



გადაწყვეტილება

N გ-24-18/364
15/08/2024

364-გ-24-1-4-202408151046



შპს „მთავარი არხისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე

ავტორიზებული პირი: შპს „მთავარი არხი“

სამართალდარღვევა: „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-2 პუნქტის დარღვევა

წარმოების დაწყების საფუძველი: მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათები (N24-10-1479; 05.08.2024; N24-10-1517; 09.08.2024)

კომისიის სხდომის თარიღი: 2024 წლის 15 აგვისტო, 15:00 საათი.

I. აღწერილობითი ნაწილი

- საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის (შემდგომში: „კომისია“) აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათის (N24-10-1479; 05.08.2024) საფუძველზე კომისიაში დაიწყო მარტივი ადმინისტრაციული წარმოება შპს „მთავარი არხისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე მის მიერ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-2 პუნქტის დარღვევის გამო.
- მოხსენებით ბარათში აღნიშნულია, რომ მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის თანამშრომლების მიერ ჩატარებული შპს „მთავარი არხის“ სამაუწყებლო ბადის მონიტორინგის შედეგად გამოვლინდა, რომ მაუწყებლის ეთერში 2024 წლის 28 ივლისს 21:38 საათზე განთავსებული იყო პოლიტიკური შინაარსის ვიდეორგოლი. ვიდეორგოლში აღნიშნულია, რომ საქართველოს ევროინტეგრაცია ნაკლებად პოპულარული იყო ეთნიკური უმცირესობით დასახლებულ რეგიონებში, თუმცა სამოქალაქო სექტორის კვლევით დამტკიცდა, რომ ეს ყველა რეგიონზე არ ვრცელდება და სტერეოტიპებს ეთნიკურად აზერბაიჯანული მედია ებრძვის. ვიდეორგოლის ბოლოს აღნიშნულია „რამდენადაც მარტივია მაგალითების პოვნა რა სიკეთე მოუტანა დასავლურმა ცოდნამ და დახმარებამ სამოქალაქო საზოგადოებას საქართველოში,

იმდენად მარტივია დანახვა რა საფრთხე დაემუქრა საზოგადოების ყველა ნაწილს რუსული კანონის ამოქმედებით.“

3. 2024 წლის პირველ აგვისტოს კომისიამ მიმართა შპს „მთავარ არხს“ წერილით (Nგ-24-04/1617), რომლითაც მაუწყებლისგან მოითხოვა განმარტება განთავსებული ვიდეორგოლის სტატუსის შესახებ. 2024 წლის 2 აგვისტოს საპასუხო წერილით (კომისიაში რეგისტრაციის Nშ-24-6/3328) მაუწყებელმა განმარტა, რომ ვიდეორგოლი სამაუწყებლო ეთერში განთავსებული იყო სოციალური რეკლამის სტატუსით 2024 წლის 25 ივლისიდან ერთი კვირის განმავლობაში. აღნიშნულის დასადასტურებლად მაუწყებელმა წარმოადგინა ა(ა)იპ „ევრო-ატლანტიკური ხედვის“ ა/წ 17 ივნისის წერილი, რომლითაც შპს „მთავარ არხს“ ეთხოვა სოციალური რეკლამის განთავსება.
4. კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათიდან ირკვევა, რომ „მთავარი არხის“ ეთერში 2024 წლის 28 ივლისს განთავსებული პოლიტიკური შინაარსის ვიდეორგოლში „უცხოური გავლენის გამჭვირვალობის შესახებ“ საქართველოს კანონი წარმოჩენილია ნეგატიურ კონტექსტში, ის მოხსენიებულია, როგორც “რუსული კანონი” და აღნიშნულია, რომ კანონი საფრთხეს უქმნის საზოგადოების ყველა ნაწილს. დეპარტამენტის განმარტებით, ცნობილია, რომ კანონის ინიციატორი და მიმღები იყო მმართველი პარტია და შესაბამისად ვიდეო რგოლის მიზანია „ქართული ოცნების“ არჩევის ხელშეშლა მომავალ არჩევნებში. შესაბამისად, დეპარტამენტს მიაჩნია, რომ შპს „მთავარმა არხმა“ საარჩევნო კოდექსით გათვალისწინებული პროცედურისა და პერიოდის მიღმა პოლიტიკური რეკლამის განთავსებით დაარღვია „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-2 პუნქტი.
5. შპს „მთავარი არხისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების საკითხის განსახილველად კომისიის სხდომა დაინიშნა 2024 წლის 8 აგვისტოს, რის შესახებაც მაუწყებელს ეცნობა წერილობითი შეტყობინებით (Nგ-24-03/1658; 05.08.2024). კომპანიას ასევე განემარტა საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის 98-ე და 99-ე მუხლებით გათვალისწინებული მტკიცებულებებისა და შუამდგომლობების წარმოდგენის, აგრეთვე, საქმის გარემოებათა გამოკვლევისა და ადმინისტრაციული წარმოების მასალების გამოთხოვის უფლების თაობაზე.
6. კომისიაში ასევე, დაიწყო ადმინისტრაციული წარმოება შპს „მთავარი არხის“ მიერ საქართველოს კანონმდებლობის შესაძლო დარღვევის თაობაზე კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის 2024 წლის 9 აგვისტოს N24-10-1517 მოხსენებითი ბარათის საფუძველზე.
7. მოხსენებით ბარათში აღნიშნულია, რომ მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის თანამშრომლების მიერ ჩატარებული შპს „მთავარი არხის“ სამაუწყებლო ბადის მონიტორინგის შედეგად გამოვლინდა, რომ მაუწყებლის ეთერში 2024 წლის 3 აგვისტოს განთავსებული იყო პოლიტიკური შინაარსის ვიდეო რგოლი, რომლის დასასრულს ამოდის წარწერა „არა რუსულ კანონს“.
8. 2024 წლის 6 აგვისტოს კომისიამ მიმართა შპს „მთავარ არხს“ წერილით (N გ-24-04/1670), რომლითაც მაუწყებლისგან მოითხოვა განმარტება განთავსებული ვიდეორგოლის სტატუსის შესახებ. 2024 წლის 8 აგვისტოს საპასუხო წერილით (კომისიაში რეგისტრაციის Nშ-24-6/3462) მაუწყებელმა განმარტა, რომ 3 აგვისტოს ეთერში განთავსებული რგოლი წარმოადგენს “მთავარი არხის” სარედაქციო დასაბუთებით გამზადებულ სოციალურ რეკლამას, რომელიც სოციალური რეკლამის სტატუსით განთავსდა ეთერში.
9. კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათიდან ირკვევა, რომ შპს „მთავარი არხის“ ეთერში 2024 წლის 3 აგვისტოს განთავსებული პოლიტიკური შინაარსის ვიდეორგოლში ხდება „უცხოური გავლენის გამჭვირვალობის შესახებ“ საქართველოს კანონის ნეგატიურ კონტექსტში წარმოჩენა, ის მოხსენიებულია, როგორც “რუსული კანონი”. ცნობილია, რომ კანონის ინიციატორი და მიმღები იყო მმართველი პარტია და შესაბამისად ვიდეო რგოლის მიზანია „ქართული ოცნების“ არჩევის ხელშეშლა მომავალ

არჩევნებში. შესაბამისად, დეპარტამენტს მიაჩნია, რომ შპს „მთავარმა არხმა“ საარჩევნო კოდექსით გათვალისწინებული პროცედურისა და პერიოდის მიღმა პოლიტიკური რეკლამის განთავსებით დაარღვია „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-2 პუნქტი.

10. ზემოაღნიშნული გარემოებების გათვალისწინებით, კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის 2024 წლის 5 აგვისტოს N24-10-1479 მოხსენებითი ბარათის საფუძველზე დანიშნული სხდომა გადაიდო ა/წ 15 აგვისტოსთვის, ხოლო კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის 2024 წლის 9 აგვისტოს N24-10-1517 მოხსენებითი ბარათის საფუძველზე შპს „მთავარი არხის“ მიერ საქართველოს კანონმდებლობის შესაძლო დარღვევის თაობაზე საკითხის განხილვა ასევე, დაინიშნა ა/წ 15 აგვისტოს, რის თაობაზეც მაუწყებელს ეცნობა შეტყობინებით (Nგ-24-03/1718; 12.08.2024). მაუწყებელს ასევე, განემარტა საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის 98-ე და 99-ე მუხლებით გათვალისწინებული მტკიცებულებებისა და შუამდგომლობების წარმოდგენის, აგრეთვე, საქმის გარემოებათა გამოკვლევისა და ადმინისტრაციული წარმოების მასალების გამოთხოვის უფლების თაობაზე.
11. კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მიერ ჩატარებული მონიტორინგის დროს გამოვლენილი სავარაუდო დარღვევები ერთგვაროვანი იყო, სადაო ვიდეორგოლის განთავსების ორივე შემთხვევა ეხებოდა საარჩევნო კოდექსით განსაზღვრული პერიოდისა და პროცედურის მიღმა პოლიტიკური შინაარსის რეკლამის განთავსებას და აღნიშნული ვიდეორგოლები განთავსებული იყო ერთი და იმავე მაუწყებლის მიერ. საქმეზე [Nბს-177-170\(კ-13\)](#) საქართველოს უზენაესმა სასამართლომ განმარტა, რომ პირის მიერ ერთდროულად ერთი მუხლით (მუხლის ერთი ნაწილით/პუნქტით) განსაზღვრული რამდენიმე სამართალდარღვევის ჩადენის შემთხვევაში, დამრღვევს აღნიშნული მუხლით განსაზღვრული ერთი სახდელი დაედება. ერთდროულად სხვადასხვა მუხლით (მუხლის სხვადასხვა ნაწილით ან პუნქტით) განსაზღვრული რამდენიმე (ორი ან მეტი) სამართალდარღვევის ჩადენის შემთხვევაში კი, თუ საქმეებს ერთდროულად ერთი და იგივე ადმინისტრაციული ორგანო (თანამდებობის პირი) განიხილავს, სამართალდამრღვევს უნდა დაედოს ერთი სახდელი, იმ საჩქცის ფარგლებში, რომელიც დაწესებულია უფრო სერიოზული დარღვევისათვის, ხოლო იმ შემთხვევაში, თუ სამართალდარღვევის საქმეები ერთდროულად ან/და ერთი და იგივე ადმინისტრაციული ორგანოს (თანამდებობის პირის) მიერ არ განიხილება, ადმინისტრაციული სახდელი დამრღვევ პირს დაედება თითოეული სამართალდარღვევისათვის ცალ-ცალკე. ზემოაღნიშნულის გათვალისწინებით, საქმის სწორად განხილვის მიზნით, ზემოთ მითითებული ერთგვაროვანი და სამართლებრივად ერთმანეთთან დაკავშირებული ორი საქმე გაერთიანდა ერთ ადმინისტრაციულ წარმოებად.
12. კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის უფროსმა კომისიის ა/წ 15 აგვისტოს სხდომაზე დაადასტურა, რომ დეპარტამენტის 2024 წლის 5 აგვისტოს N24-10-1479 მოხსენებით ბარათში მითითებული სადაო ვიდეორგოლი შპს „მთავარი არხის“ სამაუწყებლო ბადეში არ იყო განთავსებული ა/წ პირველი აგვისტოს შემდეგ, ხოლო 2024 წლის 9 აგვისტოს N24-10-1517 მოხსენებით ბარათში მითითებული სადაო ვიდეორგოლის განთავსებას მაუწყებელი აგრძელებდა, კერძოდ, ა/წ 14 აგვისტოს ჩათვლით პერიოდში მაუწყებელს განთავსებული ჰქონდა სადაო ვიდეორგოლი. ვინაიდან, ვიდეორგოლი გადიოდა დღეში ერთხელ, მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტი ა/წ 15 აგვისტოს მდგომარეობით განახლებულ მონაცემებს საკითხის განხილვის მომენტისთვის არ ფლობდა.
13. კომისიის 2024 წლის 15 აგვისტოს სხდომაზე გამოცხადდა შპს „მთავარი არხის“ წარმომადგენელი, რომელმაც დასვა შეკითხვა, თუ რაში გამოიხატებოდა მაუწყებლის მიერ განთავსებული ვიდეორგოლში ნახსენები კანონის ნეგატიური კონტექსტი იმ პირობებში, როცა კანონის მიმღები პირები მას დადებითად აფასებდნენ. მისი განცხადებით, მაუწყებლის სარედაქციო დასაბუთების ფარგლებში მომზადდა კლიპი, რომლის დასასრულს განთავსებული იყო მაუწყებლის მიერ მომზადებული ლოგო „კი ევროპას. არა რუსულ კანონს“. ეს ლოგო მაუწყებლის ეთერში უწყვეტად განთავსებული იყო თითქმის სამი თვის განმავლობაში, მასობრივი საპროტესტო გამოსვლების პერიოდში. ეს იყო მაუწყებლის სარედაქციო დასაბუთება. მაუწყებლის წარმომადგენლის

განმარტებით, შპს „მთავარ არხს“ გაცხადებული აქვს, რომ სამაუწყებლო არხი არის პროევროპული და ემსახურება პროევროპულ ფასეულობებს, ებრძვის პროპაგანდას და რუსეთის ჩარევას ქვეყნის საქმეებში. ეს არის არხის პოზიცია, რომ სამაუწყებლო არხი და მისი გუნდი არის პროევროპული, სურს, რომ ქვეყანა იყოს ევროპული ოჯახის წევრი და არ სურს, რომ რუსეთთან იყოს კავშირში. მისი განცხადებით, მაუწყებელს აქვს საკუთარი პოზიციის ნებისმიერი ფორმით გამოხატვის უფლება, რომლის აკრძალვა არის ცენზურა. მან ასევე, აღნიშნა, რომ კანონი არ კრძალავს არაწინასაარჩევნო პერიოდში პოლიტიკური შინაარსის რეკლამის განთავსებას. საარჩევნო კოდექსი, ისევე, როგორც „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი ცალსახად გამორიცხავს მაუწყებლის მიერ განთავსებული ვიდეორგოლების პოლიტიკურ რეკლამად მიჩნევას. მისი პოზიციით, შეუძლებელი იყო კანონის მოხსენიება ჩათვლილიყო პოლიტიკურ რეკლამად. ვიდეორგოლებში არცერთი პოლიტიკური სუბიექტი, არც მათი გამოსახულება ნაჩვენები არ არის. საერთოდ პოლიტიკურ თემაზე მსჯელობა არ არის და საუბარია მოვლენაზე, რომელიც მოხდა საქართველოში, რაც ეხება ყველას. შპს „მთავარი არხის“ წარმომადგენლის განმარტებით, სოციალური რეკლამის დეფინიციის მიხედვით, საზოგადოებრივი მნიშვნელობის თემებზეა მიმართული სოციალური რეკლამა, ხოლო კომისია ახდენდა სოციალური რეკლამის კვალიფიკაციას მხოლოდ პოლიტიკური მიზნებით. მისი პოზიციით, კომისია კანონს არაგანჭყრეტადს ხდიდა და უცნობი იყო, კომისია რას ჩათვლიდა მომავალში პოლიტიკურ რეკლამად.

II. მარეგულირებელი კანონმდებლობა

14. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-3 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, მედიამომსახურებისა და ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების სფეროებში მოქმედ საქართველოს კანონმდებლობას შეადგენს საქართველოს კონსტიტუცია, საქართველოს საერთაშორისო ხელშეკრულებები, საქართველოს ორგანული კანონი „საქართველოს საარჩევნო კოდექსი“, ეს კანონი, „ეროვნული მარეგულირებელი ორგანოების შესახებ“ და „საავტორო და მომიჯნავე უფლებების შესახებ“ საქართველოს კანონები და სხვა საკანონმდებლო და კანონქვემდებარე ნორმატიული აქტები;
15. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის მე-3 პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტის თანახმად, მედიამომსახურებისა და ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების სფეროებში კომისიის ფუნქციებია: მედიამომსახურებისა და ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების სფეროებში მოქმედი საქართველოს კანონმდებლობის მოთხოვნების შესრულებაზე ზედამხედველობა და მისი კონტროლი, ამ მოთხოვნათა დარღვევის შემთხვევაში შესაბამისი სანქციების დაკისრება, ხოლო „ი“ ქვეპუნქტის შესაბამისად, საავტორო და მომიჯნავე უფლებების, მათზე ზეგავლენისგან არასრულწლოვანთა დაცვის, აგრეთვე რეკლამის შესახებ საკანონმდებლო აქტების შესრულებაზე ზედამხედველობა და მისი კონტროლი;
16. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 70-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, მედიამომსახურების მიმწოდებელი ვალდებულია უზრუნველყოს მის მიერ გადაცემული/გავრცელებული პროგრამის, რეკლამისა და სპონსორების შესახებ ინფორმაციის საქართველოს კანონმდებლობასა და ლიცენზიის/ავტორიზაციის პირობებთან შესაბამისობა. ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებელი ვალდებულია განახორციელოს ამ კანონით გათვალისწინებული ღონისძიებები, რომლებიც მას საშუალებას აძლევს, უზრუნველყოს მის მიერ გავრცელებული პროგრამის, მომხმარებლის გენერირებული ვიდეორგოლისა და აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაციის საქართველოს კანონმდებლობასთან შესაბამისობა. ამავე მუხლის მე-2 პუნქტის შესაბამისად კი მედიამომსახურებისა და ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლების საქმიანობის საქართველოს კანონმდებლობასთან შესაბამისობაზე ზედამხედველობასა და მის კონტროლს ახორციელებს მხოლოდ კომისია, გარდა საგადასახადო და სამართალდამცავი ორგანოების მიერ მათი უფლებამოსილების ფარგლებში განხორციელებული ზედამხედველობისა და კონტროლისა;
17. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, იკრძალება არასათანადო, არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო, არაეთიკური და აშკარად ყალბი რეკლამის ან ტელეუპოპინგის განთავსება;

18. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, რეკლამასთან დაკავშირებით გამოიყენება „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონით დადგენილი წესები, თუ ამ კანონით სხვა რამ არ არის გათვალისწინებული;
19. „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-3 მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, არასათანადო რეკლამა არის არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო, არაეთიკური, შეცდომაში შემყვანი ან სხვა რეკლამა, რომელშიც დარღვეულია მისი შინაარსის, დროის, ადგილის ან გავრცელების წესის შესახებ საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი მოთხოვნები;
20. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „წ“ ქვეპუნქტის თანახმად, რეკლამა არის კომერციული, სოციალური ან წინასაარჩევნო რეკლამა, გარდა მედიამომსახურების მიმწოდებლის მიერ საკუთარ ან დამოუკიდებელ პროგრამასთან დაკავშირებით გაკეთებული განცხადებისა, რომელიც არის ფიზიკურ პირზე ან იურიდიულ პირზე, საქონელზე, მომსახურებაზე, სამუშაოზე, იდეასა და წამოწყებაზე ნებისმიერი საშუალებითა და ფორმით გავრცელებული ინფორმაცია, რომელიც გამიზნულია პირთა განუსაზღვრელი წრისთვის და ემსახურება ფიზიკური პირისადმი ან იურიდიული პირისადმი, საქონლისადმი, მომსახურებისადმი, სამუშაოსადმი, იდეისა და წამოწყებისადმი ინტერესის აღძვრასა და შენარჩუნებას, აგრეთვე საქონლის, მომსახურების, სამუშაოს, იდეისა და წამოწყების რეალიზაციის ხელშეწყობას;
21. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „ჰ“¹⁴ პუნქტის თანახმად, წინასაარჩევნო რეკლამა არის რეკლამა, რომლის მიზანია საქართველოს პრეზიდენტის, საქართველოს პარლამენტის, მუნიციპალიტეტის წარმომადგენლობითი ორგანოს – საკრებულოს, მუნიციპალიტეტის აღმასრულებელი ორგანოს და მუნიციპალიტეტის უმაღლესი თანამდებობის პირის – მერის არჩევის ხელშეწყობა;
22. საარჩევნო კოდექსის მე-2 მუხლის „ჯ“ ქვეპუნქტის თანახმად, პოლიტიკური/წინასაარჩევნო რეკლამა არის მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებში (შემდგომ – მედია) გასული ისეთი შინაარსის რეკლამა, რომელიც მიზნად ისახავს საარჩევნო სუბიექტის არჩევისთვის ხელის შეწყობას/ხელის შეშლას, რომელშიც ნაჩვენებია საარჩევნო სუბიექტი ან/და მისი არჩევნებში მონაწილეობის რიგითი ნომერი და რომელიც შეიცავს წინასაარჩევნო კამპანიის ნიშნებს, ან მოწოდებას სარეფერენდუმოდ/საპლემბისციტოდ გამოტანილი საკითხის გადაწყვეტის სასარგებლოდ ან საწინააღმდეგოდ;
23. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 71-ე მუხლის მე-3 პუნქტის თანახმად, 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, ხოლო 72-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, 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.
24. საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის 76-ე მუხლის პირველი ნაწილის „ბ“ ქვეპუნქტის და „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის საქმიანობის მარეგულირებელი წესების“ მე-4 მუხლის პირველი პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტის შესაბამისად, კომისიაში ადმინისტრაციული წარმოების დაწყების საფუძველია კომისიისათვის კანონმდებლობით დაკისრებული ვალდებულება ან მინიჭებული უფლებამოსილება - გამოსცეს ადმინისტრაციული აქტი.
25. საარჩევნო კოდექსის 50-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, სამაუწყებლო ლიცენზიის მფლობელი, ავტორიზებული მაუწყებელი, საზოგადოებრივი მაუწყებელი, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია/რადიო ვალდებულია ცესკოს და საქართველოს კომუნიკაციების

ეროვნულ კომისიას ვებგვერდზე გამოქვეყნების მიზნით, კენჭისყრამდე არაუგვიანეს მე-60 დღიდან 5 კალენდარული დღის ვადაში გადასცეს ინფორმაცია ფასიანი წინასაარჩევნო რეკლამის განსათავსებლად საეთერო დროის ტარიფების შესახებ. ეს ტარიფები ძალაში შედის კენჭისყრამდე 50-ე დღიდან. შესაბამისი ტარიფის შეცვლა დასაშვებია ერთხელ, კენჭისყრამდე არაუგვიანეს 35-ე კალენდარული დღისა, გარდა ამ კანონით გათვალისწინებული შემთხვევისა. ტარიფის შეცვლის შემთხვევაში ახალი ტარიფი ეგზავნება საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას ვებგვერდზე გამოქვეყნების მიზნით. ეს ტარიფი ძალაში შედის კენჭისყრამდე 30-ე კალენდარულ დღეს. ამ პუნქტში აღნიშნული შესაბამისი პირი ვალდებულია კენჭისყრამდე 50-ე დღიდან დაიწყოს რეკლამის განთავსება შემდეგი პირობების დაცვით: ა) მაუწყებლის მიერ წინასაარჩევნო აგიტაციისა და პოლიტიკური რეკლამისათვის საეთერო დროის გამოყოფის შემთხვევაში საჯაროდ გამოაცხადოს და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას ყოველკვირეულად გადასცეს შემდეგი ინფორმაცია: რომელი რიცხვიდან რომელ რიცხვამდე და რა პერიოდულობით არის გამოყოფილი საეთერო დრო, 1 დღის განმავლობაში გამოყოფილი დროის ხანგრძლივობა და გრაფიკი, გაწეული მომსახურება; ბ) ტელე- ან რადიოკომპანიის 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. ფასიანი დროის ტარიფი ყველა საარჩევნო სუბიექტისათვის ერთნაირი უნდა იყოს; გ) პოლიტიკური/წინასაარჩევნო რეკლამის გამოქვეყნებისას კადრის კუთხეში უნდა იყოს წარწერა „ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა“ ან „უფასო პოლიტიკური რეკლამა“. ასეთ რეკლამას უნდა ჰქონდეს სურდოთარგმანი, რომლის უზრუნველყოფაც რეკლამის წარმდგენი საარჩევნო სუბიექტის ვალდებულებაა; დ) ამ პუნქტით გათვალისწინებულ პერიოდში არ დაუშვას პოლიტიკური რეკლამის განთავსება სხვა დროს, გარდა ამ მიზნით გამოყოფილი დროის შუალედისა;

26. საარჩევნო კოდექსის 186-ე მუხლის მე-5 პუნქტის თანახმად, საერთო ეროვნული საეთერო მაუწყებელი ვალდებულია საერთო არჩევნების დროს საარჩევნო კამპანიის მიმდინარეობისას არჩევნების დღემდე 50-ე დღიდან თავის ეთერში ყოველ 3 საათში 7,5 წუთი გამოყოფს წინასაარჩევნო რეკლამის უსასყიდლოდ განსათავსებლად და თანაბრად და არადისკრიმინაციულად განათავსოს თითოეული კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტის მიერ მისთვის წარდგენილი წინასაარჩევნო რეკლამა, იმ პირობით, რომ ამ პერიოდში ერთი საარჩევნო სუბიექტისათვის გამოყოფილი სარეკლამო დრო 90 წამს არ აღემატებოდეს (საარჩევნო სუბიექტს შეუძლია ეს დრო რამდენიმე ნაწილად დაყოს). არ შეიძლება საარჩევნო სუბიექტის მიერ გამოუყენებელი დროის შემდგომ დამატება მისი კუთვნილი სხვა დროისათვის;

27. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 66-ე მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, საერთო მაუწყებლობის განმახორციელებელი ეროვნული მაუწყებელი ვალდებულია საერთო არჩევნებისას საარჩევნო კამპანიის დროს თავის ეთერში ყოველ 3 საათში არანაკლებ 90 წამით უსასყიდლოდ და არადისკრიმინაციულად განათავსოს თითოეული კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტის მიერ მისთვის წარდგენილი წინასაარჩევნო რეკლამა. არ შეიძლება სუბიექტის მიერ გამოუყენებელი დროის შემდგომ დამატება მისი კუთვნილი სხვა დროისათვის;

28. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 76¹ მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, საქართველოს პარლამენტის 2024 წლის 26 ოქტომბრის არჩევნებში არჩეული საქართველოს პარლამენტის მიერ სრული უფლებამოსილების შექმნამდე წინასაარჩევნო რეკლამის განთავსებისას გამოიყენება ამ კანონის 66-ე მუხლი, თუ საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსი“ 185-ე და 186-ე მუხლებით სხვა რამ არ არის დადგენილი;

29. „საარჩევნო პროცესში მედიის მონაწილეობისა და მისი გამოყენების წესის დამტკიცების შესახებ“ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2012 წლის 15 აგვისტოს N9 დადგენილების მე-4 მუხლის მე-3 პუნქტის თანახმად, დაუშვებელია მაუწყებლის მიერ კენჭისყრამდე 50-ე დღემდე ფასიანი ან უფასო წინასაარჩევნო (პოლიტიკური) რეკლამის განთავსება.

III. სამოტივაციო ნაწილი

1. შესწავლილი მტკიცებულებები

30. კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათი (N24-10-1479; 05.08.2024);
31. კომისიის 2024 წლის პირველი აგვისტოს Nგ-24-04/1617 წერილი შპს „მთავარ არხს“;
32. შპს „მთავარი არხის“ საპასუხო წერილი (კომისიაში რეგისტრაციის Nშ-24-6/3328; 02.08.2024) თანდართული დოკუმენტით;
33. ა/წ 28 ივლისს განთავსებული ვიდეორგოლის ამსახველი ჩანაწერი;
34. კომისიის შეტყობინება შპს „მთავარ არხს“ 2024 წლის 8 აგვისტოს სხდომაზე მოწვევის შესახებ (Nგ-24-03/1658; 05.08.2024) და მისი მაუწყებლისთვის ჩაბარების დამადასტურებელი დოკუმენტი;
35. კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათი (N24-10-1517; 09.08.2024);
36. კომისიის 2024 წლის 6 აგვისტოს Nგ-24-04/1670 წერილი შპს „მთავარ არხს“;
37. შპს „მთავარი არხის“ საპასუხო წერილი (კომისიაში რეგისტრაციის Nშ-24-6/3462; 08.08.2024);
38. ა/წ 3 აგვისტოს განთავსებული ვიდეორგოლის ამსახველი ჩანაწერი;
39. კომისიის შეტყობინება შპს „მთავარ არხს“ 2024 წლის 15 აგვისტოს სხდომაზე მოწვევის შესახებ (Nგ-24-03/1718; 12.08.2024) და მისი მაუწყებლისთვის ჩაბარების დამადასტურებელი დოკუმენტი;
40. მეწარმეთა და არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირების რეესტრიდან და კომისიის ავტორიზებულ პირთა უწყებრივი რეესტრიდან შპს „მთავარი არხის“ შესახებ მონაცემები;
41. მონაცემები საქართველოს პარლამენტის ოფიციალური ვებგვერდიდან (www.parliament.ge) და მოქალაქეთა პოლიტიკური გაერთიანებების (პარტიების) რეესტრიდან;
42. მონაცემები კომისიის უწყებრივი რეესტრიდან შპს „მთავარი არხის“ შესახებ;
43. „შპს „მთავარი არხისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“ კომისიის 2024 წლის 25 ივლისის Nგ-24-18/326 გადაწყვეტილება;
44. კომისიის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის უფროსის მიერ კომისიის სხდომაზე მიცემული ახსნა-განმარტება;
45. შპს „მთავარი არხის“ წარმომადგენლის მიერ კომისიის სხდომაზე მიცემული ახსნა-განმარტება.

2. დადგენილი ფაქტობრივი გარემოებები

46. შპს „მთავარი არხი“ მაუწყებლობის სფეროში ავტორიზებული პირია (მაუწყებლობის სახე - ტელემაუწყებლობა; მაუწყებლობის სახეობა - კერძო მაუწყებლობა; კერძო მაუწყებლობის ქვესახეობა - B.1.2.1 საერთო ტელემაუწყებლობა; ავტორიზაციის თარიღი - 18.04.2019);

მტკიცებულება: მონაცემები კომისიის უწყებრივი რეესტრიდან შპს „მთავარი არხის“ შესახებ.

47. 2024 წლის 28 ივლისს 21:38 საათზე, შპს „მთავარი არხის“ სამაუწყებლო ბადეში განთავსდა პოლიტიკური შინაარსის ვიდეორგოლი. ვიდეორგოლში საუბარია იმაზე, რომ საქართველოს ევროინტეგრაცია ნაკლებად პოპულარული იყო ეთნიკური უმცირესობით დასახლებულ რეგიონებში, თუმცა, სამოქალაქო სექტორის კვლევით დამტკიცდა, რომ ეს ყველა რეგიონზე არ ვრცელდება და სტერეოტიპებს ყველაზე მეტად ეთნიკურად აზერბაიჯანული მედია ებრძვის. ვიდეორგოლის ბოლოს ნეგატიურ კონტექსტშია წარმოჩენილი „უცხოური გავლენის გამჭვირვალობის შესახებ“ საქართველოს კანონი, რომელიც მოხსენიებულია საზოგადოების ყველა ნაწილისთვის საფრთხის შემცველ „რუსულ“ კანონად;

მტკიცებულება: კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათი (N24-10-1479; 05.08.2024); ა/წ 28 ივლისს განთავსებული ვიდეორგოლის ამსახველი ჩანაწერი.

48. 2024 წლის 2 აგვისტოს საპასუხო წერილით (კომისიაში რეგისტრაციის Nშ-24-6/3328) მაუწყებელმა განმარტა, რომ სადაო ვიდეორგოლი სამაუწყებლო ეთერში განთავსებული იყო სოციალური რეკლამის სტატუსით 2024 წლის 25 ივლისიდან ერთი კვირის განმავლობაში.

მტკიცებულება: შპს „მთავარი არხის“ საპასუხო წერილი (კომისიაში რეგისტრაციის Nშ-24-6/3328; 02.08.2024); კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათი (N24-10-1479; 05.08.2024);

49. 2024 წლის 3 აგვისტოს 13:57 საათზე, შპს „მთავარი არხის“ სამაუწყებლო ბადეში განთავსდა პოლიტიკური შინაარსის ვიდეორგოლი, რომლის დასასრულს ამოდის წარწერა „არა რუსულ კანონს“.

მტკიცებულება: კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათი (N24-10-1517; 09.08.2024); ა/წ 3 აგვისტოს განთავსებული ვიდეორგოლის ამსახველი ჩანაწერი;

50. 2024 წლის 8 აგვისტოს საპასუხო წერილით (კომისიაში რეგისტრაციის Nშ-24-6/3462) მაუწყებელმა განმარტა, რომ 3 აგვისტოს ეთერში განთავსებული რგოლი იყო “მთავარი არხის” სარედაქციო დასაბუთებით გამზადებული სოციალურ რეკლამა, რომელიც სოციალური რეკლამის სტატუსით განთავსდა ეთერში.

მტკიცებულება: შპს „მთავარი არხის“ საპასუხო წერილი (კომისიაში რეგისტრაციის Nშ-24-6/3462; 08.08.2024); კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათი (N24-10-1517; 09.08.2024);

51. შპს „მთავარი არხის“ მიმართ ბოლო ერთი წლის განმავლობაში ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის სახით გამოყენებული იყო წერილობითი გაფრთხილება მსგავსი/ანალოგიური დარღვევის ჩადენისთვის.

მტკიცებულება: მონაცემები კომისიის უწყებრივი რეესტრიდან შპს „მთავარი არხის“ შესახებ; „შპს „მთავარი არხისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“ კომისიის 2024 წლის 25 ივლისის Nგ-24-18/326 გადაწყვეტილება.

3. სამართლებრივი შეფასება

3.1. წინასაარჩევნო/პოლიტიკური რეკლამის განთავსების შეზღუდვა

52. როგორც აღინიშნა, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-2 პუნქტით იკრძალება არასათანადო, არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო, არაეთიკური და აშკარად ყალბი რეკლამის ან ტელეშოპინგის განთავსება. შესაბამისად, მაუწყებელი ვალდებულია თოთოეული სარეკლამო კომუნიკაციის ეთერში განთავსებისას მხედველობაში მიიღოს ამა თუ იმ რეკლამის

კატეგორიის მიმართ კანონმდებლობით განსაზღვრული მოთხოვნები მისი შინაარსის, დროის, ადგილის ან გავრცელების წესის შესახებ.

53. კომისიისა და საქართველოს საერთო სასამართლოების პრაქტიკის მიხედვით, მაუწყებლის მიერ გავრცელებული რეკლამა უნდა შეესაბამებოდეს შესატყვისი რეკლამის კატეგორიისათვის დადგენილ მოთხოვნებს. გარდა ამისა, მაუწყებლებს უფლება არ აქვთ, ერთი კატეგორიის რეკლამა განათავსონ სხვა კატეგორიის რეკლამის სტატუსით და სამართლებრივი რეჟიმის ქვეშ.¹ თავის მხრივ, კანონით გათვალისწინებული რეკლამის კატეგორიებია კომერციული, სოციალური და წინასაარჩევნო/პოლიტიკური რეკლამა.
54. მაუწყებლების მიერ პოლიტიკური, წინასაარჩევნო რეკლამის გავრცელება განსაკუთრებულ რეგულირებას ექვემდებარება, ვინაიდან, ამ ტიპის რეკლამა ხელს უწყობს საარჩევნო სუბიექტების წარმატებას, მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს საარჩევნო პროცესზე, მოქალაქეების მიერ კონსტიტუციით აღიარებული საყოველთაო საარჩევნო უფლების რეალიზაციასა და, ზოგადად, ქვეყნის დემოკრატიულ მმართველობაზე.
55. საქართველოს კანონმდებლობა მკაცრად არეგულირებს წინასაარჩევნო/პოლიტიკური რეკლამის მაუწყებლის ეთერში განთავსების (დაწყებისა და დასრულების) თარიღს, ასეთი რეკლამის განთავსების ფორმას, ტარიფების გამოქვეყნების წესს, რეკლამის ხანგრძლივობასა და რეკლამებს შორის დროის ინტერვალებს, რომელიც საარჩევნო სუბიექტებისთვის თანაბარი, მიუკერძოებელი და არადისკრიმინაციული უნდა იყოს. საარჩევნო კოდექსის 50-ე მუხლის პირველი პუნქტის, 76¹ მუხლის 21-ე პუნქტის და 186-ე მუხლის გათვალისწინებით როგორც ფასიანი, ისე - უფასო პოლიტიკური რეკლამა დასაშვებია განთავსდეს მხოლოდ კენჭისყრამდე 50-ე დღიდან ან მეორე ტურის დანიშვნის დღის მომდევნო ორშაბათიდან. ამასთან, საარჩევნო კოდექსით, როგორც ფასიანი, ისე - უფასო პოლიტიკური რეკლამის განთავსებისთვის განსაზღვრულია პროცედურა, რომლის თანახმადაც, მაუწყებლის მიერ პოლიტიკური რეკლამის გავრცელება დასაშვებია ამგვარი რეკლამის მხოლოდ უფლებამოსილი საარჩევნო სუბიექტის წარდგენის შემთხვევაში, შესაბამისი ნიშანდებით, არადისკრიმინაციულად, გამჭვირვალობისა და ანგარიშვალდებულების მოთხოვნების დაცვით.
56. ამდენად, მოქმედი კანონმდებლობის მიხედვით, როგორც ფასიანი, ისე უფასო წინასაარჩევნო რეკლამის მაუწყებლის ეთერში განთავსება იკრძალება კენჭისყრამდე 50-ე დღემდე (ან არჩევნების მეორე ტურის დანიშვნის შემთხვევაში - მეორე ტურის დანიშვნის დღის მომდევნო ორშაბათამდე). დაუშვებელია სხვა პერიოდში და რეკლამის რომელიმე სხვა კატეგორიისთვის - კომერციული ან სოციალური რეკლამისთვის გათვალისწინებული სქემის ფარგლებში, პოლიტიკური/წინასაარჩევნო რეკლამის განთავსება. თავის მხრივ, აკრძალვა ეხება ისეთ წინასაარჩევნო რეკლამასაც, რომლის გავრცელების პერიოდისთვისაც არჩევნები ჯერ კიდევ არ არის დანიშნული, ხოლო სუბიექტი - რეგისტრირებული. ასეთი რეკლამა კლასიფიცირდება „არასათანადო რეკლამად“, რაც მაუწყებლისთვის პასუხისმგებლობის დაკისრების საფუძველია.

¹ კომისიის გადაწყვეტილება (№392/18, 15.06.2017) „შპს „სამაუწყებლო კომპანია რუსთავი 2“-ის სამართალდამრღვევად ცნობისა და ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობისგან გათავისუფლების თაობაზე“, თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციული კოლეგიის 2018 წლის 29 ივნისის გადაწყვეტილება საქმეზე №3/5156-17).

57. საქართველოს კანონმდებლობის ამგვარი განმარტება გაზიარებულია როგორც საქართველოს საერთო სასამართლოების², ასევე საქართველოს საკონსტიტუციო სასამართლოს მიერ³ და სრულად შეესაბამება საერთაშორისო პრაქტიკას. აღსანიშნავია, რომ საქართველოს საკონსტიტუციო სასამართლომ 2024 წლის 6 ივნისის №1/2/1753 გადაწყვეტილებით არ დააკმაყოფილა №1753 კონსტიტუციური სარჩელი და „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის არსებული რეგულირება წინასაარჩევნო პოლიტიკური რეკლამის გავრცელების შეზღუდვასთან დაკავშირებით საქართველოს კონსტიტუციის მე-17 მუხლით გარანტირებულ გამოხატვის თავისუფლებასთან მიმართებით კონსტიტუციურად მიიჩნია.

58. გარდა ამისა, აღსანიშნავია, რომ საქართველოს მოქმედი კანონმდებლობით, რეკლამის კანონიერება შესაძლოა შეფასდეს ერთი მხრივ, მისი შინაარსის, მეორე მხრივ კი გავრცელების დროის, ადგილის ან საშუალების მიხედვით. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-3 პუნქტის მიხედვით, მედიამომსახურების მიმწოდებელი პასუხს არ აგებს წინასაარჩევნო და სოციალური რეკლამების შინაარსისთვის. წინასაარჩევნო და სოციალური რეკლამების შინაარსისთვის პასუხისმგებლობა საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესით ეკისრება შესაბამისი რეკლამის დამკვეთს. ამასთან, აღნიშნული შეზღუდვა ვრცელდება მხოლოდ წინასაარჩევნო და სოციალური რეკლამის შინაარსისთვის პასუხისმგებლობის დაკისრებაზე და ისიც მხოლოდ ცალკეულ შემთხვევებში. იმ შემთხვევაში, როდესაც დარღვეულია პოლიტიკური რეკლამის გავრცელების დრო, ადგილი ან საშუალება, კანონით არ გამოირიცხება მედიამომსახურების მიმწოდებლის (მაუწყებლის) პასუხისმგებლობა. გარდა ამისა, ცალკეულ შემთხვევაში, უკანონო შინაარსის რეკლამის გავრცელებისათვის პასუხისმგებლობა ასევე შესაძლოა დაეკისროს თავად მაუწყებელსაც. კერძოდ, საქართველოს უზენაესი სასამართლოს განმარტებით „მაუწყებელმა ეთერში არ უნდა განთავსოს ისეთი შინაარსის პოლიტიკური რეკლამა, რომელიც ეწინააღმდეგება საქართველოს კონსტიტუციით დადგენილ ზოგად მოთხოვნებსა და პრინციპებს.“⁴ ასეთი პოლიტიკური რეკლამის განთავსების შემთხვევაში მაუწყებელს, შესაძლებელია პასუხისმგებლობა დაეკისროს, რეკლამის შინაარსისთვისაც.

59. არაწინასაარჩევნო პერიოდში მაუწყებლების მიერ წინასაარჩევნო რეკლამის განთავსების აკრძალვა ემსახურება დემოკრატიული საზოგადოებისათვის უმნიშვნელოვანეს ლეგიტიმურ მიზნებს. მაუწყებლობის გზით საარჩევნო რეკლამის გავრცელება მნიშვნელოვნად უწყობს ხელს ამა თუ იმ საარჩევნო სუბიექტის წარმატებას. ამასთან, როგორც წესი, სამაუწყებლო რეკლამის გავრცელება გარკვეულ ფინანსურ დანახარჯებთან არის დაკავშირებული და საარჩევნო სუბიექტებს არ აქვთ ამ ხარჯების გაწვევის თანაბარი შესაძლებლობა. შესაბამისად, მაუწყებლობით წინასაარჩევნო რეკლამის დაუბრკოლებლად გავრცელების შემთხვევაში, შესაძლოა, შეიქმნას არათანასწორი საარჩევნო გარემო, საარჩევნო სუბიექტებს არ ჰქონდეთ თანაბარი საწყისი პირობები და ძლიერ ფინანსურ ჯგუფებს გაუჩნდეთ საარჩევნო პროცესებზე ნეგატიური ზეგავლენის მოხდენის მომეტებული შესაძლებლობა. შესაძლებელია, ამგვარი საარჩევნო გარემოს პირობებში შეფერხდეს მოქალაქეთა კონსტიტუციით აღიარებული საყოველთაო საარჩევნო უფლების რეალიზაცია, რადგან მათ არ ექნებათ შესაძლებლობა, ჯანსაღი და თანასწორი საარჩევნო პროცესის გზით აირჩიონ მათთვის სასურველი საარჩევნო სუბიექტი. ამგვარი უთანასწორო სასტარტო პირობების აღმოფხვრას ემსახურება ის რეგულაციები, რომელსაც წინასაარჩევნო პერიოდში მოქმედი კანონმდებლობა ითვალისწინებს.

60. ამრიგად, კანონმდებლობა წინასაარჩევნო პერიოდში შესაბამისი რეგულირების შემოღებით, მათ შორის, საარჩევნო სუბიექტების დისკრიმინაციის აკრძალვით, გამჭვირვალობით, რეკლამის

² იხ. თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიის 2019 წლის 1 თებერვლის №3/6019-18 გადაწყვეტილება;

თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიის 2021 წლის 22 აპრილის №3/6509-20 გადაწყვეტილება;

თბილისის სააპელაციო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა პალატის 2020 წლის 29 ივლისის №3ბ/1383-19 გადაწყვეტილება

³ საქართველოს საკონსტიტუციო სასამართლოს 2024 წლის 6 ივნისის №1/2/1753 გადაწყვეტილება საქმეზე „საქართველოს სახალხო დამცველი საქართველოს პარლამენტის წინააღმდეგ“

⁴ იხ. საქართველოს უზენაესი სასამართლოს 2021 წლის 25 მარტის განჩინება საქმეზე №ბს-1168(კ-20)

დასაშვები ხანგრძლივობის დადგენით და კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტებისათვის უსასყიდლო რეკლამის უფლების მინიჭებით აბალანსებს მაუწყებლების მიერ საარჩევნო რეკლამის გავრცელების თანმდევ რისკებს. ასეთი რეგულაციები არ არის შემოღებული არაწინასაარჩევნო პერიოდში, რაც, შესაძლოა, იმით იყოს გამოწვეული, რომ ნებისმიერ პერიოდში ყველა კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტისთვის უსასყიდლოდ საარჩევნო რეკლამის უფლების მინიჭება სახელმწიფოსთვის და მაუწყებლებისთვის მომეტებულ ფინანსურ ტვირთთან იქნებოდა დაკავშირებული. შესაბამისად, არაწინასაარჩევნო პერიოდში დამაბალანსებელი საკანონმდებლო გარანტიების არარსებობა განაპირობებს მაუწყებლების მიერ ამ პერიოდში, საარჩევნო კოდექსით გათვალისწინებული ჩარჩოს მიღმა საარჩევნო რეკლამის განთავსების აკრძალვას. ასეთი აკრძალვის არარსებობის პირობებში, შესაძლოა, ექვექცემ დამდგარიყო ჯანსაღი საარჩევნო პროცესი და მოქალაქეებს არ მისცემოდათ კონსტიტუციით აღიარებული საყოველთაო საარჩევნო უფლების სრულყოფილად განხორციელების შესაძლებლობა.

61. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-3 მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, მაუწყებლობის სფეროში კანონმდებლობის ინტერპრეტაცია უნდა მოხდეს „ადამიანის უფლებათა და ძირითად თავისუფლებათა დაცვის შესახებ“ ევროპის კონვენციის, ადამიანის უფლებათა ევროპის სასამართლოს პრაქტიკისა და საქართველოსთვის იურიდიული ძალის მქონე სხვა საერთაშორისო სამართლებრივი ნორმების შესაბამისად.

62. აღსანიშნავია, რომ ადამიანის უფლებათა ევროპის სასამართლოს პრაქტიკის მიხედვით, მაუწყებლობით საარჩევნო რეკლამის გავრცელების აკრძალვა არ მიიჩნევა „ადამიანის უფლებათა და ძირითად თავისუფლებათა დაცვის შესახებ“ ევროპის კონვენციის დარღვევად. კერძოდ, საქმეზე ANIMAL DEFENDERS INTERNATIONAL გაერთიანებული სამეფოს წინააღმდეგ (განაცხადი № 48876/08), 2013 წლის 22 აპრილის გადაწყვეტილებაში ადამიანის უფლებათა ევროპის სასამართლოს დიდმა პალატამ პოლიტიკური რეკლამის ტელევიზიითა და რადიოთი გავრცელების სრული აკრძალვა კონვენციის შესაბამისად მიიჩნია. აღნიშნულ საქმეზე ადამიანის უფლებათა სასამართლომ მიუთითა, რომ შეზღუდვა ემსახურებოდა საჯარო ინტერესის თემებზე თავისუფალი და პლურალისტური დებატის შენარჩუნებას, აგრეთვე - დემოკრატიული პროცესების გავლენიან მედიაზე პრივილეგირებული წვდომის მქონე ძლიერი საფინანსო ჯგუფების მხრიდან შელახვისგან დაცვას. სასამართლომ ექსპლიციტურად მიუთითა, რომ ასეთ ჯგუფებს „შეუძლიათ მოიპოვონ კონკურენტული უპირატესობა ფასიანი რეკლამის სფეროში და შესაბამისად შეზღუდონ თავისუფალი და პლურალისტური დებატი, რომლის უმთავრესი გარანტი სახელმწიფოა. შესაბამისად, საჯარო ინტერესის თემაზე დებატის გაშუქების რეგულირება აუცილებელია კონვენციის მე-10 მუხლის მე-2 პარაგრაფის მნიშვნელობით“.⁵

63. ასევე აღსანიშნავია, რომ ევროპის ადამიანის უფლებათა სასამართლოს მიერ აღიარებული მიზნების მიღწევას ემსახურება „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით დადგენილი მოწესრიგება და მისი განმარტება, რომლის მიხედვითაც, პოლიტიკური რეკლამის განთავსება იკრძალება არაწინასაარჩევნო პერიოდში, საარჩევნო კოდექსით გათვალისწინებული სქემის მიღმა, ხოლო წინასაარჩევნო პერიოდში პოლიტიკური რეკლამის განთავსება ექვემდებარება სათანადო რეგულირებას, რომელიც აბალანსებს ძლიერი საფინანსო ჯგუფების მხრიდან ნეგატიურ გავლენას და იცავს თავისუფალ პლურალისტურ დებატს. შესაბამისად, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის ნორმების შემოთავაზებული ინტერპრეტაცია სრულად თავსებადია როგორც საქართველოს საკონსტიტუციო სასამართლოს, ისე - ადამიანის უფლებათა ევროპის სასამართლოს პრაქტიკით დადგენილ სტანდარტებთან.

3.2. მაუწყებლის ეთერში განთავსებული ვიდეორგოლების შეფასება

64. როგორც აღინიშნა, მოქმედი კანონმდებლობით და კომისიის პრაქტიკით აკრძალულია პოლიტიკური რეკლამის განთავსება საარჩევნო კოდექსით გათვალისწინებული პერიოდისა და პროცედურის მიღმა.

⁵ ადამიანის უფლებათა ევროპის სასამართლოს დიდი პალატის 2013 წლის 22 აპრილის გადაწყვეტილება საქმეზე ANIMAL DEFENDERS INTERNATIONAL გაერთიანებული სამეფოს წინააღმდეგ (განაცხადი № 48876/08), §112

65. რაც შეეხება უშუალოდ პოლიტიკური რეკლამის დეფინიციას, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „3¹⁴“ თანახმად, წინასაარჩევნო რეკლამა არის რეკლამა, რომლის მიზანია საქართველოს პრეზიდენტის, საქართველოს პარლამენტის, მუნიციპალიტეტის წარმომადგენლობითი ორგანოს – საკრებულოს, მუნიციპალიტეტის ადმინისტრაციული ორგანოს და მუნიციპალიტეტის უმაღლესი თანამდებობის პირის – მერის არჩევის ხელშეწყობა. გარდა ამისა, კომისია წინასაარჩევნო რეკლამის შინაარსის იდენტიფიცირების პროცესში, საერთაშორისო პრაქტიკის გათვალისწინებით, მხედველობაში იღებს შესაფასებელი მასალის შინაარსს, კონტექსტს და საინფორმაციო კამპანიის მიზნებს. სწორედ ამ კრიტერიუმების მიხედვით უნდა შეფასდეს, იყო თუ არა რეკლამის მიზანი შესაბამისი სუბიექტის არჩევის ხელშეწყობა/ხელშეშლა.
66. როგორც დადგინდა, შპს „მთავარი არხის“ ეთერში 2024 წლის 28 ივლისს 21:38 საათზე და 3 აგვისტოს 13:57 საათზე, შპს „მთავარი არხის“ სამაუწყებლო ბადეში განთავსდა პოლიტიკური შინაარსის ვიდეორგოლები. ა/წ 28 ივლისს მაუწყებლის სამაუწყებლო ბადეში განთავსებულ ვიდეორგოლში საუბარია იმაზე, რომ საქართველოს ევროინტეგრაცია ნაკლებად პოპულარული იყო ეთნიკური უმცირესობით დასახლებულ რეგიონებში, თუმცა, სამოქალაქო სექტორის კვლევით დამტკიცდა, რომ ეს ყველა რეგიონზე არ ვრცელდება და სტერეოტიპებს ყველაზე მეტად ეთნიკურად აზერბაიჯანული მედია ებრძვის. ვიდეორგოლის ბოლოს ნეგატიურ კონტექსტშია წარმოჩენილი „უცხოური გავლენის გამჭვირვალობის შესახებ“ საქართველოს კანონი, რომელიც მოხსენიებულია საზოგადოების ყველა ნაწილისთვის საფრთხის შემცველ „რუსულ“ კანონად. ა/წ 3 აგვისტოს შპს „მთავარი არხის“ სამაუწყებლო ბადეში განთავსებული ვიდეორგოლის დასასრულს ამოდის წარწერა „არა რუსულ კანონს“.
67. საკითხის განხილვისას, ასევე, მხედველობაში უნდა იქნეს მიღებული საერთო სასამართლოების დამკვიდრებული პრაქტიკა მსგავსი ფორმატის ვიდეორგოლების პოლიტიკურ რეკლამად მიჩნევასთან დაკავშირებით. თბილისის სააპელაციო სასამართლომ პოლიტიკურ რეკლამად მიიჩნია შპს „მთავარი არხის“ ეთერში განთავსებული ვიდეორგოლი, რომელიც მაუწყებლის პოზიციით, მისი „სარედაქციო დამოუკიდებლობის ფარგლებში“ იყო განთავსებული და მაუწყებლის „სამოქალაქო პოზიციას“ ასახავდა. სასამართლომ გაიზიარა კომისიის პოზიცია და მიიჩნია, რომ მასალა აკმაყოფილებდა პოლიტიკური რეკლამის კრიტერიუმებს.⁶
68. ვიდეორგოლების შინაარსის მიხედვით იკვეთება, რომ ისინი განაწყობენ საზოგადოებას იმ პოლიტიკური გაერთიანებებისა და მათი წარმომადგენლების საწინააღმდეგოდ, რომლებმაც მხარი დაუჭირეს „უცხოური გავლენის გამჭვირვალობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მიღებას (მონაცემები საქართველოს პარლამენტის ვებგვერდიდან www.parliament.ge და მოქალაქეთა პოლიტიკური გაერთიანებების (პარტიების) რეესტრიდან). ამასთანავე, იმ პირობებში, როდესაც უახლოეს მომავალში დაგეგმილია საპარლამენტო არჩევნები, იკვეთება აშკარა ნიშნები, რომ არჩევნებში პოტენციურად მონაწილე სუბიექტების მიერ მხარდაჭერილი კანონის, შესაბამისად, მათი საქმიანობის უარყოფით კონტექსტში წარმოჩენა და მათ საწინააღმდეგოდ საზოგადოების განწყობის ფორმირება მიზნად ისახავს მათი არჩევის ხელშეშლას. ამ მხრივ გასაზიარებელი არ არის შპს „მთავარი არხის“ წარმომადგენლის არგუმენტი იმის თაობაზე, რომ ვიდეორგოლებში არ არიან გამოსახულები პოლიტიკური გაერთიანებები/მათი წევრები. თუ ვიდეორგოლი შინაარსობრივად აკმაყოფილებს პოლიტიკური რეკლამის კრიტერიუმებს, იგი ასეთად მიიჩნევა, იმის მიუხედავად საერთოდ არის თუ არა მასში გამოსახული ესა თუ ის პოლიტიკური გაერთიანება, მისი წევრი ან წევრები. ამასთანავე, რეკლამა რომ პოლიტიკურად იქნეს მიჩნეული, საკმარისია, რომ იგი აკმაყოფილებდეს საარჩევნო კოდექსის მე-2 მუხლის „ჯ“ პუნქტით დადგენილი კრიტერიუმებიდან ერთ-ერთს. უფრო მეტიც, მოქმედი კანონმდებლობითა და სასამართლო პრაქტიკით საარჩევნო რეკლამად ვიდეორგოლის კვალიფიკაციისათვის აუცილებელი არ არის სახეზე იყოს რეგისტრირებული საარჩევნო სუბიექტის არჩევის ხელშეშლა ან ხელშეწყობა, იმ შემთხვევაში თუ დადასტურდება, რომ შესაფასებელი ვიდეორგოლი ხელს უწყობს ან უშლის ზოგადად, საქართველოს პრეზიდენტის, საქართველოს პარლამენტის, მუნიციპალიტეტის წარმომადგენლობითი ორგანოს – საკრებულოს, მუნიციპალიტეტის

⁶ იხ. თბილისის სააპელაციო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა პალატის 2022 წლის 9 თებერვლის N4ა/25-22;

აღმასრულებელი ორგანოს და მუნიციპალიტეტის უმაღლესი თანამდებობის პირის – მერის არჩევას.

69. კომისია ყურადღებას ამახვილებს იმ გარემოებაზე, რომ ვიდეორგოლების პოლიტიკურ რეკლამად კვალიფიკაციის მიზნებისთვის, კომისიის მიერ შეფასებას არ ექვემდებარება ვიდეორგოლში ასახული ამა თუ იმ საკითხის შეფასების სისწორე და ობიექტურობა. შესაბამისად, განსახილველ შემთხვევაში, სადაო ვიდეორგოლებში დასახელებული კანონი საზოგადოებაზე მოახდენს დადებით თუ უარყოფით ზეგავლენას, წარმოადგენს საკითხს, რომლის შეფასება სცდება კომისიის კანონით განსაზღვრული უფლებამოსილების ფარგლებს. ამდენად, მაუწყებლის მიერ პოლიტიკური რეკლამის განთავსების ფაქტის დადგენის მიზნით, კომისიას არ გამოუკვლევია, თუ რამდენად სამართლიანად და ობიექტურად შეფასდა სადაო ვიდეორგოლებში „უცხოური გავლენის გამჭვირვალობის შესახებ“ საქართველოს კანონი, არამედ შეაფასა სადაო ვიდეორგოლებში ხსენებული კანონის ამავე ვიდეორგოლების ავტორების მიერ გაკეთებული შეფასების კონტექსტი პოლიტიკური რეკლამის განმსაზღვრელ კრიტერიუმებთან მიმართებით.
70. ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, კომისია ასკვნის, რომ განსახილველ შემთხვევაში ვიდეორგოლების შინაარსის, არსებული კონტექსტისა და საინფორმაციო/სარეკლამო კამპანიის შესაძლო მიზნების გათვალისწინებით, ვიდეორგოლები მიზნად ისახავენ საარჩევნო სუბიექტის არჩევის ხელშეშლას. შესაბამისად, სახეზეა პოლიტიკური რეკლამა „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონისა და საარჩევნო კოდექსის მიზნებისთვის.
71. მაუწყებლობის სფეროში ავტორიზებული პირის, შპს „მთავარი არხის“ ეთერში სადაო ვიდეორგოლები განთავსდა 2024 წლის 28 ივლისს და 3 აგვისტოს - ე.ი. იმ პერიოდის მიღმა, როდესაც საარჩევნო კოდექსით დასაშვებია პოლიტიკური რეკლამის განთავსება.⁷ გარდა ამისა, შპს „მთავარმა არხმა“ ვიდეორგოლები განთავსა საარჩევნო კოდექსით გათვალისწინებული ჩარჩოს მიღმა, რაც აკრძალულია მოქმედი კანონმდებლობით. შესაბამისად, შპს „მთავარმა არხმა“ განთავსა და გაავრცელა არასათანადო რეკლამა, რითაც მაუწყებლის მიერ დარღვეულია „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-2 პუნქტი.

4. პასუხისმგებლობა და ვალდებულებები

72. შპს „მთავარი არხის“ მიერ ჩადენილი დარღვევა მისთვის პასუხისმგებლობის დაკისრების საფუძველია. კერძოდ, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 71-ე მუხლის მე-3 პუნქტის თანახმად, 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, ხოლო ამავე კანონის 72-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, 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.
73. შპს „მთავარ არხს“ კომისიის 2024 წლის 25 ივლისის Nგ-24-18/326 გადაწყვეტილებით მიეცა წერილობითი გაფრთხილება პოლიტიკური შინაარსის რეკლამის საარჩევნო კოდექსით გათვალისწინებული პერიოდისა და პროცედურის მიღმა განთავსების გამო. გამომდინარე იქიდან, რომ შპს „მთავარმა არხმა“ წერილობითი გაფრთხილების მიღებიდან ერთი წლის განმავლობაში ჩაიდინა მსგავსი/ანალოგიური დარღვევა, ავტორიზებულ პირს „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 71-ე მუხლის მე-3 პუნქტისა და 72-ე მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, უნდა დაეკისროს ჯარიმა 2 500 ლარის ოდენობით.

⁷ საარჩევნო რეკლამის განთავსება დასაშვებია კენჭისყრამდე 50-ე დღიდან, ან მე-2 ტურის დანიშნის დღის მომდევნო ორშაბათიდან

74. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 71-ე მუხლის პირველი პუნქტის მე-3 წინადადების მიხედვით, კომისია დამრღვევს დარღვევის აღმოსაფხვრელად ან მისი პრევენციისთვის ღონისძიებათა განსახორციელებლად გონივრულ ვადას განუსაზღვრავს. განსახილველ შეთხვევაში ჩადენილი დარღვევა არ საჭიროებს განსაკუთრებულ და კომპლექსურ ღონისძიებებს. მის აღმოსაფხვრელად საჭიროა მაუწყებელმა საეთერო ბადიდან ამოიღოს კომისიის მიერ შეფასებული ვიდეორგოლი. შესაბამისად, შპს „მთავარ არხს“ უნდა დაევალოს დარღვევის აღმოსაფხვრა - კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებით ბარათში (N 24-10-1517; 09.08.2024) აღნიშნული ვიდეორგოლის სამაუწყებლო ბადიდან დაუყოვნებლივ ამოღება.

IV. სარეზოლუციო ნაწილი

ყოველივე ზემოაღნიშნულის გათვალისწინებით, საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის მე-6 მუხლის პირველი ნაწილის, მე-7, მე-13, 53-ე, 54-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-3 მუხლის, მე-5 მუხლის მე-3 პუნქტის „ვ“ და „ი“ ქვეპუნქტების, 45¹ მუხლის მე-12 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის, 63-ე მუხლის პირველი და მე-2 პუნქტების, 70-ე მუხლის პირველი და მე-2 პუნქტების, 71-ე მუხლის მე-3 პუნქტის, 72-მუხლის პირველი პუნქტის, „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-3 მუხლის მე-2 პუნქტის, საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 50-ე და 186-ე მუხლების, 76¹ მუხლის 21-ე პუნქტის, „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. შპს „მთავარ არხს“ დაეკისროს ჯარიმა 2500 ლარის ოდენობით „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-2 პუნქტის დარღვევის გამო;
2. შპს „მთავარ არხს“ დაევალოს კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებით ბარათში (N24-10-1517; 09.08.2024) აღნიშნული ვიდეორგოლის სამაუწყებლო ბადიდან დაუყოვნებლივ ამოღება;
3. შპს „მთავარ არხს“ უზრუნველყოს:
 - ა) წინამდებარე გადაწყვეტილების სარეზოლუციო ნაწილის პირველი პუნქტით გათვალისწინებული ჯარიმის გადახდა ამ გადაწყვეტილების ან მისი დამოწმებული ასლის ჩაბარებიდან 30 სამუშაო დღის ვადაში, საქართველოს ცენტრალურ სახელმწიფო ბიუჯეტში შემდეგი რეკვიზიტების მიხედვით: ხაზინის ერთიანი ანგარიში, ანგარიშის ნომერი - 200122900; ბანკი-სახელმწიფო ხაზინა; კოდი - TRESGE22; სახაზინო კოდი - 302003251;
 - ბ) ჯარიმის გადახდის დამადასტურებელი საბუთის კომისიაში წარმოდგენა, გადახდიდან 3 სამუშაო დღის ვადაში;
4. დაევალოს კომისიის აპარატის ადმინისტრაციას (ო. ვოტ) წინამდებარე გადაწყვეტილების შპს „მთავარი არხისთვის“ დაუყოვნებლივ გაგზავნა და კომისიის ოფიციალურ ვებგვერდზე (www.comcom.ge) გამოქვეყნება;
5. გადაწყვეტილება ძალაში შევიდეს მისი ან მისი დამოწმებული ასლის შპს „მთავარი არხისთვის“ ჩაბარების დღიდან;
6. გადაწყვეტილება შეიძლება გასაჩივრდეს თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიაში (მისამართი: ქ. თბილისი, დავით აღმაშენებლის ხეივანი №64) გადაწყვეტილების შპს „მთავარი არხისთვის“ ჩაბარების დღიდან ერთი თვის ვადაში;
7. დაევალოს კომისიის აპარატის იურიდიულ დეპარტამენტს (ე. ჭახრაკია) შპს „მთავარი არხისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე მონაცემის კომისიის უწყებრივ რეესტრში შეტანა;
8. გადაწყვეტილების სარეზოლუციო ნაწილის მე-3 პუნქტის შესრულებაზე კონტროლი დაევალოს კომისიის აპარატის ადმინისტრაციას (ო. ვოტ);

9. გადაწყვეტილების შესრულებაზე კონტროლი (გარდა გადაწყვეტილების სარეზოლუციო ნაწილის მე-3, მე-4 და მე-7 პუნქტებისა) დაევალოს მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტს (კ. ქორიძე).

ვახტანგ აბაშიძე



თავმჯდომარე - მ.შ.

ეკატერინე იმედაძე



წევრი

ივანე მახარაძე



წევრი

