<u>პროექტი</u>

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-2 მუხლს დაემატოს შემდეგი შინაარსის ვ[1] პუნქტი:**

„ვ[1]) „დამწყები საწარმო (სტარტაპი) - მეწარმე სუბიექტი, რომელიც რეგისტრირებულია საქართველოში საქართველოს მოქალაქის/მოქალაქეთა ჯგუფის მიერ და მისი შექმნიდან არ გასულა 6 თვე;“

2. **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;“.

3. **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.“.

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

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

5. **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.“.

6. **მე-20[1] მუხლი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:**

„მუხლი 20[1]. საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ ტელერადიოპროდუქციის ან/და მასთან დაკავშირებული მომსახურების, აგრეთვე სატელიტური თანამგზავრის

საშუალებით ტელერადიოპროდუქციის გავრცელებასთან ან/და მის მიღებასთან დაკავშირებული მომსახურების შესყიდვა

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

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 წლიური ბიუჯეტის კანონის შემუშავების პერიოდში არსებული მაკრო პარამეტრების გათვალისწინებით დასაგეგმი წლის წინა წლისათვის განსაზღვრული მთლიანი შიდა პროდუქტის არანაკლებ 0.14%-ისა. საზოგადოებრივ მაუწყებელს შესაბამისი წლის სახელმწიფო ბიუჯეტით გათვალისწინებული დაფინანსება ერიცხება სრულად საბიუჯეტო წლის დასრულებამდე საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესით განსაზღვრული კვარტალური განწერის შესაბამისად.“.

10. **33-ე მუხლს დაემატოს შემდეგი შინაარსის 6[1] პუნქტი:**

„6[1]. 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. ამ პუნქტით გათვალისწინებული მიზნებისთვის დაფინანსების განხორციელების თაობაზე გადაწყვეტილებას იღებს სამეურვეო საბჭო გენერალური დირექტორის წარდგინების საფუძველზე.“.

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 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 1[1] პუნქტი:**

„1[1]. 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*