

**საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის მიერ ჩატარებული მედია
მონიტორინგის შედეგები**

(11.09.2015 – 31.10.2015)

საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულმა კომისიამ 2012 წლის 15 აგვისტოს „წინა საარჩევნო პროცესში მედიის მონაწილეობისა და მისი გამოყენების წესის“ შესახებ დადგენილება დაამტკიცა.

დადგენილების თანახმად განისაზღვრა, რომ კომისია უფლებამოსილია შეისყიდოს მედია მონიტორინგის განხორციელებისათვის საჭირო მომსახურება ან უშუალოდ განხორციელოს მედია მონიტორინგი ან/და 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.

2015 წლის პარლამენტის და საკრებულოს შუალედური არჩევნებისთვის კომისიამ თავად ჩატარა წინასაარჩევნო პერიოდის მედია მონიტორინგი. საქართველოს ორგანული კანონის „საარჩევნო კოდექსის“ თანახმად სამაუწყებლო კომპანიების მონიტორინგი კენჭისყრამდე 50 დღით ადრე დაიწყო. მონიტორინგს დაექვემდებარენ ის მაუწყებლები, რომლებმაც შუალედური არჩევნების გაშუქების სურვილი გამოთქვეს.

მედია მონიტორინგის პროცესში კომისიის დაკვირვების საგანი არის:

- ა) წინა საარჩევნო რეკლამა;
- ბ) წინა საარჩევნო დებატები;
- გ) ახალ ამბები და საზოგადოებრივ-პოლიტიკური გადაცემები;
- დ) წინა საარჩევნო აგიტაცია;

მონიტორინგის შედეგებში მოცემულია ანალიზი სამაუწყებლო კომპანიებში წინა საარჩევნო ფასიანი და უფასო პოლიტიკური რეკლამის სამართლიან და გამჭვირვალე განაწილებაზე. საანგარიშო პერიოდში, ახალი ამბებისა და საზოგადოებრივ-პოლიტიკური გადაცემების, ასევე წინა საარჩევნო დებატების მონიტორინგის პროცესში ყურადღება გამახვილებულია სამაუწყებლო კომპანიების მხრიდან საარჩევნო სუბიექტებისათვის დათმობილ დროზე და მათი წინასაარჩევნო აქტივობების გაშუქებაზე. მაუწყებლების მიერ მოქმედი კანონმდებლობით გათვალისწინებული ვალდებულებების შეუსრულებლობის შემთხვევაში, ობიექტური გარემოებების არარსებობისას, კომისია შეისწავლის ყოველ კონკრეტულ საკითხს და გაატარებს კანონით გათვალისწინებულ ღონისძიებებს.

ააიპ „მედია-კავშირი ობიექტივი“

ააიპ „მედია-კავშირი ობიექტივის“ მიერ საჯაროდ გამოცხადდა (www.obieqtivi.net) და კომისიაში წარმოდგენილია მაუწყებლის ყოველკვირეული ინფორმაცია. ააიპ „მედია-კავშირი ობიექტივმა“ საჯაროდ გამოაცხადა და კომისიას მიაწოდა ინფორმაცია, თუ რომელი რიცხვიდან რომელ რიცხვამდე და რა პერიოდულობით იყო გამოყოფილი საეთერო დრო პოლიტიკური რეკლამისა და აგიტაციისათვის, ინფორმაცია 1 დღის განმავლობაში გამოყოფილი ხანგრძლივობის შესახებ და გრაფიკი საეთერო დროის ტარიფებისა და განულები მომსახურების შესახებ.

ააიპ „მედია-კავშირი ობიექტივის“ სამაუწყებლო ბადეში განთავსებული იყო მხოლოდ „პატრიოტთა ალიანსის“ წინასაარჩევნო/პოლიტიკური რეკლამა. კომპანიის 2015 წლის 04 ნოემბრის წერილის (კომისიაში რეგისტრაციის №6/8470-15) თანახმად სხვა არცერთ საარჩევნო სუბიექტს კომპანიისათვის წინასაარჩევნო/პოლიტიკური რეკლამის განთავსების მოთხოვნით არ მიუმართავს.

მონიტორინგის შედეგად ირკვევა, რომ ააიპ „მედია-კავშირი ობიექტივის“ საკუთარ ეთერში განთავსებული აქვს საზოგადოებრივ-პოლიტიკური პროგრამები „საღამოს პოლიტიკური თოქ-შოუ“, „ღამის სტუდია“, „არჩევნები 2015“, „პოლიტიკური ლამე“, „ბათუმის სტუდია“. საანგარიშო პერიოდში გადაცემას „საღამოს პოლიტიკური თოქ-შოუ“ არჩევნებში მონაწილე პოლიტიკური პარტიებიდან სტუმრობდნენ „პატრიოტთა ალიანსის“ წარმომადგენლები (სამჯერ). გადაცემას „ღამის სტუდია“ ასევე მხოლოდ „პატრიოტთა ალიანსის“ წარმომადგენლები სტუმრობდნენ (ორჯერ). ამავე გადაცემაში წამყვანმა გააკეთა განცხადება და არჩევნებში მონაწილე ყველა სუბიექტს შესთავაზა გადაცემაში მონაწილეობის მიღება და აღნიშნა, რომ ყველასათვის თანაბრად 50 წუთი იქნება გამოყოფილი. საანგარიშო პერიოდში გადაცემას „არჩევნები 2015“ არჩევნებში მონაწილე პოლიტიკური პარტიებიდან სტუმრობდნენ „ქართული ოცნების“ (სამჯერ) და პატრიოტთა ალიანსის (ერთხელ) წარმომადგენლები და ასევე დამოუკიდებელი კანდიდატები მიხეილ ანდლულაძე (ორჯერ) და ზაურ ჯორბენაძე (ერთხელ). გადაცემაში „ბათუმის სტუდია“ საანგარიშო პერიოდში მოწვეული იყო მხოლოდ „პატრიოტთა ალიანსის“ წარმომადგენელი, ხოლო გადაცემაში „პოლიტიკური ლამე“ სიუჟეტი გავიდა მხოლოდ „პატრიოტთა ალიანსის“ შესახებ (ორჯერ). ამასთანავე, კომპანიის 2015 წლის 13 ნოემბრის წერილის (კომისიაში რეგისტრაციის №6/8741-15) თანახმად, მოუხდავად იმისა, რომ კომპანიამ საარჩევნო სუბიექტებს შესთავაზა დებატების პროგრამაში მონაწილეობა, საარჩევნო სუბიექტებიდან სურვილი დებატების პროგრამაში მონაწილეობაზე არავის გამოუთქვამს.

ააიპ „მედია-კავშირი ობიექტივის“ საინფორმაციო გამოშვებებში 2015 წლის 11 სექტემბრიდან 31 ოქტომბრამდე პერიოდში დრო მხოლოდ „პატრიოტთა ალიანსს“ დაეთმო, სხვა საარჩევნო სუბიექტების კომენტარი მნიშვნელოვან საკითხებზე არ დაფიქსირებულა.

მაუწყებლის ყოველკვირეული ინფორმაციის შესაბამისად, 2015 წლის 11 სექტემბრიდან 31 ოქტომბრამდე პერიოდში ააიპ „მედია-კავშირი ობიექტივის“ თვითრეგულირების მექანიზმში არცერთი საჩივარი კომპანიის მიერ მიუკერძოებლობის, სამართლიანობის პრინციპისა და ბალანსის დარღვევის შესახებ არ შესულა.

შპს „ტელეკომპანია გურჯაანი“

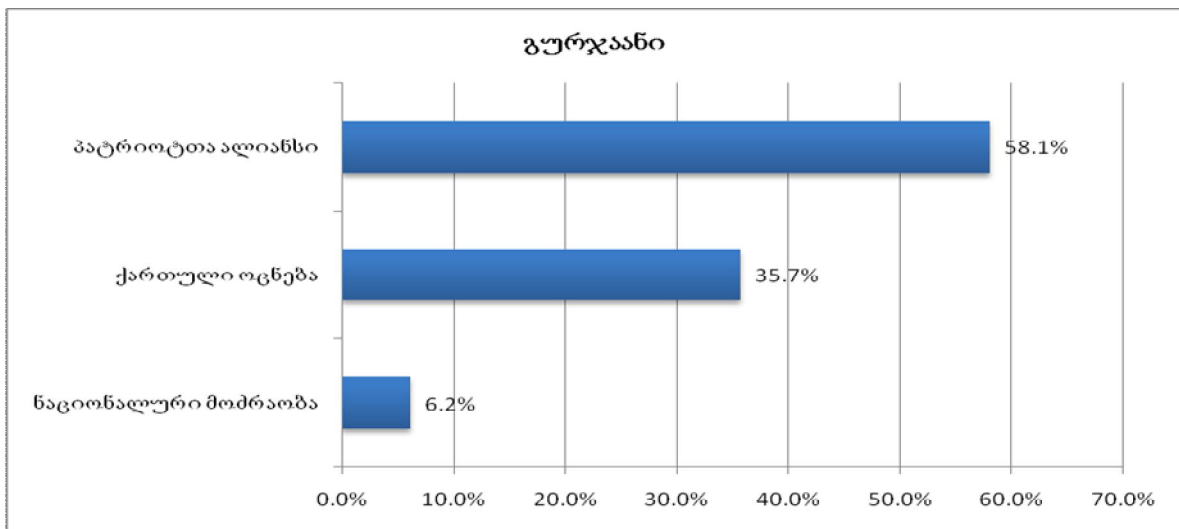
შპს „ტელეკომპანია გურჯაანის“ მიერ საჯაროდ გამოცხადდა (www.gurjaanitv.ge) და კომისიაში წარმოდგენილია მაუწყებლის ყოველკვირეული ინფორმაცია. კერძოდ, შპს „ტელეკომპანია გურჯაანმა“ საჯაროდ გამოაცხადა და კომისიას მიაწოდა ინფორმაცია, თუ რომელი რიცხვიდან რომელ რიცხვამდე და რა პერიოდულობით იყო გამოყოფილი საეთერო დრო უფასო და ფასიანი პოლიტიკური რეკლამისა და აგიტაციისათვის, ინფორმაცია 1 დღის განმავლობაში გამოყოფილი ხანგრძლივობის შესახებ, და გრაფიკი საეთერო დროის ტარიფებისა და განეული მომსახურების შესახებ.

შპს „ტელეკომპანია გურჯაანის“ სამაუწყებლო ბაღეში წინასაარჩევნო/პოლიტიკური რეკლამა არ განთავსებულა. კომპანიის 2015 წლის 13 ნოემბრის წერილის (კომისიაში რეგისტრაციის №6/8764-15) თანახმად არცერთ საარჩევნო სუბიექტს კომპანიისათვის წინასაარჩევნო/პოლიტიკური რეკლამის განთავსების მოთხოვნით არ მიუმართავს.

შპს „ტელეკომპანია გურჯაანის“ სამაუწყებლო ბაღეში განთავსებულია საზოგადოებრივ-პოლიტიკური გადაცემა „პირისპირ“, რომელსაც საანგარიშო პერიოდში პოლიტიკური პარტიებიდან სტუმრობდნენ „პატრიოტთა ალიანსის“ (ერთხელ) და „ქართული ოცნების“ (ერთხელ) წარმომადგენლები. ამასთანავე, კომპანიის 2015 წლის 13 ნოემბრის წერილის თანახმად მიუხედავად იმისა, რომ კომპანიამ საარჩევნო სუბიექტებს შესთავაზა დებატების პროგრამაში მონაწილეობა, საარჩევნო სუბიექტებმა დებატების პროგრამაში მონაწილეობის მიღება არ ისურვეს.

შპს „ტელეკომპანია გურჯაანის“ საინფორმაციო გამოშვებებში 2015 წლის 11 სექტემბრიდან 31 ოქტომბრამდე პერიოდში დრო დაეთმო „პატრიოტთა ალიანსს“ (58.1%) „ქართულ ოცნებას“ (35.7%) და „ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას“ (6.2%) (იხ. დიაგრამა). შპს „ტელეკომპანია გურჯაანის“ ეთერში საარჩევნო სუბიექტებს ნაკლებად ეძლეოდათ მნიშვნელოვან საკითხებზე კომენტარის გაკეთების საშუალება.

მაუწყებლის ყოველკვირეული ინფორმაციის შესაბამისად, 2015 წლის 11 სექტემბრიდან 31 ოქტომბრამდე პერიოდში შპს „ტელეკომპანია გურჯაანის“ თვითრეგულირების მექანიზმში არცერთი საჩივარი კომპანიის მიერ მიუკერძოებლობის, სამართლიანობის პრინციპისა და ბალანსის დარღვევის შესახებ არ შესულა.



წინასაარჩევნო პერიოდში დაფიქსირებული დარღვევები

საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულმა კომისიამ საინფორმაციო სააგენტოებს www.reportiori.ge-ს, www.mpress.ge-ს და შპს „სამაუწყებლო კომპანია რუსთავი 2“-ს საქართველოს ორგანული კანონის „საარჩევნო კოდექსის“ დარღვევის გამო ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევის ოქმები შეუდგინა.

ორივე საინფორმაციო სააგენტოს კუთვნილ ვებგვერდებზე 2015 წლის 30 ოქტომბერს (პარლამენტის შუალედურ არჩევნებამდე ერთი დღით ადრე) გამოქვეყნდა ინფორმაცია საგარეჯოს ამომრჩეველთა საარჩევნო განწყობების კვლევის შედეგების შესახებ. საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 50-ე მუხლის მე-5 პუნქტის შესაბამისად, აკრძალულია კენჭისყრამდე 48 საათის განმავლობაში და კენჭისყრის დღის 20:00 საათამდე არჩევნებთან დაკავშირებული საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვის შედეგების გამოქვეყნება.

შპს „სამაუწყებლო კომპანია რუსთავი 2“-ის მიერ საკუთარ სამაუწყებლო ბადეში განთავსდა წინასაარჩევნო რეკლამა შესაბამისი წარწერებისა და სურდოთარგმანის გარეშე. საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 50-ე მუხლის პირველი ნაწილის გ) ქვეპუნქტის შესაბამისად, პოლიტიკური/წინასაარჩევნო 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.

საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 82-ე მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, კანონით დადგენილ ვადებში არჩევნებთან დაკავშირებული საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვის შედეგების გამოქვეყნება სავალდებულო ინფორმაციის გარეშე ან გამოქვეყნებასთან დაკავშირებული სხვა წესების დარღვევა ითვალისწინებს დაჯარიმებას 1 500 ლარის ოდენობით. ამავე კანონის 83-ე მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, წინასაარჩევნო აგიტაციასთან, პოლიტიკური/წინასაარჩევნო რეკლამის

განთავსებასა და ინფორმაციის გადაცემასთან ან გამოქვეყნებასთან დაკავშირებული ამ კანონის მოთხოვნათა დარღვევა გამოიწვევს ელექტრონული მედიის საშუალების დაჯარიმებას 1 500 ლარის ოდენობით.

საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულმა კომისიამ შპს „რეპორტიორის“ (www.reportiori.ge), შპს „VS“-ის (www.mpress.ge) და შპს „სამაუწყებლო კომპანია რუსთავი 2“-ის მიმართ შედგენილი ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევათა ოქმები საქართველოს ორგანული კანონის „საარჩევნო კოდექსის“ შესაბამისად, თბილისის საქალაქო სასამართლოში განსახილველად გადააგზავნა.

ზემოაღნიშნული დარღვევების შესახებ, კომისიას „სამართლიანი არჩევნებისა და დემოკრატიის საერთაშორისო საზოგადოებამ“ – (ISFED) და „სტუდია მონიტორმა“ მომართა.