

ინფორმაცია 2012 წლის 1 ოქტომბრის არჩევნებში მონაწილე საარჩევნო სუბიექტებისათვის

სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებელი“ 2012 წლის 1 ოქტომბრის არჩევნებში მონაწილე საარჩევნო სუბიექტებისათვის წინასაარჩევნო რეკლამას განათავსებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველ, მეორე და მესამე (პიკი) სატელევიზიო არხებზე, ასევე, პირველ და მეორე რადიო არხებზე.

1) წინასაარჩევნო რეკლამის განაწილება კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტებისათვის:

- საზოგადოებრივი მაუწყებელი საკუთარ ეთერში უსასყიდლოდ განათავსებს წინასაარჩევნო რეკლამას ყოველ საათში 60 წამის ოდენობით თითოეული კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტისათვის. გამოუყენებელი დროის შემდგომ დამატება სხვა კუთვნილი დროისათვის დაუშვებელია [“საქართველოს საარჩევნო კოდექსი“, მუხლი 51(6)]. შესაბამისად, სარეკლამო რგოლის ქრონომეტრაჟი უნდა იყოს არაუმეტეს 60 წმ-ისა.
- “საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 51-ე მუხლის მიზნებისათვის, კვალიფიციურ საარჩევნო სუბიექტს წარმოადგენს საარჩევნო სუბიექტი, რომელშიც გაერთიანებული პარტიაც აკმაყოფილებას შემდეგ მოთხოვნას:
 - ა) დამოუკიდებლად მონაწილეობდა ბოლო საპარლამენტო არჩევნებში და მიიღო ამომრჩეველთა ხმების არანაკლებ 4 პროცენტი;
 - ბ) დამოუკიდებლად მონაწილეობდა ბოლო ადგილობრივი თვითმმართველობის პროპორციული წესით ჩატარებულ არჩევნებში და მიიღო ამომრჩეველთა ხმების არანაკლებ 3 პროცენტი ქვეყნის მასშტაბით;
 - გ) გაერთიანებული იყო საარჩევნო ბლოკში, რომელმაც ბოლო საპარლამენტო არჩევნებში მიიღო ამომრჩეველთა ხმების არანაკლებ 4 პროცენტი, და იყო ამ ბლოკის პირველი ნომერი;
 - დ) გაერთიანებული იყო საარჩევნო ბლოკში, რომელმაც ბოლო ადგილობრივი თვითმმართველობის პროპორციული წესით ჩატარებულ არჩევნებში მიიღო ამომრჩეველთა ხმების არანაკლებ 3 პროცენტი ქვეყნის მასშტაბით, და იყო ამ ბლოკის პირველი ნომერი.

გამომდინარე აქედან, საქართველოს ცენტრალური საარჩევნო კომისიისგან მიღებული ინფორმაციის თანახმად, 2012 წლის 1 ოქტომბრის არჩევნებისთვის კვალიფიციურ საარჩევნო სუბიექტებს წარმოადგენენ:

- ა) საქართველოს ლეიბორისტული პარტია
- ბ) “ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“
- გ) საქართველოს კონსერვატიული პარტია
- დ) “ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა“
- ე) “რესპუბლიკური პარტია“
- ვ) “მრეწველობა გადაარჩენს საქართველოს“

2) წინასაარჩევნო რეკლამის განაწილება არაკვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტებისათვის:

- საზოგადოებრივი მაუწყებელი ვალდებულია, კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტის გარდა, ყველა სხვა პარტიისა და საარჩევნო ბლოკის წინასაარჩევნო რეკლამის განათავსების მიზნით გამოყოს დრო, რომელიც თანაბრად განაწილდება ამ სუბიექტებს შორის [“საქართველოს საარჩევნო კოდექსი“, მუხლი 51(12)].
- არაკვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტებისათვის საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერში უფასო სარეკლამო დრო საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბრძანების საფუძველზე გამოიყოფა დღეში მხოლოდ 10 წმ-ის ოდენობით (ბრძანება შეგიძლიათ იხილოთ საზოგადოებრივი მაუწყებლის ვებ გვერდზე). დანარჩენი დრო არის ფასიანი, რომლის ტარიფებიც შეგიძლიათ იხილოთ საზოგადოებრივი მაუწყებლის ვებ-გვერდზე.

3) წინასაარჩევნო რეკლამის ათვის საეთერო დროის შესყიდვის და რეკლამის ეთერში განთავსების პირობები

- სახელმწიფო აუდიტის სამსახურის გენერალური აუდიტორის 2012 წლის 6 აგვისტოს #137/37 ბრძანების თანახმად (შეგიძლიათ იხილოთ საზოგადოებრივი მაუწყებლის ვებ-გვერდზე):
1. წინასაარჩევნო რეკლამისათვის საეთერო დროის ან/და გაზეთის ფართობის შესყიდვა უნდა განხორციელდეს წინასწარი ანგარიშსწორების წესით. წინასაარჩევნო კამპანიის მიმდინარეობისას, საარჩევნო სუბიექტი ვალდებულია წინასწარ გადაიხადოს ერთი კვირის განმავლობაში ფასიანი რეკლამის განთავსებისათვის საეთერო დროის ან/და გაზეთის ფართობის ღირებულება განსაზღვრული ტარიფების შესაბამისად.
 2. საარჩევნო სუბიექტებმა, მაუწყებლებმა და გაზეთებმა ამ ბრძანების პირველი პუნქტით გათვალისწინებული ანგარიშსწორების შესახებ ინფორმაცია უნდა მიაწოდონ საქართველოს სახელმწიფო აუდიტის სამსახურს ანგარიშსწორების განხორციელებიდან არა უგვიანეს 24 საათისა.
 3. ბრძანება ამოქმედდეს 2012 წლის 12 აგვისტოდან.
- საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერში ერთი დღის განმავლობაში გამოყოფილი ფასიანი დრო არ უნდა აღემატებოდეს მისი დღიური მაუწყებლობის საერთო მოცულობის 15 პროცენტს და არც ერთ საარჩევნო სუბიექტს არ უნდა დაეთმოს ამ დროის ერთ მესამედზე მეტი [“საქართველოს საარჩევნო კოდექსი“, 50(1) მუხლის “ზ“ პუნქტი,].
 - ფასიანი დროის ტარიფი ყველა საარჩევნო სუბიექტისათვის (როგორც კვალიფიციური, ისე არაკვალიფიციური სუბიექტებისათვის) ერთნაირი უნდა იყოს [“საქართველოს საარჩევნო კოდექსი“, 50(1) მუხლის “ზ“ პუნქტი,].
 - პოლიტიკური რეკლამის გამოქვეყნებისას კადრის კუთხეში უნდა იყოს წარწერა „ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა“ ან „უფასო პოლიტიკური რეკლამა“ [“საქართველოს საარჩევნო კოდექსი“, 50(1) მუხლის “გ“ პუნქტი,].
 - თუ რომელიმე საარჩევნო სუბიექტმა არ გამოიყენა მისი წილი საეთერო დრო, საზოგადოებრივ მაუწყებელს უფლება აქვს, ეს დრო თანაბრად გადაუნაწილოს დანარჩენ საარჩევნო სუბიექტებს [“საქართველოს საარჩევნო კოდექსი“, მუხლი 50(4)].

4) წინასაარჩევნო რეკლამის შინაარსთან დაკავშირებული ზოგიერთი საკითხები

- წინასაარჩევნო საარჩევნო მასალა არ უნდა შეიცავდეს ომისა და ძალადობის პროპაგანდას, არსებული სახელმწიფო და საზოგადოებრივი წყობილების ძალადობით შეცვლის ან დამხობის, საქართველოს ტერიტორიული მთლიანობის დარღვევის, ეროვნული შუღლისა და მტრობის, რელიგიური და ეთნიკური დაპირისპირების მოწოდებას.
- “მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63(3) მუხლის საფუძველზე, საზოგადოებრივი მაუწყებელი არ აგებს პასუხს წინასაარჩევნო რეკლამის შინაარსზე. წინასაარჩევნო რეკლამის შინაარსზე პასუხისმგებლობა მთლიანად ეკისრება რეკლამის დამკვეთს.