

## გადაწყვეტილება

N გ-21-18/38  
28/01/2021

38-გ-21-1-4-202101281241



### შპს „ტელეიმედისთვის“ 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 (N20-10-2607, 24/12/2020) თანდართული ვიდეო მასალით, ირკვევა, რომ 2020 წლის პირველი დეკემბრიდან 17 დეკემბრის ჩათვლით პერიოდზე კომისიის აპარატის აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მიერ განხორციელდა შპს „ტელეიმედის“ სამაუწყებლო ბადეში განთავსებული პროგრამების მონიტორინგი რეკლამის და სპონსორობის წესების, პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსების და ტელეშოპინგის განთავსების მართლზომიერების დადგენის მიზნით.

ზემოაღნიშნული მონიტორინგის შედეგად ირკვევა შემდეგი ფაქტობრივი გარემოებები:

1. შპს „ტელეიმედის“ ეთერში განთავსებულია გადაცემა „იმედის დილა“, რომლის ფარგლებშიც 2020 წლის 15 დეკემბერს 8:42 საათზე გავიდა სიუჟეტი „თოდუას სამედიცინო ცენტრის“ პლასტიკური ქირურგიის მიმართულების შესახებ და სტუდიაში მოწვეული იყო სამედიცინო ცენტრის 2 წარმომადგენელი. წარმომადგენლებმა ისაუბრეს მათი მომსახურების დეტალებზე, თუ როდის შეიქმნა ეს მიმართულება სამედიცინო ცენტრში, რა ტიპის მომსახურებები არის ხელმისაწვდომი, რატომ „თოდუას სამედიცინო ცენტრი“, რა უპირატესობები აქვს ამ კლინიკას, რა ტექნოლოგიებით არის აღჭურვილი და ა.შ. წარმომადგენელმა აღნიშნა შემდეგი: „რაც გამოგვარჩევს, რითაც ნამდვილად ლიდერები ვართ ბაზარზე არის ულტრა თანამედროვე ტექნოლოგიური მხარდაჭერა და პროფესიონალი ექიმების ტანდემი“. შემდეგ ისაუბრა ექიმების დასავლურ განათლებაზე და გამოცდილებაზე. შემდეგ, წამყვანი ეკითხება „მაგალითად ნაოქებს ასწორებთ? ფილერებს, ბოტოქსებს?“, სამედიცინო ცენტრის წარმომადგენელმა აღნიშნა, რომ ყველაფერს აკეთებენ. ისაუბრეს მკერდის (სხვადასხვა ტიპის ) ოპერაციის დეტალებზე და მის უსაფრთხოებაზე. კლინიკის წარმომადგენელმა ისაუბრა საახალწლო შეთავაზებაზე, სპეციალური ფასი სხვადასხვა ოპერაციებზე, რომლებზეც 40%-იან ფასდაკლებას სთავაზობენ. სიუჟეტის მიმდინარეობისას არ ამონათებულა წარწერა „რეკლამა“.

2. ასევე გადაცემაში „იმედის დილა“ 2020 წლის 17 დეკემბერს გავიდა სიუჟეტი კომპანია „თბილღვინოს“ შესახებ, სადაც ნაჩვენებია იყო კომპანიის საიმიჯო სარეკლამო რგოლი და მოწვეული იყო სტუდიაში კომპანიის განვითარების მენეჯერი. კომპანიის წარმომადგენელმა ისაუბრა ანიმაციური ვიდეო რგოლის შექმნის ისტორიაზე და მასთან დაკავშირებულ კამპანიაზე. გადაცემის მიმდინარეობისას ამონათდა „თბილღვინოს“ ონლაინ მაღაზიის ვებ-გვერდის ბმული [shop.tbilvino.ge](http://shop.tbilvino.ge), რის ფონზეც წარმომადგენელი საუბრობდა კომპანიის ახალ მიღწევებზე, ონლაინ მაღაზიის შექმნაზე, ახალ პროდუქტებზე, რომელსაც მომხმარებელს მომდევნო წელს წარუდგენენ, ჯილდოებზე, რომელიც კონკურსებზე მოიპოვეს და სხვა. გადაცემის მიმდინარეობისას სტუდიაში არსებულ ეკრანებზე იყო გამოტანილი „თბილღვინოს“ ბრენდის გამოსახულება.

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის 3<sup>17</sup> 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 69<sup>1</sup> 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.

ზემოაღნიშნული სიუჟეტების შესწავლის საფუძველზე კომისიის აპარატის აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტს მიაჩნია, რომ აღნიშნულ სიუჟეტები არღვევს „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69<sup>1</sup> მუხლის მე-2 პუნქტს ვინაიდან სიუჟეტებში პროდუქტს ენიჭება გადაჭარბებული მნიშვნელობა.

კომისიის აპარატის აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის (N20-10-2631, 29/12/2020) დამატებითი სამსახურებრივი ბარათიდან ირკვევა, რომ შპს „ტელიმედის“ ეთერში გასულ გადაცემებში, რომლებშიც მოხდა პროდუქტის განთავსება, არ იყო მკაფიოდ იდენტიფიცირებული პროდუქტის განთავსება და არ იყო ამაზე ნათლად მითითებული, რაც წარმოადგენს „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69<sup>1</sup> მუხლის 3 პუნქტის მოთხოვნების დარღვევას.

სამსახურებრივ ბარათში ასევე აღნიშნულია, რომ 2020 წლის 15 და 17 დეკემბერს გასულ სიუჟეტებში, პროდუქტზე გადაჭარბებული მნიშვნელობის მინიჭების გარდა, ადგილი ჰქონდა პროგრამის შინაარსზე გავლენის მოხდენასაც. „თბილღვინოს“ შეთხვევაში, გადაცემის ეს ნაწილი სრულად მიეძღვნა კომპანია „თბილღვინოს“, მისი პროდუქტებისა და მისი სასაქონლო ნიშნის რეკლამირებას, ნაჩვენებია იყო 3 წუთიანი საიმიჯო რგოლი, სტუდიაში მოწვეული იყო სტუმრად კომპანიის წარმომადგენელი და გადაცემის შინაარსი მორგებული იყო იმ კომპანიაზე, რომლის პროდუქტის განთავსებასაც ჰქონდა ადგილი პროგრამაში. რაც შეეხება „თოდუას სამედიცინო ცენტრს“, აქაც გადაცემა სრულად აწყობილი იყო სამედიცინო ცენტრის, მისი სასაქონლო ნიშნის, მომსახურებების და ექიმების რეკლამირებისთვის. მოწვეული ყავდათ ორი სტუმარი კლინიკიდან:

პლასტიკური ქირურგიის მიმართულების ხელმძღვანელი ექიმი და მარკეტინგის განყოფილების ხელმძღვანელი. აქცენტი გაკეთდა კლინიკის ახალ დანერგილ მიმართულებაზე, ექიმების განათლებასა და კვალიფიკაციაზე, კლინიკის უპირატესობებზე კონკურენტებთან, ჩამოთვლილი იყო კონკრეტული მომსახურებები და ისაუბრეს ფასდაკლებებზეც. მთელი გადაცემის შინაარსი მორგებული იყო კლინიკის მიერ შექმნილ ახალ პროდუქტზე.

კომისიის აპარატის აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის) სამსახურებრივი ბარათების (N20-10-2607, 24/12/2020 და N20-10-2631, 29/12/2020) საფუძველზე, „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის საქმიანობის მარეგულირებელი წესების“ 36-ე მუხლის მე-14 პუნქტის შესაბამისად, 2020 წლის 30 დეკემბერს, კომისიაში დაიწყო მარტივი ადმინისტრაციული წარმოება შპს „ტელეიმედისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე, მის მიერ მაუწყებლობის სფეროში მოქმედი კანონმდებლობით გათვალისწინებული მოთხოვნების დარღვევის გამო. საკითხის განხილვა დაინიშნა 2021 წლის 21 იანვარს, რის თაობაზეც შპს „ტელეიმედს“ ეცნობა კომისიის შეტყობინებით (N გ-20-03/4383, 30/12/2020) 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 2021 წლის 21 იანვრის სხდომაზე გამოცხადდა შპს „ტელეიმედის“ წარმომადგენელი ნ.ფაშალიშვილი, რომელმაც აღნიშნა, რომ შესაძლოა მოწვეული სტუმრები ვერ იცავდნენ სრულად წესებს პროდუქტზე საუბრისას, თუმც მიუხედავად ამისა, მას არ მიაჩნია, რომ პროდუქტს მიენიჭა გადაჭარბებული მნიშვნელობა. გადაცემის მსვლელობისას, ნ. ფაშალიშვილის განმარტებით, საუბარი იყო ზოგად თემებზე, მათ შორის, მოსახლეობის დამოკიდებულებაზე პლასტიკური ქირურგიის მიმართ. ასევე იყო ზოგადი სახის რჩევები, ოპერაციის დადებით და უარყოფით მხარეებზე. შპს „ტელეიმედის“ წარმომადგენელმა განმარტა, რომ დღეს პლასტიკური ქირურგიის პოპულარობის გამო გუნდის მიერ გადაწყდა ამ თემატიკის გადაცემის მომზადება, ამასთან ვინაიდან კლიენტი მომსახურების რეკლამირებაში ფულს იხდიდა, ზემოაღნიშნულ თემატიკაში ინტეგრირებულ იქნა პროდუქტის რეკლამირება. ნ. ფაშალიშვილმა ასევე აღნიშნა, რომ „თბილდვინოს“ შემთხვევაში აქცენტი გაკეთდა ანიმაციურ ფილმზე, რომელიც ძალიან პოპულარულია ინტერნეტ სივრცეში და შესაბამისად, კლიპის დამკვეთიც იქნა მოწვეული გადაცემაში. გარდა იმისა, რომ დაკმაყოფილდა მაყურებლის ინტერესი, კომპანიამ ფულადი სარგებელიც მიიღო.

ნ.ფაშალიშვილმა განმარტა, რომ ორივე შემთხვევაში, კომპანიის თანამშრომლები მოქმედებდნენ სარედაქციო დამოუკიდებლობის ფარგლებში, თავად შეარჩიეს თემატიკა და ამასთან ერთად, ჯგუფმა მოიძია დამატებით შემოსავლის მიღების წყარო. პროგრამა არ მორგებულა პროდუქტის რეკლამირებას.

კომისია აღნიშნავს, რომ 2021 წლის 21 იანვრის სხდომა გადაიდო და დაინიშნა 28 იანვარს, 15 საათზე. აღნიშნულის თაობაზე შპს „ტელეიმედის“ წარმომადგენელი სხდომაზევე გაფრთხილდა.

კომისიის 2021 წლის 28 იანვრის სხდომაზე შპს „ტელეიმედის“ წარმომადგენელმა ნ. ფაშალიშვილმა აღნიშნა, რომ ჰქონდათ მოლოდინი, რომ კომისია საერთოდ არ აღიქვამდა ამას დარღვევად. როდესაც ტელეკომპანიის პროდიუსერებთან მსჯელობდნენ ამ საკითხზე, იყო აზრთა სხვადასხვაობა. ეს პირველი შემთხვევაა, როდესაც შპს „ტელეიმედის“ მონიტორინგის შედეგად დარღვევა დაუფიქსირდა პანდემიის განმავლობაში. მან დაამატა, რომ ამ საკითხს კიდევ ერთხელ გაივლიან პროდიუსერებთან. აცნობიერებენ და კომისიაში მსჯელობის შემდეგ კიდევ ჰქონდათ საუბარი პროდიუსერებთან და თოდუას კლინიკასთან დაკავშირებით გაშვებულ სიუჟეტში გარკვეულ გადაჭარბებებს ჰქონდა ადგილი. ეს გაიაზრეს და შემდეგ ჯერზე შეეცდებიან, რომ კლიენტებიც იყვნენ ინფორმირებული და მზად, რომ ნაკლები ინტენსივობით მოხდეს პროგრამაში პროდუქტის განთავსება. ზემოაღნიშნული გარემოებების გათვალისწინებით ნ. ფაშალიშვილმა ითხოვა კომისიამ გაათავისუფლოს შპს „ტელეიმედი“ პასუხისმგებლობისგან.

## **II. ადმინისტრაციული წარმოების პროცესში შესწავლილი მტკიცებულებები**

1. კომისიის აპარატის აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის სამსახურებრივი ბარათი (N20-10-2607, 24/12/2020) თანდართული მასალით (ვიდეო ჩანაწერი);
2. კომისიის აპარატის აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის სამსახურებრივი ბარათი (N20-10-2631, 29/12/2020);
3. მეწარმეთა და არასამეწარმეო იურიდიული პირების რეესტრისა და კომისიაში დაცული ავტორიზებულ პირთა უწყებრივი რეესტრის მონაცემები შპს „ტელეიმედის“ შესახებ;
4. შპს „ტელეიმედისთვის“ გაგზავნილი კომისიის შეტყობინება (Nგ-20-03/4383, 30/12/2020) კომისიის 2021 წლის 21 იანვრის სხდომაზე მოწვევის თაობაზე;
5. შპს „ტელეიმედის“ წარმომადგენლის ნ.ფაშალიშვილის ახსნა-განმარტებები გაკეთებული კომისიის 2021 წლის 21 და 28 იანვრის სხდომებზე.

## **III. კომისიის მიერ დადგენილი ფაქტობრივი გარემოებები**

1. შპს „ტელეიმედი“ წარმოადგენს მაუწყებლობაზე ავტორიზებულ პირს (მაუწყებლობის სახე: ტელემაუწყებლობა; მაუწყებლობის სახეობა: კერძო მაუწყებლობა; მაუწყებლობის ქვესახეობა: საერთო ტელემაუწყებლობა; ავტორიზაციის თარიღი; 15/07/2015);
2. შპს „ტელეიმედის“ მონიტორინგი, სამაუწყებლო ბადეში განთავსებულ პროგრამებში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსების მართლზომიერების დადგენის მიზნით, განხორციელდა 2020 წლის პირველი დეკემბრიდან 17 დეკემბრის ჩათვლით პერიოდზე;
3. 2020 წლის პირველი დეკემბრიდან 17 დეკემბრის ჩათვლით პერიოდზე განხორციელებული მონიტორინგის შედეგად ირკვევა შემდეგი:
  - 3.1. შპს „ტელეიმედის“ ეთერში განთავსებულია გადაცემა „იმედის დილა“, რომლის ფარგლებშიც 2020 წლის 15 დეკემბერს 8:42 საათზე გავიდა სიუჟეტი „თოდუას სამედიცინო ცენტრის“ პლასტიკური ქირურგიის მიმართულების შესახებ და სტუდიაში მოწვეული იყო სამედიცინო ცენტრის 2 წარმომადგენელი. წარმომადგენლებმა ისაუბრეს მათი მომსახურების დეტალებზე, თუ როდის შეიქმნა ეს

მიმართულება სამედიცინო ცენტრში, რა ტიპის მომსახურებები არის ხელმისაწვდომი, რატომ „თოდუას სამედიცინო ცენტრი“, რა უპირატესობები აქვს ამ კლინიკას, რა ტექნოლოგიებით არის აღჭურვილი და ა.შ. „რაც გამოგვარჩევს, რითაც ნამდვილად ლიდერები ვართ ბაზარზე არის ულტრა თანამედროვე ტექნოლოგიური მხარდაჭერა და პროფესიონალი ექიმების ტანდემი“ აღნიშნა წარმომადგენელმა და შემდეგ ისაუბრა ექიმების დასავლურ განათლებაზე და გამოცდილებაზე. შემდეგ, წამყვანი ეკითხება „მაგალითად ნაოჭებს ასწორებთ? ფილერებს, ბოტოქსებს?“, სამედიცინო ცენტრის წარმომადგენელმა აღნიშნა, რომ ყველაფერს აკეთებენ. ისაუბრეს მკერდის ოპერაციის დეტალებზე და მის უსაფრთხოებაზე. კლინიკის წარმომადგენელმა ისაუბრა საახალწლო შეთავაზებაზე, სპეციალური ფასი სხვადასხვა ოპერაციებზე, რომლებზეც 40%-იან ფასდაკლებას სთავაზობენ. სიუჟეტის მიმდინარეობისას არ ამონათებულია წარწერა „რეკლამა“.

- 3.2. გადაცემაში „იმედის დილა“ 2020 წლის 17 დეკემბერს გავიდა სიუჟეტი კომპანია „თბილღვინოს“ შესახებ, სადაც ნაჩვენებია იყო კომპანიის საიმჯო სარეკლამო რგოლი და მოწვეული იყო სტუდიაში კომპანიის განვითარების მენეჯერი. კომპანიის წარმომადგენელმა ისაუბრა ანიმაციური ვიდეო რგოლის შექმნის ისტორიაზე და მასთან დაკავშირებულ კამპანიაზე. გადაცემის მიმდინარეობისას ამონათდა „თბილღვინოს“ ონლაინ მაღაზიის ვებ-გვერდის ბმული [shop.tbilvino.ge](http://shop.tbilvino.ge), რის ფონზეც წარმომადგენელი საუბრობდა კომპანიის ახალ მიღწევებზე, ონლაინ მაღაზიის შექმნაზე, ახალ პროდუქტებზე, რომელსაც მომხმარებელს მომდევნო წელს წარუდგენენ, ჯილდოებზე, რომელიც კონკურსებზე მოიპოვეს და სხვა. გადაცემის მიმდინარეობისას სტუდიაში არსებულ ეკრანებზე იყო გამოტანილი „თბილღვინოს“ ბრენდის გამოსახულება.
4. შპს „ტელეიმედის“ ეთერში გასულ გადაცემებში, რომლებშიც განხორციელდა პროდუქტის განთავსება, არ იყო მკაფიოდ იდენტიფიცირებული პროდუქტის განთავსება და არ იყო ამაზე ნათლად მითითებული;
5. შპს „ტელეიმედის“ გადაცემაში 2020 წლის 15 და 17 დეკემბერს გასულ სიუჟეტებში, პროდუქტს ენიჭება გადაჭარბებული მნიშვნელობა. ამასთან, პროგრამაში პროდუქტის განთავსება ისე ხდება, რომ ის გავლენას ახდენს პროგრამის შინაარსზე. კერძოდ, „თბილღვინოს“ შეთხვევაში, გადაცემის ეს ნაწილი სრულად მიემდვნა კომპანია „თბილღვინოს“, მისი პროდუქტებისა და მისი სასაქონლო ნიშნის რეკლამირებას, ნაჩვენებია იყო 3 წუთიანი საიმჯო რგოლი, სტუდიაში მოწვეული იყო სტუმრად კომპანიის წარმომადგენელი და გადაცემის შინაარსი მორგებული იყო იმ კომპანიაზე, რომლის პროდუქტის განთავსებასაც ჰქონდა ადგილი პროგრამაში. ხოლო, რაც შეეხება „თოდუას სამედიცინო ცენტრს“, აქაც გადაცემა სრულად აწყობილი იყო სამედიცინო ცენტრის, მისი სასაქონლო ნიშნის, მომსახურებების და ექიმების რეკლამირებისთვის. მოწვეული ყავდათ ორი სტუმარი კლინიკიდან: პლასტიკური ქირურგიის მიმართულების ხელმძღვანელი ექიმი და მარკეტინგის განყოფილების ხელმძღვანელი. აქცენტი გაკეთდა კლინიკის ახალ დანერგილ მიმართულებაზე, ექიმების განათლებასა და კვალიფიკაციაზე, კლინიკის უპირატესობებზე კონკურენტებთან, ჩამოთვლილი იყო კონკრეტული მომსახურებები და ისაუბრეს ფასდაკლებებზეც. მთელი გადაცემის შინაარსი მორგებული იყო კლინიკის მიერ შექმნილ ახალ პროდუქტზე.
6. ბოლო ერთი წლის განმავლობაში შპს „ტელეიმედის“ 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 სანქციების 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 45<sup>1</sup> 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 3<sup>17</sup> 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 69<sup>1</sup> 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 შეძენისაკენ 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 წვეტის 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 შემთხვევაში, 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 აღმოფხვრისთვის ან პრევენციისთვის ღონისძიებათა განსახორციელებლად. მაუწყებლის გაფრთხილების უფლებამოსილება არ ვრცელდება ამ კანონის 56<sup>1</sup> და 56<sup>2</sup> მუხლებით გათვალისწინებული ვალდებულებების შეუსრულებლობის შემთხვევებზე.

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

კომისიას არაერთ გადაწყვეტილებაში (მაგ.: „შპს „კომპანია მედიასტრიმი“-სთვის ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“ კომისიის 2016 წლის 10 მარტის N161/18 გადაწყვეტილება; „შპს „სამაუწყებლო კომპანია რუსთავი 2“-სთვის ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“ კომისიის 2017 წლის 4 აპრილის N219/18 გადაწყვეტილებაში) აქვს ყურადღება გამახვილებული ევროპული ქვეყნების მარეგულირებელი ორგანოების მიერ მიღებულ გადაწყვეტილებებზე პროდუქტის (საქონელი/მომსახურება) განთავსების (Product Placement) წესების დარღვევასთან დაკავშირებით. კერძოდ, გაერთიანებული სამეფოს მარეგულირებელმა ორგანომ (Ofcom) 2015 წლის 1 ივნისს მიღებულ გადაწყვეტილებაში (Brit Asia TV Music Awards) აღნიშნა, რომ AVMS დირექტივის მოთხოვნაა, რომ სამაუწყებლო პროგრამა, რომელიც შეიცავს ე.წ. „Product Placement“-ს, არ უნდა შეიცავდეს პროდუქტის შეძენისაკენ პირდაპირ მოწოდებას და მან პროდუქტს გადაჭარბებული მნიშვნელობა არ უნდა მიანიჭოს. მარეგულირებელი ორგანო მიუთითებს AVMS დირექტივასა და თავად Ofcom-ის მიერ მიღებულ „სამაუწყებლო პროგრამაში სარეკლამო მითითებების სახელმძღვანელო წესებზე“ (Guidance Notes; Section Nine: Commercial references in television programming) და აღნიშნავს, რომ პროდუქტის/მომსახურების და სასაქონლე ნიშნისთვის გადაჭარბებული მნიშვნელობის მინიჭება განხილულ უნდა იქნას იმ სამაუწყებლო პროგრამის სარედაქციო შინაარსთან მიმართებით, სადაც ხდება მისი განთავსება. პროგრამაში განთავსებული პროდუქტი/მომსახურება გავლენას არ უნდა ახდენდეს პროგრამის შინაარსზე და თავად პროგრამა არ უნდა იყოს შექმნილი მასში განთავსებული პროდუქტის/მომსახურებისთვის. განსახილველ საკითხთან დაკავშირებით მარეგულირებელი ორგანო ყურადღებას ამახვილებს იმ გარემოებაზე, რომ მოცემულ შემთხვევაში ადგილი ჰქონდა პროგრამის წამყვანის მიერ სარეკლამო ე.წ. „ბრენდული“ შეტყობინებების გავრცელებას და მოწოდებებს კონკრეტული ქმედებისკენ. შესაბამისად „Ofcom“-მა მაუწყებლის ქმედება დააკვალიფიცირა როგორც პროგრამაში პროდუქტის/მომსახურების და სასაქონლე ნიშნის განთავსებისას სარეკლამო

შეტყობინებების გავრცელება, რაც მიზნად ისახავდა რეკლამირებას და არ იყო გამართლებული სარედაქციო შინაარსით.

ასევე, საფრანგეთის მარეგულირებელმა ორგანომ ტელევიზიით გადაცემულ სერიალში - „Nos chers voisins“ კარებების მონტაჟის სცენა (სადაც ჩანდა რეალური კომპანიის დასახელება; მუშას ამ კომპანიის სამუშაო ტანისამოსი ეცვა) მიიჩნია პროდუქტისათვის გადაჭარბებული მნიშვნელობის მინიჭებად; ასევე აღნიშნა, რომ მან გავლენა მოახდინა პროგრამის შინაარსზე, ვინაიდან სიუჟეტი დაწერილი იყო განთავსებული პროდუქტისთვის.

გერმანიის მარეგულირებელმა ორგანომ, გადაცემაში - „Dschungelcamp“ განთავსებული შოკოლადი - „Pickup“-ის განთავსება მიიჩნია გადაჭარბებული მნიშვნელობის მინიჭებად ვიზუალური და აუდიო აქცენტირების გამო და ასევე იმის გამო, რომ პროდუქტს ხშირად ახსენებდნენ თამაშის მონაწილეები საუბარში.

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, კომისიას მიაჩნია, რომ შპს „ტელეიმედის“ სამაუწყებლო ბადეში 2020 წლის 15 და 17 დეკემბერს გასულ სიუჟეტებში (გადაცემა „იმედის დილა“ - სიუჟეტები: „თოდუას სამედიცინო ცენტრი“ და „თბილღვინო“) განთავსებულ პროდუქციას ენიჭება გადაჭარბებული მნიშვნელობა და გავლენას ახდენს პროგრამის შინაარსზე. მთელი გადაცემის მსვლელობისას გადაცემის თემატიკა სრულად იყო მორგებული კონკრეტულ ბრენდს და მთელი გადაცემის მსვლელობისას საუბარაც მხოლოდ ამ ბრენდის მიერ შეთავაზებულ მომსახურებაზე/პროდუქტზე იყო, ამასთან, არაერთი ფრაზით პროდუქტს მიენიჭა გადაჭარბებული მნიშვნელობა. ასევე, გამოკვეთილად იყო საუბარი მათ უპირატესობებზე (იხ. დადგენილი ფაქტობრივი გარემოებების მე-3 და მე-5 პუნქტები). ასევე, პროდუქტის განთავსებისას არ მოხდა ამის შესახებ ნათლად მითითება (იხ. დადგენილი ფაქტობრივი გარემოებების მე-4 პუნქტი). 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 „ტელეიმედის“ მიერ დაირღვა „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69<sup>1</sup> მუხლის მე-2 პუნქტის ა) და გ) ქვეპუნქტები და მე-3 პუნქტი, 45<sup>1</sup> მუხლის მე-10 პუნქტის ა) ქვეპუნქტი და 70-ე მუხლის პირველი პუნქტი, რაც მისთვის ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების საფუძველს წარმოადგენს. იმის გათვალისწინებით, რომ შპს „ტელეიმედის“ მიერ აღგილი არ ქონია ბოლო ერთი წლის განმავლობაში იგივე/ერთგვაროვანი სამართალდარღვევის ჩადენისათვის ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების შემთხვევას, შპს „ტელეიმედი“ 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, 45<sup>1</sup> მუხლის მე-10 პუნქტის ა) ქვეპუნქტის, 69<sup>1</sup> 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 „ტელიმედს“ მიეცეს გაფრთხილება „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69<sup>1</sup> მუხლის მე-2 პუნქტის ა) და გ) ქვეპუნქტების და მე-3 პუნქტის, 45<sup>1</sup> მუხლის მე-10 პუნქტის ა) ქვეპუნქტისა და 70-ე მუხლის პირველი პუნქტის დარღვევის გამო;
2. დაევალოს კომისიის აპარატის ადმინისტრაციას (ო.ვოტ) წინამდებარე გადაწყვეტილების შპს „ტელიმედისთვის“ დაუყოვნებლივ გაგზავნა და კომისიის ოფიციალურ ვებგვერდზე ([www.comcom.ge](http://www.comcom.ge)) გამოქვეყნება;
3. დაევალოს კომისიის აპარატის სამართლებრივ დეპარტამენტს (თ. გოშუა) შპს „ტელიმედისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე ინფორმაციის კომისიის ავტორიზებულ პირთა უწყებრივ რეესტრში შეტანის უზრუნველყოფა;
4. გადაწყვეტილება ძალაში შედის მისი დამოწმებული ასლის შპს „ტელიმედისთვის“ ჩაბარების დღიდან;
5. გადაწყვეტილება შეიძლება გასაჩივრდეს ქ.თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიაში (მისამართი: ქ. თბილისი, დავით აღმაშენებლის ხეივანი N64) შპს „ტელიმედისთვის“ 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

