



იუსტიციის
სამინისტრო

ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს პრეცედენტული სამართალი

ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს [2024 წლის 30 იანვრის სასამართლო გადაწყვეტილება \(მესამე პალატა\) Reti Televisive Italiane, C-255/21, ECLI:EU:C:2024:98.](#)

მოკლე მიმოხილვა:

ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2024 წლის 30 იანვრის გადაწყვეტილება Reti Televisive Italiane, C-255/21, ECLI:EU:C:2024:98 ეხება იტალიური აუდიოვიზუალური მედიამომსახურების მიწოდებელ კომპანიას Reti Televisive Italiane-ს (RTI), რომელიც სატელევიზიო არხებთან ერთად ფლობდა რადიოკომპანიის წილსაც. იტალიის მარეგულირებელმა ორგანომ კომპანია RTI დააჯარიმა იმ მიზეზით, რომ მის სატელევიზიო არხებზე რადიოკომპანიის სარეკლამო რგოლების განთავსებით მან გადააჭარბა კანონით დადგენილი სარეკლამო დროის ლიმიტს.

კომპანია RTI ამტკიცებდა, რომ აღნიშნული სარეკლამო რგოლები უნდა შეფასებულიყო, როგორც „მაუწყებლის მიერ საკუთარ პროგრამებთან დაკავშირებით გაკეთებული განცხადებები“ და, შესაბამისად, არ უნდა ჩათვლილიყო საერთო სარეკლამო დროის ლიმიტში. აღნიშნული დავის ფარგლებში, საქმის განმხილველმა ეროვნულმა სასამართლომ მიმართა ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს იმის დასადგენად, მოიცავს თუ არა „მაუწყებლის მიერ საკუთარ პროგრამებთან დაკავშირებით გაკეთებული განცხადებების“ ცნება იმავე სამაუწყებლო ჯგუფში შემავალი რადიოსადგურის პროგრამებზე ტელევიზიის მიერ გავრცელებულ სარეკლამო რგოლებს.

ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლომ განმარტა, რომ მსგავსი სარეკლამო განცხადებები შეიძლება გათავისუფლდეს სატელევიზიო სარეკლამო დროის ლიმიტისგან მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ ისინი თავად წარმოადგენენ აუდიოვიზუალურ მედიამომსახურებას და მაუწყებელს გააჩნია რედაქციული პასუხისმგებლობა ამ პროგრამებზე. სასამართლოს გადაწყვეტილებით, მხოლოდ ერთი და იმავე სამაუწყებლო ჯგუფის კუთვნილება ან ორგანიზაციულ-ეკონომიკური კავშირი თავისთავად არ არის საკმარისი იმისათვის, რომ ასეთი სარეკლამო რგოლები, დირექტივის მნიშვნელობით, ჩაითვალოს „საკუთარ პროგრამად“.

მნიშვნელოვანი ამონარიდი გადაწყვეტილებიდან:

20 იმის დასადგენად, ხდება თუ არა რადიოსადგურის სარეკლამო განცხადებები, რომლებსაც გადასცემს ტელევიზია, რომელიც ამ რადიოსადგურის აქციათა უმრავლესობის მფლობელია, დირექტივის 2010/13 23-ე მუხლის მე-2 პუნქტის მოქმედების ფარგლებში, პირველ რიგში, უნდა განვასხვავოთ ერთმანეთისაგან, ერთი მხრივ, პროდუქტის ან მომსახურების შექმნის წახალისებისთვის განკუთვნილი რეკლამა და, მეორე მხრივ, ნეიტრალური განცხადებები, რომელთა ერთადერთი მიზანია ინფორმაციის მიწოდება პროგრამების შესახებ, რომლებიც, ამ მიზეზით, ვერ ექცევა „სატელევიზიო რეკლამის“ ცნებაში ამ მუხლის მნიშვნელობით და, შესაბამისად, გამორიცხულია დირექტივის სატელევიზიო რეკლამასა და ტელეშოპინგთან დაკავშირებული დებულებების მოქმედების ფარგლებიდან.

21 „სატელევიზიო სარეკლამო რგოლების“ ცნება, რომელსაც დირექტივის 2010/13 23-ე მუხლის 1-ელი პუნქტი საათობრივი მაუწყებლობის პროცენტულ მაჩვენებელში მოიაზრებს, დირექტივის 1-ელი მუხლის 1(i)-ელ პუნქტში მითითებული „სატელევიზიო რეკლამის“ ცნების შესაბამისად განისაზღვრება, როგორც ეს ამავე დირექტივის პრეამბულის 87-ე პუნქტშია აღნიშნული. აღნიშნული დებულების მიხედვით, სატელევიზიო რეკლამა ნიშნავს ნებისმიერი ფორმის განცხადებას, რომელიც გადაიცემა საფასურის გადახდის ან მსგავსი ანაზღაურების სანაცვლოდ, ან თვითრეკლამის მიზნით, რომელსაც ახორციელებს საჯარო ან კერძო ორგანიზაცია ან ფიზიკური პირი ვაჭრობასთან, ეკონომიკურ

საქმიანობასთან, ხელობასთან ან პროფესიასთან დაკავშირებით, საქონლის ან მომსახურების მიწოდების პოპულარიზაციის მიზნით, რომელიც ხორციელდება ანაზღაურების სანაცვლოდ.

22 ამასთან დაკავშირებით, დირექტივა 2010/13-ის პრეამბულის 96-ე პუნქტში ნათქვამია, რომ თვითრეკლამა არის რეკლამის განსაკუთრებული ფორმა, რომლის დროსაც მაუწყებელი ხელს უწყობს საკუთარი პროდუქციის, მომსახურების, პროგრამების ან არხების პოპულარიზაციას. შესაბამისად, თვითრეკლამას არეგულირებს აღნიშნული დირექტივის დებულებები, რომლებიც ეხება სატელევიზიო რეკლამასა და ტელეშოპინგს.

[...]

25 ამგვარად, ტელევიზიით გადაცემული განცხადებები, მათ შორის, ნეიტრალური და წმინდა ინფორმაციული, რომლებიც ეხება მაუწყებლის პროგრამებს ან გადაცემებს, წარმოადგენენ „სატელევიზიო რეკლამას“ დირექტივის 2010/13 1-ელი მუხლის 1(i)-ელი პუნქტის მნიშვნელობით, ვინაიდან მათი მიზანია შესაბამისი პროგრამების ყურებისკენ მაყურებლის წახალისება და, შესაბამისად, ანაზღაურების სანაცვლოდ მომსახურების მიწოდების ხელშეწყობა.

26 შესაბამისად, აღნიშნული განცხადებები ექვემდებარება ამ დირექტივის 23-ე მუხლის 1-ელი პუნქტით სატელევიზიო რეკლამისთვის დაწესებული საათობრივი მაუწყებლობის დროის ლიმიტს, თუ ისინი არ შეიძლება კლასიფიცირებულ იქნეს, როგორც „მაუწყებლის მიერ საკუთარ პროგრამებთან დაკავშირებით გაკეთებული განცხადებები“, ამ მუხლის მე-2 პუნქტის მნიშვნელობით.

27 მეორეც, ასეთი კლასიფიკაციის მიზნებისთვის, აუცილებელია იმის შესწავლა, წარმოადგენს თუ არა რადიოსადგურის პროგრამები, რომლებიც ტელევიზიის მაუწყებლის მიერ გაკეთებული განცხადებების საგანია, „პროგრამებს“ დირექტივის 2010/13 23-ე მუხლის მე-2 პუნქტის მნიშვნელობით.

28 ამ დირექტივის 1-ელი მუხლის 1(b)-ელი პუნქტის თანახმად, „პროგრამის“ ცნება ნიშნავს „მომრავი გამოსახულებების ერთობლიობას ხმით ან ხმის გარეშე, რომელიც წარმოადგენს ცალკეულ ელემენტს მედიამომსახურების მიწოდების მიერ შედგენილი გრაფიკის ან კატალოგის ფარგლებში და რომლის ფორმა და შინაარსი შეიძლება შედარდეს ტელემაუწყებლობის ფორმასა და შინაარსთან.

[...]

30 შესაბამისად, ამ განმარტებებში გამოყენებული ტერმინებიდან, როგორცაა „მომრავი გამოსახულებები ხმით ან ხმის გარეშე“, „ტელევიზია“, „აუდიოვიზუალური“ და „ყურება“, და განსაკუთრებით, 2010/13 დირექტივის პრეამბულის 23-ე პუნქტის შინაარსის გათვალისწინებით, გამომდინარეობს, რომ ეს დირექტივა თავისი მოქმედების არეალიდან გამორიცხავს რადიომაუწყებლობის იმ სერვისებს, რომლებიც, ჩვეულებრივ, შედგება ხმოვანი შინაარსისგან შემდგარი გადაცემებისგან ან პროგრამებისგან და, შესაბამისად, გადაიცემა გამოსახულების გარეშე, მათ შორის, იმ შემთხვევებში, როდესაც ასეთ გადაცემებს ან პროგრამებს თან ახლავს განუყოფელი დამხმარე აუდიოვიზუალური ელემენტები (*იხ. ანალოგიისთვის, 2015 წლის 21 ოქტომბრის გადაწყვეტილება, New Media Online, C-347/14, EU:C:2015:709, პარაგრაფები 34 და 37*).

[...]

38 დირექტივის 2010/13 1-ელი მუხლის 1(c)-ელი პუნქტიდან გამომდინარე ნათელია ის კრიტერიუმები, რომელთა საშუალებითაც განისაზღვრება პროგრამაზე რედაქციული პასუხისმგებლობის მქონე ფიზიკური და იურიდიული პირები. ეს დებულება „რედაქციული პასუხისმგებლობის“ ცნებას განმარტავს, როგორც „ეფექტური კონტროლის განხორციელებას პროგრამების შერჩევასა და მათ ორგანიზებაზე, ან ქრონოლოგიური გრაფიკის შესაბამისად, სატელევიზიო მაუწყებლობის შემთხვევაში, ან კატალოგში, მოთხოვნაზე დამოკიდებული აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების შემთხვევაში“. აუცილებელია დადგინდეს, განსაკუთრებით, აქვს თუ არა შესაბამის პირს საბოლოო გადაწყვეტილების მიღების უფლებამოსილება ფაქტობრივ აუდიოვიზუალურ შეთავაზებასთან დაკავშირებით, რაც გულისხმობს, რომ მას განკარგულებაში აქვს საკმარისი მატერიალური და

ადამიანური რესურსები ასეთი პასუხისმგებლობის ასაღებად (ამ თვალსაზრისით, იხ. 2019 წლის 4 ივლისის გადაწყვეტილება *Baltic Media Alliance, C 622/17, EU:C:2019:566*, პარაგრაფები 40 და 43).

39 აქედან გამომდინარე, იმისათვის, რომ რადიოსადგურის პროგრამები, რომლებიც იმავე კომპანიების ჯგუფს მიეკუთვნებიან, რომელსაც შესაბამისი მაუწყებელი, ჩაითვალოს, დირექტივის 2010/13 23-ე მუხლის მე-2 პუნქტის მნიშვნელობით, ამ მაუწყებლის „საკუთარ“ პროგრამებად, ამ მაუწყებელმა უნდა აიღოს სარედაქციო პასუხისმგებლობა შესაბამის პროგრამებზე ამავე დირექტივის 1-ელი მუხლის 1(c)-ელი პუნქტის მნიშვნელობით. შესაბამისად, ეს პასუხისმგებლობა არ შეიძლება დაფუძნებული იყოს მხოლოდ კომპანიების ერთი და იმავე ჯგუფში შემავალ მაუწყებელსა და რადიომაუწყებელს შორის არსებულ ეკონომიკურ, ორგანიზაციულ და სამართლებრივ ურთიერთკავშირზე.

40 ზემოაღნიშნული ყველა მსჯელობის გათვალისწინებით [...] დირექტივის 2010/13 23-ე მუხლის მე-2 პუნქტში მითითებულ კითხვებზე პასუხი უნდა განიმარტოს ისე, რომ „მაუწყებლის მიერ საკუთარ პროგრამებთან დაკავშირებით გაკეთებული განცხადებების“ ცნება არ უნდა მოიცავდეს მაუწყებლის მიერ იმავე კომპანიების ჯგუფს მიეკუთვნებული რადიოსადგურისთვის გაკეთებულ სარეკლამო განცხადებებს, რომელსაც მიეკუთვნება მაუწყებელი, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც, პირველ რიგში, ამ სარეკლამო განცხადებების საგანს წარმოადგენენ პროგრამები ამ დირექტივის 1-ელი მუხლის 1(a)-ელ პუნქტში გამოყენებული ცნების „აუდიოვიზუალურ მედია მომსახურების“ მნიშვნელობით, რაც გულისხმობს, რომ ისინი შეიძლება განცალკევდეს ამ რადიოსადგურის ძირითადი საქმიანობისგან და, მეორეც, მაუწყებელს აქვს „სარედაქციო პასუხისმგებლობა ამ პროგრამებზე ამ დირექტივის 1-ელი მუხლის 1(c)-ელი პუნქტის მნიშვნელობით“.

ეროვნული კანონმდებლობის ნორმის ევროკავშირის კანონმდებლობასთან დაახლოების საფუძველი	საქართველოსა და ევროკავშირის შორის ასოცირების შესახებ შეთანხმების XXXIII დანართი
ევროკავშირის სამართლებრივი აქტი, რომელთანაც მოხდა ეროვნული ნორმის დაახლოება	ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2010 წლის 10 მარტის დირექტივა 2010/13/EU „აუდიოვიზუალური მედიამომსახურების უზრუნველყოფასთან დაკავშირებით წევრი სახელმწიფოების კანონებით, რეგულაციებით ან ადმინისტრაციული აქტებით გათვალისწინებული გარკვეული დებულებების კოორდინაციის შესახებ“ (აუდიოვიზუალური მედიამომსახურების დირექტივა)
ევროკავშირის დებულება	დირექტივის 2010/13/EU 23-ე მუხლის მე-2 პუნქტი
ეროვნული ნორმა, რომლის დაახლოება ევროკავშირის სამართლებრივ აქტთან უკვე მოხდა	„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 64-ე მუხლის მე-2 პუნქტი <i>(სარეგისტრაციო კოდი: 450.140.000.05.001.001.632; 12/06/2025 კონსოლიდირებული ვერსია)</i>
საკვანძო ტერმინი	მაუწყებლის მიერ საკუთარ პროგრამასთან დაკავშირებით გაკეთებული განცხადება
CJEU-ს პრეცედენტული სამართალი	2024 წლის 30 იანვარის სასამართლო გადაწყვეტილება (მესამე პალატა), Reti Televisive Italiane, C-255/21, ECLI:EU:C:2024:98

ინფორმაცია დამუშავებულია საქართველოს იუსტიციის სამინისტროს ევროკავშირის სამართლის დეპარტამენტის მიერ, ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს გადაწყვეტილებათა

ანალიზის საფუძველზე. ანალიზი განკუთვნილია მხოლოდ საინფორმაციო და საგანმანათლებლო მიზნებისთვის და არ ასახავს რომელიმე ორგანიზაციის, დაწესებულების ან სუბიექტის შეხედულებებს.