

გადაწყვეტილება

N გ-20-16/793
08/10/2020

793-გ-20-1-4-202010081208



შპს „ტელეკომპანია პირველის“, შპს „ტელეიმედის“, შპს „მთავარი არხისა“ და შპს „ტელეკომპანია მაესტროს“ მიმართ პოლიტიკური გაერთიანების „ლელო საქართველოსთვის“ საჩივრის (შ-20-6/5005; 24.09.2020) დაკმაყოფილებაზე უარის თქმის თაობაზე

I. საქმის აღწერა

საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას (შემდგომში - „კომისია“) 2020 წლის 22 სექტემბერს საჩივრით (კომისიაში რეგისტრაციის № შ-20-6/5005; 24.09.2020) მიმართა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ „ლელო საქართველოსთვის“. საჩივარში აღნიშნულია, რომ 2020 წლის 15 სექტემბრიდან შპს „ტელეკომპანია პირველის“, შპს „ტელეიმედის“, შპს „მთავარი არხისა“ და შპს „ტელეკომპანია მაესტროს“ ეთერთ გადაცემა პოლიტიკური პარტია „თავისუფალი საქართველოს“ უფასო პოლიტიკური რეკლამა, რომელიც წარმოადგენს არასათანადო რეკლამას, მიმართულია მოსახლეობის შეცდომაში შეყვანისაკენ და პოლიტიკური ოპონენტის დისკრედიტაციისაკენ.

საჩივრის თანახმად, შპს „ტელეკომპანია პირველის“, შპს „ტელეიმედის“, შპს „მთავარი არხისა“ და შპს „ტელეკომპანია მაესტროს“ ეთერში განთავსებულ „თავისუფალი საქართველოს“ უფასო პოლიტიკურ რეკლამაში, პარტიის დიდუბე-ჩუღურეთის მაჟორიტარობის კანდიდატის, თენგიზ ომანიძის გამოსახულების გვერდით ნაჩვენებია იყო ვიდეო ამონარიდი „ლელო საქართველოს“ საჯარო გამოსვლიდან, სადაც ჩანს პარტიის თავმჯდომარე, მამუკა ხაზარაძე და პარტიის სხვა ლიდერები. ვიდეორგოლში თენგიზ ომანიძე მიუთითებს აღნიშნულ ვიდეოზე და ამბობს: „ამ მევახშემ ათასობით ადამიანი უკვე გაასახლა საკუთარი ბინებიდან. ორას ოთხმოცი ათასი ადამიანი ყოველ დღე ელოდება აღსრულების დაწყებას... ჩვენ, „თავისუფალი საქართველო“ უკვე წლებია ვიბრძვით ბანკების და იუსტიციის სამინისტროს წინააღმდეგ და 200-ზე მეტი ადამიანი გადავარჩინეთ ღია ცის ქვეშ დარჩენას“. საჩივარში ასევე მითითებულია, რომ აღნიშნულ ფრაზებს მოსდევს ვიდეო კადრები, საიდანაც იქმნება შთაბეჭდილება, რომ მიმდინარეობს

გამოსახლების პროცესი და შემდეგ მაჟორიტარი კანდიდატი აჟღერებს პარტიის საარჩევნო დაპირებებს.

საჩივრის მიხედვით, აღნიშნული რეკლამა წარმოადგენს არასათანადო რეკლამას, კერძოდ, არის არაეთიკური და შეცდომაში შემყვანი რეკლამა. „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-3 მუხლის თანახმად, არაეთიკურია რეკლამა, რომელიც „ბღალავს ფიზიკურ ან იურიდიულ პირებს, მათ საქმიანობას, პროფესიას ან საქონელს“; შეცდომაში შემყვანი რეკლამაა რეკლამა, რომლის მეშვეობითაც „რეკლამის დამკვეთს (რეკლამის მწარმოებელს, რეკლამის გამავრცელებელს) განზრახ შეცდომაში შეჰყავს რეკლამის მომხმარებელი და რომელსაც შეუძლია დააზიანოს კონკურენტი“. აღნიშნული გამომდინარეობს იმ ფაქტიდან, რომ რეკლამაში გამომსვლელი პირი, პარტიის მაჟორიტარობის კანდიდატი პირდაპირ მამუკა ხაზარაძეს სდებს ბრალს ათასობით ადამიანის ბინიდან გამოსახლებაში მაშინ, როდესაც მამუკა ხაზარაძეს არ ჰქონია არანაირი შემხებლობა საკრედიტო პროცესთან, ბანკის მსესხებელთან და მათ წინააღმდეგ განხორციელებულ სააღსრულებო წარმოებებთან. შესაბამისად, ზემოთ მითითებულ პოლიტიკურ რეკლამაში გაჟღერებული ფრაზები, მათ პარალელურად გაშვებულ „ლელოს“ ლიდერების ამსახველ ვიდეო ამონარიდთან ერთად, წარმოადგენს სიცრუეს და მიმართულია მოსახლეობის შეცდომაში შეყვანისა და პოლიტიკურ ოპონენტის დისკრედიტაციისაკენ. „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-4 მუხლის თანახმად: „აკრძალულია არასათანადო რეკლამის განთავსება და გავრცელება. იგი ჩადენილი ქმედების, საზოგადოებრივი საშიშროების ხარისხისა და ხასიათის შესაბამისად იწვევს საქართველოს კანონმდებლობით პასუხისმგებლობას“.

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, საჩივრის ავტორის მოთხოვნაა: შპს „ტელეკომპანია პირველის“, შპს „ტელეიმედის“, შპს „მთავარი არხისა“ და შპს „ტელეკომპანია მაესტროს“ ეთერით გადაცემული პოლიტიკური პარტია „თავისუფალი საქართველოს“ უფასო პოლიტიკური რეკლამა, წარმოადგენს არასათანადო რეკლამას, შესაბამისად, კომისიის მიერ იქნეს მიღებული კანონით გათვალისწინებული ზომები მითითებული პოლიტიკური რეკლამის ეთერში განთავსების შეწყვეტის მიზნით.

შპს „ტელეკომპანია პირველის“, შპს „ტელეიმედის“, შპს „მთავარი არხისა“ და შპს „ტელეკომპანია მაესტროს“ მიმართ პოლიტიკური გაერთიანების „ლელო საქართველოსთვის“ საჩივართან დაკავშირებით დასკვნა მომზადდა კომისიის აპარატის აუდიო-ვიზუალური მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მიერ (სამსახურებრივი ბარათი N 20-10-2077; 08/10/2020). დეპარტამენტს მიაჩნია, რომ სარეკლამო რგოლში გამოყენებული ფრაზა „მევახშე“, მართალია გამოყენებულია ნეგატიურ კონტექსტში, თუმცა იგი გამოყენებულია კონკურენტის კრიტიკის მიზნით, ამასთანავე, არ არის არაეთიკური გამონათქვამი, არ ბღალავს კონკურენტის ღირსებას და ჯდება პოლიტიკური რეკლამით გათვალისწინებული საარჩევნო სუბიექტის არჩევისთვის ხელის შეშლის კონტექსტში. ამასთან, აღსანიშნავია, რომ მაუწყებელს არ აქვს იმის შესაძლებლობა, რომ გადაამოწმოს პოლიტიკურ რეკლამაში აღნიშნული კონკრეტული ფაქტები შეესაბამება სიმართლეს თუ არა. მაუწყებლისთვის ასეთი ინფორმაციის მოძიება მის შესაძლებლობის ფარგლებს სცდება, განსაკუთრებით იმის გათვალისწინებით, რომ მაუწყებელთან ერთდროულად მიტანილი წინასაარჩევნო/პოლიტიკური რეკლამების რაოდენობა, წინასაარჩევნო პერიოდში საკმაოდ დიდია. ყოველივე ზემოაღნიშნულის

გათვალისწინებით, დეპარტამენტს მიაჩნია, რომ ამგვარი ინფორმაციის მოპოვება სცდება მაუწყებლის კომპეტენციას და არ წარმოადგენს მის ვალდებულებას.

შპს „ტელეკომპანია პირველის“, შპს „ტელეიმედის“, შპს „მთავარი არხისა“ და შპს „ტელეკომპანია მაესტროს“ მიმართ პოლიტიკური გაერთიანების „ლელო საქართველოსთვის“ საჩივრის (შ-20-6/5005; 24.09.2020) არსებითად განხილვის სხდომა გაიმართა 2020 წლის 8 ოქტომბერს, 15:00 საათზე.

კომისიის 2020 წლის 8 ოქტომბრის სხდომას ესწრებოდნენ პოლიტიკური გაერთიანების „ლელო საქართველოსთვის“ წარმომადგენელი, მ. ჯაფარიძე, შპს „ტელეიმედის“ და შპს „ტელეკომპანია მაესტროს“ წარმომადგენელი ნ. ფაშალიშვილი და შპს „ტელეკომპანია პირველის“ წარმომადგენელი ქ. ზანდუკელი. სხდომას არ ესწრებოდა შპს „მთავარი არხის“ წარმომადგენელი, რომელსაც კომისიის 2020 წლის პირველი ოქტომბრის მოსამზადებელ სხდომაზე განემარტა საჩივრის (შ-20-6/5005; 24.09.2020) არსებითად განხილვის სხდომის თარიღის შესახებ, ასევე ჩაბარდა კომისიის 2020 წლის პირველი ოქტომბრის Nგ-20-16/774 გადაწყვეტილება შპს „ტელეკომპანია პირველის“, შპს „ტელეიმედის“, შპს „მთავარი არხისა“ და შპს „ტელეკომპანია მაესტროს“ მიმართ პოლიტიკური გაერთიანების „ლელო საქართველოსთვის“ საჩივრის (შ-20-6/5005; 24.09.2020) განსახილველად მიღებისა და არსებითად განხილვის თარიღის დანიშვნის თაობაზე, სადაც გადაწყვეტილების სარეზოლუციო ნაწილში ასევე მითითებული იყო საჩივრის არსებითად განხილვის სხდომის თარიღი. შპს „მთავარი არხის“ წარმომადგენელმა თავად განაცხადა სხდომაში მონაწილეობაზე უარი, შესაბამისად, კომისიამ უზრუნველყო საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის 95-ე მუხლის მოთხოვნა დაინტერესებული მხარის ადმინისტრაციულ წარმომადგენელში ჩაბმასთან დაკავშირებით. აქედან გამომდინარე, კომისია უფლებამოსილია განხილოს საკითხი შპს „მთავარი არხის“ წარმომადგენლის დაუსწრებლად.

პოლიტიკური გაერთიანების „ლელო საქართველოსთვის“ წარმომადგენელმა, მ. ჯაფარიძემ აღნიშნა, რომ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლი კრძალავს არასათანადო რეკლამას და უთითებს, რომ „იკრძალება არასათანადო, არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო, არაეთიკური და აშკარად ყალბი რეკლამის ან ტელეშოპინგის განთავსება“, თუმცა არ განმარტავს, კონკრეტულად რას გულისხმობს ამ ჩამონათვალში. „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონი განმარტავს არასათანადო რეკლამას, რომლის „ქოლგის ქვეშ“ მოქცეულია „არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო, არაეთიკური, შეცდომაში შემყვანი ან სხვა რეკლამა, რომელშიც დარღვეულია მისი შინაარსის, დროის, ადგილის ან გავრცელების წესის შესახებ საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი მოთხოვნები. „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონი არ ვრცელდება პოლიტიკურ წინასაარჩევნო რეკლამაზე, მაგრამ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი ვრცელდება სრულად პოლიტიკურ წინასაარჩევნო რეკლამაზე და კომისიაც იყენებს „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონში მოცემულ განმარტებას თუ რა არის არასათანადო რეკლამა. ასევე ცნობილია, რომ მაუწყებელს არ მოეთხოვება რეკლამის შინაარსში შესვლა, მაგრამ არსებობს კომისიის პრაქტიკა მოყოლებული 2012 წლიდან, როდესაც კომისიამ ახალგაზრდა იურისტთა ასოციაციის საჩივართან დაკავშირებით განმარტა და გამიჯნა რეკლამის დამკვეთის და გამავრცელებლის პასუხისმგებლობები და მიუთითა, რომ მართალია მაუწყებელი პასუხს არ აგებს წინასაარჩევნო და სოციალური რეკლამების შინაარსზე, რაზე პასუხისმგებლობაც ეკისრება

დამკვეთს, მაგრამ აღნიშნული არ გულისხმობს მაუწყებლის ვალდებულებას უპირობოდ განათავსოს ეთერში მისთვის წარდგენილი სოციალური თუ წინასაარჩევნო რეკლამა. არსებობს, ასევე კომისიის 2018 წლის გადაწყვეტილება, რომელიც ეხებოდა პოლიტიკური პარტია „თავისუფალი საქართველოს“ საჩივარს, სადაც კომისიამ დაადგინა, რომ მაუწყებელმა ვიდეო-რგოლის ეთერში განთავსებამდე უნდა შეაფასოს მისი კანონთან შესაბამისობა, ვინაიდან რეკლამა და მათ შორის, წინასაარჩევნო რეკლამა შეიძლება მოიცავდეს „საარჩევნო კოდექსით“ ან „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით აკრძალულ დარღვევებს. ასევე აღინიშნა, რომ არაეთიკურ რეკლამასთან დაკავშირებით 2018 წლის დეკემბრის გადაწყვეტილებაში კომისიამ განიხილა ისეთი არაეთიკური გამონათქვამები პოლიტიკურ რეკლამაში, როგორცაა „მოღალატე“, „პათოლოგიური“, „ურჯული“, რაც გამოყენებული იყო სალომე ზურაბიშვილის საპრეზიდენტო წინასაარჩევნო კამპანიისას გავრცელებულ რეკლამაში და გრიგოლ ვაშაძის წინასაარჩევნო პოლიტიკურ რეკლამაში. კომისიამ იმსჯელა, რომ ეს გამონათქვამები ბღალავდა პიროვნებას, დაუშვებელი იყო ამ გამონათქვამების შემცველი რეკლამის ეთერში განთავსება და დაავალა მაუწყებლებს, რომ შეეწყვიტათ ამ რეკლამის გაშვება. მისი შეფასებით, ვინაიდან კომისიამ ასეთი გამონათქვამები ჩათვალა არაეთიკურად, მიაჩნია, რომ მითუმეტეს უფრო არაეთიკურია ფაქტობრივად არასწორი, მცდარი ქმედებების დაბრალება, ცილისწამება, რასაც სამოქალაქო კანონმდებლობა იცნობს. მამუკა ხაზარაძე აღარ არის ბანკირი, ის იყო სამეთვალყურეო საბჭოს თავმჯდომარე, არ ჰქონდა და ვერც ექნებოდა რაიმე შემხებლობა კონკრეტულ საკრედიტო პროცესებთან და მითუმეტეს აღსრულების პროცედურებთან. საყოველთაოდ ცნობილი ფაქტია და არაერთხელ გაჟღერდა ტელევიზიებში, რომ „თი ბი სი“ ბანკს 10 წლის განმავლობაში არ ჰქონია არცერთი გამოსახლების ფაქტი. ამასთან, არც კანონმდებლობა, არც პრაქტიკა არ არსებობს იმისა, რომელიც შეიძლება გამორიცხავდეს პოლიტიკურ რეკლამას შეცდომაში შემყვანისგან და ეს კატეგორია ისევე ვრცელდება პოლიტიკურ რეკლამაზე, როგორც კომერციულ და სხვა სახის რეკლამებზე. სადაო პოლიტიკურ რეკლამაში შინაარსში შესვლის გარეშე, ზედაპირზევა განცხადება, რომელიც შეუძლებელია იყოს სიმართლე, მაგრამ არის ფაქტები, რომელსაც სჭირდება გამოკვლევა, რასაც მაუწყებელი ვერ გააკეთებს მაგრამ, როდესაც წარდგენილია რეკლამა, რომელშიც გაკეთებულია აშკარად მცდარი განცხადება და ადამიანი, რომელსაც ამას აბრალებენ, ფიზიკურად ვერ ჩაიდენდა ამას (ამ შემთხვევაში ეს ფაქტი საყოველთაოდ ცნობილია), რეკლამა არის შეცდომაში შემყვანი და არაეთიკური. შესაბამისად, მაუწყებელს შეუძლია და ვალდებულიცაა, მით უფრო მხარის მოთხოვნის საფუძველზე, რომ შეწყვიტოს ასეთი რეკლამის გავრცელება.

შპს „ტელეიმედისა“ და შპს „ტელეკომპანია მაესტროს“ წარმომადგენელმა, ნ. ფაშალიშვილმა, აღნიშნა, რომ პოლიტიკური რეკლამის შეცდომაში შემყვანობაზე ყურადღებას არ გაამახვილებს, ვინაიდან მიაჩნია და პრაქტიკაც ასეთია, რომ ამ შემთხვევაში არასათანადო/შეცდომაში შემყვან რეკლამაზე ვერ იქნება მსჯელობა. მაუწყებელი ვერ გაარკვევს, არის თუ არა მამუკა ხაზარაძე ოჯახების გამოსახლებაში ჩართული, რადგან ამის დასადგენად მოუწევს შინაარსში შესვლა და კვლევა. კერძოდ, უნდა გაარკვიოს, ვინ არის მამუკა ხაზარაძე, არის თუ არა დირექტორი, სამეთვალყურეო საბჭოს წევრი, გამოსახლების მონაწილე და ა.შ. რასაც მაუწყებელი ვერ განახორციელებს. არაეთიკურ რეკლამაზე კომისიას ნამსჯელი აქვს და მიღებული აქვს გადაწყვეტილება, რომ არაეთიკური რეკლამის განთავსება არ შეიძლება და მისი იდენტიფიცირება ზედაპირული

კვლევითაც შესაძლებელია რეკლამის შინაარსში შეუსვლელად. მოცემულ შემთხვევაში კი, არაეთიკური რეკლამის გავრცელების ადრესატად არ თვლის თავს. ამასთან, მათ ეთერში გავიდა კორექტირებული ვიდეო-რგოლი, სადაც სიტყვა „მევახშის“ ნაცვლად გამოყენებულია სიტყვა „ბანკირი“. შესაბამისად, მას ჰქონდა მოლოდინი საჩივრის ავტორისგან, რომ სიტყვა „მევახშის“ მიმართ ექნებოდა ყველაზე დიდი პრეტენზია და ამიტომ არ თვლიდა მის მარწმუნებელ ტელეკომპანიებს საჩივრის ადრესატად, მაგრამ ასე არ აღმოჩნდა.

შპს „ტელეკომპანია პირველის“ წარმომადგენელმა, ქ. ზანდუკელმა, აღნიშნა, რომ „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონზე არ უნდა საუბრობდნენ, ვინაიდან კანონის ანალოგიით, პოლიტიკურ რეკლამაზე რაიმე დეფინიციის თუ ცნების გამოყენება არ გამოდგება. კომისია ვერ იმსჯელებს, რამდენად ცილისმწამებულურია რეკლამა, რამდენად შეცდომაში შემყვანია რეკლამაში გაჟღერებული ფაქტები. ასევე ვერ დაეთანხმება მომჩივანის დასაბუთებას, რომ ეს ფაქტები არის ზედაპირზე. მიაჩნია, რომ ეს ფაქტები არ არის ზედაპირზე. საზოგადოებისთვის ბატონი მამუკა ხაზარაძე ასოცირდება ბანკთან და გამოკითხვა რომ ჩატარდეს, აღმოჩნდება, რომ 99% საზოგადოების ნაწილისთვის ბატონი მამუკა ხაზარაძე ასოცირდება ბანკთან. შესაბამისად, იმის კვლევა, იყო თუ არა მამუკა ხაზარაძე ის პირი, რომელიც ადამიანების გამოსახლებაში მონაწილეობდა, ან იმის კვლევა, გამოასახლა თუ არა ბოლო წლების განმავლობაში „თი ბი სი“ ბანკმა ადამიანები, უქმნის თუ არა მის საქმიან რეპუტაციას ან პოლიტიკურ კარიერას აღნიშნული რეკლამა საფრთხეს, ეს არის ის, რაც ზედაპირზე არ დევს, არის ღრმა კვლევის საგანი, რომელსაც კომისია ვერ ჩაატარებს და ვერც მაუწყებელი შევიდოდა რეკლამის შინაარსში აღნიშნულის დასადგენად. კომისიამ წარმოებაში მიიღო საჩივარი და ასევე მოსამზადებელ სხდომაზე მიიღო საჩივრის განსახილველად მიღების თაობაზე გადაწყვეტილება, რომელსაც გაეცნო და მისთვის ცნობილია სრული კანონმდებლობა, რაც ამ საკითხის არსებითად განხილვის საფუძველია. თუმცა მიაჩნია, რომ მომჩივანის მოთხოვნის, რომ მიიღოს კომისიამ გადაწყვეტილება აღნიშნული პოლიტიკური რეკლამის ეთერში განთავსების შეწყვეტის თაობაზე, დაკმაყოფილების პირობა სახეზე არ არის. არ არსებობს კანონით გათვალისწინებული რეგულაცია, რომლის მიხედვითაც, რეკლამის შინაარსში შესვლით კომისიას ექნება უფლებამოსილება გადაწყვიტოს, რომ მაუწყებელმა ამ რეკლამის განთავსება უნდა შეწყვიტოს. შესაბამისად, მიაჩნია, რომ საჩივარი არ უნდა დაკმაყოფილდეს.

II. *გამოკვლეული მტკიცებულებები*

1. პოლიტიკური გაერთიანება „ლელო საქართველოსთვის“ 2020 წლის 22 სექტემბრის საჩივარი (კომისიაში რეგისტრაციის № შ-20-6/5005; 24.09.2020).
2. კომისიის აპარატის აუდიო-ვიზუალური მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის სამსახურებრივი ბარათი (N 20-10-2077; 08/10/2020).
3. მეწარმეთა და არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირების რეესტრიდან და კომისიის ავტორიზებულ პირთა უწყებრივი რეესტრიდან შპს „ტელეკომპანია პირველის“, შპს „ტელეიმედის“, შპს „მთავარი არხისა“ და შპს „ტელეკომპანია მაესტროს“ შესახებ მონაცემები.
4. მხარეთა ახსნა-განმარტებები.

III. დადგენილი ფაქტობრივი გარემოებები

1. შპს „ტელეკომპანია პირველი“, შპს „ტელეიმედი“, შპს „მთავარი არხი“ და შპს „ტელეკომპანია მაესტრო“ წარმოადგენენ მაუწყებლობის სფეროში ავტორიზებულ პირებს.
2. 2020 წლის 15 სექტემბრიდან შპს „ტელეკომპანია პირველისა“ და შპს „მთავარი არხისა“ ეთერით გადაიცემა პოლიტიკური პარტია „თავისუფალი საქართველოს“ უფასო პოლიტიკური რეკლამა.
3. შპს „ტელეიმედისა“ და შპს „ტელეკომპანია მაესტროს“ ეთერში 2020 წლის 19 სექტემბრიდან გადის პოლიტიკური პარტია „თავისუფალი საქართველოს“ კორექტირებული ვიდეო-რგოლი, რომელშიც სიტყვა „მევახშე“ შეცვლილია სიტყვით „ბანკირი“.

IV. სამართლებრივი საფუძველი და დასაბუთება

1. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-3 მუხლის პირველი პუნქტის მიხედვით, მაუწყებლობის სფეროში კანონმდებლობას შეადგენს საქართველოს კონსტიტუცია, საქართველოს საერთაშორისო ხელშეკრულებები, საქართველოს ორგანული კანონი „საქართველოს საარჩევნო კოდექსი“, ეს კანონი, „ეროვნული მარეგულირებელი ორგანოების შესახებ“ და „საავტორო და მომიჯნავე უფლებების შესახებ“ საქართველოს კანონები, სხვა საკანონმდებლო და კანონქვემდებარე ნორმატიული აქტები.
2. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის მე-3 პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტის შესაბამისად, კომისიის ფუნქცია და ვალდებულებაა მაუწყებლობის სფეროში მოქმედი კანონმდებლობის მოთხოვნების შესრულებაზე ზედამხედველობა, კონტროლი და ამ მოთხოვნათა დარღვევის შემთხვევაში შესაბამისი სანქციების დაკისრება, ხოლო „კ“ 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 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.

5. მაუწყებლობის შესახებ" საქართველოს კანონის მე-14 მუხლის 2¹ პუნქტის მიხედვით, მაუწყებლის მიერ ავტორიზაციის პირობების დარღვევის შემთხვევაში დაინტერესებულ პირს უფლება აქვს, მიმართოს კომისიას ან სასამართლოს.
6. „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.
7. „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.
8. „მაუწყებლობის შესახებ" საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „ჰ¹⁴“ ქვეპუნქტის შესაბამისად, წინასაარჩევნო რეკლამა არის - რეკლამა, რომლის მიზანია საქართველოს პრეზიდენტის, საქართველოს პარლამენტის, მუნიციპალიტეტის წარმომადგენლობითი ორგანოს – საკრებულოს, მუნიციპალიტეტის აღმასრულებელი ორგანოს და მუნიციპალიტეტის უმაღლესი თანამდებობის პირის – მერის არჩევის ხელშეწყობა.
9. საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ მე-2 მუხლის „ჯ“ ქვეპუნქტის 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.
10. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-2 პუნქტის შესაბამისად, იკრძალება არასათანადო, არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო, არაეთიკური და აშკარად ყალბი რეკლამის ან ტელეშოპინგის განთავსება.
11. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-3 პუნქტის შესაბამისად, მაუწყებელი პასუხს არ აგებს წინასაარჩევნო და სოციალური რეკლამების შინაარსზე. წინასაარჩევნო და სოციალური რეკლამების შინაარსზე პასუხისმგებლობა საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესით ეკისრება შესაბამისი რეკლამის დამკვეთს.

კომისია აღნიშნავს, რომ „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 საჩქციების დაკისრება, ხოლო ამავე პუნქტის „ი“ ქვეპუნქტის მიხედვით, საავტორო და მომიჯნავე უფლებების, მავნე ზეგავლენისაგან არასრულწლოვანთა დაცვის, აგრეთვე

რეკლამის შესახებ საკანონმდებლო აქტების შესრულებაზე ზედამხედველობა და კონტროლი. მაუწყებელი, როგორც რეკლამის გამავრცელებელი, ვალდებულია უზრუნველყოს მის მიერ გადაცემული რეკლამის საქართველოს კანონმდებლობასთან შესაბამისობა და არ უნდა დაუშვას არასათანადო რეკლამის ეთერში განთავსება. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-2 პუნქტი კრძალავს სამაუწყებლო ბადეში არასათანადო რეკლამის განთავსებას. ამავე 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.

კომისია აღნიშნავს, რომ საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ თანახმად, პოლიტიკური/წინასაარჩევნო რეკლამა თავის თავში გულისხმობს საარჩევნო სუბიექტის არჩევისათვის ხელის შეშლას, აქედან გამომდინარე, ცალკეულ შემთხვევებში პოლიტიკური წინასაარჩევნო რეკლამაში გამოყენებული გამონათქვამები, რომელიც მიმართულია კონკურენტი საარჩევნო სუბიექტის არჩევისთვის ხელის შეშლისკენ, შესაძლოა დაუსაბუთებელ, მცდარ ინფორმაციას შეიცავდეს, რომელმაც ცალკეულ შემთხვევებში შედეგობრივად შეიძლება დააზიანოს კონკურენტი საარჩევნო სუბიექტი, თუმცა ეს არ არის საკმარისი იმისათვის, რომ მაუწყებელს აეკრძალოს ასეთი შინაარსის წინასაარჩევნო/პოლიტიკური რეკლამის განთავსება, ვინაიდან მაუწყებელს არ შეიძლება დაეკისროს კონკრეტული ინფორმაციის ნამდვილობის გამოკვლევის/შესწავლის ვალდებულება. ასეთ შემთხვევაში, პირს, რომელიც თვლის, რომ შეილახა მისი სახელი და რეპუტაცია, შეუძლია სასამართლოში სამოქალაქო წესით იდავოს აღნიშნულ საკითხზე.

კომისია ასევე აღნიშნავს, რომ წინასაარჩევნო/პოლიტიკური რეკლამის არასათანადოდ მიჩნევისათვის მნიშვნელოვანია იმის დადგენა, ცდება თუ არა ის კონკურენტი საარჩევნო სუბიექტის არჩევისთვის ხელის შეშლის დასაშვებ ფარგლებს და რეკლამაში გამოყენებული გამონათქვამები გამართლებული არის თუ არა წინასაარჩევნო/პოლიტიკური რეკლამის კონტექსტით. პოლიტიკური/წინასაარჩევნო რეკლამა მაშინ შეიძლება ჩაითვალოს არასათანადოდ, თუ იგი ცდება საქართველოს ორგანული კანონით „საქართველოს საარჩევნო კოდექსით“ პოლიტიკური/წინასაარჩევნო რეკლამისთვის დადგენილ ფარგლებს და რეკლამაში გამოყენებული გამონათქვამები და შედარებები უხეშად ხელყოფს კონკურენტის ღირსებას, მის ფუნდამენტურ უფლებებს, შეურაცხყოფს ეროვნულ და ზოგადსაკაცობრიო ფასეულობებს და ა.შ., რითაც ზიანს აყენებს არა მხოლოდ ადრესატს (ვის წინააღმდეგაც არის მიმართული ეს რეკლამა), არამედ ზიანს აყენებს მაყურებელს/მსმენელს, რომელიც უყურებს/უსმენს აღნიშნული რეკლამას (მაგ. იმის გათვალისწინებით, რომ პოლიტიკური/წინასაარჩევნო რეკლამა გადის დღის ნებისმიერ მონაკვეთში, არაეთიკურმა (უხამსმა) წინასაარჩევნო/პოლიტიკურმა რეკლამამ შეიძლება შელახოს არასრულწლოვნების უფლებებიც) და რიგ შემთხვევებში, შესაძლოა საფრთხეც კი შეუქმნას საზოგადოების სტაბილურობას (მაგ. ამა თუ იმ რელიგიის ან ეროვნების მიმართ შეურაცხმყოფელი გამონათქვამებმა შესაძლოა გამოიწვიოს ეროვნული

ან რელიგიური შუღლი). ამდენად, წინასაარჩევნო/პოლიტიკური რეკლამის შეფასებისას გათვალისწინებული უნდა იქნას ზემოაღნიშნული ფაქტორები.

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი აწესრიგებს წინასაარჩევნო/პოლიტიკურ რეკლამის განთავსებასთან დაკავშირებულ საკითხებს. კერძოდ, კანონის 63-ე მუხლის მე-2 პუნქტის მიხედვით, იკრძალება არასათანადო, არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო, არაეთიკური და აშკარად ყალბი რეკლამის, მათ შორის წინასაარჩევნო/პოლიტიკური რეკლამის განთავსება. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონში განმარტებული არ არის თუ რას გულისხმობს არასათანადო, არაეთიკური და აშკარად ყალბი რეკლამა. კომისია აღნიშნავს, რომ წინასაარჩევნო პერიოდში მაუწყებლების ეთერში განთავსებული წინასაარჩევნო/პოლიტიკური რეკლამები შესაძლებელია შეიცავდეს უამრავ არასწორ, ცრუ და ყალბ ინფორმაციას, თუმცადა გასათვალისწინებელია, ერთის მხრივ, გამოხატვის თავისუფლების ფარგლები და საქართველოს ორგანული კანონით „საქართველოს საარჩევნო კოდექსით“ განსაზღვრული წინასაარჩევნო/პოლიტიკური რეკლამის დეფინიცია, რომლის თანახმადაც, დაშვებულია კონკურენტი საარჩევნო სუბიექტის არჩევის ხელის შემშლელი რეკლამაც და მეორეს მხრივ, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-2 პუნქტით განსაზღვრული რეკლამა, რომლის თანახმადაც, იკრძალება არასათანადო, არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო, არაეთიკური და აშკარად ყალბი რეკლამის განთავსება. წინასაარჩევნო/პოლიტიკური რეკლამის შეფასებისას უმნიშვნელოვანესია დადგინდეს სწორედ ის ზღვარი, რომლის გადაკვეთის შემთხვევაში რეკლამა შესაძლებელია მიჩნეულ იქნეს არასათანადოდ ან აშკარად ყალბი ინფორმაციის შემცველად. იმისათვის, რომ წინასაარჩევნო/პოლიტიკური რეკლამა მიჩნეულ იქნას აშკარად ყალბად, აუცილებელია, რომ რეკლამაში მოყვანილი გარემოებების სიყალბე იყოს აშკარა, ხელშესახები და მაუწყებელს რეკლამის მოყვანილი გარემოებების დამატებითი შეწავლისა და გამოკვლევის გარეშე უნდა შეეძლოს იმის დადგენა, რომ იგი აშკარად ყალბია და პირიქით - თუ რეკლამაში გამოყენებული ინფორმაცია საჭიროებს დამატებით შესწავლას და გადამოწმებას, იგი ვერ ჩაითვლება აშკარად ყალბ რეკლამად.

კომისიას მიაჩნია, რომ საჩივრის ფარგლებში განსახილველი ვიდეო-რგოლის შემთხვევაში, მასში მოცემული ინფორმაცია იმის შესახებ, რომ პოლიტიკური გაერთიანების „ლელო საქართველოსთვის“ ლიდერის მიერ განხორციელდა თუ არა გამოსახლება, ვერ შეფასდება აშკარად ყალბ ინფორმაციად, ვინაიდან იმისათვის, რომ აღნიშნული ინფორმაციის სიყალბე დადგინდეს მაუწყებლებს დასჭირდებათ საკითხის დამატებითი შესწავლა, კერძოდ, განხორციელდა თუ არა სს „თი ბი სი“ ბანკის მიერ გამოსახლება, რა პოზიცია ეკავა მამუკა ხაზრატყვას აღნიშნულ ბანკში და რა ფუნქციებს ახორციელებდა იგი დაკავებულ თანამდებობაზე. ამ საკითხების დამატებითი გამოკვლევის გარეშე, შეუძლებელია მაუწყებელს შეეფასებინა აღნიშნული ინფორმაცია იყო თუ არა ყალბი, რაც იმას ნიშნავს, რომ აღნიშნული ინფორმაცია ვერ შეფასდება როგორც აშკარად ყალბი. კომისია აღნიშნავს იმასაც, რომ სიტყვა „მევახშე“ და შემდგომ უკვე კორექტირებულ ვიდეო-რგოლში გამოყენებული სიტყვა „ბანკირი“ ვერ იქნება მიჩნეული არაეთიკურად ვინაიდან, აღნიშნული არის პროფესიის/სტატუსის აღმნიშვნელი ტერმინები.

კომისია აღნიშნავს, რომ მოცემულ შემთხვევაში, პოლიტიკური პარტია „თავისუფალი საქართველოს“ უფასო პოლიტიკური რეკლამაში გამოყენებული ფრაზა

„მევახშე“, მართალია გამოყენებულია ნეგატიურ კონტექსტში, თუმცა იგი გამოყენებულია კონკურენტის კრიტიკის მიზნით, ამასთანავე, არ არის არაეთიკური გამონათქვამი, არ ბღალავს კონკურენტის ღირსებას და ჯდება პოლიტიკური რეკლამით გათვალისწინებული საარჩევნო სუბიექტის არჩევისთვის ხელის შეშლის კონტექსტში. კერძოდ, საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ მე-2 მუხლის „ჯ“ ქვეპუნქტის შესაბამისად, წინასაარჩევნო/პოლიტიკური რეკლამა განმარტებულია როგორც მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებში 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. ამასთან, აღსანიშნავია, რომ მაუწყებელს არ აქვს იმის შესაძლებლობა, რომ გადაამოწმოს პოლიტიკურ რეკლამაში აღნიშნული კონკრეტული ფაქტები შეესაბამება სიმართლეს თუ არა. მაუწყებლისთვის ასეთი ინფორმაციის მოძიება მის შესაძლებლობის ფარგლებს სცდება, განსაკუთრებით იმის გათვალისწინებით, რომ მაუწყებელთან ერთდროულად მიტანილი წინასაარჩევნო/პოლიტიკური რეკლამების რაოდენობა, წინასაარჩევნო პერიოდში საკმაოდ დიდია. შესაბამისად, ამგვარი ინფორმაციის მოპოვება სცდება მაუწყებლის კომპეტენციას და არ წარმოადგენს მის ვალდებულებას.

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, შპს „ტელეკომპანია პირველის“, შპს „ტელეიმედის“, შპს „მთავარი არხისა“ და შპს „ტელეკომპანია მაესტროს“ ეთერში გასული პოლიტიკური პარტია „თავისუფალი საქართველოს“ უფასო პოლიტიკური რეკლამა თავსდება საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ მიხედვით პოლიტიკური/წინასაარჩევნო რეკლამის განმარტებაში. აღნიშნულიდან გამომდინარე, შპს „ტელეკომპანია პირველის“, შპს „ტელეიმედის“, შპს „მთავარი არხისა“ და შპს „ტელეკომპანია მაესტროს“ მიმართ პოლიტიკური გაერთიანების „ლელო საქართველოსთვის“ საჩივარი (შ-20-6/5005; 24.09.2020) არ უნდა დაკმაყოფილდეს.

V. *სარეზოლუციო ნაწილი*

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის მე-13, 53-ე, 54-ე და VII თავის, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „ე“, „წ“ და „ჰ“¹⁴ ქვეპუნქტების, მე-3 მუხლის პირველი პუნქტის, მე-5 მუხლის მე-3 პუნქტის „კ“, „ვ“ და „ი“ ქვეპუნქტების, მე-14 მუხლის 2¹ პუნქტის, 63-ე მუხლის მე-2 და მე-3 პუნქტების, 70-ე მუხლის პირველი და მე-2 პუნქტების, საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ მე-2 მუხლის „ჯ“ ქვეპუნქტის, 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 45¹ მუხლის გათვალისწინებით, კომისიამ კენჭისყრის შედეგად, ერთხმად

გადაწყვიტა:

1. შპს „ტელეკომპანია პირველის“, შპს „ტელეიმედის“, შპს „მთავარი არხისა“ და შპს „ტელეკომპანია მაესტროს“ მიმართ პოლიტიკური გაერთიანების „ლელო საქართველოსთვის“ საჩივარი (შ-20-6/5005; 24.09.2020) არ დაკმაყოფილდეს.
2. დაევალოს კომისიის აპარატის ადმინისტრაციას (ო. ვოტ) წინამდებარე გადაწყვეტილების დამოწმებული ასლის პოლიტიკური გაერთიანების „ლელო საქართველოსთვის“, შპს „ტელეკომპანია პირველის“, შპს „ტელეიმედის“, შპს „მთავარი არხისა“ და შპს „ტელეკომპანია მაესტროსათვის“ დაუყონებლივ გაგზავნა და კომისიის ოფიციალურ ვებგვერდზე (www.comcom.ge) გამოქვეყნება.
3. გადაწყვეტილება ძალაში შევიდეს მისი დამოწმებული ასლის პოლიტიკური გაერთიანება „ლელო საქართველოსთვის“, შპს „ტელეკომპანია პირველის“, შპს „ტელეიმედის“, შპს „მთავარი არხისა“ და შპს „ტელეკომპანია მაესტროსათვის“ ჩაბარების დღიდან.
4. გადაწყვეტილება შეიძლება გასაჩივრდეს ქ. თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიაში (მისამართი: ქ. თბილისი, დავით აღმაშენებლის ხეივანი, №64) პოლიტიკური გაერთიანება „ლელო საქართველოსთვის“, შპს „ტელეკომპანია პირველის“, შპს „ტელეიმედის“, შპს „მთავარი არხისა“ და შპს „ტელეკომპანია მაესტროსათვის“ ჩაბარებიდან ერთი თვის ვადაში.
5. კონტროლი აღნიშნული გადაწყვეტილების შესრულებაზე (გარდა მე-2 პუნქტისა) დაევალოს კომისიის აპარატის აუდიო-ვიზუალური მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტს (ი. მახარაძე).

კახი ბექაური

თავმჯდომარე

ვახტანგ აბაშიძე

წევრი

ელისო ასანიძე

წევრი

მერაბ ქათამაძე

წევრი

