

არჩევნების გაშუქება

სახელმძღვანელო წესები

მომზადებულია საქართველოს ჟურნალისტური
ეთიკის ქარტიის საბჭოს მიერ



ივლისი, 2017

არჩევნების გაშუქება

(სახელმძღვანელო წესები)

წინასაარჩევნო კამპანია და კენჭისყრის დღე ქვეყანაში მიმდინარე მნიშვნელოვანი ამბავია, რომლის გაშუქებამაც შესაძლებელია გავლენა იქონიოს არამხოლოდ იმაზე, თუ რა გადაწყვეტილებას მიიღებს ამომრჩეველი საბოლოოდ, არამედ ზოგადად საარჩევნო გარემოზე. სწორედ ამიტომ იზრდება მედიის პასუხისმგებლობა, რათა საარჩევნო სუბიექტები გააშუქონ მიუკერძოებლად, არადისკრიმინაციულად და სამართლიანად.

ძირითადი პრინციპები

- წინასაარჩევნო კამპანიის გაშუქებისას მედიის მთავარი ამოცანაა აჩვენოს ამომრჩეველს თუ ვის სურს ხელისუფლებაში მოსვლა, რამდენად რეალურია მათი დაპირებები და აქვთ თუ არა მათი შესრულების პოტენციალი. სწორედ ეს ინფორმაცია დაეხმარება ამომრჩეველს, მიიღოს გაცნობიერებული გადაწყვეტილება კენჭისყრის დღეს.
- ამ მიზნის მისაღწევად უნდა გაშუქდეს არამხოლოდ საარჩევნო გარემოსთან დაკავშირებული მიმდინარე ამბები, პარტიების ანდა მათი კანდიდატების განცხადებები, არამედ საარჩევნო პროგრამები და მათი ხედვები კონკრეტულ პრობლემებთან და საკითხებთან დაკავშირებით.
- მედიამ ძირითადი საარჩევნო სუბიექტები უნდა წარმოაჩინოს მაქსიმალურად თანაბრად და არ მოახდინოს რომელიმეს დისკრიმინაცია, თუმცა, ეს არ ნიშნავს, რომ თუ საარჩევნო სუბიექტს არ აქვს გარკვეული აქტივობები, ხელოვნურად შეეცადოს მის წარმოჩენას.
- ჟურნალისტის ერთ-ერთი ვალდებულებაა, ამბავი მიუკერძოებლად, მრავალ წყაროზე დაყრდნობით და დაბალანსებულად გადმოსცეს.
- საარჩევნო კამპანიისას იზრდება კანდიდატების და მათი მხარდამჭერების მიერ კონკურენტების დისკრედიტაციის მცდელობა. იყავით ყურადღებით, რომ არ მიჰყვებით მათ მიერ შემოთავაზებულ დღის წესრიგს და საზოგადოებას შესთავაზოთ საგნობრივი მსჯელობა, კონკრეტულ კითხვებზე პასუხი ზედაპირული განხილვების და ურთიერთბრალდებების ნაცვლად.
- საარჩევნო სუბიექტებთან საუბრისას, მათი საარჩევნო პროგრამის წარდგენისას ჟურნალისტი უნდა იყოს კარგად მომზადებული, იცნობდეს საარჩევნო პროგრამას, რათა მოახერხოს შესაბამისი კითხვების დასმა მათი დაპირებების რეალურობის წარმოსაჩენად.
- ყურადღებით იყავით საარჩევნო კამპანიის დროს კანდიდატების აქტივობების გაშუქებისას. ხშირ შემთხვევაში მათი მისვლა სოციალურად დაუცველ ოჯახთან, ბავშვებთან ერთად ფეხბურთის თამაში, ნერგების დარგვა და სხვა მსგავსი აქციები მხოლოდ პიარს ისახავს მიზნად. შესაბამისად, მათი პოპულარიზაციის ნაცვლად უნდა დასვათ რელევანტური კითხვები. ასეთი ღონისძიებების დროს თუკი კანდიდატი მმართველი პარტიის წარმომადგენელი იყო, მოსთხოვეთ პასუხი სოციალური პროგრამების შესახებ, სპორტული

ინფრასტრუქტურის გაუმართაობაზე, გარემოს დაცვაზე. ოპოზიციური პარტიის კანდიდატს ჰკითხეთ როგორ უმუშავია ამ პრობლემების მოსაგვარებლად აქამდე, როგორ აპირებს მის გადაჭრას ახლა და დააკვირდით, რამდენად ჯდება მის მანდატში გაცემული დაპირებები.

- ეცადეთ გაშუქებისას ისმოდეს ამომრჩეველთა ხმა.

ბალანსი

- ბალანსი სხვადასხვა პოზიციაზე მყოფი ადამიანების თანაბრად წარმოჩენას ნიშნავს. პრაქტიკაში ეს გულისხმობს არამხოლოდ უშუალოდ ბრალდების ობიექტისთვის საპასუხო კომენტარის მიცემის შესაძლებლობას, არამედ მომხდარ ამბავთან დაკავშირებული ყველა დაინტერესებული მხარის წარმოჩენას. შესაბამისად, აუდიტორიისთვის ზუსტი და სრულყოფილი ინფორმაციის გადაცემას.
- ბალანსის დაცვისთვის ყველა საარჩევნო სუბიექტისთვის მხოლოდ მათემატიკური სიზუსტით თანაბარი დროის დათმობა არ არის საჭირო. მაგალითად, ხშირად ტელემარშრუტები ამზადებენ ერთგვარ კოლაჟს სხვადასხვა სუბიექტის მიერ განხორციელებულ საარჩევნო აქტივობების შესახებ, თუ როგორ შეხვდნენ ამომრჩეველებს და დაპირებები გააცნეს. ამგვარი მასალიდან აუდიტორია მხოლოდ იგებს იმას, რომ კანდიდატი ამომრჩეველს რაღაცას დაჰპირდა, რაც არანაირ ინფორმაციულ ღირებულებას არ ატრებს. ვინაიდან მთავარია რამდენად რეალურია დაპირება და აქვს თუ არა კანდიდატს მისი შესრულების უნარი. აუდიტორიასაც სწორედ ეს უნდა აჩვენოთ.
- მოკლე ამბებში თუ ეწ. კადრ სინქრონიზმშიც ბალანსი ისევე უნდა იყოს დაცული, როგორც ვრცელ მასალებში. მნიშვნელოვანია, რომ მედია განსაკუთრებული პასუხისმგებლობით მოეკიდოს დანაშაულის დაბრალების შესახებ ინფორმაციის ერთ წყაროზე დაყრდნობით ეთერში გაშვებას. თუ აუცილებლობა არ მოითხოვს, უმჯობესია მედიამ მსგავსი ამბავი მაყურებელს მხოლოდ „დადანაშაულებული“ სუბიექტის საპასუხო კომენტარის მოპოვების შემდეგ შესთავაზოს. მაღალი საზოგადოებრივი ინტერესის გამო, აუცილებლობის შემთხვევაში, ინფორმაცია შესაძლოა გადაიცეს ერთ წყაროზე დაყრდნობით, თუმცა იქვე უნდა განუმარტოთ მაყურებელს, რომ ინფორმაცია გადაუმოწმებელია, ეყრდნობა მხოლოდ ერთ წყაროს, რომ ცდილობთ გადამოწმებას და მეორე მხარის კომენტარს მოპოვებისთანავე გაავრცელებთ. ამასთან ყველა მსგავს შემთხვევაში აუდიტორიას აუხსენით, თუ რატომ ვერ მიიღეთ საპასუხო კომენტარი და რა მცდელობები გქონდათ კომენტარის მოსაპოვებლად. ეთიკური ჟურნალისტიკა ავალდებულებს ჟურნალისტს, საზოგადოებას აჩვენოს, რომ მან ყველა გზა სცადა ზუსტი ინფორმაციის მოსაპოვებლად. ამ თუნდაც უშედეგო მცდელობის ჟურნალისტურ პროდუქტში ასახვა უფრო სრულყოფილს და ზუსტს გახდის.
- თუკი რომელიმე მხარე გადაცემაში მონაწილეობაზე უარს ამბობს ან არ აკეთებს კომენტარს, ამის შესახებ აცნობეთ აუდიტორიას ყოველ ჯერზე, როდესაც კი საჭირო რესპონდენტი შეთავაზების მიუხედავად არ მიიღებს მონაწილეობას.

- იმ შემთხვევაში, როდესაც გადაცემაში არ მონაწილეობს მხარე, ვის მიმართაც ისმის ბრალდებები, ამავდროულად მას სხვა დროს გაკეთებული აქვს კომენტარი ამ თემაზე, უმჯობესია წარმოჩენილი იყოს რაიმე ფორმით, ან ჩანაწერის სახით, ან თავად შეახსენეთ ოპონენტს მოპასუხის პოზიცია. თუკი ამგვარი საპასუხო კომენტარი არ მოიპოვება, თავად გაუწიეთ ოპონირება და დაუსვით კონტრ კითხვები.
- თუკი გადაწყვეტთ, რომ აუდიტორიას აჩვენოთ რომელიმე საარჩევნო ოლქის კანდიდატები, უნდა შეგეძლოთ დასაბუთება რა ნიშნით შეარჩიეთ მაინცადამაინც ის ოლქი, კანდიდატები და რატომ არ ექნებათ იგივე შესაძლებლობა სხვა ოლქის კანდიდატებს.
- წამყვანი უფრო მეტად მომზადებული უნდა იყოს ისეთ რესპონდენტებთან სასაუბროდ, რომლებიც ხშირად ერთსა და იმავე შეცდომაში შემყვან გზავნილებს ავრცელებენ. უნდა შეეცადოს ყოველ ჯერზე შეუსწოროს რესპონდენტს ფაქტობრივი შეცდომები და მაყურებელს ზუსტი ინფორმაცია მიაწოდოს.
- გადაცემის შემოქმედებითი გუნდი უნდა ეცადოს, რომ ერთმანეთის პირისპირ სადისკუსიოდ არ დასვას ისეთი რესპონდენტები, რომლებს შორისაც მოსალოდნელია მწვავე კონფლიქტი და დაპირისპირება.
- თუ მაუწყებელი პირდაპირ ეთერში ჩართავს რომელიმე კანდიდატის წარდგენის ღონისძიებას, მაშინ ამგვარი შესაძლებლობა უნდა მისცეს სხვა კანდიდატსაც. ამასთან ამგვარი ჩართვა ინტეგრირებული უნდა იყოს რომელიმე გადაცემაში. სხვა შემთხვევაში ის იქნება რეკლამა, სადაც კანონით დადგენილი ლიმიტი დაცული უნდა იყოს. სარეკლამო დრო და ტარიფები კი მაუწყებელმა ვებსაიტზე უნდა გამოაქვეყნოს.

დებატები

- „მაუწყებლობის შესახებ“ კანონი საერთო მაუწყებლებს წინასაარჩევნო დებატების ეთერში გაშვებას ავალდებულებს მისი მომსახურების ზონაში მიმდინარე საარჩევნო კამპანიის დროს. აგრეთვე საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა არადისკრიმინაციულად უნდა უზრუნველყონ ყველა კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტის თანაბარი მონაწილეობა წინასაარჩევნო დებატებში.
- დებატების, ისევე როგორც საარჩევნო კამპანიის გაშუქების მიზანია ამომრჩეველს გააცნოს კანდიდატი და დაანახოს, რამდენად არის ის მზად გაცემული დაპირებების შესასრულებლად. ამის საჩვენებლად მნიშვნელოვანია გადაცემის ფორმატი. დებატები არ ნიშნავს პარტიის პრეზენტაციას ანდა ერთ კითხვაზე ყველა კანდიდატის თანაბარი ქრონომეტრაჟის მქონე კომენტარის მოსმენას. კარგად დაგეგმილი დებატებისას ან თავად წამყვანმა უნდა გაუწიოს ოპონირება კონტრ კითხვებით, ანდა კონკურენტ კანდიდატებს უნდა ჰქონდეთ დრო ერთმანეთისთვის კითხვების დასმის თუ კომენტარის გაკეთების.
- დებატებში მონაწილე ყველა კანდიდატს თანაბარი დრო უნდა დაეთმოს.

პოლიტიკოსები ეთერში

- მიუკერძოებლობის და არადისკრიმინაციულობის პრინციპიდან გამომდინარე დაუშვებელია პოლიტიკური თანამდებობის პირის, საარჩევნო კანდიდატის ანდა არჩევნებში მონაწილე პარტიის წევრის მონაწილეობა ახალი ამბების ან საინფორმაციო პროგრამებში წამყვანის, ინტერვიუერის ან ჟურნალისტის სახით. ამგვარი წესი "მაუწყებელთა ქცევის კოდექსითაც" არის დადგენილი.
- ასევე კოდექსის თანახმად, საარჩევნო პერიოდში კანდიდატის ან პარტიის წარმომადგენლის ისეთ პროგრამებში მონაწილეობა, რომლებიც არ არის პოლიტიკასთან პირდაპირ კავშირში, დასაშვებია მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ მოლაპარაკება პროგრამაში მონაწილეობის შესახებ შედგა საარჩევნო პერიოდის დაწყებამდე. კანდიდატს არ უნდა მიეცეს საშუალება გამოთქვას პოლიტიკური მოსაზრებები ან სხვა გზით მოახდინოს საკუთარი კანდიდატურის რეკლამირება.
- მაუწყებელი უნდა შეეცადოს მკაფიოდ განასხვავოს სახელმწიფო მოხელის, როგორც თანამდებობის პირის მიერ საჯარო/სახელმწიფოებრივი ფუნქციების შესრულება და კერძო/პარტიული/საარჩევნო საქმიანობა.
- თუკი ჟურნალისტი გადაწყვეტს არჩევნებში მონაწილეობას, მან დაუყოვნებლივ უნდა შეწყვიტოს ჟურნალისტური საქმიანობა და ეთერი არ უნდა გამოიყენოს საკუთარი კამპანიისთვის.

სიძულვილის ენა

- დაუშვებელია მედიის გამოყენება სიძულვილის ენის ტირაჟირებისთვის. არათუ ჟურნალისტი არ უნდა იყენებდეს ამგვარ ლექსიკას, არამედ ყველა ღონე უნდა იხმაროს, რომ რესპონდენტსაც ხელი შეუშალოს მის გავრცელებაში.
- თუკი არ არის პირდაპირი ეთერი, მაშინ რესპონდენტის ნათქვამი ისე უნდა დარედაქტირდეს, რომ სიძულვილის ენის ტირაჟირება არ მოხდეს. ამგვარი ლექსიკა მხოლოდ მაშინ შეიძლება დარჩეს კომენტარის სახით, როდესაც გაშუქების მიზანია, აუდიტორიას აჩვენოს როგორ საუბრობს ესა თუ ის პოლიტიკოსი, კანდიდატი თუ თანამდებობის პირი. ასეთ შემთხვევაში მასალიდან უნდა იკვეთებოდეს რედაქციის სარედაქციო პოლიტიკა, რომ მისთვის სიძულვილის ენა მიუღებელია.
- თუ რესპონდენტი პირდაპირი ეთერში იყენებს სიძულვილის ენას, მაშინ წამყვანი უნდა გაემიჯნოს მას და მიუთითოს რესპონდენტს, რომ ამგვარი ლექსიკა მიუღებელია. თანამედროვე ეთიკური სტანდარტები ჟურნალისტს ავალდებულებს გამოხატოს პოზიცია და გააკრიტიკოს დისკრიმინაციული განცხადება და მისი ავტორი.

კენჭისყრის დღე

კენჭისყრის დღეს ჟურნალისტების უფლებები "საარჩევნო კოდექსით" განისაზღვრება. კოდექსის თანახმად:

- პრესისა და მასობრივი ინფორმაციის სხვა საშუალებების ერთსა და იმავე ორგანიზაციას უფლება აქვს, საარჩევნო უბანში ერთდროულად ჰყავდეს არა უმეტეს 3 წარმომადგენელი.
- არჩევნების დღეს, კენჭისყრის დასრულებამდე არჩევნების გაშუქება უნდა შემოიფარგლოს მხოლოდ ფაქტობრივი გარემოებების გაშუქებით, რათა საარჩევნო უბნების დახურვამდე ეთერში გასულმა ინფორმაციამ ზეგავლენა არ მოახდინოს არჩევნების შედეგებზე.
- კენჭისყრის შენობაში მყოფ მედიის წარმომადგენელს აუცილებლად უნდა ეკეთოს მისი ვინაობისა და სტატუსის დამადასტურებელი სამკერდე ნიშანი. ამ ნიშნის არქონის გამო საარჩევნო ადმინისტრაციის წარმომადგენლებს უფლება აქვთ, ჟურნალისტი უბანზე არ შეუშვან.
- კენჭისყრის დღეს ჟურნალისტს უფლება აქვს, დააკვირდეს პროცესს საარჩევნო უბნის გახსნიდან ხმის დათვლის დასრულებამდე.
- მედია საშუალების წარმომადგენელმა, რომელიც შედის საარჩევნო უბანში, რეგისტრაცია უნდა გაიაროს საარჩევნო უბნის მდივანთან.
- კენჭისყრის შენობაში ყოფნის უფლების მქონე ყველა პირი (მათ შორის მედიის წარმომადგენლები) უფლებამოსილია თავისი პრეტენზიები, საჩივრები და შენიშვნები ასახოს ჩანაწერთა წიგნში.
- კენჭისყრის შენობაში ყოფნის უფლების მქონე პირი, მათ შორის, მედიის წარმომადგენელი, უფლებამოსილია დააკვირდეს გადასატანი ყუთის მეშვეობით ხმის მიცემის პროცესს. ამისათვის მედიის წარმომადგენელი უფლებამოსილია თან ახლდეს გადასატან საარჩევნო ყუთს გადასატანი საარჩევნო ყუთის მოძრაობის მთელი პერიოდის განმავლობაში
- მედიას უფლება აქვს დაესწროს საარჩევნო კომისიების სხდომებს;
- აკრედიტებულ ჟურნალისტებს უფლება აქვთ კენჭისყრის დღეს ნებისმიერ დროს იმყოფებოდნენ კენჭისყრის შენობაში. შეუზღუდავად გადაადგილდნენ საარჩევნო უბნის ტერიტორიაზე და თავისუფლად, დაუბრკოლებლად, კენჭისყრის პროცესისათვის ხელის შეუშლელად, დააკვირდნენ კენჭისყრის პროცესის ყველა ეტაპს.

ფოტო-ვიდეო გადაღება

- ერთი და იმავე მედიასაშუალებას უფლება აქვს ერთ საარჩევნო უბანზე კენჭისყრის პროცესის განმავლობაში ფოტო-ვიდეო გადაღება თავისუფლად აწარმოოს არაუმეტეს 10 წუთისა, რის შემდეგაც ან უნდა დატოვოს უბანი ან ვალდებულია, დაიკავოს კენჭისყრის შენობაში გამოყოფილი სპეციალური ადგილი.

- გადაღებისთვის სპეციალურ ადგილს გამოყოფს საუბნო საარჩევნო კომისიის თავმჯდომარე. ადგილი გადაღების სუბიექტიდან/ობიექტიდან არანაკლებ 3 მეტრის დაშორებით უნდა მდებარეობდეს და ჩანდეს საარჩევნო პროცესი. თუ კენჭისყრის შენობა არ იძლევა 3 მეტრიანი დისტანციის დაცვის საშუალებას, გადასაღებ ადგილს განსაზღვრავს შესაბამისი საუბნო საარჩევნო კომისიის თავმჯდომარე. მედიის სპეციალურად გამოყოფილი ადგილიდან გადაღების უფლება წარმომადგენლების გარდა აქვს კენჭისყრის შენობაში ყოფნის უფლების მქონე ყველა პირს.
- თუკი ხმის მისაცემად მაღალი საზოგადოებრივი ინტერესის მქონე ამომრჩევლები (პოლიტიკური თანამდებობის პირები, საარჩევნო სუბიექტებისა და პოლიტიკური გაერთიანებების ხელმძღვანელები, რელიგიური ლიდერები) მიდიან, მაშინ მედიას შეუძლია თავისუფლად აწარმოოს ფოტო-ვიდეო გადაღება. ამ პირთა მიერ ხმის მიცემის შემდეგ კი ან უნდა დატოვოს უბანი ან დაიკავოს სპეციალურად გამოყოფილი ადგილი.
- იმ შემთხვევაში, თუკი კენჭისყრის შენობაში ყოფნის უფლების მქონე პირი კამერით გადაადგილდება ან ტოვებს კენჭისყრის შენობას, კარგავს ფოტო-ვიდეო გადაღების უფლებას.
- ფოტო-ვიდეო გადაღების წესების დარღვევის შემთხვევაში საუბნო საარჩევნო კომისია ხმათა უმრავლესობით იღებს გადაწყვეტილებას შესაბამისი პირის კენჭისყრის შენობიდან გაძევების შესახებ.

აკრძალულია

- კენჭისყრის კაბინაში ფოტო-ვიდეო გადაღება, (რათა არ მოხდეს ამომრჩევლის არჩევანის გამჟღავნება);
- ამომრჩეველთა სიების საარჩევნო კომისიისათვის განკუთვნილი (სამაგიდო) ვერსიისა და სხვა ისეთი ინფორმაციის თუ მასალის გადაღება, რომელიც საქართველოს საარჩევნო კანონმდებლობით არ განკუთვნილია საჯარო ინფორმაციას.
- ინტერვიუს ჩაწერა კენჭისყრის შენობაში ყოფნის უფლების მქონე პირებთან დასაშვებია მხოლოდ კენჭისყრის შენობის გარეთ.
- ჟურნალისტმა აგიტაცია გაუწიოს ამომრჩეველს რომელიმე საარჩევნო სუბიექტის სასარგებლოდ ან საწინააღმდეგოდ ან ატაროს რომელიმე საარჩევნო სუბიექტის სიმბოლიკა და ნიშანი.

რას უნდა დააკვირდეთ არჩევნების გაშუქებისას:

1. ამომრჩეველთა უფლებები

- წესრიგშია თუ არა საარჩევნო სიები?
- არიან თუ არა ამომრჩევლები თავისუფლები ხმის მიცემისას?

- ხომ არ ხორციელდება მათზე ზეწოლა? არის თუ არა რაიმე მითითება, დამუქრება, შანტაჟი, მოსყიდვა?
- საჯარო სამსახურში დასაქმებულები ხომ არ განიცდიან ზეწოლას ხელმძღვანელების მხრიდან რათა მათ კონკრეტულ კანდიდატს მისცენ ხმა?
- რამდენად გაცნობიერებული აქვთ ამომრჩევლებს საკუთარი როლი და არჩევნებში მონაწილეობის მნიშვნელობა?

2. საარჩევნო კანდიდატების გაშუქება

- როგორია საარჩევნო სუბიექტების საარჩევნო დაპირებები და რამდენად რეალურია მათი განხორციელება?
- ვინ არიან არჩევნებში მონაწილე პარტიები და როგორია საარჩევნო სიაში მყოფი პირების ბიოგრაფია? არის გენდერული თანაფარდობა დაცული?
- რა საარჩევნო პროგრამები აქვთ? მნიშვნელოვანია მათი ანალიზი. მმართველი პარტიის შემთხვევაში საინტერესოა რა შესრულდა წინა არჩევნების დროს შემუშავებული პროგრამიდან.
- საარჩევნო დაპირებები ხომ არ სცდება დასაკავებელი პოზიციის მანდატს? მაგალითად, პარლამენტში მოსახვედრად მებრძოლი კანდიდატი ხომ არ გასცემს ისეთ დაპირებებს, რაც თვითმმართველობის მოვალეობაში შედის და კანონმდებელი მას ვერ მოაგვარებს?
- როგორია პარტიის მთავარი სარეკლამო რგოლები და გზავნილები, მათი საარჩევნო კამპანიის სტრატეგია?
- რა არის პარტიების დაფინანსების მთავარი წყარო? როგორია ტენდენცია მათთვის თანხის გადარიცხვის?
- ვინ არიან შემომწირველები? რა კავშირი აქვთ მათ კანდიდატებთან? რამდენად აქვთ შემოსავალი, რომ კანდიდატებისთვის შემოწირულობის გაღება შეძლონ?
- რა მიმართულებით ხარჯავენ ყველაზე მეტ თანხას პარტიები და როგორია მათი თანაფარდობა ერთმანეთთან?
- რამდენად აქვთ კანდიდატებს შესაძლებლობა თავისუფლად აწარმოონ საარჩევნო კამპანია? თანაბარ და არადისკრიმინაციულ პირობებში არის ყველა მათგანი?
- ხომ არ მიმდინარეობს ზეწოლა საარჩევნო სუბიექტებზე, მათ ახლობლებზე, თანამოაზრეებზე?
- როგორია საარჩევნო სუბიექტებისთვის მედიაზე ხელმისაწვდომობა?

3. საარჩევნო გარემო

- ასრულებს თუ არა ყველა სახელმწიფო უწყება დაკისრებულ მოვალეობას, რათა საარჩევნო გარემო იყოს არადისკრიმინაციული და გამჭვირვალე?
- როგორია ცენტრალური საარჩევნო კომისიის საქმიანობა, მიღებული გადაწყვეტილებები, საჩივრების განხილვის პროცესი და შედეგები?

- როგორ რეაგირებს აუდიტის სამსახური პარტიების მიერ წარდგენილ ანგარიშებზე? სავარაუდო დარღვევებზე?
- როგორ მუშაობს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია, როგორია მათთან შესული საჩივრები პოლიტიკურ რეკლამებთან და მაუწყებლის მიერ წინასაარჩევნო ვალდებულებების შესრულების თვალსაზრისით? როგორ რეაგირებს საჩივრებზე? არის თუ არა ერთგვაროვანი მიდგომა ყველას მიმართ?
- აქვეყნებენ თუ არა მაუწყებლები წინასაარჩევნო პერიოდში პოლიტიკური რეკლამის ტარიფების და შემდეგ უკვე განთავსებული რეკლამის მოცულობის შესახებ ინფორმაციას?
- როგორ მუშაობს უწყებათაშორისი კომისია? რა საჩივრები შედის და რამდენად ადეკვატურია მათი რეაგირება?
- გამოყენებულია თუ არა ადმინისტრაციული რესურსები არჩევნებში?
- გვხვდება თუ არა ფარული რეკლამა?
- რა საკანონმდებლო ცვლილებები ხორციელდება? ხომ არ აყენებს რომელიმე სუბიექტს უპირატეს მდგომარეობაში მოსალოდნელი ცვლილებები ან ზოგადად რაიმე გავლენას ახდენს თუ არა საარჩევნო გარემოზე?
- რომელმა და რამდენმა მედიასაშუალებამ გაიარა აკრედიტაცია? ხომ არ იწვევს ეჭვს რომელიმე მათგანის რაოდენობა? ასეთ შემთხვევაში გადაამოწმეთ მედიასაშუალების ნამდვილობა, დამფუძნებლები და მათი კავშირი საარჩევნო სუბიექტებთან
- რომელი საერთაშორისო ორგანიზაციები დააკვირდებიან არჩევნებს?

დამატებით გაეცანით:

[კვლევების გაშუქება](#)

[ჟურნალისტიკის ინტერესთა კონფლიქტი](#)