

გადაწყვეტილება

N გ-20-22/933
24/12/2020

933-გ-20-1-4-202012241743



**მაუწყებლობის სფეროში ლიცენზიის მფლობელი ან/და ავტორიზებული პირების მიერ
კომისიაში მაუწყებლების შემოსავლის თაობაზე წარმოსადგენი სტატისტიკური
ანგარიშგების ფორმების საჯაროობის შესახებ**

I. საქმის აღწერა

1. საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის (შემდგომში: „კომისია“) 2016 წლის 11 თებერვლის N95/19 გადაწყვეტილებით ნაწილობრივ ძალადაკარგულად იქნა ცნობილი 2011 წლის 25 მარტის N144/22 გადაწყვეტილება და დამტკიცდა ელექტრონული კომუნიკაციებისა და მაუწყებლობის სფეროში ლიცენზიის მფლობელი ან/და ავტორიზებული პირების მიერ კომისიაში წარმოსადგენი სტატისტიკური ანგარიშგების ფორმები. ლიცენზიის მფლობელ ან/და ავტორიზებულ პირებს დაევალებათ ამავე გადაწყვეტილების დანართი N1-ით განსაზღვრული სტატისტიკური ანგარიშგების ფორმების შევსება და კომისიაში წარმოდგენა გადაწყვეტილებაში მითითებული პერიოდულობით.

2. ამავე გადაწყვეტილებით სტატისტიკური ანგარიშგების ფორმა 1,7 კვარტალურ ფორმად განისაზღვრა და მასში შეიტანებოდა მაუწყებლის შემოსავლების შესახებ ინფორმაცია კვარტალურად. გარდა ამისა, ფორმაში მაუწყებლის შემოსავლის შესახებ ინფორმაცია აისახებოდა დიაპაზონების და არა ზუსტი მონაცემების მიხედვით. ამ ფორმით ჩამოყალიბებული სტატისტიკური ანგარიშგების ფორმა 1.7 სრულყოფილად ვერ აღწევდა მაუწყებლების გამჭვირვალობის კანონით გათვალისწინებულ მიზნებს. აღნიშნულიდან გამომდინარე, „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2016 წლის 11 თებერვლის N95/19 გადაწყვეტილებაში ცვლილების შეტანის შესახებ“ კომისიის (N გ-20-19/426, 30/04/2020) გადაწყვეტილებით ახლებურად ჩამოყალიბდა სტატისტიკური ანგარიშგების ფორმა 1.7. კერძოდ, დაზუსტდა, რომ ფორმა შეივსება კვარტალურად შესაბამისი თვეებისათვის ცალ-ცალკე და ფორმაში ველი „სემენტის“ შეიცვალა ველით - „გაწეული დაფინანსების ოდენობით“. შედეგად, მაუწყებლებს დაევალებათ დაფინანსების შესახებ ზუსტი მონაცემების ასახვა.

3. აღსანიშნავია, რომ კომისიის (N გ-20-19/426, 30/04/2020) გადაწყვეტილების მიღების შემდგომ კომისიას მიმართა არაერთმა მაუწყებელმა (შპს „ფორმულას“ წერილი (შ-20-

6/3655, 15.07.2020); შპს „ტელემედის“ , შპს „სტუდია მაესტროსა“ და შპს „ჯიდიესთივის“ წერილები (შ-20-6/3692, 16.07.2020). მაუწყებლების განმარტებით, სარეკლამო სააგენტოები და რეკლამის დამკვეთები (ბრენდები) პრობლემურად მიიჩნევენ მათი ფინანსური მონაცემების, მათ შორის, მაუწყებლებისათვის გადახდილი თანხის გასაჯაროებას, რის გამოც მაუწყებლებს უჭირთ კანონმდებლობით გათვალისწინებული ვალდებულების სრულყოფილად შესრულება.

4. ამავედროულად, დასახელებულ საკითხთან დაკავშირებით სარეკლამო კომპანიებმა შპს „ენდსამფიშმა“, შპს „ბეთერფლაი მედია“, შპს „ჯორჯია მედია იქსჩეინჯმა“, შპს „მაგი მედია“, შპს „sky media-მ“ და შპს „ტვ ინტერნეიშენალმა“ განცხადებით (Nშ-20-6/3613; 13.07.2020) მიმართეს კომისიას. სარეკლამო კომპანიები მიუთითებდნენ, რომ მაუწყებლის მიერ ანგარიშგების ფორმა 1.7-ში სავალდებულოდ წარსადგენი ინფორმაცია შეიცავს მონაცემებს მაუწყებლის მიერ გაწეული დაფინანსების ოდენობის შესახებ. აღნიშნული ინფორმაციის გამჟღავნებამ, შესაძლოა, ზიანი მიაყენოს სარეკლამო კომპანიების კონკურენტუნარიანობას, არა მხოლოდ ქართულ ბაზარზე, არამედ საზღვარგარეთ. დასახელებული ინფორმაციის გასაჯაროების შემთხვევაში, შესაძლებელია, იგი გამოიყენონ სარეკლამო კომპანიების კონკურენტებმა, რათა შეამცირონ ფასები ან გადაიბირონ დამკვეთები. შესაბამისად, კომპანიები ითხოვდნენ ინფორმაციის კომერციულ საიდუმლოებად ცნობას.

5. „შპს „ენდსამფიშ“, შპს „ბეთერფლაი მედია“, შპს „ჯორჯია მედია იქსჩეინჯი“, შპს „მაგი მედია“, შპს „sky media“ და შპს „ტვ ინტერნეიშენალის“ მიერ მაუწყებლებისათვის წარმოსადგენი ინფორმაციის კომერციულ საიდუმლოებად ცნობის თაობაზე განცხადების განუხილველად დატოვების თაობაზე“ კომისიის (გ-20-20/581, 23.07.2020) გადაწყვეტილებაში აღინიშნა, რომ საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის 27² მუხლის მე-3 ნაწილის მიხედვით, ინფორმაციის კომერციულ საიდუმლოებად ცნობის მოთხოვნის უფლება აქვს მხოლოდ ინფორმაციის წარმდგენ პირს. იმის გათვალისწინებით, რომ სარეკლამო კომპანიები მიუთითებდნენ მაუწყებლების წარსადგენი ინფორმაციის კომერციულ საიდუმლოებად ცნობაზე კომისიამ ისინი არაუფლებამოსილ პირებად მიიჩნია და განცხადება განუხილველად დატოვა.

6. ხსენებული გადაწყვეტილების მიღების შემდგომ შპს „ბატერფლაიმ“, შპს „სამაუწყებლო კომპანია რუსთავი 2-მა“, შპს „ტელემედმა“, შპს „დი ეი სი კაპიტალმა“, შპს „სტარ მედია“, შპს „სტარვიზიამ“, შპს „ჯი-დი-ეს თი-ვიმ“, შპს „სტუდია მაესტრომ“, შპს „ჯორჯია მედია იქსჩეინჯმა“, შპს „sky media-მ“, შპს „ტვ ინტერნეიშენელმა“, შპს „ჰავას მედია საქართველომ“, შპს „დელტა მედია“, შპს „um georgia-მ“ და შპს „სპორტ მედია“ განცხადებით მიმართეს კომისიას (შ-20-6/5928, 24.11.2020). განცხადებაზე ხელმომწერი მაუწყებლები, სარეკლამო კომპანიები და ე.წ. „გაყიდვის სახლები“ (“sales house”) მიუთითებენ, რომ მაუწყებლების სარეკლამო შემოსავლების სრული სიზუსტით გასაჯაროება (რაც მოიცავს დახარჯულ თანხებს არა სააგენტოების, არამედ - კლიენტების/ბრენდების მიხედვით ცალ-ცალკე რეკლამიდან, სპონსორობიდან) ზიანს აყენებს მათ კონკურენტუნარიანობას და კომერციულ ინტერესებს.

7. აღნიშნული სუბიექტები გამოთქვამენ მზაობას, კომისიას სრულად, ფორმა 1.7-ის შესაბამისად მიეწოდოს ინფორმაცია მაუწყებლების შემოსავლების შესახებ. ამავედროულად, ითხოვენ, კერძო და საჯარო ინტერესების თანაზომიერად დაცვის მიზნით, მაუწყებლების მოწოდებული სარეკლამო შემოსავლები გასაჯაროვდეს არა დეტალურად, არამედ - გარკვეული კატეგორიების/დიაპაზონების მიხედვით.

8. მაუწყებლობის სფეროში ლიცენზიის მფლობელი ან/და ავტორიზებული პირების მიერ კომისიაში მაუწყებლების შემოსავლის თაობაზე წარმოსადგენი სტატისტიკური

ანგარიშგების ფორმების საჯაროობის შესახებ საკითხის განხილვა გაიმართა კომისიის სხდომაზე 2020 წლის 24 დეკემბერს 15:00 საათზე.

II. სამართლებრივი საფუძველი და დასაბუთება

1. საქართველოს კონსტიტუციის მე-18 მუხლის მე-2 პუნქტის მიხედვით, ყველას აქვს უფლება კანონით დადგენილი წესით გაეცნოს საჯარო დაწესებულებაში მასზე არსებულ ან სხვა ინფორმაციას ან ოფიციალურ დოკუმენტს, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც იგი შეიცავს კომერციულ ან პროფესიულ საიდუმლოებას ან დემოკრატიულ საზოგადოებაში აუცილებელი სახელმწიფო ან საზოგადოებრივი უსაფრთხოების ან სამართალწარმოების ინტერესების დასაცავად კანონით ან კანონით დადგენილი წესით აღიარებულია სახელმწიფო საიდუმლოებად.

2. საქართველოს კონსტიტუციის მე-18 მუხლის მე-3 პუნქტის თანახმად, ოფიციალურ ჩანაწერებში არსებული ინფორმაცია, რომელიც დაკავშირებულია ადამიანის ჯანმრთელობასთან, ფინანსებთან ან სხვა პირად საკითხებთან, არავისთვის უნდა იყოს ხელმისაწვდომი თვით ამ ადამიანის თანხმობის გარეშე, გარდა კანონით გათვალისწინებული შემთხვევებისა, როდესაც ეს აუცილებელია სახელმწიფო ან საზოგადოებრივი უსაფრთხოების უზრუნველსაყოფად, საჯარო ინტერესების, ჯანმრთელობის ან სხვათა უფლებების დასაცავად.

3. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის მე-3 პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტის მიხედვით, კომისიის ფუნქციებს განეკუთვნება მაუწყებლობის სფეროში მოქმედი კანონმდებლობის მოთხოვნების შესრულებაზე ზედამხედველობა და კონტროლი; ამ მოთხოვნათა დარღვევის შემთხვევაში შესაბამისი სანქციების დაკისრება; ამავე პუნქტის „ლ“ ქვეპუნქტის თანახმად - სამართლებრივი აქტების, მათ შორის, ქცევის კოდექსის მიღება. ამავე პუნქტის „კ“ ქვეპუნქტის შესაბამისად კი - კანონით გათვალისწინებულ სხვა უფლებამოსილებათა განხორციელება.

4. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 70-ე მუხლის მე-4 პუნქტის მიხედვით, კომისია ადგენს ანგარიშგების ელექტრონულ ფორმებს. ანგარიშგების ფორმებში, გარდა ამ კანონით განსაზღვრული სხვა ინფორმაციისა, გათვალისწინებული უნდა იქნეს ინფორმაცია მაუწყებლის დაფინანსების წყაროების შესახებ, მათ შორის, ცალ-ცალკე რეკლამიდან, სპონსორობიდან, ტელეშოპინგიდან და მაუწყებლის მფლობელის ან ნებისმიერი სხვა პირის მიერ განხორციელებული შემოწირულობებიდან მიღებული შემოსავლების თაობაზე. ანგარიშგების ფორმებში გათვალისწინებული უნდა იქნეს ასევე ინფორმაცია მაუწყებლისთვის გაწეული მომსახურების შესახებ, მათ შორის, მაუწყებლის მფლობელის ან ნებისმიერი სხვა პირის მიერ გაწეული ფასიანი თუ უფასო მომსახურების

თაობაზე. მაუწყებელი ვალდებულია ყოველი კვარტალის დასრულების შემდეგ მომდევნო თვის 15 რიცხვამდე წარუდგინოს კომისიას ანგარიშგების ფორმები.

5. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 70-ე მუხლის 4¹ პუნქტის თანახმად, კომისია ანგარიშგების ფორმების მიღებიდან 7 დღეში აქვეყნებს ამ მუხლის მე-4 პუნქტით დადგენილ, მაუწყებელთა მიერ შევსებულ ანგარიშგების ფორმებს.

6. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 70-ე მუხლის 4² პუნქტის შესაბამისად, კომისია ასაჯაროებს იმ პირის ვინაობას, რომლის მიერ მაუწყებელში ბოლო 3 თვის განმავლობაში განთავსებული რეკლამის ან ტელეშოპინგის, განხორციელებული სპონსორობის ან გაწეული მომსახურების ღირებულებამ ან განხორციელებულმა შემოწირულებამ შვიდი ათას ლარზე მეტი შეადგინა.

7. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69-ე მუხლის პირველი პუნქტის მიხედვით, სპონსორს ან რეკლამის მიმწოდებელს ეკრძალება მის მიერ დაფინანსებული პროგრამის შინაარსსა და ხანგრძლივობაზე გავლენის მოხდენა ან მაუწყებლის სარედაქციო დამოუკიდებლობაში ჩარევა.

8. საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის 37-ე მუხლის პირველი ნაწილის თანახმად, ყველას აქვს უფლება მოითხოვოს საჯარო ინფორმაცია მისი ფიზიკური ფორმისა და შენახვის მდგომარეობის მიუხედავად და აირჩიოს საჯარო ინფორმაციის მიღების ფორმა, თუ იგი სხვადასხვა სახით არსებობს, აგრეთვე გაეცნოს ინფორმაციას დედანში.

9. საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის 27² მუხლის მე-3 ნაწილის მიხედვით, ინფორმაციის წარდგენისას პირი ვალდებულია მიუთითოს, რომ ეს ინფორმაცია მისი კომერციული საიდუმლოებაა. საჯარო დაწესებულება ვალდებულია 10 დღის ვადაში კომერციულ საიდუმლოებად მიიჩნიოს ამ მუხლის პირველი ნაწილით გათვალისწინებული ინფორმაცია, გარდა იმ შემთხვევისა, როცა ინფორმაციის ღიაობის ვალდებულება დადგენილია კანონით. თუ ინფორმაციის წარდგენისას საჯარო დაწესებულება არ მიიჩნევს ამ ინფორმაციას კომერციულ საიდუმლოებად, იგი იღებს გადაწყვეტილებას მისი ღიაობის თაობაზე, რასაც დაუყოვნებლივ აცნობებს შესაბამის პირს. გადაწყვეტილების მიღებიდან 15 დღის შემდეგ ინფორმაცია ხდება ღია, თუ პირმა, რომლის საკუთრებაცაა ეს ინფორმაცია, ამ ვადის გასვლამდე ზემდგომ ადმინისტრაციულ ორგანოში, ხოლო საქართველოს საპროცესო კანონმდებლობით დადგენილი წესით – სასამართლოში არ გაასაჩივრა ინფორმაციის ღიაობის თაობაზე მიღებული გადაწყვეტილება, რაც დაუყოვნებლივ უნდა აცნობოს საჯარო დაწესებულებას.

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 70-ე მუხლი ადგენს მაუწყებლობის სფეროში ავტორიზებული და ლიცენზიის მფლობელი პირების გამჭვირვალობისა და ანგარიშვალდებულების პრინციპებს. ამავე მუხლით განსაზღვრულია მაუწყებლების გამჭვირვალობის უზრუნველყოფის ისეთი სპეციფიკური მექანიზმი, როგორც არის კომისიისთვის მაუწყებლების საქმიანობის შესახებ ელექტრონული ანგარიშგების ფორმების წარდგენის ვალდებულება. ამასთანავე, კომისია აღჭურვილია უფლებამოსილებით, დაადგინოს შესაბამისი ელექტრონული ანგარიშგების ფორმები. კომისიამ მისი კანონიერი უფლებამოსილების აღსრულების მიზნით დაამტკიცა შესაბამისი ფორმები 2016 წლის 11 თებერვლის N95/19 გადაწყვეტილებით.

ამავდროულად, კანონი ითვალისწინებს აღნიშნული ელექტრონული ანგარიშგების ფორმების საჯაროობას და პროაქტიულ გამოქვეყნებას. აღსანიშნავია, რომ მაუწყებლების წარდგენილი ფორმების საჯაროობის მოთხოვნები განსაზღვრულია თავად

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით და ეს მოთხოვნები სრულად არ ემთხვევა საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსით საჯარო ინფორმაციის მიმართ დადგენილ სამართლებრივ რეგულირებას და პროცედურებს. კერძოდ, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 70-ე მუხლის 4¹ პუნქტის მიხედვით, კომისია პროაქტიულად, მიღებიდან 7 დღეში აქვეყნებს მაუწყებლების მიერ შევსებულ ანგარიშგების ფორმებს. ამავე მუხლის 4² პუნქტის თანახმად კი - კომისია ასაჯაროებს იმ პირის ვინაობას, რომლის მიერ მაუწყებელში ბოლო 3 თვის განმავლობაში განთავსებული რეკლამის ან ტელეშოპინგის, განხორციელებული სპონსორობის ან გაწეული მომსახურების ღირებულებამ ან განხორციელებულმა შემოწირულობამ შვიდი ათას ლარზე მეტი შეადგინა. დასახელებული პუნქტიდან გამომდინარე, კომისიისთვის წარდგენილი ანგარიშგების ფორმების საჯაროობის საკითხი არ არის გადაწყვეტილი საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსით და მის შესახებ საგანგებო რეგულაციას ითვალისწინებს „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი. აღნიშნულზე ის გარემოებაც მიუთითებს, რომ კომისიისათვის წარდგენილი ფორმების მიმართ, მათი შინაარსის გათვალისწინებით, სრულყოფილად ვერ გამოიყენება საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის 27² მუხლით გათვალისწინებული პროცედურა ინფორმაციის კომერციულ საიდუმლოებად მიჩნევის თაობაზე.

კერძოდ, ანგარიშგების ფორმა 1.7-ში მოცემულია ინფორმაცია მაუწყებლის შემოსავლების თაობაზე. აღნიშნული ინფორმაცია, შესაძლოა, სულაც არ იყოს რომელიმე მაუწყებლის კომერციული საიდუმლოება, თუმცა, მას ასეთად მიიჩნევდეს შესაბამისი სარეკლამო კომპანია, სააგენტო ან უშუალოდ - დამკვეთი. შესაძლოა, ასეთ შემთხვევებში მაუწყებელი არ ითხოვდეს ინფორმაციის კომერციულ საიდუმლოდ ცნობას ან არ ჰქონდეს ამის სამართლებრივი საფუძველი, ვინაიდან ეს ინფორმაცია არ უკავშირდებოდეს უშუალოდ მის კონკურენტუნარიანობას. ამასთანავე, სარეკლამო კომპანიას, სააგენტოს ან კლიენტს არ აქვთ უფლება, მოითხოვონ ინფორმაციის კომერციულ საიდუმლოდ ცნობა საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის 27² მუხლის საფუძველზე, ვინაიდან ისინი არ არიან ინფორმაციის კომისიაში წარმდგენი პირები (იხ. „შპს „ენდსამფი“, შპს „ბეთერფლაი მედია“, შპს „ჯორჯია მედია იქსჩეინჯი“, შპს „მაგი მედია“, შპს „sky media“ და შპს „ტვიტერნიეიშენალის“ მიერ მაუწყებლებისათვის წარმოსადგენი ინფორმაციის კომერციულ საიდუმლოებად ცნობის თაობაზე განცხადების განუხილველად დატოვების თაობაზე“ კომისიის გადაწყვეტილება (გ-20-20/581, 23.07.2020).

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, აშკარაა, რომ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი განსაზღვრავს მაუწყებლების გამჭვირვალობისა და ანგარიშვალდებულების ისეთ მექანიზმს, რომელიც მოიცავს მესამე პირების ფინანსურ მონაცემებსაც - მათი ელექტრონული ანგარიშგების ფორმებში ასახვის გზით. გარდა ამისა, კანონი ადგენს ამ ინფორმაციის საჯაროობის განსხვავებულ სტანდარტს და კომისია აღჭურავს უფლებამოსილებით - დაადგინოს ანგარიშგების ელექტრონული ფორმები. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 70-ე მუხლის მე-4 პუნქტი კომისიას ანიჭებს უფლებამოსილებას, დაადგინოს ელექტრონული ანგარიშგების ფორმები და საკუთარი აქტით კანონმდებლობის შესაბამისად დააზუსტოს ანგარიშგების ფორმების შევსებასთან და საჯაროობასთან დაკავშირებული საკითხები. აღნიშნულიდან გამომდინარე, კომისია უფლებამოსილია, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მოთხოვნების შესაბამისად გადაწყვიტოს, რომელი ანგარიშგების ფორმები (მათი ნაწილები) უნდა გასაჯაროვდეს და რა მოცულობით. ამ თვალსაზრისით კანონი შეიცავს

ერთადერთ ექსპლიციტურად განსაზღვრულ კრიტერიუმს. კერძოდ, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 70-ე მუხლის 4² პუნქტის მიხედვით, კომისია ასაჯაროებს იმ პირის ვინაობას, რომლის მიერ მაუწყებელში ბოლო 3 თვის განმავლობაში განთავსებული რეკლამის ან ტელეშოპინგის, განხორციელებული სპონსორობის ან გაწეული მომსახურების ღირებულებამ ან განხორციელებულმა შემოწირულებამ შვიდი ათას ლარზე მეტი შეადგინა. ინფორმაციის გასაჯაროების სხვა კრიტერიუმები შესაძლებელია, კანონმდებლობით დადგენილი პრინციპების გათვალისწინებით განისაზღვროს კომისიის მიერ.

საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის მე-7 მუხლის პირველი ნაწილის მიხედვით, დისკრეციული უფლებამოსილების განხორციელებისას არ შეიძლება გამოიცეს ადმინისტრაციულ-სამართლებრივი აქტი, თუ პირის კანონით დაცული უფლებებისა და ინტერესებისათვის მიყენებული ზიანი არსებითად აღემატება იმ სიკეთეს, რომლის მისაღებადაც იგი გამოიკა. თავის მხრივ, ამავე მუხლის მე-2 ნაწილის შესაბამისად, დისკრეციული უფლებამოსილების განხორციელებისას გამოცემული ადმინისტრაციულ-სამართლებრივი აქტით გათვალისწინებულმა ზომებმა არ შეიძლება გამოიწვიოს პირის კანონიერი უფლებებისა და ინტერესების დაუსაბუთებელი შეზღუდვა.

კომისიას არაერთხელ აღუნიშნავს, რაოდენ დიდი მნიშვნელობა აქვს მაუწყებლების დაფინანსების გამჭვირვალობის საკანონმდებლო მოთხოვნების შესრულებას თავისუფალი, დემოკრატიული და ინფორმირებული საზოგადოებისათვის (იხ. მაგ.: „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2016 წლის 11 თებერვლის N95/19 გადაწყვეტილებაში ცვლილების შეტანის შესახებ“ კომისიის (N გ-20-19/426, 30/04/2020) გადაწყვეტილება). არანაკლებ მნიშვნელოვანია, მაუწყებლებს მომეტებული ტვირთი არ დააწვეთ აღნიშნული საკანონმდებლო ნორმების აღსრულების პროცესში და დაცული იყოს სამართლიანი ბალანსი მაუწყებლობის სფეროს გამჭვირვალობისა და კერძო სუბიექტების ფინანსური მონაცემების კონფიდენციალურობას შორის.

ამრიგად, კომისიამ სტატისტიკური ანგარიშგების ფორმა 1.7-ში მოცემული მონაცემების საჯაროობის საკითხი უნდა გადაწყვიტოს შესაბამისი კერძო და საჯარო ინტერესების თანაზომიერი დაბალანსების გზით. ამ პროცესში სამართლიანად უნდა დაბალანსდეს, ერთი მხრივ, ინფორმაციის მფლობელთა კერძო ინტერესი - დაცული იყოს მათი ფინანსური ინფორმაციის კონფიდენციალურობა და, მეორე მხრივ, საზოგადოების ინტერესი - გამჭვირვალე და ხელმისაწვდომი იყოს მაუწყებლების შემოსავლების ოდენობა და წყაროები. თავის მხრივ, მაუწყებლების შემოსავლების გამჭვირვალობისა და ხელმისაწვდომობის ინტერესი უკავშირდება საზოგადოების უფლებას, ჰქონდეს ინფორმაცია ყველა იმ ფაქტორზე, რომელიც, შესაძლოა, პირდაპირ ან არაპირდაპირ ახდენდეს გავლენას მაუწყებლების სარედაქციო პოლიტიკაზე.

როგორც აღინიშნა, ცალკეული მაუწყებლები, სარეკლამო კომპანიები და ე.წ. „გაყიდვის სახლები“ (“sales house”) კომისიას სთავაზობენ, კერძო და საჯარო ინტერესების თანაზომიერად დაცვის მიზნით, მაუწყებლების მოწოდებული სარეკლამო შემოსავლები გასაჯაროვდეს არა დეტალურად, არამედ - გარკვეული კატეგორიების/დიაპაზონების მიხედვით. კომისია მიიჩნევს, რომ მაუწყებლების შემოსავლების შესახებ ინფორმაციის გონივრული დიაპაზონების მიხედვით გასაჯაროვებით პრინციპულად შესაძლებელი იქნება, ერთი მხრივ, დაცული იყოს საზოგადოების ინტერესი - ჰქონდეს ინფორმაცია

მაუწყებლების შემოსავლების წარმომავლობის შესახებ და, მეორე მხრივ, მომეტებულად არ შეიზღუდოს მაუწყებლების, სარეკლამო კომპანიების, გაყიდვის სახლების, რეკლამის დამკვეთების და სხვა სუბიექტების კერძო ინტერესი - ფინანსური მონაცემების კონფიდენციალურობა. აღსანიშნავია, რომ კომისიას მაუწყებლის შემოსავლის შესახებ ინფორმაცია უნდა მიეწოდოს სრულად „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2011 წლის 25 მარტის 144/22 გადაწყვეტილების ნაწილობრივ ძალადაკარგულად ცნობისა და სტატისტიკური ანგარიშგების ფორმების დამტკიცების შესახებ“ კომისიის 2016 წლის 11 თებერვლის N95/19 გადაწყვეტილების შესაბამისად. მაუწყებლების მიერ ანგარიშგების ფორმებით შემოსავლების შესახებ სრული მონაცემების წარდგენა მნიშვნელოვანია, რათა კომისიამ ეფექტიანად განახორციელოს ზედამხედველობა „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის იმ ნორმებზე, რომლებიც ითვალისწინებს შეზღუდვებს მაუწყებლის დაფინანსების წყაროებსა და მაუწყებლის დაფინანსების გზით მის სარედაქციო დამოუკიდებლობაზე გავლენის მოხდენასთან დაკავშირებით.

ამავდროულად, კანონის სრულყოფილად აღსასრულებლად, ცალკეულ შემთხვევაში, შესაძლოა, ინფორმაციის ამ ხარისხით გასაჯაროება არ იყოს საკმარისი და არ იქნეს მიღწეული მაუწყებლების საზოგადოებრივი ანგარიშვალდებულება. კერძოდ, ისეთ შემთხვევებში, როდესაც იკვეთება რომელიმე მაუწყებლის დაფინანსების საეჭვო, არასაბაზრო ტრანზაქციები და არსებობს დასაბუთებული ვარაუდი, რომ მაუწყებლის დაფინანსება ხდება მის სარედაქციო დამოუკიდებლობაში ჩარევის მიზნით, მნიშვნელოვანია, საზოგადოებას ხელი მიუწვდებოდეს მაუწყებლის დაფინანსების შესახებ ზუსტ მონაცემებზე. ასეთ შემთხვევაში არსებობს კომისიის მიერ მაუწყებლის დაფინანსების თაობაზე „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69-ე მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებული აკრძალვის დარღვევისათვის პასუხისმგებლობის დაკისრების მიზნით ადმინისტრაციული წარმოების დაწყების წინაპირობა. ამ პროცესში განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია გამჭვირვალობის და საზოგადოების ინფორმირების უზრუნველყოფა და მონაცემები სრულად უნდა გასაჯაროვდეს.

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, კომისია, მიიჩნევს, რომ „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2011 წლის 25 მარტის 144/22 გადაწყვეტილების ნაწილობრივ ძალადაკარგულად ცნობისა და სტატისტიკური ანგარიშგების ფორმების დამტკიცების შესახებ“ კომისიის 2016 წლის 11 თებერვლის N95/19 გადაწყვეტილებით გათვალისწინებული სტატისტიკური ანგარიშგების ფორმა 1.7-ით წარმოდგენილი მონაცემები უნდა გასაჯაროვდეს შემდეგი სეგმენტების/დიაპაზონების მიხედვით:

- 7,000-50,000
- 50,000-100,000
- 100,000-500,000
- 500,000+

(სეგმენტები გაანგარიშდება ბოლო 3 თვის განმავლობაში განთავსებული რეკლამის ან ტელეშოპინგის, განხორციელებული სპონსორობის ან გაწეული მომსახურების ღირებულების მიხედვით).

გარდა ამისა, კომისია საჯარო სხდომაზე მიიღებს გადაწყვეტილებას „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2011 წლის 25 მარტის 144/22 გადაწყვეტილების ნაწილობრივ ძალადაკარგულად ცნობისა და სტატისტიკური ანგარიშგების ფორმების

დამტკიცების შესახებ“ კომისიის 2016 წლის 11 თებერვლის N95/19 გადაწყვეტილებით გათვალისწინებული სტატისტიკური ანგარიშგების ფორმა 1.7-ით წარმოდგენილი მაუწყებლის დაფინანსების შესახებ მონაცემების სრულად გასაჯაროების შესახებ, თუ არსებობს დასაბუთებული ვარაუდი, რომ აღნიშნული დაფინანსების მიზანია მაუწყებლის სარედაქციო დამოუკიდებლობაში ჩარევა.

როგორც აღინიშნა, უაღრესად მნიშვნელოვანია, მაუწყებლებს მომეტებულ ტვირთად არ დააწვეთ გამჭვირვალობის შესახებ არსებული საკანონმდებლო ნორმების აღსრულება. არანაკლებ ღირებულია, დაცული იყოს სამართლიანი ბალანსი მაუწყებლობის სფეროს გამჭვირვალობისა და კერძო სუბიექტების ფინანსური მონაცემების გამჭვირვალობას შორის. წინამდებარე გადაწყვეტილებით დადგენილი სტატისტიკური ანგარიშგების ფორმა 1.7-ის საჯაროობის სტანდარტი ემსახურება აღნიშნული მიზნების მიღწევას. შესაბამისად, მნიშვნელოვანია, გადაწყვეტილება ძალაში შევიდეს დაუყოვნებლივ, რათა დაუყოვნებლივ იქნეს უზრუნველყოფილი სამართლიანი ბალანსი დასახელებულ ინტერესებს შორის და ერთი მხრივ, თავიდან იქნეს აცილებული მაუწყებლების მიერ ფორმა 1.7-ის შევსების პრაქტიკული შეფერხებები და მეორე მხრივ, არათანაზომიერად არ გასაჯაროვდეს კერძო პირების (სარეკლამო კომპანიები, „გაყიდვის სახლები“, რეკლამის დამკვეთები) ფინანსური მონაცემები.

III. სარეზოლუციო ნაწილი

საქართველოს კონსტიტუციის მე-18 მუხლის მე-2 და მე-3 პუნქტების, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის მე-3 პუნქტის „ვ“, „ლ“ და „კ“ ქვეპუნქტების, 69-ე მუხლის პირველი პუნქტის, 70-ე მუხლის მე-4, 4¹, 4² პუნქტების, საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის VII თავის, გათვალისწინებით კომისიამ კენჭისყრის შედეგად, ერთხმად,

გადაწყვიტა:

1. „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2011 წლის 25 მარტის 144/22 გადაწყვეტილების ნაწილობრივ ძალადაკარგულად ცნობისა და სტატისტიკური ანგარიშგების ფორმების დამტკიცების შესახებ“ კომისიის 2016 წლის 11 თებერვლის N95/19 გადაწყვეტილებით გათვალისწინებული სტატისტიკური ანგარიშგების ფორმა 1.7-ით წარმოდგენილი მონაცემები გასაჯაროვდეს შემდეგი სეგმენტების/დიაპაზონების მიხედვით:

7,000-50,000

50,000-100,000

100,000-500,000

500,000+;

(სეგმენტები გაანგარიშდება ბოლო 3 თვის განმავლობაში განთავსებული რეკლამის ან ტელეშოპინგის, განხორციელებული სპონსორობის ან გაწეული მომსახურების ღირებულების მიხედვით).

2. კომისია საჯარო სხდომაზე იღებს გადაწყვეტილებას „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2011 წლის 25 მარტის 144/22 გადაწყვეტილების ნაწილობრივ ძალადაკარგულად ცნობისა და სტატისტიკური ანგარიშგების ფორმების დამტკიცების შესახებ“ კომისიის 2016 წლის 11 თებერვლის N95/19 გადაწყვეტილებით გათვალისწინებული სტატისტიკური ანგარიშგების ფორმა 1.7-ით წარმოდგენილი მაუწყებლის დაფინანსების შესახებ მონაცემების სრულად გასაჯაროების შესახებ, თუ არსებობს დასაბუთებული ვარაუდი, რომ აღნიშნული დაფინანსების მიზანია მაუწყებლის სარედაქციო დამოუკიდებლობაში ჩარევა.

3. დაევალოს კომისიის აპარატის ადმინისტრაციას (ო. ვოტ) და კომისიის აპარატის ბაზრის ანალიზისა და სტრატეგიული განვითარების დეპარტამენტს (ქ. რეხვიაშვილი) „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2011 წლის 25 მარტის 144/22 გადაწყვეტილების ნაწილობრივ ძალადაკარგულად ცნობისა და სტატისტიკური ანგარიშგების ფორმების დამტკიცების შესახებ“ კომისიის 2016 წლის 11 თებერვლის N95/19 გადაწყვეტილებით გათვალისწინებული სტატისტიკური ანგარიშგების ფორმა 1.7-ით წარმოდგენილი მონაცემები გასაჯაროვონ მხოლოდ წინამდებარე გადაწყვეტილების პირველი და მე-2 პუნქტების მოთხოვნების გათვალისწინებით.

4. დაევალოს კომისიის აპარატის ადმინისტრაციას (ო. ვოტ) წინამდებარე გადაწყვეტილების კომისიის ვებგვერდზე (www.comcom.ge) გამოქვეყნება.

5. გადაწყვეტილება ძალაში შევიდეს გამოქვეყნებისთანავე.

6. გადაწყვეტილება შეიძლება გასაჩივრდეს ქ. თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიაში (მისამართი: ქ. თბილისი, დავით აღმაშენებლის ხეივანი, №64) კომისიის ვებგვერდზე გამოქვეყნებიდან ერთი თვის ვადაში.

7. გადაწყვეტილების შესრულებაზე კონტროლი დაევალოს კომისიის აპარატის ბაზრის ანალიზისა და სტრატეგიული განვითარების დეპარტამენტს (ქ. რეხვიაშვილი).



კახი ბექაური



თავმჯდომარე

ვახტანგ აბაშიძე



წევრი

ელისო ასანიძე



წევრი

მერაბ ქათამაძე



წევრი