

# ნიუსაარდვნი მედი ბარემი

ანგარიში  
2016



National Endowment  
for Democracy  
*Supporting freedom around the world*



ავტორები:

გელა ბორიკაშვილი, მარიამ პატარიძე

მკვლევარი:

ერეკლე მაისურაძე

რედაქტორი:

თამარ კინწურაშვილი

რეცენზენტი:

ნინო დანელია

დიზაინი:

თამარ ტაბატაძე

© 2016, მედიის განვითარების ფონდი

MDFGEORGIA.GE MEDIAMETER.GE

## Sesavali

ეროვნული წვლილი დემოკრატიისთვის - NED-ის მხარდაჭერით მედიის განვითარების ფონდი - MDF გამოსცემს პერიოდულ ანგარიშს, რომელიც მედიის თავისუფლების მხრივ საქართველოში არსებულ მდგომარეობას მიმოიხილავს.

წინამდებარე ანგარიში წინასაარჩევნო მედია გარემოს მხრივ 2016 წელს არსებულ მდგომარეობას მიმოიხილავს.

ანგარიში ეყრდნობა დოკუმენტების ანალიზს, საჯარო დაწესებულებებიდან გამოთხოვილ ოფიციალურ ინფორმაციას და მედიით გავრცელებულ ცნობებს.

ანგარიში შედგება 6 თავისგან: პირველ თავში განხილულია 2016 წელს მიღებული საკანონმდებლო ცვლილებები; მე-2 თავი ფინანსურ და ბიზნეს გარემოს მიმოიხილავს; მე-3 მედია საკუთრებასთან დაკავშირებულ აქტუალურ საკმეებს შეეხება, მე-4 თავში 2016 წელს მედიაში განხორციელებული საკადრო ცვლილებები და გადაცემების დახურვის შემთხვევებია განხილული; მე-5 ჟურნალისტთა უფლებების ხელყოფის ფაქტებს აღწერს; ბოლო მე-6 თავში კი არჩევნებთან დაკავშირებული საკითხებია მიმოიხილული.

### მთავარი მივანებები

2016 წლის 1 იანვრიდან 23 სექტემბრის ჩათვლით პერიოდში მედია გარემოს მხრივ შემდეგი ტენდენციები გამოიკვეთა:

#### სამართლებრივი გარემო

2016 წლის პირველ ნახევარში მედიასთან დაკავშირებით ცვლილებები 2 კანონში შევიდა. 1) საარჩევნო კოდექსით გაიზარდა იმ კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტების რიცხვი, ვისზეც კანონით გათვალისწინებული უფასო სატელევიზიო სარეკლამო დროის გადანაწილების ნორმა ვრცელდება; 2) მაუწყებლობის კანონში შეტანილი ცვლილებები კი 3 საკითხს შეეხო: ა) საერთო ეროვნულ და ადგილობრივ მაუწყებლებს სახელმწიფო ენაზე პროგრამების განთავსების ვალდებულება დაეკისრათ; ბ) ციფრული საეთერო ტელემაუწყებლობის მინიმალური ხანგრძლივობა (12სთ) განისაზღვრა; გ) კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისიის მიერ სანქციის გამოყენების წესი დაზუსტდა.

#### ფინანსური და ბიზნეს გარემო

- ტელემაუწყებლების შემოსავლებმა 2016 წლის 6 თვეში (1 იანვარი-30 ივნისი) 2015 წელთან შედარებით 1,7 მლნ ლარით იკლო და სულ 41,7 მლნ ლარი შეადგინა.
- ბაზარზე კვლავ ლიდერობს რუსთავი 2, რომლის შემოსავალი წინა წლის 6 თვესთან შედარებით 2016 წლის შესაბამის პერიოდში შემცირდა, ხოლო “მანესტროსი” - გაიზარდა.
- იმ 8 მაუწყებელს შორის, რომელიც ბაზარზე ფინანსური შემოსავლის მხრივ მოწინავე ადგილებზეა, ტვ “ობიექტივი” ერთადერთია, სადაც შემომწირველების ხვედრითი წილი შემოსავლის მნიშვნელოვანი შემადგენელია (2016: 33,1%, 2015: 53,6%). პატრიოტთა ალიანსთან დაკავშირებულ ტვ “ობიექტივს”, 2016 წელს შემოსავლები 2015 წლის 6 თვესთან შედარებით 43%-ით გაიზარდა.



- ტელეკომპანია "პირველის" შემთხვევაში კი, სადაც "იმედიდან" და "მაესტროდან" დათხოვნილი თანამშრომლები გადავიდნენ სამუშაოდ, წინა წლის შესაბამის პერიოდთან შედარებით შემოსავლების ყველაზე მკვეთრი, 78,8%-იანი ზრდის ტენდენცია აღინიშნა.
- ტელევიზიების მსგავსად წინა წელთან შედარებით კლების ტენდენცია (98 531,77 ლარით) რადიო მაუწყებლების შემოსავალშიც აღინიშნა.
- 2013 წლამდე სარეკლამო გაყიდვებში არსებული მონოპოლია 2016 წლიდან დუოპოლიით შეიცვალა.
- 2016 წელს ბაზარზე სატელევიზიო რეიტინგების ახალი გამომი გამოჩნდა, რომლის ფინანსების გამჭვირვალობასთან დაკავშირებით რამდენიმე ტელევიზია ეჭვებს გამოთქვამს და მას ყოფილ პრემიერ-მინისტრს ბიძინა ივანიშვილს უკავშირებს. გამოითქვა ეჭვები იმასთან დაკავშირებით, რომ საბიუჯეტო ორგანიზაციების - საზოგადოებრივი მაუწყებლისა და კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისიის - ტენდერები ახალი კომპანიის TMI-ის პირობებზე იყო მორგებული.
- 2016 წლის 8 თვეში (1 იანვარი - 30 აგვისტო) 2015 წელთან შედარებით 45%-ით გაიზარდა ონლაინ მედიასთან საინფორმაციო და სარეკლამო მომსახურებაზე საბიუჯეტო ორგანიზაციების მიერ გაფორმებული კონტრაქტები. ონლაინ და ბეჭდურ მედიაში დაფინანსებული შინაარსის სარედაქციო მასალებისგან გამიჯვნა უმეტეს შემთხვევებში ისევ არ ხდება. რეგიონულ ტელევიზიებთან გაფორმებული ზოგიერთი კონტრაქტი კი სარედაქციო დამოუკიდებლობაში ჩარევის ფორმალიზებას წარმოადგენს.

### მედია საკუთრება

- მედია საკუთრებასთან დაკავშირებული დავები, რომელთა სამართლებრივი განვითარება 2016 წელსაც გაგრძელდა, წინასაარჩევნოდ მედია ბაზრის გადანაწილების მცდელობის ნიშნებს ატარებდა.
- რამდენიმეჯერ მოსამართლეთა პროცესზე გამოუცხადებლობის გამო, საკონსტიტუციო სასამართლო ქმედუნარო აღმოჩნდა, გადაეწყვიტა რუსთავი 2-ის სარჩელი საერთო სასამართლოში მიმდინარე დავის სამართლებრივი საფუძვლის კონსტიტუციურობასთან დაკავშირებით.
- იმის გამო, რომ უზენაესმა სასამართლომ რუსთავი 2-ის კასაცია დასაშვებად სცნო, არჩევნებამდე ქვედა ინსტანციის სასამართლოს გადაწყვეტილების აღსრულება მესაკუთრეთა ცვლილების თაობაზე შეუძლებელი გახდა.
- ტელეკომპანია "მაესტროს" მეწილეთა კონფიგურაციის შეცვლის შემდეგ სასამართლოში არხის გაკოტრების საქმე შეწყდა, ფინანსური პრობლემების დაძლევა კი "მაესტრომ" კონკურენტი "იმედის" მმართველობაში მყოფ პირთა ფინანსური დახმარებით მოახერხა.

### გადაცემების დახურვა და საკადრო ცვლილებები

- 2016 წელს სამსახურიდან 30 ჟურნალისტი გაათავისუფლეს, აქედან 28 ტელეკომპანია "მაესტრომ", 1 საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა და 1 ტელეკომპანია "იმედმა".
- შეიცვალა "მაესტროს" გენერალური დირექტორი და "იმედის" საინფორმაციოს ხელმძღვანელი.
- "მაესტროზე" 3 გადაცემა დაიხურა, ხოლო "იმედი" 2-მა წამყვანმა დატოვა, პოლიტიკური თოქ-შოუს 1 წამყვანი არხის ვებ-გვერდზე აგრძელებს მუშაობას.
- "იმედის" წამყვანებმა და "მაესტროდან" გაათავისუფლებულმა ჟურნალისტებმა მუშაობა ტელეკომპანია "პირველზე" გააგრძელეს. ტვ "პირველი", რომელიც 2014 წელს სპორტულ არხად დაფუძნა და 2015 წლიდან საზოგადოებრივ-პოლიტიკური გადაცემები შესთავაზა მაყურებელს, მედია ბაზარზე ახლა იმკვიდრებს ადგილს.

### ჟურნალისტთა უფლებების ხელყოფის ფაქტები

- 2016 წელს (1 იანვარი- 23 სექტემბერი) ჟურნალისტების პირადი ცხოვრების ამსახველი კადრებით დაშანტაჟების 2, ფარული ჩანაწერის გამოქვეყნების 1, ჟურნალისტებზე თავდასხმის 2 და 8 ჟურნალისტისთვის პროფესიულ საქმიანობაში ხელისშეშლის შემთხვევები დაფიქსირდა.

- პროფესიულ საქმიანობაში ხელისშეშლის ერთ-ერთი ინციდენტი კი 22 მაისს ზუგდიდის რაიონის სოფელ კორცხელში საკრებულოს შუალედურ არჩენებზე ოპოზიციური პარტიის წევრებზე ფიზიკური ანგარიშსწორების ინციდენტს უკავშირდებოდა.
- ტაბულას ჟურნალისტებზე თავდასხმის შემთხვევის გარდა, სხვა საქმეების გამოძიების შედეგები საზოგადოებისთვის უცნობია.
- პროფესიული საქმიანობის ხელისშეშლის 1 შემთხვევაში ადგილობრივი ხელისუფლების წარმომადგენელი თანამდებობიდან გადადგა.

### საარჩევნო კამპანიის მიზნით პოლიტიკური სუბიექტების მიერ მედიაში გაწეული ხარჯები

- 8 ივნისი-30 აგვისტოს პერიოდში პოლიტიკური სუბიექტების მიერ საარჩევნო კამპანიაზე გაწეული საერთო 8 813 597 ლარიდან 78% ქართულმა ოცნებამ დახარჯა. ყველაზე მეტი თანხა გარე რეკლამაზე დაიხარჯა. ტელევიზიებიდან ყველაზე მეტი ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა “იმედმა” (1 134 907) მიიღო, სადაც 1 მილიონი ლირებულების მომსახურება ქართულმა ოცნებამ შეისყიდა.
- თუ ტელევიზიებიდან ქართულმა ოცნებამ მხოლოდ “იმედზე” განათავსა ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა, ონლაინ გამოცემებსა და გაზეთებში უფრო დივერსიფიცირებული მიდგომა გამოიკვეთა. ყველაზე მეტი სარეკლამო და საინფორმაციო მომსახურება ქართულმა ოცნებამ პალიტრა ჰოლდინგში შემავალ ონლაინ (221 479) და ბეჭდვითი (73 955) გამოცემებისგან შეისყიდა.

### ადმინისტრაციული რესურსის შესაძლო გამოყენება

- ონლაინ მედიაში საბიუჯეტო რესურსით დაფინანსებული მედია შინაარსის მონიტორინგი წინასაარჩევნო პერიოდში კანონმდებლობის საფუძველზე არ ხორციელდება, რადგან კანონმდებლობა მსგავსს წესს მხოლოდ ბეჭდვით გამოცემებთან მიმართებაში განსაზღვრავს. ერთ შემთხვევაში ცესკოს მხრიდან ონლაინ მედიაში ადმინისტრაციული რესურსის გამოყენების სავარაუდო ფაქტზე არასათანადო რეაგირება გამოიკვეთა.

### კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისიის როლი წინასაარჩევნო პროცესში

- საარჩევნო კოდექსი კომუნიკაციების მარეგულირებელ კომისიას წინასაარჩევნო პერიოდში მედიის მიერ კანონით დადგენილი ნორმების მონიტორინგსა და მათზე რეაგირების ფუნქციას განუსაზღვრავს. საარჩევნო კამპანიის დაწყებიდან 26 სექტემბრის ჩათვლით კომისიას საზოგადოებრივი აზრის კვლევების კანონმდებლობის დარღვევით გაშუქების არცერთ ფაქტზე რეაგირება არ მოუხდენია.
- კომისიამ რეკლამის სურდოთარგმანის გარეშე განთავსების გამო “რუსთავი 2“-ის და ტვ “პირველის“ მიმართ სამართალდარღვევათა ოქმი შეადგინა.
- კომისიამ არ გაიზიარა არასამთავრობოთა მოსაზრება, რომ ტელეკომპანია GDS-ის ანონსი რეალურად პოლიტიკური რეკლამის ხასიათს ატარებდა.

### პოლიტიკური საარჩევნო რეკლამის შინაარსობრივი შეზღუდვა

- მიუხედავად იმისა, რომ კანონმდებლობა რეკლამის შინაარსზე პასუხისმგებლობას მის დამკვეთს აკისრებს და არა მედია საშუალებას, “რუსთავი 2“-მა პატრიოტთა ალიანსის თურქოფობიული წინასაარჩევნო ვიდეო რგოლი, ხოლო საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა ცენტრისტების სახელმწიფო სუვერენიტეტის წინააღმდეგ მიმართული საარჩევნო რგოლი ეთერიდან მოხსნეს.

### ეგზიტპოლი საზოგადოებრივ მაუწყებელზე 3 კერძო ტელეკომპანიასთან ერთად

- საზოგადოებრივი მაუწყებლის გადაწყვეტილება კერძო ტელეკომპანიებთან ერთად 8 ოქტომბერს ეგზიტპოლის ჩატარების შესახებ სამეურვეო საბჭოს 2 წევრის, საქართველოს პრეზიდენტის და არასამთავრობო ორგანიზაციების კრიტიკის საგანი გახდა.

### ტელევიზიის მფლობელები პატრიოტთა ალიანსის სიაში

- საარჩევნო ბლოკის “დავით თარხან-მოურავი, ირმა ინაშვილი – პატრიოტთა ალიანსი – გაერთიანებული ოპოზიცია” სიაში 3 პირი მოხვდა, რომლებიც მაუწყებლობაში გარკვეულ წილებს ფლობენ (ნათო ჩხეიძე – იბერია ტვ-ის 30%, ზაზა ოქუაშვილი – იბერია ტვ-ის 70%, დავით ზილფიმიანი – I სტერეოს 22% და სტერეო +-ის 50%).

### კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტების პრეტენზიები გაშუქების თანაბარ პირობებთან დაკავშირებით

- წინასაარჩევნო კამპანიის პერიოდში გაშუქების თანაბარ პირობებთან დაკავშირებით ორმა კვალიფიციურმა სუბიექტმა – ნაციონალურმა მოძრაობამ და ლეიბორისტულმა პარტიამ – განაცხადა პრეტენზია.

# სარჩევი

I. სამართლებრივი გარემო	7
2. ფინანსური და ბიზნეს გარემო	10
2.1. სამუწყებლო მედიის დეკლარირებული შემოსავლები	10
2.2. სარეკლამო ბაზრის გადანაწილება	14
2.3. სატელევიზიო რეიტინგების გამზომი ახალი კომპანიის გავლენა მედია ბაზარზე	14
2.4. მედიაში საბიუჯეტო თანხების განაწილების პრაქტიკა	16
3. მედია საკუთრება	24
3.1. რუსთავი 2-ის საქმე	24
3.2. მაესტროს საქმე	26
4. გადაცემების დახურვა/საკაბდრო ცვლილებები	28
5. ჟურნალისტთა უფლებების ხელყოფის ფაქტები	30
5.1. შანტაჟი პირადი ცხოვრების კადრებით	30
5.2. ფარული ჩანაწერის გამოქვეყნება	31
5.3. თავდასხმა ჟურნალისტებზე	32
5.4. პროფესიული საქმიანობის ხელისშეშლა	33
6. 2016 წლის საპარლამენტო არჩევნები	36
6.1. საარჩევნო კამპანიის მიზნით პოლიტიკური სუბიექტების მიერ მედიაში გაწეული ხარჯები	36
6.2. ადმინისტრაციული რესურსის შესაძლო გამოყენება	41
6.3. კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისიის როლი წინასაარჩევნო პროცესში	44
6.4. პოლიტიკური საარჩევნო რეკლამის შინაარსობრივი შეზღუდვა	46
6.5. ეგზიტპოლი საზოგადოებრივ მაუწყებელზე 3 კერძო ტელეკომპანიასთან ერთად	47
6.6. ტელევიზიის მფლობელები პატრიოტთა ალიანსის საარჩევნო პარტიულ სიაში	47
6.7. კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტების პრეტენზიები გაშუქების თანაბარ პირობებთან დაკავშირებით	48
დანართები	49

# 1. სამართლებრივი ბარემო

**შემაჯამებელი პარაგრაფი:** 2016 წლის პირველ ნახევარში მედიასთან დაკავშირებით ცვლილებები 2 კანონში შევიდა. 1) საარჩევნო კოდექსით გაიზარდა იმ კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტების რიცხვი, ვისზეც კანონით გათვალისწინებული უფასო სატელევიზიო სარეკლამო დროის გადანაწილების ნორმა ვრცელდება; 2) მაუწყებლობის კანონში შეტანილი ცვლილებები კი 3 საკითხს შეეხო: ა) საერთო ეროვნულ და ადგილობრივ მაუწყებლებს სახელმწიფო ენაზე პროგრამების განთავსების ვალდებულება დაეკისრა; ბ) ციფრული საეთერო ტელემაუწყებლობის მინიმალური ხანგრძლივობა (12სთ) განისაზღვრა; გ) კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისიის მიერ სანქციის გამოყენების წესი დაზუსტდა.

## 1.1. ცვლილებები კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტებისთვის უფასო სარეკლამო დროით სარგებლობასთან მიმართებით

2016 წლის 22 ივნისს საქართველოს პარლამენტმა საარჩევნო კოდექსში ცვლილებები შეიტანა, რომელიც კვალიფიციურ საარჩევნო სუბიექტებს შორის უფასო წინასაარჩევნო სარეკლამო დროის გადანაწილების ახალ წესს ადგენს. განმარტებითი ბარათის თანახმად, ცვლილებების მიზნად იმ სუბიექტთა წრის გაფართოება დასახელდა, რომლებსაც საარჩევნოდ უფასო სარეკლამო დროით სარგებლობის შესაძლებლობა ექნებათ. გაფართოვება შეეხო საარჩევნო ბლოკში შემავალ სუბიექტებს, რაც არასაპარლამენტო ოპოზიციის აზრით, მათ ხარჯზე მოხდა, რადგან კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტებისთვის გამოყოფილი დრო აღნიშნული ცვლილებების შედეგად შემცირდა.

**ა) უფასო სარეკლამო დროით მოსარგებლე სუბიექტების გაფართოება.** საარჩევნო კოდექსის თანახმად, უფასო სარეკლამო დროის თანაბრად განაწილების ვალდებულება საარჩევნო კამპანიის დროს მხოლოდ კვალიფიციურ საარჩევნო სუბიექტებთან მიმართებით ვრცელდება.<sup>1</sup> გამონაკლისია საზოგადოებრივი მაუწყებელი, რომელსაც არაკვალიფიციური სუბიექტების მიმართ დროის გამოყოფის ვალდებულება არჩევნებამდე 50 დღით ადრე წარმოექმნება. ამასთანავე, საარჩევნო კოდექსი მაუწყებელს ანიჭებს დისკრეციას კვალიფიციურ საარჩევნო სუბიექტად აღიაროს პოლიტიკური პარტია, რომელიც საქართველოს მთელ ტერიტორიაზე ჩატარებული საზოგადოებრივი აზრის კვლევების თანახმად, არჩევნების წელს ჩატარებული არანაკლებ 5 გამოკითხვის ან არჩევნებამდე 1 თვის განმავლობაში ჩატარებული კვლევის თანახმად, ამომრჩეველთა არანაკლებ 4 პროცენტის მხარდაჭერით სარგებლობს.<sup>2</sup>

2016 წლამდე არსებული რედაქციით, კვალიფიციურ საარჩევნო სუბიექტს წარმოადგენდა მხოლოდ ის პარტია ან საარჩევნო ბლოკი, რომელმაც საპარლამენტო არჩევნებში ამომრჩეველთა ხმების არანაკლებ 4%, ხოლო ადგილობრივ არჩევნებში - 3% მიიღო. ბლოკის შემთხვევაში კვალიფიციური სუბიექტის სტატუსით მასში შემავალი რიგით პირველი ნომერი პარტია სარგებლობდა. ახალი ცვლილებების თანახმად კი, საპარლამენტო არჩევნებში ამომრჩეველთა 4%-იანი მხარდაჭერა 3%-ით შეიცვალა, ხოლო ბლოკში შემავალი პირველი ნომრის ნაცვლად კვალიფიციური სუბიექტის სტატუსი მასში შემავალ ყველა პარტიას მიენიჭა. შესაბამისად, ნაცვლად ადრინდელი 5 სუბიექტისა<sup>3</sup>, 2016 წლის საპარლამენტო არჩევნებზე უფასო სარეკლამო დრო დამატებით 6 სუბიექტზე<sup>4</sup>, ანუ ჯამურად 11-ზე ნაწილდება.

<sup>1</sup> საქართველოს საარჩევნო კოდექსი, მუხლი 3;

<sup>2</sup> საქართველოს საარჩევნო კოდექსი, მუხლი 51 (8);

<sup>3</sup> 1. საარჩევნო ბლოკი "ქართული ოცნება", 2. ბლოკი "ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა", 3. „საქართველოს პატრიოტთა ალიანსი“ 4. „გაერთიანებული დემოკრატიული მოძრაობა“, 5. „საქართველოს ლეიბორისტულ პარტია“.

<sup>4</sup> 1. „საქართველოს რესპუბლიკური პარტია“ 2. „თავისუფალი დემოკრატები“, 3. „ეროვნული ფორუმი“, 4. „საერთველოს კონსერვატიული პარტია“, 5. „მრეწველობა გადაარჩენს საქართველოს“, 6. „საქართველოს ქრისტიან-კონსერვატიული პარტია“.



ბ) კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტებისთვის უფასო სარეკლამო დროის ხანგრძლივობის შემცირება. თუ 2015 წლის მდგომარეობით უფასო სარეკლამო დრო 5 სუბიექტზე ნაწილდებოდა, 2016 წლის მდგომარეობით, კანონით განსაზღვრული თითქმის იდენტური დროის მოცულობა 11 კვალიფიციურ სუბიექტზე ვრცელდება. როგორც ცხრილი 1. უჩვენებს, ეს ვალდებულება ძირითადად 3 ტიპის მაუწყებლებზე ვრცელდება. ესენია: საზოგადოებრივი და სათემო, საერთო ეროვნული და ის მაუწყებლები, რომელთაც უფასო რეკლამის ვალდებულება წარმოეშვათ არჩევნებამდე 30 დღის განმავლობაში, თუ ისინი განათავსებენ იმ საარჩევნო სუბიექტების ფასიან წინასაარჩევნო რეკლამას, რომლებსაც საპარლამენტო და ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოთა საერთო არჩევნების წელს სატელევიზიო რეკლამის განსათავსებლად ბიუჯეტიდან დამატებით გამოეყოფათ დაფინანსება.

ცხრილი 1. უფასო სარეკლამო დროის ხანგრძლივობა მაუწყებლების მიხედვით 2015 და 2016 წლებში.

მაუწყებლები	2015 წელი		2016 წელი	
	კვალიფიციური სუბიექტების რაოდენობა	უფასო სარეკლამო დრო 1კვ. სუბიექტისთვის	კვალიფიციური სუბიექტების რაოდენობა	უფასო სარეკლამო დრო 1კვ. სუბიექტისთვის
საზოგადოებრივი მაუწყებელი, საზ. მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო, სათემო მაუწყებელი	5	60 წმ 1სთ-ში	11	27 წმ 1 სთ-ში
საერთო ეროვნული საეთერო მაუწყებელი	5	არანაკლებ 90 წამი 3სთ-ში	11	40,9 წმ 3სთ-ში
სხვა მაუწყებლები	5	არაუმეტეს 90 წამი 3სთ-ში	11	არაუმეტეს 90 წამი 3სთ-ში

გ) საკონსტიტუციო სასამართლოს გადაწყვეტილება. უფასო სარეკლამო დროსთან დაკავშირებით საარჩევნო კოდექსში 2016 წელს განხორციელებულ ცვლილებებს წინ უსწრებდა საქართველოს საკონსტიტუციო სასამართლოს 2016 წლის 23 მაისის გადაწყვეტილება<sup>5</sup>, სადაც საკონსტიტუციო სასამართლომ საარჩევნო კოდექსის 51-ე მუხლის კონსტიტუციურობაზე იმსჯელა და აღნიშნა, რომ მოქმედი წესი, რომელიც უფასო სარეკლამო დროით სარგებლობის უფლების მქონე სუბიექტებიდან სრულად გამორიცხავს საარჩევნო ბლოკის წევრებს გარდა პირველი ნორმისა, არღვევს საარჩევნო სუბიექტთა თანასწორობის უფლებას და ეწინააღმდეგება საქართველოს კონსტიტუციას. საკონსტიტუციო სასამართლოს განმარტებით, ნორმა ადგენდა გაუმართლებელ დიფერენცირებას იმ პოლიტიკურ სუბიექტებთან მიმართებით, რომლებიც წინა საპარლამენტო და ადგილობრივი თვითმმართველობის პროპორციული წესით ჩატარებულ არჩევნებში გაერთიანებული იყვნენ საარჩევნო ბლოკში და მნიშვნელოვანი მხარდაჭერა მიიღეს, თუმცა არ წარმოადგენდნენ ამ ბლოკის პირველ ნომერს.

## 1.2. ცვლილებები მაუწყებლობის კანონში

ა) სახელმწიფო ენაზე პროგრამების მომზადების ვალდებულება საერთო ეროვნული და ადგილობრივი მაუწყებლებისთვის. 2016 წლის 27 აპრილს პარლამენტმა “მაუწყებლობის შესახებ” კანონში ცვლილებები დაამტკიცა, რომელიც სახელმწიფო ენაზე მაუწყებლობის საკითხებს არეგულირებს.

<sup>5</sup> მოქალაქეთა პოლიტიკური გაერთიანებები „თავისუფალი საქართველო“ და „ახალი მემარჯვენეები“ საქართველოს პარლამენტის წინააღმდეგ. <http://www.constcourt.ge/ge/legal-acts/judgments/mogalageta-politikuri-gaertianebebi-tavisufali-saqartvelo-da-axali-memardjveneebi-saqartvelos-parlamentis-winaagmdag2.page>

კანონის 38<sup>1</sup> მუხლმა 2 ახალი ვალდებულება შემოიტანა: 1) ავტორიზებულ საერთო ეროვნულ ტელემაუწყებლებს პროგრამების საქართველოს სახელმწიფო ენაზე განთავსების ვალდებულება განესაზღვრათ, გარდა კანონმდებლობით ან/და კომისიის მიერ განსაზღვრული გამონაკლისებისა. 2) ავტორიზებულ საერთო ადგილობრივ ტელემაუწყებლებს ბადეში, მათ შორის, საუკეთესო დროს, ახალი ამბებისა და საზოგადოებრივ-პოლიტიკური თემატიკის პროგრამების სახელმწიფო ენაზე განთავსების ვალდებულება გაუჩნდათ, რაც იმას ნიშნავს, რომ თუ ადგილობრივი მაუწყებელი რომელიმე სხვა ენაზე მაუწყებლობდა, მას დამატებით სახელმწიფო ენაზე საინფორმაციო და საზოგადოებრივ-პოლიტიკური პროგრამების გადაცემის ვალდებულებაც წარმოეშვა. რაც შეეხება კანონის პირველ პუნქტში საერთო ეროვნულ მაუწყებლებთან მიმართებით განსაზღვრულ გამონაკლისებს, კანონმდებლობით დადგენილი ასეთი გამონაკლისი შეეხება მაგალითად უცხოურ ენაზე ფილმების სუბტიტრებიტ განთავსებას. რაც შეეხება მარეგულირებელი კომისიის მიერ განსაზღვრულ გამონაკლისებს, ეს წესი კომისიამ 1 ნოემბრამდე, საკანონმდებლო ნორმის ამოქმედების დროისთვის დადგენილებით უნდა განსაზღვროს. ახალი ნორმა არ ვრცელდება იმ მაუწყებლებზე, რომლებიც თავიანთ გადაცემებს საკაბელო, თანამგზავრული, ინტერნეტ თუ სხვა საშუალებებით ავრცელებენ.

**ბ) ციფრული საეთერო ტელემაუწყებლობის მინიმალური ხანგრძლივობის განსაზღვრა.** 27 აპრილს მაუწყებლობის შესახებ კანონში კიდევ ერთი ცვლილება შევიდა, რომლითაც საეთერო სატელევიზიო მაუწყებლობის მინიმალური ხანგრძლივობა განისაზღვრა. კანონის 38 (7,ბ) მუხლის მიხედვით, ეს დრო 12 საათს შეადგენს. ცვლილების მიზანი განმარტებითი ბარათის თანახმად, სიხშირული რესურსის მაქსიმალური გამოყენება და მომხმარებელთა ინტერესების მაქსიმალური დაცვაა. ცვლილებების საფუძვლად ასევე დასახილვებული იყო ციფრულ მულტიპლექსში რიგითობის დადგენისა და მულტიპლექსში ჩართვის საკითხები.

თავდაპირველ ვერსიაში მინიმალური მაუწყებლობის ხანგრძლივობად 16 საათი იყო გათვალისწინებული, თუმცა საბოლოო რედაქციით ეს დრო 12 საათით განისაზღვრა, რათა თავიდან ყოფილიყო არიდებული მაუწყებლებისთვის დამატებითი ფინანსური ვალდებულებები.

აღნიშნული ცვლილება 2016 წლის 1 აგვისტოდან შევიდა ძალაში.

**გ) კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისიის მიერ სანქციის გამოყენების წესი.** "მაუწყებლობის შესახებ" კანონში 27 აპრილს შესულმა ცვლილებებმა ასევე დააკონკრეტა კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისიის მიერ სანქციის გამოყენების წესი.<sup>6</sup> განხორციელებული ცვლილებების შედეგად, კომისიას ეკისრება საკითხის განხილვის ვალდებულება და მაუწყებლის მიერ დარღვევის ფაქტის დადასტურების შემთხვევაში ხდება უფლებამოსილი მაუწყებელი წერილობით გაფრთხილოს. ამასთანავე, შესაბამის მუხლს დაემატა ჩანაწერი, რომ მაუწყებლის მიერ საქართველოს კანონმდებლობის დარღვევის ან კომისიის გადაწყვეტილების შეუსრულებლობის, აგრეთვე ლიცენზიის/ავტორიზაციის პირობების დარღვევის შემთხვევაში, კომისიის მიერ მაუწყებლის მიმართ სანქციის გამოყენების მიზანი დარღვევის აღმოფხვრა ან პრევენცია უნდა იყოს. კომისია მაუწყებელს განუსაზღვრავს გონივრულ ვადას დარღვევის აღმოფხვრისათვის ან პრევენციისათვის ღონისძიებათა განსახორციელებლად.

<sup>6</sup> საქართველოს კანონი „მაუწყებლობის შესახებ“, მუხლი 71 (1);

## 2. ფინანსური და ბიზნეს გარემო

### 2.1. სამაუწყებლო მედიის დეკლარირებული შემოსავლები

**შემაჯამებელი პარამეტრი:** კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისიის ვებ-გვერდზე განთავსებული ფინანსური ანგარიშგების მონაცემების თანახმად, ტელემაუწყებლების შემოსავლებმა 2016 წლის 6 თვეში (1 იანვარი-30 ივნისი) 2015 წელთან შედარებით 1,7 მლნ ლარით იკლო და სულ 41,7 მლნ ლარი შეადგინა. ბაზარზე კვლავ ლიდერობს "რუსთავი 2", რომლის შემოსავალი წინა წლის 6 თვესთან შედარებით 2016 წლის შესაბამის პერიოდში შემცირდა, ხოლო "მაესტროსი" - გაიზარდა. იმ 8 მაუწყებელს შორის, რომელიც ბაზარზე ფინანსური შემოსავლის მხრივ მოწინავე ადგილებზეა, ტვ "ობიექტივი" ერთადერთია, სადაც შემომწირველების ხვედრითი წილი შემოსავლის მნიშვნელოვანი შემადგენელია (2016: 33,1%, 2015: 53,6%). პატრიოტთა ალიანსთან დაკავშირებულ ტვ "ობიექტივს", 2016 წელს შემოსავლები 2015 წლის 6 თვესთან შედარებით 43%-ით გაიზარდა. ტელეკომპანია "პირველის" შემთხვევაში კი, სადაც "იმედიდან" და "მაესტროდან" დათხოვნილი თანამშრომლები გადავიდნენ სამუშაოდ, წინა წლის შესაბამის პერიოდთან შედარებით შემოსავლების ყველაზე მკვეთრი, 78,8%-იანი ზრდის ტენდენცია აღინიშნა. ტელევიზიების მსგავსად წინა წელთან შედარებით კლების ტენდენცია (98 531,77 ლარით) რადიო მაუწყებლების შემოსავალშიც აღინიშნა.

**ტელევიზია.** კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისიის მონაცემების მიხედვით<sup>7</sup>, 2016 წლის I და II კვარტალში (1 იანვარი-30 ივნისი) სატელევიზიო მაუწყებლების შემოსავალმა 41,7 მლნ ლარი შეადგინა. 2015 წლის შესაბამისი პერიოდის მონაცემი კი 43,4 მლნ ანუ 1,7 მლნ ლარით მეტი იყო.

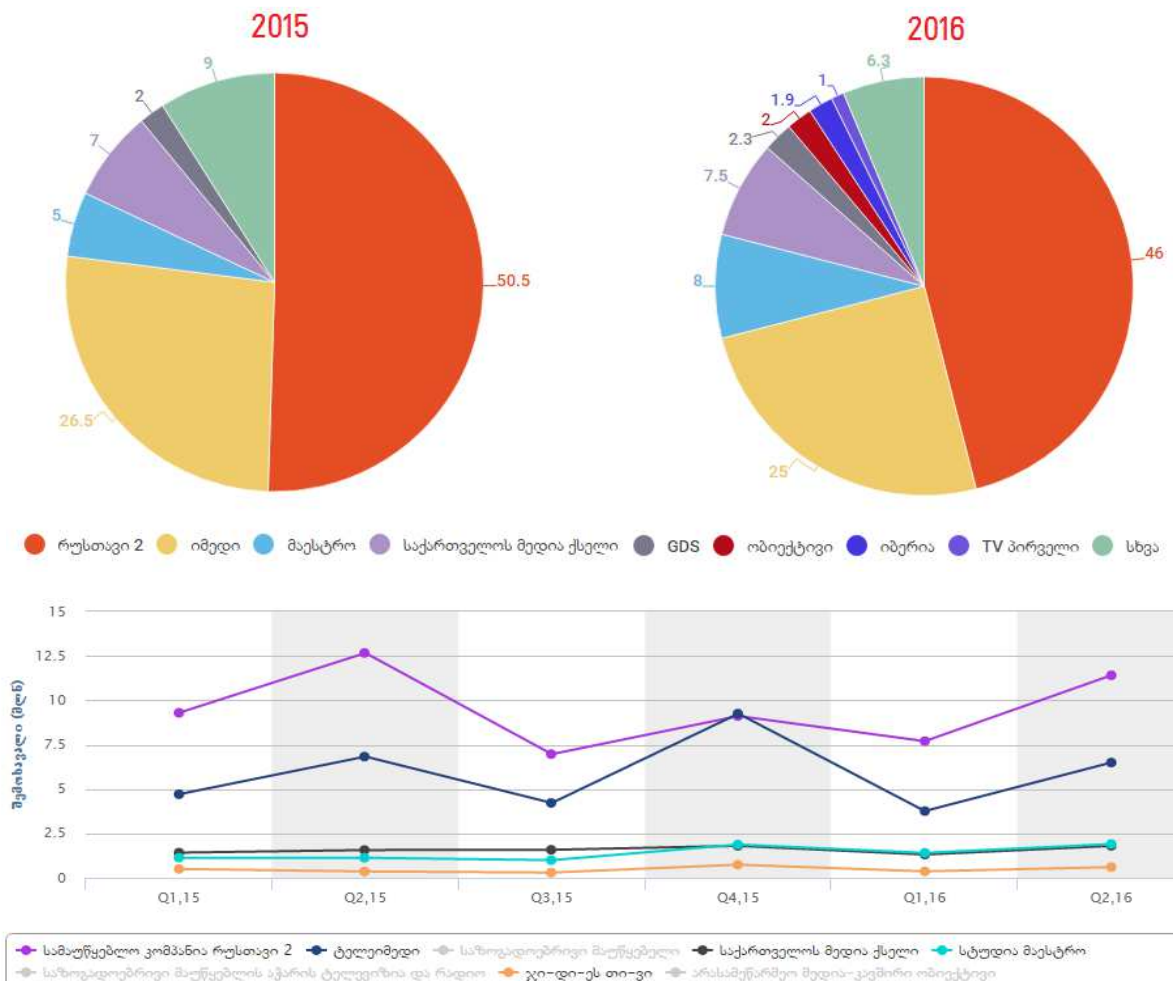
მართალია, 2015 წლის პირველი ნახევრის პერიოდთან შედარებით "რუსთავი 2"-ის შემოსავალმა 2016 წლის შესაბამის პერიოდში 2,8 მლნ-ით იკლო (2015 წ. 1-2კვ: 50,5%, 2016: 49%), მაგრამ იგი მედია ბაზარზე კვლავ დომინირებს. ტელეკომპანია "იმედი" "რუსთავი 2"-ს 21%-ით ჩამორჩება. 2016 წელს მთლიან შემოსავლებში მეორე დიდი ნაციონალური არხის - "იმედის" წილიც შემცირდა 1,3 მლნ ლარით (2015 წ. 1-2კვ: 26,50, 2016: 25%).

2016 წელს ფინანსური შემოსავლები „სტუდია მაესტროსი“ სასარგებლოდ გაუმჯობესდა, რომელმაც 1 მილიონიანი ზრდის (3%) შედეგად ბაზარზე მესამე ადგილი (8%) დაიმკვიდრა. მეტწილად კონტენტის რეალიზების ხარჯზე შედარებით მცირედით (0,5%) გაუმჯობესდა - საქართველოს მედია ქსელის<sup>8</sup> შემოსავალიც (2016 წ. 1-2კვ: 7,5%, 2015: 7%); GDS-ის კი - მხოლოდ 112 557,64 ლარით (0,3%) გაიზარდა (2016 წ. 1-2კვ: 2,3%, 2015: 2%). სტუდია მაესტროსი (3 მლნ) და ტელეკომპანია GDS-ის (657 831,78 ლარი) შემთხვევაშიც შემოსავლის ძირითადი წყარო სატელევიზიო რეკლამა იყო.

<sup>7</sup> ბოლო წვდომა 29 აგვისტო, 2016

<sup>8</sup> საქართველოს მედია ქსელი სილქნეტის შვილობილი კომპანიაა და მისი დამფუძნებლები არიან შპს გლობალ მედია ჯგუფი - GMG (15%) და სს „სილქნეთი“ (85%). სილქნეტმა კომპანია GMG-ის 6 სატელევიზიო არხი პროგრამებისა და გადაცემების უფლებით შეიძინა.

დიაგრამა 2.1.1. ტელევიზიების 2015 და 2016 წლების 6 თვის სატელევიზიო შემოსავლები მედიების მიხედვით



როგორც დიაგრამა 2.1.1-დან ჩანს, 2016 წელს შედარებით მცირე ტელევიზიები შემოსავლის მხრივ ცალკე სუბიექტებად იმკვიდრებენ ბაზარზე თავს. ესენია: იბერია TV - 2,6%, მედია-კავშირი ობიექტივი - 1,7%, ტელეკომპანია პირველი - 1,1%. სხვა ტელევიზიების შემოსავლები კი, რომელშიც რეგიონული მედიაც შედის, ჯამურად 6,3%-ს შეადგენს. აღსანიშნავია, ტელეკომპანია პირველის სარეკლამო შემოსავლების მკვეთრი ზრდა (78,8%), რაც არხზე საზოგადოებრივ-პოლიტიკური გადაცემების დაწყებას შესაძლოა უკავშირდებოდეს (2015, წ. 1-2კვ: 25 926,68; 2016: 352 980,53).

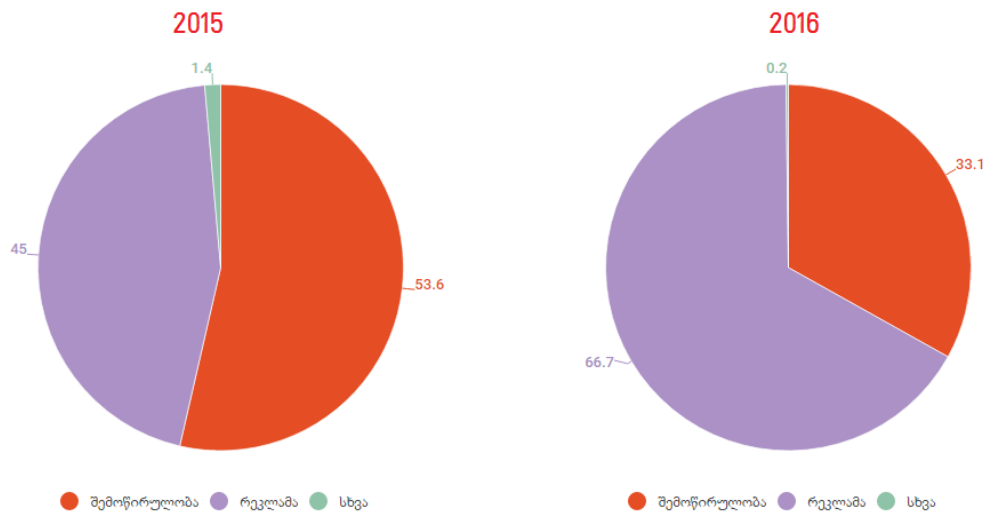
ცხრილი 2.1.1. ტელეკომპანიების შემოსავლების ზრდა

ტელევიზიები	2015	2016	ზრდა
ტელეკომპანია პირველი	93 308,04	438 312,44	78,7%
იბერია-TV	286 846,83	799 155,91	64,1%
მედია-კავშირი ობიექტივი	463 899,27	813 968	43%



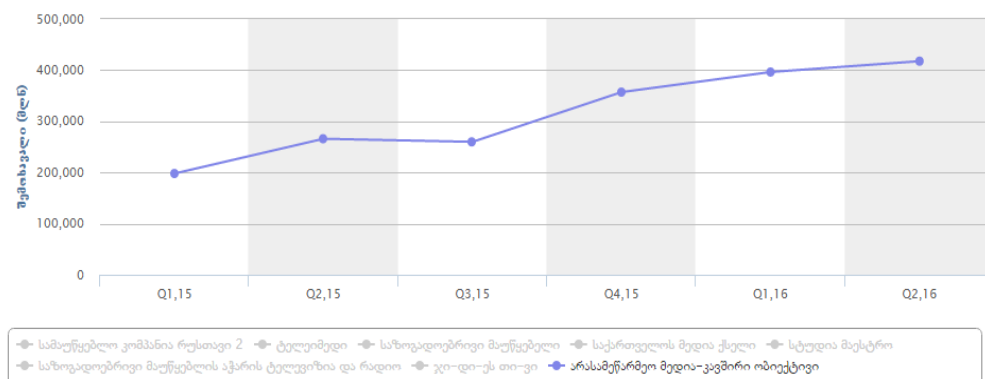
**“ობიექტივის” შემომწირველები.** ტელეკომპანიების შემოსავლების ძირითად წყაროს რეკლამა, სპონსორობა და საეთერო დროის გაყიდვა წარმოადგენს. დიაგრამა 2.1.2-ზე გამოსახული იმ 8 ტელეკომპანიიდან, რომლებიც შემოსავლის ყველაზე მაღალი მაჩვენებლით გამოირჩევიან, მედია-კავშირი “ობიექტივი” ერთადერთი ტელევიზიაა, რომლის შემოსავლის მნიშვნელოვან წყაროს (33,1 %) შემოწირულობები წარმოადგენს. 2015 წლის პირველ 6 თვეში ტელეკომპანიის შემოწირულობები 53,6% იყო, ხოლო 2016 წლის შესაბამის პერიოდში ამ მაჩვენებელმა 33,1% შეადგინა. ამასთან 5,4 % “ობიექტივის” მფლობელის შემოწირულობაა, ხოლო 27,7 % - სხვა პირების.

დიაგრამა 2.1.2. მედია-კავშირ “ობიექტივის” 2015 და 2016 წლის I და II კვარტლების შემოსავლის წყაროები



აღსანიშნავია ისიც, რომ ტელეკომპანია ობიექტივის მთლიანი შემოსავალი 2015 წლის პირველ ორ კვარტალთან შედარებით 2016 წელს 1,7-ჯერ გაიზარდა და 813 968 ლარი შეადგინა. 2015 წელთან შედარებით 2016 წელს ობიექტივის შემოსავლებში შემოწირულობების ხვედრითი წილი 20,5 %ით შემცირდა, ხოლო სარეკლამო შემოსავალი გაორმაგდა, რაც შესაძლოა, 2016 წლის საპარლამენტო არჩევნებს და ბაზარზე პოლიტიკური რეკლამის შემოძინებას უკავშირდებოდეს. მედია-კავშირი “ობიექტივი” პოლიტიკურ გაერთიანება “პატრიოტთა ალიანსთან”<sup>9</sup> დაკავშირებული საშუალებაა. 2016 წლის 8 ივნისიდან - 9 აგვისტომდე პერიოდში აუდიტის სამსახურში წარდგენილი ფინანსური დეკლარაციის თანახმად, პატრიოტთა ალიანსს ყველაზე მეტი ღირებულების რეკლამა (120 000 ლარი) სწორედ “ობიექტივში” აქვს განთავსებული (დეტალურად იხ. გვ 38).

დიაგრამა 2.1.3. “ობიექტივის” შემოსავლების ზრდის დინამიკა 2015 და 2016 წლის I და II კვარტლი



<sup>9</sup> <http://mediameter.ge/ge/media-profiles/obiectivi>

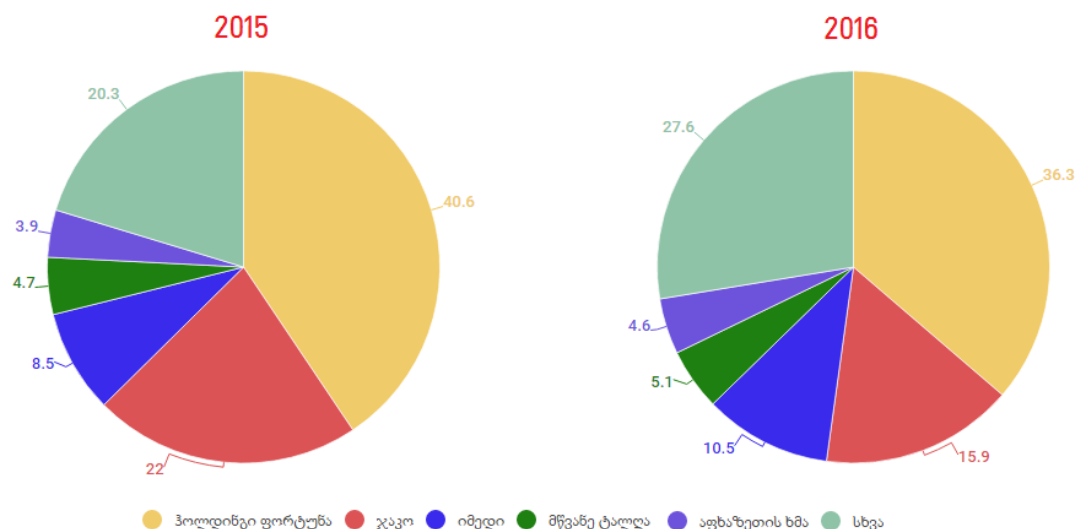
მედია-კავშირი ობიექტი	2015	2016
რეკლამა	208 363 ლარი	542 944 ლარი
შემოწირულობები	248 945 ლარი	269 637 ლარი
სხვა	6 591.27 ლარი	1 387 ლარი
ჯამი	463 899.27 ლარი	813 968 ლარი

**რადიომუწყებლები.** 2016 წლის I და II კვარტალში (1 იანვარი-30 ივნისი) რადიოების შემოსავალმა 2015 წელთან შედარებით 98 531,77 ლარით იკლო და 5 829 152,44 ლარი შეადგინა. 2015 წლის შესაბამისი პერიოდის მონაცემი კი 5 927 684.21 ლარი იყო.

2016 წლის მსგავსად ბაზარზე კვლავ რადიო ჰოლდინგი ფორტუნა დომინირებდა, რომლის შემოსავალმა 2 113 545 ლარი შეადგინა. თუმცა 2015 წლის იმავე პერიოდთან შედარებით კომპანიის შემოსავალმა 4,3%-ით იკლო (2015 წ. 1-2კვ: 40,6%, 2016: 36,3%). შემდეგ ადგილზეა კორტესი-გიდაგო (რადიო ჯაკო) 925125,07, რომლის შემოსავლების მნიშვნელოვან წყაროს 86,3% კონტენტის რეალიზება შეადგენს.

2016 წლის პირველ ნახევარში წინა წელთან შედარებით შემოსავლები 3 რადიოს გაეზარდა: ყველაზე დიდ ზრდა - 2%-ით რადიო იმედის (613 185 ლარი) შემთხვევაში აღინიშნა, მას მოსდევს აფხაზეთის ხმა 0,7%-ით ( 44060,75 ლარით ) და მწვანე ტალღა 0,4%-ით (297 415,2 ლარი).

დიაგრამა 2.1.4. 2015 და 2016 წლების 6 თვის შემოსავლები რადიოების მიხედვით



**ფინანსური დეკლარირების ვალდებულება.** საზოგადოებრივ მაუწყებელსა და საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიას შემოსავლების შესახებ სტატისტიკური ანგარიშგების ფორმების კომისიისათვის წარდგენა მხოლოდ კომისიის 2016 წლის 11 თებერვლის გადაწყვეტილებით<sup>10</sup> დაევადა.

აღნიშნულ გადაწყვეტილებამდე, სტატისტიკური ანგარიშგების ფორმების წარდგენის ვალდებულება ელექტრონული კომუნიკაციების სფეროში ავტორიზებულ/ლიცენზიის მფლობელ პირებს, აგრეთვე მაუწყებლობის სფეროში ლიცენზიის მფლობელ პირებს ჰქონდათ.<sup>11</sup> კომისიის 2016 წლის 11 თებერვლის გადაწყვეტილებით კი, ფინანსური ანგარიშგების ეს ვალდებულება ელექტრონული კომუნიკაციების სფეროში ავტორიზებულ/ლიცენზიის მფლობელ პირებთან

<sup>10</sup> <http://gncc.ge/ge/legal-acts/commission/solutions/2016-95-19.page>

<sup>11</sup> <http://gncc.ge/ge/legal-acts/commission/solutions/2011-144-22.page>

ერთად, ყველა მაუწყებელს გაუჩნდა, შესაბამისად, საზოგადოებრივ მაუწყებელს და საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიას, რომლებიც არ წარმოადგენენ ავტორიზებულ/ლიცენზიის მფლობელ პირებს.

## 2.2. სარეკლამო ბაზრის გადანაწილება

**შემაჯამებელი პარაგრაფი:** 2013 წლამდე სარეკლამო გაყიდვებში არსებული მონოპოლია 2016 წლიდან დუოპოლიით შეიცვალა.

სარეკლამო შემოსავლების დიდი წილი ბაზარზე 2 მთავარ მოთამაშეს - "რუსთავი 2"-სა და "იმედს" - შორის არის გადანაწილებული.

მედიაში გავრცელებული ინფორმაციით<sup>12</sup>, ტელეკომპანია "იმედმა" ერთი წლით ტელეკომპანია "მეგისტროს" სარეკლამო დროის 100% იყიდა და ამ გარიგებაში 4 მილიონი დოლარი გადაიხადა. სტუდია "მეგისტრომ" ასეთი გარიგების ფაქტი დაადასტურა. იმედი ასევე ყიდის GDS-ის სარეკლამო დროს.

მეორე კომპანია Intermedia "რუსთავი 2"-ის, "მარაო"-სა და "კომედი არხი"-ს სარეკლამო დროს ყიდის, ასევე ნაწილობრივ - "კავკასიისა" და ტვ "პირველის" სარეკლამო დროს.

საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველოს კვლევის<sup>13</sup> თანახმად, ადრე არსებული მონოპოლია დუოპოლიით შეიცვალა, როდესაც რეკლამის დამკვეთისათვის, რომელსაც სურს, ქვეყნის მასშტაბით აწარმოოს სარეკლამო კამპანია, დე ფაქტო რთულია, გვერდი აუაროს „იმედს“ ან Intermedia-ს.

2010 წლიდან 2013 წლამდე კი „რუსთავი 2“-ის, „იმედისა“ და რამდენიმე სხვა არხის რეკლამას ექსკლუზიურად General Media ყიდდა.

## 2.3. სატელევიზიო რეიტინგების გაზომვი ახალი კომპანიის გავლენა მედია ბაზარზე

**შემაჯამებელი პარაგრაფი:** 2016 წელს ბაზარზე სატელევიზიო რეიტინგების ახალი გამომომი გამოჩნდა, რომლის ფინანსების გამჭვირვალობასთან დაკავშირებით რამდენიმე ტელევიზია ეჭვებს გამოთქვამს და მას ყოფილ პრემიერ-მინისტრს ბიძინა ივანიშვილს უკავშირებს. გამოითქვა ასევე ეჭვები იმასთან დაკავშირებით, რომ საბიუჯეტო ორგანიზაციების - საზოგადოებრივი მაუწყებლისა და კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისიის - ტენდერები ახალი კომპანიის TMI-ის პირობებზე იყო მოწყობილი.

2016 წლიდან სატელევიზიო რეიტინგების ბაზარზე სატელევიზიო აუდიტორიის გამომომი ახალი კომპანია შპს „ტრი მედია ინტელიჯენსი“ (TMI) შემოვიდა, რომელიც საერთაშორისო კომპანია Kantar Media-ს ოფიციალური ლიცენზიანტია.

ბაზარზე ახალი მოთამაშის შემოსვლამ 2 კომპანიას შორის სატელევიზიო რეიტინგებით მომსახურე ტელევიზიების მიგრაცია გამოიწვია. ბაზარზე მოქმედი მეორე კომპანიის TVMR საქართველოს მომსახურება, რომელიც საერთაშორისო კომპანია Nielsen-ის ოფიციალური ლიცენზიანტია, 2016 წელს შვიდმა ტელევიზიამ - *რუსთავი 2*, *კომედი არხი*, *მარაო*, *ტაბულა ტვ*, *ტვ პირველი*, *კავკასია* და *მიუზიკ-ბოქსი* - შეინარჩუნა<sup>14</sup>. სარეკლამო კომპანიებიდან კი Inter Media Plus-მა და 16-მა სარეკლამო სააგენტომ.

<sup>12</sup> <http://www.bpn.ge/finansbi/19134-qimedmaq-qmaestrosq-sareklamo-dro-iyida.html?lang=ka-GE>

<sup>13</sup> საქართველოს სარეკლამო ბაზარი (2016).

[http://www.transparency.ge/sites/default/files/post\\_attachments/sakartvelos\\_sareklamo\\_bazari\\_2016.pdf](http://www.transparency.ge/sites/default/files/post_attachments/sakartvelos_sareklamo_bazari_2016.pdf)

<sup>14</sup> [http://www.tvmr.ge/ka#!ka/tv\\_channels](http://www.tvmr.ge/ka#!ka/tv_channels)

TMI-ს დამკვეთების შესახებ ინფორმაციის ოფიციალური ვებ-გვერდიდან მოპოვება ვერ მოხერხდა, რადგან 2016 წლის 23 სექტემბრის მდგომარეობით საიტი არ ფუნქციონირებს.<sup>15</sup> საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველოს ივნისის მონაცემებით<sup>16</sup>, TMI-ს მომსახურებით 15 სატელევიზიო არხი, მათ შორის „იმედი“, GDS, „მაესტრო“, „საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებელი“ (1-ლი არხი, მე-2 არხი, აჭარის ტელევიზია), „პალიტრა News“, „ობიექტივი“, Silk-ი, Starvision-ი და „ენკიბენკი“, ასევე ათამდე სარეკლამო სააგენტო სარგებლობს.

სატელევიზიო რეიტინგების შესყიდვაზე საბიუჯეტო დაფინანსების მქონე 2 ორგანიზაციის – კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისია და საზოგადოებრივი მაუწყებელი – მიერ ჩატარებული ტენდერები, რომლებშიც TMI-მ გაიმარჯვა, TVMR-ის მენეჯმენტმა საეჭვოდ მიიჩნია, შემდეგ გარემოებათა გამო:

- საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა სატენდერო პირობები, რომლითაც 2016 წელს სატელევიზიო რეიტინგების გამომი კომპანია უნდა გამოვლენილიყო, წინა წლებისგან გასწავებით, შეცვალა. კერძოდ, გაიზარდა ფიფქმეტრებისა რაოდენობა (21,21%-ით), ასევე შესყიდვის ღირებულება (30,43%-ით). თუკი საზოგადოებრივი მაუწყებელი მანამდე ტენდერში მონაწილე კომპანიისგან საერთაშორისო აუდიტის დასკვნას ითხოვდა, 2015 წელს სატენდერო პირობებში ეს მოთხოვნა აღარ ფიგურირებს. ამასთანავე სატენდერო პირობებში გაჩნდა ახალი ტექნოლოგიური პირობა – აუდიტორიის გაზომვა დროში წანაცვლებული ყურებადობის შესაძლებლობით (გადახვევით) – რაც ახალი კომპანიის TMI-ს შესაძლებლობებთან იყო მორგებული.
- TVMR-ის აზრით, კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისიის მიერ ჩატარებული ტენდერი ბადაებს ეჭვებს, ხომ არ ატარებდა ის ფიქტიურ ხასიათს, რადგან ერთი მხრივ ბადაების საბჭომ TMI-ს დისკვალიფიკაცია დაბალი ფასის (1 000 ლარი), ხოლო მეორე მხრივ TVMR-ის დისკვალიფიკაცია იმ მოტივით მოახდინა, რომ სხვა კომპანიასთან გაფორმებული ხელშეკრულების ფასი სატენდერო წინადადებაზე (12 500) ორჯერ მაღალი იყო. საბოლოოდ კი ტენდერში TMI-მ გაიმარჯვა<sup>17</sup>.

**TMI:** TMI 2014 წლის 13 ოქტომბერს დარეგისტრირდა. კომპანიის 50-50% წილის მესაკუთრეები მერაბ ფაჩულია და გიორგი თევდორაშვილი არიან. თავის მხრივ, მერაბ ფაჩულია საქართველოს საზოგადოებრივი აზრისა და ბიზნესის კვლევის საერთაშორისო ცენტრის GORBI-ის 70%-იანი წილის მფლობელია. TMI-ს მიმართ გარკვეულ მედია საშუალებებს შეკითხვები ფინანსების გამჭვირვალობასთან დაკავშირებით აქვთ და აღნიშნულ კომპანიას ყოფილი პრემიერის, ბიძინა ივანიშვილის სახელს უკავშირებენ<sup>18</sup>. პრეტენზიები გამოითქმის ასევე ერთ-ერთი დამფუძნებლის – გიორგი თევდორაშვილის ინტერესთა კონფლიქტთან დაკავშირებით, რომელიც „პალიტრა ჰოლდინგში“ შემავალ კომპანიებში (IPN – 12%, ელვა.ge – 25%, ბიბლიუსი – 10%) წილებს ფლობს. „პალიტრა ჰოლდინგში“ შედის ტელეკომპანია PALITRANEWS (შპს პალიტრა TV), რაც ინტერესთა კონფლიქტს განაპირობებს. გიორგი თევდორაშვილი ინტერესთა კონფლიქტს იმ მოტივით უარყოფს, რომ ის უშუალოდ ტელევიზიაში წილებს არ ფლობს.

**TV MR საქართველო:** TV MR საქართველო 2004 წელს დაფუძნდა და სატელევიზიო აუდიტორიის გაზომვებს 2005 წლიდან ახორციელებს. კომპანიის დირექტორი ნინო გოგოლაძეა, 100 პროცენტისა წილის მფლობელი კი დიდ ბრიტანეთსა და ჩრდილოეთ ირლანდიის გაერთიანებული სამეფოში რეგისტრირებული „კომანდიტური საზოგადოება თი-ვი ემ-არ“-ია. შპს TV MR

<sup>15</sup> <http://tmi.ge/>, ბოლო წვდომა 23 სექტემბერი, 2016 წელი;

<sup>16</sup> [http://www.transparency.ge/sites/default/files/post\\_attachments/sakartvelos\\_sareklamo\\_bazari\\_2016.pdf](http://www.transparency.ge/sites/default/files/post_attachments/sakartvelos_sareklamo_bazari_2016.pdf)

<sup>17</sup> <http://www.tvmr.ge/ka#!ka/news/50>

<sup>18</sup> 2016 წლიდან სატელევიზიო რეიტინგების ბაზარზე ახალი კომპანია შემოდის, 7 დეკემბერი, 2015, მედიის განვითარების ფონდი. [http://mdfgeorgia.ge/geo/view\\_news/411](http://mdfgeorgia.ge/geo/view_news/411)

ნინო ჯანგირაშვილი, ტვ „კავკასიას“ დირექტორი: „ძველი TV MR არის არაობიექტური, არაკვალიფიციური, პრობლემური წლების მანძილზე. ეს ახალი, როგორც მე ვხვდები, ბიძინასა [ბიძინა ივანიშვილი - საქართველოს ყოფილი პრემიერ მინისტრი]. ასე რომ, ძველი შემჯავს თუ მგლისფერი ტურა ჩემთვის სულ ერთია - ასე ვუყურებ ამ საკითხს. ერთი არასწორად შემოვიდა ბაზარზე და მეორეც, არცერთი არ მოუწვევია ინდუსტრიულ კომიტეტს, არც TV MR თავის დროზე და არც „კანტარ მედია“ ახლა. „თვითონ ჩადეს ფული“ და დაიწყო გაზომვები.“



საქართველო და გოჩა ცქიტიშვილი კი 50-50% წილს ფლობენ შპს აი-ფი-ემ მონიტორინგი-ში. ამ კომპანიის დირექტორიც ნინო გოგოლაძეა. გოჩა ცქიტიშვილი კი ასევე ფლობს წილს შპს „მედია მონიტორინგში“ (100%).

2014 წლის თებერვალში ფინანსთა სამინისტროს შემოსავლების სამსახურმა TV MR საქართველოში შემოწმება დაიწყო და კომპანიისგან იმ 330 ოჯახის სახელებისა და მისამართების სია მოითხოვა, სადაც სატელევიზიო აუდიტორიის გაზომვების მოწყობილობა ეყენა. TVMR საქართველომ უარი განაცხადა აღნიშნული ინფორმაციის გადაცემაზე იმ მოტივით, რომ საქმე კონფიდენციალურ მონაცემებს ეხებოდა და მისი გამჟღავნება კომპანიის სანდოობასა და რეიტინგს ზიანს მიაყენებდა. შემოსავლების სამსახურმა ამის შემდეგ „TV MR საქართველოს“ აქტივების აუდიტი დაიწყო. 20 მარტს „TV MR საქართველომ“ მუშაობა შეწყვიტა, იმ მოსაზრებით, რომ აუდიტი ხელს უშლიდა მის ფუნქციონირებას. არასამთავრობო ორგანიზაციებმა ეს ქმედება სარეკლამო ბაზრის გადანაწილების მცდელობად შეაფასეს.

აღნიშნული ფაქტი ადამიანის უფლებების შესახებ ამერიკის შეერთებული შტატების სახელმწიფო დეპარტამენტის 2014 წლის ანგარიშშიც მოხვდა.

## 2.4. მედიაში საბიუჯეტო თანხების განაწილების კრაქტიკა

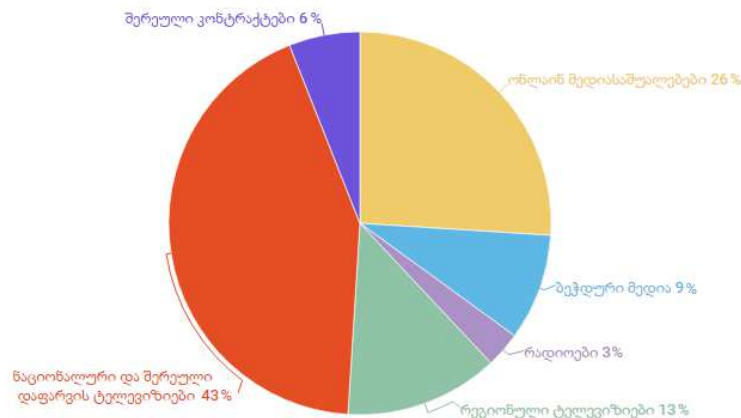
**შემაჯამებელი პარაგრაფი:** 2016 წლის 8 თვეში (1 იანვარი - 30 აგვისტო) 2015 წელთან შედარებით 45%-ით გაიზარდა ონლაინ მედიასთან საინფორმაციო და სარეკლამო მომსახურებაზე საბიუჯეტო ორგანიზაციების მიერ გაფორმებული კონტრაქტები. ონლაინ და ბეჭდურ მედიაში დაფინანსებული შინაარსის სარედაქციო მასალებისგან გამიჯვნა უმეტეს შემთხვევებში არ ხდება. რეგიონულ ტელევიზიებთან გაფორმებული ზოგიერთი კონტრაქტი კი სარედაქციო დამოუკიდებლობაში ჩარევის ფორმალიზებას წარმოადგენს.

**ერთიანი მონაცემები:** 2016 წლის 8 თვის (1 იანვარი - 30 აგვისტო) მონაცემებით<sup>19</sup>, საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა სარეკლამო და საინფორმაციო მომსახურების მიზნით მედია საშუალებებთან 4 883 201 ლარის ღირებულების მომსახურების კონტრაქტი გააფორმეს. აღნიშნული თანხის 43 % (2 080 721) ნაციონალური და შერეული დაფარვის<sup>20</sup> ტელევიზიებზე მოდის, 13 % (662 323) - რეგიონულ ტელევიზიებზე, 26 % (1 282 370) - ონლაინ მედიაზე, 9 % - ბეჭდური მედია (442 092), 3 % (137 008) - რადიოზე; 6 % (278 686) - შერეულ კონტრაქტებზე გადანაწილდა, რომლებიც სხვადასხვა ტიპის მედია საშუალებებს მოიცავს. ვინაიდან გარკვეული კონტრაქტების საფუძველზე შეუძლებელია იდენტიფიცირება, კონკრეტულად რომელი ტიპის მედიას გადაერიცხა თანხა, ჩვენ ეს მონაცემი ცალკე კატეგორიად “შერეულ კონტრაქტებად” გამოვყავით.

<sup>19</sup> მონაცემები არასრულია, რადგან ზოგიერთ შემთხვევაში სამინისტროებს დაქვემდებარებული სხვადასხვა იურიდიული პირები, ასევე სახელმწიფოს მიერ დაფუძნებული საჯარო უფლებამოსილების მატარებელი ცალკეული უწყებები, ინფორმაციის გასაჯაროვებას თავს არიდებენ.

<sup>20</sup> შერეული დაფარვის მაუწყებლებში გაერთიანებულია ის ტელევიზიები, რომლებიც ციფრულ პლატფორმაზე გადასვლის შემდეგ ერთდროულად სხვადასხვა რეგიონებს ფარავენ.

დიაგრამა 2.4.1. საბიუჯეტო კონტრაქტების გადანაწილება მედია საშუალებების ტიპოლოგიის მიხედვით, 2016 (1 იანვარი -30 აგვისტო)

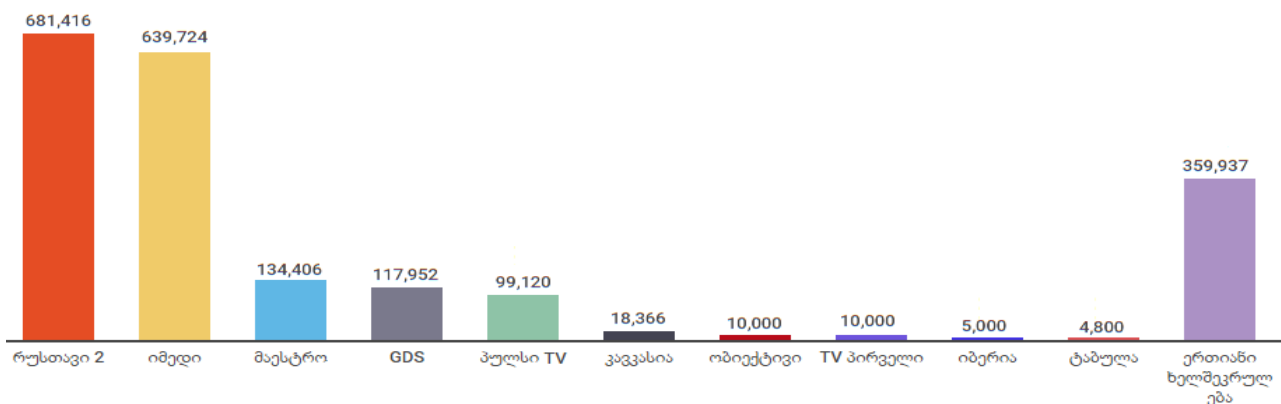


2015 წლის საბიუჯეტო სარეკლამო და საინფორმაციო მომსახურებასთან შედარებით 2016 წლის 8 თვეში მკვეთრად არის გაზრდილი (45%-ით) ონლაინ მედიასთან გაფორმებული კონტრაქტების ღირებულება ( 2016, 1 იანვარი - 30 აგვისტო: 1 284 170ლარი; 2015: 883 566); შედარებით მცირედი ზრდა, დაახლოებით 3% აღინიშნა რადიოების შემთხვევაში (2016 წ, 1 იანვარი - 30 აგვისტო:133 283; 2015: 137 008).

**მაუწყებლები.** 2016 წლის რვა თვეში საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა ტელევიზიებთან 2 743 045 ლარის ხელშეკრულება გააფორმეს. მათი დიდი წილი - 2 080 722 ლარი ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიებზე მოდის, რეგიონულზე კი - 662 323 ლარი.

**ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიები.** სატელევიზიო რეკლამის ყველაზე დიდი წილი - 681 416 ლარი - რუსთავი 2-ზე მოდის, რომელსაც ოდნავ ჩამორჩება იმედი - 639 724 ლარი. სხვა ტელეკომპანიებს შორის კი საბიუჯეტო რეკლამა შემდეგნაირად გადანაწილდა: მაესტრო - 134 406; GDS - 117 952; პულსი ტვ - 99 120; კავკასია - 18 366; ობიექტივი - 10 000; ტელეკომპანია პირველი - 10 000; იბერია - 5 000 ლარი; ტაბულა - 4 800 ლარი. შპს თბს ტვ-სა და იუსტიციის სამინისტროს შორის გაფორმებული ხელშეკრულება (რუსთავი 2-ზე, იმედზე, მაესტროსა და GDS-ზე 359 937 ლარის მომსახურების შეძენა) არ იძლეოდა იმის იდენტიფიცირების შესაძლებლობას, თუ რომელ მედია საშუალებაში, რა თანხა გადანაწილდა და ეს შესყიდვა “ერთიანი ხელშეკრულებების” კატეგორიაში მოხვდა.

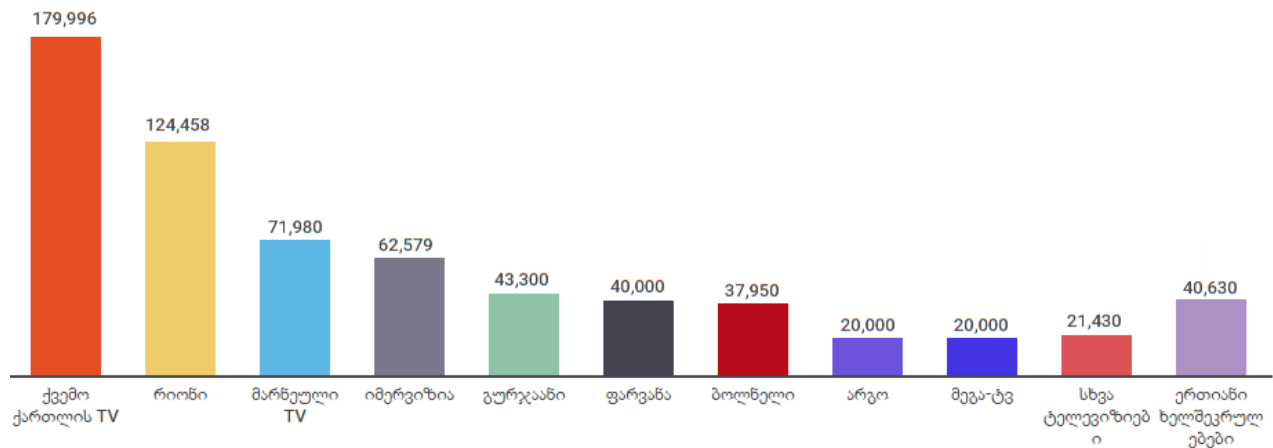
დიაგრამა 2.4.2. საბიუჯეტო რეკლამის გადანაწილება ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიებში, 2016 (1 იანვარი -30 აგვისტო)



**რეგიონული ტელევიზიები.** რეგიონულ ტელევიზიებთან გაფორმებული სარეკლამო და საინფორმაციო ხელშეკრულებების 94% ადგილობრივ მუნიციპალიტეტებსა და მათ დაქვემდებარებულ უწყვეტებზე მოდის.

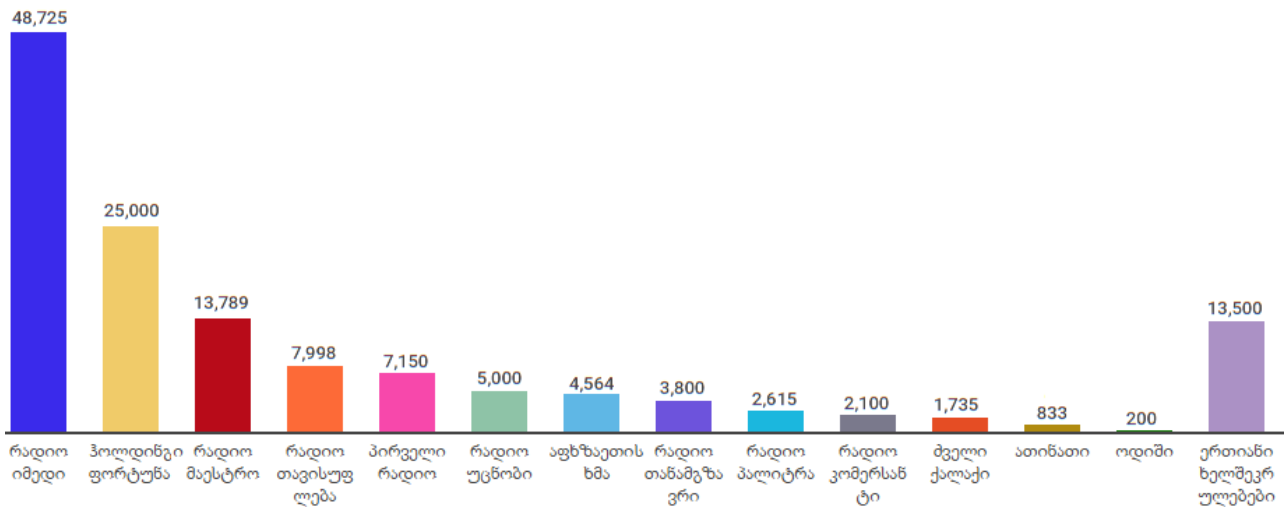
რეგიონულ მაუწყებლებს შორის ყველაზე დიდი თანხა 2015 წლის მსგავსად კვლავ ქვემო ქართლის ტელევიზიას აქვს მიღებული (179 996 ლარი), რომლის შემოსავლის 100%-ს 2015 წელს საბიუჯეტო შემოსავალი შეადგენდა, რაც გარკვეულწილად სუბსიდირების სახეს ატარებდა. ქვემო ქართლის ტელევიზიას მოსდევს ტელეკომპანია რიონი (იმერეთი) (124 458) და მარნეულის ტელევიზია (71 980), რომლის საბიუჯეტო რეკლამა 2015 წელთან შედარებით მნიშვნელოვნად გაზრდილია (2015: 31 725). სხვა რეგიონულ ტელევიზიებში შემდეგი ვითარება იკვეთება: „იმერვიზია“ – 62 579, „გურჯაანი“ – 43 300; „ფარვანა“ – 40 000; „ბოლნელი“ – 37 950; „არგოსა“ და „მეგა-ტვ“-ს იდენტური მაჩვენებელი აქვთ – 20 000 ლარი; სხვა ტელევიზიებმა („ჯიხა“; „კოლხეთი 89“; „ოდიში“; „ეგრისი“; „მეცხრე ტალღა“; „ბორჯომი“) ჯამში 21 430 ლარის სარეკლამო მომსახურება მიიღეს. ერთიანი ხელშეკრულებით (ერთდროულად რამდენიმე კომპანია) კი 40 630 ლარის მომსახურების გაწევა იყო გათვალისწინებული.

დიაგრამა 2.4.3. საბიუჯეტო რეკლამის გადანაწილება რეგიონულ ტელევიზიებში, 2016 (1 იანვარი -30 აგვისტო)



**რადიოები.** რადიომაუწყებლებიდან ყველაზე მეტი ღირებულების საბიუჯეტო კონტრაქტი რადიო იმედმა მიიღო (48 725 ლარი), რომელსაც მოსდევს ჰოლდინგი ფორტუნა (ფორტუნა, ფორტუნა +, არ დაიდარდო, ავტო რადიო) – 25 000 ლარი, რადიო მასტრო – 13 789, რადიო თავისუფლება – 7 998, პირველი რადიო – 7 150; რადიო უცნობი – 5 000; აფხაზეთის ხმა – 4 564; რადიო თანამგზავრი (შპს მომხმარებელთა საყურადღებოდ) – 3 800; რადიო პალიტრა – 2 615, კომერსანტი – 2 100, რადიო ძველი ქალაქი – 1 735, ათინათი – 833, ოდიში – 200; ერთიანი ხელშეკრულებით კი 13 500 ლარის ღირებულების მომსახურების შესყიდვა ერთდროულად რამდენიმე რადიოსთან განხორციელდა.

დიაგრამა 2.4.4. საბიუჯეტო რეკლამის გადანაწილება რადიოებში, 2016 (1 იანვარი - 30 აგვისტო)



**რეგიონულ მაუწყებლებთან გაფორმებული ხელშეკრულების პირობები.** საჯარო დაწესებულებებსა და რეგიონულ ტელევიზიებს შორის გაფორმებულ ხელშეკრულებებში ვხვდებით ისეთ პირობებს, რომლებიც თავისი შინაარსით სარედაქციო დამოუკიდებლობაში ჩარევას წარმოადგენს. ცხრილი 2.4.1-ში რამდენიმე ასეთი მაგალითია მოცემული.

ცხრილი 2.4.1. ადმინისტრაციული ორგანოების მიერ დაფინანსებული სიუჟეტები და გადაცემა

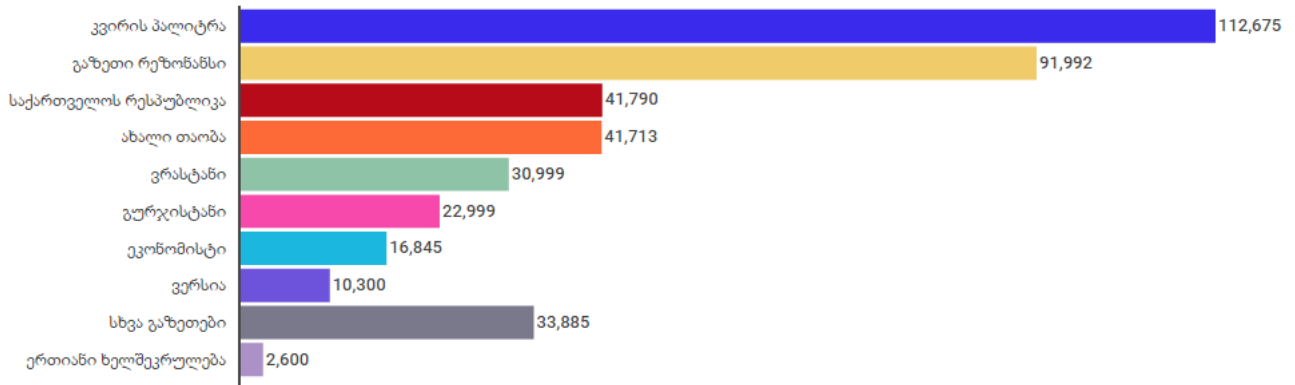
ადმინისტრაციული ორგანო	ტელეკომპანია	მომსახურება
ჩხოროწყუს მუნიციპალიტეტი	კოლხეთი 89	საბიუჯეტო, ან სხვა სახსრებით დაფინანსებული სახელმწიფოებრივი ან ადგილობრივი მნიშვნელობის პროექტების, სამშენებლო და სხვა სახის სამუშაოების შესრულების მდგომარეობის ასახვაზე და მუნიციპალიტეტის საკრებულოსა და გამგეობის მიერ მიწოდებული განცხადებებისა და ინფორმაციების გამოქვეყნება.
ზუგდიდის მუნიციპალიტეტი	ოდიში	შემსყიდველის მიერ განხორციელებული და განსახორციელებელი პროექტების შესახებ ინფორმაციის გაშუქება; სიუჟეტის მომზადება და გაშუქება
ხონის მუნიციპალიტეტი	მეგა-ტვ	სხდომების გაშუქება, დაგეგმილი და განხორციელები პროგრამების შესახებ სიუჟეტების მომზადება.
გესტაფონის მუნიციპალიტეტი	არგო	მუნიციპალიტეტის მიერ დაგეგმილი და განსახორციელებელი პროექტების შესახებ სიუჟეტების მომზადება და ეთერში განთავსება; პირდაპირი ეთერი, გამოსვლა, ინტერვიუ.
ქალაქ ქუთაისის მუნიციპალიტეტის მერია	რიონი	მინიმუმ 90 წუთიანი გადაცემის მომზადება და გაშვება თვეში ოთხჯერ 6 თვის განმავლობაში; მოქალაქის ეთერში მოწვევა; სიუჟეტის მომზადება მოქალაქეების პრობლემების შესახებ; მეორე დღეს გადაცემის გამეორება; გადაცემის დაანონსება; ვიდეო ჩანაწერების დაარქივება.
ქალაქ რუსთავის მუნიციპალიტეტი	ქვემო ქართლის ტელევიზია	მერის და საკრებულოს საქმიანობის შესახებ სიუჟეტების მომზადება და საინფორმაციო გამოშვებაში გაშვება.

**ბეჭდვითი მედია.** ბეჭდვითი მედიიდან ყველაზე დიდი ღირებულების ხელშეკრულება - 112 675 ლარი - გაზეთ „კვირის პალიტრასთან“ გაფორმდა, შემდეგ ადგილზეა „რეზონანსი“ - 91 992, „საქართველოს რესპუბლიკა“ - 41 790, „ახალი თაობა“ - 41 713, „ვრასტანი“ - 30 999, „გურჯისტანი“



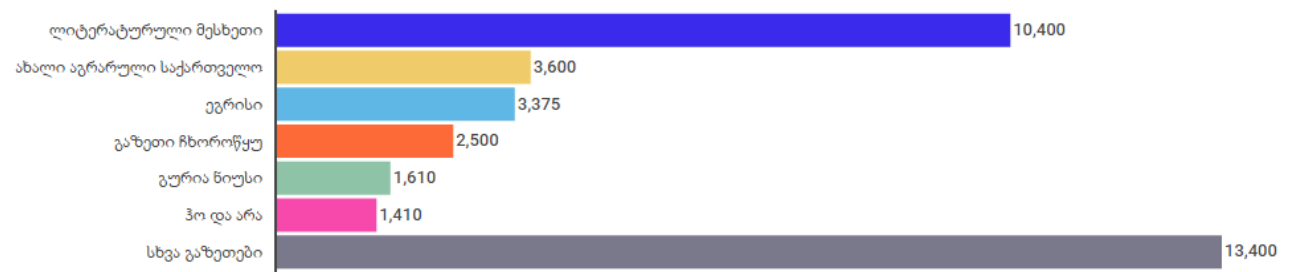
– 22 999, „ეკონომისტი“ -16 845, „ვერსია“ -10 300, რამდენიმე მედია საშუალებასთან გაფორმებული ერთიანი ხელშეკრულებების ღირებულება კი 2 600 ლარი იყო. კატეგორიაში „სხვა“ ის გაზეთებია გაერთიანებული, რომელთა კონტრაქტები 9 ათას ლარზე ნაკლებია („ფოკუსი“, „პრაიმ თაიმი“, საქართველოს რკნიგზის ჟურნალი, ჯორჯია თუდეი, მსოფლიო 2016), ერთიანად კი მათმა ჯამმა 33 885 ლარი შეადგინა.

დიაგრამა 2.4.5. საბიუჯეტო რეკლამის გადანაწილება გაზეთებში, 2016 (1 იანვარი - 30 აგვისტო)



რეგიონულ ბეჭდურ მედიაში ყველაზე მეტი თანხის ხელშეკრულება „ლიტერატურული მესხეთიდან“ გაფორმდა (10 400), რომელსაც მოსდევს „ვერსია“ (3 375), „ახალი აგრარული საქართველო“ (3 600), „გაზეთი ჩხოროწყუ“ (2 500); „გურია ნიუსი“ (1 610), „ჰო და არა“ (1 410). სხვა გაზეთებს კი ჯამში 13 400 ლარის ხელშეკრულებები გაუფორმდათ.

დიაგრამა 2.4.6. საბიუჯეტო რეკლამის გადანაწილება რეგიონულ გაზეთებში, 2016 (1 იანვარი - 30 აგვისტო)



**გაზეთებთან გაფორმებული ხელშეკრულების პირობები.** აღსანიშნავია, რომ თუ სატელევიზიო მედიასთან გაფორმებულ გარკვეულ კონტრაქტებში აუდიტორიის მოცვა (სატელევიზიო რეიტინგები) ხელშეკრულებების წინაპირობაა, განსხვავებული ვითარებაა ბეჭდური გამოცემების შემთხვევაში, სადაც ხელშეკრულებები ძირითადად არ შეიცავს დათქმას საგაზეთო ტირაჟებისა და გავრცელების არეალის შესახებ. ამასთანავე ცალკე უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ ბეჭდვით მედიას არაგამჭვირვალობა ახასიათებს და როგორც წესი, ისინი საკუთარ გამოცემებზე ტირაჟების მითითებას არ ახდენენ. გასათვალისწინებელია ისიც, რომ განსხვავებით მაუწყებლებისგან, ბეჭდვით მედიას ფინანსური შემოსავლების დეკლარირების ვალდებულება კანონმდებლობით არ ევალება. ერთადერთი წყარო, საიდანაც ბეჭდვითი მედიის შემოსავლების შესახებ ინფორმაციის მოპოვებაა შესაძლებელი, საბიუჯეტო ორგანიზაციების შესყიდვებია.

ხელშეკრულების პირობები სარეკლამო ბანერების განთავსების გარდა სარეკლამო შინაარსის სტატიების განთავსებასაც ითვალისწინებს, რაც მკაფიოდ არ არის გამიჯნული სარედაქციო შინაარსისგან და შეცდომაში შემყვანია. ზოგჯერ ასეთი მასალები ხელისუფლების ოპონენტების ან კრიტიკულად განწყობილი მედიის წინააღმდეგ არის მიმართული. მაგალითად:

2016 წლის 9 აპრილს გაზეთმა „საქართველოს რესპუბლიკამ“ გამოაქვეყნა<sup>21</sup> ინტერვიუ აფხაზეთის მთავრობის წევრებთან და უმაღლესი საბჭოს დეპუტატებთან სათაურით - „აქვს თუ არა აფხაზეთის ლეგიტიმურ ხელისუფლებას მილიონები... და ისიც უკონტროლო“. პირველ გვერდზე, ასევე სტატიაში გამოტანილი იყო მასალის ანოტაცია: „ცრუსთავი 2-ის მორიგი გესლნთხევა... მავნებლური და მტრული გამოხდომების ნაზავი...“

ინტერვიუ, რომელიც შეეხებოდა რუსთავი 2-ის გადაცემებში „ბიზნესკურიერი“ და P.S. გასული მასალის უარყოფას, აფხაზეთის ავტონომიური რესპუბლიკის უმაღლესი საბჭოს მიერ იყო დაფინანსებული და მასში ბიუჯეტიდან 625 ლარი იყო გადახდილი. პუბლიკაციას არ ჰქონდა მითითებული, რომ იგი სარეკლამო შინაარსის იყო. თუმცა, აფხაზეთის ავტონომიური რესპუბლიკის უმაღლეს საბჭოსა და გაზეთს შორის 2016 წლის 11 აპრილს გაფორმებული მიღება-ჩაბარების აქტით ირკვევა, რომ აღნიშნული სტატია საბიუჯეტო ორგანიზაციის დაფინანსებით გამოქვეყნდა და დამკვეთს „სამუშაოს ხარისხის მიმართ პრეტენზია“ არ გააჩნდა. დოკუმენტაციის თანახმად, მასალის გამოქვეყნება 625 ლარი დაჯდა.

გაზეთ „საქართველოს რესპუბლიკას“ აფხაზეთის ავტონომიური რესპუბლიკის უმაღლესი საბჭოსთან 2016 წელს სულ 1 225 ლარის ღირებულების კონტრაქტი აქვს გაფორმებული. მთლიანობაში სხვა საბიუჯეტო ორგანიზაციების ხელშეკრულებები აღნიშნულ გაზეთთან, 7 სექტემბრის მონაცემებით, 41 790 ლარის ღირებულებას შეადგენს, ხოლო 2015 წელს ამ მაჩვენებელმა 85 916 შეადგინა. 2013-2014 წლებში გაზეთის საბიუჯეტო შემოსავლები 63 923 ლარი იყო. აღსანიშნავია, რომ აფხაზეთის ავტონომიური რესპუბლიკაში შემავალი სხვადასხვა უწყება ხელშეკრულებებს წინა წლებშიც აფორმებდა.

მედიის განვითარების ფონდის ადრეულ კვლევებში<sup>22</sup> აღნიშნულია, რომ გაზეთი ჰომოფობიური, ქსენოფობიური და ანტიდასავლური სარედაქციო პოლიტიკით გამოირჩეოდა.



**ონლაინ მედია.** ონლაინ მედიაში საბიუჯეტო კონტრაქტების მხრივ ლიდერობს პალიტრა მედია ჰოლდინგი (IPN, PalitraTV.ge, Kvirispalitra.ge, Bpn.ge, Ambebi.ge, Gemrieli.ge) - 399 162 ლარი,

<sup>21</sup> <http://sakresp.ge/wp-content/uploads/2016/04/7958-04-09-Nom-66.pdf>

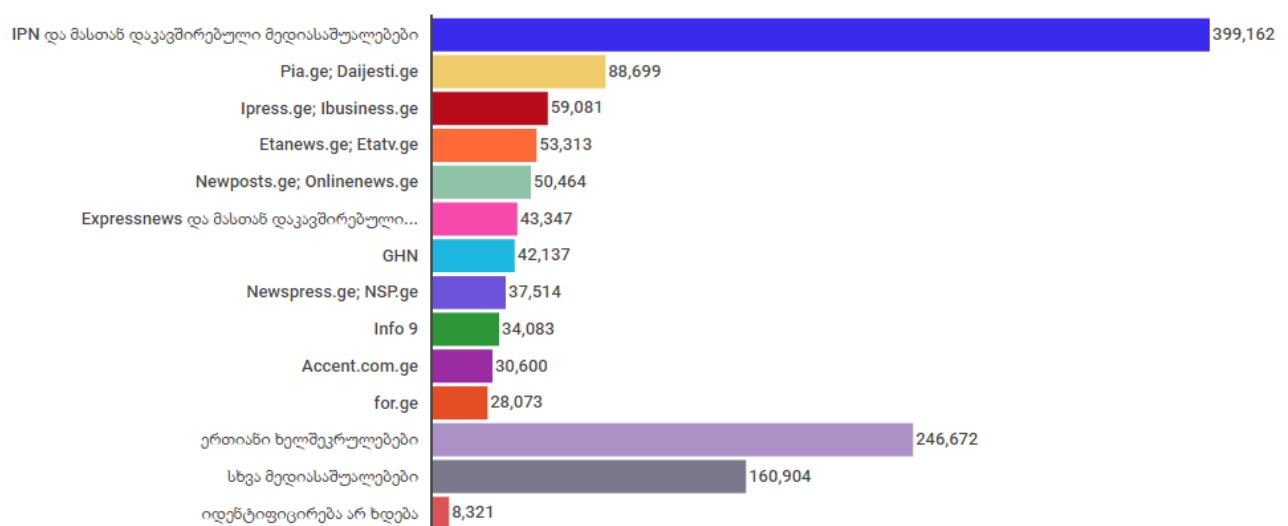
<sup>22</sup> <http://mediameter.ge/ge/research/sabijeto-saxsrebi-sizulvilis-enisa-da-antidasavluri-gancqobebis-gamavrcelebel-mediashi>

რომელსაც მოსდევს PIA და მასთან დაკავშირებული გამოცემა (Daijesti.ge) – 88 699, lpress.ge და lbusiness.ge – 59 081; Etanews.ge და Etatv.ge – 53 313; Newposts.ge და Onlinenews.ge – 50 464; Expressnews და მასთან დაკავშირებული მედიასაშუალებები (Argumenti.ge; Economic.ge; 1news.ge) – 43 347, GHN – 42 137; Newspress.ge და NSP.ge – 37 514; Info 9 – 34 083; Accent.com.ge – 30 600; For.ge – 28 073.

საბიუჯეტო ორგანიზაციების ნაწილი საინფორმაციო სააგენტოებთან შუამავალი კომპანიების საშუალებით თანამშრომლობს, რის გამოც შესყიდვების სამსახურის მონაცემთა ბაზაში სრულფასოვანი ინფორმაციის მოძიება, თუ რომელ მედია საშუალებაში განთავსდა ინფორმაცია, რთულდება. 2016 წელს 246 672 ლარის ღირებულების ასეთი კონტრაქტი შპს აიფიემ კვლევებთან, შპს კლიპ-არტთან და შპს ჯეპრასთან გაფორმდა, რაც ნაწილობრივ მონიტორინგის ღირებულებასაც მოიცავს. მათგან MDF-ს მხოლოდ კლიპ-არტმა არ მიაწოდა ინფორმაცია იმ სააგენტოების შესახებ, რომელშიც საბიუჯეტო ორგანიზაციების ინფორმაციას ანთავსებდა.

სხვა მედია საშუალებებში კი, რომელთა ჯამური საბიუჯეტო კონტრაქტები 25 000 ლარზე ნაკლებია, ჯამში 160 904 ლარის ღირებულების ხელშეკრულება გაფორმდა. 8 321 ლარის ღირებულების კონტრაქტში კონკრეტული მედია საშუალების იდენტიფიცირება ვერ მოხერხდა.

დიაგრამა 2.4.7. საბიუჯეტო რეკლამის და საინფორმაციო მომსახურების გადანაწილება ონლაინ მედიაში, 2016 (1 იანვარი – 30 აგვისტო)



**ხელშეკრულების პირობები ონლაინ მედიასთან.** ონლაინ გამოცემებთან საბიუჯეტო ორგანიზაციების მიერ გაფორმებული ხელშეკრულებების ზოგიერთი პირობა სარედაქციო დამოუკიდებლობაში ჩარევას წარმოადგენს. ეს არის როგორც დამკვეთის მოთხოვნის შესაბამისად მათი საქმიანობის გაშუქება, ინტერვიუების აღება, ასევე გაშუქებული მასალებისთვის პრიორიტეტის მინიჭება, მათი მთავარ თემებში გამოტანის და ხანგრძლივობის განსაზღვრის ჩათვლით, რაც რედაქციის ავტონომიური დისკრეციაა:

- შემსყიდველის საქმიანობის შესახებ ინფორმაციის მომზადება ან/და გაშუქება (IPN; PIA; Info9; GHN; მედიანიუსი; lpress.ge; Kvira.ge; Expressnews; Newposts.ge).
- ინტერვიუების ან კომენტარების მომზადება ან/და საიტზე განთავსება (IPN. Info9; For.ge; Kvira.ge; Newposts.ge; Etanews.ge; Newspress.ge; NSP.ge).
- მიწოდებული ინფორმაციის პირველი კატეგორიის ნიუსებში გავრცელება; მიწოდებული ფოტოების გავრცელება "დღის ფოტოს" კატეგორიაში (GHN; Newposts.ge);

- სააგენტო Expressnews და PIA თავდაცვის სამინისტროსთან გაფორმებული ხელშეკრულებით ვალდებულია: თავდაცვის სფეროსთან რაიმე სიახლის გაგების შემთხვევაში, ინფორმაციის გამოქვეყნებამდე, შემსყიდველთან მისი სისწორის გადამოწმება.
- გამოკითხვის ჩატარება (IPN; Info 9; Newspress.ge; NSP.ge; News.ge).

**დაფინანსებული მასალის მიწოდების ფორმები.** როგორც მედიის განვითარების ფონდის წინასაარჩევნო მონიტორინგის შუალედური ანგარიში<sup>23</sup> ცხადყოფს, ონლაინ გამოცემები საბიუჯეტო ორგანიზაციების მიერ დაფინანსებულ მასალებზე არ უთითებენ, რომ მასალა სარეკლამო ხასიათისაა და მას სარედაქციო შინაარსისგან არ მიჯნავენ. გამონაკლისია ინტერპრესნიუსი, რომელიც მართალია არასისტემატიურად, მაგრამ გარკვეულ შემთხვევებში დაფინანსების აღმნიშვნელ ნიშანს - NS-ს ამ კატეგორიის მასალებს ურთავს.

მაგალითად, 7 ივლისს თბილისის საკრებულოს ვებგვერდზე გამოქვეყნდა ინფორმაცია, რომლის მიხედვითაც კრწანისის რაიონის დეპუტატი, პარტია "ქართული ოცნება - დემოკრატიული საქართველოსთვის" წევრი ბექა ნაცვლიშვილი და ამავე რაიონის გამგებელი მოსახლეობას შეხვდნენ და გორგასლის №111-ში კორპუსებთან მიმდინარე წყალ-კანალიზაციის სისტემის სარეაბილიტაციო სამუშაოები დაათვალიერეს<sup>24</sup>. აღნიშნული ინფორმაცია 6 საინფორმაციო სააგენტოზე - „ინტერპრესნიუსი“ „ინფო 9“, „კვირა“, „მედიანიუსი“, Reitingi.ge და For.ge საკრებულოს ვებგვერდზე გამოქვეყნებული მასალის იდენტური სათაურებით გავრცელდა. საკრებულო 6-ვე სააგენტოს საინფორმაციო მომსახურების პაკეტით სარგებლობს. ამ სააგენტოებიდან მხოლოდ „ინტერპრესნიუსმა“ მიუთითა მასლას NS (ხელმომწერის ინფორმაცია).

	IPN	INFO 9	Kvira	მედიანიუსი	Reitingi.ge	For.ge
<b>ხელშეკრულება გაფორმებულია</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<b>რეკლამის ნიშანი მითითებულია</b>	✓					
<b>ტექსტი იდენტურია</b>	მცირედი მოდიფიცირება	✓	✓	მცირედი მოდიფიცირება	✓	✓

წინასაარჩევნო პერიოდში ბიუჯეტიდან დაფინანსებული სტატიების გამოქვეყნების მსგავსი პრაქტიკა ადმინისტრაციული რესურსის გამოყენებად შეიძლება ჩაითვალოს, რასაც ჩვენ ცალკე განვიხილავთ (იხ. გვ.41).

<sup>23</sup><http://mediameter.ge/ge/research/mediis-cinasaarchevno-monitoringi-1-aprili-31-ivlisi-2016-shualeduri-angarishi>

<sup>24</sup><http://bit.ly/2cTQOIM>



### 3. მედია საკუთრება

**შემაჯამებელი პარაგრაფი:** მედია საკუთრებასთან დაკავშირებული დავები, რომელთა სამართლებრივი განვითარება 2016 წელსაც გაგრძელდა, წინასწარჩევნოდ მედია ბაზრის გადანაწილების მცდელობის ნიშნებს ატარებდა: 1) რამდენიმეჯერ მოსამართლეთა პროცესზე გამოუცხადებლობის გამო, საკონსტიტუციო სასამართლო ქმედუნარო აღმოჩნდა, გადაეწყვიტა რუსთავი 2-ის საჩივარი საერთო სასამართლოში მიმდინარე დავის სამართლებრივი საფუძვლის კონსტიტუციურობასთან დაკავშირებით. იმის გამო, რომ უზენაესმა სასამართლომ რუსთავი 2-ის კასაცია დასაშვებად სცნო, არჩევნებამდე ქვედა ინსტანციის სასამართლოს გადაწყვეტილების აღსრულება მესაკუთრეთა ცვლილების თაობაზე შეუძლებელი გახდა. 2) ტელეკომპანია “მანეტროს” მეწილეთა კონფიგურაციის შეცვლის შემდეგ სასამართლოში არხის გაკოტრების საქმე შეწყდა, ფინანსური პრობლემების დაძლევა კი “მანეტრომ” კონკურენტი “იმედის” მმართველობაში მყოფ პირთა ფინანსური დახმარებით მოახერხა.

#### 3.1. რუსთავი 2-ის საქმე

2016 წლის 10 ივნისს სააპელაციო სასამართლომ ძალაში დატოვა საქალაქო სასამართლოს გადაწყვეტილება, რუსთავი 2-ის წილის 60%-ის ქიბარ ხალვაშისთვის, ხოლო 40%-ის ხალვაშის კუთვნილ კომპანიისთვის გადაცემის შესახებ. 4 სექტემბერს საქმეში ახალი დეტალები გამოიკვეთა, როდესაც ნაციონალური მოძრაობის თავდაცვის ყოფილმა მინისტრმა ირაკლი ოქრუაშვილმა გამოაქვეყნა 2010 წლის 4 თებერვლით დათარიღებული დოკუმენტი<sup>25</sup>, რომლის მიხედვითაც ხალვაში რუსთავი 2-ის წილების ფიქტიური მფლობელი იყო და ის რელურად ირაკლი ოქრუაშვილის ინტერესებს წარმოადგენდა. მიუხედავად რუსთავი 2-ის მხარის სკეპტიციზმისა, რომ უზენაეს სასამართლოს მათი საკასაციო საჩივარი შესაძლოა განუხლიველად დაეტოვებინა, 2016 წლის 9 სექტემბერს უზენაესის პალატამ მოსამართლეების - ეკა გასიტაშვილის, ბესარიონ ალავიძისა და პაატა ქათამაძის შემადგენლობით, საჩივარი დასაშვებად ცნო, რითაც 8 ოქტომბრის საპარლამენტო არჩევნებამდე რუსთავი 2-ის საკუთრების ცვლილების საკითხი ღიად დარჩა.

სამართლებრივი პროცესის მსვლელობისას რამდენიმე პრობლემა გამოიკვეთა:

**სასამართლოს უკანონო ჩარევა რუსთავი 2-ისა სარედაქციო დამოუკიდებლობაში.** პირველი ინსტანციის სასამართლო 2015 წლის 5 ნოემბრის განჩინებაში გასცდა ქონებრივი დავის ფარგლებს და ჩაერია მედია საშუალების სარედაქციო პოლიტიკაში, როდესაც დასაბუთებაში ობიექტურობისა და სამართლიანობის სტანდარტებზე იმსჯელა, რაც არა თუ არ წარმოადგენდა აღნიშნული დავის საგანს, არამედ ზოგადად არ წარმოადგენს საქართველოს კანონმდებლობით სასამართლოს მიერ განსჯად საკითხს. კერძოდ, სასამართლოს გადაწყვეტილებაში აღნიშნულია შემდეგი:

„საზოგადოებრივი ინტერესის საკითხებზე ინფორმაციის გაშუქებისას გამოყენებულ უნდა იქნეს ობიექტური და სამართლიანი რეპორტაჟის მეთოდი. მოპასუხის (შპს „სამაუწყებლო კომპანია რუსთავი 2“-ის პარტნიორები) მმართველობის პირობებში ეს საკითხიც დგას კითხვის ნიშნის ქვეშ. მითითებული მიზნების უგულვებელყოფა კი, საბოლოო ჯამში, საფრთხეს უქმნის დემოკრატიულ საზოგადოებაში მედიის ძირითად დანიშნულებას“.

მოსამართლე თამაზ ურთმელიძის განჩინებაში რუსთავი 2-ის სარედაქციო პოლიტიკის კრიტიკული შეფასება ასევე ეხმიანება მმართველი პოლიტიკური პარტიის და საქართველოს

<sup>25</sup> რუსთავი 2, კურიერი, 4 სექტემბერი, 2016. <http://rustavi2.com/ka/news/55750>

ყოფილი პრემიერის<sup>26</sup> განცხადებებს, რომლებიც მუდმივად გამოხატავდნენ უკმაყოფილებას ტელეკომპანიის სარედაქციო პოლიტიკასთან დაკავშირებით.

**მოსამართლეთა აცხადების მცდელობები.** დავის პროცესში რუსთავი 2-ის მხარემ რამდენიმე მოსამართლის აცხადების საკითხი დააყენა და მოტივად ხელისუფლების მხრიდან მათზე განხორციელებულ ზოწოლაზე მიუთითა. ერთ-ერთი ასეთი აცხადება თბილისის საქალაქო სასამართლოს მოსამართლე თამაზ ურთმელიძის დედის საქმეს ეხებოდა, რომლის მიმართ სიძის დაჭრასთან დაკავშირებით 2014 წლის იანვარში დაწყებული სისხლის სამართლის საქმის წარმოება, რუსთავი 2-ის მტკიცებით, 2015 წლის ოქტომბერში განახლდა და მოსამართლეზე ზეწოლის ბერკეტად შეიძლება ყოფილიყო გამოყენებული<sup>27</sup>. მეორე აცხადება სააპელაციო სასამართლოს მოსამართლე ნათია გუჯაბიძეს უკავშირდებოდა. ტელეკომპანიის მტკიცებით, გუჯაბიძის მიერ თბილისში საკუთარი დედისგან ბინის ქირავნობას და შესაბამისი საბიუჯეტო თანხების გაფლანგვას სამართლებრივი მსვლელობა არ მოჰყოლია, რაც მასზე ზეწოლის ბერკეტად გამოიყენებოდა. არცერთი ეს აცხადება არ დაკმაყოფილდა.

**მტკიცებულებების დასაშვებობის საკითხი.** სააპელაციო სასამართლომ მხარეებს შორის არსებული წილების ნასყიდობის ხელშეკრულებები ბათილად ღვეან სამხარაულის სახელობის სასამართლო ექსპერტიზის ბიუროს დასკვნის საფუძველზე სცნო, რომელიც ნასყიდობის ფასის დისპროპორციულობას ამტკიცებდა. თბილისის საქალაქო სასამართლოში ექსპერტიზის ბიუროს წარმომადგენელმა დაადასტურა, რომ ქიბარ ხალვაშის მხარემ ნაცვლად მოთხოვნილი 8 ტიპის დოკუმენტაციისა, რომლებიც საჭირო იყო რუსთავი 2-ის წილების საბაზრო ღირებულების დასადგენად, ექსპერტიზას მხოლოდ 2 - კომპანიის წესდება და აქტივებისა და ვალდებულებების ბუღალტრული ნაშთები - წარუდგინა. ეს გარემოება რუსთავი 2-ის მხარის მტკიცებით, ექსპერტიზის ვალიდურობას აყენებდა ეჭვქვეშ.

ამავე დროს სასამართლომ არ გაითვალისწინა რუსთავი 2-ის მიერ წარდგენილი საერთაშორისო აუდიტის Grant Thornton-ის ექსპერტული დასკვნა იმ საბაბით, რომ მასზე კანონმდებლობით გათვალისწინებული რეკვიზიტები მითითებული არ იყო. Grant Thornton-ის დასკვნის მიხედვით, რომელიც სააპელაციო სასამართლომ დასაშვებად არ სცნო, სამხარეულის დასკვნა საერთაშორისო საშემფასებლო სტანდარტების IVS-ის დაცვით ჩატარებული არ ყოფილა. აღსანიშნავია, რომ Grant Thornton Inside Public International-ის მიერ გამოქვეყნებულ 2015 წლის სპეციალურ ანგარიშში საფინანსო ფირმების ასეულში მე-6 ადგილს იკავებს<sup>28</sup>, ხოლო საქართველოს მთავრობის დადგენილებით<sup>29</sup> განსაზღვრულ ნუსხაში კომპანია სახელმწიფოს მიერ დამტკიცებული ერთ-ერთი საექსპერტო და აუდიტორული დასკვნების გამცემი პირია.

**საკონსტიტუციო სასამართლოს პარალიზება.** საერთო სასამართლოებში მიმდინარე დავის პარალელურად, რუსთავი 2-მა საკონსტიტუციო სასამართლოში ამორუალურ გარიგებასთან დაკავშირებით სამოქალაქო კოდექსის 54-ე და 55-ე მუხლების კონსტიტუციურობა გაასაჩივრა. პარლამენტის მიერ მიღებული საკანონმდებლო ცვლილებების შესაბამისად, საქმე, რომელზეც საკონსტიტუციოს კოლეგიას გადაწყვეტილება უნდა გამოეტანა, მოსამართლე მერაბ ტურავას

<sup>26</sup> ბიძინა ივანიშვილი: „რუსთავი 2“ და ნაციონალური მოძრაობის პროპაგანდისტული სივრცის მანქანა საუბედუროდ დომინირებს მედია სივრცეში, სხვა მედია საშუალებებიც მას მხარს უზამენ და მოსახლეობას ძალიან უჭირს რეალობის გაგება, ჩემი აზრით, კვირის პროექტს, მათ შორის და „20/30“-ის ყოველდღიურ გადაცემებს, შეუძლია მაქსიმალურად დაბალანსებული ინფორმაცია და სწორი აქცენტები მიაწოდონ მოსახლეობას... მოსახლეობას უნდა ჰქონდეს იმის გაგება, რომ კარგად გაერკვეს მომავალ არჩევნებში, ვის შეიძლება მან მხარი დაუჭიროს, მედია ანალიზს ამაში აქვს უდიდესი როლი, ეს პროექტიც [გადაცემა „20/30“] სწორედ ამ მიზანს ემსახურება, რომ მოსახლეობას კვალიფიციური ანალიზი მივაწოდოთ, რომ კარგი არჩევანი გააკეთონ არჩევნების დროს“. Media.ge, 16 მარტი, 2015. <http://www.media.ge/ge/portal/news/303517/> კახი კალაძე, ვიცე-პრემიერი: „ძალიან ცუდია, რომ „რუსთავი 2“ ისევ აგრძელებს იმ 9 წლიან სამარცხვინო მოღვაწეობას, სიბინძურის პროპაგანდას. ეს ერთხელ და სამუდამოდ უნდა დასრულდეს ქვეყანაში და ჩვენი ქვეყნის მოსახლეობას პირობას ვაძლევთ, რომ ეს აუცილებლად დასრულდება“. <http://rustavi2.com/ka/news/23857>

<sup>27</sup> <http://www.tabula.ge/ge/story/100414-rustavi-2-is-mosamartle-urtmelidzis-dedas-sidzis-najaxit-dachrashi-adanashauleben>

<sup>28</sup> [http://insidepublicaccounting.com/wp-content/uploads/2015/07/IPA-100\\_2015\\_WEB.pdf](http://insidepublicaccounting.com/wp-content/uploads/2015/07/IPA-100_2015_WEB.pdf)

<sup>29</sup> საქართველოს მთავრობის 2012 წლის 5 ოქტომბრის #360 დადგენილება, საწარმოებისათვის აუდიტირებული ფინანსური ანგარიშგების განმარტებები ან/და საექსპერტო და აუდიტორული დასკვნების გამცემი პირთა და სახელმწიფო საწარმოთა ნუსხის დამტკიცების შესახებ.

შუამდგომლობით, სასამართლოს პლენუმს გადაეცა ხელახლა განსახილველად. საკონსტიტუციო სასამართლოს სხდომა, რომელზეც რუსთავი 2-ის, ასევე ოპოზიციური პარტიების - თავისუფალი დემოკრატებისა და ნაციონალური მოძრაობის წარმომადგენლების სხვა საჩივარი უნდა განხილულიყო რამდენიმეჯერ მოსამართლეთა გამოუცხადებლობის გამო გადაიდო. აღნიშნული პროცესის პარალელურად, ერთი მხრივ, საკონსტიტუციო სასამართლოს თავმჯდომარემ გააკეთა განცხადება გარკვეულ მოსამართლეებზე ზეწოლის ფაქტების შესახებ, ასევე რამდენიმე მოსამართლემ სასამართლოს თავმჯდომარისა და რამდენიმე მოსამართლის მხრიდან ზეწოლასა და პროცედურების დარღვევაზე ისაუბრა.

**რუსთავი 2-ის მესაკუთრეთა ცვლილებები:** რუსთავი 2 1994 წელს ეროსი კომპარიაში იქმნა, ჯარჯი აქიმიძემ და დავით დვალმა დააფუძნეს. 2012 წლის ნოემბრიდან რუსთავი 2 ძმებ ყარამანიშვილების მფლობელობაშია. ლევან ყარამანიშვილი წილების 22%-ს ფლობს, გიორგი ყარამანიშვილი კი – 18%-ს. „რუსთავი 2“-ის 51%-ს ტელეკომპანია „საქართველო“ ფლობს, რომლის 60% ლევან ყარამანიშვილის, 40% კი გიორგი ყარამანიშვილის საკუთრებაა. დარჩენილი 9% ნინო ნიჟარაძეს ეკუთვნის. ტელეკომპანიის ერთ-ერთი მფლობელი ლევან ყარამანიშვილი მობილურ კომპანია „ბილაინის“ წილების მფლობელი იყო.

საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველოს კვლევის<sup>30</sup> თანახმად, 2004-2012 წლებში რუსთავი 2-ის საკუთრება 20-ჯერ შეიცვალა. ქიბარ ხალვაში ტელეკომპანიას 2004-2006 წლებში ფლობდა. იმ პერიოდში ქიბარ ხალვაში თავდაცვის მინისტრ ირაკლი ოქრუაშვილთან დაახლოებული პირი იყო.

### 3.2. მაესტროს სამემა

მაესტროს დამფუძნებლებსა და მენეჯმენტს შორის 2015 წელს დაწყებული დავა ფინანსურ და საკუთრებით საკითხებთან დაკავშირებით 2016 წელს მეწილეთა კონფიგურაციის ცვლილებით დასრულდა. 2016 წლის 1 თებერვალს საჯარო რეესტრში გატარებული ცვლილებების შედეგად, „სტუდია მაესტროს“ საკონტროლო პაკეტის 55% წილის მფლობელი გიორგი გაჩეჩილაძე გახდა, რომელმაც შპს „სტუდია მაესტროს“ ორი თანამფლობელისგან – გიორგი ებრაღიძისა და ლევან ჩიკვაიძისგან მათი კუთვნილი 15-15% წილები გამოისყიდა. დარჩენი 45%-ს კი კვლავ მამუკა ლლონტი (15%), ეკატერინე აკობია (5%), 2016 წლის 15 აპრილიდან კი მედია ფინანს გრუპ ბი.ვი, ნიდერლანდები (25%) ფლობენ, ეს უკანასკნელი მაკა ასათიანის ნიდერლანდებში რეგისტრირებული კომპანიაა, რომელსაც მან საკუთარი წილი მიჰყიდა.

საკუთრებასთან დაკავშირებულ დავას წინ უსწრებდა ტელეკომპანიის გაკოტრების პროცესი, რომელიც თბილისის საქალაქო სასამართლოს 2016 წლის 15 მარტის განჩინებით შეწყვიტა. მოგვიანებით გიორგი გაჩეჩილაძემ გააკეთა განცხადება, რომ მას ირაკლი რუხაძე ფინანსური პრობლემების მოგვარებას დაჰპირდა<sup>31</sup>. გაჩეჩილაძის ადვოკატმა, ირაკლი კორძახიამ ასევე განცხადება, რომ წილების გამოსყიდვისათვის საჭირო თანხა გიორგი გაჩეჩილაძეს ირაკლი რუხაძემ ასესხა. ირაკლი რუხაძე კერძო ინვესტიციებისა და კაპიტალის საერთაშორისო მართვის კომპანიის „სელფორ ჯორჯიას“ ხელმძღვანელი და ტელეკომპანია „იმედის“ მმართველია.

მესაკუთრეთა წილების ცვლილებამდე მაესტროს სარედაქციო პოლიტიკას როგორც გიორგი გაჩეჩილაძე<sup>32</sup>, ასევე ყოფილი პრემიერ-მინისტრი ბიძინა ივანიშვილიც<sup>33</sup> აკრიტიკებდნენ იმის გამო, რომ არხი რუსთავი 2-ის დღის წესრიგს მისდევდა. 2016 წელს რეგიონულ მედიასთან

<sup>30</sup> „გამარჯვებული ხალხის ტელევიზია“ – „რუსთავი 2“-ის ისტორია, 2 აგვისტომ 2013. საერთაშორისო გამჭვირვალობა – საქართველო. <http://www.transparency.ge/blog/gamarjvebuli-khalkhis-televizia-rustavi-2-istoria>

<sup>31</sup> ლიბერალი, 2 თებერვალი, 2016. <http://liberali.ge/news/view/20570/gachechiladze-maestro-rom-gadamerchina-patarkatsishvilebis-oi>

<sup>32</sup> გიორგი გაჩეჩილაძე: „მე აბსოლუტურად სხვანაირი წარმომადგენია „მაესტროს“ ეთერი, ხოლო ამ დროს ის არის „რუსთავი 2“-ის და „იმედის“ „გადამღებება“. ინტერპრესნიუსი, 22 სექტემბერი, 2015. <http://bit.ly/1ogOEYx>

<sup>33</sup> ბიძინა ივანიშვილი: „ჩემთვის დღეს უფრო მძიმეა სხვა ტელევიზიები – გინდაც „პირველი არხი“, „მაესტრო“ თუ „იმედი“, რადგან ნებისმიერ შემთხვევაში, შეგნებულად თუ შეუგნებლად, პრაქტიკულად იმეორებენ და აჟიტირებენ უკეთებენ იმ თემებს, რასაც წამოსწევს „რუსთავი 2“-ს. სამი ტელევიზია დავასახელე და საუბედუროდ, არ ჩანს, რომ მათ ჰქონდეთ დამოუკიდებელი ხელწერა, ჩაატარონ სერიოზული კვლევა, ანალიზი და არ იმეორონ ის, რაც „აიწევს“ „რუსთავი 2“-დან“. კვირის პალიტრა, 15 სექტემბერი, 2014. <http://bit.ly/1SP0CV6>

წინასაარჩევნო შეხვედრების ფორმატში კი ბიძინა ივანიშვილმა ტელეკომპანია მაესტროსთან დაკავშირებით კმაყოფილება გამოხატა და განაცხადა:

“მაესტრომ, საბოლოო ჯამში, მოახერხა თავის დახსნა და კავკასიას, დღევანდელი პოზიციიდანაც თუ შევხედავთ, აღარც კეკლუცობს, უფრო აფორმებს იმ ჩემს ძველ შენიშვნებს რაცაა და ღმერთმა მოახმაროს”<sup>34</sup>.

მაესტროს წილებთან დაკავშირებით პრეტენზია 2016 წლის 31 აგვისტოს „მაესტროს“ ეთერში თავდაცვის ყოფილმა მინისტრმა ირაკლი ოქრუაშვილმაც განაცხადა, რომლის მტკიცებით, ტელეკომპანიის 12,5% წილი არაფორმალურად მას ეკუთვნოდა და მომავალში სამართლებრივი დავის განზრახვაც ჰქონდა.

---

<sup>34</sup> <https://on.ge/story/3629-ბიძინა-ივანიშვილი-მაესტრომ-მოახერხა-თავის-დახსნა-და-კავკასია-აღარც-კეკლუცობს>



## 44. გადაწყვეტილების დასაბუთება და საკადრო სპეციფიკა

**შემაჯავებელი პარამეტრი.** 2016 წელს სამსახურიდან 30 ჟურნალისტი გაათავისუფლეს, აქედან 28 ტელეკომპანია „მანეთი“, 1 საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა და 1 ტელეკომპანია „იმედი“. შეიცვალა „მანეთის“ გენერალური დირექტორი და „იმედის“ საინფორმაციოს ხელმძღვანელი. „იმედის“ ყოფილმა წამყვანებმა და „მანეთიდან“ გათავისუფლებულმა თანამშრომლებმა მუშაობა ტელეკომპანია „პირველზე“ გააგრძელეს. ტვ „პირველი“, რომელიც 2014 წელს სპორტულ არხად დაფუძნდა და 2015 წლიდან საზოგადოებრივ-პოლიტიკური გადაცემები შესთავაზა მაყურებელს, მედია ბაზარზე ახლა იმკვიდრებს ადგილს.

**საზოგადოებრივი მაუწყებლიდან პოლიტიკური თოქ-შოუს წამყვანის გათავისუფლება.** 26 თებერვალს საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა ჟურნალისტი ეკა მიშველაძე სამსახურიდან გათავისუფლა. მიშველაძეს აღნიშნული გადაწყვეტილება წერილობით აცნობეს, სადაც აღნიშნული იყო, რომ საზოგადოებრივ-პოლიტიკური თოქ-შოუს „პირველი სტუდიის“ დახურვის შემდეგ ჟურნალისტის მიერ წარდგენილი გადაცემის პროექტი აღმასრულებელმა საბჭომ არ მოიწონა, რაც მისი გათავისუფლების საფუძველი გახდა.

ეკა მიშველაძე თოქ შოუ „პირველი სტუდია“ 2015 წლის 4 სექტემბრიდან დახურეს, რის მიზეზად საზოგადოებრივი მაუწყებლის დირექტორის მრჩეველმა, ბასა ჯანიკაშვილმა მიშველაძისა და „თავისუფალი დემოკრატების“ ერთ-ერთი ლიდერის, ალექსი პეტრიაშვილის ქორწინება დაასახელა. მოგვიანებით მენეჯმენტმა ეს გადაწყვეტილება ფორმატის ცვლილებითა და ახალი გადაცემით ჩანაცვლებით ახსნა. 2015 წლის 8 სექტემბერს ეკა მიშველაძემ გააკეთა განცხადება, რომ მის მიმართ ფარული თვალთვალი ხორციელდებოდა<sup>35</sup>.

**საკადრო ცვლილება მანეთზე.** 2016 წლის 4 თებერვალს მანეთის გენერალური დირექტორი ბაია გადაბაძე ლევან გაჩეჩილაძემ შეცვალა. აღნიშნულ ცვლილებებს მესაკუთრეთა შორის წილების გადანაწილებაზე დავა უძღოდა წინ.

ლევან გაჩეჩილაძე 2008 წელს საპრეზიდენტო არჩევნებში მონაწილეობდა და ის მოქმედი პრეზიდენტის მიხეილ სააკაშვილის მთავარი კონკურენტი იყო. ლევან გაჩეჩილაძე მოგვიანებით ამ თანამდებობაზე ზურაბ ნაყურმა ჩაანაცვლა.

**გადაცემების დახურვა ტელეკომპანია „მანეთზე“.** ტელეკომპანია „მანეთის“ დირექტორმა, ზურაბ ნაყურმა 2016 წლის პირველი ივნისიდან გადაცემების - „ბიზნესკონტაქტის“, „საქმიანი დილისა“ და „ანალიტიკას“ ავტორსა და მენეჯერს გიორგი ისაკაძეს შრომითი ხელშეკრულება შეუწყვიტა. ისაკაძის გათავისუფლების მიზეზად „მანეთი“ გადაცემების ავტორისა და მენეჯერის მენეჯმენტთან შეუთავსებელი პოზიციები დაასახელა.

2 ივნისს კი „მანეთი“ შრომითი ურთიერთობა „ბიზნესკონტაქტისა“ და „საქმიანი დილის“ 4 თანამშრომელთან - თამუნა ქემერტელიძესთან, თელარა გელანტიასთან, ელენე კვანჭილაშვილთან და ბექა ბაციკაძეს შეუჩერა. ამ შემთხვევაში მიზეზად კონკურენტი არხის ტელეკომპანია „რუსთავი 2“-ის გადაცემა „არჩევანში“ მონაწილეობა დასახელდა. გადაცემა „არჩევანი“ რუსთავი 2-ის მიმდინარე სასამართლო დავას შეეხებოდა, რომლის სტუმრები არხის მიმართ სოლიდარობას გამოხატავდნენ.

ამ გადაწყვეტილებიდან რამდენიმე საათში არხის მენეჯმენტმა შრომითი ხელშეკრულება ამავე გადაცემების 28 თანამშრომელთან შეაჩერა, ხოლო 6 ივნისის ბრძანებით მათთან ხელშეკრულებები ცალმხრივად შეწყვიტა. ჟურნალისტები და პროდიუსერები შრომით უფლებების სასამართლოში იცავდნენ.

„ბიზნესკონტაქტი“ 11 ივნისიდან ტელეკომპანია „პირველის“ ეთერში გადის. გადაცემა მაყურებელს ბიზნესსა და ეკონომიკაზე ინფორმაციას და ანალიტიკას სთავაზობს.

**ტელეკომპანია იმედის ყოფილი ჟურნალისტის მიერ არხის ხელმძღვანელობის ზეწოლაში დადანაშაულება.** 22 აპრილს ტელეკომპანია „იმედის“ გადაცემა „პოლიტიკის“ ყოფილმა

<sup>35</sup> იხ. ფარული თვალთვალი და შანტაჟი, გვ. 38



წამყვანმა შალვა რამიშვილმა 5 აპრილს მისი სამსახურიდან გათავისუფლება არხის გენერალური დირექტორის გიორგი ბახტაძის მხრიდან სარედაქციო დამოუკიდებლობაში ჩარევასა და მასზე განხორციელებულ ზეწოლას დაუკავშირა. ჟურნალისტის განცხადებით, საქმე 2015 წლის დეკემბერში გადაცემა “პოლიტიკაში” მოსამართლე ლევან მურუსიძის მონაწილეობას და გადაცემისთვის რესპონდენტების შერჩევის საკითხს უკავშირდებოდა.

რამიშვილმა Viber-ის მიმოწერა გაასაჯაროვა, რომელიც 2015 წლის 17-18 დეკემბრით თარიღდება. ტელევიზიის გენერალურმა დირექტორმა Viber-ის მიმოწერის ავთენტურობა დაადასტურა, თუმცა მისი შინაარსი სტუმრების შერჩევის ჩვეული სარედაქციო სამუშაოთი ახსნა, ხოლო რამიშვილთან საქმიანი ურთიერთობის შეწყვეტის მიზეზად წამყვანის არაეთიკური საქციელი დაასახელა.

აღნიშნულთან დაკავშირებით შალვა რამიშვილმა საქართველოს მთავარ პროკურატურას მიმართა და მასზე, როგორც ჟურნალისტზე განხორციელებული ზეწოლის ფაქტზე გამოძიების დაწყება მოითხოვა. მთავარმა პროკურორმა ირაკლი შოთაძემ განაცხადა, რომ ჟურნალისტის მიმართვის საფუძველზე, ფაქტების სიმსხველეს დადგენის მიზნით, ყველა ის პირი დაიკითხება, ვინც რამიშვილის განცხადებაში ფიგურირებდა. გამოძიების შედეგები არ გასაჯაროვებულა.

**საკადრო ცვლილებები ტელეკომპანია “იმედში”.** 2016 წლის 23 ივნისს ტელეკომპანია „იმედის“ საინფორმაციო სამსახურში საკადრო ცვლილებები განხორციელდა. საინფორმაციო სამსახურის ხელმძღვანელი მაია თაბაგარი ჟურნალისტმა ნანა ლეჟავამ შეცვალა. თაბაგარი გენერალური დირექტორის კონსულტანტი გახდა.

საინფორმაციო სამსახურის ხელმძღვანელის შეცვლის გამო განცხადება გაავრცელეს არხის ჟურნალისტებმა. მათი თქმით, წინასაარჩევნო პერიოდში საინფორმაციო სამსახურის ხელმძღვანელის შეცვლა არხისა და მისი თანამშრომლების რეპუტაციას, სანდოობასა და სიტყვის თავისუფლების ხარისხს ეჭვქვეშ დააყენებდა.

ნანა ლეჟავა სხვადასხვა დროს ტელეკომპანია რუსთავი 2-ის ჟურნალისტი, პარტია “მოდრობა ერთიანი საქართველოსთვის” ერთ-ერთი დამფუძნებელი, საგამოძიებო სტუდია GNS-ის დამფუძნებელი და TV3-ის საინფორმაციო გამოშვების წამყვანი იყო.

საინფორმაციო სამსახურის ხელმძღვანელის შეცვლიდან რამდენიმე დღეში, 27 ივლისს არხი „ქრონიკის სტუდიის“ წამყვანმა, დიანა ტრაპაიძემ დატოვა, რომელიც სექტემბრიდან ტვ პირველის თოქ-შოუს წამყვანი გახდა. 12 აგვისტოს პოლიტიკური თოქ-შოუ “პოლიტიკის” წამყვანმა თეონა გეგელიამ განაცხადა, რომ ის გადაცემას აღარ გაუძღვებოდა და არხის ვებგვერდზე გააგრძელებდა მუშაობას.

საინფორმაციო სამსახურში ცვლილებებს წინ უსწრებდა არხის სამეთვალყურეო საბჭოს თავმჯდომარედ ირაკლი რუხაძის დანიშვნა. თავის მხრივ, რუხაძის ამ თანამდებობაზე დანიშვნით გამოწვეული ინტერესთა კონფლიქტის გამო, თანამდებობა დატოვა მისმა დედამ, ნათელა სახოკიამ, რომელიც საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს წევრი იყო.

რუხაძის სახელი ტელეკომპანია მაესტროს წილების შეცვლის საკითხშიც ფიგურირებდა. “მაესტროს” 55%-იანი წილის მფლობელმა გია გაჩეჩილაძემ საჯაროდ განაცხადა, რომ ტელეკომპანიის ფინანსური პრობლემების მოსაგვარებლად ის პატარკაციშვილების ოჯახს დაუკავშირდა და მისი მეგობარი ირაკლი რუხაძე თანხის სესხებას დაჰპირდა. ირაკლი რუხაძე კერძო ინვესტიციებისა და კაპიტალის საერთაშორისო მართვის კომპანიის „სელფორ ჯორჯიას“ ხელმძღვანელია. ის ბადრი პატარკაციშვილის ოჯახთან დაახლოებული პირია, რომელსაც ოფიციალურ დანიშვნადმე ტელეკომპანია „იმედის“ არაფორმალურ მმართველადაც მოიხსენიებდნენ. სწორედ ირაკლი რუხაძის გადაწყვეტილებას უკავშირებს მისი გადაცემის „იმედზე“ დახურვას ტელეწამყვანი ინგა გრიგოლია. მაღალრეიტინგული გადაცემები “რეაქცია” და “იმედის კვირა” იმედზე 2015 წლის 29 აგვისტოს დაიხურა. ინგა გრიგოლიას ამჟამად გადაცემა ტვ პირველზე მიჰყავს.

## 5. ჟურნალისტთა უფლებების ხელყოფის ფაქტები

**შემაჯამებელი პარაგრაფი:** 2016 წელს (1 იანვარი- 23 სექტემბერი) ჟურნალისტების პირადი ცხოვრების ამსახველი კადრებით დაშანტაჟების 2, ფარული ჩანაწერის გამოქვეყნების 1, ჟურნალისტებზე თავდასხმის 2 და 8 ჟურნალისტისთვის პროფესიულ საქმიანობაში ხელისშეშლის შემთხვევები დაფიქსირდა. ჟურნალისტთა პირადი ცხოვრების კადრებით დაშანტაჟებამდე რამდენიმე დღით ადრე, ერთ-ერთი ოპოზიციური პარტიის ლიდერის წინააღმდეგ youtube-ზე სექსუალური ცხოვრების ამსახველი კადრები გავრცელდა. პროფესიულ საქმიანობაში ხელისშეშლის ერთ-ერთი ინციდენტი კი 22 მაისს ზუგდიდის რაიონის სოფელ კორცხელში საკრებულოს შუალედურ არჩენებზე ოპოზიციური პარტიის წევრებზე ფიზიკური ანგარიშსწორების ინციდენტს უკავშირდებოდა. ტაბულას ჟურნალისტებზე თავდასხმის შემთხვევის გარდა, სხვა საქმეების გამოძიების შედეგები საზოგადოებისთვის უცნობია. პროფესიული საქმიანობის ხელისშეშლის 1 შემთხვევაში ადგილობრივი ხელისუფლების წარმომადგენელი თანამდებობიდან გადადგა.

### 5.1. შანტაჟი პირადი ცხოვრების კადრებით

**პორნო კადრების ფაბრიკაცია ტელეკომპანია "ტაბულას" ჟურნალისტების წინააღმდეგ.** 2016 წლის 12 აპრილს საინფორმაციო პორტალმა News.ge-მ ელექტრონული ფოსტით სექსუალური ცხოვრების ამსახველი კადრები მიიღო, რომელიც რედაქციის ცნობით, 2 საჯარო პირს შეეხებოდა.

12 აპრილს "ტაბულას" დირექტორმა, თამარ ჩერგოლეიშვილმა სოციალურ ქსელში დაწერა, რომ ტელეკომპანიის ერთ-ერთ ჟურნალისტს ფეისბუქზე ბმული გაუგზავნეს და მიწერეს, რომ ვიდეო "მის უფროსს" და გადაცემა "მძიმე კაცის" წამყვანს, დავით კოვზირიძეს შეეხებოდა. 14 აპრილს ტელეკომპანია ტაბულას გადაცემის "მძიმე კაცთან" წამყვანმა დავით კოვზირიძემ ფეისბუქში გამოაქვეყნა მიმართვა საქართველოს პრეზიდენტის, მთავრობისა და სამართალდამცავი ორგანოების სახელზე და აღნიშნული ვიდეო ფაბრიკაციის ფაქტის შესწავლა მოითხოვა. კოვზირიძის განცხადებით, გავრცელებულ პორნო კადრებში მისი საავტორო გადაცემის "მძიმე კაცთან" ქუდია გამოყენებული, ხოლო მონტაჟი ისეა გაკეთებული, რომ ერთ-ერთი მონაწილე მაქსიმალურად დაემსგავსოს მას. "ტაბულას" არცერთი ჟურნალისტი, რომლის შესახებაც ვიდეოში იყო საუბარი, მასალის ავთენტურობას არ ადასტურებს.

მასალას თან ახლდა მუქარა, რომ თუ ხალხისთვის ტვინის გამოლაყებას არ შეწყვეტდნენ, იმას მიიღებდნენ, რაც უნდოდათ.

"ტაბულას" ჟურნალისტების შესახებ კადრების გავრცელების გამო ცალკე გამოძიება არ დაწყებულა, თუმცა 12 აპრილს გავრცელებული მასალის შესახებ გამოძიება 1 თვის წინ ინტერნეტში გავრცელებული პირადი ცხოვრების ამსახველი კადრების საქმის ფარგლებში მიმდინარეობს.

**ინგა გრიგოლიას პირადი კადრების გამოქვეყნებით დაემუქრნენ.** 2016 წლის 14 მარტს ინტერნეტში პირადი ცხოვრების ამსახველი ასალი კადრები გავრცელდა. კადრებში ასახული პირები იდენტიფიცირებულები არ იყვნენ, მაგრამ ვიდეომასალა მოქმედი ჟურნალისტებისა და პოლიტიკოსების მიმართ ჩანაწერების გავრცელების მუქარას შეიცავდა, თუ ისინი 31 მარტამდე თანამდებობებს არ დატოვებდნენ.

დასახელებულ პოლიტიკოსებსა და ჟურნალისტებს შორის მოხვდა ინგა გრიგოლია.<sup>36</sup> ჟურნალისტმა მის მიმართ განხორციელებული მუქარის შესახებ პირდაპირ ეთერში თავად ისაუბრა.

<sup>36</sup> [http://mediameter.ge/ge/media-cases?field\\_media\\_tid=All&field\\_violation\\_typology\\_tid=All&page=1#case-433](http://mediameter.ge/ge/media-cases?field_media_tid=All&field_violation_typology_tid=All&page=1#case-433)

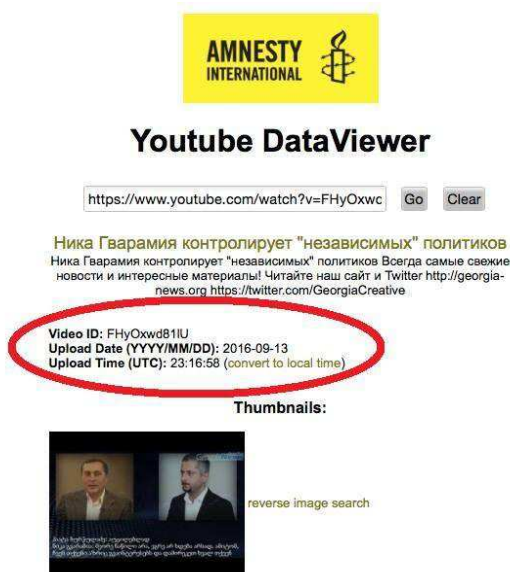
25 მარტს საპარლამენტო უმრავლესობის ფრაქცია "ქართული ოცნების" წევრმა დავით ლორთქიფანიძემ ტელეკომპანია "პირველის" ეთერში, გადაცემაში "ინგა გრიგოლიას დღის ამბები" წამყვანის პირად ცხოვრებასთან დაკავშირებით მინიშნება გააკეთა. 28 მარტს კი გაზეთ "ალიაში" გამოქვეყნებულ ინტერვიუში მან არა მხოლოდ ჟურნალისტის პირადი ცხოვრებით, არამედ ინგა გრიგოლიას შვილის პოლიტიკური შეხედულებებით ("ვისი გუნდის აქტიური მხარდამჭერია") და სამსახურებრივი მდგომარეობითაც ("რომელ უწყებაში მუშაობს") გამოხატა დაინტერესება.

31 მარტს სოციალურ ქსელებში კვლავ გავრცელდა პირადი ცხოვრების ამსახველი კადრები. ვიდეომასალაში მისი გამავრცელებელი ინგა გრიგოლიას ტელევიზიის (ტელეკომპანია პირველი) დატოვებას ითხოვდა.

აღნიშნულ მუქარებამდე 11 მარტს youtube-ზე ერთ-ერთი პოლიტიკური პარტიის ლიდერის პირადი ცხოვრების ამსახველი ვიდეო კადრები გავრცელდა, რომელიც მოგვიანებით დაიბლოკა. ვიდოს გავრცელების შემდეგ პროკურატურამ გამოძიება სისხლის სამართლის კოდექსის 157-ე მუხლით (პირადი ან ოჯახური საიდუმლოს უკანონოდ გამოყენება ან გავრცელება) დაიწყო.

## 5.2. ფარული ჩანაწერის გამოქვეყნება

რუსთავი 2-ის გენერალური დირექტორისა და ოპოზიციური პარტიის ლიდერის ფარული ჩანაწერები გავრცელდა. 2016 წლის 14 სექტემბერს ინტერნეტში მოძრაობა „სახელმწიფო ხალხისთვის“ ლიდერის, პაატა ბურჭულაძისა და რუსთავი 2-ის გენერალური დირექტორის, ნიკა გვარამიას ფარული სატელეფონო ჩანაწერი გავრცელდა.



ჩანაწერში ნიკა გვარამია პაატა ბურჭულაძეს პოლიტიკური ცენტრ „გირჩის“ იმ წევრთა პოზიციის გამო საყვედურობს, რომლებმაც განაცხადეს, რომ, ახალი მოწვევის პარლამენტში მოხვედრის შემთხვევაში, „ქართულ ოცნებასთან“ კოალიციაში შესვლას არ გამორიცხავენ.

ვიდეორგოლი, სახელწოდებით "Ника Гварамия контролирует "независимых" политиков" (ნიკა გვარამია «დამოუკიდებელ» პოლიტიკოსებს აკონტროლებს) 2016 წლის 13 სექტემბერს Youtube-ზე რუსულენოვან ვებ-გვერდის Creative Georgia News-ის სახელით არის ატვირთული. Amnesty International Data Viewer-ზე გადამოწმების შედეგად ირკვევა, რომ მასალა Youtube-ზე 13 სექტემბერს 23:16:58 სთ-ზე აიტვირთა, რაც საქართველოს დროით 14 სექტემბრის 03:16:58 სთ იყო.

14 სექტემბრის დილით (03:16:58 სთ) ატვირთული ეს ჩანაწერი ქართული ონლაინ მედია საშუალებებიდან პირველად სააგენტო რეპორტიორმა 14 სექტემბერს 11:07 სთზე გაავრცელა. როგორც ქვემოთ მოცემული ცხრილი უჩვენებს, თითქმის დროის იმავე შუალედში ფარული ჩანაწერი პალიტრა ჰოლდინგში შემავალმა შემავალმა გამოცემებმა (Plitratv.ge, ამბები.ge და ინტერპრესნიუსმა) შემდეგი თანმიმდევრობით განათავსეს:

მედია საშუალება	ფარული ჩანაწერის გავრცელების დრო
რეპორტიორი	11:07
Plitratv.ge	12.02
ამბები.ge	12.05
ინტერპრესნიუსი	12.33

აღსანიშნავია, რომ ამბები.ge-ზე ჩანაწერის გაშიფრული ტრანსკრიპტი ქართულ ენაზე დაიდო (12.05), ხოლო ამბები.ge-სა და ინტერპრესნიუსსზე ამ საკითხთან დაკავშირებით ნიკა გვარამიას ფეისბუკ კომენტარიც იყო გამოქვეყნებული.

რაც შეეხება Creative Georgia News -ს Youtube არხს, აქ მხოლოდ 1 ჩანაწერია ატვირთული, ხოლო იმავე სახელწოდების ვებ-პორტალზე განთავსებულია 2015 წლის ნოემბერში გავრცელებული ადრინდელი ფარული სატელეფონო ჩანაწერი, რომელიც ნიკა გვარამიას საქართველოს ყოფილ პრეზიდენტთან მიხეილ სააკაშვილთან საუბარს ასახავს. Creative Georgia News -ის ვებ-გვერდზე დეკლარირებულ მისიაში აღნიშნულია, რომ ის რუსეთსა და სნგ-ში მომუშავე ჟურნალისტთა ჯგუფის ინიციატივით არის შექმნილი და იმ ადამიანებისთვის არის განკუთვნილი, ვისთვისაც სულერთი არ არის საქართველოში მიმდინარე პროცესები.

გადამოწმების შედეგად ირკვევა, რომ ვებ-გვერდის მესაკუთრედ რუსეთში რეგისტრირებული კერძო პირი ზუხრა ბოლატჩიევაა მითითებული, ხოლო მფლობელი ქვეყანა დაფარულია. ვების ლოკაციის ადგილად გერმანიაა მითითებული, თუმცა, არსებობს ვარაუდი, რომ მისი ლოკაციის ადგილი შესაძლოა რუსეთში იყოს. საიტი ანონიმურ სერვერს იყენებს, რის გამოც მისი რეალური მფლობელის იდენტიფიცირება ვერ ხერხდება.

სატელეფონო ჩანაწერის გავრცელების ფაქტზე შინაგან საქმეთა სამინისტრომ გამოძიება 14 სექტემბერს დაიწყო. სამინისტროს მიერ გავრცელებული განცხადებით, შსს-ს ცენტრალური კრიმინალური პოლიციის კიბერდანაშაულთან ბრძოლის სამმართველოში გამოძიება პირადი მიმოწერის, ტელეფონით საუბრის ან სხვაგვარი ხერხით შეტყობინების უკანონოდ მოპოვების და გავრცელების ფაქტზე (საქართველოს სსკ-ის 159-ე მუხლის 1-ლი და მე-2 ნაწილებით) მიმდინარეობს.

ჩანაწერის ავთენტურობა ჯერ არ დადასტურებულა, თუმცა "რუსთავი 2"-ის გენერალური დირექტორი არ უარყოფს, რომ პაატა ბურჭულაძესთან მსგავსი საუბარი შედგა.<sup>37</sup> ამასთანავე, ჩანაწერის გავრცელებაში გვარამია სახელმწიფო უსაფრთხოების სამსახურს ადანაშაულებს. მისი თქმით, მან სპეციალურად დარეკა "ლია" ხაზით, სახელმწიფო უსაფრთხოების სამსახურს კი, გასასაჯაროებლად 3 დღეც არ დასჭირდა.

Organisation: **Private Person**  
Owner: **Zukhra N Bolatchieva**  
Owner Address: **ul. Shkolnaya, d.35 (chastnyy dom)**  
Owner City: **Dzhingirik**  
Owner Postcode: **369245**  
Phone Number: **+7.9886138721**  
Phone Type: **mobile**  
Email: **bolatchieva91@yandex.ru**

Owner Country : **Hidden**  
Website Location : **Germany**

Probable website origin :-  
89%; **Unknown**  
5%; **Russian Federation**  
5%; **Germany**

### 5.3. თავდასხმა ჟურნალისტებზე

თავდასხმა "რუსთავი 2-ის" გადამღებ ჯგუფზე. 19 ივნისს<sup>38</sup> თბილისის საერთაშორისო აეროპორტში, სამაუწყებლო კომპანია რუსთავი 2-ის ჟურნალისტ ელენე ფირცხალაიშვილსა და ოპერატორ გიორგი ცანავას შეურაცხყოფა მიაყენეს. საპარლამენტო უმცირესობის წევრთან ინტერვიუს დროს უცნობმა პირმა გადამღებ ჯგუფს ჯერ სიტყვიერი შეურაცხყოფა მიაყენა, შემდეგ კი რუსთავი 2-ის ოპერატორს - ფიზიკური.

მოგვიანებით საქართველოს შინაგან საქმეთა სამინისტრომ განცხადება გაავრცელა. უწყების ინფორმაციით, უცხო პირმა რუსთავი 2-ის გადამღებ ჯგუფს შეურაცხყოფა გადაღების

<sup>37</sup> <http://www.interpressnews.ge/ge/samartali/396851-shss-m-satelefono-CHANATSERIS-GAVRCELEBIS-FAQTZE-GAMODZIEBA-DAITSYO.html>

<sup>38</sup> <http://rustavi2.com/ka/news/49703>



დასრულების შემდეგ მიაყენა და შემთხვევის ადგილს გაეცალა. შსს განმარტებით, რუსთავი 2-ის ოპერატორი უცხო პირს დაედევნა და ფიზიკური შეურაცხყოფა მიაყენა, რის შემდეგაც მათ შორის სიტყვიერი და ფიზიკური დაპირისპირება დაიწყო.

სამართალდამცველებმა ინციდენტთან დაკავშირებით რუსთავის 2-ის ოპერატორი და ინციდენტში მონაწილე მეორე პირი გამოკითხეს. შსს-ს ინფორმაციით, მათ ერთმანეთის მიმართ პრეტენზია არ გააჩნდათ. შსს-მ მოქალაქის ცემის ფაქტზე გამოძიება სისხლის სამართლის კოდექსის 125-ე მუხლით (ცემა) დაიწყო. შსს-ს ინფორმაციით, აღნიშნულ სისხლის სამართლის საქმეში რუსთავი 2-ის გადამღები ჯგუფი დაზარალებულად არ უცვნიათ.

**თავდასხმა “ტაბულას” ჟურნალისტებზე.** 2016 წლის 12 იანვარს კოტე აფხაზის ქუჩაზე, რესტორან ჭაშნაგირში ტაბულას ჟურნალისტებს, ირაკლი კიკნაველიძეს, ლევან სუთიძეს, ნინო მაჭარაშვილსა და ტაბულას ყოფილ თანამშრომელს, ავთო ქორიძეს, თავს დაესხნენ<sup>39</sup>. ტაბულას ჟურნალისტის, ირაკლი კიკნაველიძის თქმით, რამდენიმე პირმა მათ სიტყვიერი და ფიზიკური შეურაცხყოფა მიაყენა და რესტორნის ინვენტარი დააზიანა. კიკნაველიძის თქმით, თავდამსხმელები მოტივად “ტაბულას მიერ ეკლესიის გინებას” ასახელებდნენ. ჟურნალისტებმა თავდასხმის შედეგად სხეულის მსუბუქი დაზიანებები მიიღეს.

მომხდარ ფაქტზე შსს-მ გამოძიება სისხლის სამართლის კოდექსის 125-ე მუხლით, ცემის ფაქტზე დაიწყო. თუმცა, მოგვიანებით, საქმე გადაკვალიფიცირდა და გამოძიება 156-ე მუხლით (დევნა) გაგრძელდა. ამ ნორმის მიხედვით, ადამიანის დევნა სიტყვის, აზრის, სინდისის, აღმსარებლობის, რწმენის ან მრწამსის გამო, ანდა მის პოლიტიკურ, საზოგადოებრივ, პროფესიულ, რელიგიურ ან მეცნიერულ მოღვაწეობასთან დაკავშირებით, – ისჯება ჯარიმით ან თავისუფლების შეზღუდვით ვადით ორ წლამდე ანდა თავისუფლების აღკვეთით იმავე ვადით. აღნიშნულ საქმეზე გამოძიება დასრულდა და ამჟამად ის სასამართლო განხილვის სტადიაზეა.

#### 5.4. პროფესიული საქმიანობის ხელისშეშლა

**Media.Ge-ს მთავარ რედაქტორს სამართალდამცავებმა ვიდეოგადაღების შესაძლებლობა არ მისცეს.** 2016 წლის 18 აგვისტოს Media.Ge-ს მთავარ რედაქტორს დავით მჭედლიძეს სამართალდამცავებმა პროფესიული საქმიანობის განხორციელების შესაძლებლობა არ მისცეს.

მჭედლიძე ქალაქ რუსთავში, გაგარინის ქუჩაზე მიტოვებულ შენობაში ფართის დაკავების შემთხვევას აშუქებდა. მისი ინფორმაციით, მან მიტოვებული შენობის ოთახში, სადაც შეკრებილი იყვნენ კრიმინალური და საპატრულო პოლიციის თანამშრომლები, გადაღების ნებართვა ითხოვა, სამართალდამცავებმა კი ის ოთახიდან ხელის კვირით გამოაძევეს. ოთახში შესვლის მეორე მცდელობის დროს მჭედლიძეს კამერა ჩართული ჰქონდა. 10 წამიან ვიდეოსაღებაში სამართალდამცავი ჟურნალისტს მიმართავს არ გადაიღოს და გადამღებ მოწყობილობისკენ ხელს წევს, რის შემდეგც კადრი წყდება.

აღნიშნულ ფაქტთან დაკავშირებით პროკურატურამ გამოძიება სისხლის სამართლის კოდექსის 154-ე (ჟურნალისტურ საქმიანობაში ხელისშეშლა) და 333-ე (სამსახურებრივი უფლებამოსილების გადამეტება) მუხლებით დაიწყო.

**კორცხელში საარჩევნო უბანზე ჟურნალისტებისთვის ფიზიკური შეურაცხყოფის მიყენება.** 22 მაისს, საკრებულოს შუალედური არჩევნების მიმდინარეობისას, ზუგდიდის მუნიციპალიტეტის სოფელ კორცხელში “ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის” ლიდერებზე თავდასხმის დროს, საარჩევნო უბანზე მომუშავე Livepress-ის, Ipress-ის და ტელერადიოკომპანია “ოდიშის” ჟურნალისტებს პროფესიული საქმიანობის განხორციელებაში ხელი შეეშალათ<sup>40</sup>.

ინტერნეტ გამოცემა Ipress-ის ცნობით, 22 მაისს სოფელ რუხში მდებარე რესტორან “არგოში” Ipress-ის ჟურნალისტს ირმა მესხიას კორცხელის საარჩევნო უბანთან მომხდარ

<sup>39</sup> [http://mediameter.ge/ge/media-cases?field\\_media\\_tid=All&field\\_violation\\_typology\\_tid=All&page=1#case-414](http://mediameter.ge/ge/media-cases?field_media_tid=All&field_violation_typology_tid=All&page=1#case-414)

<sup>40</sup> <http://mediameter.ge/ge/media-cases#case-453>



დაპირისპირებაში მონაწილე სპორტსმენებმა გადაადგილების შესაძლებლობა ნახევარი საათის განმავლობაში შეუზღუდეს და რესტორნის შენობაში გადაღებული ფოტომასალის წაშლას ითხოვდნენ. გარდა ამისა, წაართვეს ტელეფონი, საიდანაც ყველა აუდიო ჩანაწერი და ფოტო მასალა წაუშალეს, მიაყენეს სიტყვიერი შეურაცხყოფა და დაემუქრნენ.

Livepress-ის მთავარი რედაქტორის გერონტი ყალიჩავას ცნობით, გამოცემის ჟურნალისტებს სიტყვიერი შეურაცხყოფა მიაყენეს და ფიზიკური ანგარიშსწორებით დაემუქრნენ, რაზეც პოლიციის ოფიცერებს რეაგირება არ მოუხდენიათ.

ტელერადიოკომპანია “ოდიშის” საინფორმაციო სამსახურის უფროსის ნანა ქობალიას ცნობით, დაპირისპირების დროს მოძალადეები ჟურნალისტების მიმართ აგრესიით გამოირჩეოდნენ და მათ პროფესიული საქმიანობის განხორციელების შესაძლებლობას არ აძლევდნენ. ნანა ქობალიასთან ერთად, კორცხელის საარჩევნო უბანზე მუშაობდნენ ჟურნალისტი ლევან კალანდია და ოპერატორი ზვიად აბლოთია. ოპერატორი ინციდენტის შედეგად ფიზიკურად დაშავდა – მას “ქართული ოცნების” მხარდამტყერებმა თავში წყლით სავსე ბოთლი ესროლეს და ქვა დაუშინეს.

კორცხელის ინციდენტთან დაკავშირებით გამოძიება სისხლის სამართლის კოდექსის 125-ე (გემა) მუხლით დაიწყო. გამოძიება გრძელდება, თუმცა აღმკვეთის ღონისძიება 6 პირის მიმართ იქნა გამოყენებული და ბრალი 239-ე მუხლით<sup>41</sup> (ხულიგნობა) წაყენათ. ამ ნორმის მიხედვით, ქმედებას, წინასწარი შეთანხმებით ჯგუფის მიერ ცეცხლსასროლი იარაღის ან იარაღად სხვა საგნის გამოყენებით, რომელიც უხეშად არღვევს საზოგადოებრივ წესრიგს და გამოხატავს საზოგადოებისადმი აშკარა უპატივცემულობას, ჩადენილი ძალადობით ან ძალადობის მუქარით. აღნიშნულ სამართალდარღვევაზე კანონით თავისუფლების აღკვეთაა 4-დან 7 წლამდეა გათვალისწინებული.

**ჟურნალისტების პროფესიული საქმიანობის განხორციელებაში ხელისშეშლა თსუ-ში.** 2016 წლის 14 მარტს თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის პირველ კორპუსში “ლიბერალისა” და “ნეტგაზეთის” ჟურნალისტებს პროფესიული საქმიანობის განხორციელებაში ხელი შეეშალათ<sup>42</sup>. “ლიბერალის” ჟურნალისტს, სოფო გოგიშვილს ფიზიკური შეურაცხყოფა მიაყენეს, ამავე გამოცემის ფოტოგრაფს ბასტი (მამუკა) მგალობლიშვილს კამერა დაუმტკრიეს, “ნეტგაზეთის” ჟურნალისტს გიორგი დიასამიძეს კი ტელეფონი წაართვეს.

შსს გამოძიებას სისხლის სამართლის კოდექსის 187-ე მუხლის პირველი ნაწილით დაიწყო. ამ მუხლით, სხვისი ნივთის დაზიანება ან განადგურება, რამაც მნიშვნელოვანი ზიანი გამოიწვია, ისჯება ჯარიმით ან საზოგადოებისათვის სასარგებლო შრომით ვადით ასიდან ას ოთხმოც საათამდე ან გამასწორებელი სამუშაოთი ვადით ერთ წლამდე ანდა თავისუფლების აღკვეთით ვადით ერთიდან სამ წლამდე.

**ინციდენტი ახმეტის გამგეობის შენობაში.** 28 მარტს<sup>43</sup> კახეთის საინფორმაციო ცენტრმა მისი ჟურნალისტის პროფესიული საქმიანობის ხელისშეშლის შესახებ მასალა გაავრცელა. გავრცელებული ვიდეო კადრებიდან<sup>44</sup> ჩანს, რომ ახმეტის მუნიციპალიტეტის გამგეობის შენობაში ქონების მართვის და ინფრასტრუქტურის სამსახურის უფროსმა ლუხუმ შეთეკაურმა მის სამუშაო ოთახში შესულ ჟურნალისტებს კამერის გამორთვა სთხოვა. როდესაც ჟურნალისტმა საჯარო მოხელეს განუცხადა, რომ გამგეობის შენობა საჯარო დაწესებულება იყო და მას გადაღების უფლება ჰქონდა, ლუხუმ შეთეკაურმა გადამღებ ჯგუფს შემდეგი სიტყვებით მიმართა: „დავაი ეხლა, დაახვიეთ აქედან... მიდი, ეხლა, პროვოკატორი ხარ, ვიღაცა ხარ...”

კახეთის საინფორმაციო ცენტრის ინფორმაციით, “ლუხუმ შეთეკაურმა კახეთის საინფორმაციო ცენტრის ოპერატორს დაარტყა”, თუმცა ვიდეომასალაში ფიზიკური შეურაცხყოფის ფაქტი ასახული არ არის.

<sup>41</sup> მე-2 ნაწილის „ა“ ქვეპუნქტი და მე-3 ნაწილი.

<sup>42</sup> <http://netgazeti.ge/news/101482/>

<sup>43</sup> <http://mediameter.ge/ge/media-cases#case-437>

<sup>44</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=Vw-iNVu9KmY&feature=youtu.be&app=desktop>

შეთიკაური მედიის განვითარების ფონდთან საუბრისას კახეთის საინფორმაციო ცენტრის ჟურნალისტებთან ფიზიკურ შეხებას უარყოფს და ინციდენტის დღეს იხსენებს. მისი თქმით, მისი გადაღება ოპერატორმა მასთან შეთანხმების გარეშე მაშინ დაიწყო, როცა ჟურნალისტთან იმ საკითხს აზუსტებდა, რაზეც კომენტარის მიღება სურდათ. ის აღნიშნავს, რომ შეუთანხმებლად ჩაწერამ გააბრაზა.

ჟურნალისტი თამარ მოდებაძე ადასტურებს, რომ შეთიკაურთან ინტერვიუს ჩაწერა შეუთანხმებლად დაიწყო. ჟურნალისტის თქმით, იმ შემთხვევაში, თუ საკითხის წინასწარ შეთანხმება მოხდებოდა, შეთიკაურს შესაძლოა, კომენტარის მიცემისგან თავი შეეკავებინა.

შსს-ს ინფორმაციით, ამ საქმეზე გამოძიება სისხლის სამართლის კოდექსის 154-ე მუხლის მეორე პუქტით მიმდინარეობს. ამ მუხლის მიხედვით, ჟურნალისტისათვის პროფესიულ საქმიანობაში უკანონოდ ხელის შეშლა (იძულება), ძალადობის მუქარით ან სამსახურებრივი მდგომარეობის გამოყენებით, გაავრცელოს ინფორმაცია ან თავი შეიკავოს მისი გავრცელებისაგან, ისჯება ჯარიმით ან თავისუფლების აღკვეთით ვადით ორ წლამდე, თანამდებობის დაკავების ან საქმიანობის უფლების ჩამორთმევით ვადით სამ წლამდე ან უამისოდ.

**გელა მთივლიშვილის ფიზიკური და სიტყვიერი შეურაცხყოფის ფაქტი.** კახეთის საინფორმაციო ცენტრის ცნობით, 23 სექტემბერს ღამით, წორში ქუჩის სამუშაოების მიმდინარეობის დროს ადგილზე მყოფმა წნორის რწმუნებულმა, თამაზ მათეშვილმა კახეთის საინფორმაციო ცენტრის ჟურნალისტს გელა მთივლიშვილს ფიზიკური და სიტყვიერი შეურაცხყოფა მიაყენა<sup>45</sup>.

ჟურნალისტის ცნობით, მათეშვილი ალკოჰოლური სასმელის ზემოქმედების ქვეშ იყო. როგორც კახეთის საინფორმაციო ცენტრი წერს, პოლიციაში გელა მთივლიშვილს განუმარტეს, რომ მომხდარზე გამოძიება სისხლის სამართლის კოდექსის 154-ე მუხლის მე-2 ნაწილით დაიწყო, რაც ჟურნალისტისათვის პროფესიულ საქმიანობაში უკანონოდ ხელის შეშლას გულისხმობს. დანაშაული ისჯება ჯარიმით ან თავისუფლების აღკვეთით ვადით ორ წლამდე, თანამდებობის დაკავების ან საქმიანობის უფლების ჩამორთმევით ვადით სამ წლამდე ან უამისოდ.

ინციდენტის მეორე დღეს, 24 სექტემბერს თამაზ მათეშვილმა მომხდარის გამო ბოდიში მოიხადა და თანამდებობა დატოვა.

<sup>45</sup> <http://ick.ge/articles/30936-i.html>

## 6. 2016 წლის საპარლამენტო არჩევნები

### 6.1. საარჩევნო კამპანიის მიზნით პოლიტიკური სუბიექტების მიერ მედიაში გაწეული ხარჯები

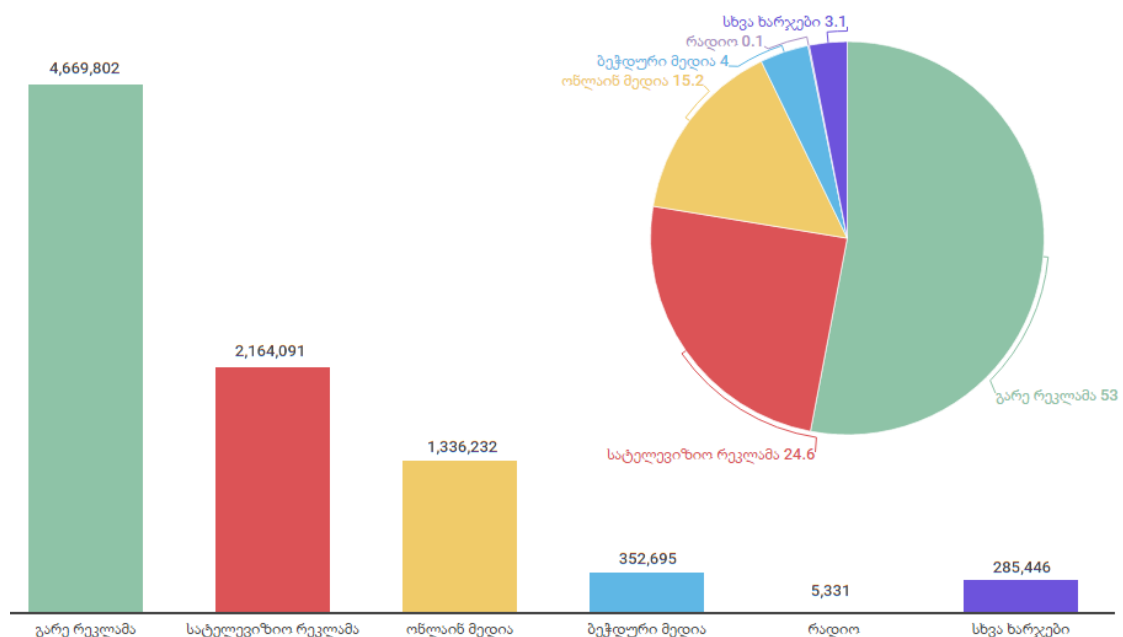
**შემაჯავებელი კარგობა:** 8 ივნისი-30 აგვისტოს პერიოდში საარჩევნო კამპანიაზე გაწეული საერთო 8 813 597 ლარიდან 78% ქართულმა ოცნებამ დახარჯა. ყველაზე მეტი თანხა გარე რეკლამაზე დაიხარჯა. ტელევიზიებიდან ყველაზე მეტი ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა “იმედმა” (1 134 907) მიიღო, სადაც 1 მილიონი ლირებულების მომსახურება ქართულმა ოცნებამ შეისყიდა. თუ ტელევიზიებიდან ქართულმა ოცნებამ მხოლოდ იმედზე განათავსა რეკლამა, ონლაინ გამოცემებსა და გაზეთებში უფრო დივერსიფიცირებული მიდგომა გამოიკვეთა. ყველა მეტი სარეკლამო და საინფორმაციო მომსახურება ქართულმა ოცნებამ პალიტრა ჰოლდინგში შემავალ ონლაინ (221 479) და ბეჭდვითი (73 955) გამოცემებისგან შეისყიდა.

**ერთიანი მონაცემები:** აუდიტის სამსახურში წარდგენილი ფინანსური დეკლარაციების თანახმად, 2016 წლის საპარლამენტო არჩევნების კამპანიის ოფიციალურად დაწყებიდან (8 ივნისი) 30 აგვისტოს ჩათვლით, პოლიტიკურმა პარტიებმა და დამოუკიდებელმა კანდიდატებმა სხვადასხვა სახის სარეკლამო მომსახურებისთვის 8 813 597 ლარი დახარჯეს.

„მოქალაქეთა პოლიტიკური გაერთიანებების შესახებ კანონის“ 32<sup>1</sup> მუხლის თანახმად, არჩევნების დანიშვნის დღიდან სამ კვირაში ერთხელ ყველა პარტიას, რომელიც არჩევნებში დამოუკიდებლად ან საარჩევნო ბლოკის შემადგენლობაში მონაწილეობს, სახელმწიფო აუდიტის სამსახურისთვის ფინანსური ანგარიშის წარდგენის ვალდებულება წარმოეშება.

8 ივნისი-30 აგვისტოს მონაცემებით, სარეკლამო მომსახურებისთვის გაწეული ხარჯების ყველაზე დიდი წილი 53% (4 669 802 ლარი) გარე რეკლამაზე მოდის; თითქმის მეოთხედი - 24,6% (2 164 091 ლარი) - სატელევიზიო რეკლამაზე; 15,2% (1 336 232 ლარი) - ონლაინ მედიაზე; 4% (352 695 ლარი) - ბეჭდურ მედიაზე გადანაწილდა, სხვა ხარჯებზე - ბრენდირებული მასალის დამზადება და ბეჭდვა - 3,1% (285 446 ლარი), ხოლო ყველაზე მწირი - 0,1 % (5 331) ლარი რადიოზე.

დიაგრამა 6.1.1. საარჩევნო სუბიექტების მიერ საარჩევნო კამპანიაზე დახარჯული თანხები სარეკლამო და საინფორმაციო მომსახურების მიხედვით



არჩევნებში მონაწილე სუბიექტებიდან ყველაზე მეტი თანხა 6 914 179 ლარი (78 %) ქართულმა ოცნებამ დახარჯა; მასზე 13-ჯერ ნაკლები (523 700 ლარი) მეორე ადგილზე მყოფმა ნაციონალურმა მოძრაობამ, რომელსაც მოსდევს სახელმწიფო ხალხისთვის (489 719); პატრიოტთა ალიანსი (433 332); ახალი საქართველო (198 750), რომელიც პაატა ბურჭულაძის “სახელმწიფო ხალხისათვის” ერთიან საარჩევნო ბლოკში გირჩთან და ახალ მემარჯვენებთან ერთად 18 აგვისტოდან გაერთიანდა; „ეროვნული ფორუმი“ (120 146). ის პარტიები და დამოუკიდებელი კანდიდატები, რომელთა დანახარჯებიც 50 ათას ლარს არ აღემატებოდა დიაგრამაზე კატეგორიაში “სხვა” არიან გაერთიანებული. ესენი არიან: გაერთიანებული დემოკრატიული მოძრაობა (36 234); თავისუფალი დემოკრატები (33 173); გირჩი (18 632); წარმატებული საქართველო (12 000); ირაკლი პეტრიაშვილი (9 532); რესპუბლიკური პარტია (6 834); ირაკლი შიხიაშვილი (5 610); ილია კოკაია (5 506); ცეზარ ჩოჩელი (2 650); ქართული იდეა (2 400); მრეწველობა გადაარჩენს საქართველოს (1 000) და ლეიბორისტული პარტია (200).

დიაგრამა 6.1.2. საარჩევნო სუბიექტების მიერ საარჩევნო სარეკლამო კამპანიაზე დახარჯული თანხები პარტიების მიხედვით



**რეკლამა მაუწყებლებში.** საარჩევნო სუბიექტებმა მედია საშუალებებიდან ყველაზე დიდი თანხა (2 164 091) სატელევიზიო რეკლამაზე მიმართეს. მმართველმა პოლიტიკურმა პარტიამ, ქართულმა ოცნებამ ყველაზე დიდი სარეკლამო დრო - 1 000 000 ლარის ღირებულების (46%) ტელეკომპანია იმედში<sup>46</sup> შეისყიდა, სხვა არხებზე კი ფასიანი რეკლამა საერთოდ არ განუთავსებია. შემდეგი პარტია, რომელმაც ყველაზე მეტი სარეკლამო მომსახურება გასწია არის „სახელმწიფო ხალხისთვის“, რომელმაც პოლიტიკური რეკლამა რუსთავი 2-ზე (283 965), იმედზე (134 907) და მაესტროზე (33 160) განათავსა. ნაციონალურმა მოძრაობამ რეკლამა მხოლოდ რუსთავი 2-სა<sup>47</sup> (215 000) და რეგიონულ ტელევიზიებში<sup>48</sup> (3 707) განათავსა. პატრიოტთა ალიანსმა ყველაზე დიდი თანხა (120 000) ობიექტებზე<sup>49</sup>, ასევე შედარებით მცირე რუსთავი 2-ზე (32 724), ტვ პირველის ეთერში (30 011) და რეგიონულ მარნეულის ტელევიზიაში (4000) განათავსა. ნაციონალური მოძრაობის ყოფილი წევრის გიორგი ვაშაძის პარტიამ „ახალი საქართველო“ ყველაზე მეტი თანხა რუსთავი 2-ზე (170 446), შედარებით მცირე კი ტვ პირველზე (14 104) განათავსა. ეროვნულმა ფორუმმა ყველაზე მეტი სარეკლამო დრო რეგიონულ ტელევიზიებში<sup>50</sup> (99 781) შეისყიდა, შედარებით მცირე კი კავკასიის (9 980), ტვ პირველისა (5 000) და იბერიას (5 000) ეთერში.

<sup>46</sup> „მედიის განვითარების ფონდის“ წინასაარჩევნო მონიტორინგის შუალედური ანგარიშის მიხედვით (1 აპრილი - 31 ივლისი), ტელეკომპანია „იმედმა“ ქართულ ოცნებას და მთავრობას ჯამურად ყველაზე მეტი დრო (62.8%) დაუთმო. <http://mediameter.ge/ge/research/mediis-cinasaarchevno-monitoringi-1-aprili-31-ivlisi-2016-shualeduri-angarishi>

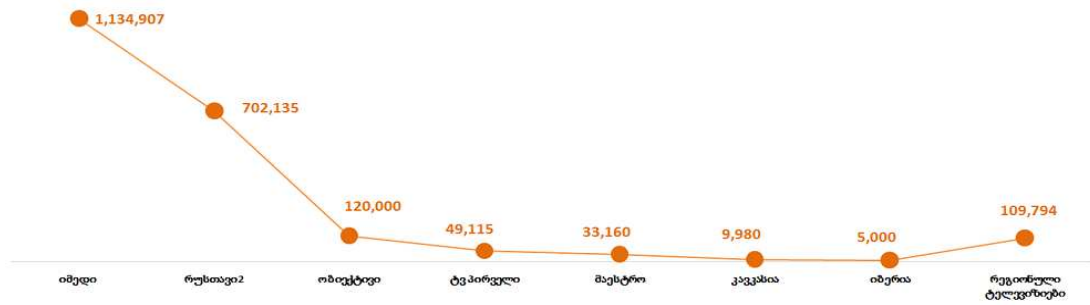
<sup>47</sup> იქვე. „ნაციონალურ მოძრაობას“ ყველაზე მაღალი გაშუქება (19,7%) რუსთავი 2-ზე ჰქონდა.


<sup>48</sup> ახალციხის „მეცხრე არხი“ (2 747) და „ქვემო ქართლის ტელევიზია“ (960).

<sup>49</sup> იქვე. ქართული ოცნების შემდეგ ობიექტებზე ყველაზე მაღალი გაშუქება (10,2%) პატრიოტთა ალიანსს აქვს. ობიექტების დამფუძნებელთა შორის პატრიოტთა ალიანსის წევრები ფიგურირებენ.

<sup>50</sup> „რიონი“, „ოდიში“, „მეცხრე ტალღა“, „იმერვიზია“, „თანამგზავრი“, „გურჯაანი“, „ტელეარხი 25“, „დია“, „თრიალეთი“, „გურია“, „ბორჯომი“ და „არგო“.

დიაგრამა 6.1.3. ფასიანი საარჩევნო რეკლამის განაწილება ტელევიზიების მიხედვით



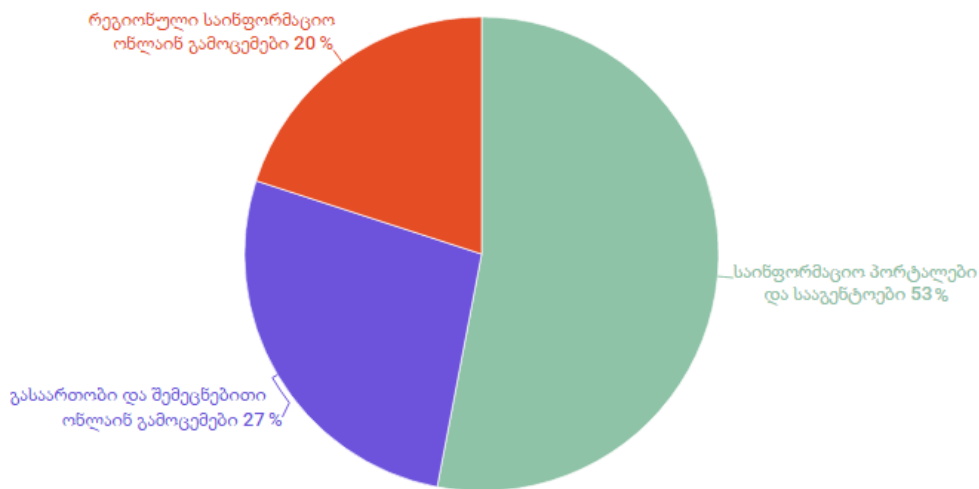
								რეგიონული ტელევიზიები	ჯამი
ქართული ოცნება	1,000,000								1,000,000
სახელმწიფო ხალხისთვის	134,907	283,965			33,160				452,032
ნაციონალური მოძრაობა		215,000						3,707	218,707
საქართველოს პატრიოტთა ალიანსი		32,724	120,000	30,011				4,000	186,735
სამოქალაქო პლატფორმა ახალი საქართველო		170,446		14,104					184,550
ეროვნული ფორუმი				5,000		9,980.0	5,000	99,781	119,761
ილია კოკაია								2,306	2,306
ჯამი	1,134,907	702,135	120,000	49,115	33,160	9,980.0	5,000	109,794	2,164,091

რადიო მაუწყებლებში პოლიტიკური რეკლამისთვის შედარებით მცირე თანხა წარიმართა: „პატრიოტთა ალიანსმა“ პირველ რადიოში 5 331 ლარის ღირებულების ფასიანი რეკლამა განათავსა.

**ონლაინ მედია.** ონლაინ მედიაში გადარიცხული 1 336 232 ლარიდან ყველაზე დიდი წილი - 53% (720 616 ლარი) საინფორმაციო პორტალებსა და სააგენტოებზე მოდის, მეორე ადგილზეა გასართობი და შემეცნებითი ონლაინ გამოცემები 27%-ით (360 200 ლარი), ყველაზე ნაკლები თანხა - 257 636 ლარი (20%) კი რეგიონულ საინფორმაციო ონლაინ გამოცემებში განთავსდა.



დიაგრამა 6.1.4. პოლიტიკური სუბიექტების მიერ ონლაინ მედიაში ფასიან საარჩევნო რეკლამასა და საინფორმაციო მომსახურებაზე გაწეული ხარჯები



ონლაინ მედიაში გადარიცხული თანხების 98% (1 302 938 ლარი) ქართულმა ოცნებამ<sup>51</sup> დახარჯა, 2% კი შემდეგმა სუბიექტებმა: პატრიოტთა ალიანსი (14 945); სახელმწიფო ხალხისთვის (6 953); დამოუკიდებელი კანდიდატები ირაკლი შიხიაშვილი (3 060) და ირაკლი პეტრიაშვილი (2 000); გირჩი (2 991); ნაციონალურმა მოძრაობა (2 147); მრეწველობა გადაარჩენს საქართველოს (1 000), ლეიბორისტული პარტია (200).

საარჩევნო სუბიექტებმა სარეკლამო მომსახურება სულ 70-მდე ონლაინ გამოცემასთან გააფორმეს. დიაგრამა 6.1.5-ზე ასახულია ის 10 ონლაინ საინფორმაციო პორტალი და სააგენტო, რომელთაც ყველაზე მეტი დაფინანსება მიიღეს, მათგან 6-ს ხელშეკრულება მხოლოდ ქართულ ოცნებასთან ჰქონდა გაფორმებული, 4 მედია საშუალებაში კი ქართულ ოცნებასთან ერთად პატრიოტთა ალიანსმა<sup>52</sup> და დამოუკიდებელმა კანდიდატმა ირაკლი შიხიაშვილმა<sup>53</sup> შეიძინეს ფასიანი მომსახურება. ყველაზე მეტი სარეკლამო მომსახურება (ჯამში 221 479 ლარი) ქართულმა ოცნებამ პალიტრა ჰოლდინგში შემავალ ონლაინ გამოცემებში<sup>54</sup>, მათ შორის სააგენტო IPN-ზე შეისყიდა; შემდეგ ადგილზეა Ipress (45 000), Info 9 (45 000); PIA და მასთან დაკავშირებული გამოცემები (41 700),<sup>54</sup> Netgazeti (35 101), Presa.ge და მასთან დაკავშირებული გამოცემები<sup>55</sup> (32 000); Newposts.ge-მ (28 500), Pirveliradio.ge (25 235), Reportiori.ge (23 580) და Commersant.ge (22 464).

<sup>51</sup> Ipress.ge, Pirveliradio.ge

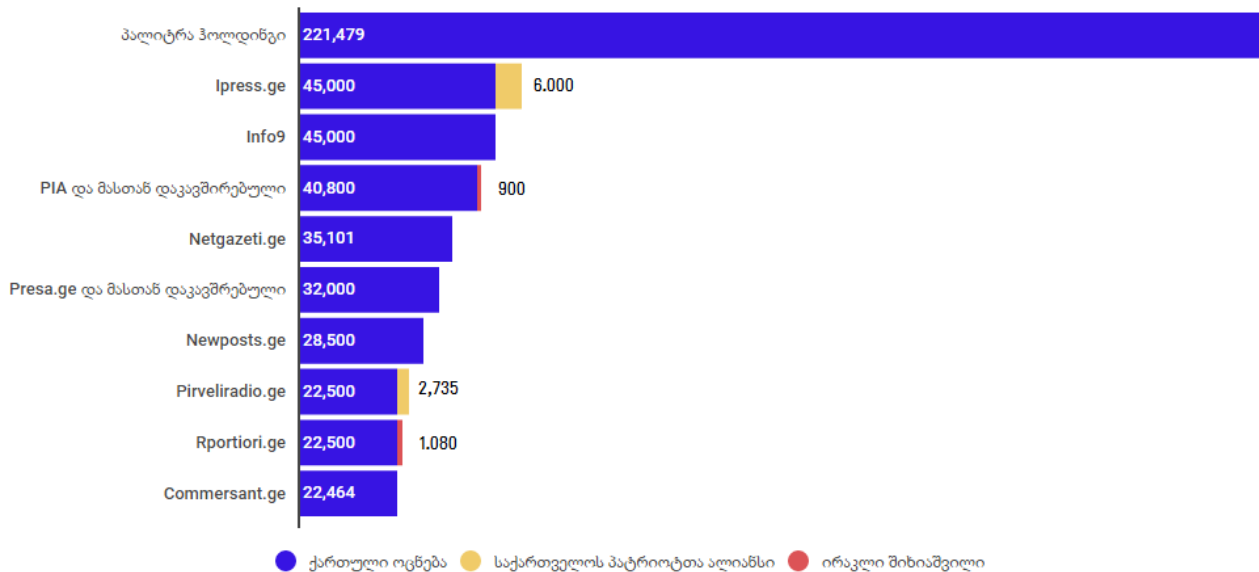
<sup>52</sup> Reportiori.ge, PIA.

<sup>53</sup> Allnews.ge; Ambebi.ge; Bpn.ge; Kvirispalitra.ge; Sportall.ge; Palitratv.ge.

<sup>54</sup> Daijesti.ge, Funtime.ge

<sup>55</sup> Droni.ge; Itv.ge; People.ge.

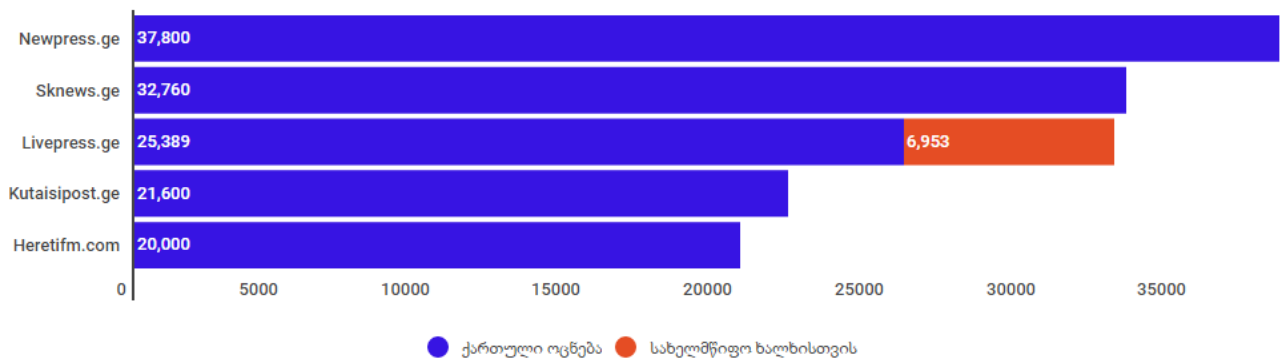
დიაგრამა 6.1.5. ფასიანი საარჩევნო რეკლამის და საინფორმაციო მომსახურების განაწილება 10 საინფორმაციო ონლაინ გამოცემაში



სხვა საინფორმაციო ონლაინ გამოცემებში პოლიტიკურ რეკლამასა და საინფორმაციო მომსახურებაში ჯამურად სულ 176 558 ლარი დაიხარჯა (იხ.დანართი 1), საიდანაც ყველაზე მეტი თანხა ქართულმა ოცნებამ (168 738), ხოლო ყველაზე ნაკლები ლეიბორიტულმა პარტიამ (200) დახარჯეს.

ქართულმა ოცნებამ ყველაზე მეტი თანხა რეგიონული საინფორმაციო ონლაინ გამოცემებშიც დახარჯა. დიაგრამა 6.1.6-ზე ასახულია ის 5 მედია საშუალება, სადაც 20 000 ლარს ზემოთ რეკლამა განთავსდა, ხოლო დანარჩენი გამოცემები დანართ 2-შია მოცემული.

დიაგრამა 6.1.6. ფასიანი საარჩევნო რეკლამის და საინფორმაციო მომსახურების განაწილება 5 რეგიონულ საინფორმაციო ონლაინ გამოცემაში



გასართობ და შემეცნებით ონლაინ გამოცემებში 356 063 ლარის ღირებულების რეკლამა მხოლოდ ქართულმა ოცნებამ განათავსა. აქედან ყველაზე მეტი ღირებულების რეკლამა Amindi.ge-სა (168 905) და Imovies.ge-ზე (135 124) განთავსდა.

სოციალურ ქსელ Facebook-ში დეკლარაციების მიხედვით, რეკლამა მხოლოდ 2 პარტიამ - გირჩმა (2 991 ლარი) და ნაციონალურმა მოძრაობამ (2 147 ლარი) განათავსა.

**ბეტდვითი მედია.** 18 ბეტდვითი გამოცემისგან 3 პოლიტიკურმა პარტიამ და 1-მა დამოუკიდებელმა კანდიდატმა ჯამურად 352 695 ლარის ღირებულების სარეკლამო მომსახურება შეისყიდა. აღნიშნული შესყიდვების 95.7% (337 431 ლარი) ქართულ ოცნებაზე მოდის; 3.3% - პატრიოტთა ალიანსზე, რომელმაც მხოლოდ “თბილისელებთან” გააფორმა ხელშეკრულება (11 664); ყველაზე მცირე თანხა კი - „ქართულ იდეასა“ („ახალი თაობა“ - 2 400) და ირაკლი შიხიაშვილზე („ვერსია“ - 1 200).

გაზეთებს შორის ყველაზე მეტი შემოსავალი „კვირის პალიტრამ“ (73 955) ლარი მიიღო. პირველ ხუთეულში მოხვდნენ რეგიონული გაზეთები „გურია ნიუსი“ (55 125), „სპექტრი“ (33 690) და „ბათუმელები“ (26 838). „რეზონანსი“ კი შემოსავლებით მეოთხე ადგილზეა (30 000).

ცხრილი 6.1.1. ფასიანი საარჩევნო რეკლამის და საინფორმაციო მომსახურების განაწილება ბეტდვით მედიაში

	ქართული ოცნება	საქართველოს პატრიოტთა ალიანსი	ქართული იდეა	ირაკლი შიხიაშვილი	ჯამი
კვირის პალიტრა	73,955				73,955
გურია ნიუსი	55,125				55,125
სპექტრი	33,690				33,690
რეზონანსი	30,000				30,000
ბათუმელები	26,838				26,838
სამხრეთის კარიბჭე	20,160				20,160
ვერსია	16,500			1,200	17,700
საერთო გაზეთი	17,100				17,100
ახალი გაზეთი	15,000				15,000
ახალი თაობა	10,500		2,400		12,900
თბილისელები		11,664			11,664
ლიბერალი	10,394				10,394
კახეთის ხმა	9,600				9,600
პრაიმ თაიმი	7,700				7,700
პოსტკრიპტუმი	5,280				5,280
აჭარა PS	4,500				4,500
ბოლნისი	589				589
თრიალეთის ექსპრესი	500				500
<b>ჯამი</b>	<b>337,431</b>	<b>11,664</b>	<b>2,400</b>	<b>1,200</b>	<b>352,695</b>

## 6.2. ადმინისტრაციული რესურსის შესაძლო გამოყენების ფაქტები

**შემაჯამებელი კარაგრაფი:** ონლაინ მედიაში საბიუჯეტო რესურსით დაფინანსებული მედია შინაარსის მონიტორინგი წინასაარჩევნო პერიოდში კანონმდებლობის საფუძველზე არ ხორციელდება, რადგან კანონმდებლობა მსგავსს წესს მხოლოდ ბეტდვით გამოცემებთან მიმართებაში განსაზღვრავს. ერთ შემთხვევაში ცესკო მხრიდან ონლაინ მედიაში ადმინისტრაციული რესურსის გამოყენების სავარაუდო ფაქტზე არასათანადო რეაგირება გამოიკვეთა.

21 ივლისს მედიის განვითარების ფონდმა ცენტრალურ საარჩევნო კომისიას მიმართა და ნ საინფორმაციო სააგენტოში გამოქვეყნებული ინფორმაციის “რიმა ბერაძის ინიციატივით, საჯარო სკოლების 200-მდე პედაგოგს უფასო სამედიცინო გამოკვლევა ჩაუტარდა” საარჩევნო კოდექსის 48-ე მუხლთან შესაბამისობის საკითხის შესწავლა მოითხოვა.

გამოქვეყნებული ინფორმაცია შეეხებოდა 30 ივნისს თბილისის საკრებულოს ფრაქცია „ქართული ოცნება - დემოკრატიული საქართველოსთვის“ თავმჯდომარის რიმა ბერაძის ინიციატივით ჩუღურეთის რაიონში გამართულ საქველმოქმედო აქციას, რომლის დროსაც ჩუღურეთის საჯარო სკოლების პედაგოგებს უფასო სამედიცინო გამოკვლევები ჩაუტარდათ, რასაც ბერაძესთან ერთად ორგანიზება „ქართული ოცნება - ჯანმრთელმა მომავალმაც“ გაუწია. ცხრილი 6.2.1-ში მითითებულმა 6 საინფორმაციო სააგენტომ აღნიშნული ინფორმაცია თითქმის უცვლელი სახით გამოაქვეყნა. ერთადერთი სააგენტო ინტერპრესნიუსს ჰქონდა მასალაზე თანდართული ნიშანი NS, რაც გამომწერის ინფორმაციას (news from subscriber) აღნიშნავს. აღსანიშნავია, რომ თბილისის საკრებულოს კომპანია აიფიემ კვლევების მეშვეობით საინფორმაციო მომსახურება აღნიშნული 5 სააგენტოსგან (IPN, Info 9, მედიანიუსი, Kvira.ge და Reportiori.ge), ხოლო For.ge-სგან კი პირდაპირი წესით აქვთ შესყიდული.

ცხრილი 6.2.1. თბილისის საკრებულოს ვებ-გვერდზე გამოქვეყნებული იდენტური ინფორმაცია 6 საინფორმაციო სააგენტოში

ორგანიზაცია	საკრებულოს ვებგვერდი	IPN	Info 9	მედიანიუსი	Kvira.ge	Reportiori.ge	For.ge
სათაური	რიმა ბერაძის ინიციატივით, საჯარო სკოლების 200-მდე პედაგოგს უფასო სამედიცინო გამოკვლევა ჩაუტარდა	რიმა ბერაძის ინიციატივით, საჯარო სკოლების 200-მდე პედაგოგს უფასო სამედიცინო გამოკვლევა ჩაუტარდა	რიმა ბერაძის ინიციატივით, საჯარო სკოლების 200-მდე პედაგოგს უფასო სამედიცინო გამოკვლევა ჩაუტარდა	რიმა ბერაძის ინიციატივით, საჯარო სკოლების 200-მდე პედაგოგს უფასო სამედიცინო გამოკვლევა ჩაუტარდა	საჯარო სკოლების 200-მდე პედაგოგს უფასო სამედიცინო გამოკვლევა ჩაუტარდა	რიმა ბერაძის ინიციატივით, საჯარო სკოლების 200-მდე პედაგოგს უფასო სამედიცინო გამოკვლევა ჩაუტარდა	რიმა ბერაძის ინიციატივით, საჯარო სკოლების 200-მდე პედაგოგს უფასო სამედიცინო გამოკვლევა ჩაუტარდა
გამოქვეყნების ფორმა		✓	✓	მცირედი მოდიფიცირებით	✓	✓	✓
რეკლამის ნიშანი		✓	X	X	X	X	X

მედიის განვითარების ფონდის განცხადების საფუძველზე ცესკომ ადმინისტრაციული სამართალდარღვევის საქმის წარმოება<sup>56</sup> არ დაიწყო და დასაბუთებაში იმ გარემოებაზე მიუთითა, რომ „აღნიშნული პუბლიკაციების გამოქვეყნება რომც მომხდარიყო ბიუჯეტის სახსრებით, ამ შემთხვევაშიც არ ექნებოდა ადგილი საკრებულოს მხრიდან საარჩევნო კოდექსით აკრძალული ადმინისტრაციული რესურსის გამოყენებას“.

თავად საკრებულოს წევრის მონაწილეობით პედაგოგებისთვის სამედიცინო გამოკვლევის ჩატარების ფაქტზე, რასაც სამართლიანი არჩევნები ამომრჩეველთა მოსყიდვად მიიჩნევა, აუდიტის სამსახურმა სამართალდარღვევათა ოქმი გამოწერა.<sup>57</sup>

საარჩევნო კოდექსის 48 მუხლის 1 ბ) პუნქტის თანახმად, იკრძალება “სახელმწიფო ხელისუფლების დაწესებულებებისათვის ან ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოებისა და იმ ორგანიზაციებისათვის, რომლებიც საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტიდან ფინანსდებიან (გარდა პოლიტიკური პარტიებისა), განკუთვნილი საკომუნიკაციო საშუალებების, საინფორმაციო მომსახურებისა და სხვადასხვა სახის ტექნიკის გამოყენება”.

<sup>56</sup> <https://sachivrebi.cec.gov.ge/info.php?id=3755>

<sup>57</sup> <http://sao.ge/news/798?year=2016&month=9>

**ბიუჯეტიდან დაფინანსებული გაზეთები.** საარჩევნო კოდექსის 50.2-ე მუხლის თანახმად, არჩევნების გამოცხადებიდან არჩევნების შედეგების შეჯამებამდე გაზეთები, რომლებიც ფინანსდება ცენტრალური ან ადგილობრივი ბიუჯეტიდან, ვალდებული არიან დაიცვან კანონმდებლობით დადგენილი წესები<sup>58</sup>.

კომუნიკაციის მარეგულირებელი კომისია 2016 წლის საპარლამენტო არჩევნებზე მონიტორინგს 49 ბეჭდვით გამოცემას უწევს. როგორც ცხრილ 1.5-ზე ნაჩვენებია, 17 ბეჭდვითი გამოცემა ბიუჯეტიდან სრულად ფინანსდება, 7 - ნაწილობრივ, 25 გამოცემის შემთხვევაში მარეგულირებელი კომისიის მიერ მოწოდებული მასალების საფუძველზე ვერ ხერხდება საბიუჯეტო დაფინანსების მოცულობის იდენტიფიცირება.

ცხრილი 6.2.2. ბეჭდვითი გამოცემები, რომელთა მონიტორინგს წინასაარჩევნო პერიოდში კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისია ახორციელებს

სრულად დაფინანსებული გამოცემები	ნაწილობრივ დაფინანსებული	არ არის იდენტიფიცირებული საბიუჯეტო დაფინანსების მოცულობა
აბაშის მაცნე, ამბროლაურის მოამბე, ბახტრიონი, ჩემი გაზეთი, გაზეთი ბოლნისი, დუშეთის მაცნე, გაზეთი თერჯოლა, თიანეთის მომავალი, გაზეთი მცხეთა, გაზეთი სხვანეთი, ჟურნალი მწვანეყვავილია, ჟურნალი განთიადი, თეატრალური ქუთაისი, ჟურნალი მერმისი, გაზეთი უქიმერიონი, მოქალაქეთა ჩართულობის და ინფორმირების მუნიციპალური ცენტრი, ხაშურის მოამბე.	ჟურნალი რაჭლელები, რეგიონული ტრიბუნა, ლიტერატურული მესხეთი, თვითმართველობა, გაზეთი ყვარელი, ხობის მოამბე.	გაზეთი აჭარა და ადჟარა, გორის მაცნე, გურია, გურჯაანის მუნიციპალური მაცნე, შირაქი, საჩინო, საერთო სიტყვა, საქართველოს დემოგრაფია, ზესტაფონის მოამბე, ეგრისის მაცნე, ახალი განთიადი, ასოციაცია ქართლის ხმა, ააიპ თავისუფალი პრესა, ჟურნალი აისი, გაზეთი არშალუსი, გაზეთი ონი, მოდინახე, შპს საინფორმაციო ცენტრი კოლხეთი, გაზეთი სიღნაღი, საგამომცემლო ცენტრი საერთო სიტყვა, ეგრისი, გამომცემლობა მერიდიანი, სამეგრელო-ზემო სვანეთის სამხარეო გაზეთი ეგრისის მაცნე, თვითმართველობის მაცნე, გაზეთი ტყიბული, ახალი წყალტუბო.

კანონმდებლობით დადგენილი ნორმების დაცვაზე მონიტორინგს კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისია ახორციელებს. 2016 წლის 2 სექტემბერს კომუნიკაციების კომისიამ წინასაარჩევნო აგტაციისა და რეკლამის წესების დარღვევის გამო გაზეთ “ტყიბულის” მიმართ ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევათა ოქმი შეადგინა და რეაგირებისთვის ტყიბულის საქალაქო სასამართლოს გადაუგზავნა. გაზეთმა ივლისის ნომერში “ქართული ოცნება – დემოკრატიული საქართველოს” დეპუტატობის კანდიდატის, ელგუჯა გოცირიძის სააგიტაციო წერილი ფასიანი ან უფასო რეკლამის მითითების გარეშე გამოაქვეყნა.<sup>59</sup>

კანონის ეს ნორმა, რომელიც საბიუჯეტო დაფინანსების მქონე გაზეთების წინასაარჩევნო მონიტორინგს აწესებს, გარკვეულ მოდიფიცირებას საჭიროებს და მან ის ონლაინ გამოცემებიც

<sup>58</sup> ა) გაზეთის მიერ წინასაარჩევნო აგტაციისა და პოლიტიკური რეკლამისათვის გაზეთის ფართობის გამოყოფის შემთხვევაში იმავე გაზეთში ყოველკვირეულად გამოაქვეყნონ ინფორმაცია: რომელი რიცხვიდან, რა პერიოდულობით და რა დრომდე გამოყოფილი გაზეთის ფართობი, გაზეთის 1 ნომერში გამოყოფილი ფართობის სიდიდე, უფასო ფართობის გამოყოფის შემთხვევაში – მთლიანად გამოყოფილი ფართობის უფასო ნაწილის სიდიდე, ფართობის ტარიფი, გაწეული მომსახურება; ბ) არც ერთ საარჩევნო სუბიექტს გაზეთის 1 ნომერში ან 1 კვირის განმავლობაში არ უნდა დაეთმოს გამოყოფილი ფართობის ერთ მესამედზე მეტი; გ) ფართობის ტარიფი ყველა საარჩევნო სუბიექტისათვის ერთნაირი უნდა იყოს; დ) სააგიტაციო წერილისა და პოლიტიკური რეკლამის გამოქვეყნებისას წერილის სათაურამდე და რეკლამის კუთხეში უნდა იყოს წარწერა „ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა“ ან „უფასო პოლიტიკური რეკლამა“; ე) ამ პუნქტით გათვალისწინებულ პერიოდში არ გამოაქვეყნონ პოლიტიკური რეკლამა ამ პუნქტით დადგენილ მოთხოვნათა დარღვევით.

<sup>59</sup> <http://gncc.ge/ge/news/press-releases/komisiam-gazet-tyibuls-administraciuli-samartaldargvevis-oqmi-sheudgina-sakitxs-saqalaqo-sasamartlo-ganxilavs.page>



უნდა მოიცვას, ვინც საბიუჯეტო ორგანიზაციებს დაფინანსების სანაცვლოდ საინფორმაციო მომსახურებას სისტემატურად უწევს.

### 6.3. კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისიის როლი წინასაარჩევნო პროცესში

**შემაჯამებელი პარაგრაფი:** საარჩევნო კოდექსი კომუნიკაციების მარეგულირებელ კომისიას წინასაარჩევნო პერიოდში მედიის მიერ კანონით დადგენილი ნორმების მონიტორინგსა და მათზე რეაგირების ფუნქციას განუსაზღვრავს. საარჩევნო კამპანიის დაწყებიდან 26 სექტემბრის ჩათვლით კომისიას საზოგადოებრივი აზრის კვლევების კანონმდებლობის დარღვევით გაშუქების არცერთ ფაქტზე რეაგირება არ მოუხდენია, ხოლო რეკლამის სურდოთარგამნის გარეშე განთავსების გამო რუსთავი 2-ის და ტვ პირველის მიმართ სამართალდარღვევათა ოქმი შეადგინა. კომისიამ არ გაიზიარა არასამთავრობოთა მოსაზრება, რომ ტელეკომპანია GDS-ის ანონსი რეალურად პოლიტიკური რეკლამის ხასიათს ატარებდა.

**საზოგადოებრივი აზრის კვლევის გაშუქება.** წინასაარჩევნო პერიოდში საარჩევნო კოდექსი მედია საშუალებების მიერ საზოგადოებრივი აზრის კვლევების გაშუქების წესებს განსაზღვრავს და დარღვევის შემთხვევებზე რეაგირებას კომუნიკაციების მარეგულირებელ კომისიას აკისრებს. კანონმდებლობით განსაზღვრული წესები საზოგადოებრივი აზრით მანიპულირებისგან დაცვას ისახავს მიზნად და ავალდებულებს მედიას 1) მხოლოდ მეცნიერულად დასაბუთებული და სანდო კვლევის შედეგები გააშუქოს 2) გაშუქებისას მიუთითოს ის სავალდებულო რეკვიზიტები<sup>60</sup>, რომელთა ცოდნა აუდიტორიას შედეგების სრულფასოვანი აღქმისთვის სჭირდება 3) არჩევნებამდე 48 საათით არ გამოაქვეყნოს საზოგადოებრივი აზრის კვლევის შედეგები. საარჩევნო კოდექსის 82-ე მუხლი კანონით დადგენილი ამ წესების დარღვევისთვის 1 500 ლარიან ჯარიმას ითვალისწინებს, ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევათა შესახებ ოქმის შედგენის დისკრეციას კი კომუნიკაციების ეროვნული კომისია განუსაზღვრავს.

26 სექტემბრის მონაცემებით, კომუნიკაციების მარეგულირებელ კომისიას საზოგადოებრივი აზრის კვლევის შედეგების კანონმდებლობით დადგენილი წესის დარღვევის გამო არცერთი მედია საშუალება არ დაუსაჩივრებია და 22 ივლისს მხოლოდ ზოგადი რეკომენდაციები<sup>61</sup> გამოსცა, რომლითაც მედია საშუალებებს კანონმდებლობით დადგენილი წესები შეახსენა. მიუხედავად იმისა, რომ საზოგადოებრივი აზრის კვლევების გაშუქების მხრივ არსებულ პრობლემებზე ზოგადად კომისიის შუალედურ ანგარიშშიც არის აღნიშნული<sup>62</sup>, ასევე დარღვევები ტვ და ონლაინ მედიაში მედიის განვითარების ფონდის წინასაარჩევნო მედია მონიტორინგის<sup>63</sup> შედეგადაც გამოვლინდა, მარეგულირებელს კანონმდებლობით მასზე მინიჭებული დისკრეცია არ გამოუყენებია და დარღვევის ფაქტებზე რეაგირება არ მოუხდენია.

<sup>60</sup> 1. ორგანიზაცია, რომელმაც ჩაატარა კვლევა; 2. კვლევის დამკვეთი ან დამფინანსებელი; 3. კვლევაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირება და თანმიმდევრობა; 4. სავალდებულო კვლევის ჩატარების დრო; 5. გამოკითხულთა რაოდენობა და შერჩევის მეთოდი; 6. რა არეალში ან რა კატეგორიის ადამიანებში ჩატარდა შერჩევა; 7. ეფუძნება თუ არა კვლევა ყველა გამოკითხულის აზრს; 8. იმ რესპონდენტთა რაოდენობა, რომლებმაც უარი განაცხადეს კვლევაში მონაწილეობაზე, არ გასცეს კითხვას პასუხი ან რომელთა გამოკითხვაც ვერ მოხერხდა; 9. შერჩევის ზომა; 10. ცდომილების ფარგლები; 11. ინფორმაცია სხვა ნებისმიერი ფაქტორის შესახებ, რომელმაც შესაძლოა, მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა შედეგებზე

<sup>61</sup> კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისია (22 ივლისი, 2016), განცხადება წინასაარჩევნო პერიოდში მედიასაშუალებების მიერ საზოგადოებრივი აზრის კვლევის შედეგების გამოქვეყნებასთან დაკავშირებით. <http://bit.ly/2bd0wVZ>

<sup>62</sup> საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის მიერ ჩატარებული მედია მონიტორინგის შედეგები, 8 ივნისი - 8 ივლისი, 2016. <http://gncs.ge/uploads/others/2/2102.pdf>

<sup>63</sup> MDF (1 აპრილი - 31 ივლისი, 2016), მედიის წინასაარჩევნო მონიტორინგი. <http://mdfgeorgia.ge/geo/view-library/43>

უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ მარეგულირებელს რაეგირება არა მხოლოდ მაუწყებლების, არამედ ბეჭდვითი და ონლაინ მედიის შემთხვევაშიც ევალება. საგარეჯოში 2015 წლის პარლამენტის შუალედური არჩევნების სამართლიანი არჩევნების მიმართვის საფუძველზე კომისიამ ადმინისტრაციულ სამართადღვევათა ოქმი 2 სააგენტოს - [www.reportiori.ge](http://www.reportiori.ge)-სა და [www.mpress.ge](http://www.mpress.ge)-ს მიმართ სამართლიანი არჩევნების (ISFED) მიმართვის საფუძველზე შეადგინა<sup>64</sup>.

**პოლიტიკური წინასაარჩევნო რეკლამა.** კომუნიკაციების მარეგულირებელ კომისიას ასევე კანონმდებლობით ევალება პოლიტიკური/წინასაარჩევნო რეკლამის კანონით დადგენილი ვალდებულების დარღვევით განთავსების შემთხვევაში ადმინისტრაციული სამართალდარღვევათა ოქმის შედგენა. ელექტრონული მედიის შემთხვევაში ამ წესის დარღვევა 1500 ლარიან ჯარიმას, ხოლო ბეჭდვითის შემთხვევაში - 500 ლარიანს ითვალისწინებს.

8 ივნისიდან 26 სექტემბრამდე პერიოდში კომისიამ მხოლოდ ერთხელ შეადგინა ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევათა ოქმი<sup>65</sup> 2 ტელეკომპანიის - რუსთავი 2-ის და ტვ პირველის მიმართ პოლიტიკური რეკლამის სურდოთარგმანის გარეშე განთავსების გამო და შემდგომი სამართლებრივი რეაგირებისთვის სასამართლოს მიმართა.

კომუნიკაციების მარეგულირებელმა კომისიამ არ გაიზიარა 3 არასამთავრობო ორგანიზაციის (TI, GYLA, ISFED) 8 სექტემბრის მიმართვა,<sup>66</sup> რომლის თანახმადაც ტელეკომპანია GDS-ის გადაცემა „შეხვედრები რეგიონულ მედიასთან“ და მისი ანონსი პოლიტიკური რეკლამის ხასიათის ატარებდა და რომელშიც საქართველოს ყოფილი პრემიერ-მინისტრი ბიძინა ივანიშვილი მმართველი გუნდის წინასაარჩევნო აგიტაციას ეწეოდა.

არასამთავრობო ორგანიზაციების განმარტებით, გადაცემის ფორმატი ანონსიდანვე გულისხმობდა მმართველი პარტიის სასარგებლო აგიტაციას, შეიცავდა „ქართული ოცნების“ ნომერსა და სიმბოლიკას და თავისი არსით წინასაარჩევნო რეკლამისაგან არ განსხვავდებოდა. ორგანიზაციებმა მარეგულირებელ კომისიას შესაბამისი რეაგირებისკენ მოუწოდეს.

საპასუხო განცხადებაში კომისიამ განმარტა<sup>67</sup>, რომ საკითხი თვითრეგულირების სფეროს და მაუწყებელთა ქცევის კოდექსის იმ ნორმის დარღვევას განეკუთვნებოდა, რომელიც ბალანსისა და მიუკერძოებლობის ნორმებს განსაზღვრავს,<sup>68</sup> ხოლო საკუთარი პროგრამის ანონსი, მიუხედავად იმისა, რომ ის პარტიულ სიმბოლიკას შეიცავდა, არ შეიძლებოდა ჩათვლილიყო პოლიტიკურ რეკლამად.

<sup>64</sup> კომისიამ საინფორმაციო სააგენტოებს [www.reportiori.ge](http://www.reportiori.ge)-ს და [www.mpress.ge](http://www.mpress.ge)-ს ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევის ოქმები შეუდგინა <http://www.gncc.ge/ge/news/press-releases/komisiia-sainformacio-saagentoebs-wwwreportiorige-s-da-wwwmpressge-s-administraciul-samartaldargvevis-oqmebi-sheudgina.page>

<sup>65</sup> საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის მიერ ჩატარებული მედია მონიტორინგის შედეგები, 8 ივნისი - 8 ივლისი, 2016. <http://gncc.ge/uploads/other/2/2102.pdf>

<sup>66</sup> <http://www.transparency.ge/post/general-announcement/arasamtavrobo-organizatsiebis-gantskhadeba-telekompania-gds-ze-gasuli-gadatsemebis-tsiklze>

<sup>67</sup> <http://gncc.ge/ge/news/press-releases/saqartvelos-komunikaciebis-erovnuli-komisiis-gancxadeba1.page>

<sup>68</sup> მაუწყებელთა ქცევის კოდექსის 23.9 მუხლი.

#### 6.4. პოლიტიკური საარჩევნო რეკლამის შინაარსობრივი შეზღუდვა

**შემაჯამებელი პარამეტრი:** მიუხედავად იმისა, რომ კანონმდებლობა რეკლამის შინაარსზე პასუხისმგებლობას მის დამკვეთს აკისრებს და არა მედია საშუალებას, რუსთავი 2-მა პატრიოტთა ალიანსის თურქოფობიული წინასაარჩევნო ვიდეო რგოლი, ხოლო საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა ცენტრისტების სახელმწიფო სუვერენიტეტის წინააღმდეგ მიმართული საარჩევნო რგოლი ეთერიდან მოხსნეს.

**პატრიოტთა ალიანსის თურქოფობიული რეკლამა.** 22 სექტემბრიდან ტელეკომპანია “ობიექტივის”, საზოგადოებრივი მაუწყებლის და რუსთავი 2-ის ეთერით პატრიოტთა ალიანსის პოლიტიკური რეკლამა გადაიცემოდა, რომელიც თურქოფობიის ნიშნებს შეიცავს და ეთნიკური შუღლის გაღვივებისკენაა მიმართული.

მიუხედავად იმისა, რომ მაუწყებლობის შესახებ კანონის 63.3 მუხლის თანახმად, წინასაარჩევნო და სოციალური რეკლამების შინაარსზე პასუხისმგებლობა მის დამკვეთს ეკისრება, 24 სექტემბერს რუსთავი 2-ის მენეჯმენტმა აღნიშნული ვიდეო რგოლი მისი ქსენოფობიური ხასიათის გამო ეთერიდან მოხსნა.

საარჩევნო კოდექსის 45-ე მუხლის მე-3 პუნქტის თანახმად, “საარჩევნო პროგრამა არ უნდა შეიცავდეს ... ეროვნული შუღლისა და მტრობისკენ, რელიგიური და ეთნიკური დაპირისპირებისკენ მოწოდებას.” საარჩევნო კოდექსის 79-ე მუხლის თანახმად, წინასაარჩევნო აგიტაციის წესის დარღვევა იწვევს 2000 ლარით დაჯარიმებას. მსგავსს შემთხვევებში ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევათა ოქმის შედგენა ცენტრალური საარჩევნო კომისიის (ცესკო), ხოლო დაჯარიმება – სასამართლოს კომპეტენციაა.

26 სექტემბერს პატრიოტთა ალიანსის სარეკლამო რგოლის ქსენოფობიური შინაარსის და კანონმდებლობასთან შეუსაბამობის გამო ცესკოს პრეზიდენტის ადმინისტრაციამ და სამოქალაქო პლატფორმაში “არა ფობიას!” შემაჯავმა ორგანიზაციებმა მიმართეს.

სიძულვილის ენის შემცველი პოლიტიკური საარჩევნო რეკლამის სამართლებრივ რეგულირებას ადგილი 2012 წლის საპარლამენტო არჩევნების დროსაც ჰქონდა. ნ არასამთავრობო ორგანიზაციის და ერთი პირის<sup>69</sup> საჩივრის საფუძველზე “თავისუფალი საქართველო” სოციალურ ქსელში გავრცელებული ქსენოფობიური შინაარსის კლიპის გამო 2 000 ლარით დაჯარიმდა<sup>70</sup>.

**ცენტრისტების ვიდეო რგოლი რუსული ბაზების დაკანონების მოთხოვნით.** 14 აგვისტოს საზოგადოებრივ მაუწყებლის ეთერში პოლიტიკური პარტიის “ცენტრისტები ხაჩიშვილი-ბედუკაძე” საარჩევნო ვიდეორგოლი 400-ლარიანი რუსული პენსიის და რუსული ბაზების დაკანონების შესახებ გავიდა. აღნიშნული კლიპის შინაარსის გამო საზოგადოების მწვავე რეაქციის გამო, მოგვიანებით საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა იგი ეთერიდან მოხსნა. გავრცელებულ განცხადებაში კი ვიდეო რგოლის შეჩერების მიზეზად ის მიუთითა, რომ პოლიტიკური რეკლამის შინაარსი სახელმწიფოს სუვერენიტეტის საწინააღმდეგო გზავნილებს შეიცავდა და შესაძლოა წინააღმდეგებაში ყოფილიყო საქართველოს კონსტიტუციასთან. მაუწყებელმა სადავო რგოლის შესწავლის მიზნით ცენტრალურ საარჩევნო კომისიას და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას მიმართა.

საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიამ 15 აგვისტოს გავრცელებულ განცხადებაში<sup>71</sup> აღნიშნა, რომ საზოგადოებრივ მაუწყებელს უფასო რეკლამის ეთერში განთავსების ვალდებულება არჩევნების დღემდე არაუგვიანეს 50-ე დღისა, ანუ 2016 წლის 19 აგვისტოდან წარმოექმნებოდა.

<sup>69</sup> საქართველოს ახალგაზრდა იურისტთა ასოციაცია, ქალთა ინიციატივების მხარდამჭერი ჯგუფი, მრავალეროვანი საქართველო, ლგბტ საქართველო, იდენტობა და საქართველოს ევანგელურ-ბაპტისტური ეკლესიის ეპისკოპოსი

<sup>70</sup> ეუთოს დემოკრატიული ინსტიტუტებისა და ადამიანის უფლებების ბიურო, განცხადება წინასწარი მონაცემების და დასკვნების შესახებ <http://www.osce.org/ka/odihr/elections/94617?download=true>

<sup>71</sup> <http://gncc.ge/ge/news/press-releases/komisia-sazogadoebrivi-mauwyebelis-etershi-politikuri-gaertineba-centristebis-winasarchevno-rgolis-gantavsebastan-da-shemdgom-eteridan-moxsnastan-dakavshirebit-gancxadebas-avrcelebs.page>

## 6.5. ეგზიტპოლი საზოგადოებრივ მაუწყებელზე 3 კერძო ტელეკომპანიასთან ერთად

7 სექტემბერს საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭომ 8 ოქტომბრის საპარლამენტო არჩევნებზე მაუწყებლის მიერ 3 ტელეკომპანიასთან ერთად ეგზიტპოლების ჩატარებას მხარი დაუჭირა. ეს ტელეკომპანიებია “იმედი”, “მეესტრო” და GDS. სამეურვეო საბჭოს ორი წევრი ქეთევან მსხილაძე და სულხან სალაძე ამ გადაწყვეტილების წინააღმდეგ წავიდნენ, რადგან მათი მოსაზრებით, ხსენებულ ტელეკომპანიებთან ერთად ეგზიტპოლის ჩატარება საზოგადოებრივი მაუწყებლის იმიჯისთვის რისკების შემცველი იქნებოდა. ამასთანავე გამოითქვა ეჭვი ეგზიტპოლის მთლიან ღირებულებაში (937 635 აშშ დოლარი) საზოგადოებრივი მაუწყებლის მინიმალურ კონტრიბუციასთან (200,000 ლარი) დაკავშირებითაც, რაც სულხან სალაძის შეფასებით, ბადებდა ეჭვს, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებლის ამ პროცესში მონაწილეობა დამატებითი ლეგიტიმაციისათვის იყო საჭირო.

საზოგადოებრივ მაუწყებელს ეგზიტპოლზე მიღებული გადაწყვეტილების გადახედვისაკენ საქართველოს პრეზიდენტმა და არასამთავრობო ორგანიზაციებმა მოუწოდეს.

პარალელურად არჩევნების დღეს ეგზიტპოლის ჩატარებას ტელეკომპანია რუსთავი 2-იც გეგმავს, რომელსაც გერმანულ-ამერიკული კომპანია GFK ჩაატარებს, ხოლო 4 ტელეკომპანიის ეგზიტპოლს ამერიკული TNS განახორციელებს.

## 6.6. ტელევიზიის მფლობელები პატრიოტთა ალიანსის სიაში

საარჩევნო ბლოკის “დავით თარხან-მოურავი, ირმა ინაშვილი – პატრიოტთა ალიანსი – გაერთიანებული ოპოზიცია” სიაში 3 პირი მოხვდა, რომლებიც მაუწყებლობაში გარკვეულ წილებს ფლობენ. ესენი არიან:

1. პატრიოტთა ალიანსის სიის მე-3 ნომერი ნატო ჩხეიძე<sup>72</sup>, რომელიც ტელეკომპანია იბერია ტვ-ის 30%-იანი წილის მფლობელია;
2. ამავე პარტიის აჭარის უმაღლესი საბჭოს მაჟორიტარობის კანდიდატი ზაზა ოქუაშვილი<sup>73</sup>, რომელიც ნატო ჩხეიძის მეუღლე და იბერია ტვ-ს დარჩენილი 70%-ის მფლობელია.
3. პარტიის მე-11 ნომერი დავით ზილფიმიანი<sup>74</sup>, რომელიც ტელეკომპანია I სტერეოს 22%-იანი წილისა და სტერეო +-ის 50%-იანი წილის მფლობელია. სტერეო + უზრუნველყოფს ციფრულ მიწისზედა სატელევიზიო ქსელში (NEMUX-B და NEMUX-D) ლიცენზიებით მაუწყებლების სატელევიზიო კონტენტის საქართველოში (ეროვნულ დონეზე ღია ეთერით) გავრცელებას.

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 37-ე მუხლის თანახმად, მაუწყებლობის სფეროში ლიცენზიის მფლობელი ან ავტორიზებული პირი არ შეიძლება იყოს პოლიტიკური პარტიის თანამდებობის პირი, ასევე, არ შეიძლება ეკავოს ადმინისტრაციული ორგანოს თანამდებობა ან იყოს საჯარო მოხელე.

ინტერნეტგამოცემა “ნეტგაზეთს”<sup>75</sup> საარჩევნო ბლოკში “დავით თარხან-მოურავი, ირმა ინაშვილი – პატრიოტთა ალიანსი – გაერთიანებული ოპოზიცია” განუცხადეს, რომ ნატო ჩხეიძე უპარტიოა და არ არის ბლოკში შემავალი რომელიმე პოლიტიკური პარტიის წევრი. პატრიოტთა ალიანსის განმარტებით, ნატო ჩხეიძე ნომინირებულია “პატრიოტთა ალიანსის” მიერ, თუმცა ამ პარტიის წევრი არ არის, კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისიის განმარტებით კი ინტერესთა კონფლიქტი მას შემდეგ წარმოიქმნება, რაც ნატო ჩხეიძე პარლამენტის წევრი გახდება ან პარტიულ თანამდებობას დაიკავებს.

<sup>72</sup> <http://cesko.ge/res/docs/patriottaaliansi.pdf>

<sup>73</sup> [http://sec.ge/uploads/aliansi\\_sia\\_2016.pdf](http://sec.ge/uploads/aliansi_sia_2016.pdf)

<sup>74</sup> <http://cesko.ge/res/docs/patriottaaliansi.pdf>

<sup>75</sup> <http://netgazeti.ge/news/140040/>



## 6.7. კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტების პრეკამპეინები გაშუქების თანაბარ პირობებთან დაკავშირებით

წინასაარჩევნო კამპანიის პერიოდში გაშუქების თანაბარ პირობებთან დაკავშირებით ორმა კვალიფიციურმა სუბიექტმა განაცხადა პრეტენზია: ნაციონალურმა მოძრაობამ და ლეიბორისტულმა პარტიამ.

**ნაციონალური მოძრაობის საქმე.** 23 სექტემბერს ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის წევრმა თინა ბოკუჩავამ პრესკონფერენცია გამართა, სადაც ტელეკომპანია იმედის მხრიდან მათი პარტიის არათანაბარ პირობებში ჩაყენების შესახებ ისაუბრა. ბოკუჩავას განმარტებით, მას შემდეგ, რაც 8 სექტემბერს, პრაიმ თაიმში (21 სთ-ზე) იმედმა, საზოგადოებრივ მაუწყებელთან, მაესტროსთან და GDS-თან ერთად პირდაპირ ეთერში მმართველი პარტიის „ქართული ოცნების“ პროგრამის პრეზენტაცია გადასცა, ნაციონალურმა მოძრაობამ ანალოგიური ფორმატის დათმობის თხოვნით ტელეკომპანიას მიმართა. მსგავსი ფორმატით 22 სექტემბერს 21 საათზე კი იმედის, საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხის და GDS-ის პირდაპირ ეთერში თავისუფალი დემოკრატიების პროგრამის პრეზენტაციაც გადასცეს. თინა ბოკუჩავას ინფორმაციით, იმედმა მათ 21 საათის ანუ პრაიმ თაიმის ნაცვლად, პირდაპირი გაშუქება 16-დან 17 საათამდე (არა პრაიმ თაიმი) დროის მონაკვეთში შესთავაზა, რაც პარტიის აზრით კვალიფიციური სუბიექტებისადმი თანაბარი პირობების შექმნის პრინციპს არღვევს.

**ლეიბორისტული პარტიის საქმე.** მედიის განვითარების ფონდს ლეიბორისტულმა პარტიამ ორჯერ მიმართა. პარტიის განცხადებით, ტელეკომპანია “იმედის” საინფორმაციო სამსახური მათი ლიდერის შალვა ნათელაშვილის შეხვედრებს ამომრჩეველთან, კანდიდატების წარდგენასა და ბრიფინგებს არ აშუქებდა და ჟურნალისტები საარჩევნო ღონისძიებებს არ ესწრებოდნენ. ერთ-ერთ მაგალითად დასახელებული იყო 12 აგვისტოს დიდგორზე პარტიის მიერ დაგეგმილი საარჩევნო ღონისძიება, ხოლო მეორე შემთხვევა შეეხებოდა “იმედის” საინფორმაციო სამსახურის მიერ დუშეთში პარტიის ლიდერის შალვა ნათელაშვილის მაჟორიტარობის კანდიდატად წარდგენის ღონისძიების არგაშუქებას.

**რეგულაციები.** „საქართველოს საარჩევნო კოდექსის“ თანახმად, წინასაარჩევნო კამპანიის მიმდინარეობისას საზოგადოებრივ-პოლიტიკური პროგრამების გადაცემებისა და არჩევნების გაშუქების დროს მაუწყებელმა უნდა დაიცვას მიუკერძოებლობისა და სამართლიანობის პრინციპი და იხელმძღვანელოს „საქართველოს საარჩევნო კოდექსით“, „მაუწყებლობის შესახებ“ კანონითა და „მაუწყებელთა ქცევის კოდექსით“ (მუხლი 51, პუნქტი 1).

მაუწყებელთა ქცევის კოდექსის მე-19 მუხლი მაუწყებლებს ავალდებულებს “ჯეროვანი სამართლიანობისა და პატივისცემის დაცვით მოეპყროს ყველა ფიზიკურ და იურიდიულ პირს”.

კოდექსის 23.2 მუხლის თანახმად, მაუწყებლობის ლიცენზიის მფლობელი, რომელიც ახორციელებს საერთო მაუწყებლობას და აშუქებს არჩევნებს, ვალდებულია კვალიფიციურ საარჩევნო სუბიექტებსა და მათ კანდიდატებს თანაბარად დაუთმოს საეთერო დრო ისე, რომ მათ შეძლონ ამომრჩევლის ინფორმირება საკუთარი პოლიტიკური პროგრამის, პოზიციების და კვალიფიციურობის შესახებ.



## დანართები

დანართი 1. საინფორმაციო ონლაინ მედია გამოცემები, სადაც 20 000 ლარს ქვემოთ პოლიტიკური რეკლამა განთავსდა

	ქართული ოცნება	საქართველოს პატრიოტთა ალიანსი	ირაკლი შინიჭავჭავაძე	ირაკლი პეტრიაშვილი	მრეწველობა გადაარჩენს საქართველოს	ლეიბორისტული პარტია	ჯამი
Liberali.ge	18,293						18,293
Kvira.ge	16,200		720				16,920
EPN, 1news.ge	11,700	1,770					13,470
Frontnews.ge	12,000						12,000
Accent.com.ge	12,000						12,000
primenewsgeorgia.ge	10,800						10,800
Edu.aris.ge	10,200						10,200
Marshalpress.ge	9,000						9,000
worldsport.ge	8,305						8,305
georgianpress.ge	7,650						7,650
For.ge	7,200						7,200
GHN	7,200						7,200
ექსკლუზივიუსი	4,250	1,770	360				6,380
Mediamall.ge	6,300						6,300
Postaloni.ge	4,500				1,000	200	5,700
Medianews.ge	4,500						4,500
newsday.ge	4,500						4,500
კავკას - პრესი	3,150						3,150
bpi.ge	2,360						2,360
cbw.ge	2,360						2,360
შპს კლიპარტი				2,000			2,000
primetimenews.ge	1,971						1,971
Vectorsi.ge	1,600						1,600
Versia.ge	1,500						1,500
resonancedaily.com	1,200						1,200
<b>ჯამი</b>	<b>168,738</b>	<b>3,540</b>	<b>1,080</b>	<b>2,000</b>	<b>1,000</b>	<b>200</b>	<b>176,558</b>

დანართი 2. რეგიონული საინფორმაციო ონლაინ მედია გამოცემები, სადაც 20 000 ლარს ქვემოთ პოლიტიკური რეკლამა განთავსდა

	ქართული ოცნება	საქართველოს პატრიოტთა ალიანსი	ჯამი
Gurianews.com	19,800		19,800
Psnews.ge	19,020		19,020
Speqtri.ge	16,200		16,200
Knews.ge	11,460		11,460
Newsportal.ge	9,000		9,000
Topnews.com.ge	4,950	900	5,850
Radioatinati.ge	5,200		5,200
Qartli.ge	3,600		3,600
Adjaraps.com	2,250		2,250
Bolnisi.ge	1,300		1,300
Tpress.ge	524		524
<b>ჯამი</b>	<b>93,304</b>	<b>900</b>	<b>94,204</b>