

## გადაწყვეტილება

N გ-20-16/818  
25/10/2020

818-გ-20-1-4-202010251456



### პ/გ „პატრიოტთა ალიანსის“ საჩივრის დაკმაყოფილებაზე უარის თქმის შესახებ

#### I. საქმის აღწერა

საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია (შემდგომში „კომისია“) აღნიშნავს, რომ 2020 წლის 23 ოქტომბერს კომისიაში შემოვიდა პ/გ „პატრიოტთა ალიანსის“ საჩივარი, რომლის თანახმადაც, მათ შპს „ტელეიმედთან“ გააფორმეს ფასიანი პოლიტიკური რეკლამის განთავსების ხელშეკრულება, რის საფუძველზეც 21 ოქტომბერს მიაწოდეს ორი პოლიტიკური შინაარსის ვიდეო რგოლი, ხოლო „ტელეიმედმა“ ამ ორი ვიდეო რგოლიდან ერთ-ერთი არ განათავსა ეთერში.

#### საჩივრის ავტორის განცხადებით:

მხარეთა შორის დადებული ხელშეკრულების საფუძველზე პ/გ „პატრიოტთა ალიანსმა“ გადაიხადა მომსახურების ღირებულება, ხოლო ამავე ხელშეკრულებით განისაზღვრა ფასიანი პოლიტიკური რეკლამის განთავსების მედია გეგმა, რომელიც გაწერილია და მაუწყებლის ეთერში უნდა გასულიყო 2020 წლის 13 ოქტომბრის ხელშეკრულების დანართებით გათვალისწინებული გეგმა გრაფიკის მიხედვით.

შპს „ტელეიმედმა“ ფასიანი პოლიტიკური რეკლამის გაშვება ტელემაუწყებელში არ მოახდინა ხელშეკრულებით შეთანხმებული მედია გეგმის მიხედვით.

2020 წლის 13 ოქტომბრის ხელშეკრულების 3.4.3 მუხლის თანახმად - „მაუწყებელი ვალდებულია განათავსოს დამკვეთთან შეთანხმებული ვიდეო კლიპები შპს ტელეიმედის ეთერში ხელშეკრულების და დანართების შესაბამისად.“

„პოლიტიკური რეკლამის დეფინიციას ვხვდებით „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონსა და „საქართველოს საარჩევნო კოდექსში“. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის 3<sup>14</sup>) ქვეპუნქტის თანახმად - „წინასაარჩევნო რეკლამაა - რომელიც მიზნად ისახავს საქართველოს პრეზიდენტის, პარლამენტის, ადგილობრივი

თვითმმართველობის ორგანოს-საკრებულოს, გამგებლისა და მერის არჩევნების ხელშეწყობას.“ აღსანიშნავია, რომ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი ასეთი რეკლამის აღმნიშვნელ ტერმინად იყენებს მხოლოდ - „წინასაარჩევნო რეკლამას“. „საარჩევნო კოდექსის“ მე-2 მუხლის ჯ) ქვეპუნქტის თანახმად კი - რეკლამა განმარტებულია, როგორც წინასაარჩევნო/პოლიტიკური რეკლამა. კერძოდ - მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებში გასული ისეთი რეკლამა, რომელიც მიზნად ისახავს საარჩევნო სუბიექტის არჩევისთვის ხელის შეწყობას/ხელის შეშლას და რომელშიც ნაჩვენებია საარჩევნო სუბიექტის რიგითი ნომერი და ამასთან ის შეიცავს წინასაარჩევნო კამპანიის ნიშნებს. აღნიშნული უფლების დაცვის გარანტიებს ასევე აწესებს „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 51-ე, 185-ე მუხლის მე-5 ნაწილი და „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 66-ე მუხლის მე-2, მე-3 ნაწილი, რომლის თანახმად - „კერძო მაუწყებელი ვალდებულია თავისი მომსახურების ზონაში მიმდინარე საარჩევნო კამპანიის დროს, არადისკრიმინაციულად განათავსოს ყველა კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტის მიერ წარმოდგენილი წინასაარჩევნო რეკლამა.“

საჩივრის ავტორის განმარტებით „ტელეიმედის“ მიერ ხდება „საარჩევნო კოდექსისა“ და „მაუწყებლობის შესახებ“ კანონის უხეში დარღვევა და მაუწყებლის მხრიდან ადგილი აქვს დისკრიმინაციულ მიდგომას პ/გ „პატრიოტთა ალიანსის“ მიმართ.

**საარჩევნო სუბიექტის მოთხოვნა:** ზემოაღნიშნული გარემოებებიდან გამომდინარე, პ/გ „პატრიოტთა ალიანსი“ ითხოვს:

შპს „ტელეიმედის“ დაევალოს ფასიანი წინასაარჩევნო პოლიტიკური რეკლამის ეთერში განთავსება ხელშეკრულების დანართში მოცემული მედია გეგმის მიხედვით.

კომისიამ საარჩევნო სუბიექტის „პატრიოტთა ალიანსის“ საჩივრის განხილვა დანიშნა 2020 წლის 25 ოქტომბერს.

კომისიის 2020 წლის 25 ოქტომბრის სხდომას ესწრებოდნენ შპს „ტელეიმედის“ წარმომადგენელი ანდრო ლაშხი და პ/გ „პატრიოტთა ალიანსის“ წარმომადგენელი ვახტანგ კაპანაძე.

**II. წინამდებარე ადმინისტრაციული წარმოების პროცესში კომისიის მიერ შესწავლილი მტკიცებულებები:**

1. საარჩევნო სუბიექტის „პატრიოტთა ალიანსის“ საჩივარი (შ-20-6/5465; 23.10.2020);
2. პ/გ „პატრიოტთა ალიანსის“ წარმომადგენლის მიერ კომისიის სხდომაზე მიცემული ახსნა-განმარტება;
3. შპს „ტელეიმედის“ წარმომადგენლის მიერ კომისიის სხდომაზე მიცემული ახსნა-განმარტება;

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

1. პოლიტიკურმა გაერთიანებამ შპს „ტელეიმედის“ განსათავსებლად წარუდგინა ორი პოლიტიკური შინაარსის ვიდეო რგოლი ფასიანი პოლიტიკურ რეკლამად განთავსების მიზნით. აქედან ერთ-ერთი მაუწყებელმა ეთერში არ განათავსა.

2. შპს „ტელეიმედმა“ არ განათავსა „პატრიოტთა ალიანსის“ მიერ წარდგენილი ვიდეო რგოლი, რადგან, მაუწყებლის წარმომადგენლის განცხადებით, ვიდეო რგოლში ხდება საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვის შედეგების გამოქვეყნება და ის არ აკმაყოფილებს საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 50-ე მუხლის მე-5 ნაწილის მოთხოვნებს, რომლის თანახმადაც „არჩევნებთან დაკავშირებული საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვის შედეგების გამოქვეყნებისას უნდა მიეთითოს გამოკითხვის დამკვეთი (სახელწოდება საჯარო ან საარჩევნო რეგისტრაციის მიხედვით და იურიდიული მისამართი, თუ დამკვეთი იურიდიული პირი ან სახელმწიფო ორგანო; გვარი, სახელი და მისამართი მოქალაქის პირადობის მოწმობის მიხედვით, თუ დამკვეთი ფიზიკური პირია), გამოკითხვა ფასიანია თუ უფასო, ორგანიზაცია, რომელმაც ჩაატარა გამოკითხვა (სახელწოდება საჯარო ან საარჩევნო რეგისტრაციის მიხედვით და იურიდიული მისამართი), გამოკითხვის თარიღი, გამოკითხვის მეთოდი, გამოკითხვაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირება, შესაძლო ცდომილების ფარგლები.“ კერძოდ, „ტელეიმედის“ წარმომადგენლის თქმით ვიდეო რგოლში არ არის მითითებული კვლევის შესაძლო ცდომილების ფარგლები.

3. საჩივარზე თანდართული ხელშეკრულება ფასიანი რეკლამის განთავსების თაობაზე ხელმოწერილია ცალმხრივად და „ტელეიმედის“ წარმომადგენელი ითხოვს, მოხდეს ხელშეკრულების ხელმოწერა ორივე მხარის მიერ, იმისთვის რომ მოხდეს ფასიანი პოლიტიკური რეკლამების განთავსება ეთერში.

4. კომისიის აპარატის აუდივიზუალური მომსახურებების დეპარტამენტის მიერ ჩატარებული მოკვლევით დგინდება, რომ საჩივრის ავტორის მიერ კომისიაში წარმოდგენილი ვიდეო რგოლებიდან ერთ-ერთი, რომელიც „ტელეიმედმა“ არ განათავსა ეთერში, არ აკმაყოფილებს საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 50-ე მუხლის მე-5 ნაწილის მოთხოვნებს, ვინაიდან ვიდეო რგოლში გამოქვეყნებული საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვას არ ახლავს ინფორმაცია შესაძლო ცდომილების ფარგლების შესახებ.

#### IV. წინამდებარე გადაწყვეტილების მიღების სამართლებრივი საფუძვლები და დასაბუთება:

1. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის მე-3 პუნქტის ვ) ქვეპუნქტის თანახმად, მაუწყებლობის სფეროში მოქმედი კანონმდებლობის მოთხოვნების შესრულებაზე ზედამხედველობა და კონტროლი; ამ მოთხოვნათა დარღვევის შემთხვევაში შესაბამისი სანქციების დაკისრება;

2. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 45<sup>1</sup> მუხლის მე-10 პუნქტის თანახმად, 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;

3. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 70-ე მუხლის 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;

4. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-3 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, 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;

5. „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;

6. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „ჰ“ ქვეპუნქტის თანახმად 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, ხოლო საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ მე-2 მუხლის „ჯ“ ქვეპუნქტის თანახმად კი პოლიტიკური/წინასაარჩევნო რეკლამა არის 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 სარეფერენდუმოდ/საპლემბისციტოდ გამოტანილი საკითხის გადაწყვეტის სასარგებლოდ ან საწინააღმდეგოდ.

7. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის პირველი ნაწილის თანახმად რეკლამასთან დაკავშირებით გამოიყენება „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონით დადგენილი წესები, თუ ამ კანონით სხვა რამ არ არის გათვალისწინებული, ხოლო ამავე მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად კი იკრძალება არასათანადო, არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო, არაეთიკური და აშკარად ყალბი რეკლამის ან ტელეშოპინგის განთავსება.

8. „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.

9. საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 50-ე მუხლის მე-5 ნაწილის თანახმად: „აკრძალულია კენჭისყრამდე 48 საათის განმავლობაში და კენჭისყრის დღის 20 საათამდე არჩევნებთან დაკავშირებული საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვის შედეგების გამოქვეყნება, გარდა არჩევნების შესაძლო მონაწილეთა და კენჭისყრის დღეს არჩევნების მონაწილეთა რაოდენობისა. არჩევნების დანიშვნის დღიდან ცესკოს მიერ არჩევნების საბოლოო შედეგების გამოქვეყნებამდე და ამ დღიდან 1 თვის განმავლობაში არჩევნებთან დაკავშირებული საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვის შედეგების გამოქვეყნებისას უნდა მიეთითოს გამოკითხვის დამკვეთი (სახელწოდება საჯარო ან საარჩევნო რეგისტრაციის მიხედვით და იურიდიული მისამართი, თუ დამკვეთი იურიდიული პირი ან სახელმწიფო ორგანოა; გვარი, სახელი და მისამართი მოქალაქის პირადობის მოწმობის მიხედვით, თუ დამკვეთი ფიზიკური პირია), გამოკითხვა ფასიანია თუ უფასო, ორგანიზაცია, რომელმაც ჩაატარა გამოკითხვა (სახელწოდება საჯარო ან საარჩევნო რეგისტრაციის მიხედვით და იურიდიული მისამართი), გამოკითხვის თარიღი, გამოკითხვის მეთოდი, გამოკითხვაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირება, შესაძლო ცდომილების ფარგლები.“

10. საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 194-ე მუხლის პირველი ნაწილის თანახმად, წინასაარჩევნო აგიტაციასთან, პოლიტიკური/წინასაარჩევნო რეკლამის განთავსებასთან დაკავშირებით ამ კანონით დადგენილ მოთხოვნათა დარღვევა, გარდა ამ მუხლის მე-2, მე-3 და მე-4 პუნქტებით განსაზღვრული შემთხვევებისა, გამოიწვევს შესაბამისი საარჩევნო სუბიექტის დაჯარიმებას არაუმეტეს რეკლამის განთავსების დროისათვის დადგენილი ტარიფის ოდენობით, ხოლო ამ კანონის 185-ე მუხლის მე-19 პუნქტით ან 186-ე მუხლის მე-18 პუნქტით დადგენილი მოთხოვნის დარღვევა გამოიწვევს შესაბამისი საარჩევნო სუბიექტის დაჯარიმებას არაუმეტეს რეკლამის განთავსების დროისათვის დადგენილი ტარიფის ორმაგი ოდენობით. თუ დაჯარიმება გამოწვეულია უფასო რეკლამის განთავსებით, ჯარიმის ოდენობა გამოითვლება შესაბამისი მაუწყებლის მიერ ფასიანი რეკლამის განთავსებისათვის განსაზღვრული ტარიფის არაუმეტეს ორმაგი ოდენობით.

11. საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 194-ე მუხლის მე-2 ნაწილის თანახმად ამ კანონის 185-ე მუხლის მე-20 ან 21-ე პუნქტით ან 186-ე მუხლის მე-19 ან მე-20 პუნქტით დადგენილი მოთხოვნის დარღვევა გამოიწვევს შესაბამისი მაუწყებლის დაჯარიმებას არაუმეტეს რეკლამის განთავსების დროისათვის დადგენილი ტარიფის ორმაგი ოდენობით. თუ დაჯარიმება გამოწვეულია უფასო რეკლამის განთავსებით, ჯარიმის ოდენობა გამოითვლება შესაბამისი მაუწყებლის მიერ ფასიანი რეკლამის განთავსებისათვის განსაზღვრული ტარიფის არაუმეტეს ორმაგი ოდენობით. ამ კანონის 50-ე მუხლის პირველი პუნქტის „ბ“-„დ“ ქვეპუნქტებით ან 11 პუნქტით დადგენილი მოთხოვნის დარღვევა ან მაუწყებლის მიერ 185-ე ან 186-ე მუხლით დადგენილი სხვა ვალდებულებების შეუსრულებლობა გამოიწვევს შესაბამისი მაუწყებლის დაჯარიმებას 5 000 ლარის ოდენობით.

12. საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 194-ე მუხლის მე-6 ნაწილის თანახმად, ამ მუხლის მე-2-მე-4 პუნქტებით გათვალისწინებულ ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევათა შესახებ ოქმებს ადგენს საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც შესაბამისი ოქმის შედგენა იწვევს საარჩევნო სუბიექტის პასუხისმგებლობის დადგომას.

13. საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 194-ე მე-9 ნაწილის თანახმად, ამ მუხლის მე-6 პუნქტით გათვალისწინებული უფლებამოსილი ორგანო იმავე პუნქტით გათვალისწინებული სამართალდარღვევის შესახებ ოქმის შედგენის საკითხს განიხილავს და გადაწყვეტილებას იღებს საჯარო სხდომაზე, სამართალდარღვევის გამოვლენიდან 2 დღის ვადაში, მის მიერ დადგენილი წესით. ამასთანავე, სხდომაზე სამართალდარღვევის დაუსწრებლობა არ აფერხებს გადაწყვეტილების მიღებას. ამ მუხლის მე-2 პუნქტით გათვალისწინებული უფლებამოსილი ორგანოს მიერ გადაწყვეტილების მიღების შემდეგ მის მიერვე განსაზღვრული უფლებამოსილი პირი ამ პუნქტით გათვალისწინებულ ვადაში ადგენს სამართალდარღვევის შესახებ ოქმს საქართველოს ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევათა კოდექსის 240-ე მუხლის 22 ნაწილის შესაბამისად.

14. საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 194-ე მე-11 ნაწილის თანახმად ამ მუხლით გათვალისწინებული ადმინისტრაციული სამართალდარღვევების ჩადენისას სამართალწარმოება ხორციელდება საქართველოს ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევათა კოდექსის შესაბამისად, თუ ამ კანონით სხვა რამ არ არის განსაზღვრული.

15. საქართველოს ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევათა კოდექსის 232-ე მუხლის „ა“ ქვეპუნქტის თანახმად ადმინისტრაციული სამართალდარღვევის საქმის წარმოება არ უნდა დაიწყოს, ხოლო დაწყებული ადმინისტრაციული სამართალდარღვევის საქმე უნდა შეწყდეს თუ ადმინისტრაციული სამართალდარღვევის ფაქტი არ არსებობს;

კომისიის აპარატის აუდიოვიზუალური მომსახურებების დეპარტამენტის მიერ ჩატარებული შესწავლით დადგინდა, რომ საჩივრის ავტორის მიერ კომისიაში წარმოდგენილი ვიდეო რგოლებიდან ერთ-ერთში, რომელიც „ტელეიმედმა“ არ განათავსა ეთერში, ნამდვილად ხდება არჩევნებთან დაკავშირებული საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვის შედეგების გავრცელება, და იგი ვერ აკმაყოფილებს საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 50-ე მუხლის მე-5 ნაწილის მოთხოვნებს, ვინაიდან ვიდეო რგოლში გამოქვეყნებული საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვას არ ახლავს ინფორმაცია შესაძლო ცდომილების ფარგლების შესახებ.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, კომისიას მიაჩნია, რომ საჩივრის ავტორის მიერ წარმოდგენილი ვიდეო რგოლი, წარმოდგენილი სახით, არ უნდა განთავსებულიყო მაუწყებლის ეთერში.

საჩივრის ავტორის მოთხოვნასთან დაკავშირებით, რომელიც შეეხება მაუწყებლის დავალდებულებას განათავსოს მიწოდებული ვიდეო რგოლი მედია გეგმების მიხედვით,

კომისია მოკლებულია შესაძლებლობას იმსჯელოს ამ საკითხზე, მით უფრო იმის გათვალისწინებით, რომ არ დასტურდება მაუწყებლების მიერ კანონმდებლობის დარღვევის ფაქტი. ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, არ დასტურდება მაუწყებლების მიერ საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსით“ დადგენილი მოთხოვნების დარღვევის ფაქტი, რაც გახდებოდა კომისიის მიერ ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევათა ოქმის შედგენის საფუძველი.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, საქართველოს ორგანული კანონის „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ 50-ე მუხლის მე-5 ნაწილის, 194-ე მუხლის პირველი, მე-2, მე-6 და მე-9 ნაწილების, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის, მე-3 მუხლის პირველი პუნქტის, მე-5 მუხლის მე-3 პუნქტის ვ) ქვეპუნქტის, 45<sup>1</sup> მუხლის მე-10 პუნქტის, 63-ე მუხლის პირველი პუნქტის და 70-ე მუხლის მე-2 პუნქტის, „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-3 მუხლის მე-2 პუნქტისა და საქართველოს ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევათა კოდექსის 232-ე მუხლის „ა“ ქვეპუნქტის შესაბამისად, კომისიამ, კენჭისყრის შედეგად, ერთხმად

### **გადაწყვიტა:**

1. არ დაკმაყოფილდეს პ/გ „პატრიოტთა ალიანსის“ საჩივარი და უარი ეთქვას ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევის ოქმის შედგენაზე შპს „ტელეიმედის“ მიმართ;
2. გადაწყვეტილება ძალაში შედის მიღებისთანავე;
3. გადაწყვეტილება შეიძლება გასაჩივრდეს ქ. თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიაში (მისამართი: ქ. თბილისი, დავით აღმაშენებლის ხეივანი N64) მხარეებისთვის ამ გადაწყვეტილების დამოწმებული ასლის ჩაბარების დღიდან ერთი თვის ვადაში;
4. დაევალოს კომისიის აპარატის ადმინისტრაციას (ო. ვოტ) წინამდებარე გადაწყვეტილების მხარეებისთვის დაუყოვნებლივ გაგზავნა და კომისიის ვებ გვერდზე ([www.comcom.ge](http://www.comcom.ge)) განთავსება;
5. დაევალოს წინამდებარე გადაწყვეტილების (გარდა მე-4 პუნქტისა) შესრულებაზე კონტროლი კომისიის აპარატის აუდიოვიზუალური მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტს;
6. დაევალოს კომისიის აპარატის ადმინისტრაციას (ო. ვოტ) წინამდებარე გადაწყვეტილების მე-4 პუნქტის შესრულებაზე კონტროლი.



კახი ბექაური



თავმჯდომარე

ვახტანგ აბაშიძე



წევრი

ელისო ასანიძე



წევრი

მერაბ ქათამაძე



წევრი