



ევროკავშირი
საქართველოსთვის



გაუფიქრებელი

ფინანსური გამჭვირვალობა

2022

შედეგის

ფინანსური გამჭვირვალობა

2022



ავტორები:

მარიამ ჭიქია, მარიამ პატარიძე, არაბელა კორძახია

რედაქტორები:

მარიამ პატარიძე, თამარ კინწურაშვილი

დიაგრამები:

მარიამ ცუცქირიძე

დიზაინი:

ბესიკ დანელია, IBDESIGN

ფოტო გარეკანზე: Shutterstock

პროექტი, „ხარისხიანი მედია და მედიის გაცნობიერებული მოხმარება მედეგი საზოგადოებისთვის (ConMeCo)“, ხორციელდება დოიჩე 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 978-9941-8-6277-9

ანგარიში ხელმისაწვდომია შემდეგ ვებ-გვერდებზე:

WWW.MDFGEORGIA.GE

WWW.MEDIAMETER.GE

მედიის განვითარების ფონდი (MDF) ქართული მედია გარემოს ფინანსური გამჭვირვალობის საკითხებს წლებია იკვლევს. წინამდებარე ანგარიში 2022 წლის მონაცემებს ასახავს და 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 ჯგუფებსა და გვერდებზე მასალების განთავსება ევალებოდათ. კვლევის ბოლო ნაწილში მოცემულია ინფორმაცია სიძულვილის 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 დოჩიე 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. 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:

- 2022 წელს სატელევიზიო მედიის შემოსავალი, არასამაუწყებლო შემოსავლის ხარჯზე, წინა წელთან შედარებით 60.1 მლნ-ით გაიზარდა და ჯამურად 273,6 მლნ შეადგინა.
- თუმცა, სამაუწყებლო შემოსავლის მხრივ კვების ტენდენცია გამოვლინდა, რაც 2022 წლის II კვარტლიდან აზარტული თამაშების რეკლამის აკრძალვამ განაპირობა.
- ოპოზიციური ტელეკომპანია „ფორმულას“ შემთხვევაში არასამაუწყებლო შემოსავალი მფლობელის მიერ მიცემული სესხის სახით გამოვლინდა, ხოლო საზოგადოებრივი მაუწყებლის – აუქციონის წესით ქონების გასხვისების გზით.
- 2022 წელს სატელევიზიო ბაზრის ყველაზე დიდი წილი კვლავ საზოგადოებრივ მაუწყებლებზე (54,2%) მოდის, კერძო ტელევიზიებიდან კი სამაუწყებლო შემოსავლების მიხედვით, სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის მქონე ტელეკომპანია – „იმედზე“ (25,1 მლნ. ლარი), ხოლო სამაუწყებლო და არასამაუწყებლო (სესხი) შემოსავლის მიხედვით, ოპოზიციურ ტელეკომპანია „ფორმულაზე“ (35.6 მლნ).
- წინა წლების მსგავსად, 2022 წელსაც გამოვლინდნენ ტელეკომპანიები, რომელთა ოპერირება მფლობელებისგან ან სხვა შემოწირულობით მიღებულ თანხებზეა დამოკიდებული, მათ შორის იყვნენ რადიკალურ-ექსტრემისტული დაჯგუფების ლიდერთან, ლევან ვასაძესთან დაკავშირებული „ერი მედია“, კრემლისტური მედიები „ალტ-ინფო“ და „სემონი ტვ“, საპატრიარქოს ტელევიზია „ერთსულოვნება“, ასევე „სილქ მედია“ და ოპოზიციური „ფორმულა“.
- „პირველ გასართობ არხს“, რომელიც კრემლის პროპაგანდისტული Первый канал-ის გასართობ გადაცემებს ქართულად თარგმნიდა, 2022 860 ლარის შემოსავალი რუსეთის ფედერაციის 1 არხიდან მხოლოდ 2022 წლის პირველ ნახევარში უფიქსირდება, წლის მეორე ნახევარში ნულოვანი ფინანსური დეკლარაცია და ოპერირების შეჩერება, სავარაუდოდ, უკრაინის ომის გამო რუსეთის პირველი არხის მიმართ 2022 წლიდან ამოქმედებულ სანქციებს უკავშირდება.
- რეგიონული ტელევიზიების საერთო შემოსავალმა წინა წელთან შედარებით 57 189 ლარით იკლო და 13 330 835 ლარი შეადგინა, ბაზარზე კი კვლავ აჭარის საზოგადოებრივი მაუწყებელი დომინირებდა (82,9%).
- 2022 წელს ქვემო ქართლის ტელევიზია TV4-ის ეთერში კრემლისტური „ალტ-ინფოს“ გადაცემების კომერციულ საწყისებზე რეტრანსლირების შემთხვევა გამოვლინდა, რაც საჯარო კრიტიკის შემდეგ, მაუწყებლის გადაწყვეტილებითვე შეწყდა.

- ისევე, როგორც წინა წლებში, 2022 წელსაც რადიოების შემოსავლის კლების ტენდენცია გამოვლინდა, მათმა საერთო შემოსავალმა კი 7, 8 მლნ ლარი შეადგინა.
- „რადიო უცნობი“, რომლის შემოსავალი 2022 წელს 24 954 ლარით გაიზარდა, 2022 წლის სამ კვარტალში შემოსავლის წყაროდ სახელმწიფოს მიერ დაფუძნებულ შპს „საქართველოს ფოსტას“ უთითებდა.
- წინა წელთან შედარებით, 2022 წელს საბიუჯეტო ორგანიზაციებსა და მედია საშუალებებს შორის სარეკლამო და საინფორმაციო მომსახურების მიზნით გაფორმებული სერვის კონტრაქტების ღირებულების მხრივ, კლების ტენდენცია გამოიკვეთა (618 829 ლარით ნაკლები). ასეთი კონტრაქტების ჯამურმა თანხამ კი 4 189 300 ლარი შეადგინა.
- თუ რეკლამისა და ინფორმაციის განთავსების მიზნით, მედიაში განაწილებული საბიუჯეტო თანხის საერთო ღირებულება წინა წელთან შედარებით 2022 წელს ნახევარ მილიონზე მეტით შემცირდა, ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიებში გადანაწილებული თანხა თითქმის გაორმაგებულია.
- წინა წლის მსგავსად, საბიუჯეტო კონტრაქტების ყველაზე დიდი წილი – 30.3 % ონლაინ მედიაზე მოდის, რასაც მცირე განსხვავებით ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიები მოსდევნენ (27.4%). მთლიანი თანხიდან 18.6% რეგიონულ ტელევიზიებზე მოდის, 13.4% – სოციალურ მედიაზე, 6.5% – ბეჭდურზე, 2.8% – შერეულ კონტრაქტებზე, ყველაზე მცირე წილი კი – 1% რადიოებზე გადანაწილდა.
- ნაციონალური დაფარვის მაუწყებლებს შორის ყველაზე მეტი ღირებულების ხელშეკრულება სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის მქონე ტელეკომპანია „იმედთან“ და რადიო „იმედთან“ გაფორმდა.
- სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის ტელევიზიებში საბიუჯეტო რეკლამის მატებასთან ერთად, ოპოზიციურ ტელევიზიებში შესაბამისი რესურსის გადანაწილების მაჩვენებელი 2022 წელს მნიშვნელოვნად არის შემცირებული.
- რეგიონულ ტელევიზიებთან ყველაზე დიდი ღირებულების ხელშეკრულება ადგილობრივმა მუნიციპალიტეტებმა და მათ დაქვემდებარებულმა უწყებებმა გააფორმეს, ყველაზე დიდი ღირებულების კონტრაქტი კი „მარნეული TV“-სთან გაფორმდა.
- წინა წლების მსგავსად, ონლაინ მედიიდან საბიუჯეტო კონტრაქტების ყველაზე დიდი წილი 2022 წელსაც „პალიტრა მედია“ ჰოლდინგში შემავალ გამოცემებზე გადანაწილდა, რომელსაც სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის Kvira.ge და მასთან დაკავშირებული გამოცემები მოსდევნენ.
- ნაციონალურ ბეჭდვით მედიაში ყველაზე მეტი ღირებულების ხელშეკრულება 2022 წელსაც გაზეთ „რეზონანსთან“ გაფორმდა, რეგიონულში კი – გაზეთ „ბორჯომთან“.
- სოციალურ მედიაში, სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს ელექტრონული ბაზის მონაცემების თანახმად, ყველაზე მეტი ღირებულების რეკლამის განთავსება კონტრაქტებით დაცული ტერიტორიების სააგენტოს ჰქონდა გათვალისწინებული.
- წინა წლების მსგავსად, 2022 წელსაც გამოიკვეთა შემთხვევები, როდესაც საბიუჯეტო კონტრაქტი წინააღმდეგობრივი სარედაქციო პოლიტიკის მქონე მედიებთან ფორმდებოდა.
- საბიუჯეტო ორგანიზაციები 2022 წელსაც აგრძელებდნენ თანამშრომლობას გაზეთ „საქართველოს რესპუბლიკასთან“, რომელიც სიძულვილის ენის შემცველ მასალებს, მათ შორის ანტისემიტურს უკრაინის ომის კონტექსტში ავრცელებდა და ანტიდასავლური შინაარსის პუბლიკაციებითაც გამოირჩეოდა.
- ისეთი სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის მქონე მედიების დაფინანსება, რომლებიც ხელისუფლების ოპონენტების მადისკრედიტირებელ კამპანიებში ხშირად კოორდინირებულად არიან ჩართული, ცალკეულ შემთხვევაში კი მიზანმიმართულ ყალბ ინფორმაციებს ავრცელებენ, 2022 წელსაც გამოიკვეთა.

I.	სამაუწყებლო მედიის დეკლარირებული შემოსავლები	9
1.1.	ტელევიზია	9
1.2.	სრულად ან ნაწილობრივ დოტაციური ტელევიზიები	11
1.3.	ПЕРВЫЙ КАНАЛ-ის დაფინანსებული პირველი გასართობი არხი	15
1.4.	რეგიონული ტელევიზიები	16
1.5.	რადიომაუწყებლები	19
1.6.	რეგიონული რადიომაუწყებლები	21
II.	რეკლამისა და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით მედიური საბიუჯეტო თანხების განაწილების პრაქტიკა	22
2.1.	ერთიანი მონაცემები	22
2.2.	ნაციონალური დაფარვის ტელევიზიები	24
2.3.	რეგიონული ტელევიზიები	26
2.4.	ონლაინ მედია	28
2.5.	ბეტდვითი მედია	30
2.6.	სოციალური მედია	32
III.	საბიუჯეტო კონტრაქტები წინააღმდეგობრივი სარედაქციო პოლიტიკის მედიებთან	34
3.1.	სიძულვილის ენის და ანტიდასავლური განწყობების შემცველი სარედაქციო პოლიტიკის გამტარი მედია	34
3.2.	სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის გამტარი მედიები	37

ღიაბრაშევი და ცხრილები

ღიაბრაშევი 1.	ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიების 2022 წლის სატელევიზიო შემოსავლები მედიების მიხედვით	11
ღიაბრაშევი 2.	სრულად ან ნაწილობრივ დოტაციური ტელევიზიების 2022 წლების შემოსავლები წყაროების მიხედვით	12
ღიაბრაშევი 3.	რუსეთის 1 არხის დაფინანსებული გასართობი არხის შემოსავალი 2016-2022 წლებში	15
ღიაბრაშევი 4.	რეგიონული ტელევიზიების 2022 წლის სატელევიზიო შემოსავლები მედიების მიხედვით	17
ღიაბრაშევი 5.	რადიოების შემოსავალი 2015-2022 წლებში	19
ღიაბრაშევი 6.	ნაციონალური და შერეული დაფარვის რადიოების 2022 წლის შემოსავლები	20
ღიაბრაშევი 7.	რეგიონული რადიოების 2022 წლის შემოსავლები მედიების მიხედვით	21
ღიაბრაშევი 8.	ინფორმაციის გავრცელების მიზნით საბიუჯეტო სერვის კონტრაქტების განაწილება მედია საშუალებების ტიპოლოგიის მიხედვით, 2022	22
ღიაბრაშევი 9.	ინფორმაციის გავრცელების მიზნით საბიუჯეტო სერვის კონტრაქტების განაწილების ტენდენცია 2021-2022 წლებში	23
ღიაბრაშევი 10.	საბიუჯეტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების პროცენტული გადანაწილება ნაციონალური დაფარვის ტელევიზიებში, 2022	25
ღიაბრაშევი 11.	საბიუჯეტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების გადანაწილება ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიებში, 2021-2022	26
ღიაბრაშევი 12.	საბიუჯეტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების პროცენტული გადანაწილება რეგიონულ ტელევიზიებში, 2022	27
ღიაბრაშევი 13.	საბიუჯეტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების თანხობრივი გადანაწილება რეგიონულ ტელევიზიებში, 2021-2022	28
ღიაბრაშევი 14.	საბიუჯეტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების თანხობრივი გადანაწილება ონლაინ მედიაში, 2022	29
ღიაბრაშევი 15.	საბიუჯეტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების გადანაწილება ნაციონალურ ბეტდურ მედიაში, 2021-2022	31
ღიაბრაშევი 16.	საბიუჯეტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების გადანაწილება რეგიონალურ ბეტდურ მედიაში, 2021-2022	31
ღიაბრაშევი 17.	საბიუჯეტო ორგანიზაციების სარეკლამო თანხები სოციალურ მედიაში შესყიდვების სააგენტოს მონაცემების მიხედვით, 2022	32
ცხრილი 1.	სრულად ან ნაწილობრივ დოტაციური მედიების 2022 წლის შემოწირულობები	13
ცხრილი 2.	ტვ ობიექტივის შემოსავლის წყაროები ComCom-ის მონაცემების მიხედვით, 2022	14
ცხრილი 3.	პირველი გასართობი არხის შემოსავლის წყაროები ComCom-ის მონაცემების მიხედვით, 2022	15
ცხრილი 4.	„რადიო უცნობის“ შემოსავლის წყაროები ComCom-ის მონაცემების მიხედვით, 2022	21
ცხრილი 5.	ინფორმაციის გავრცელების მიზნით საბიუჯეტო სერვის კონტრაქტების განაწილების დინამიკა 2021-2022 წლებში	23
ცხრილი 6.	2022 წელს საბიუჯეტო უწყებების მიერ ინფორმაციის ფეისბუქ ჯგუფებსა და გვერდებზე გაზიარების მომსახურებაზე გაფორმებული კონტრაქტები	33

I. საგაუწყებლო მედიის დაკლარირებული უფიქსაციები

1.1. ტელევიზია

კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისიის მონაცემების მიხედვით¹, 2022 წელს სატელევიზიო მედიის ყველა კატეგორიის² შემოსავალმა ჯამურად 273,6 მლნ შეადგინა, რაც 2021 წლის ანალოგიურ მონაცემებს 60.1 მლნ ლარით აღემატება. აღნიშნული თანხიდან სხვა არასამაუწყებლო შემოსავალმა, რასაც არსებითი გავლენა აქვს სამაუწყებლო ბაზრის გადანაწილებაზე, 98.6 მლნ ლარი შეადგინა (2021 წ: 35.2 მლნ ლარი); აღსანიშნავია, რომ გარდა ტიპური სამაუწყებლო შემოსავლისა, რაც რეკლამას, სპონსორობას, კონტენტის რეალიზებას და სხვა ტიპის შემოსავლებს გულისხმობს, ტელეკომპანია „ფორმულას“ შემთხვევაში, სესხის (29.4 მლნ ლარი) სახით არასამაუწყებლო შემოსავლის მიღების პრაქტიკა გამოვლინდა. გარდა ამისა, ყველაზე დიდი არასამაუწყებლო შემოსავალი 2022 წელს საზოგადოებრივ მაუწყებელს (67,7 მლნ ლარი) ჰქონდა, საიდანაც 65.2 მლნ ლარი 2022 წლის დეკემბერში აუქციონის წესით მაუწყებლის ქონების გასხვისების საფუძველზე მიიღო³.

მთლიანი შემოსავლის მატების მიუხედავად, 2022 წელს სამაუწყებლო შემოსავლების კლების ტენდენცია გამოიკვეთა, რაც გარკვეულწილად 2022 წლის II კვარტლიდან აზარტული თამაშების რეკლამის აკრძალვამ⁴ განაპირობა. საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველოს კვლევის⁵ მიხედვით, 2022 წელს, წინა წელთან შედარებით, მაუწყებლების მიერ აზარტული თამაშების რეკლამიდან მიღებული შემოსავალი თითქმის 4-ჯერ (13.1 მლნ ლარით) შემცირდა და 4.8 მლნ ლარი შეადგინა.

¹ კომუნიკაციების კომისია. ტელევიზიების შემოსავლები კომპანიების მიხედვით, ბოლო განახლება 1 დეკემბერი, 2023 <https://analytics.comcom.ge/ka/statistics/?c=broadcasting&f=revenue&exp=tv&sid=1148106&total=total>

² 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.

³ 2022 წლის 31 დეკემბრის მდგომარეობით მომზადებული საზოგადოებრივი მაუწყებლის სპეციალური დანიშნულების ფინანსური ანგარიშგება და დამოუკიდებელი აუდიტორის დასკვნა <https://cutt.ly/swP14kPi>

⁴ კანონი აზარტული თამაშების რეკლამის აკრძალვაზე ძალაში 2022 წლის 1 მარტიდან შევიდა. <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/5316769?publication=0>

⁵ საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველო, 2 თქტომბერი, 2023 წელი. „2022 წლის სატელევიზიო სარეკლამო ბაზრის ანგარიში“ https://transparency.ge/sites/default/files/advertising_market_2023_1.pdf

2022 წლის მონაცემებით, სატელევიზიო ბაზრის ყველაზე დიდი წილი კვლავ **საზოგადოებრივ მაუწყებელზე**⁶ (54.2 %) მოდის – არასამაუწყებლო შემოსავლის გარეშე, ტელეკომპანიის შემოსავალი 73.4 მლნ ლარი იყო, რაც წინა წლის მაჩვენებელს (61, 8 მლნ ლარი) 11.5 მლნ ლარით აღემატება. ტელევიზიის ჯამური შემოსავალი არასამაუწყებლო შემოსავალთან ერთად 141.2 მლნ ლარია (2021: 63.7 მლნ ლარი), საიდანაც 65.2 მლნ ლარი, როგორც აღინიშნა, ქონების გასხვისების შედეგად მიღებული თანხაა.⁷

საზოგადოებრივი მაუწყებლის შემდეგ კერძო ტელევიზიებიდან სამაუწყებლო შემოსავლის მიხედვით, ყველაზე დიდი წილი სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის მქონე ტელეკომპანია **„იმედზე“** (25.1 მლნ ლარი), ხოლო სამაუწყებლო და არასამაუწყებლო (სესხი) შემოსავლის მიხედვით, ოპოზიციურ ტელეკომპანია **„ფორმულაზე“** (35.6 მლნ) მოდის, საიდანაც 29.4 მლნ ლარი ტელეკომპანიისთვის მფლობელის, დავით კებერაშვილის მიერ სესხის სახით მიცემული თანხაა.⁸ სესხის გარეშე **„ფორმულას“** შემოსავალი 6.2 მლნ ლარს შეადგენს. მას მოჰყვება ოპოზიციასთან დაკავშირებული, 2019 წელს დაფუძნებული **„მთავარი არხი“** 10.5 მლნ⁹ ლარით, რომლის შემოსავალი წინა წელთან შედარებით 10.8 მლნ ლარით არის შემცირებული.

სამაუწყებლო ბაზარზე შემდეგ პოზიციას იკავებს **„მედია ჰოლდინგი“** 9,8 მლნ ლარით, რომლის შემოსავალი წინა წელთან შედარებით 0.4 მლნ ლარით გაიზარდა. 2019 წლის აპრილში საჯარო რეესტრის ეროვნულმა სააგენტომ, საქართველოს უზენაესი სასამართლოს 2017 წლის 2 მარტის გადაწყვეტილების საფუძველზე, სამაუწყებლო კომპანია „რუსთავი 2“-ის მესაკუთრედ ქიბარ ხალვაში დაარეგისტრირა. ამ გადაწყვეტილების შემდეგ, 2021 წელს ტელეკომპანია „რუსთავი 2“ და გამოცემა Prime Time „მედია ჰოლდინგში“ გაერთიანდა.¹⁰

სამაუწყებლო ბაზარზე შემდეგ პოზიციებს იკავებენ და ამავდროულად შემოსავლების კლებითი ტენდენციით ხასიათდებიან შემდეგი ტელევიზიები: **სილქნეტი** 8.8 მლნ ლარით¹¹ (2021 წ: 10.1 მილიონი ლარი), **TV პირველი** – 6.2 მლნ ლარი¹² (2021 წ: 7.2 მლნ ლარი), სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის მქონე **POS TV** – 4.9 მლნ ლარი (2021: 5,1 მლნ ლარი). აღსანიშნავია, რომ POS TV-ს წინა წლებისგან განსხვავებით (2021: 295 970 ლარი, 2020: 100 000 ლარი), 2022 წელს მაუწყებლის მფლობელის შემოწირულობები არ მიუღია, თუმცა არასამაუწყებლო შემოსავლის სახით 134 038 ლარი მიიღო. ტელეკომპანიის შემოსავლის ძირითად წყაროს რეკლამა წარმოადგენდა. სხვა ტელევიზიების შემოსავლები შემდეგნაირად ნაწილდება: **„ატარასპორტ.ტვ“** – 4.6 მლნ ლარი, **„ბი ემ ჯი“** – 2.5 მლნ ლარი, **GDS TV** – 1.9 მლნ ლარი¹³, **„ერთსულოვნება“**

⁶ საზოგადოებრივი მაუწყებლის რადიოს გარდა.

⁷ 2022 წლის საზოგადოებრივი მაუწყებლის შემოსავლის წყაროებია: არქივის გაქირავება, კომერციული რეკლამა, პროდუქტის განთავსება, სახელმწიფო დაფინანსება, სპონსორობა, სხვა არასამაუწყებლო შემოსავალი და ტექნიკური მომსახურება. ხელმისაწვდომია:

https://analytics.comcom.ge/ka/statistics/?c=broadcasting&f=broadcasting&exp=broadcasting_revenue&sid=1165549

⁸ „2022 წლის სატელევიზიო სარეკლამო ბაზრის ანგარიში“, გვ. 7, 2 ოქტომბერი, 2023 წელი. საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველო, ხელმისაწვდომია: https://transparency.ge/sites/default/files/advertising_market_2023_1.pdf

⁹ არასამაუწყებლო შემოსავალი შეადგენს 344 258 ლარს

¹⁰ 2021 წელს რუსთავი 2 და Prime Time ერთ ჰოლდინგში გაერთიანდა და ჰოლდინგის ერთ-ერთი დირექტორი მესტროს ყოფილი აღმასრულებელი დირექტორი, ვაკო ავალიანი გახდა. ხელმისაწვდომია: <https://shorturl.at/tEQY5>

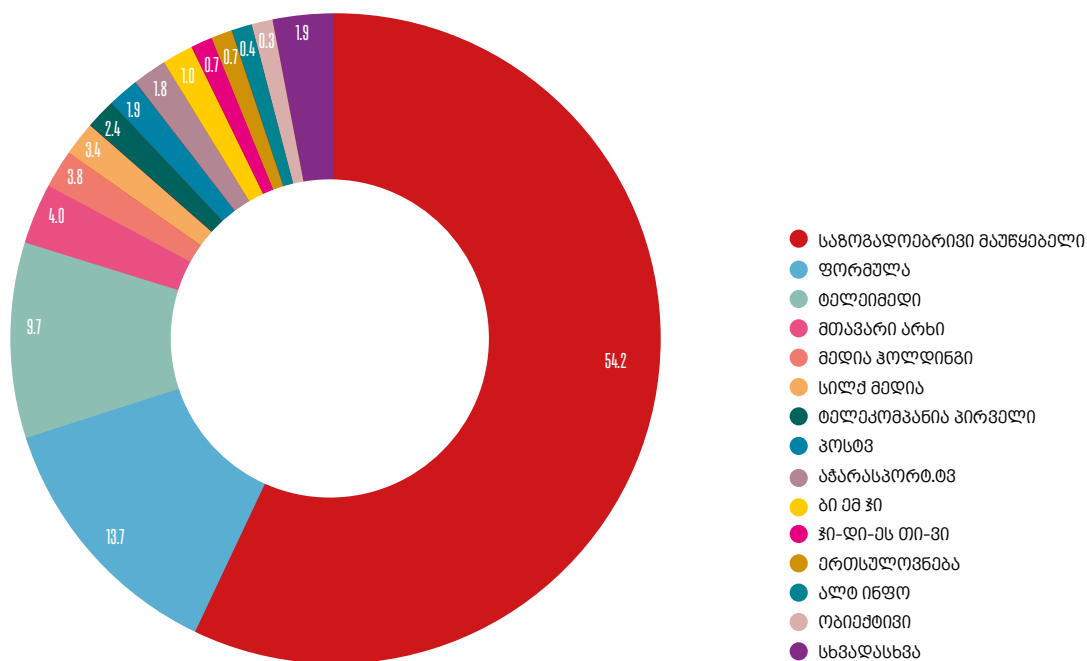
¹¹ აღნიშნული მონაცემი მოიცავს შპს „სილქ მედიის“ 2022 წლის დეკლარირებულ შემოსავალსაც (7.2 მლნ ლარი), კომპანიის 100% იანი წილის მესაკუთრე სს სილქნეტი; [B21081595 \(napr.gov.ge\)](https://www.napr.gov.ge/B21081595)

¹² არასამაუწყებლო შემოსავალი შეადგენს 4 453 ლარს.

¹³ არასამაუწყებლო შემოსავალი შეადგენს 6 946 ლარს.

– 1.8 მლნ ლარი¹⁴, „ალტ ინფო“ – 0.9 მლნ ლარი და ობიექტივი – 0.8 მლნ ლარი. სხვა ნაციონალური ტელევიზიების შემოსავალი, რომელიც 0.8 მლნ ლარს არ აღემატება, ჯამურად 5 მლნ ლარს შეადგენს.

დიაგრამა 1. ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიების 2022 წლის სატელევიზიო შემოსავლები გედიების მიხედვით



1.2. სრულად ან ნაწილობრივ დოტაციური ტელევიზიები

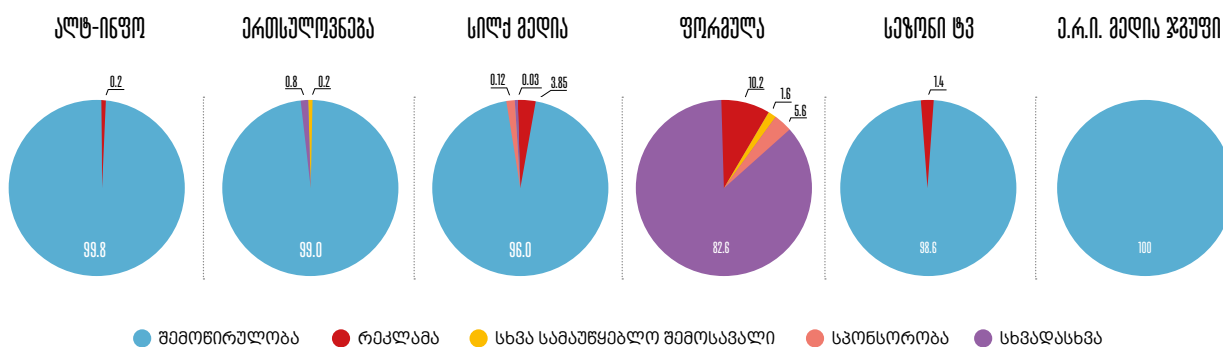
წინა წლების მსგავსად, 2022 წელსაც გამოვლინდნენ ტელეკომპანიები, რომელთა ოპერირება მფლობელებისგან ან სხვა შემოწირულობით მიღებულ თანხებზეა დამოკიდებული. ჩვენ ნ იმ ტელეკომპანიის მონაცემები გავანალიზეთ, რომელთა შემოსავლის 80%-ზე მეტი ამ ტიპის შემოსავალზეა დამოკიდებული, რაც სრული ან ნაწილობრივი დოტაციის სახეს ატარებს. დოტაციული ტელევიზიების უმეტესობა კრემლისტურ ან ულტრამემარჯვენე სარედაქციო პოლიტიკას ატარებს, ერთ შემთხვევაში დოტაციურია ოპოზიციური არხი, ერთში კი – საპატრიარქოს მაუწყებელი:

■ **ერი მედია (100%).** 100 %-ით დოტაციურია რადიკალურ-ექსტრემისტული დაჯგუფების ლიდერთან, ლევან ვასაძესთან დაკავშირებული, 2022 წლის 22 ივნისს დაფუძნებული¹⁵ „ერი მედია“, რომელიც ანტი-დასავლურ და სექსისტურ გზავნილებს ავრცელებს და ფაქტების გადამოწმების პორტალის „მითების დეტექტორის“ თანახმად, არაერთი დებინფორმაცია გაუვრცელებია¹⁶. კომპანიის 100 %-იანი წილის მფლობელია, ვასაძის ნათესავი ირინე მუჯირი. მუჯირისა და კომპანიის დირექტორის, თინათინ ხორბალაძის შემოწირულობებმა 2022 წლის 6 თვეში 284 325 ლარი შეადგინა.

¹⁴ არასამაუწყებლო შემოსავალი შეადგენს 15,475 ლარს.
¹⁵ ამონაწერი საჯარო რეესტრიდან შპს ე.რ.ი. მედია ჯგუფი
¹⁶ ერი მედია, პროფილი <https://mediameter.ge/ge/media-profiles/eri-media>

- **ალტ-ინფო (99.8%).** თითქმის სრულად დოტაციურია კრემლისტურ პარტია „ალტ-ინფო/კონსერვატიულ მოძრაობასთან“ დაკავშირებული ტვ „ალტ-ინფო“, რომელმაც 2022 წელს ერთიანი შემოსავლის 99.8% (982 760 ლარი) მაუწყებლის მფლობელის – ციალა მორგოშისგან შემოწირულობის სახით მიიღო. თავის მხრივ, ციალა მორგოშია, არაერთი ბიზნესის მეწილე და მესაკუთრეა. ის „ალტ-ინფო/კონსერვატიული მოძრაობის“ ერთ-ერთი ლიდერის, კონსტანტინე მორგოშისა, მამიდაა¹⁷.
- **ერთსულოვნება (99%).** 2022 წელს შემოსავლის 99% შემოწირულობის სახით მიიღო საპატრიარქოს ტელევიზია „ერთსულოვნებამაც“, რამაც 1 811 064 ლარი შეადგინა.
- **სეზონი ტვ (98.6%).** მაუწყებლის მფლობელის, ყოფილი მოკრივის, გიორგი კანდელაკის 98.6%-იან (41 416 ლარი) შემოწირულობაზე 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.¹⁸ თავად სეზონი ტვ-ის კი არაერთი ყალბი ინფორმაცია გაუვრცელებია¹⁹.
- **სილქ მედია (96%).** სილქ მედიამ კი მაუწყებლის მფლობელის შემოწირულობის სახით 96% (6 937 927 ლარი) მიიღო.
- **ფორმულა (82.6%).** ოპოზიციურმა ტელეკომპანია „ფორმულამ“ კი ერთიანი შემოსავლის 82% „სხვა არასამაუწყებლო შემოსავლის“ სახით მიიღო, რაც „საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველოს“ კვლევის²⁰ მიხედვით, მაუწყებლის ერთ-ერთი მფლობელის, დავით კებერაშვილისგან სესხის სახით მიღებული თანხაა (29.4 მლნ ლარი).

ლიზარაგა 2. სრულად ან ნაწილობრივ დოტაციური ტელევიზიების 2022 წლის შემოსავლები წყაროების მიხედვით



¹⁷ ალტ-ინფო, პროფილი <https://mediameter.ge/ge/media-profiles/alt-info>

¹⁸ სეზონი ტვ, პროფილი <https://mediameter.ge/ge/media-profiles/sezoni-tv>

¹⁹ 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>

²⁰ „2022 წლის სატელევიზიო სარეკლამო ბაზრის ანგარიში“, გვ. 7 საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველო, 2 ოქტომბერი, 2023 წელი. https://transparency.ge/sites/default/files/advertising_market_2023_1.pdf

სხრილი 1. სრულად ან ნაწილობრივ დოტაციური გედიების 2022 წლის შემოწიკულები

გედი სახელწოდება	შემომწიკველი/მფლობელი სსპა დონაშია I კვარტალი	შემომწიკველი/მფლობელი სსპა დონაშია II კვარტალი	შემომწიკველი/მფლობელი სსპა დონაშია III კვარტალი	შემომწიკველი/მფლობელი სსპა დონაშია IV კვარტალი	ჯამი/შემოწიკულების სპედიტი წილი
შორეული	დავით კებერაშვილი, მაუწყებლის ერთ- ერთი მფლობელი – 7 552 317 ლარი	დავით კებერაშვილი, მაუწყებლის ერთ- ერთი მფლობელი – 6 689 026 ლარი	დავით კებერაშვილი, მაუწყებლის ერთ- ერთი მფლობელი – 7 455 560 ლარი	დავით კებერაშვილი, მაუწყებლის ერთ- ერთი მფლობელი – 7 763 765 ლარი	29 460 667 ლარი/ 82.6%
სილქ-გელია	მაუწყებლის მფლობელი – სს სილქნეტის ²¹ შემოწიკულობა – 2 277 111 ლარი	მაუწყებლის მფლობელი – სს სილქნეტის შემოწიკულობა – 2 277 111 ლარი	მაუწყებლის მფლობელი – სს სილქნეტის შემოწიკულობა – 2 095 117 ლარი	მაუწყებლის მფლობელი – სს სილქნეტის შემოწიკულობა – 2 095 117 ლარი	6 937 927 ლარი/ 96%
პრინსუოვანა	საქართველოს საპატრიარქო – 402 700 ლარი, სხვა არასამაუწყებლო შემოსავალი – 4 835 ლარი, სხვა პირების შემოწიკულობა – 66 ლარი.	საქართველოს საპატრიარქო – 402 700 ლარი, სხვა არასამაუწყებლო შემოსავალი – 4 560 ლარი, სხვა პირების შემოწიკულობა – 66 ლარი.	საქართველოს საპატრიარქო – 502 700, სხვა არასამაუწყებლო შემოსავალი – 4 560 ლარი, სხვა პირების შემოწიკულობა – 66 ლარი.	საქართველოს საპატრიარქო – 502 700 ლარი	1 811 064 ლარი/ 99%
ალბ-ინფო	ციალა მორგოშია კონსერვატიული პარტიის დამფუძნებლის ნათესავი – 223 800 ლარი	ციალა მორგოშია, კონსერვატიული პარტიის დამფუძნებლის ნათესავი – 237 540 ლარი	ციალა მორგოშია, კონსერვატიული პარტიის დამფუძნებლის ნათესავი – 287 220 ლარი	ციალა მორგოშია, კონსერვატიული პარტიის დამფუძნებლის ნათესავი – 234 200 ლარი	982 760 ლარი/ 99.8%
პრი გელია ²²			ირინე მუჯირი, ერი მედიას მესაკუთრე – 158 709 ლარი თინათინ ხორბალა- ძე, ერი მედიას დირექტორი – 63 416 ლარი	ირინე მუჯირი, ერი მედიას მესაკუთრე – 62 000 ლარი	284 325 ლარი/ 100%
საზონი ტვ	გიორგი კანდელაკი, სეზონი ტვ-ს მესაკუთრე და დირექტორი – 6773 ლარი	გიორგი კანდელაკი, სეზონი ტვ-ს მესაკუთრე და დირექტორი – 10 544 ლარი	გიორგი კანდელაკი, სეზონი ტვ-ს მესაკუთრე და დირექტორი – 14 430 ლარი	გიორგი კანდელაკი, სეზონი ტვ-ს მესაკუთრე და დირექტორი – 9 669 ლარი	41 416 ლარი / 98.6%

²¹ ამონაწერი მეწარმეთა და არასამეწარმეთ (არაკომერციული) იურიდიული პირების რეგისტრიდან
²² 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 მაუწყებლობის ავტორიზაცია მიიღო.

აღსანიშნავია, რომ თუ წინა წლებში კრემლისტურ პარტია „პატრიოტთა ალიანსთან“ დაკავშირებული ტვ „ობიექტივი“ მეტწილად დოტაციური იყო²³, 2022 წელს მისი შემოსავლები უფრო დივერსიფიცირებული გახდა და შემოწირულობებმა მთლიანი შემოსავლის 47.2% (391 702 ლარი) შეადგინა, საიდანაც 305 742 ლარი მაუწყებლის ერთ-ერთი მფლობელის, ირაკლი ცილიკიშვილის, ხოლო 85 960 ლარი – სხვა პირების (დავით ლეკიშვილი და დავით გველუკაშვილის) შემოწირულობები იყო. 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.²⁴ ამასთანავე, აღსანიშნავია ისიც, რომ დავით გველუკაშვილი, რომელმაც 2022 წელს ტვ „ობიექტივის“ თანხა შესწირა, 2016 და 2020 წლის არჩევნებზე პარტია „პატრიოტთა ალიანსის“ შემომწირველიც იყო²⁵.

როგორც ქვემოთ მოცემულ ცხრილში ჩანს, რომელიც კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისიის (ComCom) ინფორმაციულ-ანალიტიკური პორტალის მონაცემებს ეყრდნობა, „ობიექტივის“ ერთ-ერთი ყველაზე სტაბილური სარეკლამო შემოსავლის წყარო 2022 წელს სტერეო+ იყო, რომლის 50%-იანი წილის მფლობელი პარლამენტის წევრი დავით ბილფიმიანი²⁶. ბილფიმიანი პარლამენტში „დავით თარხან-მოურავი, ირმა ინაშვილი – საქართველოს პატრიოტთა ალიანსის“ საარჩევნო სიით მოხვდა და ამჟამად საპარლამენტო ჯგუფის „ევროპელი სოციალისტების“ წევრია²⁷. 2022 წლის პირველ და მეორე კვარტალში „ობიექტივის“ ეთერში რეკლამას ბრაით ინდასტრი ჯგუფიც ათავსებდა.

ცხრილი 2. ტვ ობიექტივის შემოსავლის წყაროები COMCOM-ის მონაცემების მიხედვით, 2022

პერიოდი	დაფინანსების წყარო COMCOM-ის ანალიტიკური პორტალის თანახმად	საკვლეპო თანხა	ფულუდების ფაქტურული	სხვა პირების ფაქტურული	ჯამი
I კვარტალი	ბრაით ინდასტრი (401952348); სტერეო+ (204986408)	114292.36	107,000.00		221292.36
II კვარტალი	ბრაით ინდასტრი (401952348); სტერეო+ (204986408)	126,597.44	58,000.00	41,900.00	226,497.44
III კვარტალი	სტერეო+ (204986408)	94,576.26	88,702.00	44,060.00	227,338.26
IV კვარტალი	სტერეო+ (204986408)	102,976.21	52,040.00		155,016.21
ჯამი		438442.27	305,742.00	85960	830144.27

²³ მედიის განვითარების ფონდი (2021). მედიის ფინანსური გამჭვირვალობა – 2020 <https://mdfgeorgia.ge/geo/view-library/215>

²⁴ ობიექტივი, პროფილი <https://mediameter.ge/ge/media-profiles/obiectivi>

²⁵ საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველო. საქართველოში მოქმედი პოლიტიკური პარტიების შემოწირულობები <https://transparency.ge/politicaldonations/ge/donations/4877>

²⁶ ბილფიმიანის წილის ამჟამად გიორგი ხითარიშვილი წარმართავს <https://www.my.gov.ge/ka-ge/services/6/service/179>

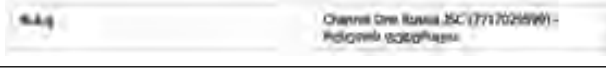
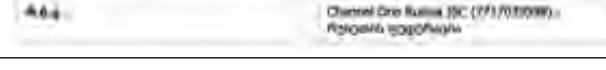
²⁷ საქართველოს პარლამენტი <https://parliament.ge/parliament-members/7221/declaration>

1.3. ПЕРВЫЙ КАНАЛ-ის დაფინანსებული პირველი გასართობი არხი

საჯარო რეესტრში შპს რ.ბ.ჯ.-ის სახელით რეგისტრირებული „პირველი გასართობი არხი“, რომელიც მთელი ქვეყნის მასშტაბით მუშაობდა და კრემლის პროპაგანდისტული 1 არხის (Первый канал) გასართობ გადაცემებს ქართულად თარგმნიდა, მარეგულირებელი კომისიისთვის წარდგენილ ფინანსურ დეკლარაციებში შემოსავლის წყაროდ რუსეთის ფედერაციის 1 არხი აქვს (Channel One Russia JSC 7717029599) მითითებული. რ.ბ.ჯ.-ის შემოსავალი, საერთო ღირებულებით 202,860.98 ლარი, მხოლოდ 2022 წლის პირველ და მეორე კვარტალში უფიქსირდება.

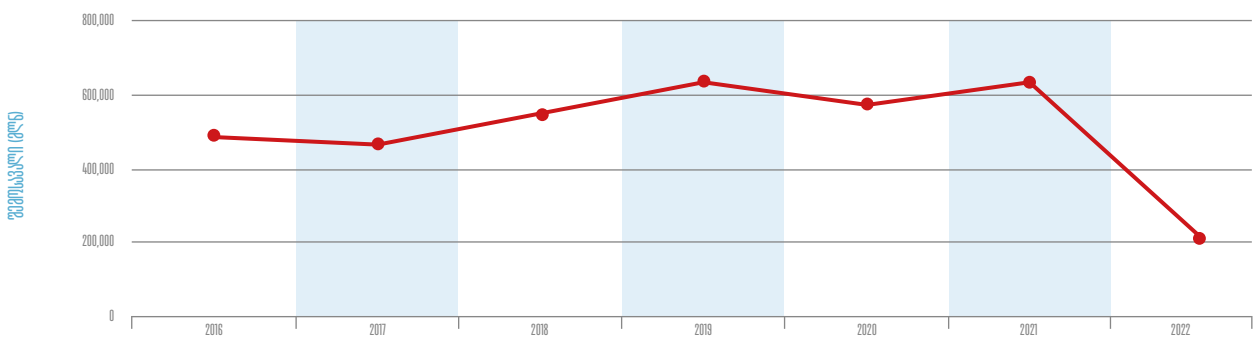


ცხრილი 3. პირველი გასართობი არხის შემოსავლის წყაროები COMCOM-ის მონაცემების მიხედვით, 2022

პერიოდი	სარეკლამო შემოსავალი	დაფინანსების წყარო COMCOM-ის ოფიციალური ანალიტიკური პორტალის თანახმად
I კვარტალი	161,056.82	Channel One Russia JSC (7717029599) – რუსეთის ფედერაცია 
II კვარტალი	41,804.16	Channel One Russia JSC (7717029599) – რუსეთის ფედერაცია 
III კვარტალი	0	
IV კვარტალი	0	
ჯამი	202,860.98	

რუსეთის 1 არხის დაფინანსებული გასართობი არხის ჯამურმა შემოსავალმა 2016-2022 წლებში 3.5 მლნ ლარი შეადგინა.

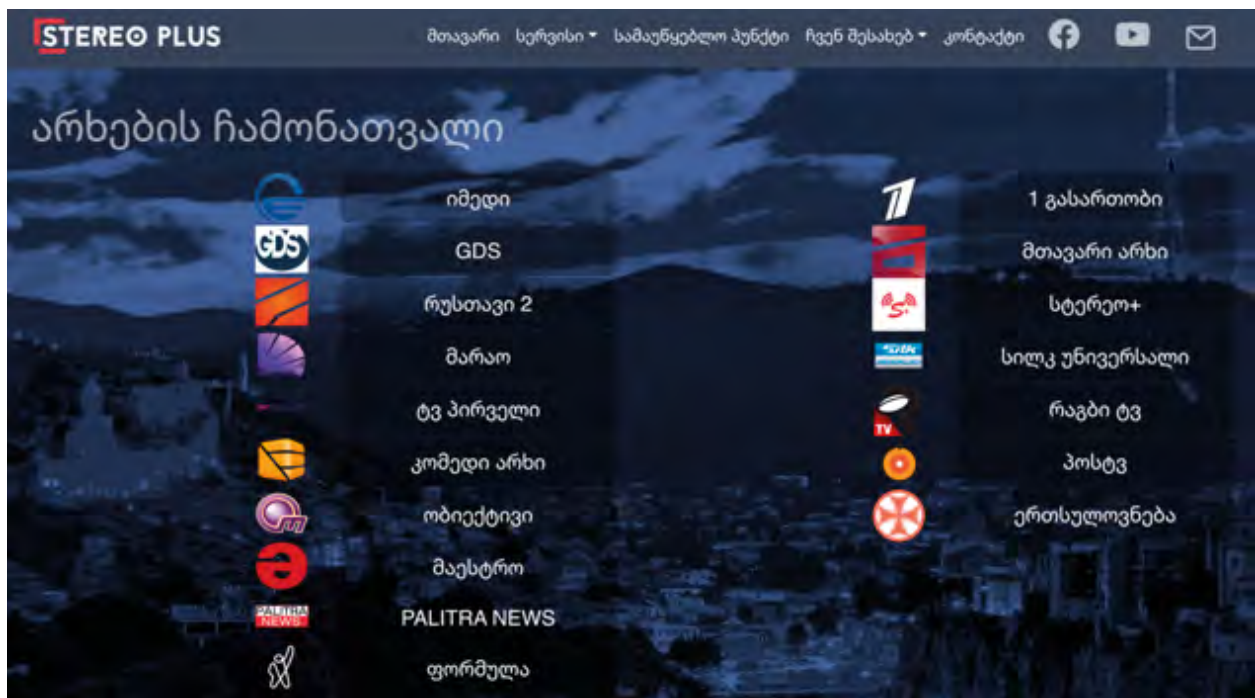
დიაგრამა 3. რუსეთის 1 არხის დაფინანსებული გასართობი არხის შემოსავალი 2016-2022 წლებში



	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
რ.ბ.ჭ	490,590.87	465,076.46	563,938.62	639,690.65	582,752.75	619,648.77	202,860.98

საჯარო რეესტრის მონაცემების თანახმად, რ.ბ.ჭ-ის დამფუძნებლები რუსეთის მოქალაქე ოლგა მილიაევა (90%) და საქართველოს მოქალაქე ირაკლი ადამია (10%) არიან, კომპანიის აღმასრულებელი დირექტორი კი ანა იურიანა-მანჯგალაძეა²⁸.

მართალია, სტერეო პლუსის ვებ-გვერდზე²⁹ არხების ჩამონათვალიში 1 გასართობი ისევ მითითებულია, მაგრამ ტელევიზიის ვებ-გვერდი ხელმისაწვდომი აღარ არის. თუ იმასაც გავითვალისწინებთ, რომ არხს 2022 წლის მე-3 და მე-4 კვარტალში შემოსავლები არ უფიქსირდება, ვარაუდი იმის შესახებ, რომ „პირველი გასართობის“ ოპერირების შეჩერების მიზეზი უკრაინის ომის გამო რუსეთის პირველი არხის მიმართ 2022 წლიდან ამოქმედებული სანქციებია³⁰, ლეგიტიმურია.



1.4. რეგიონული ტელევიზიები

რეგიონული ტელევიზიების საერთო შემოსავალმა 2022 წელს 13 330 835 ლარი შეადგინა (საიდანაც 306 204 ლარი სხვა არასამუწყებლო შემოსავალია), რაც წინა წლის შემოსავალზე (2021: 13 273 646 მლნ. ლარი) 57 189 ლარით ნაკლებია (სხვა არასამუწყებლო შემოსავლით კი 17 203 ლარით ნაკლები). ყველაზე დიდი წილი – 82.9% კვლავ აჭარის საზოგადოებრივ მაუწყებელზე მოდის (11 053 090 ლარი), ხოლო დარჩენილი პროცენტები შემდეგნაირად ნაწილდება:

²⁸ რ.ბ.ჭ-ის რეგისტრაციის მონაცემები, საჯარო რეესტრი <https://bit.ly/47J01hy>

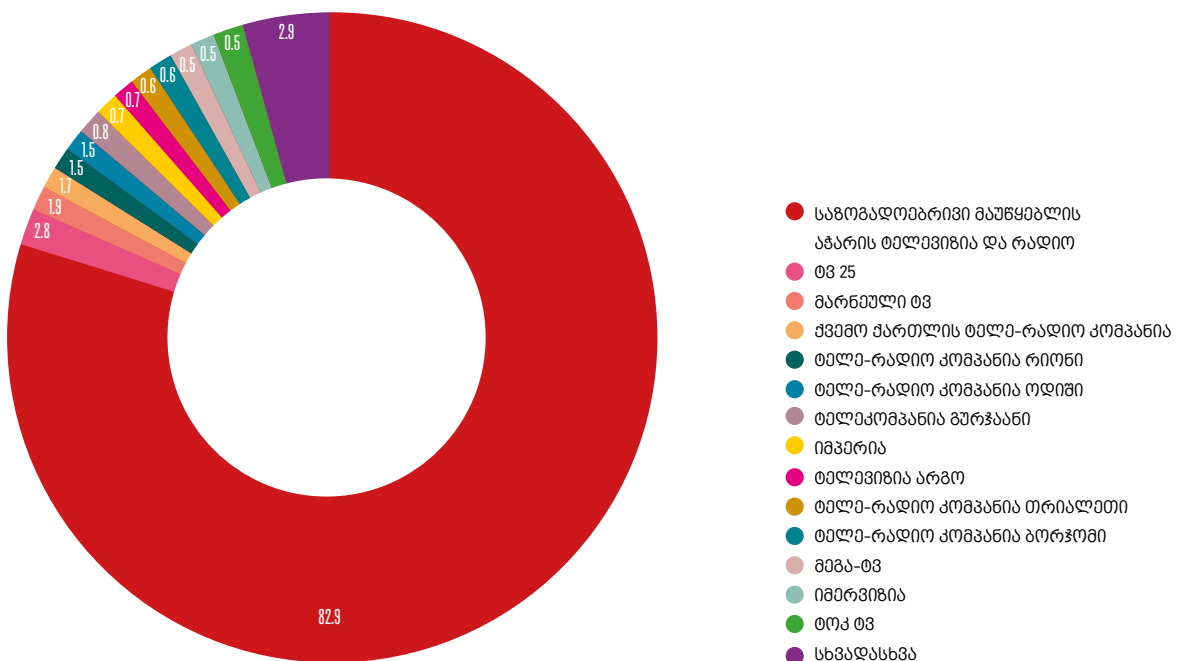
²⁹ http://www.stereoplus.ge/channel_list_ge.html

³⁰ გიორგი გიორგაშვილი, მედიაჩეკერი, 26 ოქტომბერი, 2022 „რუსული პროპაგანდისტული ტელევიზია „პირველი გასართობი“ საქართველოში აღარ მუშაობს. რა ხდება?“ <https://bit.ly/3U6RyS8>

- აჭარა: ტვ 25 – 370 378 ლარი (რეგიონული ტელევიზიების საერთო შემოსავლის 2,8%);
- ქვემო ქართლი: მარნეული ტვ – 247 535 ლარი (1.9%). ქვემო ქართლის ტელე-რადიო კომპანია – 222 096 ლარი (1.7%);
- იმერეთი: ტელეკომპანია რიონი – 203 531 (1.5%); მეგა ტვ – 69 408 (0.5%); იმერვიზია – 69 010 (0.5%); არგო – 90 547 ლარი (0.7%);
- სამეგრელო: ტელე-რადიო კომპანია ოდიში – 196 978 ლარი (1.5%);
- კახეთი: ტელეკომპანია გურჯაანი – 102 610 ლარი (0.8%);
- სამცხე-ჯავახეთი: მე-9 არხი³¹ – 97 167 ლარი (0.7%); ტოკ ტვ – 63 450 (0.5%), ბორჯომი – 75 767 ლარი (0.6%);
- შიდა ქართლი: ტელე-რადიო კომპანია თრიალეთი – 77 305 ლარი (0.6%);
- სხვადასხვა: 391 961 ლარი (2.9%).

სხვა რეგიონული ტელევიზიების ერთიანმა შემოსავალმა, რომელიც 75 000 ლარს არ აღემატება, ჯამურად 593 829 ლარი შეადგინა.

ღიგრაფა 4. რეგიონული ტელევიზიების 2022 წლის სატელევიზიო შემოსავლები გეგმის მიხედვით



საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს შემოსავალი სხვა არასამაუწყებლო შემოსავალთან ერთად 963 231 ლარით გაიზარდა (2021: 10 089 859, 2022: 11 053 090 ლარი), აქედან საიჯარო მომსახურებიდან მიღებული თანხა 79 146 ლარია.³² მცირედი ზრდა სხვა რეგიონული ტელევიზიების შემთხვევაშიც გამოიკვეთა: მარნეული ტვ – 17 734 ლარით (2021: 229 802, 2022: 247 535 ლარი); ტელე-რადიო კომპანია ბორჯომი – 13 912 ლარით (2021: 61 855, 2022: 75 767 ლარი); ტოკ ტვ – 27 835 ლარით (2021: 35 615, 2022: 63 450 ლარი); სამაუწყებლო კომპანია ბოლნელის – 11 010 ლარით (2021: 14 625, 2022: 25 635 ლარი).

³¹ შპს იმპერია <https://registry.comcom.ge/Organisation.aspx?OrgID=280>
³² გვ. 15, 2022 წლის ბიუჯეტის შესარულების ანგარიში, 09 მარტი 2023, ხელმისაწვდომია: <https://ajaratv.ge/files/shares/090322.pdf>

აღსანიშნავია, რომ ქვემო ქართლის ტელევიზია TV4-ის ეთერში 2022 წელს კრემლისტური ტელეკომპანია „ალტ-ინფოს“ გადაცემები კომერციულ საწყისებზე გადიოდა. არასამთავრობო ორგანიზაცია „მედიაომბუდსმენმა“ 2022 წლის ივნისში გაავრცელა კონფიდენციალურად მოპოვებული ხელშეკრულება³³, რომელიც TV4-ის ეთერში თვეში 1000 ლარად „ალტ-ინფოს“ გადაცემების რეტრანსლირებას ითვალისწინებდა.

ხელშეკრულება თანამშრომლობის შესახებ

ქ. რუსთავი „16“ მაისი 2022 წ.

ერთის მხრივ, სს „ქვემო ქართლის ტელე-რადიო კომპანია“ მისი გენერალური დირექტორის **გიორგი მგალობლიშვილის** სახით (ს/კ: 216335838, ქ. რუსთავი მეგობრობის გამზირი #32) (შემდგომში, „შემსრულებელი“) და მეორეს მხრივ მხრივ შპს „ალტ ინფო“ (ს/კ: 405313389, მისამართი ქ. თბილისი, ვაჟა-ფშაველას მე-7 კვარტ, მე-7 კორპ, ბინა 52) წარმოდგენილი მისი დირექტორის **ალექსანდრე ქარდავას** სახით (შემდგომში „დამკვეთი“) ერთად წოდებულნი როგორც „მხარეები“, ნების თავისუფალი გამოვლენის საფუძველზე ვთანხმდებით შემდეგზე:

1. ხელშეკრულების საგანი

„შემსრულებელი“ აცხადებს, რომ გაუწევს „დამკვეთს“ სატელევიზიო სტუდიური სახის საეთერო პროდუქციის მომზადების უზრუნველყოფის მომსახურებას ექვსი თვის განმავლობაში და უზრუნველყოფს ამ პროდუქციის არაპირდაპირი ტრანსლაციის ფორმატს, ტელეკომპანიის, ბრენდული სახელით - „ტე4“-ის საეთერო სივრცეში. გადაცემების საერთო ხანგრძლივობა უნდა იყოს არაუმეტეს 5 საათისა, ხოლო გასვლის დრო განსაზღვრული - დანართ №1-ში მითითებული მედია გეგმის მიხედვით. გადაცემების სახელები, მხარეთა შეთანხმებით, გახლავთ შემდეგი: „დღის სიახლეები“, „დღის კომენტარი“, „ალტერნატიული ხედავ“, „ეკონომიკური ალტერნატივა“, „ფოკუსის მიღმა“, „განსხვავებული აზრი“, „საუბრები ფილოსოფიაზე“, „გეოპოლიტიკის დრო“. ყველა სახის შესაბამისი ვიდეო-აუდიო მასალა დამზადდება ერთობლივად, მხარეთა საკუთრებაში არსებულ მატერიალურ-ტექნიკურ და ადამიანური რესურსის ბაზაზე.

2. მხარეთა უფლება მოვალეობანი

წინამდებარე ხელშეკრულების ძალაში შესვლიდან მისი მოქმედების განმავლობაში „შემსრულებელი“ იღებს ვალდებულებას კეთილსინდისიერად შესარულოს პუნქტ 1-ში აღწერილი ვალდებულებები, ხოლო „დამკვეთი“ ვალდებულია დროულად გადაიხადოს ხელშეკრულებით დადგენილი გადასახადი 1000 ლარის ოდენობით დღგს ჩათვლით, უნაღდო ანგარიშორების წესით ყოველთვიურად წინასწარ, ხელშეკრულების ხელმოწერის მომენტიდან არაუმეტეს 2 სამუშაო დღის განმავლობაში და ყოველი თვის დასაწყისში, 1 რიცხვამდე.

ხელშეკრულების ბათილად ცნობა შესაძლებელია მხარეების შეთანხმების საფუძველზე წინასწარი წერილობითი შეტყობინების მეშვეობით, ათი სამუშაო დღით ადრე.

3. მოქმედების ვადა

ხელშეკრულება ძალაშია ხელმოწერის დღიდან, შედგენილია ქართულენაზე, ორი თანაბარი იურიდიული ძალის მქონე ეგზემპლარად და თითო-თითო ეგზემპლარად გადაეცემა მხარეებს და მოქმედებს ექვსი თვის ვადით. იმ შემთხვევაში თუ მხარეებს ერთმანეთის მიმართ პრეტენზია არ ექნებათ, ხელშეკრულება გაგრძელდება ავტომატურად.

4. მხარეთა ხელმოწერები

<p>დამკვეთი: სს „ქვემო ქართლის ტელე-რადიო კომპანია“ ქ. რუსთავი, მეგობრობის გამზ. №32 ს/კ: 216335838 „თბილისი ბანკი“ ქვემო ქართლის რეგიონალური განყოფილება, კოდი TBCBGE22 ა/ა :GE74TB02 0000 0000 700 942</p>	<p>შპს „ალტ ინფო“ ქ. თბილისი, ვაჟა-ფშაველას მე-7 კვარტ, მე-7 კორპ, ბინა 52 ს/კ: 05313389 სს. თბილისი ბანკი საბანკო კოდი: TBCBGE 22 ა/ა: GE46TB7332436080100009</p>
--	--

შემსრულებელი:
 შიფტის მენეჯერი

გენერალური დირექტორი დირექტორი
 გიორგი მგალობლიშვილი ალექსანდრე ქარდავა

*მედიაომბუდსმენის მიერ მოპოვებული ხელშეკრულება,
რომელიც „ქვემო ქართლის ტელე-რადიო კომპანიასა“ და „ალტ-ინფოს“ შორის გაფორმდა*

ამ ფაქტის გამო საჯარო კრიტიკის შემდეგ, 27 ივლისს TV 4-მა გაავრცელა განცხადება³⁴ იმის შესახებ, რომ ალტ-ინფოს გადაცემები, რომლებიც სატელე რეჟიში გადიოდა, არხის საეთერო ბადეში აღარ განთავსდებოდა.

³³ „ალტ-ინფოსა“ და ტელე-რადიო კომპანია TV4-ს შორის კონტრაქტი გაფორმდა, „ალტ ინფოს“ გადაცემების რეტრანსლირების მიზნით <https://www.radiotavisupleba.ge/a/31899642.html>

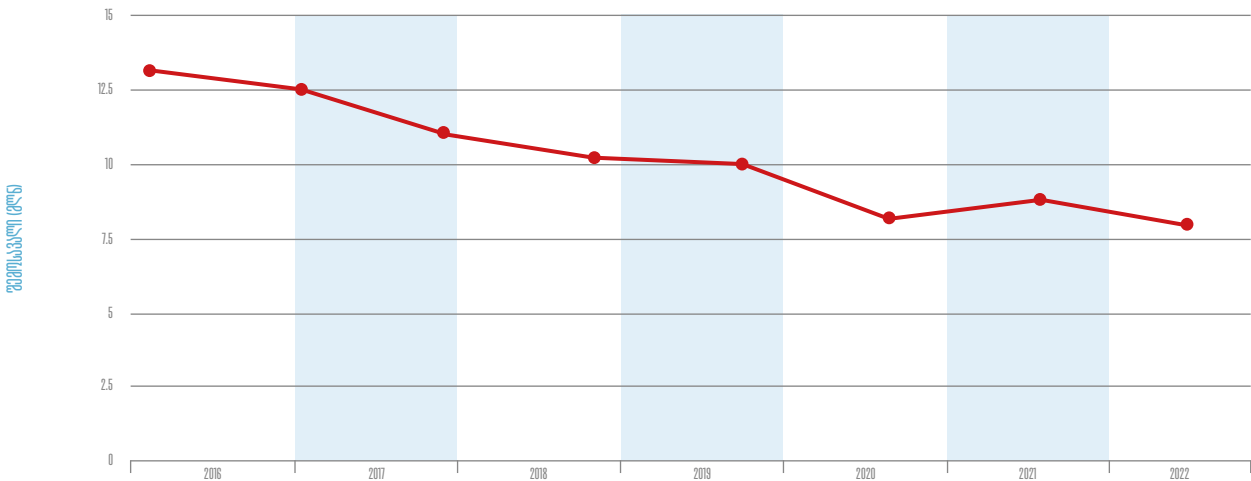
³⁴ TV4, 27 ივლისი, 2022. TV4-ის ეთერში ალტ-ინფოს გადაცემები აღარ განთავსდება <https://bit.ly/47D2J8h>

აღსანიშნავია, რომ ქვემო ქართლის ტელევიზიას 2022 წელს სხვა არასამაუწყებლო შემოსავლის სახით 42 860 ლარი „ხარისხის არხისგან“³⁵ აქვს მიღებული, რომელიც ანტიდასავლური კონსპირაციებით ცნობილი მაუწყებელია. ამასთანავე, ტელევიზია წლებია, ინფორმაციისა და რეკლამის გავრცელების მიზნით, საბიუჯეტო შემოსავლებს იღებს. ვრცლად, ამ თემას საბიუჯეტო კონტრაქტების ნაწილში განვიხილავთ.

1.5. რადიოგაუწყებლები

2022 წელს რადიოების შემოსავალი 7.8 მლნ ლარი იყო, საიდანაც სხვა არასამაუწყებლო შემოსავალი 0.5 მლნ ლარს შეადგენდა. 2021 წელთან შედარებით, რადიოების შემოსავალი 871,404 ლარით შემცირდა. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ 2015 წლიდან 2022 წლამდე დაკვირვებით, რადიო ბაზარი შემოსავლის კლების ტენდენციით ხასიათდება.

დიაგრამა 5. რადიოების შემოსავალი 2015-2022 წლებში



წყარო: კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის ანალიტიკური პორტალი

წინა წლების მსგავსად ნაციონალური რადიომაუწყებლების ბაზარზე კვლავ რადიო ჰოლდინგი „ფორტუნა“ დომინირებდა, რომლის შემოსავალმა 3 645 692 ლარი შეადგინა. 2021 წელთან შედარებით კომპანიის შემოსავალი 313 422 ლარით შემცირდა, თუმცა, აღსანიშნავია, რომ „ფორტუნა“-ს შემოსავალი, ნაციონალური რადიოების ერთიანი თანხის (6 449 671 ლარი) 56.5%-ს შეადგენს. შემდეგ ადგილზეა რადიო „იმედი“ – 646 100 ლარი, რომლის შემთხვევაშიც, წინა წელთან შედარებით შემოსავალი 78 801 ლარით შემცირდა. მესამე ადგილზეა რადიო „პალიტრა“ – 472 673 ლარი. რადიო „პალიტრის“ შემოსავალი, წინა წელთან შედარებით, 358 416 ლარით გაიზარდა. მას მოსდევს „ქართული რადიო“ (316 068 ლარი), რომლის შემოსავალიც წინა წელთან მიმართებით 75 912 ლარით შემცირდა. შემდეგია „რადიო უცნობი“³⁶ (273 852 ლარი), რომლის შემოსავალი 24 954 ლარით გაიზარდა. მედია ჰოლდინგის – „აფხაზეთის ხმა“ შემოსავალი 2022 წელს 193 829 ლარი იყო, სისტემა გამას შემოსავალი კი (148 832 ლარი) 19 188 ლარით შემცირდა, ისევე

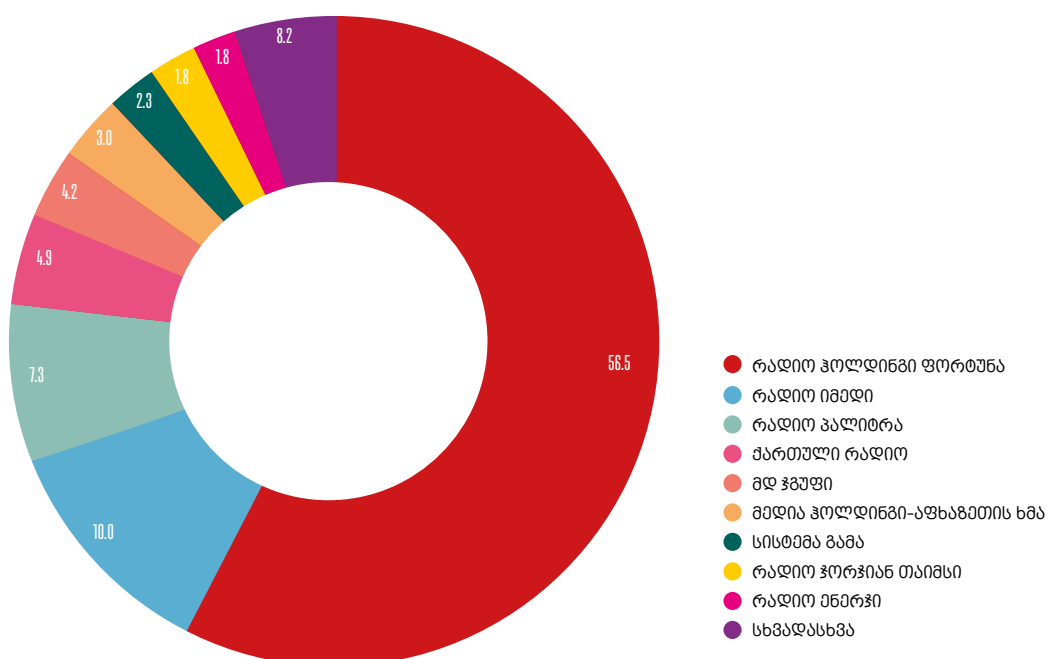
³⁵ დავით გიორგობიანი, ხარისხის არხის წამყვანი <https://mythdetector.ge/ka/profiles/giorgobiani-davithi/>

³⁶ შპს მდ ჯგუფი – შპს „რადიო უცნობის“ კერძო მაუწყებლობის №B70 ლიცენზიის შპს „მდ ჯგუფისთვის“ გადაცემაზე თანხმობის მიცემის შესახებ

როგორც რადიო „ჯორჯიან თაიმსის“ (115 687 ლარი) – 168 032 ლარით. რადიო ენერჯის³⁷ შემოსავალმა კი 115 096 ლარი შეადგინა. სხვა რადიოების შემოსავალი, რომელიც 115 100 ლარს არ აღემატება, ჯამურად 860 022 ლარს შეადგენდა.

კომუნიკაციების კომისიის ინფორმაციის მიხედვით,³⁸ 2022 წელს სხვა არასამუწყებლო შემოსავალი, ჯამში – 157 266 ლარის ოდენობით მხოლოდ 4-მა რადიომამუწყებელმა მიიღო. ესენია: რადიო პალიტრა (119 508 ლარი), რადიო იმედი (16 872 ლარი), პალიტრანიუსი (11 364), საქართველოს საპატრიარქოს რადიო-ივერია (9 522);

დიაგრამა 6. ნაციონალური და შერეული დაფარვის რადიოების 2022 წლის შემოსავლები



აღსანიშნავია, რომ კომუნიკაციების კომისიის ინფორმაციულ-ანალიტიკური პორტალის თანახმად, რომელიც 7000 ლარს ზემოთ მამუწყებელთა შემოსავლის წყაროს კანონის საფუძველზე ყოველკვარტალურად ასაჯაროებს, „რადიო უცნობს“ 2022 წელს სამივე კვარტალში დაფინანსების წყაროდ სახელმწიფოს მიერ დაფუძნებული შპს „საქართველოს ფოსტა“ აქვს მითითებული. მეოთხე კვარტლის სარეკლამო შემოსავლების დაფინანსების წყარო კი, რამაც ჯამურად 71,111.93 ლარი შეადგინა, კომისიის პორტალზე მითითებული არ არის.

³⁷ შპს კომპანია „მედიასტრემი“ იურიდიული პირი (comcom.ge)

³⁸ მამუწყებლობა რადიოების შემოსავლები კომპანიების მიხედვით, 2022 <https://analytics.comcom.ge/ka/statistics/?c=broadcasting&f=revenue&exp=radio&sid=1148699#>

ცხრილი 4. „რადიო უსუნოის“ შემოსავლის წყაროები COMCOM-ის მონაცემების მიხედვით, 2022

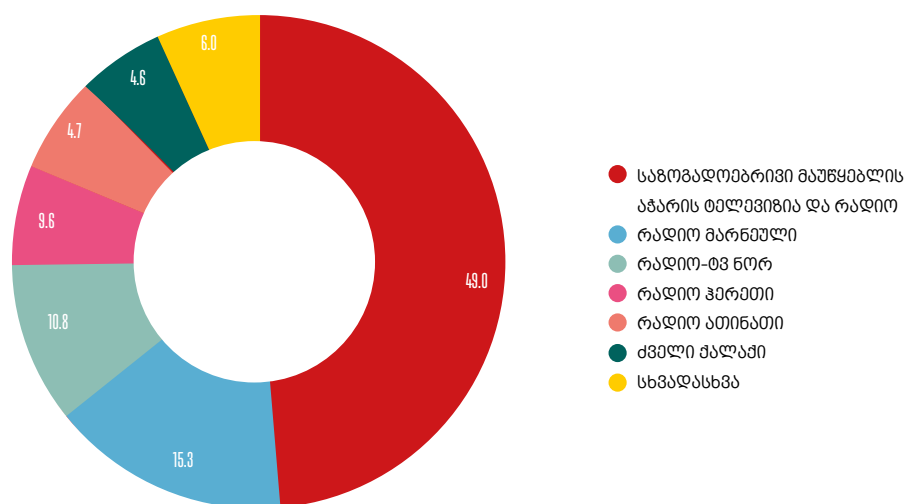
პერიოდი	დაფინანსების წყარო COMCOM-ის ოფიციალური ანალიტიკური კორტაჟის მიხედვით	საკლავო შემოსავლები ლარებში
I პერიოდი	საქართველოს ფოსტა (203836233)	64,727.43
II პერიოდი	საქართველოს ფოსტა (203836233)	66,983.67
III პერიოდი	საქართველოს ფოსტა (203836233)	71,029.49
IV პერიოდი	დაფინანსების წყაროს შესახებ მონაცემები ხელმისაწვდომი არ არის	71,111.93
ჯამი		273,852.52

1.6. რეგიონული რადიოგაუწყებლები

2022 წელს რეგიონულმა რადიომუწყებლებმა ჯამში 1 373 898 ლარის შემოსავალი მიიღეს, საიდანაც ყველაზე დიდი წილი (49%), თითქმის ნახევარი აჭარის საზოგადოებრივ რადიოზე მოდის (673 160 ლარი). სხვა რადიოების შემოსავლები შედარებით ნაკლებია და ასე გადანაწილდა: ჟურნალისტთა კავშირი ხალხის ხმა – რადიო მარნეული 96.9 FM – 210 731 ლარი; რადიო ტვ-ნორ (ნინოწმინდის რადიო) – 147 680 ლარი; რადიო ჰერეთი – 131 354 ლარი; რადიო ათინათი – 64 694 ლარი; ძველი ქალაქი – 62 694 ლარი; რადიო თრიალეთი – 32 470 ლარი; ფოთის რადიო³⁹ – 17 281 ლარი; რადიო „ოდიში“ – 16 680 ლარი; რადიო „რიონი“ – 9 742 ლარი; ტელე-რადიო კორპორაცია ინფორმაციაში „არგო“ – 4 835 ლარი; „ქვემო ქართლის ქალთა ასოციაცია ქალი და სამყარო“⁴⁰ – 1705 ლარი, რადიო „დია“ – 932 ლარი; 2022 წელს სხვა არასამუწყებლო შემოსავალმა რეგიონულ რადიოებში ჯამში 324 479 ლარი შეადგინა.

აღსანიშნავია, რომ რადიო ტვ-ნორის შემოსავალი წინა წელთან შედარებით 83 764 ლარით შემცირდა (2021: 109 418 ლარი, 2022: 25 654 ლარი), მიუხედავად იმისა, რომ არხს ამ პერიოდში არასამუწყებლო შემოსავლის ზრდა ჰქონდა (2021: 109 418, 2022: 147 680). 11 807 ლარით შემცირდა რადიო „თრიალეთის“ შემოსავალიც (2021: 44 278 2022: 32 470.28).

დიაგრამა 7. რეგიონული რადიოების 2022 წლის შემოსავლები გედიების მიხედვით



³⁹ შპს ფოთი-ტვ

⁴⁰ „ქვემო ქართლის ქალთა ასოციაცია ქალი და სამყარო“

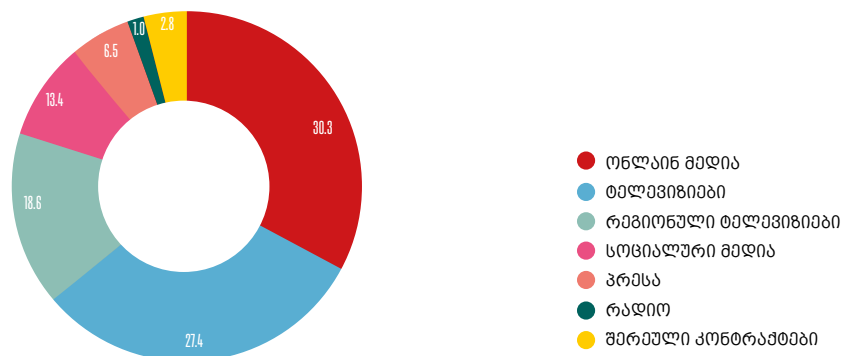
II. რეკლამისა და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით მედიაში საბიუჯეტო თანხების განაწილების კრაქტიკა

2.1. პოტიანი მონაცემები

სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს ელექტრონულ ბაზაში ხელმისაწვდომი მონაცემების თანახმად, 2022 წელს საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა, სარეკლამო და საინფორმაციო მომსახურების მიზნით, მედია საშუალებებთან 4 189 300 ლარის ღირებულების სერვისის კონტრაქტი გააფორმეს. აღნიშნული თანხა, 2021 წლის (4 808 129 ლარი) მონაცემებთან შედარებით, 618 829 ლარით ნაკლებია.

მთლიანი თანხის ყველაზე დიდი წილი – 30.3% (1 269 541 ლარი) ონლაინ მედიაზე მოდის, რასაც მცირე განსხვავებით ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიები მოსდევენ (27.4% – 1 149 724 ლარი). აღნიშნული თანხიდან 18.6% (778 894) რეგიონულ ტელევიზიებზე მოდის; 13.4% (560 407 ლარი) – სოციალურ მედიაზე⁴¹; 6.5% – ბეჭდურზე (271 173 ლარი); 2.8 % (119 732 ლარი) – შერეულ კონტრაქტებზე. ყველაზე მცირე წილი კი – 1% (39 830 ლარი) რადიოებზე გადანაწილდა. უნდა აღინიშნოს, რომ შერეული კონტრაქტები ერთდროულად სხვადასხვა ტიპის მედია საშუალებებს აერთიანებს. ვინაიდან გარკვეული კონტრაქტების საფუძველზე შეუძლებელია იდენტიფიცირება, კონკრეტულად რომელი ტიპის მედიას გადაერიცხა თანხა, ეს მონაცემი ცალკე კატეგორიად „შერეულ კონტრაქტებად“ გამოვყავით.

ღიპგრაფი 8. ინფორმაციის გავრცელების მიზნით საბიუჯეტო სერვისის კონტრაქტების განაწილება მედია საშუალებების ტიპოლოგიის მიხედვით, 2022



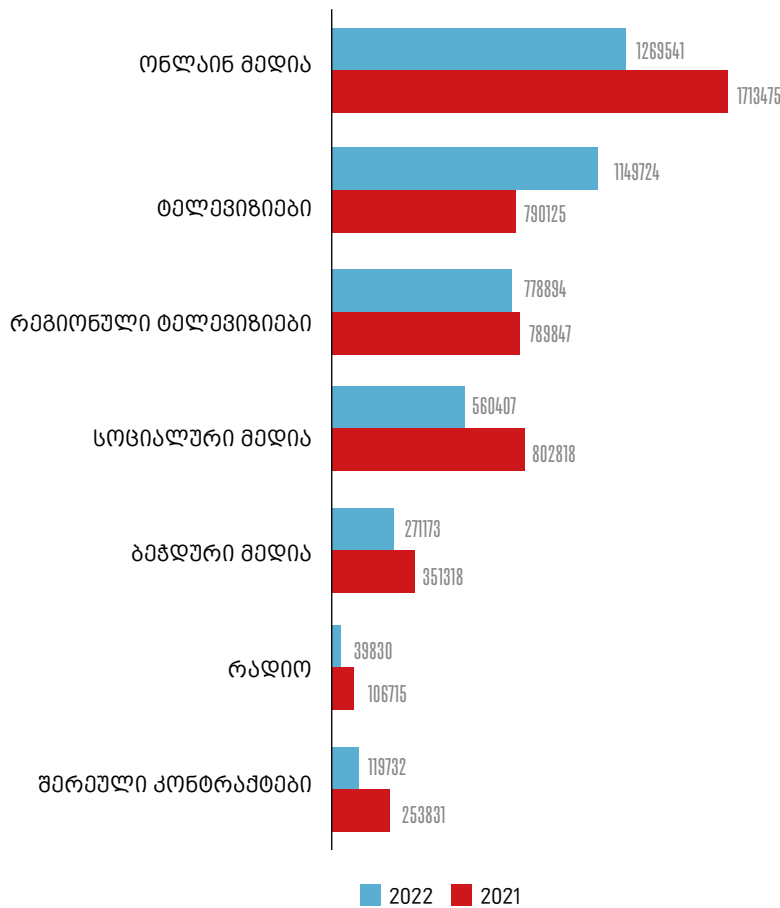
⁴¹ აღნიშნული მონაცემი მიახლოებითია და შესაძლოა, შესყიდვის სპეციფიკიდან გამომდინარე სრულ სურათს არ ასახავდეს.

თუ რეკლამისა და ინფორმაციის განთავსების მიზნით, მედიაში განაწილებული საბიუჯეტო თანხის საერთო რაოდენობა წინა წელთან შედარებით 2022 წელს ნახევარ მილიონზე მეტით შემცირდა, ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიებში გადანაწილებული თანხა თითქმის გაორმაგებულია და 45.5%-ით არის გაზრდილი. ამავე დროს მნიშვნელოვნად არის შემცირებული როგორც რადიოსთან დაკავშირებული სერვისის კონტრაქტების (62.7%-ით), ასევე შერეული ტიპის (52.8%) საბიუჯეტო კონტრაქტების (ერთდროულად სხვადასხვა ტიპის მედია) წილი.

ცხრილი 5. ინფორმაციის გავრცელების მიზნით საბიუჯეტო სერვის კონტრაქტების განაწილების დინამიკა 2021-2022 წლებში

სხვადასხვა ტიპის მედიის კატეგორიები	2022	2021	ზრდის / კლების ტენდენცია
ონლაინ მედია	1 269 541	1 713 475	შემცირდა 26%-ით
ნაციონალური დაფარვის ტელევიზიები	1 149 724	790 125	გაიზარდა 45.5%-ით
რეგიონული ტელევიზიები	778 894	789 847	შემცირდა 1.4%-ით
სოციალური მედია	560 407	802 818	შემცირდა 30.2%-ით
ბეჭდური მედია	271 173	351 318	შემცირდა 22.8%-ით
შერეული	119 732	253 831	შემცირდა 52.8%-ით
რადიო	39 830	106 715	შემცირდა 62.7%-ით

დიაგრამა 9. ინფორმაციის გავრცელების მიზნით საბიუჯეტო სერვის კონტრაქტების განაწილების ტენდენცია 2021-2022 წლებში



2022 წელს, ისევე როგორც წინა წლებში, საბიუჯეტო ორგანიზაციები ზოგ შემთხვევაში მედიებთან საინფორმაციო მომსახურების მიზნით კონტრაქტებს შუამავალი კომპანიების მეშვეობით აფორმებდნენ. 2022 წელს შუამავალი კომპანიის მეშვეობით გაფორმებული ხუთი ასეთი კონტრაქტი გამოვლინდა: აქედან სამი ხელშეკრულება შპს „აიფიემ მარკეტ ინტელიჯენს კაუკასუს“-თან ე. თბილისის მერიის ა(ა)იპ საზოგადოებასთან კომუნიკაციის სააგენტომ⁴², საქართველოს გენერალურმა პროკურატურამ⁴³ და სსიპ ვეტერანების სახელმწიფო სამსახურმა⁴⁴ გააფორმეს. ერთი ხელშეკრულება შპს „კლიპ-არტ“-თან თბილისის სახელმწიფო სამედიცინო უნივერსიტეტმა,⁴⁵ ხოლო ერთი ზუგდიდის მერიამ შპს „პიარ საკონსულტაციო ჯგუფთან“⁴⁶ გააფორმა. აღნიშნული ხელშეკრულებები იმის იდენტიფიცირების შესაძლებლობას არ იძლეოდა, თუ როგორ მოხდა თანხების მედიების მიხედვით გადანაწილება, ამიტომ მონაცემების დაზუსტების მიზნით, მედიის განვითარების ფონდმა ინფორმაცია როგორც საჯარო უწყებებიდან, ასევე სერვის პროვაიდერი ორგანიზაციებისგან გამოითხოვა.

მოთხოვნის მიუხედავად, ე. თბილისის მერიის ა(ა)იპ საზოგადოებასთან კომუნიკაციის სააგენტომ, საქართველოს გენერალურმა პროკურატურამ და ვეტერანების სახელმწიფო სამსახურმა არასრული ინფორმაცია მოგვაწოდეს და არ დაუკონკრეტებიათ, როგორ გადანაწილდა კონტრაქტით გათვალისწინებული ჯამური თანხა მედია ორგანიზაციებზე. ინფორმაციის ნაწილი სერვის პროვაიდერი კომპანია „აიფიემ მარკეტ ინტელიჯენს კაუკასუსმა“ მოგვაწოდა.

2.2. ნაციონალური დავაჰაჰის ტელევიზიები

სახელმწიფო შესყიდვების ეროვნული სააგენტოს ბაზაში ხელმისაწვდომი მონაცემების თანახმად, 2022 წელს საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა რეკლამის და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით ტელევიზიებთან 1 928 618 ლარის ღირებულების ხელშეკრულებები გააფორმეს. მათი ნაწილი – 1 149 724 ლარი – ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიებზე მოდის, 778 894 ლარი კი – რეგიონულ მაუწყებლებზე.

როგორც აღინიშნა, 2022 წელს, 2021 წელთან შედარებით, ტელევიზიებთან გაფორმებული ხელშეკრულების თანხა თითქმის გაორმაგდა, თუმცა ზრდა ძირითადად ნაციონალური დაფარვის ტელევიზიების შემთხვევაში გამოიკვეთა (359 599 ლარით მეტი), ხოლო რეგიონული ტელევიზიების შემთხვევაში, კი მცირედი კლების ტენდენცია (10 953 ლარით ნაკლები) დაფიქსირდა.

ტელევიზიებს შორის ყველაზე მეტი ღირებულების (794 606 ლარი) ხელშეკრულება სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის მქონე ტელეკომპანია „იმედთან“ გაფორმდა, რომელიც სატელევიზიო რეიტინგებში ლიდერობს⁴⁷. მას მოსდევს სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის მქონე ტელეკომპანია „რუსთავი 2“

⁴² NAT220000609, ხელშეკრულების თანხა: 62370 ლარი, წყარო: სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს ვებ-გვერდი

⁴³ NAT210024826, ხელშეკრულების თანხა: 66 600 ლარი (ფაქტობრივი გადახდა: 66241.94 ლარი) წყარო: სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს ვებ-გვერდი

⁴⁴ SPA220000962, ხელშეკრულების თანხა: 76208 ლარი, წყარო: სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს ვებ-გვერდი

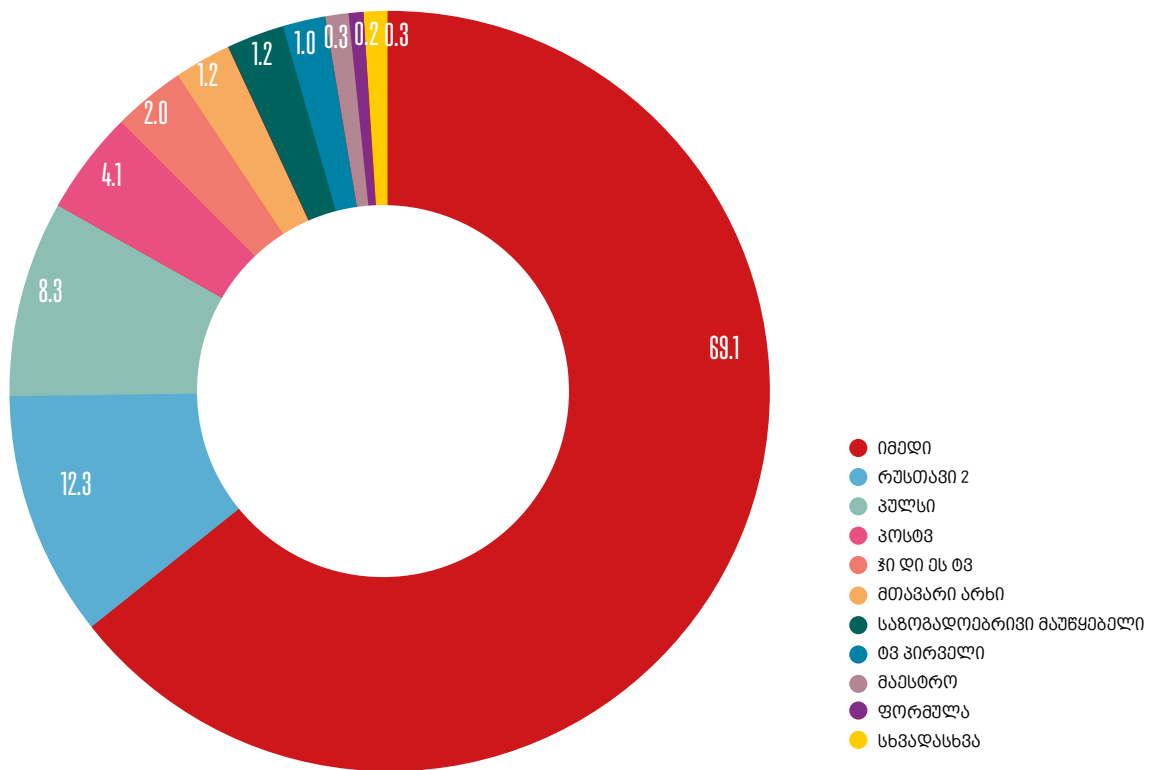
⁴⁵ NAT220001532, ხელშეკრულების თანხა: 22 800 ლარი, წყარო: სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს ვებ-გვერდი

⁴⁶ NAT220005822 ხელშეკრულების თანხა: 32 418, წყარო: სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს ვებ-გვერდი

⁴⁷ TVMR საქართველო – ნილსენის სატელევიზიო აუდიტორიის გამოშვების ოფიციალური ლიცენზირებული პარტნიორი <http://www.tvmr.ge/ka/#/ka/main>
TMI – კანტარ მედიას ექსკლუზიური ლიცენზიანტი საქართველოში <https://www.tmi.ge/ka/pages/7>

– 141 768 ლარი. სხვა ტელევიზიებზე საკონტრაქტო ხელშეკრულებები შემდგენიარად არის გადანაწილებული: ტელეკომპანია „პულსი“ – 95 342 ლარი, სახელისუფლებო „პოს ტვ“ – 47 211 ლარი და “GDS TV” – 22 436 ლარი, ოპოზიციური ტელეკომპანია „მთავარი არხი“ – 14 359 ლარი, „საზოგადოებრივი მაუწყებელი“ – 13 750 და ხელისუფლების მიმართ კრიტიკული სარედაქციო პოლიტიკის მქონე „ტვ პირველი“ – 11 371 ლარი, „მაცენტრო“ – 3 742 ლარი, „ფორმულა“ – 2 267 ლარი. შედარებით მცირე საკონტრაქტო მომსახურების ტელევიზიები „სხვადასხვაშია“ გაერთიანებული, რაც ჯამურად 2 874 ლარს შეადგენს.

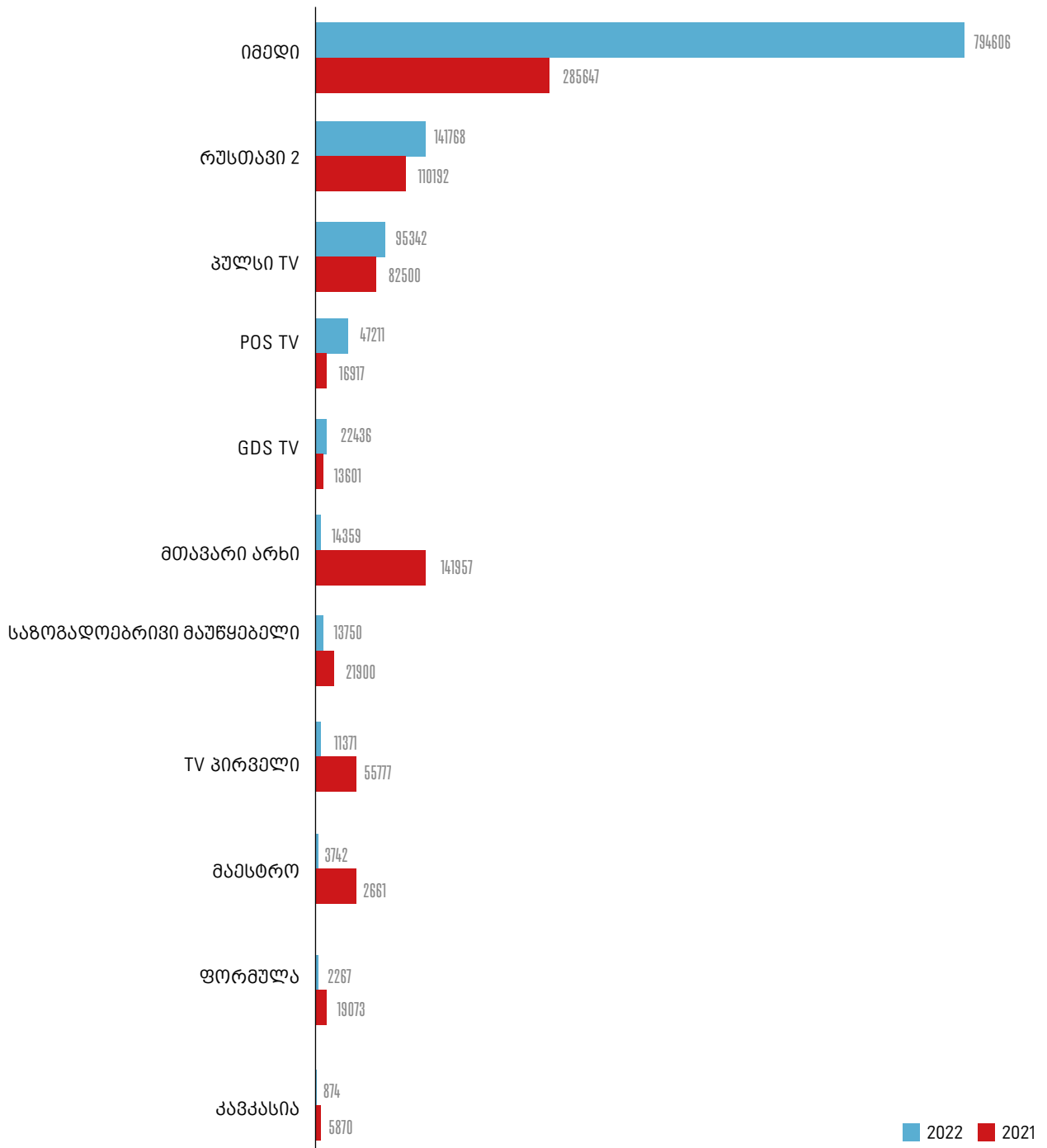
ლიზარაგა 10. საბიუჯეტო რეკლამისა და ინფორმაციო მომსახურების პროცენტული განაწილება სახიონალური დარგების ტელევიზიებში, 2022



როგორც დიაგრამიდან ჩანს, სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის ტელევიზიებზე საბიუჯეტო კონტრაქტების გადანაწილების წილი გაცილებით მაღალია. 2022 წელს, 2021 წელთან შედარებით, სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის მქონე ტელეკომპანიების – „იმედისა“ (508 959 ლარით) და “POSTV”-ის (30 294 ლარით) საბიუჯეტო კონტრაქტები თითქმის სამჯერ გაიზარდა. შემოსავალი გაიზარდა ტელეკომპანია „რუსთავი 2-ის“ (31 576 ლარით), პულსი TV-ის (12 842 ლარით) და GDS TV-ის (8 835 ლარით) შემთხვევაშიც.

სახელისუფლებო სარედაქციო ტელევიზიებში საბიუჯეტო რეკლამის მატებასთან ერთად ოპოზიციურ მედიებში შესაბამისი რესურსის გადანაწილების მაჩვენებელი 2022 წელს მნიშვნელოვნად არის შემცირებული: „მთავარი არხზე“ საბიუჯეტო რეკლამა თითქმის 10-ჯერ (127 598 ლარით), „ფორმულას“ შემთხვევაში – 8.4-ჯერ (16 806 ლარით), „TV პირველის“ შემთხვევაში – თითქმის 5-ჯერ (44 406 ლარით), ხოლო „კავკასიის“ შემთხვევაში, სადაც თანხის ოდენობა წინა წელსაც დაბალი იყო – თითქმის 7-ჯერ (4 996 ლარით).

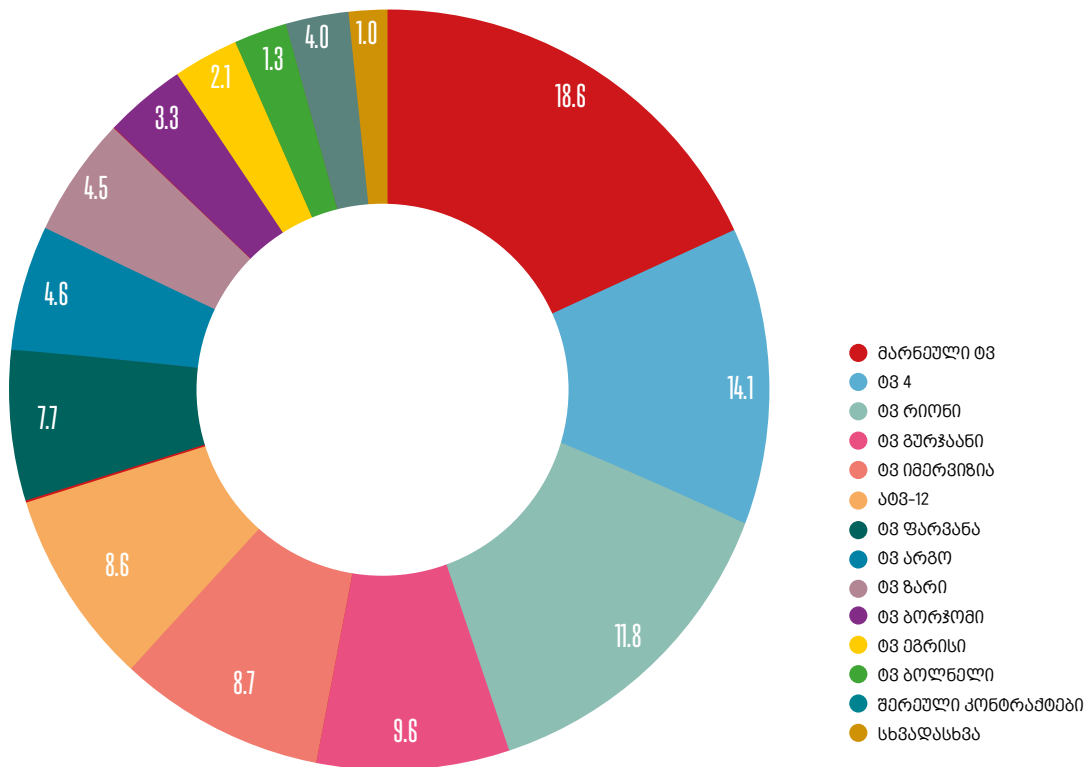
დიაგრამა 11. საზოგადოებრივი ტელევიზიის და რადიოსადგომების განაწილება სახელმწიფო და კერძო დარგის ტელევიზიებში, 2021-2022



2.3. რეგიონული ტელევიზიები

რეგიონულ ტელევიზიებთან ყველაზე დიდი ღირებულების ხელშეკრულება (ჯამურად – 778 894 ლარი) ადგილობრივმა მუნიციპალიტეტებმა და მათ დაქვემდებარებულმა უწყებებმა გააფორმეს. როგორც აღინიშნა, 2021 წელთან შედარებით, 2022 წელს საინფორმაციო და სარეკლამო ხელშეკრულებების ღირებულება მცირედით – 10 953 ლარით შემცირდა.

დიაგრამა 12. საბიუჯეტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების პროცენტული განაწილება რეგიონულ ტელევიზიებში, 2022



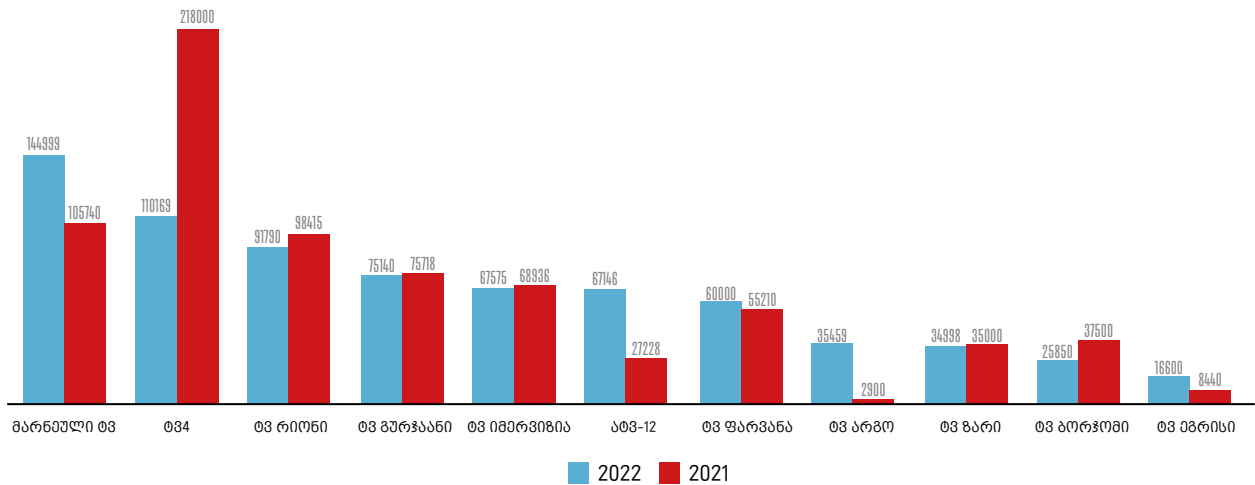
2022 წელს რეგიონულ მაუწყებლებიდან ყველაზე დიდი ღირებულების კონტრაქტი (144 999 ლარი) „მარნეული TV“-სთან გაფორმდა, რაც წინა წელთან შედარებით 39 259 ლარით არის გაზრდილი.

მარნეული TV-ს მოსდევს „ქვემო ქართლის ტელევიზია“ ტვ4, რომლის საბიუჯეტო სარეკლამო შემოსავლები წინა წელთან შედარებით თითქმის 2-ჯერაა შემცირებული (2022: 110 169 ლარი, 2021: 218 000 ლარი). აღსანიშნავია, რომ „ქვემო ქართლის ტელევიზია“ 2016-2021 წლებში საბიუჯეტო კონტრაქტების მხრივ პირველ ადგილზე იყო. როგორც წინა თავში აღინიშნა, 2022 წელს „ქვემო ქართლის ტელევიზია“ კრემლისტურ ტვ „ალტ-ინფოსთან“ გაფორმებული კომერციული კონტრაქტის გამო, რაც მათი გადაცემების რეტრანსლირებას ითვალისწინებდა, კრიტიკის ობიექტი გახდა, რის შემდეგაც ტელეკომპანიამ ალტ-ინფოსთან თანამშრომლობა შეწყვიტა.

სხვა რეგიონულ ტელეკომპანიებზე საბიუჯეტო და საინფორმაციო მომსახურების კონტრაქტები შემდეგნაირად გადანაწილდა: „რიონი“ – 91 790 ლარი, „გურჯაანი“ – 75 140 ლარი, „იმერვიზია“ – 67 575 ლარი, „ატვ-12“ – 67 146 ლარი, „ფარვანა“ – 60 000 ლარი, „არგო“ – 35 459 ლარი, „ზარი“ – 34 998 ლარი, „ბორჯომი“ – 25 850 ლარი, „ვერისი“ – 16 600 ლარი, „ბოლნელი“ – 10 080 ლარი, კატეგორიაში „სხვადასხვა“ ის რეგიონული ტელევიზიები გაერთიანებული, რომელთა კონტრაქტები 10 000 ლარზე ნაკლებია, რამაც ჯამურად 7 791 ლარი შეადგინა.

აღსანიშნავია, რომ 2022 წელს, 2021 წელთან შედარებით ტელეკომპანიების – „მარნეული ტვ“ (39 259 ლარით), „ატვ-12“ (39 918 ლარით), „არგო“ (32 559 ლარით), „ვერისი“ (8 160 ლარით) და „ფარვანა“ (4 790 ლარით) – საბიუჯეტო კონტრაქტებით მიღებული შემოსავლები გაზრდილია, ხოლო ტვ 4-ის (107 831 ლარით) შემცირებულია.

დიაგრამა 13. საიუჯუტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების ტანსმობრივი გადასახადების რეგიონულ ტელევიზიებში, 2021-2022



2022 წელს რეგიონულ ტელევიზიებსა („რიონი“, „არგო“, „იმერვიზია“, „ბარი“, „TV-ბორჯომი“, „ATV-12“, „ფარვანა“, „მონიტორინგი“, „ბოლნელი“, „TV4“, ტელეკომპანია „მარნეული“, ტელეკომპანია „თანამგზავრი“, „გურჯაანი“, „ეგრისი“, „კოლხეთი 89“) და რადიოებში („ნორი“, „ძველი ქალაქი“, „რიონი“, „არგო“, „ბოლნელი“, „ათინათი“) საბიუჯეტო რეკლამის განთავსების მიზნით, საქართველოს თავდაცვის სამინისტრომ ააიპ „საქართველოს რეგიონულ მაუწყებელთა ალიანსს“ 31 295 ლარის ღირებულების კონტრაქტი გაუფორმა. აღნიშნული კონტრაქტი შერეული ხელშეკრულებების კატეგორიაში გავიყვანეთ, ვინაიდან ხელმისაწვდომ დოკუმენტებში არც რადიოს და ტელევიზიის და არც ინდივიდუალურ მედიებზე გადანაწილებული თანხის ოდენობა იყო გამიჯნული. თავდაცვის სამინისტრომ, რომელსაც ინფორმაციის დამუსტების მიზნით მივმართეთ, არასრული ინფორმაცია მოგვაწოდა.⁴⁸ სამინისტროს პასუხში მითითებულია თანხის გადანაწილება რეგიონების მიხედვით და არა მედიების და მედია საშუალებების ტიპოლოგიის მიხედვით. მათი პასუხის თანახმად კი, თანხების გადანაწილება შემდეგნაირად მოხდა: იმერეთი – 11 405; ქვემო ქართლი – 6 506,30; სამცხე-ჯავახეთი – 4 504; კახეთი – 3 630; სამეგრელო – 3 350; შიდა ქართლი – 1900.

2.4. ონლაინ მედია

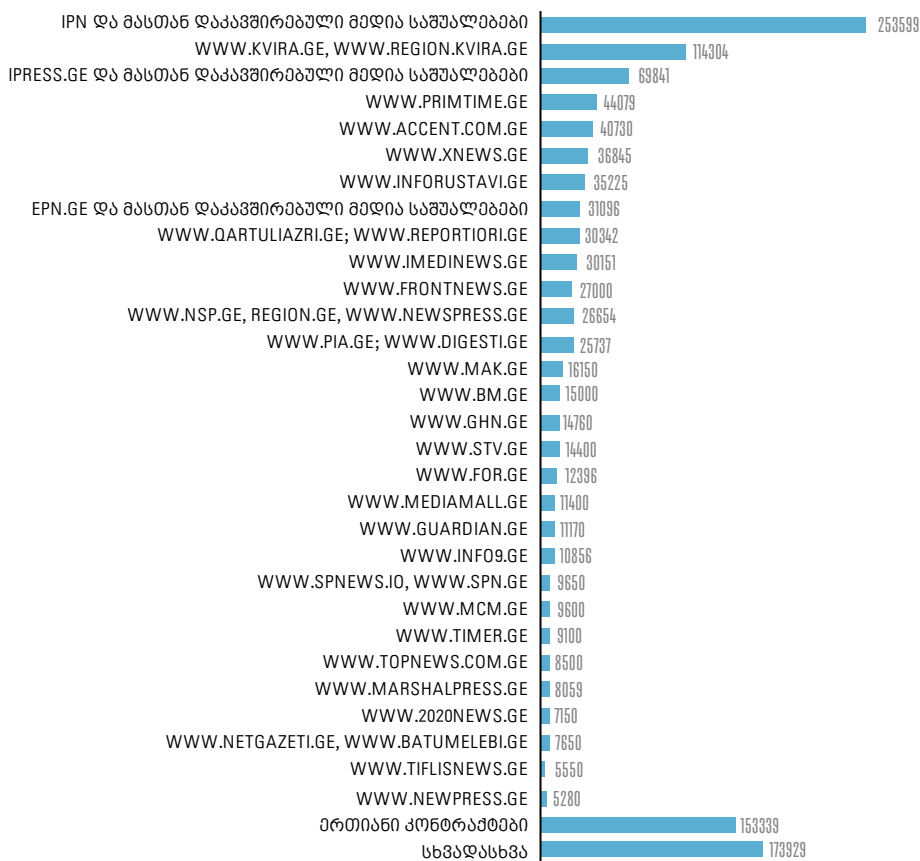
სახელმწიფო შესყიდვების ელექტრონულ ბაზაში ხელმისაწვდომი მონაცემების თანახმად, 2022 წელს ინფორმაციის გავრცელებისა და რეკლამის განთავსების მიზნით, ყველაზე მეტი თანხა – 1 269 541 ლარი – ონლაინ მედიაზე გადანაწილდა. თუმცა, წინა წელთან შედარებით ეს თანხა 443 934 ლარით შემცირდა (2021 წელი: 1 713 475 ლარი).

აღნიშნული თანხიდან ყველაზე დიდი წილი (253 599 ლარი) „პალიტრა მედია“ ჰოლდინგში შემავალ ონლაინ გამოცემებზე (IPN, PalitraTV.ge, Kvirispalitra.ge, Bpn.ge, Ambebi.ge, Allnews.ge) მოდის; შემდეგ ადგილზეა სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის Kvira.ge და მასთან დაკავშირებული kids.kvira.ge, region.kvira.ge (114 304 ლარი); მას მოსდევს Ipress.ge და ის მედიები (ibusiness.ge; iregions.ge; imtavroba.ge; mpres.ge), რომ-

⁴⁸ საქართველოს თავდაცვის სამინისტროსა და ა(ა)იპ მაუწყებელთა ალიანსს შორის გაფორმებული ხელშეკრულება (NAT220003873), ხელშეკრულების ღირებულება: 38 096.30 (ფაქტობრივი გადახდა: 31295.30 ლარი); წყარო: სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს ვებ-გვერდი.

ლებიც Ipress.ge-ის საიტზე პარტიორებადაა მითითებული. ამ უკანასკნელთან ძირითადად ერთიანი კონტრაქტების გაფორმებული (69 841 ლარი). სხვა მედიებზე კი თანხები შემდეგნაირად გადანაწილდა: Primetime.ge – 44 079 ლარი; Accent.com.ge – 40 730 ლარი; Xnews.ge – 36 845 ლარი; Inforustavi.ge – 35 225 ლარი, Epn.ge და მასთან დაკავშირებული მედიასაშუალებები (Economic.ge; 1news.ge, www.faxinter.news) – 31 096 ლარი; Qartuliazri.ge და Reportiori.ge – 30 342 ლარი; lmedinews.ge – 30 150.9 ლარი; Frontnews.ge – 27 000; Nsp.ge, Region.ge და Newspress.ge – 26 654 ლარი; Pia.ge და Digesti.ge – 25 737 ლარი; აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ PIA-ს ეს მონაცემი არასრულია, რადგან ამავე სააგენტოსთან დაკავშირებულ კლიპ-არტის ერთიანი კონტრაქტში⁴⁹ სხვა სააგენტოებთან ერთად PIA-ც ფიგურირებს, თუმცა დაკონკრეტებული არ არის, როგორ მოხდა მედიებზე თანხების გადანაწილება. სხვა ონლაინ მედიების კონტრაქტების ღირებულება ასეთია: Mak.ge – 16 150 ლარი; Bm.ge – 15 000 ლარი, Ghn.ge – 14 760 ლარი, Stv.ge – 14 400 ლარი, For.ge – 12 396 ლარი; Mediamall.ge – 11 400 ლარი; Guardian.ge – 11 170 ლარი; Info9.ge – 10 856 ლარი; Spnews.io და Spn.ge (შპს „სივრცეები“) – 9 650 ლარი; Mcm.ge – 9 600 ლარი; Timer.ge – 9 100 ლარი; Topnews.com.ge – 8 500 ლარი; Marshalpress.ge – 8 059 ლარი; Netgazeti.ge და Batumelebi.ge – 7 650 ლარი; 2020 news.ge – 7 150 ლარი; Tiflisnews.ge – 5 550 ლარი, ხოლო newpress.ge – 5 280 ლარი. 5 000 ლარზე ნაკლები ღირებულების საკონტრაქტო მომსახურებამ ჯამურად 173 929 ლარი შეადგინა და კატეგორიაში „სხვადასხვა“ არის გაერთიანებული.

დიაგრამა 14. საზოგადოებრივი რეკლამისა და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით მედიური ტელევიზიის განაწილება ონლაინ მედიით, 2022



⁴⁹ სსიპ განათლების საერთაშორისო ცენტრსა და კლიპ-არტს შორის გაფორმებული ხელშეკრულება (CMR220024192) ინფორმაციის განთავსებას შემდეგ ვებ-გვერდებზე ითვალისწინებდა: www.pia.ge www.digesti.ge და www.kvira.ge, Funtime.ge, კონტრაქტის ჯამური ღირებულება – 4 543 ლარი

როგორც უკვე აღინიშნა, საბიუჯეტო კონტრაქტების ნაწილი მედიებთან შუამავალი კომპანიების საშუალებით არის გაფორმებული, რის გამოც წარმოდგენილი მონაცემები მედიებზე თანხების გადანაწილების ზუსტ სურათს ვერ ასახავს. მსგავსი კონტრაქტები ერთიანი ხელშეკრულებების კატეგორიაში გავაერთიანეთ (საერთო ღირებულება – 153 339 ლარი); ერთიანი ხელშეკრულებებში ყველაზე მაღალი ღირებულების კონტრაქტები „შპს აიფიემ მარკეტ ინტელიჯენს კაუკასუსთან“ ვეტერანების საქმეთა სახელმწიფო სამსახურმა (76 208 ლარი) და თბილისის მერიის ა(ა)იპ საზოგადოებასთან კომუნიკაციის სააგენტომ (32 670 ლარი) გააფორმეს. აღნიშნული ხელშეკრულებების ნაწილი მედია მონიტორინგის მომსახურებას ითვალისწინებდა, ხოლო ნაწილი სხვადასხვა ონლაინ გამოცემებში უწყების შესახებ ინფორმაციის⁵⁰ განთავსებას.

როგორც მედიის განვითარების ფონდის ადრე ჩატარებული კვლევები ცხადყოფს, ონლაინ მედიების ნაწილი პროფესიული სტანდარტების დაცვით ახდენს დაფინანსებული მასალების ვებ-გვერდზე განთავსებას და აუდიტორიის ინფორმირებას, რომ დაფინანსებული შინაარსი მედია პროდუქტს არ წარმოადგენს, თუმცა მსგავსი პრაქტიკა ყველა გამოცემაში თანაბრად დამკვიდრებული არ არის. ამასთანავე, როგორც შემდეგ თავში ვნახავთ, მედიების ნაწილი (For.ge, Kvira.ge, Pia.ge, Marshalpress.ge, Spnews.io, Reportiori.ge, Qartuliazri.ge, Xnews.ge, Lider.ge, Tiflisnews.ge) რომელსაც საბიუჯეტო კონტრაქტები აქვს გაფორმებული და სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკას ატარებს, ხელისუფლების ოპონენტების მადისკრედიტირებელ კამპანიებში არის ჩართული.

2.5. გეგმიური მედია

2022 წელს ბეჭდვით გამოცემებში საინფორმაციო და სარეკლამო მომსახურებაზე, სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს მონაცემების თანახმად, ჯამში 271 173 ლარის ღირებულების ხელშეკრულება გაფორმდა. ეს თანხა წინა წელთან (2021: 351 318 ლარი) შედარებით 80 145 ლარით არის შემცირებული.

წინა წლის მსგავსად, 2022 წელს ყველაზე მეტი ღირებულების საინფორმაციო მომსახურების ხელშეკრულება „რეზონანსთან“ (69 677 ლარი) გაფორმდა. სხვა ბეჭდვით გამოცემებზე კი საბიუჯეტო კონტრაქტების ღირებულება ასე გადანაწილდა: გაზეთი „ვერსია“ – 29 997 ლარი, “Forbes Georgia”⁵¹ – 20 300 ლარი, ჟურნალი „ექსპერიმენტული და კლინიკური მედიცინა“ – 18 175 ლარი, ჟურნალი “Entrepreneur” – 11 300 ლარი, გაზეთი „საქართველოს რესპუბლიკა“ – 10 754 ლარი, გაზეთი „ვრასტანი“ – 10 008 ლარი, ჟურნალი “Homeland of wine” – 6 050 ლარი. ბეჭდურ მედიაში 5 000 ლარზე ნაკლები ღირებულების საბიუჯეტო კონტრაქტები ჯამურად 5 696 ლარს შეადგენს და კატეგორიაში „სხვადასხვა“ გავაერთიანეთ.

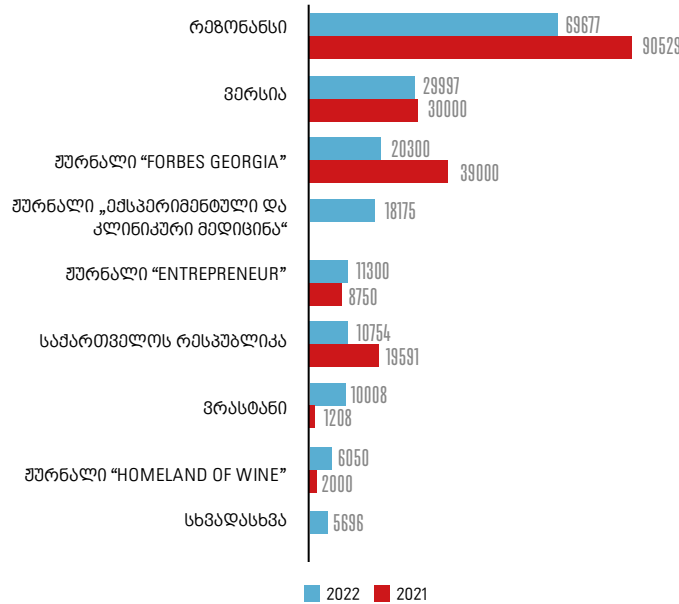
2022 წელს 2021 წელთან შედარებით გაზეთ „რეზონანსის“ საბიუჯეტო კონტრაქტების ღირებულება 20 852 ლარით შემცირდა; ჟურნალ “Forbes Georgia”-ს – 18 700 ლარით; გაზეთების „საქართველოს რესპუბლიკა“ – 8 837 ლარით; ხოლო „ახალი თაობა“ – 2 900 ლარით. თითქმის წინა წლის იდენტური ღირებულების

⁵⁰ IPN, Kvira.ge, Reportiori.ge; მედიაცენტრი „მთავარი“, Region.ge; Info9; მედიაპოლიტინგი „ჯორჯიან თაიმსი“; „იქს-ნიუსი“; „ლიდერი“; „სივრცეები“.

⁵¹ გამოცემა “Forbes Georgia” მოიცავს როგორც ბეჭდურ, ისე ონლაინ მომსახურებას.

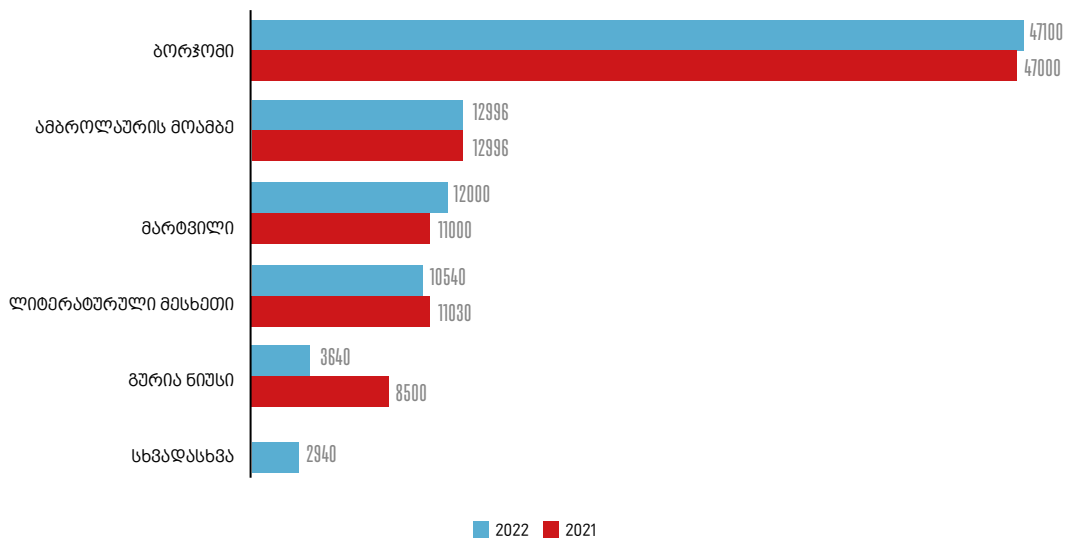
კონტრაქტები გაფორმდა გაზეთ „ვერსიასთან“, ხოლო ჟურნალ „Entrepreneur“-ის საბიუჯეტო კონტრაქტების ღირებულება მცირედით (2 550 ლარით) გაიზარდა.

დიაგრამა 15. საბიუჯეტო რეკლამისა და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით მედიური საბიუჯეტო თანხების განაწილება რეგიონალურ მედიურ მედიუმში, 2021-2022



2022 წელს საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა რეგიონალურ ბეჭდვით მედიასთან სულ 89 216 ლარის ხელშეკრულება გააფორმეს. ყველაზე დიდი ღირებულების ხელშეკრულება გაფორმდა გაზეთ „ბორჯომთან“ (47 100 ლარი), რომელსაც წინა წელსაც თითქმის იდენტური ღირებულების კონტრაქტი ჰქონდა. შედარებით ნაკლებია სხვა რეგიონულ ბეჭდურ გამოცემებთან გაფორმებული ხელშეკრულებები: გაზეთი „ამბროლაურის მოამბე“ – 12 996 ლარი, გაზეთი „მარტვილი“ – 12 000 ლარი, გაზეთი „ლიტერატურული მესხეთი“ – 10 540 ლარი, „გურია ნიუსი“ – 3 640 ლარი, რომლის მონაცემები წინა წელთან შედარებით 4 860 ლარით არის შემცირებული. კატეგორიაში „სხვადასხვა“ ის რეგიონული გაზეთებია გაერთიანებული, რომელთა კონტრაქტები 3 000 ლარზე ნაკლებია, რამაც ჯამურად 2 940 ლარი შეადგინა.

დიაგრამა 16. საბიუჯეტო რეკლამისა და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით მედიური საბიუჯეტო თანხების განაწილება რეგიონალურ მედიურ მედიუმში, 2021-2022



2.6. სოციალური მედია

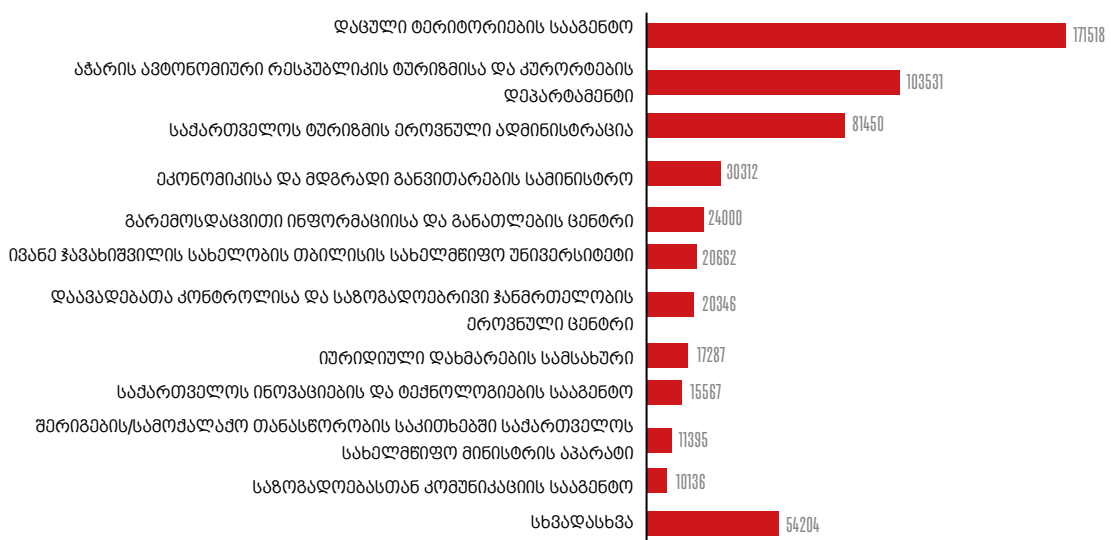
სოციალურ მედიაში განთავსებული სარეკლამო მომსახურების კონტრაქტები სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს ელექტრონულ ბაზაში მოვიძიეთ⁵², რომლის მონაცემების თანახმად, 2022 წელს საბიუჯეტო ორგანიზაციებს სოციალურ მედიაში (Facebook, Instagram, youtube, LinkedIn) სარეკლამო და მარკეტინგული მომსახურების გაწევის მიზნით, ჯამში 560 407 ლარის ღირებულების საკონტრაქტო მომსახურება ჰქონდათ გათვალისწინებული, რაც წინა წელთან (2021: 802 818 ლარი) შედარებით 242 411 ლარით იყო შემცირებული.

შესყიდვების სააგენტოს ბაზაში არსებული მონაცემების მიხედვით, სოციალური მედიის მომსახურებაზე ყველაზე მეტი ღირებულების სარეკლამო თანხა სსიპ დაცული ტერიტორიების სააგენტოს (171 518 ლარი) ჰქონდა გათვალისწინებული. სხვა ორგანიზაციების თანხები კი შემდეგნაირად გადანაწილდა:

- აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტი – 103 531 ლარი;
- სსიპ საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია – 81 450 ლარი;
- საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო – 30 312 ლარი;
- გარემოსდაცვითი ინფორმაციისა და განათლების ცენტრი – 24 000 ლარი;
- ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი – 20 662 ლარი;
- სსიპ ლ. საყვარელიძის სახელობის დაავადებათა კონტროლისა და საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის ეროვნული ცენტრი – 20 346 ლარი;
- სსიპ იურიდიული დახმარების სამსახური – 17 287 ლარი;
- სსიპ საქართველოს ინოვაციების და ტექნოლოგიების სააგენტო – 15 567 ლარი;
- შერიგებისა და სამოქალაქო თანასწორობის საკითხებში საქართველოს სახელმწიფო მინისტრის აპარატი – 11 395 ლარი;
- ააიპ საზოგადოებასთან კომუნიკაციის სააგენტო – 10 136 ლარი.

სხვა საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა კი, რომელთა რეკლამის გავრცელების ღირებულება სოციალურ მედიაში 10 000 ლარზე ნაკლები იყო, ჯამში 54 204 ლარი შეადგინა.

ღიჯრკგ 17. სსიპჯუშუ ორგანიზაციის სსიპჯუშუ თანხში სოციალურ მედიადი შესყიდვის სააგენტოს მონაცემების მიხედვით, 2022



⁵² 79300000 – ბაზრის კვლევა და ეკონომიკური კვლევა; გამოკითხვები და სტატისტიკა

საზოგადოებრივი ტელევიზიის საინფორმაციო სააგენტოს ფუნქციონირების გეგმისა და ჯგუფური ინფორმაციის გასაშუქებლად. 2022 წლის საბიუჯეტო კონტრაქტების მონაცემების ანალიზისას, 2021 წლის მსგავსად, გამოვლინდა შემთხვევები, როდესაც საინფორმაციო მომსახურების გავრცელებაზე საბიუჯეტო ორგანიზაციების მიერ გაფორმებული ხელშეკრულებები (ჯამური ღირებულება 13 796 ლარი) მასალების სააგენტოს ვებ-გვერდზე განთავსების გარდა, ინფორმაციის სხვა ფეისბუქ ჯგუფებსა და გვერდებზე გაზიარების ვალდებულებასაც ითვალისწინებდა.

2022 წელს აღნიშნული ტიპის 3 კონტრაქტი For.ge-სთან გაფორმდა (ჯამური ღირებულება – 10 796 ლარი), 1 კი – სამეგრელოს მედია ორგანიზაცია Stv.ge-სთან (3 000 ლარი). ქვემოთ მოცემული ცხრილი ასახავს იმ ფეისბუქ ჯგუფებსა და გვერდებს, 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 ჩვენს შესახებ განყოფილებაში მისამართად ყველას www.for.ge აქვს მითითებული; ხოლო ჯგუფებს „For.Ge – საინფორმაციო, ანალიტიკური პორტალი“ და „პოზიტივი“ For.ge-ს დამფუძნებელი და რედაქტორი რობერტა ჟღამაია და for.ge-ს ადმინისტრირებული ზემოთ ჩამოთვლილი 4 გვერდი მართავს. სააგენტოს დამფუძნებლებმა და გამგეობის წევრმა რობერტა ჟღამაიამ და გიორგი იაკობაშვილმა ია მეტრეველთან და იოსებ მანჯავიძესთან ერთად 2020 წლის 7 აგვისტოს არასამთავრობო ორგანიზაცია აიპი „დავასრულოთ“ დაარსეს, რომლის მიზანაც, მათი განცხადებით, ნაციონალური მოძრაობის დასრულებაა.⁵³

საინფორმაციო სააგენტო “For.ge”-ს გარდა, იდენტური შინაარსის ხელშეკრულება გამოვლინდა სამეგრელოს მედია ორგანიზაცია Stv.ge-სთანაც, რომელსაც ხობის მუნიციპალიტეტის მასალები მათსავე ფეისბუქ გვერდზე უნდა გავრცელებინა.

ცხრილი 6. 2022 წელს საზოგადოებრივი ტელევიზიის მიერ ინფორმაციის ფუნქციონირების გეგმისა და ჯგუფური ინფორმაციის გასაშუქებლად გაფორმებული კონტრაქტები

კონტრაქტის კოდი	საზოგადოებრივი ტელევიზიის უწყება	კონტრაქტის ღირებულება ლარებში	თავისუფალი FACEBOOK გვერდები	FACEBOOK ჯგუფები
For.ge	ქ. თბილისის მუნიციპალიტეტის დიდუბის რაიონის გამგეობა	4 400	1. For.ge 2. Yellow facts 3. Tbilisi news 4. პოემია front news 5. თავისუფლება	1. For.ge 2. პოზიტივი
For.ge	სსიპ მიწის მდგრადი მართვისა და მიწათსარგებლობის მონიტორინგის ეროვნული სააგენტო	3 996	1. For.ge 2. Yellow facts 3. Tbilisi news 4. პოემია front news 5. თავისუფლება	1. For.ge 2. პოზიტივი
Stv.ge	ხობის მუნიციპალიტეტის კულტურულ-საგანმანათლებლო ცენტრი	3 000	STVSamegrelo	
For.ge	ქ. თბილისის ა(ა)იპ ეროვნული სკრინინგ-ცენტრი	2 400	1. For.ge 2. Yellow facts 3. Tbilisi news 4. პოემია front news 5. თავისუფლება	1. For.ge 2. პოზიტივი

⁵³ მედიის ფინანსური გამჭვირვალობა 2020, გვ. 36-37. მედიის განვითარების ფონდი <https://mdfgeorgia.ge/uploads//mediifinansurigamchvirvaloba2020.pdf>

III. საბიუჯეტო კონსტრუქციები წინააღმდეგობრივი საკელაქსიო პოლიტიკის გეგმობის

წინა წლების მსგავსად, 2022 წელსაც გამოიკვეთა შემთხვევები, როდესაც საბიუჯეტო კონტრაქტები წინააღმდეგობრივი სარედაქციო პოლიტიკის მქონე მედიებთან ფორმდებოდა. ამ თვალსაზრისით გამოიკვეთა 2 ტიპის მედიებთან თანამშრომლობის პრაქტიკა:

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. სიძულვილის ენის და ანტიდასავლური განწყობების შემცველი საკელაქსიო პოლიტიკის გამტარი გეგმა

საქართველოს რესპუბლიკა. სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს ბაზაში ხელმისაწვდომი მონაცემების მიხედვით, გაზეთ „საქართველოს რესპუბლიკასთან“⁵⁴, საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა 2022 წელს 10 754 ლარის ღირებულების კონტრაქტი გააფორმეს. ეს საბიუჯეტო ორგანიზაციებია:

- აჭარის ა.რ. ფინანსთა და ეკონომიკის სამინისტრო,
- აფხაზეთის ავტონომიური რესპუბლიკის მთავრობის აპარატი,
- საქართველოს სოფლის მეურნეობის მეცნიერებათა აკადემია,
- საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი,
- სსიპ „რაფიელ დვალის მანქანათა მექანიკის ინსტიტუტი“,
- სოხუმის ი. ვეკუას ფიზიკა-ტექნიკის ინსტიტუტი.

აღსანიშნავია, რომ წინა წლებთან შედარებით (2021: 19591; 2020: 38 008; 2019: 55 525; 2018: 129 710)⁵⁵ 2022 წელს „საქართველოს რესპუბლიკასთან“ გაფორმებული საბიუჯეტო კონტრაქტები საგრძნობლად შემცირდა.

⁵⁴ „საქართველოს რესპუბლიკა“ საბჭოთა პერიოდში გაზეთ „კომუნისტის“, ხოლო 90-იან წლებში წლებში „ახალი საქართველოს“ სახელით გამოიცემოდა <https://mediameter.ge/ge/media-profiles/gazeti-sakartvelos-respublika>

⁵⁵ მედიამეტრი, მედიის ფინანსური გამჭვირვალობა https://mediameter.ge/ge/research?field_research_category_tid=2

რეზულია, თუმცა 2023 წლის წინასწარი მონაცემების თანახმად, კვლავ მზარდი ტენდენცია შეიმჩნევა და არც გამოცემის სარედაქციო პოლიტიკა შეცვლილა. კერძოდ, წინასწარი მონაცემებით 2023 წელს „საქართველოს რესპუბლიკასთან“ 18,525 ლარის ღირებულების კონტრაქტი საქპატენტმა, ხოლო 9 450 ლარის ღირებულების კონტრაქტი – რეგიონული განვითარებისა და ინფრასტრუქტურის სამინისტროს საქართველოს საავტომობილო გზების დეპარტამენტმა გააფორმეს.

„საქართველოს რესპუბლიკის“ საბიუჯეტო კონტრაქტები მისი სარედაქციო პოლიტიკის გამო არის კრიტიკის საგანი. ევროსაბჭოს რასიზმისა და შეუწყნარებლობის წინააღმდეგ ევროპის კომისიის (ECRI) რეკომენდაცია #7-ის თანახმად,⁵⁶ წევრმა სახელმწიფოებმა კონტრაქტების გაფორმებისას ანტიდისკრიმინაციული პოლიტიკით უნდა იხელმძღვანელონ. მას შემდეგ, რაც MDF-ის კვლევის საფუძველზე, 2015 წელს რასიზმისა და შეუწყნარებლობის წინააღმდეგ ევროპის კომისიის (ECRI) მეხუთე ციკლის ანგარიშში⁵⁷ კომისიამ საქართველოს ხელისუფლებას მისცა რეკომენდაცია, გადაეხედა იმ მედია საშუალებებთან არსებული კონტრაქტებისთვის, ვინც რასისტულ ან ჰომო/ტრანსფობიულ სიძულვილის ენის გამოვლენაში იყო შემჩნეული, გარკვეულ მედიებთან ასეთმა თანამშრომლობამ იკლო, თუმცა ცალკეულ შემთხვევებში ასეთი თანამშრომლობა გრძელდება.

2022 წელს „საქართველოს რესპუბლიკაში“ გამოქვეყნებული მასალები როგორც ქსენოფობიური, ასევე ჰომოფობიური შინაარსისაა. ცალკეულ შემთხვევებში კი ანტისემიტური შინაარსიც გამოვლინდა, რაც უკრაინელებსაც მიემართებოდა და ამკვიდრებდა კრემლისტურ გზავნილს, რომლის მიხედვითაც „უკრაინელები ნაცისტები“ არიან, ებრაელები კი რუს და უკრაინელ მოძმე ხალხს ერთმანეთთან აპირისპირებენ. აღსანიშნავია, რომ ანტისემიტური შინაარსის ეს სტატია მანამდე კრემლისტურ გამოცემა „საქართველო და მსოფლიოში“ გამოქვეყნდა⁵⁸:

■ „ებრაელები, იყენებენ რა უკრაინელ ნაციონალისტებს, უკრაინისგან ქმნიან ხაზარების კაგანატს. ისინი იპყრობენ უკრაინის ტერიტორიას, რომელსაც სიმბოლურ ვერცხლის ლანგარზე დადებულს, უკრაინელები, რუსების, როგორც მტრების მიმართ სიძულვილის პროპაგანდით გასულელებულები, თავადვე მიართმევენ მათ. ცნებების ჩანაცვლება-აღრევა ებრაელების კლასიკური ხერხია: რუსი, სისხლისმიერი ძმა მტრად არის გამოცხადებული“; „რუსები და უკრაინელები თითქმის ისეთივე სათაგურში მოხვდნენ, როგორშიც 1917 წელს, როდესაც მოძმე სლავი ხალხები, ებრაელი პროპაგანდისტების მიერ წითლებად და თეთრებად გაყოფილები, ერთმანეთს ხოცავდნენ, რათა ხელისუფლებაში ბოლშევიკები მოეყვანათ, რომელთა გემდგომი ფენა თითქმის მთლიანად ებრაელებისგან შედგებოდა“⁵⁹.

■ „დიდი არაბობა“ საქართველოში⁶⁰.

■ „რა მოგველის 2050 წლისთვის?! ქალის ქალზე და კაცის კაცზე დამცობის შედეგი“⁶¹.

⁵⁶ 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/>

⁵⁷ ევროპული კომისია რასიზმისა და შეუწყნარებლობის წინააღმდეგ მოხსენება საქართველოს შესახებ <https://rm.coe.int/fourth-report-on-georgia-georgian-translation-/16808b5775>

⁵⁸ იაკობ ლეჟავა, საქართველო და მსოფლიო. 24 აგვისტო, 2022. „ასე რამ გადაგრიათ ქართველებო, მართლა სულ დაუსტვინეთ?!“ <https://geworld.ge/ge/ase-ram-gadagriat/>

⁵⁹ „საქართველოს რესპუბლიკა“, #129-120, 29-30 აგვისტო, 2022 <https://sakresp.ge/9339-2-2-54-7-14-12/>

⁶⁰ „საქართველოს რესპუბლიკა“, #187-88, 8-10 ივლისი, 2022 <https://sakresp.ge/9339-2-2-54-7-5/>

⁶¹ „საქართველოს რესპუბლიკა“, #19, 2 თებერვალი, 2022 <https://sakresp.ge/9339-2-2-2/>

- ზურაბ ცუცყერიძე: „ნინო ლომჯარიავ, მიპასუხე, პედერასტები ყველა ქვეყნისა, უკვე შეერთდით?“⁶²
- „არა ეროვნებას, სამშობლოს, რწმენას, ისტორიას, სქესს და „ამერიკული დახმარება“⁶³.
- „როგორ ბაირამობენ ბაირამოვები ქართულ ოჯახზე“⁶⁴.

სხვადასხვა

„დიდი არაბოვა“ საქართველოში

ჩვეთაან ისვენებან... ფულს საშოგლოში რისხავენ... მაშ, ჩვენ რაღა?



საქართველო არაბი ტურისტებისთვის რომ მიზიდული ქვეყანაა, ამას სტატისტიკის გარდა ტურისტული ადგილებში მათი სიმრავლე მოწმობს. არაბი ტურისტების მოზიდვაზე ზრუნვის მიზანრიბად აქტიურად ცდილობს.

მა თუმცა ქართული ტურისტული კომპანიების უმეტესობა „კომერსანტიან“ ამბობს, რომ არაბი ტურისტების გაზრდელი რაოდენობა არც ადგილობრივი ტურისტული კომპანიებისთვის და არც ქვეყნის ეკონომიკისთვის მნიშვნელოვანი უწყობა შეუძლია.

კამპანიაში ანარქიზმსაც საქართველოში მოგზაურობასთან დაკავშირებით. უმეტეს კი, თვითონვე აკონტროლებენ მათ გადაადგილებას, დამარცხებას და ა.შ. სწორედ ამ სასტუმროებშია თუ აპარტამენტებში, რომლებიც მათი საკუთრებაა.

რა მოგველის 2050 წლისთვის?!



ქალის ქალზე და პანის პანზე დაქმნების შედეგი

ზურაბ ცუცყერიძე:



ნინო ლომჯარიავ, მიპასუხე, კედერასტები ყველა ქვეყნისა, უკვე შეერთდით?! ④

როგორ ბაირამობენ ბაირამოვები ქართულ ოჯახზე!

ღია წერილი საქართველოს პრეზიდენტ-მინისტრს, გაბონ ირაქლი ღარიბაშვილს. საქართველოს შინაგან საქმეთა მინისტრს, გაბონ ვახტანგ გომეზაურს

გატონაბო, ჩემს ბარზეში შემიძლია იქრიშვილთან და ბექა ედიბერიძესთან დაცინვით მიპასუხეს – „რეაგირება იქნება ელვისებური“ ?!

ზურაბ ცუცყერიძე:

უვისოების უბინოსობა ④

ჭკუიდან გადასული ნახევარი მსოფლიოს უსამსიელოვის ქრონიკები

ბია გაბრიჭიძე:

სხვისი მამაკაღლები



- რატომ არ ხდება ამერიკაში სახელმწიფო გადაბრიალება? - იმიტომ, რომ იმ ამერიკის სახელმწიფო არ არის...! ②

ნუგზარ ფოფხაძე:



ეგებ, სხვა მემოზრების გაბეჩინათ, ქალბატონო ღებნან! ③

აუბ-ის ელჩს მოგაღური სისრუე მსოლოდ გადასდომა ან „ქრიტიკული აზრი“ ჰგონია

⁶² „საქართველოს რესპუბლიკა“, #70, 6 ივნისი, 2022 <https://sakresp.ge/9339-2-2-50/>

⁶³ „საქართველოს რესპუბლიკა“, #127-128, 26-28 აგვისტო, 2022 <https://sakresp.ge/9339-2-2-54-7-14-11/>

⁶⁴ „საქართველოს რესპუბლიკა“, #129-120, 29-30 აგვისტო, 2022 <https://sakresp.ge/9339-2-2-54-7-14-12/>

დავით მხეიძე:

არა - ეროვნებას,
 - სამშობლოს,
 - რწმენას,
 - ინტორიას,
 - სქესს და...

**„ამერიკული
 დახმარება“** ⑥




მბრალეები, იყენებენ რა უკრაინულ ნაციონალისტებს, უკრაინისგან ქმნიან საზღვრების კაზანატს. ისინი იპყრობენ უკრაინის ტერიტორიას, რომელსაც სიმბოლურ ვერცხლის ღანგარზე დადებულს, უკრაინელები, რუსების, როგორც მტრების მიმართ სიბუღვილის პროპაგანდით გასულელებულები, თავადვე მითარმევენ მათ. ცნებების ჩანაცვლება-აღრევა მბრალეების კლასიკური ხერხია: რუსი, სისსლისმიერი კმა მბრალარის გამოსხადაბული.

3.2. სახელისუფლო სარკადასხმო კოლიტივის გამტარი გელიმონ

საბიუჯეტო კონტრაქტები ასევე გაფორმდა სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის მქონე მედიებთან (Pos TV, Kvira.ge, რეპორტიორი, qartuliazri.ge, Pos TV, მარშალბრესი, For.ge, lider.ge, www.spnews.io, Xnews.ge), რომლებიც ხელისუფლების ოპონენტების მადისკრედიტირებელ კამპანიებში ხშირად კოორდინირებულად არიან ჩართული, ცალკეულ შემთხვევაში კი მიზანმიმართული ყალბი ინფორმაციის გავრცელების მაგალითებიც იკვეთება.

გელიმონი	საბიუჯეტო მომსახურების თანხა ლარებში	საბიუჯეტო ორგანიზაცია
Kvira.ge, kids.kvira.ge, region.kvira.ge	114 304 ლარი	აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის სოფლის მეურნეობის სამინისტრო; შპს „სტარტაპ საქართველო“; სამოქალაქო ავიაციის სააგენტო; თვითმმართველი ერთეული ზესტაფონის მუნიციპალიტეტი და სხვადასხვა რეგიონების მუნიციპალიტეტები.
Pos TV	47 211 ლარი	ფინანსთა სამინისტრო; საგარეო საქმეთა სამინისტრო; გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტრო; სახმელეთო ტრანსპორტის სააგენტო; ა(ა)იპ „საზოგადოებასთან კომუნიკაციის სააგენტო“ (4); სსიპ საარჩევნო სისტემების განვითარების რეფორმებისა და სწავლების ცენტრი; დაცული ტერიტორიების სააგენტო (2); იუსტიციის სახლი.

გელის სახელი	საინფორმაციო მომსახურების მანძილზე	საინფორმაციო მომსახურების
Xnews.ge	36 845 ლარი	ადიგენის კეთილმოწყობისა და დასუფთავების სამსახური; სამტრედიის მუნიციპალიტეტის მერია; ადიგენის მუნიციპალიტეტის მერია (2); ბოლნისის მუნიციპალიტეტის გამწვანების სამსახური; დედოფლისწყაროს კულტურისა და ძეგლთა დაცვის ცენტრი; გარდაბნის მუნიციპალიტეტის სპორტული ცენტრი; სსიპ სახელმწიფო სამხედრო სამეცნიერო-ტექნიკური ცენტრი „დელტა“; ა(ა)იპ ქუთაისის სერვისი; დუშეთის მუნიციპალიტეტის მერია; საგარეჯოს მუნიციპალიტეტის ა(ა)იპ კულტურის ობიექტების გაერთიანება; ბაღდათის მუნიციპალიტეტის მერია; თიანეთის მუნიციპალიტეტის მერია; ქ. თბილისის სამგორის რაიონის გამგეობა.
qartuliazri.ge და რეპორტიორი	30 342 ლარი	სოხუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტი; ოზურგეთის მუნიციპალიტეტი; სსიპ სსსტ „დელტა“; სახელმწიფო ტრანსპორტის სააგენტო; სახელმწიფო რწმუნებულის-გუბერნატორის ადმინისტრაცია ლანჩხუთის, ოზურგეთისა და ჩოხატაურის მუნიციპალიტეტები; კულტურისა და სახელოვნებო სკოლების დაწესებულებების გაერთიანება.
Pia.ge	25 737 ლარი	თავდაცვის სამინისტრო; გარდაბნის მუნიციპალიტეტის სკოლამდელი სააგენტო დაწესებულება; განათლების საერთაშორისო ცენტრი; ყვარლის მუნიციპალიტეტი; ბოლნისის მუნიციპალიტეტის კულტურის ცენტრი; ყაზბეგის მუნიციპალიტეტის განათლების კულტურისა და სპორტის განვითარების ცენტრი; დაცული ტერიტორიების სააგენტო; ქ.თბილისის ისნის რაიონის გამგეობა; ზუგდიდის მუნიციპალიტეტის მერია; აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ფინანსთა და ეკონომიკის სამინისტროს საექსპერტო დაწესებულება-საავტომობილო გზების დეპარტამენტი; ა(ა)იპ „საზოგადოებასთან კომუნიკაციის სააგენტო“.
For.ge	12 396 ლარი	სახელმწიფო რწმუნებულის-გუბერნატორის ადმინისტრაცია ლანჩხუთის, ოზურგეთისა და ჩოხატაურის მუნიციპალიტეტებში; მიწის მდგრადი მართვისა და მიწათსარგებლობის მონიტორინგის ეროვნული სააგენტო; ეროვნული სკრინინგ ცენტრი; ქალაქ თბილისის დიდუბის რაიონის გამგეობა.
„სივრცეები“ (www.spnews.io)	9 650 ლარი	ახმეტის მუნიციპალიტეტი; სსიპ სსსტ „დელტა“; გორის მუნიციპალიტეტის სკოლამდელი აღზრდის სააგენტო;
სააგენტო მარშალპრესი	8 059 ლარი	სახელმწიფო რწმუნებულის-გუბერნატორის ადმინისტრაცია ლანჩხუთის, ოზურგეთისა და ჩოხატაურის მუნიციპალიტეტებში; დედოფლისწყაროს მუნიციპალიტეტი; მცხეთის მუნიციპალიტეტის მერია; ჩემი ადვოკატი; ხელვაჩაურის მუნიციპალიტეტის მერია;
Tiflisnews.ge	5 550 ლარი	„იუსტიციის სახლი“; ა(ი)იპ „მოქალაქეთა ჩართულობის და ინფორმირების ცენტრი“
ინტერნეტგამოცემა ლიდერი www.Lider.ge	თანხა დაუზუსტებელია. 76 208 ლარის ღირებულების ხელშეკრულება 10 ონლაინ გამოცემასთან, Lider.ge-სთან თანამშრომლობას ითვალისწინებდა. ⁶⁵	სსიპ ვეტერანების საქმეთა სახელმწიფო სამსახური

⁶⁵ ხელშეკრულება შპს „აიფიემ მარკეტ ინტელიჯენს კაუკასუს“-სა და სსიპ ვეტერანების სახელმწიფო სამსახურს შორის (SPA220000962).

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

■ **ღისკრეოლუსაჰის კაჰანის საჰრეოჰორისო პონსრაჰეჰის „ღიდება უკრაინას“ წინააღმდეგ**

თბილისში 2022 წლის 5-6 სექტემბერს გამართული საერთაშორისო კონფერენცია – „ღიდება უკრაინას!“ – რომლის ორგანიზატორები და მასპინძლები „მაკკეინის ინსტიტუტი“, „ჯორჯ ბუშის ინსტიტუტი“ და „ეკონომიკური პოლიტიკის კვლევის ცენტრი“ იყვნენ, სახელისუფლებო და კრემლისტური მედიების სამიზნე აღმოჩნდა⁶⁶. სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის მედიები ამ თემაზე გზავნილების კულტივირებას გოგა ხაიდრავას პოსტზე დაყრდნობით ახდენდნენ, რომელიც უკრაინაში რუსეთის ინტერვენციაში დასავლეთის პასუხისმგებლობაზე საუბრობდა, როცა დასავლელ პოლიტიკოსებს „გვამებზე მოცეკვავეებს“ უწოდებდა, რომლებიც საქართველოს ომში ჩათრევას ცდილობდნენ:

ტვიტერ პოსტი

„რევოლუციური გარდატეხის ინტერნაციონალური კომიტეტის“ სხდომა – „ღიდება უკრაინას!“ გაიხსნა – არა კიევში, ოდესაში ან ლვოვში... თბილისში?! „პატივცემული გვამები“ იძულებული შეიქმნენ, ერთად წვეოდნენ საკურატორს – „ცხელი შემოდგომის“ აღსასრულებლად. თუ არა და... ფაფუ დაფინანსება!“

Goga Khaindrava
@KhaindravaGoga

"რევოლუციური გარდატეხის ინტერნაციონალური კომიტეტის" სხდომა - "ღიდება უკრაინას!" გაიხსნა - არა კიევში, ოდესაში ან ლვოვში... თბილისში?! "პატივცემული გვამები" იძულებული შეიქმნენ ერთად წვეოდნენ საკურატორს - "ცხელი შემოდგომის" აღსასრულებლად. თუ არა და... ფაფუ დაფინანსება!

[Translate post](#)

12:11 PM · Sep 5, 2022

„ეს დღეები – უმძიმესი ბრძოლები, ასეულობით დაღუპული და დაჭრილი უკრაინის ფრონტზე. თბილისში კი – „ღიდება უკრაინას“ ამოფარებულები! „გვამებზე მოცეკვავე“ კრემერები, ფოტიგები, ჰოჯესები, ტორტონები და აქაური ჭინკები – რას უპირებენ ჩვენს სამშობლოს ხომ ყველასათვის ცხადია! პასუხს დაელოდეთ!“

Goga Khaindrava
@KhaindravaGoga

ეს დღეები - უმძიმესი ბრძოლები, ასეულობით დაღუპული და დაჭრილი უკრაინის ფრონტზე. თბილისში კი - "ღიდება უკრაინას" ამოფარებულები! "გვამებზე მოცეკვავე" კრემერები, ფოტიგები, ჰოჯესები, ტორტონები და აქაური ჭინკები - რას უპირებენ ჩვენს სამშობლოს ხომ ყველასათვის ცხადია! პასუხს დაელოდეთ!

[Translate post](#)

10:06 AM · Sep 7, 2022

მედიის გეოგრაფია

კინორეჟისორი გოგა ხაიდრავა Twitter-ის საკვანძო ვერსიაში იხილვის მანძილზე სერიალური კონფერენციის დღეს უკრაინაში გაემგზავრა.

„ეს დღეები - უმძიმესი ბრძოლები, ასეულობით დაღუპული და დაჭრილი უკრაინის ფრონტზე. თბილისში კი - „ღიდება უკრაინას“ ამოფარებულები! „გვამებზე მოცეკვავე“ კრემერები, ფოტიგები, ჰოჯესები, ტორტონები და აქაური ჭინკები - რას უპირებენ ჩვენს სამშობლოს ხომ ყველასათვის ცხადია! პასუხს დაელოდეთ!“

POSTV - ახალი ამბები
კინორეჟისორი გოგა ხაიდრავა თბილისში საერთაშორისო კონფერენცია „ღიდება უკრაინას“ გახსნასთან დაკავშირებით:

„რევოლუციური გარდატეხის ინტერნაციონალური კომიტეტის“ სხდომა - „ღიდება უკრაინას!“ გაიხსნა - არა კიევში, ოდესაში ან ლვოვში... თბილისში?! „პატივცემული გვამები“ იძულებული შეიქმნენ, ერთად წვეოდნენ საკურატორს - „ცხელი შემოდგომის“ აღსასრულებლად. თუ არა და... ფაფუ დაფინანსება!“

შეფიქრებული „კვირა“
September 8, 2022 · 12
გოგა ხაიდრავა: „პატივცემული გვამები“ იძულებული შეიქმნენ, ერთად წვეოდნენ საკურატორს - „ცხელი შემოდგომის“ აღსასრულებლად. თუ არა და, ფაფუ დაფინანსება! #ხაიდრავა #გვამები

⁶⁶ ანი ქისტაური, 8 სექტემბერი, 2022. „სახელისუფლებო და კრემლისტური აქტორების გზავნილები კონფერენციის „ღიდება უკრაინას!“ წინააღმდეგ“ <https://bit.ly/30im1Jn>

გეოგრაფიის უინანსური გეოგრაფია 2022

39



■ **დუზინოვოგასტია და განიაპულასტია აგვარიჟის ულჩის წინააღმდეგ**

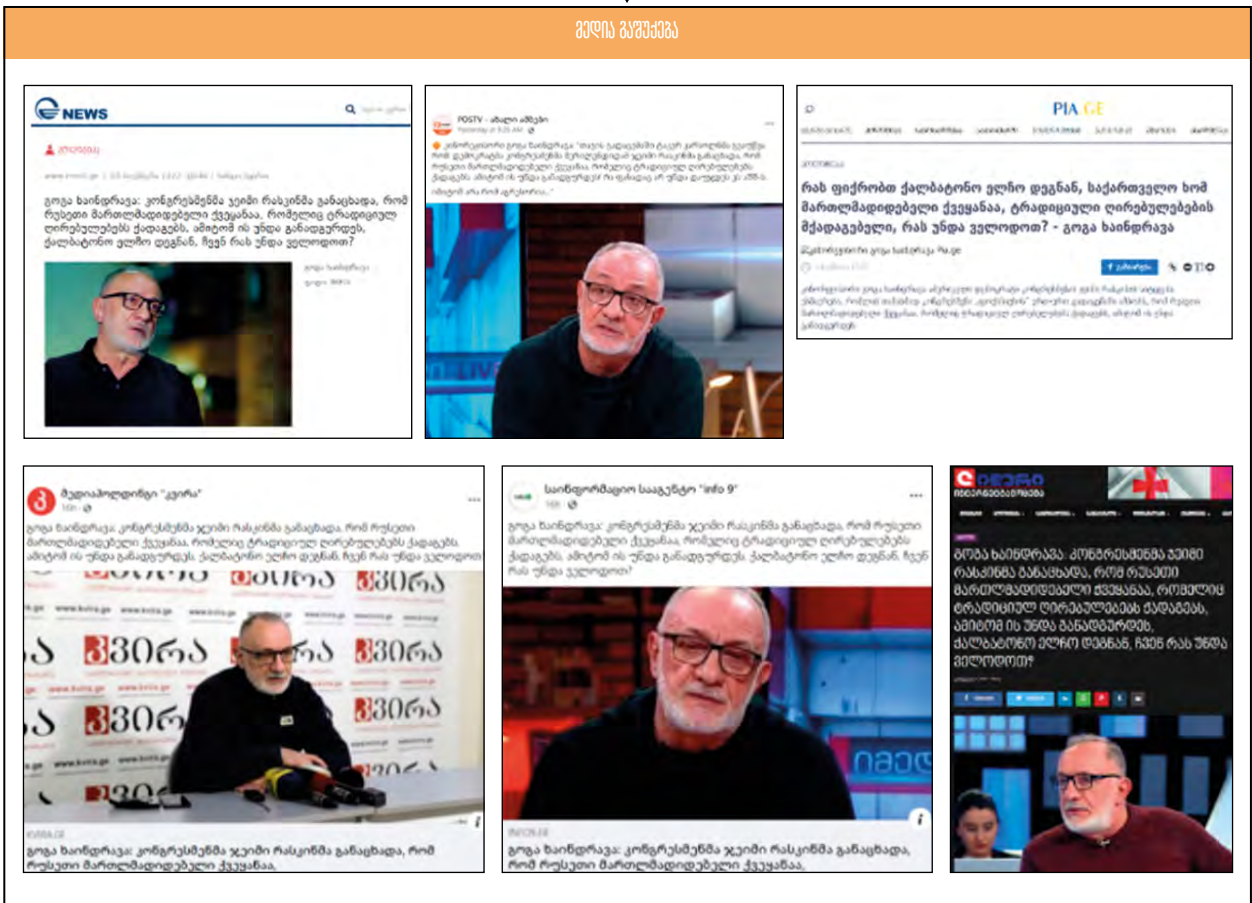
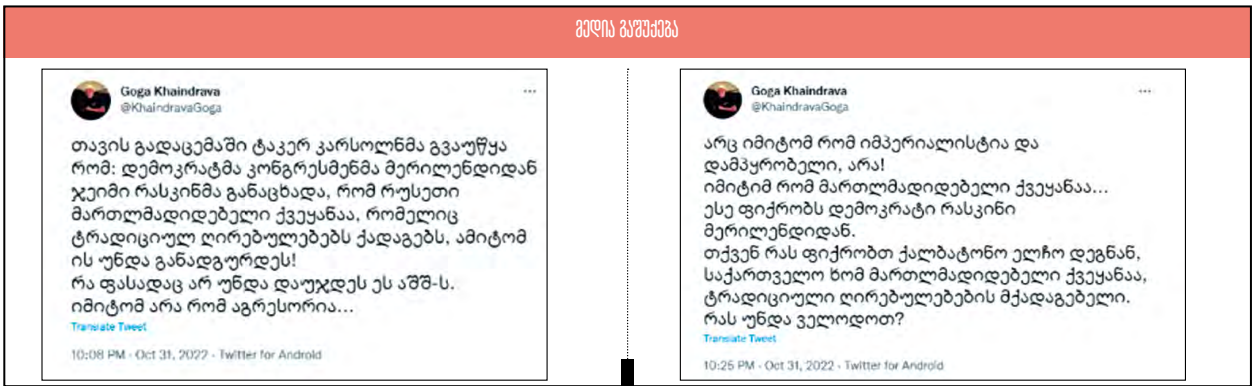
2022 წელს კინორეჟისორ გოგა ხაინდრავას ტვიტერის პოსტზე დაყრდნობით გააშუქეს სახელისუფლებო მედიებმა დეზინფორმაცია, თითქოს ამერიკელმა კონგრესმენმა ჯიმი რასკინმა განაცხადა, რომ რუსეთი მართლმადიდებელი ქვეყანაა და ამიტომ ის ნებისმიერ ფასად უნდა განადგურდეს⁶⁷. აღნიშნული მტკიცება, რომელიც ფოქსნიუსის წამყვანის, ტაკერ კარლსონის მანიპულაციურ ინტერპრეტაციას ეყრდნობოდა, რომელიც ამტკიცებდა, რომ ომი უკრაინაში მართლმადიდებელი რუსეთის წინააღმდეგ ამერიკული ჯიჰადია, ხაინდრავას ტვიტერ პოსტში საქართველოში ამერიკის იმჟამინდელი ელჩის, კელი დეგნანის წინააღმდეგ იყო მიმართული, სიტყვებით: „თქვენ რას ფიქრობთ ქალბატონო ელჩო დეგნან, საქართველო ხომ მართლმადიდებელი ქვეყანაა, ტრადიციული ღირებულებების მქადაგებელი. რას უნდა ველოდოთ?“ ყალბი ინფორმაციის გავრცელების მოდელი, რომელიც ამკვიდრებდა აზრს, რომ ამერიკა მართლმადიდებელ ქვეყნებს ებრძვის, რაც უკრაინაში ომის მიზეზია, აქაც იდენტური იყო: ხაინდრავას ტვიტერ პოსტი ტელეკომპანიებმა „იმედი“ და POSTV, საინფორმაციო სააგენტოებმა PIA.GE, „კვირა“, „info 9“, Lider.ge, Tiflisnews⁶⁸, For.ge⁶⁹, Xnews.ge⁷⁰-მ, infopostioni.com-მა კოორდინირებულად და იდენტური გზავნილებით გააშუქეს.

⁶⁷ მითების დეტექტორი, 2 ნოემბერი, 2022 „სახელისუფლებო მედიაში ამერიკელი კონგრესმენის სახელით ყალბი განცხადება ვრცელდება“ <https://bit.ly/30cOyQw>

⁶⁸ tiflisnews.ge, 1 ნოემბერი, 2022. „გოგა ხაინდრავა: კონგრესმენმა ჯიმი რასკინმა განაცხადა, რომ რუსეთი მართლმადიდებელი ქვეყანაა, რომელიც ტრადიციულ ღირებულებებს ქადაგებს, ამიტომ ის უნდა განადგურდეს, ქალბატონო ელჩო დეგნან, ჩვენ რას უნდა ველოდოთ?“ <https://bit.ly/42gjmFP>

⁶⁹ For.ge, 1 ნოემბერი, 2022. გოგა ხაინდრავა: „კონგრესმენმა ჯიმი რასკინმა განაცხადა, რომ რუსეთი მართლმადიდებელი ქვეყანაა, რომელიც ტრადიციულ ღირებულებებს ქადაგებს, ამიტომ ის უნდა განადგურდეს, ქალბატონო ელჩო დეგნან, ჩვენ რას უნდა ველოდოთ?“ <https://bit.ly/47SGED1>

⁷⁰ Xnews.ge, 1 ნოემბერი, 2022. გოგა ხაინდრავა: „კონგრესმენმა ჯიმი რასკინმა განაცხადა, რომ რუსეთი მართლმადიდებელი ქვეყანაა, რომელიც ტრადიციულ ღირებულებებს ქადაგებს, ამიტომ ის უნდა განადგურდეს, ქალბატონო ელჩო დეგნან, ჩვენ რას უნდა ველოდოთ?“ <https://bit.ly/3uiQgZM>



კომპიუტერული გზავნილები ევროპარლამენტარების წინააღმდეგ


ევროპის სახალხო პარტიის (EPP) წევრის, ევროპარლამენტარის მირიამ ლექსმანის კრიტიკას, რომელიც საქართველოს პრემიერ-მინისტრის ირაკლი ლარიაშვილის ბუდაპეშტში, კონსერვატიულ პოლიტიკურ სამოქმედო კონფერენციაში (CPAC) მონაწილეობას შეეხებოდა,⁷¹ გოგა ხაინდრავას ჰომოფობიური

⁷¹ მთავარი არხი, 5 მაისი, 2023. „ქართული კომმარის მუშაობს ქართველი ხალხის ევროატლანტიკური მისწრაფებების წინააღმდეგ - ლექსმანი ლარიაშვილის CPAC-ში მონაწილეობაზე“ <https://mtavari.tv/news/121938-kartuli-koshmari-mushaobs-kartveli-khalkhis>

პოსტი მოყვა, რომელიც რამდენიმე მედიამ (For.ge⁷², Pia (Newshub)⁷³, kivira.ge,⁷⁴ lideri.ge,⁷⁵ infopostioni,⁷⁶ tiffisnews.ge⁷⁷, კრიტიკის გარეშე კორდინირებულად გაავრცელა:

ტვიტის კოპია

„ღმერთი სამშობლო ადამიანი“ – EPP ლუქსმანებისთვის არის – ქართული კომმარი! სოდომია, გარყვნილება, მამათმავლობა, ბავშვებისთვის სქესის შეცვლა, მამაკაცების ორსულობა , დედაკაცების მამობა ევროატლანტიკური ორიენტაცია! მიზანი გაცდხადებული, უკულმა მედასაღეთებო სწორდით!“

 **Goga Khaindrava**
@KhaindravaGoga

"ღმერთი სამშობლო ადამიანი" - EPP ლუქსმანებისთვის არის - ქართული კომმარი! სოდომია გარყვნილება მამათმავლობა ბავშვებისთვის სქესის შეცვლა მამაკაცების ორსულობა დედაკაცების მამობა ევროატლანტიკური ორიენტაცია! მიზანი გაცდხადებულია უკულმა მედასაღეთებო სწორდით!



შედეგის გაცხადება



FOR.GE
გოგა ხაინდრავა: "ღმერთი სამშობლო ადამიანი" - EPP ლუქსმანებისთვის არის ქართული კომმარი!"



LIDERI.GE
გოგა ხაინდრავა: „ღმერთი, სამშობლო, ადამიანი“ - EPP ლუქსმანებისთვის არის - ქართული კომმარი!



infopostioni.ge
„მიზანი გაცდხადებულია, უკულმა მედასაღეთებო სწორდით!“
გოგა ხაინდრავა

⁷² For.ge, 5 მაისი, 2023 გოგა ხაინდრავა: „ღმერთი სამშობლო ადამიანი“ – EPP ლუქსმანებისთვის არის ქართული კომმარი!“ <https://bit.ly/49c59w3>

⁷³ Newshub (Pia), 5 მაისი, 2023. „მიზანი გაცხადებულია, უკულმა მედასაღეთებო, სწორდით“ – გოგა ხაინდრავა <https://bit.ly/4b9JnL7>

⁷⁴ Kvira.ge, 5 მაისი, 2023. „მიზანი გაცხადებულია, უკულმა მედასაღეთებო, სწორდით“ – გოგა ხაინდრავა <https://kvira.ge/832049>

⁷⁵ 5 მაისი, 2023. გოგა ხაინდრავა: „ღმერთი სამშობლო ადამიანი EPP ლუქსმანებისთვის არის ქართული კომმარი!“ <https://bit.ly/3HwpWhU>

⁷⁶ infopostioni, 5 მაისი, 2023. გოგა ხაინდრავა: „ღმერთი სამშობლო ადამიანი EPP ლუქსმანებისთვის არის ქართული კომმარი!“ <https://bit.ly/3vKvhPY>

⁷⁷ Tiffisnews.ge, 5 მაისი, 2023. გოგა ხაინდრავა: „ღმერთი, სამშობლო, ადამიანი“ EPP ლუქსმანებისთვის ქართული კომმარია – სოდომია, გარყვნილება, მამათმავლობა. მიზანი გაცხადებულია, უკულმა მედასაღეთებო სწორდით <https://bit.ly/42hyse4>



■ ყალბი ანგარიშის ციტირება სახელისუფლო გეგმაში

გამოიკვეთა შემთხვევა, როდესაც საბიუჯეტო კონტრაქტების მექონე ზოგიერთი მედია საშუალება (kvira.ge, reportiori.ge, მარშალ პრესი, For.ge) ტროლს (ნიკოლოზ ლლონტს) რუსეთის მოქალაქის (არტიომ სტეფანოვი) ფოტოთი ოპოზიციის წინააღმდეგ მიმართულ პუბლიკაციაში, როგორც რეალურ პირს ისე ციტირებდა.⁷⁸



■ დეზინფორმაციის, განიპლაციის და დისკრედიტაციის კამპანიის სხვა მაგალითები

2022–2023 წლებში სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის მედიებში, რომლებიც ინფორმაციის გავრცელების მიზნით საბიუჯეტო კონტრაქტებს იღებენ, სხვა სახის პრობლემური შინაარსის მასალებიც გამოიკვეთა.

⁷⁸ ანი ქისტაური, მითების დეტექტორი, 4 მაისი, 2022. სახელისუფლებო ტროლების „უკრაინული ფრონტი“ <https://mythdetector.ge/ka/sakhelisuphlebo-trolebis-ukrainuli-phronti/>

- TV Imedi, POSTV, pia.ge, for.ge, და spnews.io-ის გავრცელებული ყალბი ამბავი ყოფილი პრემიერის გიორგი მარგველაშვილის წინააღმდეგ.⁷⁹
- Pia.ge-მ ამერიკული მედია USA TODAY-ს სახელით ვიდეოფაბრიკაცია გამოაქვეყნა, თითქოს ვოლოდიმირ ზელენსკის დაცვამ ნიუ-იორკის ბარში იჩხუბა.⁸⁰
- მარშალ პრესი, split.spnews.io, digest.pia.ge და resonancedaily.com სხვა სახელისუფლებო მედიებთან ერთად ლევან ბერძენიშვილის წინააღმდეგ დისკრედიტაციის კამპანიაში იყვნენ ჩართული.⁸¹
- სახელისუფლებო სარდაქციო პოლიტიკის მედიებმა (POSTV, imedinews.ge, lideri.ge, xnews.ge, for.ge, kvira.ge, reportiori.ge) მანიპულაცია, თითქოს ჯორჯ ბუშის საპრემიერენტო ცენტრის გლობალური პოლიტიკის დირექტორი დევიდ კრამერი ნატოში გაწევრიანების სანაცვლოდ აფხაზეთისა და სამაჩაბლოს დათმობას ითხოვს, სახელისუფლებო ექსპერტზე დაყრდნობით ერთნაირი სათაურებითა და მანიპულაციური შინაარსით კოორდინირებულად გავრცელეს.⁸²

⁷⁹ მითების დეტექტორი, 28 ივლისი, 2023. „როგორ გამოიყენეს სახელისუფლებო აქტორებმა FARA-ს დოკუმენტი გიორგი მარგველაშვილის დისკრედიტაციისთვის“ <https://bit.ly/496YeUB>

⁸⁰ მითების დეტექტორი, 26 სექტემბერი, 2023. „ვოლოდიმირ ზელენსკის დაცვის წევრზე USA TODAY-ს სახელით ვიდეოფაბრიკაცია ვრცელდება“ <https://bit.ly/48NOizP>

⁸¹ ანი ქისტაური, მითების დეტექტორი, 24 იანვარი, 2023. სახელისუფლებო და პრორუსული ჯგუფების კოორდინირებული “VOX POPULI” ლევან ბერძენიშვილის წინააღმდეგ <https://bit.ly/48ONJpc>

⁸² მითების დეტექტორი, 28 ნოემბერი, 2022. მანიპულაციას, თითქოს კრამერი NATO-ში გაწევრიანების სანაცვლოდ აფხაზეთის და სამაჩაბლოს დათმობას ითხოვს, სახელისუფლებო ექსპერტი და მედიები ავრცელებენ <https://bit.ly/494kezw>

the 1990s, the incidence of *S. pneumoniae* meningitis in children has increased in the United Kingdom [10]. The epidemiology of meningitis in children is changing, with a shift from pneumococcal meningitis to meningitis caused by *Neisseria meningitidis* and *Neisseria meningitidis* serogroup 4 [11].

There is a need to identify the risk factors for meningitis in children, and to determine the impact of pneumococcal polysaccharide vaccine.

The objectives of this study were to determine the risk factors for meningitis in children, and to determine the impact of pneumococcal polysaccharide vaccine.

METHODS

Study area

The study was conducted in the City of London, which is a densely populated area with a high proportion of ethnic minorities. The population of the City of London is approximately 100 000, and is divided into 10 wards. The study was conducted in the City of London, which is a densely populated area with a high proportion of ethnic minorities.

The study was conducted in the City of London, which is a densely populated area with a high proportion of ethnic minorities.

The study was conducted in the City of London, which is a densely populated area with a high proportion of ethnic minorities.

The study was conducted in the City of London, which is a densely populated area with a high proportion of ethnic minorities.

The study was conducted in the City of London, which is a densely populated area with a high proportion of ethnic minorities.

The study was conducted in the City of London, which is a densely populated area with a high proportion of ethnic minorities.

The study was conducted in the City of London, which is a densely populated area with a high proportion of ethnic minorities.

The study was conducted in the City of London, which is a densely populated area with a high proportion of ethnic minorities.

The study was conducted in the City of London, which is a densely populated area with a high proportion of ethnic minorities.

The study was conducted in the City of London, which is a densely populated area with a high proportion of ethnic minorities.

The study was conducted in the City of London, which is a densely populated area with a high proportion of ethnic minorities.

The study was conducted in the City of London, which is a densely populated area with a high proportion of ethnic minorities.

The study was conducted in the City of London, which is a densely populated area with a high proportion of ethnic minorities.

The study was conducted in the City of London, which is a densely populated area with a high proportion of ethnic minorities.

The study was conducted in the City of London, which is a densely populated area with a high proportion of ethnic minorities.

The study was conducted in the City of London, which is a densely populated area with a high proportion of ethnic minorities.

The study was conducted in the City of London, which is a densely populated area with a high proportion of ethnic minorities.

The study was conducted in the City of London, which is a densely populated area with a high proportion of ethnic minorities.

The study was conducted in the City of London, which is a densely populated area with a high proportion of ethnic minorities.

The study was conducted in the City of London, which is a densely populated area with a high proportion of ethnic minorities.