



ევროკავშირი  
საქართველოსთვის



# შეღიის

ფინანსური გაბჭვირვალობა

2023



# შედეგის ფინანსური გამჭვირვალობა 2023



ავტორები:

ნინო გელაშვილი, მარიამ პატარიძე

რედაქტორები:

თამარ კინწურაშვილი, მარიამ პატარიძე

დიაგრამები:

მარიამ ცუცქირიძე

დიზაინი:

ბესიკ დანელია, IBDESIGN

ფოტო გარეკანზე: Shutterstock, Michail Petrov

პროექტი, „ხარისხიანი მედია და მედიის გაცნობიერებული მოხმარება მედეგი საზოგადოებისთვის (ConMeCo)“, ხორციელდება დოჩე ველე აკადემიის მიერ მედიის განვითარების ფონდთან და ადამიანის უფლებათა ცენტრთან თანამშრომლობით, ევროკავშირის ფინანსური მხარდაჭერით და გერმანიის ეკონომიკური განვითარებისა და თანამშრომლობის ფედერალური სამინისტროს თანადაფინანსებით.

წინამდებარე ანგარიში მომზადდა ევროკავშირის ფინანსური მხარდაჭერით და გერმანიის ეკონომიკური განვითარებისა და თანამშრომლობის ფედერალური სამინისტროს თანადაფინანსებით. ამ მასალის შინაარსი კვლევის ავტორების და მედიის განვითარების ფონდის პასუხისმგებლობაა და არ გამოხატავს ევროკავშირის და გერმანიის ფედერალური სამინისტროს შეხედულებებს.

© 2024, მედიის განვითარების ფონდი

ISBN 978-9941-8-7324-9

ანგარიში ხელმისაწვდომია შემდეგ ვებ-გვერდებზე:

[WWW.MDFGEORGIA.GE](http://WWW.MDFGEORGIA.GE)

[WWW.MEDIAMETER.GE](http://WWW.MEDIAMETER.GE)

წინამდებარე ანგარიში ქართული მედიის ფინანსური გამჭვირვალობის 2023 წლის მონაცემებს ასახავს. კვლევა, რომელსაც მედიის განვითარების ფონდი (MDF) ყოველწლიურად ატარებს, კანონმდებლობის საფუძველზე სამაუწყებლო მედიის მიერ დეკლარირებული შემოსავლებისა და ინფორმაციისა და რეკლამის გავრცელების მიზნით მედიაში საბიუჯეტო სახსრების განაწილების პრაქტიკის ანალიზს ეყრდნობა.

მონაცემები სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს, საჯარო უწყებებიდან დამატებით გამოთხოვილ ინფორმაციას, ასევე, ზოგ შემთხვევაში, სარედაქციო პოლიტიკის შეფასების მიზნით ცალკეული მედიების კონტენტ-ანალიზს ეყრდნობა.

ანგარიშის შესავალში მიმოხილულია კვლევის მთავარი მიგნებები; პირველ ნაწილში – მაუწყებელთა ფინანსური შემოსავლები, რომელთა დეკლარირება მაუწყებლებს კანონმდებლობის საფუძველზე ევალებათ. კვლევის მეორე ნაწილში რეკლამისა და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით საბიუჯეტო კონტრაქტების განაწილების პრაქტიკა სხვადასხვა ტიპის მედიების – ტელევიზია, რადიო, ონლაინ, ბეჭდური, სოციალური – მიხედვით არის დაჯგუფებული. ცალკე თავი ეთმობა სოციალურ მედიაში საბიუჯეტო თანხების ხარჯვას, მათ შორის კონტრაქტებს, რომლებითაც ცალკეულ მედიებს სხვადასხვა ფეისბუქ ჯგუფსა და გვერდებზე მასალების განთავსება ევალებოდათ. კვლევის ბოლო ნაწილში მოცემულია ინფორმაცია სიტუაციის ენის და ანტიდასავლური სარედაქციო პოლიტიკის გამტარი იმ მედიების შესახებ, რომელთაც საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა სარეკლამო მომსახურება დაუკვეთეს; ასევე იმ გამოცემების შესახებ, რომლებიც სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკას ატარებენ და ხშირად ხელისუფლების ოპონენტების მადისკრედიტირებელ კამპანიებში კოორდინირებულად ერთვებიან.

წინამდებარე ანგარიში მომზადდა პროექტის „ხარისხიანი მედია და მედიის გაცნობიერებული მოხმარება მედეგი საზოგადოებისთვის (ConMeCo)“ ფარგლებში, რომელსაც დოიჩე ველე აკადემია მედიის განვითარების ფონდთან და ადამიანის უფლებების ცენტრთან თანამშრომლობით ახორციელებს.

# მეთოდოლოგია

ანგარიში შერეულ მეთოდოლოგიას იყენებს: დოკუმენტების და ღია წყაროების ანალიზს, სპეციფიკურ შემთხვევებში კი – კონტენტ-ანალიზს.

**ლოკუმენტების ანალიზი.** სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს ელექტრონულ მონაცემთა ბაზაში ხელმისაწვდომი დოკუმენტაციის გარდა, დამატებით საჯარო დაწესებულებებიდან გამოთხოვილ მონაცემებს და ღია წყაროებით გავრცელებულ სხვა ცნობებს ეყრდნობა.

**კონტენტ ანალიზი.** შემთხვევითი შერჩევის პრინციპით, ანგარიშში ცალკეული მედია საშუალებების შინაარსობრივი ანალიზიც არის მოცემული, ასევე ფაქტების გადამოწმების პლატფორმის, „მითების დეტექტორის“ მიერ გამოვლენილი დებინფორმაციის და მანიპულაციის შემთხვევები. შერჩევა ადმინისტრაციულ ორგანოებსა და მედია საშუალებებს შორის გაფორმებული ხელშეკრულებების საფუძველზე მოხდა და მიზნად ისახავდა გაერკვია, თუ როგორი სარედაქციო პოლიტიკა აქვთ აღნიშნულ მედიებს.

კვლევის შედეგად შემდეგი ტენდენციები გამოიკვეთა:

- 2023 წელს სატელევიზიო მედიის შემოსავალი, წინა წელთან შედარებით, 29.1 მლნ ლარით შემცირდა და 244.5 მლნ შეადგინა, რაც ძირითადად არასამაუწყებლო შემოსავლის კლებას უკავშირდება.
- ჯამური სამაუწყებლო შემოსავალი, მეტწილად სახელისუფლებო ტელევიზიების („იმედი“, „მედია ჰოლდინგი“, „პოს ტვ“) შემოსავლის ზრდის ხარჯზე, წინა წლის ანალოგიურ მონაცემებს 28.2 მლნ ლარით აღემატება.
- 2023 წლის მონაცემებით, სატელევიზიო ბაზრის ყველაზე დიდი წილი – 42.4% კვლავ **საზოგადოებრივ მაუწყებელზე** მოდის, კერძო ტელევიზიებიდან კი სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის მქონე ტელეკომპანია **„იმედზე“** (14.99%). სამაუწყებლო და არასამაუწყებლო შემოსავლის მიხედვით, სახელისუფლებო „იმედთან“ თითქმის გათანაბრებული მონაცემები აქვს ოპოზიციურ ტელეკომპანია **„ფორმულას“** (14.4%)
- 2023 წელს სამაუწყებლო ბაზარზე დაწინაურდნენ სახელისუფლებო ტელევიზიები **„მედია ჰოლდინგი“** (14 მლნ ლარი), რომელშიც **„რუსთავი 2“** შედის და **POS TV** (7.4 მლნ ლარი). ამავდროულად, შემოსავლების კლების ტენდენციით ხასიათდებიან ოპოზიციასთან დაკავშირებული, **„მთავარი არხი“** (7.7 მლნ ლარი) და **„TV პირველი“** (5,5 მლნ ლარი).
- 2023-2024 წლებში სატელევიზიო მედიაში ჩინეთის სახელისუფლებო რეკლამა გამოჩნდა. სახალხო რესპუბლიკის საელჩომ რეკლამა მედია-ჰოლდინგში **„ჯორჯიან თაიმში“** და კრემლისტურ **„პატრიოტთა ალიანსთან“** დაკავშირებულ **„ტვ ობიექტივში“** განათავსა.
- წინა წლების მსგავსად, 2023 წელსაც გამოვლინდნენ ტელეკომპანიები, რომელთა ოპერირება მფლობელებისგან ან სხვა შემოწირულობით მიღებულ თანხებზე და მოკიდებული. მათ შორისაა ლევან ვასაძესთან დაკავშირებული **„ერი მედია“**, კრემლისტური მედიები **„ალტ-ინფო“** და **„სეზონი ტვ“**, საპატრიარქოს ტელევიზია **„ერთსულოვნება“**, ასევე **„სილქ მედია“** და ოპოზიციური **„ფორმულა“**.
- რეგიონული ტელევიზიების საერთო შემოსავალი 2023 წელს 4.1 მლნ ლარით 17 489 860 ლარამდე გაიზარდა. წინა წლების მსგავსად, ბაზარზე აჭარის საზოგადოებრივი მაუწყებელი დომინირებდა (87.3%).
- გასული წლებისგან განსხვავებით, 2023 წელს რადიომაუწყებელთა შემოსავალი 1.4 მლნ ლარით გაიზარდა და 9.2 მლნ ლარი შეადგინა.
- 2022 წლის მსგავსად, **„რადიო უცნობის“** ძირითადი დამფინანსებელი 2023 წელსაც სახელმწიფოს მიერ დაფუძნებული შპს **„საქართველოს ფოსტა“** იყო, რომელსაც დამატებით სახელმწიფოს მიერ დაფუძნებული მეორე კომპანია **„საქართველოს რკინიგზაც“** დაემბატა.
- 2023 წელს საბიუჯეტო ორგანიზაციების მიერ სარეკლამო და საინფორმაციო მომსახურების მიზნით, მედია საშუალებებთან და საშუაშავლო კომპანიებთან გაფორმებული კონტრაქტების ღირებულება, წინა წელთან შედარებით, დაახლოებით 2,5-ჯერ გაიზარდა და 10 231 485 ლარი შეადგინა.

- საბიუჯეტო კონტრაქტების ყველაზე დიდი წილი (51.5%) ნაციონალურ ტელევიზიებზე მოდის, რასაც ონლაინ მედია (18.6%) მოსდევს. საბიუჯეტო კონტრაქტების 14.3% სოციალურ მედიაზე, 8.6% რეგიონულ ტელევიზიებზე, 3.5% შერეულ კონტრაქტებზე, 3.2% პრესაზე, რადიოზე კი ყველაზე ცოტა – 0.2% გადანაწილდა.
- 2018-2023 წლების მონაცემებით, სახელისუფლებო ტელევიზიებში საბიუჯეტო რეკლამების მკვეთრი მატების დინამიკა, ოპოზიციურში კი – კლების ტენდენცია იკვეთება.
- 2023 წელს ნაციონალურ სახელისუფლებო და ოპოზიციურ არხებს შორის, საბიუჯეტო რეკლამების გადანაწილების მხრივ, მკვეთრი დისპროპორცია გამოიკვეთა. ნაციონალურ ტელევიზიებთან გაფორმებული 5 270 196 ლარის ღირებულების სერვის კონტრაქტიდან 98,4% სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის ტელევიზიებზე მოდის, 1,6% კი – ოპოზიციურზე, რაც ძირითადად ცესკოს და მასთან დაკავშირებული ორგანიზაციის მიერ განთავსებული სარეკლამო თანხაა.
- 2023 წელსაც ტელევიზიებს შორის ყველაზე მეტი ღირებულების ხელშეკრულება სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის მქონე ტელეკომპანია „იმედთან“ გაფორმდა.
- 2022 წლის მსგავსად, 2023 წელს რეგიონულ მაუწყებლებში საბიუჯეტო რეკლამით ძირითადად ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოებმა ისარგებლეს. რეგიონული მაუწყებლებიდან ყველაზე დიდი ღირებულების კონტრაქტები გურჯაანის ტელევიზიასთან გაფორმდა.
- 2023 წელს დაახლოებით 3-ჯერ გაიზარდა საინფორმაციო მომსახურების მიზნით, მედიებთან შუამავალი კომპანიების მეშვეობით გაფორმებული კონტრაქტების ღირებულება.
- ონლაინ მედიის საბიუჯეტო შემოსავლების მეოთხედზე მეტი (25,6%) „პალიტრა მედია“ ჰოლდინგში შემავალ ონლაინ გამოცემებზე მოდის. მას (6,4%) ხელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის მქონე Kvira.ge და Region.kvira.ge მოსდევს.
- წინა წლების მსგავსად, 2023 წელს ბეჭდვით მედიაში ყველაზე მეტი ღირებულების საინფორმაციო მომსახურების ხელშეკრულება სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის „რეზონანსთან“ გაფორმდა, რეგიონულ მედიაში კი – „ბორჯომი ნიუსთან“.
- სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს ელექტრონული ბაზის მონაცემების თანახმად, სოციალურ მედიაში ყველაზე მეტი ღირებულების რეკლამის განთავსება კონტრაქტებით ღვინის სააგენტოს ჰქონდა გათვალისწინებული.
- საჯარო დაწესებულებები წინააღმდეგობრივი სარედაქციო პოლიტიკის მქონე მედიების მომსახურებით გასულ წელს კიდევ უფრო აქტიურად სარგებლობდნენ.
- საბიუჯეტო ორგანიზაციები აგრძელებდნენ თანამშრომლობას ანტიდასავლური და ჰომოფობიური განწყობების მქონე გაზეთ „საქართველოს რესპუბლიკასთან“.
- 2023 წლიდან ჰომოფობიური კონტექსტი სახელისუფლებო მედიაში, განსაკუთრებით ტელევიზიებშიც, მკაფიოდ გამოიკვეთა. სახელისუფლებო „პოსტ-მე“ გაჩნდა გადაცემა „ლიბერალიზმის ანატომია“, რომელიც სიძულვილის ენას ალგივებს და ჰომოფობიური ხასიათის დემინფორმაციითაც გამოირჩევა.
- სახელისუფლებო პროპაგანდისტული მედიები ევროპელი პოლიტიკოსების კრიტიკის საპასუხოდ, რაც საქართველოში დემოკრატიის უკუსვლას შეეხება, ზოგჯერ მათ პირად ცხოვრებას ამ პოლიტიკოსების დისკრედიტაციისთვის და ანტიდასავლური, ჰომოფობიური კონტექსტის შექმნისთვის იყენებდნენ.
- გასული წლების მსგავსად, ისეთი სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის მქონე მედიების დაფინანსება, რომლებიც ხელისუფლების ოპონენტების და დასავლელი პოლიტიკოსების მადისკრედიტირებელ კამპანიებში ხშირად კოორდინირებულად არიან ჩართული, ცალკეულ შემთხვევაში კი მიზანმიმართულ ყალბ ინფორმაციებს ავრცელებენ, 2023 წელსაც გამოიკვეთა.
- იდენტური დემინფორმაციის გავრცელებაში, რომელიც ხელისუფლების დღის წესრიგთან იყო თანხვედრაში, სახელისუფლებო პროპაგანდისტულ ტელევიზიებთან („იმედი“, „პოსტ“, „რუსთავი 2“) და ონლაინ მედიასთან ერთად (NewsHub, პრაიმ ტაიმი, Info 9, მარშალპრესი, რეპორტიორი, რადიო სივრცე, InfoPostalioni.com, რეზონანსი და სხვა) საზოგადოებრივი მაუწყებელიც იყო ჩართული.



I.	სამაუწყებლო მედიის დეკლარირებული შემოსავლები	9
1.1.	ტელევიზია	9
1.2.	სრულად ან ნაწილობრივ დოტაციური ტელევიზიები	11
1.3.	რეგიონული ტელევიზიები	14
1.4.	რადიომაუწყებლები	16
1.5.	რეგიონული რადიომაუწყებლები	18
II.	რეკლამისა და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით მედიური საბიუჯეტო თანხების განაწილების პრაქტიკა	20
2.1.	ერთიანი მონაცემები	20
2.2.	ტელევიზიები	23
2.3.	ონლაინ მედია	29
2.4.	ბეტდვითი მედია	33
2.5.	სოციალური მედია	35
III.	საბიუჯეტო კონტრაქტები წინააღმდეგობრივი სარედაქციო პოლიტიკის გეგმვით	39
3.1.	სიძულვილის ენის და ანტიდასავლური განწყობების შემცველი სარედაქციო პოლიტიკის გამტარი მედია	39
3.2.	სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის გამტარი მედიების მიერ იდენტური შინაარსის კოორდინირებული გავრცელება	44
3.3.	იდენტური დებინფორმაცია	46

# ლიპრაპები და ცხრილები

ლიპრაპი 1.	ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიების 2023 წლის სატელევიზიო შემოსავლები მედიების მიხედვით	11
ლიპრაპი 2.	სრულად ან ნაწილობრივ დოტაციური ტელევიზიების 2023 წლების შემოსავლები წყაროების მიხედვით	12
ლიპრაპი 3.	რეგიონული ტელევიზიების 2023 წლის სატელევიზიო შემოსავლები მედიების მიხედვით	15
ლიპრაპი 4.	რადიოების შემოსავალი 2015–2023 წლებში	16
ლიპრაპი 5.	ნაციონალური და შერეული დაფარვის რადიოების 2023 წლის შემოსავლები	17
ლიპრაპი 6.	რეგიონული რადიოების 2023 წლის შემოსავლები მედიების მიხედვით	19
ლიპრაპი 7.	ინფორმაციის გავრცელების მიზნით საბიუჯეტო სერვის კონტრაქტების განაწილება მედია საშუალებების ტიპოლოგიის მიხედვით, 2023	21
ლიპრაპი 8.	ინფორმაციის გავრცელების მიზნით საბიუჯეტო სერვის კონტრაქტების განაწილების ტენდენცია 2022–2023 წლებში	21
ლიპრაპი 9.	საბიუჯეტო რეკლამების გადანაწილება სახელისუფლებო და ოპოზიციურ ნაციონალურ არხებს შორის, 2023	24
ლიპრაპი 10.	საბიუჯეტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების პროცენტული გადანაწილება ნაციონალური დაფარვის ტელევიზიებში, 2023	25
ლიპრაპი 11.	საბიუჯეტო რეკლამის წილი სახელისუფლებო ნაციონალურ ტვ არხების მთლიან შემოსავალში, 2023	25
ლიპრაპი 12.	საბიუჯეტო რეკლამის ზრდის და კლების დინამიკა ნაციონალური დაფარვის ტელევიზიებში, 2018–2023	26
ლიპრაპი 13.	საბიუჯეტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების პროცენტული გადანაწილება რეგიონულ ტელევიზიებში, 2023	28
ლიპრაპი 14.	საბიუჯეტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების თანხობრივი გადანაწილება ონლაინ მედიაში, 2023	33
ლიპრაპი 15.	საბიუჯეტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების თანხობრივი გადანაწილება ნაციონალურ ბეტვით მედიაში, 2023	34
ლიპრაპი 16.	საბიუჯეტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების თანხობრივი გადანაწილება რეგიონულ ბეტვით მედიაში, 2023	35
ლიპრაპი 17.	საბიუჯეტო ორგანიზაციების სარეკლამო თანხები სოციალურ მედიაში შესყიდვების სააგენტოს მონაცემების მიხედვით, 2023	36
ლიპრაპი 18.	საბიუჯეტო ორგანიზაციების სარეკლამო თანხების პროცენტული განაწილება სოციალურ მედიაში შესყიდვების სააგენტოს მონაცემების მიხედვით, 2023	37
ცხრილი 1.	სრულად ან ნაწილობრივ დოტაციური მედიების 2023 წლის შემოწირულობები	12
ცხრილი 2.	ტვ ობიექტივის შემოსავლის წყაროები ComCom-ის მონაცემების მიხედვით, 2023	14
ცხრილი 3.	„რადიო უცნობის“ შემოსავლის წყაროები ComCom-ის მონაცემების მიხედვით, 2023	18
ცხრილი 4.	სხვადასხვა ტიპის მედია საშუალებების მომსახურებაზე გაფორმებული შერეული კონტრაქტები	22
ცხრილი 5.	რეგიონული მაუწყებლების მომსახურებაზე გაფორმებული შერეული კონტრაქტები	29
ცხრილი 6.	ონლაინ მედია საშუალებების მომსახურებაზე გაფორმებული შერეული კონტრაქტები	30
ცხრილი 7.	2023 წელს საბიუჯეტო უწყებების მიერ ინფორმაციის ფეისბუქ ჯგუფებსა და გვერდებზე გაზიარების მომსახურებაზე გაფორმებული კონტრაქტები	38

# I. საგაუწყებლო მედიის დაკლარირებული უბიძგაპლები

## 1.1. ტელევიზია

კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისიის (კომკომი) მონაცემების მიხედვით,<sup>1</sup> 2023 წელს სატელევიზიო მედიის ყველა კატეგორიის<sup>2</sup> შემოსავალმა ჯამურად 244.5 მლნ შეადგინა, რაც 2022 წლის ანალოგიურ მონაცემებზე 29.1 მლნ ლარით ნაკლებია და არასამაუწყებლო შემოსავლის კლებას უკავშირდება. აღსანიშნავია, რომ გარდა ტიპური სამაუწყებლო შემოსავლისა, რაც რეკლამას, სპონსორობას, კონტენტის რეალიზებას და სხვა ტიპის შემოსავლებს გულისხმობს, ტელეკომპანია „ფორმულას“ შემთხვევაში, წინა წლების მსგავსად, არასამაუწყებლო შემოსავლის სახით (27.1 მლნ ლარი) შემოსავლის მიღების პრაქტიკა გამოვლინდა. 2023 წელს არასამაუწყებლო შემოსავალმა, რასაც არსებითი გავლენა აქვს სამაუწყებლო ბაზრის გადანაწილებაზე, 41.2 მლნ ლარი შეადგინა (2022 წ. 98.6 მლნ ლარი, საიდანაც 65.2 მლნ ლარი 2022 წლის დეკემბერში საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა აუქციონის წესით მაუწყებლის ქონების გასხვისების საფუძველზე მიიღო).<sup>3</sup> 2023 წელს მიღებული ჯამური სამაუწყებლო შემოსავალი კი მეტწილად სახელისუფლებო ტელევიზიების („იმედი“, „მედია ჰოლდინგი“, „პოს ტვ“) შემოსავლის ბრდის ხარჯზე წინა წლის ანალოგიურ მონაცემებს 28.2 მლნ ლარით აღემატება.

2023 წლის მონაცემებით, სატელევიზიო ბაზრის ყველაზე დიდი წილი კვლავ **საზოგადოებრივ მაუწყებლებზე**<sup>4</sup> მოდის – ტელევიზიის ჯამურად მიღებული თანხა არასამაუწყებლო შემოსავალთან ერთად 96.3 მლნ ლარია (2022: 141,2 მლნ ლარი). არასამაუწყებლო შემოსავლის გარეშე, ტელეკომპანიის შემოსავალი 88,4 მლნ ლარი იყო (საიდანაც 85.5 მლნ ლარი კანონით განსაზღვრული გადასახადის ხარჯზე ფორმირებული დაფინანსება<sup>5</sup>), რაც წინა წლის მაჩვენებელს (73.4 მლნ ლარი) 14.9 მლნ ლარით აღემატება. საზოგა-

<sup>1</sup> კომუნიკაციების კომისია, მაუწყებლობა • ტელევიზიების შემოსავლები კომპანიების მიხედვით, ბოლო განახლებაა 15 სექტემბერი, 2024 <https://analytics.comcom.ge/ka/statistics/?c=broadcasting&f=revenue&exp=tv&sid=1446633&total=total>

<sup>2</sup> რეკლამა, სპონსორობა, მაუწყებლის მფლობელის შემოწირულობა, სხვა პირების შემოწირულობა, კონტენტის რეალიზება, საეთერო დროის გაყიდვა, ტელეშოპინგი, ტექნიკური მომსახურება, პროდუქტის განთავსება, განცხადებები, არქივის გაქირავება, ვებ-ბანერი, ინტერაქტივები, სახელმწიფო დაფინანსება, სხვა არასამაუწყებლო და სხვა.

<sup>3</sup> საზოგადოებრივი მაუწყებლის 2023 წლის 31 დეკემბრის მდგომარეობით მომზადებული, სპეციალური დანიშნულების ფინანსური ანგარიშგება და დამოუკიდებელი აუდიტორის დასკვნა, გვ. 7 <https://bit.ly/3Cw7GWF>

<sup>4</sup> საზოგადოებრივი მაუწყებლის რადიოს გარდა

<sup>5</sup> „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის თანახმად, 2. საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბიუჯეტს ქმნის საზოგადოებრივი მაუწყებლობის გადასახდელი და კანონმდებლობით განსაზღვრული ან/და ნებადართული სხვა შემოსავლები. 3. საზოგადოებრივი მაუწყებლობის გადასახდელის გადამხდელია ყველა ფიზიკური პირი, რომელსაც საქართველოში აქვს საშემოსავლო გადასახადით დასაბეგრი შემოსავალი.

დოკუმენტი მათივე მხარეზე კერძო ტელევიზიებიდან ყველაზე დიდი წილი სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის მქონე ტელეკომპანია „იმედზე“ (33.7 მლნ ლარი, 2022წ: 25.1 მლნ ლარი) მოდის. შემდეგ პოზიციას სამუშაო და არასამუშაო შემოსავლის ჯამით, ოპოზიციურ ტელეკომპანია „ფორმულა“ (32.6 მლნ ლარი) იკავებს, საიდანაც **27.1 მლნ ლარი არასამუშაო შემოსავალია**, მუშაობიდან მიღებული „ფორმულას“ შემოსავალი კი 5.5 მლნ ლარს შეადგენს. სამუშაო ბაზარზე შემდეგ პოზიციებზე 14 მლნ ლარით გადმონაცვლა სახელისუფლებო „მედია ჰოლდინგმა“, რომელშიც „რუსთავი 2“-ი შედის და რომლის შემოსავალი, წინა წელთან შედარებით, 4.2 მლნ ლარით გაიზარდა.<sup>6</sup>

სამუშაო ბაზარზე შემდეგ პოზიციებს იკავებენ და ამავდროულად შემოსავლების კლების ტენდენციით ხასიათდებიან ოპოზიციასთან დაკავშირებული, 2019 წელს დაფუძნებული „მთავარი არხი“ 7.7 მლნ ლარით, რომლის შემოსავალი წინა წელთან შედარებით 2.7 მლნ ლარით არის შემცირებული და **სილქნეტი** 7.9 მლნ ლარით<sup>7</sup> (2022 წ: 8.8 მილიონი ლარი). მათ მოსდევს სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის მქონე **POS TV** – 7.4 მლნ ლარი (2022: 5 მლნ ლარი), რომლის შემოსავალიც 2.3 მლნ ლარით არის მომატებული. აღსანიშნავია, რომ 2023 წელს POS TV-ს წინა წლის მსგავსად, მუშაობის მფლობელის შემოწირულობები არ მიუღია და ტელეკომპანიის შემოსავლის ძირითად წყაროს რეკლამა (6.1 მლნ ლარი) წარმოადგენდა. შემოსავლის ზრდა დაფიქსირდა „ატარასპორტ.ტვ-ს“ შემთხვევაშიც (6.5 მლნ ლარი), საიდანაც 4.7 მლნ ლარი სხვა არასამუშაო შემოსავალია. მომდევნო ადგილი კი ხელისუფლების მიმართ კრიტიკულად განწყობილმა „**TV პირველმა**“ დაიკავა, რომლის შემოსავალიც შემცირდა და 5,5 მლნ ლარი შეადგინა (2022წ: 6.2 მლნ ლარი).

სხვა ტელევიზიების შემოსავლები შემდეგნაირად გადანაწილდა: ივანიშვილის ოჯახის საკუთრებაში არსებულ **GDS TV** (3.3 მლნ ლარი), „**ბი ემ ჯი**“ (3.1 მლნ ლარი), საპატრიარქოს არხი „**ერთსულოვნება**“ (2 მლნ ლარი<sup>8</sup>), „**რაგბი ტვ**“ (1 მლნ ლარი). სხვა ნაციონალური ტელევიზიების შემოსავალი, რომელიც 0.65 მლნ ლარს არ აღემატება, ჯამურად 5.4 მლნ ლარს შეადგენს. მათ შორის მოხდნენ კრემლისტური სარედაქციო პოლიტიკის „**ალტ ინფო**“ 0.6 მლნ ლარით (2022წ: 0.9 მლნ ლარი) და „**ობიექტივი**“ 0.3 მლნ ლარით (2022: 0.8 მლნ ლარი);

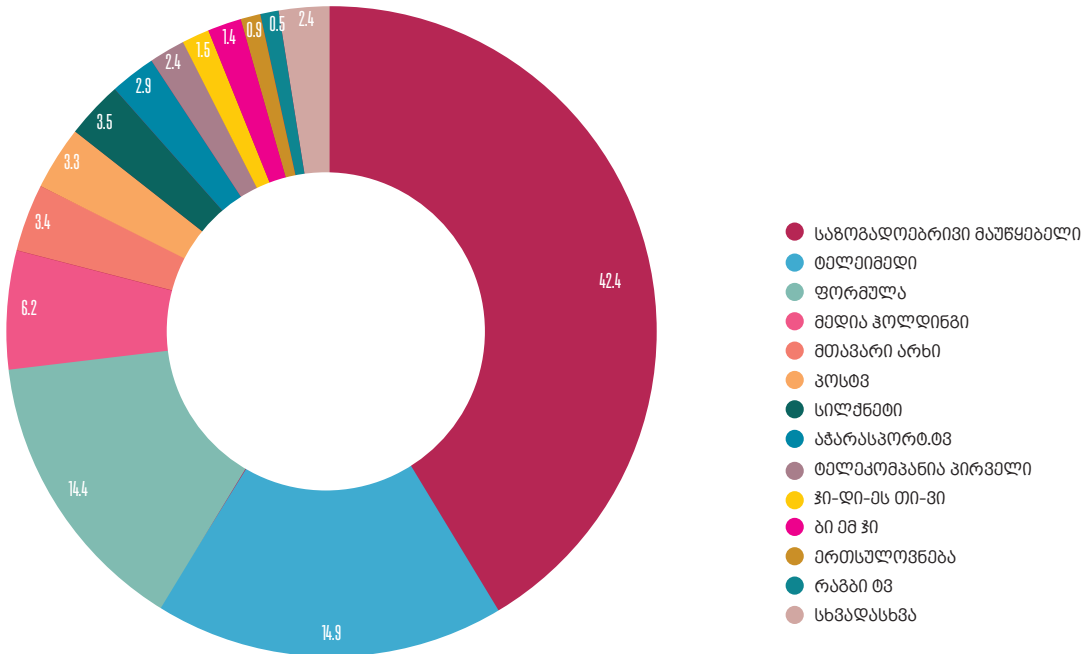
აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ კომპომის მონაცემების თანახმად, სამთავრობო სტრუქტურების რეკლამა ძირითადად სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის ნაციონალურ ტელევიზიებში ფიქსირდება, რასაც დეტალურად შემდეგ თავში განვიხილავთ. 2023-2024 წლებში სატელევიზიო მედიაში ჩინეთის სახელისუფლებო რეკლამაც გამოჩნდა. მაგალითად, მედია-ჰოლდინგ „ჯორჯიან თაიმზს“, რომლის ერთიანი წლიური შემოსავალი 2023 წელს 0.5 მლნ ლარი იყო, რეკლამა მე-4 კვარტალში ჩინეთის სახალხო რესპუბლიკის საელჩომ დაუკვეთა, 2024 წლის მე-2 კვარტალში კი აღნიშნულმა საელჩომ 15 630 ლარის რეკლამა კრემლისტურ პარტია პატრიოტთა ალიანსთან დაკავშირებულ „ობიექტივიც“ განათავსა.

<sup>6</sup> 2021 წელს რუსთავი 2 და Prime Time ერთ ჰოლდინგში გაერთიანდა. ხელმისაწვდომია: <https://shorturl.at/tEQY5> 2019 წლის აპრილში საჯარო რეესტრის ეროვნულმა სააგენტომ, საქართველოს უზენაესი სასამართლოს 2017 წლის 2 მარტის გადაწყვეტილების საფუძველზე, სამუშაო კომპანია „რუსთავი 2“-ის მესაკუთრედ ქიბარ ხალვაში დაარეგისტრირა. ამ გადაწყვეტილების შემდეგ, 2021 წელს ტელეკომპანია „რუსთავი 2“ და გამოცემა Prime Time „მედია ჰოლდინგში“ გაერთიანდა.

<sup>7</sup> აღნიშნული მონაცემი მოიცავს შპს „სილქ მედიას“ 2023 წლის დეკლარირებულ შემოსავალსაც (7 მლნ ლარი), რომლის 100% იანი წილის მესაკუთრე სს სილქნეტია; [B21081595 \(napr.gov.ge\)](https://www.napr.gov.ge/B21081595).

<sup>8</sup> არასამუშაო შემოსავალი შეადგენს 18 240 ლარს.

დიაგრამა 1. ნაციონალური და შერეული დოფარის ტელევიზიების 2023 წლის სატელევიზიო შემოსავლები გედიების მიხედვით



## 1.2. სრულად ან ნაწილობრივ დოტაციური ტელევიზიები

წინა წლების მსგავსად, 2023 წელსაც გამოვლინდნენ ტელეკომპანიები, რომელთა ოპერირება მფლობელებისგან ან სხვა შემოწირულობით მიღებულ თანხებზე დამოკიდებული. ჩვენ 7 იმ ტელეკომპანიის მონაცემები გავანალიზეთ, რომელთა შემოსავლის 77%-ზე მეტი ამ ტიპის შემოსავალზე დამოკიდებული, რაც სრული ან ნაწილობრივი დოტაციის სახეს ატარებს. დოტაციული ტელევიზიების უმეტესობა კრემლისტურ ან ულტრამემარჯვენე სარედაქციო პოლიტიკას ატარებს, ერთ შემთხვევაში დოტაციურია ოპოზიციური არხი, ერთში კი – საპატრიარქოს მაუწყებელი:

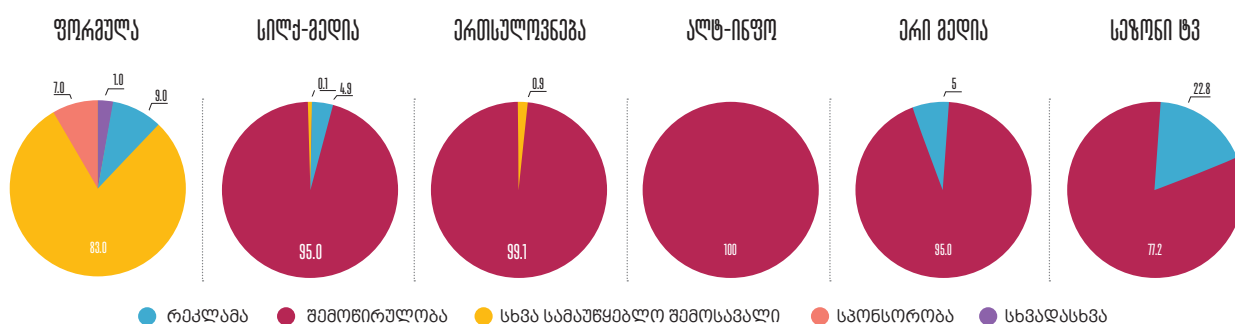
- **ალტ-ინფო (100%).** 100%-ით დოტაციურია კრემლისტურ პარტია „ალტ-ინფო/კონსერვატიულ მოძრაობასთან“ დაკავშირებული ტვ „ალტ-ინფო“, რომელმაც 2023 წელს ერთიანი შემოსავლის 100% (609 376 ლარი) მაუწყებლის მფლობელის – ციალა მორგოშისგან შემოწირულობის სახით მიიღო. თავის მხრივ, ციალა მორგოშა, არაერთი ბიზნესის მფლობელი და მესაკუთრეა. ის „ალტ-ინფო/კონსერვატიული მოძრაობის“ ერთ-ერთი ლიდერის, კონსტანტინე მორგოშის, მამიდაა.<sup>9</sup> აღსანიშნავია ისიც, რომ 2024 წლის საპარლამენტო არჩევნების შემდეგ, ალტ-ინფომ ფინანსური პრობლემების გამო მაუწყებლობა შეწყვიტა<sup>10</sup>.
- **ერთსულოვნება (99%).** 2023 წელს შემოსავლის 99% შემოწირულობის სახით მიიღო ტელეკომპანია საპატრიარქოს ტელევიზია „ერთსულოვნებამაც“, რამაც ჯამში 2 011 052 ლარი შეადგენა.
- **ერი მედია (95%).** თითქმის სრულად – 95%-ით დოტაციურია რადიკალურ-ექსტრემისტული დაჯგუფების ლიდერთან, ლევან ვასაძესთან დაკავშირებული, 2022 წლის 22 ივნისს დაფუძნებული<sup>11</sup> „ერი მედია“.

<sup>9</sup> ალტ-ინფო, პროფილი <https://mediameter.ge/ge/media-profiles/alt-inpo>  
<sup>10</sup> რადიო თავისუფლება, 28 ოქტომბერი, 2024. „ალტ-ინფო“ მაუწყებლობას წყვეტს <https://www.radiotavisupleba.ge/a/33176693.html>  
<sup>11</sup> ამონაწერი საჯარო რეესტრიდან შპს ე.რ.ი. მედია ჯგუფი

რომელიც ანტიდასავლურ და სექსისტურ გზავნილებს ავრცელებს და ფაქტების გადამოწმების პორტალის „მითების დეტექტორის“ თანახმად, არაერთი დეზინფორმაცია გაუვრცელებია.<sup>12</sup> კომპანიის 100%-იანი წილის მფლობელია, ვასაძის ნათესავი ირინე მუჯირი, რომლის შემოწირულებებმა 2023 წელს 205 800 ლარი შეადგინა.

- **სილქ მედია (95%).** სილქ მედიამ მაუწყებლის მფლობელის შემოწირულებების სახით 95% (6 679 396 ლარი) მიიღო.
- **ფორმულა (83%).** ოპოზიციურმა ტელეკომპანია „ფორმულამ“ კი ერთიანი შემოსავლის 83% „სხვა არასამაუწყებლო შემოსავლის“ სახით მიიღო.
- **სეზონი ტვ (77.2%).** მაუწყებლის მფლობელის, ყოფილი მოკრივის, გიორგი კანდელაკის 77.2%-იან (33 869 ლარი) შემოწირულებაზე იყო დამოკიდებული კიდევ ერთი კრემლისტური სარედაქციო პოლიტიკის მქონე სეზონი ტვ-ც. გიორგი კანდელაკი მოძრაობა „ერთად ძლიერი საქართველოსთვის“ წევრიც არის, რომელიც ღიად საბჭოური სენტიმენტებითა და იოსებ სტალინის მხარდაჭერით გამოირჩევა.<sup>13</sup> თავად „სეზონი ტვ“-ის კი არაერთი ყალბი ინფორმაცია გაუვრცელებია.<sup>14</sup>

დიაგრამა 2. სრულად ან ნაწილობრივ დოქტორი ტელევიზიების 2023 წლის შემოსავლები წყაროების მიხედვით



ხსრილი 1. სრულად ან ნაწილობრივ დოქტორი მედიების 2023 წლის შემოსავლები

მედია სახელი	შემოსავალი/ფულადის სხვა დონაში I კვარტალი	შემოსავალი/ფულადის სხვა დონაში II კვარტალი	შემოსავალი/ფულადის სხვა დონაში III კვარტალი	შემოსავალი/ფულადის სხვა დონაში IV კვარტალი	ჯამი/შემოსავლის ხვედრითი წილი
ფორმულა	სხვა არასამაუწყებლო შემოსავალი – 4 256 605 ლარი	სხვა არასამაუწყებლო შემოსავალი – 8 126 490 ლარი	სხვა არასამაუწყებლო შემოსავალი – 8 206 596 ლარი	სხვა არასამაუწყებლო შემოსავალი – 6 513 870 ლარი	27 103 563 ლარი/ 83%
სილქ-მედია	მაუწყებლის მფლობელის – სს სილქნეტის <sup>15</sup> შემოწირულება – 1 932 567 ლარი	მაუწყებლის მფლობელის – სს სილქნეტის შემოწირულება – 1 204 284 ლარი	მაუწყებლის მფლობელის – სს სილქნეტის შემოწირულება – 1 978 916 ლარი	მაუწყებლის მფლობელის – სს სილქნეტის შემოწირულება – 1 563 628 ლარი	6 679 396 ლარი/ 95%

<sup>12</sup> ერი მედია, პროფილი <https://mediameter.ge/ge/media-profiles/eri-media>

<sup>13</sup> სეზონი ტვ, პროფილი <https://mediameter.ge/ge/media-profiles/sezoni-tv>

<sup>14</sup> მითების დეტექტორი

<https://mythdetector.ge/ka/?s=%E1%83%A1%E1%83%94%E1%83%96%E1%83%9D%E1%83%9C%E1%83%98+TV>

<sup>15</sup> ამონაწერი მეწარმეთა და არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირების რეესტრიდან

პრესლოვნება	საქართველოს საპატრიარქო – 402 700 ლარი, სხვა არასამუწყებლო შემოსავალი – 4 560 ლარი, სხვა პირების შემოწირულება – 66 ლარი.	საქართველოს საპატრიარქო – 1 002 700 ლარი, სხვა არასამუწყებლო შემოსავალი – 4 560 ლარი, სხვა პირების შემოწირულება – 66 ლარი.	საქართველოს საპატრიარქო – 302 700, სხვა არასამუწყებლო შემოსავალი – 4 560 ლარი, სხვა პირების შემოწირულება – 66 ლარი.	საქართველოს საპატრიარქო – 302 700 ლარი, სხვა არასამუწყებლო შემოსავალი – 4 560 ლარი, სხვა პირების შემოწირულება – 66 ლარი.	2 011 052 ლარი/ 99%
კლზ-ინფო	ციალა მორგოშია კონსერვატიული პარტიის დამფუძნებლის ნათესავი – 208 500 ლარი	ციალა მორგოშია, კონსერვატიული პარტიის დამფუძნებლის ნათესავი – 152 400 ლარი	ციალა მორგოშია, კონსერვატიული პარტიის დამფუძნებლის ნათესავი – 114 465 ლარი	ციალა მორგოშია, კონსერვატიული პარტიის დამფუძნებლის ნათესავი – 134 011 ლარი	609 376 ლარი/ 100%
პრი გეღია <sup>16</sup>	ირინე მუჯირი, ერი მედიას მესაკუთრე – 76 550 ლარი	ირინე მუჯირი, ერი მედიას მესაკუთრე – 88 600 ლარი	ირინე მუჯირი, ერი მედიას მესაკუთრე – 35 900 ლარი	ირინე მუჯირი, ერი მედიას მესაკუთრე – 4 750 ლარი	205 800 ლარი/ 95%
საზონი ზვ	გიორგი კანდელაკი, სეზონი ტვ-ს მესაკუთრე და დირექტორი – 11 041 ლარი	გიორგი კანდელაკი, სეზონი ტვ-ს მესაკუთრე და დირექტორი – 10 538 ლარი	გიორგი კანდელაკი, სეზონი ტვ-ს მესაკუთრე და დირექტორი – 10 203 ლარი	გიორგი კანდელაკი, სეზონი ტვ-ს მესაკუთრე და დირექტორი – 2 087 ლარი	33 869 ლარი/ 77.2%

აღსანიშნავია, რომ თუ წინა წლებში კრემლისტურ პარტია „პატრიოტთა ალიანსთან“ დაკავშირებული ტვ „ობიექტივი“ მეტწილად დოტაციური იყო,<sup>17</sup> 2022–2023 წლებში მისი შემოსავლები უფრო დივერსიფიცირებული გახდა და 2023 წელს მუწყებლის ერთ-ერთი მფლობელის, ირაკლი ცილიკიშვილის შემოწირულებამ მთლიანი შემოსავლის 48%-ს (176 965 ლარი) შეადგინა. „ობიექტივის“ წილის მფლობელი – ირაკლი ცილიკიშვილი 2010 წლიდან 2022 წლამდე (ა)იპ არასამეწარმეო მედია-კავშირი „ობიექტივის“ გამგეობის წევრი და თავმჯდომარეცაა. გარდა „ობიექტივისა“, ის სააქციო საზოგადოება „ამალთეას“ დირექტორია. „ამალთეას“ ძირითადი საქმიანობა რძის პროდუქტების წარმოება და რეალიზაციაა.<sup>18</sup> აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ „ობიექტივის“ 2023 წლის მე-4 კვარტალში შემოსავალი საერთოდ არ უფიქსირდება.

როგორც ქვემოთ მოცემულ ცხრილში ჩანს, რომელიც კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისიის (ComCom) ინფორმაციულ-ანალიტიკური პორტალის მონაცემებს ეყრდნობა, „ობიექტივის“ ერთ-ერთი ყველაზე სტაბილური სარეკლამო შემოსავლის წყარო, წინა წლის მსგავსად, „სტერეო +“ იყო, რომლის 50%-იანი წილის მფლობელი პარლამენტის ყოფილი წევრი დავით ბილფიმიანია.<sup>19</sup> ბილფიმიანი მე-10 მოწვევის

<sup>16</sup> შპს ე.რ.ი. მედია ჯგუფი (404622850) 2021 წლის 21 ოქტომბერს დარეგისტრირდა. არხის 100% წილის მფლობელი ლევან ვასაძე, ხოლო დირექტორი თინათინ ხორბალაძე იყო. 2022 წლის 26 ივნისს შპს-ს მესაკუთრე ირინე მუჯირი გახდა. 2022 წლის 28 ოქტომბერს ერი მედია-მ საერთო მუწყებლობის ავტორიზაცია მიიღო.

<sup>17</sup> მედიის განვითარების ფონდი (2021). მედიის ფინანსური გამჭვირვალობა – 2020 <https://mdfgeorgia.ge/geo/view-library/215>

<sup>18</sup> ობიექტივი, პროფილი <https://mediameter.ge/ge/media-profiles/obiectivi>

<sup>19</sup> ბილფიმიანის წილს ამჟამად გიორგი ხითარიშვილი წარმართავს <https://www.my.gov.ge/ka-ge/services/6/service/179>

პარლამენტში „დავით თარხან-მოურავი, ირმა ინაშვილი – საქართველოს პატრიოტთა ალიანსის“ საარჩევნო სიით მოხვდა.<sup>20</sup> 2023 წლის პირველ კვარტალში „ობიექტივის“ ეთერში რეკლამა ბრალით ინდასტრი ჯგუფმაც განათავსა.

სხრილი 2. ტვ ობიექტივის შემოსავლის წყაროები COMCOM-ის მონაცემების მიხედვით, 2023

პერიოდი	დაფინანსების წყარო COMCOM-ის ანალიტიკური კორტლის თანახმად	სარეკლამო თანხა	ფოტოგელის შემოსულობა	ჯამი
I კვარტალი	ბრალით ინდასტრი (401952348); სტერეო+ (204986408)	92 499.99	105 720	198 219
II კვარტალი	სტერეო+ (204986408)	102 966.09	55 765	158 731.09
III კვარტალი			15 480	15 480
IV კვარტალი				0
<b>ჯამი</b>		<b>195 466</b>	<b>176 965</b>	<b>372 431</b>

### 1.3. რეგიონული ტელევიზიები

რეგიონული ტელევიზიების საერთო შემოსავალმა 2023 წელს 17 489 860 ლარი შეადგინა (საიდანაც 398 384 ლარი სხვა არასამუწყებლო შემოსავალია, 2022 წ: 306 204 ლარი), რაც წინა წლის შემოსავალზე (2022: 13 330 835 მლნ ლარი) 4.1 მლნ ლარით მეტია, ხოლო ყველაზე დიდი წილი (87.3%), წინა წლების მსგავსად, კვლავ აჭარის საზოგადოებრივ მაუწყებელზე მოდის (15 269 458 ლარი):

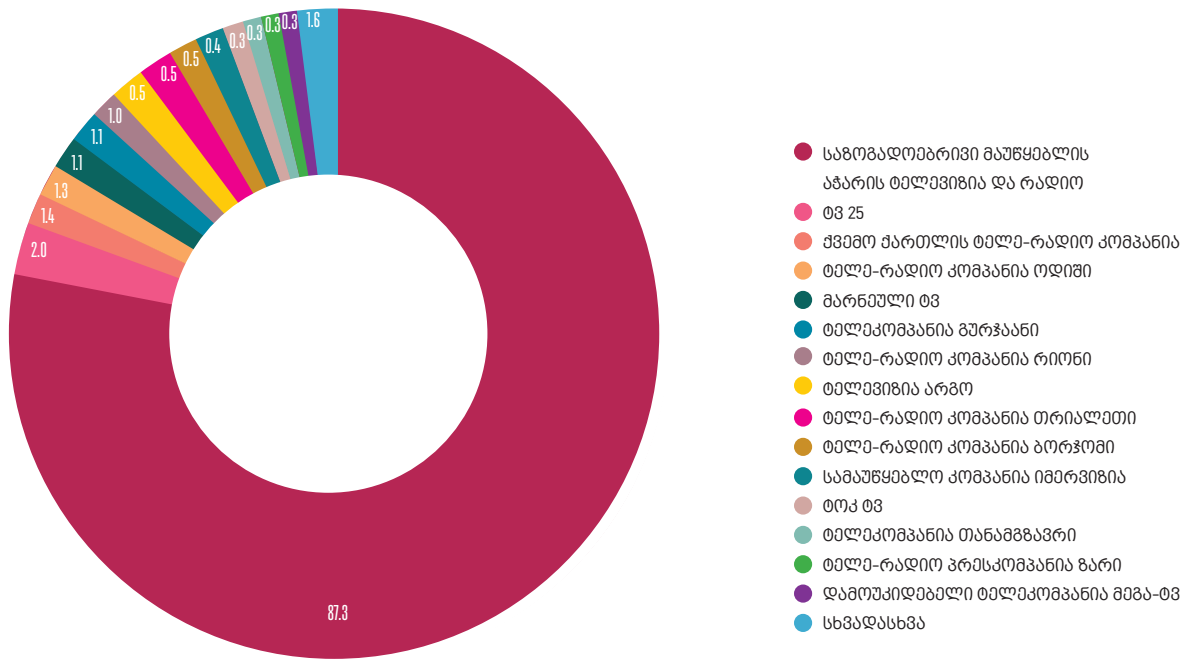
- **აჭარა:** აჭარის საზოგადოებრივი მაუწყებელი (87.3%); ტვ 25 – 351 137 ლარი (რეგიონული ტელევიზიების საერთო შემოსავლის 2%);
- **ქვემო ქართლი:** ქვემო ქართლის ტელე-რადიო კომპანია – 241 202 ლარი (1.4 %); მარნეული ტვ – 200 169 ლარი (1.1%).
- **სამეგრელო:** ტელე-რადიო კომპანია ოდიში – 220 562 ლარი (1.3%);
- **იმერეთი:** ტელეკომპანია რიონი – 179 766 ლარი (1%); ტელეკომპანია არგო – 93 907 ლარი (0.5%), იმერ-ვიზია – 71 750 ლარი (0.4%); ტელეკომპანია ბარი – 52 276 ლარი (0.3%), მეგა ტვ – 51 970 ლარი (0.3%);
- **კახეთი:** ტელეკომპანია გურჯაანი – 189 720 ლარი (1.1%), თანამგზავრი – 55 364 ლარი (0.3%);
- **შიდა ქართლი:** ტელე-რადიო კომპანია თრიალეთი – 88 438 ლარი (0.5%).
- **სამცხე-ჯავახეთი:** ბორჯომი – 83 628 ლარი (0.5%), ტოკ ტვ – 57 496 ლარი (0.3 %);
- **სხვადასხვა** – 283 013 ლარი (1.6%)

სხვა რეგიონული ტელევიზიების ერთიანმა შემოსავალმა, რომელიც 45 000 ლარს არ აღემატება, ჯამურად 283 013 ლარი შეადგინა.

<sup>20</sup> საქართველოს პარლამენტი <https://parliament.ge/parliament-members/7221/declaration>



დიაგრამა 3. რეგიონული ტელევიზიების 2023 წლის სატელევიზიო შემოსავლები მედიების მიხედვით



საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიის შემოსავალი სხვა არასამაუწყებლო შემოსავალთან ერთად 4.2 მლნ ლარით გაიზარდა (2022: 11 053 090 ლარი, 2023:15 269 458), საიდანაც სასპონსორო და სარეკლამო მომსახურებიდან მიღებული შემოსავალი იყო 98.804 ლარი, საიჯარო თანხა – 155.781 ლარი, სხვა კომერციულმა შემოსავლებმა კი – 14.171 ლარი შეადგინა.<sup>21</sup>

შემოსავლების ზრდა სხვა რეგიონული ტელევიზიების შემთხვევაშიც გამოიკვეთა: **ტელეკომპანია „გურჯაანი“** – 87 110 ლარით (2022: 102 610, 2023: 189 720 ლარი); **„ოდიში“** – 23 584 ლარით (2022: 196 978, 2023: 220 562 ლარი); **ქვემო ქართლის ტელევიზია** – TV4- 19 106 ლარით (2022: 222 096, 2023: 241 202 ლარი), **„თანამგზავრი“** – 15 690 ლარით (2022: 39 673, 2023: 55 364 ლარი); **„თრიალეთი“** – 11 133 ლარით (2022: 77 305, 2023: 88 438 ლარი); **ტელეკომპანია „ზარი“** – 8 353 ლარით, (2022: 43 922, 2023: 52 276 ლარი); **ტელეკომპანია „ბორჯომი“** – 7 861 ლარით (2022: 75 767, 2023: 83 628 ლარი); **ტელეკომპანია „არგო“** – 3 360 ლარით (2022: 90 546, 2023: 93 907 ლარი); **„იმერეთი“** – 2 740 ლარით (2022: 69 010, 2023: 71 750 ლარი);

შემოსავლის კლება დაფიქსირდა შემდეგ რეგიონულ ტელევიზიებში: **„მარნეული“** – 47 366 ლარით (2022: 247 535, 2023: 200 169 ლარი), **ტელეკომპანია „რიონი“** – 23 765 ლარით (2022: 203 531, 2023: 179 766 ლარი), **თგ 25** – 19 240 ლარით (2022: 370 378, 2023: 351 137 ლარი), **მეგა თგ** – 17 437 ლარით, (2022: 69 408, 2023: 51 970 ლარი), **თოკ-თგ** – 5 953 ლარით (2022: 63 450, 2023: 57 496 ლარი); **„მე-9 არხის“**<sup>22</sup> შემთხვევაში კი შემოსავალი 58 916 ლარით შემცირდა და 2023 წელს 38 250 ლარი შეადგინა (2022: 97 167 ლარი).

აღსანიშნავია, რომ ქვემო ქართლის ტელევიზიას 2023 წელს სხვა არასამაუწყებლო შემოსავლის სახით 28 000 ლარზე მეტი „ხარისხის არხისგან“<sup>23</sup> აქვს მიღებული, რომელიც ანტიდასავლური კონსპირაციებით

<sup>21</sup> გვ. 7, 2023 წლის ბიუჯეტის შესრულების ანგარიში, 07 ნოემბერი 2024, ხელმისაწვდომია: <https://ajaratv.ge/files/shares/pdf/ang.pdf>

<sup>22</sup> შპს იმპერია <https://registry.comcom.ge/Organisation.aspx?OrgID=280>

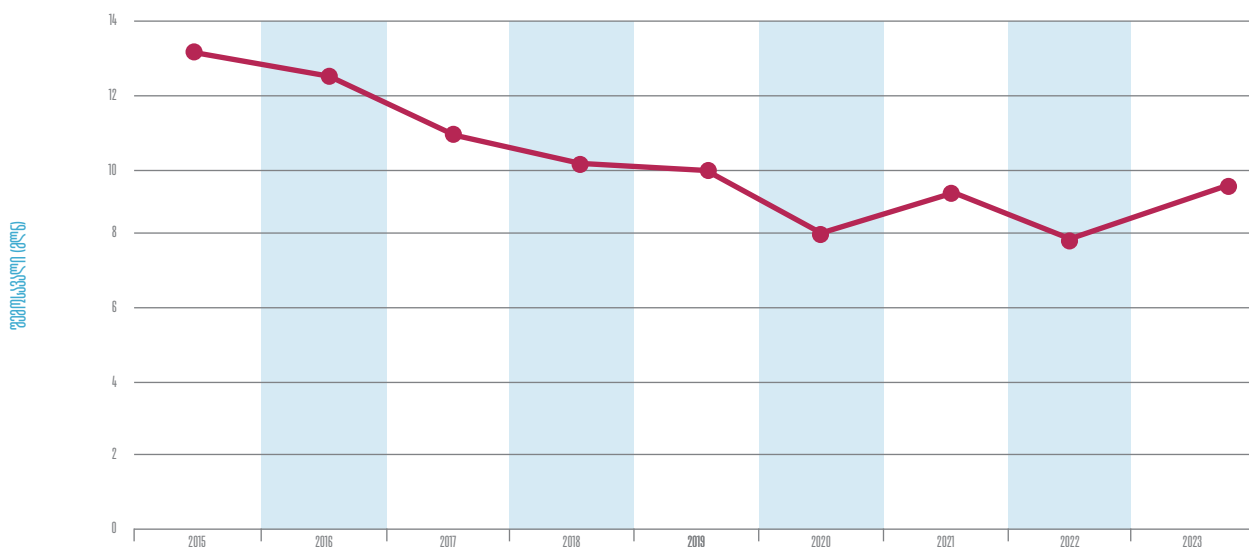
<sup>23</sup> დავით გიორგობიანი, ხარისხის არხის წამყვანი <https://mythdetector.ge/ka/profiles/giorgobiani-davithi/>

ცნობილი არხია, თავის მხრივ „ხარისხის არხის“ შემოსავლის 100% კი – 83 985 ლარი, ქვემო ქართლის ტელევიზიიდან ტექნიკური მომსახურების საფუძველზე მიღებული შემოსავალია. ამასთანავე, ქვემო ქართლის ტელევიზია წლებია ინფორმაციისა და რეკლამის გავრცელების მიზნით საბიუჯეტო შემოსავლებს იღებს. ვრცლად, ამ თემას საბიუჯეტო კონტრაქტების ნაწილში განვიხილავთ.

## 1.4. რადიომაუწყებლები

2023 წელს რადიოების შემოსავალი 9.2 მლნ ლარი იყო, საიდანაც სხვა არასამაუწყებლო შემოსავალი 0.45 მლნ ლარს შეადგენდა. აღსანიშნავია, რომ თუ 2015-2022 წლებში რადიოებში შემოსავლის კლების ტენდენცია იკვეთებოდა, 2023 წელს ამ მხრივ მდგომარეობა შეიცვალა და 2022 წელთან შედარებით, რადიომაუწყებელთა შემოსავალი 1.4 მლნ ლარით გაიზარდა.

ღიაბრაზა 4. რადიოების შემოსავალი 2015-2023 წლებში



წყარო: კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის ანალიტიკური პორტალი

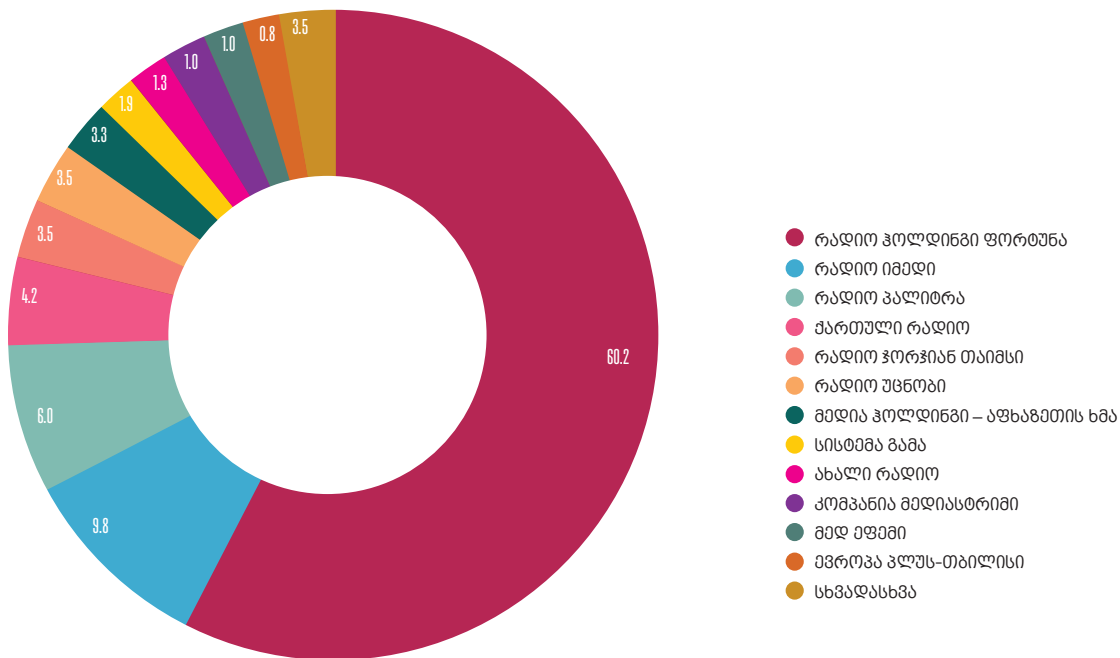
წინა წლების მსგავსად, ნაციონალურ რადიომაუწყებლების ბაზარზე კვლავ რადიო ჰოლდინგი „ფორტუნა“ დომინირებდა, რომლის შემოსავალმა 4 586 988 ლარი შეადგინა. 2022 წელთან შედარებით კომპანიის შემოსავალი 0.9 მლნ ლარით გაიზარდა. აღსანიშნავია, რომ „ფორტუნას“ შემოსავალი, ნაციონალური რადიოების ერთიანი თანხის (7 614 544 ლარის) 60.2%-ს შეადგენს. შემდეგ ადგილზეა რადიო „იმედი“ – 745 387 ლარი, რომლის შემთხვევაშიც, წინა წელთან შედარებით, შემოსავალი 99 287 ლარით გაიზარდა. მესამე ადგილზეა რადიო „პალიტრა“ – 453 976 ლარი. რადიო „პალიტრის“ შემოსავალმა წინა წელთან შედარებით, 18 697 ლარით დაიკლო. მას მოსდევს „ქართული რადიო“ (316 716 ლარი), რომლის შემოსავალმაც წინა წელთან შედარებით უმნიშვნელოდ მოიმატა (2022: 316 068 ლარი). შემდეგ პოზიციაზე გადმონაცვლა რადიო „ჯორჯიან თაიმსმა“, რომლის შემოსავალიც გაორმაგებულია (გაიზარდა 56%-ით) და 267 468 ლარი შეადგინა (2022: 115 686 ლარი). „რადიო უცნობი“<sup>24</sup> – 263 454 ლარი, რომლის შემოსავალიც 10 398 ლარით

<sup>24</sup> შპს მდ ჯგუფი – შპს „რადიო უცნობის“ კერძო მაუწყებლობის №B70 ლიცენზიის შპს „მდ ჯგუფისთვის“ გადაცემაზე თანხმობის მიგემის შესახებ

შემცირდა. ჰოლდინგის – „აფხაზეთის ხმა“<sup>25</sup> შემოსავალი 2023 წელს 250 598 ლარი იყო. „სისტემა გამას“ შემოსავალი (143 379 ლარი) 5 453 ლარით შემცირდა. მას მოსდევნენ: ახალი რადიო – 98 505 ლარით შეადგინა, რადიო „ენერჯი“<sup>26</sup> – 75 825 ლარით, „მედ ეფემი“ – 74 377 და „ევროპა პლუს-თბილისი“ – 62 212 ლარით; სხვა რადიოების შემოსავალი, რომელიც 42 000 ლარს არ აღემატება, ჯამურად 275 657 ლარს შეადგენდა.

კომუნიკაციების კომისიის ინფორმაციის მიხედვით, ნაციონალურმა რადიოებმა არასამაუწყებლო შემოსავლის სახით ჯამში 92 864 ლარი მიიღეს: რადიო „პალიტრა“ (68 337 ლარი), რადიო „იმედი“ (11 204 ლარი), საქართველოს საპატრიარქოს რადიო – „ივერია“ (10 323 ლარი), „სმარტნეტი“ – (3 000 ლარი).

დიაგრამა 5. ნაციონალური და შერეული დაფარვის რადიოების 2023 წლის შემოსავლები



აღსანიშნავია, რომ კომუნიკაციების კომისიის ინფორმაციულ-ანალიტიკური პორტალის თანახმად, რომელიც 7000 ლარს ზემოთ მაუწყებელთა შემოსავლის წყაროს კანონის საფუძველზე ყოველკვარტალურად ასაჯაროებს, „რადიო უცნობს“ (მდ ჯგუფი) 2023 წელს სამივე კვარტალში დაფინანსების წყაროდ სახელმწიფოს მიერ დაფუძნებული შპს „საქართველოს ფოსტა“ აქვს მითითებული, მეორე კვარტალში კი, სხვა კომერციულ კომპანიებთან ერთად, ასევე სახელმწიფოს მიერ დაფუძნებული „საქართველოს რკინიგზა“. მეოთხე კვარტლის სარეკლამო შემოსავლების დაფინანსების წყარო კი, რამაც ჯამურად 68 973.37 ლარი შეადგინა, კომისიის პორტალზე მითითებული არ არის. კომუნიკაციების ეროვნული კომისიისგან მიღებული ინფორმაციით, წყარო გასაჯაროებული არ არის, ვინაიდან თითოეული დამფინანსებლისგან მიღებული შემოსავალი არ შეადგენს 7 000 ლარზე მეტს.<sup>27</sup> როგორც ქვემოთ მოცემულ ცხრილში ჩანს, 2022

<sup>25</sup> შემოსავალი მოიცავს შპს „მედია ჰოლდინგი – აფხაზეთის ხმის“ მიერ მიღებულ შემოსავალსაც (50 632 ლარი) – <https://bs.napr.gov.ge/GetBlob?pid=400&bid=boVlyOwisX3qmYntmLmFL97AfV94%5BJJiAdKFuJsWEugzbfxSswsACveKBdf3%5DG>  
<sup>26</sup> შპს კომპანია „მედიასტრიმი“ იურიდიული პირი (comcom.ge).  
<sup>27</sup> კომუნიკაციების კომისიის წერილი გ-24-04/2556 მედიის განვითარების ფონდს, 08.11.2024

წელსაც „რადიო უცნობის“ დაფინანსების ძირითადი წყარო სახელმწიფოს მიერ დაფუძნებული შპს „საქართველოს ფოსტა“ იყო, რომელსაც 2023 წელს „საქართველოს რკინიგზაც“ დაემატა.

ცხრილი 3. „რადიო უცნობის“ შემოსავლის წყაროები COMCOM-ის მონაცემების მიხედვით, 2023

პერიოდი	დაფინანსების წყარო COMCOM-ის ოფიციალური ანალიტიკური კორტაჟის მიხედვით	საკაპლაშო შემოსავლები 2023 წელს	დაფინანსების წყარო COMCOM-ის ოფიციალური ანალიტიკური კორტაჟის მიხედვით	საკაპლაშო შემოსავლები 2022 წელს
I კვარტალი	საქართველოს ფოსტა (203836233)	63 528.94	საქართველოს ფოსტა (203836233)	64,727.43
II კვარტალი	საქართველოს ფოსტა (203836233), საქართველოს რკინიგზა (202886010), სხვა კომპანიებთან ერთად	69 552.88	საქართველოს ფოსტა (203836233)	66,983.67
III კვარტალი	საქართველოს ფოსტა (203836233)	61 398.53	საქართველოს ფოსტა (203836233)	71,029.49
IV კვარტალი	დაფინანსების წყაროს შესახებ მონაცემები ხელმისაწვდომი არ არის	68 973.37	დაფინანსების წყაროს შესახებ მონაცემები ხელმისაწვდომი არ არის	71,111.93
ჯამი		263 453.72		273,852.52

## 1.5. რეგიონული რადიოგაუწყებლები

2023 წელს რეგიონულმა რადიომაუწყებლებმა ჯამში 1 614 204 ლარის შემოსავალი მიიღეს, საიდანაც ყველაზე დიდი წილი (42.8%), თითქმის ნახევარი, აჭარის საზოგადოებრივ რადიოზე მოდის (690 595 ლარი). სხვა რადიოების შემოსავლები შედარებით ნაკლებია და ასე გადანაწილდა: რადიო „მარნეული“<sup>28</sup> 96.9 FM (340 943 ლარი); რადიო „ჭერეთი“ (195 848 ლარი); რადიო „ტვ-ნორ“ (ნინოწმინდის რადიო) (111 935 ლარი); რადიო „ათინათი“ (99 283 ლარი); „ძველი ქალაქი“ (85 212 ლარი); რადიო „თრიალეთი“ (35 917 ლარი); რადიო „ოდიში“ (19 451 ლარი); რადიო „ბოლნელი“ – 13 795; ფოთის რადიო (12 349 ლარი), რადიო „რიონი“ (7 165 ლარი); რადიო „არგო“ (1 610 ლარი); რადიო „ფარვანა“ – 100 ლარი;

აღსანიშნავია, რომ რადიო „ტვ-ნორის“ შემოსავალი, წინა წელთან შედარებით 35 745 ლარით შემცირდა (2022: 147 680 ლარი, 2023: 111 935 ლარი), რადიო „მარნეულის“ შემოსავალი კი 130 211 ლარით გაიზარდა (2022: 210 731 ლარი, 2023: 340 943 ლარი).

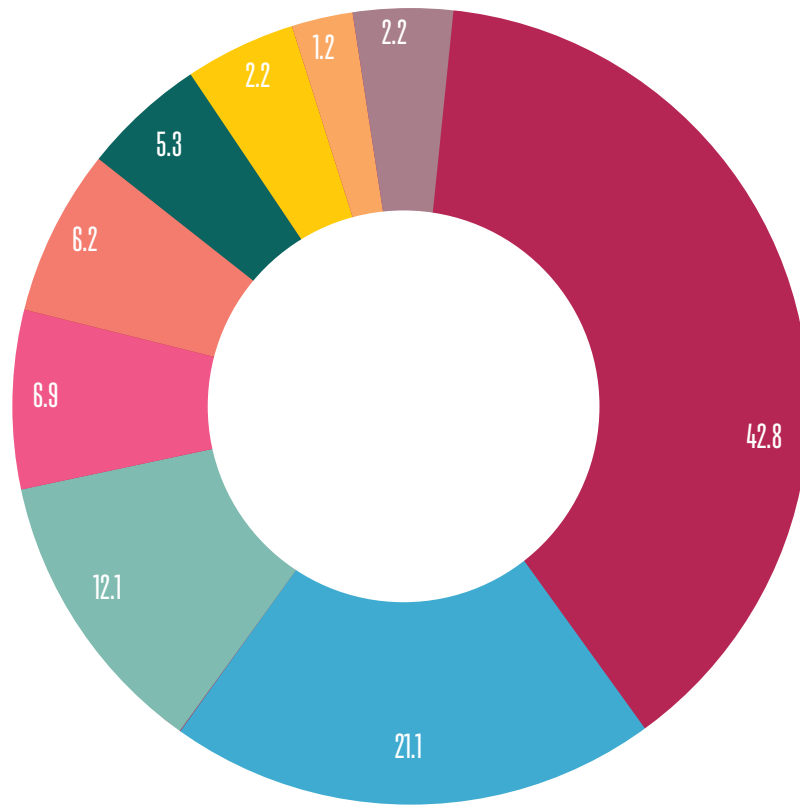
კომუნიკაციების კომისიის ინფორმაციის მიხედვით,<sup>29</sup> 2023 წელს სხვა არასამაუწყებლო შემოსავალი, ჯამში – 452 213 ლარის ოდენობით მხოლოდ 7 რადიომაუწყებელმა მიიღო, საიდანაც 359 349 ლარი 3 რეგიონულ რადიოში შემდეგნაირად გადანაწილდა: რადიო „მარნეული“<sup>30</sup> (324 664 ლარი), რადიო „ტვ ნორ“ (28 800 ლარი), რადიო „ათინათი“ (5 885).

<sup>28</sup> ჟურნალისტთა კავშირი ხალხის ხმა

<sup>29</sup> მაუწყებლობა რადიოების შემოსავლები კომპანიების მიხედვით, 2023, ხელმისაწვდომია <https://analytics.comcom.ge/ka/statistics/?c=broadcasting&f=revenue&exp=radio&sid=1443081>

<sup>30</sup> ააიპ ჟურნალისტთა კავშირი ხალხის ხმა – <https://www.marneulifm.ge/ka/about-us/ge/shesabamisobis-deklaraciaa>

დიაგრამა 6. რეგიონული რადიოების 2023 წლის შემოსავლები მედიების მიხედვით



- საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო
- საბაუნწყვალო კომპანია „ჰერეთი“
- რადიო-თვ ნორ
- ძველი ქალაქი
- შურნალისთბა კავშირი „ხალხის ხმა“
- თელე-რადიოკომპანია „თრიალეთი“
- თელეკომპანია „ოდისი“
- სხვადასხვა
- ასოციაცია ატინატი

## II. რეკლამისა და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით, მედიური საბიუჯეტო თანხების განაწილების პრაქტიკა

### 2.1. პოტიანი მონაცემები

სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს ელექტრონულ ბაზაში ხელმისაწვდომი მონაცემების თანახმად, 2023 წელს საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა, სარეკლამო და საინფორმაციო მომსახურების მიზნით, მედია საშუალებებთან და საშუამავლო კომპანიებთან 10 231 485 ლარის ღირებულების სერვისის კონტრაქტი გააფორმეს. აღნიშნული თანხა, 2022 წლის მაჩვენებელს დაახლოებით 2,5-ჯერ (4 189 300 ლარი) აღემატება.

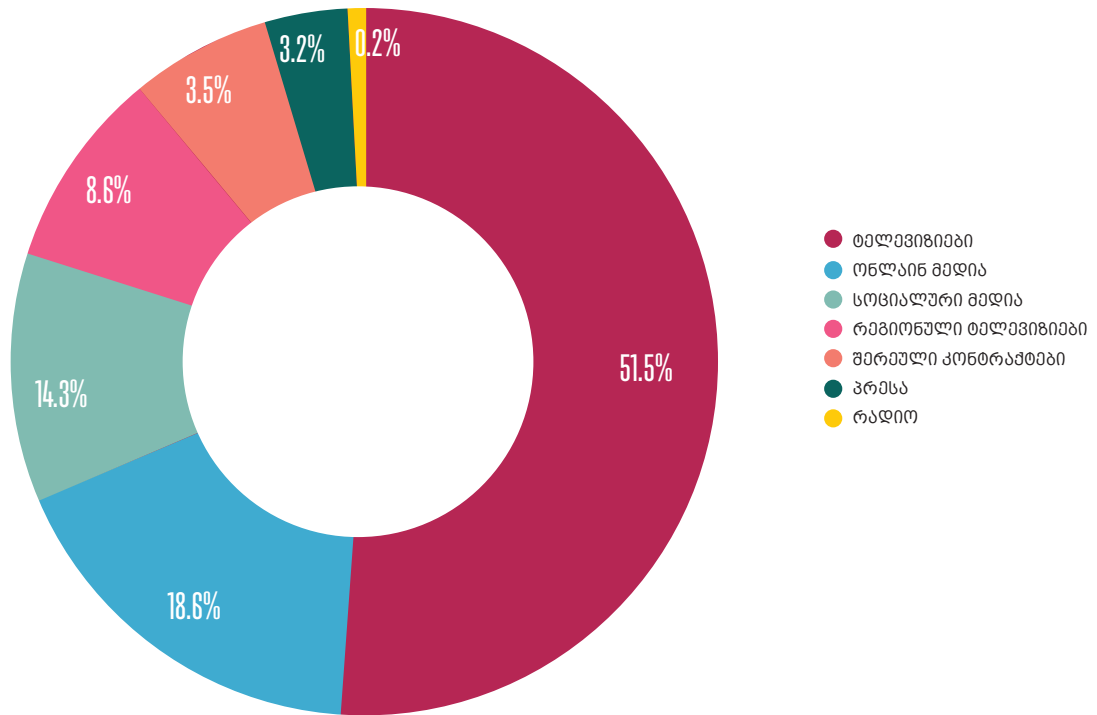
საერთო თანხიდან ყველაზე დიდი წილი (51,5% – 5 270 196 ლარი) ნაციონალურ ტელევიზიებთან გაფორმებულ საბიუჯეტო კონტრაქტებზე მოდის, რასაც ონლაინ მედია (18,6% – 1 901 293 ლარი) მოსდევს. მას დაახლოებით 400 000 ლარით ჩამორჩება სოციალურ მედიაში, ინფორმაციის გავრცელების მიზნით, გადახდილი საბიუჯეტო თანხები (14,3% – 1 466 534 ლარი). რეგიონულ ტელევიზიებზე საბიუჯეტო კონტრაქტების 8,6% (878 230 ლარი) გადანაწილდა.

შერეულ კონტრაქტებზე, რომლებიც ერთდროულად სხვადასხვა ტიპის მედია საშუალებას და მომსახურებას აერთიანებს, 360 903 ლარი მოდის (3,5%). ვინაიდან გარკვეული კონტრაქტების საფუძველზე შეუძლებელია იდენტიფიცირება, კონკრეტულად რომელი ტიპის მედიას გადაერიცხა თანხა, ეს მონაცემი ცალკე კატეგორიად „შერეულ კონტრაქტებად“ გამოვყავით<sup>31</sup>. ამასთანავე, შერეული კონტრაქტების ნაწილი, რომელიც ექსკლუზიურად რეგიონულ ან ონლაინ მედიას ეხება და მხოლოდ მედია-სუბიექტებზე თანხის გადანაწილების იდენტიფიცირების შესაძლებლობას არ იძლევა, შესაბამისად, რეგიონული და ონლაინ მედიის შემოსავლებს მივაკუთვნეთ.

2023 წელს საბიუჯეტო კონტრაქტებიდან პრესაზე 3,2% (331 599 ლარი) გადანაწილდა; 2022 წლის მსგავსად კი, ყველაზე მცირე წილი – 0,2% (22 730 ლარი) – 2023 წელსაც რადიოზე მოდის.

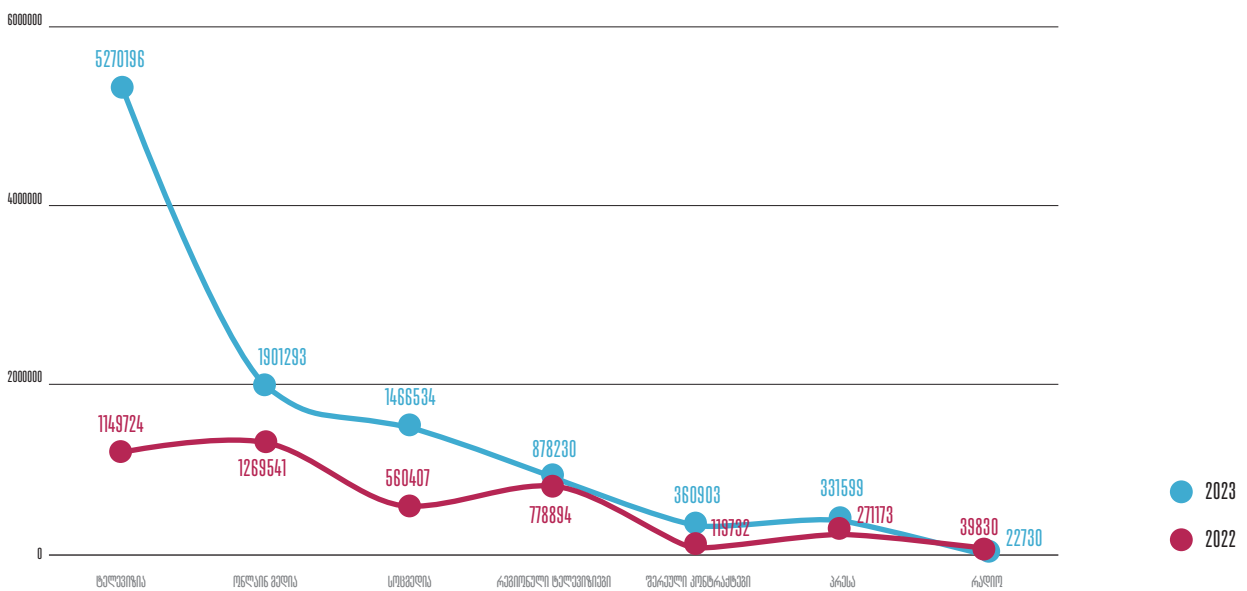
<sup>31</sup> მონაცემების დაზუსტების მიზნით, MDF-მა საჯარო ინფორმაციის მოთხოვნა 14 უწყებაში გააგზავნა, საიდანაც უწყებების ნაწილმა არასრული ინფორმაცია მოგვაწოდა (განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო, ვეტერანების სამსახური, პროფესიული უნარების სააგენტო, ს.ს.ი.პ. „ლ. საყვარელიძის სახელობის დაავადებათა კონტროლისა და საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის ეროვნული ცენტრი“, ენერჯეტიკის და წყალმომარაგების მარეგულირებელი კომისია, საზღვაო ტრანსპორტის სააგენტო, ააიპ საზოგადოებასთან კომუნიკაციის სააგენტო), თბილისის სახელმწიფო სამედიცინო უნივერსიტეტი; ნაწილმა ინფორმაცია საერთოდ არ მოგვაწოდა: სს „საქართველოს ნავთობისა და გაზის კორპორაცია“, სახელმწიფო ელექტროსისტემა, საქართველოს ფინანსთა სამინისტრო, გორის მუნიციპალიტეტის მერია, შერიგებისა და სამოქალაქო თანასწორობის საკითხებში საქართველოს სახელმწიფო მინისტრის აპარატი, თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი.

დიაგრამა 7. ინფორმაციის გავრცელების მიზნით საბიუჯეტო სერვის კონტრაქტების განაწილება მედია სუბსექტების ტიპოლოგიის მიხედვით, 2023



რეკლამისა და ინფორმაციის განთავსების მიზნით, მედიაში განაწილებული საბიუჯეტო თანხის საერთო რაოდენობა, წინა წელთან შედარებით, 2023 წელს რადიოს გარდა ყველა კატეგორიაში მნიშვნელოვნად არის გაზრდილი, სადაც თითქმის 63%-იანი კლება ჯერ კიდევ 2022 წელს დაფიქსირდა. ყველაზე მკვეთრი ზრდა (358%) წინასაარჩევნო წელს ტელევიზიის, სოციალური მედიის (162%), ასევე, შერეული კონტრაქტების (201%) შემთხვევაში გამოიკვეთა.

დიაგრამა 8. ინფორმაციის გავრცელების მიზნით საბიუჯეტო სერვის კონტრაქტების განაწილების ტენდენცია 2022-2023 წლებში



	2023	2022
ტელევიზია	5270196	1149724
ონლაინ მედია	1901293	1269541
სოციალური მედია	1468534	560407
რეგიონული ტელევიზიები	878230	778894
შერეული კონტენტები	360903	119732
პრესა	331599	271173
რადიო	22730	39830
ჯამი	10231485	4189301

2023 წელს, ისევე როგორც წინა წლებში, საბიუჯეტო ორგანიზაციები, ზოგ შემთხვევაში, საინფორმაციო მომსახურების მიზნით, მედიებთან კონტრაქტებს შუამავალი კომპანიების მეშვეობით აფორმებდნენ, სადაც ინდივიდუალური მედიების მიერ მიღებული შემოსავლის იდენტიფიცირება ვერ ხერხდებოდა. ასეთი კონტრაქტების ღირებულების წილი 2023 წელს, წინა წელთან შედარებით, დაახლოებით, 3-ჯერ გაიზარდა.

როგორც ქვემოთ მოცემული ცხრილიდან ჩანს, 360 903 ლარის ღირებულების შერეული კონტრაქტები ერთდროულად სხვადასხვა ტიპის მედიაზე (ნაციონალური და რეგიონული ტელევიზია, ონლაინ მედია, რადიო, გაზეთი) გადანაწილდა და სხვადასხვა სახის მომსახურებას ითვალისწინებდა. მაგალითად, ყველაზე დიდი ღირებულების კონტრაქტი (196503 ლარი) პროფესიული უნარების სააგენტოსა და შპს „ლილე პროდაქშენს“ შორის სხვადასხვა მედია პლატფორმაზე საინფორმაციო მასალის გავრცელებასთან ერთად, კონტენტის წარმოებასაც ითვალისწინებდა. ზოგიერთ შემთხვევაში კი, კონტრაქტში მედია საშუალებების იდენტიფიცირება შეუძლებელი იყო.

ცხრილი 4. სხვადასხვა ტიპის მედია საშუალებების მომსახურებაზე გაფორმებული შერეული კონტრაქტები

სამიუჯუტო დაწესებულება	შუამავალი კომპანია	სხვადასხვა მედია პლატფორმებზე სერვისები (ტვ, რადიო, ონლაინ, FACEBOOK ვიდეო)	სერვისების აღწერა	სერვისების თანხა
ა(ა)იპ პროფესიული უნარების სააგენტო – CMR230094304	შპს ლილე პროდ	ცენტრალური ტელევიზიები, რეგიონული ტელევიზიები (სულ მცირე 20), ოლგა ბაბლუანის გადაცემის „რა დროს ძილია“ ფეისბუქ გვერდი, რადიოები	კონტენტის წარმოება და სხვადასხვა ტიპის მედია პლატფორმებით გავრცელება	196503
ს.ს.ი.პ. „ლ. საყვარელიძის სახელობის დაავადებათა კონტროლისა და საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის ეროვნული ცენტრი“ – NAT230013884	საქართველოს ჯანმრთელობის ფედერაცია	არ არის დაკონკრეტებული სუბიექტები	ინფორმაციის ტელევიზიებში, ონლაინ და სოციალურ მედიაში გავრცელება	59300



<p>აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტი – CMR230124754</p>	<p>შპს TV პროექტი</p>	<p>არ არის დაკონკრეტებული სუბიექტები</p>	<p>საერთაშორისო მარკეტინგული კამპანიის წარმოება, ვიდეო გადაღება და სატელევიზიო ეთერსა და ონლაინ პლატფორმებზე გავრცელება</p>	<p>55000</p>
<p>ს.ს.ი.პ. „ლ. საყვარელიძის სახელობის დაავადებათა კონტროლისა და საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის ეროვნული ცენტრი“ – NAT230019615</p>	<p>ს ჰეპატიტისაგან განკურნებულ პაციენტთა ასოციაცია – ჩვენ დავამარცხეთ C</p>	<p><b>ნაციონალური მაუწყებლები:</b> ტვ „ერთსულოვნება“, საქართველოს რადიო, საზოგადოებრივი მაუწყებელი, რუსთავი 2, ტვ იმედი; <b>რეგიონული მაუწყებლები:</b> რადიო მარნეული, ტელეკომპანია „ბოლნელი“, მეგა ტვ. <b>რეგიონული გაზეთი:</b> ბოლნისი</p>	<p>მედია ადვოკატირება და საინფორმაციო მასალების წარმოება/ ბეჭდვა და გავრცელება</p>	<p>26500</p>
<p>ს.ს.ი.პ. „ლ. საყვარელიძის სახელობის დაავადებათა კონტროლისა და საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის ეროვნული ცენტრი“ – NAT230013885</p>	<p>საქართველოს ჯანმრთელობის ფედერაცია</p>	<p><b>ნაციონალური მაუწყებლები:</b> საზოგადოებრივი მაუწყებელი, რუსთავი 2, ტელეკომპანია იმედი, <b>რადიოები:</b> რადიო იმედი, რადიო მაცენტრო, <b>გაზეთი:</b> კვირის პალიტრა, <b>ონლაინ მედია:</b> ambebi.ge, <b>სოციალური მედია:</b> Youtube stream, <b>რეგიონული ტვ:</b> ტელეკომპანია რიონი</p>	<p>ინფორმაციის ტელევიზიებში, ონლაინ და სოციალურ მედიაში გავრცელება</p>	<p>20000</p>
<p>გორის მუნიციპალიტეტის მერია – CMR230173579</p>	<p>საქართველოს რეგიონულ მაუწყებელთა ალიანსი</p>	<p><b>რეგიონული TV:</b> ტელეკომპანია TV მონიტორინგი, რეგიონული <b>ონლაინ მედია:</b> www.qartli.ge <b>რეგიონული რადიო</b> www.mozaikanews.ge -ს ფეისბუქის გვერდები</p>	<p>პირდაპირ ეთერის მომსახურება და გაშუქება სატელევიზიო ეთერში, ასევე, ონლაინ მედიების ფეისბუქის გვერდებზე გავრცელება</p>	<p>3600</p>

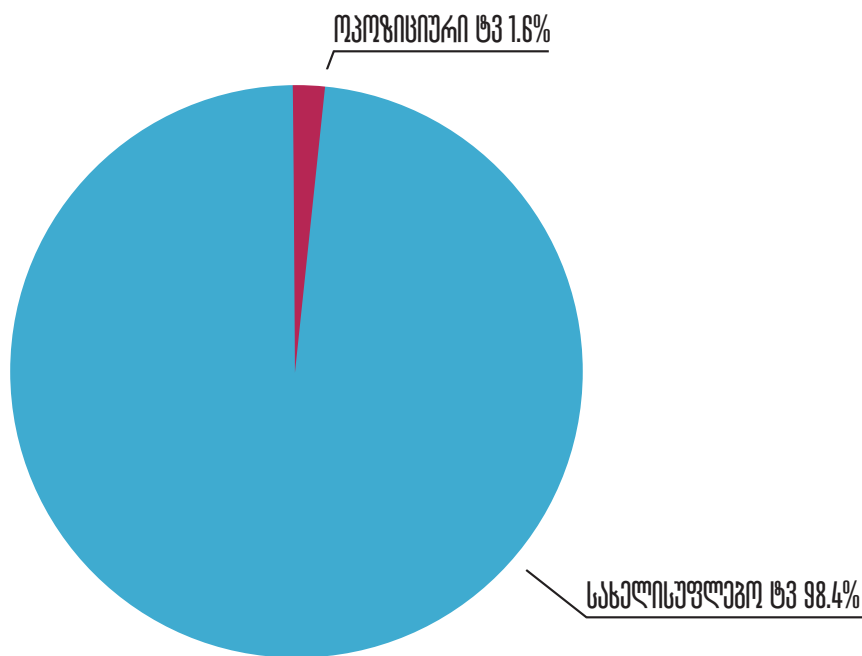
## 2.2. ტელევიზიები

სახელმწიფო შესყიდვების ეროვნული სააგენტოს ბაზაში ხელმისაწვდომი მონაცემების თანახმად, 2023 წელს საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა რეკლამის და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით, ტელევიზიებთან

სულ მცირე 6 148 426 ლარის ღირებულების ხელშეკრულებები გააფორმეს. აქედან 5 270 196 ლარი – ნაციონალური დაფარვის ტელევიზიებზე მოდის, 878 230 ლარი – რეგიონულ მაუწყებლებზე. ეს თანხა მიახლოებითია, რადგან შერეული კონტრაქტების ღირებულება მხოლოდ რეგიონული ტელევიზიების შემთხვევაშია ჯამურ მონაცემში ასახული, ხოლო ნაციონალური ტელევიზიების შემთხვევაში – ცალკეა დათვლილი, რადგან შერეული კონტრაქტები რეკლამის და ინფორმაციის განთავსებას ერთდროულად რამდენიმე ტიპის მედიაში ითვალისწინებდა (მაგალითად, ნაციონალური ტელევიზია, რეგიონული და ონლაინ მედია). შესაბამისად, ჩაშლილი მონაცემების მოპოვება თანხების გადანაწილების შესახებ შეუძლებელი იყო და როგორც ზემოთ იყო მითითებული, ამ ინფორმაციას არც საჯარო დაწესებულებები გვაწვდიდნენ.

**ნაციონალური დაფარვის ტელევიზიები.** 2023 წელს ნაციონალურ სახელისუფლებო და ოპოზიციურ არხებს შორის, საბიუჯეტო რეკლამების გადანაწილების მხრივ, მკვეთრი დისპროპორცია გამოიკვეთა. ნაციონალურ ტელევიზიებთან გაფორმებული 5 270 196 ლარის ღირებულების სერვის კონტრაქტიდან 98,4% სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის ტელევიზიებზე მოდის, 1,6% კი – ოპოზიციურზე.

ღიაგრაფა 9. საბიუჯეტო რეკლამების გადანაწილება სახელისუფლებო და ოპოზიციურ ნაციონალურ არხებს შორის, 2023



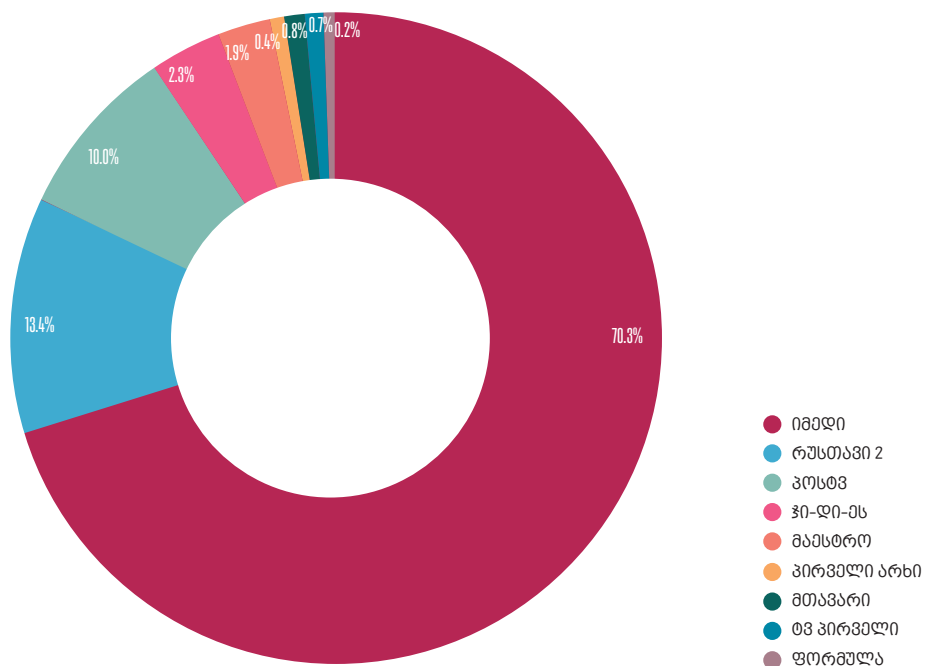
2022 წლის მსგავსად, 2023 წელსაც ტელევიზიებს შორის ყველაზე მეტი ღირებულების ხელშეკრულება სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის მქონე ტელეკომპანია „იმედთან“ გაფორმდა, რომელიც სატელევიზიო რეიტინგებში, აუდიტორიის ორივე მთვლელი კომპანიის მონაცემების თანახმად<sup>32</sup>, ლიდერობს. „იმედის“ წილი მთლიან საბიუჯეტო კონტრაქტებში 70,3%-ია (3 706 185 ლარი), რაც წინა წლის მონაცემებს (794 606 ლარი) თითქმის 3 მილიონით აღემატება.

<sup>32</sup> TVMR საქართველო – ნილსენის სატელევიზიო აუდიტორიის გაზომვების ოფიციალური ლიცენზირებული პარტნიორი <http://www.tvmr.ge/ka#lka/main>  
 TMI – კანტარ მედიას ექსკლუზიური ლიცენზიანტი საქართველოში <https://www.tmi.ge/ka/pages/7>

როგორც დიაგრამა 10-ზე ჩანს, შემდეგ ადგილებსაც სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის ნაციონალური არხები იკავებენ, თუმცა მათი წილი „იმედთან“ შედარებით მწირია. თანხები კი სხვა სახელისუფლებო არხებზე ასე გადანაწილდა: „რუსთავი 2“ („მედია ჰოლდინგი“) – 705 099 ლარი (13,4%), „პოსტგ“ – 529 011 ლარი (10%), „ჯი-დი-ეს თი-ვი“ – 122 138 ლარი (2,3%), „მაესტრო“ – 98 103 ლარი (1,9%), საზოგადოებრივი მაუწყებელი – 20 390 ლარი (0,4%).

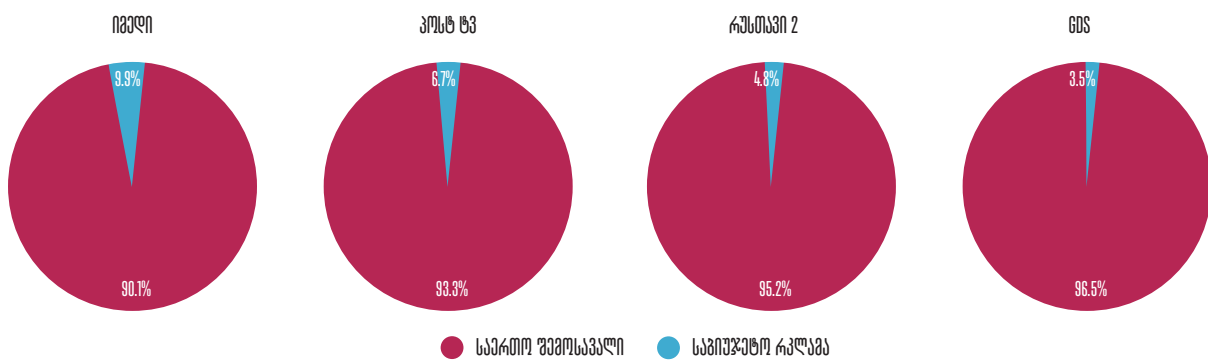
ოპოზიციურ და ხელისუფლების მიმართ კრიტიკულად განწყობილ ნაციონალურ სატელევიზიო არხებთან კი შედარებით მწირი საბიუჯეტო კონტრაქტები გაფორმდა: „მთავარი არხი“ – 41 701 ლარი (0,8%), „ტვ პირველი“ – 36 491 ლარი (0,7%), „ფორმულა“ – 7 926 ლარი (0,2%). სამედიცინო პროფილის ტვ პულსთან კი ყველაზე მცირე ბიუჯეტის სერვის კონტრაქტი გაფორმდა (0,1% – 3000 ლარი).

დიაგრამა 10: საბიუჯეტო რეკლამისა და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით გეოგრაფიული განაწილება ნაციონალური დარგის ტელევიზიებში, 2023



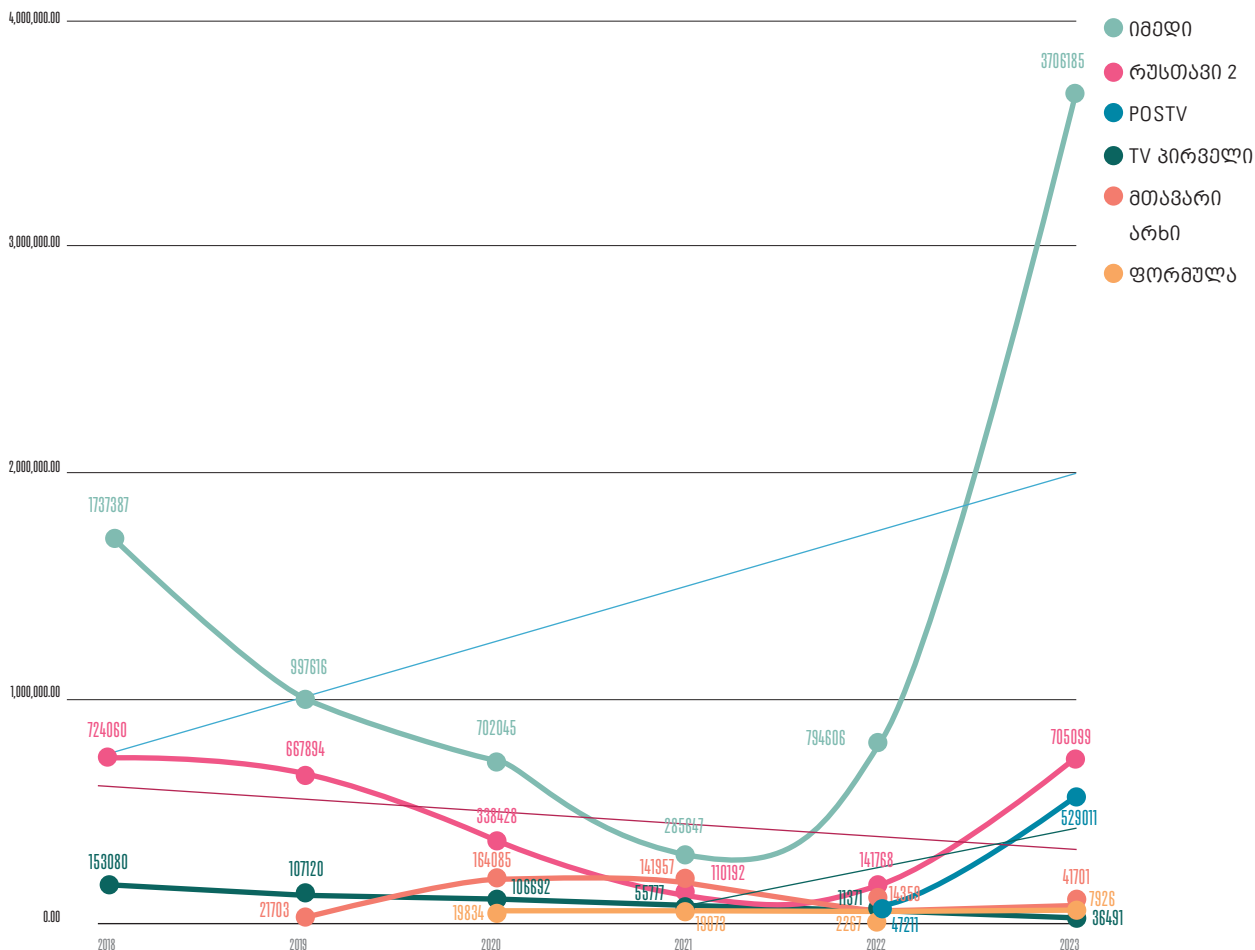
სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის ნაციონალური ტელეარხების მთლიან შემოსავლებში საბიუჯეტო კონტრაქტების წილი 5%-დან 10%-მდე მერყეობს; „იმედის“ შემთხვევაში კი თითქმის 10%-ს, „პოსტგ“-ის – 6,7%-ს, „რუსთავი 2“-ის – 4,8%-ს, GDS-ის – 3,5%-ს შეადგენს.

დიაგრამა 11. საბიუჯეტო რეკლამის წილი სახელისუფლებო ნაციონალური ტვ არხების შემოსავლებში, 2023



2018-2023 წლების მონაცემების ანალიზი აჩვენებს, რომ ბოლო წლებში, განსაკუთრებით 2023 წელს, სახელისუფლებო ტელევიზიებში საბიუჯეტო რეკლამების მკვეთრი მატების დინამიკა, ოპოზიციურმა კი – კლების ტენდენცია იკვეთება. მიუხედავად იმისა, რომ სატელევიზიო რეიტინგებში<sup>33</sup> ოპოზიციურ არხებს მნიშვნელოვანი სეგმენტი უჭირავთ, საბიუჯეტო ორგანიზაციები საზოგადოების ინფორმირების მიზნით განკუთვნილი რეკლამების გადანაწილებისას, აუდიტორიაზე წვდომის დივერსიფიცირებულ მიდგომას ბოლო წლებში ნაკლებად ითვალისწინებენ.

დიაგრამა 12. საბიუჯეტო რეკლამის ზრდის და კლების დინამიკა ნაციონალური დარგების ტელევიზიებში, 2018-2023



ტელევიზიები	2018	2019	2020	2021	2022	2023
იმედი	1737387	997616	702045	285647	794606	3706185
რუსთავი 2	724060	667894	338428	110192	141768	705099
Postv			13030	16917	47211	529011
TV პირველი	153080	107120	106692	55777	11371	36491
მთავარი არხი		21703	164085	141957	14359	41701
ფორმულა			19834	19073	2267	7926
კავკასია	17605	10426	5837	5870	874	0

<sup>33</sup> TVMR საქართველო – ნილსენის სატელევიზიო აუდიტორიის გამოშვების ოფიციალური ლიცენზირებული პარტნიორი <http://www.tvmr.ge/ka/#lka/main>  
 TMI – კანტარ მედიას ექსკლუზიური ლიცენზიანტი საქართველოში <https://www.tmi.ge/ka/pages/7>

თუ წინა წლებში სამინისტროები, საბიუჯეტო რეკლამის განთავსების მხრივ, მეტად დივერსიფიცირებულ მიდგომას იჩენდნენ, 2023 წელს ცალკეულმა სამინისტროებმა<sup>34</sup> და მთავრობის ადმინისტრაციამ რეკლამა მხოლოდ სახელისუფლებლო სარედაქციო პოლიტიკის გამტარ ტელევიზიებში – „იმედი“, „მეგსტრო“, „რუსთავი 2“, „პოსტვ“, „ჯი-დი-ეს“ და საზოგადოებრივი მაუწყებელი – განთავსეს. სამინისტროების მიერ ამ ტელევიზიებში განთავსებული რეკლამის ღირებულებამ 2 002 748 ლარი<sup>35</sup> შეადგინა, საიდანაც ყველაზე დიდი წილი – 1 418 385 ლარი – ტელეკომპანია „იმედის“ კონტრაქტებზე მოდის.

ხელისუფლებისადმი კრიტიკული სარედაქციო პოლიტიკის ტელევიზიებში კი საბიუჯეტო კონტრაქტები მხოლოდ საქართველოს ცენტრალურმა საარჩევნო კომისიამ („ფორმულა“, „მთავარი არხი“, „TV პირველი“) და მისმა უწყებამ – საარჩევნო სისტემების განვითარების რეფორმებისა და სწავლების ცენტრმა („მთავარი არხი“, „TV პირველი“), ასევე ა(ა)იპ „ჩემი ადვოკატმა“ („TV პირველი“) გააფორმეს.

**რეგიონული ტელევიზიები.** ნაციონალურ არხებთან შედარებით, რეგიონულ ტელევიზიებში, საბიუჯეტო სერვის კონტრაქტების გადანაწილების მხრივ, შედარებით დივერსიფიცირებული სურათი იკვეთება. 2023 წელს რეგიონული მაუწყებლებიდან ყველაზე დიდი ღირებულების კონტრაქტები გურჯაანის ტელევიზიასთან (20,1% – 176 400 ლარი) გაფორმდა, რაც გასული წლის მაჩვენებელს 135%-ით (75 140 ლარი) აღემატება. დაფინანსების წყარო კი ადგილობრივი მუნიციპალიტეტია.

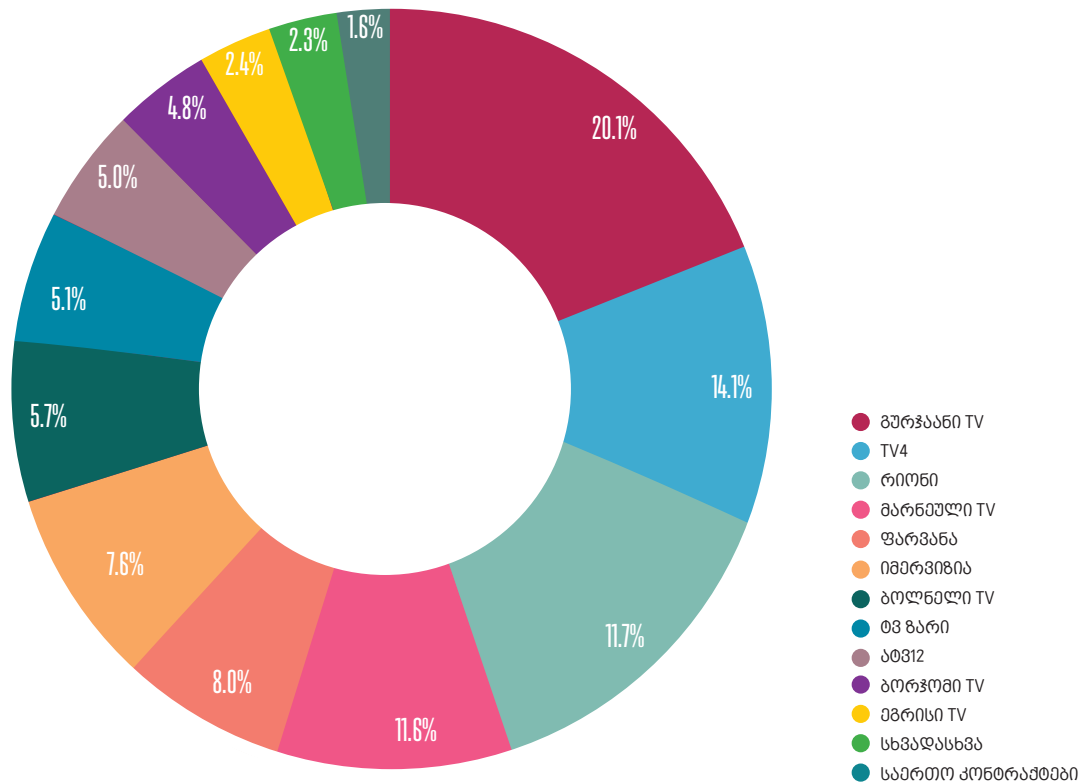
გურჯაანის ტელევიზიას მოსდევს სს ქვემო ქართლის ტელე-რადიო კომპანია, რომელიც ბაზარზე TV4-ის სახელით ოპერირებს. 2023 წელს ტელევიზიის მიერ მიღებული საბიუჯეტო კონტრაქტების ჯამმა 123 780 ლარი (14,1%) შეადგინა, რაც 2022 წელთან შედარებით (2022: 110 169 ლარი), 12%-ით გაზრდილი მაჩვენებელია.

ქვემო ქართლის ტელე-რადიო კომპანიას მოსდევს რიონი TV (იმერეთი), რომლის საბიუჯეტო კონტრაქტების ჯამურმა ღირებულებამ – 102 892 ლარი (11,7%) შეადგინა და 2022 წელთან (91 790 ლარი) შედარებით, 12%-ით გაიზარდა. მას მცირედით ჩამორჩება მარნეულის ტელევიზია (11,6% – 101 558 ლარი), რომლის საბიუჯეტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების შემოსავალი, წინა წლის მაჩვენებელთან შედარებით, 43%-ით შემცირდა.

სხვა ტელევიზიებზე კონტრაქტების თანხა შემდეგნაირად გადანაწილდა: „ფარვანა“ (ნინოწმინდა) – 70 000 ლარი (8%), „იმერვიზია“ (ჭიათურა) – 66 975 ლარი (7,6%), „ბოლნელი“ ტვ (ბოლნისი) – 49 990 ლარი (5,7%), ტვ „ზარი“ (სამტრედია) – 45 000 ლარი (5,1%), „ატვ12“ (ახალქალაქი) – 44 146 ლარი (5%), „ბორჯომი TV“ – 42 200 ლარი (4,8%), „ვერისი TV“ (სენაკი) – 21 194 ლარი (2,4%), სხვადასხვა – 20 315 ლარი (2,3%). კატეგორიაში „სხვადასხვა“ ის რეგიონული ტელევიზიებია გაერთიანებული, რომელთა კონტრაქტები 10 000 ლარზე ნაკლებია.

<sup>34</sup> საქართველოს თავდაცვის სამინისტრო, საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო, საქართველოს რეგიონული განვითარებისა და ინფრასტრუქტურის სამინისტრო, ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო, საქართველოს საგარეო საქმეთა სამინისტრო და საქართველოს ფინანსთა სამინისტრო

<sup>35</sup> აღნიშნული თანხა არ მოიცავს საჯარო სამართლის იურიდიული პირების და სხვა საბიუჯეტო ორგანიზაციების მონაცემებს



2022 წლის მსგავსად, 2023 წელს რეგიონულ მაუწყებლებში საბიუჯეტო რეკლამა ძირითადად ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოებმა: მუნიციპალიტეტებმა, მერიებმა და მათ დაქვემდებარებულმა უწყებებმა განათავსეს, რამაც მთლიანი თანხის 97,6% (857 193 ლარი) შეადგინა.

სხვა საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა, რომლებმაც რეგიონულ მაუწყებლებში რეკლამა განათავსეს, არიან: ა(ა)იპ სარკინიგზო ტრანსპორტის კოლეჯი, აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ღვინის ეროვნული სააგენტო, ბაკურიანის განვითარების სააგენტო. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ უშუალოდ რომელიმე სამინისტროს ან მთავრობის ადმინისტრაციას რეგიონული მაუწყებლების საინფორმაციო მომსახურებით არ უსარგებლია.

რეგიონულ ტელევიზიებზე გადანაწილებული თანხიდან (878 230 ლარი) 1,6% (13680 ლარი) შერეული ტიპის საერთო კონტრაქტებზე მოდის, რაც საბიუჯეტო რეკლამის ერთდროულად რამდენიმე რეგიონულ მაუწყებელში განთავსებას გულისხმობს, ხელშეკრულების მიხედვით კი, ცალკეულ მედიებზე გადანაწილებული თანხის იდენტიფიცირება შეუძლებელი იყო. როგორც ქვემოთ მოცემული ცხრილიდან ჩანს, ამ კატეგორიაში მოხვდა ორი კონტრაქტი, რომელიც შპს აგროკომუნიკატორსა და საგანმანათლებლო და სამეცნიერო ინფრასტრუქტურის განვითარების სააგენტოს შორის, ასევე საქართველოს რეგიონულ მაუწყებელთა ალიანსსა და საერთო სსიპ აწარმოე საქართველოში-ს შორის გაფორმდა. აღნიშნული კონტრაქტები რეგიონულ ტელევიზიებში და ნაწილობრივ რეგიონულ რადიოში სარეკლამო მასალის გავრცელებას ითვალისწინებდა.

ცხრილი 5. რეგიონული გაუწყებების მომსახურებაზე გაფორმებული შერეული კონტრაქტები

საბიუჯეტო დაწესებულება	შუამავალი კომპანია	სხვადასხვა მედია პლატფორმები სერვისები (ტვ, რადიო, მენაინ, FACEBOOK ვებარლი)	ხელშეკრულების პირობები	ხელშეკრულების თანხა
საგანმანათლებლო და სამეცნიერო ინფრასტრუქტურის განვითარების სააგენტო – CMR230117758	შპს აგროკომუნიკატორი	<b>რეგიონული TV:</b> 1. აჭარის საზოგადოებრივი მაუწყებელი 2. ტელეკომპანია რიონი 3. ტელეკომპანია გურია 4. ტელეკომპანია „მეცხრე ტალღა“ 5. აგროგარემო TV 6. TOK TV 7. ტელეკომპანია „თანამგზავრი“ 8. ტელეკომპანია გურჯაანი 9. ტელეკომპანია „თრიალეთი“ 10. ტელეკომპანია „მარნეული“	სარეკლამო მასალის გავრცელება	7980
სსიპ აწარმოე საქართველოში – CMR230163509	საქართველოს რეგიონულ მაუწყებელთა ალიანსი	<b>ტელევიზიები:</b> ოდიში, ეგრისი, კოლხეთი 89 და <b>შემდეგ რადიოები:</b> ოდიში+, ათინათი, ეგრისი	სარეკლამო მასალის გავრცელება	5700

### 2.3. ონლაინ მედია

სახელმწიფო შესყიდვების ელექტრონულ ბაზაში ხელმისაწვდომი მონაცემების თანახმად, 2023 წელს ინფორმაციის გავრცელებისა და რეკლამის განთავსების მიზნით, ონლაინ მედიაზე 1 901 293 ლარი გადაწადა. ეს თანხა გასული წლის მაჩვენებელს (1 269 541 ლარი), დაახლოებით 630 000 ლარით აღემატება.

ეს მაჩვენებლები მიახლოებითაა, რადგან საბიუჯეტო სარეკლამო შემოსავლები ონლაინ მედიას ასევე მიღებული აქვს „შერეული კონტრაქტების“ მეშვეობით, რაზეც მეორე თავის დასაწყისში იყო ყურადღება გამახვილებული. გარდა ამისა, „ონლაინ მედიის“ კატეგორია მოიცავს „საერთო კონტრაქტების“ ნაწილს, სადაც გაერთიანებულია ის კონტრაქტები, რომლებიც ერთდროულად რამდენიმე ონლაინ მედიასთან არის გაფორმებული და თითოეული მათგანის მიერ მიღებული თანხის იდენტიფიცირება კონტრაქტის მიხედვით ვერ ხდება. ზოგ შემთხვევაში, ასეთი კონტრაქტები მოიცავს კომპანიის მიერ უწყებისთვის მედიამონიტორინგის სერვისის გაწევას და ეს საფასური მედიის მომსახურებისგან გამიჯნული არ არის, რაც ონლაინ მედიის საბიუჯეტო შემოსავლების ზუსტი ოდენობის განსაზღვრას ართულებს.

„საერთო კონტრაქტებზე“ ონლაინ მედიის კონტრაქტების დაახლოებით მეოთხედი (25,6%) გადანაწილდა და თითქმის ნახევარი მილიონი (486 628 ლარი) შეადგინა. ამ ტიპის ხელშეკრულებები გაფორმებულია შუამავალ კომპანიებთან, როგორებიცაა შპს აიფიემ მარკეტ ინტელიჯენს კაუკასუს, შპს კლიპ-არტი და შპს პი არ საკონსულტაციო ჯგუფი. ამ მხრივ, გამონაკლისია სოხუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტსა და შპს „ქართული აზრს“ შორის გაფორმებული 4950-ლარიანი კონტრაქტი, რომელიც ინფორმაციის სამ სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის ონლაინ-გამოცემაში: [www.reportiori.ge](http://www.reportiori.ge), [www.qartuliazri.ge](http://www.qartuliazri.ge), [www.kvira.ge](http://www.kvira.ge) – გამოქვეყნებას ითვალისწინებდა.

ამ კატეგორიაში ყველაზე მაღალი ღირებულების კონტრაქტი (111 800 ლარი) საქართველოს ენერჯეტიკისა და წყალმომარაგების მარეგულირებელ ეროვნულ კომისიასა და შპს კლიპ-არტს შორის გაფორმდა და 13 საინფორმაციო ვებგვერდის მომსახურების შესყიდვას ითვალისწინებდა. აღსანიშნავია, რომ თავად

კლიბ-არტი, რომელსაც ბოლო წლებში 2 მილიონზე მეტი მოგებული საერთო ღირებულების კონტრაქტები ერიცხება<sup>36</sup>, სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის newshub.ge-თან (ყოფილი pia.ge), დაკავშირებული კომპანია<sup>37</sup>. როგორც ქვემოთ მოცემულ ცხრილში ჩანს, ამ კონტრაქტით გათვალისწინებული მომსახურება სხვა ონლაინ გამოცემებთან ერთად, მომსახურების გაწევას სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის ტელევიზიების – „რუსთავი 2“-ის (www.rustavi2.ge) და „იმედის“ (www.imedinews.ge) ვებ-ვერდებზეც ითვალისწინებდა. ამასთანავე ვებ-გვერდი [www.energynews.ge](http://www.energynews.ge), რომელიც კლიბ-არტის მიერ არის შექმნილი და ძირითადად ენერჯეტიკის საკითხებს აშუქებს, ბიზნესმედია კორპორაციაში შემავალი მედია საშუალებაა.<sup>38</sup> ამავე გაერთიანებაში შემავალი სხვა გამოცემების „**აგროპარტნიორის**“ და „**ჯანდაცვა.ჯის**“ ვებ-გვერდებიც კლიბ-არტის შექმნილია.

შემდეგი მსხვილი კონტრაქტი სსიპ ვეტერანების საქმეთა სახელმწიფო სამსახურსა და შპს აიფიემ მარკეტ ინტელიჯენს კაუკასუს შორის გაფორმდა. კონტრაქტი მედიამონიტორინგსა და 10 საინფორმაციო სააგენტოს მომსახურებას მოიცავს. მედიის განვითარების ფონდისთვის გამოგზავნილ წერილში ნათქვამია, რომ მხოლოდ სააგენტოების მომსახურებისთვის კონტრაქტის ღირებულებიდან 83 050 ლარი გამოიყო, თუმცა უწყებას არ დაუბუხებია როგორ გადანაწილდა ეს თანხა მედიასაშუალებებს შორის.

მედიები არ არის იდენტიფიცირებული შპს აიფიემ მარკეტ ინტელიჯენს კაუკასუსსა და საქართველოს ფინანსთა სამინისტროს (54 000 ლარი), ასევე, ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტს (54 000 ლარი) და სს „საქართველოს სახელმწიფო ელექტროსისტემას“ (39 798 ლარი) შორის გაფორმებულ კონტრაქტებში, რომლებიც მედიამონიტორინგთან ერთად, ონლაინ მედიის მომსახურებას მოიცავს.

**ცხრილი 6. ონლაინ მედია საშუალებების მომსახურებაზე გაფორმებული შერეული კონტრაქტები**

სამთავრობო დაწესებულება	შეკვეთის კომპანია	სხვადასხვა მედია კლასტორებში სარედაქციო (ტვ, რადიო, ონლაინ, FACEBOOK ვებ-საიტი)	სულშეკვეთის პერიოდები	სულშეკვეთის თანხა
საქართველოს ენერჯეტიკისა და წყალმომარაგების მარეგულირებელი ეროვნული კომისია – NAT220025600	შპს კლიბ-არტი	www.ipn.ge www.bpn.ge www.newshub.ge www.kvira.ge www.commersant.ge www.imedinews.ge www.for.ge www.ipress.ge www.energynews.ge www.rustavi2.ge www.fortuna.ge www.2020news.ge www.bfm.ge	ახალი ამბების სააგენტოების მეშვეობით ინფორმაციის გავრცელება	111800

<sup>36</sup> საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველო, ტენდერის მონიტორი, ბოლო ნახვა 27 ნოემბერი, 2024. [https://tendermonitor.ge/ge/organization/2052?default\\_tab=2](https://tendermonitor.ge/ge/organization/2052?default_tab=2)

<sup>37</sup> კლიბ-არტის 100% მფლობელი ნათია ორველაშვილი დიმიტრი ტიკარაძის მეუღლეა, რომელიც 2024 წელს განხორციელებულ ცვლილებებამდე შპს პიას 100% წილის მფლობელი იყო <https://api.companyinfo.ge/uploads/docs/10251/10251931-B23115519.pdf> <https://mediameter.ge/ge/media-profiles/pia>

<sup>38</sup> <https://bp.ge/about>



სსიპ ვეტერანების საქმეთა სახელმწიფო სამსახური – SPA230000341	შპს აიფიემ მარკეტ ინტელიჯენს კაუკასუს	www.ipn.ge www.kvira.ge www.reportiori.ge www.mcm.ge www.region.ge www.info9.ge www.geotimes.com.ge www.xnews.ge www.lideri.ge www.spnews.io	ახალი ამბების სააგენტოების მეშვეობით ინფორმაციის გავრცელება	83050
საქართველოს ფინანსთა სამინისტრო – NAT230002148	შპს აიფიემ მარკეტ ინტელიჯენს კაუკასუს	10 საინფორმაციო სააგენტოს მომსახურება	მედიამონიტორინგი და ახალი ამბების სააგენტოების მეშვეობით ინფორმაციის გავრცელება	54000
ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი – NAT220026995	შპს აიფიემ მარკეტ ინტელიჯენს კაუკასუს	არანაკლებ 6 საინფორმაციო სააგენტოს მომსახურება	მედიამონიტორინგი და ახალი ამბების სააგენტოების მეშვეობით ინფორმაციის გავრცელება	54000
სს „საქართველოს სახელმწიფო ელექტროსისტემა“ – SPA220003193	შპს აიფიემ მარკეტ ინტელიჯენს კაუკასუს	4 საინფორმაციო სააგენტოს მომსახურება	მედიამონიტორინგი და ახალი ამბების სააგენტოების მეშვეობით ინფორმაციის გავრცელება	39798
ა(ა)იპ „საზოგადოებასთან კომუნიკაციის სააგენტო“ – NAT220027258	შპს აიფიემ მარკეტ ინტელიჯენს კაუკასუს	IPN www.newshub.ge Info9 lpress	ახალი ამბების სააგენტოების მეშვეობით ინფორმაციის გავრცელება	34440
სს „საქართველოს ნავთობისა და გაზის კორპორაცია“ – NAT230005931	შპს აიფიემ მარკეტ ინტელიჯენს კაუკასუს	IPN.GE BM.GE Primetime.ge bpn.ge commersant.ge	ახალი ამბების სააგენტოების მეშვეობით ინფორმაციის გავრცელება	32214
შერიგებისა და სამოქალაქო თანასწორობის საკითხებში საქართველოს სახელმწიფო მინისტრის აპარატი – NAT230004402	შპს აიფიემ მარკეტ ინტელიჯენს კაუკასუს	www.ipn.ge www.primetime.ge www.accentnews.ge	ახალი ამბების სააგენტოების მეშვეობით ინფორმაციის გავრცელება	20935

თბილისის სახელმწიფო სამედიცინო უნივერსიტეტი – NAT230000308	შპს კლიპ-არტი	fortuna.ge ipn.ge	ახალი ამბების სააგენტოების მეშვეობით ინფორმაციის გავრცელება	18321
ზუგდიდის მუნიციპალიტეტის მერია – NAT230006502	შპს პი არ საკონსულტაციო ჯგუფი	www.stv.ge www.zugdidelebi.ge www.accentnews.ge	ახალი ამბების სააგენტოების მეშვეობით ინფორმაციის გავრცელება	11898
ზუგდიდის მუნიციპალიტეტის მერია – NAT230006502	შპს პი არ საკონსულტაციო ჯგუფი	www.ipn.ge www.newsportal.ge	ახალი ამბების სააგენტოების მეშვეობით ინფორმაციის გავრცელება	8136
ზუგდიდის მუნიციპალიტეტის მერია – NAT230006502	შპს პი არ საკონსულტაციო ჯგუფი	www.ipress.ge www.newshub.ge	ახალი ამბების სააგენტოების მეშვეობით ინფორმაციის გავრცელება	7686
ზუგდიდის მუნიციპალიტეტის მერია – NAT230006502	შპს პი არ საკონსულტაციო ჯგუფი	www.kvira.ge www.radioatinati.ge	ახალი ამბების სააგენტოების მეშვეობით ინფორმაციის გავრცელება	5400
სოხუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტი – CMR230024462	შპს ქართული აზრი	www.reportiori.ge www.qartuliazri.ge www.kvira.ge	ახალი ამბების სააგენტოების მეშვეობით ინფორმაციის გავრცელება	4950

გასული წლების მსგავსად, მედიების ნაწილი, რომელსაც საბიუჯეტო კონტრაქტები აქვს გაფორმებული და სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკას ატარებს<sup>39</sup>, ხელისუფლების ოპონენტების მადისკრედიტირებელ კამპანიებში არის ჩართული, რასაც მომდევნო თავში განვიხილავთ.

ონლაინ მედიის საბიუჯეტო შემოსავლების მეოთხედზე მეტი (25,6% – 486 614 ლარი) „პალიტრა მედია“ ჰოლდინგში შემავალ ონლაინ გამოცემებზე (ipn.ge; kvirispalitra.ge; ambebi.ge, bpn.ge) მოდის. მას 122 388 ლარით (6,4%) მოსდევს ხელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის მქონე Kvira.ge.

Ipress.ge-ზე და იმ მედიებზე (ipress.ge, ibusiness.ge, iregions.ge, imtavroba.ge), რომლებიც Ipress.ge-ის საიტზე პარტნიორებადაა მითითებული, 96 468 (5,1%) ლარი განაწილდა. 2022 წლის მსგავსად, ამ გამოცემებთან ძირითადად ერთიანი კონტრაქტებია გაფორმებული.

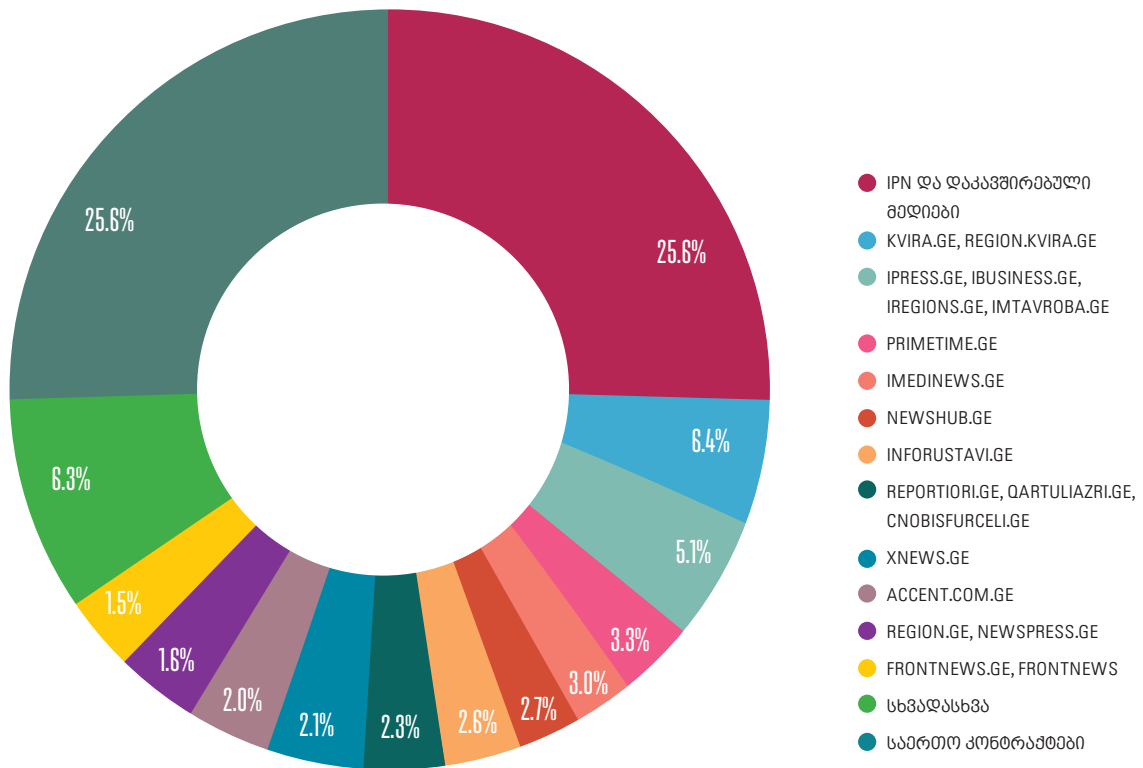
სხვა მედიებზე კი თანხები შემდეგნაირად გადანაწილდა: Primetime – 62 966 ლარი, Imedinews.ge – 56 141 ლარი, Newshub.ge – 51 771 ლარი, Inforustavi.ge – 49 750 ლარი, Reportiori.ge, Qartuliazri.ge, cnobisfurceli.

<sup>39</sup> imedinews.ge, rustavi 2.ge, For.ge, Kvira.ge, Newshub.ge, Marshalpress.ge, Spnews.io, Reportiori.ge, Qartuliazri.ge, Xnews.ge, Lider.ge. Tiflisnews.ge, www.stv.ge

ge – 43 488 ლარი, xnews.ge – 39 950 ლარი, Accent.com.ge – 37 698 ლარი, Region.ge და Newspress.ge – 30 447 ლარი, frontnews.ge – 28 235 ლარი, mak.ge – 25 600 ლარი, GHN – 24 559 ლარი, Epn.ge expressnews.ge, faxinter.news – 22 771 ლარი, Stv.ge, smo – 18 750 ლარი, Marshalpress.ge, mpn.ge – 17 335 ლარი, Info9 – 17 294 ლარი, Aris.ge, Aris.edu.ge – 16 560 ლარი, Bm.ge – 13 636 ლარი, Guardian.ge – 11 085 ლარი, Mcm.ge – 10 800 ლარი, Topnews.com.ge – 10 100 ლარი.

10 000 ლარზე ნაკლები ღირებულების საკონტრაქტო მომსახურებამ ჯამურად 6,6% (120 259 ლარი) შეადგინა და კატეგორიაში „სხვადასხვა“ არის გაერთიანებული.

ღირებულება 14. საბიუჯეტო რეკლამისა და ინფორმაციით მომსახურების თანხმობივი განაწილება ონლაინ მედიით, 2023



## 2.4. გეოლოკალიზაცია

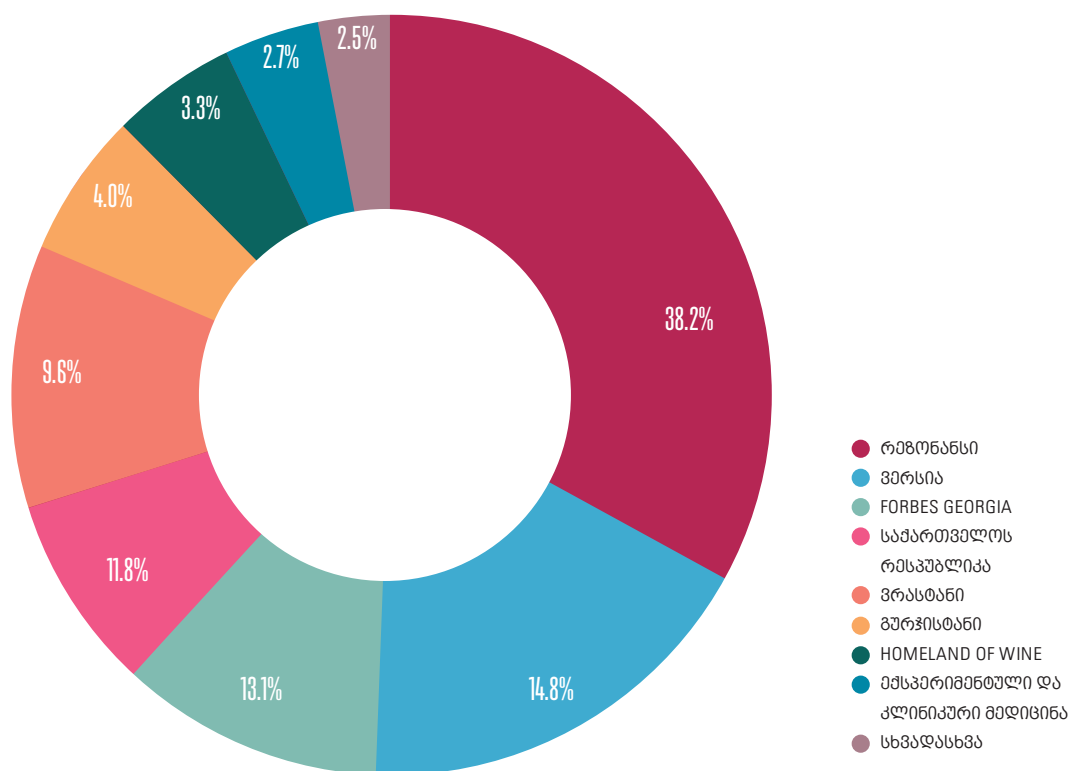
2023 წელს ბეტდვით გამოცემებში საინფორმაციო და სარეკლამო მომსახურებაზე, სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს მონაცემების თანახმად, ჯამში 331 599 ლარის ღირებულების ხელშეკრულება გაფორმდა. ეს თანხა წინა წელთან (2022: 271 173 ლარი) შედარებით, 22%-ით (60 426 ლარი) არის გაზრდილი.

წინა წლის მსგავსად, 2023 წელს ყველაზე მეტი ღირებულების საინფორმაციო მომსახურების ხელშეკრულება სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის „რეზონანსთან“ (38,2% – 77 111 ლარი) გაფორმდა, რაც წინა წლის მონაცემთან (69 677 ლარი) შედარებით, მცირედით გაზრდილი მაჩვენებელია. ნაციონალური გამოცემებიდან მას მოსდევს „ვერსია“ (14,8% – 30 000 ლარი), რომლის საბიუჯეტო რეკლამის შემოსავალი 2022 წელს იდენტური (29 997 ლარი) იყო.

სხვა ბეტდვით გამოცემებზე კი საბიუჯეტო კონტრაქტების ღირებულება ასე გადანაწილდა: Forbes Georgia – 26 561 ლარი (13,1%), „საქართველოს რესპუბლიკა“ – 23 864 ლარი (11,8%), სომხურენოვანი „ვრასტანი“ – 19 420 ლარი (9,6%) და აზერბაიჯანულენოვანი „გურჯისტანი“ – 8 000 ლარი (4%), Homeland Of Wine – 6 680 ლარი (3,3%), „ექსპერიმენტული და კლინიკური მედიცინა“ – 5 435 ლარი (2,7%). ბეტდვით მედიაში 5 000 ლარზე ნაკლები ღირებულების საბიუჯეტო კონტრაქტები ჯამურად – 5 013 ლარს (2,5%) შეადგენს და კატეგორიაში „სხვადასხვა“ გავაერთიანეთ.

პრესაში რეკლამის განმათავსებელ საბიუჯეტო ორგანიზაციებს შორის არიან სასწავლო და სამეცნიერო დაწესებულებები<sup>40</sup>, ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო და სხვა უწყებები.<sup>41</sup>

დიაგრამა 15. საბიუჯეტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების თანხობრივი გადანაწილება ნაციონალურ ბეჭდვით მედიაში, 2023



<sup>40</sup> საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი, საქართველოს სოფლის მეურნეობის მეცნიერებათა აკადემია, სსიპ ილია წინამძღვრიშვილის სახელობის კოლეჯი, სოხუმის ი. ვეკუას ფიზიკა-ტექნიკის ინსტიტუტი, სსიპ ივანე ბერიტაშვილის ექსპერიმენტული ბიომედიცინის ცენტრი, გრიგოლ წულუკიძის სამთო ინსტიტუტი, სსიპ საქართველოს მეცნიერებათა ეროვნული აკადემია

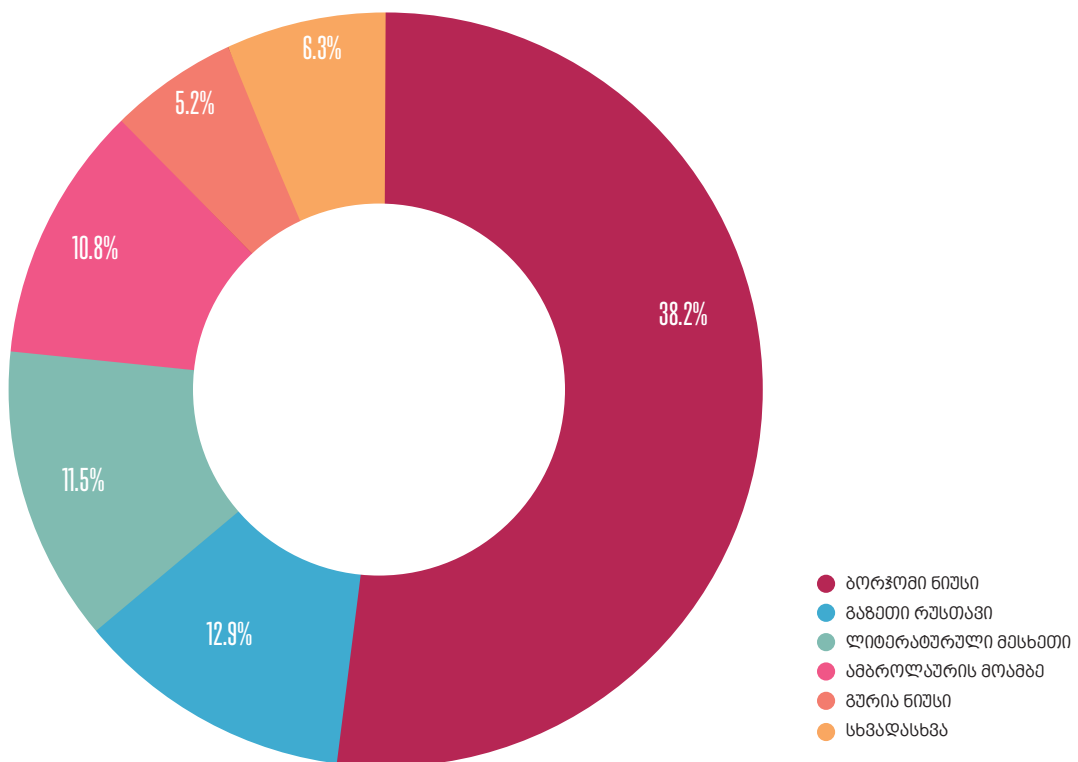
<sup>41</sup> საქართველოს იუსტიციის უმაღლეს საბჭოსთან არსებული სსიპ საერთო სასამართლოების დეპარტამენტი, სახელმწიფო ქონების ეროვნული სააგენტო, სსიპ „რაფიელ დვალის მანქანათა მექანიკის ინსტიტუტი“, ნინოწმინდის მუნიციპალიტეტის მერია, შემოსავლების სამსახური, აფხაზეთის ავტონომიური რესპუბლიკის მთავრობის აპარატი, ქ. საჩხერის აკ.წერეთლის სახელობის სახელმწიფო მუზეუმი, ახალქალაქის მუნიციპალიტეტი, საქართველოს რეგიონული განვითარებისა და ინფრასტრუქტურის სამინისტროს საქართველოს საავტომობილო გზების დეპარტამენტი, „საქპატენტი“, გარემოსდაცვითი ინფორმაციისა და განათლების ცენტრი, სს „საქართველოს სახელმწიფო ელექტროსისტემა“, საქართველოს შსს სსიპ დაცვის პოლიციის დეპარტამენტი, ქ. თბილისის პეტროს ადამიანის სახელობის სომხური სახელმწიფო დრამატული თეატრი, ღვინის ეროვნული სააგენტო, იმერეთის დანიშნულების ადგილის მართვის ორგანიზაცია, საჯარო რეესტრის ეროვნული სააგენტო, შ.პ.ს. „თბილსერვის ჯგუფი“, სოფლის განვითარების სააგენტო, საქართველოს შსს სსიპ დაცვის პოლიციის დეპარტამენტი.

2023 წელს საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა რეგიონალურ ბეჭდვით მედიასთან სულ 129 515 ლარის ხელშეკრულება გააფორმეს. ამ თანხის ნახევარზე მეტი (53,3% – 69 000 ლარი) გაზეთ ბორჯომი ნიუსზე (შპს „ქიმერიონი“) მოდის.

სხვა რეგიონულ ბეჭდვით გამოცემებზე კი საბიუჯეტო კონტრაქტების ღირებულება ასე გადანაწილდა: გაზეთი „რუსთავი“ – 16 700 ლარი (12,9%), „ლიტერატურული მესხეთი“ – 14 836 ლარი (11,9%), „ამბროლაურის მოამბე“ – 13 999 ლარი (10,8%), „გურია ნიუსი“ – 6 780 ლარი (5,2%).

3 000 ლარზე ნაკლები ღირებულების საბიუჯეტო კონტრაქტები, რამაც 6,3% (8 200 ლარი) შეადგინა, გაერთიანებულია კატეგორიაში „სხვადასხვა“.

დიაგრამა 16. საზოგადოებრივი რეკლამისა და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით მედიური საზოგადოებრივი ტელევიზიის განაწილება რეგიონულ ბეჭდვით მედიით, 2023



რეგიონულ ბეჭდვით მედიაში საბიუჯეტო რეკლამის ძირითადად ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოები და მათ დაქვემდებარებაში მყოფი უწყებები (99,3% 128 629 ლარი) ათავსებენ.

## 2.5. სოციალური მედია

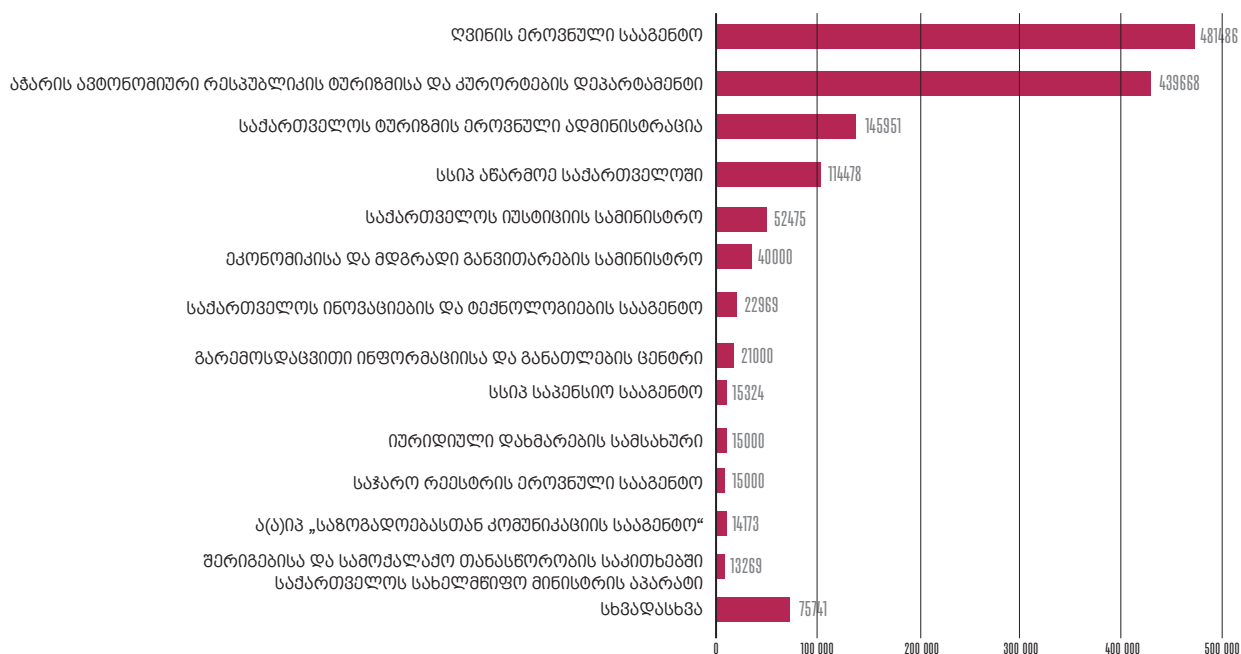
სოციალურ მედიაში განთავსებული სარეკლამო მომსახურების კონტრაქტები სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს ელექტრონულ ბაზაში მოვიძიეთ<sup>42</sup>, რომლის მონაცემების თანახმად, 2023 წელს საბიუჯეტო ორგანიზაციებს სოციალურ მედიაში (Facebook, Instagram, youtube, LinkedIn) სარეკლამო და მარკეტინგ-

<sup>42</sup> 79300000 – ბაზრის კვლევა და ეკონომიკური კვლევა; გამოკითხვები და სტატისტიკა.

გული მომსახურების გაწევის მიზნით, ჯამში 1 466 534 ლარის ღირებულების საკონტრაქტო მომსახურება ჰქონდათ გათვალისწინებული, რაც წინა წელთან (2022: 560 407 ლარი) შედარებით 161%-ით გაზრდილი თანხაა.

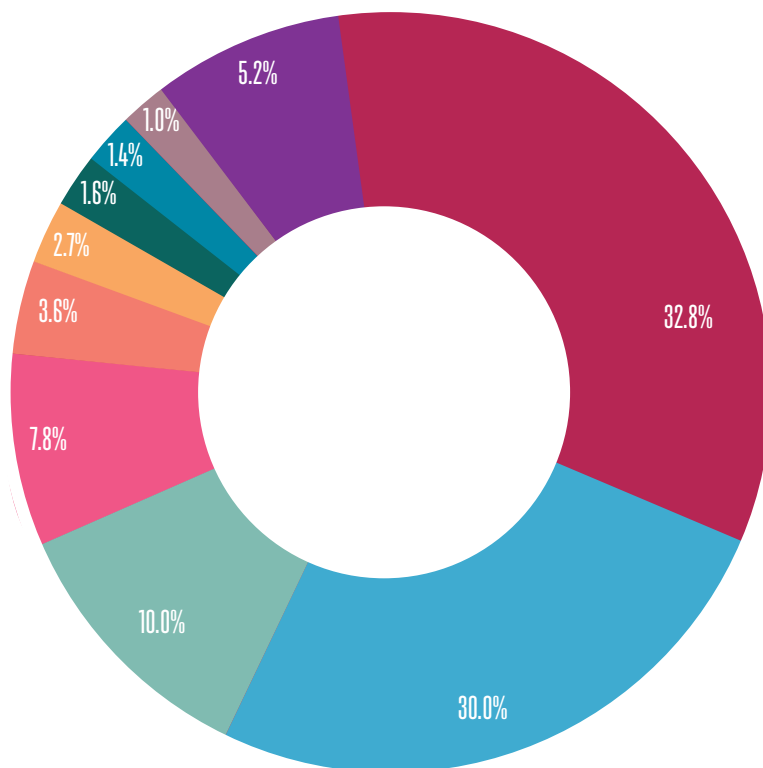
შესყიდვების სააგენტოს ბაზაში არსებული მონაცემების მიხედვით, სოციალური მედიის მომსახურებაზე ყველაზე მეტი ღირებულების სარეკლამო თანხა (32,8% – 481 486 ლარი) ღვინის სააგენტომ დახარჯა, მას მოსდევს აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტი (30% – 439 668 ლარი). სხვა ორგანიზაციების თანხები კი შემდეგნაირად გადანაწილდა:

დიაგრამა 17: საბიუჯეტო ორგანიზაციების სარეკლამო თანხები სოციალურ მედიის შესყიდვების სააგენტოს მონაცემების მიხედვით, 2023



სხვა საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა კი, რომელთა რეკლამის გავრცელების ღირებულება სოციალურ მედიაში 10 000 ლარზე ნაკლები იყო, 75 741 ლარი შეადგინა.

დიაგრამა 18: საბიუჯეტო ორგანიზაციების სარეკლამო თანხების პროცენტული განაწილება სოციალურ ბედიანი ფუნდების საგნებზე, მონაცემების მიხედვით, 2023



- წინის ეროვნული სააგენტო
- აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტი
- საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია
- სსიპ ანარძოე საქართველოში
- საქართველოს იუსტიციის სამინისტრო
- ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო
- საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტო
- გარემოსდაცვითი ინფორმაციისა და განათლების ცენტრი
- სსიპ საგნის სააგენტო
- სსიპ საგნის სააგენტო

საბიუჯეტო თანხები სინფორმაციო სააგენტოებისთვის ფინანსურ გვერდზე და ჯგუფური ინფორმაციის გავრცელებლად. 2023 წლის საბიუჯეტო კონტრაქტების მონაცემების ანალიზისას, წინა წლების მსგავსად, გამოვლინდა შემთხვევები, როდესაც საინფორმაციო მომსახურების გავრცელებაზე საბიუჯეტო ორგანიზაციების მიერ გაფორმებული ხელშეკრულებები (ჯამური ღირებულება 10 593 ლარი) მასალების სააგენტოს ვებ-გვერდზე განთავსების გარდა, ინფორმაციის სხვა ფეისბუქ ჯგუფებსა და გვერდებზე გაზიარების ვალდებულებასაც ითვალისწინებდა.

2023 წელს აღნიშნული ტიპის 1 კონტრაქტი სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის For.ge-სთან გაფორმდა<sup>43</sup> (3 993 ლარი), 1 – შპს მედიაცენტრი მთავართან (3 600 ლარი), 1 კი – სამეგრელოს მედია ორგანიზაცია Smo.ge-სთან (3 000 ლარი). ქვემოთ მოცემული ცხრილი ასახავს იმ ფეისბუქ ჯგუფებსა და გვერ-

<sup>43</sup> კონტრაქტი გაფორმდა მიწის მდგრადი მართვისა და მიწათსარგებლობის მონიტორინგის ეროვნულ სააგენტოსთან (CMR230016202);

დებს, სადაც საჯარო უწყებების ინფორმაციის განთავსება უნდა მომხდარიყო. აღსანიშნავია, რომ ხუთივე ფეისბუქ გვერდი (For.ge, Yellow Faqts, Tbilisi news, თავისუფლება, პოემია Front news) და ორივე ჯგუფი (პოზიტივი, For.Ge), სადაც ინფორმაციის განთავსების ვალდებულება არსებობდა, თავად სააგენტო For.ge-სთან არის დაკავშირებული, რადგან ჩვენ შესახებ განყოფილებაში მისამართად ყველას [www.for.ge](http://www.for.ge) აქვს მითითებული; ხოლო ჯგუფებს „For.Ge – საინფორმაციო, ანალიტიკური პორტალი“ და „პოზიტივი“ For.ge-ს დამფუძნებელი და რედაქტორი როზეტა ჟღამაია და for.ge-ს მართული ზემოთ ჩამოთვლილი 4 გვერდი მართავს. სააგენტოს დამფუძნებლებმა და გამგეობის წევრმა როზეტა ჟღამაიმ და გიორგი იაკობაშვილმა ია მეტრეველთან და იოსებ მანჯავიძესთან ერთად 2020 წლის 7 აგვისტოს არასამთავრობო ორგანიზაცია ააიპ „დავასრულოთ“ დაარსეს, რომლის მიზანიც, მათი განცხადებით, ნაციონალური მოძრაობის დასრულებაა.<sup>44</sup>

საინფორმაციო სააგენტო “For.ge”-ს გარდა, მსგავსი ხელშეკრულება გამოვლინდა მეორე სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის გამოცემის – სამეგრელოს მედია ორგანიზაცია Stv.ge-ის შემთხვევაშიც, რომელსაც ხობის მუნიციპალიტეტის<sup>45</sup> მასალები რეგულარულად Facebook-ის სხვადასხვა პოპულარულ პოლიტიკურ თუ სხვა ჯგუფებში უნდა გავრცელებინათ.

სსიპ „ცხოველთა მონიტორინგის სააგენტოსა“ და „მედიაცენტრ მთავარს“ შორის გაფორმებული კონტრაქტი<sup>46</sup> კი, ინფორმაციის [WWW.MCM.GE-ზე](http://WWW.MCM.GE) განთავსებასთან ერთად, მასალების „მედიაცენტრ მთავარის“ „ფეისბუქ გვერდსა“ და სოციალურ ჯგუფებში გავრცელებასაც მოიცავდა.

**სხრილი 7. 2023 წელს საბიუჯეტო უწყებების მიერ ინფორმაციის ფეისბუქ ჯგუფებსა და ვებ-გვერდებზე განთავსების მომსახურებაზე გაფორმებული კონტრაქტები**

კონტრაქტური	საბიუჯეტო უწყება	კონტრაქტის ლირებულზე ლარებში	თემატური FACEBOOK ვებ-გვერდი	FACEBOOK ჯგუფები
For.ge	მიწის მდგრადი მართვისა და მიწათსარგებლობის მონიტორინგის ეროვნული სააგენტო	3 993	1. For.ge 2. Yellow facts 3. Tbilisi news 4. პოემია front news 5. თავისუფლება	1. For.ge 2. პოზიტივი
MCM.GE	სსიპ „ცხოველთა მონიტორინგის სააგენტო“	3 600	<a href="https://www.facebook.com/mcm.ge">https://www.facebook.com/mcm.ge</a>	სოციალურ ჯგუფებში
Smo.ge	ხობის მუნიციპალიტეტის კულტურულ-საგანმანათლებლო ცენტრი	3 000	ვებ-გვერდი არ მუშაობს	

<sup>44</sup> 36-37 გვ. მედიის ფინანსური გამჭვირვალობა 2020, მედიის განვითარების ფონდი, ხელმისაწვდომია: <https://mdfgeorgia.ge/uploads//mediisfinansurigamchvirvaloba2020.pdf>

<sup>45</sup> კონტრაქტი გამოფორმდა ხობის მუნიციპალიტეტის კულტურულ-საგანმანათლებლო საზოგადოებრივ ცენტრთან (CMR220167873);

<sup>46</sup> CMR220162317



### III. საბიუჯეტო კონსტრუქციები წინააღმდეგობრივი საკრედიტო პოლიტიკის მექანიზმების

მედიში საბიუჯეტო სარეკლამო და საინფორმაციო მომსახურების თანხების გადანაწილება აჩვენებს, რომ საჯარო დაწესებულებები წინააღმდეგობრივი სარედაქციო პოლიტიკის მექანიზმების მექანიზმებით, 2022 წელთან შედარებით, გასულ წელს კიდევ უფრო აქტიურად სარგებლობდნენ.

ამ თვალსაზრისით კვლავ 2 ტიპის მედიებთან თანამშრომლობის პრაქტიკა გამოიკვეთა:

1. გამოცემები, რომლებიც სიძულვილის ენას და ანტიდასავლურ განწყობებს აღვივებენ;
2. სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის მედიები, რომლებიც ხელისუფლების ოპონენტების საწინააღმდეგო კამპანიებში კოორდინირებულად იყვნენ ჩართული და, გარკვეულ შემთხვევებში, ყალბ ამბებსაც ავრცელებდნენ.

#### 3.1. სიკულევის ენის და ანტიდასავლური განწყობების შექმნის საკრედიტო პოლიტიკის მექანიზმები

**საქართველოს რესპუბლიკა და სახელისუფლო ტელევიზიები.** სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს ბაზაში ხელმისაწვდომი მონაცემების მიხედვით, გაზეთ „საქართველოს რესპუბლიკასთან“<sup>47</sup>, საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა 2023 წელს 23 864 ლარის ღირებულების კონტრაქტი გააფორმეს, რაც 2022 წლის მაჩვენებელს (10 754 ლარი) ორჯერ აღემატება.

საბიუჯეტო შემოსავლებთან ერთად, გაიზარდა იმ უწყებების სია, რომლებმაც ანტიდასავლური და ჰომოფობიური განწყობების მექანიზმები ამ გამოცემაში სარეკლამო და საინფორმაციო მომსახურებით ისარგებლეს. საკვლევ პერიოდში გამოცემასთან კონტრაქტები შემდეგმა საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა გააფორმეს:

- საქართველოს რეგიონული განვითარებისა და ინფრასტრუქტურის სამინისტროს საქართველოს საავტომობილო გზების დეპარტამენტი
- „საქპატენტი“

<sup>47</sup> „საქართველოს რესპუბლიკა“ საბჭოთა პერიოდში გაზეთ „კომუნისტის“, ხოლო 90-იან წლებში წლებში „ახალი საქართველოს“ სახელით გამოიცემოდა <https://mediameter.ge/ge/media-profiles/gazeti-sakartvelos-respublika>

- სს „საქართველოს სახელმწიფო ელექტროსისტემა“
- აფხაზეთის ავტონომიური რესპუბლიკის მთავრობის აპარატი
- აჭარის ა.რ. ფინანსთა და ეკონომიკის სამინისტრო
- საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი
- საქართველოს სოფლის მეურნეობის მეცნიერებათა აკადემია
- სსიპ საქართველოს მეცნიერებათა ეროვნული აკადემია
- სოხუმის ი. ვეკუას ფიზიკა-ტექნიკის ინსტიტუტი
- სსიპ „რაფიელ დვალის მანქანათა მექანიკის ინსტიტუტი“
- ქ. საჩხერის აკ. წერეთლის სახელობის სახელმწიფო მუზეუმი
- სსიპ ივანე ბერიტაშვილის ექსპერიმენტული ბიომედიცინის ცენტრი
- გრიგოლ წულუკიძის სამთო ინსტიტუტი

გამოცემის საბიუჯეტო სარეკლამო შემოსავლის დაახლოებით მესამედი (8 881 ლარი) სსიპ საქართველოს მეცნიერებათა ეროვნული აკადემიაზე მოდის, მას საქართველოს რეგიონული განვითარებისა და ინფრასტრუქტურის სამინისტროს საქართველოს საავტომობილო გზების დეპარტამენტი (7870 ლარი) და საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი (1732 ლარი) მოსდევს.

წინა წლების მსგავსად, 2023 წელს „საქართველოს რესპუბლიკაში“ გამოქვეყნებული მასალები ანტი-დასავლურ განწყობებს აღვივებს და ხშირ შემთხვევაში, ჰომოფობიური შინაარსისაა.

- დემოკრატია... სისხლით! ამერიკა არ პატიობს ღარიბაშვილს იმ ნაბიჯებს, რომელიც გადადგა<sup>48</sup>
- ნეოლიბერალური ფაშიზმი<sup>49</sup>
- ამერიკა და ევროპა – პროვინციული გარყვნილების გზით!<sup>50</sup>
- „მთავარის“ ყოფილი პირველი ქათამი...<sup>51</sup>
- ევროპა და ამერიკა სულიერი წარღვნის პირისპირ! ლიბერალური იდეოლოგია და „სექსუალური გეი იესო“<sup>52</sup>



<sup>48</sup> საქართველოს რესპუბლიკა, #111, 2 ოქტომბერი, 2023 <https://sak.ge/9339-2-2-54-7-14-95-22-6-48/>  
<sup>49</sup> საქართველოს რესპუბლიკა #102, 8 სექტემბერი, 2023 <https://sak.ge/9339-2-2-54-7-14-95-22-6-40/>  
<sup>50</sup> საქართველოს რესპუბლიკა, #76, 30 ივნისი, 2023 <https://sak.ge/9339-2-2-54-7-14-95-22-6-15/>  
<sup>51</sup> საქართველოს რესპუბლიკა, #76, 30 ივნისი, 2023 <https://sak.ge/9339-2-2-54-7-14-95-22-6-15/>  
<sup>52</sup> საქართველოს რესპუბლიკა, #53, 11 მაისი, 2023 <https://sak.ge/9339-2-2-54-7-14-95-21/>

## ამერიკა და ევროპა - პროვინციული გარყვნილების გზით!

**ზაზა შათირიშვილი:**  
საბრძოლო ვაჟი უნდა ღაიფის თაბი ფსაფოლგაპლაკი პროპაგანდისან. რკვტრს

④ **ოქისან ინავს ღღვს თავს**



**ავრილიანი ბიორგი რნსაქი**

⑤ **ავნილა, ვერიხსა, ნუგაშინისას...**

### წაშლილი ფაქტები



⑥ **ბაქა**

⑦ **ბაქა**

## დემოკრატია... სისსლით!

### ამერიკა არ პატივს ღარიბაშვილს იმ ნაბიჯებს, რომელს გადაღბა!..

**ღმინანი:** ბატონო პრეზერო, თქვენ გავით კარგი მუსაბელობა, აღადგინოთ გერაციონული მილიანობა. რუსეთი მოღიანდა არის დაკავებული უკრაინით, მათ მათ ღღვს თქვენი თიუ არ კეთი და თქვენ შეეძლიათ უყბოთ, დაბრუნოთ გერაციონები. ჩვენ მხარს დაგვიჭერთ.

**ღმინანი:** ბოდიშს ვითხოვ, მაგრამ რუსეთი, თუნდაც ღღვრით, თუნდაც ღღვრით დატყეული, ქალი ხელით შეძლებს დაბრუნებას, მაგალითად, თბილისი!

**ღმინანი:** არაუშავს, ჩვენ შეგებრებით.

**ღმინანი:** მაგრამ, ხალხი? ღმინანი: დემოკრატისთვის ბრძოლა უსისხლოდ არსად არ მიმდინარეობს...




⑧ **ბაქა**

## პირჯინის სკოლის პორლის ნავრა ფიცი ბი პორნოვა დალო

**აშშ-ში, ვირჯინიის შტატის ქალაქ ფეარფაქსის ერთ-ერთი სკოლის მონდის წევრი სკოლის მიმლიოთეკაში სესქის აღწერის შემცველი წიგნების მომხრეა.**

კარლ ფონი, რომელიც მონდის თავმჯდომარედ აირჩიეს, მხარს უჭერს მიმლიოთეკაში ისეთი წიგნების არსებობას, რომლებიც ერთბაშად ანაბრანა სესქის გრადიულ აღწერას შეეყავს. ხშირად კრიტიკოსები მას პორნოგრაფიულსაც უწოდებენ.

**ფეარფაქსის აქვს შემარჯუნ რელიგიური ფაბიკის ეიფერტად ცოფის ისტორია**, - განაცხადა მან. ამასთან, კრიტიკოსები ეწვევენ აყენებენ ფონის საქმიანობას ვირჯინიის სკოლებში. რადგან მას თავად შეიღებინ არ უყავს და არის პოლიტიკური კონსულტანტი კალიფორნიიდან.



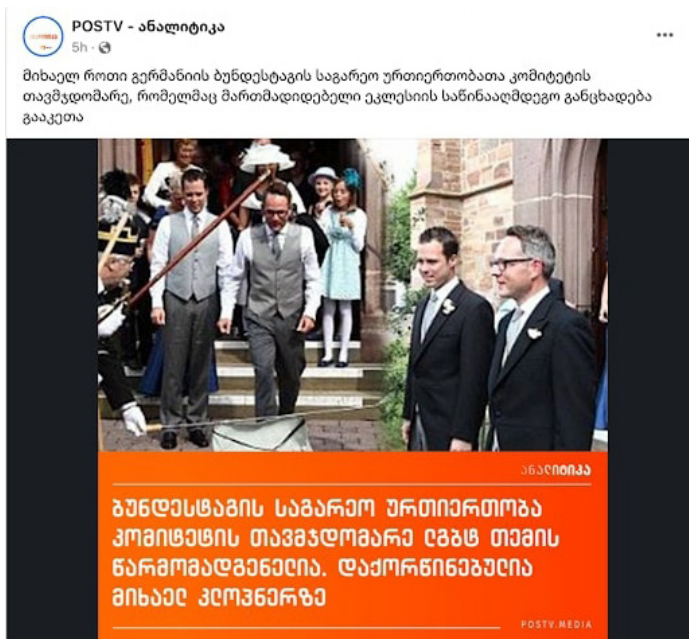
2023 წლიდან ჰომოფობიური კონტექსტი სახელისუფლებო მედიაში, განსაკუთრებით ტელევიზიებშიც, მკაფიოდ გამოიკვეთა, რაც ხელისუფლების პოპულისტურ დღის წესრიგს, კერძოდ, ე.წ. „გვი პროპაგანდის“ შემზღუდავი კანონმდებლობის ინიციატივასთან იყო ბმაში. სახელისუფლებო „პოსტგმე“, რომელიც საბიუჯეტო რეკლამის მიმღებთა შორისაა, გაჩნდა გადაცემა „ლიბერალიზმის ანატომია“, რომელიც სიძულვილის ენას აღვივებს<sup>53</sup>, ასევე ჰომოფობიური ხასიათის დემინფორმაციას<sup>54</sup> ხშირად ავრცელებს. გარდა ამისა, სახელისუფლებო პროპაგანდისტული მედიები ევროპელი პოლიტიკოსების კრიტიკის საპასუხოდ, რაც საქართველოში დემოკრატიის უკუსვლას შეეხება, მოგვრ მათ პირად ცხოვრებას ამ პოლიტიკოსების დისკრედიტაციისთვის და ანტიდასავლური, ჰომოფობიური კონტექსტის შექმნისთვის იყენებდნენ. გერმანიის პარლამენტის საგარეო ურთიერთობათა კომიტეტის თავმჯდომარე, მიხაილ როთი საბიუჯეტო კონტრაქტებით მოსარგებლე მედიასაშუალებების მხრიდან კოორდინირებული შეტევის ობიექტი არაერთხელ გამხდარა. მაგალითად, სახელისუფლებო მედიები ხშირად ვიზუალურ მანიპულაციას მიმართავდნენ და როთის განცხადებებს, რომლებიც საქართველოში არსებულ ვითარებას ან სხვა თემებს ეხებოდა, მისი გვიქორწინების ფოტოებს უკონტექსტოდ ურთავდნენ (Postv, newshub, info9), ან ცისარტყელას ფერებიან აქსესუარებიან ფოტოებთან ერთად აქვეყნებდნენ („იმედი“, info9), რაც თემატურად კავშირში არ იყო გასაშუქებელ საკითხებთან. ასევე ეკლესიის კრიტიკის საპასუხოდ, ხდებოდა მისი რელიგიასთან მებრძოლად (For.ge) წარმოჩენა და ამ კონტექსტში პირადი ქორწინების ფოტოს გამოყენება<sup>55</sup>:

<sup>53</sup> მედიის განვითარების ფონდი, 2024. ანტიდასავლური პროპაგანდა და დემინფორმაცია 2024 წლის საპარლამენტო არჩევნებზე <https://mdfgeorgia.ge/geo/view-library/257>

<sup>54</sup> მითების დეტექტორი <https://bit.ly/4gffffm>

<sup>55</sup> For.ge <https://bit.ly/418aWlt>

- **Postv:** „მიხაელ როთი გერმანიის ბუნდესტაგის საგარეო ურთიერთობათა კომიტეტის თავმჯდომარე, რომელმაც მართლმადიდებელი ეკლესიის საწინააღმდეგო განცხადება გააკეთა“<sup>56</sup>.
- **Postv:** „მიხაელ როთი: ყველა ეკლესია, რელიგია და მათი მრევლი ვალდებული არიან, გაუძლონ კრიტიკას. ზოგიერთს ამასთან დაკავშირებით ვერ კიდევ პრობლემები აქვს - ჩემს შემთხვევაში ეს ქართული მართლმადიდებლობა, ისევე როგორც ისლამი“<sup>57</sup>.



მაგალითად, ტელეკომპანია „იმედი“, ასევე newshub.ge-თან დაკავშირებული ფეისბუქ გვერდი ვიგაგვე<sup>58</sup> როთის განცხადებას უვიზო მიმოსვლის შეჩერებასთან დაკავშირებით, ლგბტ თემის აქსესუარებიანი სურათით<sup>59</sup> აქვეყნებდა. იმავე მეთოდს მიმართავდა For.ge<sup>60</sup> და „იმედი“ ბუნდესტაგის დეტაპუტატის სხვა განცხადებებთან დაკავშირებით. „იმედზე“ გამოქვეყნებულ როთის ცისარტყელის პირბადიან ფოტოს თან ერთვოდა კომენტარი, რომელიც მისი იდენტობითა და ეკლესიასთან დაკავშირებული განცხადებით მანიპულირებდა:

<sup>56</sup> Postv <https://bit.ly/4ipMUuq>  
<sup>57</sup> Postv <https://bit.ly/49hOpor>  
<sup>58</sup> <https://bit.ly/4g9nahS>  
<sup>59</sup> იმედი. მიხაელ როთი: მე კატეგორიული წინააღმდეგი ვიყავი უვიზო რეჟიმის შეჩერების, მაგრამ პოზიცია შევიცვალე <https://bit.ly/4ibMDsS>  
<sup>60</sup> For.ge <https://bit.ly/4gdrHzP>

**იმედი:** „მიხაილ როთი საქართველოში ჩამოვიდა. გერმანელმა ლგბტქ+ დეპუტატმა ქართული ეკლესიის შეურაცხყოფისთვის ბოდიში არ მოიხადა“<sup>61</sup>.



„Postv-სთან“, „იმედთან“, „საქართველოს რესპუბლიკასთან“ და სხვა ონლაინ გამოცემებთან გაფორმებული ხელშეკრულებები მათი ჰომოფობიური სარედაქციო პოლიტიკის გამო არის კრიტიკის საგანი. ევროსაბჭოს რასიზმისა და შეუწყნარებლობის წინააღმდეგ ევროპის კომისიის (ECRI) რეკომენდაცია #7-ის თანახმად,<sup>61</sup> წევრმა სახელმწიფოებმა კონტრაქტების გაფორმებისას ანტიდისკრიმინაციული პოლიტიკით უნდა იხელმძღვანელონ, რასაც ხელისუფლება საბიუჯეტო სერვის კონტრაქტების გაფორმების დროს უგულებელყოფს და წლებია ამ გამოცემას აფინანსებს.

<sup>61</sup> იმედი <https://bit.ly/4idfUTU>  
<sup>62</sup> რასიზმისა და რასობრივი დისკრიმინაციის წინააღმდეგ ბრძოლის ეროვნული კანონმდებლობის შესახებ ECRI-ის რეკომენდაციები. მიღებულია 2002 წლის 13 ოქტომბერს. <https://www.coe.int/en/web/european-commission-against-racism-and-intolerance/>

### 3.2. სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის ტელევიზიებისა („იმედი“, „პოსტვ“, „რუსთავი 2“, საზოგადოებრივი მაუწყებელი), 2023 წელს საბიუჯეტო კონტრაქტები ასევე გაფორმდა სახელისუფლებო ონლაინ მედიებთანაც (Kvira.ge, რეპორტიორი, qartuliazri.ge, მარშალბრესი, For.ge, lideri.ge, www.spnews.io, Xnews.ge, newshub.ge, primetime.ge), რომლებიც ჰომოფობიური კონტენტის გარდა, ხელისუფლების ოპონენტების მადისკრედიტირებელ კამპანიებშიც ხშირად კოორდინირებულად არიან ჩართული.

აღნიშნული გამოცემები ხშირად ერთი და იგივე შინაარსის მასალებს პოლიტიკური ოპონენტების, სამოქალაქო ორგანიზაციების და დასავლეთის წინააღმდეგ კოორდინირებულად ავრცელებენ, პირველწყაროდ კი ხელისუფლების მხარდამჭერი კინორეჟისორის გოგა ხაიდრავას ტვიტერ პოსტს ეყრდნობიან, რომელსაც იდენტური სათაურებითა და გზავნილებით აშუქებენ.

მაგალითად, ხაიდრავას X-ის პოსტს ევროპარლამენტარ რასა იუკნევიჩინეს შესახებ 10-მდე სახელისუფლებო მედიამ (imedinews.ge, For.ge, info9.ge, newshub.ge, kvira.ge, primetime.ge, lideri.ge, Xnews.ge) ერთი და იმავე ტექსტით გამოაქვეყნა.

მაგალითად, ხაიდრავას X-ის პოსტს ევროპარლამენტარ რასა იუკნევიჩინეს შესახებ 10-მდე სახელისუფლებო მედიამ (imedinews.ge, For.ge, info9.ge, newshub.ge, kvira.ge, primetime.ge, lideri.ge, Xnews.ge) ერთი და იმავე ტექსტით გამოაქვეყნა.

**X-ის პოსტი**

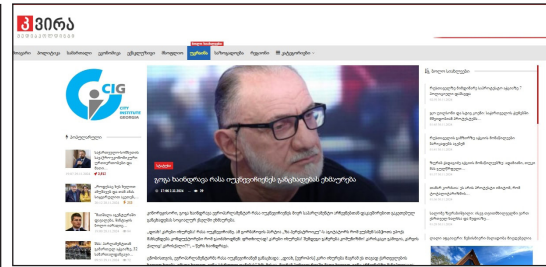
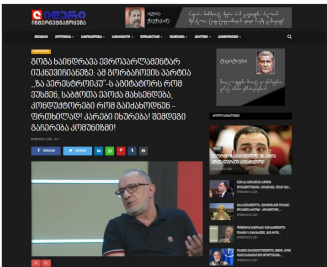
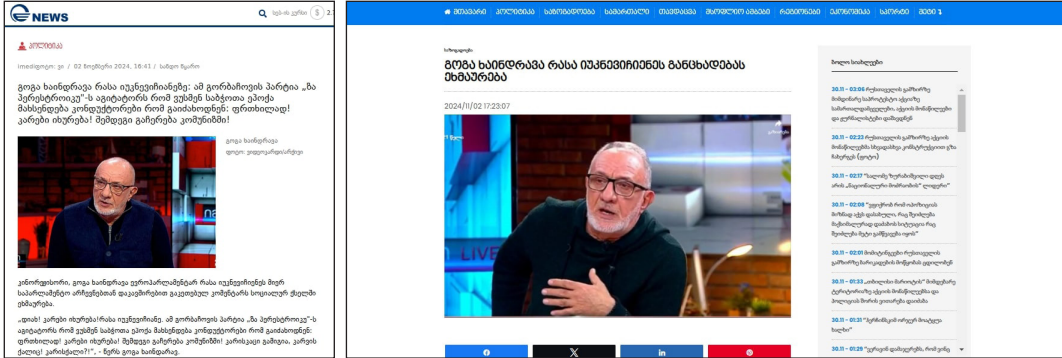
დიახ! კარები იხურება! რასა იუკნევიჩიანე. ამ გორბაჩოვის პარტია „ზა პერესტროიკუ“-ს აგიტატორს რომ ვუსმენ საბჭოთა ეპოქა მახსენდება კონდუქტორები რომ გაიძახოდნენ: ფრთხილად!  
კარები იხურება! შემდეგი გაჩერება კომუნიზმი!  
კარისკაცი გამიგია, კარვის ქალიც! კარისქალი?!



**Goga Khaindrava**  
@KhaindravaGoga

**დიახ! კარები იხურება! რასა იუკნევიჩიანე. ამ გორბაჩოვის პარტია „ზა პერესტროიკუ“-ს აგიტატორს რომ ვუსმენ საბჭოთა ეპოქა მახსენდება კონდუქტორები რომ გაიძახოდნენ: ფრთხილად! კარები იხურება! შემდეგი გაჩერება კომუნიზმი! კარისკაცი გამიგია, კარვის ქალიც! კარისქალი?!**

### გეგმა



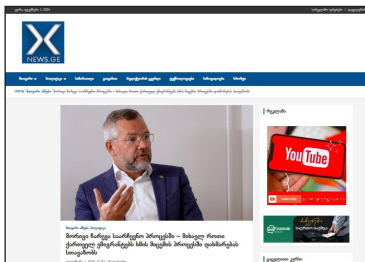
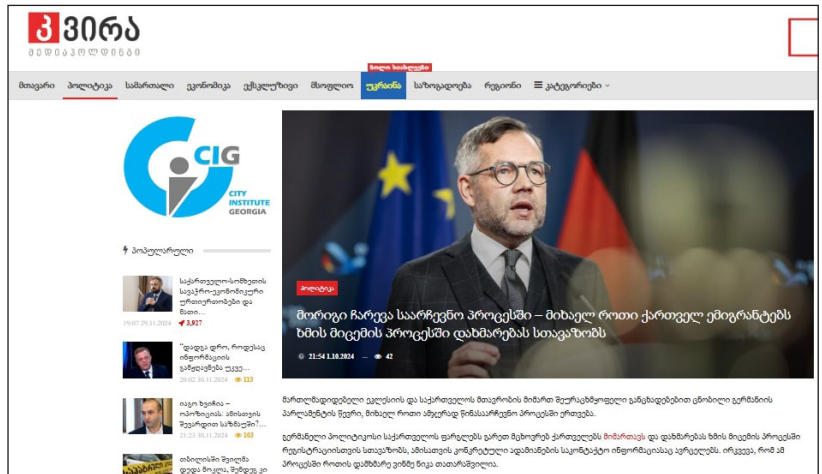
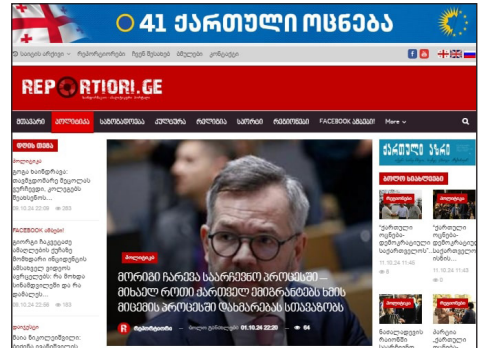
2024 წლის საპარლამენტო არჩევნებზე სახელისუფლებო გამოცემებში, („იმედი“<sup>63</sup>, Guria Times • გურია თაიმსი, ჭიათურის საათი, სამეგრელოს ქრონიკა და სხვები) მათ შორის რეგიონულშიც, იდენტური სათაურების და ტექსტის გავრცელების შემთხვევა გამოავლინა ასევე „მითების დეტექტორმა“ და აქაც ბუნდესტაგის საგარეო ურთიერთობების კომიტეტის თავმჯდომარე, მიხაილ როთი ფიგურირებდა<sup>64</sup>.

**საშუაში:** მორიგი ჩარევა საარჩევნო პროცესში – მიხაილ როთი ქართველ ემიგრანტებს ხმის მიცემის პროცესში დახმარებას სთავაზობს

**შემაჯობი:** მართლმადიდებელი ეკლესიის და საქართველოს მთავრობის მიმართ შეურაცხყოფელი განცხადებებით ცნობილი გერმანიის პარლამენტის წევრი, მიხაილ როთი ამჯერად წინასაარჩევნო პროცესში ერთვება. გერმანელი პოლიტიკოსი საქართველოს ფარგლებს გარეთ მცხოვრებ ქართველებს მიმართავს და დახმარებას ხმის მიცემის პროცესში რეგისტრაციისთვის სთავაზობს, ამისათვის კონკრეტული ადამიანების საკონტაქტო ინფორმაციასაც ავრცელებს. ირკვევა, რომ ამ პროცესში როთის დამხმარე ვინმე ნიკა თათარაშვილია.

<sup>63</sup> იმედი <https://bit.ly/3AXSh18>

<sup>64</sup> მითების დეტექტორი, „რეგიონული მედიის სახელით მოქმედი ფეისბუქ გვერდები „ქართული ოცნების“ მხარდაჭერას ავლენენ“, 1 ოქტომბერი, 2024 <https://mythdetector.com/ka/qarthuli-otsnebis-mkhardatcheras-avlenen/>



„მიტების დეტექტორის“ კვლევა ასევე აჩვენებს, რომ საბიუჯეტო კონტრაქტებით მოსარგებლე სახელისუფლებო მედიები („იმედი“, „რუსთავი 2“, „პოსტ“, 1tv, info9e, primetime.ge, newshub.ge, kvira.ge, mpn.ge) 2024 წლის საპარლამენტო არჩევნებზე საეჭვო რეპუტაციის მქონე დამკვირვებლებს, როგორც სანდო წყაროს, ისე ციტირებდნენ. თავის მხრივ, ეს დამკვირვებლები ძირითადად ხელისუფლების მხარდამჭერ განცხადებებს აკეთებდნენ<sup>65</sup>.




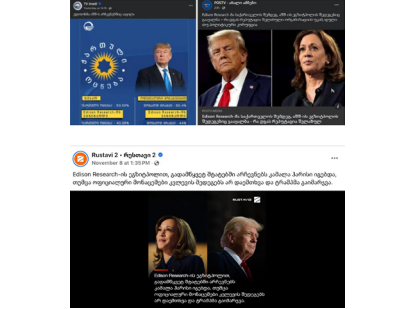
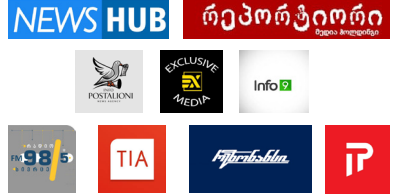
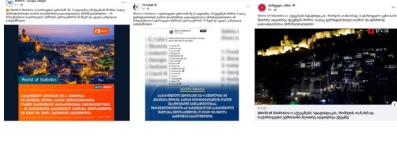

### 3.3. ილანსური დუნიფიკაცია

„მიტების დეტექტორმა“ ასევე გამოავლინა, რომ სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის მედიები ხშირად, ოპონენტების დისკრედიტაციის და ანტიდასავლური გზავნილების გავრცელების მიზნით, იდენტურ დებინფორმაციას ავრცელებენ.

<sup>65</sup> ანი ქისტაური, მიტების დეტექტორი, „რა ვიცი საერთაშორისო დამკვირვებლებზე რომელთა ციტატებიც სახელისუფლებო მედიაში გაშუქდა?“ 25 ნოემბერი, 2024 <https://mythdetector.com/ka/vitsith-damkvriveblebe-tsitatabits-mediashi/>



იდენტური დებინფორმაციის გავრცელებაში, რომელიც ხელისუფლების დღის წესრიგთან იყო თანხ-ვედრაში, სახელისუფლებო პროპაგანდისტულ ტელევიზიებთან („იმედი“, „პოსტვ“, „რუსთავი 2“) და ონ-ლაინ მედიასთან ერთად (NewsHub, პრაიმ ტაიმი, Info 9, მარშალპრესი, რეპორტიორი, რადიო სივრცე, InfoPostalioni.com, რემონანსი და სხვა) საზოგადოებრივი მაუწყებელიც იყო ჩართული.

დუნიფორმაცია/განიკულისა	სახელსუფებო სახელფორმო პედიე	სახელსუფებო ონლაინ პედიე
<p>არაავტენტური ფარული ჩანაწერი მცდარი აღწერით, თითქოს აქტივისტები მკვლელობებზე წამსვლელ ხალხს აგროვებენ<sup>66</sup></p>	<p>საზოგადოებრივი მაუწყებლის 1 არხი, ტვ იმედი, POSTV</p> 	<p>For.ge, kvira.ge<sup>67</sup>, xnews.ge<sup>68</sup>. მარშალპრესი, info9</p> 
<p>დებინფორმაცია, თითქოს ყოფილმა სახალხო დამცველმა პრეზიდენტი ზურაბიშვილი გააკრიტიკა<sup>69</sup></p>	<p>იმედი, POSTV, რუსთავი 2</p> 	
<p>დებინფორმაცია, თითქოს აშშ-ის არჩევნებზე Edison Research-ის ეგზიტპოლი შედეგებს მკვეთრად ასცდა<sup>70</sup></p>	<p>იმედი; რუსთავი 2, POSTV</p> 	<p>NewsHub, პრაიმ ტაიმი, Info 9, რეპორტიორი, Tia.ge, Exclusive Media, რადიო სივრცე, InfoPostalioni.com, რემონანსი</p> 
<p>მანიპულაცია არასანდო პლატფორმაზე დაყრდნობით, თითქოს ტურისტებისთვის ღამით უსაფრთხოდ გადაადგილების მიხედვით, საქართველო ევროპის ქვეყნებს შორის მე-4 ადგილს იკავებს<sup>71</sup></p>	<p>საზოგადოებრივი მაუწყებლის 1 არხი, ტვ იმედი, POST TV</p> 	<p>რეპორტიორი, ლიდერი, პრაიმ ტაიმი, მარშალპრესი, Xnews</p> 

<sup>66</sup> მითების დეტექტორი, 10 მაისი, 2024. ტელეკომპანია იმედი და For.ge ფარულ აუდიოჩანაწერზე დაყრდნობით მცდარ ინფორმაციას ავრცელებენ <https://mythdetector.com/ka/imedi-da-for-ge-audiochanatserze-daqhrdnobith-mtsda-inphormatsias-avrtseleben/> <https://kvira.ge/925722>, <https://bit.ly/4fRuDT8>

<sup>67</sup> <https://kvira.ge/925722>

<sup>68</sup> <https://bit.ly/4fRuDT8>

<sup>69</sup> მითების დეტექტორი, 20 ნოემბერი, 2024. მცდარია, თითქოს ახალ ინიციატივებზე ლომჯარიას განცხადება პრეზიდენტს უკავშირდება <https://mythdetector.com/ka/mtsda-ria-akhai-initsiativebe-gantskhadeba/>

<sup>70</sup> მითების დეტექტორი, 11 ნოემბერი, 2024. დებინფორმაცია, თითქოს აშშ-ის არჩევნებზე Edison Research-ის ეგზიტპოლი შედეგებს მკვეთრად ასცდა <https://mythdetector.com/ka/edison-research-is-egzitpoli-shedegebs-mkvethrad-astda/>

<sup>71</sup> მითების დეტექტორი, 14 თებერვალი, 2024. რამდენად სანდოა მონაცემები, რომელსაც მედია უსაფრთხოდ გადაადგილების სტატისტიკის გაშუქებისას ეყრდნობა? <https://mythdetector.com/ka/ramdenad-sandoa-monatsemebi-romelsats-media-usaphrthkod-gadaadgilebis-statistikis-gashuqebisas-eqhrdnoba/>





