

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის იმ მუხლის (მუხლების) მოქმედი სრული რედაქცია, რომელშიც (რომლებშიც) წარმოდგენილი კანონის პროექტის შესაბამისად შედის ცვლილება, მათ შორის ხდება მისი (მათი) ამოღება.

მუხლი 63. ზოგადი დებულებანი

1. რეკლამასთან დაკავშირებით გამოიყენება „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონით დადგენილი წესები, თუ ამ კანონით სხვა რამ არ არის გათვალისწინებული.

2. იკრძალება არასათანადო, არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო, არაეთიკური და აშკარად ყალბი რეკლამის ან ტელეშოპინგის განთავსება.

2¹. აკრძალულია თამბაქოს ნაწარმის, თამბაქოს აქსესუარის ან/და თამბაქოს მოხმარებისთვის განკუთვნილი მოწყობილობის რეკლამა.

3. მაუწყებელი 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 გამიჯნული უნდა იყოს.

5. იკრძალება ახალი ამბების, საზოგადოებრივ-პოლიტიკური და წინასაარჩევნო დებატების პროგრამის წამყვანის ან ჟურნალისტის ნებისმიერი სახით მონაწილეობა რეკლამაში ან ტელეშოპინგში.

6. რეკლამაში, რომელიც გამიზნულია ბავშვებისათვის ან რომელშიც ბავშვები მონაწილეობენ, არ უნდა შეილახოს მათი ინტერესები.

7. ტელეშოპინგი არ შეიძლება გამიზნული იყოს არასრულწლოვანთათვის.

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.

9. (ამოღებულია - 19.02.2015, №3088).

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

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

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

ბ) რელიგიური ცერემონია;

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

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

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

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

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

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

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