MDF-ის მედიის საარჩევნო გზამკვლევი

დემოკრატიული არჩევნების 4 წინაპირობა

მედიის განვითარების ფონდი
MEDIA DEVELOPMENT FOUNDATION

Kingdom of the Netherlands

იმისათვის, რომ არჩევნები დემოკრატიულად ჩაითვალოს, ის 4 არსებით წინაპირობას უნდა აკმაყოფილებდეს:

1. ამომრჩეველს უნდა ჰქონდეს შესაძლებლობა, პოლიტიკურ პარტიებსა და კანდიდატებს შორის **რეალური არჩევანი** გააკეთოს. მაშინ, როცა პროცესში მხოლოდ ერთი დომინანტი პარტია მონაწილეობს, არ იმართება დებატები და განსხვავებული იდეების გაცვლა არ ხდება, სხვადასხვა სუბიექტებს შორის შეჯიბრებითობაც გამორიცხულია.
2. არჩევნებში მონაწილე სუბიექტებისთვის **კამპანიის თავისუფლად წარმოების შესაძლებლობა** უზრუნველყოფილი უნდა იყოს, რაც იმას ნიშნავს, რომ მათ საარჩევნო შეხვედრების გამართვა და ამომრჩეველთან კომუნიკაცია თავისუფლად უნდა შეძლონ.
3. უნდა არსებობდეს **წესები**, რომლებიც არჩევნების ჩატარებას განსაზღვრავს. ეს წესები უნდა იყოს ცნობილი, ხელმისაწვდომი და მისაღები ყველა მონაწილისათვის. ორგანიზაცია, რომელიც ამ წესების ადმინისტრირებას ახდენს, სანდოობით უნდა სარგებლობდეს. **სასამართლომ** უნდა უზრუნველყოს ამ წესების დარღვევის შემთხვევაში, კანონის აღსრულება. უნდა არსებობდეს მკაცრი საკანონმდებლო გარანტიები, რაც პროცესს კორუფციისგან და ამომრჩევლებზე ზეწოლისაგან დაიცავს.
4. ყველაზე მნიშვნელოვანია, ხალხმა იცოდეს, ვის მისცეს ხმა, როგორ მისცეს ხმა და რატომ არის ხმის მიცემა არსებითი. ამომრჩეველს ინფორმირებული არჩევანის გაკეთება უნდა შეეძლოს, რისთვისაც მან **მიუკერძოებელი და დაბალანსებული ინფორმაცია** უნდა მიიღოს.

ᲓᲔᲛᲝᲙᲠᲐᲢᲘᲣᲚᲘ ᲐᲠᲩᲔᲕᲜᲔᲑᲘᲡ ᲐᲛ 4 ᲬᲘᲜᲐᲞᲘᲠᲝᲑᲘᲡ ᲛᲘᲦᲬᲔᲕᲐ ᲗᲐᲕᲘᲡᲣᲤᲐᲚᲘ ᲛᲔᲓᲘᲘᲡ ᲒᲐᲠᲔᲨᲔ ᲨᲔᲣᲫᲚᲔᲑᲔᲚᲘᲐ!

საზოგადოების ინფორმირების ვალდებულება

- მედიას აქვს ვალდებულება, მოქალაქეებს მიაწოდოს ინფორმაცია საარჩევნო კამპანიისა და პროცესის შესახებ;
- პარტიებსა და კანდიდატებს აქვთ უფლება, სამართლიანად და არადისკრიმინაციულად მიუწვდებოდეთ ხელი პირდაპირი ეთერის პროგრამებზე.

საარჩევნო კოდექსი, მაუწყებლობის შესახებ კანონი და მაუწყებელთა ქცევის კოდექსი მაუწყებლებს 4 მნიშვნელოვან წინაპირობას უყენებს:

1. **ახალი ამბები** და მიმდინარე **საზოგადოებრივ-პოლიტიკური გადაცემები** მიუკერძოებლად, სამართლიანად, ჯეროვანი სიზუსტითა და დაბალანსებულად გააშუქონ;
2. უზრუნველყონ **წინასაარჩევნო დებატები** და წარმართონ ის არადისკრიმინაციულად და თანაბარი პირობებით კანდიდატებისა და პარტიებისათვის;
3. კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტები თანაბრად უზრუნველყონ **უფასო სარეკლამო დროით**, ხოლო **ფასიანი რეკლამა** არადისკრიმინაციული, თანაბარი პირობებით გაუნაწილონ საარჩევნო სუბიექტებს;
4. კანდიდატი ან სუბიექტი უზრუნველყონ არასწორი ინფორმაციის **შესწორებისა და პასუხის უფლებით**.

1. მიუკერძოებლობის და ბალანსის ვალდებულება

წინასაარჩევნო კამპანიის მიმდინარეობისას ახალ ამბებსა და საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ გადაცემებში მაუწყებლებმა უნდა დაიცვან **მიუკერძოებლობის, სამართლიანობის, ჯეროვანი სიზუსტისა და ბა-**

ლანსის პრინციპი „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის, საარჩევნო კოდექსისა და მაუწყებელთა ქცევის კოდექსის შესაბამისად.

2. დებატების უზრუნველყოფის ვალდებულება

- საარჩევნო კოდექსის თანახმად, საერთო მაუწყებელი, რომელიც გადაწყვეტს, წინასაარჩევნო კამპანია საკუთარ ეთერში გააშუქოს, წინასაარჩევნო დებატები არადისკრიმინაციულად და ყველა კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტის მონაწილეობით უნდა გადასცეს.
- „მაუწყებლობის შესახებ“ კანონის მიხედვით, საერთო მაუწყებელზე წინასაარჩევნო დებატების ვალდებულება მისი მომსახურების ზონაში მიმდინარე საარჩევნო კამპანიის დროს ვრცელდება.
- საზოგადოებრივი მაუწყებელი ვალდებულია, წინასაარჩევნო დებატები საუკეთესო დროსა და სურდოთარგმანით გადასცეს.
- დაუშვებელია, წინასაარჩევნო დებატების პროგრამა, რომლის ხანგრძლივობა 15 წუთზე ნაკლებია, რეკლამით ან ტელეშოპინგით შეწყდეს.
- იკრძალება წინასაარჩევნო დებატების პროგრამის წამყვანის ან ჟურნალისტის ნებისმიერი სახით მონაწილეობა რეკლამასა ან ტელეშოპინგში.

3. საარჩევნო რეკლამით უზრუნველყოფის ვალდებულება

უფასო საარჩევნო რეკლამა

- საზოგადოებრივი მაუწყებელი, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო, აგრეთვე სათემო მაუწყებელი ვალდებული არიან, მათი მომსახურების ზონაში მიმდინარე საარჩევნო კამპანიის დროს ყოველ საათში 5 წუთი გამოყონ და ყოველ 3 საათში თანაბრად

და არადისკრიმინაციულად განათავსონ თითოეული კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტის მიერ მათთვის წარდგენილი წინასაარჩევნო რეკლამა. ერთი საარჩევნო სუბიექტისათვის გამოყოფილი სარეკლამო დრო 90 წამს არ უნდა აღემატებოდეს.

- გარდა კვალიფიციური სუბიექტებისა, საზოგადოებრივი მაუწყებელი და საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო ვალდებულნი არიან, გამოყონ დრო ყველა სხვა პარტიისა და საარჩევნო ბლოკის წინასაარჩევნო რეკლამის განთავსების მიზნით, რომელიც თანაბრად განაწილდება ამ სუბიექტებს შორის.
- საერთო ეროვნული საეთერო მაუწყებელი ვალდებულია, საერთო არჩევნებისას საარჩევნო კამპანიის დროს თავის ეთერში ყოველ 3 საათში გამოყოს არანაკლებ 7,5 წუთისა წინასაარჩევნო რეკლამის უსასყიდლოდ განსათავსებლად და თანაბრად და არადისკრიმინაციულად განათავსოს თითოეული კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტის მიერ მისთვის წარდგენილი წინასაარჩევნო რეკლამა. ერთი საარჩევნო სუბიექტისათვის გამოყოფილი სარეკლამო დრო 90 წამს არ უნდა აღემატებოდეს.
- სხვა მაუწყებლებს უფასო რეკლამის ვალდებულება წარმოეშვებათ არჩევნებამდე 30 დღის განმავლობაში, თუ ისინი განათავსებენ იმ საარჩევნო სუბიექტების ფასიან წინასაარჩევნო რეკლამას, რომლებსაც საპარლამენტო და ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოთა საერთო არჩევნების წელს ბიუჯეტიდან დამატებით გამოეყოფათ დაფინანსება სატელევიზიო რეკლამის განსათავსებლად. ასეთ შემთხვევაში მაუწყებელმა კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტებისათვის გამოყოფილი სარეკლამო დრო უნდა გადაანაწილოს ისე, რომ ერთი სუბიექტისთვის გამოყოფილმა დრომ 3 საათში 90 წამზე მეტი არ დაიკავოს.
- თუ რომელიმე საარჩევნო სუბიექტმა არ გამოიყენა თავისი წილი საეთერო დრო, მედია საშუალებას უფლება აქვს, ეს დრო თანაბრად გადაუნაწილოს დანარჩენ საარჩევნო სუბიექტებს.

ცხრილი 1. უფასო წინსაარჩევნო რეკლამის გადანაწილება

სუბიექტი	დროის მონაკვეთი	ხანგრძლივობა
საზოგადოებრივი მაუწყებელი, საზ. მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო, სათემო მაუწყებლები	1 სთ-ში	5 წთ
საერთო ეროვნული საეთერო მაუწყებელი	3 სთ-ში	7,5 წთ
სხვა მაუწყებლები	3 სთ-ში	არაუმეტეს 90 წმ-ისა (ერთი საარჩევნო სუბიექტისთვის)

კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტი

კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტი – საარჩევნო კოდექსის შესაბამისად რეგისტრირებული კვალიფიციური პარტია ან საარჩევნო ბლოკი, რომელშიც გაერთიანებულია კვალიფიციური პარტია.

საარჩევნო კოდექსის 51.8 მუხლის თანახმად, მაუწყებელი უფლებამოსილია კვალიფიციურ საარჩევნო სუბიექტად აღიაროს პოლიტიკური პარტია, რომელიც საქართველოს მთელ ტერიტორიაზე ჩატარებული, საზოგადოებრივი აზრის კვლევების თანახმად, არჩევნების წელს ჩატარებული არანაკლებ 5 გამოკითხვის ან არჩევნებამდე 1 თვის განმავლობაში ჩატარებული კვლევის შედეგების შესაბამისად სარგებლობს ამომრჩეველთა არანაკლებ 4 პროცენტის მხარდაჭერით. დაუშვებელია მაუწყებლის მიერ სოციოლოგიური კვლევის შედეგების დისკრიმინაციული გამოყენება.

ფასიანი საარჩევნო რეკლამა

მაუწყებლები, რომლებიც გადაწყვეტენ თავიანთ ეთერში ფასიანი საარჩევნო პოლიტიკური რეკლამა განათავსონ, ვალდებულნი არიან:

- როგორც კვალიფიციურ, ასევე არაკვალიფიციურ სუბიექტებს ერთიანი, არადისკრიმინაციული ტარიფი დაუწესონ;
- საკუთარ ვებგვერდზე გამოაქვეყნონ წინასაარჩევნო რეკლამის განაწილების წესები, ეთერში გაშვების პირობები და სხვა შესაბამისი ინფორმაცია.
- ტელე ან რადიო კომპანიის 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.
- კენჭისყრის დღეს როგორც ფასიანი, ასევე უფასო საარჩევნო რეკლამის ეთერში განთავსება აკრძალულია.

პოლიტიკური/წინასაარჩევნო რეკლამის განთავსების წესი

- რეკლამის გამოქვეყნებისას კადრის კუთხეში უნდა იყოს წარწერა „ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა“ ან „უფასო პოლიტიკური რეკლამა“.
- რეკლამას უნდა ჰქონდეს სურდოთარგმანი, რომლის უზრუნველყოფაც რეკლამის წარმდგენი სუბიექტის ვალდებულებაა.

4. შესწორებისა და პასუხის უფლების ვალდებულება

ნებისმიერ კანდიდატს თუ პარტიას, შესწორებისა და პასუხის უფლება კანონმდებლობით აქვს გარანტირებული.

ვის აქვს მაუწყებლისთვის მიმართვის უფლება?

- დაინტერესებულ პირს საწყისი განცხადების გაკეთებიდან, მათ შორის, ფაქტის მოყვანიდან, 10 დღის ვადაში უფლება აქვს, მოსთხოვოს შესაბამის მაუწყებელს საწყის განცხადებაში მოცემული მცდარი ფაქტის თანაზომადი საშუალებებითა და ფორმით შესწორება ან უარყოფა;

რას ნიშნავს თანაზომადი საშუალებითა და ფორმით შესწორება ან უარყოფა?

- საწყისი განცხადების ხანგრძლივობით, დაახლოებით იმ დროს, როდესაც გაკეთდა საწყისი განცხადება და იმავე ფორმატში.

სად შეიძლება მაუწყებლის უარის გასაჩივრება?

- დაინტერესებულ პირს აქვს უფლება, მაუწყებელთა ქცევის კოდექსით განსაზღვრული ნორმების დარღვევის შემთხვევაში, განცხადებით მიმართოს მაუწყებლის თვითრეგულირების ორგანოს. მაუწყებელმა უნდა უზრუნველყოს გადაწყვეტილების მიღება მიუკერძოებელი და სამართლიანი პროცედურის საფუძველზე, უზრუნველყოს საჩივრის განხილვის გამჭვირვალე პროცესი, ყველა დაინტერესებული პირის მონაწილეობით. საჩივრის თაობაზე მაუწყებლის მიერ მიღებული გადაწყვეტილება შეიძლება 7 დღის ვადაში გასაჩივრდეს მაუწყებლის თვითრეგულირების სააპელაციო ორგანოში.

მედიის განვითარების ფონდი
MEDIA DEVELOPMENT FOUNDATION
ქობულეთის ქუჩა 34/36, სადარბაზო 1, სართული 4, ბინა 5, 0179, თბილისი, საქართველო.
ტელეფონი: 995 32/ 2 11 20 26; ელ-ფოსტა: mdfgeo@gmail.com; WWW.MDFGEORGIA.GE; WWW. MEDIAMETER.GE
გზამკვლევი მომზადდა მედიის განვითარების ფონდის (MDF) მიერ პროექტის „გამჭვირვალე და ანგარიშვალდებული მედია არჩევნებზე დემოკრატიული პრაქტიკის განმტკიცებისთვის“ ფარგლებში, რომელიც მხარდაჭერილია ნიდერლანდების სამეფოს საელჩოს მიერ. მასალაში წარმოდგენილი შეფასებები და პოზიცია შესაძლოა არ წარმოადგენდეს ნიდერლანდების სამეფოს პოზიციას.