



ივანე ჯავახიშვილის სახელობის
თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
იურიდიული ფაკულტეტი

სამართლის ჟურნალი

№2, 2018



უნივერსიტეტის
გამომცემლობა

UDC (უაკ) 34(051.2)

ს-216

მთავარი რედაქტორი

ირაკლი ბურდული (პროფ., თსუ)

სარედაქციო კოლეგია:

ლევან ალექსიძე (პროფ., თსუ)

გიორგი დავითაშვილი (პროფ., თსუ)

ავთანდილ დემეტრაშვილი (პროფ., თსუ)

ბესარიონ ზოიძე (პროფ., თსუ)

თევდორე ნინიძე (პროფ., თსუ)

ნუგზარ სურგულაძე (პროფ., თსუ)

პაატა ტურავა (პროფ., თსუ)

ლადო ჭანტურია (პროფ., თსუ)

ნათია ჩიტაშვილი (ასოც. პროფ., თსუ)

ლელა ჯანაშვილი (ასოც. პროფ., თსუ)

გიორგი ხუბუა (პროფ., თსუ)

ლაშა პრეგვაძე (თ. წერეთლის სახ. სახელმწიფოსა და
სამართლის ინსტიტუტის დირექტორი)

გუნთერ ტოიბნერი (პროფ.,

ფრანკფურტის უნივერსიტეტი)

ბერნდ შუნემანი (პროფ.,

მიუნხენის უნივერსიტეტი)

იან ლიდერი (პროფ.,

ფრაიბურგის უნივერსიტეტი)

ხესე ანტონიო სეოანე (პროფ.,

ლა კორუნიის უნივერსიტეტი)

კარმენ გარსიმარტინი (პროფ.,

ლა კორუნიის უნივერსიტეტი)

არტაკ მკრტიჩიანი (პროფ.,

ლა კორუნიის უნივერსიტეტი)

*გამოცემულია ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
საუნივერსიტეტო საგამომცემლო საბჭოს გადაწყვეტილებით*

© ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
გამომცემლობა, 2019

ISSN 1987-7668

აუდიოვიზუალური ნაწარმოების გავრცელება სოციალურ ქსელში და მასთან დაკავშირებული სამართლებრივი შედეგები

წინამდებარე სტატია ეხება სოციალურ ქსელში აუდიოვიზუალური ნაწარმოების გავრცელების ტიპურ შემთხვევებსა და მათ სამართლებრივ შედეგებს. აუდიოვიზუალური ნაწარმოების გავრცელების ფარგლები თანამედროვე რეალობაში მეტად აქტიურ საკითხს წარმოადგენს. განსაკუთრებით საინტერესოა საკითხი სოციალურ ქსელში აუდიოვიზუალური ნაწარმოების გავრცელების ცალკეული შემთხვევებთან მიმართებით (ატვირთვა, ლინკის დადება, გავრცელებით გამოხატული პოზიცია). ამ მხრივ, სტატია მიმოიხილავს იმ სამართლებრივ საფუძვლებს, რაც სოციალურ ქსელში აუდიოვიზუალური ნაწარმოების გავრცელების თავისუფლებასა და შეზღუდვას ეხება.

საკვანძო სიტყვები: აუდიოვიზუალური ნაწარმოები, სოციალური ქსელი, მედია, ჯგუფი, გავრცელება, საავტორო უფლება, საავტორო კანონმდებლობა.

1. შესავალი

თანამედროვე ეპოქაში აუდიოვიზუალური ნაწარმოების გამოყენება-გავრცელება მეტად აქტიურ სახიათს იძენს. სოციალური ქსელის განვითარებამ გააათმავა ნაწარმოების გამზიარებელთა რაოდენობა. მომხმარებელი სხვადასხვა მიზნებისთვის აზიარებს ცალკეულ ვიდეორგოლებსა თუ სხვა ნაწარმოებს. თავის მხრივ, დანიშნულებაც თითოეულ შემთხვევაში განსხვავებულია.

ნაწარმოების გავრცელებასთან ერთად იმატებს საავტორო უფლებების დარღვევის ალბათობა. შეიძლება ითქვას, რომ სოციალურ ქსელში არსებული მონესრიგება თანამედროვე მსოფლიოს იურისტთა წრის ერთ-ერთი უდიდესი გამოწვევაა. ტექნოლოგიურ ცვლილებებს მხარი უნდა აეხას საკანონმდებლო ცვლილებების მიღებით, რაც, ხშირად, დროში თანმხვედრ ქმედებას არ წარმოადგენს. შესაბამისად, ამ მხრივ მნიშვნელოვანია სასამართლო პრაქტიკის განვითარება, რომელიც უფრო სწრაფად და ეფექტიანად შეძლებს გამონვევასთან გამკლავებას.

სავტორო უფლების დარღვევის პრევენციასთან ერთად აუცილებელია ბალანსის შენარჩუნება, ერთი მხრივ, სავტორო უფლების მფლობელთა და მეორე მხრივ, მომხმარებელთა ინტერესებს შორის, რაც წარმოადგენს თანამედროვე სავტორო სამართლის ერთ-ერთ გამოწვევას. კანონმდებლობისა თუ სასამართლო პრაქტიკის განვითარების ერთ-ერთი მიზანი სწორედ აღნიშნული ბალანსის უზრუნველყოფაა.

* სამართლის დოქტორი (თსუ), სამართლის მაგისტრი (თსუ, ბრემენის უნივერსიტეტი LL.M.), ასოც. პროფესორი (გრიგოლ რობაქიძის სახელობის უნივერსიტეტი), ასისტენტი (თსუ), მმართველი პარტნიორი, გენერალური დირექტორი, ადვოკატი (JMG & Partners).

** სამართლის დოქტორი (ბერლინის თავისუფალი უნივერსიტეტი), სამართლის მაგისტრი (ბუცერიუსის სამართლის სკოლა, ჰამბურგი), ასისტენტ-პროფესორი (სულხან-საბა ორბელიანის უნივერსიტეტი), იურისტი (Rödl & Partner).

წინამდებარე ნაშრომის მიზნებისთვის მაგალითები ეფუძნება სოციალურ ქსელ *Facebook*-ის მოქმედებასა და შესაბამისად, ამ მოქმედების საპირწონე სამართლებრივ შედეგებს. უმთავრეს საკითხს წარმოადგენს ის, თუ რამდენად თავისუფალია სოციალურ ქსელში განხორციელებული მოქმედება და რა შემთხვევაში საჭიროებს იგი უფლების დაცვის უფრო მაღალ სტანდარტს (შესაბამისად, მომხმარებლის მხრიდან მეტ მოქმედებას).

2. აუდიოვიზუალური ნაწარმოები, როგორც სამართლებრივად დაცული სიკეთე

აუდიოვიზუალური ნაწარმოების შეტანა საავტორო უფლებით დაცული ობიექტების ნუსხაში, რომელიც თავდაპირველად მხოლოდ მეცნიერების, ლიტერატურისა და ხელოვნების ნაწარმოებების „კლასიკურ“ სახეებს მოიცავდა, ტექნოლოგიური პროგრესის შედეგია. ინტერნეტისა და სოციალური ქსელის განვითარება უკანასკნელ წლებში, რომელიც, თავის მხრივ, ასევე ტექნოლოგიური განვითარების კვალდაკვალ ხდება, ახლებურ პლატფორმას ქმნის აუდიოვიზუალური ნაწარმოების გავრცელებისთვის. შესაბამისად, სოციალურ ქსელში გავრცელებული აუდიოვიზუალური ნაწარმოების სამართლებრივი დაცვა მისი ცნებიდან გამომდინარე თავისებურებებით ხასიათდება.

2.1. აუდიოვიზუალური ნაწარმოების ცნება

აუდიოვიზუალური ნაწარმოების ერთიანი ცნების განსაზღვრა დღემდე არ მომხდარა არც საერთაშორისო (მაგალითად, ლიტერატურისა და ხელოვნების ნაწარმოებების დაცვის ბერნის კონვენცია, 09/09/1886 (შემდგომში – ბერნის კონვენცია) და არც რეგიონულ (მაგალითად, ევროპული კავშირის დირექტივები) დონეზე. შესაბამისად, აუდიოვიზუალური ნაწარმოების ცნებისთვის დამახასიათებელი ძირითადი ელემენტების გამოსავლენად საჭიროა ცალკეული ქვეყნების საავტორო კანონმდებლობის მიმოხილვა.

2.1.1. აუდიოვიზუალური ნაწარმოების სამართლებრივი რეგულირება საერთაშორისო აქტებში

აუდიოვიზუალური ნაწარმოების საერთო დეფინიცია არ არის მოცემული საერთაშორისო სამართლებრივ აქტებში.¹ ბერნის კონვენციაში დასახელებულ ლიტერატურისა და ხელოვნების ნაწარმოებთა ნუსხაში გვხვდება კინემატოგრაფიული ნაწარმოებები და მასთან გათანაბრებული კინემატოგრაფიის ანალოგიური საშუალებით გამოსატყუი ნაწარმოებები,²

¹ მაგალითად, როგორებიცაა: ლიტერატურისა და ხელოვნების ნაწარმოებების დაცვის ბერნის კონვენცია, 09/09/1886; საავტორო უფლების შესახებ ისმო-ს (ინტელექტუალური საკუთრების მსოფლიო ორგანიზაცია) ხელშეკრულება, 06/03/2002; შეთანხმება ინტელექტუალური საკუთრების უფლებების ვაჭრობასთან დაკავშირებული ასპექტების შესახებ, 15/04/1994.

² მუხლი 2(1), ლიტერატურისა და ხელოვნების ნაწარმოებების დაცვის ბერნის კონვენცია, 09/09/1886.

მაგრამ არა – აუდიოვიზუალური ნაწარმოები. ამრიგად, ბერნის კონვენცია არ შეიცავს უფრო დეტალურ მითითებას და არც „კინემატოგრაფიის ანალოგიური საშუალებების“ დაკონკრეტებას, რადგან ტექნოლოგიისა და კინოინდუსტრიის განვითარების მზარდი ტემპის გამო, ამგვარი დაკონკრეტება უსარგებლო იქნებოდა, ამიტომაც შეგნებულადაა შერჩეული უფრო ფართო და „მოქნილი“ დეფინიცია.³ აუდიოვიზუალური ნაწარმოების განსაზღვრება არ გვხვდება არც ევროპული კავშირის დირექტივებში, რომლებიც საავტორო სამართალთან დაკავშირებულ ცალკეულ საკითხებს აწესრიგებენ.⁴

2.1.2. აუდიოვიზუალური ნაწარმოების დეფინიცია ცალკეული ქვეყნის საავტორო კანონმდებლობის მიხედვით

აუდიოვიზუალური ნაწარმოების ერთიანი ცნების არარსებობის გამო ამ ტერმინის სხვადასხვაგვარი განმარტებები მოცემული ეროვნულ საავტორო კანონმდებლობაში. მაგალითად, გერმანულ საავტორო კანონში „აუდიოვიზუალური ნაწარმოები“ ნაცვლად გამოყენებულია ტერმინი „მოძრავი სურათები“.⁵ საფრანგეთის ინტელექტუალური საკუთრების კოდექსი აუდიოვიზუალურ ნაწარმოებებს შემდეგნაირად განმარტავს: „ნაწარმოები, რომლებიც შეიცავენ მოძრავი სურათების თანმიმდევრობას, ხმით ან ხმის გარეშე“.⁶ უფრო დეტალური განმარტება მოცემულია შეერთებული შტატების საავტორო კანონში, რომლის თანახმად, აუდიოვიზუალური ნაწარმოები „შედგება ურთიერთდაკავშირებულ მოძრავ გამოსახულებათა სერიებისგან, რომლებიც თვისობრივად განკუთვნილი არიან საჩვენებლად მექანიზმით ან ისეთი დანადგარით, როგორცაა პროექტორი, ტელეაპარატი, ან ელექტრონული აღჭურვილობა, თანხლები ხმით, ან მის გარეშე, მიუხედავად მათი მატერიალური გამოხატულებისა...“.⁷ ამრიგად, საფრანგეთისა და შეერთებული შტატების საავტორო კანონმდებლობაში მოცემული დეფინიციები ლაკონიური და დეტალური განსაზღვრებების მაგალითებად შეიძლება იქნეს მიჩნეული.

2.1.3. აუდიოვიზუალური ნაწარმოების დეფინიცია საქართველოს კანონმდებლობის მიხედვით

„სავტორო და მომიჯნავე უფლებების შესახებ“ საქართველოს კანონის თანახმად, აუდიოვიზუალური ნაწარმოები შემდეგნაირად განმარტდება: „ნაწარმოები, რომელიც შედგება თანმიმდევრული გამოსახულებებისაგან ხმის თანხლებით ან/და უამისოდ, ქმნის მოძრაობის

³ Stamatoudi I., *Audiovisual Works, Copyright and Multimedia Products: A Comparative Analysis*, Stamatoudi I. (ed.), Cambridge, 2001, 106.

⁴ მაგ. გაქირავებისა და თხოვების უფლების შესახებ ევროპული კავშირის დირექტივის მიხედვით „ფილმი“ განმარტებულია, როგორც აუდიოვიზუალური ნაწარმოები (მუხლი 2.1.(გ)), თუმცა „აუდიოვიზუალური ნაწარმოების“ განმარტება არც ამ და არც სხვა დირექტივებში გვხვდება. იხ. Art. 2.1.(c), Directive 2006/115/EC of the European Parliament and of the Council, 12/12/2006.

⁵ § 95, Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte, 09/09/1965.

⁶ Article L112-2,6°, Code de la Propriété Intellectuelle, № 92-597, 01/07/1992.

⁷ § 101, US Copyright Act, № 94-553, 19/10/1976.

შთაბეჭდილებას და შეიძლება აღქმულ იქნეს მხედველობით ან/და სმენით.⁸ როგორც ვხედავთ, საქართველოს კანონმდებლობაც ასახავს დამკვიდრებულ სტანდარტს, რომლის თანახმად, აუცილებელია „მოძრავი თანმიმდევრული გამოსახულებების“ ელემენტი, ხოლო ხმის არსებობა აუცილებელი არ არის. კანონის თანახმად, „აუდიოვიზუალურ ნაწარმოებს მიეკუთვნება კინემატოგრაფიული და სხვა ნაწარმოებები, რომლებიც გამოხატულია კინემატოგრაფიის ანალოგიური საშუალებებით (ტელე-, ვიდეო-, დიაფილმები და სხვა)“.⁹ შეერთებული შტატების საავტორო კანონმდებლობის მსგავსად, ნაწარმოების მატერიალური გამოსახულების ფორმას არც აქ ენიჭება გადამწყვეტი მნიშვნელობა.

2.2. აუდიოვიზუალური ნაწარმოებისა და მისი სამართლებრივი რეგულირების თავისებურებანი

მიუხედავად სხვადასხვა ქვეყნის კანონმდებლობებით განსაზღვრული დეფინიციების არაერთგვაროვნებისა, არსებობს რამდენიმე ძირითადი ელემენტი, რაც ხსენებულ განმარტებებს აერთიანებს. სწორედ ეს ელემენტები განაპირობებენ აუდიოვიზუალური ნაწარმოების თავისებურ ხასიათს და შესაბამისად, მისი სამართლებრივი მოწესრიგების თავისებურებებსაც.

2.2.1. აუდიოვიზუალური ნაწარმოების ცნების ძირითადი ელემენტები

აუდიოვიზუალური ნაწარმოების ერთიანი ცნების არარსებობის გამო სხვადასხვა ქვეყნის საავტორო კანონმდებლობა ამ ტერმინს სხვადასხვანაირად განმარტავს – ზოგი მათგანი ალტერნატიულ დასახელებას იყენებს,¹⁰ ხოლო ზოგი საერთოდ არ განმარტავს.¹¹ განმარტება-თაგან ზოგი ფართოა და დეტალური, ზოგიც მოკლე და ლაკონიური.¹² არაერთი განსხვავების მიუხედავად, არსებობს ელემენტი, რომელიც საერთოა ყველა დეფინიციისთვის: ესაა „მოძრავი თანმიმდევრული გამოსახულებები“. ტერმინი „აუდიოვიზუალური“ სემანტიკურად გულისხმობს როგორც გამოსახულების, ისე ხმის არსებობას. მიუხედავად ამისა, განხილული დეფინიციების თანახმად, გამოსახულება აუდიოვიზუალური ნაწარმოების აუცილებელ კომპონენტს წარმოადგენს, განსხვავებით ხმისგან, რომლის არსებობაც აუცილებელი არაა. „გამოსახულება“ ამ შემთხვევაში გამოიყენება ფართო გაგებით: არა მხოლოდ „ნამდვილი“ საგნების სურათი, არამედ ყველა ის გამოსახულება, რისი ჩვენება და გამოსახვაც შესაძლებელია ეკრანისა

⁸ „საავტორო და მომიჯნავე უფლებების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-4 მუხლის „ბ“ ქვეპუნქტი, 22/06/1999.

⁹ იქვე.

¹⁰ მაგ., „მოძრავი სურათები“, § 95, Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte, 09/09/1965.

¹¹ *Stamatoudi I.*, *Audiovisual Works, Copyright and Multimedia Products: A Comparative Analysis*, *Stamatoudi I.* (ed.), Cambridge, 2001, 104.

¹² ქართული კანონმდებლობა ამ მხრივ შუალედურია — საქართველოს კანონით შემოთავაზებული განმარტება აუდიოვიზუალური ნაწარმოების ძირითად ელემენტებსაც შეიცავს და გამოხატვის ფორმებსაც ასახელებს, „საავტორო და მომიჯნავე უფლებების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-4 მუხლის „ბ“ ქვეპუნქტი, 22/06/1999.

თუ პროექტორის მეშვეობით.¹³ იმავდროულად, გამოსახულება უნდა იყოს ერთზე მეტი,¹⁴ გამოსახულებები უნდა იყვნენ მოძრავნი და თანმიმდევრულნი. „თანმიმდევრულობა“ ამ შემთხვევაში გულისხმობს გამოსახულების არა შემთხვევით გროვას, არამედ ლოგიკურად დაკავშირებულ ერთობას, რომლის კონტექსტშიც გამოსახულებები ერთიანი სცენარის ნაწილებად აღიქმებიან.¹⁵

2.2.2. აუდიოვიზუალური ნაწარმოების სამართლებრივი მოწესრიგება

აუდიოვიზუალური ნაწარმოების თავისებური ხასიათი, რომლითაც ის განსხვავდება ლიტერატურისა და ხელოვნების სხვა ნაწარმოებებისგან, განაპირობებს მისი სამართლებრივი რეგულირების თავისებურებებსაც. საავტორო სამართლის ზოგადი პრინციპი – ორიგინალობის მოთხოვნა, აუდიოვიზუალურ ნაწარმოებზეც ვრცელდება: ნაწარმოები უნდა წარმოადგენდეს ინტელექტუალურ-შემოქმედებითი საქმიანობის შედეგს.¹⁶ გაერთიანებული სამეფოს საავტორო უფლების, დიზაინისა და პატენტის კანონი პირდაპირ მიუთითებს, რომ ფილმი ან მისი ნაწილი, რომელიც წარმოადგენს სხვა ფილმის ასლს, არ ექვემდებარება საავტოროსამართლებრივ დაცვას.¹⁷

არსებითი ელემენტი, რაც აუდიოვიზუალური ნაწარმოების განსხვავებულ ხასიათს განაპირობებს, არის მისი ავტორობის საკითხი. აუდიოვიზუალური ნაწარმოების შექმნაში, როგორც წესი, არაერთი ავტორი მონაწილეობს.¹⁸ ამ მხრივ განასხვავებენ ავტორობის რეგულირების ანგლოსაქსურ და კონტინენტურ ევროპისთვის დამახასიათებელ წესებს: გაერთიანებული სამეფოს საავტორო უფლების, დიზაინისა და პატენტის კანონის თანახმად, ფილმის ავტორად ითვლება პროდუსერი;¹⁹ კონტინენტურ ევროპაში კი ფილმის დამდგმელი რეჟისორის უფლებები გაცილებით უფრო შეზღუდულია.²⁰ საქართველოს კანონმდებლობა არსებითად კონტინენტურ ევროპაში გავრცელებულ რეჟიმს იზიარებს,²¹ დეტალურად არეგულირებს აუ-

¹³ *Stamatoudi I.*, *Audiovisual Works, Copyright and Multimedia Products: A Comparative Analysis*, *Stamatoudi I.* (ed.), Cambridge, 2001, 111.

¹⁴ საილუსტრაციოდ წარმოდგენილ დეფინიციებში სიტყვა „გამოსახულება“ ყოველთვის მრავლობით რიცხვშია.

¹⁵ *Stamatoudi I.*, *Audiovisual Works, Copyright and Multimedia Products: A Comparative Analysis*, *Stamatoudi I.* (ed.), Cambridge, 2001, 113.

¹⁶ „საავტორო და მომიჯნავე უფლებების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის 1-ლი ქვეპუნქტი, 22/06/1999.

¹⁷ Section 5B(4), Copyright, Designs and Patents Act, 15/11/1988.

¹⁸ *Stamatoudi I.*, *Audiovisual Works*, in: *Copyright and Multimedia Products: A Comparative Analysis*, *Stamatoudi I.* (ed.), Cambridge, 2001, 120.

¹⁹ Sec. 9(2)(ab), Copyright, Designs and Patents Act, 15/11/1988.

²⁰ *Stamatoudi I.*, *Audiovisual Works, Copyright and Multimedia Products: A Comparative Analysis*, *Stamatoudi I.* (ed.), Cambridge, 2001, 120.

²¹ თუმცა, „საავტორო და მომიჯნავე უფლებების შესახებ“ საქართველოს კანონის მიღებამდე 2 წლით ადრე, სს „ქართული ფილმის“ და კომპლემენტართა საერთო კრების (№ 4, 10/11/1997) გადაწყვეტილების თანახმად, 1990 წლამდე შექმნილ ფილმებზე მესაკუთრის უფლება გადაეცათ ფილმის დამდგმელ რეჟისორებს, რაც „ანგლოსაქსურ მოდელს“ შეესატყვისება.

დიოვიზუალური ნაწარმოების ავტორობის საკითხს და ავტორებად (თანაავტორებად) მიიჩნევენ როგორც დამდგმელ რეჟისორს, ასევე სცენარის ავტორს, დიალოგების ავტორს და იმ ტექსტიანი ან უტექსტო მუსიკალური ნაწარმოების ავტორს, რომელიც შექმნილია სპეციალურად ამ აუდიოვიზუალური ნაწარმოებისათვის.²² ზოგადად, ავტორთა სიმრავლე და აქედან გამომდინარე, საავტორო უფლების რეგულირების განსაკუთრებული წესი წარმოადგენს იმ თავისებურებას, რითაც აუდიოვიზუალური ნაწარმოები განსხვავდება საავტორო უფლებით დაცული სხვა ნაწარმოებებისგან.

2.3. აუდიოვიზუალური მედია მომსახურება და მისი მოწესრიგება ევროპული კავშირის კანონმდებლობის მიხედვით

აუდიოვიზუალური ნაწარმოების მედიაში განთავსების საკითხი იმთავითვე დაუკავშირდა ტექნოლოგიურ განვითარებას და ამ უკანასკნელის მზარდი ხასიათის გათვალისწინებით, საკითხის სამართლებრივი მოწესრიგების საჭიროებაც შეიქმნა. ამ მიზნით მიღებულ იქნა ევროპული კავშირის 2007 წლის დირექტივა აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების შესახებ.²³ საგულისხმოა, რომ ევროპული კომისიის თავდაპირველი განზრახვა იყო პროდუქტის განთავსების საკითხის სრული ლიბერალიზაცია, თუმცა ამგვარი მიდგომა წინააღმდეგობას წააწყდა წევრი სახელმწიფოების მხრიდან და საბოლოო ჯამში, მიღებულ იქნა დირექტივის შედარებით უფრო დაბალანსებული და კომპრომისული ვარიანტი.²⁴ დირექტივით განსაზღვრულია „აუდიოვიზუალური მედია სერვისის“ დეფინიცია²⁵ და მისი დეტალური მოწესრიგება. „მედია“ ამ შემთხვევაში გულისხმობს როგორც ტრადიციულ ტელემუნიკაციებს, ისევე იმ დროისათვის ახალ, ინტერნეტ-მედიას. ამ უკანასკნელის მზარდმა განვითარებამ 2010 წლის შემდეგ ევროპული კომისია ახალი გამოწვევის წინაშე დააყენა და დირექტივაში ცვლილების შეტანა აუცილებელი გახდა. ამ დროისთვის ოფიციალურადაა დასრულებული მოლაპარაკებები ევროპის პარლამენტს, საბჭოსა და კომისიას შორის დირექტივის ახალი ტექსტის შესახებ, რაც კანონმდებლობას უფრო მოქნილს გახდის და უზრუნველყოფს მის შესაბამისობას თანამედროვე გამოწვევებთან.²⁶ ზოგადად, აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების შესახებ ევროპული კავშირის დირექტივის მიღებისა და ცვლილებების ისტორია²⁷ კიდევ ერთხელ ცხადყოფს აუდიოვიზუალური ნაწარმოებისა და სოციალურ მედიაში მისი განთავსების საკითხის სამართლებრივი რეგულირების დინამიკურ ხასიათს.

²² „საავტორო და მომიჯნავე უფლებების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-15 მუხლის 1-ლი ქვეპუნქტი, 22/06/1999.

²³ Directive 2007/65/EC of the European Parliament and of the Council, 11/12/2007.

²⁴ *Bushati E.*, „Product Placement“: The Harmonization of the New Albanian Media Law with the European Audio-Visual Media Services Directive, *Academicus*, Issue 4, 2011, 62.

²⁵ Art. 1.1.(a), Directive 2010/13/EU of the European Parliament and of the Council, 10/03/2010.

²⁶ European Commission — Press Release, *Audiovisual Media Services: Breakthrough in EU Negotiations for Modern and Fairer Rules*, Brussels, 2018, <http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-3567_en.htm>, [26.03.2019].

²⁷ დირექტივა მიღებულ იქნა 2007 წელს და პირველად შეიცვალა 2010 წელს, ამჟამად მომზადებულია მეორე ცვლილება.

3. აუდიოვიზუალური ნაწარმოების გავრცელების თავისუფლება სოციალურ ქსელში

აუდიოვიზუალური ნაწარმოები შეიძლება გავრცელებულ იქნეს როგორც ვიდეორგოლის, ისე სპონტანურად შექმნილი სახით.²⁸ პირველ შემთხვევაში ეს ეხება როგორც კონკრეტულ ვიდეო რგოლს, ისე მუსიკას, რომელიც შესაძლებელია იყოს ან სხვა ინტერნეტ გვერდიდან აღებული (მაგალითად, *YouTube*) ან უშუალოდ პირის მიერ გავრცელდეს. საავტორო უფლებებით დაცული სიკეთეა ასევე ნაწარმოები, რომელიც სპონტანტურადაა შექმნილი (მაგალითად, *Instagram*-ის შემთხვევა). ასეთ შესაძლებლობას, ხშირად, უშუალოდ სოციალური ქსელის ტექნიკური მახასიათებელი იძლევა. მიუხედავად იმისა, რომ ასეთი ნაწარმოები უფლების დაცვის ღირს ინტერესში ექცევა, მისი დაცვა მაინც დიდ სირთულესთანაა დაკავშირებული.²⁹ უფლების დაცვის ქრილში იგი უნდა გათანაბრდეს პიროვნების მიერ ატვირთულ ნაწარმოებთან.

3.1. გავრცელება საკუთარ კედელზე ლინკის დადების სახით

სოციალური ქსელის მომხმარებლის მიერ საკუთარ კედელზე აუდიოვიზუალური ნაწარმოების გავრცელების ყველაზე უფრო ხშირი შემთხვევაა ლინკის გაზიარება. თავის მხრივ, პრაქტიკაში უფრო მეტად გამოვლინება, როდესაც პიროვნება *YouTube*-ის ლინკს დებს საკუთარ კედელზე. სამართლებრივი თვალსაზრისით, ასეთ დროს დარღვევის არსებობა მსჯელობის საგანია. გადაჭრით მხოლოდ იმის თქმა შესაძლებელია, რომ უფლების დაცვა მხოლოდ ნაწარმოების ავტორის თანხმობის შემთხვევაშია შესაძლებელი.³⁰

3.2. გავრცელება ატვირთვის სახით

უფლების დაცვის თვალსაზრისით, ნაწარმოების ატვირთვისას სოციალურ ქსელში იგივე შინაარსი გააჩნია, რაც გაზიარებას.³¹ ასეთ დროს უფლებების მქონე პირის თანხმობა დასაშვებობის აუცილებელ წინაპირობას წარმოადგენს. განსხვავებით ლინკის გავრცელებისგან, თუ პირველადი წყაროს მითითება აუცილებელია, ამტვირთავმა აუცილებლად უნდა მიუთითოს შესაბამისი, პირველადი წყაროს თაობაზე.

²⁸ Vormbrock U., *Gesamtes Medienrecht, Hamburger Kommentar*, Paschke M., Berlitz W., Meyer B. (hrgeb.), 3 Aufl., Baden-Baden, 2016, Rn. 55. Abschnitt, Teil 6, Kapitel 1, 23.

²⁹ იქვე.

³⁰ თუნდაც წყარო იყოს დაცული, ცალკეულ შემთხვევებში, შესაძლებელია, რომ ამ მხრივ წარმოიშვას დაბრკოლება.

³¹ Katko P., Kaiser D., *Immaterialgutrechte (kapitel 4)*, in: *Praxishandbuch Rechtsfragen Social Media*, Splittgerber A. (hrgeb.), Berlin, 2014, 193.

3.3. გავრცელებით დაფიქსირებული პოზიცია

ნაწარმოების გავრცელებისას ხშირად ხდება მისი კონკრეტულ კომენტართან/მოსაზრებასთან ერთად გავრცელება. ეს შეიძლება გამოიხატებოდეს როგორც ნეგატიურ, ისე პოზიტიურ შეხედულებაში, როდესაც გამავრცელებელი პირთა (განსაზღვრულ ან განუსაზღვრელ) წრეს თავის პოზიციას აცნობს. ამ მხრივ, უმნიშვნელოვანესია, ერთმანეთისგან გაიმიჯნოს გავრცელებით გამონვეული შედეგები: საავტორო უფლებებისა და პირადი არაქონებრივი უფლებების დარღვევის, და შესაბამისად, მათი დარღვევიდან გამომდინარე პასუხისმგებლობის დაკისრების საკითხი.

3.3.1. გავრცელებით დადასტურებული მონონება

მონონება, დადებითი კომენტარი, აღფრთოვანება და სხვა მოქმედება, რომელიც ე. წ. „პოზიტიურ გავრცელებად“ შეიძლება იქნეს მიჩნეული. იგი პირთა კონკრეტული წრეზე გათვლილი ქმედებაა. შესაძლებელია, პირი არ ავრცელდებდეს ნაწარმოებს ამ მიზნით, თუმცა სამართლებრივი შედეგების თვალსაზრისით მას დიდი მნიშვნელობა არ ენიჭება. მაგალითად, Facebook-ის მომხმარებელი ავრცელებს ცნობილი მომღერლის (მაიკლ ჯექსონის, ფრედი მერკურის, ჯონ კოლტრეინის და ა. შ.) ნაწარმოებს და კომენტარში უთითებს, რომ ეს ნაწარმოები ადამიანს უქმნის ცხოვრების ხალისს და რომ იგი განწყობის ამაღლების საუკეთესო საშუალებაა. მიზანი შეიძლება იყოს „დადებითი“, მეტიც, ნაწარმოების ავტორსაც (საავტორო-ქონებრივი უფლების მატარებელსაც) მოეწონოს იგი, თუმცა ეს არ გულისხმობს, რომ ნაწარმოებზე კონკრეტული ემოციის გამოხატვა საავტორო უფლებების დაცვის წინაპირობაა.

3.3.2. გავრცელებით დადასტურებული ნეგატიური შეხედულება

მეორე შემთხვევაა, როდესაც პიროვნება ე. წ. „ნეგატიური გავრცელებით“ აფიქსირებს თავის პოზიციას. ზემოთ დასახელებული მაგალითის მსგავსად, გავრცელებული მუსიკის ფარგლებში, პიროვნება ურთავს კომენტარს, რომ ნაწარმოები არის ძალიან სუსტი, მასში არ იგრძნობა პროფესიონალიზმი და სხვა. ამგვარი მოქმედება, უმეტეს შემთხვევაში, ან ახალბედა მომღერლებზე ვრცელდება (რომელთა ვინაობა არაა ფართო მასისთვის ცნობილი), ან საზოგადოებაში დამკვიდრებული, უარყოფითი რეპუტაციის მქონე ნაწარმოების მიმართ. ასეთ დროს, შესაძლებელია, რომ საავტორო უფლებების გარდა, პირის არაქონებრივი უფლებებიც დაირღვეს.

3.3.3. განსხვავება საავტორო და სხვა პირად არაქონებრივ უფლებებს შორის

გავრცელებულ ნაწარმოებზე გამავრცელებელს ექნება დადებითი თუ უარყოფითი შეხედულება, ეს არ თამაშობს გადამწყვეტ როლს საავტორო უფლებების ქრილში. კომენტარების ფარგლებში, შესაძლოა, რომ საქმიანი რეპუტაციის ან ღირსების შელახვის გამო იქნეს შესაბა-

მისი მოთხოვნა დაყენებული.³² მაგრამ თუნდაც ეს მოთხოვნა სასამართლომ დააკმაყოფილოს, იგი ვერ მოახდენს გავლენას საავტორო უფლებების დაცვაზე.

ამ შემთხვევაში საინტერესოა შემდეგი გარემოება: თუ საავტორო უფლებების დარღვევასთან (ნაწარმოების გავრცელება ნებართვის გარეშე) ერთად, ირღვევა პირის ისეთი პირადი არაქონებრივი უფლება, როგორცაა – საქმიანი რეპუტაცია (გავრცელებულ ნაწარმოებზე დაფიქსირებული პოზიცია, რომელიც უფლების დამრღვევია), რამდენად შეუძლია პირს, რომ ორივე მოთხოვნა ერთად დააყენოს სასამართლოში?

საკანონმდებლო მონესრიგება ამ შეკითხვაზე დადებითი პასუხის გაცემის შესაძლებლობას იძლევა. უფრო კონკრეტულად რომ ითქვას, საკითხი ეხება არაერთი დარღვევისთვის ორი სხვადასხვა პასუხისმგებლობის დაკისრებას, არამედ ერთი მოქმედებით ორი სხვადასხვა უფლების დარღვევას,³³ ვინაიდან ორივე მათგანი საქართველოში აღიარებული და კონსტიტუციით განმტკიცებული უფლებებია (საქართველოს კონსტიტუციის 23-ე და მე-17 მუხლები, რედაქცია: 2018 წლის საპრეზიდენტო არჩევნებამდე), მათი დაცვა კანონით გარანტირებული უნდა იყოს. შესაბამისად, ამგვარი ქმედება აბსოლუტურად მიღებულად უნდა იქნეს მიჩნეული.

3.3.4. განსხვავებული პოზიციის დასაშვებობა

ვინაიდან ინტერნეტ სივრცე პირად სივრცედ არ მოიაზრება, შესაძლოა, რომ ზემოთ დასახელებულ პოზიციას განსხვავებული აზრის მქონე პირები ჰყავდეს. ამ მხრივ, ოპონენტთა არგუმენტი დამოკიდებული იქნება უშუალოდ პირადი სივრცის გამიჯვნასთან მიმართებით. აქ შესაძლოა, რომ გარკვეული დამატებითი წინაპირობა იქნეს დაწესებული: საკუთარ კედელზე ნაწარმოების გავრცელებისას, ახორციელებს პირი ამგვარ ქმედებას მხოლოდ მეგობრებისთვის, საჯაროდ თუ პირადი გამოყენებისთვის? ამ შემთხვევაში ყველაზე უფრო მეტადაა შესაძლებელი აზრთა სხვადასხვაობის არსებობა. მით უმეტეს, საკუთარ კედელზე ინფორმაციის გავრცელების შემდეგ, არ წარმოეშობა პირს იმის ლოგიკური მოლოდინი, რომ მასთან დამეგობრებული პირი ამ ნაწარმოების გაზიარებისგან თავს მხოლოდ იმ მიზეზით შეიკავებს, რომ იგი გადაამონუმებს თავდაპირველი გავრცელების არეალს. ამდენად, ეს საკითხი შესაძლოა, რომ დავის საგანი გახდეს, რომლის გადანყვეტაც უშუალო შინაარსისა და გარემოების არსებობაზე იქნება დამოკიდებული.

3.4. შუალედური შეჯამება

უფლების დარღვევა (ნებართვის ალების არარსებობიდან გამომდინარე), ლინკის დადების ანდა გაზიარების შემთხვევაში, ერთი და იგივე სახითაა შესაძლებელი.³⁴ ასეთ შემთხვევაში

³² დიდი მნიშვნელობა აქვს ასეთ შემთხვევაში, ადგილი აქვს აზრის თავისუფლებას თუ სხვა ქმედებას, რომელიც უფლების დარღვევის პირდაპირპროპორციულია.

³³ ცალკეულ შემთხვევაში, შესაძლებელია, რომ კიდევ ერთი უფლების დარღვევას ჰქონდეს ადგილი. კერძოდ, ესაა პირის იდენტიფიცირება ნაწარმოებში. ამ მხრივ, აუდიოვიზუალური ნაწარმოებზე ანალოგიური მონესრიგება ვრცელდება, როგორც ეს ფოტოსურათში გამოჩენას ეხება (საჯარო სივრცისა და ყველა არსებული წინაპირობის გათვალისწინებით). იხ. *Schirmbacher M.*, *Online-Marketing- und Social-Media-Recht*, 2. Aufl., Frechen, 2017, 203.

³⁴ EuGH, Urteil vom 08.09.2016 – C-160/15.

იგულისხმება, რომ პიროვნება საჯაროდ ხელმისაწვდომს ხდის ნაწარმოებს.³⁵ განსაკუთრებით, თუ არ ეხება ლინკის გავრცელება (გაზიარება) კომერციულ მიზანს, პიროვნება ამ მხრივ აუცილებლად უფრო მეტად ფრთხილად უნდა იყოს.

მეტი თვალსაჩინობისთვის შესაძლებელია ალეგორიული მაგალითის მოყვანა: პიროვნება ხედავს ქუჩაში კონკრეტულ ნივთს (იქნება ეს ძვირადღირებული, თუ არა, ამას არ აქვს არსებითი მნიშვნელობა). ნივთზე არ არის დატანილი ინფორმაცია, თუ რა მიზნითაა განთავსებული იგი ქუჩაში (არ გვხვდება მონვევა ოფერტზე ან რაიმე სხვა შინაარსი). მოეწონება პიროვნებას და გადაწყვეტს, რომ დაუკითხავად გამოიყენოს იგი – რა თქმა უნდა, ასეთი მაგალითის შემთხვევაში, ყველაზე უფრო მარტივად ხდება უფლების დარღვევის არსებობის აღქმა. მით უმეტეს, საკუთრების უფლების აბსოლუტურობის ფარგლებიდან გამომდინარე, მისი წარმოშობისთვის გარკვეული წინაპირობების დაკმაყოფილებაა საჭირო (სსკ-ის 190-ე მუხლი – საკუთრების უფლების წარმოშობა უპატრონო მოძრავ ნივთზე, სსკ-ის 191-ე მუხლი – ნაპოვარი). ამ მაგალითის პარალელურად რომ ვიმსჯელოთ, ინტერნეტ სივრცეში არსებულ შესაძლებლობაზე: ინტერნეტში დევს ნაწარმოები. ინტერნეტში „სეირნობისას“ შენიშნა პირმა აღნიშნული, მოეწონა და მოინდომა, რომ დაუკითხავად გამოეყენებინა იგი. ამ შემთხვევაშიც, თუ ნაწარმოებთან ერთად არ იკვეთება კონკრეტული წინაპირობა, არ არის მითითება ოფერტზე მონვევის ტექსტი და სხვა, იგულისხმება, რომ ნაწარმოები არ არის ფართო გამოყენებისკენ მიმართებული.

ამ ორ მაგალითს შორის შესაძლებელია ერთი განსხვავების დანახვა: პირადი გამოყენების მიზანი. თუ ქუჩაში არსებულ ნივთის პირადი გამოყენებაც დაუშვებელია, ნაწარმოების შემთხვევაში კანონი ამგვარ უფლებას იძლევა. თუმცა ის, თუ რა შეიძლება იყოს პირადი გამოყენება, ცალკე განხილვის საკითხია, რომელზეც ქვევით ვიმსჯელებთ.

4. უფლების დარღვევის შესაძლებლობა – თანამედროვე ტენდენციის გაზიარება

4.1. გავრცელება კონკრეტულ ჯგუფში და გამავრცელებლის მიზანი

ნაწარმოების ატვირთვა კონკრეტულ ჯგუფში შესაძლებელია, რომ პირად მოხმარებად ჩაითვალოს.³⁶ ეს განსხვავდება მეგობრებისთვის საჯაროდ (ე. წ. „კედელზე“) გაზიარებისგან, სადაც ინფორმაციის დადება გასაჯაროების ტოლფასია.³⁷ ასეთ დროს მნიშვნელობა ენიჭება როგორც ჯგუფის სახეობას, ისე გავრცელების მიზნებსა და ალბათობას, რაც გამავრცელებელმა წინდანინვე მკაფიოდ უნდა გაითავისოს.

³⁵ AG Leipzig, Urteil vom 21.12.2011 – 200 Ls 390 Js 184-11.

³⁶ Katko P., Kaiser D., Immaterialgutrechte (kapitel 4), in: Praxishandbuch Rechtsfragen Social Media, Splittgerber A. (hrsg.), Berlin, 2014, 189.

³⁷ იქვე.

4.1.1. ჯგუფის სახეობა

Facebook-ში არსებული ჯგუფებიდან, ნაწარმოების გავრცელება პირადი მიზნებისთვის (პირადი გამოყენების ქრილში) დახურული ჯგუფების შემთხვევაში უნდა იქნეს მიჩნეული. როგორც დახურული, ისე საიდუმლო ჯგუფი კომუნიკაციის საშუალებისთვის გამოიყენება.³⁸ აღნიშნულისგან განსხვავდება ღია ჯგუფი, რომელიც საჯარო გავრცელებასთან თანაბრდება და სადაც დაფიქსირებული პოზიცია არ წარმოადგენს საიდუმლოების შემცველ (ან განსაზღვრული პირთა წრის მიმართ გაკეთებულ) განცხადებას.³⁹

4.1.2. ფორმალური კუთხით საკითხის განხილვის დაუშვებლობა

მიუხედავად დახურული (საიდუმლო) ჯგუფის არსებობისა, შესაძლებელია, რომ მასზე საგამონაკლისო შემთხვევა გავრცელდეს. ეს ჯგუფის თემატიკის ანდა ჯგუფის წევრების რაოდენობაზე შესაძლებელია, იყოს დამოკიდებული.⁴⁰ მაგალითად, თუ დახურულ ჯგუფში განვიხილავთ 400 მომხმარებელი, ხოლო გამავრცელებელს ამ 400 ადამიანისგან რამდენიმესთან აქვს რეალური კონტაქტი. ასეთ შემთხვევაში არსებითი განსხვავება საჯარო გავრცელებასთან არ იქნება სახეზე.

4.2. კომერციული მიზნის სპეციფიურობა

ნებისმიერი მოქმედება, იქნება ეს ლინკის განთავსება (გაზიარება), ატვირთვა, საჯაროდ თუ დახურულ ჯგუფში მისი გავრცელება, სამართლებრივ კვალიფიციას საჭიროებს – წარმოადგენს იგი პირადი თუ კომერციული მიზნის მქონეს.⁴¹ კომერციული მიზნის შემთხვევაში, კანონმდებელი ითვალისწინებს მეტ შეზღუდვას, რომელიც, შესაძლოა, რომ გამავრცელებელს დაუწესდეს.⁴² ცალკეულ შემთხვევაში, შესაძლებელია, დაირღვეს რეკლამის განთავსებისთვის გათვალისწინებული უფლებები (არასათანადო რეკლამის სახით და სხვა).

4.3. დამრღვევის იდენტიფიცირების სირთულე

უდიდეს სირთულეს, რომლის საშუალებასაც თანამედროვე სოციალური ქსელები იძლევიან, წარმოადგენს დამრღვევის იდენტიფიცირება. კერძოდ, იმის განსაზღვრა, თუ ვინ დგას ამ

³⁸ LG Oldenburg, Urteil vom 11.01.2006 – 5S740/05.

³⁹ ჭორბენაძე ს., ბახტაძე უ., მაჭარაძე ზ., მედია სამართალი, თბ., 2014, 90.

⁴⁰ Bauer J.-H., Günther J., Kündigung wegen beleidigender Äußerungen auf Facebook, Vertrauliche Kommunikation unter Freunden?, NZA, Heft 2, 2013, 70.

⁴¹ Schirmbacher M., Online-Marketing- und Social-Media-Recht, 2. Aufl., Frechen, 2017, 204-205.

⁴² ამ საკითხთან მიმართებით შესაბამისი მონესრიგებაა განსაზღვრული საქართველოს საავტორო უფლებათა ასოციაციის მიერ, რომელიც მედია საშუალებების მიერ აუდიოვიზუალური ნაწარმოების გავრცელებაზეც ვრცელდება.

ყველაფრის უკან. ამ მხრივ, შესაძლებელია, გარკვეული პროცესუალური მოქმედებების განხორციელება, როგორცაა მტკიცებულებათა უზრუნველყოფა და სხვა. მიუხედავად ამისა, ადრესატის დადგენისთვის გასაწევმა მომსახურებამ შესაძლებელია, გაუთვალისწინებლად დიდი დრო მოიცვას.

5. მიღებული შედეგის ანალიზი

პირადი მოხმარების მიმართება საჯარო გავრცელებასა და კომერციულ მიზნებთან – თუ პირველ შემთხვევაში უფლება არ ირღვევა,⁴³ დარჩენი შემთხვევის არსებობისას, მოთხოვნის დაყენება გამართლებულია. ლინკის განთავსების (გაზიარების) დროს, გავრცელებულ ნაწარმოებზე უფლების არსებობის ე. წ. „კანონიერი ნდობის“ ფარგლები ქვევით იწევს. ეს ნიშნავს, რომ თუნდაც პირმა არ იცოდეს ასეთი უფლების არსებობა-არარსებობის შესახებ, მას იმავე ინტერნეტის გამოყენებით აქვს შესაძლებლობა, გაარკვიოს, ასეთი უფლების არსებობის თაობაზე (საბოლოო შედეგი იქნება, რომ პირს „უნდა სცოდნოდა“ აღნიშნულის თაობაზე⁴⁴).

6. დასკვნა

აუდიოვიზუალური ნაწარმოების ერთიან ცნებას საერთაშორისო კანონმდებლობა არ აწესებს, რაც შესაძლებლობას უტოვებს ცალკეულ ქვეყნებს, თვითონვე განსაზღვრონ აუდიოვიზუალური ნაწარმოების დეფინიცია ეროვნული სამართლის დონეზე. შესაბამისად, აღნიშნული დეფინიციები არაერთგვაროვანი ხასიათისაა, თუმცა ყოველი მათგანი აერთიანებს იმ ძირითად ელემენტს, რომელიც არსებითია, ზოგადად, აუდიოვიზუალური ნაწარმოების ცნებისთვის. ხსენებული ელემენტები ასახავენ ნაწარმოების ამ სახეობის განსაკუთრებულ ხასიათს, რაც, თავის მხრივ, განაპირობებს აუდიოვიზუალური ნაწარმოების სამართლებრივი მონესრიგების თავისებურებას.

განსაკუთრებული თავისებურებით ხასიათდება აუდიოვიზუალური ნაწარმოების განთავსება სოციალურ ქსელში. მიუხედავად სოციალური ქსელის ცალკეული ფუნქციური შესაძლებლობისა, საავტორო უფლების აბსოლუტური დაცვისთვის, არანაკლებ ამ უფლების მქონე პირის თანხმობის შემთხვევაში გავრცელება შესაძლებელია. სხვა სიტყვებით, საჯარო სივრცეში განთავსებული ნაწარმოების თავისუფალი გამოყენების უპირობო უფლება კანონით გათვალისწინებული არაა.

მართალია, სოციალური ქსელის გამოყენება უპირატესად „პირადი მიზნითაა“ ნაკარნახევი, მაგრამ აუდიოვიზუალური ნაწარმოების გავრცელებისას, იგი იმდენად ფართო სპექტრზე

⁴³ თუნდაც ჩამოტვირთოს პირმა ნაწარმოები. იხ. *Katko P., Kaiser D., Praxishandbuch Rechtsfragen Social Media, Splittgerber A.* (hrbg.), Berlin, 2014, 191.

⁴⁴ *Grünberger M., Zugangsregeln bei Verlinkungen auf rechtswidrig zugänglich gemachte Werke, ZUM, Heft 11, Baden-Baden, 2016, 914.*

(პირთა განუსაზღვრელ წრეზე) არის მიმართული, რომ საკითხის დაკვალიფიცირება თითოეული მაგალითის შესწავლის შედეგად უნდა მოხდეს.

საჯარო მიზნით აუდიოვიზუალური ნაწარმოების გავრცელებისას, შესაძლოა უფლება იქნეს დარღვეული, თუ გამავრცელებელს წინდანივე არ ჰქონდა მიღებული თანხმობა საავტორო უფლების მქონე პირისგან. საკითხი უფრო სადავოა მაშინ, როდესაც პირს კომერციული მიზნით არ გაუვრცელებია ნაწარმოები.⁴⁵ მაგალითად, თუ ვებ გვერდზე დევს აუდიოვიზუალური ნაწარმოები, რომელსაც სოციალურ ქსელში, თავის კედელზე აქვეყნებს პირი, მაშინ იგი ამ ნაწარმოებს ფართო საზოგადოებისთვის ხელმისაწვდომს ხდის. ეს კი ნიშნავს, რომ პირს ასეთი საჯარო გავრცელებისთვის აუცილებლად უნდა ჰქონდეს წინასწარი თანხმობა მოპოვებული საავტორო უფლების მქონე პირისგან.

ბიბლიოგრაფია:

1. ლიტერატურისა და ხელოვნების ნაწარმოებების დაცვის ბერნის კონვენცია, 09/09/1886.
2. საავტორო უფლების შესახებ ისმო-ს (ინტელექტუალური საკუთრების მსოფლიო ორგანიზაცია) ხელშეკრულება, 06/03/2002;
3. შეთანხმება ინტელექტუალური საკუთრების უფლებების ვაჭრობასთან დაკავშირებული ასპექტების შესახებ, 15/04/1994.
4. საქართველოს კანონი „საავტორო და მომიჯნავე უფლებების შესახებ“, 22/06/1999.
5. სს „ქართული ფილმის“ და კომპლემენტართა საერთო კრების 1997 წლის 10 ნოემბრის გადანიყვეტილება № 4.
6. ჯორბენაძე ს., ბახტაძე უ., მაჭარაძე ზ., მედია სამართალი, თბ., 2014, 90.
7. AG Leipzig, Urteil vom 21.12.2011 – 200 Ls 390 Js 184-11.
8. EuGH, Urteil vom 08.09.2016 – C-160/15.
9. LG Oldenburg, Urteil vom 11.01.2006 – 5S740/05.
10. Copyright, Designs and Patents Act, 15/11/1988.
11. Code de la Propriété Intellectuelle, № 92-597, 01/07/1992.
12. Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte, 09/09/1965.
13. US Copyright Act, № 94-553, 19/10/1976.
14. Directive 2006/115/EC of the European Parliament and of the Council, 12/12/2006.
15. Directive 2007/65/EC of the European Parliament and of the Council, 11/12/07.
16. Directive 2010/13/EU of the European Parliament and of the Council, 10/03/2010.
17. *Bauer J. -H., Günther J.*, Kündigung wegen beleidigender Äußerungen auf Facebook, Vertrauliche Kommunikation unter Freunden?, NZA, Heft 2, , 2013, 70.
18. *Bushati E.*, “Product Placement”: The Harmonization of the New Albanian Media Law with the European Audio-Visual Media Services Directive, Academicus, Issue 4, 2011, 62.
19. *Grünberger M.*, Zugangsregeln bei Verlinkungen auf rechtswidrig zugänglich gemachte Werke, ZUM, Heft 11, 2016, 914.

⁴⁵ კომერციული მიზნით ნაწარმოების გავრცელებისას უფლების დარღვევის საკითხი ცალსახად დგება (როდესაც ასეთი უფლება არ აქვს მიღებული პირს).

20. *Katko P., Kaiser D.*, Immaterialgutrechte (kapitel 4), in: Praxishandbuch Rechtsfragen Social Media, *Splitgerber A.* (hrgb.), Berlin, 2014, 189, 191, 193.
21. *Schirmbacher M.*, Online-Marketing- und Social-Media-Recht, 2 Aufl., Frechen, 2017, 203, 204, 205.
22. *Stamatoudi I.*, Audiovisual Works, in: Copyright and Multimedia Products: A Comparative Analysis, *Stamatoudi I. A.* (ed.), Cambridge, 2001, 104, 106, 111, 113, 120.
23. *Vormbrock U.*, Gesamtes Medienrecht, Hamburger Kommentar, *Paschke M., Berlit W., Meyer B.* (hrgb.), 3 Aufl., Baden-Baden, 2016, Rn. 55. Abschnitt, Teil 6, Kapitel 1, 23.
24. <http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-3567_en.htm>.