



საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია

გადაწყვეტილება

N გ-19-16/540
19/09/2019

540-გ-19-1-4-201909191352



შპს „ტელეიმედის“ წინააღმდეგ სსიპ „საქართველოს ეროვნული ბანკის“ საჩივრის განხილვის თაობაზე

I. საქმის აღწერა

საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია (შემდგომში „კომისია“) აღნიშნავს, რომ კომისიას 2019 წლის 26 აგვისტოს საჩივრით (კომისიაში რეგისტრაციის: 26.08.19; Nშ-19-6/3529) მიმართა სსიპ „საქართველოს ეროვნულმა ბანკმა“, შპს „ტელეიმედისთვის“ სოციალური რეკლამის სახით წარდგენილი ვიდეო რგოლის, ამ უკანასკნელის მიერ სამაუწყებლო ეთერში განთავსებაზე უარის თქმისა და შპს „ტელეიმედის“ მიერ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით გათვალისწინებული ვალდებულებების დარღვევის შესახებ.

სსიპ „საქართველოს ეროვნული ბანკის“ საჩივარში აღნიშნულია, რომ სსიპ „საქართველოს ეროვნულმა ბანკმა“ 2019 წლის 31 ივლისს წერილით მიმართა შპს „ტელეიმედს“ 2019 წლის 15 სექტემბრიდან 2019 წლის 15 ოქტომბრამდე პერიოდში მიმდინარე წლის პირველი ოქტომბრიდან განახლებული 10 ლარიანი ნომინალის ბანკნოტების მიმოქცევაში გაშვებასთან დაკავშირებით მომზადებული 60-წამიანი საინფორმაციო გრაფიკული ვიდეო რგოლის სატელევიზიო ეთერში სოციალური რეკლამის სტატუსით განთავსების მოთხოვნით. საჩივრის თანახმად, ვიდეო რგოლის მიზანია ზემოაღნიშნული ფაქტის შესახებ საზოგადოების მაქსიმალური ინფორმირება. საჩივრის თანახმად, წარდგენილი ვიდეომასალა აკმაყოფილებს „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის 3⁷) ქვეპუნქტით დადგენილ, სოციალური რეკლამის ძირითად კრიტერიუმებს - მიმართულია მნიშვნელოვან საზოგადოებრივ საკითხებზე საზოგადოების ცნობიერების ამაღლებისკენ, არ შეიცავს სახელმწიფო ან მუნიციპალიტეტის ორგანოს, კერძო ან საჯარო სამართლის იურიდიული პირის მიერ გაწეული მომსახურების რეკლამირებას, ასევე არ წარმოადგენს კომერციულ ან წინასაარჩევნო რეკლამას.

სსიპ „საქართველოს ეროვნული ბანკის“ მოთხოვნა:



დაევალოს შპს „ტელეიმედს“ სსიპ „საქართველოს ეროვნული ბანკის“ მიერ 10 ლარის ნომინალის ბანკნოტების მიმოქცევაში გაშვებასთან დაკავშირებით მომზადებული ვიდეო რგოლის სამაუწყებლო ბადეში სოციალური რეკლამის სტატუსით განთავსება.

2019 წლის 4 სექტემბერს შპს „ტელეიმედმა“ კომისიაში წარმოადგინა წერილი (კომისიაში რეგისტრაციის: N19-6/3611, 4.09.19), რომლის თანახმად, რომ სსიპ „საქართველოს ეროვნული ბანკის“ საჩივარი არ უნდა დაკმაყოფილდეს, რადგან სოციალური რეკლამისთვის კანონით განსაზღვრული ლიმიტი არ არის განკუთვნილი სიახლის შესახებ მოქალაქეების ინფორმირებისთვის, რისთვისაც ადმინისტრაციულმა ორგანომ უნდა იხელმძღვანელოს „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 66¹ მუხლით დადგენილი წესით.

კომისია აღნიშნავს, რომ საკითხის ზეპირი მოსმენა კომისიაში გაიმართა 2019 წლის 12 სექტემბერს 15:00 საათზე, ზეპირი მოსმენის სხდომას ესწრებოდნენ შპს „ტელეიმედის“ იურისტი ა. ლაშხი და სსიპ „საქართველოს ეროვნული ბანკის“ აღმასრულებელი დირექტორი ვ. ბურკიაშვილი და იურისტი მ. ლუბიანური.

ზეპირი მოსმენის სხდომაზე შპს „ტელეიმედის“ წარმომადგენელმა ა. ლაშხმა აღნიშნა, რომ სსიპ „საქართველოს ეროვნული ბანკის“ მიერ შპს „ტელეიმედში“ წარდგენილი სარეკლამო რგოლი მიმართულია განახლებული ათი ლარის ნომინალის ბანკნოტების შესახებ მოსახლეობისთვის ინფორმაციის მიწოდებისკენ, რომლის გავრცელებაც საზოგადოებრივი ინტერესის სფეროს განეკუთვნება და აღნიშნული დარეგულირებულია „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 66¹ მუხლით, კერძოდ, მითითებული მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, ადმინისტრაციული ორგანო უფლებამოსილია შეისყიდოს მაუწყებლის მომსახურება, მათ შორის საზოგადოებისთვის მნიშვნელოვანი ინფორმაციის გავრცელების მიზნით, რაც არ წარმოადგენს სოციალურ რეკლამას. შესაბამისად, შპს „ტელეიმედის“ იურისტის განმარტებით, სსიპ „საქართველოს ეროვნული ბანკის“ მიერ მაუწყებლისთვის წარდგენილი ვიდეომასალა არ აკმაყოფილებს იმ კრიტერიუმებს რაც განსაზღვრულია სოციალური რეკლამისთვის და სწორედ ეს გახდა მიზეზი იმისა, რომ შპს „ტელეიმედმა“ უარი განაცხადა აღნიშნული სარეკლამო რგოლის სოციალური რეკლამის სტატუსით სამაუწყებლო ეთერში განთავსებაზე;

კომისიის 2019 წლის 12 სექტემბერის სხდომაზე სსიპ „საქართველოს ეროვნული ბანკის“ წარმომადგენელმა მ. ლუბიანურმა აღნიშნა, რომ სსიპ „საქართველოს ეროვნული ბანკი“ არ ახორციელებს მომსახურების რეკლამირებას, ვიდეო რგოლი არ შეიცავს სახელმწიფო ან მუნიციპალიტეტის ორგანოს, კერძო ან საჯარო სამართლის იურიდიული პირის მიერ გაწეული მომსახურების რეკლამირებას, ასევე არ წარმოადგენს კომერციულ ან წინასაარჩევნო რეკლამას. აღნიშნული ვიდეო რგოლი საზოგადოებრივი სიკეთის ხელშეწყობისკენ არის მიმართული და აკმაყოფილებს „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „37“ პუნქტით დადგენილ, სოციალური რეკლამის ძირითად კრიტერიუმებს. შესაბამისად, სსიპ „საქართველოს ეროვნული ბანკის“ წარმომადგენლის განმარტებით, შპს „ტელეიმედი“ ვალდებულია იმოქმედოს „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 65-ე მუხლის თანახმად და უსასყიდლოდ

და არადისკრიმინაციულად დაუთმოს სსიპ „საქართველოს ეროვნული ბანკის“ მიერ მომზადებულ ვიდეომასალას სამაუწყებლო ეთერი.

კომისიის 2019 წლის 12 სექტემბრის ზეპირ მოსმენაზე, გადაწყვეტილების გამოცხადების დღედ განისაზღვრა 2019 წლის 19 სექტემბერი, რის თაობაზეც მხარეები გაფრთხილდნენ კანონის შესაბამისად.

II. გამოკვლეული მტკიცებულებები

1. სსიპ „საქართველოს ეროვნული ბანკის“ საჩივარი თანდართული მასალებით (26.08.19; №19-6/3529);
2. შპს „ტელეიმედის“ წერილი (N19-6/3611, 4.09.19);
3. კომისიის აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის სამსახურებრივი ბარათი (19-10-1765 12.09.2019);
4. სსიპ „საქართველოს ეროვნული ბანკის“ წარმომადგენლის მ. ლუბიანურისა და შპს „ტელეიმედის“ წარმომადგენლის ა.ლაშხის ახსნა-განმარტებები გაკეთებული კომისიის 2019 წლის 12 სექტემბრის სხდომაზე.

III. კომისიის მიერ დადგენილი ფაქტობრივი გარემოებები

1. სსიპ „საქართველოს ეროვნულმა ბანკმა“ 2019 წლის 31 ივლისს მიმართა შპს „ტელეიმედს“, სამაუწყებლო ბადეში სოციალური რეკლამის სტატუსით ვიდეო რგოლის განთავსების მოთხოვნით;
2. სსიპ „ეროვნული ბანკის“ მიერ წარდგენილი ვიდეო რგოლის ტექსტი შემდეგი შინაარსისაა: „საქართველოს ეროვნული ბანკი წარმოგიდგენთ განახლებულ 10 ლარს. წინა მხარეს გამოსახულია აკაკი წერეთლის პორტრეტი, ნაწყვეტი აკაკის ლექსიდან გაზაფხული მისი ავტოგრაფით, აყვავებული რტო და მერცხალი, უკანა მხარეს წარმოდგენილია დავით კაკაბაძის კომპოზიცია იმერეთი დედაჩემია და საქართველოს სახელმწიფო გერბი. განახლებულ 10 ლარზე დატანილია თანამედროვე დამცავი ნიშნები, რომელთა ამოცნობაც მარტივადაა შესაძლებელი გახედვის, დახრის და შეხებისას. გამჭოლ შუქზე დახედვისას ბანკნოტზე ამოიცნობა წყლის ნიშანი, პორტრეტის, ნომინალის აღმნიშვნელი ციფრის და ლარის სიმბოლოს გამოსახულებით, ვერტიკალური დამცავი ძაფი, რომელიც წყვეტილი სახით წარმოდგენილია უკანა მხარეს და გახედვისას ერთიანდება. დახრისას ბანკნოტზე ცვალებადი ეფექტი აქვს ჰოლოგრამას ფარულ გამოსახულებას, ოპტიკურად ცვალებად საღებავს, ირისისებურ ზოლს და წყვეტილ დამცავ ძაფს, ბანკნოტის შეხებით შეიგრძნობა რელიეფური გამოსახულებები და წინა მხარეს მარჯვენა და მარცხენა კიდეზე დატანილი ნიშანი სუსტი მხედველობის ადამიანებისთვის. განახლებული 10 ლარის ბანკნოტები გამოვა 2019 წლის პირველი ოქტომბრიდან და მიმოქცევაში იქნება წინა ემისიის ბანკნოტებთან ერთად.“ აუდიო ტექსტთან ერთად ვიდეო რგოლი შეიცავს გრაფიკულ გამოსახულებებს, რომლებიც ტექსტის შინაარსს იმეორებს ვიზუალურად.
3. შპს „ტელეიმედმა“ მიიჩნია, რომ წარდგენილი ვიდეო რგოლი არ აკმაყოფილებდა „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად, სოციალური

რეკლამისთვის განსაზღვრულ კრიტერიუმებს და უარი უთხრა სსიპ „საქართველოს ეროვნულ ბანკს“ ვიდეო რგოლის სოციალური რეკლამის სტატუსით სამაუწყებლო ეთერში განთავსებაზე.

IV. სამართლებრივი საფუძველი და დასაბუთება

1. „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-3 მუხლის მე-15 პუნქტის შესაბამისად, სამაუწყებლო რეკლამა განმარტებულია როგორც მაუწყებლის მიერ გავრცელებული (გადაცემული) კომერციული, სოციალური ან წინასაარჩევნო რეკლამა, გარდა მაუწყებლის მიერ საკუთარ ან დამოუკიდებელ პროგრამასთან დაკავშირებით გაკეთებული განცხადებისა, რომელიც არის ფიზიკურ ან იურიდიულ პირზე, საქონელზე, მომსახურებაზე, სამუშაოზე, იდეასა და წამოწყებაზე ნებისმიერი საშუალებითა და ფორმით გავრცელებული ინფორმაცია, რომელიც გამიზნულია პირთა განუსაზღვრელი წრისათვის და ემსახურება ფიზიკური ან იურიდიული პირის, საქონლის, მომსახურების, სამუშაოს, იდეისა და წამოწყებისადმი ინტერესის ფორმირებასა და შენარჩუნებას, აგრეთვე საქონლის, მომსახურების, სამუშაოს, იდეისა და წამოწყების რეალიზაციის ხელშეწყობას;

2. „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-12 მუხლის პირველი პუნქტისა და „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის 3⁷ პუნქტის შესაბამისად სოციალური რეკლამა განმარტებულია როგორც საზოგადოებრივი სიკეთის ხელშეწყობისკენ, საქველმოქმედო მიზნების მიღწევისკენ, მნიშვნელოვან საზოგადოებრივ საკითხებზე საზოგადოების ცნობიერების ამაღლებისკენ ან/და საზოგადოების ქცევის პოზიტიური თვალსაზრისით შეცვლის ხელშეწყობისკენ მიმართული რეკლამა, რომელიც არ არის არც კომერციული და არც წინასაარჩევნო რეკლამა და არ შეიცავს სახელმწიფო ან ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოს, კერძო ან საჯარო სამართლის იურიდიული პირის მიერ გაწეული მომსახურების რეკლამას;

3. რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონის 17¹ მუხლის შესაბამისად, სამაუწყებლო რეკლამის სფეროში რეკლამის გავრცელების დროის, განთავსების ფორმისა (ადგილისა) და გამოყენებული საშუალებების, აგრეთვე სამაუწყებლო რეკლამის გამავრცელებლის მიერ „მაუწყებლობის შესახებ“ და „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონებით, საქართველოს სხვა საკანონმდებლო აქტებით დადგენილი შეზღუდვების დაცვის კონტროლს ახორციელებს მხოლოდ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია, რომელიც თავისი კომპეტენციის ფარგლებში: ა) იღებს გადაწყვეტილებას არასათანადო რეკლამის სრულად ან ნაწილობრივ შეჩერებაზე ან კონტრერეკლამის განხორციელებაზე; ბ) უფლებამოსილია „მაუწყებლობის შესახებ“ და „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონების, სხვა საკანონმდებლო აქტების მოთხოვნათა დამრღვევს კანონით დადგენილი წესით დააკისროს „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით განსაზღვრული სანქცია;

4. „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-12 მუხლის მე-2 პუნქტის შესაბამისად სოციალურ რეკლამაში არ უნდა იყოს მოხსენიებული კომერციული ორგანიზაციები და ინდივიდუალური მეწარმეები, მათი საქონლის კონკრეტული მარკები (მოდელები, არტიკულები), აგრეთვე იმ საქონლის კონკრეტული მარკები (მოდელები, არტიკულები),

რომელიც წარმოადგენს არაკომერციული ორგანიზაციების დამხმარე სამეწარმეო საქმიანობის შედეგს;

5. „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონის 21-ე მუხლის 2¹ პუნქტის შესაბამისად, სამაუწყებლო რეკლამის მარეგულირებელი ნორმების შეუსრულებლობისთვის პასუხისმგებლობას აკისრებს საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია;

6. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 70-ე მუხლის შესაბამისად, მაუწყებლის საქმიანობის საქართველოს კანონმდებლობასთან შესაბამისობის ზედამხედველობასა და კონტროლს ახორციელებს კომისია;

7. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 65-ე მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, მაუწყებელი ვალდებულია ეთერში განთავსების მიზნით წარმოდგენილ სოციალურ რეკლამას უსასყიდლოდ და არადისკრიმინაციულად დაუთმოს 3 საათში ჯამში არანაკლებ 90 წამისა.

კომისიას მიაჩნია, რომ სსიპ „საქართველოს ეროვნული ბანკის“ მიერ 2019 წლის ივლისის თვეში შპს „ტელეიმედის“ სამაუწყებლო ეთერში განთავსების მიზნით წარდგენილი სარეკლამო რგოლი აკმაყოფილებს „რეკლამის შესახებ“ და „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონებით სოციალური რეკლამისთვის განსაზღვრულ კრიტერიუმებს, ვინაიდან სარეკლამო რგოლი, შინაარსის გათვალისწინებით, მიმართულია საზოგადოებრივი სიკეთის ხელშეწყობისკენ. სარეკლამო რგოლი აკმაყოფილებს სოციალური რეკლამის საკანონმდებლო დეფინიციას, კერძოდ, სსიპ „საქართველოს ეროვნული ბანკის“ მიერ წარდგენილი ვიდეო რგოლი მიმდინარე პროცესის (განახლებული 10 ლარის ნომინალის ბანკნოტის მიმოქცევაში გაშვება) შესახებ საზოგადოების ინფორმირებას ემსახურება, რომელიც თითოეულ მოქალაქეზე ახდენს გავლენას. ვიდეო რგოლი მიზნად ისახავს საზოგადოების ინფორმირებას საქართველოში განახლებული ბანკნოტის მიმოქცევაში გაშვების შესახებ. ვიდეო რგოლი დეტალურად აღწერს ახალი ბანკნოტის ვიზუალურ მხარეს, როგორც ვერბალურად, ისე ვიზუალურად და შეიცავს ახალი ბანკნოტის დამცავი ნიშნების თაობაზე დეტალურ ინფორმაციას, რაც უზრუნველყოფს ყალბი ფულის ამოცნობას მოქალაქეების მხრიდან და მსგავსი დანაშაულის პრევენციას. ვიდეო რგოლი ასევე განკუთვნილია შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე (სუსტი მხედველობის მქონე) ადამიანებისთვის, კერძოდ შეიცავს ინფორმაციას ბანკნოტის შეხებით შეგრძნებადი რელიეფური გამოსახულებების თაობაზე. ასევე შეიცავს აუცილებელ ინფორმაციას იმის შესახებ, რომ ახალ ბანკნოტებთან ერთად მიმოქცევაში რჩება ძველი ბანკნოტები. ამდენად, ვიდეო რგოლის შინაარსი ცალსახად ემსახურება საზოგადოებრივი სიკეთის ხელშეწყობას, რაც სოციალური რეკლამის ერთ-ერთი მთავარი კრიტერიუმია. წარდგენილი ვიდეომასალა არ შეიცავს სახელმწიფო ან ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოს, კერძო ან საჯარო სამართლის იურიდიული პირის მიერ გაწეული მომსახურების რეკლამას, შესაბამისად, კომისიას მიაჩნია, რომ უნდა დაკმაყოფილდეს სსიპ „საქართველოს ეროვნული ბანკის“ საჩივარი და შპს „ტელეიმედის“ უნდა დაევალოს წარდგენილი ვიდეო რგოლის სამაუწყებლო ეთერში

განთავსება „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 65-ე მუხლის პირველი პუნქტით დადგენილი წესით.

V. სარეზოლუციო ნაწილი

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის მე-3 პუნქტის ვ) ქვეპუნქტის, მე-14 მუხლის, 65-ე მუხლის პირველი პუნქტის, 70-ე მუხლის, „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-12 მუხლის, მე-17¹ და 21-ე მუხლების, შესაბამისად, კომისიამ, კენჭისყრის შედეგად, ერთხმად

გ ა დ ა წ ყ ვ ი ტ ა :

1. დაკმაყოფილდეს სსიპ „საქართველოს ეროვნული ბანკის“ საჩივარი (კომისიაში რეგისტრაციის Nშ-19-6/3529, 26.08.19) და დაევალოს შპს „ტელეიმედს“ სსიპ „საქართველოს ეროვნული ბანკის“ მიერ კომისიაში 2019 წლის 26 აგვისტოს წარდგენილი სოციალური რეკლამის სამაუწყებლო ეთერში განთავსება;
2. დაევალოს კომისიის აპარატის ადმინისტრაციას (ო. ვოტი) გადაწყვეტილების დამოწმებული ასლის სსიპ „საქართველოს ეროვნული ბანკისთვის“ და შპს „ტელეიმედისთვის“ გაგზავნა;
3. გადაწყვეტილება შეიძლება გასაჩივრდეს ქ. თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიაში (მისამართი: ქ. თბილისი, დ. აღმაშენებლის ხეივანი მე-12 კმ., N6) გადაწყვეტილების დამოწმებული ასლის მხარეებისათვის ჩაბარების დღიდან ერთი თვის ვადაში;
4. გადაწყვეტილება ძალაში შევიდეს მისი დამოწმებული ასლის შპს „ტელეიმედისთვის“ და სსიპ „საქართველოს ეროვნული ბანკისთვის“ ჩაბარებისთანავე;
5. დაევალოს კომისიის აპარატის აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტს (ი. მახარაძე) წინამდებარე გადაწყვეტილების პირველი პუნქტის შესრულების კონტროლი.

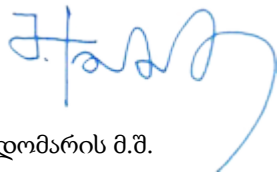
ვახტანგ აბაშიძე

კომისიის წევრი

გიორგი ფრუიძე

კომისიის წევრი

მერაბ ქათამაძე



კომისიის თავმჯდომარის მ.შ.