

13259-13-2-201611091201



N 13/13259

09/11/2016

შპს მიკროსაფინანსო ორგანიზაცია „სისი ლოუნ“-ის დირექტორს
ბატონ ლევან ბუილიშვილს

**ზოგადი წინადადება დისკრიმინაციის თავიდან
აცილებისა და მის წინააღმდეგ ბრძოლის საკითხზე**

*შემუშავებულია „საქართველოს სახალხო დამცველის შესახებ“ ორგანული კანონის მე-14¹
მუხლის მე-2 პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტის და „დისკრიმინაციის ყველა ფორმის აღმოფხვრის
შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-6 მუხლის მე-2 პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტის შესაბამისად*

ბატონო ლევან,

2016 წლის 5 სექტემბერს საქართველოს სახალხო დამცველმა, „საქართველოს სახალხო დამცველის შესახებ“ ორგანული კანონის მე-12 მუხლის საფუძველზე, საკუთარი ინიციატივით დაიწყო შპს „სისი ლოუნ“-ის სესხის შესახებ რეკლამების სერიის¹ შინაარსის შესწავლა, რომელიც მთავრდება ფრაზით: „ფული გჭირდება? სისი ლოუნი ყველაზე სწრაფი და მარტივი გზა როცა ფული გჭირდება“, აღნიშნულისთვის კი კომპანია იყენებს სტერეოტიპულ და შეურაცხმყოფელ იდეებს.

ამასთან, 2016 წლის 12 ოქტომბერს სახალხო დამცველს განცხადებით მომართა კავშირი „საფარი“-ს აღმასრულებელმა დირექტორმა ბაბუცა პატარაიამ. განცხადების თანახმად, შპს „სისი ლოუნ“-ის მიერ გავრცელებული სარეკლამო რგოლები არის დისკრიმინაციული შინაარსის შემცველი ტრანსგენდერი ადამიანების და სექს-მუშაკების მიმართ. განცხადების თანახმად, რეკლამების გავრცელების შეჩერების მოთხოვნით კავშირმა ასევე მიმართა კომუნიკაციების მარეგულირებელ ეროვნულ კომისიას.

¹ იხ. ვებ-გვერდი: <http://www.ccloan.ge/>

1. საქართველოს სახალხო დამცველის კომპეტენცია დისკრიმინაციის აღმოფხვრისა და თანასწორობის უზრუნველყოფის სფეროში

„დისკრიმინაციის ყველა ფორმის აღმოფხვრის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-6 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, დისკრიმინაციის აღმოფხვრასა და თანასწორობის უზრუნველყოფაზე ზედამხედველობას ახორციელებს საქართველოს სახალხო დამცველი. იმავე მუხლის მე-2 პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტის მიხედვით, სახალხო დამცველი ამზადებს და შესაბამის დაწესებულებას ან პირს უგზავნის ზოგად წინადადებებს დისკრიმინაციის თავიდან აცილებისა და მის წინააღმდეგ ბრძოლის საკითხებზე. კანონის მე-3 მუხლის თანახმად, ამ კანონის მოთხოვნები ვრცელდება საჯარო დაწესებულებების, ორგანიზაციების, ფიზიკური და იურიდიული პირების ქმედებებზე ყველა სფეროში, თუ ეს ქმედებები არ რეგულირდება სხვა სამართლებრივი აქტით.

ამდენად, კანონის თანახმად, სახალხო დამცველი ზოგად წინადადებას გამოსცემს იმ შემთხვევებში, როდესაც ადგილი აქვს დისკრიმინაციის წახალისებას ან უარყოფითი სტერეოტიპების და სტიგმის გაძლიერებას.

საკითხის სენსიტიურობის გათვალისწინებით და მანკიერი პრაქტიკის აღმოფხვრის მიზნით, სახალხო დამცველი მიზანშეწონილად მიიჩნევს, „დისკრიმინაციის ყველა ფორმის აღმოფხვრის შესახებ“ საქართველოს კანონის საფუძველზე ზოგადი წინადადებით მიმართოს შპს „სისი ლოუნ“-ს.

2. ფაქტობრივი გარემოებები

მიკროსაფინანსო ორგანიზაცია შპს „სისი ლოუნ“-ის მიერ ტელევიზიით და ინტერნეტით გავრცელდა სარეკლამო რგოლები, რომელიც მომხმარებელს სესხს სთავაზობს.

ერთ-ერთ სარეკლამო რგოლში წარმოდგენილია სცენა, თუ როგორ ეწევიან ადამიანები პროსტიტუციას. რეკლამის მთავარ პერსონაჟი არის მამრობითი სქესის წარმომადგენელი, რომელსაც აცვია კაბა და ახურავს პარიკი (სავარაუდოდ გაშარჟებულია ტრანსგენდერი ადამიანი). კადრში ისმის, რომ მთავარ პერსონაჟს მიაძახებენ „ბოზებს სიცოცხლე“. რეკლამის ბოლოს, მთავარ პერსონაჟს ურეკავს ტელეფონი (ზარი „ტაში ბიჭო ტაშიო“), იგი ესაუბრება დედას და ეუბნება რომ არ სცალია, მუშაობს.² აღნიშნული ვიდეო გაზიარებულია მიკროსაფინანსო ორგანიზაციის ფეისბუქ გვერდზე სათაურით „მსოფლიოს უძველესი პროფესია... ჩვენი მესამე ვიდეო (ბოლო კადრები).“

მეორე სარეკლამო რგოლში სიუჟეტი ვითარდება ოჯახში, სადაც დედა შვილის ყულაბიდან იპარავს ფულს. ამ დროს ოთახში შემოდის გაოცებული შვილი, დედა ცდილობს გაიქცეს და ობობით აშინებს ბავშვს.³

მესამე რეკლამაში, შვილიშვილს ეტლით მოსარგებლე ბებია მიჰყავს ლომბარდში. შვილიშვილი ლომბარდში აბარებს ეტლს, ბებია კი ზურგზე მოკიდებული მოჰყავს.⁴

იმის გათვალისწინებით, რომ მსგავსმა რეკლამებმა შესაძლოა ხელი შეუწყოს სხვადასხვა ჯგუფის მიმართ არსებული სტერეოტიპების გამყარებას და წახალისოს დისკრიმინაცია, 2016 წლის 7

² იხ. ვებ გვერდი: <https://www.youtube.com/watch?v=eAD2wtHFzW8>

³ იხ. ვებ გვერდი: <https://www.youtube.com/watch?v=7ypZG9n8Quw>

⁴ იხ. ვებ გვერდი: https://www.youtube.com/watch?v=5U8o-H_Aiys

სექტემბერს სახალხო დამცველის აპარატმა გამოითხოვა ინფორმაცია, აპირებს თუ არა შპს „სისილონი“ ზემოაღნიშნული რეკლამების სატელევიზიო და ინტერნეტ სივრციდან მოხსნას.

მოპასუხის 2016 წლის 19 სექტემბრის წერილის თანახმად, სახალხო დამცველი სარეკლამო რგოლების მცდარ ინტერპრეტაციას აკეთებს. ვიდეო რგოლის დანიშნულება არის, რომ სახალისო სიუჟეტის მეშვეობით მოახდინოს პროდუქტის რეკლამირება, სარეკლამო რგოლში მამრობითი სქესის წარმომადგენლის მიერ კაბის ტარების ფაქტის ტრანსგენდერი ადამიანის დისკრიმინაციასთან გაიგივება კი მათთვის გაუგებარია. მოპასუხის განმარტებით, სწრაფი ონლაინ სესხი წარმოადგენს ერთ-ერთ ყველაზე პოპულარულ ფინანსურ მომსახურებას, რაც გამომდინარეობს თანამედროვეობის სპეციფიკიდან და ამ სერვისით მოსარგებლე პირების ავტომატურად ცუდი ფინანსური მდგომარეობის მქონე ადამიანებად მოხსენიება გაუმართლებელია. მსგავსი აბსტრაქტული მოტივებით სარეკლამო რგოლების მოხსნა არა მხოლოდ კომპანიის კომერციულ საქმიანობაში უხეში ჩარევა იქნებოდა, არამედ არსებითად წინააღმდეგობაში მოვიდოდა გამოხატვის თავისუფლებასთან. მოპასუხე მიიჩნევს, რომ აღნიშნული რეკლამების, როგორც სტერეოტიპების ხელშემწყობი რგოლების აღქმა, თავად წარმოადგენს სტერეოტიპულ დამოკიდებულებას.

3. სამართლებრივი ანალიზი

„დისკრიმინაციის ყველა ფორმის აღმოფხვრის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-6 მუხლის თანახმად, დისკრიმინაციის აღმოფხვრისა და თანასწორობის უზრუნველყოფაზე ზედამხედველობას ახორციელებს საქართველოს სახალხო დამცველი. საქართველოს კანონმდებლობით მინიჭებული უფლებამოსილებების განსახორციელებლად საქართველოს სახალხო დამცველი ამზადებს და შესაბამის დაწესებულებას ან პირს უგზავნის ზოგად წინადადებებს დისკრიმინაციის თავიდან აცილების და მის წინააღმდეგ ბრძოლის საკითხებზე.

„სიტყვისა და გამოხატვის თავისუფლების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-8 მუხლის თანახმად, ამ კანონით აღიარებული და დაცული უფლებების ნებისმიერი შეზღუდვა შეიძლება დაწესდეს მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ ეს გათვალისწინებულია ნათელი და განჭვრეტადი, ვიწროდ მიზანმიმართული კანონით და შეზღუდვით დაცული სიკეთე აღმატება შეზღუდვით მიყენებულ ზიანს.

„რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-4 მუხლის თანახმად, აკრძალულია არასათანადო რეკლამის განთავსება და გავრცელება. იგი ჩადენილი ქმედების, საზოგადოებრივი საშიშროების ხარისხისა და ხასიათის შესაბამისად იწვევს საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილ პასუხისმგებლობას. დასახელებული კანონის მე-3 მუხლის თანახმად, არასათანადო რეკლამა არის არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო, არაეთიკური, შეცდომაში შემყვანი ან სხვა რეკლამა, რომელშიც დარღვეულია მისი შინაარსის, დროის, ადგილის ან გავრცელების წესის შესახებ საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი მოთხოვნები.

შესაბამისად, დისკრიმინაციასთან ბრძოლის მექანიზმის სახით, კანონმდებელმა სახალხო დამცველს მინიჭა უფლებამოსილება ჩაერიოს გამოხატვის თავისუფლებით დაცულ სფეროში, თუკი გამოხატვის ფორმა, მათ შორის რეკლამა, საფრთხეს უქმნის თანასწორობის პრინციპს და ამყარებს სტერეოტიპებს.

ადამიანის უფლებათა ევროპული კონვენციის მე-10 მუხლი იცავს პიროვნების გამოხატვის თავისუფლებას, მუხლის მე-2 ნაწილი კი პირს ამ უფლებით სარგებლობისას გარკვეულ მოვალეობებსა და პასუხისმგებლობას აკისრებს, კერძოდ, პირმა მაქსიმალურად უნდა შეიკავოს თავი ისეთი

გამონათქვამების გაკეთებისგან, რომელიც არის შეურაცხმყოფელი სხვებისათვის და ლახავს სხვათა უფლებებს.⁵ ადამიანის უფლებათა სასამართლოს განმარტებით, შემწყნარებლობა და სხვათა თანასწორობისა და ღირსების პატივისცემა არის დემოკრატიული და პლურალისტური საზოგადოების საძირკველი.⁶ სწორედ აქედან გამომდინარე, შესაძლოა, გარკვეულ საზოგადოებებში არსებობდეს სანქციები ან აკრძალვა ისეთ გამონათქვამებზე, რომლებიც ავრცელებს, პროვოცირებს, ახალისებს ან ამართლებს სიძულვილს და შეუწყნარებლობას.⁷ ექვგარეშეა, რომ ნებისმიერი გამონათქვამი, რომელიც კონვენციით განმტკიცებულ ღირებულებებს ეწინააღმდეგება, არ არის მე-10 მუხლით დაცული.⁸

იმ შემთხვევებში, როდესაც შესაძლოა ადგილი ჰქონდეს ევროპული კონვენციის მე-8 მუხლით (პირადი ცხოვრების პატივისცემის უფლება) დაცულ უფლებაში ჩარევას სხვათა მიერ მათი გამოხატვის თავისუფლებით სარგებლობის შედეგად, უნდა შეფასდეს ასევე კონვენციის მე-10 მუხლი.⁹ ევროპული სასამართლოს განმარტების თანახმად, მსგავს შემთხვევებში, აუცილებელია უზრუნველყოფილ იქნეს ბალანსი განმცხადებლის უფლების პირადი ცხოვრების პატივისცემის უფლებასა და გამოხატვის თავისუფლების დაცვის საჯარო ინტერესს შორის, იმის გათვალისწინებით, რომ არ არსებობს იერარქიული კავშირი აღნიშნული ორი მუხლით გარანტირებულ უფლებებს შორის.¹⁰ ევროპული სასამართლოს განმარტებით, პერსონალური თავისუფლების ცნება არის მნიშვნელოვანი პრინციპი, რომელსაც ეფუძნება მე-8 მუხლით გათვალისწინებული გარანტიების ინტერპრეტაცია. შესაბამისად, აღნიშნული პრინციპი მოიცავს პირის ფიზიკური და სოციალური იდენტურობის მრავალმხივ ასპექტს. კერძოდ, რომელიმე ჯგუფის მიმართ არსებულ ნებისმიერ ნეგატიურ სტერეოტიპს, როდესაც ის აღწევს გარკვეულ დონეს, შეუძლია გავლენა მოახდინოს ჯგუფის იდენტურობის და თვითრწმენის განცდაზე.¹¹

სახალხო დამცველი მიიჩნევს, რომ სტიგმა სოციალური კონტროლის ძლიერი ინსტრუმენტია. ის გამოიყენება ინდივიდების გარიყვისთვის ან/და იმ ინდივიდებზე ძალის დემონსტრირებით, რომლებსაც აქვთ გარკვეული მახასიათებლები. ხშირად, ტრანსგენდერი ადამიანები ასოცირდებიან პირებთან, რომლებიც საზოგადოებისთვის გასაკიცხ საქმიანობას ეწევიან. განსახილველ შემთხვევაში, მთავარი პერსონაჟი პროსტიტუციაში ჩაბმული პირია, რაც კიდევ უფრო აღვივებს აგრესიას და ამყარებს სტერეოტიპს, რომ ტრანსგენდერი პირები უნდა იყვნენ საზოგადოებისგან გარიყულები. ვერ იქნება გაზიარებული მოპასუხის არგუმენტი, რომ მთავარი სარეკლამო რგოლის პერსონაჟი არ არის ტრანსგენდერის პროტოტიპი და ამ ჯგუფთან რეკლამის დაკავშირება გაუმართლებელია. შესაძლოა, მთავარი პერსონაჟი, რეკლამის ავტორის მიერ არ იყო ჩაფიქრებული, როგორც ტრანსგენდერი ადამიანის პროტოტიპი, თუმცა, ქალის ტანსაცმელში გამოწყობილ მამაკაცს, საზოგადოება ტრანსგენდერად აღიქვამს. საქართველოში, ისედაც აგრესიული დამოკიდებულება არსებობს ლგბტ პირებისადმი¹² და ასეთი შეხედულებების ფონზე, დაუშვებელია საზოგადოებაში კიდევ უფრო ღრმად სტერეოტიპების ფესვგადგმა.

სხვა სარეკლამო რგოლებით ასევე მოწყვლადი ჯგუფის კიდევ უფრო გარიყვა ხდება, კერძოდ, ადამიანები, რომელთაც ესაჭიროებათ ფული, წარმოდგენილები არიან მორალური ღირებულებების

⁵ ECtHR, *Otto-Preminger-Institut v. Austria*, no. 13470/87, 20/09/1994, § 49; *Wingrove v. The United Kingdom*, no. 17419/90, 25/11/1996, § 52; UN Human Rights Committee (hrc), CCPR General Comment no. 11: article 20 prohibition of propaganda for war and inciting national, racial or religious hatred, 29 July 1983, available at: <http://www.refworld.org/docid/453883f811.html> [accessed 31 august 2015]

⁶ ECtHR, *Gündüz v. Turkey*, no. 35071/97, 14/06/2004, § 40

⁷ ECtHR, *Sürek v. Turkey (no. 1)* [GC], no. 26682/95, 08/07/1999, § 62

⁸ ECtHR, *Gündüz v. Turkey*, no. 35071/97, 14/06/2004, § 51

⁹ ECtHR, *Von Hannover v. Germany*, no. 59320/00, 24/06/2004, § 58

¹⁰ ECtHR, *Timciuc v. Romania* (dec.), no. 28999/03, 12/10/2010, § 144

¹¹ ECtHR, *Aksu v. Turkey*, [GC], no. 4149/04, 15/03/2012, § 58

¹² ECtHR, *Identoba and others v. Georgia*, no. 73235/12, 12/05/2015, §68

არმქონეებად. მაგალითად, დედა შვილის ყულაბიდან იპარავს ფულს, შვილიშვილი კი ბების ეტლს ლომბარდში აბარებს. საქართველოში არსებული მძიმე სოციალური ფონის გათვალისწინებით, სიდუხჭირის მქონე ადამიანების მიმართ სარკასტული დამოკიდებულება ხელს უწყობს მათ სტიგმატიზაციას და ამკვიდრებს სტერეოტიპს, რომ ფინანსური კეთილდღეობისთვის მათ შესაძლოა ნებისმიერი ქმედება განახორციელონ.

შემწყნარებლობა და ყველა ადამიანის ღირსების თანასწორი პატივისცემა, პლურალისტური და დემოკრატიული საზოგადოების საფუძველს წარმოადგენს. სწორედ აქედან გამომდინარე, დემოკრატიულ საზოგადოებაში შესაძლოა საჭირო გახდეს გამოხატვის თავისუფლების დაცულ სფეროში ჩარევა და სანქციების დაწესება ისეთ გამოხატვაზე, რომელიც აქეზებს, ხელს უწყობს ან ამართლებს სიძულვილს და შეუწყნარებლობას.¹³ გამოხატვა, რომელიც ეწინააღმდეგება კონვენციაში განმტკიცებულ ფუნდამენტურ ღირებულებებს, ვერ ხვდება კონვენციის მე-10 მუხლით დაცულ სფეროში.¹⁴ საჯარო წესრიგის დაცვის უზრუნველსაყოფად და ტოლერანტობის პრინციპის დაცვისთვის, საჯარო ადგილებში შესაძლოა გამართლებული იყოს გარკვეული ხასიათის გამონათქვამების აკრძალვა.

15

სახალხო დამცველი ასევე აღნიშნავს, რომ რეკლამა არ უნდა უჭერდეს მხარს რაიმე ნიშნით დისკრიმინაციას. რეკლამის დამზადებისას განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიენიჭოს მორალურ ღირებულებებს, რომლებიც დემოკრატიული საზოგადოების საფუძველს წარმოადგენს და რეკლამის შინაარსმა არ უნდა ხელყოს ინდივიდთა თავისუფლება, ტოლერანტობა, ღირსება და ადამიანთა თანასწორობა.

სახალხო დამცველი ითვალისწინებს, რომ კომერციული საქმიანობის განმახორციელებელი იურიდიული პირების ინტერესს პროდუქტის გაყიდვა და რეკლამის მეშვეობით მისი პოპულარიზაცია წარმოადგენს, თუმცა, მნიშვნელოვანია, რომ აღნიშნულით არ მოხდეს კონკრეტული ჯგუფების სტიგმატიზაცია ან მათ მიმართ სპერეოტიპული შეხედულებების დამკვიდრება.

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, საქართველოს სახალხო დამცველი, „საქართველოს სახალხო დამცველის შესახებ“ ორგანული კანონის მე-14¹ მუხლის მე-2 პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტის და „დისკრიმინაციის ყველა ფორმის აღმოფხვრის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-6 მუხლის მე-2 პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტის შესაბამისად მიმართავს შპს „სისი ლოუნ“-ს შემდეგი ზოგადი წინადადებით:

- ამოიღოს რეკლამები სატელევიზიო და ინტერნეტ სივრციდან, მომავალში თავი შეიკავოს მსგავსი შინაარსის შემცველი რეკლამების გავრცელებისგან და სარეკლამო რგოლების მომზადებისას პატივი სცეს ადამიანის ღირსებას.

გთხოვთ, მაცნობოთ ზოგადი წინადადების განხილვის შედეგები.

პატივისცემით,

უჩა ნანუაშვილი

¹³ ECtHR, *Erbakan v. Turkey*, no. 59405/00, 6/07/2006, § 56

¹⁴ ECtHR, *Seurot v. France* (dec.), no. 57383/00, 18/05/ 2004

¹⁵ Human Rights Committee 102nd session, General comment No. 34, § 31

ყ.ნაძე

სახალხო დამცველი