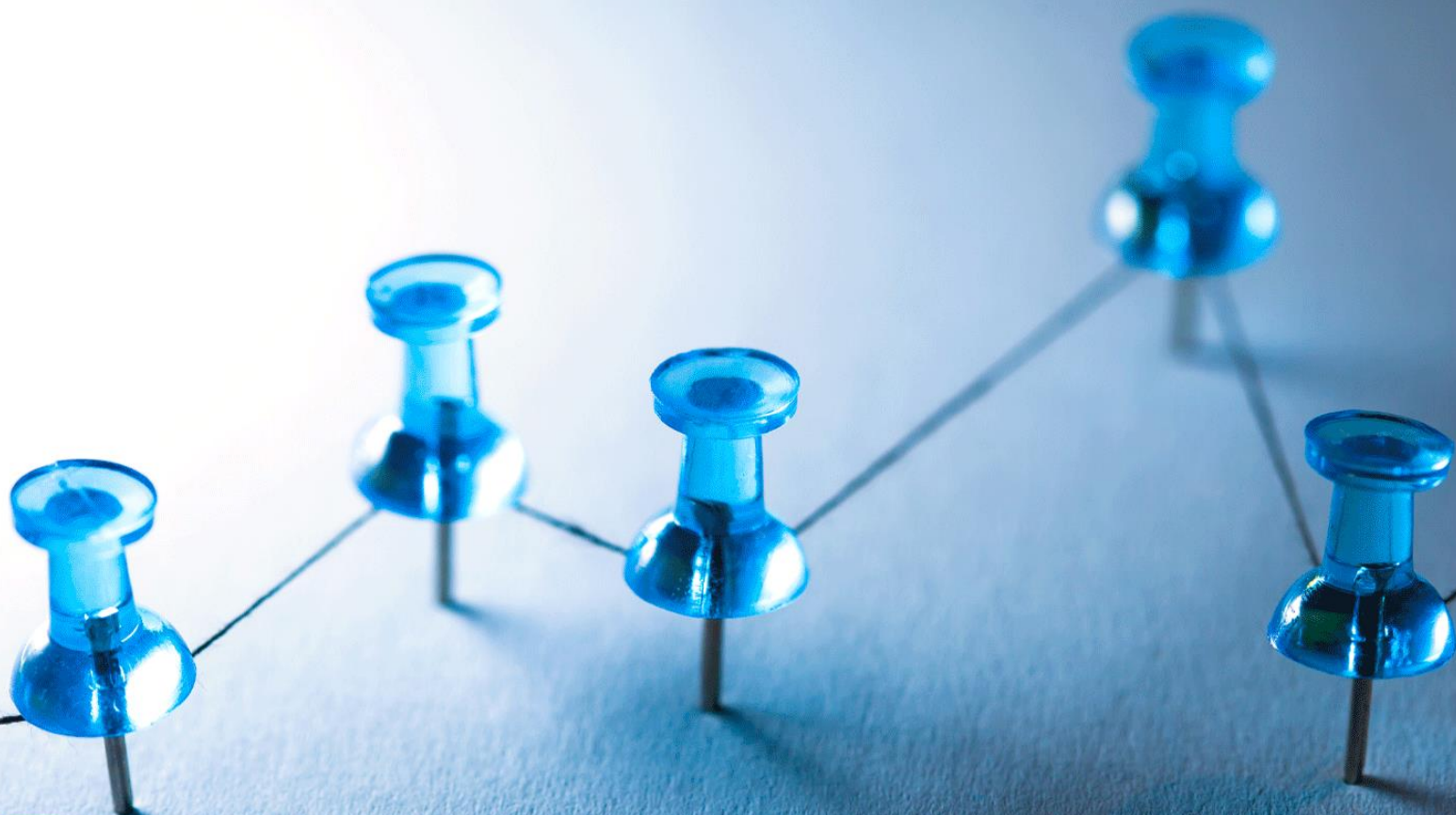


რეკლამისა და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით მედიაში საგარეო ტენდენციის განხილვის პრაქტიკა



**რეკლამისა და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით შედგენილი
საბიუჯეტო თანხების განაწილების პრაქტიკა**

2021

ავტორი: მარიამ პატარიძე

მკვლევარი: გიორგი რიჟვაძე

მონაცემების დამუშავება: მარიამ ცუცქირიძე

რედაქტორი: თამარ კინწურაშვილი



www.mdfgeorgia.ge
www.mediometer.ge

შესავალი

წინამდებარე კვლევა ინფორმაციისა და რეკლამის გავრცელების მიზნით მედიაში საბიუჯეტო სახსრების განაწილების 2021 წლის პრაქტიკას ასახავს და სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს საჯარო მონაცემებს, ასევე გარკვეულ შემთხვევებში საჯარო უწყებებიდან დამატებით გამოთხოვილ ინფორმაციას ეფუძნება. იმის საილუსტრაციოდ, თუ როგორი სარედაქციო პოლიტიკის მედიებთან ფორმდება კონტრაქტები, მასში მედია გაშუქების ცალკეული მაგალითებიც არის განხილული.

ანგარიშის შესავალში მიმოხილულია კვლევის მთავარი მიგნებები; კვლევის ძირითად 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 ევალუბოდათ. ბოლო ნაწილში კი იმ მედიების სარედაქციო პოლიტიკაა განხილული, რომელიც ზოგ შემთხვევაში ჰომოფობიურ და ანტიდასავლურ შინაარსს ატარებს, ზოგჯერ - სახელისუფლებოს და ოპონენტების მადისკრედიტირებელი კოორდინირებული კამპანიების შემადგენელია.

მეთოდოლოგია

ანგარიში შერეულ მეთოდოლოგიას იყენებს: დოკუმენტების ანალიზსა და სპეციფიკურ შემთხვევებში კონტენტ ანალიზს.

დოკუმენტების 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.

მთავარი მიგნებები	7
რეკლამისა და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით მედიაში საბიუჯეტო თანხების განაწილების პრაქტიკა	9
1. მაუწყებლები.....	11
2. ონლაინ მედია.....	13
3. ბეჭდვითი მედია	18
4. სოციალური მედია.....	20
5. საბიუჯეტო თანხები სააგენტოებისთვის ფეისბუკ გვერდებსა და ჯგუფებში ინფორმაციის გასავრცელებლად.....	21
6. საბიუჯეტო კონტრაქტები წინააღმდეგობრივი სარედაქციო პოლიტიკის მედიებთან.....	24
 დიაგრამები	
დიაგრამა 1. ინფორმაციის გავრცელების მიზნით საბიუჯეტო სერვის კონტრაქტების განაწილება მედია საშუალებების ტიპოლოგიის მიხედვით, 2021	9
დიაგრამა 2. საბიუჯეტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების გადანაწილება ონლაინ მედიაში, 2021.....	12
დიაგრამა 3. საბიუჯეტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების გადანაწილება ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიებში, 2020-2021.....	14
დიაგრამა 4. საბიუჯეტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების გადანაწილება რეგიონულ ტელევიზიებში, 2021	16
დიაგრამა 5. საბიუჯეტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების გადანაწილება ნაციონალური და შერეული დაფარვის რადიოებში, 2021	17
დიაგრამა 6. საბიუჯეტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების გადანაწილება რეგიონულ რადიოებში, 2021.....	18
დიაგრამა 7. საბიუჯეტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების გადანაწილება გაზეთებში, 2021	19
დიაგრამა 8. საბიუჯეტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების გადანაწილება რეგიონულ გაზეთებში, 2021	20
დიაგრამა 9. საბიუჯეტო ორგანიზაციების რეკლამის გადანაწილება სოციალურ მედიაში, 2021.....	21
 ცხრილი 1. ინფორმაციის გავრცელების მიზნით საბიუჯეტო სერვის კონტრაქტების განაწილების ტენდენცია 2020-2021 წლებში.....	10
ცხრილი 2. 2021 წელს საბიუჯეტო უწყებების მიერ ინფორმაციის ფეისბუკ ჯგუფებსა და გვერდებზე გაზიარების მომსახურებაზე გაფორმებული კონტრაქტები.....	22
ცხრილი 3. ფეისბუკ ჯგუფები, გვერდები და საინფორმაციო სააგენტოები, სადაც საბიუჯეტო ორგანიზაციების ინფორმაციის გაზიარების/გავრცელება ხდებოდა	23

მთავარი მიგნებები

კვლევის შედეგად შემდეგი ტენდენციები გამოიკვეთა:

- სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს ელექტრონულ ბაზაში ხელმისაწვდომი მონაცემების თანახმად, 2021 წელს საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა სარეკლამო და საინფორმაციო მომსახურების მიზნით მედია საშუალებებთან 4 808 129 ლარის ღირებულების მომსახურების კონტრაქტი გააფორმეს.
- საბიუჯეტო კონტრაქტების ყველაზე დიდი წილი (35.6 %) ონლაინ მედიაზე მოდის; 16.4 % - ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიებზე, 16.4 % - რეგიონულ ტელევიზიებზე; 16.7 % - სოციალურ მედიაზე; 7.3 % - ბეჭდურ მედიაზე; 5.3 % - შერეულ კონტრაქტებზე; 2.2 % კი რადიოებზე გადანაწილდა.
- 2021 წელს წინა წელთან შედარებით ინფორმაციის განთავსების მიზნით საბიუჯეტო კონტრაქტების ღირებულება ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიებში მნიშვნელოვნად (46.6 %-ით) შემცირდა. ამავე დროს გაიზარდა რადიოში (55.3 %-ით), ბეჭდურ მედიასა (54.8 %-ით) და სოციალურ მედიაში (4.2 %). მნიშვნელოვნად არის ასევე გაზრდილი (106.5 %) სხვადასხვა ტიპის მედიებთან ერთიანი კონტრაქტების ღირებულება.
- 2021 წელს ყველაზე მეტი თანხა - 1 713 476 ლარი - ონლაინ მედიის კონტრაქტებზე იყო გათვალისწინებული, საიდანაც ყველაზე დიდი წილი “პალიტრა მედია” ჰოლდინგში შემავალ გამოცემებზე მოდის, რომელსაც სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის Kvira.ge და მასთან დაკავშირებული გამოცემები მოსდევნ.
- ნაციონალური დაფარვის ტელევიზიების შემთხვევაში კონტრაქტების განაწილება მეტწილად სატელევიზიო რეიტინგებთან არის შესაბამისობაში. ტელევიზიებს შორის ყველაზე მეტი ღირებულების ხელშეკრულება სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის “იმედთან” გაფორმდა, რომელიც სატელევიზიო რეიტინგებში ლიდერობს. მას მოსდევს ოპოზიციური “მთავარი არხი”.
- რეგიონულ ტელევიზიებთან გაფორმებული ხელშეკრულებების ყველაზე დიდი წილი ადგილობრივ მუნიციპალიტეტებსა და მათ დაქვემდებარებულ უწყებებზე მოდის. რეგიონულ მაუწყებლებს შორის ყველაზე დიდი საბიუჯეტო თანხა, 2016-2020 წლების მსგავსად, კვლავ ქვემო ქართლის ტელევიზიას აქვს მიღებული და ის მთლიანი შემოსავლის 80%-ს შეადგენს.
- ნაციონალური დაფარვის რადიოებიდან ყველაზე მეტი ღირებულების საბიუჯეტო კონტრაქტი რადიო “იმედთან” გაფორმდა, რომელსაც რადიო ჰოლდინგი “ფორტუნა” მოსდევს. რეგიონული რადიოების შემთხვევაში კი ყველაზე მაღალი შუამავალი კომპანიების მეშვეობით გაფორმებული ერთიანი კონტრაქტების წილი იყო.

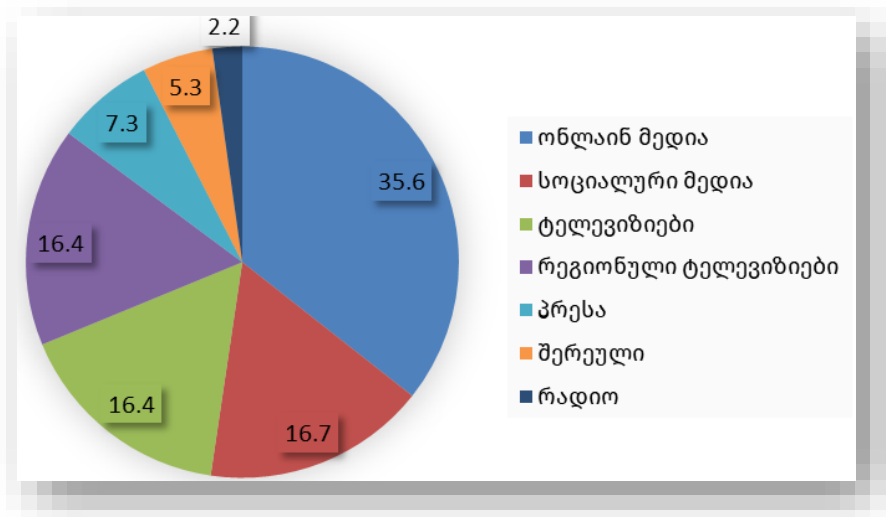
- ეროვნული დაფარვის ბეჭდვით მედიაში ყველაზე მეტი ღირებულების ხელშეკრულება გაზეთ „რეზონანსთან“ გაფორმდა, რეგიონულში კი - გაზეთ „ბორჯომთან“.
- სოციალურ მედიაში ყველაზე მეტი ღირებულების რეკლამის განთავსება კონტრაქტებით აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტს ჰქონდა განსაზღვრული.
- 2020 წლის მსგავსად, 2021 წელსაც გამოვლინდა შემთხვევები, როდესაც საინფორმაციო მომსახურების გავრცელებაზე საბიუჯეტო ორგანიზაციების მიერ გაფორმებული ხელშეკრულებები ინფორმაციის სხვა ფეისბუქ ჯგუფებსა და გვერდებზე გაზიარების ვალდებულებასაც ითვალისწინებდა.
- წინა წლების მსგავსად საინფორმაციო მომსახურების მიზნით მედია საშუალებების შერჩევის დროს საჯარო უწყებები მკაცრად განერილი კრიტერიუმებით და ანტიდისკრიმინაციული პოლიტიკით არ ხელმძღვანელობდნენ. 2021 წელსაც კვლავ გაფორმდა სერვის კონტრაქტი გაზეთ „საქართველოს რესპუბლიკასთან“, რომლის სარედაქციო პოლიტიკა ჰომოფობიური და ანტიდასავლურია.
- საბიუჯეტო კონტრაქტები წინა წლის მსგავსად ასევე გაფორმდა ონლაინ გამოცემა „სივრცეებთან“, რომელსაც როგორც სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკა, ასევე კრემლისტურ აქტორებთან მჭიდრო კავშირები აქვს და როგორც დეზინფორმაციის, ასევე ოპონენტების წინააღმდეგ მადისკრედიტირებელ კამპანიაში სხვა სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის მქონე მედიებთან ერთად იყო ჩართული.
- გამოიკვეთა შემთხვევა, როდესაც საბიუჯეტო კონტრაქტების მქონე ზოგიერთი მედია საშუალება ტროლის კომენტარს რუსეთის მოქალაქის მოპარული ფოტოთი ონლაინ სააგენტოს ვებ-გვერდზე როგორც რეალური პირისას აქვეყნებდა.

რეკლამისა და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით მედიაში საბიუჯეტო თანხების განაწილების კრაქტიკა

ერთიანი მონაცემები: სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს ელექტრონულ ბაზაში ხელმისაწვდომი მონაცემების თანახმად, 2021 წელს საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა სარეკლამო და საინფორმაციო მომსახურების მიზნით მედია საშუალებებთან 4 808 129 ლარის ღირებულების მომსახურების კონტრაქტი გააფორმეს. აღნიშნული თანხის ყველაზე დიდი წილი - 35.6 % (1 713 475 ლარი) ონლაინ მედიაზე მოდის; 16.4 % (790 125 ლარი) - ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიებზე, 16.4 % (789 847) - რეგიონულ ტელევიზიებზე; 16.7 % (802 818 ლარი) - სოციალურ მედიაზე; 7.3 %- ბეჭდურ მედიაზე (351 318 ლარი); 5.3 % (253 831 ლარი) - შერეულ კონტრაქტებზე; 2.2 % (106 715 ლარი) კი 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, ჩვენ ეს მონაცემი ცალკე კატეგორიად “შერეულ კონტრაქტებად” გამოვყავით.

დიაგრამა 1. ინფორმაციის გავრცელების მიზნით საბიუჯეტო სერვის კონტრაქტების განაწილება მედია საშუალებების ტიპოლოგიის მიხედვით, 2021



2021 წელს წინა წელთან შედარებით ინფორმაციის განთავსების მიზნით საბიუჯეტო კონტრაქტების ღირებულება ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიებში მნიშვნელოვნად (46.6 %-ით) შემცირდა, აქედან ონლაინ მედიაში 4.2 %-ით, ხოლო რეგიონული ტელევიზიების შემთხვევაში - 1.6 %-ით.

ამავე დროს საბიუჯეტო კონტრაქტების ღირებულება გაიზარდა რადიოში (55.3 %-ით), ბეჭდურ მედიასა (54.8 %-ით) და სოციალურ მედიაში (4.2 %). ამასთანავე, საბიუჯეტო კონტრაქტების ღირებულება 106.5 %-ით არის გაზრდილი შერეული ტიპის (ერთდროულად სხვადასხვა ტიპის მედია) მედიებში.

ცხრილი 1. ინფორმაციის გავრცელების მიზნით საბიუჯეტო სერვის კონტრაქტების განაწილების ტენდენცია 2020-2021 წლებში

სხვადასხვა ტიპის მედია საშუალებები	2021 წელი	2020 წელი	ზრდის/კლების ტენდენცია
ონლაინ	1 713 475	1 788 332	შემცირდა 4.2%-ით
ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიები	790 125	1 479 230	შემცირდა 46.6%-ით
რეგიონული ტელევიზიები	789 847	802 546	შემცირდა 1.6%-ით
სოციალური მედია	802 818	770 560	გაიზარდა 4.2%-ით
ბეჭდური მედია	351 318	226 974	გაიზარდა 54.8%-ით
შერეული კონტრაქტები	253 831	122 935	გაიზარდა 106.5%-ით
რადიოები	106 715	68 710	გაიზარდა 55.3%-ით

1. ონლაინ მედია

შესყიდვების ელექტრონულ ბაზაში არსებული მონაცემების თანახმად, ინფორმაციის გავრცელებისა და რეკლამის განთავსების მიზნით, 2021 წელს ყველაზე მეტი თანხა - 1 713 476 ლარი - ონლაინ მედიაზე იყო გათვალისწინებული. აღნიშნული თანხიდან ყველაზე დიდი წილი (339 791 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 – 120 940 ლარი; მას მოსდევს Ipress.ge და ის მედიები (ibusiness.ge; iregions.ge; imtavroba.ge¹; mpress.ge²), რომლებიც Ipress.ge-ის საიტზე პარტნიორებადაა მითითებული, მათთან ძირითადად ერთიანი კონტრაქტებია გაფორმებული, რამაც 91 059 ლარი შეადგინა; Primetime.ge-სთან გაფორმებული კონტრაქტების ღირებულება 55 177 ლარია; Imedinews.ge-სთან – 48 133 ლარი; PIA და მასთან დაკავშირებულ გამოცემასთან (Daijesti.ge)- 42 501 ლარი. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ PIA-სთან დაკავშირებული შუამავალი კომპანია კლიპ-არტის სერვის კონტრაქტი³ PIA-ს მასალების ფეისბუკ გვერდებსა და ჯგუფებში გაზიარებას ითვალისწინებდა. თუმცა, იმის გამო, რომ აღნიშნული ხელშეკრულება დამატებით სხვა ონლაინ სააგენტოებსაც შეეხებოდა, ამ სააგენტოს მასალების გავრცელებაზე გათვალისწინებული ზუსტი თანხის იდენტიფიცირება შეუძლებელია, კონტრაქტის ჯამური ღირებულება კი 121 221 ლარია.

სხვა მედიებთან გაფორმებული კონტრაქტები ასე გადანაწილდა: EPN და მასთან დაკავშირებული მედია საშუალებები (Economic.ge; 1news.ge, www.faxinter.news) - 36 276 ლარი; Netgazeti და Batumelebi- 35 199 ლარი; Newspress.ge და NSP.ge - 34 851 ლარი, Reportiori.ge (qartuliazri.ge, cnobisfurceli.ge) - 34 344 ლარი; Frontnews.ge – 34 070 ლარი, Inforustavi.ge – 29 000 ლარი, Bm.ge - 28 858 ლარი; Indigo.com.ge – 26 600 ლარი, GHN- 26 525 ლარი; Accentnews.ge – 20 450, On.ge – 19 320, Timer.ge – 17 462; Guardian.ge – 16 197, Edu.aris.ge – 15 728, Marshaplress.ge - 15 608 ლარი; xnews.ge – 14 410; For.ge – 11 120 ლარი; Spnews.io; spn.ge – 10 450; სხვა მედია საშუალებებში კი, რომელთა კონტრაქტების ღირებულება 10 000 ლარზე ნაკლებია, ჯამურად 149 582 ლარია და კატეგორიაში “სხვადასხვა” ერთიანად არის მოცემული.

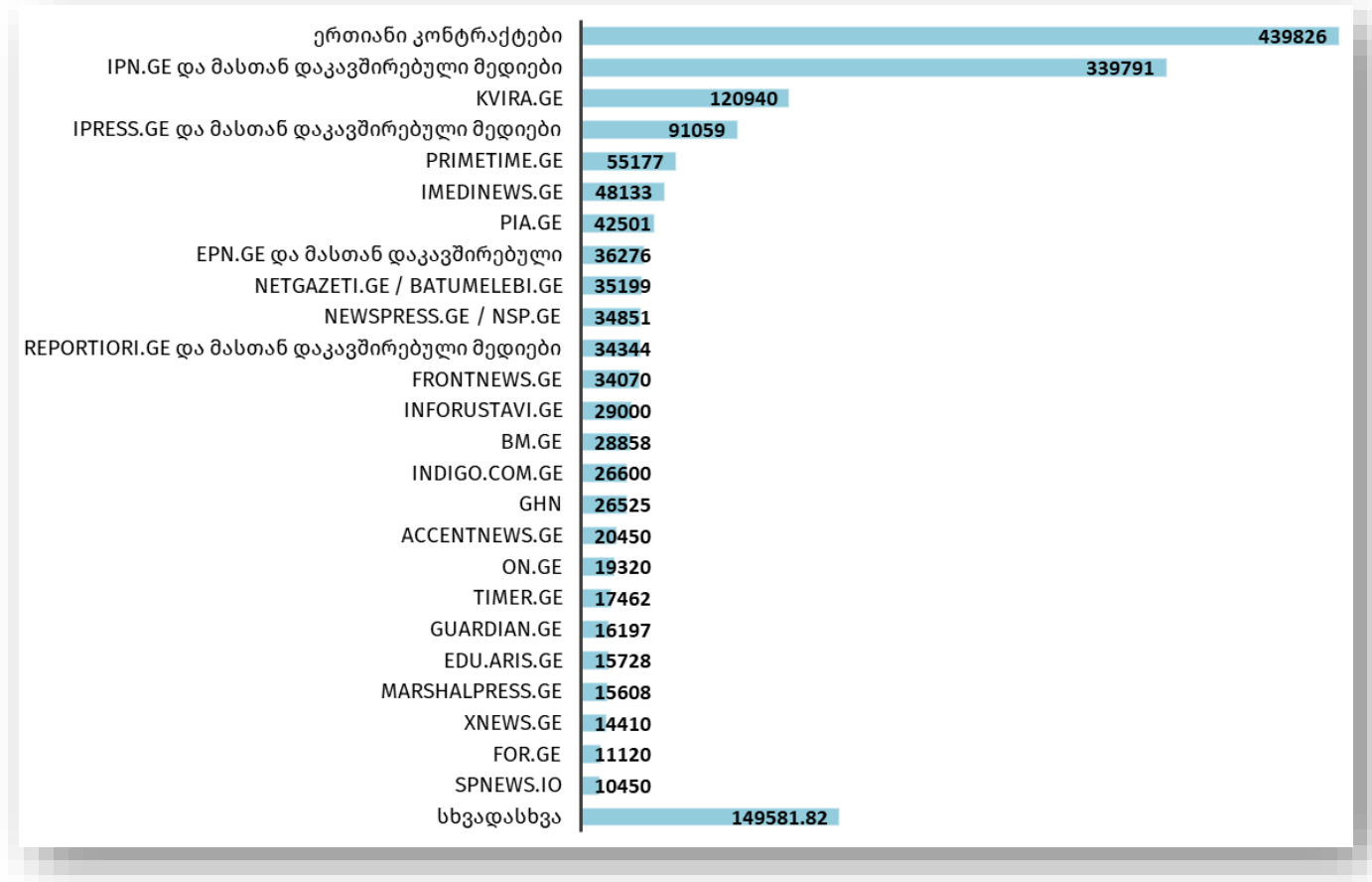
¹ Ipress.ge-სთან დაკავშირებული სააგენტოები

² Ipress.ge-ს პარტნიორი სააგენტოები

³ საქართველოს ენერგეტიკისა და წყალმომარაგების მარეგულირებელ ეროვნულ კომისიასა და შპს „კლიპ არტს“ შორის გაფორმებული ხელშეკრულება (SPA200003019);

საბიუჯეტო ორგანიზაციების ნაწილი საინფორმაციო სააგენტოებთან შუამავალი კომპანიების საშუალებით თანამშრომლობს, რის გამოც შესყიდვების სამსახურის მონაცემთა ბაზაში სრულფასოვანი ინფორმაციის მოძიება, თუ რომელ მედიას ზუსტად რა ოდენობის თანხა გადაერიცხა, რთულდება. მსგავსი კონტრაქტები ერთიანი ხელშეკრულებების კატეგორიაში მოვახვედრეთ (საერთო ღირებულება - 439 826 ლარი).

დიაგრამა 2. საბიუჯეტო რეკლამის და საინფორმაციო მომსახურების გადანაწილება ონლაინ მედიაში, 2021



როგორც მედიის განვითარების ფონდის ადრე ჩატარებული კვლევები⁴ 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, რომლებსაც საბიუჯეტო კონტრაქტები აქვთ გაფორმებული, სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკას ატარებს და ხელისუფლების ოპონენტების მადისკრედიტირებელ კამპანიებში არის ჩართული.

2. მაუწყებლები

ტელევიზიები. შესყიდვების ეროვნული სააგენტოს ბაზაში ხელმისაწვდომი მონაცემების თანახმად, 2021 წელს საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა ტელევიზიებთან 1 579 972 ლარის ხელშეკრულებები გააფორმეს. მათი ნახევარი - 790 125 ლარი - ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიებზე მოდის, 789 847 ლარი კი - რეგიონულ მაუწყებლებზე.

ნაციონალური დაფარვის ტელევიზიების შემთხვევაში კონტრაქტების განაწილება მეტწილად სატელევიზიო რეიტინგებთან არის შესაბამისობაში⁵. ტელევიზიებს შორის ყველაზე მეტი ღირებულების (285 647 ლარი) ხელშეკრულება სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის “იმედთან” გაფორმდა, რომელიც სატელევიზიო რეიტინგებში ლიდერობს. მას მოსდევს ოპოზიციური “მთავარი არხი” (141 957 ლარი), სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის “რუსთავი 2” (110 192 ლარი) და სხვა ტელევიზიები: ტელეკომპანია პულსი (82 500 ლარი), TV პირველი (55 777), საზოგადოებრივი მაუწყებელი (21 900), ოპოზიციური “ფორმულა” (19 073), სახელისუფლებო პოსტვ (16 917) და GDS TV (13 601), ქართული არხი (13 000). სხვა ტელევიზიებმა⁶ კი, რომელთა შემოსავალი 10 000 ლარზე ნაკლები იყო, ჯამში 29 561 ლარის სარეკლამო მომსახურება მიიღეს.

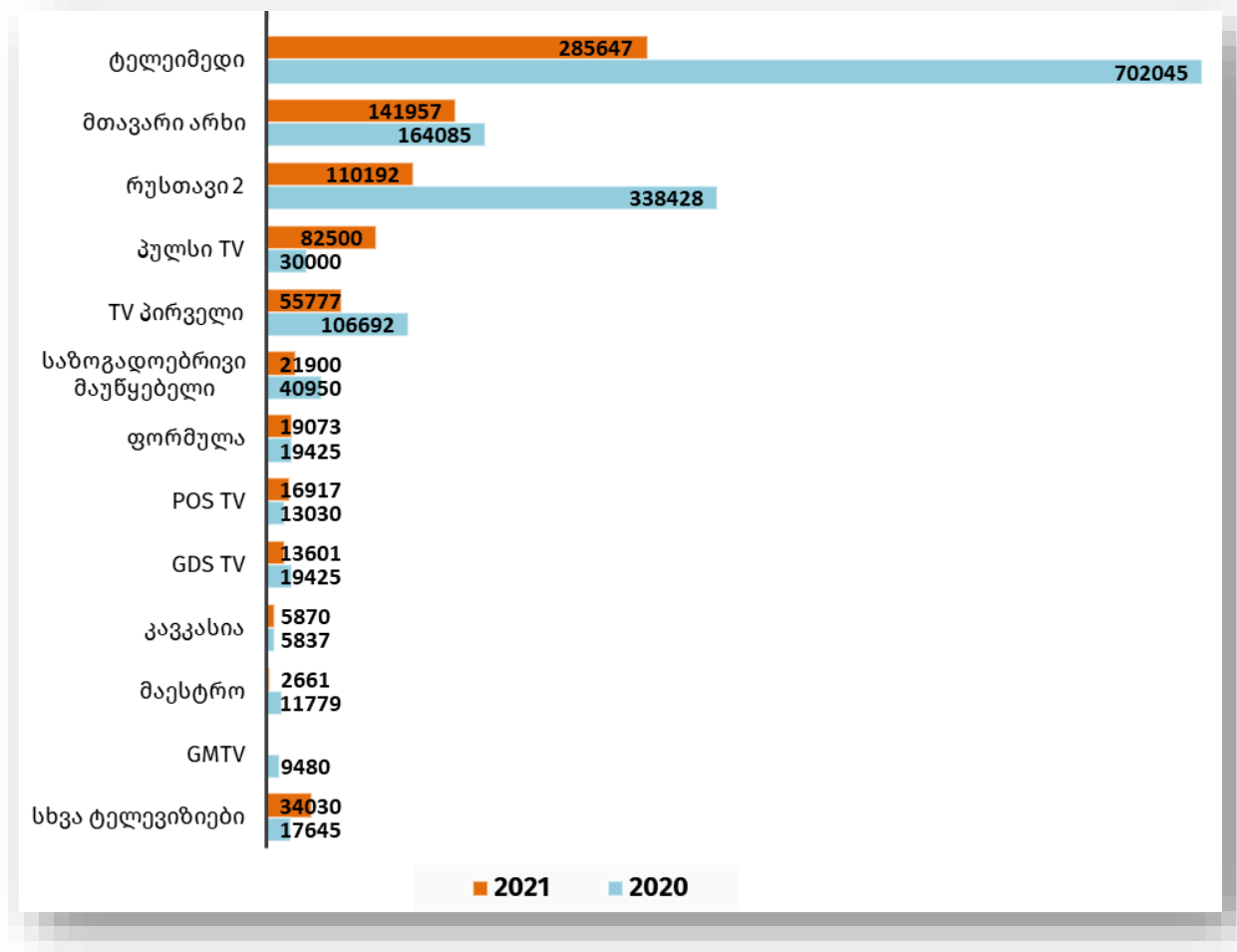
⁴ მედიის ფინანსური გამჭვირვალობა 2014-2020 წლები

<https://mediameter.ge/ge/research>

⁵ <http://www.tvmr.ge/>

⁶ მიუზიკ-ბოქსი, კავკასია, პალიტრანიუსი, მანეტრო, საქართველოს ცენტრალური ტელევიზია, ტელეკომპანია ახალი, ტელე-რადიო კომპანია ტვ 24, ხარისხის არხი

დიაგრამა 3. საბიუჯეტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების გადანაწილება ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიებში, 2020-2021



2021 წელს, 2020 წელთან შედარებით, ორი დიდი ტელევიზიის - ტელეკომპანია “იმედისა” (416 398 ლარით- 59.3 %) და რუსთავი 2-ის (228 236 ლარით- 67.4%) შემთხვევაში სარეკლამო და საინფორმაციო მომსახურების საბიუჯეტო თანხები შემცირებულია.

2020 წელთან შედარებით საბიუჯეტო რეკლამის მკვეთრი შემცირება ძირითადად ტვ იმედისა და რუსთავი 2-ის კონტრაქტების ხარჯზე მოხდა. 2021 წელს მთავარ არხზე საბიუჯეტო რეკლამა მხოლოდ 22 128 ლარით არის შემცირებული, ხოლო “ფორმულას” თითქმის იდენტური შემოსავალი აქვს მიღებული, რაც წინა წელს ჰქონდა. რაც შეეხება ტვ პირველს, აქ საბიუჯეტო კონტრაქტების თანხა განახევრებულია (46.6 %-ით შემცირდა- 2021: 55 777, 2020 წელი: 106 692 ლარი). ამასთან, POS TV- ის (30%-ით), პულსი ტვ-ს (175%) და სხვა ტელევიზიების (93 %) საბიუჯეტო კონტრაქტების ღირებულება 2021 წელს გაზრდილია.

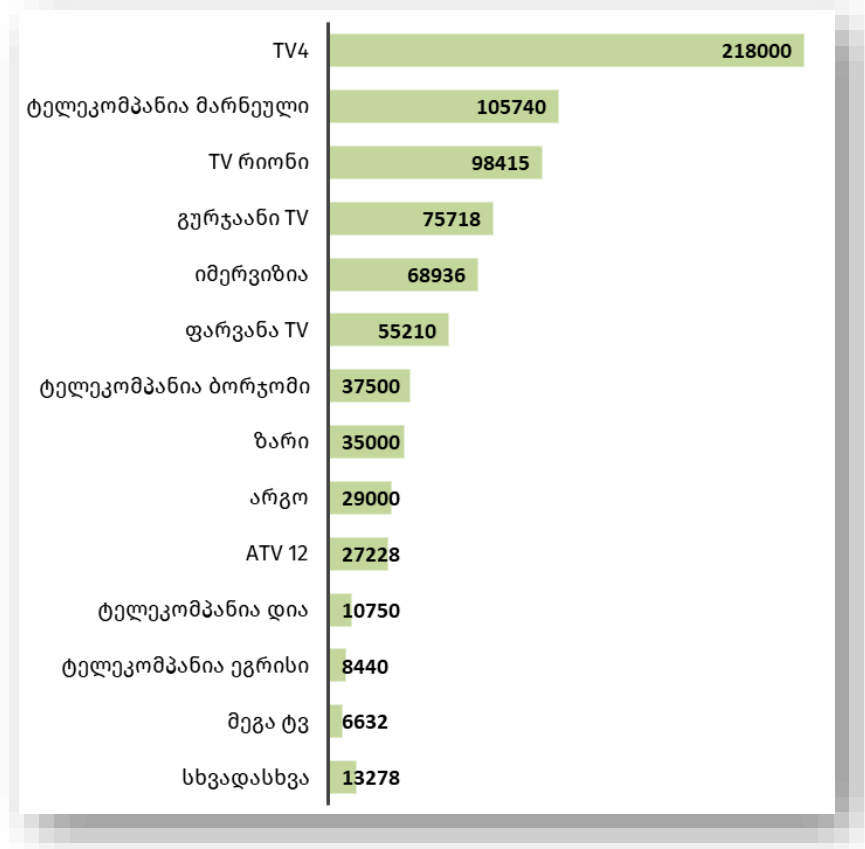
რეგიონული ტელევიზიები. რეგიონულ ტელევიზიებთან გაფორმებული ხელშეკრულებების (ჯამური ღირებულება - 789 847 ლარი) ყველაზე დიდი წილი ადგილობრივ მუნიციპალიტეტებსა და მათ დაქვემდებარებულ უწყებებზე მოდის. რეგიონულ მაუწყებლებს შორის ყველაზე დიდი საბიუჯეტო თანხა, 2016-2020 წლების მსგავსად, კვლავ ქვემო ქართლის ტელევიზიას აქვს მიღებული (218 000 ლარი), რაც მთლიანი შემოსავლის (271 468 ლარი) 80 %-ს შეადგენს. ქვემო ქართლის ტელევიზიას მოსდევნ “მარნეული TV” (105 740 ლარი); ტელეკომპანია “რიონი” (98 415 ლარი), „გურჯაანი“ (75 718 ლარი), “იმერვიზია” (68 936 ლარი), „ფარვანა“ (55 210 ლარი), “ტელეკომპანია ბორჯომი” (37 500 ლარი), „ზარი“ (35 000 ლარი), „ტელეკომპანია არგო“ (29 000 ლარი), „ატვ-12“ (27 228 ლარი), „ტელეკომპანია დია“ (10 750 ლარი), „ტელეკომპანია ეგრისი“ (8 440 ლარი), „მეგა ტვ“ (6 632 ლარი). სხვა რეგიონალურმა ტელევიზიებმა⁷ კი, ჯამში 13 278 ლარის სარეკლამო მომსახურება მიიღეს.

2021 წელს რეგიონულ ტელევიზიებთან ერთიანი ხელშეკრულება⁸ (ერთდროულად რამდენიმე კომპანია) შუამავალმა კომპანიამ ააიპ „[საქართველოს რეგიონულ მაუწყებელთა ალიანსმა](#)“ (59 600) ცენტრალურ საარჩევნო კომისიასთან გააფორმა. აღნიშნული კონტრაქტით სატელევიზიო მომსახურებასთან ერთად ინფორმაციის რადიოში განთავსებაც იყო გათვალისწინებული, მომსახურების ღირებულება კი გამიჯნული არ იყო, შესაბამისად, ხელშეკრულება შერეული კონტრაქტების კატეგორიაში გავიყვანეთ.

⁷ „ტელეკომპანია ლტვ“, „კოლხეთი 89“, „გურია TV“, „ტელეკომპანია თანამგზავრი“, „TV ოდიში“, „TV25“. „ფოთი ტვ“

⁸ კონტრაქტის კოდი (CMR210099873), წყარო: სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს [ვებ-გვერდი](#).

დიაგრამა 4. საბიუჯეტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების გადანაწილება რეგიონულ ტელევიზიებში, 2021

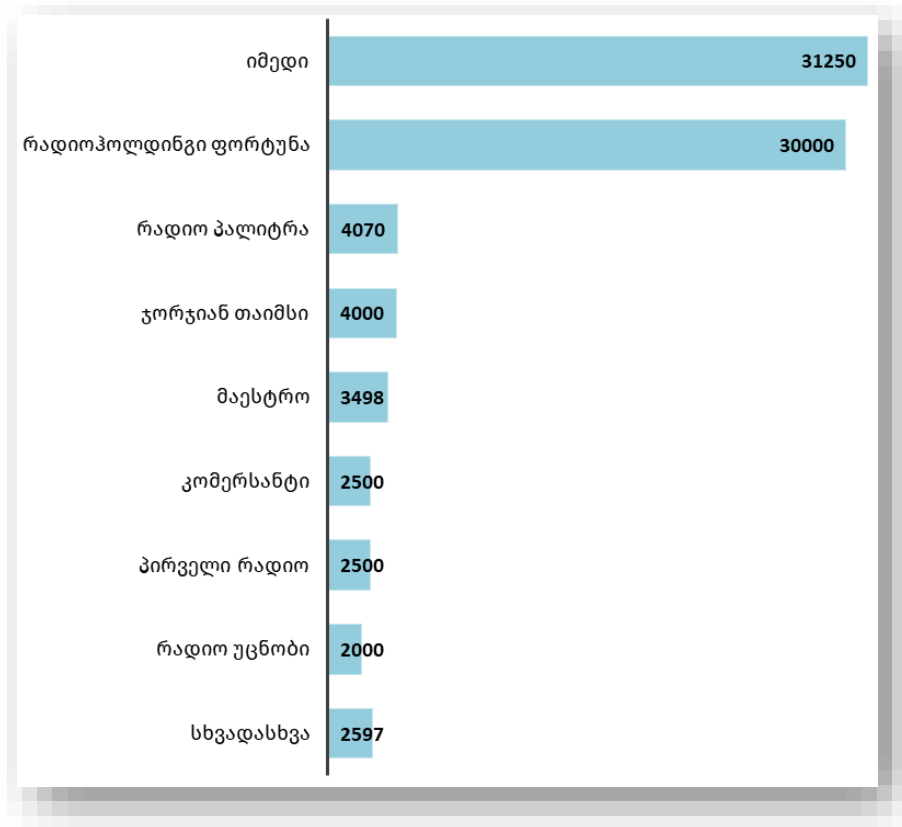


რადიო. რადიომაუწყებლებთან გაფორმებული ხელშეკრულებების ჯამურმა ღირებულებამ 106 715 ლარი შეადგინა, საიდანაც ნაციონალური და შერეული დაფარვის რადიოების შემოსავალი 82 415 ლარია.

ყველაზე მეტი ღირებულების საბიუჯეტო კონტრაქტი რადიო “იმედთან” გაფორმდა (31 250 ლარი), რომელსაც რადიო ჰოლდინგი “ფორტუნა” (ფორტუნა, ფორტუნა +, არ დაიდარდო, ავტო რადიო) (30 000 ლარი) მოსდევს. მომდევნო ადგილებს ინაწილებენ: რადიო პალიტრა (4 070 ლარი), ჯორჯიან თაიმსი (4 000 ლარი), მაესტრო (3 498 ლარი), კომერსანტი (2 500 ლარი), პირველი რადიო (2 500 ლარი), რადიო უცნობი (2 000 ლარი). სხვა რადიოების

საბიუჯეტო კონტრაქტებით მიღებულმა შემოსავალმა, რომელთა ღირებულებაც 1000 ლარზე ნაკლებია, ჯამში 2 797 ლარი შეადგინა.

დიაგრამა 5. საბიუჯეტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების გადანაწილება ნაციონალური და შერეული დაფარვის რადიოებში, 2021 წელი



რეგიონული რადიოები. რაც შეეხება რეგიონულ რადიოებს, აქ შუამავალი კომპანიების მეშვეობით ერთიანი კონტრაქტების წილი (ერთდროულად რამდენიმე კომპანია) ყველაზე მაღალია (22 050 ლარი). 2021 წელს საქართველოს ცენტრალურმა საარჩევნო კომისიამ რეგიონულ რადიოების საინფორმაციო მომსახურების

შესყიდვის მიზნით კონტრაქტები საზოგადოებრივ საგანმანათლებლო ასოციაცია ჰერეთთან⁹ (20 000 ლარი) და საქართველოს რეგიონულ მაუწყებელთა ალიანსთან¹⁰ (2050 ლარი) გააფორმა.

ინდივიდუალური კონტრაქტები კი, შედარებით მცირე თანხებზე, 2021 წელს რადიო “თრიალეთთან” (2 050 ლარი) და რადიო “ნორთან” (200 ლარი) გაფორმდა.

დიაგრამა 6. საბიუჯეტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების გადანაწილება რეგიონულ რადიოებში, 2021 წელი



3. ბეჭდვითი მედია

ბეჭდვით მედიაში ყველაზე მეტი ღირებულების ხელშეკრულება „რეზონანსთან“ (90 529 ლარი) გაფორმდა. შემდეგ ადგილზეა „Forbes Georgia“ (39 000 ლარი), „ვერსია“ (30 000 ლარი), „საქართველოს რესპუბლიკა“ (19 591 ლარი), ჟურნალი Entrepreneur (8 750 ლარი), მსოფლიო 2021 (4 740 ლარი), ახალი თაობა (3 500 ლარი). კატეგორიაში „სხვადასხვა“ ის გაზეთებია გაერთიანებული, რომელთა კონტრაქტები 3 000 ლარზე ნაკლებია. მათ შორის არის: ჟურნალი „Georgian Medical News“, „პროფ-ნიუსი“, „კვირის პალიტრა“, ჟურნალი „HOMELAND OF WINE“,

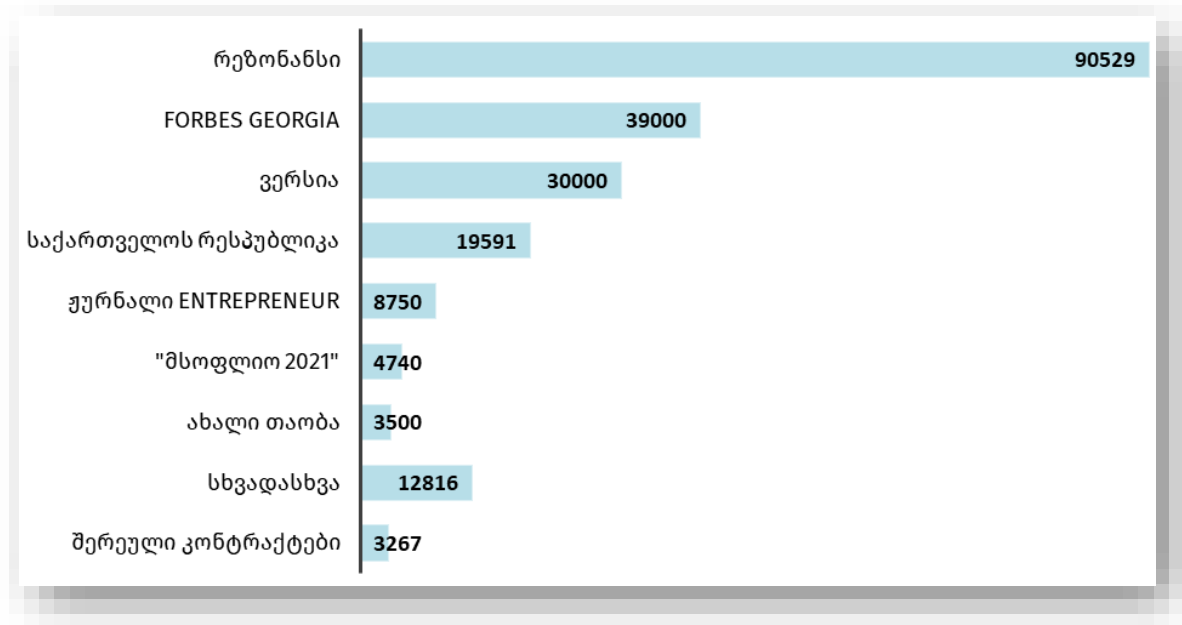
⁹ ინფორმაციის განთავსება შემდეგ რადიოებში: რადიო თბილისი, რადიო ჰერეთი, რადიო ციტრუსი, რადიო მოზაიკა, რადიო ბოლნელი, რადიო ოდიში+, რადიო ძველი ქალაქი, რადიო ნორი, რადიო მარნეული, რადიო სამხრეთის კარიბჭე;

¹⁰ ინფორმაციის განთავსება შემდეგ რადიოებში: ჰარმონია, ოდიში, რადიო ბათუმი, რადიო ვრასტანი, რადიო AGFM, რადიო ბოლნელი, რადიო თრიალეთი

„ვრასტანი“, ჟურნალი „ROYAL JOURNAL“, „ლიტერატურული საქართველო“, „ახალი საქართველო“, ჟურნალი „მეცნიერება და ენერგეტიკა“. ერთიანად კი მათმა ჯამმა 12 816 ლარი შეადგინა.

2021 წელს გარემოსდაცვითი ინფორმაციისა და განათლების ცენტრმა ერთიანი ხელშეკრულება¹¹ (ერთდროულად რამდენიმე კომპანია) [შპს აგროკომუნიკატორთან](#) (3 267 ლარი) გააფორმა.

დიაგრამა 7. საბიუჯეტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების გადანაწილება გაზეთებში, 2021

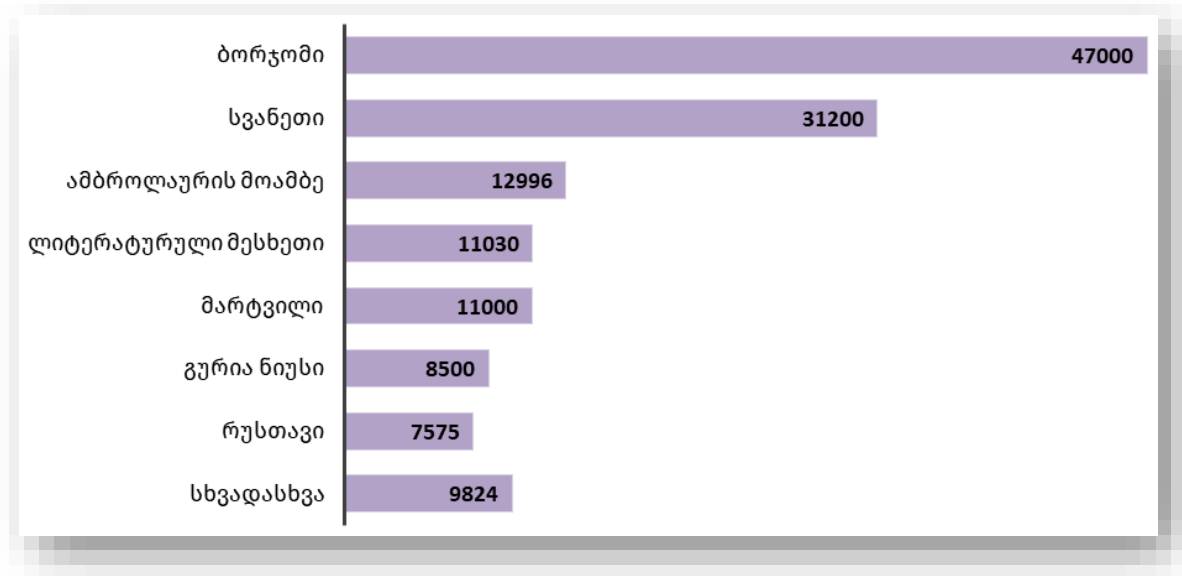


2021 წელს საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა რეგიონალურ ბეჭდვით მედიასთან სულ 139 125 ლარის ხელშეკრულება გააფორმეს. ყველაზე დიდი ღირებულების ხელშეკრულება გაფორმდა გაზეთ „ბორჯომთან“ (47 000 ლარი), რომელსაც მოსდევენ „სვანეთი“ (31 200 ლარი), „ამბროლაურის მოამბე“ (12 996 ლარი), „ლიტერატურული მესხეთი“ (11 030 ლარი), გაზეთი „მარტვილი“ (11 000 ლარი), „გურია ნიუსი“ (8 500 ლარი), გაზეთი „რუსთავი“ (7 575

¹¹ კონტრაქტის კოდი (CMR210093126), წყარო: სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს [ვებ-გვერდი](#).

ლარი). სხვა გაზეთებს („21-ს ქვემოთ“, „ალიონი“ „გურია თუდეი“, „გურიის მოამბე“, „ლანჩხუთის მოამბე“, „ხულო“, „ჰო და არა“, „გურჯისტანი“, „ბოლნისი“) კი 9 824 ლარის ხელშეკრულებები გაუფორმდათ.

დიაგრამა 8. საბიუჯეტო რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების გადანაწილება რეგიონულ გაზეთებში, 2021



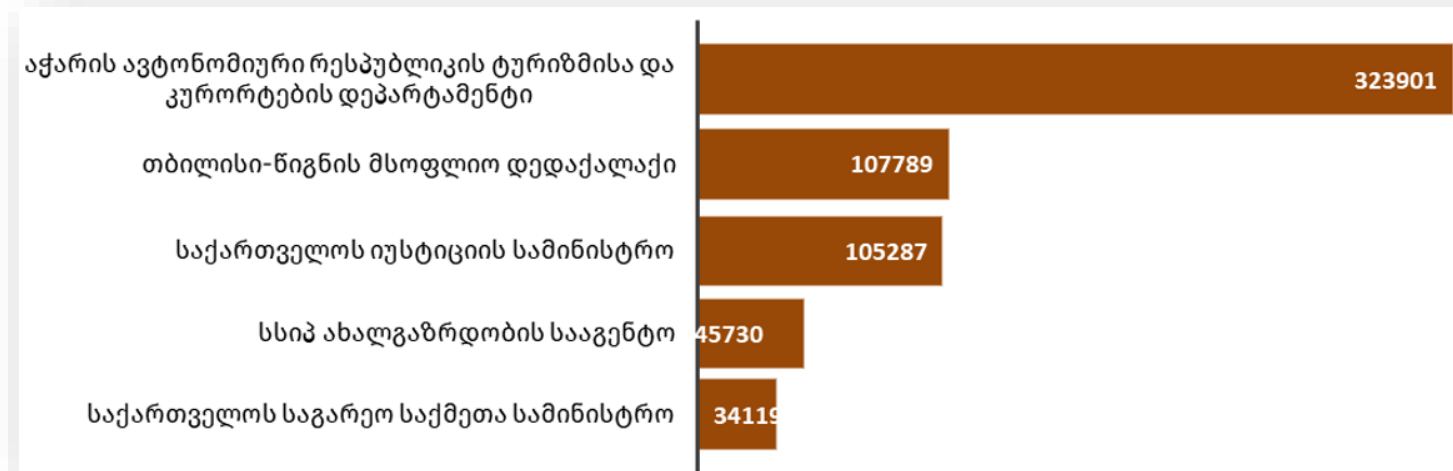
4. სოციალური მედია

შესყიდვების სამსახურის ელექტრონული მონაცემების მიხედვით, 2021 წელს საბიუჯეტო ორგანიზაციებს სოციალურ მედიაში (Facebook, Instagram, youtube, LinkedIn)¹² სარეკლამო და მარკეტინგული მომსახურების გაწევის მიზნით კონტრაქტებში ჯამში 802 818 ლარის ღირებულების მომსახურება ჰქონდათ გათვალისწინებული. სოციალურ მედიაში ყველაზე მეტი ღირებულების რეკლამის განთავსება კონტრაქტებით აჭარის ავტონომიური

¹² აღნიშნული თანხიდან facebook-სა და Instagram-თან ერთად, ინფორმაციის LinkedIn-ზე განთავსებას მოიცავდა ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტსა და შპს ჯიემეი ჯორჯიას შორის გაფორმებული კონტრაქტი (კონტრაქტის ღირებულება 33 080 ლარი). facebook-სა და Instagram-თან ერთად, ინფორმაციის youtube-ზე განთავსებაზე კი კონტრაქტი აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის დასაქმების სააგენტოს ი/მ ზურაბ ჩხაიძესთან ჰქონდა გაფორმებული (კონტრაქტის ღირებულება 1800 ლარი). საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის თავმჯდომარის მოხსენებითი ბარათი (CMR210099873), წყარო: სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს [ვებ-გვერდი](#).

რესპუბლიკის ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტს¹³ (323 901 ლარი) ჰქონდა განსაზღვრული; შემდეგ ადგილზე არიან: თბილისი-წიგნის მსოფლიო დედაქალაქი¹⁴ (107 789 ლარი); საქართველოს იუსტიციის სამინისტრო¹⁵ (105 287 ლარი), სსიპ ახალგაზრდობის სააგენტო¹⁶ (45 730 ლარი) და საქართველოს საგარეო საქმეთა სამინისტრო¹⁷ (34 119).

დიაგრამა 9. საბიუჯეტო ორგანიზაციების რეკლამის გადანაწილება სოციალურ მედიაში, 2021



5. საბიუჯეტო თანხები სააგენტოებისთვის ფეისბუკ გვერდებსა და ჯგუფებში ინფორმაციის გასავრცელებლად

2021 წლის საბიუჯეტო კონტრაქტების მონაცემების ანალიზისას, 2020 წლის მსგავსად, გამოვლინდა შემთხვევები, როდესაც საინფორმაციო მომსახურების გავრცელებაზე საბიუჯეტო ორგანიზაციების მიერ გაფორმებული

¹³ შპს მოზაიკა პლიუსთან გაფორმებული ხელშეკრულება CMR210086354

¹⁴ შპს აუთლაინთან გაფორმებული ხელშეკრულება CMR210052722

¹⁵ შპს დი დი ბი ჯორჯიასთან გაფორმებული ხელშეკრულება NAT210001201

¹⁶ სსიპ - ა ხალგაზრდობის სააგენტოს ხელმძღვანელის ბრძანება სოციალურ ქსელ „ფეისბუქზე“ სსიპ - ა ხალგაზრდობის სააგენტოს საქმიანობასთან დაკავშირებით განთავსებული ინფორმაციისა და აქტივობის რეკლამირების (დასპონსორების)შესახებ CMR210002701

¹⁷ შპს შპს ჯიემეი ჯორჯიასთან გაფორმებული ხელშეკრულება SPA210000619

ხელშეკრულებები მასალების სააგენტოს ვებ-გვერდზე განთავსების გარდა, ინფორმაციის სხვა ფეისბუქ ჯგუფებსა და გვერდებზე გაზიარების ვალდებულებასაც ითვალისწინებდა.

2021 წელს აღნიშნული ტიპის ყველაზე დიდი ღირებულების კონტრაქტი საქართველოს ენერგეტიკისა და წყალმომარაგების ეროვნულმა კომისიამ შუამავალი ორგანიზაცია შპს „კლიპ-არტის“ მეშვეობით გააფორმა (კონტრაქტის ღირებულება 121 221 ლარი), რომელიც სააგენტო PIA-სთან დაკავშირებული ორგანიზაციაა. საქართველოს შესყიდვების სააგენტოს ვებ-გვერდზე განთავსებული შესყიდვის ხელშეკრულების (SPA200003019) მომსახურება საინფორმაციო მომსახურების განევაზე, ტექნიკური დავალების შესაბამისად, არანაკლებ 5 სეგმენტობრივად შერჩეულ ფეისბუქ ჯგუფში მასალების გაზიარებას გულისხმობდა.

„კლიპ-არტის“ გარდა ასევე, გამოვლინდა For.ge, რომელთანაც კონტრაქტი ეროვნულმა სკრინინგ ცენტრმა გაცილებით მცირე თანხაზე გააფორმა, რაც დამკვეთისთვის ინფორმაციის გავრცელებასთან ერთად, სხვადასხვა ფეისბუქ ჯგუფებსა და გვერდებზე სახელმწიფო უწყებების დაკვეთით მასალების გაზიარებას ითვალისწინებდა.

ცხრილი 2. 2021 წელს საბიუჯეტო უწყებების მიერ ინფორმაციის ფეისბუქ ჯგუფებსა და გვერდებზე გაზიარების მომსახურებაზე გაფორმებული კონტრაქტები

კონტრაქტორი	საბიუჯეტო უწყება	კონტრაქტის ღირებულება ლარებში
კლიპ-არტი	საქართველოს ენერგეტიკისა და წყალმომარაგების მარეგულირებელი ეროვნული კომისია	121 221
For.ge	ეროვნული სკრინინგის ცენტრი	2 200

იმის დასადგენად, თუ რომელ ფეისბუქ ანგარიშებზე ხდებოდა ხელშეკრულებებით გათვალისწინებული ინფორმაციის განთავსება, მედიის განვითარების ფონდმა საჯარო ინფორმაცია კონტრაქტორი ორგანოებისგან გამოითხოვა. საქართველოს ენერგეტიკისა და წყალმომარაგების მარეგულირებელი ეროვნული კომისიიდან მოწოდებული ინფორმაციით კი შემდეგი სურათი გამოიკვეთა:

კლიპ არტი და სააგენტო PIA. საქართველოს ენერგეტიკისა და წყალმომარაგების მარეგულირებელ ეროვნულ კომისიასა და შპს „კლიპ არტის“ შორის გაფორმებული ხელშეკრულების ფარგლებში „კლიპ არტის“ კომისიის ინფორმაციების განთავსება 5 Facebook ჯგუფში ევალებოდა. ეს ჯგუფებია: [“ეს საინტერესოა”](#) - 35 700 წევრი; [“გაიგე](#)

[პირველმა](#)” - 9 400 წევრი, [“სასარგებლო რჩევები](#)” - 18 600 წევრი [“ყოველდღიური სიახლეები](#)” - 19 200 წევრი; [“ცნობისმოყვარე](#)” - 45 000 წევრი) და 8 საინფორმაციო სააგენტოში ([www.interpressnews.ge](#); [www.pia.ge](#); [www.info9.ge](#); [www.kvira.ge](#); [www.ipress.ge](#); [www.for.ge](#); [www.ambebi.ge](#); [www.2020news.ge](#)).

აღსანიშნავია, რომ ხუთივე ფეისბუკ ჯგუფი, თავად “კლიპ არტს” და მის მედია საშუალება [digestpia.ge](#)-ს უკავშირდება და ამ გამოცემის მასალებს აზიარებს. 5 ფეისბუკ ჯგუფიდან 4-ის ([გაიგე პირველმა](#), [სასარგებლო რჩევები](#), [ყოველდღიური სიახლეები](#), [ეს საინტერესოა](#)) მფლობელი ფეისბუკ გვერდი [Gogaggg](#)-ია, რომელსაც ჩვენს შესახებ განყოფილებაში [digest.pia.ge](#)-ს ვებ-გვერდი და სააგენტო პიას ელექტრონული მისამართი აქვს მითითებული. მეხუთე ჯგუფი [ცნობისმოყვარე](#) კი [Gogaggg](#)-თან დაკავშირებული ჯგუფების ჩამონათვალში გვხვდება და მის ადმინისტრატორებსა და მოდერატორებს შორის [digestpia](#), ასევე [funtime.ge](#) ფიგურირებს, რომელიც კლიპ არტის მიერ შექმნილი გვერდია.

ცხრილი 3. ფეისბუკ ჯგუფები, გვერდები და საინფორმაციო სააგენტოები, სადაც საბიუჯეტო ორგანიზაციების ინფორმაციის გაზიარების/გავრცელება ხდებოდა

ადმინისტრაციული ორგანო	მედია/შუამავალი კომპანია	საინფორმაციო სააგენტოები	სხვადასხვა თემატური Facebook გვერდები	Facebook ჯგუფები
საქართველოს ენერგეტიკისა და წყალმომარაგების მარეგულირებელი ეროვნული კომისია	კლიპ-არტი	1. interpressnews.ge 2. pia.ge 3. info9.ge 4. kvira.ge 5. ipress.ge 6. for.ge 7. ambebi.ge 8. 2020news.ge .		1. ეს საინტერესოა 2. ყოველდღიური სიახლეები 3. სასარგებლო რჩევები 4. გაიგე პირველმა 5. ცნობისმოყვარე
ეროვნული სკრინინგ ცენტრი	For.ge		Yellow Faqts , Tbilisi news , თავისუფლება , პოეზია Front news	პოზიტივი , For.Ge - საინფორმაციო, ანალიტიკური პორტალი

For.ge. საინფორმაციო სააგენტო For.ge-სთან 2021 წელს საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა სულ 11 120 ლარის ღირებულების კონტრაქტი გაფორმეს. მათ შორის იყო ეროვნული სკრინინგ ცენტრსა და For.ge-სთან გაფორმებული კონტრაქტი, რომელიც მასალების 4 ფეისბუკ გვერდსა ([Yellow Faqts](#), [Tbilisi news](#), [თავისუფლება](#), [პოეზია](#) [Front news](#)) და 2 ჯგუფში ([პოზიტივი](#), [For.Ge - საინფორმაციო, ანალიტიკური პორტალი](#)) განთავსებას ითვალისწინებდა. დასახელებული გვერდები და ჯგუფები, სადაც ინფორმაციის განთავსების ვალდებულება არსებობს, 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 რობი ჟღამაია და for.ge-ს მართული ზემოთ ჩამოთვლილი 4 გვერდი მართავს.

6. საბიუჯეტო კონტრაქტები წინააღმდეგობრივი სარედაქციო პოლიტიკის მედიებთან

წინა წლების მსგავსად¹⁸ საინფორმაციო მომსახურების მიზნით მედია საშუალებების შერჩევის დროს საჯარო უწყებები მკაცრად გაწერილი კრიტერიუმებით და ანტიდისკრიმინაციული პოლიტიკით არ ხელმძღვანელობდნენ. 2021 წელსაც კვლავ გამოიკვეთა შემთხვევები, როდესაც საინფორმაციო მომსახურებაზე საბიუჯეტო კონტრაქტებს წინააღმდეგობრივი სარედაქციო პოლიტიკის მედიები იღებენ. ამ თვალსაზრისით რამდენიმე ტიპის მედია საშუალებებთან თანამშრომლობის პრაქტიკა გამოვლინდა:

- ჰომოფობიური და ანტისავლური სარედაქციო პოლიტიკის;
- ჰიბრიდული გამოცემა, რომელსაც შერეული სარედაქციო პოლიტიკა აქვს;
- სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის მედიები, რომლებიც ხელისუფლების ოპონენტების საწინააღმდეგო კამპანიებში იყვნენ ჩართული და გარკვეულ შემთხვევებში ყალბ ამბებსაც კოორდინირებულად ავრცელებდნენ.

ჰომოფობიური გამოცემა. წინა წლების მსგავსად, 2021 წელსაც საინფორმაციო მომსახურებაზე სერვის კონტრაქტი კვლავ გაფორმდა გაზეთ “საქართველოს რესპუბლიკასთან”, რომლის სარედაქციო პოლიტიკა ჰომოფობიური, ქსენოფობიური და ანტიდასავლურია.

¹⁸ მედიის განვითარების ფონდი (2016). რეკლამის და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით მედიაში საბიუჯეტო რესურსების განაწილების პრაქტიკა, 2016
<https://mdfgeorgia.ge/geo/view-library/31>

მედია საშუალება	საკონტრაქტო მომსახურების თანხა	საბიუჯეტო ორგანიზაცია
გაზეთი “საქართველოს რესპუბლიკა”	19 591	სს "საქართველოს სახელმწიფო ელექტროსისტემა", აჭარის ა.რ. ფინანსთა და ეკონომიკის სამინისტრო, აფხაზეთის ავტონომიური რესპუბლიკის მთავრობის აპარატი, საქართველოს სოფლის მეურნეობის მეცნიერებათა აკადემია, "საქპატენტი", საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი, სსიპ ივანე ბერიტაშვილის ექსპერიმენტული ბიომედიცინის ცენტრი, "სსიპ ფერდინანდ თავაძის მეტალურგიისა და მასალათმცოდნეობის ინსტიტუტი", სოხუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, სოხუმის ი. ვეკუას ფიზიკა-ტექნიკის ინსტიტუტი;

“საქართველოს რესპუბლიკა” 2021 წელსაც აგრძელებდა ჰომოფობიური შინაარსის მასალების გამოქვეყნებას, შემდეგი სათაურებით:

- “მეუფე ანტონი: გულში ლახვარი სჯობს უკანალში ლახვარს. რატომ უქნევთ თითხ ქართველ ხალხს, ჩვენს ღირებულებებს?”¹⁹
- “მიიღეთ კანონი “გარყვნილების პროპაგანდის აკრძალვის შესახებ”²⁰
- “ქართული ზნეობისა და ტრადიციების წამბილწველები. კურტუმების გამოფენა ანუ თუ სინდისი არ გვქენჯნის”²¹
- “საქართველოში მოქმედ კანონს სოდომის ცოდვებთან დაკავშირებით შარს ვერ მოდებთ”²² (რუბრიკა “უზნეოთა შემოსევა”).
- “ქართული ლიბერალიზმი ანუ “ჩემი ცოცხალი კიტრია.”²³

¹⁹ “საქართველოს რესპუბლიკა”, #153-154, 14-15 ივლისი, 2021 https://dspace.nplg.gov.ge/bitstream/1234/336750/1/Saqartvelos_Respublika_2021_N154-155.pdf

²⁰ “საქართველოს რესპუბლიკა”, #131-132, 16-17 ივნისი, 2021 https://dspace.nplg.gov.ge/bitstream/1234/334783/1/Saqartvelos_Respublika_2021_N131-132.pdf

²¹ “საქართველოს რესპუბლიკა”, #149-150, 7-8 ივლისი, 2021 https://dspace.nplg.gov.ge/bitstream/1234/336745/1/Saqartvelos_Respublika_2021_N149-150.pdf

²² იქვე

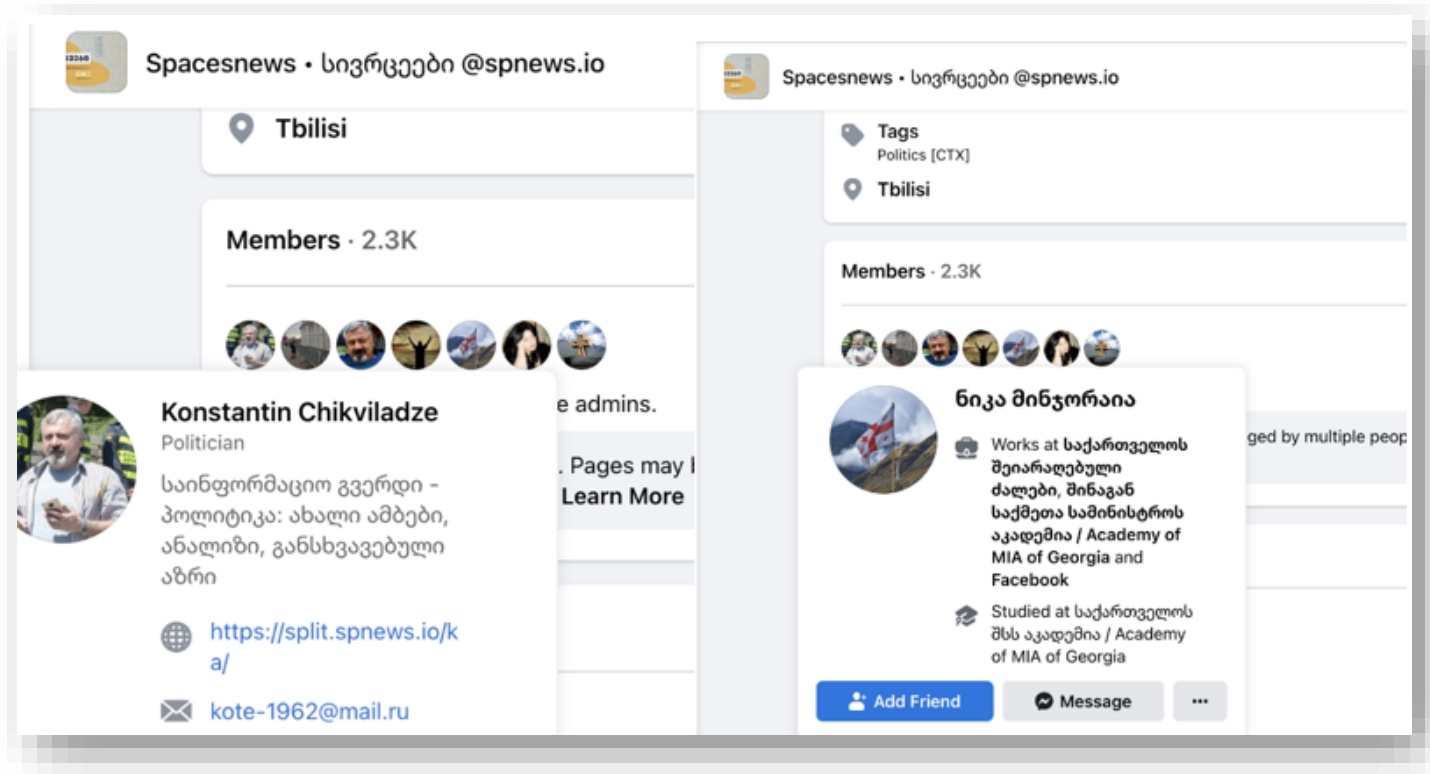
²³ “საქართველოს რესპუბლიკა”, #151-152, 9-11 ივლისი, 2021 https://dspace.nplg.gov.ge/bitstream/1234/336749/1/Saqartvelos_Respublika_2021_N151-152.pdf



ჰიბრიდული გამოცემა. წინა წლის მსგავსად საბიუჯეტო კონტრაქტები გაფორმდა ონლაინ გამოცემა “სივრცეებთან” (www.spnews.io), რომლის სარედაქციო პოლიტიკა ჰიბრიდულია (სახელისუფლებო და ანტიდასავლური).

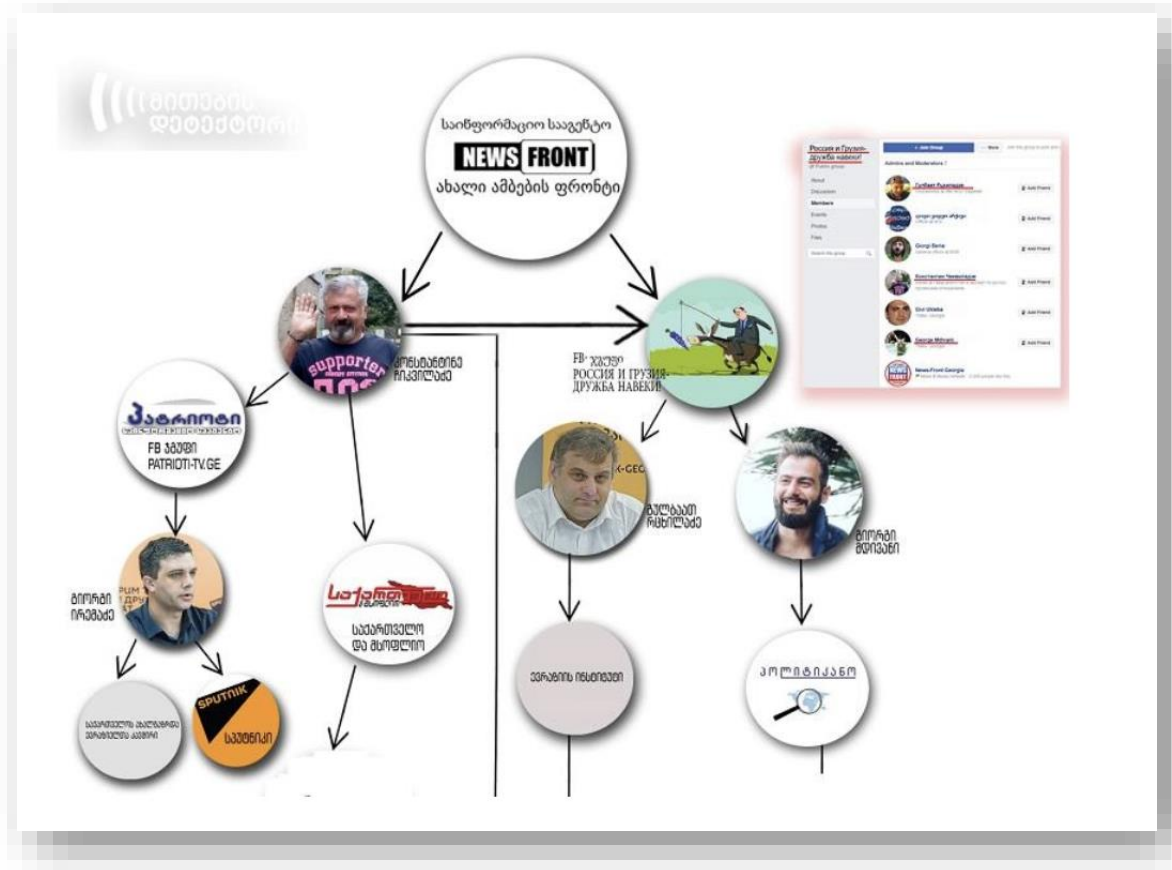
მედია საშუალება	საკონტრაქტო მომსახურების თანხა	საბიუჯეტო ორგანიზაცია
სივრცეები www.spnews.io	10 450	ა(ა)იპ ქალაქ ფოთის მუნიციპალიტეტის მელიორაცია სსიპ სსსტც "დელტა", გორის მუნიციპალიტეტის სკოლამდელი აღზრდის სააგენტო, ბოლნისის სპორტულ გამაჯანსაღებელი კომპლექსი.

ხელისუფლების მიმართ მხარდამჭერი საინფორმაციო პოლიტიკის გარდა, სააგენტოს ვიდეო-გადაცემის წამყვანად წარსულში კრემლთან დაკავშირებული მედია პროექტის “პოლიტიკანოს” ავტორი ჰყავდა²⁵. გამოცემა ამჟამადაც დაკავშირებულია კრემლისტური მედია News Front Georgia-ს ადმინთან კონსტანტინე ჩიკვილაძესთან, რომელიც www.spnews.io-ის მასალებს რეგულარულად აზიარებს, ამასთანავე ჩიკვილაძე “სფეისნიუსის” დახურული ჯგუფის [Spacesnews • სივრცეები @spnews.io](https://www.facebook.com/spacesnews) ერთ-ერთი ადმინისტრატორია. დახურულ ჯგუფში, რომელშიც 2300 ადამიანია გაწევრიანებული, ჩიკვილაძის გარდა ადმინისტრატორად მითითებულია [პირი](#), რომელსაც სამუშაო ადგილად შინაგან საქმეთა სამინისტროს აკადემია აქვს მითითებული.



²⁵ მითების დეტექტორი, 2 ივლისი, 2021. პრორუსული და სახელისუფლებო ექსპერტების “სივრცეები” დაფინანსებულია ბიუჯეტიდან <https://mythdetector.ge/ka/prorusuli-da-sakhelisuphlebo-egspertebis-sivrtseebi-daphinansebulia-biujetidan/> პრორუსული და სახელისუფლებო ექსპერტების “სივრცეები” დაფინანსებულია ბიუჯეტიდან - mythdetector.ge

2019 წლის აპრილში კონსტანტინე ჩიკვილაძე “რუსული სამყაროს” პარტნიორ ორგანიზაციებთან და ულტრანაციონალისტური გაერთიანებების წარმომადგენლებთან ერთად ასევე მონაწილეობდა ღონისძიებაში “[ფაშისტური იდეოლოგიის რეანიმაცია](#)”, რომლის ფარგლებშიც “უკვდავი პოლკის” მიერ 9 მაისის აღმნიშვნელი ღონისძიების მნიშვნელობაზე ისაუბრეს. კონსტანტინე ჩიკვილაძე ასევე მართავდა პრორუსული ორგანიზაცია ახალგაზრდა ევრაზიული კავშირის გამოცემა პატრიოტი ტვ-ს ღია ჯგუფს²⁶.



²⁶ მედიის განვითარების ფონდი (2019), რუსული სამყარო საქართველოში. <https://mdfgeorgia.ge/geo/view-library/117>

“სივრცეები” შემდეგი შინაარსის მასალებს ავრცელებდა:

- რომლებიც თანხვედრაში იყო კრემლის პროპაგანდისტულ გზავნილთან, თითქოს ნატოს ყოფილი გენერალური მდივნის ინიციატივა ინტეგრაციის სანაცვლოდ საქართველოს ტერიტორიების დათმობას ითვალისწინებდა²⁷,
- ჩართული იყო სახელისუფლებო მედიის კამპანიაში „მაკკეინის ინსტიტუტის“, „ჯორჯ ბუშის ინსტიტუტისა“ და „ეკონომიკური პოლიტიკის კვლევის ცენტრის“ მიერ ოგრანიზებული კონფერენციის “დიდება უკრაინას” წინააღმდეგ, რომელიც ამკვიდრებდა აზრს, თითქოს კონფერენციის მონაწილეებს საქართველოს ომში ჩართვა სურდათ²⁸;
- აქვეყნებდა დებინფორმაციებს უკრაინის პრეზიდენტ ვოლოდიმირ ზელენსკის²⁹, სახალხო დამცველ ნინო ლომჯარიას³⁰, ოპოზიციის წინააღმდეგ³¹;
- ჩართული იყო სახელისუფლებო მედიების და ფეისბუქ ანგარიშების კამპანიაში 2021 წლის 5 ივლისს თბილისს პრაიდის წინააღმდეგ ძალადობრივი აქციის დროს ნაცემი და მოგვიანებით გარდაცვლილი ოპერატორის ლექსო ლაშქარავას წინააღმდეგ³².

სახელისუფლებო მედიები. საბიუჯეტო კონტრაქტები სხვა სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის მედიებთანაც გაფორმდა (Kvira.ge, რეპორტიორი, qartuliazri.ge, Pos TV, მარშალპრესი, For.ge), რომლებიც ხელისუფლების ოპონენტების მადისკრედიტირებელ კამპანიებშიც იყვნენ ჩართული.

²⁷ სივრცეები, 13 იანვარი. “ეს არის პირდაპირი ხაფანგი საქართველოსთვის!!!” – რევაზ კილასონია

https://split.spnews.io/ka/archives/129792?fbclid=IwAR1ufbG26i6YyGBeSWF7MmYOEib65EVjwN7G0i_djxUx4LCV8n_DytPiQ6k

²⁸ მითების დეტექტორი, 8 სექტემბერი, 2022. “სახელისუფლებო და კრემლისტური აქტორების გზავნილები კონფერენციის “დიდება უკრაინას!” წინააღმდეგ”

<https://mythdetector.ge/ka/sakhelisuphlebo-da-kremlisuri-aqtorebis-gzavnilebi-konpherentsiis-dideba-ukrainas-tsinaaghmdag/>

²⁹ მითების დეტექტორი, 12 აპრილი, 2022. “ვინ აკრძალა ზელენსკიმ – ოპოზიციის თუ პრორუსული პარტიები და მედიები?”

<https://mythdetector.ge/ka/vin-akrdzala-zelenskim-opozitsa-thu-prorusuli-partiebi-da-mediebi/>

³⁰ მითების დეტექტორი, 24 ნოემბერი, 2021. “კრემლისტური და სახელისუფლებო პლატფორმები ნინო ლომჯარიას და ტვ ფორმულას წინააღმდეგ დებინფორმაციას ავრცელებენ”

<https://mythdetector.ge/ka/kremlisuri-da-sakhelisuphlebo-platphormebi-nino-lomjarias-da-tv-phormulas-tsinaaghmdag-dezinphormatsias-avrtseleben/>

³¹ მითების დეტექტორი, 10 ივნისი, 2022. სოციალურ ქსელში ჟიული შარტავას შესახებ ლევან ბერძენიშვილის ყალბი ციტატა ვრცელდება

<https://mythdetector.ge/ka/sotsialur-qselshi-zhiuli-shartavas-shesakheb-levan-berdenishvilis-qhalbi-tsitata-vrtseleba/>

³² მითების დეტექტორი, 13 ივლისი, 2021 “საინფორმაციო სააგენტოს” სახელით და ძალადობრივი ჯგუფების მუშტით TV პირველის გარდაცვლილი ოპერატორის წინააღმდეგ”

<https://mythdetector.ge/ka/sainphormatsio-saagentos-sakhelith-da-dzaladobrivi-jguphebis-mushtith-tv-pirvelis-gardatsvili-operatoris-tsinaaghmdag/>

მედია საშუალება	საკონტრაქტო მომსახურების თანხა	საბიუჯეტო ორგანიზაცია
Kvira.ge, kids.kvira.ge, region.kvira.ge	120 940	სპეციალური პენიტენციური სამსახური, გარემოსდაცვითი ზედამხედველობის დეპარტამენტი, აღსრულების ეროვნული ბიურო, აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის სოფლის მეურნეობის სამინისტრო , კიბერუსაფრთხოების ბიურო, ქ. თბილისის კრწანისის რაიონის გამგეობა", შ.პ.ს. „თბილსერვის ჯგუფი“, წალკის ,ჩხოროწყუს, ყაზბეგის, ხულოს მუნიციპალიტეტი, ამბროლაურის, დუშეთის, ბოლნისის, ახალციხის, ყვარლის, ქარელის, შუახევის, ზესტაფონის , საჩხერის , ქობულეთის , სამტრედიის მუნიციპალიტეტები და სხვა საქვეუწყებო ან ადგილობრივი ხელისუფლების წარმომადგენლები;
რეპორტიორი (qartuliazri.ge, cnobisfurceli.ge³³)	34 344	სპეციალური პენიტენციური სამსახური, ქალაქ თბილისის დიდუბის რაიონის გამგეობა, საჩხერის, მარტვილის მუნიციპალიტეტის მერია, შპს "ლიკანის რეზიდენცია", სსიპ სსსტც "დელტა" და სხვა საქვეუწყებო ან ადგილობრივი ხელისუფლების წარმომადგენლები;
POS TV	16 917	საქართველოს ცენტრალური საარჩევნო კომისია, სოფლის განვითარების სააგენტო;
სააგენტო მარშალპრესი	15 608	სპეციალური პენიტენციური სამსახური, მცხეთის, ხელვაჩაურის, ამბროლაურის მუნიციპალიტეტის მერია, დედოფლისწყაროს მუნიციპალიტეტი სახელმწიფო რწმუნებულის-გუბერნატორის ადმინისტრაცია ლანჩხუთის, ოზურგეთისა და ჩოხატაურის მუნიციპალიტეტებში, ჩემი ადვოკატი;
For.ge	11 120	სპეციალური პენიტენციური სამსახური, თბილისის ჩუღურეთის რაიონის გამგეობა, ეროვნული სკრინინგ ცენტრი;

³³ cnobisfurceli.ge მითითებულია სასჯელაღსრულების სამინისტროს კონტრაქტში რეპორტიორთან და ქართულ აზრთან ერთად, თუმცა გვერდი ამჟამად ხელმისაწვდომი არ არის.

აღნიშნული მედიების შემთხვევაში შემდეგი პრობლემური შინაარსი გამოიკვეთა:

- სახელისუფლებო ექსპერტ გოგა ხაინდრავაზე დაყრდნობით პროსახელისუფლებო მედისაშუალებებმა: [იმედმა](#), POSTV-იმ, [PIA.GE-მ](#), [მედიაპოლიტინგმა “კვირამ”](#), [For.ge-მ](#), საინფორმაციო სააგენტო [“info 9”-მ](#), [Lider.ge-მ](#) გაავრცელეს ყალბი ინფორმაცია იმის შესახებ, თითქოს ამერიკელმა კონგრესმენმა ჯეიმს რასკინმა განცხადა, რომ რუსეთი იმის გამო უნდა განადგურდეს, რომ ის მართლმადიდებელი ქვეყანაა, რომელსაც ტრადიციული ღირებულებები აქვს³⁴.
- ზოგიერთი მათგანი (Postv³⁵, მარშალპრესი, კვირა, სივრცეები) ჩართული იყო ოპოზიციის წინააღმდეგ ყალბი³⁶, ხოლო ჯორჯ ბუშის საპრეზიდენტო ცენტრის გლობალური პოლიტიკის დირექტორის – დევიდ კრამერის წინააღმდეგ სახელისუფლებო ექსპერტის მანიპულაციური შინაარსის ([POSTV](#), [imedinews.ge](#), [lideri.ge](#), [xnews.ge](#), [for.ge](#), [kvira.ge](#), [reportiori.ge](#)) კოორდინირებულ გავრცელებაში³⁷.
- “სივრცეების” მსგავსად, ზოგი გამოცემა ჩართული იყო 2021 წლის 5 ივლისს თბილის პრაიდის წინააღმდეგ ძალადობრივი აქციის დროს ნაცემი და მოგვიანებით გარდაცვლილი ოპერატორის ლექსო ლაშქარავას ([“მარშალრესი”](#))³⁸, ასევე ამერიკის ელჩის კელი დეგნანის ([for.ge](#), [kvira.ge](#), [mpn.ge](#))³⁹ და სხვათა წინააღმდეგ დისკრედიტაციის კამპანიებში.
- გამოიკვეთა შემთხვევა, როდესაც საბიუჯეტო კონტრაქტების მქონე ზოგიერთი მედია საშუალება ([kvira.ge](#), [reportiori.ge](#), [NSP.ge](#), [For.ge](#), [Lid.ge](#), [infopostalioni.com](#), [mpn.ge](#)) ტროლის (ნიკოლოზ ღლონტის) კომენტარს

³⁴ მითების დეტექტორი, 2 ნოემბერი, სახელისუფლებო მედიაში ამერიკელი კონგრესმენის სახელით ყალბი განცხადება ვრცელდება <https://mythdetector.ge/ka/sakhelisuphlebo-mediashi-amerikeli-kongresmenis-sakhelith-qhalbi-gantskhadeba-vrtseldeba/>

³⁵ მითების დეტექტორი, 9 სექტემბერი, 2022. ხვიჩა კვარაცხელიას შესახებ ლევან ბერძენიშვილის დამონტაჟებული ვიდეოკომენტარი ვრცელდება <https://mythdetector.ge/ka/khvicha-kvaratskhelias-shesakheb-levan-berdzenishvilis-damontazhebuli-videokomentari-vrtseldeba/>

³⁶ მითების დეტექტორი, 6 ნოემბერი, 2021. ვაშინგტონი, ამსტერდამი თუ ფრანკფურტი – სად იმყოფებოდა სააკაშვილი 23 სექტემბერს? <https://mythdetector.ge/ka/vashingtoni-amsterdami-thu-phrankphurti-sad-imqhopheboda-saakashvili-23-septembers/>

³⁷ მითების დეტექტორი, 28 ნოემბერი, 2022. მანიპულაციას, თითქოს კრამერი NATO-ში განუვრდიანების სანაცვლოდ აფხაზეთის და სამაჩაბლოს დათმობას ითხოვს, სახელისუფლებო ექსპერტი და მედიები ავრცელებენ <https://mythdetector.ge/ka/manipulatsias-thithqos-krameri-nato-shi-gatsevrianebis-sanatsvlod-aphkhazethis-da-samachablos-dathmobas-ithkhovs-sakhelisuphlebo-eqsperti-da-mediabi-avrtseleben/>

³⁸ მითების დეტექტორი, 13 ივლისი, 2021 “საინფორმაციო სააგენტოს” სახელით და ძალადობრივი ჯგუფების მუშტით TV პირველის გარდაცვლილი ოპერატორის წინააღმდეგ” <https://mythdetector.ge/ka/sainphormatsio-saagentos-sakhelith-da-dzaladobri-viguphebis-mushtith-tv-pirvelis-gardatsvili-operatoris-tsinaagmdeg/>

³⁹ მითების დეტექტორი, 1 აგვისტო, 2022. სახელისუფლებო “მეხუთე კოლონა” და სხვანი კელი დეგნანის წინააღმდეგ <https://mythdetector.ge/ka/sakhelisuphlebo-mekhuthe-kolona-da-skhvani-keli-degnanis-tsinaagmdeg/>

რუსეთის მოქალაქის (არტიომ სტეფანოვი) მოპარული ფოტოთი ონლაინ სააგენტოს ვებ-გვერდზე როგორც რეალური პირისას აქვეყნებდა⁴⁰.



- აღსანიშნავია ისიც, რომ არარეალური პირების სახელისუფლებო მედიაში ციტირების პრაქტიკა “მითების დეტექტორმა” ადრეც გამოავლინა, როდესაც ზოგიერთი საბიუჯეტო კონტრაქტის მქონე გამოცემა (PIA, ქართული

⁴⁰ მითების დეტექტორი, 4 მაისი, 2022. სახელისუფლებო ტროლების “უკრაინული ფრონტი”. <https://mythdetector.ge/ka/sakhelisuphlebo-trolebis-ukrainuli-phronti/>

აზრი, კვირა) არარსებული პირის - ხელოვნური ინტელექტით გენერირებული ბლოგერ გიორგი ალაპიშვილის - კომენტარებს როგორც რეალურს აქვეყნებდა⁴¹.



⁴¹ მითების დეტექტორი, 22 ნოემბერი, 2019. სახელისუფლებო “ბლოგერი” გიორგი ალაპიშვილი ხელოვნური ინტელექტის გენერირებული ფოტოა

<https://mythdetector.ge/ka/sakhelisuphlebo-blogeri-giorgi-aghapishvili-khelovnuri-inteleqtis-generirebuli-photoa/>