



გადანუსჯილობა

N გ-25-18/376
10/07/2025

376-გ-25-1-4-202507101343



შპს „ტელეიმედისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე

ავტორიზებული პირი: შპს „ტელეიმედი“

სამართალდარღვევა: „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-4 პუნქტის, 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის „ა“, „ბ“, „გ“ ქვეპუნქტებისა და ამავე მუხლის მე-4 პუნქტის დარღვევა.

წარმოების დაწყების საფუძველი: კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათი (N25-10-1307, 18.06.2025) 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 (N25-10-1307, 18.06.2025) საფუძველზე, „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის საქმიანობის მარეგულირებელი წესების“ 36-ე მუხლის მე-14 პუნქტის შესაბამისად, კომისიაში დაიწყო ადმინისტრაციული წარმოება შპს „ტელეიმედის“ მიერ კანონმდებლობის შესაძლო დარღვევის საკითხთან დაკავშირებით.
2. მოხსენებითი ბარათიდან და მასზე თანდართული დოკუმენტაციიდან ირკვევა, რომ კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის პერიოდული მონიტორინგისას მაუწყებლის ეთერში განთავსებული სარეკლამო კომუნიკაციების კანონით დადგენილ მოთხოვნებთან შესაბამისობის შემოწმების მიზნით (რეკლამა, პროდუქტის განთავსება, სპონსორობა, ტელეშოპინგი) განხორციელდა შპს „ტელეიმედის“ მონიტორინგი.
3. კომისიის წერილით (Nგ-25-04/1315; 06/06/2025) მაუწყებლისგან გამოთხოვილ იქნა შემდეგი ინფორმაცია: 29 მაისს 09:20 სთ-ზე, გადაცემა „იმედის დილაში“ სააფთაქო ქსელი „იმპექსის“ ერთ-ერთი ფილიალიდან სიუჟეტთან, 29 მაისს 07:29 სთ-ზე გადაცემა „იმედის დილაში“ „წყალი მთის“ შესახებ ინფორმაციასთან, 29 მაისს 07:47 სთ-ზე გადაცემა „იმედის დილაში“ კომპანია „ინდიგო ქარსის“ და „სვისკაპიტალის“ შესახებ ინფორმაციასთან, 31 მაისს 12:36 სთ-ზე გადაცემა „ჩვენი ოჯახში“ - კომპანია „ნავნეს“ გლდანის ფილიალიდან სიუჟეტთან, 02 ივნისს 13:33 სთ-ზე გადაცემა „იმედის დღეში“ განთავსებულ „იდეა დეველოპმენტის“ შესახებ ინფორმაციასთან და შემდეგ სიუჟეტთან, რომელიც მომხმარებელს სთავაზობს ბრენდი „ლოქსიტანის“ ასორტიმენტს,

ასევე, 02 ივნისს 13:47 სთ-ზე გადაცემა „იმედის დღეში“ სააფთიაქო ქსელი „პსპ“-დან სიუჟეტთან დაკავშირებით, თუ რა სტატუსით იქნა განთავსებული აღნიშნული სიუჟეტები/ინფორმაცია შპს „ტელეიმედის“ ეთერში, კომერციული კომუნიკაციის რომელი სახე იყო მათში გამოყენებული (რეკლამა, სპონსორობა, პროდუქტის განთავსება) და არსებობის შემთხვევაში კომპანიას ეთხოვა შესაბამისი ხელშეკრულების წარმოდგენა;

4. კომისიის წერილის პასუხად, შპს „ტელეიმედმა“ წერილობით განმარტა (Nშ-25-6/2431; 12.06.2025), რომ ყველა შემთხვევაში ადგილი ჰქონდა პროდუქტის განთავსებას.
5. კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათის მიხედვით, შპს „ტელეიმედის“ ეთერში განთავსებულ პროგრამებში პროდუქტის განთავსება ისე მოხდა, რომ მან გავლენა მოახდინა პროგრამის შინაარსზე და პროდუქტს გადაჭარბებული მნიშვნელობა მიენიჭა, გავრცელდა ინფორმაცია აქციების და ხელმისაწვდომობის შესახებ, მოხდა წაქეზება პროდუქტის შეძენაზე, გარდა ამისა პროგრამის წამყვანები და სტუმრები საუბრობდნენ პროდუქტზე პოზიტიურ კონტექსტში, პოზიტიურ თვისებებსა და სარგებლობაზე გაკეთდა მითითებები. არაერთხელ მოხდა ბრენდის/პროდუქციის ხსენება და ჩვენება, ასევე არ მიეწოდა მომხმარებელს ინფორმაცია პროგრამაში პროდუქტის განთავსებაზე, ამასთან, რიგ შემთხვევებში რეკლამა არ იყო იდენტიფიცირებული და მკაფიოდ გამიჯნული პროგრამისგან.
6. შპს „ტელეიმედისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების საკითხის განსახილველად კომისიის სხდომა დაინიშნა 2025 წლის 10 ივლისს, რის შესახებაც, კომპანიას გაეგზავნა წერილობითი შეტყობინება. კომისიის შეტყობინებით შპს „ტელეიმედს“ 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.
7. კომისიის 2025 წლის 10 ივლისის სხდომაზე გამოცხადდა შპს „ტელეიმედის“ წარმომადგენელი ანა ვაზაგაშვილი, რომელმაც აღიარა სამართალდარღვევის ფაქტი.

II. მარეგულირებელი კანონმდებლობა

8. „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;
9. „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;

10. „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;
11. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „მ“ ქვეპუნქტის თანახმად, აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია – 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 რადიომაუწყებლობის ეთერში განთავსებულ კომერციულ რეკლამას, ტელეშოპინგს, სპონსორობასა და პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსებას (Product Placement);
12. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „პ“¹⁷ 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;
13. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-4 პუნქტის შესაბამისად, რეკლამა და ტელეშოპინგი იდენტიფიცირებული და პროგრამისგან მკაფიოდ გამიჯნული უნდა იყოს. რეკლამა და ტელეშოპინგი მკაფიოდ უნდა იყოს გამოყოფილი სხვა ნაწილებისგან ოპტიკური, ხმოვანი ან/და სივრცითი ნაწილებით;
14. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ 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 – გამომახებით 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.
15. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ 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.

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.
17. „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. ამავე მუხლის მე-3 პუნქტის თანახმად, კომისია ვალდებულია მედიამომსახურების 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.
18. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს 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 2500 ლარისა.
19. „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

20. კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათი (N25-10-1307, 18.06.2025);
21. კომისიის წერილი (რეგისტრაციის ნომერი (Nგ-25-04/1315; 06/06/2025) შპს „ტელეიმედს“;
22. შპს „ტელეიმედს“ წერილი (Nშ-25-6/2431; 12.06.2025) კომისიას;
23. კომისიის შეტყობინება შპს „ტელეიმედს“ სხდომაზე მოწვევის თაობაზე და აღნიშნული შეტყობინების ჩაბარების დამადასტურებელი დოკუმენტი;
24. მეწარმეთა და არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირების რეესტრიდან და კომისიის ავტორიზებულ პირთა უწყებრივი რეესტრიდან შპს „ტელეიმედს“ შესახებ მონაცემები;
25. შპს „ტელეიმედს“ წარმომადგენლის ა. ვაზაგაშვილის ახსნა-განმარტება მიცემული კომისიის 2025 წლის 10 ივლისის კომისიის სხდომაზე.

2. დადგენილი ფაქტობრივი გარემოებები

26. შპს „ტელეიმედი“ მაუწყებლობის სფეროში ავტორიზებული პირია.

მტკიცებულება: ამონაწერი კომისიის უწყებრივი შპს „ტელეიმედს“ შესახებ.

27. კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის პერიოდული მონიტორინგისას განხორციელდა შპს „ტელეიმედს“ მონიტორინგი მაუწყებლის ეთერში განთავსებული სარეკლამო კომუნიკაციების კანონით დადგენილ მოთხოვნებთან შესაბამისობის შემოწმების მიზნით (რეკლამა, პროდუქტის განთავსება, სპონსორობა, ტელეშოპინგი). მონიტორინგის შედეგად გამოვლინდა შემდეგი:

ა) 2025 წლის 29 მაისი 09:20 სთ. ეთერში გავიდა გადაცემა „იმედის დილა“ - გადაცემის წამყვანმა განაცხადა: „ჩვენ განვაგრძოთ ჩვენი დილა, „იმპექსის“ სააფთიაქო ქსელი ბავშვთა დღეს ტრადიციულად სიურპრიზებით და საუკეთესო შეთავაზებებით ეგებება. „იმპექსი“ თავის მომხმარებლებს ხშირად ანებივრებს განსაკუთრებით დღესასწაულებზე. დეტალურად, რატომ უნდა ვესტუმროთ „იმპექსის“ ფილიალს 29-დან 01 ივნისის ჩათვლით, ჩვენი ჟურნალისტი კატო ბარამიძე მოგიყვებათ იისფერი აფთიაქიდან“. შემდეგ, ჟურნალისტი კომპანიის წარმომადგენელთან ერთად ჩაერთო სააფთიაქო ქსელის ერთ-ერთი ფილიალიდან. წამყვანმა და კომპანიის წარმომადგენელმა ისაუბრეს ბავშვთა დღეს დღისათვის „იმპექსის“ მიერ დაწესებულ სპეციალურ შეთავაზებებზე. კერძოდ: „29 მაისიდან 01 ივნისის ჩათვლით სააფთიაქო ქსელი მომხმარებელს სთავაზობს ბავშვის მოვლის საშუალებებზე 50 პროცენტთან ფასდაკლებას. ასევე, ფილიალებში მოსულ მომხმარებელს, რომელიც შეიძენს 80 ლარამდე პროდუქციას, ელოდება საჩუქრები და განსაკუთრებული შეთავაზებები“. სიუჟეტის მიმდინარეობისას წამყვანმა და კომპანიის წარმომადგენელმა აღწერეს აქციის ფარგლებში

არსებული პროდუქცია. კომპანიის წარმომადგენელმა აღნიშნა: „თუკი გყავთ ახალშობილი შეგიძლიათ რომ საჩუქრად ხელს გააყოლოთ აი ეს ორი ერთში თმისა და ტანის დასაბანი საშუალება, რომელიც არის ნატურალური ასევე ძალიან რბილად წმენდს კანს და მარტივად ჩამოიბანება, არ აღიზიანებს თვალებს, ხოლო თუ 1 წლის ზემოთ გყავთ პატარა შეგიძლიათ საჩუქრად ხელს გააყოლოთ ასევე ორი ერთში თმის და ტანის დასაბანი საშუალება რომელიც ასევე არბილებს კანს, თმას და მარტივად დავარცხნადს ქმნის, ანიჭებს მას აბზინვარებას და რასაკვირველია, არ აღიზიანებს თვალებს, მოკლედ საჩუქრები ფანტასტიურია თუმცა მათი რაოდენობა შეზღუდულია ამიტომ იქპარეთ გვესტუმრეთ და დასაჩუქრდით. ასევე, მომხმარებელს მიაწოდეს ინფორმაცია ფასდაკლებებისა და აქციების შესახებ. აღსანიშნავია რომ არაერთხელ განხორციელდა პროდუქტის ახლო კადრით ჩვენება.

ბ) 2025 წლის 29 მაისს 07:29 სთ. ეთერში გავიდა გადაცემა „იმედის დილა“ - გადაცემის წამყვანმა განაცხადა: „მეგობრებო ჩემპიონთა ლიგის ფინალი ახლოვდება, ემოციებიც მატულობს, ხოდა მოიმარაგეთ სპორტის და სრულყოფილების სიმბოლო ახლა უკვე ერთობლივი „წყალი მთის“ და „პარის სენ ჟერმენის“ ლოგოთი, „წყალი მთის“ ახალი ეტიკეტით უკვე ქსელშია და რაოდენობა არის სხვათა შორის ლიმიტირებული. აი ხედავთ აქ „პარის სენ ჟერმენის“ ლოგოა და ძალიან ლამაზია. ანუ ლიმიტირებულია ეს პროდუქცია და რაც შეიძლება სწრაფად შეიძინეთ, მოიმარაგეთ, რომ ემოციები ჩაიხშოთ და გაინელოთ. ნუ ხო მთის წყალი ყოველთვის გემრიელია“.

გ) 2025 წლის 29 მაისს 07:47 სთ. ეთერში გავიდა გადაცემა „იმედის დილა“ სადაც, გავრცელდა ინფორმაცია „ინდიგო ქარსის“ და „სვისკაპიტალის“ შესახებ. გადაცემის წამყვანმა განაცხადა: „მე შევახსენებ მაყურებელს „სვისკაპიტალის“ ავტო სესხი გამარტივებული პროცედურებით უმოკლეს დროში შეგიძლიათ აიღოთ. დეტალებისთვის კი უნდა დაუკავშირდეთ „სვისკაპიტალს“ ნომერზე 2 300 300“. მეორე წამყვანი: „ინდიგო ქარსი მოწინავე პოზიციას იკავებს ამერიკიდან საქართველოში ავტომობილების იმპორტის მიმართულებით. კომპანია მონაწილეობას იღებს აშშ-ს წამყვან საავტომობილო აუქციონებში, პარტნიორ ავტო დილერებს კი დახურულ კოდებზე ეძლევათ წვდომა. ამასთან, თითოეულ მომხმარებელს აქვს შესაძლებლობა ისარგებლოს პირადი მენეჯერისა და ავტო ექსპერტის დახმარებით, რაც გაგიმარტივებთ ავტომობილის შეძენის პროცესს და თავიდან აგარიდებთ ზედმეტ გადასახადს. ამ და სხვა მრავალი უპირატესობით სარგებლობის შესახებ დეტალური ინფორმაციის მისაღებად დაუკავშირდით კომპანიას საკონტაქტო ნომერზე 2 50 20 02 ან სოციალურ ქსელებში“. გადაცემის წამყვანების მიერ წარმოთქმული სიტყვის პარალელურად ეთერში გავიდა „ინდიგო ქარსის“ და „სვისკაპიტალის“ სარეკლამო ვიდეო რგოლები, რომლებიც არ იყო იდენტიფიცირებული, როგორც რეკლამა და არ იყო მკაფიოდ გამიჯნული პროგრამისგან.

დ) 2025 წლის 31 მაისს 12:36 სთ. ეთერში გავიდა გადაცემა „ჩვენი ოჯახი“ სადაც პირდაპირ ეთერში ჩაერთო კომპანია „ნავნეს“ გლდანის ფილიალიდან სიუჟეტის ავტორი და კომპანია „ნავნეს“ წარმომადგენელი. სიუჟეტის ავტორმა მაყურებელს წარუდგინა გამოტანილი ტანსაცმელი და ფეხსაცმელი, ასევე ჩანთებისა და ბავშვთა სამოსის ახალ კოლექცია. წამყვანმა და წარმომადგენელმა ისაუბრეს ფასდაკლებებზე, განახლებულ კოლექციებზე და მოუწოდებდნენ მომხმარებელს ესტუმრონ „ნავნეს“ გლდანის ფილიალს კონკრეტულ მისამართზე. სიუჟეტის ავტორმა განაცხადა: „ვიცი, რომ პირდაპირი ჩართვა არ გვადლევს დიდი ფორმატის საშუალებას, მაგრამ მინდა გითხრათ, რომ აი ასეთი გრანდიოზული განახლება არ ყოფილა დიდი ხანია“. შემდეგ საუბარში ჩაერთო კომპანიის წარმომადგენელი, რომელმაც აღნიშნა: „როგორც დიდებში, ასევე პატარებში იმიტომ, რომ აი ამდენი რამე - ფეხსაცმელი, ტანსაცმელი და ჩანთა ერთდროულად, თან ესეთი მოთხოვნადი ბრენდები დიდი ხანია არ გვქონია, ამიტომ აუცილებლად უნდა გვესტუმროთ“.

ე) 2025 წლის 2 ივნისის 13:31 სთ. ეთერში გავიდა გადაცემა „იმედის დღე“ - გადაცემის წამყვანმა განაცხადა: „დავბრუნდით პირდაპირ ეთერში და გადაცემას ვაგრძელებთ „იდეა პანორამას“ კუთხიდან. „იდეა პანორამა“ - შეიგრძენი ბალანსი ბუნებასა და ქალაქს შორის. „იდეა დეველოპმენტის“ ახალი მულტიფუნქციური კომპლექსი მდებარეობს ვაკე-საბურთალოს ტერიტორიაზე, გიორგი დანელიას ქუჩაზე. იცხოვრე თბილისის ცენტრალურ ლოკაციებთან წუთებში და ამავდროულად ქალაქის ხმაურისგან მოშორებით. „იდეა პანორამა“ ახალი მულტიფუნქციური კომპლექსია, რომელიც სამი ნაწილისგან შედგება, იდეა პანორამა 1, იდეა პანორამა 2 და ბიზნეს ცენტრი. პროექტი მოიცავს როგორც საცხოვრებელს, ასევე საოფისე, კომერციულ სივრცეებს. კომპლექსი გამოირჩევა ულამაზესი, უცვლელი პანორამული ხედებით. გარდა ამისა, განთავსდება სკვერი, საბავშვო ზონები, ასევე, საერთო სარეკრეაციო ზონები. აქ ყველაფერია თქვენი უსაფრთხო, მშვიდი და კომფორტული ცხოვრებისთვის. აღსანიშნავია, რომ პროექტის მშენებლობა აქტიურად მიმდინარეობს და მიმდინარე წლის ნოემბერში დასრულდება. კომპანიის განსაკუთრებული შეთავაზება კი მათ სოციალურ გვერდზე იხილავთ“. გადაცემის წამყვანი: „ახლა კი უნდა გადავინაცვლოთ სილამაზის სამყაროში მინდა ჩვენს მაყურებელს უთხრა, რომ „ლოქსიტანის“ რიგით მე-3 მაღაზია თბილისის გალერეაში გაიხსნა. სილამაზის ბუტიკი სრულიად ახალი კონცეფციით გამოირჩევა და ახალი სივრცე მომხმარებლებს „ლოქსიტანის“ პროდუქტს, განახლებულ ასორტიმენტს სთავაზობს. „ლოქსიტანი“ მსოფლიოს სხვადასხვა წერტილში 3600 ბუტიკს ფლობს და მათ შორის გალერეა თბილისში გახსნილი ახალი სივრცე საუკეთესო ბუტიკების ათეულში შედის. დეტალურად ახალი სივრცის შესახებ ვნახოთ კატო ბარამიძის სიუჟეტი“. აღნიშნული ინფორმაციის გავრცელების შემდეგ გადაცემაში გავიდა სიუჟეტი, რომელშიც მომხმარებლისთვის შეთავაზებული იყო „ლოქსიტანის“ მრავალფეროვანი ასორტიმენტი. სიუჟეტი შეიცავდა, როგორც წამყვანის, ისე მოწვეული სტუმრების კომენტარებს „ლოქსიტანის“ დადებითი მახასიათებლებისა და უპირატესობის შესახებ. კომპანიის წარმომადგენელმა დეტალურად აღწერა ამ პროდუქტის მნიშვნელობა და წარმოაჩინა მის ყველა დადებითი თვისებები, ასევე მაყურებელს აცნობა 30%-იანი ფასდაკლების შესახებ. აღსანიშნავია, რომ აღნიშნული სიუჟეტის განთავსებისას არ მოხდა შესაბამისი სარეკლამო კომუნიკაციის შემცველი წარწერის ამონათება. შესაბამისად, არ მოხდა მაყურებლის ინფორმირება, თუ რა სახის კომერციულ კომუნიკაციას ეცნობოდა იგი.

ვ) 2025 წლის 2 ივნისი, 13:47 სთ. გადაცემა „იმედის დღე“ გავიდა სიუჟეტი სააფთიაქო ქსელი „ჰსპ“-დან. სიუჟეტის დაწყებამდე გადაცემის წამყვანმა განაცხადა: „გვანცა ჩაგვერთვება „ჰსპ“-ს აფთიაქიდან პირდაპირ ეთერში, გვანცა ყურადღებით გისმენთ, გვაინტერესებს ეს ახალი შეთავაზებები სპეციალურად ბავშვებისთვის“. აღნიშნულის შემდეგ „ჰსპ“-ს აფთიაქიდან ჩართო სიუჟეტის ავტორი, რომელმაც აღნიშნა: „დღე მშვიდობისა, მივესალმები ჩვენს მაყურებელს. დიახ, როგორც უკვე აღნიშნეთ, ბავშვთა დღესთან დაკავშირებით, „ჰსპ“-ში მოსულ მომხმარებლებს „ჯი ემ ფარმას“ საბავშვო ვიტამინებზე და მინერალებზე 1+1 შეთავაზება დახვდებათ, რაც იმას ნიშნავს, რომ ერთი სააქციო პროდუქტის შეძენისას მომხმარებელი იგივე დასახელების მეორე პროდუქტს მიიღებს საჩუქრად“. შემდეგ კომპანია „ჯი ემ ფარმას“ სააფთიაქო გაყიდვების მენეჯერმა წარმოადგინა ინფორმაცია კომპანია „ჯი ემ ფარმას“ შესახებ და განიხილა ბავშვთა დღესთან დაკავშირებით მომხმარებლებისთვის სააქციოდ შეთავაზებული პროდუქცია.

მტკიცებულება: კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათი (N25-10-1307, 18.06.2025) თანდართული დოკუმენტაციით; განთავსებული სიუჟეტების/ინფორმაციის ამსახველი ვიდეო მასალა.

28. კომისიის წერილით მაუწყებლისგან გამოთხოვილ იქნა ინფორმაცია, თუ რა სტატუსით განთავსდა წინამდებარე გადაწყვეტილების 27-ე პარაგრაფში მითითებული პროგრამები, კომერციული კომუნიკაციის რომელი სახე იყო მათში გამოყენებული (რეკლამა, სპონსორობა, პროდუქტის განთავსება) და არსებობის შემთხვევაში კომპანიას ეთხოვა შესაბამისი ხელშეკრულების წარმოდგენა; კომისიის წერილის პასუხად, შპს „ტელეიმედმა“ კომისიას წერილობით განუმარტა, რომ კომისიის მიერ მითითებულ გადაცემებში გამოყენებული იყო პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება.

მტკიცებულება: კომისიის წერილი №გ-25-04/1315; 06/06/2025, შპს „ტელეიმედის“ წერილი კომისიას №შ-25-6/2431; 12.06.2025.

29. შპს „ტელეიმედს“ კომისიის 2025 წლის 8 მაისის №გ-25-18/220 გადაწყვეტილებით დაეკისრა წერილობითი გაფრთხილება მსგავსი/ანალოგიური დარღვევისათვის.

მტკიცებულება: „შპს „ტელეიმედისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2025 წლის 8 მაისის №გ-25-18/220 გადაწყვეტილება.

3. სამართლებრივი შეფასება

30. 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).

31. „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.
32. 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).
33. 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.
34. 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).

35. 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“).
36. შპს „ტელეიმედი“, 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 – გამომცემით 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.
37. კომისიის მიერ დადგინდა, რომ შპს „ტელეიმედის“ ეთერში 29 მაისს 09:20 სთ-ზე, გადაცემა „იმედის დილაში“, 29 მაისს 07:29 სთ-ზე გადაცემა „იმედის დილაში“, 29 მაისს 07:47 სთ-ზე გადაცემა „იმედის დილაში“, 31 მაისს 12:36 სთ-ზე გადაცემა „ჩვენი ოჯახში“, 02 ივნისს 13:33 სთ-ზე გადაცემა „იმედის დღეში“ და 2 ივნისს 13:47 სთ-ზე გადაცემა „იმედის დღეში“ განხორციელდა პროდუქტის განთავსება შესაბამისი ანაზღაურების სანაცვლოდ. ამრიგად, მაუწყებელი ვალდებული იყო დაეცვა „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით დადგენილი მოთხოვნები პროგრამაში პროდუქტის განთავსებასთან დაკავშირებით.
38. შპს „ტელეიმედის“ ეთერში ზემოაღნიშნული პროდუქტის განთავსება ყველა შემთხვევაში განხორციელდა იმგვარად, რომ პროგრამის შინაარსი სრულად იყო მორგებული საფასურის სანაცვლოდ განთავსებულ პროდუქტზე, წამყვანები, სიუჟეტში მონაწილე პირები, მოწვეული სტუმრები საუბრობდნენ განთავსებული პროდუქტის მახასიათებლებზე, წარმოაჩენდნენ პროდუქტის დადებით თვისებებს ხანგრძლივი დროის განმავლობაში. პროგრამის იმ ნაწილს, რომელშიც მოხდა პროდუქტის განთავსება, სხვა შინაარსი, გარდა განთავსებული პროდუქტის პოპულარიზაციისა, არ ჰქონია. ამრიგად, დასტურდება „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის დარღვევა.

39. ამასთან, წინამდებარე გადაწყვეტილების 27-ე პარაგრაფის „ა“, „ბ“, „გ“, „ე“ და „ვ“ პუნქტებში აღწერილ შემთხვევებში პროდუქტის განთავსება მოიცავდა მოწოდებებს შეძენისკენ, კერძოდ, პროგრამებში მითითებული იყო „29 მაისიდან 01 ივნისის ჩათვლით სააფთიაქო ქსელი მომხმარებელს სთავაზობს ბავშვის მოვლის საშუალებებზე 50%-იან ფასდაკლებას. ასევე, ფილიალებში მოსულ მომხმარებელს, რომელიც შეიძენს 80 ლარამდე პროდუქციას, ელოდება საჩუქრები და განსაკუთრებული შეთავაზებები“, ასევე, „ლიმიტირებულია ეს პროდუქცია და რაც შეიძლება სწრაფად შეიძინეთ, მოიმარაგეთ, რომ ემოციები ჩაიხშოთ და გაინელოთ“, „სვისკაპიტალის“ ავტო სესხი გამარტივებული პროცედურებით უმოკლეს დროში შეგიძლიათ აიღოთ. დეტალებისთვის კი უნდა დაუკავშირდეთ „სვისკაპიტალს“ ნომერზე 2 300 300“, „ახალი ფილიალის გახსნასთან დაკავშირებით ექსკლუზიურად ვთავაზობთ ჩვენს ერთგულ მომხმარებლებს 2-დან 8 ივნისის ჩათვლით 30%-მდე ფასდაკლებას ყველა ფილიალში და ასევე ჩვენს საიტზე“. შესაბამისად, დარღვეულია „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტის მოთხოვნა.
40. წინამდებარე გადაწყვეტილების 27-ე პარაგრაფში მითითებულ ყველა პროგრამაში განთავსებულ პროდუქტს გადაჭარბებული მნიშვნელობა მიენიჭა. კერძოდ, სიუჟეტებში წამყვანებისა და მონაწილე პირების მიერ გაჟღერდა შემდეგი ფრაზები: „ორი ერთში თმის და ტანის დასაბანი საშუალება, რომელიც ასევე არბილებს კანს, თმას და მარტივად დავარცხნადს ქმნის, ანიჭებს მას ზოხინვარებას და რასაკვირველია, არ აღიზიანებს თვალებს“, „ჩემპიონთა ლიგის ფინალი ახლოვდება, ემოციებიც მატულობს, ხოდა მოიმარაგეთ სპორტის და სრულყოფილების სიმბოლო ახლა უკვე ერთობლივი „წყალი მთის“... მოიმარაგეთ, რომ ემოციები ჩაიხშოთ და გაინელოთ“, „თითოეულ მომხმარებელს აქვს შესაძლებლობა ისარგებლოს პირადი მენეჯერისა და ავტო ექსპერტის დახმარებით, რაც გაგიმარტივებთ ავტომობილის შეძენის პროცესს და თავიდან აგარიდებთ ზედმეტ გადასახადს“, „ასეთი გრანდიოზული განახლება არ ყოფილა დიდი ხანია... თან ესეთი მოთხოვნადი ბრენდები დიდი ხანია არ გვექონია“, „კომპლექსი გამოირჩევა ულამაზესი, უცვლელი პანორამული ხედებით“, „სილამაზის ბუტიკი სრულიად ახალი კონცეფციით გამოირჩევა და ახალი სივრცე მომხმარებლებს „ლოქსიტანის“ პროდუქტს, განახლებულ ასორტიმენტს სთავაზობს... გალერეა თბილისში გახსნილი ახალი სივრცე საუკეთესო ბუტიკების ათეულში შედის“. აღსანიშნავია, რომ პროდუქტის განთავსების ხანგრძლივობა ხშირ შემთხვევაში აღემატებოდა 5 წუთს და სიუჟეტები სრულად ეთმობოდა განთავსებული პროდუქტის დადებით კონტექსტში წარმოჩენას. ამდენად, დარღვეულია „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტის მოთხოვნა.
41. 2025 წლის 2 ივნისის 13:31 საათზე გადაცემა „იმედის დღეში“ ბრენდი „ლოქსიტანის“ თაობაზე განთავსებულ სიუჟეტში პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება მკაფიოდ იდენტიფიცირებული არ ყოფილა. პროგრამის დასაწყისში და დასასრულს, აგრეთვე ყოველი სარეკლამო ან სხვა სახის წყვეტის შემდეგ არ ყოფილა მითითებული ნათლად პროგრამის განთავსების შესახებ, ამდენად, მაუწყებლის მიერ, დარღვეულია „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-4 პუნქტი.
42. 2025 წლის 29 მაისის 07:47 საათზე, გადაცემაში „იმედის დილა“ სადაც, გავრცელდა ინფორმაცია „ინდიგო ქარსის“ და „სვისკაპიტალის“ შესახებ, სიუჟეტის ეთერში განთავსებისას, გადაცემის წამყვანების მიერ წარმოთქმული სიტყვის პარალელურად, ეთერში გავიდა „ინდიგო ქარსის“ და „სვისკაპიტალის“ სარეკლამო ვიდეო რგოლები, რომლებიც არ იყო იდენტიფიცირებული, როგორც რეკლამა და არ იყო მკაფიოდ გამიჯნული პროგრამისგან. შესაბამისად, მაუწყებლის მიერ დარღვეულია „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-4 პუნქტი.

43. ვინაიდან, შპს „ტელეიმედის“ ეთერში განთავსებულ პროდუქტს ენიჭება გადაჭარბებული მნიშვნელობა, მაუწყებლის ეთერში განთავსებული სიუჟეტები პროდუქტის განთავსებისას შეიცავენ შეძენისკენ პირდაპირ მოწოდებებს, პროდუქტის განთავსება გავლენას ახდენს პროგრამის შინაარსზე, მათ შორის, სარედაქციო დამოუკიდებლობაზე, ამასთან, ერთ შემთხვევაში პროდუქტის განთავსების თაობაზე არ მიეწოდა ინფორმაცია მომხმარებელს, ხოლო სხვა შემთხვევაში სიუჟეტში, ყოველგვარი იდენტიფიცირებისა და გამიჯვნის გარეშე განთავსდა რეკლამები, შპს „ტელეიმედის“ მიერ დარღვეულია „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-4 პუნქტი, 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის „ა“, „ბ“ და „გ“ ქვეპუნქტები და ამავე მუხლის მე-4 პუნქტი, რაც მისთვის ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების საფუძველია.

4. პასუხისმგებლობა და ვალდებულებები

44. გამომდინარე იქიდან, რომ „შპს „ტელეიმედისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“ კომისიის 2025 წლის 8 მაისის Nგ-25-18/220 გადაწყვეტილებით შპს „ტელეიმედს“ დაკისრებული აქვს წერილობითი გაფრთხილება, გაფრთხილების მიღებიდან 1 წლის განმავლობაში ჩაიდინა მსგავსი/ანალოგიური დარღვევა, კომპანიას „მაუწყებლობის შესახებ“ 63-ე მუხლის მე-4 პუნქტის, 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის „ა“, „ბ“ და „გ“ ქვეპუნქტებისა და ამავე მუხლის მე-4 პუნქტის დარღვევისათვის „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 71-ე მუხლის მე-3 პუნქტისა და 72-ე მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, უნდა დაეკისროს ჯარიმა არაუმეტეს მისი წლიური შემოსავლის 0,5%-ის ოდენობით, მაგრამ არანაკლებ 2500 ლარისა.

45. ვინაიდან, კომისიას გააჩნია დისკრეციული უფლებამოსილება სამართალდარღვევისთვის დასაკისრებელი ჯარიმის ოდენობის განსაზღვრასთან დაკავშირებით. 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 33-ე მუხლის თანახმად, სახდელის დადებისას მხედველობაში მიიღება ჩადენილი სამართალდარღვევის ხასიათი, დამრღვევის პიროვნება, მისი ბრალის ხარისხი, ქონებრივი მდგომარეობა, პასუხისმგებლობის შემამსუბუქებელი და დამამძიმებელი გარემოებანი. საქართველოს ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევათა კოდექსის 34-ე მუხლის თანახმად, ორგანოს, რომელიც ადმინისტრაციული სამართალდარღვევის საქმეს წყვეტს, შეუძლია შემამსუბუქებლად მიიჩნიოს ისეთი გარემოებანიც, რომლებიც არ არის გათვალისწინებული კანონმდებლობით. აღნიშნულიდან გამომდინარე, იმის გათვალისწინებით, რომ შპს „ტელეიმედი“ აღიარებს სამართალდარღვევის ჩადენის ფაქტს, ასევე, იმ გარემოების გათვალისწინებით, რომ გაფრთხილების მიღებიდან მაუწყებლების მიერ ახალი დარღვევის ჩადენის შემთხვევაში, კომისია მაუწყებლების მიმართ ძირითადად იყენებს ჯარიმის მინიმალურ ოდენობას, კომისიას მიზანშეწონილად მიაჩნია, რომ შპს „ტელეიმედის“ მიმართ გამოყენებულ იქნეს „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 72-ე მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებული ჯარიმის მინიმალური ოდენობა - 2500 ლარი.

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 „ძ“ და „ჰ“¹⁷ ქვეპუნქტების, მე-3 მუხლის პირველი პუნქტის, მე-5 მუხლის მე-3 პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტის, 45¹ მუხლის მე-12 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის, 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის „ა“, „ბ“, „გ“ ქვეპუნქტებისა და მე-4 პუნქტის, 70-ე მუხლის პირველი პუნქტის და 71-ე მუხლის პირველი და მე-2 პუნქტების, 72-ე მუხლის პირველი პუნქტის საფუძველზე, კომისიამ, კენჭისყრის შედეგად, ერთხმად,

გ ა დ ა წ ყ ვ ი ტ ა :

1. შპს „ტელეიმედს“ დაეკისროს ჯარიმა 2500 ლარის ოდენობით „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-4 პუნქტის, 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის „ა“, „ბ“, „გ“ ქვეპუნქტებისა და ამავე მუხლის მე-4 პუნქტის დარღვევის გამო;
2. შპს „ტელეიმედს“ 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;
3. გადაწყვეტილება ძალაში შედის კომისიის ოფიციალურ ვებგვერდზე (www.comcom.ge) გამოქვეყნებისთანავე;
4. გადაწყვეტილება შეიძლება გასაჩივრდეს თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიაში (მისამართი: ქ. თბილისი, დავით აღმაშენებლის ხეივანი, №64) შპს „ტელეიმედისთვის“ გადაწყვეტილების ან მისი დამოწმებული ასლის ჩაბარების დღიდან ერთი თვის ვადაში;
5. დაევალოს კომისიის აპარატის ადმინისტრაციას (ბ. გასვიანი) გადაწყვეტილების ან მისი დამოწმებული ასლის შპს „ტელეიმედისთვის“ გაგზავნა და კომისიის ოფიციალურ ვებგვერდზე (www.comcom.ge) გამოქვეყნება;
6. დაევალოს კომისიის აპარატის იურიდიულ დეპარტამენტს (თ. ხუბუნაიშვილი) შპს „ტელეიმედისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე ინფორმაციის კომისიის შესაბამის უწყებრივ რეესტრში შეტანის უზრუნველყოფა;
7. კონტროლი გადაწყვეტილების (გარდა სარეზოლუციო ნაწილის მე-6 პუნქტისა) შესრულებაზე დაევალოს კომისიის აპარატის ადმინისტრაციას (ბ. გასვიანი);

ვახტანგ აბაშიძე

თავმჯდომარე - მ.შ.

