



## გადანუსჯილობა

N გ-25-18/373  
10/07/2025

373-გ-25-1-4-202507101554



ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე

ავტორიზებული პირი: ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივი“

სამართალდარღვევა: „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 67-ე მუხლის მე-3 პუნქტის, 69-ე მუხლის მე-2 პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტის, 69<sup>1</sup> მუხლის მე-3 პუნქტის „ა“, „ბ“ და „გ“ ქვეპუნქტებისა და მე-4 პუნქტის, საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2016 წლის 14 იანვრის N1 დადგენილებით დამტკიცებული „სპონსორზე მითითების სახელმძღვანელო რეკომენდაციების“ მე-5 მუხლის მე-8 პუნქტის დარღვევა.

წარმოების დაწყების საფუძველი: კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათი (N 25-10-1433, 03.07.2025) თანდართული დოკუმენტაციით.

კომისიის სხდომის თარიღი: 2025 წლის 10 ივლისი, 15:00 საათი.

### I. აღწერილობითი ნაწილი

1. საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის (შემდგომში „კომისია“) აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათის (N25-10-1433, 03.07.2025) საფუძველზე, „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის საქმიანობის მარეგულირებელი წესების“ 36-ე მუხლის მე-14 პუნქტის შესაბამისად, კომისიაში დაიწყო ადმინისტრაციული წარმოება ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების საკითხის განხილვის თაობაზე, მის მიერ მაუწყებლობის სფეროში მოქმედი კანონმდებლობის შესაძლო დარღვევის გამო.
2. მოხსენებითი ბარათიდან და მასზე დართული დოკუმენტაციიდან ირკვევა, რომ კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის პერიოდული მონიტორინგისას განხორციელდა ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივის“ მონიტორინგი მაუწყებლის ეთერში განთავსებული სარეკლამო კომუნიკაციების კანონით დადგენილ მოთხოვნებთან შესაბამისობის შემოწმების მიზნით (რეკლამა, პროდუქტის განთავსება, სპონსორობა, ტელეშოპინგი).
3. კომისიის წერილით (Nგ-25-04/1331, 09/06/2025) ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივისგან“ გამოთხოვილ იქნა ინფორმაცია, თუ რა სტატუსით განთავსდა 2025 წლის 05 ივნისს, 20:38 სთ-ზე, კომპანიის ეთერში, გადაცემაში - „სტუდია N8“, „დექს ნაპოლის“ შესახებ გაქვრებული ინფორმაცია. ასევე, გამოთხოვილ იქნა 2025 წლის 02 ივნისს 16:31 საათზე,

გადაცემის - „მემკვიდრეობა“ მსვლელობისას ევრანის ქვედა მარჯვენა კუთხეში ამონათებული „დუქს ნაპოლის“ ქილის შესახებ ინფორმაცია. კერძოდ, კომერციული კომუნიკაციის რომელი სახე იყო მასში გამოყენებული (რეკლამა, სპონსორობა, პროდუქტის განთავსება) და არსებობის შემთხვევაში კომპანიას ეთხოვა შესაბამისი ხელშეკრულების წარმოდგენა.

4. კომისიის წერილის (Nგ-25-04/1331, 09/06/2025) პასუხად, ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივმა“ კომისიას წერილობით (კომისიაში რეგისტრაციის 25-6/2427, 11.06.2025) აცნობა, რომ კომპანიის „გლადიატორი ენერჯი“-ს, რომელიც აწარმოებს ენერგეტიკულ სასმელს „დუქს ნაპოლი“, დამფუძნებელი და 15% წილის მფლობელია მედია-კავშირი „ობიექტივი“. წერილის თანახმად, „ობიექტივი“ აღნიშნული პროდუქტის რეკლამირებას ახორციელებს 15% წილის მოგების მიღების სანაცვლოდ.
5. კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათიდან (N25-10-1433, 03.07.2025) ირკვევა, რომ 2025 წლის 05 ივნისს, 20:38 საათზე, „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივის“ ეთერში გავიდა გადაცემა - „სტუდია N8“, სადაც გადაცემის წამყვანი გვაცნობს ენერგეტიკული სასმელის, დუქს ნაპოლის, შესახებ ინფორმაციას - „უპირველეს ყოვლისა მინდა წავიკითხო ყველას გასაგონად - თუ გინდა ობიექტივს უსმენდეთ, თქვენი წვლილი შეიტანოთ არხის გადარჩენაში შეიძინეთ ენერგეტიკული სასმელი დუქს ნაპოლი სპეციალურ ფასად, 10 ქილა 25 ლარად, ადგილზე მიტანა უფასოა. დუქს ნაპოლი გახლავთ ყველაზე ხარისხიანი ენერგეტიკული სასმელი საქართველოში და მის ფარგლებს გარეთ. თითოეული შეკვეთიდან გარკვეული თანხა ჩაირიცხება ობიექტივის გადარჩენის ფონდში. ტელეფონის ნომერია 551 23 45 87, ეს გახლავთ ტელეფონის ნომერი“.
6. მოხსენებითი ბარათის თანახმად, გადაცემაში პროდუქტის შესახებ ინფორმაცია ისე იქნა წარმოდგენილი, რომ დეტალურად იქნა აღწერილი პროდუქტის შესახებ ინფორმაცია, პროდუქტს გადაჭარბებული მნიშვნელობა მიენიჭა, მოხდა წაქეზება და მოხდა პროდუქტზე პოზიტიურ კონტექსტში მითითება. მაგ. „დუქს ნაპოლი გახლავთ ყველაზე ხარისხიანი ენერგეტიკული სასმელი“. გარდა ამისა გაკეთდა პირდაპირი მოწოდება პროდუქტის შეძენისკენ - „შეიძინეთ ენერგეტიკული სასმელი დუქს ნაპოლი სპეციალურ ფასად, 10 ქილა 25 ლარად, ადგილზე მიტანა უფასო“.
7. ზემოაღნიშნული სიუჟეტის განთავსებისას არ მოხდა შესაბამისი სარეკლამო კომუნიკაციის შემცველი წარწერის ამონათება. შესაბამისად, არ მოხდა მაყურებლის ინფორმირება, იმის შესახებ, თუ რა სახის კომერციულ კომუნიკაციას ეცნობოდა იგი.
8. მოხსენებითი ბარათიდან ასევე ირკვევა, რომ მთელი გადაცემის განმავლობაში ევრანის ქვედა მარჯვენა კუთხეში განთავსებულია „დუქს ნაპოლის“ ქილა, რაც წარმოადგენს სპონსორობის წესების დარღვევას, ვინაიდან გადაცემა - „სტუდია N8“, გახლავთ გადაცემა პოლიტიკურ საკითხებზე, ხოლო „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69 მუხლის მე-2 პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტის თანახმად აკრძალულია პოლიტიკურ საკითხებზე პროგრამების სპონსორობა.
9. კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათიდან (N25-10-1433, 03.07.2025) ასევე ირკვევა, რომ 2025 წლის 02 ივნისს, 16:31 საათზე „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივის“ ეთერში გავიდა გადაცემა - „მემკვიდრეობა“ სადაც, ასევე, მთელი გადაცემის განმავლობაში ქვედა მარჯვენა კუთხეში განთავსებულია „დუქს ნაპოლის“ ქილა, რაც წარმოადგენს სპონსორობის წესების დარღვევას, ვინაიდან სპონსორზე მითითება უნდა იყოს მოკლე.
10. მოხსენებითი ბარათის თანახმად, ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივის“ მიერ დაირღვა „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 67 მუხლის მე-3 პუნქტით, 69-ე მუხლის მე-2 პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტით, 69<sup>1</sup> მუხლის მე-3 პუნქტის „ა“, „ბ“ და „გ“ ქვეპუნქტებით, და 69<sup>1</sup> მუხლის მე-4 პუნქტებით განსაზღვრული წესები და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2016 წლის 14 იანვრის N1 დადგენილებით დამტკიცებული „სპონსორზე მითითების სახელმძღვანელო რეკომენდაციების“ მე-5 მუხლის მე-8 პუნქტი.

11. ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების საკითხის განსახილველად კომისიის სხდომა დაინიშნა 2025 წლის 10 ივლისს, რის შესახებაც, კომპანიას გაეგზავნა წერილობითი შეტყობინება (Nგ-25-03/1636, 07/07/2025). კომისიის შეტყობინებით ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტისთვის“ ასევე განემარტა საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის 98–ე და 99–ე მუხლებით გათვალისწინებული მტკიცებულებების და შუამდგომლობების წარმოდგენის, აგრეთვე, საქმის გარემოებათა გამოკვლევისა და ადმინისტრაციული წარმოების მასალების გამოთხოვის უფლების თაობაზე.
12. კომისიის 2025 წლის 10 ივლისის სხდომაზე გამოცხადდა ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტისთვის“ წარმომადგენელი, ბ. ფერაძე, რომელმაც განაცხადა, რომ კომპანიის მიერ გარკვეული ზომები უკვე მიღებულია. ტელეკომპანიას ბოლო 1 წლის განმავლობაში არ ქონია მსგავსი დარღვევა ჩადენილი. ყველა თანამშრომელი გაფრთხილებულია და კომუნიკაციის კომისიის შესაბამის სტრუქტურებთანაც აქტიური კონსულტაციის შედეგად, შემდგომში მსგავსი შემთხვევები აღარ იქნება.

## II. მარეგულირებელი კანონმდებლობა

13. „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;
14. „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;
15. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 45<sup>1</sup> 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;
16. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „მ<sup>1</sup>“ ქვეპუნქტის თანახმად, აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია – გამოსახულება, ხმით ან ხმის გარეშე, რომელიც გამოიზრუნულია 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 რადიომაუწყებლობის ეთერში განთავსებულ კომერციულ რეკლამას, ტელეშოპინგს, სპონსორობასა და პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსებას (Product Placement);

17. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „3<sup>17</sup>“ ქვეპუნქტის თანახმად, 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;
18. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „3<sup>9</sup>“ ქვეპუნქტის თანახმად, სპონსორობა – 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;
19. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 67-ე მუხლის მე-3 პუნქტის თანახმად, სპონსორობისას დაუშვებელია საქონლის/მომსახურების შეძენის, მიწოდებისა და მოხმარებისა კენ პირდაპირი მოწოდება ამ საქონელზე ან/და მომსახურებაზე სპეციალური მითითებით;
20. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69-ე მუხლის მე-2 პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტის თანახმად, „აკრძალულია შემდეგი პროგრამების სპონსორობა: პროგრამები პოლიტიკურ საკითხებზე;“;
21. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69<sup>1</sup> მუხლის მე-3 პუნქტის თანახმად, 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.
22. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69<sup>1</sup> მუხლის მე-4 პუნქტის თანახმად, პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება მკაფიოდ იდენტიფიცირებული უნდა იყოს. იმ პროგრამის დასაწყისში და დასასრულს, აგრეთვე ყოველი სარეკლამო ან სხვა სახის წყვეტის შემდეგ, რომელშიც ხდება პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება, ნათლად უნდა მიეთითოს ამის შესახებ. ეს მოთხოვნა არ ვრცელდება მაუწყებლის მიერ სამაუწყებლო ბადეში ან/და გამოძახებით აუდიოვიზუალური მედიამომსახურების მიმწოდებლის მიერ მისი მომსახურების ფარგლებში განთავსებულ დამოუკიდებელ პროგრამაზე.
23. „სპონსორზე მითითების სახელმძღვანელო რეკომენდაციების დამტკიცების შესახებ“ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2016 წლის 14 იანვრის N1 დადგენილებით დამტკიცებული „სპონსორზე მითითების სახელმძღვანელო რეკომენდაციების“ მე-5 მუხლის მე-8 პუნქტის თანახმად, პროგრამების მიმდინარეობისას/პროგრამების ანონსირებისას სპონსორზე მითითება უნდა იყოს მოკლე და შეიცავდეს ნეიტრალურ ვიზუალურ ან/და ვერბალურ განცხადებებს, რომელიც მიზნად ისახავს მხოლოდ სპონსორის იდენტიფიცირებას. ასეთ მითითებას შეიძლება თან ახლდეს მხოლოდ სპონსორის სახელის გრაფიკული გამოსახულება, ლოგო ან ნებისმიერი სხვა განმასხვავებელი სიმბოლო. გრაფიკული გამოსახულების შინაარსი არ უნდა შეიცავდეს სარეკლამო შეტყობინებებს და პირდაპირ მოწოდებას ან/და წაქეზებას საქონლის/მომსახურების შეძენის, მიწოდებისა და მოხმარებისაკენ.
24. „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.

25. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 71-ე მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, მედიამომსახურების მიმწოდებლის ან ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლის მიერ საქართველოს კანონმდებლობის დარღვევის, კომისიის გადაწყვეტილების შეუსრულებლობის ან 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 დარღვევის აღმოსაფხვრელად ან მისი პრევენციისთვის ღონისძიებათა განსახორციელებლად გონივრულ ვადას განუსაზღვრავს.
26. „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის საქმიანობის მარეგულირებელი წესების დამტკიცების თაობაზე“ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2003 წლის 27 ივნისის N 1 დადგენილებით დამტკიცებული „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის საქმიანობის მარეგულირებელი წესების“ (დანართი N1) მე-16 მუხლის მე-5 პუნქტის თანახმად „კომისიის მიერ გაგზავნილი ყოველგვარი შეტყობინება და კომისიის მიერ მიღებული გადაწყვეტილება იგზავნება მატერიალური ან ელექტრონული რეგისტრირებული საფოსტო გზავნილის მეშვეობით. მატერიალური საფოსტო გზავნილი იგზავნება დამტარებლის ან საფოსტო მომსახურების განმახორციელებელი პირის მეშვეობით.“. ხოლო, ამავე მუხლის მე-9 პუნქტის თანახმად „კორესპოდენციის ელექტრონული გზავნილით გაგზავნის შემთხვევაში, დოკუმენტი ჩაბარებულად ჩაითვლება ადრესატის მიერ მისი მიღების, როგორც პირდაპირ, აქტიურად გამოხატული ქმედებით, ასევე, ავტომატური საშუალებით დადასტურების შემთხვევაშიც“.

### III. სამოტივაციო ნაწილი

#### 1. შესწავლილი მტკიცებულებები

27. კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათი (N25-10-1433, 03.07.2025);
28. კომისიის წერილი (რეგისტრაციის ნომერი Nგ-25-04/1331, 09/06/2025);
29. ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივის“ წერილი (კომისიაში რეგისტრაციის 25-6/2427, 11.06.2025) თანდართული დოკუმენტაციით (ამონაწერი მეწარმეთა და არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირების რეესტრიდან შპს გლადიატორი ენერჯის შესახებ);
30. კომისიის შეტყობინება (Nგ-25-03/1636, 07/07/2025) ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივის“ სხდომაზე მოწვევის თაობაზე და აღნიშნული შეტყობინების ჩაბარების დამადასტურებელი დოკუმენტაცია;
31. მეწარმეთა და არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირების რეესტრიდან და კომისიის ავტორიზებულ პირთა უწყებრივი რეესტრიდან ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივის“ შესახებ მონაცემები;
32. ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივის“ წარმომადგენლის, ბ.ფერაძის ახსნა-განმარტება მიცემული კომისიის 2025 წლის 10 ივლისის სხდომაზე.

#### 2. დადგენილი ფაქტობრივი გარემოებები

33. ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივი“ მაუწყებლობის სფეროში ავტორიზებული პირია.

მტკიცებულება: ამონაწერი კომისიის უწყებრივი რეესტრიდან ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივის“ შესახებ.

34. კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის პერიოდული მონიტორინგისას განხორციელდა ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივის“ მონიტორინგი მაუწყებლის ეთერში განთავსებული სარეკლამო კომუნიკაციების კანონით დადგენილ მოთხოვნებთან შესაბამისობის შემოწმების მიზნით (რეკლამა, პროდუქტის განთავსება, სპონსორობა, ტელეშოპინგი). მონიტორინგის შედეგად გამოვლინდა შემდეგი:

1. ა) 2025 წლის 05 ივნისს, 20:38 საათზე, „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივის“ ეთერში გავიდა გადაცემა - „სტუდია N8“, სადაც გადაცემის წამყვანი გვაცნობს ენერგეტიკული სასმელის, დუქს ნაპოლის, შესახებ ინფორმაციას - „უპირველეს ყოვლისა მინდა წავიკითხო ყველას გასაგონად - თუ გინდა ობიექტივს უსმენდეთ, თქვენი წვლილი შეიტანოთ არხის გადარჩენაში შეიძინეთ ენერგეტიკული სასმელი დუქს ნაპოლი სპეციალურ ფასად, 10 ქილა 25 ლარად, ადგილზე მიტანა უფასოა. დუქს ნაპოლი გახლავთ ყველაზე ხარისხიანი ენერგეტიკული სასმელი საქართველოში და მის ფარგლებს გარეთ. თითოეული შეკვეთიდან გარკვეული თანხა ჩაირიცხება ობიექტივის გადარჩენის ფონდში. ტელეფონის ნომერია 551 23 45 87, ეს გახლავთ ტელეფონის ნომერი“.

ბ) ზემოაღნიშნული სიუჟეტის განთავსებისას არ მოხდა შესაბამისი სარეკლამო კომუნიკაციის შემცველი წარწერის ამონატება. შესაბამისად, არ მოხდა მაყურებლის ინფორმირება, იმის შესახებ, თუ რა სახის კომერციულ კომუნიკაციას ეცნობოდა იგი.

გ) მთელი გადაცემის განმავლობაში ეკრანის ქვედა მარჯვენა კუთხეში განთავსებულია „დუქს ნაპოლის“ ქილა, რაც წარმოადგენს სპონსორობის წესების დარღვევას, ვინაიდან გადაცემა - „სტუდია N8“, გახლავთ გადაცემა პოლიტიკურ საკითხებზე;

2. 2025 წლის 02 ივნისს, 16:31 საათზე „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივის“ ეთერში გავიდა გადაცემა - „მემკვიდრეობა“, სადაც მთელი გადაცემის განმავლობაში ქვედა მარჯვენა კუთხეში განთავსებულია „დუქს ნაპოლის“ ქილა, რაც წარმოადგენს სპონსორობის წესების დარღვევას, ვინაიდან სპონსორზე მითითება უნდა იყოს მოკლე.

მტკიცებულება: კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათი (N25-10-1433, 03.07.2025) თანდართული დოკუმენტაციით; განთავსებული სიუჟეტების ამსახველი ვიდეო მასალა: ბმული - [ობიექტივი -პროდუქტის განთავსება/სპონსორობა.](#)

35. ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივისგან“ გამოთხოვილ იქნა ინფორმაცია, თუ რა სტატუსით განთავსდა 2025 წლის 05 ივნისს, 20:38 სთ-ზე, კომპანიის ეთერში, გადაცემაში - „სტუდია N8“, „დუქს ნაპოლის“ შესახებ გაჟღერებული ინფორმაცია. ასევე, გამოთხოვილ იქნა ინფორმაცია 2025 წლის 02 ივნისს 16:31 საათზე, გადაცემის - „მემკვიდრეობა“ მსვლელობისას ეკრანის ქვედა მარჯვენა კუთხეში ამონატებული „დუქს ნაპოლის“ ქილის შესახებ. კერძოდ, კომერციული კომუნიკაციის რომელი სახე იყო მასში გამოყენებული (რეკლამა, სპონსორობა, პროდუქტის განთავსება) და არსებობის შემთხვევაში კომპანიას ეთხოვა შესაბამისი ხელშეკრულების წარმოდგენა.

ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივი“ კომისიას წერილობით (კომისიაში რეგისტრაციის 25-6/2427, 11.06.2025) აცნობა, რომ კომპანიის „გლადიატორი ენერჯი“-ს, რომელიც აწარმოებს ენერგეტიკულ სასმელს „დუქს ნაპოლი“, დამფუძნებელი და 15% წილის

მფლობელია მედია-კავშირი „ობიექტივი“ და „ობიექტივი“ აღნიშნული პროდუქტის რეკლამირებას ახორციელებს 15% წილის მოგების მიღების სანაცვლოდ.

მტკიცებულება: კომისიის წერილი (Nგ-25-04/1331, 09/06/2025); ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივის“ წერილი (კომისიაში რეგისტრაციის 25-6/2427, 11.06.2025) თანდართული დოკუმენტაციით ( ამონაწერი მეწარმეთა და არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირების რეესტრიდან შპს გლადიატორი ენერჯის შესახებ);

36. ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივის“ მიმართ ბოლო ერთი წლის განმავლობაში პასუხისმგებლობის არცერთი სახე მსგავსი/ანალოგიური დარღვევისათვის გამოყენებული არ ყოფილა.

მტკიცებულება: მონაცემები კომისიის უწყებრივი რეესტრიდან ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივის“ შესახებ.

### 3. სამართლებრივი შეფასება

37. 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; შპს „მთავარი არხისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის საკითხის განხილვის თაობაზე“ კომისიის 2023 წლის 4 მაისის №გ-23-18/204 გადაწყვეტილება).
38. „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“), მაგრამ ამავე დროს გაითვალისწინა დირექტივით განსაზღვრული რიგი შეზღუდვები, რომელიც საქართველოს კანონმდებლობაში პრაქტიკულად იდენტურად იქნა გადმოტანილი დირექტივიდან.

39. 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).
40. ამდენად, პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება ისე უნდა მოხდეს, რომ ამის შესახებ სათანადოდ იყოს მაყურებელი ინფორმირებული, ასევე მან გავლენა არ მოახდინოს პროგრამის შინაარსზე, მათ შორის მაუწყებლის სარედაქციო დამოუკიდებლობასა და პასუხისმგებლობაზე; იგი არ შეიცავდეს პროდუქტის შეძენისკენ პირდაპირ მოწოდებას; მან პროდუქტს გადაჭარბებული მნიშვნელობა არ მიანიჭოს.
41. 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; შპს „მთავარი არხისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის საკითხის განხილვის თაობაზე“ კომისიის 2023 წლის 4 მაისის №გ-23-18/204 გადაწყვეტილება).
42. 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 სარგებლობაზე მითითებები (პირდაპირი ან არაპირდაპირი), პროდუქტის მიმართ დადებითი განწყობის გამოხატვა/მოწონება (პირდაპირი ან არაპირდაპირი), შეძენის 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“).

43. 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. შპს „მთავარი არხისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის საკითხის განხილვის თაობაზე“ კომისიის 2023 წლის 4 მაისის №გ-23-18/204 გადაწყვეტილება).
44. 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).
45. ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივი“, როგორც მაუწყებელი, ვალდებულია შეასრულოს მაუწყებლობის სფეროში მოქმედი კანონმდებლობით, მათ შორის კომისიის დადგენილებებითა და გადაწყვეტილებებით განსაზღვრული მოთხოვნები. „მაუწყებლობის შესახებ“ კანონის თანახმად, პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება (Product Placement) არის საფასურის ან სხვა ეკონომიკური სარგებლის სანაცვლოდ პროდუქტის შესახებ ინფორმაციის ნებისმიერი ფორმით გავრცელება. ხოლო, პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება მკაფიოდ იდენტიფიცირებული უნდა იყოს. იმ პროგრამის დასაწყისში და დასასრულს, აგრეთვე ყოველი სარეკლამო ან სხვა სახის წყვეტის შემდეგ, რომელშიც ხდება პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება, ნათლად უნდა მიეთითოს ამის შესახებ. ამასთან, 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.
46. მაუწყებელმა ასევე, უნდა გაითვალისწინოს სპონსორობასთან დაკავშირებით კანონმდებლობით დადგენილი აკრძალვები, როგორიცაა პოლიტიკურ საკითხებზე პროგრამების სპონსორობის აკრძალვა, ასევე, საქონელზე/მომსახურებაზე სპეციალური მითითებით საქონლის/მომსახურების შეძენის, მიწოდებისა და მოხმარებისაკენ პირდაპირი მოწოდების, მათ შორის, ვერბალური ან/და ვიზუალური ფორმით საქონლის/მომსახურების აღწერის დაუშვებლობა, ასევე, სპონსორზე სარეკლამო შეტყობინებების შემცველი მითითებების აკრძალვა.
47. პროგრამების მიმდინარეობისას/პროგრამების ანონსირებისას სპონსორზე მითითება უნდა იყოს მოკლე და შეიცავდეს ნეიტრალურ ვიზუალურ ან/და ვერბალურ განცხადებებს, რომელიც მიზნად ისახავს მხოლოდ სპონსორის იდენტიფიცირებას. ასეთ მითითებას შეიძლება თან ახლდეს მხოლოდ სპონსორის სახელის გრაფიკული გამოსახულება, ლოგო ან ნებისმიერი სხვა განმასხვავებელი სიმბოლო. გრაფიკული გამოსახულების შინაარსი არ უნდა შეიცავდეს სარეკლამო შეტყობინებებს და პირდაპირ მოწოდებას ან/და წაქეზებას საქონლის/მომსახურების შეძენის, მიწოდებისა და მოხმარებისაკენ. პროგრამაში სპონსორის შესახებ მითითება მკაფიოდ უნდა გაიმიჯნოს პროგრამებისგან დროითი ან სივრცითი (ვიზუალური) ხერხის გამოყენებით.

48. კომისიის მიერ დადგინდა, რომ 2025 წლის 05 ივნისს, 20:38 საათზე და 2025 წლის 02 ივნისს, 16:31 საათზე, საფასურის სანაცვლოდ, ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივის“ ეთერში გადაცემებში - „სტუდია N8“ და „მემკვიდრეობა“, განხორციელდა „დუქს ნაპოლის“ პროდუქტის განთავსება და სპონსორობა. ამრიგად, მაუწყებელი ვალდებული იყო დაეცვა „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით დადგენილი მოთხოვნები პროგრამაში პროდუქტის განთავსებასთან დაკავშირებით და დაეცვა სპონსორობის წესები.
49. მაუწყებელს არ მოუხდენია პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსების მკაფიოდ იდენტიფიცირება. აღნიშნული პროგრამის დასაწყისში, დასასრულს, აგრეთვე მისი სარეკლამო ან სხვა სახის წყვეტის შემდეგ, არ ყოფილა მითითებული ამის შესახებ. შესაბამისად, მაუწყებლის მიერ დაირღვა „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69<sup>1</sup> მუხლის მე-4 პუნქტის მოთხოვნა.
50. ამასთან, განთავსებულ სიუჟეტში, გადაცემაში პროდუქტის შესახებ ინფორმაცია ისე იქნა წარმოდგენილი, რომ დეტალურად იქნა აღწერილი პროდუქტის შესახებ ინფორმაცია, პროდუქტს გადაჭარბებული მნიშვნელობა მიენიჭა, მოხდა წაქეზება და მოხდა პროდუქტზე პოზიტიურ კონტექსტში მითითება. მაგ. „დუქს ნაპოლი გახლავთ ყველაზე ხარისხიანი ენერგეტიკული სასმელი“. გარდა ამისა გაკეთდა პირდაპირი მოწოდება პროდუქტის შეძენისკენ - „შეიძინეთ ენერგეტიკული სასმელი დუქს ნაპოლი სპეციალურ ფასად, 10 ქილა 25 ლარად, ადგილზე მიტანა უფასო“. შესაბამისად, დარღვეულია „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69<sup>1</sup> მუხლის მე-3 პუნქტის „ა“, „ბ“ და „გ“ ქვეპუნქტის მოთხოვნა.
51. ასევე, დადგინდა, რომ მთელი გადაცემის განმავლობაში (2025 წლის 05 ივნისს, 20:38 საათზე, „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივის“ გადაცემა - „სტუდია N8“) ეკრანის ქვედა მარჯვენა კუთხეში განთავსებულია „დუქს ნაპოლის“ ქილა, რაც წარმოადგენს სპონსორობის წესების დარღვევას, ვინაიდან გადაცემა - „სტუდია N8“, გახლავთ გადაცემა პოლიტიკურ საკითხებზე, ხოლო კანონმდებლობით აკრძალულია პოლიტიკურ საკითხებზე პროგრამების სპონსორობა. ამდენად, დარღვეულია „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69 მუხლის მე-2 პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტი.
52. ასევე, კომისიის მიერ დადგინდა, რომ 2025 წლის 02 ივნისს, 16:31 საათზე „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივის“ ეთერში გავიდა გადაცემა - „მემკვიდრეობა“ სადაც, ასევე, მთელი გადაცემის განმავლობაში ქვედა მარჯვენა კუთხეში განთავსებულია „დუქს ნაპოლის“ ქილა, რაც წარმოადგენს სპონსორობის წესების დარღვევას, ვინაიდან სპონსორზე მითითება უნდ იყოს მოკლე. პროგრამების მიმდინარეობისას/პროგრამების ანონსირებისას სპონსორზე მითითება უნდა იყოს მოკლე და შეიცავდეს ნეიტრალურ ვიზუალურ ან/და ვერბალურ განცხადებებს, რომელიც მიზნად ისახავს მხოლოდ სპონსორის იდენტიფიცირებას. ამდენად, დარღვეულია კომისიის 2016 წლის 14 იანვრის N1 დადგენილებით დამტკიცებული „სპონსორზე მითითების სახელმძღვანელო რეკომენდაციების“ მე-5 მუხლის მე-8 პუნქტის მოთხოვნა.
53. ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივის“ მიერ დაირღვა „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 67 მუხლის მე-3 პუნქტი, 69-ე მუხლის მე-2 პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტი, 69<sup>1</sup> მუხლის მე-3 პუნქტის „ა“, „ბ“ და „გ“ ქვეპუნქტები, 69<sup>1</sup> მუხლის მე-4 პუნქტები და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2016 წლის 14 იანვრის N1 დადგენილებით დამტკიცებული „სპონსორზე მითითების სახელმძღვანელო რეკომენდაციების“ მე-5 მუხლის მე-8 პუნქტი, რაც მისთვის ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების საფუძველია.

#### 4. პასუხისმგებლობა და ვალდებულებები

54. აღსანიშნავია, რომ შპს ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივის“ მიმართ ბოლო ერთი წლის განმავლობაში პასუხისმგებლობის არცერთი სახე მსგავსი/ანალოგიური დარღვევისათვის გამოყენებული არ ყოფილა. შესაბამისად, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 71-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, ამავე კანონის 45<sup>1</sup> მუხლის მე-12 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის,

67-ე მუხლის მე-3 პუნქტის, 69-ე მუხლის მე-2 პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტის, 69<sup>1</sup> მუხლის მე-3 პუნქტის „ა“, „ბ“ და „გ“ ქვეპუნქტებისა და მე-4 პუნქტის, საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2016 წლის 14 იანვრის N1 დადგენილებით დამტკიცებული „სპონსორზე მითითების სახელმძღვანელო რეკომენდაციების“ მე-5 მუხლის მე-8 პუნქტის დარღვევისათვის ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივს“ უნდა მიეცეს წერილობითი გაფრთხილება.

#### IV. სარეზოლუციო ნაწილი

საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის 53-ე, 95-ე, 96-ე, 97-ე, 98-ე და 99-ე მუხლების, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „მ<sup>1</sup>“ და „მ<sup>17</sup>“ ქვეპუნქტების, მე-3 მუხლის პირველი პუნქტის, მე-5 მუხლის მე-3 პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტის, 45<sup>1</sup> მუხლის მე-12 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის, 67-ე მუხლის მე-3 პუნქტი, 69-ე მუხლის მე-2 პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტის, 69<sup>1</sup> მუხლის მე-3 პუნქტის „ა“, „ბ“ და „გ“ ქვეპუნქტისა და მე-4 პუნქტის, საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2016 წლის 14 იანვრის N1 დადგენილებით დამტკიცებული „სპონსორზე მითითების სახელმძღვანელო რეკომენდაციების“ მე-5 მუხლის მე-8 პუნქტის, 70-ე მუხლის პირველი პუნქტის და 71-ე მუხლის პირველი პუნქტის საფუძველზე, კომისიამ, კენჭისყრის შედეგად, ერთხმად,

#### გ ა დ ა წ ყ ვ ი ტ ა :

1. ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივს“ მიეცეს წერილობითი გაფრთხილება „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 67-ე მუხლის მე-3 პუნქტის, 69-ე მუხლის მე-2 პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტის, 69<sup>1</sup> მუხლის მე-3 პუნქტის „ა“, „ბ“ და „გ“ ქვეპუნქტებისა და მე-4 პუნქტის, საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2016 წლის 14 იანვრის N1 დადგენილებით დამტკიცებული „სპონსორზე მითითების სახელმძღვანელო რეკომენდაციების“ მე-5 მუხლის მე-8 პუნქტის დარღვევის გამო;
2. გადაწყვეტილება ძალაში შედის კომისიის ოფიციალურ ვებგვერდზე ([www.comcom.ge](http://www.comcom.ge)) გამოქვეყნებისთანავე;
3. გადაწყვეტილება შეიძლება გასაჩივრდეს თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიაში (მისამართი: ქ. თბილისი, დავით აღმაშენებლის ხეივანი, №64) ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივისთვის“ გადაწყვეტილების ან მისი დამოწმებული ასლის ჩაბარების დღიდან ერთი თვის ვადაში;
4. დაევალოს კომისიის აპარატის ადმინისტრაციას (ბ. გასვიანი) გადაწყვეტილების ან მისი დამოწმებული ასლის ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივისთვის“ გაგზავნა და კომისიის ოფიციალურ ვებგვერდზე ([www.comcom.ge](http://www.comcom.ge)) გამოქვეყნება;
5. დაევალოს კომისიის აპარატის იურიდიულ დეპარტამენტს (თ.გოშუა) ა(ა)იპ „არასამეწარმეო მედია-კავშირი ობიექტივისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე ინფორმაციის კომისიის შესაბამის უწყებრივ რეესტრში შეტანის უზრუნველყოფა;
6. კონტროლი გადაწყვეტილების სარეზოლუციო ნაწილის მე-2 და მე-4 პუნქტების შესრულებაზე დაევალოს კომისიის აპარატის ადმინისტრაციას (ბ. გასვიანი);
7. კონტროლი გადაწყვეტილების შესრულებაზე (გარდა გადაწყვეტილების სარეზოლუციო ნაწილის მე-2, მე-4 და მე-5 პუნქტებისა) დაევალოს კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტს (კ. ქორიძე).

ვახტანგ აბაშიძე



თავმჯდომარე - მ.შ.

6-17/1987

*[Signature]*

*[Signature]*

*[Signature]*

