

ბაღაწყვატილება

N გ-20-18/670
27/08/2020

670-გ-20-1-4-202008271133



შპს „ფორმულასთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე

I. საქმის აღწერა

საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია (შემდგომში „კომისია“) აღნიშნავს, რომ კომისიის აპარატის აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის სამსახურებრივი ბარათიდან (N20-10-1684, 17/08/2020) თანდართული მასალით - CD, ირკვევა, რომ 2020 წლის 25 ივლისიდან 31 ივლისის ჩათვლით პერიოდზე კომისიის აპარატის აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მიერ განხორციელდა შპს „ფორმულას“ სამაუწყებლო ბადეში განთავსებული პროგრამების მონიტორინგი (შემსრულებელი - ი. ბაღაშვილი) რეკლამის და სპონსორობის წესების, პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსების და ტელეშოპინგის განთავსების მართლზომიერების დადგენის მიზნით.

ზემოაღნიშნული მონიტორინგის შედეგად ირკვევა შემდეგი ფაქტობრივი გარემოებები:

1. 2020 წლის 28 ივლისს შპს „ფორმულას“ გადაცემაში „დილა“ გავიდა სიუჟეტი „სილამაზის რუბრიკა“ (დაიწყო - 10:39 სთ. დასრულდა - 10:46 სთ.), რომელშიც გადაცემის ჟურნალისტმა მაყურებელს მიაწოდა ინფორმაცია სააფთიაქო ქსელის „ფარმადეპოს“ საზაფხულო აქციებისა და პროდუქციის (გასარუჯი კრემები) შესახებ. სიუჟეტის ავტორი იმყოფებოდა „ფარმადეპოს“ ერთერთ ფილიალში. მას კონსულტაციას უწევდა კომპანიის თანამშრომელი, რომელმაც ვრცლად ისაუბრა რუჯის დამცავი სხვადასხვა პროდუქციის თვისობრივი მახასიათებლების შესახებ. საუბრის პარალელურად ორად გაყოფილ კადრში ჩანს თითოეული დასახელებული ბრენდის ვიზუალი, მწარმოებელი კომპანიის სარეკლამო კლიპები. სიუჟეტის მიმდინარეობისას კადრში ჩანს აღნიშნული პროდუქციის ფასები (როგორც ფასდაკლებამდე, ისე ფასდაკლების შემდეგ), ასევე ჟურნალისტის კითხვის პასუხად, „ფარმადეპოს“ თანამშრომელმა მომხმარებლებს მიაწოდა ინფორმაცია ამჟამად მიმდინარე აქციებზე. კერძოდ, განაცხადა, რომ მიმდინარეობს 20-დან 50 პროცენტამდე ფასდაკლების აქციები „ფარმადეპოს“ ყველა ფილიალში. ჟურნალისტი იყენებს გამოთქმებს: ერთ-ერთი საუკეთესო საშუალება გახლავთ Phyto, ალოე ცნობილია თავისი კარგი თვისებებით და ა.შ. სიუჟეტში ასევე დასახელებულია ფილიალების მომსახურების სამუშაო საათები 06:00 სთ-დან 23:00 სთ-მდე და ჟურნალისტი ხაზს უსვამს

დამატებით კონსულტანტების სერვისის არსებობას მომხმარებლებისათვის. აღსანიშნავია, რომ მთელი სიუჟეტის მანძილზე კადრში ჩანს სიუჟეტის სათაური: „საზაფხულო ხაზი“ ფარმადეპოდან“.

2. შპს „ფორმულას“ რუბრიკაში „შენი ზაფხული აქ არის“ 2020 წლის 29 ივლისს გავიდა სიუჟეტი სათაურით - „ზაფხული Myhome“-თან ერთად“ (დაიწყო 10:46 სთ. დასრულდა - 10:57 სთ.). გადაცემის ფარგლებში ჟურნალისტი მაყურებელს აცნობს სხვადასხვა საოჯახო სასტუმროებს, ღვინის მარნებს, გასართობ და ღირსშესანიშნავ ლოკაციებს. თხრობის პროცესში მიუთითებს, რომ ეს ობიექტები მან ნახა, შეარჩია და მაყურებლისთვის წარმოადგინა „Myhome“-ის მეშვეობით: მაგ. ჩვენ სოფელ 1 მაისისკენ მივემართებით, სადაც ღამე უნდა გავათიოთ, რომელიც Myhome.ge-ზე ვიპოვეთ. სიუჟეტის ბოლოს, ჟურნალისტი მოუწოდებს მაყურებელს ხელახლა აღმოაჩინონ საქართველოს საინტერესო ადგილები „Myhome“-თან ერთად. არც სიუჟეტის დასაწყისში და არც ბოლოში არ ამოანათა მინიშნებამ, რომ მიმდინარეობდა პროგრამაში პროდუქტის განთავსება. გადაცემას გასდევს წარწერა: „ზაფხული Myhome“-თან ერთად“. სიუჟეტის ბოლოს ამოანათა Myhome-ის ვებგვერდმა www.myhome.ge. ასევე, კადრის დაბლა ნაწილში ჩანს Myhome-ის ბრენდული ლოგო.

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის 3¹⁷ პუნქტის შესაბამისად, პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება (Product Placement) არის საფასურის ან სხვა ეკონომიკური სარგებლის სანაცვლოდ პროდუქტის შესახებ ინფორმაციის ნებისმიერი ფორმით გავრცელება, რაც გამოიხატება პროგრამაში ამ პროდუქტის ინტეგრირებით, პროდუქტზე მითითებით ან/და მომსახურებასა და სასაქონლო ნიშანზე მითითებით.

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-2 პუნქტის შესაბამისად, პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება ისე უნდა მოხდეს, რომ: ა) მან გავლენა არ მოახდინოს პროგრამის შინაარსზე, მათ შორის, მაუწყებლის სარედაქციო დამოუკიდებლობაზე; ბ) ის არ შეიცავდეს პროდუქტის შეძენისაკენ პირდაპირ მოწოდებას; გ) მან პროდუქტს გადაჭარბებული მნიშვნელობა არ მიანიჭოს. ამასთან, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის შესაბამისად „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.

ზემოაღნიშნული სიუჟეტების შესწავლის საფუძველზე კომისიის აპარატის აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურებების დეპარტამენტს მიაჩნია, რომ აღნიშნულ სიუჟეტები არღვევს „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-2 პუნქტს ვინაიდან სიუჟეტებში პროდუქტს ენიჭება გადაჭარბებული მნიშვნელობა. აგრეთვე, ერთ-ერთ სიუჟეტში დარღვეულია „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტი, რადგან არ არის მკაფიოდ იდენტიფიცირებული პროგრამაში პროდუქტის განთავსება.

კომისიის აპარატის აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის) სამსახურებრივი ბარათის (N20-10-1684, 17/08/2020) საფუძველზე, „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის საქმიანობის მარეგულირებელი წესების“ 36-ე მუხლის მე-14 პუნქტის შესაბამისად, 2020 წლის 21 აგვისტოს, კომისიაში

დაიწყო მარტივი ადმინისტრაციული წარმოება შპს „ფორმულასთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე, მის მიერ მაუწყებლობის სფეროში მოქმედი კანონმდებლობით გათვალისწინებული მოთხოვნების დარღვევის გამო. საკითხის განხილვა დაინიშნა 2020 წლის 27 აგვისტოს, რის თაობაზეც შპს „ფორმულას“ ეცნობა კომისიის შეტყობინებით (Nგ-20-03/2688, 21/08/2020) და მოწვეულ იქნა ადმინისტრაციულ წარმოებაში მონაწილეობის მისაღებად. შეტყობინებით, მას ასევე განემარტა საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის 98-ე და 99-ე მუხლებით გათვალისწინებული მტკიცებულებებისა და შუამდგომლობების წარმოდგენის, აგრეთვე საქმის გარემოებათა გამოკვლევისა და ადმინისტრაციული წარმოების მასალების გამოთხოვის უფლება.

კომისიის 2020 წლის 27 აგვისტოს სხდომაზე გამოცხადდა შპს „ფორმულას“ წარმომადგენელი ნათია კობოსნიძე, რომელმაც კომისიის აპარატის აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურებრების რეგულირების დეპარტამენტის სამსახურებრივ ბარათში მოყვანილ სიუჟეტებთან დაკავშირებით აღნიშნა, რომ გადაცემა „დილა“ არის ყოველდღიური გასართობი ხასიათის გადაცემა, სადაც კეთდება სხვადასხვა რუბრიკები, რითაც მაყურებელს აწვდიან ინფორმაციას აქტუალურ საკითხებზე. მოცემულ შემთხვევაში, საკითი ეხებოდა ზაფხულის სეზონს თემატიკით რუჯის დროს კანის მოვლის საშუალები და ა.შ. შესაბამისად, ის რა სახითაც პროდუქტი იყო წარმოდგენილი გადაცემაში თავსებადია პროგრამის შინაარსთან. ამასთან, შპს „ფორმულას“ წარმომადგენელმა დასძინა, რომ პროდუქტის ზოგადი დახასიათება და მისი თვისებების აღწერა არ არის პროდუქტის გადაჭარბებულად წარმოჩენა. ნათია კობოსნიძემ ასევე აღნიშნა, რომ მე-2 სიუჟეტის არსი მდგომარეობდა იმაში, რომ გადაცემა შეიქმნა პანდემიის შემდგომ პერიოდში, როდესაც სახელმწიფომ ჩაკეტილი ქალაქები გახსნა. გადაცემა ემსახურებოდა შიდა ტურიზმის განვითარებას, პოპულარიზაციას და დახმარებას. „Myhome“-ი ამ კონკრეტულ ეპიზოდში გამოყენებული იყო ინფორმაციის წყაროდ, სადაც ჟურნალისტმა ნახა კონკრეტული ობიექტები დამოუკიდებლად, თავისი შეხედულებით აირჩია ეს ობიექტები და მაყურებელს მიაწოდა ინფორმაცია. ამ შემთხვევაში მაუწყებელს „Myhome“-ისგან სარგებელი არ მიუღია, „Myhome“-მა დააფინანსა მხოლოდ ტრანსპორტირებისა და დაბინავების ხარჯები.

II. ადმინისტრაციული წარმოების პროცესში შესწავლილი მტკიცებულებები

1. კომისიის აპარატის აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურებრების რეგულირების დეპარტამენტის სამსახურებრივი ბარათი (N20-10-1684, 17/08/2020) თანდართული მასალით (CD);
2. მეწარმეთა და არასამეწარმეო იურიდიული პირების რეესტრისა და კომისიაში დაცული ავტორიზებულ პირთა უწყებრივი რეესტრის მონაცემები შპს „ფორმულას“ შესახებ;
3. შპს „ფორმულასთვის“ გაგზავნილი კომისიის შეტყობინება (N'გ-20-03/2688, 21/08/2020);
4. კომისიის 2020 წლის 27 აგვისტოს სხდომაზე შპს „ფორმულას“ წარმომადგენლის - ნათია კობოსნიძის მიერ მიცემული ახსნა-განმარტება.

III. კომისიის მიერ დადგენილი ფაქტობრივი გარემოებები

1. შპს „ფორმულა“ წარმოადგენს მაუწყებლობაზე ავტორიზებულ პირს (მაუწყებლობის სახე: ტელემაუწყებლობა; მაუწყებლობის სახეობა: კერძო მაუწყებლობა; მაუწყებლობის ქვესახეობა: საერთო ტელემაუწყებლობა; ავტორიზაციის თარიღი; 22.07.2019);

2. შპს „ფორმულას“ მონიტორინგი, სამაუწყებლო ბადეში განთავსებულ პროგრამებში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსების მართლზომიერების დადგენის მიზნით, განხორციელდა 2020 წლის 25 ივლისიდან 31 ივლისის ჩათვლით პერიოდზე;
3. 2020 წლის 25 ივლისიდან 31 ივლისის ჩათვლით პერიოდზე განხორციელებული მონიტორინგის შედეგად ირკვევა შემდეგი:
 - 3.1. 2020 წლის 28 ივლისს შპს „ფორმულას“ გადაცემაში „დილა“ გავიდა სიუჟეტი რუბრიკით „სილამაზის რუბრიკა“ (დაიწყო - 10:39 სთ. დასრულდა - 10:46 სთ.), რომელშიც გადაცემის ჟურნალისტმა მაყურებელს მიაწოდა ინფორმაცია სააფთიაქო ქსელის „ფარმადეპოს“ საზაფხულო აქციებისა და პროდუქციის (გასარუჯი კრემები) შესახებ. სიუჟეტის ავტორი იმყოფებოდა „ფარმადეპოს“ ერთერთ ფილიალში. მას კონსულტაციას უწევდა კომპანიის თანამშრომელი, რომელმაც ვრცლად ისაუბრა რუჯის დამცავი სხვადასხვა პროდუქციის თვისობრივი მახასიათებლების შესახებ. საუბრის პარალელურად ორად გაყოფილ კადრში ჩანს თითოეული დასახელებული ბრენდის ვიზუალი მწარმოებელი კომპანიის სარეკლამო კლიპებიდან. სიუჟეტის მიმდინარეობისას კადრში ჩანს აღნიშნული პროდუქციის ფასები (როგორც ფასდაკლებამდე, ისე ფასდაკლების შემდეგ), ასევე ჟურნალისტის კითხვის პასუხად, „ფარმადეპოს“ თანამშრომელმა მომხმარებლებს მიაწოდა ინფორმაცია ამჟამად მიმდინარე აქციებზე. კერძოდ, განაცხადა, რომ მიმდინარეობს 20-დან 50 პროცენტამდე ფასდაკლების აქციები „ფარმადეპოს“ ყველა ფილიალში. ჟურნალისტი იყენებს გამოთქმებს: ერთ-ერთი საუკეთესო საშუალება გახლავთ Phyto, ალოე ცნობილია თავისი კარგი თვისებებით და ა.შ. სიუჟეტში ასევე დასახელებულია ფილიალების მომსახურების სამუშაო საათები 06:00 სთ-დან 23:00 სთ-მდე და ჟურნალისტი ხაზს უსვამს დამატებით კონსულტანტების სერვისის არსებობას მომხმარებლებისათვის. აღსანიშნავია, რომ მთელი სიუჟეტის მანძილზე კადრში ჩანს სიუჟეტის სათაური: „საზაფხულო ხაზი“ ფარმადეპოდან“.
 - 3.2. შპს „ფორმულას“ რუბრიკაში „შენი ზაფხული აქ არის“ 2020 წლის 29 ივლისს გავიდა სიუჟეტი სათაურით - „ზაფხული Myhome“-თან ერთად“ (დაიწყო 10:46 სთ. დასრულდა - 10:57 სთ.). გადაცემის ფარგლებში ჟურნალისტი მაყურებელს აცნობს სხვა და სხვა საოჯახო სასტუმროებს, ღვინის მარნებს, გასართობ და ღირსშესანიშნავ ლოკაციებს. თხრობის პროცესში მიუთითებს, რომ ეს ობიექტები მან ნახა, შეარჩია და მაყურებლისთვის წარმოადგინა „Myhome“-ის მეშვეობით: მაგ. ჩვენ სოფელ 1 მაისისკენ მივემართებით, სადაც ღამე უნდა გავათიოთ, რომელიც Myhome.ge-ზე ვიპოვეთ. სიუჟეტის ბოლოს, ჟურნალისტი მოუწოდებს მაყურებელს ხელახლა აღმოაჩინონ საქართველოს საინტერესო ადგილები „Myhome“-თან ერთად. არც სიუჟეტის დასაწყისში და არც ბოლოში არ ამოანათა მინიშნებამ, რომ მიმდინარეობდა პროგრამაში პროდუქტის განთავსება. გადაცემას გასდევს წარწერა: „ზაფხული Myhome“-თან ერთად“. სიუჟეტის ბოლოს ამოანათა Myhome-ის ვებგვერდმა www.myhome.ge. ასევე, კადრის დაბლა ნაწილში ჩანს Myhome-ის ბრენდული ლოგო.
4. შპს „ფორმულას“ გადაცემაში „დილა“, რომელიც ეთერში გავიდა 2020 წლის 28 ივლისს, სიუჟეტებში პროდუქტს ენიჭება გადაჭარბებული მნიშვნელობა. ამასთან, პროგრამაში პროდუქტის განთავსება ისე ხდება, რომ ის გავლენას ახდენს პროგრამის შინაარსზე. ხოლო, 2020 წლის 29 ივლისს გასულ სიუჟეტში სათაურით - „ზაფხული Myhome“-თან ერთად“ სიუჟეტებში პროდუქტს ენიჭება გადაჭარბებული მნიშვნელობა. ამასთან, პროგრამაში პროდუქტის განთავსება ისე ხდება, რომ ის გავლენას ახდენს პროგრამის შინაარსზე და პროდუქტის განთავსებისას არ მოხდა ამის შესახებ ნათლად მითითება, არც პროგრამის დასაწყისში და არც მის დასასრულს;

5. ბოლო ერთი წლის განმავლობაში შპს „ფორმულას“ მიმართ იგივე/ერთგვაროვანი სამართალდარღვევის ჩადენისათვის ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის სახე გამოყენებული არ ყოფილა.

IV. გადაწყვეტილების მიღების სამართლებრივი საფუძვლები და დასაბუთება

1. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 70-ე მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, მაუწყებელი ვალდებულია უზრუნველყოს მის მიერ გადაცემული პროგრამების, რეკლამისა და სპონსორების შესახებ ინფორმაციის საქართველოს კანონმდებლობასთან და ლიცენზიის/ავტორიზაციის პირობებთან შესაბამისობა, ხოლო მე-2 პუნქტის თანახმად, მაუწყებლის საქმიანობის საქართველოს კანონმდებლობასთან შესაბამისობაზე ზედამხედველობასა და კონტროლს ახორციელებს მხოლოდ კომისია, გარდა საგადასახადო და სამართალდამცავი ორგანოების მიერ მათი უფლებამოსილების ფარგლებში განხორციელებული ზედამხედველობისა და კონტროლისა.
2. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის მე-3 პუნქტის ვ) ქვეპუნქტის შესაბამისად, მაუწყებლობის სფეროში კომისიის ფუნქციაა მაუწყებლობის სფეროში მოქმედი კანონმდებლობის მოთხოვნების შესრულებაზე ზედამხედველობა და კონტროლი; ამ მოთხოვნათა დარღვევის შემთხვევაში შესაბამისი საჩუქრების დაკისრება;
3. საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის 76-ე მუხლის პირველი ნაწილის ბ) ქვეპუნქტის და „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის საქმიანობის მარეგულირებელი წესების“ მე-4 მუხლის პირველი პუნქტის ბ) ქვეპუნქტის შესაბამისად, კომისიაში ადმინისტრაციული წარმოების დაწყების საფუძველია კომისიისათვის კანონმდებლობით დაკისრებული ვალდებულება ან მინიჭებული უფლებამოსილება - გამოსცეს ადმინისტრაციული აქტი;
4. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 45¹ მუხლის მე-10 პუნქტის ა) ქვეპუნქტის შესაბამისად, ავტორიზებული პირი ვალდებულია დაიცვას მაუწყებლობის სფეროში მოქმედი კანონმდებლობა, მათ შორის, კომისიის დადგენილებები და გადაწყვეტილებები; მაუწყებლობის სფეროში მოქმედ კანონმდებლობაში ცვლილებების შეტანის შემთხვევაში უზრუნველყოს ავტორიზებული საქმიანობის მათთან შესაბამისობა;
5. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის 3¹⁷ ქვეპუნქტის შესაბამისად, პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება (Product Placement) არის საფასურის ან სხვა ეკონომიკური სარგებლის სანაცვლოდ პროდუქტის შესახებ ინფორმაციის ნებისმიერი ფორმით გავრცელება, რაც გამოიხატება პროგრამაში ამ პროდუქტის ინტეგრირებით, პროდუქტზე მითითებით ან/და მომსახურებასა და სასაქონლო ნიშანზე მითითებით;
6. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის პირველი პუნქტის ა) ქვეპუნქტის თანახმად, აკრძალულია პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება, გარდა იმ შემთხვევისა, როცა იგი განთავსდება: მხატვრულ ფილმში, ტელეფილმში, სერიალში, ფილმის (გარდა დოკუმენტური ფილმისა) სერიაში, სპორტულ პროგრამასა და გასართობ გადაცემაში (გარდა საბავშვო პროგრამისა), ხოლო მე-2 პუნქტის შესაბამისად, პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება ისე უნდა მოხდეს, რომ: ა) მან გავლენა არ მოახდინოს პროგრამის შინაარსზე, მათ შორის, მაუწყებლის სარედაქციო დამოუკიდებლობაზე; ბ) ის არ შეიცავდეს პროდუქტის შემენისაკენ პირდაპირ

მოწოდებას; გ) მან პროდუქტს გადაჭარბებული მნიშვნელობა არ მიანიჭოს; ხოლო, ამავე მუხლის მე-3 პუნქტის შესაბამისად, 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 განთავსებულ დამოუკიდებელ პროგრამაზე;

7. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 71-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, მაუწყებლის მიერ საქართველოს კანონმდებლობის დარღვევის ან კომისიის გადაწყვეტილების შეუსრულებლობის, აგრეთვე ლიცენზიის/ ავტორიზაციის პირობების დარღვევის შემთხვევაში კომისია ვალდებულია განიხილოს შესაბამისი საკითხი. დარღვევის ფაქტის დადასტურების შემთხვევაში კომისია უფლებამოსილია მაუწყებელი წერილობით გააფრთხილოს. კომისიის მიერ მაუწყებლის მიმართ სანქციის გამოყენების მიზანი უნდა იყოს დარღვევის აღმოფხვრა ან პრევენცია. კომისია მაუწყებელს განუსაზღვრავს გონივრულ ვადას დარღვევის აღმოფხვრისათვის ან პრევენციისათვის ღონისძიებათა განსახორციელებლად.

კომისია აღნიშნავს, რომ შპს „ფორმულა“, როგორც მაუწყებელი, ვალდებულია შეასრულოს მაუწყებლობის სფეროში მოქმედი კანონმდებლობის, მათ შორის, კომისიის დადგენილებებითა და გადაწყვეტილებებით გათვალისწინებული მოთხოვნები.

კომისია განმარტავს, რომ პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება (Product Placement) არის საფასურის ან სხვა ეკონომიკური სარგებლის სანაცვლოდ პროდუქტის შესახებ ინფორმაციის ნებისმიერი ფორმით გავრცელება, რაც გამოიხატება პროგრამაში ამ პროდუქტის ინტეგრირებით, პროდუქტზე მითითებით ან/და მომსახურებასა და სასაქონლო ნიშანზე მითითებით.

კომისია აღნიშნავს, რომ შპს „ფორმულას“ გადაცემებში „დილა“ (რუბრიკა - „სილამაზის რუბრიკა“) და „შენი ზაფხული აქ არის“ (სიუჟეტი - „ზაფხული Myhome“-თან ერთად“) განთავსებულ პროდუქციას ენიჭება გადაჭარბებული მნიშვნელობა, საქონლის/მომსახურების პოზიტიურ თვისებებზე და სარგებლობაზე გაკეთებული მითითებებით, აღმატებითი კომენტარით პროდუქტის ხარისხზე/თვისებებზე. ამასთან, სიუჟეტის განვითარება, ადგილი და პროგრამის სტრუქტურული ელემენტები სარედაქციო შინაარსს მართავს, რაც იმას ნიშნავს, რომ საქონლის/მომსახურების განთავსება გავლენას ახდენს პროგრამის შინაარსზე (იხ. დადგენილი ფაქტობრივი გარემოებების მე-3 და მე-4 პუნქტები).

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, კომისიას მიაჩნია, რომ შპს „ფორმულას“ სამაუწყებლო ბადეში 28 და 29 ივლისის განთავსებულ პროგრამაში „დილა“ რუბრიკის სახელწოდებით „სილამაზის რუბრიკა“ და რუბრიკაში „შენი ზაფხული აქ არის“ სიუჟეტის სათაურით „ზაფხული Myhome“-თან ერთად“ განთავსებულ პროდუქციას ენიჭება გადაჭარბებული მნიშვნელობა და გავლენას ახდენს პროგრამის შინაარსზე. ამასთან, რუბრიკაში „შენი ზაფხული აქ არის“ პროდუქტის განთავსებისას არ მოხდა ამის შესახებ ნათლად მითითება. კომისია განმარტავს, რომ 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.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, შპს „ფორმულას“ მიერ დაირღვა „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-2 პუნქტის ა) და გ) ქვეპუნქტები და მე-3 პუნქტი, 45¹ მუხლის მე-10 პუნქტის ა) ქვეპუნქტი და 70-ე მუხლის პირველი პუნქტი, რაც მისთვის ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების საფუძველს წარმოადგენს.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, იმის გათვალისწინებით, რომ შპს „ფორმულას“ მიერ ადგილი არ აქვს ბოლო ერთი წლის განმავლობაში იგივე/ერთგვაროვანი სამართალდარღვევის ჩადენისათვის ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების შემთხვევას, შპს „ფორმულა“ წერილობით უნდა გაფრთხილდეს.

V. სარეზოლუციო ნაწილი

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის 53-ე მუხლის, 76-ე მუხლის პირველი ნაწილის ბ) ქვეპუნქტის, 95-ე, 96-ე, 97-ე, 98-ე და 99-ე მუხლების, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის მე-3 პუნქტის ვ) ქვეპუნქტის, 45¹ მუხლის მე-10 პუნქტის ა) ქვეპუნქტის, 69¹ მუხლის მე-2 პუნქტის ბ) და გ) ქვეპუნქტების და მე-3 პუნქტის, 70-ე მუხლის 1-ლი და მე-2 პუნქტებისა და 71-ე მუხლის 1-ლი პუნქტის, „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის საქმიანობის მარეგულირებელი წესების“ მე-4 მუხლის პირველი პუნქტის ბ) ქვეპუნქტისა და 36-ე მუხლის მე-14 პუნქტის შესაბამისად, კომისიამ, კენჭისყრის შედეგად, ერთხმად

გადაწყვიტა:

1. შპს „ფორმულას“ მიეცეს გაფრთხილება „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-2 პუნქტის ა) და გ) ქვეპუნქტების და მე-3 პუნქტის, 45¹ მუხლის მე-10 პუნქტის ა) ქვეპუნქტისა და 70-ე მუხლის პირველი პუნქტის დარღვევის გამო;
2. დაევალოს კომისიის აპარატის ადმინისტრაციას (ო.ვოტ) წინამდებარე გადაწყვეტილების შპს „ფორმულასთვის“ დაუყოვნებლივ გაგზავნა და კომისიის ოფიციალურ ვებგვერდზე (www.comcom.ge) გამოქვეყნება;
3. დაევალოს კომისიის აპარატის სამართლებრივ დეპარტამენტს (თ. გოშუა) შპს „ფორმულასთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე ინფორმაციის კომისიის ავტორიზებულ პირთა უწყებრივ რეესტრში შეტანის უზრუნველყოფა;
4. გადაწყვეტილება ძალაში შედის მისი დამოწმებული ასლის შპს „ფორმულასთვის“ ჩაბარების დღიდან;
5. გადაწყვეტილება შეიძლება გასაჩივრდეს ქ.თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიაში (მისამართი: ქ. თბილისი, დავით აღმაშენებლის ხეივანი N64) შპს „ფორმულასთვის“ ჩაბარების დღიდან ერთი თვის ვადაში;
6. კონტროლი აღნიშნული გადაწყვეტილების შესრულებაზე დაევალოს კომისიის აპარატის აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტს (ი. მახარაძე).



კახი ბექაური



თავმჯდომარე

ვახტანგ აბაშიძე



წევრი

ელისო ასანიძე



წევრი

მერაბ ქათამაძე



წევრი