



N გ-21-04/2193
26/07/2021

2193-გ-21-04-2-202107261458



მაუწყებლებს

„წინასაარჩევნო პერიოდში მაუწყებელთა ვალდებულებების შესახებ“

როგორც თქვენთვის ცნობილია, საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 133-ე მუხლის შესაბამისად, მუნიციპალიტეტის წარმომადგენლობითი ორგანოს – საკრებულოს და თვითმმართველი ქალაქის/თვითმმართველი თემის მერის მორიგი არჩევნები ტარდება მორიგი არჩევნების წლის **ოქტომბრის პირველ შაბათს**. ამავე მუხლის შესაბამისად, მუნიციპალიტეტის წარმომადგენლობითი ორგანოს – საკრებულოს და თვითმმართველი ქალაქის/თვითმმართველი თემის მერის მორიგ არჩევნებს ნიშნავს საქართველოს პრეზიდენტი საქართველოს პრემიერ-მინისტრის თანახელმძღვანელობით, მორიგ არჩევნებამდე 60 დღით ადრე.

საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსით“, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონითა და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2012 წლის 15 აგვისტოს N9 დადგენილებით დამტკიცებული „საარჩევნო პროცესში მედიის მონაწილეობისა და მისი გამოყენების წესით“ მაუწყებლებისთვის დადგენილი მოთხოვნების დაცვის მიზნით, გაცნობებთ შემდეგს:

1. საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 50-ე მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, სამაუწყებლო ლიცენზიის მფლობელი, ავტორიზებული მაუწყებელი, საზოგადოებრივი მაუწყებელი და საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო ვალდებულია ცესკოს და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას ვებგვერდზე გამოქვეყნების მიზნით, კენჭისყრამდე არაუგვიანეს მე-60 დღიდან 5 კალენდარული დღის ვადაში გადასცეს ინფორმაცია ფასიანი წინასაარჩევნო რეკლამის განსათავსებლად საეთერო დროის ტარიფების შესახებ. ეს ტარიფები ძალაში შედის კენჭისყრამდე 50-ე დღიდან. შესაბამისი ტარიფის შეცვლა დასაშვებია ერთხელ, კენჭისყრამდე არაუგვიანეს 35-ე კალენდარული დღისა, გარდა ამ კანონით გათვალისწინებული შემთხვევისა. ტარიფის შეცვლის შემთხვევაში ახალი ტარიფი ეგზავნება საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას ვებგვერდზე გამოქვეყნების მიზნით. ეს ტარიფი ძალაში შედის კენჭისყრამდე 30-ე კალენდარულ დღეს. ამ პუნქტში აღნიშნული შესაბამისი პირი ვალდებულია კენჭისყრამდე 50-ე დღიდან დაიწყოს რეკლამის განთავსება შემდეგი პირობების დაცვით:

მაუწყებლის მიერ წინასაარჩევნო აგიტაციისა და პოლიტიკური რეკლამისათვის საეთერო დროის გამოყოფის შემთხვევაში საჯაროდ გამოაცხადოს და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას ყოველკვირეულად გადასცეს შემდეგი ინფორმაცია: რომელი რიცხვიდან რომელ რიცხვამდე და რა პერიოდულობით არის გამოყოფილი საეთერო დრო, 1 დღის განმავლობაში გამოყოფილი დროის ხანგრძლივობა და გრაფიკი, გაწეული მომსახურება; აღნიშნული ინფორმაციის მოწოდება კომისიისთვის მოხდება საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის ელექტრონული ანგარიშგების ფორმა 11.1, 11.2, 11.3 და 11.4-ის შევსებით ელექტრონული ანგარიშგების პორტალზე, კომისიის ოფიციალურ ვებ-გვერდზე: www.comcom.ge.

2. ტელე ან რადიოკომპანიის მიერ 1 დღის განმავლობაში გამოყოფილი ფასიანი დრო არ უნდა აღემატებოდეს მისი დღიური მაუწყებლობის საერთო მოცულობის 15 პროცენტს და არცერთ საარჩევნო სუბიექტს არ უნდა დაეთმოს ამ დროის ერთ მესამედზე მეტი. ფასიანი დროის ტარიფი ყველა საარჩევნო სუბიექტისათვის (როგორც კვალიფიციური, ისე არაკვალიფიციური სუბიექტებისათვის) ერთნაირი უნდა იყოს. პოლიტიკური რეკლამის გამოქვეყნებისას კადრის კუთხეში უნდა იყოს წარწერა „ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა“ ან „უფასო პოლიტიკური რეკლამა“. ასეთ რეკლამას უნდა ჰქონდეს სურდოთარგმანი, რომლის უზრუნველყოფაც რეკლამის წარმდგენი საარჩევნო სუბიექტის ვალდებულებაა. ამასთან მაუწყებელი ვალდებულია საკუთარ ვებ-გვერდზე გამოაქვეყნოს წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამის განაწილების წესები, აგრეთვე წინასაარჩევნო აგიტაციისა და წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამის ეთერში გაშვების პირობები და სხვა შესაბამისი ინფორმაცია. მაუწყებლებმა არ უნდა დაუშვან პოლიტიკური რეკლამის განთავსება სხვა დროს, გარდა გამოყოფილი დროის შუალედისა. ამასთან, თუ რომელიმე საარჩევნო სუბიექტმა არ გამოიყენა თავისი წილი საეთერო დრო ან გაზეთის ფართობი, სამაუწყებლო ლიცენზიის მფლობელს, ავტორიზებულ საეთერო მაუწყებელს, საზოგადოებრივ მაუწყებელს, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიასა და რადიოს და გაზეთს უფლება აქვთ, ეს დრო ან ფართობი თანაბრად გადაუნაწილონ დანარჩენ საარჩევნო სუბიექტებს.

3. საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 186-ე მუხლის მე-2 პუნქტის შესაბამისად, უფასო საეთერო დრო ამ კანონით დადგენილი წესით თანაბრად ეძლევათ იმ პარტიებსა და საარჩევნო ბლოკებს, რომლებმაც ბოლო საპარლამენტო არჩევნებში საქართველოს კონსტიტუციით დადგენილი შესაბამისი საარჩევნო ბარიერი გადალახეს. თუ უფასო საეთერო დრო საარჩევნო ბლოკს ეძლევა, ეს დრო მასში გაერთიანებულ პოლიტიკურ პარტიებს შორის თანაბრად ნაწილდება.

4. საზოგადოებრივი მაუწყებელი, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია/რადიო, აგრეთვე სათემო მაუწყებელი ვალდებულია მისი მომსახურების ზონაში საარჩევნო კამპანიის მიმდინარეობისას არჩევნების დღემდე 50-ე დღიდან თავის ეთერში ყოველ საათში 5 წუთი გამოყოს წინასაარჩევნო რეკლამის უსასყიდლოდ განსათავსებლად და ყოველ 3 საათში თანაბრად და არადისკრიმინაციულად განათავსოს თითოეული უფლებამოსილი პარტიის მიერ მისთვის წარდგენილი წინასაარჩევნო რეკლამა, იმ პირობით, რომ ამ პერიოდში ერთი საარჩევნო სუბიექტისათვის გამოყოფილი სარეკლამო დრო 90 წამს არ აღემატებოდეს (საარჩევნო სუბიექტს შეუძლია ეს დრო რამდენიმე ნაწილად დაყოს). არ შეიძლება საარჩევნო სუბიექტის მიერ გამოუყენებელი დროის შემდგომ დამატება მისი კუთვნილი სხვა დროისათვის.

5. საზოგადოებრივი მაუწყებელი, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია/რადიო (საჯარო სამართლის იურიდიული პირი) ვალდებულია, კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტის გარდა, ყველა სხვა პარტიის წინასაარჩევნო რეკლამის განსათავსებლად გამოყოს დრო, რომელიც ამ პარტიებს შორის თანაბრად განაწილდება.

6. საერთო მაუწყებლობის განმახორციელებელი ეროვნული მაუწყებელი ვალდებულია საერთო არჩევნების დროს საარჩევნო კამპანიის მიმდინარეობისას არჩევნების დღემდე 50-ე დღიდან თავის ეთერში ყოველ 3 საათში 7,5 წუთი გამოყოს წინასაარჩევნო რეკლამის უსასყიდლოდ განსათავსებლად და თანაბრად და არადისკრიმინაციულად განათავსოს თითოეული კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტის მიერ მისთვის წარდგენილი წინასაარჩევნო რეკლამა, იმ პირობით, რომ ამ პერიოდში ერთი საარჩევნო სუბიექტისათვის გამოყოფილი სარეკლამო დრო 90 წამს არ აღემატებოდეს (საარჩევნო სუბიექტს შეუძლია ეს დრო რამდენიმე ნაწილად დაყოს). არ შეიძლება საარჩევნო სუბიექტის მიერ გამოუყენებელი დროის შემდგომ დამატება მისი კუთვნილი სხვა დროისათვის.

7. საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონისა და კომისიის 2012 წლის 15 აგვისტოს N9 დადგენილებით დამტკიცებული „საარჩევნო პროცესში მედიის მონაწილეობისა და მისი გამოყენების წესის“ შესაბამისად, წინასაარჩევნო პერიოდში საერთო მაუწყებელი ვალდებულია გადასცეს წინასაარჩევნო დებატები მისი მომსახურების ზონაში მიმდინარე საარჩევნო კამპანიის დროს და არადისკრიმინაციულად უზრუნველყოს ყველა კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტის თანაბარი მონაწილეობა წინასაარჩევნო დებატებში. წინასაარჩევნო კამპანიის მიმდინარეობისას არჩევნების გამუქების დროს საზოგადოებრივ-პოლიტიკური პროგრამებისა და ახალი ამბების გადაცემისას მაუწყებელმა უნდა დაიცვას მიუკერძოებლობისა და სამართლიანობის პრინციპი „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის, საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2009 წლის 12 მარტის N2 დადგენილებით დამტკიცებული „მაუწყებელთა ქცევის კოდექსის“ და საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ შესაბამისად. წინასაარჩევნო პერიოდში საზოგადოებრივი მაუწყებელი ვალდებულია საარჩევნო კამპანიის მსვლელობისას საუკეთესო დროს გადასცეს წინასაარჩევნო დებატები და არადისკრიმინაციულად უზრუნველყოს ყველა კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტის თანაბარი მონაწილეობა წინასაარჩევნო დებატებში, ხოლო საარჩევნო კამპანიის პერიოდში ეთერში გამვებულ არჩევნებთან დაკავშირებულ თავის გადაცემებში უზრუნველყოს სურდოთარგმანი.

8. საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 186-ე მუხლის მე-18, მე-19 და მე-20 პუნქტებით კანონმდებლობაში განსაზღვრულია დამატებითი რეგულაციები წინასაარჩევნო რეკლამასთან დაკავშირებით, რომელთა შესაბამისადაც:

„18. დაუშვებელია ერთი საარჩევნო სუბიექტის მიერ სარეკლამო დროის ფარგლებში მაუწყებლის ეთერში ისეთი სარეკლამო რგოლის განთავსება, რომელიც სხვა საარჩევნო სუბიექტის სააგიტაციო მიზნებს ემსახურება. საარჩევნო სუბიექტის რეკლამა არ უნდა შეიცავდეს სხვა საარჩევნო სუბიექტის არჩევისათვის ხელის შემწყობი რეკლამის ელემენტებს, მათ შორის, მის წარმომადგენელს, რიგით ნომერსა და სიმბოლიკას.

„19. პოლიტიკური/წინასაარჩევნო რეკლამის მიმდინარეობისას საარჩევნო სუბიექტის სახელწოდების აღმნიშვნელი ასოების ერთიანი კონტურებისა და მისი არჩევნებში

მონაწილეობის რიგითი ნომრის აღმნიშვნელი ციფრების ერთიანი კონტურების ჯამი უნდა იკავებდეს კადრის ფართობის არანაკლებ 10%-ს. ამასთანავე, რეკლამა ისე უნდა იყოს დამზადებული, რომ მისი დასრულებისას, არანაკლებ ბოლო 1 წამის განმავლობაში ნაჩვენები იყოს საარჩევნო სუბიექტის სახელწოდება და რიგითი ნომერი, იმგვარად, რომ სახელწოდების აღმნიშვნელი ასოების ერთიანი კონტურებისა და რიგითი ნომრის აღმნიშვნელი ციფრების ერთიანი კონტურების ჯამი იკავებდეს კადრის ფართობის არანაკლებ 50%-ს. ამ პუნქტით დადგენილი წესის დარღვევის შემთხვევაში მაუწყებელი არ განათავსებს შესაბამის პოლიტიკურ/წინასაარჩევნო რეკლამას.

ამასთანავე შეგახსენებთ, რომ 2020 წლის საქართველოს პარლამენტის არჩევნების წინასაარჩევნო პერიოდში, მოქმედებდა საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 185-ე მუხლით გათვალისწინებული ვალდებულებები, რომლებიც კადრის ფართობის არანაკლებ 5% და 25% აკეთებდა მითითებას.

„20. მაუწყებელს ეკრძალება შესაბამისი საარჩევნო სუბიექტისათვის ფასიანი რეკლამის განთავსებისათვის გადახდილი საფასურის შესაბამისზე მეტი საეთერო დროის დათმობა ან უფასო რეკლამის განთავსებისას ამ კანონით განსაზღვრულზე მეტი დროის დათმობა. ამ პუნქტით გათვალისწინებული ქმედება აკრძალულ შემოწირულობად ჩაითვლება.“

9. აკრძალულია კენჭისყრამდე 48 საათის განმავლობაში და კენჭისყრის დღის 20 საათამდე არჩევნებთან დაკავშირებული საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვის შედეგების გამოქვეყნება, გარდა არჩევნების შესაძლო მონაწილეთა და კენჭისყრის დღეს არჩევნების მონაწილეთა რაოდენობისა. არჩევნების დანიშვნის დღიდან ცესკოს მიერ არჩევნების საბოლოო შედეგების გამოქვეყნებამდე და ამ დღიდან 1 თვის განმავლობაში არჩევნებთან დაკავშირებული საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვის შედეგების გამოქვეყნებისას უნდა მიეთითოს გამოკითხვის დამკვეთი (სახელწოდება საჯარო ან საარჩევნო რეგისტრაციის მიხედვით და იურიდიული მისამართი, თუ დამკვეთი იურიდიული პირი ან სახელმწიფო ორგანო; გვარი, სახელი და მისამართი მოქალაქის პირადობის მოწმობის მიხედვით, თუ დამკვეთი ფიზიკური პირია), გამოკითხვა ფასიანია თუ უფასო, ორგანიზაცია, რომელმაც ჩაატარა გამოკითხვა (სახელწოდება საჯარო ან საარჩევნო რეგისტრაციის მიხედვით და იურიდიული მისამართი), გამოკითხვის თარიღი, გამოკითხვის მეთოდი, გამოკითხვაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირება, შესაძლო ცდომილების ფარგლები. საზოგადოებრივი აზრის კვლევის შედეგების გამოქვეყნებისას უნდა მიეთითოს:

- ა) ორგანიზაცია, რომელმაც ჩაატარა კვლევა;
- ბ) კვლევის დამკვეთი ან დამფინანსებელი;
- გ) კვლევაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირება და თანამიმდევრობა;
- დ) საველე კვლევის ჩატარების დრო; ე) გამოკითხულთა რაოდენობა და შერჩევის მეთოდი;
- ვ) რა არეალში ან რა კატეგორიის ადამიანებში ჩატარდა შერჩევა;
- ზ) ეფუძნება თუ არა კვლევა ყველა გამოკითხულის აზრს;
- თ) იმ რესპონდენტთა რაოდენობა, რომლებმაც კვლევაში მონაწილეობაზე უარი განაცხადეს ან არ გასცეს კითხვას პასუხი ან რომელთა გამოკითხვაც ვერ მოხერხდა;
- ი) შერჩევის ზომა;

კ) ცდომილების ფარგლები;

ლ) ინფორმაცია ნებისმიერი სხვა ფაქტორის შესახებ, რომელმაც შესაძლოა კვლევის შედეგებზე მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა.

10. აკრძალულია კენჭისყრამდე 8 საათის განმავლობაში და კენჭისყრის დღის 20 საათამდე ტელევიზიისა და რადიოს ეთერში ფასიანი წინასაარჩევნო რეკლამის ან/და უფასო წინასაარჩევნო რეკლამის, საარჩევნო სუბიექტების პროგრამების განთავსება და გადაცემა, აგრეთვე საარჩევნო მიზნებისათვის ავტომატიზებული სატელეფონო ზარების განხორციელება და მოკლე ტექსტური შეტყობინებების გაგზავნა.

11. საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 82-ე მუხლის შესაბამისად, კანონით დადგენილ ვადებში არჩევნებთან დაკავშირებული საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვის შედეგების გამოქვეყნება სავალდებულო ინფორმაციის გარეშე ან გამოქვეყნებასთან დაკავშირებული სხვა წესების დარღვევა გამოიწვევს დაჯარიმებას 5 000 ლარის ოდენობით.

12. საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 194-ე მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, წინასაარჩევნო აგიტაციასთან, პოლიტიკური/წინასაარჩევნო რეკლამის განთავსებასთან დაკავშირებით ამ კანონით დადგენილ მოთხოვნათა დარღვევა, გარდა ამ მუხლის მე-2, მე-3 და მე-4 პუნქტებით განსაზღვრული შემთხვევებისა, გამოიწვევს შესაბამისი საარჩევნო სუბიექტის დაჯარიმებას არაუმეტეს რეკლამის განთავსების დროისათვის დადგენილი ტარიფის ოდენობით, ხოლო კოდექსის 186-ე მუხლის მე-18 პუნქტით (წერილის მე-8 პუნქტი) დადგენილი მოთხოვნის დარღვევა გამოიწვევს შესაბამისი საარჩევნო სუბიექტის დაჯარიმებას არაუმეტეს რეკლამის განთავსების დროისათვის დადგენილი ტარიფის ორმაგი ოდენობით. თუ დაჯარიმება გამოწვეულია უფასო რეკლამის განთავსებით, ჯარიმის ოდენობა გამოითვლება შესაბამისი მაუწყებლის მიერ ფასიანი რეკლამის განთავსებისათვის განსაზღვრული ტარიფის არაუმეტეს ორმაგი ოდენობით.

13. საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 194-ე მუხლის მეორე პუნქტის შესაბამისად, კოდექსის 186-ე მუხლის მე-10 ან მე-20 პუნქტით (წერილის მე-8 პუნქტი) დადგენილი მოთხოვნის დარღვევა გამოიწვევს შესაბამისი მაუწყებლის დაჯარიმებას არაუმეტეს რეკლამის განთავსების დროისათვის დადგენილი ტარიფის ორმაგი ოდენობით. თუ დაჯარიმება გამოწვეულია უფასო რეკლამის განთავსებით, ჯარიმის ოდენობა გამოითვლება შესაბამისი მაუწყებლის მიერ ფასიანი რეკლამის განთავსებისათვის განსაზღვრული ტარიფის არაუმეტეს ორმაგი ოდენობით. ამ კანონის 50-ე მუხლის პირველი პუნქტის „ბ“-„დ“ ქვეპუნქტებით ან 11 პუნქტით დადგენილი მოთხოვნის დარღვევა ან მაუწყებლის მიერ 185-ე ან 186-ე მუხლით დადგენილი სხვა ვალდებულებების შეუსრულებლობა გამოიწვევს შესაბამისი მაუწყებლის დაჯარიმებას 5 000 ლარის ოდენობით.

14. ამასთანავე, შეგახსენებთ იმასაც, რომ საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსით“ დადგენილი ვალდებულებ(ებ)ის დარღვევის შემთხვევაში, მაუწყებელს შეიძლება პასუხისმგებლობა დაეკისროს „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით დადგენილი ზოგადი წესით („მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 70-ე - 72-ე მუხლების შესაბამისად), იმ შემთხვევაში თუ ამ დარღვევისთვის სპეციალური სანქცია განსაზღვრული არ არის საქართველოს ორგანული კანონით „საქართველოს საარჩევნო კოდექსი“.

15. საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ მე-2 მუხლის 3) პუნქტის შესაბამისად, წინასაარჩევნო კამპანია არის საარჩევნო სუბიექტის/საარჩევნო სუბიექტობის კანდიდატის მიერ არჩევნებში მონაწილეობისა და გამარჯვების მიზნით ჩატარებულ ღონისძიებათა ერთობლიობა, ხოლო 45-ე მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, წინასაარჩევნო კამპანია (აგიტაცია) იწყება კენჭისყრის დღემდე 60 დღით ადრე.

აღსანიშნავია, რომ იმ შემთხვევაში, თუ წინასაარჩევნო კამპანია არ მიმდინარეობს, საქართველოს მოქმედი კანონმდებლობის შესაბამისად, მაუწყებლების მიერ საკუთარ ეთერში დაუშვებელია წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამის განთავსება არაწინასაარჩევნო პერიოდში.

წინასაარჩევნო პერიოდში კი ფასიანი და უფასო წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამის განთავსება დასაშვებია კენჭისყრამდე 50-ე დღიდან, ვინაიდან ფასიანი პოლიტიკური რეკლამის ტარიფები, ისევე როგორც უფასო პოლიტიკურ რეკლამასთან დაკავშირებული რეგულაციები ძალაში შედის სწორედ კენჭისყრამდე 50-ე დღიდან.

კანონისმიერი ვალდებულებების შესრულების უზრუნველსაყოფად და იმისთვის, რომ თავიდან იქნას აცილებული მედიასაშუალებების მხრიდან კანონდარღვევები, ხოლო კომისიის მხრიდან კანონდარღვევებზე შესაბამისი რეაგირების აუცილებლობა, მოგიწოდებთ, ზემოაღნიშნული კანონისმიერი ვალდებულებები გაითვალისწინოთ თქვენს საქმიანობაში.

კომისია მზადაა საჭირო კონსულტაცია გაგიწიოთ თქვენთვის საინტერესო და კომისიის კომპეტენციით განსაზღვრულ საკითხებზე, ხოლო კომისიის ვებ-გვერდზე შეგიძლიათ იხილოთ თქვენთვის საინტერესო ყველა სიახლე (<https://www.comcom.ge/ge/regulation/broadcasting/elections>).

დამატებით გაცნობებთ, რომ საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 45-ე მუხლის შესაბამისად, წინასაარჩევნო კამპანია (აგიტაცია) იწყება კენჭისყრის დღემდე 60 დღით ადრე.

ამასთანავე შეგახსენებთ, რომ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 49-ე მუხლის შესაბამისად, მაუწყებელი ვალდებულია შექმნას არქივი და არანაკლებ 1 თვის განმავლობაში შეინახოს პროგრამები. შესაბამისად, გთხოვთ წინასაარჩევნო პერიოდში თქვენს მიერ სამაუწყებლო ბადეში განთავსებული ყველა პროგრამის ჩაწერა განახორციელოთ უწყვეტ რეჟიმში და ამ ფორმით დააარქივოთ. რადიო მაუწყებლებმა აღნიშნული არქივი ყოველი კვირის პარასკევ დღეს უნდა წარმოადგინონ კომისიაში. ტელემაუწყებლებმა არქივი კომისიაში უნდა წარმოადგინონ შესაბამისი მოთხოვნის შემთხვევაში.

პატივისცემით,

კახი ბექაური

თავმჯდომარე
საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია

