



პროექტი

საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია

დადგენილება N

2020 წლის -----

ქ. თბილისი

„საარჩევნო პროცესში მედიის მონაწილეობისა და მისი გამოყენების წესის დამტკიცების შესახებ“ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2012 წლის 15 აგვისტოს N9 დადგენილებაში ცვლილებების შეტანის შესახებ

„ნორმატიული აქტების შესახებ“ საქართველოს ორგანული 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 N9 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-2 მუხლის მე-2 პუნქტი შემდეგი რედაქციით:

„2. საარჩევნო პროცესში მედიის მონაწილეობისა და მისი გამოყენების წესის მიზნებისთვის სხვა ტერმინებს აქვთ შემდეგი მნიშვნელობა:

- ა) წესი - საარჩევნო პროცესში მედიის მონაწილეობისა და მისი გამოყენების წესი;
- ბ) მომდევნო კვირა - კალენდარული კვირა ორშაბათიდან ორშაბათამდე;
- გ) წინა კვირა - კალენდარული კვირა პარასკევიდან პარასკევამდე.

2. მე-3 მუხლი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„მუხლი 3. საარჩევნო პროცესში მედიის მონაწილეობისა და მისი გამოყენების ზოგადი რეგულაციები

არჩევნების გაშუქებისას, ამ მუხლის პირველი პუნქტით განსაზღვრული სუბიექტები ვალდებული არიან იხელმძღვანელონ შემდეგი პრინციპებით:

ა) წინასაარჩევნო პერიოდისა და არჩევნების მიუკერძოებლად და სამართლიანად გაშუქება;

ბ) წინასაარჩევნო რეკლამის სამართლიანი, გამჭვირვალე და არადიკრიმინაციული განაწილება;

გ) წინასაარჩევნო დებატების არადისკრიმინაციულად და ყველა კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტის მონაწილეობით გადაცემა.

4. მედია მონიტორინგს ახორციელებს საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია, რომელიც უფლებამოსილია:

ა) შეისყიდოს მედიამონიტორინგის განხორციელებისათვის საჭირო მომსახურება ან,

ბ) უშუალოდ განახორციელოს მედიამონიტორინგი ან/და,

გ) გამოიყენოს მაღალი საზოგადოებრივი ნდობის მქონე საერთაშორისო ორგანიზაციების ან/და სამოქალაქო სექტორის სუბიექტების მიერ საარჩევნო პროცესის მიმდინარეობისას ჩატარებული და ამ წესების რელევანტური, საჯაროდ ხელმისაწვდომი მედია მონიტორინგის შედეგები.“

3. მე-4 მუხლი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

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

1. საარჩევნო პროცესში მაუწყებლის მიერ წინასაარჩევნო აგიტაციისა და რეკლამის განთავსება უნდა მოხდეს „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონითა და საქართველოს ორგანული კანონით „საქართველოს საარჩევნო კოდექსით“ დადგენილი წესების შესაბამისად.

2. კენჭისყრამდე არაუგვიანეს 50-ე დღიდან (მაუწყებლის მიერ წინასაარჩევნო რეკლამისათვის საეთერო დროის, წინასაარჩევნო კამპანიის დაწყებიდან კენჭისყრამდე 50-ე დღემდე პერიოდში გამოყოფის შემთხვევაში, საეთერო დროის გამოყოფის დღიდან) კენჭისყრის დღემდე სამაუწყებლო ლიცენზიის მფლობელი, ავტორიზებული საეთერო მაუწყებელი, 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 ფასიანი წინასაარჩევნო რეკლამის ტარიფები და ყოველკვირეულად შეავსონ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის ელექტრონული ანგარიშგების ფორმა 11.1, 11.2 და 11.3 (დანართი N1), ელექტრონული ანგარიშგების პორტალზე, კომისიის ოფიციალურ ვებ-გვერდზე: www.gncc.ge, ამავე დანართში მითითებული ვადების შესაბამისად.

ბ) წინასაარჩევნო კამპანიის დაწყებიდან, ყოველკვირეულად შეავსონ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის ელექტრონული ანგარიშგების ფორმა 11.4 (დანართი N1), ელექტრონული ანგარიშგების პორტალზე, კომისიის ოფიციალურ ვებ-გვერდზე: www.gncc.ge, ამავე დანართში მითითებული ვადების შესაბამისად.

გ) კომისიაში წარმოადგინონ წინა კვირის სამაუწყებლო ბადის ჩანაწერი უწყვეტი ქრონომეტრაჟით;

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) მაუწყებელი უფლებამოსილია წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამისათვის საეთერო დრო გამოყოს მხოლოდ სათანადო წესით რეგისტრირებული საარჩევნო სუბიექტისთვის.

ვ) ფასიანი წინასაარჩევნო აგიტაციისა და წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამის განთავსების მიზნით გამოყოფილ საეთერო დროზე ანგარიშსწორებისას მაუწყებელი ვალდებულია დაიცვას სახელმწიფო აუდიტის სამსახურის გენერალური აუდიტორის ბრძანებით განსაზღვრული წესები.

3. 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;

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

5. მაუწყებელმა უნდა უზრუნველყოს ისეთი წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამის განთავსება, რომელიც დააკმაყოფილებს საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსითა“ და „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით რეკლამისთვის დადგენილ მოთხოვნებს.“

6. მაუწყებლის 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.“

4. მე-5 მუხლი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„მუხლი 5. საარჩევნო პროცესში გაზეთის მიერ წინასაარჩევნო აგიტაციისა და რეკლამის განთავსების მიმართ წაყენებული მოთხოვნები

არჩევნების გამოცხადებიდან არჩევნების შედეგების შეჯამებამდე გაზეთები, რომლებიც ფინანსდება ცენტრალური ან ადგილობრივი ბიუჯეტიდან, ვალდებული არიან, დაიცვან შემდეგი პირობები:

გაზეთის მიერ წინასაარჩევნო აგიტაციისა და წინასაარჩევნო რეკლამისათვის გაზეთის ფართობის გამოყოფის შემთხვევაში, იმავე გაზეთში ყოველკვირეულად გამოაქვეყნონ და ყოველი კვირის პარასკევს დღეს საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას ელექტრონული ფოსტაზე - post@gncc.ge, ამ წესით დადგენილი ფორმით (დანართი №2) მიაწოდონ შემდეგი ინფორმაცია:

ა) მომდევნო კვირის ორშაბათიდან (თარიღი) ორშაბათამდე (თარიღი), ერთი კვირის პერიოდისთვის გამოყოფილი გაზეთის ფართობი;

ბ) გაზეთის ერთ ნომერში გამოყოფილი ფართობის სიდიდე;

გ) უფასო ფართობის გამოყოფის შემთხვევაში – მთლიანად გამოყოფილი ფართობის უფასო ნაწილის სიდიდე;

დ) ფართობის ტარიფი;

ე) გასული კვირის მანძილზე (პარასკევიდან პარასკევამდე) გაწეული მომსახურების შესახებ ინფორმაცია; „

5. მე-6 მუხლი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„მუხლი 6. საარჩევნო პროცესში მაუწყებლის მიერ წინასაარჩევნო დებატების, ახალ ამბებისა და საზოგადოებრივ-პოლიტიკური გადაცემების გაშუქებისას მაუწყებლის მიმართ წაყენებული მოთხოვნები

წინასაარჩევნო დებატებში, ახალ ამბებსა და საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ გადაცემებში საარჩევნო პროცესის გაშუქებისას მაუწყებლებმა უნდა დაიცვან „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით, საქართველოს ორგანული კანონით „საქართველოს საარჩევნო კოდექსითა“ და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2009 წლის 12 მარტის №2 დადგენილებით დამტკიცებული „მაუწყებელთა ქცევის კოდექსით“ დადგენილი მოთხოვნები.

6. მე-7 მუხლი ამოღებულ იქნეს.

7. მე-8 მუხლის:

8. ა) მე-2 პუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„2. თუ ამ წესით სხვა რამე არ არის დადგენილი, კომისიის მიერ მონიტორინგი ტარდება „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის საქმიანობის მარეგულირებელი წესების“ შესაბამისად;“

ბ) მე-4 პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„ბ) საზოგადოებრივ-პოლიტიკური პროგრამები და წინასაარჩევნო დებატები;“

გ) მე-5 პუნქტი ამოღებულ იქნეს.

9. მე-9 მუხლის მე-3 პუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„3. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით წინასაარჩევნო პერიოდში მაუწყებლებისთვის დაკისრებული ვალდებულებების, ამ წესით დადგენილი სხვა ვალდებულებების, მათ შორის სახელმწიფო აუდიტის სამსახურის გენერალური აუდიტორის ბრძანებით განსაზღვრული წესების დარღვევისათვის, მაუწყებელს პასუხისმგებლობა ეკისრება „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად.“

10. მე-10 მუხლი ამოღებულ იქნეს.

11. დანართი N1 ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„დანართი N1

ფორმა 11.1 მაუწყებლობის წინასაარჩევნო აგიტაციისა და წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამა -

ზოგადი

(ივსება საანგარიშო პერიოდის დაწყებამდე)

საანგარიშო პერიოდი წარმოადგენს კალენდრულ კვირას (ორშაბათი - კვირა).

ველი	განმარტება
არხის დასახელება	შესაბამისი არხის დასახელება
პერიოდის დაწყება	შესაბამისი საანგარიშო პერიოდის საწყისი თარიღი (წელი/თვე/დღე)
პერიოდის დასრულება	შესაბამისი საანგარიშო პერიოდის ბოლო თარიღი (წელი/თვე/დღე)
სრული საეთერო დრო (წთ)	მაუწყებლის სრული საეთერო დროის ხანგრძლივობა წთ-ებში
სრული ხანგრძლივობა (წთ)	შესაბამისი კვირის მაძილზე სულ გამოყოფილი დრო სულ
უფასო საეთერო დრო (წთ)	შესაბამისი კვირის მაძილზე სულ გამოყოფილი უფასო საეთერო დრო
ვებ-გვერდის მისამართი	ვებ-გვერდის მისამართი (url), სადაც გამოქვეყნებულია შესაბამისი ინფორმაცია

ფორმა 11.2 მაუწყებლობის წინასაარჩევნო აგიტაციისა და წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამა -

საეთერო დროის ტარიფი

(ივსება საანგარიშო კვირის დაწყებამდე)

საანგარიშო პერიოდი წარმოადგენს კალენდრულ კვირას (ორშაბათი - კვირა).

ველი	განმარტება
არხის დასახელება	შესაბამისი არხის დასახელება
თარიღი	პროგრამის გასვლის თარიღი (წელი/თვე/დღე)
დრო	პროგრამის გასვლის დრო (საათი:წუთი)
პროგრამის სახელი	შესაბამისი პროგრამის დასახელება
ლარი (ფასი გადაცემამდე)	1 წთ-ის ფასი ლარებში რეკლამის გადაცემის დაწყებამდე განთავსებისას
ლარი (ფასი გადაცემაში)	1 წთ-ის ფასი ლარებში რეკლამის გადაცემის მიმდინარეობისას
ლარი (ფასი გადაცემის შემდეგ)	1 წთ-ის ფასი ლარებში რეკლამის გადაცემის დასრულების შემდეგ

ფორმა 11.3 მაუწყებლობის წინასაარჩევნო აგიტაციისა და წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამა -

გაწეული მომსახურება

(ივსება საანგარიშო პერიოდის დასრულებიდან 7 კალენდრულ დღეში)

საანგარიშო პერიოდი წარმოადგენს კალენდრულ კვირას (ორშაბათი - კვირა).

ველი	განმარტება
არხის დასახელება	შესაბამისი არხის დასახელება
რიცხვი	პროგრამის გასვლის თარიღი (წელი/თვე/დღე)
საარჩევნო სუბიექტის N	შესაბამისი საარჩევნო სუბიექტის ნომერი
უფასო საეთერო დრო	შესაბამისი უფასო საეთერო დრო წთ-ში
ფასიანი საეთერო დრო	შესაბამისი ფასიანი საეთერო დრო წთ-ში

მიღებული შემოსავალი	ფასიანი რეკლამიდან მიღებული შესაბამისი ჯამური შემოსავალი ლარში.
---------------------	---

**ფორმა 11.4 მაუწყებლის თვითრეგულირების მექანიზმში შესული
საჩივრები**

(ივსება საანგარიშო პერიოდის დასრულებიდან 7 კალენდრულ დღეში)
საანგარიშო პერიოდი წარმოადგენს კალენდრულ კვირას (ორშაბათი - კვირა).

ველი	განმარტება
არხის დასახელება	შესაბამისი არხის დასახელება
რიცხვი	პროგრამის გავლის თარიღი (წელი/თვე/დღე)
საჩივრის მოკლე აღწერა	ინფორმაცია შესაბამისი პერიოდის განმავლობაში მაუწყებლის თვითრეგულირების მექანიზმში შესული საჩივრის თაობაზე და საჩივრის მოკლე აღწერილობა.

მუხლი 2

ეს დადგენილება ამოქმედდეს გამოქვეყნებისთანავე.

კომისიის თავმჯდომარე

კომისიის წევრი

კომისიის წევრი

კომისიის წევრი

კახი ბექაური

ვახტანგ აბაშიძე

ელისო ასანიძე

მერაბ ქათამაძე

კონსტანტინე ქორიძე



აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურების მთავარი სპეციალისტი
აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტი