



**გადაწყვეტილება
საქართველოს სახელით**

22 ნოემბერი 2018 წ.

ქ. თბილისი

შესავალი ნაწილი

თბილისის საქალაქო სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა კოლეგიის

**მოსამართლე: ქეთევან კუჭავა
სხდომის მდივანი: თამარ პოლოსოვი**

მოსარჩელე: შპს „ტ-----ი“, პ----- გ-----ე

წარმომადგენლები: მა-----ი, უჩ-----ი

მოპასუხე: მ-----ი

წარმომადგენელი: გრ-----ე

დავის საგანი: გავრცელებული ცილისმწამებლური ცნობების უარყოფა

აღწერილობითი ნაწილი

1. სასარჩელო მოთხოვნა

1.1. სასამართლო გადაწყვეტილებით დაევალოს მოპასუხე მ-----ს საკუთარ ფეისბუქ გვერდზე საჯარო შეტყობინების (ე.წ. სტატუსის) გამოქვეყნებით უარყოს მის მიერვე 2017 წლის 20 იანვრის პოსტით გავრცელებული შემდეგი ცნობები: 1) „შემდეგ ვთხოვეთ სტატიკური ბანერის დამზადება, რომლის ფასი პრაქსში იყო 50 დოლარი, თუმცა ლ-----მა ფასი შეცვალა და 150\$ მოითხოვა“ და 2) „შევახსენეთ მოწოდებულ ფასებზე. პასუხი ასეთი იყო „მაშინ არ გვიღირს“- საკუთარი ფეისბუქის გვერდზე შემდეგი საჯარო სტატუსის გავრცელების გზით: „სასამართლო გადაწყვეტილების საფუძველზე მოვალე ვარ გაცნობოთ, რომ მცდარია ჩემ მიერ 2017 წლის 20 იანვარს ჩემი ფეისბუქ გვერდის მეშვეობით გავრცელებული ცნობა იმის შესახებ, რომ შპს „ტ-----მა“, იგივე ლ-----მა ბანერის საწყის ფასად

მიუთითა 50 დოლარი, ხოლო შემდეგ ფასი გაზარდა 150 დოლარამდე. აგრეთვე მცდარია ის, რომ შპს „ტ-----მა“ ბანერის ღირებულების გამო თქვა უარი ჩვენგან შეკვეთის აღებაზე“.

დაევალოს მოპასუხეს, აღნიშნული სტატუსი საჯაროდ გამოქვეყნებული ჰქონდეს სტატუსის გამოქვეყნების თარიღით მის ამჟამინდელ (<https://www.-----m>) და სამომავლო ფეისბუქ ვერდზე (რომელსაც უნდა ჰყავდეს მინიმუმ იმავე რაოდენობის გამომწერი) სულ მცირე სამი თვის მანძილზე, აგრეთვე დაევალოს მოპასუხეს, არ შეიტანოს არანაირი ცვლილება მის მიერ საჯაროდ დაწერილ სტატუსში აღნიშნული პერიოდის მანძილზე.

1.2. სასამართლო გადაწყვეტილებით დაევალოს მოპასუხე მ-----ს საკუთარ ფეისბუქ გვერდზე საჯარო შეტყობინების (ე.წ. სტატუსის) გამოქვეყნებით უარყოს მის მიერვე 2017 წლის 20 იანვარს დადებულ კომენტარებში გავრცელებული შემდეგი ცნობები: 1) „ორი კლასის განათლება აქვთ არც კლიენტთან ურთიერთობაში არც სეილსა და მარკეტინგში“ და 2) „პ-----საკით 2 კლასის customer service - ით არ ვუერთიერთობები ჩემს კლიენტებსა და პაციენტებს“ - საკუთარი ფეისბუქის გვერდზე შემდეგი საჯარო პოსტის გავრცელების გზით: „სასამართლო გადაწყვეტილების საფუძველზე მოვალე ვარ გაცნობოთ, რომ მცდარია, რომ პ----- გ-----ეს არ აქვს განათლება კლიენტთან ურთიერთობაში, სეილსა და მარკეტინგში. აგრეთვე მცდარია ის, რომ მოსარჩელე პ----- გ-----ეს არ აქვს customer service-ის გამოცდილება, ბოდიშს ვუხდის პ----- გ-----ეს ჩემს მიერ მის მიმართ გამოქვეყნებული ცნობების გამო“.

დაევალოს მოპასუხეს აღნიშნული სტატუსი საჯაროდ გამოქვეყნებული ჰქონდეს სტატუსის გამოქვეყნების თარიღით მის ამჟამინდელ (<https://www.-----m>) და სამომავლო ფეისბუქ ვერდზე (რომელსაც უნდა ჰყავდეს მინიმუმ იმავე რაოდენობის გამომწერი) სულ მცირე სამი თვის მანძილზე, აგრეთვე დაევალოს მოპასუხეს, არ შეიტანოს არანაირი ცვლილება მის მიერ საჯაროდ დაწერილ სტატუსში აღნიშნული პერიოდის მანძილზე.

სარჩელი ეფუძნება შემდეგ ფაქტობრივ გარემოებებს:

2017 წლის 19 იანვარს, შპს „ტ-----ის“ თანამშრომელს, პ----- გ-----ეს დაუკავშირდა შპს „ნ-----ას“ წარმომადგენელი, ს----- უ-----ა, რომელსაც სურდა კომპანიისთვის სტატიკური ბანერის დამზადება და აინტერესებდა მომსახურების ფასი. შპს „ტ-----ის“ თანამშრომლის პასუხი იყო, რომ სტატიკური ბანერი ღირდა 150 დოლარი დღს-ს გარეშე, რომელშიც შედიოდა 3 (სამი) ზომა.

შპს „ნ-----ას“ წარმომადგენელმა, ს----- უ-----ამ შეტყობინებას დაურთო ნიმუში, რომლის მიხედვითაც უნდა მომხდარიყო ბანერის

დამზადება. ამის გარდა, პ----- გ-----ემ დააზუსტა ს----- უ-----ასთან დასამზადებელი ბანერის ზომები. ნიმუშისა და აგრეთვე თავად ს----- უ-----ას მითითების მიხედვით, ბანერი უნდა ყოფილიყო 330- 110 პიქსელის ზომის, რომელზეც უნდა დატანილიყო კომპანიის ლოგო, ბავშვის სურათი და ტექსტი „-----“ და „N-----k“.

შპს „ტ-----ის“ თანამშრომელმა, პ----- გ-----ემ შპს „ნ-----ას“ წარმომადგენელ ს----- უ-----ას მისწერა, რომ კომპანია არ აიღებდა ამ დაკვეთას, რადგან ბანერის ზომა იყო მეტად მცირე, მით უმეტეს, რომ ბანერზე ლოგო იყო დასატანი. ტექნიკურად ბანერის შესრულება კი კომპანიისთვის საინტერესო არ იყო 150 აშშ დოლარის შემთხვევაშიც. რადგან არ ეძლეოდა კრეატივის გამოვლენის საშუალება. დიზაინერს არ ჰქონდა საშუალება თავის ხედვა ჩაედო.

2017 წლის 20 იანვარს, შპს „ნ-----ას“ წარმომადგენელმა მ----- —მა მიწერა პ----- გ-----ეს და გამოთქვა უკმაყოფილება, რომ კომპანიამ შპს „ნ-----ას“ შეკვეთა ფულის გამო არ აიღო. რაზეც პ----- გ-----ემ კიდევ ერთხელ უპასუხა, რომ შპს „ტ-----ი“ 150 აშშ დოლარის გადახდის სანაცვლოდაც არ აიღებდა ასეთი ტიპის დაკვეთას და ამასთან, მასსა და ს----- უ-----ას შორის არსებული მიმოწერაც გაუგზავნა.

2017 წლის 20 იანვარს, მ-----მა თავის პირად ფეისბუქის გვერდზე საჯაროდ დადო პოსტი, სადაც მან დაამახინჯა შპს „ნ-----ას“ და შპს „ტ-----ს“ შორის განხორციელებული მიმოწერის შინაარსი. მ-----მა პოსტში დაწერა შემდეგი წინადადებები: „ფასი პრაისში იყო 50 დოლარი, თუმცა ლ-----მა ფასი შეცვალა და 150 დოლარი მოითხოვა. შევახსენეთ მოწოდებულ ფასზე. პასუხი ასეთი იყო „მაშინ არ გვიღირს“, აგრეთვე „ნუ სიტყვის ფასის არ ცოდნაზე აღარაფერს ვამბობ. მოკლედ ერიდეთ ლ-----ს და ვისაც გსურთ ნებისმიერი მარკეტინგული სამუშაო, კებ გვერდების დამზადებიდან, S-----c მომწერეთ მე დაგაკავშირებთ ბევრად ხარისხიან ხალხს 1/10 ფასებში.“

მ-----ი თავის 2017 წლის 20 იანვრის ფოსტში შპს „ტ-----ს“ იხსენებს როგორც „ლ-----ი“. ლ-----ი წარმოადგენს შპს „ტ-----ის“ საბაზრო სახელწოდებასა და სასაქონლო ნიშანს.

შპს „ტ-----ი“ არის ცნობილი კომპანია ბაზარზე, რომელიც მრავალი ჯილდოსა და პრიზის მფლობელია. კერძოდ, კრეატიული სააგენტო ლ-----ი თავისი შემოქმედებითი ნაშრომების წყალობით ბოლო ორი წელიწადია ზედიზედ იღებს მსოფლიოს ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი საერთაშორისო ფესტივალის, კანის ლომების საერთაშორისო კრეატიული ფესტივალის, პრიზს, რაც იშვიათი წარმატებაა აღმოსავლეთის ევროპის ბაზარზე მოქმედი ნებისმიერი კრეატიული სააგენტოსთვის. 20-----ო

ფესტივალზე ლ-----ი დასახელდა ფესტივალის საუკეთესო ქართულ სააგენტოდ.

მ-----ის მიერ 2017 წლის 20 იანვრას დადებული პოსტს ჰქონდა ცალსახა მიზანი კომპანიის რეპუტაციის შელახვისა. მოპასუხემ პოსტში დაწერა შემდეგი წინადადება: ერიდეთ ლ-----ს და ვისაც გსურთ ნებისმიერი მარკეტინგული სამუშაო... მომწერეთ მე დაგაკავშირებთ ბევრად ხარისხიან ხალხს 1/10 ფასებში“. პოსტს მოჰყვა შესაბამისი შედეგიც: კომენტარებში ფეისბუქ მომხმარებლები წერდნენ, რომ ამ პოსტის დახმარებით იპოვეს სხვა კომპანია, კერძოდ:

1) ი-----ა აკომენტარებს: „უკვე დამაკავშირე და დიდ მადლობას მოგახსენებთ ამისათვის“, რაზედაც მარიამის პასუხი იყო „კი, ს-----მა 10 დილარი მოითხოვა იმ ბანერში, რაშიც ლ-----მა 150 დოლარი“.

2) თ-----ა „მე მინდა და მაინტერესებს ძალიან ყველა ზემოჩამოთვლილი სერვისი. აქ ვერ ვიპოვე კომპეტენტური ვერაზინ, ფასისა და ხარისხის შესაბამისი“. მარიამის პასუხი - „თ-----ა - მე დაგაკავშირებ კომპეტენტურს და იაფს. მომწერე ინბოქსში რა გინდა ზუსტად“. აღნიშნულ ადამიანებს შეექნათ ცალსახა წარმოდგენა, რომ ლ-----ი არის არასანდო ბიზნეს პარტნიორი, რითაც ნამდვილად მიაღმა ზიანი შპს „ტ-----ის“ საქმიან რეპუტაციას.

მ-----ს საკუთარ ფეისბუქზე ჰყავს 8252 გამომწერი, შესაბამისად მის მიერ 2017 წლის 20 იანვარს საჯაროდ დადებული პოსტი ხელმისაწვდომი იყო სულ მცირე 8252 ფეისბუქ მომხმარებელათვის.

მ-----ის პოსტზე დააკომენტარა შპს „ტ-----ის“ თანამშრომელმა პ--- გ-----ემ, რომელმაც მითითება გააკეთა ლ-----ის პასუხზე. მოპასუხემ კი შემდეგი შეურაცხყოფელი სიტყვებით მიმართა პ--- გ-----ეს:

1) „რა უნდა ელაპარაკო ამათ თინათინ რომ ხედავ ორი კლასისი განათლება აქვთ არც კლიენტებთან ურთიერთობაში არც სეილსა და მარკეტინგში“.

2) „უი უი გენათალე შენა, ლა პალატა ბიჭი ყოფილხარ ეხლავე ვნახე შენი ფოტოები. მეც არავთქვი მარკეტინგ კომპანიის დირექტორიო და მოვინდომე ჰაი ფაივ სერვისი“.

3) „მე ზუსტად ვიცი ვერ ჩამანაცვლებენ უცხოელები, რადგან პ---სათვის 2 კლასის customer servise - ით არ ვეურთიერთობები ჩემს კლიენტებსა და პაციენტებს“. მოსარჩელის მითითებით, აღნიშნული კომენტარები აყენებენ შეურაცხყოფას როგორც კომპანიის საქმიან რეპუტაციას, ისე თავად პ--- გ-----ესაც, რადგან ასეთი ფრაზების თქმის ფაქტობრივი საფუძველი არ არსებობს.

2. მოპასუხის პოზიცია

2.1. მოპასუხემ წარმოდგენილი შესაგებლით არ ცნო სარჩელი და აღნიშნა შემდეგი:

2017 წლის 19 იანვარს შპს "ნ-----ას" წარმომადგენელი ს----- უ-----ა ელ-ფოსტის მეშვეობით დაუკავშირდა შპს "ტ-----ის" წარმომადგენელს პ----- გ-----ეს, წერილში კომპანიის სახელით სთხოვა სტატიკური ბანერის დამზადება და ნათლად აუხსნა თუ რა მოთხოვნები ჰქონდათ ამ ბანერის მიმართ. გარდა ამისა, პირველივე წერილში მოსარჩელეს გაეგზავნა ნიუ ლაიფის ერთ-ერთი ბანერის ნიმუში, რომლის ზომებით და სხვა პარამეტრებით უნდა ეხელმძღვანელა მოსარჩელეს ახალი სტატიკური ბანერის დამზადებისას.

ს----- უ-----ამ მის მიერ პირველივე წერილში მიწოდებული ინფორმაციისა და ბანერის ნიმუშის გარდა, შემდგომ მიმოწერაში მხოლოდ ის დაადასტურა/დაამატა, რომ მოსარჩელეს ბანერის დამზადებისას "კილობაიტებში ან პარამეტრებში შეზღუდვა" არ ჰქონია.

მხარეებს შორის ფასზე შეუთანხმებლობის შემდეგ პ----- გ-----ის მიმოწერაში გამოიკვეთა, რომ მათ ბანერის დამზადების ინტერესი აღარ გააჩნდათ, კერძოდ არც ნაკლებ და არც თავდაპირველ ფასში, თუმცა აღსანიშნავია, რომ არავითარი ზომებისა თუ სხვა ტექნიკური პარამეტრების მიმართ მოთხოვნები არ შეცვლილა პირველი წერილის შემდეგ, უფრო მეტიც, ს----- უ-----ამ დაადასტურა რომ "კილობაიტებში ან პარამეტრებში შეზღუდვა" არ ჰქონია და მოსარჩელეს ენიჭებდა სრული თავისუფლება.

იმ ვითარებაში, როდესაც პოტენციური კლიენტისათვის დრო შეზღუდული იყო და მას გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭებოდა (რაც არაერთხელ აღინიშნა მიმოწერაში), მოსარჩელე ერთსა და იმავე პირობებში ჯერ გამოხატავს მზადყოფნას დავალების შესრულებისათვის და აწესებს მომსახურების ფასს, ხოლო შემდგომ საერთოდ უარს აცხადებს თუნდაც იმავე ფასში მომსახურების გაწევაზე. ამ ფაქტმა, ბუნებრივია, გამოიწვია ადეკვატური რეაგირება მოპასუხის მხრიდან და მარიმა კუ-----მა წერილის საშუალებით სუბიექტური ფორმით დააფიქსირა უკმაყოფილება პოტენციურ კლიენტთან ლ-----ის უპასუხიმგებლო დამოკიდებულების გამო.

მოპასუხეს ლ-----იდან კონკრეტული ბანერის დამზადებასთან დაკავშირებულ ურთიერთობაში ინფორმაცია მიეწოდა ისე, რომ მისთვის სტატიკური ბანერის ფასი/ღირებულება აღქმული იქნა, როგორც - 50 აშშ დოლარი, სწორედ აღნიშნულით იხელმძღვანელა ფეისბუქ გვერდზე საჯარო პოსტის გამოქვეყნებისას მ-----მა, როდესაც თავისი სუბიექტური აზრი დააფიქსირა ლ-----ის მომსახურებაზე. ხოლო მოსარჩელის მიერ

ფაქტების სრული კონტექსტიდან ამოგლეჯილად განხილვა ემსახურება საქმეზე მცდარი წარმოდგენის ჩამოყალიბებას.

შესაგებელში აღნიშნულია, რომ მ-----ი, ისევე როგორც „ნ-----
--ას“ თანამშრომელი ს----- უ-----ა ხელმძღვანელობდნენ კომპანიის საფირმო
სახელწოდებით, რომელიც მოსარჩელეს მითითებული აქვს როგორც
ოფიციალურ ელ-ფოსტის მისამართებზე, ისე სხვა შესაბამის ოფიციალურ
წყაროებში. მოსარჩელე კომპანიის რეგისტრირებული სახელი მოპასუხისთვის
უცნობი იყო პოსტის გამოქვეყნებისას.

მოპასუხე ასევე განმარტავს, რომ მათ მიერ სადავო არ გამხდარა მოსარჩელის
პროფესიული მიღწევები, შესაბამისად მოსარჩელის მიერ წარმოდგენილი
მტკიცებულებები მიღებული ჯილდოები, სერტიფიკატები არ არის საქმისთვის
რელევანტური. რითაც ვერ იქნება დადასტურებული კლიენტთან
ურთიერთობის სტანდარტთან მოსარჩელე კომპანიის შესაბამისობა.

მ-----ის პოსტის, რომლის შესახებაც წინასწარ გაფრთხილებული იყო
ლ-----ი ელ-ფოსტით მიმოწერისას (მ. კუ-----ი: "მე კი ამ ამბავს
აუცილებლად გავასაჯაროვებ"; პ.გა-----ე: "თქვენი ნებაა"), ერთადერთი მიზანი
იყო, დაეფიქსირებინა ავტორის სუბიექტური დამოკიდებულება კომპანიის
კლიენტებთან/პოტენციურ კლიენტებთან ურთიერთობის და
პასუხისმგებლობის დონის მიმართ. რაც შეეხება მოყვანილ ცალკეული
კომენტარებიდან ამონარიდებს და მოპასუხის მიერ სხვა ამ სფეროში მომუშავე
კომპანიების შესახებ რჩევის დაპირებას, ის წარმოადგენს მ-----ის
უფლებას თავისი სუბიექტური რჩევა მისცეს ნებისმიერ პირს (მათ შორის
ფეისბუქ მეგობარს) და გაუზიაროს მათ საკუთარი გამოცდილება, ისევე
როგორც ამ პირთა თავისუფალ ნებას, ენდონ მ-----ის რჩევებს
მარკეტინგთან დაკავშირებით. გარდა ამისა, მოსარჩელე განზრახ არასწორად
განმარტავს მოყვანილი კომენტარებიდან ამონარიდებს და ამახინჯებს მათ.

ამასთან, ფეისბუქ გვერდზე გამომწერთა რაოდენობა არ განაპირობებს და არ
ადასტურებს პოსტის ნახვების რაოდენობას, ანუ გამომწერთა მიერ
ინფორმაციის გაცნობას, მით უმეტეს, ამ გამომწერთა დაინტერესებულობას ლ-----
-----ის რაიმე სახის მომსახურებით ან/და თვით განსახილველი პოსტით.

კომენტარებისას მოპასუხეს არ უმსჯელია და არც შეეძლო ემსჯელა რაიმე
ჯილდოებიდან გამომდინარე. ის ხელმძღვანელობდა უშუალოდ „ნ-----
-ას“ შეკვეთასთან დაკავშირებით, მასთან წარმოებული მიმოწერებითა თუ სხვა
გარემოებებით, რაც კიდევ ერთხელ ადასტურებს, რომ აღნიშნული პოსტი და
კომენტარები მხოლოდ და მხოლოდ მოპასუხის სუბიექტური მოსაზრებაა,
რომლის გამოთქმის უფლებაც მას კანონით გარანტირებული აქვს.

3. ფაქტობრივი გარემოებები

3.1. უდავო ფაქტობრივი გარემოებები

3.1.1. მოსარჩელე შპს „ტ-----ი“ წარმოადგენს სარეკლამო ბაზარზე მოქმედ კომპანიას, რომელიც საქმიანობას ახორციელებს კუთვნილი სასაქონლო ნიშნით „ლ-----ი“.

შპს „ტ-----ი“ არის მრავალი საერთაშორისო ჯილდოს მფლობელი. მას ბოლო რამდენიმე წლის მანძილზე მიღებული აქვს საერთაშორისო ფესტივალის, კანის ლომების საერთაშორისო კრეატიული ფესტივალის არაერთი პრიზი. 2016 წელს იგი ასევე დასახელებული იქნა შავ-----ზე საუკეთესო ქართულ სააგენტოდ.

სასამართლო ეყრდნობა შემდეგ მტკიცებულებას:

- მხარეთა ახსნა-განმარტება;
- სასაქონლო ნიშნების მონაცემთა ბაზიდან ამონაწერი (ს.ფ.55);
- დაჯილდოების სერტიფიკატები (ს.ფ.56-78)

3.1.2. მოსარჩელე პ----- გ-----ე არის შპს „ტ-----ის“ ციფრული რეკლამის განყოფილების დირექტორი. მას გააჩნია სხვადასხვა კომპანიაში საქმიანობის, მათ შორის, მენეჯერულ პოზიციებზე, ხანგრძლივი გამოცდილება, მიღებული აქვს უმაღლესი განათლება მენეჯმენტის და მარკეტინგის მიმართულებით, ფლობს არაერთ სერტიფიკატს და სხვა.

სასამართლო ეყრდნობა შემდეგ მტკიცებულებას:

- მხარეთა ახსნა-განმარტება;
- პ----- გ-----ის CV (ს.ფ. 79-80);

3.1.3. 2017 წლის 19 იანვარს, შპს „ნ-----ას“ წარმომადგენელი, ს----- უ-----ა [s](#)----- ელექტრონული ფოსტის მეშვეობით დაუკავშირდა შპს „ტ-----ის“ თანამშრომელს, პ----- გ-----ეს და [p](#)----- ელექტრონულ მისამართზე გაუგზავნა შეტყობინება, რომ სურდა კომპანიისთვის სტატიკური ბანერის დამზადება და აინტერესებდა მომსახურების ფასი.

ს----- უ-----ამ იქვე აცნობა, რომ ბანერზე აუცილებლად უნდა ყოფილიყო მათი კომპანიის ლოგო (რაც მითითებული იყო ბმულში), ასევე ბავშვის სურათი და ტექსტი „-----“ და „N-----k“.

ამავე წერილში ს----- უ-----ამ გამოთქვა სურვილი ლამაზი ბანერის სწრაფად დამზადების შესახებ.

შპს „ტ-----ის“ თანამშრომელმა, პ----- გ-----ემ ს----- უ-----ასთან შემდეგი წერილით დააზუსტა დასამზადებელი ბანერის ზომები, ასევე, ჰქონდათ თუ

არა მათ კილობაიტების შეზღუდვა ან რაიმე დამატებითი პარამეტრები, რაც უნდა გაეთვალისწინებინათ. ასევე განუმარტა, რომ სტატიკური ბანერის ფასი იყო 150 დოლარი დღს-ს გარეშე, რომელშიც შედიოდა 3 (სამი) ზომა.

ასევე მოითხოვა კონკრეტული ვადის დაზუსტება, რათა გაერკვია, რამდენად შეძლებდნენ მის დამზადებას და დადებით შემთხვევაში გააფორმებდნენ ხელშეკრულებას და დაიწყებდნენ მუშაობას.

აღნიშნულის საპასუხოდ, ს----- უ-----ამ დააზუსტა, რომ ბანერი უნდა ყოფილიყო ნიმუშად გაგზავნილის ზომის (მხარეთა განმარტებით, 330-110 პიქსელის ზომა), ხოლო კილობაიტებში ან პარამეტრებში შეზღუდვა არ ჰქონდათ. ვადასთან დაკავშირებით მან აღნიშნა, რომ რაც შეიძლება სწრაფად ესაჭიროებოდათ, თუმცა იქამდე უნდა გადაემოწმებინა ფასი და დასტურის შემთხვევაში, გამოეგზავნათ ხელშეკრულება და დაეწყოთ მუშაობა.

იმავე დღეს გაგზავნილი ელექტრონული წერილით შპს „ნ-----ას“ წარმომადგენელმა, ს----- უ-----ამ შეატყობინა პ----- გ-----ეს, რომ ესაუბრა მენეჯერს, რომლისგანაც მიიღო ინფორმაცია, რომ ასეთ ბანერზე 50\$-ზე მეტს არც ერთი კომპანია არ ართმევდა და შესთავაზა, შეძლებდნენ თუ არა ამავე ფასად (50 დოლარი) ბანერის დამზადებას.

აღნიშნულის შემდგომ, შპს „ტ-----ის“ თანამშრომელმა, პ----- გ-----ემ ს----- უ-----ას გაუგზავნა წერილი, რომელშიც აღნიშნა, რომ ამ ზომის ბანერზე მუშაობა საერთოდ არ ღირდა მათი მხრიდან, იმდენად მცირე ზომის იყო, არანაირი კრეატივის საშუალებას არ იძლეოდა, როცა, მით უმეტეს, ლოგო და ტექსტიც დასატანი იყო. მხოლოდ ტექნიკურად ბანერის შესრულება მათთვის არ იყო საინტერესო არც 150\$-ის შემთხვევაში, რადგან დიზაინერს არ ჰქონდა საშუალება თავისი ხედვა ჩაედო ნამუშევარში.

სასამართლო ეყრდნობა შემდეგ მტკიცებულებას:

- მხარეთა ახსნა-განმარტება;
- ელექტრონული მიმოწერა (ს.ფ.28-34).

3.1.4. იმავე დღეს, შეკვეთის მიღებაზე უარის შემდეგ, პ----- გ-----ეს ელექტრონულ ფოსტაზე შპს „ნ-----ას“ წარმომადგენელმა, მოპასუხე მ-----მა გაუგზავნა შემდეგი შინაარსის წერილი:

„ბატონო პ----- მოგესალმებით. სრულიად მესმის თქვენი პასუხი ბანერის კრეატიულ დიზაინთან დაკავშირებით, მაგრამ იმედია გესმით კარგად, კლიენტის მოთხოვნა უპირველესია და პლიუს ამას სამხატვრო დიზაინერულ კონკურსს არ ვატარებთ არამედ გარკვეული კონკრეტული მიზნისათვის ზუსტად ასეთი, არაკრეატიული ბანერის საჭირო ჩვენთვის ამ ეტაპზე.

თქვენმა პასუხმა კი, როგორც მარკეტინგული კომპანიიდან სრულიად დაგვმოკა. შესაძლოა ბანერი არ გიღირდეთ, მაგრამ ლოიალური კლიენტების შენება უნდა გიღირდეთ ... იქნებ ბანერის გარდა რა სერვისებს გიკვეთავთ კიდევ სამომავლოდ ხომ? თქვენ, თქვენი პასუხით როგორ მესიჯს აგზავნით საზოგადოებაში როგორც მარკეტინგული კომპანია?

მარკეტინგი ქართულად! წარმატებებს გისურვებთ, მე კი ამ ამბავს აუცილებლად გავასაჯაროვებ რათა ხალხმა იცოდეს რომ ყველაზე არამარკეტინგული მესიჯებით ეურთიერთობებით ხალხს მარკეტინგული კომპანიის სახელით.“

აღნიშნულთან დაკავშირებით პ----- გ-----ემ უპასუხა მ-----ს: „არ ვიცი თქვენ როგორ ფიქრობთ, მაგრამ ჩემი მიდგომა ასეთია - ნებისმიერი პროექტი, რასაც ვაკეთებთ, საინტერესო უნდა იყოს ორივე მხარისათვის. მხოლოდ ფინანსური ინტერესი ჩვენთვის ამოსავალი წერტილი არაა. ვერც იმაში დაგეთანხმებით, რომ კლიენტს რაც სურს, შემსრულებელმა აუცილებლად უნდა შეასრულოს. რაც შეეხება ამ ამბის გასაჯაროვებას, თქვენი ნებაა.“

მეორე დღეს, 20 იანვარს გაგზავნილი წერილით მ-----მა აღნიშნა, რომ ეს იყო მარკეტინგი ქართულად, ი-----ი მარკეტოლოგი იგივე ბანერს 10 დოლარად უმზადებდა, თუმცა კომპანიამ, მათი სახით საკმაოდ მნიშვნელოვანი კლიენტი დაკარგა. 150 დოლარად შეეძლოთ მათი სურვილის შესრულება და 50-ად აღარ უღირდათ, რაზედაც პ----- გ-----ემ გამოთქვა გაკვირვება, თუ რატომ გადაწყვიტეს, რომ 150\$-ად უღირდათ.

სასამართლო ეყრდნობა შემდეგ მტკიცებულებას:

- მხარეთა ახსნა-განმარტება;
- ელექტრონული მიმოწერა (ს.ფ. 35-36).

3.1.5. 20 იანვარს 15:03 საათზე მ-----მა თავის პირად ფეისბუქის გვერდზე გამოაქვეყნა განცხადება, რომელიც შეეხებოდა შპს „ნ-----ას“ და შპს „ტ-----ს“ შორის განხორციელებული მიმოწერის შინაარსს. კერძოდ აღნიშნა: „კომპანია ლ-----ს ვთხოვეთ ფასების გადმოგზავნა მათ სხვადასხვა სერვისებზე... შემდეგ ვთხოვეთ სტატისტიკური ბანერის დამზადება, რომლის ფასი პრაქსისში იყო 50 დოლარი, თუმცა ლ-----მა ფასი შეცვალა და 150 დოლარი მოითხოვა. შევახსენეთ მოწოდებულ ფასებზე. პასუხი ასეთი იყო „მაშინ არ გვიღირს“, ჩვენ კი ახლა ი-----ი მარკეტოლოგი მაგ ბანერს 10 დოლარად გვიმზადებს, მაგრამ ეს მარკეტინგი ქართულად არ მესმის, როდესაც შენი ლოიალური კლიენტების ბაზა ვერ შეგიქმნია და საკუთარი თავის მარკეტინგი ვერ გაგიკეთებია, სხვას რა მარკეტინგი უნდა გაუკეთო. ნუ სიტყვის ფასის არ ცოდნაზე აღარაფერს ვამბობ. მოკლედ ერიდეთ ლ-----ს და ვისაც გასურთ ნებისმიერი მარკეტინგული სამუშაო, ვებ გვერდების

დამზადებიდან, S-----ც მომწერეთ მე
დაგაკავშირებთ ბევრად ხარისხიან ხალხს 1/10 ფასებში.“

პოსტს მოჰყვა სხვადასხვა პირთა კომენტარები მათი შეფასებებისა თუ პირადი
გამოცდილებების გაზიარების სახით, ასევე იმ კომპანიის შესახებ
ინფორმაციის მიწოდების შესახებ, რომელმაც მ-----ს დაბალ ფასად
დაუმზადა ბანერი და სხვა.

მ-----ის პოსტზე კომენტარი დატოვა შპს „ტ-----ის“
თანამშრომელმა პ----- გ-----ემ, რომელმაც აღნიშნა, რომ მისი მონათხრობი არ
შეესაბამებოდა რეალობას და ამ ამბის სწორი ინტერპრეტაციისათვის გაგზავნა
ლ-----ის პასუხი. აღნიშნულთან დაკავშირებით მ-----მა პ----- გ-----
ესთან მიმართებით კომენტარებში დაწერა შემდეგი:

ა) 21 იანვარს 11:47 საათზე „რა უნდა ელაპარაკო ამათ თინათინ რომ ხედავ ორი
კლასის განათლება აქვთ არც კლიენტებთან ურთიერთობაში არც სეილსა და
მარკეტინგში“.

ბ) 21 იანვარს 11:21 საათზე „უი უი გენათალე შენა, ლა პალატა ბიჭი ყოფილხარ
ეხლა ვნახე შენი ფოტოები. მეც არავთქვი მარკეტინგ კომპანიის დირექტორიო
და მოვინდომე ჰაი ფაივ სერვისი“.

გ) 21 იანვარს 11:33 საათზე „მე ზუსტად ვიცი ვერ ჩამანაცვლებენ უცხოელები,
რადგან პ-----სათვის 2 კლასის customer service - ით არ ვუერთიერთობები ჩემს
კლიენტებსა და პაციენტებს.“

სასამართლო ეყრდნობა შემდეგ მტკიცებულებას:

- მხარეთა ახსნა-განმარტება;
- ამონარიდი ფეისბუქ გვერდზე დადებული საჯარო პოსტიდან (ს.ფ. 37-54.)

3.2. დადგენილი სადავო ფაქტობრივი გარემოებები

3.2.1. მხარეებს სადავო გარემოებებზე არ მიუთითებიათ.

სამოტივაციო ნაწილი

შემაჯამებელი სასამართლო დასკვნა

ფაქტობრივი გარემოებების სამართლებრივი შეფასების შედეგად სასამართლო
მიიჩნევს, რომ არ არსებობს სარჩელის დაკმაყოფილების საფუძველი.

კანონები, რომლებითაც სასამართლომ იხელმძღვანელა

საქართველოს კონსტიტუცია;
ადამიანის უფლებათა ევროპული კონვენცია;

საქართველოს კანონი "სიტყვისა და გამოხატვის თავისუფლების შესახებ";
საქართველოს სამოქალაქო კოდექსი.

6. სამართლებრივი შეფასება

6.1. საქართველოს კონსტიტუციის მე-19 მუხლი უზრუნველყოფს სიტყვის, აზრის, სინდისის, აღმსარებლობისა და რწმენის თავისუფლებას თითოეული ადამიანისათვის. საქართველოს კონსტიტუციის 24-ე მუხლის თანახმად, ყოველ ადამიანს აქვს უფლება თავისუფლად მიიღოს და გაავრცელოს ინფორმაცია, გამოთქვას და გაავრცელოს თავისი აზრი ზეპირად, წერილობით ან სხვაგვარი საშუალებით. ამავე მუხლის მე-4 პუნქტით, ამ უფლებათა განხორციელება შეიძლება კანონით შეიზღუდოს ისეთი პირობებით, რომლებიც აუცილებელია დემოკრატიულ საზოგადოებაში სახელმწიფო უშიშროების, ტერიტორიული მთლიანობის ან საზოგადოებრივი უსაფრთხოების უზრუნველსაყოფად, დანაშაულის თავიდან ასაცილებლად, სხვათა უფლებებისა და ღირსების დასაცავად, კონფიდენციალურად აღიარებული ინფორმაციის გამჟღავნების თავიდან ასაცილებლად ან სასამართლოს დამოუკიდებლობისა და მიუკერძოებლობის უზრუნველსაყოფად.

საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის 18.2 მუხლის თანახმად, პირს უფლება აქვს, სასამართლოს მეშვეობით, კანონით დადგენილი წესით დაიცვას საკუთარი პატივი, ღირსება, საქმიანი რეპუტაცია შელახვისაგან.

როგორც ფიზიკურ, ისე იურიდიულ პირთა რეპუტაციის დაცვის უფლება ადამიანის უფლებათა ევროპული კონვენციის მე-8 მუხლით გარანტირებული უფლებაა. ადამიანის უფლებათა ევროპული სასამართლოს არაერთ გადაწყვეტილებაში აღინიშნა, რომ ორივე უფლება - გამოხატვის თავისუფლებაც და პირადი ცხოვრების ხელშეუხებლობაც - თანაბარ დაცვას იმსახურებს. თუმცა, იმისათვის, რომ მე-8 მუხლით დაცული უფლების დარღვევა დადგინდეს, თავდასხმამ პირის რეპუტაციაზე სერიოზულობის განსაზღვრულ ხარისხს უნდა მიაღწიოს (*Ärztelkammer Fur Wien And Dorner v. Austria*, no. 8895/10, § 62, 16 February 2016).

ადამიანის უფლებათა და ძირითად თავისუფლებათა კონვენციის მე-10 მუხლის მიხედვით, ყველას აქვს უფლება გამოხატვის თავისუფლებაზე. ეს უფლება მოიცავს პირის თავისუფლებას, ჰქონდეს შეხედულებები, მიიღოს და გაავრცელოს ინფორმაცია და მოსაზრებები საჯარო ხელისუფლების ჩარევის გარეშე და საზღვრების მიუხედავად. ამავე მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, გამოხატვის თავისუფლება განუყოფელია შესაბამისი ვალდებულებებისა და პასუხისმგებლობისაგან. ამიტომ ის შეიძლება დაექვემდებაროს ისეთ წესებს, პირობებს, შეზღუდვებსა და სანქციებს, რომლებიც გათვალისწინებულია კანონით და აუცილებელია დემოკრატიულ საზოგადოებაში ამ პუნქტში მითითებული კანონიერი მიზნების მისაღწევად, რომელთაგან ერთ-ერთია სხვა

პირთა რეპუტაციის დაცვა.

გამოხატვის თავისუფლების ნებისმიერი შეზღუდვა უნდა განსაზღვრული იყოს მკაცრად და მისი გამოყენების საჭიროება სარწმუნოდ უნდა იყოს დადასტურებული. შეზღუდვის გამოყენება უნდა იყოს „აუცილებელი“ დემოკრატიულ საზოგადოებაში სხვა პირთა რეპუტაციის დასაცავად. „აუცილებელი“ კი, სასამართლოს განმარტებით, ნიშნავს „მწვავე საზოგადოებრივ საჭიროებას“.

სამოქალაქო და პოლიტიკურ უფლებათა საერთაშორისო პაქტის მე-19 მუხლის მე-2 პუნქტის მიხედვით, თითოეულ ადამიანს აქვს უფლება გამოხატვის თავისუფლებაზე; ეს უფლება მოიცავს თავისუფლებას, მიუხედავად საზღვრებისა, მოიძიოს, მიიღოს და გაავრცელოს ყველა სახის ინფორმაცია და მოსაზრებები ზეპირად, წერილობით ან პრესის მეშვეობით, ხელოვნების სახით ან ნებისმიერი სხვა საშუალებით საკუთარი არჩევანისამებრ.

გამოხატვის თავისუფლება წარმოადგენს დემოკრატიის ერთ-ერთ მთავარ საყრდენს და მისი რეგლამენტირების დროს გამოჩენილი უნდა იქნეს მაქსიმალური ყურადღება. გამოხატვის თავისუფლება, ერთი მხრივ, ემსახურება თავად პიროვნების შინაგან თავისუფლებას და მას უფლებას აძლევს იყოს რეალიზებული საზოგადოების წინაშე, მეორე მხრივ კი გამოხატვის თავისუფლება არის საზოგადოების ინტერესის საგანი, მისი დემოკრატიულად განვითარების საფუძველი, რადგან ინფორმირებული საზოგადოება არის დემოკრატიული საზოგადოების უმთავრესი ელემენტი. საზოგადოება უფლებამოსილია იცოდეს, იყოს ინფორმირებული იმ გარემოს თაობაზე რაც მის გარშემოა შექმნილი, საზოგადოება უნდა იყოს ინფორმირებული იმის თაობაზე, თუ რაიმე დარღვევას აქვს ადგილი.

საერთაშორისო პაქტის 19.3. მუხლის მიხედვით, ამ მუხლის მე-2 პუნქტით გათვალისწინებული უფლებებით სარგებლობა განსაკუთრებულ ვალდებულებებსა და განსაკუთრებულ პასუხისმგებლობას გულისხმობს. შესაბამისად, იგი შეიძლება დაექვემდებაროს გარკვეულ შეზღუდვებს, რომლებიც გათვალისწინებულია კანონით და აუცილებელია: ა. სხვა პირთა უფლებებისა და რეპუტაციის პატივისცემისათვის...

ამრიგად, როგორც საერთაშორისო სამართლებრივი ნორმებით, ისე ეროვნული კანონმდებლობით, აღიარებულია სიტყვისა და აზრის ნებისმიერი საშუალებით გამოხატვის თავისუფლება. განსხვავებით აზრის ქონის უფლებისაგან, რომლის შეზღუდვაც როგორც დაუშვებელი, ისე ობიექტურად შეუძლებელიც არის, მისი გამოხატვის თავისუფლება არ წარმოადგენს აბსოლუტურ უფლებას და ამ უფლების შეზღუდვა დასაშვებია კანონით გათვალისწინებულ შემთხვევებში, მათ შორის, სხვათა უფლებებისა და ღირსების დაცვის უზრუნველყოფის აუცილებლობის პირობებში. დაცულ

უფლებაში ჩარევა გათვალისწინებულია „სიტყვისა და გამოხატვის შესახებ“ საქართველოს კანონით, რომელიც ცილისწამების შემთხვევაში სხვათა რეპუტაციის ან უფლებათა დაცვას ადგენს.

სასამართლო აღნიშნავს, რომ სამოქალაქო საქმეებზე დასაბუთებული გადაწყვეტილების მიღებისა და ზოგადად, მართლმსაჯულების განხორციელების უწინარეს საფუძველს წარმოადგენს იმის სწორად განსაზღვრა, თუ რა სამართლებრივი საფუძვლიდან გამომდინარეობს მხარეთა შორის წარმოშობილი დავა. ამ მიზნით, სასამართლომ პირველყოფლისა, უნდა დაადგინოს მოთხოვნის მატერიალური საფუძველი [მოთხოვნის დამფუძნებელი ნორმა]. მხოლოდ ამის შემდეგ უნდა გამოარკვეოს მოძიებული ნორმის წინაპირობები, მისი აბსტრაქტული შემადგენლობა და შემოაწმოს განხორციელებულია თუ არა განსახილველ საქმეზე ყველა მათგანი. ამ ასპექტში, ფორმალურ-სამართლებრივი თვალსაზრისით, სასამართლო შეზღუდულია სარჩელის ფაქტობრივი გარემოებებითა და სასარჩელო მოთხოვნის ფარგლებით (სსსკ-ის მე-3, მე-4 და 248-ე მუხლები). იგი ამოწმებს რომელ კონკრეტულ ფაქტობრივ გარემოებებზე მიუთითებს მოსარჩელე, ქმნიან თუ არა ისინი დამფუძნებელი ნორმის უ-----ლივ ყველა წანამძღვარს. ამის შემდეგ მოწმდება, მოპასუხის პოზიცია რამდენად აქარწყლებს წარმოშობილ წანამძღვრებს (პროცესუალური და მატერიალური თვალსაზრისით).

წარმოდგენილი სარჩელის მოთხოვნებს წარმოადგენს მოსარჩელისათვის ზიანის მიმყენებელი, ცილისმწამებლური ინფორმაციის უარყოფა.

სასარჩელო მოთხოვნისა და მის საფუძველად მითითებული ფაქტობრივი გარემოებების ანალიზი იძლევა იმ დასკვნის საფუძველს, რომ მოთხოვნა გამომდინარეობს სამოქალაქო კოდექსის მე-18 მუხლის მე-2 ნაწილიდან, რომელიც თავის მხრივ, მიუთითებს სპეციალური „სიტყვისა და გამოხატვის შესახებ“ კანონით დადგენილი წესით პირადი უფლების დაცვის შესაძლებლობაზე.

პირველ რიგში, სასამართლო ყურადღებას ამახვილებს მოსარჩელეთა მოთხოვნებზე და მიუთითებს „სიტყვისა და გამოხატვის შესახებ“ საქართველოს კანონზე, რომელიც განსაზღვრავს იმ სამოქალაქო სამართლებრივი პასუხისმგებლობის სახეებს, რომელიც შეიძლება დაეკისროს პირს ცილისმწამებლური ინფორმაციის გავრცელების შემთხვევაში. კერძოდ, კანონის მე-17 მუხლის თანახმად: 1. ცილისწამებასთან დაკავშირებით მოპასუხეს შეიძლება დაეკისროს სასამართლოს მიერ დადგენილი ფორმით ცნობის გამოქვეყნება სასამართლოს გადაწყვეტილების შესახებ. 2. დაუშვებელია მოპასუხის იძულება, მოიხადოს ბოდიში. 3. თუ მოპასუხე კანონით დადგენილ ვადაში განახორციელებს შესწორებას ან უარყოფას, მაგრამ შესწორების ან უარყოფის გამოქვეყნება არ არის საკმარისი

ცილისწამებით მოსარჩელისათვის მიყენებული ზიანის ჯეროვანი ანაზღაურებისათვის, მოპასუხეს შეიძლება დაეკისროს მოსარჩელისათვის მიყენებული ქონებრივი ან/და არაქონებრივი (მორალური) ზიანის ანაზღაურება.

ამრიგად, სიტყვისა და გამოხატვის შესახებ სპეციალური კანონი პირდაპირ აკეთებს დათქმას ბოდიშის მოხდის დავალებულების აკრძალვის თაობაზე იმ შემთხვევაშიც, თუ პირმა გაავრცელა სხვა პირის სახელის გამტეხი, ზიანის მიყენებული არსებითად მცდარი ფაქტების შემცველი ცნობები. სასამართლო მიიჩნევს, რომ მე-17 მუხლის მე-2 პუნქტის დანაწესი მოსარჩელეს ზღუდავს არა მხოლოდ ბოდის მოხდის მოპასუხის დავალებულების მოთხოვნაში, არამედ, ასევე არ შეიძლება იმგვარი მოქმედების განხორციელების პირისათვის დაკისრება, რაც ფაქტობრივად ნიშნავს მისი ნების საწინააღმდეგოდ, იძულებას, თვითონვე უარყოს მის მიერ გავრცელებული ცნობები და როგორც მისი პოზიცია, გამოაქვეყნოს, რომ განცხადება, რომელიც მის მიერ გაკეთდა, იყო მცდარი და ცილისწამება (რაც უთანაბრდება ბოდიშის მოხდას). არამედ, კანონი ითვალისწინებს შესაძლებლობას, პირს დაევალოს იმ ინფორმაციის გავრცელება, რომ სასამართლო განხილვის შედეგად, გადაწყვეტილებით იქნა დადგენილი, რომ გავრცელებული ცნობები შეიცავს არსებითად მცდარ ფაქტებს მოსარჩელის შესახებ, ანუ პირს უნდა დაევალოს სასამართლო გადაწყვეტილების შედეგის შესახებ ცნობის გამოქვეყნება.

მოცემულ შემთხვევაში, მოსარჩელეთა მოთხოვნას წარმოადგენს მათ შესახებ გამოქვეყნებული განცხადებები უარყოს მოპასუხემ იმგვარად, რომ მან არანაკლებ სამი თვის განმავლობაში განათავსოს კონკრეტული შინაარსის განცხადება საკუთარ ამჟამინდელ და სამომავლო ფეისბუქგვერდზე (რომელსაც უნდა ჰყავდეს მინიმუმ იმავე რაოდენობის გამომწერი), რომლითაც იგი აღიარებს, რომ მის მიერ გაკეთებული განცხადებები მცდარია, ამასთან, რომ ერთ-ერთი მოსარჩელის მიმართ (პ. გ-----ე) იხდის ბოდიშს (იხ. სასარჩელო მოთხოვნები).

სასამართლოს მიაჩნია, რომ აღნიშნული მოთხოვნები არ გამომდინარეობს კანონის დანაწესიდან და მათ არ გააჩნიათ დაკმაყოფილებისათვის სამართლებრივი საფუძველი.

„სიტყვისა და გამოხატვის შესახებ“ კანონის მე-13 მუხლით პირს ეკისრება სამოქალაქო სამართლებრივი პასუხისმგებლობა კერძო პირის ცილისწამებისათვის, თუ მოსარჩელე სასამართლოში დაამტკიცებს, რომ მოპასუხის განცხადება შეიცავს არსებითად მცდარ ფაქტს უშუალოდ მოსარჩელის შესახებ და ამ განცხადებით მოსარჩელეს ზიანი მიადგა.

იმისათვის, რომ სასამართლოს გზით განხორციელდეს პირის საქმიანი რეპუტაციის, პატივისა და ღირსების დაცვა, აუცილებელია ერთდროულად

არსებობდეს შემდეგი წინაპირობები: 1. არსებითად მცდარი ფაქტის (ფაქტების) გავრცელება; 2. გავრცელებული ცნობების სინამდვილესთან შეუსაბამობა; 3. განცხადების გავრცელების შედეგად პირისათვის ზიანის მიყენება.

კანონის პირველი მუხლის „ა“ ქვეპუნქტის თანახმად, განცხადება არის ინფორმაცია, რომელიც განმცხადებელმა საჯაროდ გაავრცელა ან მესამე პირს გაანდო. განსახილველ შემთხვევაში, სარჩელით სადავო განცხადების მოპასუხის მიერ საჯაროდ გავრცელების ფაქტი სადავო არ არის.

„სიტყვისა და გამოხატვის თავისუფლების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-4 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, აზრი დაცულია აბსოლუტური პრივილეგიით. ამავე კანონის პირველი მუხლის „ფ“ ქვეპუნქტის მიხედვით, აბსოლუტური პრივილეგია განმარტებულია, როგორც კანონით გათვალისწინებული პასუხისმგებლობისაგან პირის სრული და უპირობო განთავისუფლება.

აღნიშნულიდან გამომდინარე, იმისათვის, რომ დადგინდეს ცილისწამების არსებობა, უპირველეს ყოვლისა, აუცილებელია შეფასდეს, სადავო განცხადება და მასში გადმოცემული გამონათქვამები აზრის, შეხედულების გამოხატვაა, თუ დადასტურებადი ან უარყოფადი ფაქტების შემცველი ცნობის გავრცელება, რადგან აზრის გამოხატვა, მისი აბსოლუტური პრივილეგიით დაცულობის გათვალისწინებით, გამორიცხავს პირისათვის რაიმე სახის სამოქალაქო სამართლებრივი პასუხისმგებლობის დაკისრების შესაძლებლობას.

„სიტყვისა და გამოხატვის თავისუფლების შესახებ“ კანონის პირველი მუხლის „ბ“ ქვეპუნქტის თანახმად, აზრი არის შეფასებითი მსჯელობა, თვალსაზრისი, კომენტარი, აგრეთვე ნებისმიერი სახით ისეთი შეხედულების გამოხატვა, რომელიც ასახავს რომელიმე პიროვნების, მოვლენის ან საგნის მიმართ დამოკიდებულებას და არ შეიცავს დადასტურებად ან უარყოფად ფაქტს; ხოლო იმავე მუხლის „ე“ ქვეპუნქტით ცილისწამებას წარმოადგენს არსებითად მცდარი ფაქტის შემცველი და პირისთვის ზიანის მიმყენებელი, მისი სახელის გამტეხი განცხადება. ამავე კანონის მე-7 მუხლის მე-5 პუნქტით დაწესებული აზრისა და ფაქტის გამიჯვნის მინიმალური სტანდარტი, რომელიც ადგენს, რომ აზრის ან ფაქტის სტატუსის მინიჭების საკითხის განხილვისას ყოველგვარი გონივრული ეჭვი, რომელიც ვერ დადასტურდება კანონით დადგენილი წესით, უნდა გადაწყდეს განცხადებაში მოყვანილი ცნობებისათვის აზრის სტატუსის მინიჭების სასარგებლოდ.

საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატამ მის ერთ-ერთ გადაწყვეტილებაში (#ას-1477-1489-2011) განმარტა შემდეგი: „აზრში“ იგულისხმება ნებისმიერი შეფასებითი გამონათქვამი, რომელიც შედგება განსჯის, დამოკიდებულებისა და შეფასების ელემენტებისაგან, რომლის სისწორე თუ მცდარობა მთლიანად პირად წარმოდგენებზეა

დამოკიდებული. ამდენად, აზრი პირის სუბიექტური დამოკიდებულება პიროვნულ შეფასებებს მოვლენისა თუ სიტუაციის შესახებ და იმის მტკიცებას, სიმართლეს შეესაბამება თუ მცდარია, არ ექვემდებარება. აზრის საწინააღმდეგოდ, „ფაქტში“ იგულისხმება ნამდვილი, რეალური ან არსებული გარემოებები და საგნები, რომლებიც ექვემდებარება მტკიცებულებებით დადასტურებას. გასათვალისწინებელია, რომ აზრები ფაქტებთან გარკვეული დამოკიდებულებით გამოითქმება, ანუ აზრი, როგორც წესი, ეყრდნობა ფაქტებს. ასეთ შემთხვევაში, აზრის დაყოფა შეხედულებად და ფაქტის გამოდმოცემად დაუშვებელია, რადგანაც მთლიანად გამონათქვამი აზრის თავისუფლების სფეროში ექცევა. ამავდროულად, აზრის თავისუფლებით აშკარად ცრუ ფაქტების ძირითადი უფლებით უზრუნველყოფილი დაცვა გამორიცხულია. კონსტიტუციით დაცული სფეროს ფარგლებში არ ხვდება ისეთი ფაქტები, რომელთა მცდარობის შესახებ კარგად იცის თავად გამომთქმელმა სუბიექტმა (შეგნებული სიცრუე) ან, რომელთა მცდარობა ცხადია მათი გამოთქმის მომენტში.

ერთმანეთისაგან განასხვავა რა ინფორმაცია (ფაქტები) და შეხედულებები (შეფასებითი მსჯელობა), ადამიანის უფლებათა ევროპულმა სასამართლომ განაცხადა, რომ „ფაქტების არსებობა შეიძლება დამტკიცებულ იქნეს, მაშინ, როდესაც შეფასებითი მსჯელობის ნამდვილობა არ ექვემდებარება მტკიცებას. ... რაც შეეხება შეფასებით მსჯელობას, ამ მოთხოვნის შესრულება შეუძლებელია და იგი თავისთავად ხელყოფს შეხედულებების თავისუფლებას, რაც წარმოადგენს კონვენციის მე-10 მუხლით გათვალისწინებული უფლების ფუნდამენტურ ნაწილს“ (Lingens v. Austria, 1986 w.; Jerusalem v. Austria, 2001 w.; Dichand and Others v. Austria, 2002 w).

ამდენად, ცილისწამების მაკვალიფიცირებელი ერთ-ერთი უმთავრესი ნიშანია განმცხადებლის მიერ ისეთი ფაქტების მითითება, რომელიც რეალობასთან ახლოა, უფრო კონკრეტულია და არა ზოგადი ხასიათის, უფრო მეტად ობიექტური შინაარსისაა, ვიდრე სუბიექტური, და, რაც მთავარია, მისი დამტკიცება შესაძლებელია.

გამოხატვის თავისუფლების კონტექსტში, „საჯაროდ გავრცელება“ არ გულისხმობს ინფორმაციის მხოლოდ პრესასა თუ ტელევიზიაში გახმაურებას, მით უმეტეს იმ პირობებში, როდესაც სოციალური მედია, ბლოგინგი და მიკრობლოგინგი სულ უფრო დიდ როლს ასრულებს თანამედროვე საზოგადოების ცხოვრებაში. ნებისმიერი საშუალება, რომელიც ინფორმაციის პირთა განუსაზღვრელი წრისადმი მიწოდებისათვის გამოდგება, საჯაროდ გავრცელების წყაროდ უნდა შეფასდეს. საკასაციო სასამართლო ყურადღებას ამახვილებს სოციალური ქსელის არსსა და დანიშნულებაზე. სოციალური ქსელი არის პლატფორმა, გამიზნული ონლაინ სოციალური კავშირის შესაქმნელად იმ ადამიანებისაგან, რომლებსაც აქვთ საერთო ინტერესები,

საქმიანობის სფერო, ჰობი ან რეალური, ცხოვრებისეული კავშირი (ოჯახური, ნათესაური, სამსახურებრივი და ა.შ). თითოეული სოციალური ქსელი შედგება მომხმარებლის წარმომადგენლობისაგან (ე.წ „პროფაილი“), მისი კავშირებისა და დამატებითი სერვისებისაგან. ერთ-ერთი ყველაზე მსხვილი და პოპულარული სოციალური ქსელი არის „ფეისბუქი“, რომელიც მსოფლიო მასშტაბით მილიონობით მომხმარებელს აერთიანებს. „ფეისბუქზე“ კონკრეტული მომხმარებლის მიერ გავრცელებული ინფორმაცია ხელმისაწვდომი ხდება მასთან დამეგობრებული პირებისათვის ან ყველა მომხმარებლისათვის, ავტორის არჩევანის შესაბამისად. ინფორმაციასთან დაშვებულ ნებისმიერ მომხმარებელს შეუძლია ამ ინფორმაციის გაზიარება თავისი კონტაქტებისათვის თუ პირთა განუსაზღვრელი წრისათვის, ასევე ციტირება პირად საუბარში, პრესასა თუ ინტერნეტგამოცემებში. სოციალური ქსელის სწორედ ამ თვისებების გათვალისწინებით, კონკრეტული მომხმარებლის მიერ ე.წ სტატუსის თუ კომენტარის გამოქვეყნება ინფორმაციის საჯაროდ გავრცელებად უნდა შეფასდეს (საქმე Nას-370-352-2013).

უდავოა, რომ 2017 წლის 20 იანვარს 15:03 საათზე მ-----მა თავის პირად ფეისბუქის გვერდზე საჯაროდ დადო პოსტი, რომელიც შეეხებოდა შპს „ნ-----ას“ და შპს „ტ-----ს“ შორის განხორციელებული მიმოწერის შინაარსს. კერძოდ: „კომპანია ლ-----ს ვთხოვეთ ფასების გადმოგზავნა მათ სხვადასხვა სერვისებზე... შემდეგ ვთხოვეთ სტატიკურ ბანერის დამზადება, რომლის ფასი პრაქსისში იყო 50 დოლარი, თუმცა ლ-----მა ფასი შეცვალა და 150 დოლარი მოითხოვა. შევახსენეთ მოწოდებულ ფასებზე. პასუხი ასეთი იყო „მაშინ არ გვიღირს“, ჩვენ კი ახლა ი-----ი მარკეტოლოგი მაგ ბანერს 10 დოლარად გვიმზადებს, მაგრამ ეს მარკეტინგი ქართულად არ მესმის, როდესაც შენი ლოიალური კლიენტების ბაზა ვერ შეგიქმნია და საკუთარი თავის მარკეტინგი ვერ გაგიკეთებია, სხვას რა მარკეტინგი უნდა გაუკეთო. ნუ სიტყვის ფასის არ ცოდნაზე აღარაფერს ვამბობ. მოკლედ ერიდეთ ლ-----ს და ვისაც გსურთ ნებისმიერი მარკეტინგული სამუშაო, ვებ გვერდების დამზადებიდან, S-----ც მომწერეთ მე დაგაკავშირებთ ბევრად ხარისხიან ხალხს 1/10 ფასებში.“

მ-----ის პოსტზე დააკომენტარა შპს „ტ-----ის“ თანამშრომელმა პ--- გ-----ემ დადო კომენტარი, ხოლო მ-----მა ფოსტის კომენტარში გააკეთა შემდეგი სახის განცხადებები:

ა) 21 იანვარს 11:47 საათზე „რა უნდა ელაპარაკო ამათ თინათინ რომ ხედავ ორი კლასის განათლება აქვთ არც კლიენტებთან ურთიერთობაში არც სეილსა და მარკეტინგში“.

ბ) 21 იანვარს 11:21 საათზე „უი უი გენათალე შენა, ლა პალატა ბიჭი ყოფილხარ ეხლა ვნახე შენი ფოტოები. მეც არავთქვი მარკეტინგ კომპანიის

დირექტორიო და მოვინდომე ჰაი ფაივ სერვისი“.

გ) 21 იანვარს 11:33 საათზე „მე ზუსტად ვიცი ვერ ჩამანაცვლებენ უცხოელები, რადგან პ-----სათვის 2 კლასის customer service - ით არ ვუერთიერთობები ჩემს კლიენტებსა და პაციენტებს.“

მოცემულ შემთხვევაში, გავრცელებულ სადავო განცხადებები სასამართლოს მიერ უნდა შეფასდეს გამონათქვამების კონტექსტის გათვალისწინებით. ამასთან, რაც მთავარია, მათი შეფასებისა და ფაქტისა და თუ აზრის სტატუსის მინიჭებისათვის აუცილებლად გათვალისწინებული უნდა იქნეს „სიტყვისა და გამოხატვის თავისუფლების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-7 მუხლის მე-5 პუნქტით დაწესებული აზრისა და ფაქტის გამიჯვნის სტანდარტი, რომელიც ადგენს, რომ აზრის ან ფაქტის სტატუსის მინიჭების საკითხის განხილვისას ყოველგვარი გონივრული ეჭვი, რომელიც ვერ დადასტურდება კანონით დადგენილი წესით, უნდა გადაწყდეს განცხადებაში მოყვანილი ცნობებისათვის აზრის სტატუსის მინიჭების სასარგებლოდ.

უდავოა, რომ მხარეებს შორის მიმდინარეობდა მოლაპარაკება კონკრეტული დაკვეთის შესრულების (შპს „ტ-----ის“ მიერ სარეკლამო სტატიკური ბანერის დამზადების) მიზნით. მხარეების მსჯელობის საგანს წარმოადგენდა კონკრეტული პირობები - ბანერის ფორმის, ზომის, შესრულების ვადის, მათ შორის, მომსახურების ღირებულებაზე შეთანხმების საკითხი. დამკვეთისათვის მიუღებელი აღმოჩნდა შემსრულებლის მიერ დასახელებული ღირებულება, რის სანაცვლოდაც მან შესთავაზა სამჯერ დაბალ ფასად ბანერის დამზადება. საბოლოოდ, შემსრულებელმა უარი განუცხადა დაკვეთის მიღებაზე, რაც აუხსნა იმით, რომ ბანერის დამზადება, მისი ზომის გათვალისწინებით, ფასის მიუხედავად, არ იყო საინტერესო შემოქმედებითი თვალსაზრისით და არ იძლეოდა კრეატივისა და დიზაინერის მხრიდან მისი ხედვის ჩადების შესაძლებლობას.

სასამართლოს მიაჩნია, რომ მოპასუხის მიერ გაკეთებული სარჩელით სადავო განცხადებები წარმოადგენს მის სუბიექტურ დამოკიდებულებას, შეფასებით მსჯელობას მოსარჩელეთა, როგორც იურიდიული პირის, შპს „ტ-----ის“, ისე ფიზიკური პირის, პ----- გ-----ის შესახებ, მისივე კომენტარს პიროვნებისა და მოვლენის მიმართ (აზრი). განცხადებები არ შეიცავს მტკიცებითი ფორმით გადმოცემულ უარყოფად ან დადასტურებად ფაქტებს, როგორც ობიექტურ მოცემულობას, არამედ არის კომენტარი და შეთანხმების მიუღწევლობის შესახებ მიზეზის თაობაზე იმ მომხმარებლის წარმოდგენის შედეგად შექმნილი მოსაზრება, რომელმაც საბოლოოდ ვერ მიიღო მომსახურება. რაც შეეხება პ. გ-----ესთან დაკავშირებულ კომენტარებს - „კლიენტებთან ურთიერთობაში, სეილსა და მარკეტინგში ორი კლასის განათლების არ ქონის“ თაობაზე და სხვა, ისინიც მოკლებულია ობიექტურ (ფაქტობრივ) სიცხადეს და

მათ არ გააჩნია ობიექტური წამკითხველის თვალში პირის შესახებ წარმოდგენის შექმნის (მათ შორის, ღირსების შელახვის) უნარი. ამდენად, აქაც ადგილი აქვს უფრო სუბიექტური დამოკიდებულებით გაჯერებულ აზრის გადმოცემას, ვიდრე ობიექტურ მოცემულობას და მისი გამოხატვის არც თუ მისაღები ფორმის მიუხედავად, არ წარმოშობს სამოქალაქო სამართლებრივი პასუხისმგებლობის დაკისრების საფუძველს, რადგან აზრის გამოხატვა მიუხედავად მისი სუბიექტურობისა, მცდარობისა, საფუძვლიანობისა თუ უსაფუძვლობისა, დემოკრატიულ საზოგადოებაში დაცულია ჩარევისაგან.

სასამართლო განმარტავს, რომ ფაქტი განსხვავებით აზრისგან, რეალური შედეგის გადმოცემას წარმოადგენს. მასში იგულისხმება რეალური გარემოებები ან/და საგნები, რომელთა მტკიცებულებით დადასტურება შესაძლებელია. საეჭვო ქმედება, რომელსაც არ გააჩნია შესაბამისი მტკიცებულება/ინფორმაციის წყარო, არ ჩაითვლება უტყუარ ფაქტად. მოცემულ შემთხვევაში, სარჩელით სადავო განცხადების შინაარსი არ იძლევა იმ დასკვნის საფუძველს, რომ მოპასუხის მიერ გავრცელებული იქნა მცდარი ფაქტის შემცველი ინფორმაცია. რაც თავის მხრივ, ვერც ზიანის მომტანი იქნება მხარისათვის. ამასთან, ბანერის დამზადების ფასსა და კლიენტებთან მარკეტინგული მომსახურების ხარისხზე მსჯელობა წარმოადგენს შეფასებით კატეგორიას. ვინაიდან, მომსახურება რეალურად არ გაუწიეს, მას ჩამოუყალიბდა მისი შეხედულება, აზრი, აღნიშნული სუბიექტის/სუბიექტების მიმართ, რაც გამოხატა საჯაროდ.

გამოხატვის თავისუფლებაში ჩარევის „აუცილებლობის“ ძირითადი პრინციპები ევროპის ადამიანის უფლებათა ევროპულმა სასამართლომ დაადგინა მრავალ საქმეში. სასამართლო გამოხატვის თავისუფლებას მიიჩნევს დემოკრატიული საზოგადოების ერთ-ერთ ფუნდამენტურ საფუძველად, მისი განვითარებისა და პიროვნების თვითრეალიზების მთავარ პირობად. ამ გადაწყვეტილებებში ევროპულმა სასამართლომ აღნიშნა, რომ გამოხატვის თავისუფლება ვრცელდება არა მხოლოდ იმ „ინფორმაციისა“ და „იდეების“ მიმართ, რომლებიც კეთილგანწყობით მიიღება, არაშეურაცხმყოფელად არის მიჩნეული ან ინდიფერენტული დამოკიდებულების საგანია, არამედ იმათ მიმართაც, რომლებიც შეურაცხმყოფელი, გამოგნებული ან შემაშფოთებელია, აღშფოთებას იწვევს და ადამიანების სიმშვიდეს არღვევს.

ყოველივე აღნიშნულიდან გამომდინარე, სასამართლო მიიჩნევს, რომ სადავო განცხადებები გამონათქვამის კონტექსტის გათვალისწინებით, წარმოადგენს სუბიექტური დამოკიდებულებით გაჯერებული აზრის გამოხატვას (შეფასებას) და არა ობიექტურ მოცემულობას. შეფასების ნამდვილობის დამტკიცების მოთხოვნის შესრულება კი შეუძლებელია და ის არღვევს თავად გამოხატვის თავისუფლების არსს, რაც დაცული უფლების ფუნდამენტური ნაწილია.

აღნიშნულიდან გამომდინარე, სადავო განცხადებებს არ გააჩნია, ცილისწამებისათვის მაკვალიფიცირებული ერთ-ერთი ძირითადი ნიშანი - ადგილი არა აქვს მოსარჩელეთა შესახებ ფაქტების გადმოცემას, რომელთა სინამდვილესთან შესაბამისობის ან მცდარობის დადასტურება/უარყოფაც შესაძლებელი იქნებოდა.

როგორც აღინიშნა, ცილისწამება არის ერთდროულად 1) არსებითად მცდარი ფაქტის შემცველი და 2) პირისათვის ზიანის მიმყენებელი, მისი სახელის გამტეხი განცხადება. ერთ-ერთი კომპონენტის არარსებობა გამორიცხავს გავრცელებული განცხადებისათვის პირის რაიმე სახის პასუხისმგებლობას. მოცემულ შემთხვევაში, ისეთ პირობებში, როდესაც თავად სადავო გამონათქვამები სასამართლოს მიერ მიჩნეულია აზრის გადმოცემად, შეფასებად, რაც კანონით დაცულია აბსოლუტური პრივილეგიით, და არა არსებითად მცდარი ფაქტის შემცველ ინფორმაციად, არ არსებობს მოპასუხისათვის სამოქალაქო სამართლებრივი პასუხისმგებლობის დაკისრების საფუძველი.

ყოველივე აღნიშნულიდან გამომდინარე, სასამართლოს მიაჩნია, რომ შპს „ტ-----ის“ და პ----- გ-----ეს უარი უნდა ეთქვას სარჩელის დაკმაყოფილებაზე.

7. საპროცესო ხარჯები

ვინაიდან, სარჩელი არ დაკმაყოფილდა, სასამართლო არ მსჯელობს მხარეთა შორის სასამართლო ხარჯების განაწილების საკითხზე.

სარეზოლუციო ნაწილი

სასამართლომ იხელმძღვანელა საქართველოს სამოქალაქო საპროცესო კოდექსის მე-8, 243-244-ე, 249-ე, 257-ე, 369-ე მუხლებით და

გადაწყვეტა :

1. შპს „ტ-----ის“ და პ----- გ-----ის სარჩელი არ დაკმაყოფილდეს.
2. გადაწყვეტილება შეიძლება გასაჩივრდეს თბილისის სააპელაციო სასამართლოში, მხარისათვის დასაბუთებული გადაწყვეტილების ჩაბარებიდან 14 დღის ვადაში, სარეზოლუციო ნაწილის მე-3 პუნქტით გათვალისწინებული წესების დაცვით, თბილისის საქალაქო სასამართლოს მეშვეობით.
3. გადაწყვეტილების გასაჩივრების მსურველი მხარე, თუ ის ესწრება გადაწყვეტილების გამოცხადებას ან მისთვის ცნობილია გადაწყვეტილების

გამოცხადების თარიღი, ვალდებულია გადაწყვეტილების სარეზოლუციო ნაწილის გამოცხადებიდან არა უადრეს 20 და არა უგვიანეს 30 დღისა, გამოცხადდეს თბილისის საქალაქო სასამართლოში და ჩაიბაროს გადაწყვეტილების ასლი. წინააღმდეგ შემთხვევაში, გასაჩივრების ვადის ათვლა დაიწყება გადაწყვეტილების გამოცხადებიდან 30-ე დღეს. ამ ვადის გაგრძელება და აღდგენა დაუშვებელია.

მოსამართლე:

ქეთევან კუჭავა