„საქართველოს რეგიონულ მაუწყებელთა ასოციაციის" შენიშვნები საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის მიერ „მაუწყებლობის შესახებ კანონში" ცვლილებებისა და დამატებების შეტანის შესახებ მომზადებულ კანონის პროექტთან დაკავშირებით

„საქართველოს რეგიონულ მაუწყებელთა ასოციაცია" უკვე წლებია ითხოვს მაუწყებლებისთვის სარეკლამო ლიმიტების შემცირებას, და მოხარულია, რომ ევროპასთან ასოცირების ხელშეკრულება, რომელსაც საქართველომ ხელი ახლახანს მოაწერა, ითვალისწინებს, ადრე თუ გვიან, ამგვარი ცვლილებების განხორციელებას. თუმცა, ჩვენი წევრებისთვის არსებითად მნიშვნელოვანია, ბაზრის მოთამაშეები მომზადებულნი შეხვდნენ აღნიშნულ ცვლილებებს, ამიტომ აუცილებელია პარლამენტმა კანონპროექტი განიხილოს და აამოქმედოს დროის იმ მონაკვეთში, რომელიც ხელს არ შეუშლის მაუწყებლებს, მოახდინონ საკუთარი წლიური გაყიდვების ორგანიზება.

ამასთან, საქართველოს რეგიონულ მაუწყებელთა ასოციაცია, თხოვს პროექტის ავტორებსა და პარლამენტს, გაითვალისწინონ რეგიონული მაუწყებლებისთვის და აუდიტორიისთვის არსებითად მნიშვნელოვანი გარემოებები:

- კანონპროექტის მიხედვით მცოცავი საათი განმარტებულია, როგორც ,, სარეკლამო ჭრების განთავსების მიზნით გამოყენებული მცოცავი საათი, ყოველი წამიდან მომდევნო 60 წუთი;". მიგვაჩნია, რომ რეგიონული ტელევიზიებისთვის, საკადრო პრობლემებიდან გამომდინარე, რთულად დასარეგულირებელია აღნიშნული და უმჯობესია, სამაუწყებლო საათი განიმარტოს როგორც ,,სარეკლამო ჭრების განთავსების მიზნით გამოყენებული ასტრონომიული საათი". ასევე შესაძლებლად მიგვაჩნია ამ და სხვა ვალდებულებით ნაწილში რეგიონული და ეროვნული მაუწყებლების დიფერენცირება.

- საზოგადოებრივი მაუწყებლის არხების მიერ სასპონსორო პაკეტების გაყიდვის პრაქტიკა თვალნათლივ აჩვენებს, რომ მაუწყებელი, მიუხედავად კანონისმიერი აკრძალვისა, ხშირ შემთხვევაში არაკეთილსინდისიერად იყენებს სპონსორობის მიღების შესაძლებლობას და სასპონსორო რგოლების სახით მაყურებელს აწვდის რეკლამას. აღნიშნული ერთის მხრივ აზარალებს აუდიტორიას და მეორეს მხრივ კომერციულ მედიასაშუალებებს. სწორედ ამიტომ მნიშვნელოვნად მიგვაჩნია

ცვლილებების პროექტის რედაქტირება, კონკრეტულად კი პროექტის მე-9 და მე-10 მუხლების ცვლილება, იმგავრად, რომ მაუწყებლობის კანონის 67-ე მუხლის მესამე პუნქტი საზოგადოებრივი მაუწყებლის შემთხვევაში ამოქმედდეს კანონის ძალაში შესვლისთანავე. შესაბამისად მესამე პუნქტი უნდა დასრულდეს წინადადებით (ამოქმედდეს 2016 წლის პირველი იანვრიდან, ხოლო საზოგადოებრივი მაუწყებლის, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს, აგრეთვე სათემო მაუწყებლის შემთხვევაში კანონის გამოქვეყნებიდან მე-15 დღეს)

- იმავე ხასიათის შენიშვნა გვაქვს მაუწყებლობის შესახებ კანონის 68-ე მუხლის მეორე პუნქტთან, პუნქტი უნდა ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით - „დაუშვებელია სპონსორზე მითითება სპონსორის მიერ ნაწილობრივ ან მთლიანად დაფინანსებული პროგრამის ანონსში (ამოექმედდეს 2016 წლის პირველი იანვრიდან, ხოლი საზოგადოებრივი მაუწყებლის, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს, აგრეთვე სათემო მაუწყებლის შემთხვევაში კანონის გამოქვეყნებიდან მე-15 დღეს)

„საქართველოს რეგიონულ მაუწყებელთა ასოციაცია" არის 20 რეგიონული ტელევიზიის გაერთიანება და არსებობს 2005 წლიდან._