

მედიის ფინანსური გამჭვირვალობა 2017

საბოლოო ანგარიში



ავტორი:

მარიამ პატარიძე

რედაქტორი:

თამარ კინწურაშვილი

დიზაინი:

მარიამ ცუცქერიძე

მედიის განვითარების ფონდი (MDF)

www.mdfgeorgia.ge

www.mediometer.ge

შესავალი

წინამდებარე კვლევა მიზნად შეიძინა ფინანსური გარემოს, მათ შორის ინფორმაციისა და რეკლამის გავრცელების მიზნით მედიაში საბიუჯეტო სახსრების განაწილების პრაქტიკის შესწავლას ისახავს.

კვლევა ძირითადად დოკუმენტების ანალიზს ეყრდნობა, რაც სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოსა და კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისიის ელექტრონულ მონაცემთა ბაზაში ხელმისაწვდომი დოკუმენტაციას, ასევე დამატებით საჯარო დაწესებულებებიდან გამოთხოვნილ მონაცემებს, ასევე ღია წყაროებით გავრცელებულ ცნობებს მოიცავდა. შემთხვევითი შერჩევის პრინციპითა და ადმინისტრაციულ ორგანოებსა და მედია საშუალებებს შორის გაფორმებული ხელშეკრულებების საფუძველზე ასევე განხორციელდა მედია შინაარსის თვისობრივი ანალიზი.

ანგარიშის პირველ ნაწილში მიმოხილულია მაუწყებელთა ფინანსური გამჭვირვალობის თვალსაზრისით არსებული პრობლემები, ასევე მაუწყებელთა შემოსავლების შესახებ ის მონაცემები, რომლებიც ამ მომენტისთვის საჯაროა; მე-2 ნაწილი რეკლამისა და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით სხვადასხვა ტიპის მედია საშუალებებში საბიუჯეტო თანხების განაწილების პრაქტიკას ასახავს; მე-3 ნაწილში კი მიმოხილულია, თუ რამდენად ითვალისწინებს საბიუჯეტო კონტრაქტები სხვადასხვა მედიუმის სარედაქციო დამოუკიდებლობაში ჩარევას, ასევე რამდენად იცავს თავად მედია მაღალპროფესიულ სტანდარტს, რომელიც დაფინანსებული შინაარსის სარედაქციო მასალებისგან მკვეთრად გამიჯნას ითვალისწინებს; ბოლო მე-4 ნაწილში კი მოცემულია, მაგალითები, თუ რამდენად იცავდნენ ცალკეული მედიები სარეკლამო მასალის სარედაქციოსგან გამიჯვნის სტანდარტს 2017 წლის ადგილობრივი არჩევნების პერიოდში.

სარჩევი

მთავარი მიზნები.....	3
I. საბუღალტრო მედიის ფინანსური გამჭვირვალობა.....	4
II. რეკლამისა და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით მედიაში საბიუჯეტო თანხების განაწილების პრაქტიკა.....	7
2.1. ბუღალტრები.....	8
2.2. ონლაინ მედია.....	11
2.4. ბეჭდვითი მედია.....	12
2.5. საბიუჯეტო კონტრაქტები მედიაზე, რომლებიც სიძულვილის ენას, ანტიდასავლურ განწყობებს აღვივებენ და რუსული პროპაგანდის ტირაჟირებას ახდენენ.....	14
III. სარედაქციო დამოუკიდებლობაში ჩარევის ფორმალიზება საბიუჯეტო ორგანიზაციებთან გაფორმებულ ხელშეკრულებებში და მასალების გავრცელების ფორმები.....	16
3.1. დაფინანსებული გადაცემები/ სიუჟეტები ნაციონალურ და შერეული დაფარვის ბუღალტრებში.....	17
3.2. დაფინანსებული გადაცემები/ სიუჟეტები რეგიონულ ბუღალტრებში.....	18
3.3. დაფინანსებული მასალები ონლაინ მედიაში.....	20
3.4. დაფინანსებული საბიუჯეტო სარეკლამო/საინფორმაციო მასალები გაზეთებში განთავსების ფორმები.....	25
IV. წინასაარჩევნო პოლიტიკური რეკლამის განთავსების ფორმები სხვადასხვა მედიაში.....	28

მთავარი მიგნებები

კვლევის შედეგად შემდეგი ტენდენციები გამოიკვეთა:

- სატელევიზიო ბაზარზე ყველაზე დიდი მოთამაშეების - ტელეიმედი, რუსთავი 2, სტუდია “მაესტრო” და GDS-ის 2017 წლის 3 კვარტლის ფინანსური შემოსავლების შესახებ ინფორმაცია საზოგადოებისთვის კვლავაც გაუმჭვირვალეა, რადგან კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისია მონაცემებს თითქმის 1 წელია არ ასაჯაროვებს;
- 4 ტელეკომპანიის გამოკლებით, სხვა მაუწყებელთა შემოსავლები მარეგულირებელმა ნოემბრის დასაწყისში მხოლოდ მედიის განვითარების ფონდის სასამართლოსათვის მიმართვის შემდეგ გამოაქვეყნა;
- 4 ტელეკომპანიის¹ გარდა, სხვა სატელევიზიო მაუწყებლების სამი კვარტლის შემოსავალმა 50 591 081 მლნ ლარი შეადგინა, საიდანაც ყველაზე დიდი წილი საზოგადოებრივ მაუწყებელზე (32 825 661) მოდის;
- ტელეკომპანია ობიექტივის შემთხვევაში, მთავარი შემოსავლის წყარო წინა წლების მსგავსად, 2017 წელსაც **შემოწირულობებია**, რომელიც მთლიანი შემოსავლის 81 %-ს (768 035 ლარი) შეადგენს. აქედან 130 900 ლარი მაუწყებლის მფლობელის, 637 135 ლარი კი - სხვა პირების შემოწირულობებია.
- 2017 წელს² საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა სარეკლამო და საინფორმაციო მომსახურების მიზნით მედია საშუალებებთან 6 800 535 ლარის ღირებულების მომსახურების კონტრაქტი გააფორმეს. აღნიშნული თანხის 56 % (3 800 606) ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიებზე მოდის, 13 % (864 964) - რეგიონულ ტელევიზიებზე, 21 % (1 441 128) - ონლაინ მედიაზე, 6 % - ბეჭდვურ მედიაზე (403 980), 1 % (60 209) - რადიოზე; 3 % (229 648) - შერეულ კონტრაქტებზე გადანაწილდა.
- ტელევიზიებს შორის ყველაზე მეტი ღირებულების - 2 449 383 ლარის ხელშეკრულება საბიუჯეტო ორგანიზაციებთან “იმედთან” გაფორმდა, რეგიონული ტელევიზიებიდან - ქვემო ქართლის ტელევიზიასთან (185 522 ლარი), რადიოებიდან - ჰოლდინგ “ფორტუნასთან” (11 240 ლარი), ონლაინ მედიიდან - “პალიტრა მედია” ჰოლდინგში შემავალ ონლაინ გამოცემებთან (341 829), ბეჭდვით მედიიდან - გაზეთ “რეზონანსთან” (76 626).
- გარკვეული საბიუჯეტო ორგანიზაციები 2017 წელსაც აფინანსებდნენ ისეთ გამოცემებს, რომლებიც ანტიდასავლური სარედაქციო პოლიტიკითა და სიძულვილის ენის გაღვივებით გამოირჩევიან.
- საჯარო დაწესებულებებსა და ტელევიზიებს შორის გაფორმებულ ხელშეკრულებებში ვხვდებით ისეთ ვალდებულებებს, რომლებიც თავისი შინაარსით სარედაქციო დამოუკიდებლობაში ჩარევას წარმოადგენს, როდესაც სიუჟეტის შინაარსს, მის ეთერში განთავსებას და პერიოდულობას ადმინისტრაციული ორგანო ან საბიუჯეტო ორგანიზაცია განსაზღვრავს.

¹ რუსთავი 2”, “ტელეიმედი”, „სტუდია მაესტრო და “ჯი-დი-ეს ტივი“

² 15 ნოემბრის მდგომარეობით.

- ონლაინ მედიაში სარედაქციო დამოუკიდებლობაში ჩარევის საკონტრაქტო პირობები როგორც ადმინისტრაციული ორგანოს დაკვეთით ჟურნალისტური გამოძიებების ჩატარებას, ასევე მათი საქმიანობის გაშუქებას, ინტერვიუების აღებას, გაშუქებული მასალებისთვის პრიორიტეტის მინიჭებას, მათ მთავარ თემებში გამოტანას მოიცავდა.
- სარეკლამო და დაფინანსებული მასალების სარედაქციოსგან გამიჯვნის მკაფიო და თანმიმდევრული სტანდარტები არც ონლაინ მედიაში, არც ბეჭდვითში არ მოქმედებს, გარდა ცალკეული გამონაკლისებისა.
- გარკვეული გამოცემები სარეკლამო სტატიებისა და სარედაქციო მასალების მკაფიოდ გამიჯვნის სტანდარტს არც ადგილობრივი არჩევნების დროს ფასიანი პოლიტიკური რეკლამის განთავსების დროს იცავდნენ.

I. სამაუწყებლო მედიის ფინანსური გამჭვირვალობა

2017 წლის 15 დეკემბრის მდგომარეობით, სატელევიზიო ბაზარზე ყველაზე დიდი მოთამაშეების (ტელეიმედი, რუსთავი 2, სტუდია “მესტრო” და GDS) ფინანსური შემოსავლების გამჭვირვალობის პრობლემა დღის წესრიგიდან არ მოხსნილა. 2017 წლის 10 თვის განმავლობაში საქართველოს კომუნიკაციების მარეგულირებელ კომისიას მონაცემები არცერთი მაუწყებლის ფინანსური შემოსავლების შესახებ თავის ვებ-პორტალზე გამოქვეყნებული არ ჰქონდა. კომისიამ მაუწყებელთა ნაწილის შემოსავლები, 4 ტელეკომპანიის გამოკლებით, მხოლოდ მედიის განვითარების ფონდის (MDF) მიერ სასამართლოსთვის მიმართვის შემდეგ გამოაქვეყნა, რაც მედიის ფინანსური გარემოს შესახებ სრულფასოვან სურათს არ ქმნის, რადგან 2017 წელს ბაზარზე მოქმედი მსხვილი მოთამაშეების მონაცემები კვლავ უცნობია.

მედიის განვითარების ფონდმა 17 ოქტომბერს გამოაქვეყნა ანგარიში³, „წინასაარჩევნო ფინანსური მედია გარემო 2017“, რომელშიც აღნიშნული იყო, რომ მარეგულირებელი კომისია კანონმდებლობით მასზე დაკისრებულ ვალდებულებას, უზრუნველყო მაუწყებელთა ყოველკვარტალური ფინანსური ანგარიშის გამოქვეყნება, არ ასრულებდა. მონაცემთა გამოუქვეყნებლობის მიზეზად კი თავად მაუწყებლების მიერ ანგარიშგების პროცესში დაშვებული შეცდომები იყო მითითებული. აღსანიშნავია, რომ ტელეკომპანია რუსთავი 2-მა ანგარიშგებასთან დაკავშირებით არსებული პრობლემების შესახებ შეტყობინება მხოლოდ 3 ოქტომბერს მიიღო, კომისიის განმარტებით კი, მოკვლევა 2017 წლის 29 მარტს უკვე დაწყებული იყო.

2017 წლის 31 ოქტომბერს მედიის განვითარების ფონდმა (MDF) თბილისის საქალაქო სასამართლოს საქართველოს ეროვნულ კომისიის (GNCC) წინააღმდეგ სარჩელით მიმართა. სარჩელის საფუძველი ის გარემოება გახდა, რომ კომისია საჭაროს არ ხდის ინფორმაციას მაუწყებელთა 2017 წლის I და II კვარტლის (იანვარი-ივნისი) ფინანსური შემოსავლების შესახებ, რაც კანონმდებლობით განსაზღვრული ფინანსური გამჭვირვალობის სტანდარტის უგულვებელყოფაა. კერძოდ, მაუწყებლის შესახებ კანონის 70/4 მუხლის მიხედვით,

³MDF (2017) წინასაარჩევნო მედია გარემო 2017. <http://mdfgeorgia.ge/uploads/library/75/file/winasaaCevno-finansuri-media-garemo-2017.pdf>

მაუწყებელი ვალდებულია, ყოველი კვარტალის დასრულების შემდეგ მომდევნო თვის 15 რიცხვამდე კომისიას წარუდგინოს ანგარიშგების ფორმები, მარეგულირებელმა კი ანგარიშგების ფორმები მიღებიდან 7 დღეში უნდა გამოაქვეყნოს (მაუწყებლის შესახებ კანონის 70/4 მუხლი).

MDF-ის სარჩელის შეტანის შემდეგ კი, 6 ნოემბერს მარეგულირებელმა მაუწყებელთა მხოლოდ ნაწილის (მცირეშემოსავლიანი ტელეკომპანიების) მონაცემები გაასაჯაროვა, ხოლო ტელეკომპანიების „რუსთავი 2“, „ტელეიმედი“, „სტუდია მაესტრო და “ჯი-დი-ეს ტივი“ ფინანსური შემოსავლების შესახებ მონაცემები კვლავ არ არის საჯაროდ ხელმისაწვდომი. სასამართლოში MDF-ის საჩივარზე წარდგენილ შესაგებელში კომისია დასახელებული ტელევიზიების 2017 წლის შემოსავლების შესახებ ინფორმაციის არგამოქვეყნების საფუძვლად წინა წლის მონაცემებთან მიმართებით არსებული “ტრენდული გადახრა” დაასახელა.⁴ კერძოდ, GNCC -ის შესაგებელში აღნიშნულია, რომ 2017 წლიდან „ტელეიმედი“ და „სამაუწყებლო კომპანია რუსთავი 2“-ი სარეკლამო დროს ექსკლუზიურად შპს „ინტერმედიას“ მეშვეობით ახორციელებენ. შესაგებელში მოყვანილია ტვ “იმედის” არგუმენტი იმის შესახებ, რომ მათი შემოსავლების სტრუქტურაში ცვლილება სწორედ “ინტერმედიასთან” გაფორმებულმა ხელშეკრულებამ გამოიწვია. კომისიის განმარტებით, იმის გამო, რომ სამაუწყებლო ბაზრის დაახლოებით 80% სწორედ ზემოთ დასახელებულ 2 ტელეკომპანიას (შესაბამისი არხებით: იმედი, GDS, მაესტრო, რუსთავი 2, კომედი, მარაო) უკავია, კომისიამ მონაცემების გამოქვეყნება შეაჩერა.

წინასაარჩევნო პერიოდში მედიის ფინანსური გამჭვირვალობის პრობლემაზე MDF-ის ანგარიშზე დაყრდნობით საუბარია ეროვნულ-დემოკრატიული ინსტიტუტის (NDI)-ის საერთაშორისო სადამკვირვებლო მისიის 2017 წლის 21 ოქტომბრის ადგილობრივი თვითმმართველობის შეფასებაშიც⁵.

სამაუწყებლო მედიის დეკლარირებული შემოსავლები

კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის ნაწილობრივ გასაჯაროვებული მონაცემების მიხედვით⁶, რომელიც სრულ სურათს ბაზრის ფუნქციონირების შესახებ არ ქმნის, 2017 წელს 4 ტელეკომპანიის⁷ გარდა, სხვა შსატელევიზიო მაუწყებლების სამი კვარტლის შემოსავალმა 50 591 081 მლნ ლარი შეადგინა. ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიებიების შემოსავლმა 48 710 157 ლარი შეადგინა, საიდანაც ყველაზე დიდი წილი საზოგადოებრივ მაუწყებელზე (32 825 661) მოდის, მას მოსდევს საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია (4 792 698). შემდეგ ადგილებზე არიან იბერია TV (2 702 593), სილქნეტი (2 293 985), ტვ პირველი (1 423 880), ობიექტივი (949 771) და არტარეა TV2.0(605 617). სხვა ტელევიზიების შემოსავალი, რომელიც 500 000 ლარს არ აღემატება, ჯამურად 3 115 952 ლარს შეადგინს.

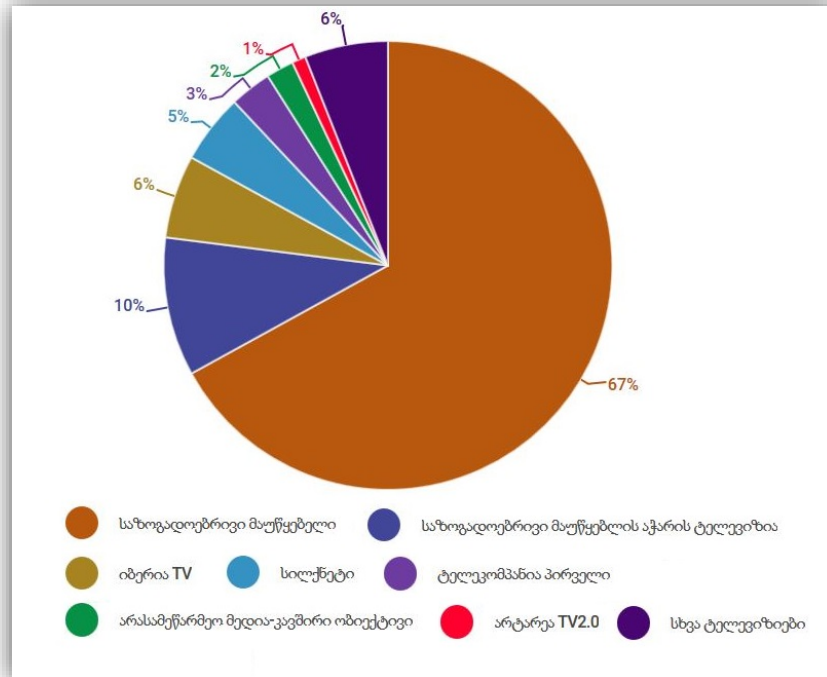
⁴ კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის შესაგებელი მედიის განვითარების ფონდს საქმეზე N3/7305-17; 16.11.2017;

⁵ https://drive.google.com/file/d/0B4Ga_NfYjme2Ti1DR09zMVpUb1U/view

⁶ ბოლო წვდომა 13 დეკემბერი, 2017

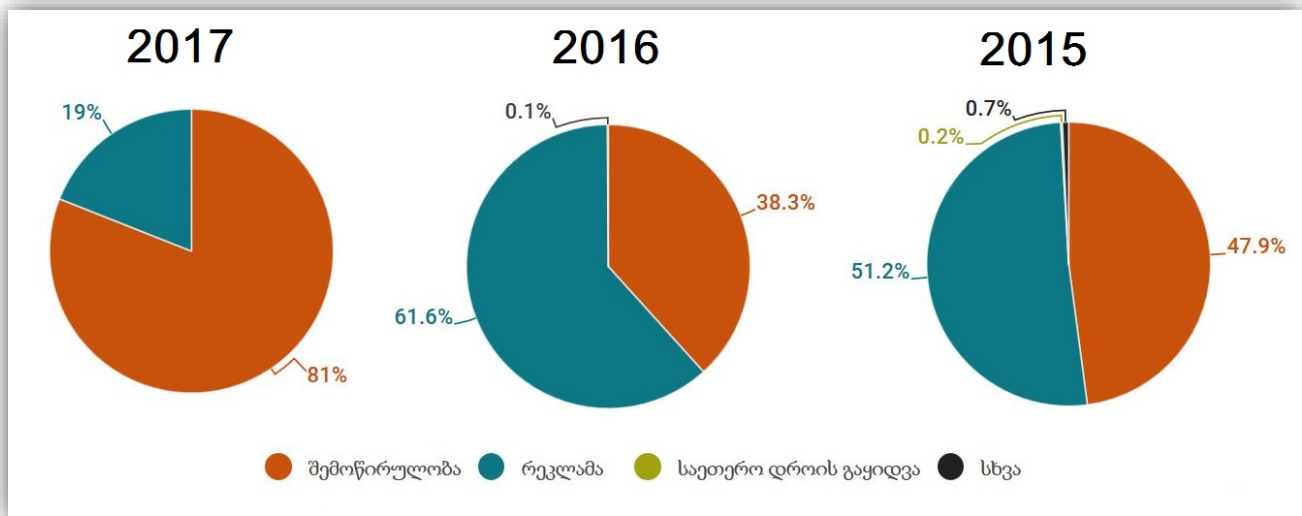
⁷ რუსთავი 2, “ტელეიმედი”, „სტუდია მაესტრო და “ჯი-დი-ეს ტივი“

დიაგრამა 1.1. ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიების 2017 წლის 3 კვარტლის სატელევიზიო შემოსავლები მედიების მიხედვით



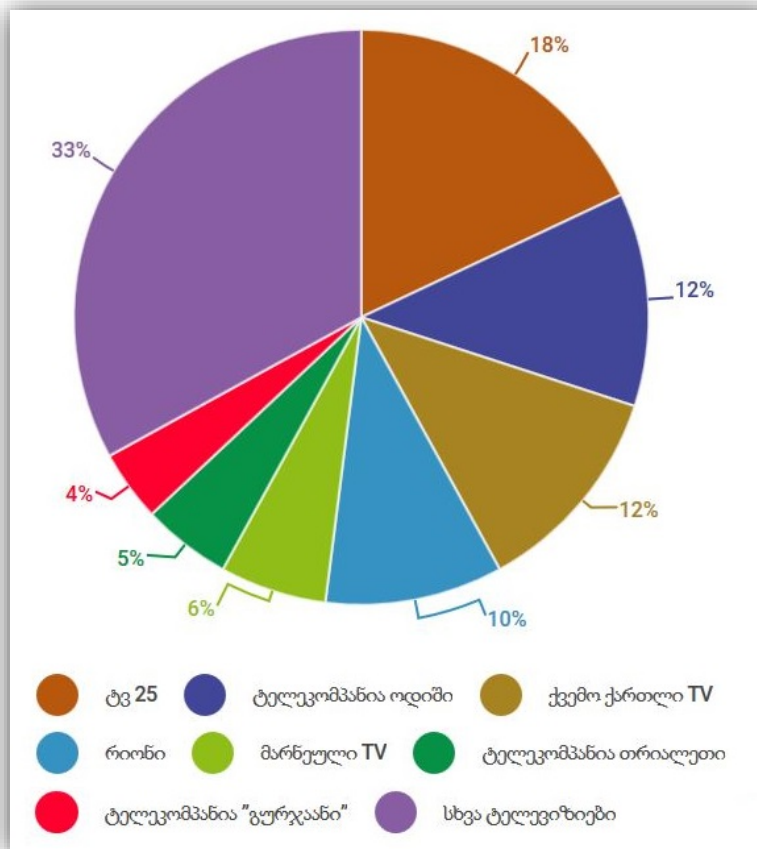
ტელეკომპანია ობიექტის შემთხვევაში, მთავარი შემოსავლის წყარო წინა წლების მსგავსად 2017 წელსაც **შემოწირულობებია**, რომელიც მთლიანი შემოსავლის 81 %- ს (768 035 ლარი) შეადგენს. აქედან 130 900 ლარი მაუწყებლის მფლობელის, 637 135 ლარი კი სხვა პირების შემოწირულობებია.

დიაგრამა 1.2. მედია-კავშირ “ობიექტის” 2017 წლის 3 კვარტალის, 2016 და 2015 წლების შემოსავლის წყაროები



რეგიონული ტელევიზიების საერთო შემოსავალმა 2017 წლის 3 კვარტაკლში 1 880 925 ლარი შეადგინა⁸. მათგან ლიდერობს ტვ 25 (347 327), მეორე ადგილს კი ტელეკომპანია ოდიში იკავებს (222 289). მას მოსდევს ქვემო ქართლის ტელევიზია- 221 515, რიონი 183 110, მარნეული TV 109 719, ტელეკომპანია თრიალეთი - 91 375 და "გურჯაანი" 71 588. სხვა რეგიონული ტელევიზიების შემოსავალმა, რომელიც 70 000 ლარს არ აღემატება, ჯამურად 634 001 ლარი შეადგინა.

დიაგრამა 1.3. რეგიონული ტელევიზიების 2017 წლის 3 კვარტლის სატელევიზიო შემოსავლები მედიების მიხედვით



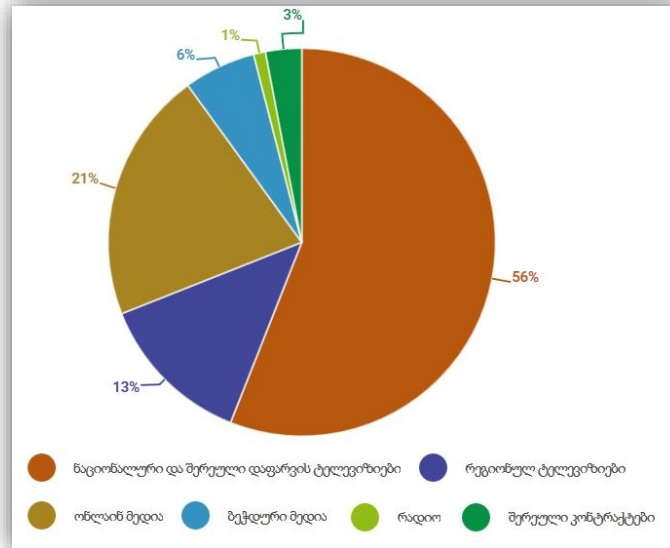
II. რეკლამისა და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით მედიაში საბიუჯეტო თანხების განაწილების პრაქტიკა

ერთიანი მონაცემები: 2017 წელს (15 ნოემბრის მდგომარეობით) საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა სარეკლამო და საინფორმაციო მომსახურების მიზნით მედია საშუალებებთან 6 800 535 ლარის ღირებულების მომსახურების კონტრაქტი გააფორმეს. აღნიშნული თანხის 56 % (3 800 606) ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიებზე მოდის, 13 % (864 964) - რეგიონულ

⁸ საინფორმაციო ცენტრი შპს "კოლხეთი 89"-ს წარდგენილი არ აქვს 2017 წლის მე-3 კვარტლის ფინანსური მონაცემები.

ტელევიზიებზე, 21 % (1 441 128) - ონლაინ მედიაზე, 6 % - ბეჭდურ მედიაზე (403 980), 1 % (60 209) - რადიოზე; 3 % (229 648) - 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.

დიაგრამა 2.1. საბიუჯეტო კონტრაქტების გადანაწილება მედია საშუალებების ტიპოლოგიის მიხედვით, 2017



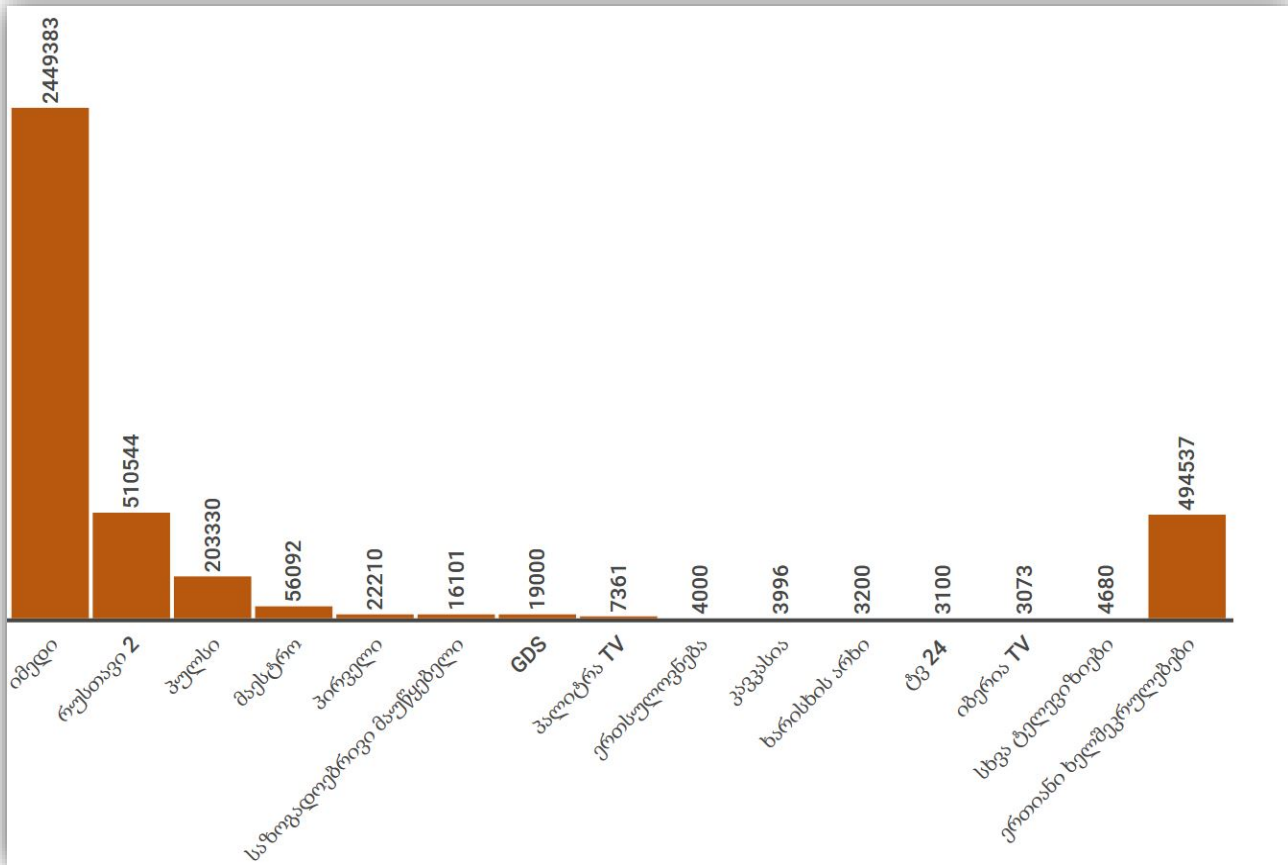
2.1. მაუწყებლები

ტელევიზიები. 2017 წელს (15 ნოემბრის მდგომარეობით) საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა ტელევიზიებთან 4 665 570 ლარის ხელშეკრულებები გააფორმეს. მათი დიდი ნაწილი - 3 800 606 ლარი ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიებზე მოდის, 864 964 ლარი კი - რეგიონულ მაუწყებლებზე.

ტელევიზიებს შორის ყველაზე მეტი ღირებულების - 2 449 383 ლარის ხელშეკრულება “იმედთან” გაფორმდა, მას მოსდევს რუსთავი 2 (510 544 ლარი) და პულსი TV (203 330); ყველაზე მცირე ოდენობის კონტრაქტი კი - სტარვიზიასთან (845) გაფორმდა.

გარკვეული საბიუჯეტო კონტრაქტები არ იძლეოდა იმის იდენტიფიცირების შესაძლებლობას, თუ რომელ მედია საშუალებაში რა თანხა გადანაწილდა და ეს თანხა „ერთიან ხელშეკრულებებში“ მოვახვედრეთ (ხელშეკრულებების საერთო ღირებულება 494 537 ლარი); აღნიშნული თანხის 69 % - 341 376 ლარი (საქართველოს იუსტიციის სამინისტროს მიერ შპს „ბრავო მედიასთან“ დადებული ხელშეკრულება) ტელეკომპანია იმედში, რუსთავი 2-სა და მაესტროში გადანაწილდა, 19 % (91 736 ლარი) კი - იმედსა და რუსთავი 2-ზე, ხოლო 12 %-ის (61 425 ლარი) შემთხვევაში ხელშეკრულებაში არ იყო მითითებული, თუ რომელ ტელევიზიაში იყო გაწეული ეს მომსახურება.

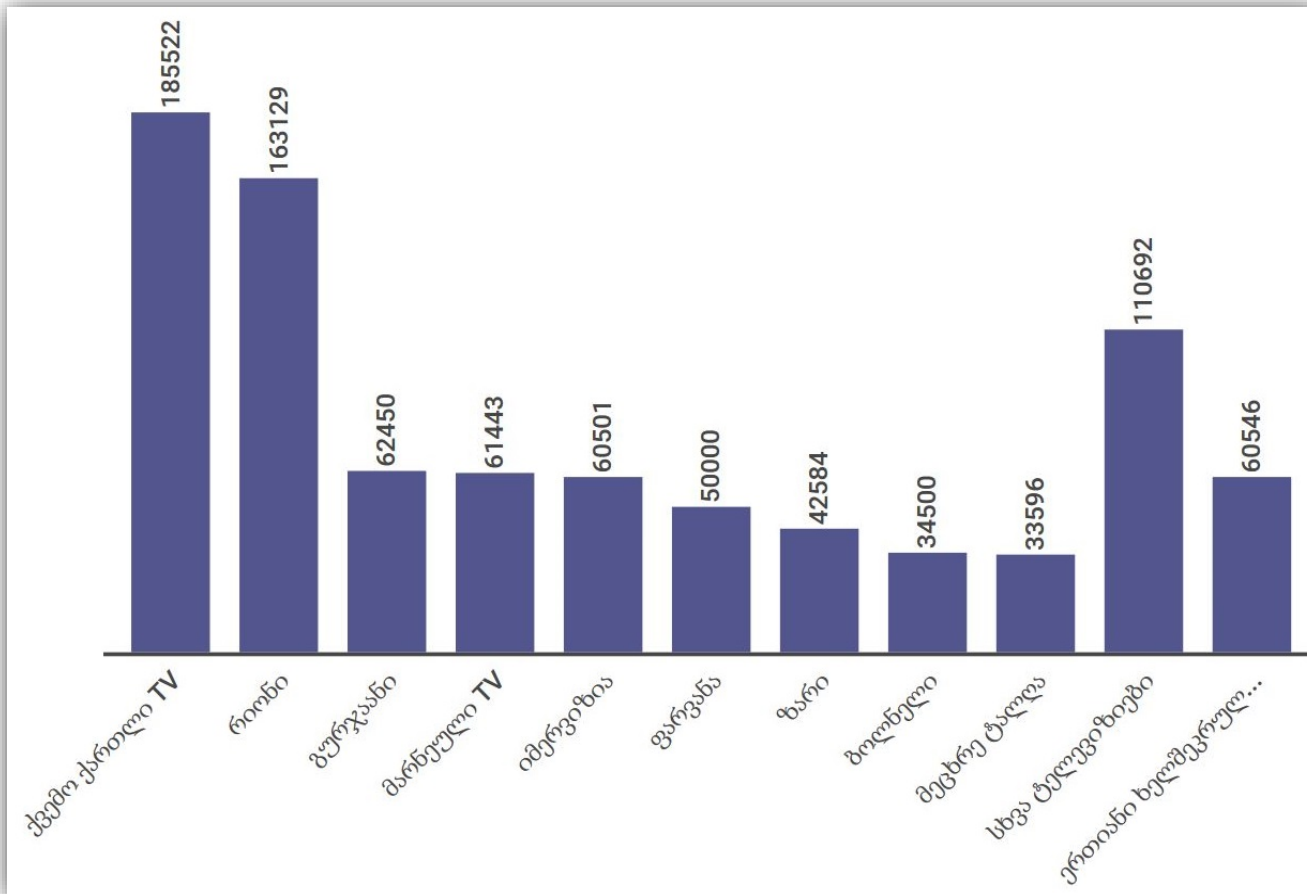
დაიგრამა 2.1. საბიუჯეტო რეკლამის გადანაწილება ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიებაში, 2017



რეგიონული ტელევიზიები. რეგიონულ ტელევიზიებთან გაფორმებული ხელშეკრულებების (ჯამური ღირებულება- 1 325 943 ლარი) ყველაზე დიდი წილი (75%) ადგილობრივ მუნიციპალიტეტებსა და მათ დაქვემდებარებულ უწყებებზე მოდის.

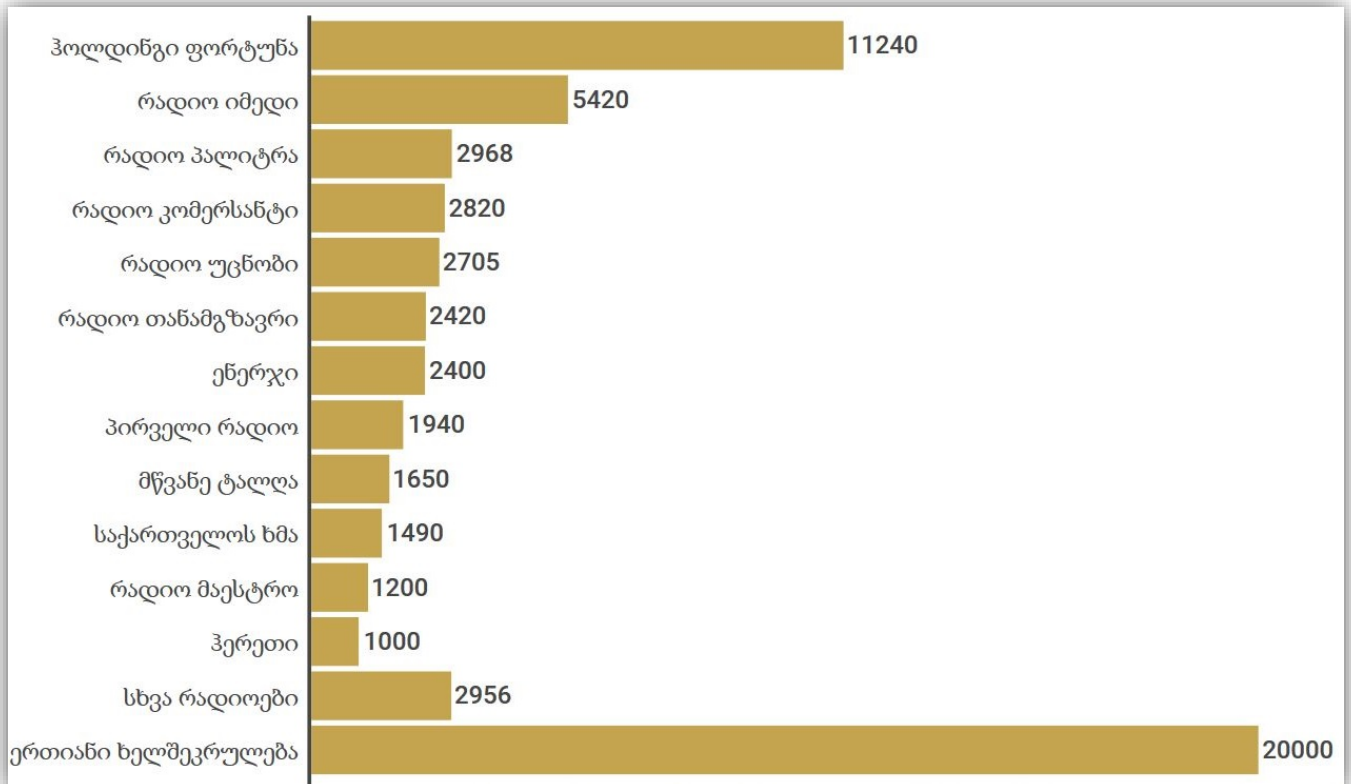
რეგიონულ მაუწყებლებს შორის ყველაზე დიდი თანხა, 2016 წლის მსგავსად, კვლავ ქვემო ქართლის ტელევიზიას აქვს მიღებული (185 522 ლარი), მას მოსდევს ტელეკომპანია რიონი (იმერეთი) (163 129) და „გურჯაანის“ ტელევიზია - 62 450; სხვა რეგიონულ ტელევიზიებში შემდეგი ვითარება იკვეთება: მარნეულის ტელევიზია (61 443), „იმერვიზია“ – 60 501, „ფარვანა“ - 50 000; „ბარი“- 42 584 ლარი, „ბოლნელი“ – 34 500, „მეცხრე ტალღა“-33 596, სხვა ტელევიზიებმა („ოდიში“, „თრიალეთი“, „არგო“, ეგრისი“, „ტე 25“, „ატე 12“, „კოლხეთი 89“, „მეგა ტე“, „დია“, „ბორჯომი“, „მეცხრე არხი“, „გურია ტე“, „ჯიხა“, „თანამგზავრი“, „კახეთი“,) ჯამში 110 692 ლარის სარეკლამო მომსახურება მიიღეს. 2017 წელს რეგიონულ ტელევიზიებთან გაფორმებული ერთიანი ხელშეკრულებების (ერთდროულად რამდენიმე კომპანია) ღირებულებამ 60 546 ლარი შეადგინა. აქედან, 58% საბიუჯეტო ორგანიზაციების მიერ შპს „რეგიონული ტელევიზიების სხვა არხთან“ გაფორმებული კონტრაქტებია.

დიაგრამა 2.2. საბიუჯეტო რეკლამის გადანაწილება რეგიონულ ტელევიზიებში, 2017



რადიოები. რადიომაუწყებლებიდან ყველაზე მეტი ღირებულების საბიუჯეტო კონტრაქტი რადიო ჰოლდინგ ფორტუნასთან (ფორტუნა, ფორტუნა +, არ დაიდარდო, ავტო რადიო) (11 240 ლარი) გაფორმდა, რომელსაც მოსდევს რადიო იმედი (5 420 ლარი). ბოლო ადგილს კი რადიო თრიალეთი (240) იკავებს; ერთიანი ხელშეკრულებით კი 20 000 ლარის ღირებულების მომსახურების შესყიდვა ერთდროულად რამდენიმე რადიოსთან განხორციელდა.

დიაგრამა 2.3. საბიუჯეტო თანხების გადანაწილება რადიოებში



2.2. ონლაინ მედია

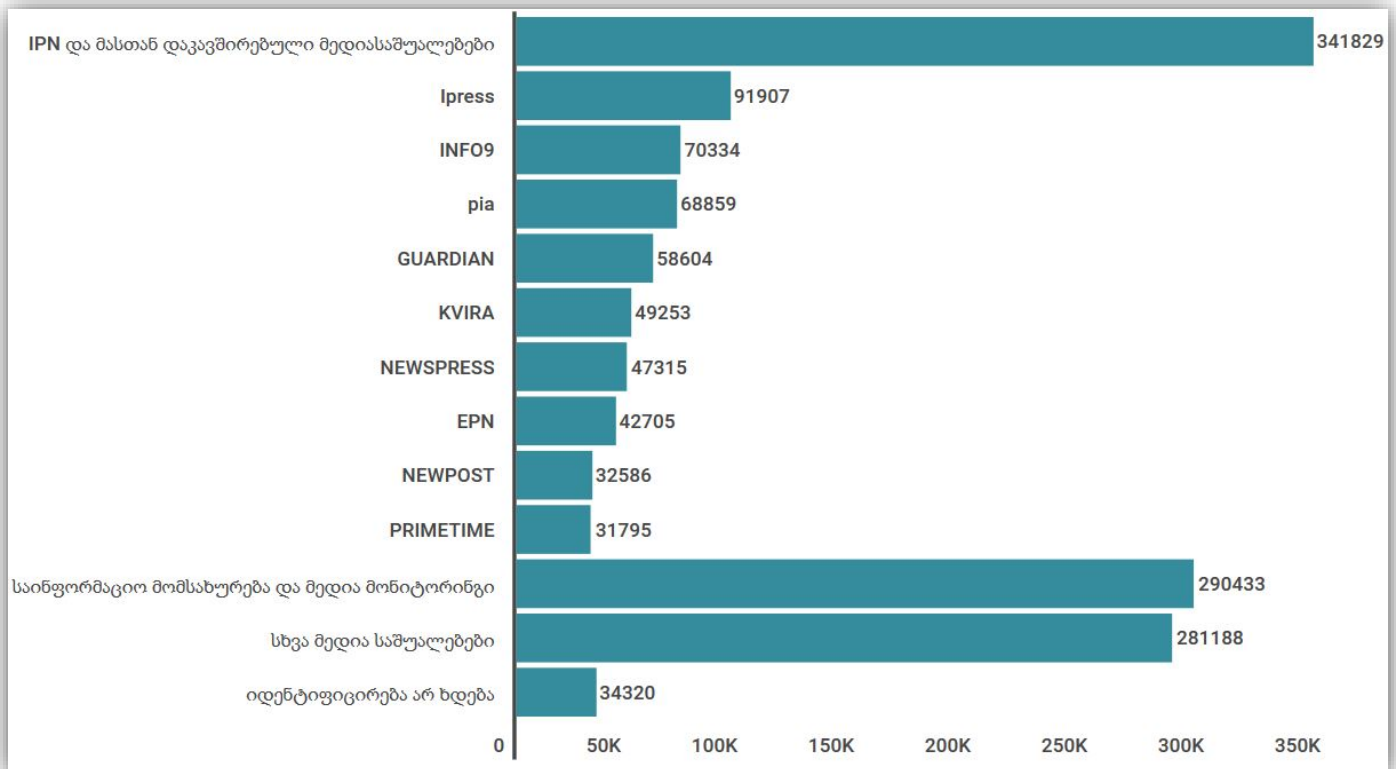
ონლაინ მედიაზე ინფორმაციის გავრცელებისა და რეკლამის მიზნით, ჩვენს ხელთ არსებული მონაცემებით, სულ 1 441 128 ლარი გადანაწილდა. აღნიშნული თანხიდან ყველაზე დიდი წილი (341 829) “პალიტრა მედია” ჰოლდინგში შემავალ ონლაინ გამოცემებზე (IPN, PalitraTV.ge, Kvirispalitra.ge, Bpn.ge. Ambebi.ge, Allnews.ge) მოდის; შემდეგ ადგილზეა lpress.ge და მასთან დაკავშირებული სააგენტოები (ibusiness.ge; iregions.ge; imtavroba.ge) – 91 907; Info 9 - 70 334; PIA და მასთან დაკავშირებული გამოცემა (Daijesti.ge) – 68 859; Guardian.ge - 58 604; Newspress.ge და NSP.ge - 49 253; Expressnews და მასთან დაკავშირებული მედიასაშუალებები (Argumenti.ge; Economic.ge; 1news.ge) - 42 705; Newposts.ge 32 586; Primtime.ge - 31 795. სხვა მედია საშუალებებში კი, რომელთა ჯამური საბიუჯეტო კონტრაქტები 30 000 ლარზე ნაკლებია, ჯამში 281 188 ლარის ღირებულების ხელშეკრულება გაფორმდა. 34 319 ლარის ღირებულების კონტრაქტებში კონკრეტული საინფორმაციო სააგენტოს იდენტიფიცირება ვერ მოხერხდა.

საბიუჯეტო ორგანიზაციების ნაწილი საინფორმაციო სააგენტოებთან შუამავალი კომპანიების საშუალებით თანამშრომლობს, რის გამოც შესყიდვების სამსახურის მონაცემთა ბაზაში სრულფასოვანი ინფორმაციის მოძიება, თუ რომელ მედიას რა ოდენობის თანხა გადაერიცხა, რთულდება. მსგავსი კონტრაქტები ერთიანი ხელშეკრულებების კატეგორიაში მოვახვედრეთ. 2017 წელს ასეთი კონტრაქტები შპს პი არ საკონსულტაციო ჯგუფთან, შპს კლიპ-არტთან, შპს აიფიემ კვლევებთან გაფორმდა. საქართველოს მთავრობის ადმინისტრაციასა და შპს პი არ საკონსულტაციო ჯგუფს შორის ხელშეკრულება მედია მონიტორინგისა და საინფორმაციო

მომსახურებისთვის 115 185 ლარის ღირებულების ხელშეკრულება დაიდო, ამასთან მონიტორინგისა და საინფორმაციო მომსახურების თანხა ხელშეკრულებაში ერთმანეთისგან გამიჯნული არ არის და არც ის არის მითითებული, თუ რომელ მედიებში განხორციელდა ინფორმაციის გავრცელების მომსახურება. ანალოგიურად ქალაქ თბილისის მერიამ მედია მონიტორინგსა და ინფორმაციის გავრცელებაზე კომპანიის აი ფი ემ კვლევებთან 43 340 ლარის ღირებულების კონტრაქტი გააფორმა. ზუგდიდის მუნიციპალიტეტსა და პი არ საკონსულტაციო ჯგუფსა შორის გაფორმებული 13 563 ლარის ღირებულების კონტრაქტიც არ აკონკრეტებს, თუ რომელ მედიაში განხორციელდა მერიის ღონისძიებების შესახებ ინფორმაციის განთავსება.

2017 წელს 290 433 ლარის ღირებულების ასეთი კონტრაქტი დაიდო, მათ შორის 251 932 ლარის ღირებულების 5 (4 შპს აიფიემ კვლევებთან და ერთი პი არ საკონსულტაციო ჯგუფთან) ხელშეკრულება, რომელიც ნაწილობრივ მონიტორინგის მომსახურებასაც მოიცავს.

დიაგრამა 2.4. საბიუჯეტო რეკლამის და საინფორმაციო მომსახურების გადანაწილება ონლაინ მედიაში, 2017

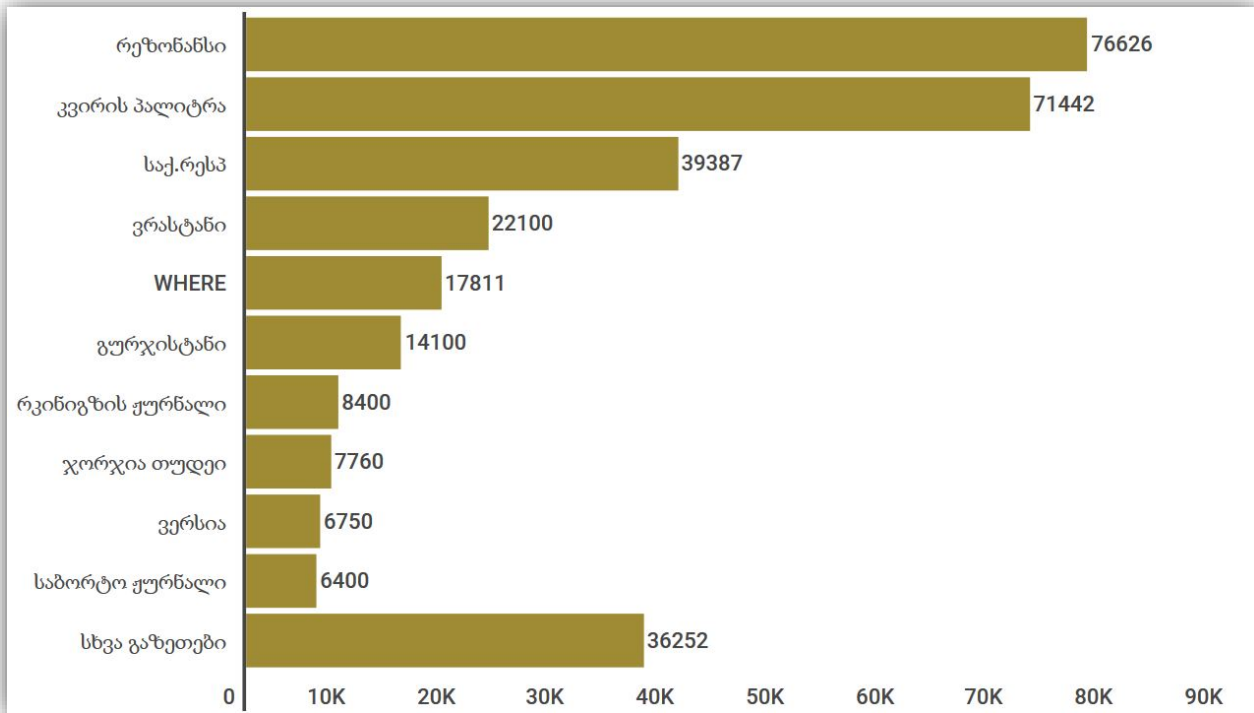


2.4. ბეჭდვითი მედია

ბეჭდვით მედიაში ყველაზე მეტი თანხის (76 626) ხელშეკრულება “რეზონანსთან” გაფორმდა, შემდეგ ადგილზეა “კვირის პალიტრა” (71 442) და “საქართველოს რესპუბლიკა” (39 387), “ვრასტანი” (22 100), „WHERE” (17 811), “გურჯისტანი” (14 100), „რკინიგზის ჟურნალი” (8 400), „ჯორჯია თუდეი” (7 760), “ვერსია” (6 750), „საბორტო ჟურნალი” (6 400), “მსოფლიო 2017 წელს” (5 400), „ეკონომისტი” (4 748), კატეგორიაში “სხვა” ის გაზეთებია გაერთიანებული, რომელთა

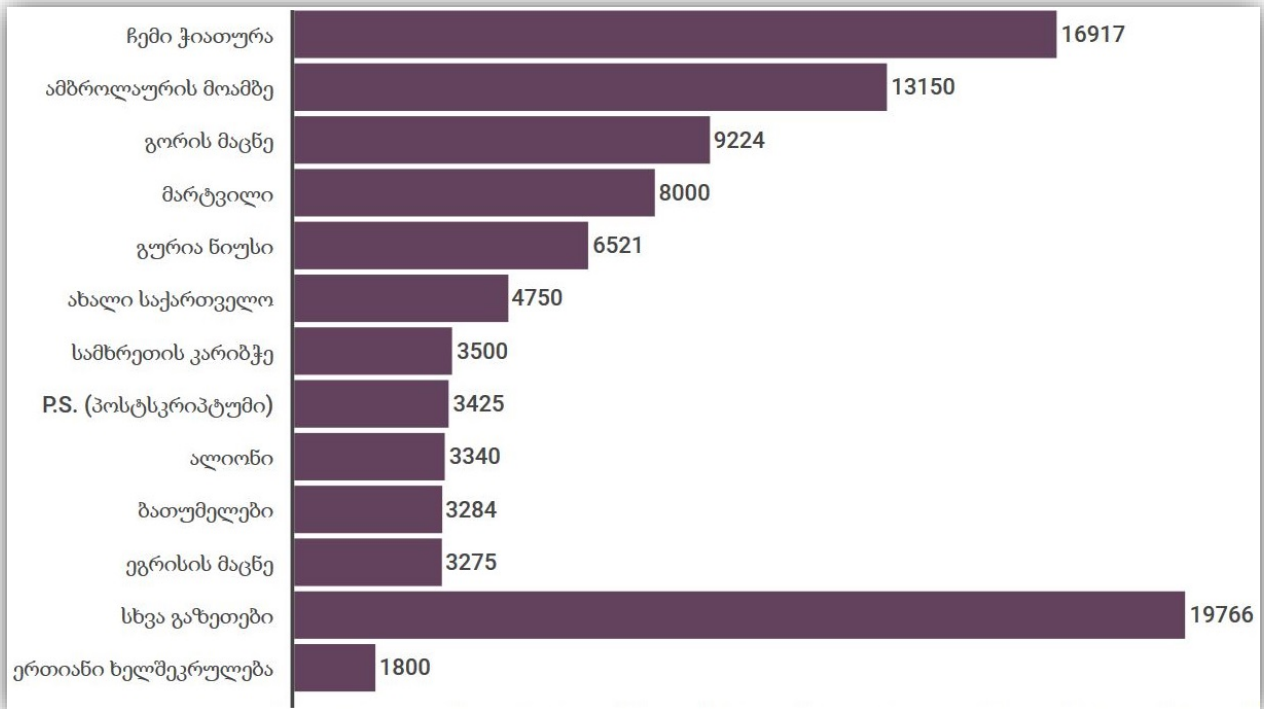
კონტრაქტები 6 000 ლარზე ნაკლებია (‘‘მსოფლიო 2017 წელს’’, ‘‘ეკონომისტი’’, OK , ინტერიერი, GEORGIA TO SEE, პროფესიონალი +, ალია, The Georgian 2017, Royal Journal, ქართული სიტყვა, ახალი თაობა, ქრონიკა +, Steps, სარკე, Hello, მეცნიერება და ენერგეტიკა), ერთიანად კი მათმა ჯამმა 36 252 ლარი შეადგინა.

დიაგრამა 2.5. საბიუჯეტო რეკლამის გადანაწილება გაზეთებში, 2017



რეგიონულ ბეჭდვით მედიაში ყველაზე მეტი თანხის ხელშეკრულება ‘‘ჩემი ქიათურასტან’’ (16 917) გაფორმდა, რომელსაც მოსდევს ‘‘ამბროლაურის მოამბე’’ (13 150), ‘‘გორის მაცნე’’ (9 224), ‘‘მარტვილი’’ (8 000), ‘‘გურია ნიუსი’’ (6 521), ‘‘ახალი საქართველო’’ (4 750), ‘‘სამხრეთის კარიბჭე’’ (3 500), P.S. (3 425), ‘‘ალიონი’’ (3 340), ‘‘ბათუმელები’’ (3 284), ‘‘ეგრისის მაცნე’’ (3 275). სხვა გაზეთებს კი ჯამში 19 766 ლარის ხელშეკრულებები გაუფორმდათ. ღვინის სააგენტოს მიერ გაფორმებული ერთიანი ხელშეკრულების (ერთდროულად ორი კომპანია) ღირებულებამ 1 800 ლარი შეადგინა.

დიაგრამა 2.6. საბიუჯეტო რეკლამის გადანაწილება რეგიონულ გაზეთებში, 2017



2.5. საბიუჯეტო კონტრაქტები მედიებთან, რომლებიც სიძულვილის ენას, ანტიდასავლურ განწყობებს აღვივებენ და რუსული პროპაგანდის ტირაჟირებას ახდენენ

2014-2016 წლის პრაქტიკის მსგავსად საბიუჯეტო ორგანიზაციები აგრძელებენ რეკლამის და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით კონტრაქტების გაფორმებას ისეთ მედია საშუალებებთან, რომლებიც სიძულვილის ენას და ანტიდასავლურ განწყობებს აღვივებენ. საბიუჯეტო კონტრაქტები 2017 წელს ღიად პრორუსულ გამოცემებთანაც გაფორმდა. უფრო მეტიც, მთავრობის კონსოლიდირებულ ტენდერში გამარჯვებულთა შორის პატრიოტთა ალიანსთან დაკავშირებული ტვ “ობიექტივი” მოხვდა. პრორუსული სარედაქციო პოლიტიკის მქონე “ხარისხის არხთან” კი ხელშეკრულება დღეისთვის ცენტრალურ საარჩევნო კომისიას აქვს გაფორმებული. სასჯელაღსრულებისა და პრობაციის სამინისტროს, 2016 წლის მსგავსად, ინფორმაციის გავრცელებაზე კონტრაქტი 2017 წელსაც ღიად პრორუსულ გამოცემა “თბილისი 24”-თან აქვს გაფორმებული. ეს უკანასკნელი პრორუსულ პარტია “ცენტრისტებთან” დაკავშირებული ორგანიზაციაა, რომელიც წინასაარჩევნოდ საქართველოში რუსული ბაზების დაკანონების მოთხოვნით გამოვიდა. „თბილისი 24” ხშირად აქვეყნებს ყალბ მასალებს, რომლებიც დასავლეთს შესახებ დეზინფორმაციებს შეიცავს⁹, ასევე განადიდებს სტალინს¹⁰.

⁹ „ბავშვებით, ასევე მათი ორგანოებით ვაჭრობის სარფიანი ბიზნესი“, <http://bit.ly/2BCeC3z>, “ევროკავშირი დასუსტდა, ეს დასასრულის დასაწყისია” <http://bit.ly/2zZXgKu>, „ქეთევან ზარნაძე: სიმართლე აცრების შესახებ” <http://bit.ly/2AB5IDj>, „საქართველოში ლტოლვილთა ბანაკების მშენებლობის ინიციატივით ავსტრიის საგარეო მინისტრი გამოდის”, <http://bit.ly/2oxuwSI>, „დაქირავებული ქართველი მეზრძოლები ხელფასების

ქვემოთ მოცემული ცხრილი ასახავს იმ მედია საშუალებებს, რომლებიც სიძულვილის ენითა და ანტიდასავლური სარედაქციო პოლიტიკით გამოირჩეოდნენ და 2017 წელს საბიუჯეტო ორგანიზაციებთან კონტრაქტები გაუფორმდათ. მათი სარედაქციო პოლიტიკის შესახებ დეტალური ინფორმაცია MDF-ის წინა კვლევებშია ასახული:

ცხრილი 1. 2017 წელს გაფორმებული საბიუჯეტო კონტრაქტები მედიებთან, რომლებიც სიძულვილის ენას, ანტიდასავლურ განწყობებს აღვივებენ და რუსული პროპაგანდის ტირაჟირებას ახდენენ

მედია საშუალება	საკონტრაქტო მომსახურების თანხა	საბიუჯეტო ორგანიზაცია
Newspress.ge, nsp	52 375	საქართველოს სასჯელაღსრულებისა და პრობაციის სამინისტრო; ნდობის აღდგენისა და შერიგების საკითხებში აფხაზეთის ავტონომიური რესპუბლიკის მინისტრის აპარატი; სსიპ საფინანსო-ანალიტიკური სამსახური; არასაპატიმრო სასჯელთა აღსრულებისა და პრობაციის ეროვნული სააგენტო ; საქართველოს სოფლის მეურნეობის სამინისტროს ლაბორატორია; საქართველოს ფინანსთა სამინისტროს მომსახურების სააგენტო; სსიპ - განათლების ხარისხის განვითარების ეროვნული ცენტრი; შპს საქაერონავიგაცია; ქალაქ თბილისის დიდუბის რაიონის გამგეობა და სხვა საქვეუწყებო ან ადგილობრივი ხელისუფლების წარმომადგენლები
გაზეთი "საქართველოს რესპუბლიკა"	38 827	საქართველოს მუნიციპალური განვითარების ფონდი; აჭარის ა.რ. ფინანსთა და ეკონომიკის სამინისტრო; საქართველოს რეგიონული განვითარებისა და ინფრასტრუქტურის სამინისტროს საქართველოს საავტომობილო გზების დეპარტამენტი; საქართველოს ეროვნული ბანკი; საქართველოს სოფლის მეურნეობის მეცნიერებათა აკადემია; აფხაზეთის მთავრობის საქვეუწყებო დაწესებულება - ადმინისტრაციულ-სამეურნეო სამმართველო და სხვა საქვეუწყებო ან ადგილობრივი ხელისუფლების წარმომადგენლები
alia.ge	20 000 (კონტრაქტის საერთო ღირებულება სხვა მედიასაშუალებებთან	სასჯელაღსრულებისა და პრობაციის სამინისტრო

გადაუხდელობის გამო, უკრაინიდან საქართველოში ბრუნდებიან", <http://bit.ly/2kyDZbD>, „ტრამპმა მერკელს NATO-ს მომსახურების 300 მილიარდიანი ქვითარი გადასცა", <http://bit.ly/2keI1XL>

¹⁰ „რუსეთი, პუტინი, სტალინი, საბჭოთა კავშირი...“, <http://bit.ly/2CytbSy>, „არ გაპატიებენ ლავრენტი, მოგკლავენ!“

	ერთად);	
თბილისი 24	3 387	სასტუმარსა და პრობაციის სამინისტრო
შპს ხარისხის არხი	3200	საქართველოს ცენტრალური საარჩევნო კომისია
სააგენტო მარშალპრესი	3000	ქედი მუნიციპალიტეტი; ჩხოროწყის მუნიციპალიტეტი; ახმეტის მუნიციპალიტეტი;
გაზეთი ალია	2 400	საქართველოს ცენტრალური საარჩევნო კომისია
ობიექტივი	1855	საქართველოს ცენტრალური საარჩევნო კომისია

გაზეთმა "საქართველოს რესპუბლიკამ", რომელიც ანტიდასავლური სარედაქციო პოლიტიკით და სიძულვილის ენით გამოირჩევა, 2017 წელს სხვადასხვა საბიუჯეტო ორგანიზაციებთან პირდაპირ დადებული ხელშეკრულების გარდა, საბიუჯეტო თანხა სსიპ გარემოს ეროვნული სააგენტოსგან გაზეთ „კვირის პალიტრის“ შუამოვლობით მიიღო, რომელმაც სააგენტოს მიერ გამოცხადებულ ტენდერში გაიმარჯვა.

მიღება-ჩაბარების აქტი
№GT-123002/46

ქ. თბილისი 27.11.17 წ.

წინამდებარე აქტი შედგენილია მასზედ, რომ საქართველოს გარემოსა და ბუნებრივი რესურსების დაცვის სამინისტროს სსიპ „გარემოს ეროვნული სააგენტო“-სა („შემსყიდველი“) და შპს „კვირის პალიტრა“-ს გამომცემელს („მიმწოდებელი“) შორის 2016 წლის 30 დეკემბერს გაფორმებული „სახელმწიფო შესყიდვის შესახებ“ № GT-123002 ხელშეკრულებისა და სატენდერო დოკუმენტაციის (SPA1 60030649) შესაბამისად მიმწოდებელმა შემსყიდველს გაუწია შემდეგი სახის მომსახურება: ბეჭდურ პრესაში (გაზეთი „საქართველოს რესპუბლიკა“) განცხადებების გამოქვეყნება, კერძოდ:

2017 წლის 25 ნოემბრის გაზეთში ფართობით 6 000 სმ² X 0,1256 = 753,6 (შვიდას ორმოცდაცამეტი ლარი და სამოცი თეთრი) დღგ-ს გარეშე.

მომსახურების საერთო ღირებულება შეადგენს ფართობით 6 000 სმ² X 0,1256 = 753,6 (შვიდას ორმოცდაცამეტი ლარი და სამოცი თეთრი) დღგ-ს გარეშე.

ჩაბარა:

შპს „კვირის პალიტრა“-ს
დირექტორი:

 **ნიკოლოზ გაბელაია**

მიიღო:

სსიპ „გარემოს ეროვნული სააგენტო“-ს
ლიცენზირების დეპარტამენტის უფროსი

 **ირაკლი გელაშვილი**

III. სარედაქციო დამოუკიდებლობაში ჩარევის ფორმალიზება საბიუჯეტო ორგანიზაციებთან გაფორმებულ ხელშეკრულებებში და მასალების გავრცელების ფორმები

კვლევის დროს გამოვლინდა შემთხვევები, როდესაც საბიუჯეტო ორგანიზაციებთან გაფორმებული ზოგიერთი ხელშეკრულებაში ადმინისტრაციული ორგანოების ან სხვა საბიუჯეტო ორგანიზაციების სარედაქციო დამოუკიდებლობაში ჩარევა ხელშეკრულების პირობებში იყო ფორმალიზებული. კონტრაქტის მხარე, რომელიც საბიუჯეტო ორგანიზაციას წარმოადგენს, ასეთი პირობებით წინასწარ უსაზღვრავს მედია საშუალებებს როგორც გასაშუქებელი მასალის თემატიკას, ასევე გაშუქების ფორმას, მასალის განთავსების პრიორიტეტულობას. ტელევიზიების შემთხვევაში ასეთი მასალების ადმინისტრაციული ორგანოების მიერ დაფინასება კანონმდებლობით აკრძალულია, ბეჭდვითი მედიის შემთხვევაში კი გამოიკვეთა შემთხვევები, როცა გარკვეული მედია საშუალებები საერთოდ არ უთითებდნენ, რომ გამოქვეყნებული შინაარსი სარედაქციო მასალას არ განეკუთვნებოდა და დაფინანსებული იყო ან სარეკლამო მითითება მკაფიო არ იყო და მასალის რეკლამად აღქმას ართულებდა. სარეკლამო და სარედაქციო მასალების ერთმანეთსგან გაუმიჯნაობა, რაც ონლაინ მედიაშიც გამოვლინდა, ჟურნალისტური სტანდარტის დარღვევა, რადგან ამით მედიას შეცდომაში შეჰყავს მკითხველი.

3.1. დაფინანსებული გადაცემები/ სიუჟეტები ნაციონალურ და შერეული დაფარვის მაუწყებლებში

კვლევისას გამოვლინდა იმ ტიპის ხელშეკრულებები, რომლებიც პირდაპირ არ ითვალისწინებს სპონსორობას, თუმცა ირიბად წარმოადგენს გადაცემებისა თუ სიუჟეტების დაფინანსების საშუალებას, რაც მაუწყებლობის შესახებ კანონის დარღვევას წარმოადგენს.

“მაუწყებლობის შესახებ” კანონის მუხლი 66¹-ის (მაუწყებლის დაფინანსების დაუშვებლობა) პირველი პუნქტი კრძალავს ადმინისტრაციული ორგანოს, პოლიტიკური პარტიის, თანამდებობის პირისა და საჯარო მოსამსახურის მიერ მაუწყებლის დაფინანსებას, აგრეთვე მისი მომსახურების შესყიდვას და მაუწყებლის პროგრამების მომზადების ან/და ეთერში გადაცემის პირდაპირ ან ირიბ დაფინანსებას ან თანადაფინანსებას, გარდა გარკვეული გამონაკლისებისა.

66¹-ე მუხლის მე-3 პუნქტი გამონაკლისს საარჩევნო ადმინისტრაციისთვის აწესებს, მე-2 პუნქტი კი ასეთ გამონაკლისად სოციალური რეკლამის განთავსების და საზოგადოებისთვის მნიშვნელოვანი ინფორმაციის მიწოდების გავრცელების მიზნით ადმინისტრაციული ორგანოს მიერ მაუწყებლის მომსახურების შესყიდვას მიიჩნევს, იმ შემთხვევაში, თუ ეს გათვალისწინებულია მისი ბიუჯეტის ცალკე მუხლით.

გამონაკლისის შესახებ ჩანაწერი კანონში 2013 წელს შევიდა და ის გარკვეულ წინააღმდეგობაშია დასპონსორებული გადაცემებისა და დაფინანსებული სიუჟეტების დაუშვებლობასთან მიმართებით არსებულ საკანონმდებლო ნორმასთან. კერძოდ, “საზოგადოებისთვის მნიშვნელოვანი ინფორმაციის გავრცელების” შესახებ ჩანაწერის ინტერპრეტირება შესაძლოა ადმინისტრაციული ორგანოს დაფინანსებული სიუჟეტების გასამართლებად იყოს გამოყენებული. ასეთ ლეგიტიმურ მიზნად შესაძლოა, ჩაითვალოს რეგიონულ მედიასთან გაფორმებული ისეთი კონტრაქტები, რომლებიც ადგილობრივი

თვითმმართველობის სხდომების ტრანსლაციის განხორციელებას და გამჭვირვალობას უზრუნველყოფს და არა სიუჟეტების მომზადება ან გადაცემაში სტუმრის მოწვევის დაფინანსება, როგორც ქვემოთ მოყვანილ მაგალითებშია მითითებული.

როგორც ქვემოთ მოცემულ ცხრილში ჩანს, საჯარო დაწესებულებებსა და ტელევიზიებს შორის გაფორმებულ ხელშეკრულებებში ვხვდებით ისეთ ვალდებულებებს, რომლებიც თავისი შინაარსით სარედაქციო დამოუკიდებლობაში ჩარევას წარმოადგენს, როდესაც სიუჟეტის შინაარსს, მის ეთერში განთავსებას და პერიოდულობას ადმინისტრაციული ორგანო ან საბიუჯეტო ორგანიზაცია განსაზღვრავს:

ცხრილი 2. ადმინისტრაციული ორგანოების მიერ დაფინანსებული გადაცემები და სიუჟეტები ნაციონალურ არხებზე

დაწესებულება	მაუწყებლები	მომსახურება
თბილისის საბავშვო ბაგა-ბაღების მართვის სააგენტო	პალიტრა TV	თვეში 2 კადრ-სინქრონის, წელიწადში 4 სიუჟეტის მომზადება და თითოეული მათგანის ერთი დღის განმავლობაში ეთერში სამჯერ გაშვება.
ს.ს.ი.პ დაავადებათა კონტროლისა და საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის ეროვნული ცენტრი (NCDC)	პულსი TV	საგანმანათლებლო-სატელევიზიო პროექტ საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის შესახებ- კვირაში 2-ჯერ (ქრონომეტრაჟი 26 წთ) სამუშაო შეხვედრების გაშუქება; რუბრიკის მომზადებაში დაავადებათა კონტროლის ეროვნული ცენტრის ექსპერტების ჩართვა; გადაცემა იწყება ncdc საქმიანობის ამსახველი ვიდეორგოლით-„ჩვენი ცოდნით, საზოგადოების ჯანმრთელობის სამსახურში“.

ცხრილი 3. საჯარო დაწესებულებების¹¹ მიერ დაფინანსებული გადაცემები და სიუჟეტები ნაციონალურ არხებზე

დაწესებულება	მაუწყებლები	მომსახურება
შპს ფსიქიკური ჯანმრთელობის და ნარკომანიის პრევენციის ცენტრი	პულსი TV	შერჩეულ თემაზე სიუჟეტის მომზადება და ეთერში გაშვება.
შპს "სტარტაპ საქართველო"	ტვ პირველი	სატელევიზიო 24 რეპორტაჟის მომზადება, არანაკლებ 4 წუთიანი; რეპორტაჟების განთავსება ეკონომიკური ფორმატის გადაცემაში.

¹¹ სახელმწიფო ან ადგილობრივი ბიუჯეტის სახსრებიდან დაფინანსებული კერძო სამართლის იურიდიული პირი ასეთი დაფინანსების ფარგლებში (საქართველოს ზაგადი ადმინისტრაციულის კოდექსის 27, „ა“ მუხლი);

3.2. დაფინანსებული გადაცემები/ სიუჟეტები რეგიონულ მაუწყებლებში

იდენტური ვითარება იკვეთება რეგიონული ტელევიზიების შემთხვევაშიც, სადაც ადმინისტრაციული ორგანოების დაფინანსებული სიუჟეტებისა და გადაცემების გარდა, ასევე ვხვდებით სერვისის უზრუნველყოფას საკრებულოს სხდომების პირდაპირ ეთერში ტრანსლაციის სახით, რაც ინფორმაციის ნეიტრალური გამტარის ფუნქციას გულისხმობს და საჯარო დაწესებულებების გამჭვირვალობას უწყობს ხელს.

ცხრილი 4. ადმინისტრაციული ორგანოების მიერ დაფინანსებული გადაცემები და სიუჟეტები რეგიონულ მაუწყებლებზე

დაწესებულება	მაუწყებლები	მომსახურება
ქალაქ ქუთაისის მერია	რიონი	<p>მერიის მხარდაჭერით ორგანიზებული კულტურული ღონისძიებების გადაღება, გაშუქება (9 ღონისძიება, 25 საათი).</p> <p>პროექტი „ანგარიში მოსახლეობას“ ფარგლებში, მინიმუმ 90 წუთიანი გადაცემის მომზადება და გაშვება თვეში 4-ჯერ, მოქალაქეების ეთერში მიწვევა, ყოველ გადაცემაზე სიუჟეტის მომზადება მოსახლეობის პრობლემების შესახებ.</p> <p>დოკუმენტური ფილმების კრებულის, „ქუთაისში მოღვაწე გამოჩენილი ქართველები“-ს, წარმატებული სპორტსმენების, „ღვაწლმოსილი ქუთაისელი მხატვრების“ შესახებ სატელევიზიო გადაცემათა ციკლის მომზადება და ეთერში გაშვება.</p> <p>გადაცემა „ტელე-აფიშა“-ს - საინფორმაციო სახის 52 გადაცემის მომზადება (ფორმატი შემსყიდველთან შეთანხმებით), ქუთაისში გასამართ ყველა კულტურული ღონისძიების შესახებ (ხანგრძლივობა 2-7 წთ), 2017 წლის 6 თვის განმავლობაში.</p>
სამტრედიის მუნიციპალიტეტი	ზარი	მუნიციპალიტეტის მიერ 2017 წლის განმავლობაში დაგეგმილი ღონისძიებებისათვის საჭირო ინფორმაციის ეთერში გაშვება.
ჩხოროწყუს მუნიციპალიტეტი	კოლხეთი 89	მუნიციპალიტეტის ტერიტორიაზე მიმდინარე სახელმწიფოებრივი ან ადგილობრივი მნიშვნელობის პროექტების, სამშენებლო და სხვა სახის სამუშაოების შესრულების მდგომარეობის ასახვაზე და მუნიციპალიტეტის საკრებულოსა და გამგეობის მიერ მიწოდებული განცხადებებისა და ინფორმაციების გამოქვეყნება.
საჩხერის მუნიციპალიტეტი	იმერვიზია	შერჩეული თემატიკა- მუნიციპალიტეტის საჯაროობის უზრუნველყოფა: 120 წუთი საერთო დრო.
ზესტაფონის მუნიციპალიტეტი	არგო	საკრებულოსა და გამგეობის საქმიანობის შესახებ მნიშვნელოვანი ინფორმაციის ადგილობრივი მოსახლეობისთვის მიწოდება.

ჭიათურის მუნიციპალიტეტი	იმერვიზია	საკრებულოს სხდომებისა და საკრებულოს საქმიანობის შესახებ მნიშვნელოვანი ინფორმაციის მიწოდება, მუნიციპალიტეტის გამგეობის საქმიანობის შესახებ საზოგადოებისთვის მნიშვნელოვანი ინფორმაციის გავრცელება.
ქალაქ ფოთის მუნიციპალიტეტი	მეცხრე ტალღა	მუნიციპალიტეტის საქმიანობის შესახებ მნიშვნელოვანი ინფორმაციის მიწოდება.
ს.ს.ი.პ ზურაბ ჟვანიას სახელობის სახელმწიფო ადმინისტრირების სკოლა	25-ე არხი, მეცხრე ტალღა, ოდიში, ჭიხა, ეგრისი, ზარი, რიონი, არგო, იმერვიზია, დია, ბორჯომი, მეცხრე არხი, ატვ 12, ფარვანა, გურჯანი Tv, თანამგზავრი, ქვემო ქართლი, მარნეული, ბოლნელი, გურია;	5 წუთიანი სიუჟეტის მომზადება (გადაღება, მონტაჟი) სკოლის ღონისძიებების შესახებ და განთავსება ტელეჟურნალში „მრავალკუთხედი“.
ს.ს.ი.პ ღვინის ეროვნული სააგენტო	გურჯაანი ტვ, ტვ თანამგზავრი	შემსყიდველთან შეთანხმებული სიუჟეტის მომზადება და გაშვება. თითო სიუჟეტის ხანგრძლივობა არანაკლებ 3 წუთი; სულ 2-2 სიუჟეტი თითო ტელევიზიაში;
ს.ს.ი.პ ღვინის ეროვნული სააგენტო	რადიო ჰერეთი	გადაცემა რადიოფერმერში შემსყიდველთან შეთანხმებული ერთი გადაცემის მომზადება.

3.3. დაფინანსებული მასალები ონლაინ მედიაში.

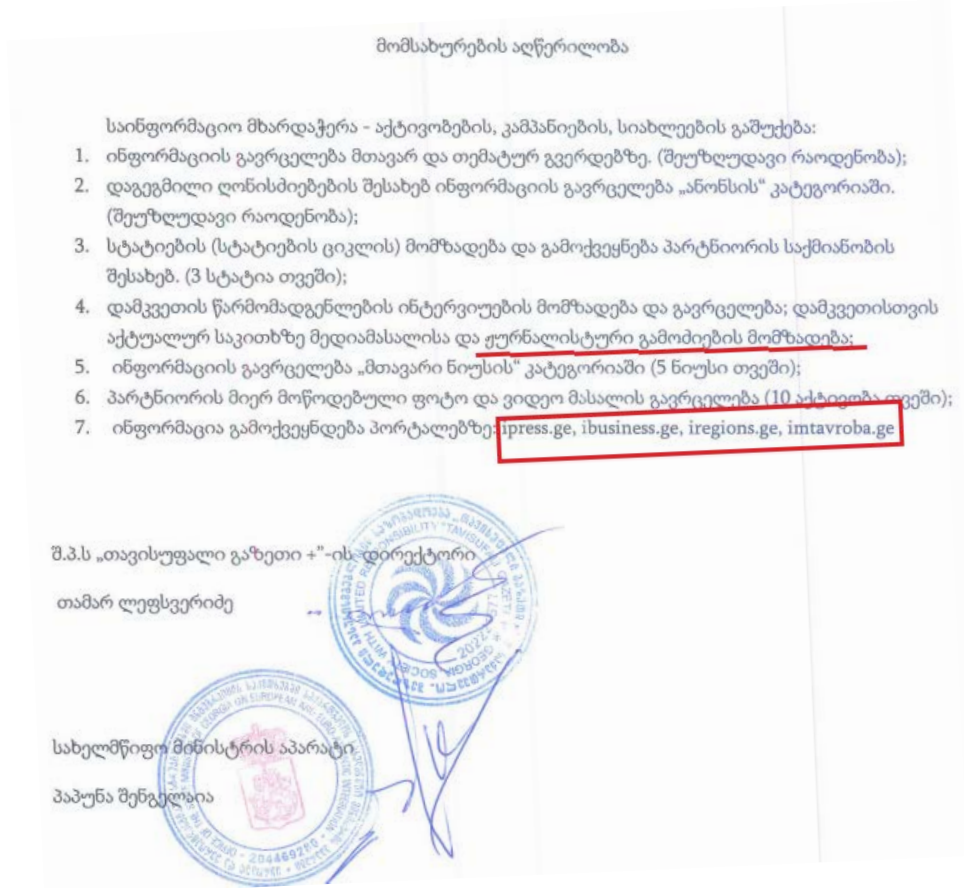
ონლაინ გამოცემებს საბიუჯეტო ორგანიზაციებთან სხვადასხვა ტიპის მომსახურების შესყიდვა აქვთ გაფორმებული. ანონსების გავრცელების, ფოტოგადაღების და სხვადასხვა სტანდარტული მომსახურების გარდა, იკვეთება შემთხვევები, როდესაც კონტრაქტის პირობები სარედაქციო დამოუკიდებლობაში ჩარევას წარმოადგენს. ეს არის როგორც დამკვეთის მოთხოვნის შესაბამისად მათი საქმიანობის გაშუქება, ინტერვიუების აღება, ასევე გაშუქებული მასალებისთვის პრიორიტეტის მინიჭება, მათი მთავარ თემებში გამოტანის და ხანგრძლივობის განსაზღვრის ჩათვლით, რაც რედაქციის ავტონომიური დისკრეციაა.

მაგალითები:

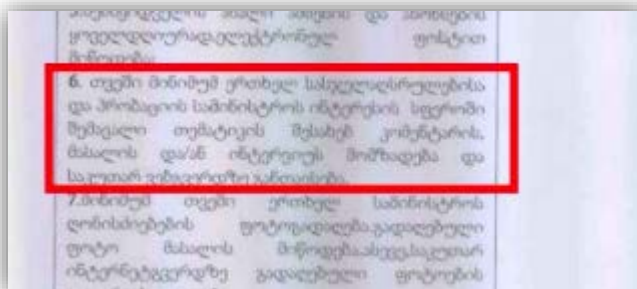
- ❖ დამკვეთისთვის აქტუალურ საკითხზე მედიამასალისა და ჟურნალისტური გამოძიების მომზადებაზე კონტრაქტები ონლაინ გამოცემა ipress.ge-სთან და მასთან დაკავშირებულ გამოცემებთან (ibusiness.ge; iregions.ge; imtavroba.ge) შემდეგმა ადმინისტრაციულმა ორგანოებმა გააფორმეს: ევროპულ და ეროატლანტიკურ სტრუქტურებში ინტეგრაციის სახელმწიფო მინისტრის აპარატი, აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის განათლების, კულტურისა და სპორტის სამინისტრო, საქართველოს შსს სსიპ საგანგებო სიტუაციების მართვის სააგენტო და ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოები (ქ. თბილისის ნაძალადევის რაიონის გამგეობა ,

ქალაქ გორის, ხობის, ხარაგაულის, დმანისის, ფოთის, სენაკის, ლაგოდეხის, წყალტუბოს, აბაშისა და ლანჩხუთის მუნიციპალიტეტები).

დანართი: ევროპულ და ეროატლანტიკურ სტრუქტურებში ინტეგრაციის სახელმწიფო მინისტრის აპარატსა და შპს „თავისუფალი გაზეთი +“ (ipress.ge) შორის გაფორმებული ხელშეკრულების დანართი.



- ❖ დამკვეთისათვის (სასჯელაღსრულებისა და პრობაციის სამინისტრო, საკონსტიტუციო სასამართლო) მნიშვნელოვანი და საინტერესო თემების ინტერვიუების, კომენტარების მომზადება და გავრცელება (IPN).



- ❖ საქართველოს მთავარ პროკურატურასა და და შპს „პირველს“ შორის გაფორმებული კონტრაქტით გათვალისწინებულია ნიუსების, კომენტარების და ინტერვიუების განთავსება შემდეგ სააგენტოებზე: pia.ge; reportori.ge; info9.ge; primetimenews.ge; frontnews.ge; daijesti.ge; ipn.ge; kvira.ge; for.ge.
- ❖ მასწავლებელთა პროფესიული განვითარების ეროვნული ცენტრის დაკვეთით თვეში 3 მასალის მომზადება და ერთი დღის განმავლობაში მთავარი გვერდის მთავარ სლაიდერზე განთავსება kvirispalitra.ge-ზე; ფოტომასალასთან ერთად ფინანსთა სამინისტროს აკადემიის ინფორმაციის მთავარ და თემატურ გვერდებზე განთავსება- gbc.ge.
- ❖ დამკვეთის¹² მოთხოვნის შესაბამისად მისი საქმიანობის შესახებ ინფორმაციის მომზადება და გაშუქება შემდეგ სააგენტოებში: IPN; pia.ge; daijesti.ge; pulse.ge; kvira.ge; Info 9; GHN, guardian.ge; expressnews.ge, epn.ge, ipress.ge; ibusiness.ge; iregions.ge; imtavroba.ge, primetime.ge; for.ge; edu.aris.ge; businesscontract.ge, regionistribuna.ge, funtime.ge.
- ❖ დამკვეთის¹³ ინტერვიუების მომზადება და გავრცელება (etanews.ge; etatv.ge , ipress.ge; ibusiness.ge; iregions.ge; imtavroba.ge); მუნიციპალიტეტის¹⁴ ხელმძღვანელი პირების ინტერვიუების ვებ-ზე მრავალჯერადი განთავსება (guardian.ge), უწყების¹⁵ საქმიანობის შესახებ ინტერვიუების/ სტატიების მომზადება და განთავსება (pia.ge; daijesti.ge; pulse.ge; kvira.ge; primetime.ge; funtime.ge), შემსყიდველისთვის სასურველი პერსონის კომენტარის გავრცელება სტანდარტული ინფორმაციის სახით (newspress.ge);

ისევე როგორც წინა წლების კვლევის შემთხვევაში, 2017 წელსაც გამოვლინდა ხელშეკრულებები, რომელთა ერთ-ერთი პირობაა ადმინისტრაციული ორგანოების მიერ ონლაინ სააგენტოებისაგან მოსახლეობის გამოკითხვის შესყიდვა. ასეთი გამოკითხვის ჩატარების ვალდებულება შემდეგ უწყებებსა და სააგენტოებს შორის არის გაფორმებული:

¹² საქართველოს სასჯელაღსრულებისა და პრობაციის, კულტურისა და ძეგლთა დაცვის, ევროპულ და ეროატლანტიკურ სტრუქტურებში ინტეგრაციის სახელმწიფო მინისტრის აპარატის, აჭარის ა.რ. ფინანსთა და ეკონომიკის, სოფლის მეურნეობის, რეგიონული განვითარებისა და ინფრასტრუქტურის სამინისტროების, საქართველოს საავტომობილო გზების დეპარტამენტის, საქართველოს უზენაესი და საკონსტიტუციო სასამართლოსა და თვითმართვულობის ორგანოს მიერ (ლაგოდეხის, წყალტუბოს, აბაშის, ოზურგეთის, ქალაქ გორის, ხობის, ხარაგაულის დმანისის მუნიციპალიტეტი, ფოთის მუნიციპალიტეტი და ნაძალადევის რაიონის გამგეობა).

¹³ საქართველოს სპორტისა და ახალგაზრდობის საქმეთა სამინისტროს, ევროპულ და ეროატლანტიკურ სტრუქტურებში ინტეგრაციის სახელმწიფო მინისტრის აპარატის, აჭარის ა.რ. ფინანსთა და ეკონომიკის, სოფლის მეურნეობის, რეგიონული განვითარებისა და ინფრასტრუქტურის სამინისტროების და თვითმართვულობის ორგანოს მიერ (თიანეთის, დედოფლისწყაროს, ქარელის, ამბროლაურის, ჩხოროწყუს, ლაგოდეხის, წყალტუბოს, აბაშის, გორის, ხობის, ხარაგაულის, დმანისის, ფოთის, სენაკის, ლანჩხუთის მუნიციპალიტეტები და ნაძალადევის რაიონის გამგეობა).

¹⁴ ტყიბულის, დუშეთის, ნინოწმინდის, ადიგენის, სიღნაღის მუნიციპალიტეტები.

¹⁵ თბილისის მერია, საზოგადოებრივი მაუწყებელი, განათლების საერთაშორისო ცენტრი;

მოსახლეობის გამოკითხვის ჩამტარებელი საინფორმაციო სააგენტო	დამკვეთი სატარო დაწესებულება
lpn	1. საკონსტიტუციო სასამართლო 2. საგარეო საქმეთა სამინისტრო
Newspress.ge	1. საქართველოს სოფლის მეურნეობის სამინისტროს ლაბორატორია 2. ნინოწმინდის მუნიციპალიტეტი
Info 9	1. ს.ს.ი.პ. "ლ. საყვარელიძის სახელობის დაავადებათა კონტროლისა და საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის ეროვნული ცენტრი
lpn City.kvira Info9 Pia	1. ქ. თბილისის მერია

ონლაინ მედიაში დაფინანსებული ინფორმაციის განთავსების ფორმები.

კვლევის ფარგლებში შემთხვევითი შერჩევის პრინციპით ვაკვირვებოდით: 1) თუ როგორია დაფინანსებული მასალების მოცულობა და თემატიკა ონლაინ მედიაში. 2) რამდენად აქვს შესაძლებლობა მომხმარებელს ერთმანეთისგან გამიჯნოს დაფინანსებული და სარედაქციო მასალები; 3) რა გავლენას ახდენს საბიუჯეტო კონტრაქტები გავლენას გაშუქების შინაარსზე.

როგორც კვლევისას გამოვლინდა, სარეკლამო და დაფინანსებული მასალების სარედაქციოსგან გამიჯვნის მკაფიო და თანმიმდევრული სტანდარტები ონლაინ მედიაში არ მოქმედებს. მხოლოდ სამი სააგენტო IPN, PIA და EPN უთითებს მასალაზე, რომ იგი ხელმომწერის მიწოდებულია, ნიშნით NS (News from subscriber - ხელმომწერის ინფორმაცია). ამ მხრივ ყველაზე თანმიმდევრული EPN-ია, ხოლო IPN-ის და PIA-ს შემთხვევაში ყველა მასალაზე ასეთი მითითების გაკეთება არ ხდება. როგორც ქვემოთმოცემულ ცხრილზე ჩანს, სხვა სააგენტოები თბილისი 24, NSP, Newspress, Ipress და Prime-Time-ს ონლაინ გამოცემა, დაფინანსებული შინაარსის რაიმე ფორმით მითითებას საერთოდ არ ახდენენ..

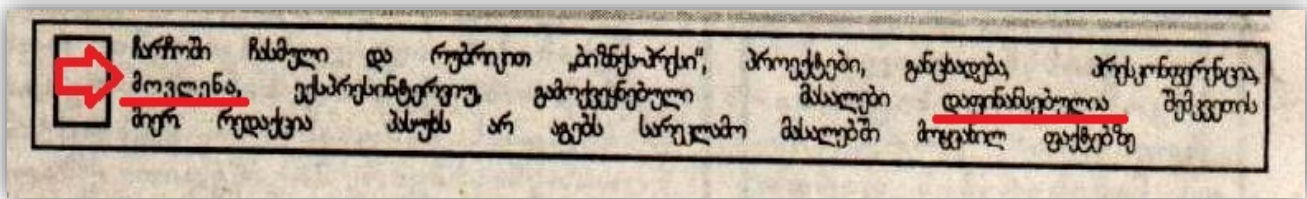
დაფინანსებული მასალა	lpn	lpres	Newspress	Pia	Prime-time	EPN	Nsp	თბილისი 24
გიორგი კვირიკაშვილმა EBRD-ის ვიცე-პრეზიდენტთან განხორციელებული პროექტები და სამომავლო გეგმები განიხილა	NS		-	NS				
გიორგი კვირიკაშვილი - საქართველოს მთავრობა განუწყვეტლივ ახორციელებს რეფორმებს, რათა ხელი შეუწყოს მეტი ეკონომიკური შესაძლებლობის გაჩენას	-							
დომიტრი ქუმისიშვილი - წინა წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით, იანვარ-ოქტომბერში ექსპორტი 29,4%-ით გაიზარდა	-	-	-			NS		
კალაძემ კონფერენციაში - „ეთიკა და გამჭვირვალობა ადგილობრივ დონეზე: სტრატეგიები და მექანიზმები“ მონაწილეობა მიიღო (Pia) თბილისის მერი: პასუხისმგებელიანი მმართველობის მიმართულებით საქართველოს პროგრესი აღსანიშნავია	NS	-	-	NS		NS		
თბილისის მერის დავალებით წურწუმის ქუჩაზე გზის საფარის დაგება დასრულდა	NS	-		NS		NS		
მსჯავრდებულები საკნებში დანაშაულთა კატეგორიის მიხედვით გადანაწილდებიან	NS	-	-	-	-	NS		-
დევნილთა სამინისტრო კიდევ 80 დევნილ ოჯახს შეუსყიდის სახლს	NS	-	-	-	-	NS	-	

3.4. დაფინანსებული საბიუჯეტო სარეკლამო/საინფორმაციო მასალები გაზეთებში განთავსების ფორმები.

ბეჭდური გამოცემებში ადმინისტრაციული ორგანოების მიერ დაფინანსებული მასალების სარედაქციო შინაარსისგან მკვეთრად გამიჯვნის პრაქტიკა, მცირედი გამონაკლისების გარდა, დამკვიდრებული არ არის.

რეკლამის აღმნიშვნელ ნიშანს - R - ასეთი ტიპის მასალებზე მხოლოდ გაზეთი “კვირის პალიტრა” უთითებს, გაზეთი “ვერსია” ამ მხრივ არათანმიმდევრულია და გარკვეულ შემთხვევებში ადმინისტრაციულ ორგანოსთან მიღება-ჩაბარების აქტით გათვალისწინებული მასალა სარედაქციო რუბრიკებშია განთავსებული; გაზეთ “რეზონანსის” სარეკლამო რუბრიკების დასახელებები მასალის რეკლამად აღქმის საფუძველს არ იძლევა; პრაიმ-თაიმი კი სარეკლამო ნიშანს საერთოდ არ იყენებს.

გაზეთი “რეზონანსი”. ყველაზე მეტი საბიუჯეტო ფასიანი სტატია გაზეთ “რეზონანსში” დაიბეჭდა, რომელიც 2017 წელს გაზეთებს შორის საბიუჯეტო შემოსავლების მხრივ პირველ ადგილზეა (76 626). გაზეთ “რეზონანსში” სარეკლამო ტიპის მასალების შესახებ მითითება ბოლო გვერდზე, მცირე შრიფტით გამოყოფილ ჩარჩოში, ანექდოტების რუბრიკის თავზეა მოცემული, თავად რუბრიკების სახელწოდებების შინაარსი კი შეცდომაში შემყვანია, რადგან სარეკლამო მასალების სარედაქციოსგან გამიჯვნის შესაძლებლობას არ იძლევა. მაგალითად, რთულია, რუბრიკები „ბიზნესპრესი“, „პროექტები“, „პრესკონფერენცია“, „მოვლენა“, „ექსპრესინტერვიუ“ მკითხველმა დაფინანსებულ მასალად აღიქვას.



როგორც ქვემოთმოცემულ ცხრილში ჩანს, 2017 წელს გაზეთ “რეზონანსში” ადმინისტრაციული ორგანოების დაფინანსებული პოზიტიური შინაარსის სტატიები რუბრიკაში „ბიზნესპრესი“ გამოქვეყნდა. აღნიშნული რუბრიკის დასახელება მასალის რეკლამად აღქმას ართულებს და შეცდომაში შეჰყავს მკითხველი, რომელმაც შესაძლოა შთავაზებული შინაარსი სარედაქციო მასალად აღიქვას.

ადმინისტრაციული ორგანო	გაზეთ "რეზონანსის" სათაური
თბილისის საბავშვო ბაგა-ბაღების მართვის სააგენტო	თბილისის საბავშვო ბაღები სამი წლის წინ და დღეს, 2 ნოემბერი
	ახალი სააღმზრდელო წელი თბილისის ბაღებში-რა მემკვიდრეობა მიიღო დავით ნარმანიამ 2014 წელს და რა რეალობას უტოვებს ის მომავალ მერ თბილისის ბაღებში?! 15 სექტემბერი
საქართველოს ოკუპირებული ტერიტორიებიდან იძულებით გადაადგილებულ პირთა, განსახლებისა და ლტოლვილთა სამინისტრო	24 წლის შემდეგ ჩვენი დროის გმირები პატივით დღირსებით დაკრძალეს, სოზარ სუბარი: „ყველა მათგანმა აჩვენა გმირობისა და სამშობლოსათვის თავდადების მაგალითი; იგივე ტკივილიან სიხარულად ქცეული ტრაგედია, 18 ოქტომბერი
	429 დევნილი ოჯახისთვის ახალი ცხოვრება დაიწყო ახლო მომავალში ბინა 500-მდე ოჯახს გადაეცემა, ხოლო 3-5 წელიწადში ყველა დევნილის დაკმაყოფილება მოხდება, 19 სექტემბერი
სოფლის მეურნეობის სამინისტრო	მანდარინის მოსავლის თითქმის ნახევარი ექსპორტზე გაიგზავნება- სახელმწიფო სრულად მომზადებულია, არასტანდარტული მანდარინის ჩაბარების მხრივ პრობლემა არ შეიქმნება, 22 ნოემბერი
	„არასუბსიდირებული“ რთველი კახეთში შეფერხების გარეშე მიმდინარეობს- ლევან დავითაშვილი: „ბოლო 30 წელიწადში ამ მოცულობის ღვინო ქვეყნიდან არ გასულა“ 20 სექტემბერი
ღვინის ეროვნული სააგენტო	„არ მეგულება გლეხი, რომელიც შეიძლება უკმაყოფილო იყოს!“ რთველი- 2017 ყველაზე წარმატებული და ორგანიზებული აღმოჩნდა, 27 ოქტომბერი

გაზეთ „პრაიმ ტაიმში“ რაიმე სახის ნიშანი, რომელიც მკითხველს დაფინანსებული მასალის სარედაქციო პუბლიკაციებისგან გამიჯვნაში დაეხმარება, მითითებული არ არის.



გაზეთ „ვერსიაში“ განთავსებულ ზოგიერთ სარეკლამო მასალაზე, რომელიც მიღება-ჩაბარების აქტშია მითითებული, ფასიანი რეკლამის აღმნიშვნელი ნიშანი მითითებული არ არის.



IV. წინასაარჩევნო პოლიტიკური რეკლამის განთავსების ფორმები სხვადასხვა მედიებში

2017 წლის ადგილობრივი თვითმმართველობის არჩევნებზე ბეჭდვით მედიაში ხშირად გამოვლინდა ისეთი შემთხვევები, როდესაც მმართველი პარტიის „ქართული ოცნების“ სარეკლამო სტატიები სხვადასხვა გაზეთში განსხვავებულად იყო განთავსებული. მაგალითად 2017 წლის 6 სექტემბერს

გაზეთ **“რეზონანსში”** მმართველი პარტიის „ქართული ოცნების“ კანდიდატების წინასაარჩევნო სარეკლამო სტატია, სათაურით „7 მიმართულება სიცოცხლით სავსე ქალაქისთვის“, რუბრიკაში “მოვლენა” განთავსდა, რომელიც ბოლო გვერდზე გაკეთებული განმარტების თანახმად დაფინანსებული ხასიათის არის და შეცდომაში შეჰყავს მკითხველი, რადგან სტატიაზევე არ უთითებს, რომ ის ფასიანი მასალაა. იდენტური სათაურისა და შინაარსის მასალა, იდენტური ფოტოებით გამოაქვეყნა გაზეთმა **“ვერსიამაც”** (N85) მკაფიოდ მითითებული სარეკლამო ნიშნით **„ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა“** და გაზეთმა **“კვირის პალიტრამ”** (N41) რეკლამის აღმნიშვნელი R ნიშნით.

რეზონანსი



ქახა ქალაქის პროგრამის 7 ძირითადი მიმართულება

„ქართული ოცნების“ შერეობის კანდიდატმა, კახა კალაშნიკ საზოგადოებას საკუთარი პროგრამაზე წარუდგინა პრეზენტაცია 4 ჰექტარზე, „ქართული ოცნების“ ცენტრალური ოფისის ვებგვერდზე გამოქვეყნდა, რომელსაც მმართველ გუნდის წარმომადგენლები, საქართველოს პრემიერ-მინისტრი ფიროქ კვირიკაშვილი, მინისტრთა კაბინეტის წევრები და პარლამენტარები ესწრებოდნენ.

[illegible][illegible]

„პირველი რენესანსი“ შერობის განხილვები სკოლებშია და ცენტრალური უბნების გადატვირთვის თვისებაზე შეფერხების განტვირთვის მიზნით, სპეციალური პოლიტიკაა შემუშავებული, რომელითაც თბილისის ქუჩების მოტვირთვები უკლებლივ რეგულირდება. ეს ხელს შეუწყობს გადატვირთული სტრუქტურების გათვალისწინება და მათი გადაჭრის ტექნიკური გზების დასახვევს, კიდევ აღნიშნა, რომ საცხოვრებელი და განათლების მიზნით, მსხვილძირით, საკმაოდ ძნელია

თბილისისა და მოქალაქეებისთვის, ეს დავალებები ერთ-ერთი, საუკეთესო ადგილი იქნება“.

სოციალური პოლიტიკა — ქალაქის განცხადებით, დედაქალაქის მშობლიური გაცივების და დამხმარების საერთოების მეორე ადამიანებზე უფრო ზრუნავდეს და ქვამბოხად, მძარეველ გუნდის ძალისხმევით სწორედ ამისკენ იქნება მიმართული:

მედიკალიზაციის გავრცელება, დიაგნოსტიკა და გადართობა დახვეწილია და სოციალური ფაქტორების მონივრული პირველადი ძალისხმევით აღებულია ქალაქის ინფრასტრუქტურის ადაპტირება საკითხი მშპ პირებისთვის. შესაბამისი ღონისძიებები განხორციელებული, რათა დაედასტოროს კლინიკური ქალაქი უახლეს, სადღე ინტენსივურებულ, საზოგადოებრივ ტრანსპორტს და სხვადასხვა ობიექტი მშპ პირებისთვის იქნება ადაპტირებული".

[illegible][illegible]

რბობ, „ღამის ტყუილობა“ განსაკუთრებით უნდა გამოეყოთ. ეს ძალიან საინტერესო მიმართულებაა, რამდენიმე ბევრ ევროპულ ქალაქშია სახელად და მშობრივ, არც თბილისი იქნება გამოხატული. „ღამის ტყუილობა“ განვითარება შესაძლებლობას მოგვცემს, რათა ხელი დავუწყოთ მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებას და ახალი სამუშაო ადგილების შექმნას. პირველი, რასაც გვთავაზობთ, ჩამოვყალიბებთ და განვხილავთ: „ღამის ტყუილობის“ განვითარება.

კანა კადნიშის პრემიაზელი ხედავ – 7 პოლიტიკა
სოცოფხილით სავსე ქადაქილ შანაქმედად

[illegible][illegible][illegible]

R ნიშნით გამოქვეყნდა კალაძის პოლიტიკური რეკლამა- *კახა კალაძის კიდევ ერთი სარეკლამო მასალა „ჯანსაღი ცხოვრება, განათლება და ქალაქის კულტურული პოტენციალის წარმოჩენა“* კვირის პალიტრის 42-ე ნომერიშიც. გაზეთ “რეზონანსში კი, როგორც ქვემოთ მოცემული ცხრილიდან ჩანს, მმართველი პარტიის სარეკლამო სტატიები ძირითადად რუბრიკაში “მოვლენა” იბეჭდებოდა:

პოლიტიკური სუბიექტი	სათაური
ქართული ოცნების ისნის რაიონის მაჟორიტარობის კანდიდატი	ნინო ლაცაბიძე: “ისნის რაიონში დაგეგმილ პროექტებს მუდმივ კონტროლს გავუწევ- ქართული ოცნება- დემოკრატიული საქართველოს კანდიდატი ყველა გამოწვევისთვის მზადაა, 20 ოქტომბერი
ქართული ოცნების თბილისის მერობის კანდიდატი	„ყველა თბილისელმა დედაქალაქი საკუთარ უბანში უნდა იგრძნოს!“- მუხიანში უდიდესი სპორტულ- გამასაჯანსაღებელი ცენტრი აშენდება, 11 ოქტომბერი
ქართული ოცნების თბილისის მერობის კანდიდატი	დედაქალაქის ეკონომიკა იმუშავებს შეუჩერებლივ, 24 საათის განმავლობაში- კახა კალაძე: გვაქვს ამბიცია, რომ თბილისი რეგიონში ყველაზე გამორჩეული ქალაქი იყოს, 5 ოქტომბერი
ქართული ოცნების თბილისის მერობის კანდიდატი	თბილისში ეკოლოგია უმაღლეს სტანდარტებამდე უნდა მივიდეს- კახა კალაძე: რეაბილიტაცია ჩაუტარდება 1400-მდე სკვერს და თორმეტივე დიდ პარკს, 26 სექტემბერი
ქართული ოცნების თბილისის მერობის კანდიდატის რეკლამა	7 მიმართულება სიცოცხლით სავსე ქალაქისთვის, კახა კალაძე: თბილისელები თავად მიიღებენ გადაწყვეტილებას საკუთარი უბნის განვითარების შესახებ, 6 სექტემბერი
ქართული ოცნების თბილისის მერობის კანდიდატი	თბილისის ერთგულება და სიყვარული- 25 კანდიდატი ერთი ნიშნით გაერთიანდა „ესენი არიან ადამიანების რომლებსაც ზურგს უმაგრებს რეპუტაცია, პროფესიონალიზმი და წესიერება“, 4 სექტემბერი