

## გადაწყვეტილება

N გ-22-16/360  
11/08/2022

360-გ-22-1-4-202208112006



შპს „ტელეკომპანია პირველის“, შპს „მთავარი არხის“ და შპს „ფორმულას“ მიმართ მოქალაქეთა პოლიტიკური გაერთიანების „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველოს“ საჩივრის განსახილველად მიღებისა და არსებითად განხილვის თარიღის დანიშვნის თაობაზე.

### I. საქმის აღწერა

საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას (შემდგომში - „კომისია“) 2022 წლის 5 აგვისტოს საჩივრით (კომისიაში რეგისტრაციის № შ-22-6/2874; 05.08.2022) მიმართა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველო“. საჩივარში აღნიშნულია, რომ 2022 წლის 23 და 24 ივნისს, შპს „ფორმულას“, შპს „ტელეკომპანია პირველის“ და შპს „მთავარი არხის“ ეთერში განთავსდა და გავრცელდა წინასაარჩევნო/პოლიტიკური რეკლამის შინაარსის მქონე ვიდეორგოლები.

საჩივარში აღნიშნულია, რომ შპს „ფორმულას“, შპს „ტელეკომპანია პირველის“ და შპს „მთავარი არხის“ ეთერში განთავსებული ვიდეორგოლების შინაარსიდან გამომდინარე, აშკარაა, რომ იგი გამიზნულია პირთა განუსაზღვრელი წრისთვის, ემსახურება პოლიტიკური გაერთიანების „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველოს“ და მისი იდეის უარყოფითად ფორმირებას და მიზნად ისახავს სამომავლო არჩევნებში არჩევისთვის ხელის შეშლას. სარეკლამო რგოლი ცხადად ახდენს პოლიტიკური გაერთიანება „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველოს“ იდენტიფიცირებას კონკრეტული პარტიის სახეებზე მითითებით. ამასთან, სარეკლამო რგოლი შეიცავს მმართველი პარტიის, მათი ლიდერების, ხელისუფლების წარმომადგენლების, სახელმწიფო-პოლიტიკური თანამდებობის პირების უარყოფით კონტექსტში წარმოჩენას, მათ მიერ ევროპარლამენტის რეზოლუციასთან, კანდიდატის სტატუსთან და უკრაინაში მიმდინარე ომთან დაკავშირებით გაკეთებული განცხადებების კონტექსტიდან ამოგლეჯილი ამონარიდების საფუძველზე, ემსახურება მათ მიმართ საზოგადოებაში უარყოფითი აზრის ფორმირებას.

საჩივრის მიხედვით, საქართველოს კანონმდებლობა მკაცრად არეგულირებს წინასაარჩევნო/პოლიტიკური რეკლამის მაუწყებლის ეთერში განთავსების თარიღს,

რეკლამის განთავსების ფორმას, რეკლამის ფასების გამოქვეყნების წესს, რეკლამის ხანგრძლივობასა და რეკლამებს შორის დროის ინტერვალებს, რომელიც საარჩევნო სუბიექტისათვის თანაბარი, მიუკერძოებელი და არადისკრიმინაციული უნდა იყოს. ამდენად, როგორც საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“, ასევე „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონისა და კანონქვემდებარე ნორმატიული აქტების მიხედვით, როგორც ფასიანი, ისე უფასო წინასაარჩევნო რეკლამის მაუწყებლის ეთერში განთავსება იკრძალება კენჭისყრამდე 50-ე დღემდე. ვინაიდან 2022 წლის 23 და 24 ივნისს არ მიმდინარეობდა წინასაარჩევნო კამპანია, მაუწყებლები მოკლენულნი იყვნენ შესაძლებლობას, განეთავსებინათ რგოლი, რომელიც წინასაარჩევნო/პოლიტიკური რეკლამის შინაარსის მატარებელი იქნებოდა. შესაბამისად, შპს „ფორმულას“, შპს „ტელეკომპანია პირველის“ და შპს „მთავარი არხის“ სამაუწყებლო ეთერში 2022 წლის 23 და 24 ივნისს, არაწინასაარჩევნო პერიოდში წინასაარჩევნო/პოლიტიკური რეკლამების განთავსება და გავრცელება წარმოადგენს რეკლამის შინაარსის და გავრცელების წესის შესახებ საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი მოთხოვნების დარღვევას.

საჩივარში აღნიშნულია, რომ შპს „ფორმულას, შპს „ტელეკომპანია პირველის“ და შპს „მთავარი არხის“ მიერ დაირღვა „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 70-ე მუხლის პირველი პუნქტი და 63-ე მუხლის მე-2 პუნქტი. ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, საჩივრის ავტორის მოთხოვნაა, შესაბამისი რეაგირების განხორციელება და მაუწყებლებისთვის ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრება.

შპს „ტელეკომპანია პირველის“, შპს „მთავარი არხის“ და შპს „ფორმულას“ მიმართ მოქალაქეთა პოლიტიკურ გაერთიანების „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველოს“ საჩივრის განსახილველად მიღების საკითხის განხილვის მიზნით კომისიის მოსამზადებელი სხდომა გაიმართა 2022 წლის 11 აგვისტოს, 15:00 საათზე. კომისიის 2022 წლის 11 აგვისტოს მოსამზადებელ სხდომას ესწრებოდნენ პოლიტიკური გაერთიანების „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველოს“ წარმომადგენელი ს. ჯორბენაძე; შპს „ტელეკომპანია პირველის“ წარმომადგენლები ნ. აბურჯანიძე, ე. ზანდუკელი და გ. მშვენიერაძე; შპს „მთავარი არხის“ წარმომადგენელი თ. მურადაშვილი; შპს „ფორმულას“ წარმომადგენლები ე. ქათამაძე, მ. კაპანაძე და გ. ხარშილაძე.

მოქალაქეთა პოლიტიკური გაერთიანების „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველოს“ წარმომადგენელმა ს. ჯორბენაძემ აღნიშნა, რომ რადგანაც საკითხი ეხებოდა წინასაარჩევნო პოლიტიკურ რეკლამას, კომუნიკაციების კომისია განსაზღვრავს იმას, თუ სამართლებრივად რამდენად მართებულ პერიოდში და კანონის დაცვით იყო იგი განთავსებული. კომუნიკაციების კომისია არის ის ორგანო, რომელიც ამ საკითხის სამართლებრივ მხარეს იხილავს. აქედან გამომდინარე მიაჩნიათ, რომ ამ საკითხზე მსჯელობისთვის სწორედ კომუნიკაციების კომისია არის შესაბამისი ორგანო. რაც შეეხება იმას, თუ რამდენად არის დაინტერესებული მხარე მოქალაქეთა პოლიტიკურ გაერთიანება „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველო“, განცხადებაშიც აღნიშნულია და მიაჩნიათ, რომ პოლიტიკური რეკლამა, ვიდეო რგოლი, რომელიც არის სადავოდ გამხდარი, არის წინასაარჩევნო პოლიტიკური რეკლამა, ვინაიდან მასში შესაძლებელია იმ პირების იდენტიფიცირება, რომლებიც წარმოადგენენ სწორედ მოქალაქეთა პოლიტიკურ გაერთიანება „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველოს“ და წარმოჩენილი არიან შესაბამისი სახით.

შპს „ფორმულას“ წარმომადგენელმა, მ. კაპანაძემ აღნიშნა, რომ მოცემულ შემთხვევაში არ კმაყოფილდება საჩივრის დასაშვებობის კრიტერიუმები, რადგან სადავო ვიდეო კლიპი

არის სოციალური რეკლამა. რამდენადაც ცნობილია, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონში პირდაპირ წერია, რომ სოციალური რეკლამის განთავსებასთან დაკავშირებით შინაარსობრივი პასუხისმგებლობა ეკისრება რეკლამის დამკვეთს და არა ტელეკომპანიას. რეკლამის დამკვეთთან კი დავა განიხილება სასამართლოში და არა კომუნიკაციების კომისიაში, ვინაიდან ამ ნაწილში კომპეტენცია კომუნიკაციების კომისიას არ გააჩნია. რაც შეეხება წინასაარჩევნო თუ პოლიტიკურ რეკლამას, მათთვის ცნობილია, თუ რა პრაქტიკა აქვს განვითარებული ამ მიმართულებით კომუნიკაციების კომისიას სხვა საქმეებთან დაკავშირებით, მაგრამ მათი პოზიციით, არ არსებობს რეგულირება წინასაარჩევნო პერიოდის მიღმა, რომელიც შესაძლებელს გახდიდა კომუნიკაციების კომისიას ემსჯელა არა წინასაარჩევნო პერიოდში რეკლამის განთავსების შესახებ. საქართველოს ორგანული კანონი „საქართველოს საარჩევნო კოდექსი“ არეგულირებს წინასაარჩევნო პერიოდში რეკლამის განთავსების საკითხებს და წესებს, რომლებიც ფიზიკურად ვერ იქნება გამოყენებული არა წინასაარჩევნო პერიოდში. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონში კი არ არის მკაფიო რეგულირება, რაც კომუნიკაციების კომისიას მიანიჭებდა უფლებამოსილებას, შეეფასებინა პოლიტიკური რეკლამის განთავსება-არგანთავსების საკითხი არა წინასაარჩევნო პერიოდში. რაც შეეხება დაინტერესებული მხარის ნაწილს, მნიშვნელოვანია ყურადღება გამახვილდეს იმაზე, როგორ უნდა დადგინდეს, საუბარი არის პოლიტიკური გაერთიანება „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველოს“ შესახებ, თუ საუბარი არის კონკრეტულ პიროვნებებზე, პოლიტიკური თანამდებობების მქონე პირებზე, რომლებიც არიან ხელისუფლების წარმომადგენლები. შესაბამისად, არც ამ ნაწილში არსებობს საკმარისი არგუმენტაცია, რათა დაინტერესებულ მხარედ ჩაითვალოს მოქალაქეთა პოლიტიკური გაერთიანება „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველო“.

შპს „ტელეკომპანია პირველის“ წარმომადგენელმა, ქ. ზანდუკელმა, აღნიშნა, რომ სწორედ ამ სხდომაზე უნდა გადაწყდეს, რა სახის რეკლამაზეა საუბარი, იმისთვის რომ გაირკვეს, რამდენად აქვს კომუნიკაციების კომისიას საჩივრის განხილვის კომპეტენცია და რამდენად არის განცხადება წარმოდგენილი უფლებამოსილი პირის მიერ. შესაბამისად, თუ მიიჩნევენ, რომ აღნიშნული კლიპი არის სოციალური რეკლამა, გამოჩნდება, რომ კომისიის კომპეტენციაზე საუბარი შესაძლებელი იქნება მხოლოდ ტექნიკური მახასიათებლების დარღვევის ფარგლებში, ხოლო შინაარსობრივ ნაწილში კომისიის კომპეტენცია არ იარსებებს. ამიტომ სწორედ დასაშვებობის სტადიაზე, დღევანდელ მოსამზადებელ სხდომაზე, კომისიის წევრებმა ამ საკითხებზე უნდა იმსჯელონ და გადაწყვიტონ, რა სახის რეკლამასთან აქვთ საქმე. საჩივრის ავტორი საუბრობს, ერთი მხრივ, წინასაარჩევნო რეკლამის განთავსების პერიოდის დარღვევაზე, მეორე მხრივ კი ამბობს, რომ კლიპის შინაარსი მის მარწმუნებელს გარკვეულ ზიანს აყენებს. შესაბამისად, საჩივრის ავტორი თვითონ აპელირებს შინაარსზე. თუ მიიჩნევენ, რომ ეს არის სოციალური რეკლამა, გამოვა, რომ განცხადების ავტორისთვის არასასურველი შინაარსის იყო ეს რეკლამა და ამ შემთხვევაში, არც მაუწყებლები იქნებიან მოპასუხეები და არც კომუნიკაციების კომისია იქნება უფლებამოსილი ორგანო, რომელიც ამ საკითხს განიხილავს და გადაწყვეტილებას მიიღებს.

შპს „ტელეკომპანია პირველის“ წარმომადგენელმა, გ. მშვენთაძემ აღნიშნა, რომ საჩივრის დასაშვებობის ეტაპზე ორი საკითხი უნდა გადაწყდეს - არის თუ არა ორგანო კომპეტენტური, რომ საჩივარი განიხილოს და მეორე, არის თუ არა დაინტერესებული სუბიექტი განცხადების ავტორი, რომელიც მიმართავს ადმინისტრაციულ ორგანოს, ამ შემთხვევაში მარეგულირებელ კომისიას. პოლიტიკური გაერთიანების „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველოს“ წარმომადგენელი მის მიერ გამოხატულ პოზიციასში აპელირებს სწორედ რეკლამის შინაარსზე. მათივე განცხადებით, კლიპში ასახული პირები,

რომლებიც უარყოფით კონტექსტში არიან წარმოდგენილი, ცხადად ახდენენ პოლიტიკური გაერთიანების „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველოს“ იდენტიფიცირებას, რადგან პირები, რომლებიც კლიპში ჩანან, არიან სწორედ აღნიშნული პარტიის წარმომადგენლები. ცხადია, როდესაც საუბრობენ პოლიტიკური თანამდებობის პირებზე, ისინი სხვადასხვა პარტიას წარმოადგენენ, მაგრამ არსებობს კონსტიტუციური პრინციპი, რომელიც დემოკრატიულ სახელმწიფოებში გამოიყენება. ესაა ხელისუფლებისა და სხვა სამოქალაქო საზოგადოებრივი ორგანიზაციების, რომლებსაც ფართო გაგებით პოლიტიკური პარტიები წარმოადგენენ, გამიჯვნის პრინციპი. პოლიტიკური გაერთიანება „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველო“, როგორც პოლიტიკური პარტია, გამიჯნულია ხელისუფლებისგან. შესაბამისად, ვიდეო რგოლში გამოსახული ადამიანები წარმოდგენილი არიან როგორც პოლიტიკური თანამდებობის პირები და არა როგორც პოლიტიკური გაერთიანება „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველოს“ წარმომადგენლები. ამას ისიც ადასტურებს, რომ ვიდეო რგოლში არსად არის გამოხატული აღნიშნული პარტიის სიმბოლიკა, ან საარჩევნო ნომერი, ან ლოგო, ან დროშის ფერი. როდესაც ეს ვიდეო რგოლი მიიტანეს ტელევიზიაში, ტელევიზიის მესვეურებმა შეამოწმეს ვიდეო რგოლის შინაარსი. ის არ იყო პოლიტიკური შინაარსის მატარებელი, პარტიული და წინასაარჩევნო შინაარსის მატარებელი, არამედ მას ჰქონდა სოციალური შინაარსი. სწორედ ამიტომ, ის ავტომატურად გადავიდა სოციალური რეკლამის კომპონენტში და როგორც სოციალური რეკლამა, ისე იქნა ჩაშვებული სატელევიზიო ბადეში.

შპს „მთავარი არხის“ წარმომადგენელმა, თ. მურადაშვილმა აღნიშნა, რომ საჩივრიდან გამომდინარე, ეს არ არის პოლიტიკური წინასაარჩევნო რეკლამა. ყველა საკანონმდებლო მუხლი, ნორმა, რაც არის ქართულ კანონმდებლობაში, ამაზე მიუთითებს. მათ შორის ეს სადავო რგოლი ვერ ჯდება საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსით“ განსაზღვრულ წინასაარჩევნო სარეკლამო რგოლის დეფინიციისაში. ასევე პოლიტიკური გაერთიანება „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველო“ ვერ იქნება დაინტერესებული მხარე, ვინაიდან ეს კლიპი არ ეხებოდა ამ პარტიას. ცალსახაა, რომ კლიპში ჩანან თანამდებობის პირები და არა მხოლოდ თანამდებობის პირები, არის ასევე მაგალითად მედიის წარმომადგენელი გიორგი გაჩეჩილაძე. ანუ, კლიპი არ იყო ორიენტირებული მოქალაქეთა პოლიტიკური გაერთიანება „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველოზე“, როგორც პოლიტიკურ სუბიექტზე. სწორედ პოლიტიკურ სუბიექტზე აკეთებს აქცენტს თავად საჩივრის ავტორი, ვინაიდან ის მიუთითებს, რომ მოქალაქეთა პოლიტიკურ გაერთიანება „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველოს“ მიადგა ზიანი და მისთვის ხელისშემშლელია ეს კლიპი არჩევნებში. ნათელია, რომ ვინაიდან კლიპში არ არის ნახსენები აღნიშნული პარტია, არც მისი სიმბოლიკა არ არის გამოსახული, არ არის მოქალაქეთა პოლიტიკური გაერთიანება „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველო“ დაინტერესებული პირი და არც შეიძლება იყოს. მათ წარმოადგინეს წერილი, რომელიც მოძრაობა „სირცხვილიამ“ მისცა, მოითხოვეს ამ კლიპის შესწავლა სოციალური რეკლამის კანონმდებლობასთან შესაბამისობის კუთხით, ტელეკომპანიამ შეისწავლა კლიპი და ამის შემდეგ განათავსა ეთერში.

კომისიის სხდომაზე აზრი დააფიქსირა ასევე მედიის ადვოკატორების კოალიციის წარმომადგენელმა, ნ. კაპანაძემ, რომელმაც აღნიშნა, რომ როგორც შინაარსში შესვლის და დასაშვებობის ეტაპზე, კომუნიკაციების კომისიას აქვს სრული უფლებამოსილება, უარი უთხრას მოქალაქეთა პოლიტიკური გაერთიანება „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველოს“. ახლა არ არის წინასაარჩევნო პერიოდი და პოლიტიკურ პარტიას, რომელსაც შესაძლოა ჰქონდეს სურვილი მომავალ არჩევნებში მიიღოს მონაწილეობა, ვერ შეელახება ინტერესი, თუნდაც მისი წარმომადგენლების მოსაზრებების ტირაჟირებით.

მაუწყებლებს არ დაუმახინჯებიათ კონკრეტული გამონათქვამები, ეს იყო სწორედ ის გამონათქვამები, რომლებიც საჯაროდ იყო გაქვეყნებული. პროდასავლური რგოლის გამო მაუწყებლების დასჯა და თუნდაც მცდელობა, რომ მარეგულირებელ კომისიასთან ერთად მმართველმა პარტიამ შეძლოს მაუწყებლების დასჯა, იქნება უდიდესი ზიანი ქართული მედია გარემოსთვის. ამიტომ ფიქრობენ, რომ ეს საფრთხე დღეს სწორედ კომუნიკაციების კომისიამ უნდა შეაჩეროს საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის ძალიან განმტკიცებული საშუალებით, რომ დასაშვებობის ეტაპზე იმ პირებს, რომელთა უფლებებიც შეუძლებელია იყოს დარღვეული პროდასავლური კლიპის მეშვეობით, არ უნდა ჰქონდეთ შესაძლებლობა მოითხოვონ მაუწყებლების დასჯა.

## **II. 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 „ვ“ ქვეპუნქტის თანახმად, მაუწყებელთა შორის, აგრეთვე მათსა და მომხმარებლებს შორის წარმოქმნილი სადავო საკითხების გადაწყვეტა თავისი უფლებამოსილების ფარგლებში.

3. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის მე-3 პუნქტის „ი“ ქვეპუნქტის მიხედვით, მაუწყებლობის სფეროში კომისიის ერთ-ერთი ფუნქციას ასევე, წარმოადგენს საავტორო და მომიჯნავე უფლებების, მათზე ზეგავლენისაგან არასრულწლოვანთა დაცვის, აგრეთვე რეკლამის შესახებ საკანონმდებლო აქტების შესრულებაზე ზედამხედველობა და კონტროლი.

4. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-14 მუხლის მე-2 პუნქტის შესაბამისად, 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.

5. „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.

6. „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონის 17<sup>1</sup> მუხლის თანახმად, სამაუწყებლო რეკლამის სფეროში რეკლამის გავრცელების დროის, განთავსების ფორმისა (ადგილისა) და გამოყენებული საშუალებების, აგრეთვე სამაუწყებლო რეკლამის გამავრცელებლის მიერ „მაუწყებლობის შესახებ“ და „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონებით, საქართველოს სხვა საკანონმდებლო აქტებით დადგენილი შეზღუდვების დაცვის კონტროლს ახორციელებს მხოლოდ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია, რომელიც თავისი კომპეტენციის ფარგლებში: ა) იღებს გადაწყვეტილებას არასათანადო რეკლამის

სრულად ან ნაწილობრივ შეჩერებაზე ან კონტრეკლამის განხორციელებაზე; ბ) უფლებამოსილია „მაუწყებლობის შესახებ“ და „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონების, სხვა საკანონმდებლო აქტების მოთხოვნათა დამრღვევს კანონით დადგენილი წესით დააკისროს „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით განსაზღვრული სანქცია; გ) უფლებამოსილია მიმართოს შესაბამის ორგანოებს სისხლისსამართლებრივი დევნის დაწყების თაობაზე.

7. „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონის 21-ე მუხლის 2<sup>1</sup> პუნქტის შესაბამისად, სამაუწყებლო რეკლამის მარეგულირებელი ნორმების შეუსრულებლობისთვის პასუხისმგებლობას აკისრებს საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია.

8. „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-3 მუხლის მე-15 პუნქტის შესაბამისად, სამაუწყებლო რეკლამა განმარტებულია როგორც მაუწყებლის მიერ გავრცელებული (გადაცემული) 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.

9. „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.

10. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „ჰ“<sup>14</sup> 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.

11. საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ მე-2 მუხლის „ჯ“ ქვეპუნქტის შესაბამისად, წინასაარჩევნო/პოლიტიკური რეკლამა განმარტებულია როგორც 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 სარეფერუნდომოდ/საპლემბისციტოდ გამოტანილი საკითხების გადაწყვეტის სასარგებლოდ ან საწინააღმდეგოდ.

12. „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.

13. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-2 პუნქტის შესაბამისად, იკრძალება არასათანადო, არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო, არაეთიკური და აშკარად ყალბი რეკლამის ან ტელეშოპინგის განთავსება.

14. „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.

15. „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, ხოლო მე-2 პუნქტის შესაბამისად, მაუწყებლის საქმიანობის საქართველოს კანონმდებლობასთან შესაბამისობაზე ზედამხედველობასა და კონტროლს ახორციელებს მხოლოდ კომისია, გარდა საგადასახადო და სამართალდამცავი ორგანოების მიერ მათი უფლებამოსილების ფარგლებში განხორციელებული ზედამხედველობისა და კონტროლისა.

16. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-14 მუხლის მე-3 პუნქტის შესაბამისად, საჩივრის მიღებიდან 7 სამუშაო დღის განმავლობაში კომისია იღებს დასაბუთებულ გადაწყვეტილებას საჩივრის განსახილველად მიღების ან საჩივარზე უარის თქმის შესახებ და დაუყოვნებლივ ატყობინებს ამის თაობაზე მომჩივანს. ამავე მუხლის მე-4 პუნქტის მიხედვით, მომხმარებელთა განცხადებებსა და საჩივრებს კომისია განიხილავს ზეპირი მოსმენით, ადმინისტრაციული წარმოების წესით, გარდა საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსით დადგენილი გამონაკლისებისა და იმ შემთხვევებისა, როდესაც სადავო საკითხების გადაწყვეტა არ მოითხოვს ორგანიზებული პროცედურების განხორციელებას. მომხმარებელთა იმ განცხადებებსა და საჩივრებს, რომლებიც შეეხება პირთა ფართო წრის ინტერესებს, კომისია განიხილავს მხოლოდ საჯარო ადმინისტრაციული წარმოების წესით.

17. საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის 177-ე მუხლის მე-4 ნაწილის თანახმად, ცალკე გასაჩივრებას არ ექვემდებარება ადმინისტრაციული წარმოების საკითხთან დაკავშირებით მიღებული ადმინისტრაციული ორგანოს გადაწყვეტილება, გარდა იმ შემთხვევისა, თუ ეს პირდაპირ არის გათვალისწინებული კანონით ან შესაბამისი ადმინისტრაციულ-სამართლებრივი აქტისაგან დამოუკიდებლად არღვევს პირის უფლებას ან კანონიერ ინტერესს.

18. საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2003 წლის 27 ივნისის №1 დადგენილებით დამტკიცებული „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის საქმიანობის მარეგულირებელი წესების“ 45-ე მუხლის პირველი პუნქტის მიხედვით, ელექტრონული კომუნიკაციების სფეროში ავტორიზებულ პირებს, ავტორიზებულ პირებსა და მომხმარებლებს შორის დავის განხილვის შემთხვევაში კომისია ნიშნავს მოსამზადებელ სხდომას საჩივრის/განცხადების რეგისტრაციიდან 10 სამუშაო დღის ვადაში, ხოლო მაუწყებლებს, მაუწყებლებსა და მომხმარებლებს შორის დავის განხილვის შემთხვევაში – საჩივრის/განცხადების მიღებიდან 7 სამუშაო დღის ვადაში. თუ არსებობს დავის არსებითი განხილვის წინაპირობები, მოსამზადებელი სხდომა შეიძლება გადაიზარდოს დავის არსებითი განხილვის სხდომაში. ამავე მუხლის მე-6 პუნქტის შესაბამისად, მოსამზადებელ სხდომაზე კომისია იღებს გადაწყვეტილებას დავის განხილვის დღის დანიშვნის შესახებ. კომისია უფლებამოსილია მიიღოს გადაწყვეტილება დავის განხილვის შესახებ ადმინისტრაციული წარმოების შეწყვეტის თაობაზე, თუ

დაადგენს, რომ დავის საგანი არ უკავშირდება მისთვის კანონმდებლობით მინიჭებული მარეგულირებელი ფუნქციების განხორციელებას, ან განცხადების/საჩივრის განუხილველად დატოვების თაობაზე, თუ განმცხადებელი/საჩივრის ავტორი განსაზღვრულ ვადაში არ წარმოადგენს დამატებით ინფორმაციას ან დოკუმენტს.

საქართველოს კანონმდებლობის თანახმად, მაუწყებლის წინააღმდეგ საჩივრის მიღებიდან 7 სამუშაო დღის ვადაში კომისია ნიშნავს მოსამზადებელ სხდომას და იღებს გადაწყვეტილებას საჩივრის განსახილველად მიღების ან საჩივარზე უარის თქმის შესახებ. კომუნიკაციების კომისია უფლებამოსილია არ ცნოს საჩივარი დაუშვებლად, თუ იგი არ არის წარდგენილი უფლებამოსილი სუბიექტის მიერ ან/და თუ დავის გადაწყვეტა არ განეკუთვნება მის კომპეტენციებს.

როგორც აღინიშნა, „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“, ხოლო ამავე 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 სანქციის დაკისრება, ხოლო ამავე პუნქტის „ი“ ქვეპუნქტის მიხედვით, საავტორო და მომიჯნავე უფლებების, მათზე ზეგავლენისაგან არასრულწლოვანთა დაცვის, აგრეთვე რეკლამის შესახებ საკანონმდებლო აქტების შესრულებაზე ზედამხედველობა და კონტროლი. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-14 მუხლის მე-2 პუნქტის შესაბამისად, მაუწყებლის მიერ საქართველოს კანონმდებლობის მოთხოვნათა დარღვევის შემთხვევაში დაინტერესებულ პირს უფლება აქვს მიმართოს კომისიას ან სასამართლოს. ხოლო „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. ამასთან, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-2 პუნქტი კრძალავს სამაუწყებლო ბადეში არასათანადო რეკლამის განთავსებას. „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონის 17<sup>1</sup> მუხლის თანახმად, სამაუწყებლო რეკლამის სფეროში რეკლამის გავრცელების დროის, განთავსების ფორმისა (ადგილისა) და გამოყენებული საშუალებების, აგრეთვე სამაუწყებლო რეკლამის გამავრცელებლის მიერ „მაუწყებლობის შესახებ“ და „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონებით, საქართველოს სხვა საკანონმდებლო აქტებით დადგენილი შეზღუდვების დაცვის კონტროლს ახორციელებს მხოლოდ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია. ხოლო „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, ხოლო მე-2 პუნქტის შესაბამისად, მაუწყებლის საქმიანობის საქართველოს კანონმდებლობასთან შესაბამისობაზე ზედამხედველობასა და კონტროლს ახორციელებს მხოლოდ კომისია, გარდა საგადასახადო და სამართალდამცავი ორგანოების მიერ მათი უფლებამოსილების ფარგლებში განხორციელებული ზედამხედველობისა და კონტროლისა.

კომისიის უწყებრივი რეესტრის მონაცემების თანახმად, შპს „ტელეკომპანია პირველი“, შპს „მთავარი არხი“ და შპს „ფორმულა“ მაუწყებლობის სფეროში ავტორიზებული პირები. საჩივრის ავტორი მიიჩნევს, რომ აღნიშნულმა ავტორიზებულმა პირებმა ეთერში კანონდარღვევით განათავსეს რეკლამა. ყოველივე ზემოაღნიშნულის, სამართლებრივი საფუძვლებისა და დასაბუთების გათვალისწინებით, საჩივარში დასმული საკითხი უკავშირდება მაუწყებლების მიერ სამაუწყებლო რეკლამის, კერძოდ, წინასაარჩევნო/პოლიტიკური რეკლამის კანონმდებლობის მოთხოვნებთან შესაბამისობით განთავსების საკითხს, რომლის განხილვაც განეკუთვნება კომისიის უფლებამოსილებებს.

კომისია ვერ გაიზიარებს მაუწყებლების არგუმენტაციას, რომლის მიხედვითაც, საჩივარი არ უნდა იქნეს განსახილველად მიღებული, ვინაიდან საჩივრის ავტორის მიერ იდენტიფიცირებული ვიდეორგოლი არ განეკუთვნება პოლიტიკურ/წინასაარჩევნო რეკლამას. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-14 მუხლის მე-3 პუნქტისა და „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის საქმიანობის მარეგულირებელი წესების“ 45-ე მუხლის მოთხოვნების გათვალისწინებით მაუწყებლის წინააღმდეგ საჩივრის მიღებიდან 7 სამუშაო დღის ვადაში კომისია ნიშნავს მოსამზადებელ სხდომას და იღებს გადაწყვეტილებას საჩივრის განსახილველად მიღების ან საჩივარზე უარის თქმის შესახებ. კომუნიკაციების კომისია უფლებამოსილია არ ცნოს საჩივარი დაუშვებლად, თუ იგი არ არის წარდგენილი უფლებამოსილი სუბიექტის მიერ ან/და თუ დავის გადაწყვეტა არ განეკუთვნება მის კომპეტენციებს. მოსამზადებელი სხდომის ფარგლებში დავის შინაარსობრივი საკითხები არ განიხილება. ამრიგად, დავის არსებითად განხილვა - ვიდეო-რგოლის შინაარსობრივი შეფასება და მისი ეთერში განთავსების მართლობიერების საკითხის გადაწყვეტა არ ხდება კომისიის მოსამზადებელ სხდომაზე. შესაბამისად, მოსამზადებელი სხდომის ფარგლებში ვერ შეფასდება სადავო ვიდეო-რგოლის შინაარსი. კომისია კანონმდებლობით დადგენილი წესით არსებითი განხილვის ფორმატში აფასებს უშუალოდ სადავო ვიდეო-რგოლის შინაარსს, განსაზღვრავს მის კატეგორიას და წყვეტს მისი ეთერში განთავსების კანონიერების საკითხს.

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-14 მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, მაუწყებლის მიერ საქართველოს კანონმდებლობის მოთხოვნათა დარღვევის შემთხვევაში დაინტერესებულ პირს უფლება აქვს მიმართოს კომისიას ან სასამართლოს. ამავე კანონის მე-2 მუხლის „ე“ ქვეპუნქტის თანახმად, დაინტერესებული პირი არის ფიზიკური ან იურიდიული პირი, რომლის კანონიერ ინტერესზე პირდაპირ და უშუალო გავლენას ახდენს მაუწყებლის საქმიანობა. კომისია არ იზიარებს მაუწყებლების პოზიციას იმასთან დაკავშირებით, რომ „ქართული ოცნება“ საჩივრის წარდგენაზე უფლებამოსილი იქნებოდა მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ სადავო ვიდეო-რგოლში გამოსახული იქნებოდა მისი პარტიული სიმბოლიკა ან/და თუ მისი წევრები განცხადებებს გააკეთებდნენ პარტიის სახელით. ამა თუ იმ პოლიტიკური გაერთიანების კანონიერ ინტერესზე სამაუწყებლო რეკლამამ, შესაძლოა, გავლენა მოახდინოს არა მხოლოდ მაშინ, როდესაც რეკლამაში გამოსახულია მისი სიმბოლიკა/მისი სახელით გაკეთებული განცხადებები, არამედ - მაშინაც, როდესაც მისი წევრების, პოლიტიკური პლატფორმის, საარჩევნო კამპანიის ხედვის ნეგატიურად წარმოჩენა ან დისკრედიტაცია ხდება. სწორედ ამ უკანასკნელზე მიუთითებდა საჩივრის ავტორი, ხოლო მაუწყებლებს კომისიისთვის არ წარმოუდგენიათ საპირისპიროს დამადასტურებელი სარწმუნო არგუმენტაცია. ამრიგად, მოცემულ შემთხვევაში, პოლიტიკური გაერთიანება „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველო“ წარმოადგენს დაინტერესებულ იურიდიულ პირს, რომელსაც მიაჩნია, რომ

უკანონოდ იზღუდება მისი ინტერესი. ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, შპს „ტელეკომპანია პირველის“, შპს „მთავარი არხისა“ და შპს „ფორმულას“ მიმართ პოლიტიკური გაერთიანების „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველოს“ საჩივარი უნდა იქნეს მიღებული განსახილველად.

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-14 მუხლის მე-4 პუნქტის მიხედვით, მომხმარებელთა განცხადებებსა და საჩივრებს კომისია განიხილავს ზეპირი მოსმენით, ფორმალური ადმინისტრაციული წარმოების წესით, გარდა საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსით დადგენილი გამონაკლისებისა და იმ შემთხვევებისა, როდესაც სადავო საკითხების გადაწყვეტა არ მოითხოვს ორგანიზებული პროცედურების განხორციელებას. ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, კომისიას მიაჩნია, რომ შპს „ტელეკომპანია პირველის“, შპს „მთავარი არხისა“ და შპს „ფორმულას“ მიმართ პოლიტიკური გაერთიანების „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველოს“ საჩივარი მიღებულ უნდა იქნას განსახილველად და დაიწყოს ფორმალური ადმინისტრაციული წარმოება საჩივრის განხილვის მიზნით.

### **III. სარეზოლუციო ნაწილი**

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „ე“, „წ“ და „ჰ<sup>14</sup>“ ქვეპუნქტების, მე-3 მუხლის პირველი პუნქტის, მე-5 მუხლის მე-3 პუნქტის „კ“, „ვ“ და „ი“ ქვეპუნქტების, მე-14 მუხლის, 63-ე მუხლის პირველი და მე-2 პუნქტების, 70-ე მუხლის პირველი და მე-2 პუნქტების, საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ მე-2 მუხლის „ჯ“ ქვეპუნქტის, „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-3 მუხლის მე-2 და მე-15 პუნქტების, 17<sup>1</sup> მუხლის, 21-ე მუხლის 21 პუნქტის, საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის 177-ე მუხლის მე-4 ნაწილისა და 111-ე მუხლის მე-2 ნაწილის, საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2003 წლის 27 ივნისის №1 დადგენილებით დამტკიცებული „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის საქმიანობის მარეგულირებელი წესების“ 45-ე მუხლის პირველი და მე-6 პუნქტების შესაბამისად, კომისიამ კენჭისყრის შედეგად, ერთხმად

#### **გადაწყვიტა:**

1. შპს „ტელეკომპანია პირველის“, შპს „მთავარი არხისა“ და შპს „ფორმულას“ მიმართ პოლიტიკური გაერთიანების „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველოს“ საჩივარი მიღებულ იქნეს განსახილველად.
2. დაიწყოს ფორმალური ადმინისტრაციული წარმოება შპს „ტელეკომპანია პირველის“, შპს „მთავარი არხისა“ და შპს „ფორმულას“ მიმართ პოლიტიკური გაერთიანების „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველოს“ საჩივრის განხილვის მიზნით.
3. შპს „ტელეკომპანია პირველის“, შპს „მთავარი არხისა“ და შპს „ფორმულას“ მიმართ პოლიტიკური გაერთიანების „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველოს“ საჩივრის არსებითი განხილვა დაინიშნოს 2022 წლის 23 აგვისტოს, 15:00 საათზე.
4. გადაწყვეტილება ძალაში შევიდეს კომისიის სხდომაზე გამოცხადების დღიდან.
5. გადაწყვეტილება ცალკე გასაჩივრებას არ ექვემდებარება.
6. დაევალოს კომისიის აპარატის აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტს შეისწავლოს შპს „ტელეკომპანია პირველის“, შპს „მთავარი

არხისა“ და შპს „ფორმულას“ მიმართ პოლიტიკური გაერთიანების „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველო“ საჩივარი და 2022 წლის 23 აგვისტომდე წარმოადგინოს შესაბამისი დასკვნა (კ. ქორიძე).

7. დაევალოს კომისიის აპარატის ადმინისტრაციას (ო. ვოტ) წინამდებარე გადაწყვეტილების დამოწმებული ასლის პოლიტიკური გაერთიანებისათვის „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველო“, შპს „ტელეკომპანია პირველის“, შპს „მთავარი არხისა“ და შპს „ფორმულასათვის“ გაგზავნა და კომისიის ვებგვერდზე ([www.comcom.ge](http://www.comcom.ge)) გამოქვეყნება.

8. კონტროლი აღნიშნული გადაწყვეტილების შესრულებაზე (გარდა მე-6 და მე-7 პუნქტებისა) დაევალოს კომისიის აპარატის სამართლებრივ დეპარტამენტს (ი. ბუთბაია).

ვახტანგ აბაშიძე

თავმჯდომარე - მ.შ.



ეკატერინე იმედაძე

წევრი

ნათია კუკულაძე

წევრი

ივანე მახარაძე

წევრი