

## საქართველოს ადვოკატთა ასოციაციის ეთიკის კომისიის N014/13<sup>1</sup> რეკომენდაციის მოკლე მიმოხილვა

*ეკატერინე ჯინჭარაძე (სტუდენტი)*

### 1.შეკითხვა

რა სანქცია შეიძლება დაეკისროს კომპანიას ან მასში მომუშავე ადვოკატებს, როდესაც იურიდიული ფირმა მიუთითებს სატელევიზიო რეკლამაში, ფეისბუქზე, გაზეთებში და სავიზიტო ბარათზე, რომ მათი შპს არის საერთაშორისო იურიდიული ფირმა, რაც აბსოლუტური ტყუილია. ფირმის დამფუძნებელი არ არის ადვოკატთა ასოციაციის წევრი, მაგრამ კომპანიის სამი იურისტი არის ადვოკატთა ასოციაციის წევრი.

### 2.სამართლებრივი შეფასება

„ადვოკატი უფლებამოსილია განახორციელოს საკუთარი საქმიანობის რეკლამირება იმ პირობით, რომ გავრცელებული ინფორმაცია სწორია და არ არის შეცდომაში შემყვანი, დაცულია პროფესიის ძირეული ფასეულობები და პირდაპირ ან ირიბად არ მიუთითებს კონკურენტზე ან მის მომსახურებაზე.“ (ადვოკატთა პროფესიული ეთიკის კოდექსი, მუხლი 8<sup>1</sup>). რეკლამა არის „საქონელზე, მომსახურებასა და სამუშაოზე (შემდგომში–საქონელზე), ფიზიკურ და იურიდიულ პირებზე, იდეასა და წამოწყებაზე ნებისმიერი საშუალებითა და ფორმით გავრცელებული ინფორმაცია, რომელიც გამიზნულია პირთა განსაზღვრული წრისათვის და ემსახურება ფიზიკური და იურიდიული პირების, საქონლის, იდეისა და წამოწყებისადმი ინტერესის ფორმირებასა და შენარჩუნებას, აგრეთვე საქონლის, იდეისა და წამოწყების რეალიზაციის ხელშეწყობას.“ („რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონი, მუხლი 3.1)

იურიდიული ფირმის მიერ გავრცელებული ტექსტი - „თუ გსურთ კვალიფიციური ადვოკატების მომსახურება სამოქალაქო, ადმინისტრაციულ და სისხლის სამართლის საქმეებზე, თუ გსურთ უიმედო ვალების ამოღება მოგვმართეთ ჩვენ ტელ. -----. საერთაშორისო იურიდიული ფირმა „-----“ არის რეკლამა „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-3 მუხლის 1-ლი პუნქტის მიხედვით, ვინაიდან არის გავრცელებული ინფორმაცია მომსახურებაზე, ფიზიკურ და იურიდიულ პირებზე, გამიზნულია პირთა განსაზღვრული წრისათვის, ემსახურება საქონლისადმი ინტერესის ფორმირებასა და რეალიზაციის ხელშეწყობას. მოცემულ შემთხვევაში, დამატებით უნდა გაირკვეს რა სახის ელემენტს უნდა შეიცავდეს იურიდიული ფირმის საქმიანობა, რომ მას ეწოდოს საერთაშორისო. იურიდიული ფირმა შესაძლოა იყოს საერთაშორისო შემდეგ შემთხვევებში: ფირმას აქვს სხვადასხვა ქვეყანაში გახსნილი ფილიალი; მისი დამფუძნებელი არის უცხოური იურიდიული ფირმა; ფირმაში უნდა მუშაობდეს ადვოკატი, რომელსაც საქართველოს ფარგლებს გარეთ აქვს იურიდიული პრაქტიკის განხორციელების უფლებამოსილება; ფირმის საქმიანობაში სხვა სახით არის მოცემული უცხოური ელემენტი, რომელიც უკავშირდება საადვოკატო მომსახურების გაწევას.

ადვოკატთა პროფესიული ეთიკის კოდექსის მე-8<sup>1</sup> მუხლის შესაბამისად, საადვოკატო საქმიანობასთან დაკავშირებული უცხოური ელემენტის არარსებობის შემთხვევაში, სარეკლამო ტექსტში იურიდიული ფირმის საერთაშორისო იურიდიულ ფირმად მოხსენიება შესაძლოა არღვევდეს საადვოკატო საქმიანობის რეკლამირების წესს. ადვოკატთა პროფესიული ეთიკის კოდექსის მე-8<sup>1</sup> მუხლი შესაძლოა, ზოგადად, დაირღვეს იურიდიული ფირმის ხელმძღვანელი ან პარტნიორი ადვოკატების მიერ, ვინც მიიღო გადაწყვეტილება

<sup>1</sup> <https://gba.ge/pdf/5c7fbb8ecd84c.pdf/06%20September%202013%20014.13.pdf>

შეცდომაში შემყვანი სარეკლამო ტექსტის განთავსების თაობაზე. ასევე, იმ ადვოკატის მიერ, რომელიც საადვოკატო საქმიანობას ახორციელებს აღნიშნულ იურიდიულ ფირმაში, მიუხედავად იმისა, რომ საქმის კურსშია რეკლამის არაეთიკურობის შესახებ და არ მიუღია გონივრული ზომები აღნიშნული დარღვევის შეწყვეტისათვის, ვინაიდან იგი, პირდაპირ ან ირიბად, სარგებლობს იმ იურიდიული ფირმის სახელით, რომელიც რეკლამაში საერთაშორისო იურიდიულ ფირმად არის მითითებული. საბოლოო გადაწყვეტილების მიღება შესაძლოა დამოკიდებული იყოს რეკლამის შედეგად ადვოკატის მიერ მიღებულ სარგებელზე, ადვოკატის ჩართულობაზე რეკლამასთან დაკავშირებით გადაწყვეტილების მიღების პროცესში, ადვოკატის მიერ მიღებულ ზომებზე იურიდიული ფირმის ხელმძღვანელი პირებისათვის რეკლამის არაეთიკურობის შესახებ ინფორმაციის მისაწოდებლად და ა.შ

### **3.დასკვნა**

იმ შემთხვევაში, თუ იურიდიული ფირმა ავრცელებს ტექსტს, რომელიც არის რეკლამა „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-3 მუხლის 1-ლი პუნქტის მიხედვით და ამ ტექსტში მიუთითებს, რომ ის არის საერთაშორისო იურიდიული ფირმა, ხოლო ფირმის საქმიანობაში არ არის რაიმე სახით მოცემული უცხოური ელემენტი, რომელიც უკავშირდება საადვოკატო საქმიანობის განხორციელებას, შესაძლოა დარღვეულად ჩაითვალოს ადვოკატთა პროფესიული ეთიკის კოდექსის მე-8<sup>1</sup> მუხლით დადგენილი საადვოკატო საქმიანობის რეკლამირების წესი. გადაცდომა შესაძლოა განხორციელდეს იურიდიული ფირმის ხელმძღვანელი ან პარტნიორი ადვოკატის მიერ, რომელმაც მიიღო გადაწყვეტილება მსგავსი რეკლამის განთავსების თაობაზე, ასევე, იმ ადვოკატის მიერ, რომელიც საადვოკატო საქმიანობას ახორციელებს აღნიშნულ იურიდიულ ფირმაში, მიუხედავად იმისა, რომ საქმის კურსშია რეკლამის არაეთიკურობის შესახებ და არ მიუღია გონივრული ზომები აღნიშნული დარღვევის შეწყვეტისათვის.