გადაწყვეტილება

N გ-20-16/904
10/12/2020

904-გ-20-1-4-202012101959

ტელეკომპანია „კავკასიის“ მიმართ ა(ა)იპ „ადამიანის უფლებათა ცენტრის“ საჩივრის (№შ-20-6/5992, 27.11.2020) გაცნობისა და დავის განხილვის შესახებ

I. საქმის აღწერა

1. საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას (შემდგომში: „კომისია“) საჩივრით (№შ-20-6/5992, 27.11.2020) მიმართა ა(ა)იპ „ადამიანის უფლებათა ცენტრმა“ ტელეკომპანია „კავკასიის“ წინააღმდეგ. საჩივარში მითითებულია, რომ 2020 წლის 08 სექტემბერს ა(ა)იპ „ადამიანის უფლებათა ცენტრმა“ ტელეკომპანია „კავკასიას“ სამაუწყებლო ბადეში სოციალური რეკლამის სახით განთავსების მოთხოვნით წარუდგინა განცხადება და შესაბამისი ვიდეორგოლი. ტელეკომპანია „კავკასიამ“ ეთერში არ განათავსა ვიდეორგოლი და არც განთავსებაზე უარის თქმის მიზეზი აცნობა განმცხადებელს. საჩივრის ავტორის მტკიცებით, მაუწყებლისადმი წარდგენილი აუდიო-ვიზუალური მასალა სრულად აკმაყოფილებს სოციალური რეკლამისადმი კანონით წაყენებულ მოთხოვნებს. შესაბამისად, ტელეკომპანია „კავკასიამ“ მისი არგანთავსებით დაარღვია მოქმედი კანონმდებლობა. ა(ა)იპ „ადამიანის უფლებათა ცენტრი“ ითხოვს კომისიამ შეისწავლოს საკითხი და მოახდინოს შესაბამისი რეაგირება. საჩივარს თან ერთვის ტელეკომპანია „კავკასიისადმი“ გაგზავნილი განცხადება და ვიდეორგოლის ჩანაწერი.

2. საჩივართან დაკავშირებით წარმოდგენილი მასალების გაცნობისა და დავის განხილვის მიზნით კომისიის მოსამზადებელი სხდომა გაიმართა 2020 წლის 10 დეკემბერს, 15:00 საათზე. სხდომაში მონაწილეობა მიიღეს ა(ა)იპ „ადამიანის უფლებათა ცენტრის“ წარმომადგენელმა ნესტან ლონდარიძემ და ტელეკომპანია „კავკასიის“ წარმომადგენელმა ნინო ჯანგირაშვილმა.

3. ტელეკომპანია „კავკასიის“ წარმომადგენლის განმარტებით, მაუწყებელმა რეკლამის განთავსებაზე უარის თქმის გადაწყვეტილების მიღებისას იხელმძღვანელა „მაუწყებლობის შესახებ" საქართველოს კანონით განსაზღვრული სოციალური რეკლამის დეფინიციით, სადაც პირდაპირ არის აღნიშნული, რომ სოციალური რეკლამა არ უნდა შეიცავდეს კერძო სამართლის იურიდიული პირის მიერ გაწეული მომსახურების რეკლამას. მისი მტკიცებით, რომელიმე პირის მიერ უფასო იურიდიული მომსახურების

გაწევა თავისთავად არ გამორიცხავს კომერციულ ინტერესს. ვინაიდან, ეს შეიძლება იყოს მარკეტინგული სვლა. გარდა ამისა, სოციალური რეკლამების განთავსებისას აქტუალურია პოლიტიკური რეკლამის საკითხიც. კერძოდ, რომელიმე ადვოკატი ან ექიმი, შესაძლოა, ამავდროულად საარჩევნო კანდიდატიც იყოს. ასეთ შემთხვევაში შეიძლება ამ ტიპის სოციალური რეკლამა წარედგინოს მაუწყებელს განსათავსებლად. მაუწყებლის წარმომადგენელმა მიუთითა, რომ სოციალური რეკლამის განთავსებაზე უარის თქმა ასევე განპირობებული იყო იმ გარემოებით, რომ მათ ვიდეორგოლი სოციალურ რეკლამას არ მიაკუთვნეს, ვინაიდან ექცეოდა კომერციული რეკლამის საკანონმდებლო დეფინიციაში. რაიმე ქმედებაში მყისიერი მოგების არარსებობა თავისთავად არ ნიშნავს, რომ სახეზე არ არის კომერციული რეკლამა, ვინაიდან კომერციული რეკლამა ინტერესის ფორმირებას ემსახურება, რაც საქველმოქმედო აქციებითაც მიიღწევა. შეჯამების სახით მან აღნიშნა, რომ კომისია ყურადღებით უნდა მოეკიდოს ამ პრეცედენტს, ვინაიდან ნებისმიერ ორგანიზაციას, რომელიც ეწევა ქველმოქმედებას ან გასწევს უფასო მომსახურებას მომავალში ექნება უფლება მიმართოს მაუწყებელს ქველმოქმედების შესახებ მომზადებული რგოლის სოციალური რეკლამის სტატუსით განთავსების მოთხოვნით.

4. ა(ა)იპ „ადამიანის უფლებათა ცენტრის“ წარმომადგენელმა ნესტან ლონდარიძემ მიუთითა, რომ ა(ა)იპ „ადამიანის უფლებათა ცენტრი“ არის არასამთავრობო ორგანიზაცია, რომელიც არაკომერციული, არასამეწარმეო იურიდიული პირია და არ არის მოგებაზე ორიენტირებული. არასამთავრობო ორგანიზაციას წესდებით აქვს განსაზღვრული მოქმედების არეალი და მითითებულია, რომ არ აქვს სამეწარმეო საქმიანობის უფლება. კანონმდებლობა გამონაკლისის სახით უშვებს, რომ შეიძლება დამხმარე სამეწარმეო საქმიანობა განახორციელოს არასამთავრობო ორგანიზაციამ, თუმცა ესეც უნდა ემსახურებოდეს მიზნებს და იყოს საქველმოქმედო. ა(ა)იპ „ადამიანის უფლებათა ცენტრის“ წესდებით არც ეს არის განსაზღვრული და იგი არ ახორციელებს სამეწარმეო საქმიანობას დამხმარე სახითაც კი. მისი მითითებით, ვიდეორგოლში არ არის გამოსახული ცენტრის რომელიმე ადვოკატი ან სხვა პირი. ამასთან, მნიშვნელობა არ აქვს, ვინ არის ორგანიზაციის იურისტი. ცენტრის არცერთ ადვოკატს არ აქვს კერძო საქმის აღების უფლება.

5. საჩივრის ავტორი ორგანიზაციის წარმომადგენლის განმარტებით, კომისიის მიერ მსგავსი საქმე რამდენჯერმე იყო განხილული. ორგანიზაციის მიერ წარდგენილი რეკლამა ნამდვილად აკმაყოფილებს სოციალური რეკლამისთვის განსაზღვრულ კრიტერიუმებს, მოთხოვნა უნდა დაკმაყოფილდეს და ეს რეკლამა განთავსდეს ეთერში. ამასთან, გარდა ტელეკომპანია „კავკასიისა“ არცერთ მაუწყებელს უარი არ განუცხადებია ამ რეკლამის განთავსებაზე. სოციალური რეკლამის განთავსების მოთხოვნა დაემთხვა წინასაარჩევნო პერიოდს. შესაბამისად, ზოგიერთმა ტელეკომპანიამ ორგანიზაციას მიმართა, რომ მათი ბადე იყო გადატვირთული და სოციალურ რეკლამას ვერ განათავსებდნენ გარკვეული პერიოდით. თუმცა ცენტრს არ ჰქონია მოთხოვნა, რომ რეკლამა აუცილებლად წარდგენიდან პირველივე კვირაში განეთავსებინათ. აღნიშნული სოციალური რეკლამა, ერთობლივი შეთანხმების საფუძველზე სხვა დროის მონაკვეთში განთავსდა მაუწყებლების ეთერში. შესაბამისად, საჩივრის ავტორს მიაჩნია, რომ თუ მაუწყებელს ჰქონდა კითხვები ცენტრის მიმართ, შეეძლო მოეთხოვა ნებისმიერი ინფორმაცია და მიეღო პასუხები, რაც არ მომხდარა.

6. „კავკასიის“ მიმართ ა(ა)იპ „ადამიანის უფლებათა ცენტრის“ საჩივრის (№შ-20-6/5992, 27.11.2020) გაცნობისა და დავის განხილვის დღის დანიშვნის შესახებ“ კომისიის გადაწყვეტილების (N გ-20-16/880, 03/12/2020) შესაბამისად, კომისიის აპარატის აუდიო-ვიზუალური მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტმა წარმოადგინა დასკვნა

(N 20-10-2448, 10/12/2020). დასკვნის თანახმად, ა(ა)იპ „ადამიანის უფლებათა ცენტრის“ მიერ წარმოდგენილი ვიდეორგოლი მიმართულია საზოგადოებრივი სიკეთის ხელშეწყობისკენ. ვიდეორგოლში მითითებულია მოქალაქეებისთვის უფასო სამართლებრივი დახმარების აღმოჩენაზე, ისეთ საქმეებზე, როგორიც არის ადამიანის უფლებების დაცვა, წამების და არაადამიანური მოპყრობისა და დისკრიმინაციის მსხვერპლთა დახმარება. უმცირესობების წარმომადგენლების დახმარება, რომლებიც ამ ნიშნით იდევნებიან. დეპარტამენტის პოზიციით, ასეთ საქმეებზე უფასო იურიდიული დახმარების მიწოდება საზოგადოებრივი სიკეთის ხელშეწყობას ემსახურება და ვიდეორგოლი მიმართულია საქველმოქმედო მიზნების მიღწევისკენ, ვინაიდან არასამეწარმეო ორგანიზაციის მიერ გაწეული სამართლებრივი დახმარება არის უფასო.

7. დასკვნაში აღნიშნულია, რომ ვიდეორგოლი არ შეიცავს სახელმწიფო ან ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოს, კერძო ან საჯარო სამართლის იურიდიული პირის მიერ გაწეული მომსახურების რეკლამას. მართალია, ვიდეორგოლში მითითებულია ორგანიზაციის დასახელება, ტელეფონის ნომრები და მისამართები, თუმცა აღნიშნულის მითითება აუცილებელია, იმისთვის, რომ საზოგადოებამ იცოდეს ვის მიმართოს დახმარების მისაღებად.

II. გამოკვლეული მტკიცებულებები

1. ამონაწერი კომისიის უწყებრივი რეესტრიდან ტელეკომპანია „კავკასიის“ შესახებ;
2. ა(ა)იპ „ადამიანის უფლებათა ცენტრის“ საჩივარი (№შ-20-6/5992, 27.11.2020) თანდართული მასალებით;
3. კომისიის აპარატის აუდიო-ვიზუალური მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის დასკვნა (N 20-10-2448, 10/12/2020);
4. მხარეთა ახსნა-განმარტებები.

III. დადგენილი გარემოებები

1. ტელეკომპანია „კავკასია“ მაუწყებლობის სფეროში ავტორიზებული პირია.

მტკიცებულება: ამონაწერი კომისიის უწყებრივი რეესტრიდან ტელეკომპანია „კავკასიის“ შესახებ.

2. ა(ა)იპ „ადამიანის უფლებათა ცენტრმა“ ტელეკომპანია „კავკასიას“ სამაუწყებლო ბადეში სოციალური რეკლამის სახით განსათავსებლად წარუდგინა ვიდეორგოლი, რომელშიც მითითებულია, რომ ორგანიზაცია მოქალაქეებს ცალკეულ საქმეებზე სთავაზობს უფასო იურიდიულ დახმარებას. ვიდეორგოლში გამოსახულია უფასო იურიდიული დახმარების მისაღებად საჭირო საკონტაქტო მონაცემები.

მტკიცებულება: „ადამიანის უფლებათა ცენტრის“ საჩივარი (№შ-20-6/5992, 27.11.2020) თანდართული მასალებით, კომისიის აპარატის აუდიო-ვიზუალური მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის დასკვნა (N 20-10-2448, 10/12/2020) მხარეთა ახსნა-განმარტებები.

3. ტელეკომპანია „კავკასიამ“ არ განათავსა სამაუწყებლო ბადეში ა(ა)იპ „ადამიანის უფლებათა ცენტრის“ მიერ წარდგენილი ვიდეორგოლი სამაუწყებლო ბადეში სოციალური რეკლამის სახით.

მტკიცებულება: „ადამიანის უფლებათა ცენტრის“ საჩივარი (№შ-20-6/5992, 27.11.2020) თანდართული მასალებით, მხარეთა ახსნა-განმარტებები.

IV. სამართლებრივი საფუძველი და დასაბუთება

1. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის მე-2 პუნქტის „კ“ ქვეპუნქტის თანახმად, მაუწყებლობის სფეროში კომისიის ფუნქციებს განეკუთვნება „მაუწყებელთა შორის, აგრეთვე მათსა და მომხმარებლებს შორის წარმოქმნილი სადავო საკითხების გადაწყვეტა თავისი უფლებამოსილების ფარგლებში“, ამავე პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტით „მაუწყებლობის სფეროში მოქმედი კანონმდებლობის მოთხოვნების შესრულებაზე ზედამხედველობა და კონტროლი; ამ მოთხოვნათა დარღვევის შემთხვევაში შესაბამისი სანქციების დაკისრება“, ხოლო „ი“ ქვეპუნქტით კი - საავტორო და მომიჯნავე უფლებების, მავნე ზეგავლენისაგან არასრულწლოვანთა დაცვის, აგრეთვე რეკლამის შესახებ საკანონმდებლო აქტების შესრულებაზე ზედამხედველობა და კონტროლი.
2. „მაუწყებლობის შესახებ" საქართველოს კანონის მე-14 მუხლის მე-2 პუნქტის მიხედვით, 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 (ძალადაკარგულად არის ცნობილი მე-2 პუნქტის სიტყვები „გარდა ამ კანონის 52-ე, 54-ე, 56-ე ... მუხლებით გათვალისწინებული ნორმებისა“ იმ ნაწილში, რომელიც ეხება 56-ე მუხლის მე-4 პუნქტის სიტყვებს „ადამიანისა და მოქალაქის ღირსებისა და ძირითად უფლებათა შემლახავი ისეთი პროგრამის ან რეკლამის განთავსება, რომელიც შეიცავს უხამსობას“).
3. „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.
4. „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;
5. „მაუწყებლობის შესახებ" საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „ჰ[7]“ 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;

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

ამრიგად, „მაუწყებლობის შესახებ" საქართველოს კანონის 65-ე მუხლის პირველი პუნქტი ადგენს მაუწყებლის ვალდებულებას, უსასყიდლოდ და არადისკრიმინაციულად დაუთმოს 3 საათში ჯამში არანაკლებ 90 წამისა ეთერში განთავსების მიზნით წარმოდგენილ სოციალურ რეკლამას. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „ჰ[7]“ 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. ამა თუ იმ აუდიო-ვიზუალური ნაწარმოების სოციალურ რეკლამად შესაფასებლად, მნიშვნელოვანია, იგი ექცეოდეს ზემოთდასახელებული დეფინიციის ფარგლებში.

განსახილველ შემთხვევაში, როგორც კომისიის აპარატის აუდიო-ვიზუალური მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის დასკვნაშია აღნიშნული, ვიდეორგოლი საზოგადოებრივი სიკეთის ხელშეწყობას ემსახურება და მიმართულია საქველმოქმედო მიზნების მიღწევისკენ. იგი აუდიტორიას აწვდის ინფორმაციას, რომ არასამთავრობო ორგანიზაცია საზოგადოებას სთავაზობს უფასო იურიდიულ დახმარებას სახელმწიფო ორგანოების მიერ უფლებების დარღვევის, წამებისა და დისკრიმინაციის საქმეებზე. სახელმწიფო ორგანოების მიერ უფლებების დარღვევის, წამებისა და დისკრიმინაციის მსხვერპლთათვის უფასო იურიდიული მომსახურების ხელმისაწვდომობა ნამდვილად ხელს უწყობს საზოგადოებრივ სიკეთეს და საქველმოქმედო მიზნების მიღწევას. შესაბამისად, ვიდეორგოლი, რომელიც საზოგადოებას აწვდის აღნიშნული უფასო იურიდიული მომსახურების მიღებისათვის საჭირო ინფორმაციას (ორგანიზაციის დასახელება, მისამართები, საკონტაქტო ტელეფონის ნომრები) საქველმოქმედო მიზნის მიღწევისკენ არის მიმართული. აქედან გამომდინარე, ა(ა)იპ „ადამიანის უფლებათა ცენტრის“ მიერ წარდგენილი ვიდეო-რგოლი ამ თვალსაზრისით აკმაყოფილებს „მაუწყებლობის შესახებ" საქართველოს კანონით სოციალური რეკლამისადმი წაყენებულ მოთხოვნას - მიმართულია საქველმოქმედო მიზნების მიღწევისკენ. ამასთანავე, საქველმოქმედო მიზნის მიღწევას ვერ გამორიცხავს ის გარემოება, რომ ამ მომსახურებაში, შესაძლებელია, არასამთავრობო ორგანიზაცია (მისი თანამშრომლები), იღებდნენ ანაზღაურებას/გრანტს. ამ შემთხვევაში ღონისძიება საქველმოქმედოა, ვინაიდან კონკრეტული პირები - სახელმწიფო ორგანოების მიერ უფლების დარღვევის, წამებისა და დისკრიმინაციის შესაძლო მსხვერპლები უფასოდ მიიღებენ იურიდიულ მომსახურებას.

გარდა ამისა „მაუწყებლობის შესახებ" საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „ჰ[7]“ ქვეპუნქტის მიხედვით, აუდიოვიზუალური პროდუქცია რომ სოციალურ რეკლამად იქნეს მიჩნეული

აუცილებელია იგი არ შეიცავდეს კერძო სამართლის იურიდიული პირის მიერ გაწეული მომსახურების რეკლამას და არ განეკუთვნებოდეს პოლიტიკურ და კომერციულ რეკლამას. აღნიშნული ნორმის მიზნებისთვის იურიდიული პირის მიერ გაწეული მომსახურების რეკლამად/კომერციულ რეკლამად არ მიიჩნევა არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირის მიერ საქველმოქმედო მიზნით, უფასოდ გაწეული მომსახურების შესახებ საზოგადოების ინფორმირება. კანონის სხვაგვარი განმარტების შემთხვევაში სოციალური რეკლამის ქვეშ არ მოექცეოდა ნებისმიერი არასამეწარმეო კერძო სამართლის იურიდიული პირის მიერ საქველმოქმედო მიზნით განხორციელებული არაერთი ღონისძიების/საზოგადოებრივი სიკეთის მოსახლეობისადმი ხელმისაწვდომობის უზრუნველსაყოფი ვიდეორგოლები, რაც შეეწინააღმდეგებოდა კანონის სულისკვეთებას, რომლის თანახმადაც, მაუწყებელმა მისი საეთერო დროის ნაწილი უნდა დაუთმოს მნიშვნელოვანი საზოგადოებრივი სიკეთის მოსახლეობისადმი ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფას. ამასთან, იმ შემთხვევაში თუ ვიდეორგოლის შესწავლის შედეგად გაირკვევა, რომ არასამეწარმეო არაკომერციული იურიდიული პირის მიერ წარდგენილი ვიდეორგოლი ფარულად შეიცავს რომელიმე კომერციული იურიდიული პირის ან/და პოლიტიკური რეკლამის ნიშნებს, იგი ვერ შეფასდება სოციალურ რეკლამად. მოცემულ შემთხვევაში კომისიის მიერ შესწავლილი გარემოებების შედეგად არ გამოკვეთილა, რომ საჩივრის ავტორის მიერ წარდგენილი ვიდეორგოლი ფარულად შეიცავს რომელიმე კომერციული იურიდიული პირის ან/და პოლიტიკური რეკლამის ნიშნებს.

გარდა ამისა, უნდა აღინიშნოს, რომ მხოლოდ საქველმოქმედო მიზნით განხორციელებული ღონისძიების შესახებ ინფორმირება არ არის საკმარისი ვიდეორგოლის სოციალურ რეკლამად მიჩნევისათვის. მნიშვნელოვანია, ვიდეორგოლი რაიმე ფორმით ხელს უწყობდეს საზოგადოების მიერ აღნიშნული ღონისძიებების მიღებას. განსახილველ შემთხვევაში ვიდეორგოლში მითითებულია უფასო იურიდიული დახმარების მისაღებად საჭირო ინფორმაცია - ორგანიზაციის მისამართები და ტელეფონის ნომრები. კომისიის დამკვიდრებული პრაქტიკის თანახმად, უფასო იურიდიული დახმარების თაობაზე სოციალურ რეკლამაში შესაბამისი ორგანიზაციის ტელეფონის ნომრებისა და მისამართების მითითება აუცილებელია თავად რეკლამის მიზნის მისაღწევად, იმისათვის, რომ საზოგადოებამ უფასო იურიდიული მომსახურების მიღების საჭიროების შემთხვევაში იცოდეს ვის მიმართოს, რომელ მისამართზე მივიდეს, ან რომელ ნომერზე დარეკოს. ყოველივე ზემოაღნიშნულის გათვალისწინებით ა(ა)იპ „ადამიანის უფლებათა ცენტრის“ მისამართებისა და ტელეფონის ნომრების მითითება არ მიიჩნევა კერძო სამართლის იურიდიული პირის მომსახურების რეკლამად და არ გამორიცხავს მის მიერ წარდგენილი ვიდეორგოლის სოციალურ რეკლამად მიჩნევას (იხ. „სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ წინააღმდეგ ა(ა)იპ „ადამიანის უფლებათა ცენტრის“ საჩივრის განხილვის თაობაზე“ კომისიის (№501/16, 27.07.2017) გადაწყვეტილება, *mutatis mutandis* იხ. „არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირი „ევრაზიის თანამშრომლობის ფონდის“ საჩივრის განხილვის შესახებ“ კომისიის (N320/22, 04.06.2015) გადაწყვეტილება).

ამრიგად, ტელეკომპანია „კავკასიის“ მიმართ ა(ა)იპ „ადამიანის უფლებათა ცენტრის“ საჩივარი (№შ-20-6/5992, 27.11.2020) უნდა დაკმაყოფილდეს და მაუწყებელს დაევალოს საჩივრის ავტორის მიერ წარდგენილი ვიდეორგოლის სოციალური რეკლამის სახით განთავსება.

V. სარეზოლუციო ნაწილი

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის მე-2 პუნქტის „კ“ და „ვ“ ქვეპუნქტების, მე-14 მუხლის, 65-ე მუხლის პირველი პუნქტის, საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის VII თავის, საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2003 წლის 27 ივნისის №1 დადგენილებით დამტკიცებული „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის საქმიანობის მარეგულირებელი წესების“ 44-ე მუხლის მე-2 პუნქტის და 45^1 მუხლის გათვალისწინებით, კომისიამ კენჭისყრის შედეგად, ერთხმად

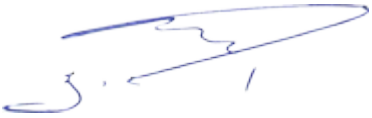
გადაწყვიტა:

1. დაკმაყოფილდეს ა(ა)იპ „ადამიანის უფლებათა ცენტრის“ საჩივარი (№შ-20-6/5992, 27.11.2020) ტელეკომპანია „კავკასიის“ მიმართ.
2. დაევალოს ტელეკომპანია „კავკასიას“ ა(ა)იპ „ადამიანის უფლებათა ცენტრის“ საჩივარზე (№შ-20-6/5992, 27.11.2020) თანდართული ვიდეორგოლის განთავსება სამაუწყებლო ბადეში კანონმდებლობის შესაბამისად სოციალური რეკლამის სტატუსით.
3. დაევალოს კომისიის აპარატის ადმინისტრაციას (ო. ვოტ) წინამდებარე გადაწყვეტილების დამოწმებული ასლის მხარეებისთვის დაუყონებლივ გაგზავნა და კომისიის ვებგვერდზე (www.comcom.ge) გამოქვეყნება.
4. გადაწყვეტილება შეიძლება გასაჩივრდეს ქ. თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიაში (მისამართი: ქ. თბილისი, დავით აღმაშენებლის ხეივანი, №64) ა(ა)იპ „ადამიანის უფლებათა ცენტრის“ და ტელეკომპანია „კავკასიისთვის“ ჩაბარებიდან ერთი თვის ვადაში.
5. გადაწყვეტილება ძალაში შევიდეს მისი დამოწმებული ასლის ა(ა)იპ „ადამიანის უფლებათა ცენტრის“ და ტელეკომპანია „კავკასიისთვის“ ჩაბარებისთანავე.
6. გადაწყვეტილების შესრულებაზე კონტროლი დაევალოს კომისიის აპარატის აუდიო-ვიზუალური მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტს (ი. მახარაძე).

კახი ბექაური

თავმჯდომარე

ვახტანგ აბაშიძე



წევრი

ელისო ასანიძე

წევრი

მერაბ ქათამაძე

წევრი