

გადანწყვეტილება

N გ-23-18/219
11/05/2023

219-გ-23-1-4-202305111654



სს „მედია ჰოლდინგისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების საკითხის განხილვის თაობაზე

I. საქმის აღწერა

საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის (შემდგომში „კომისია“) აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის სამსახურებრივი ბარათის (№23-10-794, 1.05.2023) საფუძველზე, „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის საქმიანობის მარეგულირებელი წესების“ 36-ე მუხლის მე-14 პუნქტის შესაბამისად, კომისიაში დაიწყო ადმინისტრაციული წარმოება სს „მედია ჰოლდინგისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების საკითხის განხილვის თაობაზე, მის მიერ მაუწყებლობის სფეროში მოქმედი კანონმდებლობის შესაძლო დარღვევის გამო.

კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის სამსახურებრივი ბარათიდან ირკვევა, რომ მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მიერ 2023 წლის აპრილში განხორციელდა სს „მედია ჰოლდინგის“ სამაუწყებლო ბადეში განთავსებული სარეკლამო კომუნიკაციების (რეკლამა, პროდუქტის განთავსება, სპონსორობა, ტელემოპინგი) მონიტორინგი კანონით დადგენილ მოთხოვნებთან შესაბამისობის შემოწმების მიზნით. მონიტორინგის შედეგად გამოვლინდა:

2023 წლის 3 მარტს, 10:11 საათზე, გადაცემაში „დილა მშვიდობისა, საქართველო“ გავიდა სიუჟეტი კოსმეტიკურ საშუალება „ლ'ოქსიტანის“ შესახებ. გადაცემის წამყვანებმა და სიუჟეტის ავტორმა ისაუბრეს ამ ბრენდის პროდუქციის განსაკუთრებულ დადებით თვისებებზე, ხოლო სიუჟეტში მონაწილე სტუმრებმა მაცურებელს პირდაპირ მოუწოდეს, შეიძინონ „ლ'ოქსიტანის“ პროდუქცია, ხაზი გაუსვეს აღნიშნული ბრენდის უპირატესობებს. გადაცემის ავტორმა აუდიტორიას მიაწოდა ინფორმაცია ფასდაკლების აქციების შესახებ. კერძოდ, აღინიშნა, რომ აქციები დაიწყო და გაგრძელდება 10 მარტამდე, 25 პროცენტის ფასდაკლება გავრცელდება „ლ'ოქსიტანის“ ორივე მაღაზიაში თბილისში (მითითებულია მისამართი) და სითი მოლში, როგორც მამაკაცებისთვის, ისე ქალბატონებისთვის ყველა პროდუქციაზე. გადაცემაში ღონისძიებაზე მიწვეული ცნობადი სახეები (ე. მამალაძე-მომღერალი „მე ყველას ვუსურვებ ეს ბრენდი შეიძინოს, ძალიან

კარგია, ფრანგული.“ ლიკა კვარაცხელია-მოდელი „ისეთი განწყობა მოდის ამ ბრენდიდან, რომ გინდა ყველაფერი შეიძინო და გამოიყენო) რეკომენდაციას უწევენ „ლოქსიტანის“ პროდუქციას.

2023 წლის 10 აპრილს, 08:20 საათზე, გადაცემის „დილა მშვიდობისა“ წამყვანების მიერ აუდიტორიას მიეწოდა ინფორმაცია „ინ დეველოპმენტ“ დიდი დილომის შესახებ. კერძოდ, განსაკუთრებული ხაზგასმით აღინიშნა ზემოხსენებული კომპანიის მიერ მყიდველისთვის შეთავაზებული საცხოვრებელი კომპლექსის უპირატესობა, დასახელდა აქციები, ასევე ფასები, რა დროსაც დაირღვა პროდუქტის განთავსების წესები. კერძოდ: გადაცემის წამყვანი - „ინ დეველოპმენტი“ დიდი დილომი არის კარგად დაგეგმარებული სივრცე და ზომიერი აივნები, რომელიც განსაკუთრებულად მყუდრო და დახვეწილ გარემოს ქმნის, ასევე ხედები ბუნებასა და თბილისზე, რაც თქვენი ყოველდღიური განწყობის გარანტიც შეიძლება გახდეს. ყველაზე მნიშვნელოვანი სანდოობა და გადახდის ხელმისაწვდომი პირობებია, აღნიშნული პროექტი დაზღვეულია „საქართველოს ბანკის“ მიერ და რაც ყველაზე მნიშვნელოვანია „ინ დეველოპმენტი“ გთავაზობთ ფასდაკლებას, რომელიც გულისხმობს დასრულებულ რემონტს, თეთრი კარკასის ფასად, რაც კვადრატულ მეტრზე 500 ლარიან ფასდაკლებას ნიშნავს, ასევე „ინ დეველოპმენტი“ მომხმარებელს სთავაზობს შიდა უპროცენტო განვადებას, პირველადი შენატანის გარეშე.

მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტს მიაჩნია, რომ სს „მედია ჰოლდინგის“ მიერ ზემოაღნიშნული სიუჟეტების მსვლელობისას ადგილი ჰქონდა „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის „ა“, „ბ“ და „გ“ ქვეპუნქტებით განსაზღვრული წესების დარღვევას, კერძოდ, პროდუქტის განთავსება ისე მოხდა, რომ მან გავლენა მოახდინა პროგრამის შინაარსზე, იყო მოწოდებები პროდუქტის შეძენისკენ და პროდუქტს მიენიჭა გადაჭარბებული მნიშვნელობა.

2023 წლის 5 აპრილს, 13:35 საათზე, სპონსორობის მითითებისას წამყვანი აცხადებს: „რუბრიკას წარმოგიდგენთ ბაბე, რომელიც გთავაზობთ სახის კანისა და თმის მოვლის ფართო ასორტიმენტს ყოველგვარი ტიპის კანისთვის. ბაბე - ესპანური პრემიუმ ხარისხის ბრენდი მთელი ოჯახისთვის ავერსისგან“, ხოლო 2023 წლის 6 აპრილს, 22:23 საათზე, გადაცემაში წამყვანი აცხადებს: „ჩემი და პაატას გადაცემას წარმოგიდგენთ სამშენებლო კომპანია ელიტ ბილდინგ კომპანი, ვენაცვალე მაგათა, პირველად თელავში, მასშტაბური, თანამედროვე და ეკოეფექტური საცხოვრებელი კომპლექსი - პანორამა თელავი. ახლა ეს რეალობაა და აქ ყველაფერია: შენი, ჩემი მშვიდი ცხოვრებისთვის...“

მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტს მიაჩნია, რომ სს „მედია ჰოლდინგის“ მიერ ზემოაღნიშნული სიუჟეტების მსვლელობისას ადგილი ჰქონდა „სპონსორობის მითითების სახელმძღვანელო რეკომენდაციებით“ გათვალისწინებული წესების დარღვევას, კერძოდ, მოხდა მომსახურების მოხმარებისკენ წაქეზება ამ მომსახურებაზე სპეციალური მითითებით. ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტი ითხოვს რეაგირების განხორციელებას.

სს „მედია ჰოლდინგისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე საკითხის განხილვა დაინიშნა 2023 წლის 11 მაისს, რის თაობაზეც შეტყობინებით ეცნობა სს „მედია ჰოლდინგს“ და განემარტა საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის 98- ე და 99-ე მუხლებით გათვალისწინებული მტკიცებულებებისა და შუამდგომლობების წარმოდგენის, ადმინისტრაციულ წარმოებაში არსებული დოკუმენტებისა და სხვა მასალების გაცნობის უფლება.

კომისიის 2023 წლის 11 მაისის სხდომაზე სს „მედია ჰოლდინგის“ წარმომადგენელმა აღნიშნა, რომ ტელეკომპანიას სარეკლამო მომსახურებები ჰქონდა განთავსებული, რა დროსაც ტელეკომპანია ცდილობს შეასრულოს დამკვეთის სურვილი. შეფასების საკითხია, ამას კომისია სუბიექტურად როგორ მიიღებს და რას ჩათვლის გადაჭარბებაში. ტელეკომპანიის აზრით, ეს არის ჩვეულებრივი, სტანდარტული სარეკლამო მომსახურება, რომელიც პროდუქტის განთავსების დროს არის დასაშვები.

II. გამოკვლეული მტკიცებულებები

1. კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის სამსახურებრივი ბარათი (№23-10-794, 1.05.2023) სიუჟეტების ამსახველი ვიდეოჩანაწერების ბმულით.
2. სს „მედია ჰოლდინგის“ წარმომადგენლის ახსნა-განმარტება.
3. სს „მედია ჰოლდინგის“ შესახებ მონაცემები კომისიის უწყებრივი რეესტრიდან და მეწარმეთა და არასამეწარმეო (არაკომერციულ) იურიდიულ პირთა საჯარო რეესტრიდან.

III. დადგენილი ფაქტობრივი გარემოებები

1. სს „მედია ჰოლდინგი“ წარმოადგენს მაუწყებლობის სფეროში ავტორიზებულ პირს.

მტკიცებულება: ამონაწერი კომისიის უწყებრივი რეესტრიდან სს „მედია ჰოლდინგის“ შესახებ.

2. კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მიერ, 2023 წლის აპრილში, განხორციელდა სს „მედია ჰოლდინგის“ სამაუწყებლო ბადეში განთავსებული სარეკლამო კომერციული კომუნიკაციების (რეკლამა, პროდუქტის განთავსება, სპონსორობა, ტელემოპინგი) მონიტორინგი კანონით დადგენილ მოთხოვნებთან შესაბამისობის შემოწმების მიზნით. მონიტორინგის შედეგად გამოვლინდა:

ა) 2023 წლის 3 მარტს, 10:11 საათზე, გადაცემაში „დილა მშვიდობისა, საქართველო“ გავიდა სიუჟეტი ფრანგული პარფიუმერულ-კოსმეტიკური ბრენდის „ლ'ოქსიტანის“ შესახებ. სიუჟეტის დაწყებამდე, გადაცემის წამყვანი მაყურებლებს ამცნობს, რომ „ლ'ოქსიტანი“ გაზაფხულს განსაკუთრებული შეთავაზებებით ხვდება. სიუჟეტში ნაჩვენებია ბრენდ „ლ'ოქსიტანის“ მიერ ქართული ერთგული მომხმარებლებისთვის მოწყობილი წვეულება სახელწოდებით „მარადიული სილამაზე“. სიუჟეტის ავტორი და რესპოდენტები დადებით განწყობასა და მოწონებას გამოხატავენ „ლ'ოქსიტანის“ პროდუქციის მიმართ, საუბრობენ ამ ბრენდის პროდუქციის დადებით თვისებებზე, ხოლო ღონისძიებაზე მონაწილე ცნობილი სახეები რეკომენდაციას უწევენ „ლ'ოქსიტანის“ პროდუქციას და მაყურებლებს მოუწოდებენ „ლ'ოქსიტანის“ პროდუქციის შეძენისკენ. სიუჟეტის განმავლობაში ხდება „ლ'ოქსიტანის“ ლოგოს და პროდუქციის მრავალჯერადი ჩვენება და ხსენება. სიუჟეტის ავტორი მაყურებლებს ამცნობს, რომ დახვეწილი, ელეგანტური და სურნელოვანი „ლ'ოქსიტანის“ მთავარი კონცეფცია სილამაზეზე ზრუნვა და ახალგაზრდობის შენარჩუნებაა. „ლ'ოქსიტანის“ პროდუქცია 100%-ით ნატურალური ინგრედიენტებისაგან შედგება, რომელთა შორისაა „უკვდავას ყვავილი“, რომელიც საფრანგეთში მარადიული სილამაზისა და ახალგაზრდობის სიმბოლოდ ითვლება. „ლ'ოქსიტანმა“ პირველმა აღმოაჩინა „უკვდავების ყვავილის“ გამორჩეული თვისებები და მისგან შექმნა პრემიუმ ხარისხის პროდუქცია. „ლ'ოქსიტანის“ გენერალური დირექტორი აცხადებს, რომ დღეს

საშუალება აქვთ ფართო საზოგადოებას წარმოუდგინონ ბრენდის ერთ-ერთი წარმატებული, ყველაზე ცნობილი საერთაშორისო ხაზი - „უკვდავას ხაზი“. „ლ'ოქსიტანის“ საერთაშორისო პარტნიორი აცხადებს, რომ ბრენდი საქართველოში ძალიან მაღალ დონეზეა წარმოდგენილი და დღევანდელი დეკორაცია ყველაფერს ამბობს „ლ'ოქსიტანზე“. ცნობილი მომღერალი ამბობს, რომ „ლ'ოქსიტანის“ პროდუქცია შემოსულია „ჩვენს ქალაქში“, საქართველოში და ყველას უსურვებს რომ შეიძინოს პროდუქცია, ვინაიდან ის არის ფრანგული, ძალიან კარგი. ერთ-ერთი რესპოდენტი, ცნობადი სახე აცხადებს, რომ „ლ'ოქსიტანის“ აქტიური მომხმარებელია, მას განსაკუთრებით მოსწონს ის ინგრედიენტები, რომლებსაც ბრენდი თავის პროდუქციაში იყენებს. ასევე, ამბობს, რომ „ლ'ოქსიტანის“ ბრენდიდან ისეთი ლამაზი განწყობა მოდის, რომ „გინდა ყველაფერი შეიძინო და გამოიყენო“. გადაცემის ავტორი მაყურებლებს აწვდის ინფორმაციას ფასდაკლების აქციების შესახებ. კერძოდ, აღინიშნავს, რომ განსაკუთრებული აქციები მოქმედებს 10 მარტის ჩათვლით და 25 პროცენტია ფასდაკლება ვრცელდება როგორც მამაკაცებისთვის, ისე ქალბატონებისთვის განკუთვნილ ყველა პროდუქციაზე და მოქმედებს „ლ'ოქსიტანის“ ორივე მაღაზიაში, მდებარე ჭავჭავაძის №40-ში და „სითი მოლში“.

ბ) 2023 წლის 10 აპრილს, 08:20 საათზე, გადაცემის - „დილა მშვიდობისა, საქართველო“ მიმდინარეობისას წამყვანების მიერ მაყურებლებს მიეწოდათ ინფორმაცია „ინ დეველოპმენტ დიდი დილომის“ შესახებ. წამყვანები მაყურებლებს აწვდიან ინფორმაციას „ინ დეველოპმენტ დიდი დილომის“ მიერ მყიდველებისთვის შეთავაზებული საცხოვრებელი კომპლექსის უპირატესობის, აქციების და ფასდაკლების შესახებ. კერძოდ, გადაცემის წამყვანი მაყურებლებს ამცნობს, რომ 14 ათასს კვ.მ.-ზე ოთხი საცხოვრებელი კორპუსია განთავსებული. გამწვანებული ეზო საბავშვო და სპორტულ მოედნებს, სასაფარი ბილიკებსა და მოსასვენებელ სივრცეებს მოიცავს. კომპლექსს აქვს ღია და დახურული ავტოსადგომები. გონივრულად დაგეგმარებული სივრცე და ზომიერი აივნები განსაკუთრებულად მყუდრო და დახვეწილ გარემოს ქმნის. ხედები ბუნებასა და თბილისზე ყოველდღიური საუკეთესო განწყობის გარანტიც შეიძლება გახდეს. წამყვანი აცხადებს, რომ ყველაზე მნიშვნელოვანი სანდოობა და გადახდის ხელმისაწვდომი პირობებია და მაყურებლებს ამცნობს, რომ აღნიშნული პროექტი დაზღვეულია „საქართველოს ბანკის“ მიერ და რაც ყველაზე მნიშვნელოვანია „ინ დეველოპმენტი“ მაყურებლებს სთავაზობს სააღდგომო ფასდაკლებას, რომელიც გულისხმობს დასრულებულ რემონტს თეთრი კარკასის ფასად, რაც კვადრატულ მეტრზე 500 ლარიან ფასდაკლებას ნიშნავს. ასევე „ინ დეველოპმენტი“ მომხმარებელს სთავაზობს გადახდის შიდა უპროცენტო განვადებას, პირველადი შენატანის გარეშე. გადაცემის დასასრულს წამყვანი აცხადებს, რომ „ინ დეველოპმენტი დიდი დილომი“ შენდება „შენთვის და გადმოდი შინ“ და „ინ დეველოპმენტის“ არაჩვეულებრივი გუნდი ყოველთვის ზრუნავს იმაზე, რომ თითოეული მოქალაქის ცხოვრება იყოს მაქსიმალურად ბედნიერი, ხალისიანი და მშვიდი.

გ) 2023 წლის 5 აპრილს, 13:35 საათზე, გადაცემა „შუადღეში“, სპონსორობის მითითებისას წამყვანი აცხადებს: „რუბრიკას წარმოგიდგენთ „ბაბე“, რომელიც გთავაზობთ სახის, ტანისა და და თმის მოვლის ფართო ასორტიმენტს ყოველგვარი ტიპის კანისთვის. „ბაბე“ - ესპანური პრემიუმ ხარისხის ბრენდი მთელი ოჯახისთვის „ავერსისგან“.

2023 წლის 6 აპრილს, 22:23 საათზე, გადაცემაში - „პაატა გულიაშვილის შოუ“ სპონსორობის მითითებისას წამყვანი აცხადებს: „ჩემი და პაატას გადაცემას წარმოგიდგენთ სამშენებლო კომპანია „ელიტ ბილდინგ კომპანი“, ვენაცვალე მაგათა, პირველად თელავში, მასშტაბური,

თანამედროვე და ეკოეფექტური საცხოვრებელი კომპლექსი - „პანორამა თელავი“. ახლა ეს რეალობაა და აქ ყველაფერია შენი, ჩემი, და კიდევ იმის იმითი მშვიდი ცხოვრებისთვის“.

მტკიცებულება: კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის სამსახურებრივი ბარათი (№23-10-794, 1.05.2023) თანდართული მასალით (სიუჟეტების ამსახველი ვიდეოჩანაწერები).

3. კომისიის 2022 წლის 15 დეკემბრის №გ-22-18/571 გადაწყვეტილებით სს „მედია ჰოლდინგს“ მიეცა წერილობითი გაფრთხილება პროგრამაში პროდუქტის განთავსების წესების დარღვევის, კერძოდ, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-5 პუნქტის, 45¹ მუხლის მე-10 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტისა და 70-ე მუხლის პირველი პუნქტის დარღვევის გამო, ხოლო სპონსორობის წესის დარღვევისთვის ბოლო ერთი წლის განმავლობაში სს „მედია ჰოლდინგს“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობა არ დაკისრებია.

მტკიცებულება: ამონაწერი კომისიის უწყებრივი რეესტრიდან სს „მედია ჰოლდინგის“ შესახებ.

IV. გადაწყვეტილების მიღების სამართლებრივი საფუძვლები და დასაბუთება

1. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 45¹ მუხლის მე-12 პუნქტის ა) ქვეპუნქტის შესაბამისად, ავტორიზებული პირი ვალდებულია დაიცვას მედიამომსახურებისა და ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების სფეროში მოქმედი საქართველოს კანონმდებლობა, მათ შორის, კომისიის დადგენილებები და გადაწყვეტილებები, მედიამომსახურებისა და ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების სფეროში მოქმედ საქართველოს კანონმდებლობაში ცვლილებების შეტანის შემთხვევაში უზრუნველყოს ავტორიზებული საქმიანობის მათთან შესაბამისობა.

2. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 70-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, მედიამომსახურებისა და ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლები ვალდებული არიან უზრუნველყონ მათ მიერ გადაცემული/გავრცელებული პროგრამების, რეკლამის, სპონსორობის შესახებ ინფორმაციისა და მომხმარებლის გენერირებული ვიდეორგოლის საქართველოს კანონმდებლობასა და ლიცენზიის/ავტორიზაციის პირობებთან შესაბამისობა.

3. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის ძ¹) ქვეპუნქტის თანახმად, აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია არის გამოსახულება, ხმით ან ხმის გარეშე, რომელიც გამიზნულია პირთა განუსაზღვრელი წრისთვის და ემსახურება ფიზიკური პირისადმი ან იურიდიული პირისადმი, საქონლისადმი, მომსახურებისადმი, სამუშაოსადმი, იდეის და წამოწყებისადმი ინტერესის აღძვრასა და შენარჩუნებას, აგრეთვე საქონლის, მომსახურების, სამუშაოს, იდეისა და წამოწყების რეალიზაციის ხელშეწყობას. ასეთი გამოსახულებები თან ახლავს ან/და ინტეგრირებულია პროგრამაში/მომხმარებლის გენერირებულ ვიდეორგოლში საფასურის ან სხვა ეკონომიკური სარგებლის სანაცვლოდ. აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია არის აუდიოვიზუალური მედიამომსახურება და მოიცავს კომერციულ რეკლამას, ტელეშოპინგს, სპონსორობასა და პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსებას (Product Placement). აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია მოიცავს აგრეთვე რადიომამუწყებლობის ეთერში განთავსებულ კომერციულ რეკლამას, ტელეშოპინგს, სპონსორობასა და პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსებას (Product Placement).

4. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის 3¹⁷) ქვეპუნქტის შესაბამისად,

პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება (Product Placement) – საფასურის ან სხვა ეკონომიკური სარგებლის სანაცვლოდ პროდუქტის შესახებ ინფორმაციის ნებისმიერი ფორმით გავრცელება, რაც გამოიხატება პროგრამაში ან მომხმარებლის გენერირებულ ვიდეორგოლში ამ პროდუქტის ინტეგრირებით, პროდუქტზე მითითებით ან/და მომსახურებასა და სასაქონლო ნიშანზე მითითებით.

5. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის შესაბამისად, პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება ისე უნდა მოხდეს, რომ: ა) მან გავლენა არ მოახდინოს პროგრამის შინაარსსა და პროგრამების განრიგში განთავსებაზე – მაუწყებლობის შემთხვევაში ან კატალოგში განთავსებაზე – გამოძახებით აუდიოვიზუალური მედიამომსახურების შემთხვევაში, მათ შორის, მედიამომსახურების მიმწოდებლის სარედაქციო დამოუკიდებლობასა და პასუხისმგებლობაზე; ბ) იგი არ შეიცავდეს პროდუქტის შეძენისკენ პირდაპირ მოწოდებას; გ) მან პროდუქტს გადაჭარბებული მნიშვნელობა არ მიანიჭოს.

6. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის 3⁹) ქვეპუნქტის შესაბამისად, სპონსორობა არის ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების, მომხმარებლის გენერირებული ვიდეორგოლის, პროგრამის მომზადების ან ეთერში გადაცემის პირდაპირი ან ირიბი დაფინანსება ან თანადაფინანსება იმ პირის მიერ, რომელიც ჩართული არ არის მედიამომსახურების, ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიწოდების ან შესაბამისი ნაწარმოებების შექმნის საქმიანობაში თავისი სახელის, სავაჭრო ნიშნის, იმიჯის, საქმიანობის განვითარების რეკლამირების მიზნით.

7. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 67-ე მუხლის მე-3 პუნქტის შესაბამისად, სპონსორობისას დაუშვებელია საქონლის/მომსახურების შეძენის, მიწოდებისა და მოხმარებისაკენ პირდაპირი მოწოდება ამ საქონელზე ან/და მომსახურებაზე სპეციალური მითითებით.

8. საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2016 წლის 14 იანვრის N1 დადგენილებით დამტკიცებული „სპონსორზე მითითების სახელმძღვანელო რეკომენდაციების“ მე-5 მუხლის მე-5 პუნქტის შესაბამისად სპონსორზე მითითება არ უნდა შეიცავდეს სარეკლამო შეტყობინებას, ხოლო მე-6 პუნქტის თანახმად, სპონსორობისას დაუშვებელია საქონლის/მომსახურების შეძენის, მიწოდებისა და მოხმარებისაკენ პირდაპირი მოწოდება ან/და წაქეზება ამ საქონელზე ან/და მომსახურებაზე სპეციალური მითითებით, მათ შორის საქონლის/მომსახურების დეტალური აღწერა როგორც ვერბალური, ასევე ვიზუალური ფორმით. სპონსორზე მითითებისას დაშვებულია ლოზუნგების, სათაურების, მელოდიის და ა.შ. გამოყენება მხოლოდ სპონსორის იდენტიფიცირების მიზნით და იმ ფორმით, რომ აღნიშნული მახასიათებლების გამოყენება არ შეიცავდეს საქონლის/მომსახურების შეძენის, მიწოდებისა და მოხმარებისაკენ პირდაპირ მოწოდებას ან/და წაქეზებას.

9. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 71-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, მედიამომსახურებისა და ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლების მიერ საქართველოს კანონმდებლობის დარღვევის ან კომისიის გადაწყვეტილების შეუსრულებლობის, აგრეთვე ლიცენზიის/ავტორიზაციის პირობების დარღვევის შემთხვევაში კომისია ვალდებულია განიხილოს შესაბამისი საკითხი.

დარღვევის ფაქტის დადასტურების შემთხვევაში კომისია უფლებამოსილია დამრღვევი წერილობით გააფრთხილოს. კომისიის მიერ სანქციის გამოყენების მიზანი უნდა იყოს დარღვევის აღმოფხვრა ან პრევენცია. კომისია დამრღვევს განუსაზღვრავს გონივრულ ვადას დარღვევის აღმოსაფხვრელად ან პრევენციისთვის ღონისძიებათა განსახორციელებლად. ამავე მუხლის მე-3 პუნქტის შესაბამისად, კომისია ვალდებულია მედიამომსახურებისა და ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლებს დააკისროს ჯარიმა, თუ მათ ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებულ გაფრთხილებაში მითითებულ ვადაში არ აღმოფხვრეს გაფრთხილებაში აღნიშნული დარღვევა ან არ შეასრულეს კომისიის გადაწყვეტილება, აგრეთვე თუ მათ აღნიშნული გაფრთხილების მიღებიდან 1 წლის განმავლობაში ჩაიდინეს ახალი დარღვევა.

10. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 72-ე მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, ამ კანონის 71-ე მუხლით გათვალისწინებულ შემთხვევაში კომისია უფლებამოსილია დამრღვევს დააკისროს ჯარიმა არაუმეტეს მისი წლიური შემოსავლის 0,5%-ის ოდენობით, მაგრამ არანაკლებ 2 500 ლარისა.

კომერციული სიტყვის თავისუფლება და გამოხატვა, ადამიანის უფლებათა ევროპული კონვენციის მე-10 მუხლით დაცული უფლებების სფეროს განეკუთვნება. კომერციული გამოხატვა, მოიცავს, ასევე კომერციულ, მათ შორის ტელევიზიის მეშვეობით გადაცემულ რეკლამას და განმარტავს, რომ კომერციული გამოხატვა, გამოხატვის სხვა ფორმებისგან განსხვავებით, ექვემდებარება კონტროლის განსხვავებულ სტანდარტებს. ხელისუფლების ორგანოები სარგებლობენ შეფასების ფართო ზღვრით მასზე შეზღუდვის დაწესების აუცილებლობასთან მიმართებაში. კომერციული რეკლამის შეზღუდვა დასაშვებია არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის ან არასარწმუნო ან/და შეცდომაში შემყვანი რეკლამის თავიდან აცილების მიზნით, ხოლო განსაკუთრებულ გარემოებებში, შეიძლება აკრძალულ იქნას ობიექტური და სარწმუნო რეკლამისა და იმ სტატიების გამოქვეყნებაც კი, რომლებიც აღწერს უტყუარ ფაქტებს და ასახავს რეალურ მოვლენებს სხვათა პირადი ცხოვრების პატივისცემის ან გარკვეული კომერციული ინფორმაციის საიდუმლოების დაცვის მიზნით. აშშ უზენაესი სასამართლოს პრაქტიკის თანახმად, მცდარი გამოხატვა არასდროს ყოფილა დაცული და „კომერციული სიტყვის რეგულირება უდავოდ დასაშვებია“. კომერციული სიტყვის თავისუფლების შეზღუდვა დასაშვებია, თუ კომერციული გამოხატვა ეხება კანონით აკრძალულ საქმიანობას; ის არის მცდარი ან შეცდომაში შემყვანი; თუ სახელმწიფომ დაადასტურა კომერციული გამოხატვისა და შეზღუდვის არსებითი ინტერესი. აშშ-ის სასამართლო პრაქტიკის შესაბამისად, კომერციული სიტყვის თავისუფლების შეზღუდვა დასაშვებია არამხოლოდ იმ შემთხვევაში, როდესაც საქმე ეხება არაკეთილსინდისიერი რეკლამის გავრცელებას, არამედ იმ შემთხვევაშიც, როდესაც საქმე ეხება კეთილსინდისიერი რეკლამის გავრცელებას (იხ. „შპს „მთავარი არხისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“ კომისიის 2021 წლის 17 ივნისის №21-18/360 და 4 თებერვლის №21-18/56 გადაწყვეტილებები; „შპს „სამაუწყებლო კომპანია რუსთავი 2“- სთვის ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“ კომისიის 2015 წლის 31 დეკემბრის №826/18 და 2017 წლის 4 აპრილის №219/18 გადაწყვეტილებები).

„აუდიოვიზუალური მედიის მომსახურებების უზრუნველყოფასთან დაკავშირებით წევრი სახელმწიფოების კანონებით, რეგულაციებით ან ადმინისტრაციული აქტებით გათვალისწინებული გარკვეული დებულებების კოორდინაციის შესახებ“ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2010 წლის 10 მარტის 2010/13/EU დირექტივასთან დაახლოების მიზნით, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონში შესული ცვლილებებით, კანონმა დასაშვებად ცნო კომერციული კომუნიკაციის ისეთი სახეობები,

როგორც არის: პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება (ე.წ. „Product Placement“) და სპონსორობა, მაგრამ ამავე დროს გაითვალისწინა დირექტივით განსაზღვრული რიგი შეზღუდვები, რომელიც საქართველოს კანონმდებლობაში პრაქტიკულად იდენტურად იქნა გადმოტანილი დირექტივიდან, კერძოდ, განისაზღვრა, რომ პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება ისე უნდა მოხდეს, რომ: ა) მან გავლენა არ მოახდინოს პროგრამის შინაარსზე, მათ შორის, მაუწყებლის სარედაქციო დამოუკიდებლობაზე; ბ) ის არ შეიცავდეს პროდუქტის შეძენისაკენ პირდაპირ მოწოდებას; გ) მან პროდუქტს გადაჭარბებული მნიშვნელობა არ მიანიჭოს, ხოლო სპონსორზე მითითება არ უნდა შეიცავდეს სარეკლამო შეტყობინებას, ამასთან, სპონსორობისას დაუშვებელია საქონლის/მომსახურების შეძენის, მიწოდებისა და მოხმარებისაკენ პირდაპირი მოწოდება ან/და წაქეზება ამ საქონელზე ან/და მომსახურებაზე სპეციალური მითითებით, მათ შორის საქონლის/მომსახურების დეტალური აღწერა როგორც ვერბალური, ასევე ვიზუალური ფორმით. (იხ. „შპს „მთავარი არხისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“ კომისიის 2021 წლის 17 ივნისის №21-18/360 და 4 თებერვლის №21-18/56 გადაწყვეტილებები; „შპს „სამაუწყებლო კომპანია რუსთავი 2“-სთვის ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“ კომისიის 2015 წლის 31 დეკემბრის №826/18 და 2017 წლის 4 აპრილის №219/18 გადაწყვეტილებები).

პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსებისა და სპონსორობის მარეგულირებელი წესების დაცვა ემსახურება: 1. მომხმარებელთა ინტერესების დაცვას, რაც გულისხმობს მაუწყებლის მიერ ისეთი პროგრამის განთავსებას, რომელშიც არ იქნება აღრეული სარეკლამო პროდუქცია და მაუწყებლის სარედაქციო დამოუკიდებლობის ფარგლებში შექმნილი პროდუქტი, რათა თავიდან იქნეს აცილებული მომხმარებლებზე ფარული კომერციული კომუნიკაციის ნეგატიური ზემოქმედება და მათი შეცდომაში შეყვანა; 2. სამაუწყებლო კომერციული კომუნიკაციის ბაზარზე სტაბილური მდგომარეობისა და ჯანსაღი კონკურენციის შენარჩუნებას (იხ. შპს „მთავარი არხისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“ კომისიის 2021 წლის 17 ივნისის №21-18/360 და 4 თებერვლის №21-18/56 გადაწყვეტილებები).

ამდენად, პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება ისე უნდა მოხდეს, რომ მან გავლენა არ მოახდინოს პროგრამის შინაარსზე, მათ შორის მაუწყებლის სარედაქციო დამოუკიდებლობასა და პასუხისმგებლობაზე; იგი არ შეიცავდეს პროდუქტის შეძენისაკენ პირდაპირ მოწოდებას; მან პროდუქტს გადაჭარბებული მნიშვნელობა არ მიანიჭოს. სპონსორზე მითითება არ უნდა შეიცავდეს სარეკლამო შეტყობინებას, ამასთან, სპონსორობისას დაუშვებელია საქონლის/მომსახურების შეძენის, მიწოდებისა და მოხმარებისაკენ პირდაპირი მოწოდება ან/და წაქეზება ამ საქონელზე ან/და მომსახურებაზე სპეციალური მითითებით, მათ შორის საქონლის/მომსახურების დეტალური აღწერა როგორც ვერბალური, ასევე ვიზუალური ფორმით.

პროდუქტის შეძენისკენ მოწოდებად, პროდუქტებისთვის გადაჭარბებული მნიშვნელობის მინიჭებად და პროგრამის შინაარსზე და მაუწყებლის სარედაქციო დამოუკიდებლობაზე გავლენის მომხდენად შესაძლოა მიჩნეულ იქნეს პროდუქტის განთავსების მიმდინარეობისას სპეციალურ შეთავაზებებზე, შეთავაზებების მოქმედების პერიოდზე, პროდუქციის ხელმისაწვდომობაზე, სავაჭრო ობიექტის მისამართზე, სამუშაო განრიგზე, მომსახურების სერვისზე და პროდუქტის პოზიტიურ თვისებებზე გაკეთებული მითითებები, პროდუქტების მიმართ დადებითი განწყობის გამოხატვა და მოწონება, პროდუქციის მრავალჯერადი ჩვენება და ხსენება, გამოხატვის ფორმა და სიუჟეტისთვის დათმობილი დროის ხანგრძლივობა (იხ. „შპს „ტელეკომპანია პირველისთვის“

ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების საკითხის განხილვის თაობაზე“ კომისიის 2022 წლის 15 დეკემბრის №22-18/572 გადაწყვეტილება; შპს „ტელეიმედისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“ კომისიის 2022 წლის 17 ნოემბრის №22-18/489 გადაწყვეტილება; შპს „მთავარი არხისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“ კომისიის 2021 წლის 17 ივნისის №21-18/360 და 4 თებერვლის №21-18/56 გადაწყვეტილებები; „შპს „სამაუწყებლო კომპანია რუსთავი 2“-სთვის ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“ კომისიის 2019 წლის 27 ივნისის №19-18/382, 2018 წლის 8 თებერვლის №61/18 და 2017 წლის 4 აპრილის №219/18 გადაწყვეტილებები).

სპონსორზე მითითება არ უნდა შეიცავდეს სარეკლამო შეტყობინებას, ამასთან, სპონსორობისას დაუშვებელია საქონლის/მომსახურების შეძენის, მიწოდებისა და მოხმარებისაკენ პირდაპირი მოწოდება ან/და წაქეზება ამ საქონელზე ან/და მომსახურებაზე სპეციალური მითითებით, მათ შორის საქონლის/მომსახურების დეტალური აღწერა როგორც ვერბალური, ასევე ვიზუალური ფორმით. (იხ. „შპს „სამაუწყებლო კომპანია რუსთავი 2“-ისთვის ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“ კომისიის 2019 წლის 27 ივნისის №19-18/382 და 2017 წლის 4 აპრილის №219/18 გადაწყვეტილებები).

საქართველოს უზენაესი სასამართლოს განმარტებით, „სიუჟეტებში კონკრეტულ ფასდაკლებებზე, სამუშაო განრიგზე მითითება, პროდუქციის დადებით მახასიათებლებზე განსაკუთრებული აქცენტის გაკეთება, გამოყენებული გამონათქვამების შინაარსი, კონკრეტული საშუალებების თვისებების დემონსტრირება, სერვისებსა და სიახლეებზე აქცენტირება, ასევე სიუჟეტებისთვის დათმობილი დროის ხანგრძლივობა მიუთითებს პროდუქტის განთავსების წესების დარღვევაზე, რამეთუ პროდუქტებს მიენიჭებათ გადაჭარბებული მნიშვნელობა, სიუჟეტები შეიცავენ პროდუქტების, შეძენისაკენ მოწოდებებს და გავლენას ახდენენ პროგრამის შინაარსზე“, ხოლო „სპონსორზე მითითებისას დაუშვებელია სპეციალურ მახასიათებლებზე, ნიშანთვისებებზე და უპირატესობებზე მითითება“. (იხ. საქართველოს უზენაესი სასამართლოს 2020 წლის 12 მაისის განჩინება საქმეზე ბს-971 (კ-19)

პროდუქტის (საქონელი/მომსახურება) განთავსების წესების დარღვევასთან დაკავშირებით გაერთიანებული სამეფოს მარეგულირებელი ორგანოს („Ofcom“) 2015 წლის 1 ივნისის გადაწყვეტილებაში („Brit Asia TV Music Awards“) აღნიშნულია, რომ „AVMS“ დირექტივის მოთხოვნაა, რომ სამაუწყებლო პროგრამა, რომელიც შეიცავს ე.წ. „Product Placement“-ს, არ უნდა შეიცავდეს პროდუქტის შეძენისაკენ პირდაპირ მოწოდებას და მან პროდუქტს გადაჭარბებული მნიშვნელობა არ უნდა მიანიჭოს. მარეგულირებელი ორგანო მიუთითებს „AVMS“ დირექტივასა და „Ofcom“-ის მიერ მიღებულ „სამაუწყებლო პროგრამაში სარეკლამო მითითებების სახელმძღვანელო წესებზე“ („Guidance Notes; Section Nine: Commercial references in television programming“) და აღნიშნავს, რომ პროდუქტის/მომსახურების და სასაქონლე ნიშნისთვის გადაჭარბებული მნიშვნელობის მინიჭება განხილულ უნდა იქნას იმ სამაუწყებლო პროგრამის სარედაქციო შინაარსთან მიმართებით, სადაც ხდება მისი განთავსება. პროგრამაში განთავსებული პროდუქტი/მომსახურება გავლენას არ უნდა ახდენდეს პროგრამის შინაარსზე და თავად პროგრამა არ უნდა იყოს შექმნილი მასში განთავსებული პროდუქტის/მომსახურებისთვის. მარეგულირებელი ორგანო ყურადღებას ამახვილებს იმ გარემოებაზე, რომ ადგილი ჰქონდა პროგრამის წამყვანის მიერ სარეკლამო ე.წ. „ბრენდული“ შეტყობინებების გავრცელებას და მოწოდებებს კონკრეტული ქმედებისკენ. შესაბამისად „Ofcom“-მა მაუწყებლის ქმედება მიიჩნია როგორც პროგრამაში პროდუქტის/მომსახურების და

სასაქონლე ნიშნის განთავსებისას სარეკლამო შეტყობინებების გავრცელება, რაც მიზნად ისახავდა რეკლამირებას და არ იყო გამართლებული სარედაქციო შინაარსით. საფრანგეთის მარეგულირებელმა ორგანომ ტელევიზიით გადაცემულ სერიალში „Nos chers voisins“ კარებების მონტაჟის სცენა, სადაც ჩანდა რეალური კომპანიის დასახელება; მუშას ამ კომპანიის სამუშაო ტანსაცმელი ეცვა, მიიჩნია პროდუქტისათვის გადაჭარბებული მნიშვნელობის მინიჭებად; ასევე აღნიშნა, რომ მან გავლენა მოახდინა პროგრამის შინაარსზე, ვინაიდან სიუჟეტი დაწერილი იყო განთავსებული პროდუქციისთვის. გერმანიის მარეგულირებელმა ორგანომ, გადაცემაში - „Dschungelcamp“ განთავსებული შოკოლადი - „Pickup“-ის განთავსება მიიჩნია გადაჭარბებული მნიშვნელობის მინიჭებად ვიზუალური და აუდიო აქცენტირების გამო და ასევე იმის გამო, რომ პროდუქტს ხშირად ახსენებდნენ თამაშის მონაწილეები საუბარში. (იხ. „შპს „ტელეიმედისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“ კომისიის 2022 წლის 17 ნოემბრის N გ-22-18/489 გადაწყვეტილება; „შპს „ტელეკომპანია პირველისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების საკითხის განხილვის თაობაზე“ კომისიის 2022 წლის 15 დეკემბრის №22-18/572 გადაწყვეტილება; შპს „მთავარი არხისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“ კომისიის 2021 წლის 17 ივნისის №21-18/360 და 4 თებერვლის №21-18/56 გადაწყვეტილებები; „შპს „კომპანია მედიასტრიმი“-სთვის ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“ კომისიის 2016 წლის 10 მარტის N161/18 გადაწყვეტილება; „შპს „სამაუწყებლო კომპანია რუსთავი 2“- სთვის ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“ კომისიის 2017 წლის 4 აპრილის N219/18 გადაწყვეტილება).

კანონისმიერი ვალდებულებებისა და კომისიის უფლებამოსილებების თაობაზე მაუწყებელთა და სხვა დაინტერესებულ პირთა ინფორმირების მიზნით, პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსების საკითხებთან დაკავშირებით, კომისიამ შეიმუშავა და ვებ-გვერდზე გამოაქვეყნა პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსების („Product Placement“) სახელმძღვანელო რეკომენდაციები. რეკომენდაციებში მითითებულია ის ფაქტორები, რომლებზედაც პროდუქტის განთავსებისას კომისია მეტწილად გაამახვილებს ყურადღებას და რომლებიც აღქმული იქნება როგორც სარეკლამო განზრახვის მატარებელი. მათ შორის, როდესაც ხდება პროდუქტის, საქონლის/მომსახურების პოზიტიურ თვისებებზე ან სარეგლობაზე მითითებები (პირდაპირი ან არაპირდაპირი), პროდუქტის მიმართ დადებითი განწყობის გამოხატვა/მოწონება (პირდაპირი ან არაპირდაპირი), შეშინების წაქეზება (პირდაპირ ან არაპირდაპირი), სარეკლამო განცხადებები, ხელმისაწვდომობის შესახებ ინფორმაციის მიწოდება. (იხ. კომისიის 2022 წლის 15 დეკემბრის №22-18/572 გადაწყვეტილება „შპს „ტელეკომპანია პირველისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების საკითხის განხილვის თაობაზე“).

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, კომისიას მიაჩნია:

ა) სს „მედია ჰოლდინგის“ სამაუწყებლო ბადეში 2023 წლის 3 მარტს 10:11 საათზე და 10 აპრილს 08:20 საათზე განთავსებული გადაცემების სიუჟეტებში სპეციალურ შეთავაზებებზე, შეთავაზებების მოქმედების პერიოდზე, პროდუქციის ხელმისაწვდომობაზე, მაღაზიის ადგილმდებარეობაზე და პროდუქტების პოზიტიურ თვისებებზე გაკეთებული მითითებები, პროდუქტების მიმართ დადებითი განწყობის გამოხატვა და მოწონება, აღმატებითი კომენტარები, პროდუქციის მრავალჯერადი ჩვენება და ხსენება, ასევე სიუჟეტებისთვის დათმობილი დროის ხანგრძლივობა მიუთითებს პროდუქტის განთავსების წესების დარღვევაზე, ვინაიდან, სიუჟეტები შეიცავენ პროდუქტების შეშინისაკენ მოწოდებებს, სიუჟეტებში პროდუქტებს ენიჭებათ

გადაჭარბებული მნიშვნელობა და გავლენას ახდენენ პროგრამის შინაარსზე, მათ შორის, სარედაქციო დამოუკიდებლობაზე, რითაც სს „მედია ჰოლდინგის“ მიერ დარღვეულია „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტი.

ბ) სს „მედია ჰოლდინგის“ სამაუწყებლო ბადეში, 2023 წლის 5 აპრილს, 13:35 საათზე, განთავსებულ გადაცემაში - „შუადღე“ სპონსორზე მითითება შეიცავს ესპანური ბრენდ „ბაბეს“ პროდუქტების შექმნის და მოხმარებისკენ მოწოდებას პროდუქტებზე სპეციალური მითითებებით და სარეკლამო შეტყობინებას, ხოლო 2023 წლის 6 აპრილს, 22:23 საათზე, განთავსებულ გადაცემაში - „პაატა გულიაშვილის შოუ“ სპონსორზე მითითება შეიცავს სამშენებლო კომპანია „ელიტ ბილდინგ კომპანიის“ პროდუქტის შექმნისა და მოხმარებისკენ მოწოდებას პროდუქტზე სპეციალური მითითებებით და სარეკლამო შეტყობინებას. აღნიშნულით, სს „მედია ჰოლდინგის“ მიერ დარღვეულია „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 67-ე მუხლის მე-3 პუნქტი და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2016 წლის 14 იანვრის № 1 დადგენილებით დამტკიცებული „სპონსორზე მითითების სახელმძღვანელო რეკომენდაციების“ მე-5 მუხლის მე-5 და მე-6 პუნქტები.

ზემოაღნიშნულის გათვალისწინებით, გამომდინარე იქიდან, რომ სს „მედია ჰოლდინგს“ ბოლო ერთი წლის განმავლობაში ანალოგიური დარღვევისთვის ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობა არ დაკისრებია, სპონსორობის წესების დარღვევისთვის „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 71-ე მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, კომპანიის ამ სამართალდარღვევას შეესატყვისება წერილობითი გაფრთხილება. ვინაიდან, პროგრამაში პროდუქტის განთავსების წესის დარღვევის გამო სს „მედია ჰოლდინგს“ კომისიის 2022 წლის 15 დეკემბრის №გ-22-18/571 გადაწყვეტილებით მიეცა წერილობითი გაფრთხილება და აღნიშნული გაფრთხილების მიღებიდან 1 წლის განმავლობაში ჩაიდინა ახალი დარღვევა, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 71-ე მუხლის მე-3 პუნქტის და 72-ე მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის სახით კომპანიას უნდა დაეკისროს ჯარიმა არაუმეტეს მისი წლიური შემოსავლის 0,5%-ის ოდენობით, მაგრამ არანაკლებ 2 500 ლარისა.

საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის მე-6 მუხლის პირველი ნაწილის თანახმად, თუ ადმინისტრაციულ ორგანოს რომელიმე საკითხის გადასაწყვეტად მინიჭებული აქვს დისკრეციული უფლებამოსილება, იგი ვალდებულია ეს უფლებამოსილება განახორციელოს კანონით დადგენილ ფარგლებში. ამასთანავე, ამავე კოდექსის მე-7 მუხლის თანახმად, დისკრეციული უფლებამოსილების განხორციელებისას დაცული უნდა იქნას საჯარო და კერძო ინტერესების ბალანსი. საქართველოს ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევათა კოდექსის 23-ე მუხლის თანახმად, ადმინისტრაციული სახდელი წარმოადგენს პასუხისმგებლობის ზომას და გამოიყენება ადმინისტრაციული სამართალდარღვევის ჩამდენის აღსაზრდელად კანონების დაცვის, საერთო ცხოვრების წესების პატივისცემის სულისკვეთებით, აგრეთვე როგორც თვით სამართალდამრღვევის, ისე სხვა პირთა მიერ ახალი სამართალდარღვევების ჩადენის აცილების მიზნით. აღნიშნულის გათვალისწინებით, კომისიას მიზანშეწონილად მიაჩნია, რომ სს „მედია ჰოლდინგის“ მიმართ გამოყენებულ იქნას ჯარიმა 2500 ლარის ოდენობით, რითაც დაცული იქნება კანონიერებისა და პროპორციულობის პრინციპი, ასევე, მიიღწევა ის მიზანი, რაც ზოგადად გათვალისწინებულია საქართველოს ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევათა კოდექსით.

საქართველოს ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევათა კოდექსის 36-ე მუხლის თანახმად, თუ პირმა ჩაიდინა რამდენიმე ადმინისტრაციული სამართალდარღვევა,

რომელთა საქმეებს ერთდროულად განიხილავს ერთი და იგივე ორგანო (თანამდებობის პირი), სახდელი დაედება იმ სანქციის ფარგლებში, რომელიც დაწესებულია უფრო სერიოზული დარღვევებისათვის. აღნიშნულიდან გამომდინარე, სს „მედია ჰოლდინგს“ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის, 67-ე მუხლის მე-3 პუნქტისა და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2016 წლის 14 იანვრის №1 დადგენილებით დამტკიცებული „სპონსორზე მითითების სახელმძღვანელო რეკომენდაციების“ მე-5 მუხლის მე-5 და მე-6 პუნქტების დარღვევისთვის უნდა დაეკისროს პასუხისმგებლობა იმ სანქციის ფარგლებში, რომელიც დაწესებულია უფრო სერიოზული დარღვევისთვის. (იხ. კომისიის 2023 წლის 6 აპრილის № გ-28-18 / 168 გადაწყვეტილება „შპს „გურია-ნეტისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“; კომისიის 2021 წლის 15 აპრილის №გ-21-18/236 გადაწყვეტილება „შპს „ალტ ინფოსთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“). შესაბამისად, სს „მედია ჰოლდინგს“ უნდა დაეკისროს ჯარიმა 2500 ლარის ოდენობით

V. სარეზოლუციო ნაწილი

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის მე-6, მე-7, 53-ე მუხლების, 76-ე მუხლის პირველი ნაწილის „ბ“ ქვეპუნქტის, 95-ე, 96-ე, 97-ე, 98-ე და 99-ე მუხლების, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „ძ“, „ჰ“ და „ჰ¹⁷“ ქვეპუნქტის, მე-5 მუხლის მე-3 პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტის, 45¹ მუხლის მე-12 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის, 67-ე მუხლის მე-3 პუნქტის, 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის, 70-ე მუხლის პირველი პუნქტის, 71-ე მუხლის პირველი და მე-3 პუნქტების, 72-ე მუხლის პირველი პუნქტის, საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2016 წლის 14 იანვრის №1 დადგენილებით დამტკიცებული „სპონსორზე მითითების სახელმძღვანელო რეკომენდაციების“ მე-5 მუხლის მე-5 და მე-6 პუნქტების, „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის საქმიანობის მარეგულირებელი წესების“ მე-4 მუხლის პირველი პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტისა და 36-ე მუხლის მე-14 პუნქტის შესაბამისად, კომისიამ, კენჭისყრის შედეგად, ერთხმად

გადაწყვიტა:

1. სს „მედია ჰოლდინგს“ დაეკისროს ჯარიმა 2500 ლარის ოდენობით „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის, 67-ე მუხლის მე-3 პუნქტისა და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2016 წლის 14 იანვრის №1 დადგენილებით დამტკიცებული „სპონსორზე მითითების სახელმძღვანელო რეკომენდაციების“ მე-5 მუხლის მე-5 და მე-6 პუნქტების დარღვევის გამო.

2. სს „მედია ჰოლდინგმა“ უზრუნველყოს: ა) წინამდებარე გადაწყვეტილების პირველი პუნქტით გათვალისწინებული ჯარიმის გადახდა 30 სამუშაო დღის ვადაში, საქართველოს ცენტრალურ სახელმწიფო ბიუჯეტში შემდეგი რეკვიზიტების მიხედვით: ხაზინის ერთიანი ანგარიში, ანგარიშის ნომერი - 200122900; ბანკი-სახელმწიფო ხაზინა; კოდი - TRESGE22; სახაზინო კოდი - 300773251; ბ) ჯარიმის გადახდის დამადასტურებელი დოკუმენტის კომისიაში წარმოდგენა გადახდიდან 3 (სამი) სამუშაო დღის ვადაში.

3. გადაწყვეტილება ძალაში შედის სს „მედია ჰოლდინგისთვის“ ჩაბარებისთანავე.

4. გადაწყვეტილება შეიძლება გასაჩივრდეს თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიაში (მისამართი: ქ. თბილისი, დავით აღმაშენებლის

ხეივანი №64) გადაწყვეტილების სს „მედია ჰოლდინგისთვის“ ჩაბარების დღიდან ერთი თვის ვადაში.

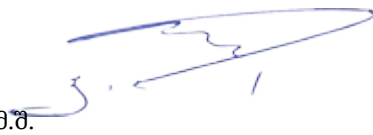
5. დაევალოს კომისიის აპარატის ადმინისტრაციას გადაწყვეტილების სს „მედია ჰოლდინგისთვის“ დაუყოვნებლივ გაგზავნა და კომისიის ოფიციალურ ვებ-გვერდზე ატვირთვა (ო.ვოტ).

6. დაევალოს კომისიის იურიდიულ დეპარტამენტს სს „მედია ჰოლდინგისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე მონაცემის კომისიის უწყებრივ რეესტრში შეტანა (პ. ბერია).

7. კონტროლი გადაწყვეტილების მე-2, მე-3 და მე-5 პუნქტების შესრულებაზე დაევალოს კომისიის აპარატის ადმინისტრაციას (ო.ვოტ).

8. კონტროლი გადაწყვეტილების შესრულებაზე (მე-2, მე-3, მე-5 და მე-6 პუნქტების გარდა) მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტს (კ. ქორიძე).

ვახტანგ აბაშიძე



თავმჯდომარე - მ.შ.



ეკატერინე იმედაძე



წევრი

ივანე მახარაძე



წევრი