

საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის

დადგენილება №2

2014 წლის 22 აპრილი

ქ. თბილისი

„საარჩევნო პროცესში მედიის მონაწილეობისა და მისი გამოყენების წესის დამტკიცების შესახებ“ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2012 წლის 15 აგვისტოს №9 დადგენილებაში ცვლილებების შეტანის შესახებ

„ნორმატიული აქტების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-20 მუხლის მე-4 პუნქტის შესაბამისად, საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია ადგენს:

მუხლი 1

„საარჩევნო პროცესში მედიის მონაწილეობისა და მისი გამოყენების წესის დამტკიცების შესახებ“ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2012 წლის 15 აგვისტოს №9 დადგენილებით დამტკიცებულ „საარჩევნო პროცესში მედიის მონაწილეობისა და მისი გამოყენების წესში“ (სარეგისტრაციო კოდი 320110000.17.010.016021; გამოქვეყნების თარიღი 15.08.2012) შევიდეს შემდეგი ცვლილებები:

1. მე-4 მუხლი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„მუხლი 4. საარჩევნო პროცესში მაუწყებლის მიერ წინასაარჩევნო აგიტაციისა და რეკლამის განთავსების მიმართ წაყენებული მოთხოვნები

1. კენჭისყრამდე არაუგვიანეს 50-ე დღიდან კენჭისყრის დღემდე სამაუწყებლო ლიცენზიის მფლობელები, საზოგადოებრივი მაუწყებელი და საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო ვალდებული არიან, დაიცვან შემდეგი პირობები:

ა) წინასაარჩევნო აგიტაციისა და წინასაარჩევნო რეკლამისათვის საეთერო დროის გამოყოფის შემთხვევაში საჯაროდ გამოაცხადონ და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას ყოველი კვირის პარასკევს დღეს, კომისიის მიერ დადგენილი ფორმით მიაწოდონ შემდეგი ინფორმაცია:

ა.ა) მომდევნო კვირის ორშაბათიდან (თარიღი) ორშაბათამდე (თარიღი) ერთი კვირის პერიოდისთვის წინასაარჩევნო აგიტაციისა და წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამისთვის გამოყოფილი საეთერო დრო;

ა.ბ) 1 დღის განმავლობაში გამოყოფილი საეთერო დროის ხანგრძლივობა და გრაფიკი;

ა.გ) საეთერო დროის ტარიფი;

ა.დ) წინა კვირის პარასკევიდან (თარიღი) პარასკევამდე (თარიღი) განმავლობაში გაწეული მომსახურების შესახებ ინფორმაცია;

ა.ე) წინა კვირის პარასკევიდან (თარიღი) პარასკევამდე (თარიღი) სამაუწყებლო ბადის ჩანაწერი უწყვეტი ქრონომეტრაჟით;

ბ) მაუწყებლის მიერ 1 დღის განმავლობაში გამოყოფილი ფასიანი დრო არ უნდა აღემატებოდეს მისი დღიური მაუწყებლობის საერთო მოცულობის 15 პროცენტს და არც ერთ საარჩევნო სუბიექტს არ უნდა დაეთმოს ამ დროის ერთ მესამედზე მეტი;

გ) ფასიანი წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამის ტარიფი ყველა საარჩევნო სუბიექტისათვის (როგორც კვალიფიციური, ისე არაკვალიფიციური სუბიექტებისათვის) ერთნაირი უნდა იყოს;

დ) მაუწყებელმა საკუთარ ვებგვერდზე უნდა გამოაქვეყნოს წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამის განაწილების წესები, აგრეთვე წინასაარჩევნო აგიტაციისა და წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამის ეთერში გაშვების პირობები და სხვა შესაბამისი ინფორმაცია;



ე) "მოქალაქეთა პოლიტიკური გაერთიანებების შესახებ" საქართველოს ორგანული კანონის 26 მუხლის პირველი პუნქტით განსაზღვრული პირის მიერ, რომელიც არ არის საარჩევნო სუბიექტი, მაუწყებლის ეთერში წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამისა და წინასაარჩევნო აგიტაციის განთავსება ხორციელდება ამ წესის შესაბამისად, მაუწყებლის მიერ წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამისათვის და წინასაარჩევნო აგიტაციისთვის გამოყოფილი საეთერო დროის ფარგლებში, წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამისა და წინასაარჩევნო აგიტაციისთვის დადგენილი ტარიფებით; ამ შემთხვევაში მაუწყებელი დამოუკიდებლად იღებს გადაწყვეტილებას, ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში, საეთერო დროის გამოყოფის ან გამოყოფაზე უარის თქმის შესახებ.

ვ) ფასიანი წინასაარჩევნო აგიტაციისა და წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამის განთავსების მიზნით გამოყოფილ საეთერო დროზე ანგარიშსწორებისას მაუწყებელი ვალდებულია დაიცვას სახელმწიფო აუდიტის სამსახურის გენერალური აუდიტორის 2012 წლის 6 აგვისტოს №137/37 ბრძანებით განსაზღვრული წესები;

2. საერთო მაუწყებლობის ლიცენზიის მქონე ეროვნული მაუწყებელი ვალდებულია საერთო არჩევნებისას საარჩევნო კამპანიის დროს თავის ეთერში ყოველ 3 საათში არანაკლებ 90 წამით უსასყიდლოდ და არადისკრიმინაციულად განათავსოს თითოეული კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტის მიერ მისთვის წარდგენილი წინასაარჩევნო რეკლამა. არ შეიძლება სუბიექტის მიერ გამოუყენებელი დროის შემდგომ დამატება მისი კუთვნილი სხვა დროისათვის.

3. საზოგადოებრივი მაუწყებელი, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო, აგრეთვე სათემო მაუწყებლობის ლიცენზიის მფლობელი ვალდებული არიან, მათი მომსახურების ზონაში მიმდინარე საარჩევნო კამპანიის დროს თავიანთ ეთერში ყოველ საათში (არაუმეტეს 60 წამით) უსასყიდლოდ და არადისკრიმინაციულად განათავსონ თითოეული კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტის მიერ მათთვის წარდგენილი წინასაარჩევნო რეკლამა. არ შეიძლება სუბიექტის მიერ გამოუყენებელი დროის შემდგომ დამატება მისი კუთვნილი სხვა დროისათვის.

4. მაუწყებელი, გარდა ამ მუხლის მე-2 და მე-3 პუნქტებში აღნიშნული მაუწყებლებისა, ვალდებულია უსასყიდლოდ განათავსოს წინასაარჩევნო რეკლამა არჩევნების დღემდე ბოლო 30 დღის განმავლობაში, თუ მისი მომსახურების ზონაში მიმდინარე საარჩევნო კამპანიის დროს იგი განათავსებს „მოქალაქეთა პოლიტიკური გაერთიანებების შესახებ“ საქართველოს ორგანული კანონის 30-ე მუხლის მე-12 პუნქტით გათვალისწინებული საარჩევნო სუბიექტის ფასიან წინასაარჩევნო რეკლამას. ასეთ შემთხვევაში იგი ვალდებულია გამოყოს დრო წინასაარჩევნო რეკლამის უსასყიდლოდ განსათავსებლად (თუ ფასიანი რეკლამა „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით განსაზღვრული საუკეთესო დროის შუალედში განთავსდა, უფასო სარეკლამო დროც ქვემოთ დადგენილი პროპორციით იმავე შუალედში, იმავე დღეს ან დამკვეთთან შეთანხმებით – სხვა დღეს უნდა გამოიყოს. ყველა სხვა შემთხვევაში უფასო სარეკლამო დრო უნდა გამოიყოს სამაუწყებლო ბადეში ფასიანი რეკლამის განთავსების დროიდან სამსაათიან შუალედში, იმავე დღეს ან დამკვეთთან შეთანხმებით – სხვა დღეს. არ შეიძლება სუბიექტის მიერ გამოუყენებელი უფასო სარეკლამო დროის შემდგომ დამატება მისი კუთვნილი სხვა სარეკლამო დროისათვის);

ა) ზემოაღნიშნული საარჩევნო სუბიექტისთვის – მის მიერ შეძენილი სარეკლამო დროის ტოლი დრო, რომელიც ისე უნდა განაწილდეს, რომ 3 საათში 90 წამზე მეტი არ დაიკავოს;

ბ) საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 51-ე მუხლის მე-4 პუნქტით განსაზღვრული კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტებისთვის, გარდა „მოქალაქეთა პოლიტიკური გაერთიანებების შესახებ“ საქართველოს ორგანული კანონის 30-ე მუხლის მე-12 პუნქტით გათვალისწინებული საარჩევნო სუბიექტებისა – დრო, რომელიც ტოლია ამ პუნქტის ა) ქვეპუნქტში აღნიშნულ სუბიექტთა მიერ შეძენილი ჯამური სარეკლამო დროის ამ სუბიექტთა რაოდენობაზე განაყოფისა და რომელიც თანაბრად უნდა განაწილდეს ამავე პუნქტის ბ) ქვეპუნქტით განსაზღვრულ სუბიექტებს შორის, იმ პირობით, რომ ერთი სუბიექტისთვის გამოყოფილი დრო 3 საათში 90 წამზე მეტს არ დაიკავებს;

გ) საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ მე-2 მუხლის რ¹) ქვეპუნქტის შესაბამისად განსაზღვრული კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტებისთვის, გარდა საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 51-ე მუხლის მე-4 პუნქტით განსაზღვრული კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტებისა – ამ პუნქტის შესაბამისად შეძენილ ჯამურ სარეკლამო დროზე ორჯერ მეტი დრო, რომელიც თანაბრად უნდა განაწილდეს მათ შორის, იმ პირობით, რომ ერთი სუბიექტისთვის გამოყოფილი დრო 3 საათში 90 წამზე მეტს არ დაიკავებს.

5. ამ მუხლის მე-4 პუნქტში აღნიშნული მაუწყებლები, რომლებსაც სურთ ფასიანი წინასაარჩევნო რეკლამის განთავსება, არჩევნების დღემდე არაუგვიანეს 55-ე დღისა ცესკოს და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას გადასცემენ ინფორმაციას ფასიანი წინასაარჩევნო რეკლამის განთავსების შეთავაზებული



გრაფიკისა და სარეკლამო დროის ფასის შესახებ, რომელიც 1 დღის ვადაში განთავსდება ცესკოს ოფიციალურ ვებგვერდზე. „მოქალაქეთა პოლიტიკური გაერთიანებების შესახებ“ საქართველოს ორგანული კანონის 30-ე მუხლის მე-12 პუნქტით გათვალისწინებული საარჩევნო სუბიექტი არჩევნების დღემდე არაუგვიანეს მე-40 დღისა ცესკოს და შესაბამის მაუწყებელს გადასცემს ინფორმაციას ყოველ კონკრეტულ მაუწყებელში, ზემოაღნიშნული გრაფიკის გათვალისწინებით, სარეკლამო დროის შეძენის შესახებ (ამ ინფორმაციაში მითითებული უნდა იყოს თარიღები, დღის განმავლობაში განსათავსებელი რეკლამის განთავსების დროის შუალედები და შესაძენი სარეკლამო დროის ხანგრძლივობა). მაუწყებელი, რომელშიც სუბიექტმა შეიძინა სარეკლამო დრო, არჩევნების დღემდე არაუგვიანეს 38-ე დღისა ცესკოს და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას გადასცემს ინფორმაციას ამ მუხლის მე-4 პუნქტის შესაბამისად რეკლამის უსასყიდლოდ განსათავსებლად გამოყოფილი დროის შესახებ (თარიღები, დღის განმავლობაში განსათავსებელი რეკლამის განთავსების დროის შუალედები და სარეკლამო დროის ხანგრძლივობა), აგრეთვე ამ მუხლის მე-4 პუნქტის ბ) და გ) ქვეპუნქტებით განსაზღვრული თითო კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტისთვის გამოყოფილ სარეკლამო დროში რეკლამის განთავსების გრაფიკის თაობაზე. ამ ინფორმაციას ცესკო 1 დღის ვადაში განათავსებს თავის ოფიციალურ ვებგვერდზე. უფასო სარეკლამო დროის მიღების უფლების მქონე სუბიექტი შესაბამის მაუწყებელს რეკლამის განთავსების დღემდე არანაკლებ 2 დღით ადრე აცნობებს თავისი კუთვნილი დროის გამოყენების სურვილის შესახებ და მასთან შეთანხმებულ დროს გადასცემს რეკლამას.

6. საარჩევნო ბლოკისთვის გამოყოფილი ფასიანი/უფასო სარეკლამო დროის ხანგრძლივობის განსაზღვრისას მხედველობაში არ მიიღება მასში გაერთიანებული პარტიების ოდენობა; საარჩევნო ბლოკისათვის გამოყოფილი ფასიანი/უფასო სარეკლამო დრო მასში გაერთიანებული პარტიების ოდენობის მიხედვით არ ჯამდება და უტოლდება არჩევნებში დამოუკიდებლად მონაწილე პარტიისათვის გამოყოფილი ფასიანი/უფასო სარეკლამო დროის ხანგრძლივობას;

7. თუ პარტიებმა, რომლებიც გაერთიანდნენ საარჩევნო ბლოკში, გაერთიანებამდე გამოიყენეს უფასო სარეკლამო დრო, მათ მიერ გამოყენებული უფასო სარეკლამო დრო (გარდა ბლოკის პირველი ნომერი პარტიის უფასო სარეკლამო დროის ხანგრძლივობისა) უნდა გამოაკლდეს ბლოკისთვის, როგორც საარჩევნო სუბიექტისთვის, ბლოკის შექმნის შემდეგ გამოსაყოფი უფასო სარეკლამო დროის ხანგრძლივობას, კერძოდ პარტიების მიერ საარჩევნო ბლოკში გაერთიანებამდე გამოყენებული უფასო სარეკლამო დრო წინასაარჩევნო კამპანიის დარჩენილი დროის განმავლობაში ყოველდღიურად პროპორციულად გამოაკლდება საარჩევნო ბლოკისათვის გამოყოფილი უფასო სარეკლამო დროის ხანგრძლივობას;

8. თუ რომელიმე საარჩევნო სუბიექტმა არ გამოიყენა მისი წილი საეთერო დრო, სამაუწყებლო ლიცენზიის მფლობელს, საზოგადოებრივ მაუწყებელს, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიასა და რადიოს უფლება აქვთ, ეს დრო თანაბრად გადაუნაწილონ დანარჩენ საარჩევნო სუბიექტებს.

9. საზოგადოებრივი მაუწყებელი და საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო ვალდებული არიან კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტის გარდა, ყველა სხვა პარტიისა და საარჩევნო ბლოკის წინასაარჩევნო რეკლამის განთავსების მიზნით გამოყონ დრო, რომელიც თანაბრად განაწილდება ამ სუბიექტებს შორის;

10. ამ მუხლით გათვალისწინებული უფასო სარეკლამო დროის გამოყოფის ვალდებულება შუალედურ არჩევნებზე ვრცელდება მხოლოდ ადგილობრივ მაუწყებელზე;

11. წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამის გამოქვეყნებისას კადრის კუთხეში უნდა იყოს წარწერა ხოლო რადიომაუწყებლის მიერ წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამის განთავსებისას წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამის დასაწყისში უნდა გაჟღერდეს: „ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა“ ან „უფასო პოლიტიკური რეკლამა“, ხოლო წინასაარჩევნო აგიტაციის გამოქვეყნებისას კადრის კუთხეში განთავსდება წარწერა (რადიომაუწყებლის მიერ გაჟღერდება) „ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა“; წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამის გამოქვეყნება უნდა განხორციელდეს სურდოთარგმანით, რომლის უზრუნველყოფაც რეკლამის წარმდგენი საარჩევნო სუბიექტის ვალდებულებაა;

12. მაუწყებელი ვალდებულია კენჭისყრამდე არა უგვიანეს 50-ე დღიდან კენჭისყრის დღემდე არ დაუშვას წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამისა და წინასაარჩევნო აგიტაციის განთავსება სხვა დროს, გარდა ამ მიზნით გამოყოფილი დროის შუალედისა;

13. საზოგადოებრივი მაუწყებელი, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო, ასევე სათემო მაუწყებლობის ლიცენზიის მფლობელები ვალდებული არიან საარჩევნო კამპანიის დროს სოციალური რეკლამის სახით მიაწოდონ საზოგადოებას ინფორმაცია საარჩევნო სუბიექტებისა და მნიშვნელოვანი საარჩევნო პროცედურების შესახებ. ინფორმაცია უნდა იყოს ზუსტი და შეიცავდეს შემდეგ მონაცემებს:



ა) საარჩევნო უბნების მისამართები;

ბ) არჩევნების თარიღი;

გ) საარჩევნო საპროცედურო უფლებები და მოვალეობები.

14. მაუწყებელს ეკრძალება იმ წინასაარჩევნო დებატების პროგრამის რეკლამით ან ტელეშოპინგით შეწყვეტა, რომლის ხანგრძლივობა 15 წუთზე ნაკლებია; იმ შემთხვევაში, თუ წინასაარჩევნო დებატების პროგრამის ხანგრძლივობა 15 წუთზე მეტია, წინასაარჩევნო დებატების პროგრამა რეკლამით ან ტელეშოპინგით შეიძლება შეწყდეს არა უმეტეს 15 წუთში ერთხელ და არა უმეტეს 300 წამით;

15. კენჭისყრის დღეს აკრძალულია წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) ფასიანი ან/და უფასო რეკლამის, წინასაარჩევნო აგიტაციის განთავსება ტელევიზიისა და რადიოს ეთერში;

16. მაუწყებელი პასუხს არ აგებს წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამისა და წინასაარჩევნო აგიტაციის შინაარსზე. წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამის/წინასაარჩევნო აგიტაციის შინაარსზე პასუხისმგებლობა საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესით ეკისრება შესაბამისი რეკლამის/აგიტაციის დამკვეთს;

17. მაუწყებელის მიერ საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 51-ე მუხლის მე-8 და მე-10 პუნქტების შესაბამისად, ამავე პუნქტებით გათვალისწინებული სუბიექტების კვალიფიციურ საარჩევნო სუბიექტად აღიარების შემთხვევაში, მაუწყებელი ვალდებულია საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას წარმოუდგინოს კვალიფიციურ საარჩევნო სუბიექტად აღიარების თაობაზე შესაბამისი ინფორმაცია და დოკუმენტაცია აღიარებიდან 1 სამუშაო დღის ვადაში.

2. მე-6 მუხლს დაემატოს შემდეგი შინაარსის 2¹ პუნქტი:

„2¹. საზოგადოებრივი მაუწყებელი ვალდებულია საარჩევნო კამპანიის პერიოდში ეთერში გაშვებულ არჩევნებთან დაკავშირებულ თავის გადაცემებში უზრუნველყოს სურდოთარგმანი“.

მუხლი 2

ეს დადგენილება ამოქმედდეს გამოქვეყნებისთანავე.

კომისიის წევრი
კომისიის წევრი
კომისიის თავმჯდომარის
მოვალეობის შემსრულებელი

ირაკლი მოსეშვილი
ვახტანგ აბაშიძე
აკაკი სიხარულიძე

