

საქართველოს კანონი

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონში ცვლილების შეტანის თაობაზე

მუხლი 1. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონში ცვლილების შეტანის თაობაზე“ საქართველოს კანონში (საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე (www.matsne.gov.ge), 11.11.2015, სარეგისტრაციო კოდი: 450140000.05.001.017944) შეტანილ იქნეს შემდეგი ცვლილება:

1. მე-16 მუხლის „ზ“ ქვეპუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

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

2. მე-16 მუხლს დაემატოს შემდეგი შინაარსის მე-2 პუნქტი:

„2. ამ მუხლის პირველი პუნქტით განსაზღვრული შინაარსობრივი ვალდებულებების შესრულების უზრუნველყოფის მიზნით, საზოგადოებრივი მაუწყებელი უფლებამოსილია ჩაატაროს საზოგადოებრივი აზრის/აუდიტორიის კვლევა.“.

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

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

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

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

5. მე-20¹ მუხლი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

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

1. სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ“ საქართველოს კანონი არ ვრცელდება საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერით გადასაცემი

გადაცემების, სერიალ(-ებ)ის, მხატვრული ან/და დოკუმენტური ფილმ(-ებ)ის დამზადების მომსახურების შესყიდვაზე.

2. ამ მუხლის პირველი პუნქტით დადგენილი გამონაკლისის გარდა, საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ განსახორციელებელი ტელერადიოპროდუქციასთან დაკავშირებული მომსახურების შესყიდვა ხორციელდება „სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად, გარდა ასევე იმ შემთხვევებისა, როდესაც ხორციელდება არარეზიდენტი პირისაგან ტელერადიოპროდუქციის (პროგრამები, გადაცემები, ფილმები, რეპორტაჟები, კულტურული ღონისძიებები) ან/და მასთან დაკავშირებული მომსახურების, აგრეთვე სატელევიზიო თანამგზავრის საშუალებით ტელერადიოპროდუქციის (პროგრამები, გადაცემები, ფილმები, რეპორტაჟები, კულტურული ღონისძიებები) გავრცელებასთან ან/და მის მიღებასთან დაკავშირებული მომსახურების შესყიდვა.“.

6. 21-ე მუხლს დაემატოს შემდეგი რედაქციის მე-2 და მე-3 პუნქტები:

„2. საზოგადოებრივი მაუწყებლის ახალი ტელერადიო და ვებპორტალის პროდუქციის/პროგრამაში დაგეგმილი ან შეტანილი ნებისმიერი სიახლის/ინოვაციის შესახებ ინფორმაცია ან ამ ინფორმაციის ამსახველი დოკუმენტი, რომლის გასაჯაროებას შეუძლია ზიანი მიაყენოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის საქმიანობას კონკურენტულ გარემოში, მისი ეთერში გასვლამდე, არ წარმოადგენს საჯარო ინფორმაციას და მასზე არ ვრცელდება საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის III თავი.

3. ამ მუხლის მე-2 პუნქტით გათვალისწინებული ინფორმაციის განსაჯაროების შესახებ გადაწყვეტილებას იღებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის გენერალური დირექტორი.“.

7. 30-ე მუხლის პირველი პუნქტის „ბ“ და „გ“ ქვეპუნქტები ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

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

„გ) გენერალური დირექტორის წარდგინებით იღებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბიუჯეტს, ასევე ცვლილებებს ბიუჯეტში და ამტკიცებს მისი შესრულების ანგარიშს;“.

8. კანონის 30-ე მუხლის პირველი პუნქტის „თ“ ქვეპუნქტი ამოღებულ იქნეს.

9. 33-ე მუხლის მე-5 პუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„5. ამ მუხლის მე-2-მე-4 პუნქტების ამოქმედებამდე საზოგადოებრივი მაუწყებლობის დაფინანსების ძირითადი წყაროა საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტი. საზოგადოებრივი მაუწყებლობის დაფინანსების ოდენობაა საქართველოს სახელმწიფოს წინა წლის მთლიანი შიდა პროდუქტის არანაკლებ 0,14%-ისა. საზოგადოებრივი მაუწყებლის წინა წლის ბიუჯეტიდან დარჩენილი ნაშთი მომდევნო წლის დასაწყისში ემატება სახელმწიფო ბიუჯეტიდან მიღებულ დაფინანსებას.“.

10. 33-ე მუხლს დაემატოს შემდეგი შინაარსის მე-5¹ და მე-6¹ პუნქტები:

„5¹. ამ მუხლის მე-2-მე-4 პუნქტების ამოქმედებამდე საზოგადოებრივი მაუწყებლის დაფინანსების ძირითად წყაროდ საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტის განსაზღვრის პერიოდში ძალაში რჩება ამ კანონის მე-15 და მე-16 მუხლების დებულებები, რომლის თანახმად, საზოგადოებრივი მაუწყებელი არის ხელისუფლებისაგან დამოუკიდებელი საჯარო სამართლის იურიდიული პირი და ასევე იკრძალება საზოგადოებრივი მაუწყებლის სარედაქციო, მმართველობითი და ფინანსური დამოუკიდებლობის ხელყოფა ან მასზე ზეწოლის სხვაგვარად განხორციელება ადმინისტრაციული ორგანოების მხრიდან. საზოგადოებრივი მაუწყებლის დაფინანსების ძირითად წყაროდ საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტის განსაზღვრის პერიოდში საზოგადოებრივ მაუწყებელზე არ ვრცელდება იმ ნორმატიული ან/და კანონქვემდებარე ნორმატიული აქტების მოქმედება, რომლებიც არეგულირებენ საბიუჯეტო ორგანიზაციების/დაწესებულებების საქმიანობას.“.

„6¹. საზოგადოებრივი მაუწყებელი უფლებამოსილია საქართველოს კანონმდებლობით განსაზღვრული შემოსავლები, მათ შორის, სახელმწიფო ბიუჯეტიდან მიღებული ასიგნებები, მიმართოს დამწყები საწარმოების (სტარტაპების) წახალისების, ტელე-, რადიო- და ონლაინ პროდუქციის ინოვაციური განვითარების, მაუწყებლობის სფეროში გარემოს განვითარების ხელშეწყობის მიზნით.“.

11. 64-ე მუხლის 1-ლი პუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„მუხლი 64. კომერციული რეკლამისა და ტელეშოპინგის განთავსების თავისებურებები

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

12. 64-ე მუხლს დაემატოს შემდეგი შინაარსის 1¹ პუნქტი:

„1¹. საზოგადოებრივი მაუწყებლის, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს არხებზე დასაშვებია მხოლოდ სპორტული რეპორტაჟის, საერთაშორისო ფესტივალის/კონკურსის და გასართობი გადაცემის, სერიალ(-ებ)ის სპონსორობის განთავსება.“.

13. 65-ე მუხლის მე-2 პუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„2. საზოგადოებრივი მაუწყებელი, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო, აგრეთვე სათემო მაუწყებელი ვალდებული არიან, ეთერში განთავსების მიზნით წარმოდგენილ სოციალურ რეკლამას უსასყიდლოდ და არადისკრიმინაციულად დაუთმონ 3 საათში ჯამში არანაკლებ 90 წამისა, რომლიდანაც არანაკლებ 10 წამისა საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა სათანადო სარეკლამო რგოლის წარმოდგენის შემთხვევაში საქართველოს ნატოსა და ევროკავშირში ინტეგრაციასთან დაკავშირებულ სოციალურ რეკლამას უნდა დაუთმოს. საზოგადოებრივი მაუწყებელი, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო, აგრეთვე სათემო მაუწყებელი ვალდებული არიან, მათი მომსახურების ზონაში მიმდინარე საარჩევნო კამპანიის დროს საზოგადოებას სოციალური რეკლამის სახით მიაწოდონ ინფორმაცია საარჩევნო სუბიექტებისა და მნიშვნელოვანი საარჩევნო პროცედურების შესახებ. ინფორმაცია ზუსტი უნდა იყოს და უნდა შეიცავდეს შემდეგ მონაცემებს:

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

მუხლი 2. ეს კანონი ამოქმედდეს გამოქვეყნებისთანავე.

საქართველოს პრეზიდენტი

გიორგი მარგველაშვილი