



საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია

გადაწყვეტილება

N გ-20-16/85
23/01/2020

85-გ-20-1-4-202001230951



შპს „მთავარი არხისა“ და შპს „ტელე-რადიო კომპანია თრიალეთის“ მიმართ ა(ა)იპ ფონდი საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრის“ განცხადების განხილვის თაობაზე

I. დავის აღწერა

საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია (შემდგომში „კომისია“) აღნიშნავს, რომ ა(ა)იპ „ფონდი საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრმა“ განცხადებით (30.12.2019 №-19-6/5020) მომართა კომისიას. განცხადებაში აღნიშნულია, რომ განცხადების ავტორმა შპს „მთავარ არხსა“ და შპს „ტელე-რადიო კომპანია თრიალეთის“ წარუდგინა ოთხი ვიდეორგოლი, სოციალური რეკლამის სტატუსით განთავსების მოთხოვნით; აღნიშნული ვიდეორგოლები არ განათავსეს მაუწყებლებმა, ვინაიდან არ მიიჩნიეს სოციალური რეკლამის სტატუსის მქონე ვიდეორგოლებად.

ა(ა)იპ „ფონდი საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრის“ მოთხოვნა:

დაევალოს შპს „მთავარ არხსა“ და შპს „ტელე-რადიო კომპანია თრიალეთის“ თავიანთ სამაუწყებლო ეთერში ა(ა)იპ „ფონდი საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრის“ მიერ წარდგენილი ვიდეორგოლების სოციალური რეკლამის სტატუსით განთავსება.

კომისია აღნიშნავს, რომ შპს „მთავარი არხისა“ და შპს „ტელე-რადიო კომპანია თრიალეთის“ მიმართ ა(ა)იპ „ფონდი საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრის“ განცხადების განხილვა გაიმართა 2020 წლის 16 იანვრის კომისიის სხდომაზე. კომისიის სხდომას ესწრებოდნენ ა(ა)იპ „საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრის“ წარმომადგენელი ვ. კობალაძე და შპს „მთავარი არხის“ წარმომადგენელი ლ.მეტრეველი.

კომისიის 2019 წლის 16 იანვრის სხდომაზე ა(ა)იპ „ფონდი საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრის“ წარმომადგენელმა ვ. კობალაძემ მხარი დაუჭირა კომისიაში წარმოდგენილ საჩივარს; შპს „მთავარი არხის“ წარმომადგენელი ლ.მეტრეველი



არ დაეთანხმა განცხადებას და განაცხადა, რომ წარდგენილი ვიდეო რგოლები არ აკმაყოფილებენ სოციალური რეკლამისთვის კანონმდებლობით დადგენილ კრიტერიუმებს.

ა(ა)იპ „ფონდი საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრის“ განცხადებაზე კომისიის გადაწყვეტილების გამოცხადების თარიღად განისაზღვრა 2020 წლის 23 იანვარი.

II. კომისიის მიერ შესწავლილი მტკიცებულებები

1. ა(ა)იპ „ფონდი საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრის“ განცხადება (Nშ-19-6/5020 30.12.2019) თანდართული დოკუმენტაციით;
2. კომისიის აპარატის აუდიოვიზუალური მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის დასკვნა (N20-10-84 17.01.2020);
3. ა(ა)იპ „ფონდი საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრის“ წარმომადგენლის ვ.კობალაძის მიერ მიცემული ახსნა-განმარტება კომისიის სხდომაზე;
4. შპს „მთავარი არხის“ წარმომადგენლის ლ.მეტრეველის მიერ მიცემული ახსნა-განმარტება კომისიის სხდომაზე;

კომისიის აპარატის აუდიოვიზუალური მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის დასკვნაში (N20-10-84 17.01.2020) აღნიშნულია, რომ შპს „მთავარი არხისა“ და შპს „ტელე-რადიო კომპანია თრიალეთის“ წინააღმდეგ ა(ა)იპ „ფონდი საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრის“ საჩივართან დაკავშირებით კომისიაში გამართული ადმინისტრაციული წარმოების ფარგლებში მხარეების მიერ კომისიაში წარმოდგენილი დოკუმენტაციისა და თანდართული სარეკლამო რგოლების შესწავლის საფუძველზე ირკვევა, რომ:

1. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის წ) ქვეპუნქტის შესაბამისად, რეკლამა არის 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, ხოლო ამავე მუხლის 3⁷ ქვეპუნქტის შესაბამისად, სოციალური რეკლამა არის 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;

2. შპს „მთავარი არხსა“ და შპს ტელე-რადიო კომპანია „თრიალეთს“ მიაჩნიათ, რომ წარმოდგენილი ვიდეო რგოლები არ აკმაყოფილებს სოციალური რეკლამის კანონით დადგენილ კრიტერიუმებს.

3. ვიდეო რგოლები მიმართულია საზოგადოებრივი სიკეთის ხელშეწყობისკენ. სურსათის უვნებლობის სააგენტოს ეფექტური საქმიანობა სიკეთის მომტანი იქნება საზოგადოებისთვის და ვიდეო რგოლებიც ამის ხელშეწყობისკენ არის მიმართული. ვიდეო რგოლები ასევე მიმართულია საზოგადოების ქცევის პოზიტიური თვალსაზრისით შეცვლის ხელშეწყობისკენ და საზოგადოების ცნობიერების ამაღლებისკენ, ვინაიდან საზოგადოებაში არ არის დამკვიდრებული პრაქტიკა, რომ დარღვევების აღმოჩენის შემთხვევაში მოქალაქეები ატყობინებდნენ ამის შესახებ შესაბამის სტრუქტურებს და სწორედ ამის შეცვლას ემსახურება წარმოდგენილი ვიდეო რგოლები. ვიდეო რგოლებით ასევე ხდება მოწოდება, რომ მოქალაქეები ჩართული იყვნენ პროცესში და გრძნობდნენ სამოქალაქო პასუხისმგებლობას, რათა ნაკლები მავნებელი პროდუქცია იყოს ხელმისაწვდომი და მათი უსაფრთხოება მეტად იყოს დაცული. ამასთან, ვიდეო რგოლი არ შეიცავს სახელმწიფო ან ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოს, კერძო ან საჯარო სამართლის იურიდიული პირის მიერ გაწეული მომსახურების რეკლამას. მართალია, ვიდეო რგოლში მითითებულია ორგანიზაციის ცხელი ხაზი და ხდება ორგანიზაციის დასახელება, თუმცა აღნიშნულის მითითება აუცილებელია, იმისთვის, რომ საზოგადოებამ დარღვევის შემთხვევაში იცოდეს ვის მიმართოს და რეალურად მიღწევადი იყოს ის საზოგადოებრივი სიკეთე, რომელსაც ეს ვიდეო რგოლები ემსახურება. გარდა ამისა, ცხელ ხაზზე დარეკვით არ ხდება მომსახურების მიღება და ცხელ ხაზზე დარეკვა ხდება იმ მიზნით, რომ ადმინისტრაციულმა ორგანომ განახორციელოს მასზე დაკისრებული ფუნქცია, უზრუნველყოს სურსათის უვნებლობის დაცვა ქვეყანაში.

კომისიის აპარატის აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების რეგულირების დეპარტამენტის დასკვნის თანახმად, კომისიის 2015 წლის 02 ნოემბრის N320/22 გადაწყვეტილებაში ააიპ „ევრაზიის თანამშრომლობის ფონდის“ საჩივრის განხილვის შესახებ გადაწყვეტილებაში კომისია აღნიშნავს, რომ „სოციალური რეკლამის ფარგლებში ცხელი ხაზის ტელეფონის ნომრების გამოჩენა და ორგანიზაციების დასახელებების მითითება, ისევე როგორც ორგანიზაციების ლოგოების სოციალური ამონათება, რომლებიც ამა თუ იმ საზოგადოებრივი სიკეთის ხელშეწყობი კამპანიის მხარდამჭერები არიან, არ უნდა შეფასდეს, როგორც ამ ორგანიზაციების რეკლამირება, არამედ პირიქით, კომისიის აზრით მომხმარებელს ცხელ ხაზზე დარეკვისას უნდა ჰქონდეს ინფორმაცია თუ კონკრეტულად რა ორგანიზაციაში ახორციელებს ზარს და ამასთანავე უნდა ფლობდეს ინფორმაციას თუ ვისი მხარდაჭერით ხორციელდება ესა თუ ის პროგრამა.“ მსგავს პრაქტიკას ვხვდებით, კომისიის 2017 წლის 27 ივლისის N501/16 გადაწყვეტილებაშიც ააიპ „ადამიანის უფლებათა ცენტრის“ საჩივრის განხილვის შესახებ. გადაწყვეტილებაში კომისია აღნიშნავს, რომ „მართალია, ვიდეო რგოლში მითითებულია ორგანიზაციის ტელეფონის ნომრები და მისამართები, თუმცა აღნიშნულის მითითება აუცილებელია, იმისთვის, რომ საზოგადოებამ უფლებების დარღვევის შემთხვევაში იცოდეს ვის მიმართოს, რომელ მისამართზე მივიდეს, ან რომელ ნომერზე დარეკოს და უფლებების დაცვა რეალურად შესაძლებელი გახდეს.

II. გადაწყვეტილების მიღების სამართლებრივი საფუძვლები და დასაბუთება

1. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-14 მუხლის მე-2 პუნქტის შესაბამისად, მაუწყებლის მიერ საქართველოს კანონმდებლობის მოთხოვნათა, გარდა ამ კანონის 52-ე, 54-ე, 56-ე და 59-ე მუხლებით გათვალისწინებული ნორმებისა, აგრეთვე სალიცენზიო პირობების დარღვევის შემთხვევაში, დაინტერესებულ პირს უფლება აქვს მიმართოს კომისიას ან სასამართლოს;
2. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის ე) ქვეპუნქტის შესაბამისად, დაინტერესებული პირი არის ფიზიკური ან იურიდიული პირი, რომლის კანონიერ ინტერესზე პირდაპირ და უშუალო გავლენას ახდენს მაუწყებლის საქმიანობა;
3. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის 3⁷) ქვეპუნქტის თანახმად, სოციალური რეკლამა არის 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;
4. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის მე-3 პუნქტის ვ) ქვეპუნქტის თანახმად, მაუწყებლობის სფეროში კომისიის ერთ-ერთ ფუნქციას წარმოადგენს მაუწყებლობის სფეროში მოქმედი კანონმდებლობის მოთხოვნების შესრულებაზე ზედამხედველობა და კონტროლი;

კომისია აღნიშნავს, სადავო ვიდეო რგოლები მიმართულია საზოგადოების ქცევის პოზიტიური თვალსაზრისით შეცვლის ხელშეწყობისკენ და საზოგადოების ცნობიერების ამაღლებისკენ, ვინაიდან საზოგადოებაში არ არის საკმარისი ცნობიერება, რომ დარღვევების აღმოჩენის შემთხვევაში ხდებოდეს შესაბამისი სტრუქტურების ინფორმირება, სწორედ აღნიშნულის შეცვლას ემსახურება წარმოდგენილი ვიდეო რგოლები. ვიდეო რგოლებით ასევე ხდება მოწოდება, რომ მოქალაქეები ჩართული იყვნენ პროცესში და გრძნობდნენ სამოქალაქო პასუხისმგებლობას, რათა ნაკლები მავნებელი პროდუქცია იყოს ხელმისაწვდომი ბაზარზე და მათი უსაფრთხოება მეტად იყოს დაცული.

კომისიას მიაჩნია, რომ ვიდეო რგოლები არ შეიცავენ სახელმწიფო ან ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოს, კერძო ან საჯარო სამართლის იურიდიული პირის მიერ გაწეული მომსახურების რეკლამას. მართალია, ვიდეო რგოლში მითითებულია ორგანიზაციის ცხელი ხაზი და ხდება ორგანიზაციის დასახელება, თუმცა აღნიშნულის მითითება აუცილებელია, იმისთვის, რომ საზოგადოებამ დარღვევის შემთხვევაში იცოდეს ვის მიმართოს და რეალურად მიღწევადი იყოს ის საზოგადოებრივი სიკეთე, რომელსაც ეს ვიდეო რგოლები ემსახურება. გარდა ამისა, ცხელ ხაზზე დარეკვით არ ხდება მომსახურების მიღება და ცხელ ხაზზე დარეკვა ხდება იმ მიზნით, რომ ადმინისტრაციულმა ორგანომ განახორციელოს მასზე დაკისრებული ფუნქცია, უზრუნველყოს სურსათის უვნებლობის დაცვა ქვეყანაში.

III. სარეზოლუციო ნაწილი

ყოველივე ზემოაღნიშნულის შესაბამისად, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის მე-3 პუნქტის ვ) ქვეპუნქტის, მე-14 მუხლის მე-2 და მე-3 პუნქტების, მე-2 მუხლის 3⁷) პუნქტის თანახმად, კომისიამ კენჭისყრის შედეგად, ერთხმად

გ ა და წ ყ ვ ი ტ ა:

1. დაკმაყოფილდეს შპს „მთავარი არხისა“ და შპს „ტელე-რადიო კომპანია თრიალეთის“ მიმართ ა(ა)იპ „ფონდი სტრატეგიული განვითარების ცენტრის“ (30.12.2019 Nშ-19-6/5020) განცხადება;
2. შპს „მთავარი არხისა“ და შპს „ტელე-რადიო კომპანია თრიალეთს“ დაევალოს ა(ა)იპ „ფონდი სტრატეგიული განვითარების ცენტრის“ მიერ წარდგენილი ვიდეორგოლების სოციალური რეკლამის სტატუსით განთავსება თავიანთ სამაუწყებლო ბადეში;
3. დაევალოს კომისიის ადმინისტრაციას წინამდებარე გადაწყვეტილების დამოწმებული ასლის მხარეებისთვის და კომისიის ოფიციალურ ვებგვერდზე (www.gncc.ge) გამოქვეყნება (ო.ვოტ);
4. გადაწყვეტილება შეიძლება გასაჩივრდეს ქ. თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიაში (ქ.თბილისი, დავით აღმაშენებლის ხეივანი მე-12 კმ., №6) გადაწყვეტილების დამოწმებული ასლის მხარეებისთვის ჩაბარებიდან ერთი თვის ვადაში;
5. კონტროლი აღნიშნული გადაწყვეტილების შესრულებაზე დაევალოს კომისიის ადმინისტრაციას (ო.ვოტ).

კახი ბექაური

თავმჯდომარე

ვახტანგ აბაშიძე

წევრი

მერაბ ქათამაძე

თავმჯდომარე - მ.შ.

