

საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის

დადგენილება №6

2020 წლის 27 აგვისტო

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 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 №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. პირველი მუხლის მე-2 პუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„2. საარჩევნო პროცესში მედიის მონაწილეობისა და მისი გამოყენების წესის მიღების მიზანს წარმოადგენს საარჩევნო პროცესში მედიის მონაწილეობისა და მედიის გამოყენების წესების განსაზღვრა.“.

2. მე-2 მუხლის მე-2 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტი ამოღებულ იქნას;

3. მე-3 მუხლი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

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

1. არჩევნების გაშუქებისას, მაუწყებელი ვალდებულია იხელმძღვანელოს 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.

2. მედიამონიტორინგს 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 მედიამონიტორინგის შედეგები.“.

4. 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 კოდექსი“ დადგენილი წესების შესაბამისად.

2. მაუწყებელი ვალდებულია, დაიცვას შემდეგი პირობები:

ა) წინასაარჩევნო აგიტაციისა და წინასაარჩევნო რეკლამისათვის საეთერო დროის საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსი“ შესაბამისად გამოყოფის შემთხვევაში საჯაროდ გამოაცხადოს ფასიანი წინასაარჩევნო რეკლამის ტარიფები და ყოველკვირეულად შეავსოს საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის ელექტრონული ანგარიშგების ფორმა 11.1, 11.2 და 11.3 (დანართი №1), ელექტრონული ანგარიშგების პორტალზე, კომისიის ოფიციალურ ვებგვერდზე: www.comcom.ge, ამავე დანართში მითითებული ვადების შესაბამისად;

ბ) ყოველკვირეულად შეავსოს საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის ელექტრონული ანგარიშგების ფორმა 11.4 (დანართი №1), ელექტრონული ანგარიშგების პორტალზე, კომისიის ოფიციალურ ვებგვერდზე: www.comcom.ge, ამავე დანართში მითითებული ვადების შესაბამისად;

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

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

ე) 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 დაიცვას სახელმწიფო აუდიტის სამსახურის გენერალური აუდიტორის 2016 წლის 5 მაისის №2915/21 ბრძანებით განსაზღვრული წესები.

3. დაუშვებელია მაუწყებლის მიერ კენჭისყრამდე 50-ე დღემდე ფასიანი ან უფასო წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამის განთავსება.

4. 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.

5. წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამის ან წინასაარჩევნო აგიტაციის შემცველი მასალის განთავსებისას კადრის კუთხეში უნდა იყოს წარწერა: „ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა“ ან „უფასო პოლიტიკური რეკლამა“, ხოლო რადიომაუწყებლის მიერ წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამის ან წინასაარჩევნო აგიტაციის შემცველი მასალის განთავსებისას წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამის ან წინასაარჩევნო აგიტაციის დასაწყისში უნდა გაჟღერდეს: „ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა“ ან „უფასო პოლიტიკური რეკლამა“.

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

7. მაუწყებლის მიერ საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსი“ შესაბამისად, საარჩევნო 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.“.

5. 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 წინასაარჩევნო აგიტაციისა და წინასაარჩევნო რეკლამისათვის გაზეთის ფართობის გამოყოფის შემთხვევაში, იმავე გაზეთში ყოველკვირეულად გამოაქვეყნონ და ყოველი კვირის პარასკევ დღეს საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას ელექტრონული ფოსტაზე – post@comcom.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;“.

6. 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

საარჩევნო პროცესში მაუწყებლის მიერ წინასაარჩევნო დებატების, ახალ ამბებისა და საზოგადოებრივ-პოლიტიკური გადაცემების გაშუქებისას მაუწყებელმა უნდა დაიცვას „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონითა და „საარჩევნო კოდექსით“ დადგენილი მოთხოვნები.

7. მე-7 მუხლი ამოღებულ იქნეს.

8. მე-8 მუხლის:

ა) მე-2 პუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„2. თუ ამ წესით სხვა რამე არ არის დადგენილი, საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული 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 მუხლი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„მუხლი 9. დარღვევებზე რეაგირება



„1. საარჩევნო პროცესში მაუწყებლის მიერ წინასაარჩევნო დებატების, ახალ ამბებისა და საზოგადოებრივ-პოლიტიკური გადაცემების გაშუქებისას მაუწყებლის მიმართ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2009 წლის 12 მარტის №2 დადგენილებით დამტკიცებული „მაუწყებელთა ქცევის კოდექსით“ წაყენებული მოთხოვნების შეუსრულებლობის შემთხვევაში, დაინტერესებული პირის მიერ საჩივრის შეტანა ხდება „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონითა და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2009 წლის 12 მარტის №2 დადგენილებით დამტკიცებული „მაუწყებელთა ქცევის კოდექსით“ გათვალისწინებულ მაუწყებლის თვითრეგულირების ორგანოში; ამ პუნქტით გათვალისწინებულ საჩივართან დაკავშირებით მაუწყებელმა გადაწყვეტილება უნდა მიიღოს საჩივრის მიღებიდან 72 საათის განმავლობაში. იმ შემთხვევაში, თუ მაუწყებლის თვითრეგულირების ორგანოს მიერ მიღებული გადაწყვეტილება გასაჩივრდება თვითრეგულირების სააპელაციო ორგანოში, ეს უკანასკნელი საჩივარს განიხილავს და გადაწყვეტილებას იღებს საჩივრის მიღებიდან 72 საათის განმავლობაში.

2. მაუწყებლის მიერ საქართველოს ორგანული კანონით „საქართველოს საარჩევნო კოდექსი“ დადგენილი ვალდებულებების დარღვევის შემთხვევაში, ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევათა შესახებ ოქმის შედგენა ხდება საქართველოს ორგანული კანონით „საქართველოს საარჩევნო კოდექსი“ და ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევათა კოდექსით დადგენილი წესით.

3. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით წინასაარჩევნო პერიოდში მაუწყებლებისთვის დაკისრებული ვალდებულებების, ამ წესით დადგენილი სხვა ვალდებულებების, მათ შორის სახელმწიფო აუდიტის სამსახურის გენერალური აუდიტორის 2016 წლის 5 მაისის №2915/21 ბრძანებით განსაზღვრული წესების დარღვევისათვის, მაუწყებელს პასუხისმგებლობა ეკისრება „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად, გარდა იმ შემთხვევებისა, როდესაც პასუხისმგებლობა ამ ქმედებისთვის განსაზღვრულია საქართველოს ორგანული კანონით „საქართველოს საარჩევნო კოდექსი.“.

10. მე-10 მუხლი ამოღებულ იქნეს.

11. დაემატოს შემდეგი შინაარსის მე-11 მუხლი:

„მუხლი 11. სამართალდარღვევის საქმის განხილვისა და ოქმის შედგენის წესი

1. საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსი“ 194-ე მუხლის მე-9 პუნქტით გათვალისწინებულ სამართალდარღვევის შესახებ ოქმის შედგენის საკითხს განიხილავს და გადაწყვეტილებას იღებს საჯარო სხდომაზე, სამართალდარღვევის გამოვლენიდან 2 დღის ვადაში.

2. ამ მუხლის პირველი პუნქტით განსაზღვრული სხდომის დღის წესრიგის გამოქვეყნების მიმართ არ ვრცელდება „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-7 მუხლის მე-5 პუნქტით განსაზღვრული მოთხოვნები.

3. ამ მუხლის პირველი პუნქტით განსაზღვრული სხდომის შესახებ სამართალდამრღვევ პირს ეგზავნება შეტყობინება, საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიაში რეგისტრირებულ მისამართზე, ასევე ოფიციალური ელექტრონული ფოსტის მისამართზე და ქვეყნდება საქართველოს კომუნიკაციების კომისიის ოფიციალურ ვებგვერდზე (www.comcom.ge).

4. თუ სამართალდამრღვევს ვერ ჩაბარდა შეტყობინება ამ მუხლის მე-3 პუნქტით განსაზღვრულ მისამართზე, ან სამართალდამრღვევი არ გამოცხადდა კომისიის სხდომაზე, აღნიშნული გარემოება არ წარმოადგენს სხდომის გადადების საფუძველს.

5. სხდომაზე მიღებული გადაწყვეტილების შედეგად საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის უფლებამოსილი თანამშრომლის მიერ ხდება ადმინისტრაციული სამართალდარღვევის ოქმის შედგენა ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევათა კოდექსის 240-ე მუხლის 2² ნაწილის შესაბამისად.

12. დანართი №1 ჩამოყალიბდეს თანდართული სახით (დანართი №1).“.



მუხლი 2

ეს დადგენილება ამოქმედდეს გამოქვეყნებისთანავე.

კომისიის წევრი
კომისიის წევრი
კომისიის წევრი
თავმჯდომარე

მერაბ ქათამაძე
ელისო ასანიძე
ვახტანგ აბაშიძე
კახი ბექაური

„დანართი №1

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 1 დღის მანძილზე
ფასიანი საეთერო დრო (წთ)	1 დღის მანძილზე სულ გამოყოფილი დრო ფასიანი პოლიტიკური რეკლამის განთავსებისთვის
უფასო საეთერო დრო (წთ)	1 დღის მანძილზე სულ გამოყოფილი უფასო საეთერო დრო
ვებგვერდის მისამართი	ვებგვერდის 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 გასვლის თარიღი (წელი/თვე/დღე)
საჩივრის მოკლე აღწერა	ინფორმაცია შესაბამისი პერიოდის განმავლობაში მაუწყებლის თვითრეგულირების მექანიზმში შესული საჩივრის თაობაზე და საჩივრის მოკლე აღწერილობა.



--	--

