლის ზომის, მომხმარებლების რაოდენობისა და მის მიერ შეთავაზებული მომსახურების ბუნების გათვალისწინებით, დგინდება კომისიის მიერ.</p> <p><b>მუხლი 45<sup>ა</sup> ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლის ზედამხედველობა და კონტროლი</b></p> <p>ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლის მიერ კანონით გათვალისწინებული ვალდებულებების შესრულებაზე ზედამხედველობას ახორციელებს კომისია;</p>		
28b მუხლის მე-6 პუნქტი	6. წევრ სახელმწიფოებს შეუძლიათ ვიდეო გაზიარების პლატფორმის პროვაიდერებს დაუწესონ ზომები, რომლებიც უფრო დეტალური ან მკაცრია, ვიდრე ამ მუხლის მე-3 პუნქტში მითითებული ზომები. ასეთი ზომების მიღებისას, წევრი სახელმწიფოების ქმედება				ას	მოქმედი კანონმდებლობა და შემოთავაზებული კანონპროექტი არ ითვალისწინებს დირექტივით განსაზღვრულზე მკაცრ რეგულირებას ვიდეო გაზიარების პლატფორმებისთვის.

	უნდა შეესაბამებოდეს ევროკავშირის მოქმედი კანონმდებლობით დადგენილ მოთხოვნებს, როგორცაა 2000/31/EC დირექტივის 12-15 მუხლები ან 2011/93/EU დირექტივის 25-ე მუხლი.					
28ხ მუხლის მე-7 პუნქტი	7. წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა უზრუნველყონ, რომ ამ მუხლის პირველ და მე-3 პუნქტებთან მიმართებაში წარმოქმნილი დავების გადაწყვეტისთვის ხელმისაწვდომი იყოს სასამართლოს გარეშე გადაწყვეტილების მექანიზმები მომხმარებლებსა და ვიდეო გაზიარების პლატფორმის პროვაიდერებს შორის. მექანიზმები საშუალებას უნდა იძლეოდეს, რომ დავების გადაწყვეტა მიუკერძოებლად განხორციელდეს. აღნიშნული არ ართმევს მომხმარებელს სამართლებრივი დაცვის შესაძლებლობას, რომელიც გათვალისწინებულია	N1	1.4,ბ“ (5.3)	„3. მედია მომსახურებებისა და ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების სფეროში კომისიის ფუნქციებია: ა) მედია მომსახურებებისა და ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების სფეროში სახელმწიფო პოლიტიკის ძირითადი მიმართულებების შესახებ წინადადებების შემუშავება საზოგადოებრივი აზრისა და მედია მომსახურებების და ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების ბაზრის კვლევის შედეგების გათვალისწინებით; ბ) ამ პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტით გათვალისწინებული წინადადებების განხორციელებაზე ზედამხედველობა და კონტროლი; გ) სალიცენზიო პირობების დადგენა; ლიცენზიების გაცემა და მოდიფიცირება; ლიცენზიების მოქმედების შეჩერება და განახლება; ლიცენზიების გაუქმება; სალიცენზიო პირობების შესრულებაზე ზედამხედველობა და კონტროლი; სალიცენზიო პირობების დარღვევის შემთხვევაში ლიცენზიების მფლობელებისთვის შესაბამისი სანქციების დაკისრება; დ) სიხშირული სპექტრის დადგენა და განაწილება კანონით განსაზღვრული წესით; ე) სიხშირეების მინიჭება;	სშ	

<p>ეროვნული კანონმდებლობით;</p>			<p>ვ) მედია მომსახურებებისა და ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების სფეროში მოქმედი კანონმდებლობის მოთხოვნების შესრულებაზე ზედამხედველობა და კონტროლი; ამ მოთხოვნათა დარღვევის შემთხვევაში შესაბამისი სანქციების დაკისრება;</p> <p>ზ) კონკურენტული გარემოს შექმნისა და განვითარების ხელშეწყობა თავისი უფლებამოსილების ფარგლებში, პროდუქტის უსაფრთხოებისა და თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსის მოთხოვნათა შესრულებაზე ზედამხედველობა და კონტროლი;</p> <p>თ) სალიცენზიო გადასახდელისა და რეგულირების საფასურის ოდენობებისა და გადახდის წესის განსაზღვრა;</p> <p>ი) საავტორო და მომიჯნავე უფლებების, მავნე ზეგავლენისაგან არასრულწლოვანთა დაცვის, აგრეთვე რეკლამის შესახებ საკანონმდებლო აქტების შესრულებაზე ზედამხედველობა და კონტროლი;</p> <p>კ) ბავშვის უფლებათა კოდექსის საფუძველზე ბავშვისთვის საფრთხის შემცველი ინფორმაციისგან ბავშვის დაცვის ღონისძიებების განსახორციელებლად მედია მომსახურებების საშუალებებით გავრცელებული პროგრამების შესაბამისი ასაკობრივი ნიშანდების წესების დაცვის კონტროლი;</p> <p><b>ლ) მედია მომსახურებების ან/და და ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებელთა შორის, აგრეთვე მათსა და მომხმარებლებს შორის წარმოქმნილი სადავო საკითხების გადაწყვეტა თავისი უფლებამოსილების ფარგლებში;</b></p> <p>მ) სამართლებრივი აქტების, მათ შორის, ქცევის კოდექსის, მიღება;</p> <p>ნ) ავტორიზაცია, ავტორიზაციის პირობების მოდიფიცირება, ავტორიზაციის შეჩერება, განახლება და გაუქმება, მედია მომსახურებისა და ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების</p>		
-------------------------------------	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

				<p>სფეროში საქართველოს კანონმდებლობის მოთხოვნებისა და ავტორიზაციის პირობების დაცვაზე ზედამხედველობა და კონტროლი;</p> <p>ო) ფიზიკური და იურიდიული პირების მიერ წარსადგენი ქონებრივი დეკლარაციების ფორმების დადგენა შესაბამისი სამართლებრივი აქტით;</p> <p>პ) საზოგადოებაში მედიაწიგნიერების განვითარების ხელშეწყობა;</p> <p>ჟ) კანონით გათვალისწინებულ სხვა უფლებამოსილებათა განხორციელება.</p>		
28ხ მუხლის მე-8 პუნქტი	<p>8. წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა უზრუნველყონ, რომ მომხმარებლებმა ვიდეო გაზიარების პლატფორმებთან მიმართებაში შეძლონ თავიანთი უფლებების სასამართლოს წინაშე დაცვა;</p>	N1	1.9 (14.7)	<p>„7. ამ მუხლის მოქმედება ვრცელდება აგრეთვე გამოძახებითი აუდიოვიზუალური მედია მომსახურებისა და ვიდეო გაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლებზე.</p>	სშ	
28ხ მუხლის მე-9 და მე-10 პუნქტები	<p>9. კომისია წახალისებს ვიდეო გაზიარების პლატფორმის პროვაიდერებს, გაცვალონ საუკეთესო პრაქტიკა თანარეგულირების კოდექსების შესახებ,</p>				ას	<p>დირექტივის დებულება შეეხება ევროკომისიას/წევრ სახელმწიფოებს და არ არის სავალდებულო საქართველოსთვის.</p>

	<p>რომლის თაობაზე მითითებაც მოცემულია მე-4 მუხლში;</p> <p>10. წევრ სახელმწიფოებს და კომისიას შეუძლიათ ხელი შეუწყონ თვითრეგულირებას, ევროკავშირში მოქმედი ქცევის კოდექსის მეშვეობით, რომლის თაობაზე მითითებაც მოცემულია მე-4 ა(2) მუხლში.</p>					
29-ე მუხლი	<p>1. კომისიის ეგიდით იქმნება საკონტაქტო კომიტეტი. იგი შედგება წევრი სახელმწიფოების კომპეტენტური ორგანოების წარმომადგენლებისგან. მას თავმჯდომარეობს კომისიის წარმომადგენელი და იკრიბება მისი ინიციატივით ან წევრი სახელმწიფოს დელეგაციის მოთხოვნით.</p> <p>2. საკონტაქტო კომიტეტის ამოცანებია:  (ა) ხელი შეუწყოს ამ დირექტივის ეფექტიან განხორციელებას რეგულარული კონსულტაციების გზით, ნებისმიერი პრაქტიკული</p>				ას	<p>29-ე მუხლით განსაზღვრულია ევროკომისიასთან არსებული საკონტაქტო კომიტეტის ფუნქციები და არ შეიცავს პირობებს, რომლებთან შესაბამისობაში მოყვანილ უნდა იქნას „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი.</p>

<p>პრობლემის შესახებ, რომელიც წარმოიქმნება მისი გამოყენებისა და, განსაკუთრებით, მე-2 მუხლის გამოყენებით, ისევე როგორც ნებისმიერ სხვა საკითხზე, რომლებზეც აზრთა გაცვლა მიჩნეულია სასარგებლოდ;</p> <p>(ბ) კომისიის მიერ მოთხოვნილი მოსაზრებების ან მოსაზრებების გამოქვეყნება წევრი სახელმწიფოების მიერ ამ დირექტივის გამოყენების შესახებ;</p> <p>(c) იყოს ფორუმი აზრთა გაცვლისთვის იმის შესახებ, თუ რა საკითხებზე უნდა იყოს განხილული ანგარიშები, რომლებიც წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა წარადგინონ 16(3) მუხლის შესაბამისად და მათი მეთოდოლოგიის შესახებ;</p> <p>(დ) განიხილოს რეგულარული კონსულტაციების შედეგი, რომელსაც კომისია ატარებს სამაუწყებლო ორგანიზაციების წარმომადგენლებთან, პროდიუსერებთან, მომხმარებლებთან,</p>					
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

	<p>მწარმოებლებთან, მომსახურების მიმწოდებლებთან და პროფკავშირებთან და შემოქმედებით საზოგადოებასთან; (ე) ხელი შეუწყოს წევრ სახელმწიფოებსა და კომისიას შორის ინფორმაციის გაცვლას აუდიოვიზუალური მედია სერვისების სიტუაციისა და მარეგულირებელი აქტივობების განვითარების შესახებ, კავშირის აუდიოვიზუალური პოლიტიკის, აგრეთვე ტექნიკური სფეროში შესაბამისი განვითარებების გათვალისწინებით; (ვ) შეისწავლოს ნებისმიერი განვითარება, რომელიც წარმოიქმნება სექტორში, რომელზეც აზრთა გაცვლა სასარგებლოა.</p>					
<p>30-ე მუხლის პირველი, მე-2, მე-3 პუნქტები</p>	<p>1. თითოეული წევრი სახელმწიფო დანიშნავს ერთ ან მეტ ეროვნულ მარეგულირებელ ორგანოს. წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა უზრუნველყონ, რომ ისინი იურიდიულად განსხვავდებოდნენ მთავრობისგან და</p>	<p>N1</p>	<p>1.4.„გ“ (5.4)</p>	<p>4. კომისია მისთვის დაკისრებულ ფუნქციებს ასრულებს მიუკერძოებლად და გამჭვირვალედ მედია პლურალიზმის, კულტურული და ლინგვისტური მრავალფეროვნების, თანასწორობის, მომხმარებლების უფლებების დაცვის, შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირთა უფლებების დაცვისა და თავისუფალი კონკურენციის განვითარების უზრუნველსაყოფად.</p>	<p>სშ</p>	



	<p>ფუნქციურად დამოუკიდებლები იყვნენ თავიანთი მთავრობებისა და ნებისმიერი სხვა საჯარო თუ კერძო ორგანოსგან. ამან არ უნდა შელახოს წევრი სახელმწიფოების შესაძლებლობა შექმნან მარეგულირებელი ორგანოები, რომლებიც ზედამხედველობენ სხვადასხვა სექტორზე.</p> <p>2. წევრი სახელმწიფოები უზრუნველყოფენ, რომ ეროვნული მარეგულირებელი ორგანოები ახორციელებენ თავიანთ უფლებამოსილებებს მიუკერძოებლად და გამჭვირვალედ და ამ დირექტივის მიზნების შესაბამისად, კერძოდ, მედიის პლურალიზმი, კულტურული და ენობრივი მრავალფეროვნება, მომხმარებელთა დაცვა, ხელმისაწვდომობა, არადისკრიმინაცია, სათანადო ფუნქციონირება. შიდა ბაზრისა და სამართლიანი კონკურენციის ხელშეწყობა.</p>	N2	1.2	<p>2. ამ კანონის მიზანია სახელმწიფო ჩარევისაგან დამოუკიდებელი საზოგადოებრივი მაუწყებლობის ფორმირება; მაუწყებლობის სფეროში საქმიანობის რეგულირება გამჭვირვალობის, სამართლიანობისა და მიუკერძოებლობის პრინციპების შესაბამისად, ეროვნული მარეგულირებელი ორგანოს მეშვეობით; სიტყვისა და აზრის თავისუფლების, მაუწყებელთა შორის კონკურენტული გარემოს სტიმულირების, მაუწყებელთა თანასწორობისა და დამოუკიდებლობის, სიხშირეების ეფექტიანი გამოყენების უზრუნველყოფა.</p> <p><b>მუხლი 5. კომისია</b></p> <p>1. მაუწყებლობის სფეროში საქმიანობას არეგულირებს კომისია.</p> <p>2. კომისია არის საჯარო სამართლის იურიდიული პირი, მუდმივმოქმედი ეროვნული მარეგულირებელი ორგანო, რომელიც არ ექვემდებარება არცერთ სახელმწიფო უწყებას. კომისია არ არის სახელმწიფო ქონების საფუძველზე შექმნილი საჯარო სამართლის იურიდიული პირი (დაწესებულება) ან საჯარო სამართლის კორპორაცია. კომისიის სამართლებრივი სტატუსი განისაზღვრება „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონითა და ამ კანონით.</p> <p>3. მაუწყებლობის სფეროში კომისიის ფუნქციებია:</p> <p>ა) მაუწყებლობის სფეროში სახელმწიფო პოლიტიკის ძირითადი მიმართულებების შესახებ წინადადებების შემუშავება საზოგადოებრივი აზრისა და სამაუწყებლო ბაზრის კვლევის შედეგების გათვალისწინებით;</p> <p>ბ) ამ პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტით გათვალისწინებული წინადადებების</p>		
		N2	5			

	<p>ეროვნული მარეგულირებელი ორგანოები არ მოითხოვენ და არ იღებენ მითითებებს რომელიმე სხვა ორგანოსგან იმ ამოცანების შესრულებასთან დაკავშირებით, რომლებიც მათ ეკისრებათ ეროვნული კანონმდებლობით, რომელიც ახორციელებს კავშირის კანონებს. ეს ხელს არ უშლის ზედამხედველობას ეროვნული კონსტიტუციური კანონის შესაბამისად.</p> <p>3. წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა უზრუნველყონ, რომ ეროვნული მარეგულირებელი ორგანოების ან ორგანოების კომპეტენციები და უფლებამოსილებები, ისევე როგორც მათი ანგარიშვალდებულების გზები მკაფიოდ იყოს განსაზღვრული კანონით.</p>			<p>განხორციელებაზე ზედამხედველობა და კონტროლი;</p> <p>გ) სალიცენზიო პირობების დადგენა; ლიცენზიების გაცემა და მოდიფიცირება; ლიცენზიების მოქმედების შეჩერება და განახლება; ლიცენზიების გაუქმება; სალიცენზიო პირობების შესრულებაზე ზედამხედველობა და კონტროლი; სალიცენზიო პირობების დარღვევის შემთხვევაში ლიცენზიების მფლობელებისთვის შესაბამისი სანქციების დაკისრება;</p> <p>დ) სიხშირული სპექტრის დადგენა და განაწილება კანონით განსაზღვრული წესით;</p> <p>ე) სიხშირეების მინიჭება;</p> <p>ვ) მაუწყებლობის სფეროში მოქმედი კანონმდებლობის მოთხოვნების შესრულებაზე ზედამხედველობა და კონტროლი; ამ მოთხოვნათა დარღვევის შემთხვევაში შესაბამისი სანქციების დაკისრება;</p> <p>ზ) კონკურენტული გარემოს შექმნისა და განვითარების ხელშეწყობა თავისი უფლებამოსილების ფარგლებში, პროდუქტის უსაფრთხოებისა და თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსის მოთხოვნათა შესრულებაზე ზედამხედველობა და კონტროლი;</p> <p>თ) სალიცენზიო გადასახდელისა და რეგულირების საფასურის ოდენობებისა და გადახდის წესის განსაზღვრა;</p> <p>ი) საავტორო და მომიჯნავე უფლებების, მავნე ზეგავლენისაგან არასრულწლოვანთა დაცვის, აგრეთვე რეკლამის შესახებ საკანონმდებლო აქტების შესრულებაზე ზედამხედველობა და კონტროლი;</p> <p>ი<sup>1</sup>) ბავშვის უფლებათა კოდექსის საფუძველზე ბავშვისთვის საფრთხის შემცველი ინფორმაციისგან ბავშვის დაცვის ღონისძიებების განსახორციელებლად მაუწყებლობის საშუალებებით გავრცელებული პროგრამების შესაბამისი ასაკობრივი ნიშანდების წესების დაცვის კონტროლი;</p>		
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

				<p>კ) მაუწყებელთა შორის, აგრეთვე მათსა და მომხმარებლებს შორის წარმოქმნილი სადავო საკითხების გადაწყვეტა თავისი უფლებამოსილების ფარგლებში;</p> <p>ლ) სამართლებრივი აქტების, მათ შორის, ქცევის კოდექსის, მიღება;</p> <p>მ) ავტორიზაცია, ავტორიზაციის პირობების მოდიფიცირება, ავტორიზაციის შეჩერება, განახლება და გაუქმება, მაუწყებლობის სფეროში საქართველოს კანონმდებლობის მოთხოვნებისა და ავტორიზაციის პირობების დაცვაზე ზედამხედველობა და კონტროლი;</p> <p>ნ) ფიზიკური და იურიდიული პირების მიერ წარსადგენი ქონებრივი დეკლარაციების ფორმების დადგენა შესაბამისი სამართლებრივი აქტით;</p> <p>ო) საზოგადოებაში მედიაწიგნიერების განვითარების ხელშეწყობა;</p> <p>პ) კანონით გათვალისწინებულ სხვა უფლებამოსილებათა განხორციელება.</p> <p><b>მუხლი 6. დამოუკიდებლობა და ხელშეუხებლობა</b></p> <p>1. კომისია, კომისიის წევრი და კომისიის აპარატის თანამშრომელი საკუთარი უფლებამოსილებების განხორციელებისას დამოუკიდებელნი არიან და ემორჩილებიან მხოლოდ კანონს. მათ საქმიანობაზე უკანონო ზემოქმედება და ამ საქმიანობაში ჩარევა დაუშვებელია, ხოლო ამგვარი ზემოქმედებისა და ჩარევის შედეგად მიღებული გადაწყვეტილება – ბათილი.</p> <p>2. დაინტერესებულ პირს უფლება აქვს მიმართოს სასამართლოს უკანონო ზემოქმედებისა და ჩარევის თავიდან აცილების ან აღკვეთის, აგრეთვე ამგვარი ზემოქმედებისა და ჩარევის შედეგად მიღებული გადაწყვეტილების ბათილად ცნობის მოთხოვნით.</p>		
		N2	6			



	<p>უზრუნველყოფენ ეროვნული მარეგულირებელი ორგანოების უზრუნველყოფას საკუთარი წლიური ბიუჯეტებით, რომლებიც უნდა გამოქვეყნდეს საჯაროდ.</p>		<p>2. კომისიის ბიუჯეტს ქმნის რეგულირების საფასური, ამ კანონით, „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ და „საჯარო სამართლის იურიდიული პირის შესახებ“ საქართველოს კანონებით გათვალისწინებული დაფინანსების სხვა წყაროები.</p> <p>3. სალიცენზიო გადასახდელი არის რადიოსიხშირული სპექტრის დროებითი გამოყენებისათვის სამაუწყებლო ლიცენზიის მაძიებლის მიერ გადახდილი თანხა, რომლის ოდენობასა და გადახდის წესს განსაზღვრავს კომისია საქართველოს კანონმდებლობის შესაბამისად, „რადიოსიხშირული სპექტრით ან/და ნუმერაციის რესურსით სარგებლობის უფლების მოსაპოვებლად აუქციონის გამართვის დებულებით“. სალიცენზიო გადასახდელი სრულად ირიცხება საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტში.</p> <p>3<sup>1</sup>. რადიოსიხშირული სპექტრით სარგებლობის საფასური არის მაუწყებლის მიერ რადიოსიხშირული სპექტრის დამხმარე ტექნოლოგიური დანიშნულებით გამოყენებისათვის გადახდილი თანხა, რომლის ოდენობას განსაზღვრავს და გადახდის წესს ადგენს კომისია საქართველოს კანონმდებლობის შესაბამისად, „რადიოსიხშირული სპექტრით ან/და ნუმერაციის რესურსით სარგებლობის უფლების მოსაპოვებლად აუქციონის გამართვის დებულებით“. რადიოსიხშირული სპექტრით სარგებლობის საფასური ირიცხება კომისიის ბიუჯეტში.</p> <p>4. რეგულირების საფასური არის კომისიის ბიუჯეტის შექმნის ერთ-ერთი ძირითადი წყარო, დაკავშირებულია საქართველოს კანონმდებლობით კომისიისათვის მინიჭებული უფლებამოსილების განხორციელებასთან და არ წარმოადგენს ეკონომიკური საქმიანობით მიღებულ შემოსავალს. რეგულირების</p>		
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

				<p>საფასურიდან იფარება კომისიის ბიუჯეტით განსაზღვრული ხარჯები.</p> <p>5. რეგულირების საფასურის გადამხდელები არიან მაუწყებლები. რეგულირების საფასურის ოდენობაა მაუწყებლის მიერ განხორციელებული და რეგულირებას დაქვემდებარებული საქონლის (მომსახურების) მიწოდების ან/და შესრულებული სამუშაოს მთლიანი ღირებულების (დღგ-ის გარეშე) 0,5 პროცენტი. რეგულირების საფასური გამოიანგარიშება კალენდარული წლის განმავლობაში მაუწყებელთა შემოსავლიდან ნაზარდი ჯამით წლის დასაწყისიდან ყოველთვიურად ფაქტობრივად მიღებული შემოსავლიდან გამომდინარე. მაუწყებლები ვალდებული არიან, ყოველთვიურად, არა უგვიანეს საანგარიშო თვის მომდევნო თვის 20 რიცხვისა, კომისიის ანგარიშზე ჩარიცხონ რეგულირების საფასური და კომისიას წარუდგინონ ინფორმაცია კომისიის მიერ განსაზღვრული ფორმით.</p>		
30-ე მუხლის მე-5 პუნქტი	<p>5. წვერი სახელმწიფოები თავიანთ ეროვნულ კანონმდებლობაში ადგენენ პირობებს და პროცედურებს ეროვნული მარეგულირებელი ორგანოებისა ხელმძღვანელების ან ამ ფუნქციის შემსრულებელი კოლეგიური ორგანოს წევრების დანიშვნისა და გათავისუფლებისთვის, მანდატის ხანგრძლივობის ჩათვლით. პროცედურები უნდა იყოს გამჭვირვალე.</p>	N1	1.6 (10.3)	<p>„3. კომისიის წევრის თანამდებობიდან გათავისუფლების შესახებ გადაწყვეტილება, მისი გათავისუფლების კონკრეტული საფუძვლის მითითებით, კომისიის მიერ მის ვებგვერდზე ქვეყნდება დაუყოვნებლივ.“</p> <p><b>მუხლი 9. კომისიის შემადგენლობა</b></p> <p>1. კომისია შედგება 5 წევრისაგან.</p> <p>2. კომისიის წევრის უფლებამოსილების ვადაა 6 წელი.</p> <p>3. პირი არ შეიძლება არჩეულ იქნეს კომისიის წევრად 2-ზე მეტი ვადით.</p> <p>4. კომისიის წევრის კანდიდატურა შეირჩევა ღია კონკურსით.</p> <p>5. კომისიის წევრის უფლებამოსილების ვადის გასვლამდე 100 დღით ადრე ან მისი</p>	სშ	
		N2	9			

	<p>არადისკრიმინაციული და უზრუნველყოფს დამოუკიდებლობის საჭირო ხარისხს. ეროვნული მარეგულირებელი ორგანოს ხელმძღვანელი ან კოლეგიური ორგანოს წევრები, რომლებიც ასრულებენ ამ ფუნქციას ეროვნულ მარეგულირებელ ორგანოში, შეიძლება თანამდებობიდან გაათავისუფლონ, თუ ისინი აღარ ასრულებენ თავიანთი მოვალეობების შესასრულებლად საჭირო პირობებს, რომლებიც წინასწარ არის დადგენილი ეროვნულ დონეზე.</p> <p>თანამდებობიდან გაათავისუფლების გადაწყვეტილება უნდა იყოს სათანადოდ დასაბუთებული, ექვემდებარება წინასწარ შეტყობინებას და ხელმისაწვდომი იქნება საზოგადოებისთვის.</p>			<p>უფლებამოსილების შეწყვეტიდან 10 დღეში საქართველოს მთავრობა იღებს განკარგულებას კონკურსის ჩატარების შესახებ.</p> <p>6. კომისიის წევრობის კანდიდატი უნდა იყოს საზოგადოებრივი აღიარებისა და ნდობის მქონე პირი, რომელსაც აქვს ეკონომიკის, საჯარო ადმინისტრირების, ბიზნესადმინისტრირების, სამართლის, ელექტრონული კომუნიკაციების ან ჟურნალისტიკის მაგისტრის ან მასთან გათანაბრებული აკადემიური ხარისხი და არანაკლებ 10 წლის მუშაობის გამოცდილება, მათ შორის, 3 წლისა – მმართველ თანამდებობაზე.</p> <p>7. ყველას აქვს უფლება, დაასახელოს კომისიის წევრის კანდიდატურა კონკურსის გამოცხადებიდან 30 დღის ვადაში.</p> <p>8. თუ კანონით განსაზღვრულ ვადაში არ დასახელდება 1 ვაკანტურ თანამდებობაზე არანაკლებ 3 კანდიდატურა, ცხადდება ახალი კონკურსი, რომელიც ტარდება ამ მუხლით დადგენილი წესით.</p> <p>9. კანდიდატურების დასახელების ვადის ამოწურვიდან 10 დღეში კანდიდატთა სია და მათ მიერ წარდგენილი საკონკურსო დოკუმენტები ქვეყნდება საქართველოს მთავრობის ოფიციალურ ვებგვერდზე.</p> <p>10. კანდიდატთა სიის გამოქვეყნების შემდეგ საქართველოს მთავრობა ამ კანონით დადგენილი საკვალიფიკაციო მოთხოვნების გათვალისწინებით საქართველოს პრეზიდენტს წარუდგენს საქართველოს პარლამენტისათვის ასარჩევად წარსადგენი კანდიდატურების სიას. 1 ვაკანტურ თანამდებობაზე არანაკლებ 3 კანდიდატურა შეირჩევა.</p> <p>11. საქართველოს მთავრობის მიერ საქართველოს პრეზიდენტისათვის წარდგენილი კანდიდატურების სიას საქართველოს პრეზიდენტი 3 დღის ვადაში გადასცემს საქართველოს პრემიერ-მინისტრს თანახელმოწერისათვის. თანახელმოწერის</p>		
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

			<p>შემდეგ საქართველოს პრეზიდენტი კანდიდატურებს ასარჩევად წარუდგენს საქართველოს პარლამენტს.</p> <p>12. (ამოღებულია - 06.12.2018, №3878).</p> <p>13. კომისიის წევრის ვაკანტურ თანამდებობაზე წარდგენილ კანდიდატს ირჩევს საქართველოს პარლამენტი საქართველოს პარლამენტის რეგლამენტით დადგენილი წესით.</p> <p>14. თუ ვერცერთი კანდიდატი ვერ მიიღებს საქართველოს პარლამენტის სრული შემადგენლობის ნახევარზე მეტის ხმებს, ამ მუხლით გათვალისწინებული კომისიის წევრის კანდიდატურის შერჩევის პროცესი ხელახლა დაიწყება და საქართველოს პრეზიდენტი 50 დღის ვადაში წარუდგენს საქართველოს პარლამენტს ამ მუხლით დადგენილი წესით შერჩეულ ახალ კანდიდატურებს.</p> <p>15. კომისიის თავმჯდომარეს ფარული კენჭისყრით ირჩევს კომისია საკუთარი შემადგენლობიდან, სრული შემადგენლობის უმრავლესობით, 3 წლით, მაგრამ არაუმეტეს კომისიის წევრის უფლებამოსილების დარჩენილი ვადისა, მოქმედი თავმჯდომარის უფლებამოსილების ვადის გასვლიდან ან უფლებამოსილების შეწყვეტიდან 15 კალენდარულ დღეში.</p> <p>16. ახალარჩეული კომისიის თავმჯდომარის უფლებამოსილების ვადა იწყება წინა თავმჯდომარის უფლებამოსილების ვადის გასვლის მომდევნო დღეს, ხოლო თუ კომისიის თავმჯდომარე არჩეულ იქნა წინა თავმჯდომარის უფლებამოსილების ვადამდე შეწყვეტის გამო – მისი არჩევის მომენტიდან. კომისიის თავმჯდომარის უფლებამოსილების ვადა იწურება მისი არჩევიდან 3 წლის თავზე, იმ რიცხვის წინა დღეს, რომელშიც დაიწყო იგი.</p> <p>17. კომისიის თავმჯდომარეს უფლება აქვს, გადადგეს თანამდებობიდან, მაგრამ</p>		
--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--



				<p>უფლებამოსილების ვადის გასვლამდე დარჩეს კომისიის წევრად.</p> <p>18. კომისიის თავმჯდომარე წარმართავს კომისიის სხდომებს, პასუხისმგებელია კომისიის მიერ დადგენილებებისა და გადაწყვეტილებების მიღებისას საპროცედურო წესების დაცვისათვის და მიღებული დადგენილებებისა და გადაწყვეტილებების გამოქვეყნებისათვის, აგრეთვე კომისიის აპარატის მართვისათვის.</p> <p>19. კომისიის თავმჯდომარის თანამდებობიდან გადადგომის ან არყოფნის ან მის მიერ მოვალეობის შესრულების შეუძლებლობის შემთხვევაში კომისიის თავმჯდომარის მოვალეობას ასრულებს კომისიის უხუცესი წევრი.</p> <p>20. კომისია უფლებამოსილია სრული შემადგენლობის ოთხი მეხუთედით თანამდებობიდან ვადამდე გადააყენოს კომისიის თავმჯდომარე. კომისიის თავმჯდომარის თანამდებობიდან ვადამდე გადაყენების საკითხის დასმის უფლება აქვს კომისიის არანაკლებ 2 წევრს ერთობლივი დასაბუთებული წერილობითი მოთხოვნით. კომისია ვალდებულია კომისიის თავმჯდომარის თანამდებობიდან ვადამდე გადაყენების საკითხი განიხილოს და მას კენჭი უყაროს კომისიის წევრთა მიერ მოთხოვნის წარდგენიდან 10 კალენდარულ დღეში. თუ კომისიამ კომისიის თავმჯდომარე თანამდებობიდან ვადამდე არ გადააყენა, კომისიის თავმჯდომარის თანამდებობიდან ვადამდე გადაყენების საკითხის დასმა მომდევნო 3 თვის განმავლობაში დაუშვებელია.</p> <p><b>მუხლი 10. კომისიის წევრის თანამდებობიდან გათავისუფლება</b></p> <p>1. კომისიის წევრის თანამდებობიდან გათავისუფლება ხდება საქართველოს პარლამენტის რეგლამენტით დადგენილი წესით.</p>		
		N2	10			

		N5	185	<p>2. კომისიის წევრის თანამდებობიდან გათავისუფლების შესახებ გადაწყვეტილება შეიძლება გასაჩივრდეს სასამართლოში.</p> <p><b>მუხლი 185. საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის წევრის თანამდებობიდან გათავისუფლება</b></p> <p>1. თუ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის წევრის მიმართ კანონიერ ძალაში შევა სასამართლოს გამამტყუნებელი განაჩენი, რომელიც სასჯელის სახით ითვალისწინებს თავისუფლების შეზღუდვას, ვადიან თავისუფლების აღკვეთას ან უვადო თავისუფლების აღკვეთას, ან თუ სასამართლო მას უგზო-უკვლოდ დაკარგულად აღიარებს ან მხარდაჭერის მიძღვრებად ცნობს და სასამართლოს გადაწყვეტილებით სხვა რამ არ არის განსაზღვრული, ან თუ აღნიშნული კომისიის წევრი გადადგება თანამდებობიდან ან გარდაიცვლება, პარლამენტი მითითებული გარემოების დადგომიდან 1 თვის ვადაში იღებს გადაწყვეტილებას მისი თანამდებობიდან გათავისუფლების შესახებ.</p> <p>2. ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებული გარემოების დადგომისას მოქმედებს რეგლამენტის მე-6 მუხლით პარლამენტის წევრის უფლებამოსილების ვადამდე შეწყვეტისათვის დადგენილი პროცედურები. საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის წევრი თანამდებობიდან გათავისუფლებულად ჩაითვლება, თუ ამ გადაწყვეტილებას მხარს დაუჭერს პარლამენტის პლენარულ სხდომაზე დამსწრე პარლამენტის წევრთა უმრავლესობა.</p> <p>3. პარლამენტის სრული შემადგენლობის არანაკლებ ერთ მესამედს შეუძლია აღძრას საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული</p>		
--	--	----	-----	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

			<p>კომისიის წევრის თანამდებობიდან გათავისუფლების პროცედურა:</p> <p>ა) ინტერესთა კონფლიქტის „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით დადგენილი ნორმების დარღვევის შემთხვევაში;</p> <p>ბ) ზედიზედ 15 დღეზე ან წლის განმავლობაში 2 თვეზე მეტი ხნით არასაპატიო მიზეზით კომისიის წევრის უფლებამოსილების განუხორციელებლობის შემთხვევაში.</p> <p>4. საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის წევრის თანამდებობიდან გათავისუფლების პროცედურის აღმზრის ინიციატორმა პარლამენტის წევრებმა დოკუმენტური მტკიცებულებებით უნდა დაასაბუთონ კომისიის წევრის თანამდებობიდან გათავისუფლების კონკრეტული საფუძველი.</p> <p>5. პარლამენტის წევრთა ხელმოწერების შეგროვებიდან 30 დღის ვადაში პარლამენტს სრული შემადგენლობის უმრავლესობით პლენარული სხდომის დღის წესრიგში შეაქვს საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის წევრის თანამდებობიდან გათავისუფლების საკითხი.</p> <p>6. პლენარული სხდომის დღის წესრიგში შეტანიდან 30 დღის ვადაში პარლამენტი კენჭს უყრის საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის წევრის თანამდებობიდან გათავისუფლების საკითხს. კომისიის წევრის თანამდებობიდან გასათავისუფლებლად საჭიროა პარლამენტის სრული შემადგენლობის სამ მეხუთედზე მეტის თანხმობა.</p> <p>7. თუ ხმების რაოდენობა საკმარისზე ნაკლებია ან თუ პარლამენტი არ გამართავს კენჭისყრას ამ მუხლის მე-6 პუნქტით განსაზღვრულ ვადაში, საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის წევრის თანამდებობიდან გათავისუფლების პროცედურა წყდება.</p> <p>8. ერთი ფაქტის საფუძველზე საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის წევრის</p>		
--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

				თანამდებობიდან გათავისუფლების საკითხის ორჯერ დასმა დაუმჯებელია.		
--	--	--	--	--------------------------------------------------------------------	--	--

30-ე მუხლის მე-6 პუნქტის პირველი წინადადება	6. წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა უზრუნველყონ ეროვნულ დონეზე გასაჩივრების ეფექტიანი მექანიზმების არსებობა. სააპელაციო ორგანო, რომელიც შეიძლება იყოს სასამართლო, დამოუკიდებელია საჩივარში მონაწილე მხარეებისგან.	N1	1.5 (8.7)	7. კომისიის სამართლებრივი აქტები შეიძლება გასაჩივრდეს სასამართლოში, კანონმდებლობით დადგენილი წესით. სასამართლოს მიერ სარჩელის მიღება არ გამოიწვევს კომისიის სამართლებრივი აქტის მოქმედების შეჩერებას, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც სასამართლო სხვაგვარად გადაწყვეტს.	სშ	
30-ე მუხლის მე-6 პუნქტის მე-2 წინადადება	გასაჩივრების შედეგის მოლოდინში, ეროვნული მარეგულირებელი ორგანოს ან ორგანოს გადაწყვეტილება ძალაში რჩება, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც დროებითი ზომები მიიღება ეროვნული კანონმდებლობის შესაბამისად.	N1	1.5 (8.7)	7. კომისიის სამართლებრივი აქტები შეიძლება გასაჩივრდეს სასამართლოში, კანონმდებლობით დადგენილი წესით. სასამართლოს მიერ სარჩელის მიღება არ გამოიწვევს კომისიის სამართლებრივი აქტის მოქმედების შეჩერებას, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც სასამართლო სხვაგვარად გადაწყვეტს.	სშ	
30a მუხლი	1. წევრი სახელმწიფოები უზრუნველყოფენ, რომ ეროვნული მარეგულირებელი				ას	30a მუხლი არ შეიცავს პირობებს, რომლებთან შესაბამისობაში მოსაყვანი უნდა იყოს

	<p>ორგანოები მიიღებენ შესაბამის ზომებს, რათა მიაწოდონ ერთმანეთს და კომისიას ამ დირექტივის, კერძოდ, მე-2, მე-3 და მე-4 მუხლების გამოსაყენებლად საჭირო ინფორმაცია.</p> <p>2. 1-ლი პუნქტით გათვალისწინებული ინფორმაციის გაცვლის კონტექსტში, როდესაც ეროვნული მარეგულირებელი ორგანოები იღებენ ინფორმაციას მათი იურისდიქციის ქვეშ მყოფი მედია სერვისის პროვაიდერისგან, რომ ის უზრუნველყოფს მომსახურებას მთლიანად ან უმეტესად მიმართული სხვა წევრი სახელმწიფოს აუდიტორიაზე, ეროვნული მარეგულირებელი იურისდიქციის მქონე წევრი სახელმწიფოს ორგანომ უნდა აცნობოს სამიზნე წევრი სახელმწიფოს ეროვნულ მარეგულირებელ ორგანოს.</p> <p>3. თუ წევრი სახელმწიფოს მარეგულირებელი ორგანო, რომლის ტერიტორიის სამიზნეა მედია სერვისის</p>				<p>„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი.</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	---------------------------------------------------

	<p>პროვაიდერი სხვა წევრი სახელმწიფოს იურისდიქციაში, უგზავნის მოთხოვნას ამ პროვაიდერის საქმიანობის შესახებ იმ წევრი სახელმწიფოს მარეგულირებელ ორგანოს, რომელსაც აქვს იურისდიქცია. ეს უკანასკნელი მარეგულირებელი ორგანო ყველაფერს გააკეთებს იმისათვის, რომ მიმართოს მოთხოვნას ორი თვის განმავლობაში, ამ დირექტივის შესაბამისად მოქმედი უფრო მკაცრი ვადების შეზღუდვის გარეშე. მოთხოვნის შემთხვევაში, სამიზნე წევრი სახელმწიფოს მარეგულირებელმა ორგანომ უნდა მიაწოდოს ნებისმიერი ინფორმაცია იურისდიქციის მქონე წევრი სახელმწიფოს მარეგულირებელ ორგანოს, რომელიც შეიძლება დაეხმაროს მას მოთხოვნის განხილვაში.</p>					
30x მუხლი	<p>1. შექმნილია აუდიოვიზუალური მედია სერვისების ევროპული რეგულატორების ჯგუფი (ERGA).</p>				ას	<p>30x მუხლი არ შეიცავს პირობებს, რომლებთან შესაბამისობაში მოსაყვანი უნდა იყოს „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი.</p>

<p>2. იგი შედგება ეროვნული მარეგულირებელი ორგანოების წარმომადგენლებისაგან აუდიოვიზუალური მედია სერვისების სფეროში, რომლებსაც აქვთ ძირითადი პასუხისმგებლობა აუდიოვიზუალური მედია სერვისების ზედამხედველობაზე, ან სადაც არ არსებობს ეროვნული მარეგულირებელი ორგანო, მათი პროცედურების მიხედვით არჩეული სხვა წარმომადგენლების მიერ. კომისიის წარმომადგენელი მონაწილეობს ERGA-ს სხდომებში.</p> <p>3. ERGA-ს აქვს შემდეგი ამოცანები:</p> <p>(ა) ტექნიკური ექსპერტიზის მიწოდება კომისიისთვის:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- თავის ამოცანაში უზრუნველყოს ამ დირექტივის თანმიმდევრული განხორციელება ყველა წევრ სახელმწიფოში, — მის კომპეტენციაში შემავალ აუდიოვიზუალურ მედია სერვისებთან</li> </ul>					
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--



	<p>დაკავშირებულ საკითხებზე;</p> <p>(ბ) გამოცდილების და საუკეთესო პრაქტიკის გაცვლა</p> <p>აუდიოვიზუალური მედია სერვისების მარეგულირებელი ჩარჩოს გამოყენებასთან დაკავშირებით, მათ შორის ხელმისაწვდომობისა და მედიაწიგნიერების შესახებ;</p> <p>გ) ითანამშრომლოს და მის წევრებს მიაწოდოს ინფორმაცია, რომელიც აუცილებელია ამ დირექტივის გამოსაყენებლად, განსაკუთრებით მე-3, მე-4 და მე-7 მუხლებთან დაკავშირებით;</p> <p>დ) კომისიის მოთხოვნის შემთხვევაში მოსაზრებების გამოთქმა საკითხების ტექნიკურ და ფაქტობრივ ასპექტებზე მე-2 მუხლის მე-5 გ, მე-3 მუხლის მე-2 და მე-4 მუხლის მე-4 პუნქტის (გ) პუნქტის შესაბამისად. და მუხლი 28a(7).</p> <p>4. ERGA იღებს თავის პროცედურულ წესს.</p>					
31-ე მუხლი	სფეროებს, რომლებზეც არ ვრცელდება წინამდებარე დირექტივის მოქმედება, არ ეხება არსებული				ას	31-ე მუხლი არ შეიცავს პირობებს, რომლებთან შესაბამისობაში მოსაყვანი უნდა იყოს

	კონვენციებიდან გამომდინარე ევროკავშირის წევრ ქვეყნების უფლება-მოვალეობებს, რომლებიც დაკავშირებულია კავშირგაბმულობასა და რადიომაუწყებლობასთან .					„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი.
32-ე მუხლი	ევროკავშირის წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა გადასცენ ევროკომისიას ეროვნული კანონმდებლობის ძირითადი დებულებების ტექსტი, რომლებსაც ისინი იყენებენ წინამდებარე დირექტივის მოქმედების სფეროში.				ას	მუხლი მიემართება მხოლოდ ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოებს
33-ე მუხლი	კომისია მონიტორინგს უწევს წევრი სახელმწიფოების მიერ ამ დირექტივის აღსრულებას. არაუგვიანეს 2022 წლის 19 დეკემბრამდე და შემდგომ ყოველ სამ წელიწადში კომისია წარუდგენს ევროპარლამენტს, საჭოს და ევროპის ეკონომიკურ და სოციალურ კომიტეტს ანგარიშს ამ დირექტივის გამოყენების შესახებ. არაუგვიანეს 2026 წლის 19 დეკემბრამდე, კომისია ევროპარლამენტსა და				ას	33-ე მუხლი არ შეიცავს პირობებს, რომლებთან შესაბამისობაში უნდა იქნას მოყვანილი „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი.

	<p>საბჭოს წარუდგენს პოსტ-შეფასებას, რომელსაც თანახლავს წინადადებები მისი განხილვის შესახებ ამ დირექტივის გავლენისა და მისი დამატებითი ღირებულების შესახებ.</p> <p>კომისია სათანადოდ აცნობებს საკონტაქტო კომიტეტს და ERGA-ს სხვათა მუშაობისა და საქმიანობის შესახებ.</p> <p>კომისია უზრუნველყოფს, რომ წევრი სახელმწიფოებიდან მიღებული ინფორმაცია ამ დირექტივით კოორდინირებულ სფეროებში მათ მიერ მიღებული ზომების შესახებ მიეწოდოს საკონტაქტო კომიტეტს და ERGA-ს.</p>					
<p>33a მუხლის პირველი პუნქტი</p>	<p>1. წევრი სახელმწიფოები ხელს უწყობენ და იღებენ ზომებს მედიაწიგნიერების უნარების განვითარებისათვის.</p>	<p>№2</p> <p>№2</p>	<p>5.3.,,ო“</p> <p>14<sup>1</sup></p>	<p>3. მაუწყებლობის სფეროში კომისიის ფუნქციებია:</p> <p>ო) საზოგადოებაში მედიაწიგნიერების განვითარების ხელშეწყობა;</p> <p>მუხლი 14<sup>1</sup>. კომისიის უფლებამოსილებები მედიაწიგნიერების სფეროში</p> <p>1. კომისია თავისი უფლებამოსილების ფარგლებში შეიმუშავებს და ამტკიცებს მედიაწიგნიერების განვითარების ხელშეწყობის სამოქმედო გეგმას მაუწყებლობისა და ელექტრონული კომუნიკაციების სფეროებში მოქმედი საქართველოს კანონმდებლობის და</p>	<p>სშ</p>	

			<p>ელექტრონული კომუნიკაციების სფეროში სახელმწიფო პოლიტიკის ძირითადი მიმართულებების შესაბამისად.</p> <p>2. კომისია უფლებამოსილია საჯარო ინსტიტუტებთან, მაუწყებლობისა და ელექტრონული კომუნიკაციების სფეროებში შესაბამისი ბაზრების მონაწილეებთან, საგანმანათლებლო დაწესებულებებთან, სამოქალაქო საზოგადოების ინსტიტუტებთან და სხვა ორგანიზაციებთან, აგრეთვე უცხო ქვეყნების ეროვნულ მარეგულირებელ ორგანოებთან, უცხოურ და საერთაშორისო სასწავლო-საგანმანათლებლო და სამეცნიერო-კვლევით ცენტრებთან დადოს ურთიერთთანამშრომლობის მემორანდუმები მედიაწიგნიერების განვითარების ხელშეწყობის სამოქმედო გეგმის შესასრულებლად.</p> <p>3. მედიაწიგნიერების განვითარების ხელშეწყობის, მათ შორის, საზოგადოებაში მედიაწიგნიერების მდგომარეობის შეფასების, გამოწვევების იდენტიფიცირების და მედიაწიგნიერების განვითარების ხელშეწყობის კვლევების ჩატარების, საზოგადოების სხვადასხვა საკობრივი ჯგუფებისა და სხვა ჯგუფებისათვის (ბავშვები და მათი მშობლები, მასწავლებლები, მედიის წარმომადგენლები და სხვა) სპეციალური სასწავლო კურსების ჩატარების/პროგრამების განხორციელების, მიზნით კომისია უფლებამოსილია დააფუძნოს მედიაწიგნიერების სასწავლო-კვლევითი ცენტრი არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმით. კომისია უფლებამოსილია აღნიშნული მიზნების მისაღწევად, სხვა დაინტერესებული პირების მონაწილეობით შექმნას მედიაწიგნიერების განვითარების ქსელი/პლატფორმა, ვებგვერდი.</p> <p>4. კომისია საქმიანობის განხორციელებისას, მათ შორის, ნორმატიული და ინდივიდუალური</p>		
--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

				<p>სამართლებრივი აქტების გამოცემისას, ითვალისწინებს მედიაწიგნიერების განვითარებისა და მისი ხელშეწყობის მიზნებსა და ამოცანებს, ქვეყნის კოდექსში ცვლილებებისა და დამატებების შეტანისას ხელმძღვანელობს მედიაწიგნიერების განვითარების სტრატეგიით და უზრუნველყოფს ამ პროცესში საზოგადოებისა და ყველა დაინტერესებული ჯგუფის/პირის მონაწილეობას.</p> <p>5. კომისია ხელს უწყობს მედიაწიგნიერების პოპულარიზაციას კანონით დაშვებული ყველა ფორმით, მათ შორის, სამაუწყებლო სასწავლო-საგანმანათლებლო პროდუქციის შექმნის, სოციალური რეკლამის დამზადების დაკვეთისა და უსასყიდლოდ გავრცელების, კონფერენციებისა და სხვა მიზნობრივი ღონისძიებების ორგანიზების გზით.</p> <p>6. ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებული მიზნების მისაღწევად და ამოცანების შესასრულებლად კომისია უფლებამოსილია კომისიის ბიუჯეტიდან გამოყოს შესაბამისი თანხები, მოიპოვოს გრანტები და დაფინანსების სხვა წყაროები, აგრეთვე კომისიის ბიუჯეტიდან დააფინანსოს მედიაწიგნიერების ხელშეწყობის პროგრამები/პროექტები.</p> <p>7. კომისია აფასებს საზოგადოებაში მედიაწიგნიერების განვითარების დონეს, ახდენს გამოწვევების იდენტიფიცირებას, ანალიზებს კომისიის მიერ მედიაწიგნიერების განვითარების ხელშეწყობისათვის განხორციელებულ ღონისძიებებს და აღნიშნულ ანალიზს აქვეყნებს კომისიის საქმიანობის ანგარიშში.</p> <p>8. მედიაწიგნიერების განვითარებისა და მისი ხელშეწყობის მიზნების მისაღწევად კომისიას უფლება აქვს, განახორციელოს სხვა უფლებამოსილებებიც.</p>		
--	--	--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

<p>33a მუხლის მე-2 და მე-3 პუნქტები</p>	<p>2. 2022 წლის 19 დეკემბრამდე და ყოველ სამ წელიწადში ერთხელ, წევრი სახელმწიფოები წარუდგენენ კომისიას ანგარიშს 1-ლი პუნქტის შესრულების შესახებ. 3. კომისია საკონტაქტო კომიტეტთან კონსულტაციის შემდეგ გამოსცემს სახელმძღვანელო მითითებებს ასეთი ანგარიშების მოქმედების სფეროსთან დაკავშირებით.</p>				<p>ას</p>	<p>33a მუხლის მე-2 და მე-3 პუნქტები არ შეიცავს პირობებს, რომლებთან შესაბამისობაშიც უნდა იქნას მოყვანილი „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი.</p>
<p>34-ე მუხლი</p>	<p>დირექტივა 89/552/EEC შესწორებებით, რომლებიც შეტანილია 1 დანართის, ა ნაწილში ჩამოთვლილ დირექტივებით, გაუქმებულია, ევროკავშირის წევრ ქვეყნების ვალდებულებებისათვის ზიანის გარეშე, რომლებიც ეხება 1 დანართის, ბ ნაწილში მოყვანილ დირექტივების ეროვნულ კანონმდებლობაში გადატანის ვადებს. გაუქმებულ დირექტივებზე მითითება უნდა იქნას განმარტებული, როგორც მითითება წინამდებარე დირექტივაზე და უნდა</p>				<p>ას</p>	<p>34-ე მუხლი არ შეიცავს პირობებს, რომლებთან შესაბამისობაში უნდა იქნას მოყვანილი „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი.</p>

	განხილულ იქნას II დანართში მოცემული საკორელაციო ცხრილის მიხედვით.					
35-ე მუხლი	წინამდებარე დირექტივა შედის კანონიერ ძალაში მისი ევროკავშირის ოფიციალურ ჟურნალში გამოქვეყნებიდან მეოცე დღეს.				ას	35-ე მუხლით გათვალისწინებული საკითხი საქართველოსთან მიმართებით მოწესრიგებულია ასოცირების ხელშეკრულების პირობებით.
36-ე მუხლი	წინამდებარე დირექტივა განკუთვნილია ევროკავშირის წევრი სახელმწიფოებისთვის.				ას	დებულების პირობა მიემართება ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოებს.
დანართი NI ნაწილი ა	<b>გაუქმებული დირექტივა მისი შემდგომი ცვლილებები ჩამონათვალთან ერთად</b> (გათვალისწინებულია 34-ე მუხლში)  საბჭოს დირექტივა 89/552/EEC (ოფიციალური ჟურნალი # L298, 17.10.1989, გვ. 23)  ევროპარლამენტისა და საბჭოს დირექტივა 97/36/EC				ას	არ შეიცავს პირობებს, რომლებთან შესაბამისობაში უნდა იქნას მოყვანილი „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი.

	<p>(ოფიციალური ჟურნალი # L202, 30.7.1997, გვ. 60)</p> <p>ევროპარლამენტ ისა და საბჭოს დირექტივა 2007/65/EC</p> <p>მხოლოდ მუხლი 1</p> <p>(ოფიციალური ჟურნალი # L332, 18.12.2007, გვ. 27)</p>													
<p>დანართი N1 ნაწილი ბ</p>	<p><b>ეროვნულ კანონმდებლობაში გადატანასთან დაკავშირებით ვადების ცამონათვალი</b></p> <p>(გათვალისწინებულია 34- ე მუხლში)</p> <table border="1" data-bbox="373 857 653 1365"> <thead> <tr> <th>დირექტივა</th> <th>გადატანის ვადა</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>89/552/E EC</td> <td>1991 წლის 3 ოქტომბერი</td> </tr> <tr> <td>97/36/EC</td> <td>1998 წლის 31 დეკემბერი</td> </tr> <tr> <td>2007/65/ EC</td> <td>2009 წლის 19 დეკემბერი</td> </tr> </tbody> </table>	დირექტივა	გადატანის ვადა	89/552/E EC	1991 წლის 3 ოქტომბერი	97/36/EC	1998 წლის 31 დეკემბერი	2007/65/ EC	2009 წლის 19 დეკემბერი				<p>ას</p>	<p>არ შეიცავს პირობებს, რომლებთან შესაბამისობაში უნდა იქნას მოყვანილი „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი.</p>
დირექტივა	გადატანის ვადა													
89/552/E EC	1991 წლის 3 ოქტომბერი													
97/36/EC	1998 წლის 31 დეკემბერი													
2007/65/ EC	2009 წლის 19 დეკემბერი													



<p>დანართი N2 საკორელაცი ო ცხრილი</p>	<p>დირექტი ვა 89/552/EE C</p> <p>მუხლი 1, შესავალი სიტყვა</p> <p>მუხლი 1(ა),შესავ ლი სიტყვა</p> <p>მუხლი 1(ა), პირველი აბზაცი</p> <p>მუხლი 1(ა), მეორე აბზაცი</p> <p>მუხლი 1(ბ) – (მ)</p> <p>მუხლი 1(ნ)(ი), შესავალი სიტყვა</p> <p>მუხლი 1(ნ)(ი), პირველი აბზაცი</p> <p>მუხლი 1(ნ)(ი), მეორე აბზაცი</p>	<p>წინამდ ვარე დირექტ ივა</p> <p>მუხლი 1(1), შესავალ ი სიტყვა</p> <p>მუხლი 1(1)(ა), შესავალ ი სიტყვა</p> <p>მუხლი 1(1)(ა)(ი)</p> <p>მუხლი 1(1)(ა)(ii)</p> <p>მუხლი 1(1)(ბ) – (მ)</p> <p>მუხლი 1(1)(ნ), შესავალ ი სიტყვა</p> <p>მუხლი 1(1)(ნ)(ი)</p> <p>მუხლი 1(1)(ნ)(ii)</p>				<p>ას</p>	<p>არ შეიცავს პირობებს, რომლებთან შესაბამისობაში უნდა იქნას მოყვანილი „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი.</p>

	<p>მუხლი 1(ნ)(i), მესამე აბზაცი</p> <p>მუხლი 1(ნ)(i), მეოთხე აბზაცი</p> <p>მუხლი 1(ნ)(ii), შესავალი სიტყვა</p> <p>მუხლი 1(ნ)(ii), პირველი აბზაცი</p> <p>მუხლი 1(ნ)(ii), მეორე აბზაცი</p> <p>მუხლი 1(ნ)(ii), მესამე აბზაცი</p> <p>მუხლი 1(ნ)(iii)</p> <p>მუხლი 2</p> <p>მუხლი 2ა(1), (2) და (3)</p> <p>მუხლი 2ა(4), შესავალი სიტყვა</p> <p>მუხლი 2ა(4)ა)</p> <p>მუხლი 2ა(4)ბ),</p>	<p>მუხლი 1(1)(ნ)(iii) )</p> <p>მუხლი 1(2)</p> <p>მუხლი 1(3), შესავალ ი სიტყვა</p> <p>მუხლი 1(3)(i)</p> <p>მუხლი 1(3)(ii)</p> <p>მუხლი 1(3)(iii)</p> <p>მუხლი 1(4)</p> <p>მუხლი 2</p> <p>მუხლი 3(1), (2) და (3)</p> <p>მუხლი 3(4), შესავალ ი სიტყვა</p> <p>მუხლი 3(4)ა)</p> <p>მუხლი 3(4)ბ),</p>					
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

	<p>შესავალი სიტყვა მუხლი 2ა(4)(ბ), პირველი აბზაცი მუხლი 2(ა)(4)(ბ), მეორე აბზაცი მუხლი 2ა(5) და (6) მუხლი 3 მუხლი 3ა მუხლი 3ბ მუხლი 3გ მუხლი 3დ მუხლი 3ე მუხლი 3ვ</p> <p>მუხლი 3გ(1) მუხლი 3გ(2), პირველი ქვეპუნქტ ი, შესავალი სიტყვა</p> <p>მუხლი 3გ(2), პირველი ქვეპუნქტ ი,</p>	<p>შესავალ ი სიტყვა მუხლი 3(4)(ბ)(i)  მუხლი 3(4)(ბ)(ii)  მუხლი 3(5) და (6) მუხლი 4 მუხლი 5 მუხლი 6 მუხლი 7 მუხლი 8 მუხლი 9 მუხლი 10 მუხლი 11(2) მუხლი 11(3), პირველ ი ქვეპუნქ ტი, შესავალ ი სიტყვა მუხლი 11(3), პირველ ი ქვეპუნქ</p>					
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

	პირველი აბზაცი	ტი, პუნქტი (ა)					
	მუხლი 3გ(2), პირველი ქვეპუნქტ ი, მეორე აბზაცი	მუხლი 11(3), პირველ ი ქვეპუნქ ტი, პუნქტი (ბ)					
	მუხლი 3გ(2), მეორე, მესამე და მეოთხე ქვეპუნქტ ები	მუხლი 11(3), მეორე, მესამე და მეოთხე ქვეპუნქ ტები					
	მუხლი 3გ(3)	მუხლი 11(4)					
	მუხლი 3გ(4)	მუხლი 11(1)					
	მუხლი 3თ	მუხლი 12					
	მუხლი 3ი	მუხლი 13					
	მუხლი 3კ	მუხლი 14					
	მუხლი 3ლ	მუხლი 15					
	მუხლი 4(1), (2) და (3)	მუხლი 16(1), (2) და (3)					
	მუხლი 4(4)	---					
	მუხლი 5	მუხლი 17					

	მუხლი 9	მუხლი 18				
	მუხლი 10	მუხლი 19				
	მუხლი 11	მუხლი 20				
	მუხლი 14	მუხლი 21				
	მუხლი 15	მუხლი 22				
	მუხლი 18	მუხლი 23				
	მუხლი 18ა	მუხლი 24				
	მუხლი 19	მუხლი 25				
	მუხლი 20	მუხლი 26				
	მუხლი 22	მუხლი 27				
	მუხლი 23	მუხლი 28				
	მუხლი 23ა	მუხლი 29				
	მუხლი 23ბ	მუხლი 30				
	მუხლი 24	მუხლი 31				
	---	მუხლი 32				
	მუხლი 26	მუხლი 33				
	---	მუხლი 34				
	---	მუხლი 35				
	მუხლი 27	მუხლი 36				

	---	დანართ o 1					
	---	დანართ o 2					