

# ადამიანის უფლებათა ევროპული სასამართლოს გადაწყვეტილება

საქმე

მეხუთე სექცია

საქმე „გაჩეჩილაძე საქართველოს წინააღმდეგ“

(საჩივარი N 2591/19)

გადაწყვეტილება

მე-10 მუხლი • გამოხატვის თავისუფლება • შესაბამისი და საკმარისი მიზეზების არარსებობა ადმინისტრაციული სამართალდარღვევის ჯარიმის, პროდუქტის იძულებითი გამოთხოვის და პრეზერვატივის შეფუთვის დიზაინის მომავალში გამოყენების აკრძალვის დასასაბუთებლად • არაეთიკურ რეკლამად მიჩნეული დიზაინები, რომლებიც ეწინააღმდეგება ქართული საზოგადოების რელიგიურ და ეროვნულ ღირებულებებს • არა მხოლოდ კომერციული გამოხატვა, არამედ საერთო ინტერესის მქონე სხვადასხვა საკითხზე საჯარო დებატებში წვლილის შეტანა, რითაც გარანტირებულია შეფასების უფრო ვიწრო თავისუფლება • აუცილებელი საზოგადოებრივი საჭიროების არსებობის დემონსტრირების არარსებობა • ქართული მართლმადიდებლური ეკლესიის წევრთა ეთიკის შესახებ შეხედულებების პრიორიტეტირების მიუღებელი განაწილება კონვენციითა და საქართველოს კონსტიტუციით დაცული სხვადასხვა ღირებულებების დაბალანსებაში

მუხლი 35 § 3 (b) • მნიშვნელოვანი არახელსაყრელი მდგომარეობა რადიკალური ზომების თვალსაზრისით, მომჩივნის მიერ წარდგენილი დეტალური ფინანსური ანგარიშის არარსებობის მიუხედავად და მნიშვნელოვანი კითხვების წამოჭრა ეროვნული კანონმდებლობის გამოყენებასთან დაკავშირებით

სტრასბურგი

2021 წლის 22 ივლისი

საბოლოო გახდა

22/10/2021

ეს გადაწყვეტილება საბოლოო გახდა კონვენციის 44-ე მუხლის მე-2 პუნქტის შესაბამისად. ის შეიძლება დაექვემდებაროს რედაქციულ შესწორებას.

საქმეზე „გაჩეჩილაძე საქართველოს წინააღმდეგ“,

ადამიანის უფლებათა ევროპული სასამართლოს (მეხუთე სექცია) პალატამ შემდეგი შემადგენლობით:

სიოფრა ო'ლირი, თავმჯდომარე,

მარტინშ მიტსი,

განა იუდკივსკა,

ლატიფ ჰუსეინოვი,

იოვან ილიევსკი,

ლადო ჭანტურია,

არნფინ ბორდსენი, მოსამართლეები,

და მარტინა კელერი, სექციის განმწესრიგებლის მოადგილე,

ითვალისწინებს რა:

საჩივარს (N 2591/19) საქართველოს წინააღმდეგ, რომელიც შეტანილია სასამართლოში ადამიანის უფლებათა და ძირითად თავისუფლებათა დაცვის კონვენციის (შემდგომში „კონვენცია“) 34-ე მუხლის შესაბამისად, საქართველოს მოქალაქის, ქ-ნ ანი გაჩეჩილაძის მიერ (შემდგომში „მომჩივანი“) 2018 წლის 13 დეკემბერს;

გადაწყვეტილებას საქართველოს მთავრობისთვის (შემდგომში „მთავრობა“) საჩივრის შეტყობინების შესახებ;

მხარეთა მოსაზრებებს;

2021 წლის 22 ივნისის დახურული თათბირის შემდეგ

გამოიტანა შემდეგი გადაწყვეტილება, რომელიც იმავე დღეს იქნა მიღებული:

## შესავალი

1. წინამდებარე საქმე ეხება მომჩივნის საჩივარს იმასთან დაკავშირებით, რომ ადგილი ჰქონდა გაუმართლებელ ჩარევას მის გამოხატვის თავისუფლებაში, კონვენციის მე-10 მუხლის საწინააღმდეგოდ, მის წინააღმდეგ ადმინისტრაციული სამართალდარღვევის საქმისწარმოებისა და შედეგად წარმოშობილი სანქციების გამო სოციალურ მედიაში და მომჩივნის მიერ წარმოებული პრეზერვატივების შეფუთვაზე იმ გამოსახულებების გავრცელებაზე, რომლებიც ეროვნულმა სასამართლოებმა მიიჩნიეს არაეთიკურ რეკლამად.

## ფაქტები

2. მომჩივანი დაიბადა 1995 წელს და ცხოვრობს თბილისში. მას წარმოადგენდნენ ბატონი რ. კაკაბაძე, ბატონი ე. მარიკაშვილი, ბატონი გ. მშვენიერაძე და ბ-ნი თ. სვანიძე, თბილისში მოღვაწე ადვოკატები.

3. მთავრობას წარმოადგენდა აგენტი ბ-ნი ბ. ძამაშვილი საქართველოს იუსტიციის სამინისტროდან.

4. მხარეთა მიერ წარმოდგენილი საქმის ფაქტები შეიძლება შეჯამდეს შემდეგნაირად.

### I. მომჩივნის საფირმო და შეფუთვის დიზაინები

5. 2017 წლის 5 მაისს მომჩივანი დარეგისტრირდა ინდივიდუალურ მეწარმედ. მან დაიწყო პრეზერვატივების წარმოება საფირმო სახელწოდებით „აიისა“, რომლის სიტყვასიტყვითი მნიშვნელობაა „ის ნივთი“. მომჩივნის განმარტებების თანახმად, როგორც ონლაინმედია იტყობინებოდა, ფირმის შექმნისას საფირმო სახელწოდება ასახავდა იმას, თუ როგორ მოიხსენიებდა პრეზერვატივებს ზოგიერთი მომხმარებელი, რომელიც მათი შეძენისას, სავარაუდოდ, თავს უხერხულად გრძნობდა. მან ასევე განაცხადა, რომ მსუბუქი სარკაზმი იყო „აიისას“ იმიჯის შემადგენელი ნაწილი. სხვა ვებგვერდმა ბრენდის მიზანი დაახასიათა, როგორც „სტერეოტიპების მსხვრევა სექსისა და სექსუალობის სათანადო გაგების ხელშესაწყობად“. პრეზერვატივის შეფუთვის დიზაინები სხვადასხვაგვარი იყო და მოიცავდა პოპულარული გამოგონილი პერსონაჟების, ყოფილი და ახლანდელი ქართველი და არაქართველი ისტორიული და პოლიტიკური მოღვაწეების გამოსახულებებს, პოლიტიკურ მოვლენებზე მითითებებს (მაგალითად, 2017 წლის ადგილობრივი არჩევნების კანდიდატების გამოსახვით), სხვადასხვა ობიექტებს, მაგალითად, შაქარყინულს, სხვადასხვა ციტატას ქართული ლიტერატურიდან, მუსიკალურ დიზაინებს, პოპულარულ სლოგანებს, ფრაზებს, რომლებიც თითქოსდა ასახავდნენ სოციალურ მიკერძოებას (მაგალითად, „ქართველი გეები არ არსებობენ“) ან სიტყვათა თამაშს, დიზაინებს, რომლებიც გამოსახავდა ლგბტ (ლესბოსელი, გეი, ბისექსუალი და ტრანსგენდერი) თემის წარმომადგენლების მხარდაჭერას და სხვა გამოსახულებებს. პრეზერვატივები იყიდებოდა ინტერნეტით და თვითმომსახურების სავაჭრო აპარატებში.

6. 2017 წლის ბოლოს და 2018 წლის დასაწყისში მომჩივანმა შექმნა ოთხი დიზაინი, რომელიც შემდგომში გახდა მის წინააღმდეგ ადმინისტრაციული სამართალდარღვევის საქმისწარმოების საგანი (იხილეთ პარაგრაფები 12-24 ქვემოთ).

7. ერთ-ერთ დიზაინში გამოსახული იყო მოღიმარი პანდის სახის მულტიპლიკაციური გამოსახულება, შემდეგი ტექსტით: „მე ჩამოვკრავდი [გამონათქვამი, რომელიც აღნიშნავს მამაკაცის მასტურბაციას], მაგრამ ნათლისღება“ („ჩამოვკრავდი, მაგრამ ნათლისღება“). ფრაზა იდენტური იყო იმ მუსიკალური ვიდეოს სახელწოდებისა, რომელიც ეკუთვნოდა ანონიმურ ჯგუფს სახელად „პანდა“, რომელიც ხელმისაწვდომია იუთუბზე. სიმღერის ტექსტი შედგებოდა საქართველოში გამოყენებული სავარაუდო სტერეოტიპული ან/და პოპულარული ფრაზებისგან და ვიდეოში გამოსახული იყო სხვადასხვა ადგილებზე მოცეკვავე მამაკაცი, რომლის სახე პანდის ნიღბით იყო დაფარული. იმ დროს ვიდეოს იუთუბზე ჰქონდა 1 მილიონზე მეტი ნახვა და 15,000 „მოწონება“. ის პლატფორმაზე ჯერ კიდევ ხელმისაწვდომია. მხარეთა არგუმენტებიდან ჩანს, რომ ეს დიზაინი შეფუთვაზე არასოდეს ყოფილა დატანილი, არამედ ის მხოლოდ ატვირთული იყო „აისას“ ფეისბუქის გვერდზე.

8. მეორე დიზაინში გამოყენებული იყო გაბერილი გვირგვინის მულტიპლიკაციური გამოსახულება, რომელიც, როგორც ჩანს, დამზადებული იყო პრეზერვატივისგან, მის ქვემოთ კი მოცემული იყო ტექსტი „სასწაულებრივი გამარჯვება“ („ძლევად საკვირველი“). ეს ფრაზა ისტორიულ წყაროებსა და საერთო მეტყველებაში დაკავშირებული იყო 1121 წლის დიდგორის ბრძოლასთან, რომელშიც საქართველოს სამეფომ გამარჯვება მოიპოვა სელჩუკთა დიდი იმპერიის არმიის წინააღმდეგ.

9. მესამე დიზაინში გამოყენებული იყო 1184-1213 წლებში საქართველოს მმართველი ქალის, მეფე თამარის, მულტიპლიკაციური გამოსახულება, რომელიც საქართველოს მართლმადიდებლური ეკლესიის მიერ წმინდანად არის შერაცხილი. გამოსახულება გამოსახავდა მის სახეს, რომელიც ზემოთ იხედებოდა და თან ტუჩებს იკვნიტდა. მას თან ახლდა ტექსტი „სამეფო კარი თამარში“. ტექსტის სიტყვასიტყვითი მნიშვნელობა იყო „სამეფო კარი თამარის შიგნით“, მაგრამ მისი ჟღერადობის გათვალისწინებით, ის ასევე მიანიშნებდა სერიალის „სამეფო კარის თამაშების“ ქართულ ენაზე თარგმნილ სახელწოდებაზე.

10. მეოთხე დიზაინში ნაჩვენებია იყო ქალის ვერტიკალურად განლაგებული მარცხენა ხელის მულტიპლიკაციური გამოსახულება, წითელი ფრჩხილის ლაქით. პრეზერვატივი წამოცმული იყო აწეულ საჩვენებელ და შუა თითებზე.

## II. საქმისწარმოება მომჩივნის წინააღმდეგ

11. 2018 წლის 27 მარტს კონსერვატიული სამოქალაქოპოლიტიკური მოძრაობის „ქართული იდეა“ თავმჯდომარემ ლ.ჩ.-მ იჩივლა თბილისის მერიის მუნიციპალურ ინსპექციაში (შემდგომში „მუნიციპალური ინსპექცია“) იმასთან დაკავშირებით, რომ „აისამ“ გამოიყენა ის დიზაინები, რომლებიც ქართველთა რელიგიური გრძნობებისთვის შეურაცხმყოფელი იყო.

12. 2018 წლის 18 აპრილს მომჩივანს მუნიციპალურმა ინსპექციამ გადასცა ადმინისტრაციული სამართალდარღვევის ანგარიში. მოხსენებაში დამატებითი დეტალების გარეშე ნათქვამი იყო, რომ მომჩივანმა თავის პროდუქტზე და ბრენდის ფეისბუქის გვერდზე განათავსა არაეთიკური რეკლამა, რეკლამის წარმოებისა და გავრცელების წესების დარღვევით (იხილეთ პარაგრაფი 28 ქვემოთ). მომჩივანმა ხელი მოაწერა ანგარიშს, მაგრამ აღნიშნა, რომ ის მას უსაფუძვლოდ მიიჩნევდა.

13. 2018 წლის 24 აპრილს მუნიციპალურმა ინსპექციამ ადმინისტრაციული სამართალდარღვევის ანგარიში და დიზაინების ასლები („ოთხი სადავო დიზაინი“, იხილეთ პარაგრაფები 7-10 ქვემოთ) გაუგზავნა თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციულ პალატას (შემდგომში „თბილისის საქალაქო სასამართლო“).

14. 2018 წლის 2 მაისს საქმის ზეპირი განხილვის დროს მუნიციპალურმა ინსპექციამ შემდეგი არგუმენტების საფუძველზე განმარტა, რომ ოთხი სურათი წარმოადგენდა არაეთიკურ რეკლამას: (i) პანდის სურათი და თანმხლები ტექსტი აღებულია „ცნობილი მუსიკალური ვიდეოდან“ და წმინდა დღეზე მისი მითითების გათვალისწინებით, შეურაცხმყოფელი იყო ქართველთა რელიგიური შეხედულებებისთვის; (ii) მეფე თამარის გამოსახულებამ და თანმხლებმა ტექსტმა, თუნდაც ის ჩანდა, როგორც სიტყვათა თამაში პოპულარული სატილევო სერიალის („სამეფო კარის თამაშები“)

სათაურთან მიმართებით, შეურაცხმყოფელი იყო მოსახლეობის რელიგიური და ეროვნული ღირსებისთვის, იმის გათვალისწინებით, რომ მეფე თამარი საქართველოს მართლმადიდებელმა ეკლესიამ წმინდანად შერაცხა; (iii) გვირგვინის გამოსახულება და ტექსტი „ძლევია საკვირველი“ შეურაცხმყოფელი იყო „საქართველოს ეროვნული ღირსებისთვის, ვინაიდან სექსუალური აქტი შეადარეს ისტორიულ ფრაზას“ და გვირგვინი გააიგივეს ფალოსთან, ეროვნული ღირსებისთვის მისი მნიშვნელობის მიუხედავად; და (iv) ხელის ჟესტი მეოთხე დიზაინზე ფართოდ გამოიყენებოდა რელიგიურ ცერემონიებში, როგორც „მაკურთხეველი მარჯვენა ხელი“ და შეიძლება „რიგით ადამიანსა და რელიგიურ ჯგუფებს“ შეურაცხყოფად ჩაეთვალოს, რაც მოითხოვდა მუნიციპალური ინსპექციისგან „რელიგიური გრძნობების და ეროვნული ღირებულებების დაცვას“.

15. საკონსტიტუციო სასამართლოს მიერ განხილულ სხვადასხვა საქმეზე დაყრდნობით მომჩივანი, მათ შორის, ამტკიცებდა, რომ მუნიციპალურმა ინსპექციამ ვერ უზრუნველყო იმის სათანადო დასაბუთება, თუ რატომ არღვევდა სურათები რეკლამის შესახებ კანონს და რატომ არსებობდა საკმარისი მიზეზები მისი გამოხატვის თავისუფლების უფლებაში ჩასარევად, რომელიც გამოიყენება საზოგადოების მიერ შოკისმომგვრელად ან შემამფოთებლად აღქმული სიტყვის შემთხვევებშიც კი. რაც შეეხება ოთხ სადავო დიზაინს, მან შემდეგი განაცხადა: (i) პანდა იყო კარგად ცნობილი ჯგუფი, რომლის მუსიკალურმა ვიდეომ მოიპოვა 1 მილიონზე მეტი ნახვა და 15,000 „მოწონება“ იუთუბზე. სადავო დიზაინი იყო უკვე არსებული მხატვრული ნაწარმოების გამეორება, რომელიც არ შეიძლება აღიქმებოდეს როგორც აპრიორი შეურაცხმყოფელი ან არაეთიკური; (ii) თამარ მეფის გამოსახულება ასახავდა ისტორიულ პიროვნებას, რომლის კანონიზაცია ვერ გაათავისუფლებდა მას საჯარო სფეროში განხილვისგან; (iii) ფრაზა „ძლევია საკვირველი“ ნამდვილად მიუთითებდა ცნობილ ისტორიულ მოვლენაზე, თუმცა გაურკვეველი იყო, რატომ იყო ის არაეთიკური რეკლამის შესახებ კანონის მნიშვნელობის ფარგლებში, განსაკუთრებით იმის გათვალისწინებით, რომ კანონი არ მოიცავდა „ეროვნულ ღირსებას“, როგორც სიტყვის თავისუფლების უფლების შეზღუდვის საფუძველს; და (iv) „ხელის“ დიზაინი ასახავდა მარცხენა ხელს და არა მარჯვენა ხელს, რომელიც გამოიყენება რელიგიურ ცერემონიებში; ეს იყო ქალის ხელი ფრჩხილის წითელი ლაქით და მას შეიძლება ჰქონდეს მრავალი მნიშვნელობა, მომხმარებელთა აღქმიდან და ფანტაზიიდან გამომდინარე.

16. 2018 წლის 4 მაისს თბილისის საქალაქო სასამართლოს მოსამართლემ მიიღო გადაწყვეტილება, რომლის თანახმადაც ოთხი სადავო დიზაინი წარმოადგენდა არაეთიკურ რეკლამას. კერძოდ, რეკლამის შესახებ კანონის შესაბამისი დებულებების (იხილეთ ქვემოთ პარაგრაფი 29) რეპროდუცირების შემდეგ, სასამართლომ დაადგინა შემდეგი:

“1. ტექსტი -- „ჩამოვკრავდი, მაგრამ ნათლისღებაა“ – ნათლისღება არის უძველესი ქრისტიანული დღესასწაული, [თორმეტი დიდი დღესასწაულიდან] ერთ-ერთი. სახარების თანახმად, ეს წმინდა დღე დაკავშირებულია ქრისტეს ნათლობასთან ... და აქედან გამომდინარეობს ნათლობის პრაქტიკა და ეკლესიის პირველი წმინდა საიდუმლო.

2. ტექსტი – „ძლევია საკვირველი“ და სურათი – დიდგორის ბრძოლა, აქედან გამომდინარე საკვირველი გამარჯვება. დიდგორის ბრძოლას განსაკუთრებული ადგილი უკავია საქართველოს ისტორიაში. ეს გამარჯვება არის დამოუკიდებლობისა და თავისუფლებისთვის ბრძოლის, ერთიანობისა და ქვეყნისადმი თავდადების სიმბოლო. პროდუქტზე გამოსახულია სამეფო გვირგვინი – ეროვნული მნიშვნელობის მატარებელი.

3. ტექსტი – „სამეფო კარი თამარის შიგნით“ და სურათი – თამარ მეფე, როგორც მონარქი, რომელიც საქართველოს მართავდა 1184 წლიდან; ის იყო ბაგრატიონთა სამეფო დინასტიის წარმომადგენელი. მისი წოდება იყო შემდეგი: მეფეთა მეფე და დედოფალთა დედოფალი ... მართლმადიდებლურმა ეკლესიამ თამარ მეფე წმინდანად შერაცხა [და] მისი სახე გამოსახულია მრავალ ფრესკაზე.

4. გამოსახულება – „მაკურთხეველი ხელი“ – ხელის ჟესტი, რომელსაც რელიგიური მოღვაწეები იყენებენ. მაკურთხეველი ხელი გამოსახულია წმინდანთა მრავალ ფრესკაზე და ის ასევე გამოიყენება რელიგიური მოღვაწეების მიერ მრევლის დალოცვისას.

შესაბამისად, სასამართლოს შეფასებით, ინდივიდუალური მეწარმის, ან გაჩეჩილადის, მიერ „აიისას“ ბრენდის ფეისბუქის ოფიციალურ გვერდზე და თავად პროდუქტზე განთავსებული რეკლამები არაეთიკურია, რაც რელიგიასთან მიმართებით შეურაცხმყოფელი სიტყვებისა და შედარებების (სურათების) გამოყენებით არღვევს საყოველთაოდ აღიარებულ ადამიანურ და ეთიკურ ნორმებს,

ხელყოფს რელიგიურ სიმბოლოებს, ხოლო რეკლამები მათი ტექსტით და გამოსახულებებით ხელყოფს ეროვნულ და ისტორიულ საგანძურს, ძეგლებს ...“

17. თბილისის საქალაქო სასამართლომ აღნიშნა გამოხატვის თავისუფლების უფლების ფუნდამენტური ხასიათი, როგორც ეს გათვალისწინებულია კონსტიტუციის 24-ე მუხლით (იხილეთ პარაგრაფი 27 ქვემოთ) და კონვენციით, სადაც აღნიშნულია, რომ მოცემული უფლება შეიძლება დაექვემდებაროს კანონიერ და აუცილებელ შეზღუდვებს შესაბამის დებულებებში ჩამოთვლილი მიზნების მისაღწევად. შემდეგ სასამართლომ მოახდინა სასამართლოს პრეცედენტული სამართლიდან პასაჟების რეპროდუქცია, კერძოდ, შემდეგი საქმეებიდან: „ჰენდისაიდი გაერთიანებული სამეფოს წინააღმდეგ“ (1976 წლის 7 დეკემბერი, §§ 48-50, სერია A N 24), „მიულერი და სხვები შვეიცარიის წინააღმდეგ“ (1988 წლის 24 მაისი, § 36, Series A N 133), „მპს სეკმადიენისი ლიტვის წინააღმდეგ“ (N 69317/14, §§ 76-77, 2018 წლის 30 იანვარი) და „ოტოპრემინგერის ინსტიტუტი ავსტრიის წინააღმდეგ“ (1994 წლის 20 სექტემბერი, § 56, სერია A N 295A), ვიდრე შემდეგს დაასკვნოდა:

„ყოველივე ზემოაღნიშნულის გათვალისწინებით, სასამართლო მიიჩნევს, რომ ინდივიდუალური მეწარმე ანუ გაჩეჩილაძე უნდა გამოცხადდეს ადმინისტრაციული სამართალდარღვევის ჩამდენად ადმინისტრაციული სამართალდარღვევათა კოდექსის 159-ე მუხლის 1-ლი ნაწილის [მნიშვნელობის ფარგლებში] და დაჯარიმდეს 500 ქართული ლარით [იმ დროისთვის დაახლოებით 165 ევრო].“

18. მომჩივანს ასევე დაევალა, შეეწყვიტა პროდუქტებზე და სოციალურ მედიაში შესაბამისი დიზაინების გამოყენება და გავრცელება, ასევე პროდუქტის გამოთხოვა უკვე გავრცელებულ პროდუქტებთან დაკავშირებით. გადაწყვეტილებაში არ იყო ნათქვამი, რომ ის პრეზერვატივებს აწარმოებდა.

19. 2018 წლის 14 მაისს მომჩივანმა შეიტანა საჩივარი, რომელშიც იმეორებდა პირველი ინსტანციის სასამართლოში წარდგენილ თავის არგუმენტებს (იხილეთ პარაგრაფი 15 ზემოთ). მან დასძინა, რომ თბილისის საქალაქო სასამართლომ არ წარადგინა თავისი გადაწყვეტილების საკმარისი მიზეზები, რამაც შედეგად მიგვიყვანა დაუსაბუთებელ ცენზურამდე, რომელიც მიზნად ისახავდა საზოგადოების ერთი ნაწილის მსოფლმხედველობის თავს მოხვევას, ნაცვლად საყოველთაო ღირებულებების დაცვისა.

20. 2018 წლის 15 ივნისს თბილისის სააპელაციო სასამართლომ მოსამართლემ, საბოლოო ინსტანციის სასამართლოს სხდომაზე, მიიღო გადაწყვეტილება (წერილობითი პროცედურის საშუალებით), რომლითაც უცვლელად დატოვა უფრო დაბალი ინსტანციის სასამართლოს გადაწყვეტილება. მომჩივნის გამოხატვის თავისუფლების უფლებაში ჩარევის კანონიერების შეფასებისას სასამართლომ აღნიშნა, რომ რეკლამის შესახებ კანონი იყო როგორც ხელმისაწვდომი, ისე პროგნოზირებადი მის საჩივარში, მასში ჩამოთვლილი დეტალური კრიტერიუმების გათვალისწინებით შესაძლო შეზღუდვის გასამართლებლად. რეკლამის განმარტების გაანალიზებით (იხილეთ პარაგრაფი 29 ქვემოთ), სააპელაციო სასამართლომ დამატებით დაადგინა, რომ ოთხი სადავო დიზაინი მიზნად ისახავდა მომჩივნის მიერ წარმოებულ საქონლის მიმართ პირთა შეუზღუდავი ჯგუფის ინტერესის ფორმირებასა და შენარჩუნებას, მათი გაყიდვის ხელშეწყობას და ამდენად, ის წარმოადგენდა რეკლამას, რომელიც შედიოდა რეკლამის შესახებ კანონის მოქმედების სფეროში. ასევე აღინიშნა, რომ არაეთიკური რეკლამის გავრცელების შეზღუდვით რეკლამის შესახებ კანონი მიზნად ისახავდა საზოგადოებრივი ზნეობის დაცვას და შედეგად, სახელმწიფო დონეზე მშვიდობიანი, პლურალისტური და ტოლერანტული საზოგადოების განვითარების უზრუნველყოფას. სააპელაციო სასამართლომ დასძინა, რომ რეგულაციის მიზანი იყო ისეთი მოქმედებებისგან დაცვა, რომლებიც ობიექტურად ეწინააღმდეგებოდა საზოგადოებრივ ზნეობას და არა ინდივიდების სუბიექტურ აღქმებს.

21. სააპელაციო სასამართლომ ასევე აღნიშნა დემოკრატიულ საზოგადოებაში სიტყვის თავისუფლების მნიშვნელობა, რაც გარანტირებულია საქართველოს კონსტიტუციითა და ევროპული კონვენციით და ამავე დროს, მათ შორის, აღნიშნა მის განხორციელებაზე გარკვეული შეზღუდვების დაწესების შესაძლებლობა საზოგადოებრივი ზნეობისა და სხვათა უფლებების (მათ შორის, კონვენციის მე-9 მუხლით გათვალისწინებულის) დაცვის მიზნით. სასამართლომ დაადგინა, რომ ეს უფლება ასევე შეიძლება დაექვემდებაროს გარკვეულ შეზღუდვებს, როდესაც ის წინააღმდეგობაში მოვა სხვა პირის პატივსა და ღირსებასთან და დასძინა, რომ „არავითარი აზრი არ ფასობს ადამიანის პატივსა და ღირსებაზე მეტად“. რაც შეეხება გამოხატვის თავისუფლების უფლებაში ჩარევის აუცილებლობისა და თანაზომიერების საკითხს, სააპელაციო სასამართლომ ხაზი გაუსვა მოცემულ საქმეში ეროვნული ხელისუფლებისთვის შეთავაზებული შეფასების თავისუფლების მოცულობის დადგენის საჭიროებას.

სასამართლოს პრეცედენტულ სამართალზე მითითებით, მათ შორის, შპს სეკმადიენისის საქმეზე (ციტირებული ზემოთ), სააპელაციო სასამართლომ დაადგინა, რომ მომჩივნის საქმეში სიტყვის გამოხატვის ხასიათი იყო ინფორმაციისა და იდეების გავრცელება კომერციული მიზნებისთვის და არა დემოკრატიულ საზოგადოებაში დებატებში მონაწილეობისთვის, რაც ეროვნულ სასამართლოებს უტოვებს ფართო შეფასების თავისუფლებას. ამასთან დაკავშირებით მან განაცხადა, რომ „რაც შეეხება ოთხ დიზაინს, მომჩივანმა ვერ წარადგინა რაიმე მტკიცებულება (ინფორმაცია საჯარო შეხვედრების, სემინარების, სასწავლო კურსების, განხილვების ან სხვა ღონისძიებებში მონაწილეობის შესახებ), რომელიც დაადასტურებდა, რომ [ის] პრეზერვატივებს აწარმოებდა არა კომერციული მიზნებისთვის, არამედ საზოგადოებისთვის მნიშვნელოვანი საკითხების შესახებ ცნობიერების ასამაღლებლად.“

22. აღნიშნა რა მორალის საყოველთაო განმარტების არარსებობა და საზოგადოებრივი ზნეობის მუდმივად განვითარებადი ხასიათი, სააპელაციო სასამართლომ დამატებით განახადა, რომ მას უნდა მიეღო გადაწყვეტილება იმის შესახებ, წარმოადგენდა თუ არა სადავო სურათების გამოყენება პრეზერვატივებზე და პრეზერვატივებთან მიმართებით და არა ზოგადად, არაეთიკურ რეკლამას. სასამართლოს აზრით, ასეთი შეფასება უნდა ემყარებოდეს საქმეზე გადაწყვეტილების გამოტანის დროს გაბატონებულ საზოგადოების აღქმას და მორალურ მოსაზრებებს. სააპელაციო სასამართლომ განაგრძო შემდეგი შენიშვნებით:

„... [სასამართლოს წინაშე] დასმული შეკითხვა ეხება რელიგიიდან და ეროვნული ფასეულობებიდან გამომდინარე მორალურ ღირებულებებს...“

პალატა ასევე მიუთითებს საქმეზე „შპს სეკმადიენისი“ ლიტვის წინააღმდეგ, რომელშიც [ადამიანის უფლებათა ევროპულმა სასამართლომ] განმარტა, რომ კონვენციის მე-10 მუხლის მე-2 პუნქტში მკაფიოდ არის ნათქვამი, რომ გამოხატვის თავისუფლებას თან ახლავს მოვალეობები და პასუხისმგებლობები. ასევე, რომ რელიგიური შეხედულებების კონტექსტში, ზოგადი მოთხოვნა არის მე-9 მუხლის შესაბამისად გარანტირებული უფლებებით მშვიდობიანი სარგებლობის უზრუნველყოფა...

რა თქმა უნდა, რელიგიური სიმბოლოების ან პირების სარეკლამო მასალაზე ყველა გამოყენება ვერ ჩაითვლება საზოგადოებრივ ზნეობასთან შეუთავსებლად. მოქმედება, რომელიც შეიძლება კანონით შეიზღუდოს, უნდა იყოს როგორც ფორმით, ისე შინაარსით, განსაკუთრებით შეურაცხმყოფელი და კერძოდ, მესამე დამოუკიდებელი შემფასებლისთვისაც. რელიგიის [ან] რელიგიური მოღვაწის, [ან] ძეგლის შეურაცხყოფის განსაზღვრის მთავარი კრიტერიუმი არის „თავდასხმის ობიექტი“. როგორც წესი, ეს უნდა იყოს რელიგიის ცენტრალური ფიგურა, რომელიც მთლიანად დაკავშირებულია რელიგიასთან/მსოფლმხედველობასთან. შესაძლებელია, რომ შეურაცხყოფა მიმართულია იმ სუბიექტზე, რომელიც მკაფიოდ წარმოადგენს ამ რელიგიას ან სიმბოლოურად არის მასთან დაკავშირებული. ასევე მნიშვნელოვანი პირობაა, რომ შეურაცხყოფა არ ასახავს სიმართლეს... იმის გათვალისწინებით, რომ სიმართლის გამოხატვა, თუნდაც ერთგვარად არასასურველი ფორმით, ვერ ჩაითვლება იმ შეურაცხყოფად, რომელიც შეიძლება კანონმა აღკვეთოს. ასევე მნიშვნელოვანია იმის ზღვრული მნიშვნელობის განსაზღვრა, რაც შეიძლება გასცდეს გამოხატვის თავისუფლებას და წარმოადგენდეს რელიგიის შეურაცხყოფას.

23. რაც შეეხება ოთხ დიზაინს, სააპელაციო სასამართლომ მოახდინა თბილისის საქალაქო სასამართლოს განაჩენიდან პასაჟების რეპროდუცირება (იხილეთ პარაგრაფი 16 ზემოთ). მან ასევე წარადგინა შემდეგი დამატებითი განმარტებები:

„პალატა აღნიშნავს, რომ მომჩივანს სადავოდ არ გაუხდია ის ფაქტი, რომ პროდუქტზე თამარ მეფე იყო გამოსახული. რაც შეეხება იმ მოსაზრებას, რომ ეს გამოსახულება, როგორც საზოგადო მოღვაწის გამოყენება საჯარო განხილვისა და კომუნიკაციის ფორმატში, დაცულია გამოხატვის თავისუფლებით, პალატა ვერ გაიზიარებს აპელანტის შეხედულებას, რომ თამარ მეფე მხოლოდ საზოგადო მოღვაწედ ითვლება. ასევე, [ვერ მიიღწევა შეთანხმება] პრეზერვატივების წარმოების და რეკლამირების კვალიფიცირებასთან მიმართებით, საზოგადოებისთვის მნიშვნელოვან საკითხებზე საჯარო დებატებად.“

პალატა ხაზს უსვამს იმ ფაქტს, რომ იმპერატიულია თამარ მეფის სტატუსის სწორად განსაზღვრა. ბაგრატიონთა დინასტიის წევრი, თამარ მეფე, მეფობდა, როგორც საქართველოს დედოფალი, 1184 წლიდან. ის საქართველოს მართლმადიდებელმა ეკლესიამ წმინდანად შერაცხა, [რომელიც] მის დღეს აღნიშნავს 14 მაისს, ეკლესიაში მისი განსაკუთრებული წვლილის გათვალისწინებით. საქართველოს ტერიტორიაზე მდებარე რამდენიმე ეკლესია მის სახელს ატარებს; ასევე არსებობს მისი ფრესკები.

შესაბამისად, შეუძლებელია მისი სტატუსის გათანაბრება მხოლოდ საზოგადო მოღვაწის სტატუსთან და მისი, როგორც წმინდანის სტატუსის უგულვებლყოფა.

სასამართლო კვლავ იმეორებს, რომ შესაფასებელია არა ის საკითხი, საზოგადოების [არსებული] შეხედულებები და მორალური ღირებულებები არის თუ არა გამართლებული ან მისასალმებელი. სასამართლო ვალდებულია იხელმძღვანელოს არსებული შეხედულებებით და უსაფუძვლო თავდასხმისგან დაიცვას ამ შეხედულებების მქონე პირთა მორალური და ეთიკური დამოკიდებულებები და რელიგიური გრძნობები.

პალატა მიიჩნევს, რომ თამარ მეფის ისტორიული, კულტურული და რელიგიური მნიშვნელობის გათვალისწინებით, მისი წარმოდგენა ზემოაღნიშნულ კონტექსტში აშკარად აღიქმება როგორც შეურაცხმყოფელი და დამამცირებელი საზოგადოების რიგითი გონივრული წევრისთვის. ეს წარმოადგენს გაუმართლებელ თავდასხმას კონკრეტული რელიგიის მიმდევრებისთვის მნიშვნელოვან რელიგიურ ფიგურაზე.

შესაბამისად, პალატა დადგენილად მიიჩნევს, რომ ტექსტი „სამეფო კარი თამარის შიგნით“ და თამარ მეფის გამოსახულება გარდაუვალად შეურაცხყოფს მართლმადიდებელ ქრისტიანთა რელიგიურ გრძნობებს და საზოგადოებრივ ზნეობას. გამოხატვის თავისუფლების ბოროტად გამოყენებით, [ის] ცდილობს კომერციული მიზნებისთვის გამოიყენოს მოსაზრებები საზოგადოების ღირებულებებზე. შესაბამისად, პროდუქტზე განთავსება, ასევე ზემოაღნიშნული გამოსახულების ინტერნეტით გავრცელება უნდა ჩაითვალოს არაეთიკურ რეკლამად, რომელიც სცდება დაცული გამოხატვის საზღვრებს.

[რაც შეეხება პანდას გამოსახულებას და მასთან დაკავშირებულ ტექსტს] ... პალატა ვერ გაიზიარებს აპელანტის შეხედულებებს იმის გათვალისწინებით, რომ სიმღერა და მისი ტექსტის შინაარსი ექვემდებარება განსხვავებულ მარეგულირებელ ჩარჩოს, ხოლო იგივე შინაარსის გამოყენება სარეკლამო მიზნებისთვის შეურაცხმყოფელია. ამ შემთხვევაში, [რეკლამის შესახებ კანონის] დარღვევის დასადგენად აუცილებელია [განვიხილოთ] ნათლისღების, როგორც არა მხოლოდ ქრისტიანული დღესასწაულის მნიშვნელობა, არამედ ასევე შეურაცხმყოფელი [დამოკიდებულება] კონკრეტული რელიგიური ჯგუფის – მართლმადიდებელი ეკლესიის – სწავლების წინააღმდეგ. გამოსახულება და ტექსტი, მათი შინაარსის გათვალისწინებით, მიმართულია რელიგიური პირების ცხოვრების წესზე, [როგორცაა] ქრისტიანული სწავლება მარხვის დროს სქესობრივი კავშირისგან თავის შეკავების შესახებ და ასე შემდეგ. [ეს] აღიქმება, როგორც მორწმუნეთა ინტიმურ სფეროში შეჭრა და წარმოადგენს აშკარა, პირდაპირ და მიზანმიმართულ დაცინვას მორწმუნეთა და მათი ცხოვრების წესის მიმართ, რომელიც ... მიზნად ისახავს კონკრეტული რელიგიის მიმდევრების ცილისწამებას, მასხარად აგდებას, დაცინვას ... რაც წარმოადგენს არაეთიკურ რეკლამას.

... „მაკურთხეველი ხელის“ გამოსახულება: პალატა აღნიშნავს, რომ [მომჩივნის] მიერ შეთავაზებული განმარტებების მიუხედავად, ხელის ჟესტი უკავშირდება რელიგიას, [რადგან] ის გამოიყენება რელიგიური მოღვაწეების მიერ, ... იესო ქრისტე, წმინდანები ... გამოსახულია ფრესკებზე... და წარმოადგენს მორწმუნეთა შეურაცხყოფას ... კრიტიკა, ირონიული შეფასება/გამოხატვა ან ნამდვილი ამბის გადაცემა შესაძლებელია, თუ ის არ აღიქმება შეურაცხყოფად. თუმცა, შესაძლებელია ... რომ [ასეთი გამოხატვის დროს] რელიგია ან მისი სიმბოლო გარკვეულწილად გაიგივდეს ობიექტურად შეურაცხმყოფელ ან ცილისმწამებლურ სიმბოლოსთან, [ან] საგანთან. ეს უკანასკნელი ძირითადად ვარაუდობს სექსუალური ხასიათის საგნებს ან სიმბოლოებს, [ასევე] მითითებას შეურაცხმყოფელი ფორმის მეშვეობით. შესაბამისად, პროდუქტზე ზემოაღნიშნული სურათის გამოსახვა და ინტერნეტში მისი გავრცელება აშკარად წარმოადგენდა არაეთიკურ რეკლამას.

... ტექსტი – „ძლევაი საკვირველი“ და გვირგვინის გამოსახულება ... პალატა აღნიშნავს, რომ დიდგორის ბრძოლა, ნაგულისხმები [ფრაზით], განსაკუთრებულ ადგილს იკავებს საქართველოს ისტორიაში. ეს ბრძოლა არის სიმბოლო დამოუკიდებლობისა და თავისუფლებისთვის, ერთიანობისა და ქვეყნისთვის თავდადებისთვის ბრძოლისა. პროდუქტზე გამოსახულია სამეფო გვირგვინი, რომელიც დაკავშირებულია სახელმწიფო მმართველობის ფორმასთან და [აქვს] ეროვნული ფასეულობა. წინამდებარე საქმეში ... პალატა აღნიშნავს, რომ ფრაზა „ძლევაი საკვირველი“ და მისი გამოყენება კონკრეტული სურათის მქონე სექსუალური ხასიათის საგანზე, ასევე მისი ინტერნეტით გავრცელება, აშკარად წარმოადგენს არაეთიკურ რეკლამას [და] რომ ეს ლახავს საზოგადოების შეხედულებებს ღირებულებებისა და ეთიკის შესახებ.“

სააპელაციო სასამართლომ დაასკვნა, რომ:

„თითოეული რეკლამა წარმოადგენს შეურაცხმყოფელ ქმედებას, რომელიც ეწინააღმდეგება საზოგადოებრივ ზნეობას და ექცევა რეკლამის შესახებ კანონის შესაბამისად „არაეთიკური რეკლამის“ განსაზღვრებაში.“

24. რაც შეეხება შეკითხვას იმის შესახებ, იყო თუ არა აუცილებელი ჩარევა დემოკრატიულ საზოგადოებაში, სასამართლომ შემდეგი განაცხადა:

”... ეჭვგარეშეა, რომ საქართველოში სახელმწიფო დონეზე ის პირები და რელიგიური სიმბოლოები, რომლებიც გამოსახულია სექსუალური ხასიათის საგნებზე – პრეზერვატივებზე – აღქმება, როგორც საზოგადოებრივი მორალის წინააღმდეგ მიმართული ქმედება. გარდა ამისა, განსახილველ საქმეში უნდა აღინიშნოს, რომ [მომჩივანს] შეეძლო ადვილად შეეფასებინა და გაეთვალისწინებინა ის გარემოება, რომ მისი ქმედება ობიექტურად აღქმული იქნებოდა, როგორც რელიგიის, რელიგიური სიმბოლოების და ძეგლების შეურაცხყოფა, რაც სამიზნეში ამოიღებდა საზოგადოების დიდ ნაწილს. სასამართლო მიუთითებს განმარტებაზე, რომელიც გაკეთდა საქმეში ოტო პრემინგერის ინსტიტუტი ავსტრიის წინააღმდეგ ... რომ მოსაზრების გამოხატვის თავისუფლება ასევე გულისხმობდა პირის ვალდებულებას, მაქსიმალურად თავი აერიდებინა ისეთი გამოხატვებისგან, რომლებიც არის სხვებისთვის გაუმართლებლად შეურაცხმყოფელი და ამგვარად, არღვევს მათ უფლებებს და რომლებიც, ამიტომ, არანაირი ფორმით არ უწყობენ ხელს ისეთ საზოგადოებრივ დებატებს, რომლებსაც შეუძლია ხელი შეუწყოს პროგრესს ადამიანთა ურთიერთობებში.“

25. სააპელაციო სასამართლოს საბოლოო გადაწყვეტილებამ ასევე ძალაში დატოვა ჯარიმა, პროდუქციის გამოთხოვის შესახებ ბრძანება და თბილისის საქალაქო სასამართლოს მიერ დაწესებული აკრძალვა სადავო დიზაინის მომავალში გამოყენების შესახებ (იხილეთ პარაგრაფები 17-18-ზე). მხარეთა არგუმენტებიდან ირკვევა, რომ პროდუქტის გამოთხოვის ბრძანება ზედმეტი გახდა, რადგანაც 10 000 პრეზერვატივის მთელი პარტია, რომელთა შეფუთვაზე გამოსახული იყო სადავო დიზაინი, უკვე გაყიდული იყო იმ დროისთვის, როდესაც სააპელაციო სასამართლომ მიიღო საბოლოო გადაწყვეტილება ამ საკითხზე.

26. წინამდებარე განაჩენის მიღების დღეს აიისას ფეისბუქ გვერდზე არ იყო წარმოდგენილი სადავო დიზაინი. ბრენდის ვებგვერდი მიუწვდომელი იყო.

შესაბამისი სამართლებრივი ჩარჩო და პრაქტიკა

### I. შიდასახელმწიფოებრივი კანონმდებლობა და პრაქტიკა

27. შესაბამის დროს საქართველოს 1995 წლის კონსტიტუცია ითვალისწინებდა შემდეგს:

მუხლი 24

„1. ყოველ ადამიანს აქვს უფლება თავისუფლად მიიღოს და გაავრცელოს ინფორმაცია, გამოთქვას და გაავრცელოს თავისი აზრი ზეპირად, წერილობით ან სხვაგვარი საშუალებით.

...

4. ამ მუხლის პირველ და მეორე პუნქტებში ჩამოთვლილ უფლებათა [განხორციელება] შესაძლებელია 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...“

მუხლი 44

„1. საქართველოში მცხოვრები ყოველი პირი ვალდებულია ასრულებდეს საქართველოს კონსტიტუციისა და კანონმდებლობის მოთხოვნებს.



2. ადამიანის უფლებათა და თავისუფლებათა განხორციელებამ არ უნდა დაარღვიოს სხვათა უფლებები და თავისუფლებები.“

28. შესაბამის დროს ადმინისტრაციული სამართალდარღვევათა კოდექსის 159-ე მუხლის 1 ნაწილი ითვალისწინებდა შემდეგს:

„რეკლამების ექსპლუატაციაში მიღების, დამზადების და გავრცელების დადგენილი წესების დარღვევა იწვევს ფიზიკური პირის დაჯარიმებას 500 ლარით და იურიდიული პირის, დაწესებულების ან ორგანიზაციას დაჯარიმებას 3000 ლარით.“

29. შესაბამის დროს 1998 წლის რეკლამის შესახებ კანონის მე-3 მუხლი ითვალისწინებდა შემდეგს:

„1. რეკლამა – საქონელზე, მომსახურებასა და სამუშაოზე (შემდგომში – საქონელზე), ფიზიკურ და იურიდიულ პირებზე, იდეასა და წამოწყებაზე ნებისმიერი საშუალებითა და ფორმით გავრცელებული ინფორმაცია, რომელიც გამიზნულია პირთა განუსაზღვრელი წრისათვის და ემსახურება ფიზიკური და იურიდიული პირების, საქონლის, იდეისა და წამოწყებისადმი ინტერესის ფორმირებასა და შენარჩუნებას, აგრეთვე საქონლის, იდეისა და წამოწყების რეალიზაციის ხელშეწყობას.

2. არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო, არაეთიკური, შეცდომაში შემყვანი ან სხვა რეკლამა, რომელშიც დარღვეულია მისი შინაარსის, დროის, ადგილის ან გავრცელების წესის შესახებ საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი მოთხოვნები.

...

5. რეკლამა, რომელიც ფიზიკურ პირთა ეროვნების, რასის, პროფესიის, სოციალური კუთვნილების, ასაკის, სქესის, ენის, რელიგიის, პოლიტიკური და ფილოსოფიური მრწამსის მიმართ შეურაცხმყოფელი სიტყვებისა და შედარებების გამოყენებით არღვევს საყოველთაოდ აღიარებულ ჰუმანურ და ზნეობრივ ნორმებს, ხელყოფს ეროვნულ და მსოფლიო კულტურულ საგანძურში შემავალ ხელოვნების ობიექტებს, ისტორიულ და არქიტექტურულ ძეგლებს, ბღალავს სახელმწიფო სიმბოლიკას (დროშა, გერბი, ჰიმნი), საქართველოს ან სხვა სახელმწიფოს ეროვნულ ვალუტას, რელიგიურ სიმბოლოებს, ფიზიკურ ან იურიდიულ პირებს, მათ საქმიანობას, პროფესიას ან საქონელს.

30. შესაბამის დროს 2004 წლის სიტყვისა და გამოხატვის თავისუფლების კანონის მე-9(1)(ჩ) მუხლი ითვალისწინებდა, რომ სიტყვის შინაარსი შეიძლება დარღვეულირდეს კანონით, თუ ის ეხება რეკლამას, ტელეშოპინგს ან სპონსორობას. მე-9(2) მუხლში მითითებულია, რომ ასეთი რეგულირება შეიძლება იყოს მხოლოდ ნეიტრალური თვალსაზრისის და არადისკრიმინაციული.

31. საქართველოს საკონსტიტუციო სასამართლომ რამდენიმე გადაწყვეტილებაში განიხილა გამოხატვის თავისუფლების უფლება. 2009 წლის 10 ნოემბრის გადაწყვეტილებაში (N 1/3/421,422) მან განაცხადა შემდეგი:

„გამოხატვის თავისუფლების უფლება გარანტირებულია საქართველოს კანონმდებლობით, მაგრამ საკანონმდებლო გარანტიები არასაკმარისია ამ უფლებების სრულფასოვნად განხორციელებისთვის, [ვინაიდან] საჭიროა, რომ საზოგადოება თავად მოეკიდოს ტოლერანტულად პირის უფლებას, თავისუფლად და უშიშრად გამოხატოს თავისი მოსაზრება. დემოკრატიულ საზოგადოებაში ადამიანებს აქვთ ვალდებულება ტოლერანტულად მოეკიდონ იმ მოსაზრებებს, რომლებსაც ისინი არ იზიარებენ და არც კი მიიჩნევენ ეთიკურად დაუსაბუთებლად. დაუშვებელია იმ ეთიკური ნორმების ან მსოფლმხედველობის თავსმოხვევა, [რომლებიც აქვს] კონკრეტულ პირს ან პირთა ჯგუფს საზოგადოების სხვა ჯგუფებზე სახელმწიფო დაწესებულებების, მათ შორის, სასამართლოების მეშვეობით ...

უნდა აღინიშნოს, რომ სახელმწიფოს შეიძლება მიეცეს შედარებით ფართო დისკრეცია, შეზღუდოს გამოხატვის თავისუფლების უფლება, როდესაც შეზღუდვას დაქვემდებარებული გამოხატვა შეურაცხმყოფელი ხასიათისაა. ადამიანის უფლებათა ევროპული კონვენცია ასევე უშვებს გამოხატვის თავისუფლების შეზღუდვას, როდესაც გამოხატვა ეწინააღმდეგება დადგენილ ზნეობრივ ნორმებს. მიუხედავად იმისა, რომ სახელმწიფოს შეიძლება ჰქონდეს ასეთი შეზღუდვის დაწესების უფლება, [ამის გაკეთება არ არის მისი ვალდებულება] საქართველოს კონსტიტუციისა და [ადამიანის უფლებების]

ევროპული კონვენციის შესაბამისად. ასევე ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ ნებისმიერი ... ასეთი შეზღუდვა უნდა შეესაბამებოდეს კონსტიტუციას ...”

32. 2013 წლის 14 მაისის გადაწყვეტილებაში (N 2/2/516,542) საკონსტიტუციო სასამართლომ აღნიშნა შემდეგი:

„გამოხატვის თავისუფლების უფლება არ არის აბსოლუტური უფლება და ის შეიძლება დაექვემდებაროს შეზღუდვებს კონსტიტუციით განსაზღვრული ლეგიტიმური მიზნების მისაღწევად, [ამ] მიზნების თანაზომიერი საშუალებების გამოყენებით ... დემოკრატიული სახელმწიფო პატივისცემით უნდა მოეპყროს პირის გამოხატვის თავისუფლებას; [ამ უფლების] შეზღუდვა უნდა იყოს დასაბუთებული, საჭირო და აუცილებელი დემოკრატიული საზოგადოების არსებობისთვის, ადამიანთა თანაარსებობისათვის ... [ჩარევა] გამოხატვის თავისუფლებაში უნდა განხორციელდეს მხოლოდ პროპორციულობის პრინციპის მკაცრი დაცვით.“

33. 2016 წლის 30 სექტემბრის გადაწყვეტილებაში (N 1/6/561,568, § 50) საკონსტიტუციო სასამართლომ შემდეგი განაცხადა:

„ზოგადად, მეტყველება უნდა გახდეს მართლმსაჯულების საგანი როგორც უკიდურესი ზომა, როდესაც ეს ობიექტურად აუცილებელია. გამოხატვის თავისუფლება არ შეიძლება შეიზღუდოს [სასამართლო პროცესებით] მხოლოდ იმიტომ, რომ ჩვენ არ ვეთანხმებით, გვეშინია, გვძულს ან [გვჯერა], რომ ის ეწინააღმდეგება საზოგადოებრივ მორალს და ტრადიციებს ... გამოხატვის თავისუფლების დაბალანსების საუკეთესო საშუალება არის [საკუთარი თავის კვლავ] გამოხატვა – რადგან ნებისმიერი მოსაზრება, გამოთქმა, რომელსაც არ ეთანხმებით, არ მოგწონთ ან რომელიც, თქვენი აზრით, არ არის სიმართლე, შეიძლება გაქარწყლდეს იმ საწინააღმდეგო მოსაზრებებითა და იდეებით, რომლებსაც თქვენ იზიარებთ, მოგწონთ ან სწორად მიგაჩნიათ.“

## II. საერთაშორისო სამართალი და პრაქტიკა

34. შესაბამისი საერთაშორისო სამართალი და პრაქტიკა შეჯამებულია საქმეში „შპს სეკმადიენის ლიტვის წინააღმდეგ“ (N 69317/14, §§ 47-49, 2018 წლის 30 იანვარი).

### კანონმდებლობა

#### I. კონვენციის მე-10 მუხლის სავარაუდო დარღვევა

35. მომჩივანმა იჩილა იმასთან დაკავშირებით, რომ მისი გამოხატვის თავისუფლების უფლებაში ადგილი ჰქონდა გაუმართლებელ ჩარევას, კონვენციის მე-10 მუხლის საწინააღმდეგოდ, მის წინააღმდეგ ადმინისტრაციული სამართალდარღვევის საქმის და ამის შედეგად მის პროდუქტებთან დაკავშირებით იმ დიზაინების გამოყენებისთვის წარმოშობილი სანქციების გამო, რომლებიც ეროვნულმა სასამართლოებმა არაეთიკურ რეკლამად მიიჩნიეს. კონვენციის მე-10 მუხლში ვკითხულობთ:

„1. ყველას აქვს აზრის გამოხატვის თავისუფლება. ეს უფლება მოიცავს პირის თავისუფლებას, ჰქონდეს შეხედულებები, მიიღოს ან გაავრცელოს ინფორმაცია თუ მოსაზრებები საჯარო ხელისუფლების ჩაურევლად და სახელმწიფო საზღვრების მიუხედავად. ეს მუხლი ხელს არ უშლის სახელმწიფოებს, მოითხოვონ რადიომალწიფობის, სატელევიზიო ან კინემატოგრაფიულ საწარმოთა ლიცენზირება.“

2. ამ თავისუფლებათა განხორციელება, რამდენადაც ისინი განუყოფელია შესაბამისი ვალდებულებისა და პასუხისმგებლობისაგან, შეიძლება დაექვემდებაროს კანონით დადგენილ ისეთ წესებს, პირობებს, შეზღუდვებს ან სანქციებს, რომლებიც აუცილებელია დემოკრატიულ საზოგადოებაში ეროვნული უშიშროების, ტერიტორიული მთლიანობის ან საზოგადოებრივი უსაფრთხოების ინტერესებისათვის, საზოგადოებრივი უწყსრიგობის თუ დანაშაულის აღსაკვეთად, ჯანმრთელობის ან მორალის დაცვის მიზნით, სხვათა უფლებების ან ღირსების დასაცავად, საიდუმლოდ მიღებული ინფორმაციის გამჟღავნების თავიდან ასაცილებლად, ანდა სასამართლოს ავტორიტეტისა და მიუკერძოებლობის უზრუნველსაყოფად“.

#### A. მისაღებობა

## 1. მხარეთა წარდგინებები

36. მთავრობამ განაცხადა, რომ მომჩივანი არ აღმოჩენილა მნიშვნელოვნად არახელსაყრელ მდგომარეობაში ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევათა წარმოების გამო, რადგან (i) მასზე დაკისრებული დაახლოებით 165 ევროს ოდენობით ჯარიმა იყო ზომიერი; (ii) სანქცია შეეხო მის მიერ გამოყენებული ბევრი დიზაინიდან მხოლოდ ოთხს; და (iii) მისმა კომპანიამ ისარგებლა შიდა და საერთაშორისო ყურადღებით, რამაც გაზარდა მისი გაყიდვები. რაც შეეხება ამ უკანასკნელ პუნქტს, მთავრობამ განაცხადა, რომ 10 000 პრეზერვატივის მთელი პარტია შეფუთვაზე არსებული სადავო დიზაინით გაიყიდა მანამ, სანამ პროდუქტის გამოთხოვასთან დაკავშირებით სასამართლო ბრძანება ამოქმედდებოდა. მთავრობამ ასევე აღნიშნა, რომ სადავო დიზაინები კვლავ წარმოდგენილი იყო მომჩივნის ვებგვერდზე, თუმცა სიტყვა „აკრძალული“ მოიცავს თითოეულ დიზაინს. მათ წარადგინეს ვებგვერდის სკრინშოტები, სადაც ნაჩვენებია იყო აღწერილი გამოსახულებები.

37. მომჩივანმა სხვა არგუმენტებთან ერთად განაცხადა, რომ ოთხი სადავო დიზაინის პოპულარობის გათვალისწინებით მან ფაქტობრივად განიცადა მნიშვნელოვანი ფინანსური დანაკარგი მომავალში მათი გამოყენების აკრძალვის გამო. მან ასევე აღნიშნა, რომ საქმე ეხებოდა დემოკრატიული საზოგადოების ერთ-ერთ ფუნდამენტურ ღირებულებას და გაუმართლებელი ჩარევა დამთრგუნველად იმოქმედებდა მისი და ქართული საზოგადოების სხვა წევრების მიერ ამ უფლების განხორციელებაზე, განსაკუთრებით მედიის იმ ფართო ყურადღების გათვალისწინებით, რომელიც მისმა საქმემ მიიქცია შიდა დონეზე. ამიტომ მისი საჩივრის არაფინანსური მხარე მოიცავდა უფრო მნიშვნელოვან პრინციპულ საკითხს და არა უბრალო მატერიალურ ინტერესს, რაც საჭიროებდა სასამართლოს მიერ განხილვას.

## 2. სასამართლოს შეფასება

38. სასამართლო ამტკიცებს, რომ კონვენციის 35(3)(b) მუხლით განსაზღვრული მისაღებობის კრიტერიუმი გამოიყენება მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ მომჩივანი არ აღმოჩენილა მნიშვნელოვან არახელსაყრელ მდგომარეობაში და იმ პირობით, რომ იმავე დებულებაში შემავალი ორი დათქმა სამართლებრივი დაცვის გარანტიების შესახებ დაცულია (იხილეთ საქმე „გიურანი რუმინეთის წინააღმდეგ“, N 24360/04, § 24, ადამიანის უფლებათა ევროპული სასამართლო 2011 (ამონაწერები)). შესაბამისი ზოგადი პრინციპები შეჯამებულია, სხვა წყაროებს შორის, საქმეში „სმიტი გაერთიანებული სამეფოს წინააღმდეგ“ ((dec.) [კომიტეტი], N 54357/15, §§ 44-47, 2017 წლის 28 მარტი).

39. უბრუნდება რა წინამდებარე საქმეს და შიდასახემწიფოებრივი სამართალწარმოების ფინანსურ ზეგავლენას მომჩივანზე, სასამართლო თანხმდება იმაზე, რომ დაახლოებით 165 ევროს ჯარიმა მაინცდამაინც დამამძიმებელი არ უნდა იყოს, განსაკუთრებით იმის გათვალისწინებით, რომ ის წარმატებული მეწარმეა. თუმცა, მან ასევე განაცხადა, რომ დაკარგა შემოსავალი მის პროდუქტებზე ოთხი სადავო დიზაინის გამოყენების აკრძალვის გამო. ამასთან დაკავშირებით, იმის საწინააღმდეგოდ, რასაც მთავრობა აცხადებდა, არ ჩანს, რომ სადავო გამოსახულებები კვლავ გამოიყენება (იხილეთ პარაგრაფი 26ზემოთ). რაც შეეხება მთავრობის იმ არგუმენტს, რომ 10 000 პრეზერვატივის პარტია, რომელშიც წარმოდგენილი იყო აკრძალული დიზაინები, გაიყიდა იქამდე, სანამ სასამართლო ბრძანება მომჩივნის მიმართ საბოლოო გახდა, სასამართლო აღნიშნავს, რომ ეს განვითარება ვერ გამოიწვევს მის მიერ იმ ფაქტის უგულებელყოფას, რომ მომჩივანს დაეკისრა მნიშვნელოვანი ფინანსური ღირებულების საქონლის გამოთხოვა და ამდენად, გაყიდვის შეწყვეტა. მას ასევე აეკრძალა მომავალში ამ დიზაინების გამოყენება და შედეგად, გასაჩივრებული ზომები იყო ისეთი ხასიათისა და მასშტაბის, რომ პოტენციურად მათ შეეძლო მისთვის მნიშვნელოვანი ფინანსური ზარალის მიყენება. შესაბამისად, მაშინაც კი, თუ მომჩივანმა არ წარადგინა დეტალური ფინანსური ანგარიში, სადავო ზომების ყოვლისმომცველი ხასიათის გათვალისწინებით სასამართლო ვერ დაეთანხმება იმას, რომ ამ ზომებმა მასზე უმნიშვნელო გავლენა მოახდინა.

40. სასამართლო ასევე აღნიშნავს, რომ კონვენციის დარღვევა შეიძლება ეხებოდეს პრინციპულ მნიშვნელოვან საკითხებს და ამით შექმნას მნიშვნელოვანი არახელსაყრელი მდგომარეობა ფინანსური ინტერესების მიუხედავად (იხილეთ საქმე „კოროლევი რუსეთის წინააღმდეგ“ (dec.), N 25551/05, ადამიანის უფლებათა ევროპული სასამართლო 2010-V). გამოხატვის თავისუფლებასთან დაკავშირებულ შემთხვევებში, კონვენციის 35(3)(b) მუხლში მოცემული მისაღებობის კრიტერიუმის გამოყენებისას უნდა გათვალისწინებული იქნეს ამ თავისუფლების მნიშვნელობა (იხილეთ საქმე „ეკლბაი გაერთიანებული სამეფოს წინააღმდეგ“, N 44306/98, § 39, ადამიანის უფლებათა ევროპული სასამართლო 2003VI, და საქმე „როშიიანუ რუმინეთის წინააღმდეგ“, N 27329/06, § 56, 2014 წლის 24 ივნისი) და დაეჭვმიტანილს

სასამართლოს მიერ გულდასმით შემოწმებას. განსახილველ შემთხვევაში, ეროვნული სასამართლოების მიერ რეკლამის შესახებ კანონის გამოყენება იმასთან დაკავშირებით, რაც მათ მიიჩნიეს არაეთიკურ რეკლამად, რომელიც ეწინააღმდეგება ქართული საზოგადოების რელიგიურ და ეროვნულ ღირებულებებს და შეესაბამება თუ არა ასეთი ინტერპრეტაცია საკონსტიტუციო სასამართლოს პრაქტიკასა (იხილეთ პარაგრაფები 31-32 ზემოთ) და სასამართლოს პრეცედენტული სამართლის (იხილეთ საქმე „შპს სეკმადიენისი ლიტვის წინააღმდეგ“, §§ 62-84, 2018 წლის 30 იანვარი) დამკვიდრებულ პრინციპებს, ეხება მნიშვნელოვან პრინციპულ საკითხებს და სცდება მომჩივნის საქმის ფარგლებს.

41. ამრიგად, სასამართლო ასკვნის, რომ იმის გათვალისწინებით, რაც მომჩივნისთვის კონში იყო, ასევე მის საქმეში წარმოშობილი პრინციპული მნიშვნელოვანი საკითხების გათვალისწინებით, არ არის მიზანშეწონილი წინამდებარე საჩივრის განუხილველად დატოვება კონვენციის 35(3)(b) მუხლზე მითითებით.

42. გარდა ამისა, საჩივარი არც აშკარად დაუსაბუთებელია და არც მიუღებელია კონვენციის 35-ე მუხლში ჩამოთვლილი რომელიმე სხვა საფუძველით. აქედან გამომდინარე, ის მისაღებად უნდა გამოცხადდეს.

## B. საქმის არსებითი მხარე

### 1. მხარეთა წარდგინებები

#### a. მომჩივანი

43. მომჩივანმა განაცხადა, რომ მისი გამოხატვის თავისუფლების უფლებაში ჩარევა არ იყო კანონიერი ლეგიტიმური მიზნებისთვის ან აუცილებელი დემოკრატიულ საზოგადოებაში. სხვა არგუმენტებთან ერთად ის ამტკიცებდა, რომ მისი ბრენდი ჩართული იყო სოციალური აქტივობის ღონისძიებაში, ზოგადად რომ ვთქვათ, პრეზერვატივების გამოყენებისა და უსაფრთხო ინტიმური ურთიერთობის პოპულარიზაციით იმ საზოგადოებაში, სადაც, მისი თქმით, სექსი და სექსუალური განათლება ტაბუდადებულ საგნებად ითვლებოდა. განაცხადა რა, რომ ეროვნულმა სასამართლოებმა აზრიანად არ განიხილეს მისი რომელიმე არგუმენტი ოთხი სადავო დიზაინის არაეთიკურ რეკლამად გამოცხადების წინააღმდეგ, მომჩივანმა თქვა, რომ სადავო გადაწყვეტილებებით მას ფაქტობრივად თავს მოახვიეს დომინანტური რელიგიური ჯგუფის მსოფლმხედველობა.

#### b. მთავრობა

44. მთავრობას სადავო არ გაუხდია მომჩივნის გამოხატვის თავისუფლების უფლებაში ჩარევის არსებობა, მაგრამ აღნიშნა, რომ ის გამართლებული იყო მე-10 მუხლის მე-2 პუნქტის შესაბამისად. თუმცა, მათ განაცხადეს, რომ ჩარევას ჰქონდა სამართლებრივი საფუძველი და ის მისდევდა ლეგიტიმურ მიზნებს: (i) სხვათა უფლებების დაცვა, რათა მათი რელიგიური მრწამსი შეურაცხყოფილი არ ყოფილიყო და (ii) საზოგადოებრივი მორალის დაცვა. გარდა ამისა, მთავრობის განცხადებით, ოთხი სადავო დიზაინი წარმოადგენდა კომერციული საქონლის რეკლამას და არა სიტყვას, რომელიც ხელს უწყობდა დემოკრატიულ საზოგადოებაში მნიშვნელოვან დებატებს. ამის გამო, მთავრობის მტკიცებით, საქმე იყო შპს სეკმადიანის საქმის (ციტირებული ზემოთ, § 76) მსგავსი და ეროვნულ სასამართლოებს ჰქონდათ შეფასების თავისუფლება. შესაბამისად, სასამართლოების კომპეტენციაში შედიოდა საზოგადოებრივი მორალის ფარგლების შეფასება და იმის განხილვა, ეწინააღმდეგებოდა თუ არა სადავო დიზაინები ამ მორალს, ადგილობრივი კონტექსტის გათვალისწინებით.

### 2. სასამართლოს შეფასება

#### a. ჩარევის არსებობა

45. მხარეებს შორის უდავოა, რომ ჯარიმის დაკისრება, პროდუქტის გამოთხოვის ვალდებულება და სადავო დიზაინების მომავალში გამოყენების აკრძალვა იყო ჩარევა მომჩივნის გამოხატვის თავისუფლების უფლებაში კონვენციის მე-10 მუხლის შესაბამისად. სასამართლო ვერ ხედავს სხვა გადაწყვეტილების მიღების მიზეზს.

#### b. იყო თუ არა ჩარევა კანონით დადგენილი

46. სასამართლო ამტკიცებს, რომ მე-10(2) მუხლში მოცემული გამოთქმა „კანონით განსაზღვრული“ არა მხოლოდ მოითხოვს იმას, რომ გასაჩივრებულ ღონისძიებას ჰქონდეს კანონიერი საფუძველი ეროვნულ კანონმდებლობაში, არამედ ასევე ეხება მოცემული კანონის ხარისხს, რომელიც უნდა იყოს ხელმისაწვდომი დაინტერესებული პირისთვის და პროგნოზირებადი მის შედეგებთან დაკავშირებით (იხილეთ შესაბამისი ზოგადი პრინციპები საქმეებში *დელფი AS ესტონეთის წინააღმდეგ* [GC], N 64569/09, § 120-22, ადამიანის უფლებათა ევროპულ სასამართლო 2015; *პეტერნიჩეკი შვეიცარიის წინააღმდეგ* [GC], N 27510/08, §§ 131-33, ადამიანის უფლებათა ევროპული სასამართლო 2015 (ამონაწერები); და *Satakunnan Markkinapörssi Oy and Satamedia Oy v. Finland* [GC], N 931/13, §§ 143-45, ადამიანის უფლებათა ევროპული სასამართლო 2017 (ამონაწერები)).

47. განსახილველ შემთხვევაში, რაც შეეხება რელიგიური სიმბოლოების შემცველი არაეთიკური რეკლამის ცნებას, საქმის განმხილველი სასამართლოები არ მიუთითებდნენ რომელიმე წინა სამართლებრივი დაცვის საშუალებაზე. არც მხარეებს წარუდგენიათ სასამართლოსთვის ასეთი პრეცედენტული სამართლის რაიმე მაგალითი. სასამართლო აღიარებს, რომ თვით ის ფაქტი, რომ მომჩივნის საქმე შეიძლება ყოფილიყო ამ სახის პირველი საქმე, როგორც ასეთი, არ ხდის კანონის განმარტებას არაპროგნოზირებადს, რადგან უნდა დადგეს დღე, როდესაც მოცემული სამართლის ნორმა გამოყენებული იქნება პირველად (იხილეთ შპს სეკმადიენის საქმე, ციტირებული ზემოთ, § 67, შემდგომი მითითებებით). სააკელაციო სასამართლოს დასაბუთების გათვალისწინებით მომჩივნის მიერ გამოყენებული დიზაინების მიმართ რეკლამის შესახებ კანონის გამოყენებისას (იხილეთ პარაგრაფები 20-23 ზემოთ), სასამართლო გააგრძელებს იმ ვარაუდს, რომ სადავო ზომებს საფუძველად დაედო შიდასახელმწიფოებრივი კანონმდებლობა.

c. მისდევდა თუ არა ჩარევა ლეგიტიმურ მიზანს

48. სასამართლო აღნიშნავს, რომ განსახილველ შემთხვევაში შიდა სასამართლოებმა თავიანთი გადაწყვეტილება ოთხი სადავო დიზაინიდან სამ დიზაინთან მიმართებით დააკავშირეს სხვათა რელიგიური უფლებების დაცვასთან და მისგან გამომდინარე ეთიკურ მოსაზრებებთან (იხილეთ პარაგრაფები 16 და 23 ზემოთ) – ლეგიტიმურ მიზანი, რომელიც გათვალისწინებულია შიდასახელმწიფოებრივი კანონმდებლობით (იხილეთ პარაგრაფები 27 და 29 ზემოთ) და კონვენციის მე-10 მუხლის მე-2 პუნქტით. რაც შეეხება მეოთხე დიზაინს, რომელიც ეხებოდა ისტორიულ მოვლენას და ასახავდა გვირგვინს, ეროვნულმა სასამართლოებმა დაადგინეს, რომ სადავო დიზაინებმა ხელყვეს „ეროვნული და ისტორიული საგანძური, ძეგლები“ (იხილეთ პარაგრაფი 16 ზემოთ) და „საზოგადოების შეხედულებები ღირებულებებსა და ეთიკაზე“. (იხილეთ პარაგრაფი 23 ზემოთ). ამასთან დაკავშირებით, როგორც ჩანს, მთავრობა ვარაუდობს, რომ ამ უკანასკნელი დიზაინის გამოყენების აკრძალვის მიზანი იყო საზოგადოებრივი ზნეობის დაცვა. კონვენციის მე-10(2) მუხლის მიზნებისთვის, მორალის ცნებაზე ევროპული კონსენსუსის არარსებობის გათვალისწინებით (იხილეთ, სხვა წყაროებს შორის, საქმე „უინგრუვი გაერთიანებული სამეფოს წინააღმდეგ“, 1996 წლის 25 ნოემბერი, § 58, *გადაწყვეტილებებისა და განჩინებების ანგარიშები 1996 V*), სასამართლო მზადაა დაეთანხმოს, რომ ოთხივე დიზაინთან დაკავშირებით ჩარევა მისდევდა ლეგიტიმურ მიზანს კონვენციის მე-10(2) მუხლის მნიშვნელობის ფარგლებში (ასევე იხილეთ, *შესაბამისი ცვლილებების გათვალისწინებით*, საქმე „სინკოვა უკრაინის წინააღმდეგ“, N 39496/11, § 103, 2018 წლის 27 თებერვალი).

d. იყო თუ არა ჩარევა აუცილებელი დემოკრატიულ საზოგადოებაში

i. ზოგადი პრინციპები

49. სასამართლო კვლავ იმეორებს, რომ გამოხატვის თავისუფლება წარმოადგენს დემოკრატიული საზოგადოების ერთ-ერთ არსებით საფუძველს და მისი პროგრესის და თითოეული ადამიანის თვითრეალიზაციის ერთ-ერთ მთავარ პირობას. მე-10 მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, ის გამოიყენება არა მხოლოდ იმ „ინფორმაციის“ ან „იდეების“ მიმართ, რომლებიც დადებითად აღიქმება ან ითვლება არაშეურაცხმყოფლად, ან ინდიფერენტულ საკითხად, არამედ ასევე იმ ინფორმაციის ან იდეების მიმართ, რომლებიც არის შეურაცხმყოფელი, შოკის მომგვრელი ან შემაწუხებელი. ასეთია პლურალიზმის, ტოლერანტობისა და ფართო აზროვნების მოთხოვნები, რომელთა გარეშე არ არსებობს „დემოკრატიული საზოგადოება“. როგორც მე-10 მუხლშია გათვალისწინებული, გამოხატვის თავისუფლება ექვემდებარება გამონაკლისებს, რომლებიც, ამდენად, უნდა იქნეს განმარტებული მკაცრად და ნებისმიერი შეზღუდვის აუცილებლობა უნდა დადგინდეს დამაჯერებლად (იხილეთ საქმე *V. ფონ ჰანოვერი გერმანიის წინააღმდეგ* (N2) [GC], NN 40660/08 და 60641/08, § 101, ადამიანის უფლებათა ევროპული სასამართლო 2012; საქმე „ბედატი შვეიცარიის წინააღმდეგ“ [GC], N 56925/08, § 48,

ადამიანის უფლებათა ევროპული სასამართლო 2016; და საქმე *Satakunnan Markkinapörssi Oy and Satamedia Oy*, ციტირებული ზემოთ, § 124).

50. ზედსართავი სახელი „აუცილებელი“, მე-10 მუხლის მე-2 პუნქტის მნიშვნელობის ფარგლებში, გულისხმობს „აუცილებელი საზოგადოებრივი საჭიროების“ არსებობას. ხელშემკვრელ სახელმწიფოებს აქვთ შეფასების გარკვეული თავისუფლება იმის შეფასებისას, არსებობს თუ არა ასეთი საჭიროება, მაგრამ ის არ არის შეუზღუდავი და კვალდაკვალ მიჰყვება სასამართლოს მიერ ევროპულ ზედამხედველობას, რომლის ამოცანაა საბოლოო გადაწყვეტილების გამოტანა იმის შესახებ, არის თუ არა შეზღუდვა შეურიგებელი გამოხატვის თავისუფლებასთან, რაც დაცულია მე-10 მუხლით (იხილეთ საქმე *Satakunnan Markkinapörssi Oy and Satamedia Oy*, ციტირებული ზემოთ, § 164; ასევე იხილეთ საქმე *Mouvement raëlien suisse v. Switzerland* [GC], N 16354/06, § 48, ადამიანის უფლებათა ევროპული სასამართლო 2012 წ.(ამონაწერები); საქმე „ცხოველთა დამცველები გაერთიანებული სამეფოს წინააღმდეგ“ [GC], N 48876/08, § 100, ადამიანის უფლებათა ევროპული სასამართლო 2013 წ. (ამონაწერები); და ბედატის საქმე, ციტირებული ზემოთ, § 48).

51. ხელშემკვრელი სახელმწიფოების შეფასების თავისუფლების სიფართოვე მერყეობს რიგ ფაქტორებთან მიმართებით, რომელთა შორისაც მეტყველების ტიპს აქვს განსაკუთრებული მნიშვნელობა (იხილეთ, სხვა წყაროებს შორის, საქმე *Mouvement raëlien suisse*, ციტირებული ზემოთ, § 61). სასამართლომ მუდმივად თვლიდა, რომ კონვენციის მე-10 მუხლის მე-2 პუნქტის მიხედვით, არსებობს მცირე ფარგლები პოლიტიკური მეტყველების ან საჯარო ინტერესის საკითხებზე დებატების შეზღუდვებისთვის (იხილეთ საქმე „ბაკა უნგრეთის წინააღმდეგ“ [GC], N 20261/12, § 159, ადამიანის უფლებათა ევროპული სასამართლო 2016, და საქმე *Satakunnan Markkinapörssi Oy and Satamedia Oy*, ციტირებული ზემოთ, § 167). თუმცა, შეფასების უფრო ფართო თავისუფლება ზოგადად ხელმისაწვდომია ხელშემკვრელი სახელმწიფოებისთვის გამოხატვის თავისუფლების რეგულირებისას იმ საკითხებთან დაკავშირებით, რომლებმაც შეიძლება შეურაცხყოს ძალიან პირადული შეხედულებები ზნეობის ან, განსაკუთრებით, რელიგიის სფეროში (იხილეთ საქმე „უინგრუვი გაერთიანებული სამეფოს წინააღმდეგ“, 1996 წლის 25 ნოემბერი, § 58, ანგარიშები 1996V და საქმე „მერფი ირლანდიის წინააღმდეგ“, N 44179/98, § 67, ადამიანის უფლებათა ევროპული სასამართლო 2003-IX (ამონაწერები)). ანალოგიურად, სახელმწიფოებს აქვთ შეფასების ფართო თავისუფლება კომერციული საკითხების ან რეკლამირების მეტყველების რეგულირებაში (იხილეთ შპს სეკმადიენის საქმე, ციტირებული ზემოთ, § 73, შემდგომი მითითებებით).

52. თავისი საზედამხედველო იურისდიქციის განხორციელებისას სასამართლოს ამოცანაა არა უფლებამოსილი ეროვნული ორგანოების ადგილის დაკავება, არამედ მე-10 მუხლის შესაბამისად იმ გადაწყვეტილებების განხილვა, რომლებიც მათ მიიღეს მათი შეფასების უფლებამოსილების შესაბამისად. ეს არ ნიშნავს იმას, რომ ზედამხედველობა შემოიფარგლება მხოლოდ იმის დადგენით, განახორციელა თუ არა მოპასუხე სახელმწიფომ თავისი დისკრეცია გონივრულად, ფრთხილად და კეთილსინდისიერად; სასამართლომ უნდა შეისწავლოს გასაჩივრებული ჩარევა საქმის ფონზე მთლიანობაში და დაადგინოს, იყო თუ არა ის „პროპორციული ლეგიტიმური მიზნისა“ და იყო თუ არა ადგილობრივი ხელისუფლების მიერ მის გასამართლებლად მოყვანილი მიზეზები „შესაბამისი და საკმარისი“. ამასთან, სასამართლო უნდა დარწმუნდეს იმაში, რომ ეროვნული ხელისუფლების ორგანოებმა გამოიყენეს ის სტანდარტები, რომლებიც შეესაბამებოდა მე-10 მუხლში განსახიერებულ პრინციპებს და უფრო მეტიც, რომ ისინი ეყრდნობოდნენ შესაბამისი ფაქტების მისაღებ შეფასებას (იხილეთ საქმე *Mouvement raëlien Suisse*, ზემოთ ციტირებული, § 48; საქმე „მორისი საფრანგეთის წინააღმდეგ“ [GC], N 29369/10, § 124, ადამიანის უფლებათა ევროპული სასამართლო 2015; და საქმე *Medžlis Islamske Zajednice Brčko and Others v. Bosnia and Herzegovina* [GC], N17224/11, § 75, 2017 წლის 27 ივნისი).

53. სასამართლო საბოლოოდ იმეორებს, რომ როგორც მე-10 მუხლის მე-2 პუნქტი ცალსახად აღიარებს, გამოხატვის თავისუფლების განხორციელებას თან ახლავს მოვალეობები და პასუხისმგებლობები. მათ შორის, რელიგიური მრწამსის კონტექსტში, არსებობს ზოგადი მოთხოვნა, უზრუნველყოფილი იქნეს მე-9 მუხლით გარანტირებული უფლებების მშვიდობიანი სარგებლობა ამ მრწამსის მქონე პირებისთვის, მათ შორის, მოვალეობისა, შეძლებისდაგვარად იქნეს თავიდან აცილებული გამოხატვა, რომელიც თავყანისცემის ობიექტებთან მიმართებით უსაფუძვლოდ შეურაცხმყოფელია სხვებისთვის და უხამსი (იხილეთ საქმე „ოტოპრემინგერის ინსტიტუტი ავსტრიის წინააღმდეგ“, 1994 წლის 20 სექტემბერი, § 49; მერფის საქმე, ციტირებული ზემოთ, § 65; საქმე „I.A. თურქეთის წინააღმდეგ“, N 42571/98, § 24, ადამიანის უფლებათა ევროპული სასამართლო 2005-VIII; საქმე „აიდინ ტატლავი თურქეთის წინააღმდეგ“,

N 50692/99, § 28, 2006 წლის 2 მაისი; საქმე „გინიევსკი საფრანგეთის წინააღმდეგ“, N 64016/00, § 43, ადამიანის უფლებათა ევროპული სასამართლო 2006-I; და საქმე „კლანი სლოვაკეთის წინააღმდეგ“, N 72208/01, § 47, 2006 წლის 31 ოქტომბერი). იმ შემთხვევაში, თუ ასეთი გამოხატვა სცდება სხვა ადამიანების რელიგიური მრწამსის კრიტიკული უარყოფის ფარგლებს და სავარაუდოდ შეიძლება გამოიწვიოს რელიგიური შეუწყნარებლობა, მაგალითად, რელიგიური თაყვანისმცემლობის ობიექტზე არასათანადო ან თუნდაც შეურაცხყოფელი თავდასხმის შემთხვევაში, სახელმწიფომ შეიძლება ლეგიტიმურად მიიჩნიოს ისინი შეუთავსებლად აზრის, სინდისისა და რელიგიის თავისუფლების პატივისცემასთან და მიიღოს თანაზომიერი შემზღვეველი ზომები. ამასთან, ის გამოთქმები, რომელთა მიზანია შეუწყნარებლობაზე დამყარებული სიძულვილის გავრცელება, გაღვივება ან გამართლება, არ სარგებლობს კონვენციის მე-10 მუხლით შეთავაზებული დაცვით (იხილეთ საქმე „E.S. ავსტრიის წინააღმდეგ“, N 38450/12, § 43, 2018 წლის 25 ოქტომბერი).

ii. ზემოაღნიშნული პრინციპების გამოყენება წინამდებარე საქმის მიმართ

54. უბრუნდება რა წინამდებარე საქმის გარემოებებს, სასამართლო აღნიშნავს, რომ მხარეები არ დაეთანხმნენ იმას, ჰქონდა თუ არა მომჩივნის მიერ გამოყენებულ დიზაინებს მხოლოდ კომერციული მიზანი, რის შედეგადაც ეროვნულმა ორგანოებმა ისარგებლეს შეფასების თავისუფლებით მე-10 მუხლის შესაბამისად მომჩივნის უფლებებში ჩარევის საჭიროებასთან და თანაზომიერებასთან დაკავშირებით. ამასთან დაკავშირებით ეროვნულმა სასამართლოებმა დაადგინეს, რომ ოთხი დიზაინი წარმოადგენდა „გამოხატვას“, რომელიც გაკეთდა მხოლოდ კომერციულ კონტექსტში, როგორც შპს სეკმადიენის საქმეში (ციტირებული ზემოთ, § 76). მთავრობამ გამოთქვა მსგავსი მოსაზრება.

55. თუმცა, სასამართლო აღნიშნავს, რომ ეროვნული სასამართლოებისა და მთავრობის მიერ მოხსენიებულ საქმეში მოპოვებული გარემოებებისგან განსხვავებით (იხილეთ წინა პარაგრაფი), როგორც ჩანს, მომჩივნის ბრენდის მიზანი იყო ასევე ზოგადი ინტერესის სხვადასხვა საკითხებთან დაკავშირებული საჯარო დებატების დაწყება ან/და ამ დებატებში წვლილის შეტანა. კერძოდ, ბრენდის დეკლარირებული მიზანი, გამოთქმული მისი დაწყების დროს, იყო სტერეოტიპების მსხვრევა და „სქესისა და სექსუალობის სათანადო აღქმის ხელშეწყობა“ (იხილეთ პარაგრაფი 5-ზემოთ). მომჩივნის მიერ გამოყენებული რამდენიმე გამოსახულება ეხებოდა ერთსქესიანთა ურთიერთობებს (იხილეთ პარაგრაფი 5-ზემოთ; ასევე იხილეთ, რამდენადაც ქართულ საზოგადოებაში ლგბტ თემის მიმართ უარყოფითი დამოკიდებულებას ეხება, საქმე „იდენტობა და სხვები საქართველოს წინააღმდეგ“, N 73235/12, § 68, 2015 წლის 12 მაისი). გარდა ამისა, ბრენდის მიერ გამოყენებული რამდენიმე დიზაინი, როგორც ჩანს, წარმოადგენდა სოციალურ, ასევე პოლიტიკურ კომენტარს სხვადასხვა მოვლენასა თუ საკითხზე (იხილეთ პარაგრაფი 5-ზემოთ). ასევე მნიშვნელოვანია იმის აღნიშვნა, რომ ორგანიზაცია, რომელმაც შეიტანა საჩივარი მომჩივნის ბრენდთან დაკავშირებით, აშკარად აქტიურობდა სამოქალაქო და პოლიტიკურ საკითხებში (იხილეთ პარაგრაფი 11-ზემოთ). ამიტომ, მთავრობის არგუმენტი იმის შესახებ, რომ მომჩივნის „გამოხატვა“ ჩათვლილიყო, როგორც განხორციელებული მხოლოდ კომერციულ კონტექსტში, რაც ხელისუფლების ორგანოებს აძლევს სახელმწიფოებრივ დონეზე ფართო შეფასების თავისუფლებას, გარკვეული სიფრთხილით უნდა იქნეს განხილული. იმ გარემოებებში, როდესაც შეტყობინება საზოგადოებრივი ინტერესის საკითხებზე, სულ მცირე, ნაწილობრივ მაინც იყო ჩართული, ეროვნული სასამართლოებისთვის მინიჭებული შეფასების თავისუფლება იყო აუცილებლად უფრო ვიწრო იმ სიტუაციებთან შედარებით, რომლებიც ეხებოდა მხოლოდ კომერციულ მეტყველებას.

56. რაც შეეხება ოთხ სადავო დიზაინს, ერთ მათგანზე იყო ტექსტი „სამეფო კარი თამარის შიგნით“ (იხილეთ პარაგრაფი 9-ზემოთ) და მოხსენიებული იყო საქართველოს ყოფილი მმართველი ქალი 1184-1213 წლებში, რომელიც წმინდანად შერაცხა საქართველოს მართლმადიდებელმა ეკლესიამ. მომჩივნის პოზიცია ამ დიზაინთან დაკავშირებით ის იყო, რომ ისტორიული პიროვნება ვერ გათავისუფლდება საჯარო განხილვების საგნისგან (იხილეთ პარაგრაფები 15 და 19-ზემოთ). ამ მიმართებით, სასამართლო ზემოთ მოყვანილი პრინციპების საფუძველზე (იხილეთ პარაგრაფები 49-53-ზემოთ) თანხმდება, რომ საზოგადო მოღვაწის ან, უფრო მეტიც, ნებისმიერი პირის კანონიზება არ შეიძლება თავის თავად წარმოადგენდეს მისი პიროვნების საჯარო დებატებში განხილვის გამოორიციების საფუძველს. არც ეროვნული სასამართლოების დასაბუთების საწინააღმდეგოდ (იხილეთ პარაგრაფი 23-ზემოთ) უნდა იქნეს მიჩნეული რომ გამოხატვის საშუალების არჩევა – განსახილველ შემთხვევაში, პრეზერვატივების წარმოება და გავრცელება – თავის თავად შეუსაბამოდ უნდა ჩაითვალოს იმის შეფასებაში, შეუძლია თუ არა გამოხატვას წვლილის შეტანა საზოგადოებისთვის მნიშვნელოვან საკითხებზე საჯარო დებატებში.

57. თუმცა, სასამართლოს ასევე არ გამორჩენია მხედველობიდან მომჩივნის მიერ შიდასახელმწიფოებრივ

დონეზე იმის ვერგანმარტება, თუ რატომ ან როგორ დაიწყო ან ხელი შეუწყო რაიმე საჯარო დებატებს საერთო ინტერესის საკითხზე ამ პირის გამოყენებამ პრეზერვატივებზე თანმხლები ნიშნით (იხილეთ პარაგრაფი 19-ზემოთ).

58. სასამართლო აღნიშნავს, რომ სააპელაციო სასამართლომ ხაზი გაუსვა წმინდანის პიროვნების ისტორიულ, კულტურულ და რელიგიურ მნიშვნელობას, მის გამოსახვას ფრესკებზე და ეკლესიისადმი წვლილს. აღნიშნა რა, რომ მან ასევე გაითვალისწინა ადგილობრივი კონტექსტი, სასამართლომ დაასკვნა, რომ თამარ მეფის წმინდანობას ჰქონდა პრიორიტეტი მის, როგორც საზოგადო მოღვაწის სტატუსზე და დაადგინა, რომ ის ფორმა, რომლითაც სადავო დიზაინი იქნა გამოყენებული, საზოგადოების საშუალო გონივრული წევრისთვის შეადგენდა გაუმართლებელ თავდასხმას რელიგიურ პირზე, რეკლამის შესახებ კანონის დარღვევით. ამასთან დაკავშირებით, სამწუხაროა, რომ ეროვნულმა სასამართლოებმა არ შეაფასეს სადავო გამოსახულების თანმხლები ტექსტის მნიშვნელობა. მიუხედავად ამისა, მომჩივნის მიერ სახელმწიფო დონეზე დაყენებული დამაჯერებელი არგუმენტების არარსებობისას, მათ შორის, მიზანთან მიმართებით, რომელსაც მისი ბრენდი მისდევს და ამ მიმართებით კონკრეტული გამოსახულების როლთან დაკავშირებით (იხილეთ პარაგრაფი 19-ზემოთ), სასამართლოსთვის ძნელად მისაღებია ის ფაქტი, რომ ადგილობრივი ორგანოები, რომლებსაც, როგორც წესი, საერთაშორისო მოსამართლეზე უკეთ შეუძლიათ ამ ზომის საჭიროების შეფასება იმ სიტუაციის თვალსაზრისით, რომელიც ადგილობრივ დონეზე იქმნება მოცემულ დროს (იხილეთ *ოტოპრემინგერის ინსტიტუტის საქმე*, ციტირებული ზემოთ, § 56; ასევე იხილეთ *უინგრუვის საქმე*, § 58, და *მერფის საქმე*, § 67, ორივე ციტირებული ზემოთ) შეცდნენ იმის დადგენაში, რომ დიზაინი შეიძლება მიჩნეული იქნეს იმ ქართველთა თაყვანისცემის ობიექტის გაუმართლებელ შეურაცხყოფად, რომლებიც მართლმადიდებელ სარწმუნოებას აღიარებენ.

59. რაც შეეხება დანარჩენ დიზაინებს, გარემოებები განსხვავებულია. კერძოდ, რაც შეეხება დიზაინს, რომელზეც გამოსახული იყო პანდის სახე და მოხსენიებული იყო ქრისტიანული დღესასწაული (იხილეთ პარაგრაფი 7-ზემოთ), სასამართლო ცნობად იღებს სააპელაციო სასამართლოს დასაბუთებას იმასთან დაკავშირებით, რომ გამოსახულებამ და თანდართულმა ტექსტმა გაუმართლებლად შეურაცხყო მართლმადიდებელ ქრისტიანთა ის ცხოვრების წესი და რელიგიური სწავლება, რომ მნიშვნელოვან რელიგიურ დღესასწაულებთან დაკავშირებული მარხვის დროს საჭიროა სექსუალური ურთიერთობებისთვის თავის არიდება (იხილეთ პარაგრაფი 23-ზემოთ). თუმცა, სასამართლო არ არის დარწმუნებული იმაში, რომ ეს მიზეზები საკმარისი იყო დემოკრატიულ საზოგადოებაში ჩარევის აუცილებლობის გასამართლებლად. კერძოდ, ის ფაქტი, რომ დიზაინმა უბრალოდ გაიმეორა ანონიმური ჯგუფის, სახელწოდებით პანდა, ადრე არსებული მხატვრული გამოხატვის ნამუშევარი, რომელსაც იმ დროისთვის ჰქონდა 1 მილიონზე მეტი ნახვა იუთუბის არხზე და დაახლოებით 15 000 „მოწონება“ (იხილეთ პარაგრაფი 7-ზემოთ) შეუმჩნეველი ვერ დარჩება. ამ მუსიკალური ვიდეოს პოპულარობა არ იყო სადავო არც სახელმწიფოებრივ დონეზე და არც სასამართლოს წინაშე. რაც შეეხება მის შინაარსს, როგორც ჩანს, ეს იყო სატირული აღქმა იმ სხვადასხვა ფრაზებისა, რომლებიც ხშირად გამოიყენება საქართველოში და არსებითად წარმოადგენს სხვადასხვა იდეების კრიტიკას, მათ შორის, რელიგიურ სწავლებებსა და ქმედებებთან დაკავშირებული იდეებისა. ამის ფონზე, სააპელაციო სასამართლომ მოკლედ უარყო მომჩივნის ის არგუმენტები, რომლებიც მიუთითებდნენ ზემოაღნიშნულ ფაქტორებზე, მხოლოდ იმის აღნიშვნით, რომ განსხვავებული რეგულაცია ვრცელდებოდა მხატვრული გამოხატვის ამ ნაწარმოებზე, ფაქტობრივად უყურადღებოდ დატოვა მნიშვნელოვანი საკითხი იმის შესახებ, არსებობდა თუ არა რაიმე „აუცილებელი საზოგადოებრივი საჭიროება“ (იხილეთ პარაგრაფი 50-ზემოთ), რათა შეზღუდულიყო სადავო დიზაინის გავრცელება.

60. დარჩენილ ორ დიზაინზე გამოსახული იყო ქალის მარცხენა ხელი, რომლის ორ აწეულ თითზე ჩამოცმული იყო პრეზერვატივი (იხილეთ პარაგრაფი 10-ზემოთ) და გვირგვინის გამოსახულება, რომელიც, როგორც ჩანს, გაკეთებული იყო პრეზერვატივისგან, იმ წარწერით, რომელიც ეხებოდა ისტორიულ მოვლენას (იხილეთ პარაგრაფი 8-ზემოთ).

61. რაც შეეხება ხელის გამოსახულებას, მომჩივნის არგუმენტი რაიმე რელიგიური კონოტაციის არარსებობის შესახებ იმასთან დაკავშირებით, რომ ის გამოსახავდა ქალის მარცხენა და არა მარჯვენა ხელს, რომელიც გამოიყენებოდა რელიგიურ კონტექსტში, რაც მიუთითებს ჩარევის კანონიერი საფუძვლის არარსებობაზე, განუხილველი დარჩა. სამაგიეროდ, გასაოცარია, რომ სასამართლოებმა დაჟინებით მოითხოვეს, რომ დიზაინის ეტიკეტირება მომხდარიყო, როგორც ეგრეთ წოდებული „მაკურთხეველი ხელის“, ქრისტიანული რწმენის სიმბოლოსი. მიუხედავად იმისა, რომ ვერ გამოირიცხებოდა, რომ თუნდაც ყველაზე უფრო ტრივიალური გამოსახულება შეიძლება შეიცავდეს



ისეთ ელემენტებს, რომლებმაც შეძილება აღძრას ძალიან კონკრეტული ასოციაციები რელიგიურ სიმბოლოსთან, ეროვნულ სასამართლოებს უნდა ეჩვენებინათ, თუ რატომ მოხდა ეს ასე ქალის ხელის გამოსახულებასთან დაკავშირებით, ხოლო მათ ამის გაკეთება მომჩივნის საქმეში ვერ მოახერხეს. რაც შეეხება დიზაინს, რომელზეც გამოსახული იყო გვირგვინი და მოხსენიებული იყო ისტორიული მოვლენა, ეროვნულმა სასამართლოებმა აქცენტი გააკეთეს საქართველოს ისტორიისთვის ამ მოვლენის მნიშვნელობაზე. თუმცა, მომჩივანთან დაკავშირებული არგუმენტების მიუხედავად, მის წინააღმდეგ მთელი საქმისწარმოების განმავლობაში გაურკვეველი დარჩა, თუ რატომ ჩათვალეს ეროვნულმა სასამართლოებმა, რომ მითითება ისტორიულ მოვლენაზე ან პრეზერვატივებზე გვირგვინის გამოსახვა შეიძლება შესულიყო რეკლამის შესახებ კანონით გათვალისწინებული არაეთიკური რეკლამის განსაზღვრებაში (იხილეთ პარაგრაფი 29-ზემოთ). არც ის განმარტებულა, არსებობდა თუ არა რაიმე „აუცილებელი საზოგადოებრივი საჭიროება“ სასამართლოს პრეცედენტული სამართლის მნიშვნელობის ფარგლებში (იხილეთ პარაგრაფი 51-53-ზემოთ), ამ ორი დიზაინის გავრცელების შეზღუდვის მიზნით. შესაბამისად, სასამართლო მიიჩნევს, რომ ეროვნული სასამართლოების მიერ მოყვანილი არცერთ მიზეზ არ ჰქონდა მნიშვნელობა მომჩივნის გამოხატვის თავისუფლებაში ჩარევის აუცილებლობისა და თანაზომიერების გასამართლებლად გამოსახულებებთან მიმართებით, რომლებზეც გამოსახული იყო ქალის ხელი და გვირგვინი ისტორიულ მოვლენაზე მითითებით.

62. დაბოლოს, სასამართლო ეჭვის ქვეშ აყენებს ეროვნული სასამართლოების გადაწყვეტილებებში იმ ცხად ქვეტექსტს, რომ ქართული მართლმადიდებლური ეკლესიის წევრების მოსაზრებებს ეთიკის შესახებ აქვთ უპირატესი ძალა კონვენციითა და საქართველოს კონსტიტუციით დაცული სხვადასხვა ღირებულების დაბალანსებისას. ასეთი ქვეტექსტი ეწინააღმდეგებოდა საკონსტიტუციო სასამართლოს შეხედულებებს (იხილეთ პარაგრაფები 31-33-ზემოთ), რომელთა თანახმადაც, „დაუშვებელი იყო კონკრეტული პირების ან პირთა ჯგუფების ეთიკური ნორმების ან მსოფლმხედველობის თავსმოხვევა საზოგადოების სხვა ჯგუფებზე სახელმწიფო დაწესებულებების, მათ შორის, სასამართლოების მეშვეობით“. ის ასევე ეწინააღმდეგებოდა შესაბამის საერთაშორისო სტანდარტებს (იხილეთ შპს სეკმადიენის საქმე, ციტირებული ზემოთ, § 80, შემდგომი მითითებებით). სასამართლო იმეორებს, რომ პლურალისტურ დემოკრატიულ საზოგადოებაში, ვინც ირჩევს გამოიყენოს თავისი რელიგიის თავისუფლება, უნდა მოითმინოს და მიიღოს სხვათა მიერ მათი რელიგიური მრწამსის უარყოფა და მათი რწმენისადმი მტრული დოქტრინების გავრცელებაც კი (იხილეთ, სხვა წყაროებს შორის, *ოტო პრემინგერის ინსტიტუტის საქმე*, § 47 და საქმე *I.A. თურქეთის წინააღმდეგ*, § 28, ორივე ციტირებული ზემოთ).

63. ზემოაღნიშნულის გათვალისწინებით, სასამართლო ასკვნის, რომ იმდენად, რამდენადაც საქმე ეხება სულ მცირე ოთხი სადავო დიზაინიდან სამს (იხილეთ პარაგრაფები 59-61-ზემოთ), ეროვნული სასამართლოების მიერ მოყვანილ მიზეზებს მნიშვნელობა არ ჰქონდა და საკმარისი არ იყო კონვენციის მე-10(2) მუხლით გათვალისწინებული ჩარევის გასამართლებლად.

შესაბამისად, ადგილი აქვს კონვენციის მე-10 მუხლის დარღვევას.

## II. კონვენციის 41-ე მუხლის გამოყენება

64. კონვენციის 41-ე მუხლში ვკითხულობთ:

„თუ სასამართლო დაასკვნის, რომ დაირღვა კონვენციით ან მისი ოქმებით გათვალისწინებული უფლება, ხოლო შესაბამისი მაღალი ხელშემკვრელი მხარის შიდა სამართალი დარღვევის მხოლოდ ნაწილობრივი გამოსწორების შესაძლებლობას იძლევა, საჭიროების შემთხვევაში, სასამართლო დაზარალებულ მხარეს სამართლიან დაკმაყოფილებას მიაკუთვნებს.“

65. მომჩივანს არ წარუდგენია სამართლიანი კომპენსაციის რაიმე მოთხოვნა კონვენციის 41-ე მუხლის შესაბამისად. ამიტომ, სასამართლო კომპენსაციას არ აწესებს.

ამ მოტივით, სასამართლო ერთსულოვნად

1. აცხადებს საჩივარს მისაღებად;
2. ადგენს, რომ დაირღვა კონვენციის მე-10 მუხლი;

შესრულებულია ინგლისურ ენაზე და წერილობითი ფორმით ეცნობა 2021 წლის 22 ივლისს,

მარტინა კელერი  
სექციის განმწესრიგებლის მოადგილე

სიოფრა ო'ლირი  
თავმჯდომარე