გადაწყვეტილება

N გ-20-18/688
03/09/2020

688-გ-20-1-4-202009031235

შპს „გირჩი ტვ“-ისათვის ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე

I. საქმის აღწერა

საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის (შემდგომში - „კომისია“) აპარატის აუდიოვიზუალური მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის სამსახურებრივი ბარათის (N 20-10-1664, 13/08/2020) მიხედვით, შპს „გირჩი ტვ“-ის სამაუწყებლო ბადის შემოწმების შედეგად გამოვლინდა, რომ მაუწყებლის ეთერში განთავსებულ იქნა პოლიტიკური შინაარსის ვიდეორგოლი. კერძოდ, შპს „გირჩი ტვ“-ს ეთერში 2020 წლის 6 (10:17 საათზე), 7 (9:53 საათზე) და 8 (13:07 საათზე) აგვისტოს განთავსებული იყო პოლიტიკური შინაარსის ვიდეორგოლი, რომელიც მიმართული იყო ერთი პოლიტიკური პარტიის პოპულარიზაციისკენ. ვიდეორგოლში საუბარი იყო მომავალ საპარლამენტო არჩევნებზე, მასში ჩანდნენ პოლიტიკური გაერთიანება „გირჩის“ ლიდერები და ასევე საუბარი იყო აღნიშნული პოლიტიკური გაერთიანების მიერ განხორციელებულ აქტივობებზე. შესაბამისად, აღნიშნული ვიდეო რგოლი თავისი შინაარსიდან გამომდინარე წარმოადგენს პოლიტიკურ პარტიაზე და პოლიტიკური პარტიის წევრებზე გავრცელებულ ინფორმაციას, რომელიც გამიზნულია პირთა განუსაზღვრელი წრისათვის და ემსახურება ამ პოლიტიკური პარტიისა და მისი წევრების არჩევის ხელშეწყობას. შესაბამისად, დეპარტამენტს მიაჩნია, რომ აღნიშნული ვიდეორგოლი, წარმოადგენს პოლიტიკურ რეკლამას, რომელთა განთავსება მაუწყებელს შეზღუდული აქვს თუ წინასაარჩევნო კამპანია არ მიმდინარეობს.

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის მე-3 პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტის თანახმად, მაუწყებლობის სფეროში კომისიის ფუნქციას წარმოადგენს მოქმედი კანონმდებლობის მოთხოვნების შესრულებაზე ზედამხედველობა და კონტროლი; ამ მოთხოვნათა დარღვევის შემთხვევაში შესაბამისი სანქციების დაკისრება, ხოლო „ი“ ქვეპუნქტის შესაბამისად, საავტორო და მომიჯნავე უფლებების, მავნე ზეგავლენისაგან არასრულწლოვანთა დაცვის, აგრეთვე რეკლამის შესახებ საკანონმდებლო აქტების შესრულებაზე ზედამხედველობა და კონტროლი. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 70-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, მაუწყებელი ვალდებულია უზრუნველყოს მის მიერ გადაცემული რეკლამის 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. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-2 პუნქტის შესაბამისად, იკრძალება არასათანადო, არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო, არაეთიკური და აშკარად ყალბი რეკლამის ან ტელეშოპინგის განთავსება. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, რეკლამასთან დაკავშირებით გამოიყენება „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონით დადგენილი წესები, თუ ამ კანონით სხვა რამ არ არის გათვალისწინებული.

„რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-3 მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, არასათანადო რეკლამა არის არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო, არაეთიკური, შეცდომაში შემყვანი ან სხვა რეკლამა, რომელშიც დარღვეულია მისი შინაარსის, დროის, ადგილის ან გავრცელების წესის შესახებ საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი მოთხოვნები. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „წ“ ქვეპუნქტის თანახმად, 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; „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „ჰ[14]“ ქვეპუნქტის თანახმად, წინასაარჩევნო რეკლამა არის რეკლამა, რომელიც მიზნად ისახავს საქართველოს პრეზიდენტის, პარლამენტის, ადგილობრივი თვითმმართველობის წარმომადგენლობითი ორგანოს – საკრებულოს, გამგებლისა და მერის არჩევის ხელშეწყობას, ხოლო საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ მე–2 მუხლის „ჯ“ პუნქტის შესაბამისად, პოლიტიკური/წინასაარჩევნო რეკლამა არის მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებში (შემდგომ – მედია) გასული ისეთი შინაარსის რეკლამა, რომელიც მიზნად ისახავს საარჩევნო სუბიექტის არჩევისთვის ხელის შეწყობას/ხელის შეშლას, რომელშიც ნაჩვენებია საარჩევნო სუბიექტი ან/და მისი არჩევნებში მონაწილეობის რიგითი ნომერი და რომელიც შეიცავს წინასაარჩევნო კამპანიის ნიშნებს, ან მოწოდებას სარეფერენდუმოდ/საპლებისციტოდ გამოტანილი საკითხის გადაწყვეტის სასარგებლოდ ან საწინააღმდეგოდ. ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, მაუწყებელი, როგორც რეკლამის გამავრცელებელი, ვალდებულია უზრუნველყოს მის მიერ გადაცემული რეკლამის საქართველოს კანონმდებლობასთან შესაბამისობა („მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 70-ე მუხლის პირველი პუნქტი) და არ უნდა დაუშვას არასათანადო რეკლამის ეთერში განთავსება („მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-2 პუნქტი).

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, კომისიის აპარატის აუდიოვიზუალური მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტს მიაჩნია, რომ შპს „გირჩი ტვ“-ის მიერ განთავსებული ვიდეორგოლი, წარმოადგენს პოლიტიკურ რეკლამას, რომელთა განთავსება მაუწყებელს შეზღუდული აქვს თუ წინასაარჩევნო კამპანია არ მიმდინარეობს.

შპს „გირჩი ტვ“-ის მიერ კანონმდებლობის დარღვევის საკითხის განხილვის დღედ განისაზღვრა 2020 წლის 3 სექტემბერი, 15:00 საათი. აღნიშნულის თაობაზე მაუწყებელს გაეგზავნა შეტყობინება (N გ-20-03/2727; 26/08/2020) და მოწვეულ იქნა ადმინისტრაციულ წარმოებაში მონაწილეობის მისაღებად. მაუწყებელს 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 უფლების თაობაზე.

შპს „გირჩი ტვ“-ის მიერ კომისიაში 2020 წლის პირველ სექტემბერს (კომისიაში რეგისტრაციის N შ-20-6/4464) წარმოდგენილ იქნა შუამდგომლობა კომისიის 2020 წლის 3 სექტემბრის სხდომის გადადების თაობაზე. წარმოდგენილი შუამდგომლობის მიხედვით, კომისიას განემარტა, რომ საპატიო მიზეზის გამო, შპს „გირჩი ტვ“-ის წარმომადგენელი ვერ ახერხებდა აღნიშნულ დროს სხდომაზე დასწრებას და თუ იქნებოდა შესაძლებელი სხდომის შემდეგ კვირაში ჩანიშვნა, უმჯობესი იქნებოდა საღამოს საათებში.

კომისიის 2020 წლის 3 აგვისტოს სხდომას არ ესწრებოდა შპს „გირჩი ტვ“-ის წარმომადგენელი. კომისიამ იმსჯელა აღნიშნულ შუამდგომლობაზე და განმარტა, რომ საპატიოა თუ არა სხდომაზე დაუსწრებლობის მიზეზი შესაფასებელია კომისიის მიერ, მოცემულ შემთხვევაში კი შუამდგომლობაში არ არის მითითებული კონკრეტული მიზეზი, რის გამოც ვერ ახერხებს წარმომადგენელი სხდომაზე დასწრებას, რაც შეიძლება გახდეს სხდომის გადადების საფუძველი. „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის საქმიანობის მარეგულირებელი წესების დამტკიცების თაობაზე“ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2003 წლის 27 ივნისის №1 დადგენილებით დამტკიცებული საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის საქმიანობის მარეგულირებელი წესების მე-12 მუხლის მე-4 პუნქტის მიხედვით, სხდომის გამართვის დღეა, როგორც წესი, ყოველი სამუშაო კვირის ხუთშაბათი. ამასთან, სხდომა იმართება სამუშაო საათებში. შესაბამისად, კომისიამ არ დააკმაყოფილა შპს „გირჩი ტვ“-ის შუამდგომლობა სხდომის შემდეგ კვირაში საღამოს საათებში ჩანიშვნის თაობაზე. კომისია, კანონმდებლობის შესაბამისად, უფლებამოსილია საქმე განიხილოს მხარის დასწრების გარეშეც.

II. კომისიის მიერ გამოკვლეული მტკიცებულებები

1. კომისიის აპარატის აუდიოვიზუალური მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის სამსახურებრივი ბარათი (N 20-10-1664, 13/08/2020) და თანდართული ადმინისტრაციული წარმოების მასალები.

2. მონაცემები შპს „გირჩი ტვ“-ის შესახებ კომისიის უწყებრივი რეესტრიდან და მეწარმეთა და არასამეწარმეო (არაკომერციულ) იურიდიულ პირთა საჯარო რეესტრიდან.

3. შპს „გირჩი ტვ“-ისთვის გაგზავნილი შეტყობინება (N გ-20-03/2727; 26/08/2020) კომისიის 2020 წლის 3 სექტემბრის სხდომაზე მოწვევის თაობაზე.

4. შპს „გირჩი ტვ“-ის მიერ 2020 წლის პირველ სექტემბერს (კომისიაში რეგისტრაციის N შ-20-6/4464) კომისიაში წარმოდგენილი წერილი.

III. კომისიის მიერ დადგენილი ფაქტობრივი გარემოებები

1. შპს „გირჩი ტვ“ წარმოადგენს მაუწყებლობის სფეროში კომისიის მიერ ავტორიზებულ პირს. შესაბამისად, იგი ვალდებულია, შეასრულოს მაუწყებლობის სფეროში მოქმედი კანონმდებლობით, მათ შორის, კომისიის დადგენილებებითა და გადაწყვეტილებებით განსაზღვრული მოთხოვნები.

2. კომისიის აპარატის აუდიოვიზუალური მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მიერ შპს „გირჩი ტვ“-ის სამაუწყებლო ბადის შემოწმების შედეგად გამოვლინდა, რომ შპს „გირჩი ტვ“-ს ეთერში 2020 წლის 6 (10:17 საათზე), 7 (9:53 საათზე) და 8 (13:07 საათზე) აგვისტოს, ხოლო დეპარტამენტის მიერ დამატებითი მონიტორინგის შედეგად ასევე გამოვლინდა, რომ 26 აგვისტომდე პერიოდში, არაერთხელ განთავსდა პოლიტიკური შინაარსის ვიდეორგოლი, რომელიც მიმართული იყო ერთი პოლიტიკური პარტიისა და მისი წევრების არჩევის ხელშეწყობისკენ. ვიდეორგოლში საუბარი იყო მომავალ საპარლამენტო არჩევნებზე, მასში ჩანდნენ პოლიტიკური გაერთიანება „გირჩის“ ლიდერები, საუბარი იყო აღნიშნული პოლიტიკური გაერთიანების მიერ განხორციელებულ აქტივობებზე და ასევე ჩანდა პარტიის ლოგო. შესაბამისად, აღნიშნული ვიდეო რგოლი თავისი შინაარსიდან გამომდინარე წარმოადგენს პოლიტიკურ პარტიაზე და პოლიტიკური პარტიის წევრებზე გავრცელებულ ინფორმაციას, რომელიც გამიზნულია პირთა განუსაზღვრელი წრისათვის და ემსახურება ამ პოლიტიკური პარტიისა და მისი წევრების არჩევის ხელშეწყობას.

3. ბოლო ერთი წლის განმავლობაში შპს „გირჩი ტვ“-ის მიმართ არ ყოფილა გამოყენებული „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით გათვალისწინებული ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის არცერთი სახე მსგავსი/ანალოგიური დარღვევისათვის.

IV. სამართლებრივი საფუძველი და დასაბუთება

1. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-3 მუხლის პირველი პუნქტის მიხედვით, მაუწყებლობის სფეროში 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, სხვა საკანონმდებლო და კანონქვემდებარე ნორმატიული აქტები.

2. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე–5 მუხლის მე–3 პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტის შესაბამისად, კომისიის ფუნქცია და ვალდებულებაა მაუწყებლობის სფეროში მოქმედი კანონმდებლობის მოთხოვნების შესრულებაზე ზედამხედველობა, კონტროლი და ამ მოთხოვნათა დარღვევის შემთხვევაში შესაბამისი სანქციების დაკისრება, ხოლო ამავე პუნქტის „ი“ ქვეპუნქტის მიხედვით, საავტორო და მომიჯნავე უფლებების, მავნე ზეგავლენისაგან არასრულწლოვანთა დაცვის, აგრეთვე რეკლამის შესახებ საკანონმდებლო აქტების შესრულებაზე ზედამხედველობა და კონტროლი.

3. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 45^1 მუხლის მე-10 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის თანახმად, ავტორიზებული პირი ვალდებულია დაიცვას მაუწყებლობის სფეროში მოქმედი კანონმდებლობა, მათ შორის, კომისიის დადგენილებები და გადაწყვეტილებები.

4. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 70-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, მაუწყებელი ვალდებულია უზრუნველყოს მის მიერ გადაცემული პროგრამების, რეკლამისა და სპონსორების შესახებ ინფორმაციის საქართველოს კანონმდებლობასთან და ლიცენზიის/ავტორიზაციის პირობებთან შესაბამისობა. ამავე მუხლის მე-2 პუნქტის მიხედვით, მაუწყებლის საქმიანობის საქართველოს კანონმდებლობასთან შესაბამისობაზე ზედამხედველობასა და კონტროლს ახორციელებს მხოლოდ კომისია, გარდა საგადასახადო და სამართალდამცავი ორგანოების მიერ მათი უფლებამოსილების ფარგლებში განხორციელებული ზედამხედველობისა და კონტროლისა.

5. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის პირველი პუნქტის მიხედვით, რეკლამასთან დაკავშირებით გამოიყენება „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონით დადგენილი წესები, თუ ამ კანონით სხვა რამ არ არის გათვალისწინებული. ამავე მუხლის მე-2 პუნქტის შესაბამისად, იკრძალება არასათანადო, არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო, არაეთიკური და აშკარად ყალბი რეკლამის ან ტელეშოპინგის განთავსება.

6. „რეკლამის შესახებ" საქართველოს კანონის მე-3 მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, არასათანადო რეკლამა არის არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო, არაეთიკური, შეცდომაში შემყვანი ან სხვა რეკლამა, რომელშიც დარღვეულია მისი შინაარსის, დროის, ადგილის ან გავრცელების წესის შესახებ საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი მოთხოვნები.

7. „მაუწყებლობის შესახებ" საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „წ“ ქვეპუნქტის მიხედვით, 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.

8. „მაუწყებლობის შესახებ" საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „ჰ[14]“ ქვეპუნქტის შესაბამისად, წინასაარჩევნო რეკლამა არის - რეკლამა, რომლის მიზანია საქართველოს პრეზიდენტის, საქართველოს პარლამენტის, მუნიციპალიტეტის წარმომადგენლობითი ორგანოს – საკრებულოს, მუნიციპალიტეტის აღმასრულებელი ორგანოს და მუნიციპალიტეტის უმაღლესი თანამდებობის პირის – მერის არჩევის ხელშეწყობა.

9. საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ მე-2 მუხლის „ჯ“ ქვეპუნქტის თანახმად, პოლიტიკური/წინასაარჩევნო რეკლამა არის - მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებში (შემდგომ – მედია) გასული ისეთი შინაარსის რეკლამა, რომელიც მიზნად ისახავს საარჩევნო სუბიექტის არჩევისთვის ხელის შეწყობას/ხელის შეშლას, რომელშიც ნაჩვენებია საარჩევნო სუბიექტი ან/და მისი არჩევნებში მონაწილეობის რიგითი ნომერი და რომელიც შეიცავს წინასაარჩევნო

კამპანიის ნიშნებს, ან მოწოდებას სარეფერენდუმოდ/საპლებისციტოდ გამოტანილი საკითხის გადაწყვეტის სასარგებლოდ ან საწინააღმდეგოდ.

10. საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 45-ე მუხლის პირველი პუნქტის მიხედვით, წინასაარჩევნო კამპანია (აგიტაცია) იწყება კენჭისყრის დღემდე 60 დღით ადრე. პოლიტიკური პარტიები და საარჩევნო სუბიექტობის კანდიდატები სარგებლობენ თანასწორი უფლებებით და აკისრიათ თანაბარი ვალდებულებები ამ კანონით დადგენილი წესით.

11. საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 50-ე მუხლის პირველი პუნქტის მიხედვით, სამაუწყებლო ლიცენზიის მფლობელი, ავტორიზებული მაუწყებელი, საზოგადოებრივი მაუწყებელი, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია/რადიო ვალდებულია ცესკოს და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას ვებგვერდზე გამოქვეყნების მიზნით, კენჭისყრამდე არაუგვიანეს მე-60 დღიდან 5 კალენდარული დღის ვადაში გადასცეს ინფორმაცია ფასიანი წინასაარჩევნო რეკლამის განსათავსებლად საეთერო დროის ტარიფების შესახებ. ეს ტარიფები ძალაში შედის კენჭისყრამდე 50-ე დღიდან. შესაბამისი ტარიფის შეცვლა დასაშვებია ერთხელ, კენჭისყრამდე არაუგვიანეს 35-ე კალენდარული დღისა, გარდა ამ კანონით გათვალისწინებული შემთხვევისა. ტარიფის შეცვლის შემთხვევაში ახალი ტარიფი ეგზავნება საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას ვებგვერდზე გამოქვეყნების მიზნით. ეს ტარიფი ძალაში შედის კენჭისყრამდე 30-ე კალენდარულ დღეს. ამ პუნქტში აღნიშნული შესაბამისი პირი ვალდებულია კენჭისყრამდე 50-ე დღიდან დაიწყოს რეკლამის განთავსება შემდეგი პირობების დაცვით: ა) მაუწყებლის მიერ წინასაარჩევნო აგიტაციისა და პოლიტიკური რეკლამისათვის საეთერო დროის გამოყოფის შემთხვევაში საჯაროდ გამოაცხადოს და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას ყოველკვირეულად გადასცეს შემდეგი ინფორმაცია: რომელი რიცხვიდან რომელ რიცხვამდე და რა პერიოდულობით არის გამოყოფილი საეთერო დრო, 1 დღის განმავლობაში გამოყოფილი დროის ხანგრძლივობა და გრაფიკი, გაწეული მომსახურება; ბ) ტელე- ან რადიოკომპანიის მიერ 1 დღის განმავლობაში გამოყოფილი ფასიანი დრო არ უნდა აღემატებოდეს მისი დღიური მაუწყებლობის საერთო მოცულობის 15 პროცენტს და არცერთ საარჩევნო სუბიექტს არ უნდა დაეთმოს ამ დროის ერთ მესამედზე მეტი. ფასიანი დროის ტარიფი ყველა საარჩევნო სუბიექტისათვის ერთნაირი უნდა იყოს; გ) პოლიტიკური/წინასაარჩევნო რეკლამის გამოქვეყნებისას კადრის კუთხეში უნდა იყოს წარწერა „ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა“ ან „უფასო პოლიტიკური რეკლამა“. ასეთ რეკლამას უნდა ჰქონდეს სურდოთარგმანი, რომლის უზრუნველყოფაც რეკლამის წარმდგენი საარჩევნო სუბიექტის ვალდებულებაა; დ) ამ პუნქტით გათვალისწინებულ პერიოდში არ დაუშვას პოლიტიკური რეკლამის განთავსება სხვა დროს, გარდა ამ მიზნით გამოყოფილი დროის შუალედისა.

12. საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 51-ე მუხლის პირველი ნაწილის მიხედვით, წინასაარჩევნო კამპანიის მიმდინარეობისას საზოგადოებრივ-პოლიტიკური პროგრამების გადაცემებისა და არჩევნების გაშუქების დროს მაუწყებელმა უნდა დაიცვას მიუკერძოებლობისა და სამართლიანობის პრინციპი „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის, მაუწყებელთა ქცევის კოდექსისა და ამ კანონის შესაბამისად. ამავე მუხლის მე-14 ნაწილის მიხედვით,

მაუწყებელს ეკრძალება შესაბამისი საარჩევნო სუბიექტისათვის ფასიანი წინასაარჩევნო რეკლამის განთავსებისათვის გადახდილ საფასურზე მეტი საეთერო დროის დათმობა ან უფასო რეკლამის განთავსებისათვის ამ კანონით განსაზღვრულზე მეტი დროის დათმობა.

13. საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 185-ე მუხლის 21-ე ნაწილის შესაბამისად, მაუწყებელს ეკრძალება შესაბამისი საარჩევნო სუბიექტისათვის ფასიანი რეკლამის განთავსებისათვის გადახდილი საფასურის შესაბამისზე მეტი საეთერო დროის დათმობა ან უფასო რეკლამის განთავსებისათვის ამ კანონით განსაზღვრულზე მეტი დრო დათმობა.

14. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 71-ე მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, 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. ამავე მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, კომისია ვალდებულია მაუწყებელს დააკისროს ჯარიმა, თუ მან ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებულ გაფრთხილებაში მითითებულ ვადაში არ აღმოფხვრა გაფრთხილებაში აღნიშნული დარღვევა ან არ შეასრულა კომისიის გადაწყვეტილება, აგრეთვე თუ მან ზემოაღნიშნული გაფრთხილების მიღებიდან 1 წლის განმავლობაში ჩაიდინა ახალი დარღვევა.

15. 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.

კომისია აღნიშნავს, რომ მაუწყებლობის რეგულირება განეკუთვნება საჯარო სამართლის სფეროს, რაც იმას ნიშნავს, რომ მაუწყებლობა უნდა განხორციელდეს კანონით ზუსტად დადგენილი წესებისა და პრინციპების დაცვით. მაუწყებელი მაუწყებლობას ვერ განახორციელებს იმ სახით, რაც არ არის გათვალისწინებული შესაბამისი კანონმდებლობით. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის პირველივე მუხლი, რომელიც განსაზღვრავს კანონის მიზანსა და რეგულირების სფეროს, ცალსახად და მკაფიოდ ადგენს, რომ ეს კანონი სიტყვისა და აზრის თავისუფლებისა და თავისუფალი მეწარმეობის პრინციპების შესაბამისად განსაზღვრავს მაუწყებლობის განხორციელების წესს, მაუწყებლობის სფეროში საქმიანობის რეგულირების პირობებს, მაუწყებლობის განხორციელების უფლების მოპოვების წესსა და პროცედურებს, ხოლო კანონის ერთ-ერთ მიზანს კი წარმოადგენს მაუწყებლობის სფეროში საქმიანობის რეგულირება გამჭვირვალობის, სამართლიანობისა და მიუკერძოებლობის პრინციპების შესაბამისად, ეროვნული მარეგულირებელი ორგანოს მეშვეობით. აღნიშნული დანაწესიდან გამომდინარე ცალსახაა, რომ კანონი ადგენს მაუწყებლობის განხორციელების წესს, რაც იმას ნიშნავს, რომ მაუწყებლობა ამ კანონის საფუძველზე უნდა განხორციელდეს და იგი,

როგორც რეგულირებადი საქმიანობა, ზუსტად უნდა შეესაბამებოდეს კანონით დადგენილ წესს.

მაუწყებლობის ერთ-ერთი ფუნდამენტური და კანონმდებლობით გარანტირებული პრინციპია გამოხატვის თავისუფლება, რომელსაც მაუწყებელი ახორციელებს სამაუწყებლო პროგრამების მეშვეობით. კონკრეტული ვიდეორგოლი თავისი შინაარსით წარმოადგენს რეკლამას, კერძოდ კი რეკლამის ერთ-ერთ სახეს - პოლიტიკურ/წინასაარჩევნო რეკლამას.

მაუწყებლობის მაღალი საზოგადოებრივი მნიშვნელობის, საზოგადოებრივ ცხოვრებაზე მისი განსაკუთრებული გავლენის გათვალისწინებით, კანონმდებლობა აწესებს მაუწყებლების მიერ რეკლამის გავრცელების საკმაოდ დეტალურ რეგლამენტაციას. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი იცნობს მაუწყებლების მიერ გავრცელებული რეკლამის შემდეგ კატეგორიებს - კომერციული, სოციალური ან წინასაარჩევნო რეკლამა. ამავე დროს, კანონმდებლობა ითვალისწინებს შესატყვის რეგულაციას თითოეული სახის რეკლამისათვის. „მაუწყებლობის შესახებ" საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-2 პუნქტის მიხედვით, იკრძალება არასათანადო, არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო, არაეთიკური და აშკარად ყალბი რეკლამის ან ტელეშოპინგის განთავსება. თავის მხრივ, „რეკლამის შესახებ" საქართველოს კანონის მე-3 მუხლის მე-2 პუნქტით არასათანადო რეკლამის განმარტებაში, მათ შორის, ექცევა რეკლამა, რომელშიც დარღვეულია მისი შინაარსის, დროის, ადგილის ან გავრცელების წესის შესახებ საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი მოთხოვნები. აღნიშნული ნორმების საფუძველზე, კომისიისა და საქართველოს საერთო სასამართლოების პრაქტიკის მიხედვით, მაუწყებლის მიერ გავრცელებული რეკლამა უნდა შეესაბამებოდეს შესატყვისი რეკლამის კატეგორიისათვის დადგენილ მოთხოვნებს. გარდა ამისა, მაუწყებლებს უფლება არ აქვთ, ერთი კატეგორიის რეკლამა განათავსონ სხვა კატეგორიის რეკლამის სტატუსით და სამართლებრივი რეჟიმის ქვეშ (იხ. კომისიის გადაწყვეტილება (№392/18, 15.06.2017) შპს „სამაუწყებლო კომპანია რუსთავი 2“-ის სამართალდამრღვევად ცნობისა და ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობისგან გათავისუფლების თაობაზე“, თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციული კოლეგიის 2018 წლის 29 ივნისის გადაწყვეტილება საქმეზე №3/5156-17).

მაუწყებლების მიერ პოლიტიკური, წინასაარჩევნო რეკლამის გავრცელება განსაკუთრებულ რეგულირებას ექვემდებარება, ვინაიდან, ამ ტიპის რეკლამა ხელს უწყობს საარჩევნო სუბიექტების წარმატებას, მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს საარჩევნო პროცესზე, მოქალაქეების მიერ კონსტიტუციით აღიარებული საყოველთაო საარჩევნო უფლების რეალიზაციასა და, ზოგადად, ქვეყნის დემოკრატიულ მმართველობაზე. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „ჰ[14]“ ქვეპუნქტის შესაბამისად, წინასაარჩევნოა რეკლამა, რომლის მიზანია საქართველოს პრეზიდენტის, საქართველოს პარლამენტის, მუნიციპალიტეტის წარმომადგენლობითი ორგანოს – საკრებულოს, მუნიციპალიტეტის აღმასრულებელი ორგანოს და მუნიციპალიტეტის უმაღლესი თანამდებობის პირის – მერის არჩევის ხელშეწყობა. წინასაარჩევნო რეკლამასთან დაკავშირებით მოქმედი კანონმდებლობა ითვალისწინებს რეგულაციებს, რომლებიც ემსახურება საარჩევნო სუბიექტების თანასწორობას, ასევე ადგენს კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტების შესაძლებლობას, მაუწყებლობით უსასყიდლოდ და არადისკრიმინაციულად განათავსონ წინასაარჩევნო რეკლამა. გარდა ამისა, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 66-ე მუხლი, ისევე როგორც საქართველოს

ორგანული კანონი „საქართველოს საარჩევნო კოდექსი“ ადგენს დროის პერიოდს, რომელშიც ხდება წინასაარჩევნო რეკლამის განთავსება - საარჩევნო კამპანიის მიმდინარეობისას, შესაბამისად, სწორედ ამ პერიოდში მოქმედებს წინასაარჩევნო რეკლამის მიმართ დადგენილი რეგულაციები და ამ პერიოდში აქვთ მაუწყებლებს წინასარჩევნო რეკლამის განთავსების უფლება, დროის სხვა პერიოდში კი მაუწყებლების მიერ წინასაარჩევნო რეკლამის განთავსება განიხილება როგორც არასათანადო რეკლამა და აკრძალულია (იხ. კომისიის გადაწყვეტილებები „შპს „მთავარი არხისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“(N გ-19-18/727, 30/12/2019); შპს ტელეკომპანია „გურჯაანის“ სამართალდამრღვევად ცნობისა და ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობისაგან გათავისუფლების თაობაზე“ (Nგ-20-18/481; 04/06/2020); შპს „დამოუკიდებელი ტელეკომპანია მეგა-ტვ-ს“ სამართალდამრღვევად ცნობისა და ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობისაგან გათავისუფლების თაობაზე“ (Nგ-20-18/480; 04/06/2020)). ამასთან, საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ მიხედვით, ასევე დეტალურად არის განსაზღვრული საარჩევნო კამპანიის მიმდინარეობისას როდის უნდა განთავსდეს რეკლამა მაუწყებლების მიერ, კერძოდ, კოდექსის 50-ე მუხლის პირველი პუნქტის მიხედვით, სამაუწყებლო ლიცენზიის მფლობელი, ავტორიზებული მაუწყებელი, საზოგადოებრივი მაუწყებელი, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია/რადიო ვალდებულია კენჭისყრამდე 50-ე დღიდან დაიწყოს რეკლამის განთავსება შესაბამისი პირობების დაცვით.

იმას, რომ მაუწყებელს შეზღუდული აქვს პოლიტიკური რეკლამის განთავსება თუ წინასაარჩევნო კამპანია არ მიმდინარეობს, ადასტურებს საქართველოს პარლამენტიც. კერძოდ, 2018 წლის 2 აგვისტოს, საქართველოს პარლამენტის წევრის/კანონმდებლის მიერ ინიცირებული იყო საქართველოს კანონის პროექტი „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონში ცვლილების შეტანის შესახებ“, რომელიც ითვალისწინებდა არაწინასაარჩევნო პოლიტიკური რეკლამის ცნებას (არაწინასაარჩევნო პერიოდში იდეასა და წამოწყებაზე ნებისმიერი საშუალებითა და ფორმით გავრცელებული ინფორმაცია, რომელიც გამიზნულია პირთა განუსაზღვრელი წრისათვის და ემსახურება პოლიტიკური პარტიის იდეისა და წამოწყებისადმი ინტერესის ფორმირებასა და შენარჩუნებას, იდეისა და წამოწყების რეალიზაციის ხელშეწყობას), ამასთან, მაუწყებელს უფლება ეძლეოდა არაწინასაარჩევნო პერიოდში თავის ეთერში ყოველ 6 საათში განეთავსებინა ფასიანი არაწინასაარჩევნო პოლიტიკური რეკლამა https://info.parliament.ge/file/1/BillReviewContent/203731, რომელიც, საქართველოს პარლამენტის 2019 წლის 19 თებერვლის #4306 II ს დადგენილებით უარყოფილ იქნა პირველი მოსმენით https://info.parliament.ge/file/1/BillReviewContent/215773.

არაწინასაარჩევნო პერიოდში მაუწყებლების მიერ წინასაარჩევნო რეკლამის განთავსების აკრძალვა ემსახურება დემოკრატიული საზოგადოებისათვის უმნიშვნელოვანეს ლეგიტიმურ მიზნებს. კერძოდ, მაუწყებლობის გზით საარჩევნო რეკლამის გავრცელება მნიშვნელოვნად უწყობს ხელს ამა თუ იმ საარჩევნო სუბიექტის წარმატებას. ამასთან, როგორც წესი, რეკლამის გავრცელება გარკვეულ ფინანსურ დანახარჯებთან არის დაკავშირებული და საარჩევნო სუბიექტებს არ აქვთ ამ ხარჯების გაწევის თანაბარი შესაძლებლობა. შესაბამისად, მაუწყებლობით წინაასაარჩევნო რეკლამის განთავსების დაუბრკოლებლად გავრცელების შემთხვევაში, შესაძლოა, შეიქმნას არათანასწორი საარჩევნო გარემო, საარჩევნო სუბიექტებს არ ჰქონდეთ თანაბარი საწყისი პირობები და ძლიერ ფინანსურ ჯგუფებს გაუჩნდეთ საარჩევნო პროცესებზე ნეგატიური ზეგავლენის მოხდენის მომეტებული ბერკეტები. ამგვარი საარჩევნო გარემოს პირობებში,

შესაძლებელია, შეფერხდეს მოქალაქეთა კონსტიტუციით აღიარებული საყოველთაო საარჩევნო უფლების რეალიზაცია, რადგან მათ არ ექნებათ შესაძლებლობა, ჯანსაღი და თანასწორი საარჩევნო პროცესების გზით აირჩიონ მათთვის სასურველი საარჩევნო სუბიექტი. ამგვარი უთანასწორო სასტარტო პირობების აღმოფხვრას ემსახურება ის რეგულაციები, რომელსაც მოქმედი კანონმდებლობა ითვალისწინებს წინასაარჩევნო პერიოდში, მათ შორის, კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტებისათვის დაწესებული უსასყიდლო რეკლამის განთავსების შესაძლებლობა.

კანონმდებლობა წინასაარჩევნო პერიოდში შესაბამისი რეგულირების შემოღებით, მათ შორის, კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტებისათვის უსასყიდლო რეკლამის უფლების მინიჭებით აბალანსებს მაუწყებლების მიერ საარჩევნო რეკლამის გავრცელების თანმდევ რისკებს. ასეთი რეგულაციები არ არის შემოღებული არაწინასაარჩევნო პერიოდში, რაც, შესაძლოა, იმით იყოს გამოწვეული, რომ ნებისმიერ პერიოდში ყველა კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტისთვის უსასყიდლო საარჩევნო რეკლამის უფლების მინიჭება სახელმწიფოსთვის და მაუწყებლებისთვის მომეტებულ ფინანსურ ტვირთთან იქნებოდა დაკავშირებული. შესაბამისად, არაწინასაარჩევნო პერიოდში დამაბალანსებელი საკანონმდებლო გარანტიების არარსებობა განაპირობებს მაუწყებლების მიერ ამ პერიოდში საარჩევნო რეკლამის განთავსების აკრძალვას. ასეთი აკრძალვის არარსებობის პირობებში, შესაძლოა, ეჭვქვეშ დამდგარიყო ჯანსაღი საარჩევნო პროცესები და მოქალაქეებს არ მისცემოდათ კონსტიტუციით აღიარებული საყოველთაო საარჩევნო უფლების სრულყოფილად განხორციელების შესაძლებლობა.

ამრიგად, იმის დასადგენად, ვიდეორგოლის განთავსებით დაირღვა თუ არა მაუწყებლის მიერ კანონმდებლობის მოთხოვნები, უნდა განისაზღვროს, განეკუთვნება თუ არა ვიდეორგოლი „მაუწყებლობის შესახებ" საქართველოს კანონით გათვალისწინებულ წინასაარჩევნო რეკლამას. როგორც აღინიშნა, „მაუწყებლობის შესახებ" საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „ჰ[14]“ ქვეპუნქტის შესაბამისად, წინასაარჩევნო რეკლამა არის - რეკლამა, რომლის მიზანია საქართველოს პრეზიდენტის, საქართველოს პარლამენტის, მუნიციპალიტეტის წარმომადგენლობითი ორგანოს – საკრებულოს, მუნიციპალიტეტის აღმასრულებელი ორგანოს და მუნიციპალიტეტის უმაღლესი თანამდებობის პირის – მერის არჩევის ხელშეწყობა. ხოლო საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ მე-2 მუხლის „ჯ“ ქვეპუნქტის თანახმად, პოლიტიკური/წინასაარჩევნო რეკლამა არის - მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებში (შემდგომ – მედია) გასული ისეთი შინაარსის რეკლამა, რომელიც მიზნად ისახავს საარჩევნო სუბიექტის არჩევისთვის ხელის შეწყობას/ხელის შეშლას, რომელშიც ნაჩვენებია საარჩევნო სუბიექტი ან/და მისი არჩევნებში მონაწილეობის რიგითი ნომერი და რომელიც შეიცავს წინასაარჩევნო კამპანიის ნიშნებს, ან მოწოდებას სარეფერენდუმოდ/საპლებისციტოდ გამოტანილი საკითხის გადაწყვეტის სასარგებლოდ ან საწინააღმდეგოდ.

კომისიის აპარატის აუდიოვიზუალური მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის სამსახურებრივი ბარათისა და თანდართული ადმინისტრაციული წარმოების მასალების ანალიზით დგინდება, რომ შპს „გირჩი ტვ“-ს მიერ სამაუწყებლო ბადეში 2020 წლის 6 (10:17 საათზე), 7 (9:53 საათზე) და 8 (13:07 საათზე) აგვისტოს, ხოლო დეპარტამენტის მიერ დამატებითი მონიტორინგის შედეგად ასევე გამოვლინდა რომ 26 აგვისტომდე პერიოდში, არაერთხელ განთავსებული ვიდეორგოლი მიმართული იყო ერთი პოლიტიკური პარტიისა და მისი წევრების არჩევის ხელშეწყობისკენ. ვიდეორგოლში

საუბარი იყო მომავალ საპარლამენტო არჩევნებზე, მასში ჩანდნენ პოლიტიკური გაერთიანება „გირჩის“ ლიდერები, ასევე ჩანდა პარტიის ლოგო და საუბარი იყო აღნიშნული პოლიტიკური გაერთიანების მიერ განხორციელებულ აქტივობებზე. ამრიგად, აღნიშნული ვიდეო რგოლი თავისი შინაარსიდან გამომდინარე წარმოადგენს პოლიტიკურ პარტიაზე და პოლიტიკური პარტიის წევრებზე გავრცელებულ ინფორმაციას, რომელიც გამიზნულია პირთა განუსაზღვრელი წრისათვის და ემსახურება ამ პოლიტიკური პარტიისა და მისი წევრების არჩევის ხელშეწყობას. შესაბამისად, ვიდეორგოლი ექცევა წინასაარჩევნო/პოლიტიკური რეკლამის განმარტების ქვეშ და მაუწყებელმა მისი განთავსებით დაარღვია კანონმდებლობის მოთხოვნები. აღნიშნული კი გულისხმობს იმას, რომ მაუწყებელი არასაარჩევნო პერიოდში ათავსებდა სამაუწყებლო ბადეში წინასაარჩევნო/პოლიტიკურ რეკლამას, რაც „მაუწყებლობის შესახებ" საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-2 პუნქტის შესაბამისად განიხილება, როგორც არასათანადო რეკლამა და იკრძალება.

ამასთან, აღსანიშნავია, რომ საქართველოს ორგანული კანონი „საქართველოს საარჩევნო კოდექსი“ ნათლად განსაზღვრავს როდის ხდება როგორც ფასიანი, ასევე უფასო პოლიტიკური რეკლამის განთავსება. კერძოდ, კოდექსის 50-ე მუხლის პირველი ნაწილი ცხადად განსაზღვრავს, რომ მაუწყებლების მიერ ცენტრალური საარჩევნო კომისიისთვის და კომუნიკაციების კომისიისთვის წარდგენილი პოლიტიკური/წინასაარჩევნო რეკლამის ტარიფები ძალაში შედის კენჭისყრამდე 50-ე დღიდან, რაც იმას ნიშნავს, რომ 50-ე დღემდე ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა ეთერში ვერ განთავსდება, ვინაიდან საფასურის გარეშე შეუძლებელია ფასიანი რეკლამის განთავსება. რაც შეეხება უფასო პოლიტიკურ რეკლამას, ამასთან დაკავშირებით, საქართველოს ორგანული კანონით „საქართველოს საარჩევნო კოდექსი“ კანონმდებელმა განსაზღვრა მაუწყებლების ვალდებულება (მუხლის 185, რომელიც შეიცავს დროებით ნორმებს 2020 წლის არჩევნებისთვის და ასევე მუხლი 51, რომელიც არის მუდმივი გამოყენებისთვის), რომ კენჭისყრამდე 50-ე დღიდან დაუთმოს განსაზღვრული ოდენობის დრო უფასო პოლიტიკურ რეკლამას. ამავე კოდექსის 185-ე მუხლის 21-ე ნაწილი (ასევე 51-ე მუხლის მე-14 ნაწილი) კი ადგენს, რომ უფასო რეკლამის განთავსებისთვის ამ კანონით განსაზღვრულზე მეტი დროის დათმობა აკრძალულია. აღნიშნული დანაწესიდან გამომდინარე, თუ მაუწყებელი კენჭისყრამდე 50-ე დღეზე ადრე გამოყოფს დროს უფასო პოლიტიკური რეკლამის განთავსებისთვის, ეს ნიშნავს, კანონით განსაზღვრულზე მეტი დროის გამოყოფას, რაც, 185-ე მუხლის 21-ე ნაწილის შესაბამისად ასევე აკრძალულია.

შესაბამისად, როგორც საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“, ასევე „მაუწყებლობის შესახებ" საქართველოს კანონის მიხედვით, წინასაარჩევნო რეკლამა არაწინასაარჩევნო პერიოდში და კენჭისყრამდე 50-ე დღემდე იკრძალება, ხოლო წინასაარჩევნო პერიოდში - ექვემდებარება სათანადო რეგულირებას, რომელიც აბალანსებს ძლიერი საფინანსო ჯგუფების მხრიდან ნეგატიურ გავლენას და იცავს თავისუფალ პლურალისტურ დებატს. ნორმის სხვაგვარი ინტერპრეტაციის შემთხვევაში მივიღებთ ვითარებას, როდესაც ნებისმიერ პირს საშუალება ექნება გვერდი აუაროს კანონისმიერ რეგულაციას და ნებისმიერ დროს განათავსოს პოლიტიკური რეკლამა და პერმანენტულად მოახდინოს გავლენა ამომრჩევლის ნებაზე, რაც წინააღმდეგობაში მოდის კანონის მიზნებთან, ვინაიდან როგორც „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი, ასევე „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონი და საარჩევნო კოდექსი ითვალისწინებს პოლიტიკური რეკლამის განთავსებას მხოლოდ საარჩევნო პერიოდში.

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 71-ე მუხლის პირველი პუნქტის მიხედვით, 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. შესაბამისად, შპს „გირჩი ტვ“-იმ არასაარჩევნო პერიოდში სამაუწყებლო ბადეში განათავსა წინასაარჩევნო/პოლიტიკურ რეკლამა, რაც „მაუწყებლობის შესახებ" საქართველოს კანონის შესაბამისად განიხილება, როგორც არასათანადო რეკლამა, რითაც მის მიერ დაირღვა „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 70-ე მუხლის პირველი პუნქტი და 63-ე მუხლის მე-2 პუნქტი. ამასთან, მნიშვნელოვანია მხედველობაში იქნეს მიღებული ის გარემოება, რომ ბოლო ერთი წლის განმავლობაში შპს „გირჩი ტვ“-ის მიმართ არ ყოფილა გამოყენებული „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით გათვალისწინებული ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის არცერთი სახე წინასაარჩევნო რეკლამის კანონდარღვევით განთავსებისათვის. აღნიშნულიდან გამომდინარე, შპს „გირჩი ტვ“-ის უნდა მიეცეს წერილობითი გაფრთხილება.

ამასთან, მაუწყებელს, შპს „გირჩი ტვ“-ის უნდა დაევალოს კომისიის აპარატის აუდიოვიზუალური მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის სამსახურებრივ ბარათში (N 20-10-1664, 13/08/2020) აღნიშნული ვიდეორგოლის სამაუწყებლო ბადიდან დაუყოვნებლივ ამოღება.

V. სარეზოლუციო ნაწილი

ყოველივე ზემოაღნიშნულის გათვალისწინებით, საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის მე-13, 53-ე, 54-ე, 76-ე მუხლის პირველი ნაწილის „ბ“ ქვეპუნქტის, 95-ე, 96-ე, 97-ე, 98-ე და 99-ე მუხლების, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „წ“ და „ჭ[14]“ ქვეპუნქტების, მე-3 მუხლის, მე-5 მუხლის მე-3 პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტის, 45[1] მუხლის მე-10 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის, 63-ე მუხლის პირველი და მე-2 პუნქტების, 70-ე მუხლის პირველი და მე-2 პუნქტების, 71-ე მუხლის პირველი პუნქტის, ,,რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-3 მუხლის მე-2 პუნქტის, საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 45-ე მუხლის პირველი ნაწილის, 50-ე მუხლის პირველი ნაწილის, 51-ე მუხლის პირველი და მე-14 ნაწილების, 185-ე მუხლის 21-ე ნაწილის, „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის საქმიანობის მარეგულირებელი წესების“ მე-4 მუხლის პირველი პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტისა და 36-ე მუხლის მე-14 პუნქტის შესაბამისად, კომისიამ ერთხმად

გადაწყვიტა:

1. შპს „გირჩი ტვ“-ის მიეცეს წერილობითი გაფრთხილება ,,მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 70-ე მუხლის პირველი პუნქტისა და 63-ე მუხლის მე-2 პუნქტის დარღვევის გამო.

2. დაევალოს შპს „გირჩი ტვ“-ის კომისიის აპარატის აუდიოვიზუალური მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის სამსახურებრივ ბარათში (N 20-10-1664, 13/08/2020) აღნიშნული ვიდეორგოლის სამაუწყებლო ბადიდან დაუყოვნებლივ ამოღება.

3. დაევალოს კომისიის აპარატის ადმინისტრაციას (ო. ვოტ) წინამდებარე გადაწყვეტილების შპს „გირჩი ტვ“-ისათვის დაუყოვნებლივ გაგზავნა და კომისიის ოფიციალურ ვებგვერდზე (www.comcom.ge) გამოქვეყნება.

4. გადაწყვეტილება შეიძლება გასაჩივრდეს ქ. თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიაში (მისამართი: ქ. თბილისი, დავით აღმაშენებლის ხეივანი, №64) შპს „გირჩი ტვ“-ისათვის გადაწყვეტილების დამოწმებული ასლის ჩაბარების დღიდან ერთი თვის ვადაში.

5. გადაწყვეტილება ძალაში შედის მისი დამოწმებული ასლის შპს „გირჩი ტვ“-ისათვის ჩაბარების დღიდან.

6. გადაწყვეტილების შესრულებაზე კონტროლი (გარდა მე-3 პუნქტისა) დაევალოს კომისიის აპარატის აუდიოვიზუალური მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტს (ი. მახარაძე).

მერაბ ქათამაძე

თავმჯდომარე - მ.შ.

ელისო ასანიძე

წევრი

ვახტანგ აბაშიძე

წევრი