



მედიის ფინანსური გამჭვირვალობა 2019

მედიის ფინანსური გამჭვირვალობა 2019

ავტორი:

მარიამ პატარიძე

რედაქტორი:

თამარ კინწურაშვილი

დიზაინი:

მარიამ ცუცქერიძე

მედიის ფინანსური გამჭვირვალობა, 2019



WWW.MDFGEORGIA.GE
WWW.MEDIAMETER.GE

შესავალი

წინამდებარე კვლევა მედიის ფინანსური გამჭვირვალობის შესახებ 2019 წლის მონაცემებს ასახავს. ანგარიში, რომელსაც მედიის განვითარების ფონდი ყოველწლიურად გამოსცემს, ერთი მხრივ, სამაუწყებლო მედიის მიერ კანონმდებლობის საფუძველზე დეკლარირებულ შემოსავლებს შეეხება, მეორე მხრივ, ინფორმაციისა და რეკლამის გავრცელების მიზნით მედიაში საბიუჯეტო სახსრების განაწილების პრაქტიკას.

ანგარიშის შესავალში მიმოხილულია კვლევის მთავარი მიგნებები და რეგულაციები; პირველ ნაწილში - მაუწყებელთა ფინანსური შემოსავლები, რომელთა დეკლარირება მაუწყებლებს კანონმდებლობის საფუძველზე ევალებათ; მე-2 ნაწილი რეკლამისა და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით სხვადასხვა ტიპის მედია საშუალებებში საბიუჯეტო თანხების განაწილების პრაქტიკას ასახავს. ცალკე თავი ეთმობა სოციალურ მედიაში საბიუჯეტო თანხების ხარჯვას, მათ შორის კონტრაქტებს, რომლითაც ცალკეულ მედიებს სხვადასხვა ფეისბუკ ჯგუფებსა და გვერდებზე მასალების განთავსება ევალებათ.

მეთოდოლოგია

ანგარიში შერეულ მეთოდოლოგიას იყენებს: დოკუმენტების ანალიზს და სპეციფიურ შემთხვევებში კონტენტ ანალიზს.

დოკუმენტების ანალიზი სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოსა და კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისიის ელექტრონულ მონაცემთა ბაზაში ხელმისაწვდომი დოკუმენტაციის გარდა, დამატებით საჯარო დაწესებულებებიდან გამოთხოვნილ მონაცემებს და ღია წყაროებით გავრცელებულ სხვა ცნობებს ეყრდნობა.

„მაუწყებლობის შესახებ“ კანონის 70/4 მუხლის მიხედვით, მაუწყებელი ვალდებულია, ყოველი კვარტალის დასრულების შემდეგ მომდევნო თვის 15 რიცხვამდე საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას წარუდგინოს ფინანსური ანგარიშგების ფორმები, რაც მაუწყებლის ყოველკვარტალურ ფინანსურ შემოსავლებს ასახავს. კომისიამ კი ანგარიშგების ფორმები მიღებიდან 7 დღეში უნდა გამოაქვეყნოს.

საზოგადოებრივ მაუწყებელსა და საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიის შემოსავლების შესახებ სტატისტიკური ანგარიშგების ფორმების კომისიისათვის წარდგენა მხოლოდ კომისიის 2016 წლის 11 თებერვლის გადაწყვეტილებით¹ დაევადა. აღნიშნულ გადაწყვეტილებამდე, სტატისტიკური ანგარიშგების ფორმების წარდგენის ვალდებულება ელექტრონული კომუნიკაციების სფეროში ავტორიზებულ/ლიცენზიის მფლობელ პირებს, აგრეთვე მაუწყებლობის სფეროში ლიცენზიის მფლობელ პირებს ჰქონდათ.

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონში შეტანილი 2018 წლის 21 თებერვლის ცვლილებებით, საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბიუჯეტი წინა წლისათვის განსაზღვრული მთლიანი შიდა პროდუქტის არანაკლებ 0,14%-ია. შესაბამისად, ბიუჯეტი მთლიანი შიდა პროდუქტების ზრდასთან ერთად იზრდება. ამავდროულად საკანონმდებლო ცვლილებებით, პარლამენტმა მხარი დაუჭირა მაუწყებლობის შესახებ კანონში შეტანილ ცვლილებებს (მუხლი 64), რომელიც საზოგადოებრივ მაუწყებელს კომერციული რეკლამის დამატებით განთავსების უფლებას აძლევს².

წინამდებარე ანგარიში მოიცავს სამაუწყებლო მედიის დეკლარირებული შემოსავლების ყველა კატეგორიას, მათ შორის საზოგადოებრივი მაუწყებლისა და საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს საბიუჯეტო შემოსავალს. გარდა ამისა, სამაუწყებლო შემოსავლები მოიცავს სარეკლამო, სპონსორობიდან, მაუწყებლის მფლობელისა და სხვა პირების შემოწირულობიდან, კონტენტის რეალიზებიდან, საეთერო დროის გაყიდვიდან, ტელეშოფინგიდან, ტექნიკური მომსახურებიდან, პროდუქტის განთავსებიდან (Product Placement), განცხადებებიდან, არქივის გაქირავებიდან, ვებ-ბანერით, ინტერაქტივით, სახელმწიფო დაფინანსებიდან და სხვა სახით მიღებულ შემოსავლებს.³

კონტენტ ანალიზი. შემთხვევითი შერჩევის პრინციპით, ანგარიშში ცალკეულ შემთხვევებში მედიის შინაარსობრივი ანალიზიც არის მოცემული. შერჩევა ადმინისტრაციულ ორგანოებსა და მედია საშუალებებს შორის გაფორმებული ხელშეკრულებების საფუძველზე მოხდა და მიზნად ისახავდა გაერკვია, თუ რა სახის მედია შინაარსის დაფინანსება ხდებოდა ბიუჯეტის ხარჯზე.

¹ <https://www.comcom.ge/ge/legal-acts/commission/solutions/2016-95-19.page>

² <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/3966451?publication=0#DOCUMENT:1;>

³ <https://www.comcom.ge/ge/legal-acts/solutions/2019-237-19.page>

მთავარი მიმნებები	6
I. საუწყებლო მდიის დაკლარირებული შემოსავლები	8
II. რაკლამისა და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით მდიიში საბიუჯეტო თანხების განაწილების პრეტიკა	13
2.1. საუწყებლები	13
2.2. ონლაინ მდიი	16
2.3. გაჭდური მდიი	17
2.4. სოციალური მდიი	17
2.5. საბიუჯეტო თანხები სააგენტოებისთვის ფეისბუკ გვერდებსა და ჯგუფებში ინფორმაციის გასავრცელებლად	18
2.6. საბიუჯეტო კონტრაქტები ანტიდასავლურ, დაინფორმაციის დასიქულვილის ენის გამავრცელებელ მდიებთან	33
2.7. საბიუჯეტო კონტრაქტები კრემლის პროპაგანდისტულ პლატფორმა სუბნიკთან დაკავშირებულ მდიებთან	39

მთავარი მიგნებები

2019 წლის მონაცემების ანალიზისას შემდეგი ტენდენციები გამოიკვეთა:

- 2019 წელს სატელევიზიო მაუწყებლების შემოსავალმა 139 მლნ ლარი შეადგინა, რაც 2018 წლის მონაცემებს 3 მლნ ლარით აღემატება. შემოსავლების ზრდა ბაზარზე ოპოზიციასთან დაკავშირებული ორი ახალი ტელეკომპანიის “მთავარი არხის” და “ფორმულას” გაჩენამ და მფლობელების საწყისმა ინვესტიციამ განაპირობა.
- სატელევიზიო ბაზრის ყველაზე დიდი წილი საზოგადოებრივ მაუწყებელზე (51 მლნ ლარი) მოდის, კერძო ტელევიზიებიდან კი - სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის ტელეკომპანია “იმედსა” (26.7 მლნ) და რუსთავი 2-ზე (23.1 მლნ). ამ უკანასკნელის მფლობელის ცვლილება სწორედ 2019 წლის ივლისში განხორციელდა.
- თუ ბოლო წლების (2016-2019) დინამიკას შევხედავთ, ბაზარზე საზოგადოებრივი მაუწყებლის წილი იზრდება, ხოლო რუსთავი 2-ის შემოსავლები იკლებს, მცირედი კლება იკვეთება ტვ “იმედის” შემთხვევაშიც, ხოლო მცირე და ეტაპობრივი ზრდა ტვ პირველის შემთხვევაშია სახეზე.
- ტვ “ობიექტივის” შემოსავლის მთავარი წყარო, წინა წლების მსგავსად, 2019 წელსაც შემოწირულობებია, რაც მთლიანი შემოსავლის 90.8%-ს შეადგენს. ტელეარხზე ხუთწლიანი დაკვირვება აჩვენებს, რომ ის სულ უფრო მეტად ხდება დამოკიდებული დოტაციებზე, ხოლო დაფინანსების წყაროები გამჭვირვალე არ არის. ბოლო წლებში ტელეკომპანიის მთლიანი შემოსავალი გაორმაგებულია (2015-2019).
- რეგიონული ტელევიზიების საერთო შემოსავალმა 2019 წელს 10 342 437 ლარი შეადგინა, რომლის ყველაზე დიდი წილი - 74,7% - აჭარის საზოგადოებრივ მაუწყებელზე მოდის.
- 2019 წელს რადიოების შემოსავალმა 2018 წელთან შედარებით 0,5 მლნ ლარით იკლო. წინა წლების მსგავსად ბაზარზე კვლავ რადიო ჰოლდინგი “ფორტუნა” დომინირებდა. რეგიონული რადიოებიდან კი ყველაზე დიდი წილი - 53.1% აჭარის საზოგადოებრივ რადიოზე მოდის.
- 2019 წელს საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა სარეკლამო და საინფორმაციო მომსახურების მიზნით მედია საშუალებებთან 6 581 303 ლარის ღირებულების მომსახურების კონტრაქტი გააფორმეს, რომლის 31% ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიებზე მოდის; 27.7 % - ონლაინ მედიაზე; 16.1 % - სოციალურ მედიაზე; 12.2% - რეგიონულ ტელევიზიებზე, 6.4 % - ბეჭდურ მედიაზე, 4.2 % - შერეულ კონტრაქტებზე, 2.4 % კი რადიოებზე გადანაწილდა.
- ტელევიზიებს შორის ყველაზე მეტი ღირებულების საბიუჯეტო კონტრაქტი (997 616 ლარი) “იმედთან” გაფორმდა, რეგიონულ მაუწყებლებს შორის კი, 2016-2018 წლების მსგავსად, ქვემო ქართლის ტელევიზიასთან (220 000 ლარი), რაც ამ კომპანიის მთლიანი შემოსავლის 90 %-ს შეადგენს. რადიოებიდან ყველაზე დიდი ღირებულების საბიუჯეტო კონტრაქტი ჰოლდინგ ფორტუნასთან (46 856 ლარი) გაფორმდა; ონლაინ მედიაზე ყველაზე დიდი წილი (349 275) “პალიტრა მედია” ჰოლდინგში შემავალ ონლაინ გამოცემებზე მოდის, ბეჭდვითი მედიაზე - გაზეთ „რეზონანსზე“ (72 593), რეგიონულიდან კი - გაზეთ „ბორჯომზე“ (25 000);
- სოციალურ მედიაში ყველაზე მეტი ღირებულების რეკლამა საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაციამ (397 500 ლარი) განათავსა, რომელსაც მოსდევს თბილისის მერიის საზოგადოებასთან კომუნიკაციის განვითარების სააგენტო (170 000 ლარი).
- 2019 წლის საბიუჯეტო კონტრაქტების მონაცემების ანალიზისას ახალი ტენდენცია გამოიკვეთა: გამოვლინდა 3 ონლაინ სააგენტო - Guardian.ge, For.ge და Stv.ge - რომლებსაც საბიუჯეტო ორგანიზაციებთან გაფორმებული კონტრაქტებით, ინფორმაციის გავრცელებასთან ერთად, სხვადასხვა ფეისბუკ ჯგუფებსა და გვერდებზე სახელმწიფო უწყებების დაკვეთით მასალების გაზიარება ევალებოდათ.
- საჯარო დაწესებულებებიდან მიღებული დოკუმენტებიდან ირკვევა, რომ 3 ონლაინ სააგენტოს ჯამში 20 ფეისბუკ ჯგუფსა და 7 გვერდზე ინფორმაციის გაზიარების ვალდებულება ჰქონდა აღებული. ამასთანავე ახალქალაქის მუნიციპალიტეტის პასუხში მითითებულია, რომ “ღია წყაროების სააგენტო”, რომელსაც 300,425 წევრი ჰყავდა, ამჟამად არ იძებნება, ხოლო მითითებულ ჯგუფებს 2019 წლის ზაფხულამდე თითქმის 2-ჯერ მეტი წევრი ჰყავდა, ვიდრე ფეისბუკი ბევრ მათგანს წაშლიდა.
- ადმინისტრაციული ორგანოები Guardian.ge-ს და Stv.ge-ს საბიუჯეტო თანხებით ინფორმაციის მმართველი პარტიის მხარდამჭერ ჯგუფებსა და გვერდებზე განთავსებას ავალდებულებდნენ, როგორცაა “ბიძინა ივანიშვილის მეგობრები ფეისბუკზე”, კახი კალაძე თბილისის მერი, “ ბიძინა ივანიშვილი ჩემი თანამოქალაქეა”, “პრემიერი ირაკლი ლარიბაშვილი და აქტუალური თემები” და სხვა.
- ხობის მუნიციპალიტეტის მიერ მოწოდებულ ინფორმაციაში მითითებულია [“ეს საქართველოა”](#), სადაც stv.ge-ს ინფორმაციის განთავსება ევალება, დახურული ფეისბუკ ჯგუფია, რომელიც სავარაუდოდ პატრიოტთა ალიანსს უკავშირდება. ახალქალაქის მერიის მიერ მოწოდებულ წერილში მითითებული ფეისბუკ ჯგუფი [“ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა 2015”](#), სადაც ინფორმაციის განთავსება Guardian.ge-ს ევალება, სავარაუდოდ ნაციონალურ მოძრაობას უკავშირდება.

- For.ge-მ და მასთან დაკავშირებულმა ფეისბუკ გვერდებმა და ჯგუფებმა, რომლებიც საბიუჯეტო კონტრაქტებს იღებენ, ასევე ხელისუფლების ოპონენტების წინააღმდეგ შექმნილმა გვერდმა ([დავასრულოთ](#)) სოციალურ ქსელში არასამთავრობო ორგანიზაციების მადისკრედიტირებელი ვიდეო, სათაურით “როგორ მიიტაცა ნაცმოძრაობამ არასამთავრობო სექტორი” ორგანიზებულად გაავრცელეს და დაასპონსორეს. აღნიშნული ფილმი ასევე ცალმხრივად გააშუქეს სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის ტელეკომპანიებმა “იმედი” და Pos TV, სააგენტოებმა PIA, მარშალპრესი, reportiori, ქართული აზრი.
- მმართველი პარტიის ზუგდიდის მაჟორიტარობის კანდიდატის პოზიტიურად გაშუქების ფონზე, stv.ge, რომელსაც საბიუჯეტო კონტრაქტებით ინფორმაციის სხვადასხვა ფეისბუკ ჯგუფებში განთავსება ევალება, ოპოზიციური პარტიების კანდიდატების მადისკრედიტირებელ მასალებს შემდეგი სათაურებით აქვეყნებს: “ძროხებზე მონადირე და ბიუჯეტის ქურდი” – როგორ ეხმაურებიან გიგი უგულავას კანდიდატურას სოციალურ ქსელში?” “ნაციონალების” კანდიდატი ამომრჩევლებთან შეხვედრამდე ცოლთან ერთად “ზმანებს” ყიდულობს,” სოფლის რწმუნებულები აცხადებენ, რომ “ლელოს” ადვოკატირებას არ საჭიროებენ”, “ნაციონალებმა” ზუგდიდში დეპუტატობის კანდიდატად კარანტინში მყოფი მალხაზ ჯალალონია წარადგინეს”.
- 2014-2018 წლების პრაქტიკის მსგავსად, 2019 წელსაც გამოიკვეთა რამდენიმე მედია საშუალება, რომელთანაც საბიუჯეტო ორგანიზაციები წინა წლების მსგავსად თანამშრომლობდნენ და რომელთა ნაწილი ანტიდასავლური სარედაქციო პოლიტიკით, დეზინფორმაციისა და სიძულვილის ენის ტირაჟირებით გამოირჩევა.

I სააუწყებლო მედიის დეკლარირებული შემოსავლება

ტელევიზია. კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისიის მონაცემების მიხედვით⁴, 2019 წელს სატელევიზიო მაუწყებლების შემოსავალმა 139 მლნ ლარი შეადგინა, რაც 2018 წლის მონაცემებს (136 მლნ ლარი) 3 მლნ ლარით აღემატება. შემოსავლების ზრდა ბაზარზე ორი ახალი ტელეკომპანიის “მთავარი არხის” და “ფორმულას” გაჩენამ და მფლობელების საწყისმა ინვესტიციამ განაპირობა.

2019 წლის მონაცემებით, სატელევიზიო ბაზრის ყველაზე დიდი წილი საზოგადოებრივ მაუწყებელზე (51 მლნ ლარი) მოდის, რაც წინა წლის მაჩვენებელს (47.6 მლნ) 3.4 მლნ ლარით აღემატება⁵.

კერძო ტელევიზიებიდან კი ყველაზე დიდი წილი ტელეკომპანია “იმედი” (26.7 მლნ) და რუსთავი 2-ზე (23.1 მლნ) მოდის. “იმედის” შემოსავალი 2018 წელთან შედარებით 2 მლნ ლარით არის შემცირებული, ხოლო რუსთავი 2-ის - 9.1 მლნ ლარით. აღსანიშნავია, რომ რუსთავი 2-ის მფლობელის ცვლილება 2019 წლის 18 ივლისს ევროპის ადამიანის უფლებათა სასამართლოს გადაწყვეტილების საფუძველზე განხორციელდა⁶, ამდენად აღნიშნული მონაცემი სხვადასხვა მენეჯმენტის პირობებში შექმნილ ფინანსურ მდგომარეობას ასახავს.

მედია ბაზარზე შემდეგ პოზიციებს 2019 წელს დაფუძნებული, ოპოზიციასთან დაკავშირებული ორი ტელეკომპანია იკავებს: „მთავარი არხი“ (5.7 მლნ ლარი), რომელიც რუსთავი 2-ის ყოფილმა გენერალურმა დირექტორმა ნიკა გვარამიამ (51 %) სხვა მფლობელებთან ერთად დააფუძნა⁸ და ტელეკომპანია ფორმულა⁹ (5.2 მლნ ლარი), რომლის საკონტროლო პაკეტი (51%) ნაციონალური მოძრაობის ხელისუფლების ყოფილი თავდაცვის მინისტრი დავით კეხერაშვილი ფლობს. ორივე შემთხვევაში ტელეკომპანიების ძირითადი შემოსავალი მაუწყებლების მფლობელების შემოწირულობები იყო (მთავარი არხი- 3.95 მლნ ლარი, ფორმულა- 4.85 მლნ ლარი).

სხვა ტელევიზიების შემოსავლები შემდეგნაირად ნაწილდება: TV პირველი (4,2 მლნ), რომლის შემოსავლები მეტწილად რეკლამის ხარჯზე წინა წელთან შედარებით 0.9 მლნ ლარით გაიზარდა; სილქნეტი (3.2 მლნ ლარი); ობიექტივი (2.2 მლნ ლარი); GDS TV (1.8 მლნ ლარი) და სეტანტა ჯორჯია¹⁰ (1 მლნ ლარი). სხვა ტელევიზიების შემოსავალი, რომელიც 0.7 მლნ ლარს არ აღემატება, ჯამურად 4.3 მლნ ლარს შეადგენს.

კატეგორია სხვადასხვაში შედის სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის მქონე პოს ტვ-იც (POS TV)¹¹, რომელიც 2017 წლიდან ონლაინ მაუწყებლობდა, ხოლო 2019 წლის 21 ნოემბერს საერთო მაუწყებლობის ავტორიზაცია მიიღო,¹² რამაც ის ფინანსურად ანგარიშვალდებული გახადა. პოსტ ტვ-ის დეკლარირებულმა შემოსავალმა 2019 წლის ბოლო კვარტალში 32 542 ლარი შეადგინა.

⁴ ბოლო წვდომა 24 სექტემბერი, 2020

<https://analytics.comcom.ge/ka/statistics/?c=broadcasting&f=revenue&exp=tv&total=total&sid=818053>

⁵ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონში შეტანილი 2018 წლის 21 თებერვლის ცვლილებებით, საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბიუჯეტი წინა წლისათვის განსაზღვრული მთლიანი შიდა პროდუქტის არანაკლებ 0,14%-ია. შესაბამისად, ბიუჯეტი მთლიანი შიდა პროდუქტების ზრდასთან ერთად იზრდება.

⁶ <https://bit.ly/3tDIYGj>

⁷ <http://mediameter.ge/ge/media-profiles/mtavari-arxi>

⁸ 2020 წლის 15 სექტემბერს საჯარო რეესტრში განხორციელებული ცვლილებებით, ტელეკომპანიის მფლობელების წილების გადანაწილება შემდეგია: BGIM LTD-39%, ბაკურ ჯახია-37%, ნიკა გვარამია-12%, ნიკოლოზ სისაური (3%), გიორგი რურუა (2.5%), მარი ანა რურუა (2.5%) და შპს საქართველოს უნივერსიტეტი (2%), თეიმურაზ ვასილიძე-1%, შპს ბენმონტი-BENMONT-0.2%, მაგული ხარებავა-0.2%, ომეგა მოტორ ჯგუფი-0.2%, მატრიქსი-0.2%, შპს მონტე-0.2%

<https://bit.ly/3nwbAmv>

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

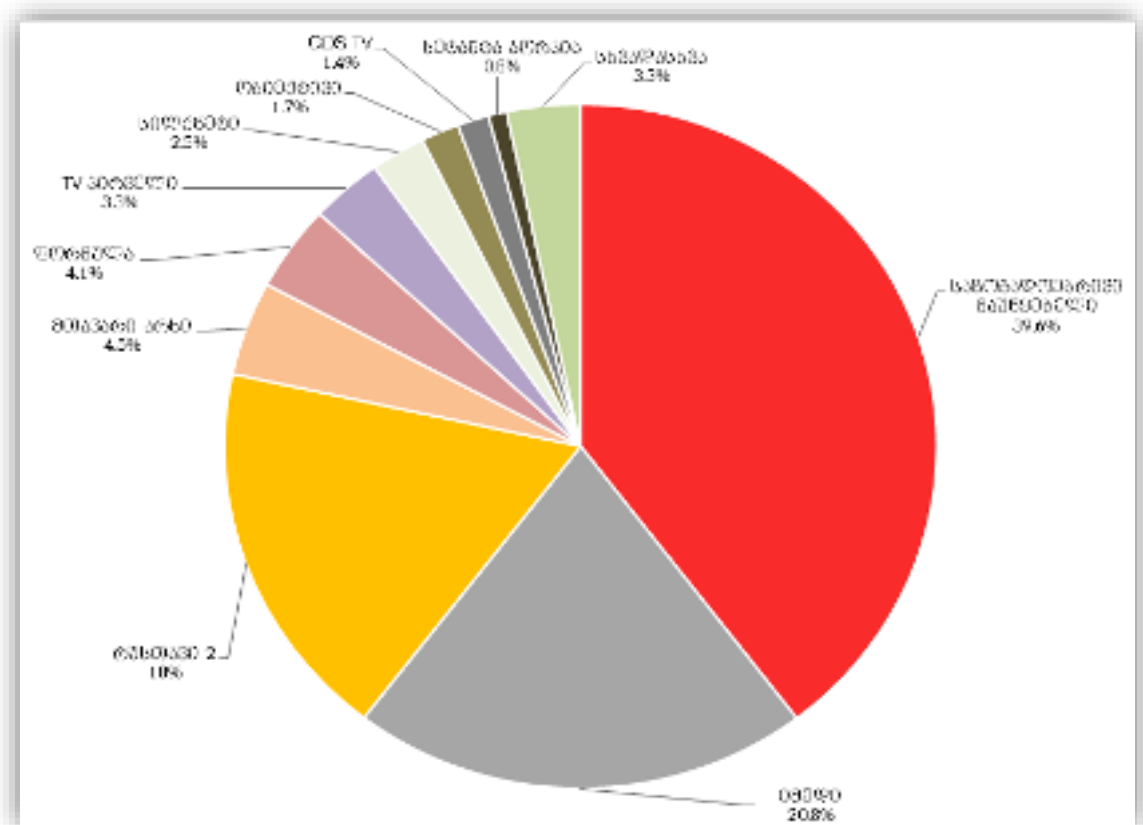
¹⁰ <https://setanta.ge/about-us>

¹¹ შპს „პოსტვის“ აღმასრულებელი დირექტორი და 28%-იანი წილის მფლობელი თემურ ქარელაშვილია, შალვა რამიშვილს კომპანიის 24% ეკუთვნის, ნუგზარ რუხაძეს და ზვიად ბლიაძე 16-16%, ანა შენგელია და ვახტანგ კომახიძე კი 8%-8%-იანი წილის მფლობელები არიან.

<http://mediameter.ge/ge/media-profiles/pos-tv-pos-tv>

¹² <https://comcom.ge/ge/legal-acts/solutions/2019-19-1-653.page>

დიაგრამა 1.1. ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიების 2019 წლის სატელევიზიო შემოსავლები მედიების მიხედვით



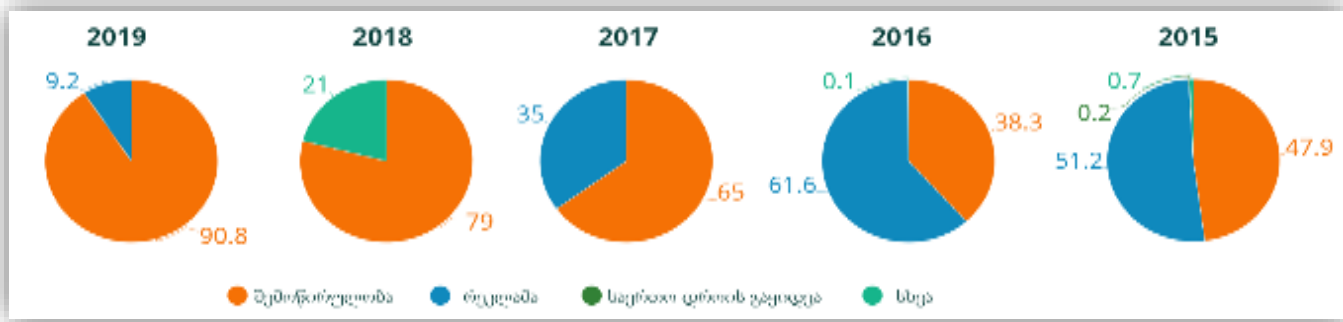
თუ ბოლო წლების დინამიკას შევხედავთ, ბაზარზე საზოგადოებრივი მაუწყებლის წილი იზრდება, ხოლო რუსთავი 2-ის შემოსავლები იკლებს, მცირედი კლება იკვეთება ტვ “იმედის” შემთხვევაშიც, ხოლო მცირე და ეტაპობრივი ზრდა ტვ პირველის შემთხვევაშია სახეზე.

დიაგრამა 1.2. ტელევიზიების შემოსავლების დინამიკა 2016-2019 წლებში



ტვ “ობიექტივის” შემოსავლები. ტვ “ობიექტივის” შემოსავლის მთავარი წყარო, წინა წლების მსგავსად, 2019 წელსაც შემოწირულობებია, რაც მთლიანი შემოსავლის 90.8%- ს (2 029 415 ლარი) შეადგენს. აქედან 234 415 ლარი მაუწყებლის მფლობელის, ხოლო 1 795 000 ლარი არაიდენტიფიცირებული პირების შემოწირულობებია. ტელეარხზე ხუთწლიანი დაკვირვება აჩვენებს, რომ ის სულ უფრო მეტად ხდება დამოკიდებული დოტაციებზე, ხოლო დაფინანსების წყაროები გამჭვირვალე არ არის.

დიაგრამა 1.3. მედია-კავშირ “თბილქტივის” 2015-2019 წლების შემოსავლის წყაროები

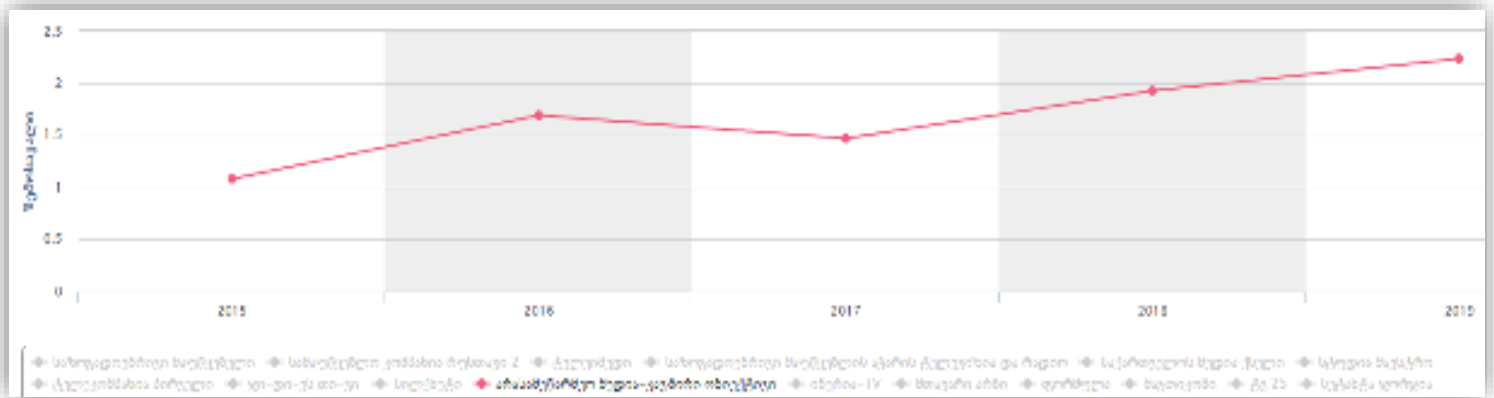


ამასთანავე აღსანიშნავია, რომ ბოლო წლებში ტელეკომპანიის მთლიანი შემოსავალი გაორმაგებულია (2015: 1 080 873, 2019: 2 235 533).

ცხრილი 1.1. ტვ თბილქტივის შემოსავლები 2015-2019 წლებში

წელი	თბილქტივი
2019	2 235 533
2018	1 925 974
2017	1 469 125
2016	1 691 397
2015	1 080 873

დიაგრამა 1.4. მედია-კავშირ თბილქტივის შემოსავლების დინამიკა 2015-2019 წლებში



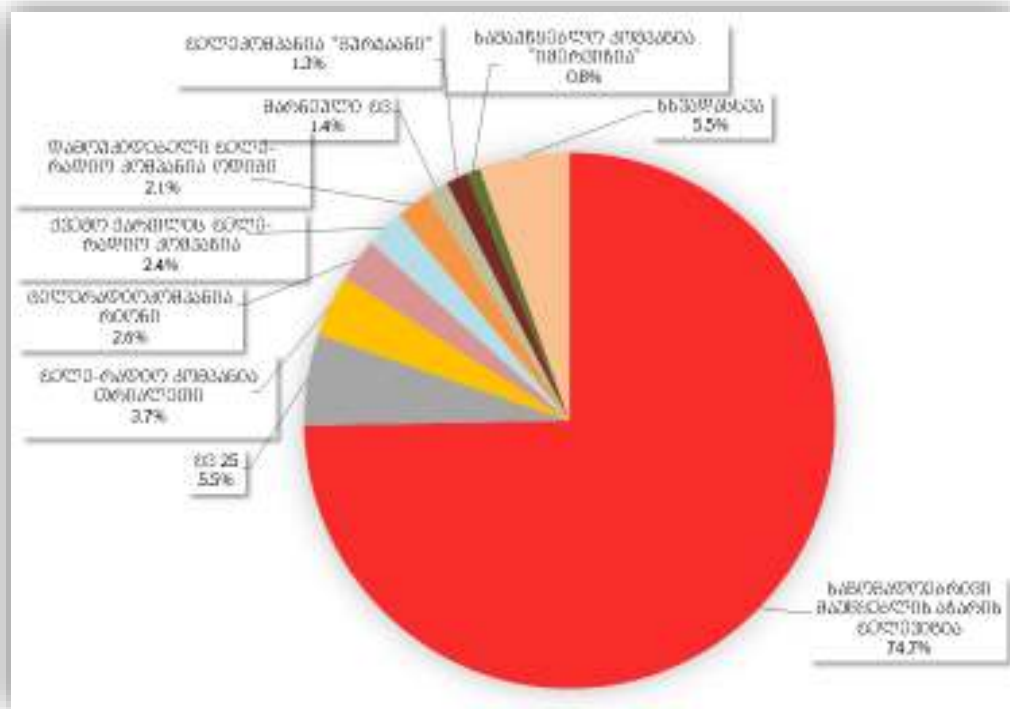
წყარო: კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის ანალიტიკური პორტალი

რეგიონული ტელევიზიები. რეგიონული ტელევიზიების საერთო შემოსავალმა 2019 წელს 10 342 437 ლარი შეადგინა. ყველაზე დიდი წილი - 74,7% - აჭარის საზოგადოებრივ მაუწყებელზე მოდის (7 730 689, ლარი), ხოლო დარჩენილი მეოთხედი შემდეგნაირად ნაწილდება:

- ბათუმი: ტვ 25 (569 946 ლარი) -5,5%;
- გორი: ტელე-რადიო კომპანია თრიალეთი (384 909 ლარი) - 3,7%;
- ქუთაისი: ტელეკომპანია რიონი - 272 577 ლარი - 2,6%;
- ქვემო ქართლის ტელე-რადიო კომპანია - 243 389 - 2,4%;
- ზუგდიდი: ოდიში - 213 936 - 2,1%;
- მარნეული ტვ - 141 254 - 1,4%;
- გურჯაანი - 137 794 -1,3%,
- ქიათურა: „იმერვიზია“ - 85 092-0.8%;

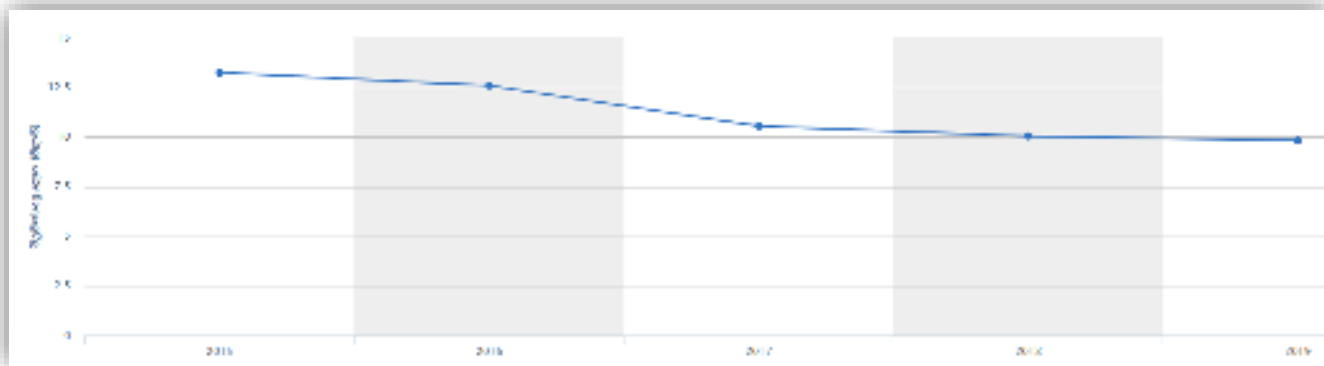
- სხვა რეგიონული ტელევიზიების შემოსავალმა, რომელიც 86 000 ლარს არ აღემატება, ჯამურად 562 852 ლარი შეადგინა.

დიაგრამა 1.5. რეგიონული ტელევიზიების 2019 წლის სატელევიზიო შემოსავლები მედიების მიხედვით



რადიომაუწყებლები. 2019 წელს რადიოების შემოსავალმა 2018 წელთან შედარებით 0,5 მლნ ლარით იკლო და 9 814 772 ლარი შეადგინა. 2018 წელს კი აღნიშნული მონაცემი 10 033 353 ლარი იყო. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ 2015 წლის შემდეგ რადიოების შემოსავლები კლებადი ტენდენციით ხასიათდება.

დიაგრამა 1.6 რადიოების შემოსავალი 2015-2019 წლებში



წყარო: კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის ანალიტიკური პორტალი

წინა წლების მსგავსად ბაზარზე კვლავ რადიო ჰოლდინგი “ფორტუნა” დომინირებდა (51%), რომლის შემოსავალმა 5 017 118 ლარი შეადგინა. 2018 წელთან შედარებით კომპანიის შემოსავალმა 256 570 ლარით მოიმატა. მისი შემოსავლის მნიშვნელოვან წყაროს რეკლამა (85%) და სპონსორობა (15 %) წარმოადგენს. შემდეგ ადგილზეა რადიო “იმედი” 859 553 ლარით, რომლის შემთხვევაშიც, წინა წელთან შედარებით შემოსავალი 91 905 ლარით შემცირდა. მესამე ადგილზეა რადიო „აფხაზეთის ხმა”¹³ (582 238 ლარი), მას მოსდევს რადიო პალიტრა¹⁴ (557 457

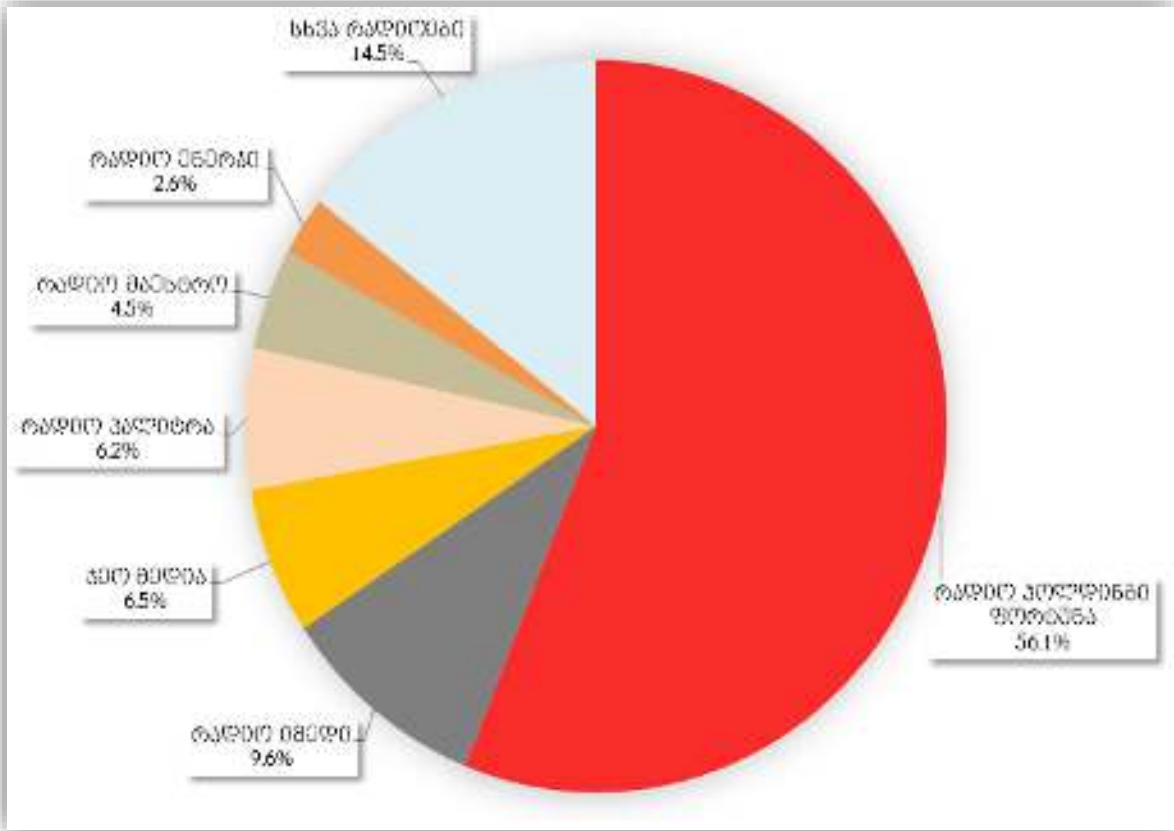
¹³შპს „ჯეო მედია“ <https://registry.comcom.ge/>

აიპ „მედია ცენტრის ღია აფხაზეთისათვის“ კუთვნილი კერძო მაუწყებლობის №B 93 ლიცენზია გადაეცა შპს “ჯეო მედიას”. <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/4160842?publication=0>

¹⁴ შპს „რადიოცენტრი პლუს“ (FM 103.9); http://www.radiopalitra.ge/doc/7_15_2020_shesab_dec_radio_n.pdf

ლარი), რადიო მესტრო¹⁵ (401 727 ლარი) და რადიო ენერჯი¹⁶ (233 235 ლარი); სხვა რადიოების შემოსავალმა 1 293 355 ლარი შეადგინა.

დიაგრამა 1.7. ნაციონალური და შერეული დაფარვის რადიოების 2019 წლის შემოსავლები

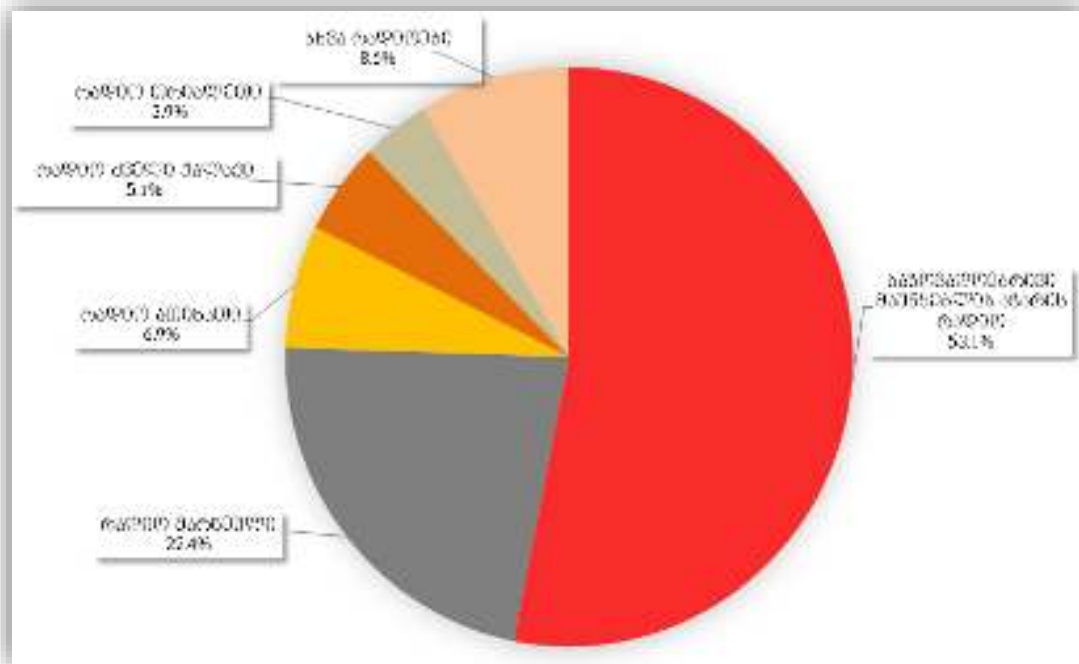


რეგიონული რადიოები. 2019 წელს რეგიონული რადიოების შემოსავალმა 870 088 ლარი შეადგინა. ყველაზე დიდი წილი 53.1% - აჭარის საზოგადოებრივ რადიოზე მოდის (461 930 ლარი); მას მოსდევს: რადიო მარნეული (194 536 ლარი), რადიო ათინათი (59 634 ლარი), ძველი ქალაქი (44 689 ლარი) და რადიო თრიალეთი (33 610 ლარი). სხვა რეგიონული რადიოების შემოსავალმა 75 688 ლარი შეადგინა.

დიაგრამა 1.8. რეგიონული რადიოების 2019 წლის შემოსავლები მედიების მიხედვით

¹⁵ შპს „ქართული რადიო“ <http://radiomaestro.ge/wp-content/uploads/2019/02/qartuli-radio-shesabamisoba-weriltan-ertad-2019.pdf>

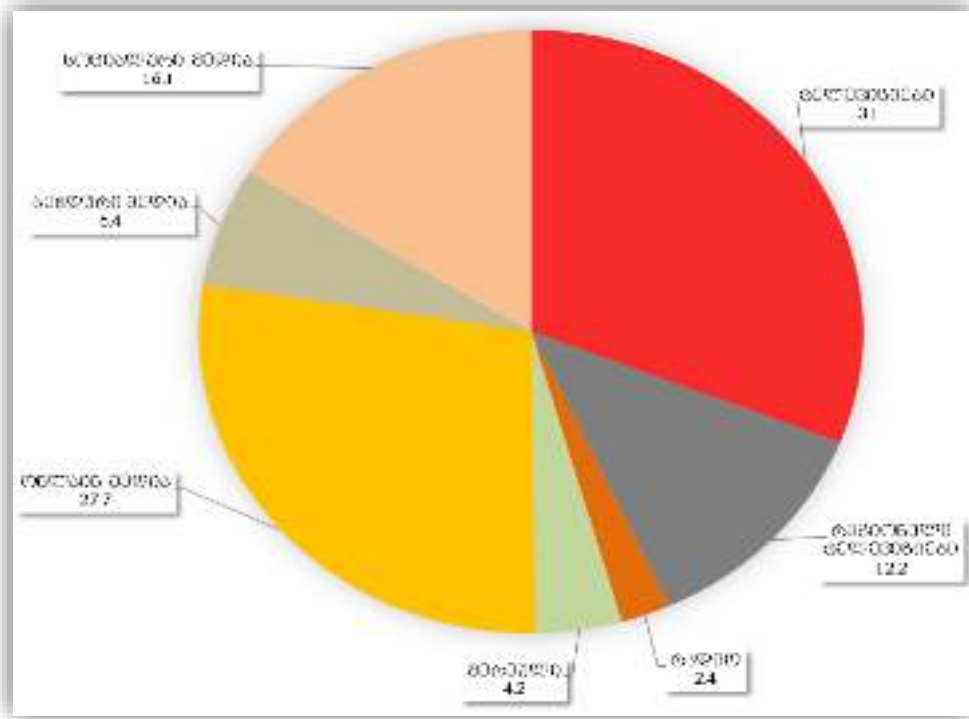
¹⁶ შპს კომპანია „მედიასტრიმი“ <http://www.nrj.ge/>



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

ერთიანი მონაცემები: სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს ელექტრონულ ბაზაში ხელმისაწვდომი მონაცემების თანახმად, 2019 წელს საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა სარეკლამო და საინფორმაციო მომსახურების მიზნით მედია საშუალებებთან 6 581 303 ლარის ღირებულების მომსახურების კონტრაქტი გააფორმეს. აღნიშნული თანხის 31% (2 038 526) ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიებზე მოდის; 27.7 % (1 821 334) - ონლაინ მედიაზე, 16.1 % (1 036 416) - სოციალურ მედიაზე, 12.2% (805 223) - რეგიონულ ტელევიზიებზე, 6.4 % - ბეჭდურ მედიაზე (428 051), 4.2 % (273 884) - შერეულ კონტრაქტებზე, 2.4 % (154 580) კი რადიოებზე გადანაწილდა. 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 2. საბიუჯეტო კონტრაქტების გადანაწილება მედია საშუალებების ტიპოლოგიის მიხედვით, 2019



2.1. მაუწყებლები

ტელევიზიები. შესყიდვების სააგენტოს ბაზაში ხელმისაწვდომი მონაცემების თანახმად, 2019 წელს საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა ტელევიზიებთან 2 843 749 ლარის ხელშეკრულებები გააფორმეს. მათი დიდი ნაწილი - 2 038 526 ლარი - ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიებზე მოდის, 805 223 ლარი კი - რეგიონულ მაუწყებლებზე. ტელევიზიებს შორის ყველაზე მეტი ღირებულების - 997 616 ლარის ხელშეკრულება "იმედთან" გაფორმდა, მას მოსდევს რუსთავი 2 (667 894 ლარი), პულსი ტვ (110 000 ლარი) და ტვ პირველი (107 120); სხვა ტელევიზიებმა¹⁷ კი, რომელთა შემოსავალი 10 000 ლარზე ნაკლები იყო, ჯამში 15 667 ლარის სარეკლამო მომსახურება მიიღეს.

გარკვეული საბიუჯეტო კონტრაქტები არ იძლეოდა იმის იდენტიფიცირების შესაძლებლობას, თუ რომელ მედია საშუალებაში რა თანხა გადანაწილდა და ეს თანხა „ერთიან ხელშეკრულებებში“ მოგახვედრეთ. ს.ს.ი.პ. "ლ. საყვარელიძის სახელობის დაავადებათა კონტროლისა და საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის ეროვნული ცენტრსა" და შპს „ბეთერ ფლაის“ შორის დადებული ხელშეკრულება (ხელშეკრულების ღირებულება 9 900 ლარი) სატელევიზიო თოქ შოუებში საინფორმაციო მედია კამპანიას ითვალისწინებდა.

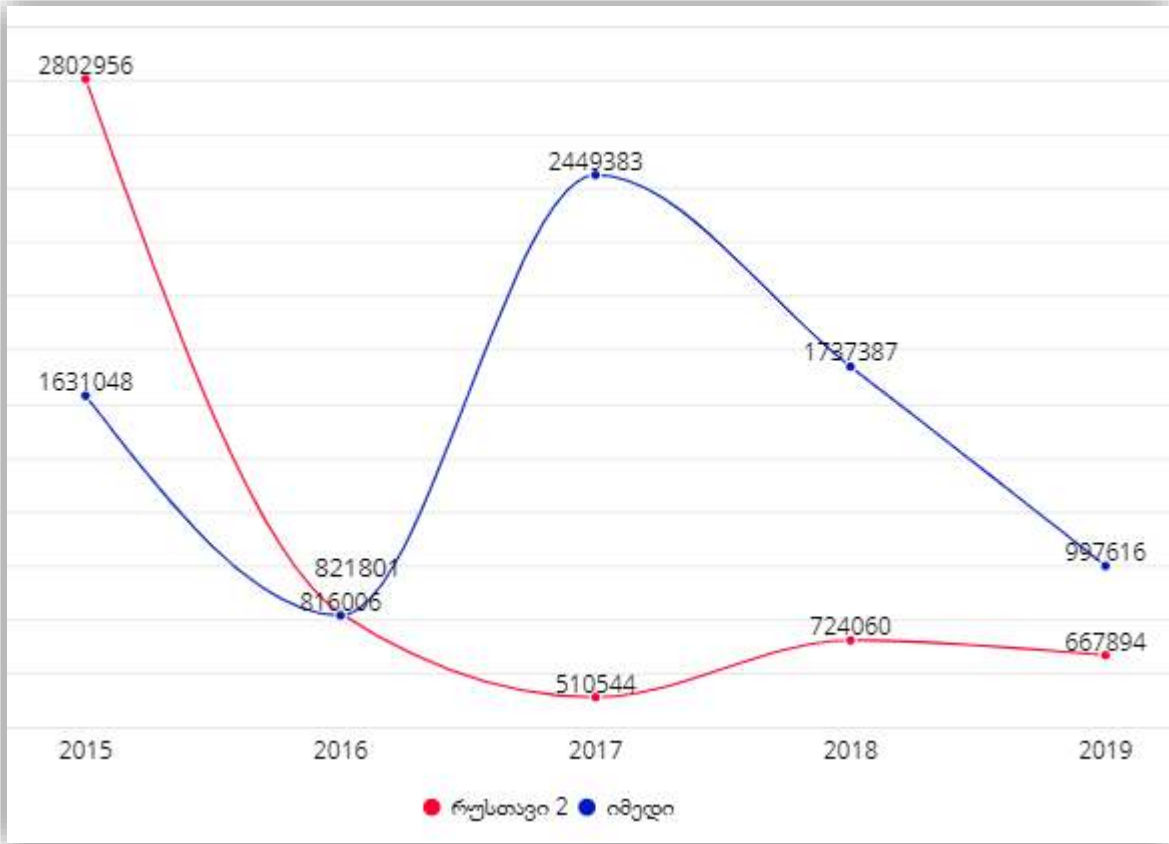
ცხრილი 2.1. საბიუჯეტო რეკლამის გადანაწილება ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიებში, 2019

მედიკომპანია	თანხა
იმედი	997 616
რუსთავი 2	667 894
პულსი ტვ	110 000
ტვ პირველი	107 120
საზოგადოებრივი მაუწყებელი	46 403
GDS	37 644
მთავარი	21 703
მაგისტრო	14 153
კავკასია	10 426
სხვა	15 667
ერთიანი ხელშეკრულებები	9 900

¹⁷ პალიტრა TV, ქართული არხი, აგროგარემო TV;

2019 წელს, 2018 წელთან შედარებით, ორი დიდი ტელევიზიის - ტელეკომპანია “იმედისა” და რუსთავი 2-ის შემთხვევაში საბიუჯეტო რეკლამების თანხები შემცირებულია, ამასთანავე რუსთავი 2-თან საბიუჯეტო კონტრაქტების თანხების მკვეთრი შემცირება 2016 წელს დაიწყო, ხოლო “იმედის” შემთხვევაში 2017 წელს მკვეთრ ზრდას ეტაპობრივი შემცირება მოჰყვა.

დიაგრამა 2.2. საბიუჯეტო რეკლამის განაწილების დინამიკა რუსთავი 2-სა და იმედში, 2015-2019 წლებში



რეგიონული ტელევიზიები. რეგიონულ ტელევიზიებთან გაფორმებული ხელშეკრულებების (ჯამური ღირებულება - 805 223 ლარი) ყველაზე დიდი წილი (88%) ადგილობრივ მუნიციპალიტეტებსა და მათ დაქვემდებარებულ უწყებებზე მოდის. რეგიონულ მაუწყებლებს შორის ყველაზე დიდი საბიუჯეტო თანხა, 2016-2018 წლების მსგავსად, კვლავ ქვემო ქართლის ტელევიზიას აქვს მიღებული (220 000ლარი), რაც მთლიანი შემოსავლის (243 389ლარი) 90 %-ს შეადგენს.

ქვემო ქართლის ტელევიზიას მოსდევნ ტელეკომპანია “რიონი” (79 578), “მარნეული TV” - 76 469; „გურჯაანი“ - 69 652, „იმერვიზია“ – 63 300, „ფარვანა“ - 50 000, „ბორჯომი“- 28 170, „ბოლნელი“ – 26 542, „ზარი“-25 542, „მეცხრე ტალღა“ -21 597. სხვა ტელევიზიებმა¹⁸ კი, რომელთა შემოსავალი 20 000 ლარზე ნაკლები იყო, ჯამში 59 333 ლარის სარეკლამო მომსახურება მიიღეს.

2019 წელს რეგიონულ ტელევიზიებთან ერთიანი ხელშეკრულებები (ერთდროულად რამდენიმე კომპანია) შემდეგმა შუამავალმა კომპანიებმა გააფორმეს: შპს „რეგიონმედიაპარკეტი“¹⁹(41 000 ლარი), შპს „კომში“²⁰(25 000 ლარი) და ააიპ „მაუწყებელთა ალიანსი“²¹(19 040 ლარი). გაფორმებული კონტრაქტები სხვადასხვა რეგიონულ არხებზე ჯამში 85 040 ლარის ღირებულების საინფორმაციო მომსახურებას ითვალისწინებდა.

ცხრილი 2.2. საბიუჯეტო რეკლამის გადანაწილება რეგიონულ ტელევიზიებში, 2019

რეგიონული ტელევიზიები	თანხა
ქვემო ქართლის ტელევიზია	220 000

¹⁸ „ოდისი“, „არგო“, ეგრისი“, „ტვ 25“, „ატვ 12“, „კოლხეთი 89“, „ მეგა ტვ“, „დია“,„აჭარის ტელევიზია“, „ბორჯომი“, „ზარი“, „მეცხრე არხი“, „გურია ტვ“, „ჭიხა“, „თანამგზავრი“, „ტოკ ტვ“, „ლტვ“, „იალონი ტვ“
¹⁹ სახელმწიფო სერვისების განვითარების სააგენტოსთან დადებული კონტრაქტი;
²⁰ ს.ს.ი.პ. "ლ. საყვარელიძის სახელობის დაავადებათა კონტროლისა და საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის ეროვნული ცენტრთან" დადებული კონტრაქტი;
²¹ სსიპ „შემოქმედებითი საქართველოსთან" დადებული კონტრაქტი;

რიონი	79 578
მარნეული	76 469
გურჯაანი	69 652
იმერვიზია	63 300
ფარვანა	50 000
ბორჯომი	28 170
ბოლნელი	26 542
ზარი	25 542
მეცხრე ტალა	21 597
სხვა ტელევიზიები	59 333
ერთიანი ხელშეკრულებები	85 040

რადიოები. რადიომაუწყებლებთან გაფორმებული ხელშეკრულებების ჯამურმა ღირებულებამ 154 580 ლარი შეადგინა. ყველაზე მეტი ღირებულების საბიუჯეტო კონტრაქტი რადიო ჰოლდინგ ფორტუნასთან (ფორტუნა, ფორტუნა +, არ დაიდარდო, ავტო რადიო) (46 856 ლარი) გაფორმდა, რომელსაც რადიო იმედი (24 344) მოსდევს. მომდევნო ადგილებს ინაწილებენ: რადიო ემბისი - 10 980, აფხაზეთის ხმა- 10 915, რადიო პალიტრა -9 150, რადიო მაესტრო -8 825, რადიო ათინათი- 6 150, რადიო დარდიმანდი- 2 790 და რადიო რიონი- 1 520; სხვა რადიოების საბიუჯეტო კონტრაქტებით მიღებულმა შემოსავალმა, რომელთა ღირებულება 1 000 ლარს არ აღემატება, 2 050 ლარი შეადგინა. რადიოების შემთხვევაში, ერთიანი ხელშეკრულები (მომსახურების გაწევა ერთდროულად რამდენიმე რადიოში, საიდანაც იდენტიფიცირებადი არ არის, რა ოდენობის თანხა გადანაწილდა თითოეულზე) ს.ს.ი.პ. "ლ. საყვარელიძის სახელობის დაავადებათა კონტროლისა და საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის ეროვნული ცენტრმა" (ხელშეკრულების ღირებულება 31 000 ლარი) შპს „კომშთან“ გააფორმა.

ცხრილი 2.3. საბიუჯეტო თანხების გადანაწილება რადიოებში, 2019 წელი

რადიოები	თანხა
რადიო ჰოლდინგი ფორტუნა	46 856
რადიო იმედი	24 344
რადიო ემბისი	10 980
აფხაზეთის ხმა	10 915
რადიო პალიტრა	9 150
რადიო მაესტრო	8 825
რადიო ათინათი	6 150
დარდიმანდი	2 790
რიონი	1 520
სხვა რადიოები	2 050
ერთიანი ხელშეკრულებები	31 000

2.2. ონლაინ მედია.

შესყიდვების ელექტრონულ ბაზაში არსებული მონაცემების თანახმად, ონლაინ მედიაზე ინფორმაციის გავრცელებისა და რეკლამის განთავსების მიზნით, სულ 1 821 334 ლარი გადანაწილდა. აღნიშნული თანხიდან ყველაზე დიდი წილი (349 275) “პალიტრა მედია” ჰოლდინგში შემავალ ონლაინ გამოცემებზე (IPN, PalitraTV.ge, Kvirispalitra.ge, Bpn.ge. Ambebi.ge, Allnews.ge, Mshoblebi.ge) მოდის; შემდეგ ადგილზეა Ipress.ge და ის მედიები, რომლებიც Ipress.ge-ის საიტზე პარტნიორებადაა მითითებული და მათთან ძირითადად ერთიანი კონტრაქტებითაა გაფორმებული (ibusiness.ge; iregions.ge; imtavroba.ge²²; mpress.ge²³) – 79 786; Kvira.ge და მასთან დაკავშირებული kids.kvira.ge, region.kvira.ge city.kvira.ge - 60 400; Guardian.ge - 39 997; Newspress.ge და NSP.ge - 38 993 (აქედან 11 520 region.ge-თან ერთად); PIA და მასთან დაკავშირებული გამოცემა (Daijesti.ge) – 33 378; GHN- 36 613, Primetime.ge- 36 519; BM.GE-32 305; reportiori.ge (qartuliazri.ge, cnobisfurceli.ge) - 30 019; Netgazeti.ge და Batumelebi.ge -27 025; Expressnews და მასთან დაკავშირებული მედია საშუალებები (Economic.ge; 1news.ge) - 23 805; Accent.com.ge-22 154, Newposts.ge -20 171; For.ge- 20 410; სხვა მედია საშუალებებში კი, რომელთა კონტრაქტების ღირებულება 20 000 ლარზე ნაკლებია, ჯამურად 406 902 ლარია და კატეგორიაში “სხვადასხვა” ერთიანად არის მოცემული.

²² Ipress.ge-სთან დაკავშირებული სააგენტოები

²³ Ipress.ge-ს პარტნიორი სააგენტოები

საბიუჯეტო ორგანიზაციების ნაწილი საინფორმაციო სააგენტოებთან შუამავალი კომპანიების საშუალებით თანამშრომლობს, რის გამოც შესყიდვების სამსახურის მონაცემთა ბაზაში სრულფასოვანი ინფორმაციის მოძიება, თუ რომელ მედიას რა ოდენობის თანხა გადაერიცხა, რთულდება. მსგავსი კონტრაქტები ერთიანი ხელშეკრულებების კატეგორიაში მოვახვედრეთ (საერთო ღირებულება - 169 455 ლარი); 2019 წელს ასეთი კონტრაქტების 57% შპს აიფიემ მარკეტ ინტელიჯენს კაუკასუსმა²⁴ (96 819 ლარი), შპს „კლიპ-არტმა“²⁵ 29% (49 690 ლარი), შპს „ბეთერ ფლაიმ“ 9%²⁶ (15 260 ლარი) და სხვა კომპანიებმა²⁷ 5% (7 686) გააფორმეს.

მედია მონიტორინგისა და საინფორმაციო მომსახურების განვებაზე კონტრაქტებიც შუამავალი კომპანიების (შპს „აიფიემ მარკეტ ინტელიჯენს კაუკასუსი“ და შპს „პი არ საკონსულტაციო ჯგუფი“) საშუალებით გაფორმდა. ამასთან მონიტორინგისა და საინფორმაციო მომსახურების თანხა ხელშეკრულებებში ერთმანეთისგან გამიჯნული არ არის და არც ის არის მითითებული, თუ რომელ მედიებში განხორციელდა ინფორმაციის გავრცელების მომსახურება. შპს „აიფიემ მარკეტ ინტელიჯენს კაუკასუსმა“ საქართველოს იუსტიციის სამინისტროსთან (53 460), ქ.თბილისის საკრებულოს აპარატთან (58 500), საქართველოს პარლამენტის აპარატთან (45 700), შემოსავლების სამსახურთან (43 700), საქართველოს ფინანსთა სამინისტროსთან (34 431), სსიპ ვეტერანების საქმეთა სახელმწიფო სამსახურთან (47 796) სხვადასხვა ღირებულების კონტრაქტები გააფორმეს. ანალოგიურად, შპს „პი არ საკონსულტაციო ჯგუფმა“ საქართველოს მთავრობის ადმინისტრაციასთან 110 540 ლარის ღირებულების ხელშეკრულება გააფორმა.

ცხრილი 2.4. საბიუჯეტო რეკლამის და საინფორმაციო მომსახურების გადანაწილება ონლაინ მედიაში, 2019

ონლაინ მედია	თანხები
lpn და მასთან დაკავშირებული მედია საშუალებები	349 275
lpress და მასთან დაკავშირებული სააგენტოები	79 786
Kvira.ge და მასთან დაკავშირებული kids.kvira.ge, region.kvira.ge city.kvira.ge	60 400
Guardian	39 997
Newspress.ge (აქედან 11 520 region.ge-თან ერთად);	38 993
Pia და მასთან დაკავშირებული გამოცემა (Daijesti.ge)	33 378
GHN	36 613
Primetime	36 519
BM.GE	32 305
რეპორტიორი (qartuliazri.ge, cnobisfurceli.ge)	30 019
netgazeti.ge; batumelebi.ge;	27 025
Expressnews და მასთან დაკავშირებული მედიასაშუალებები	23 805
accent.com.ge	22 154
Newposts.ge	20 171
For.ge	20 410
საინფორმაციო მომსახურება და მედიამონიტორინგი	394 127
სხვადასხვა	406 902
ერთიანი ხელშეკრულებები	169 455

2.3. გაჯლური მედია.

ბეჭდვით მედიაში ყველაზე მეტი ღირებულების (72 593) ხელშეკრულება „რეზონანსთან“ გაფორმდა. შემდეგ ადგილზეა გაზეთი „საქართველოს რესპუბლიკა“²⁸ (55 525), „კვირის პალიტრა“ (37 575), „ვერსია“ (30 000), „ვრასტანი“ (16 000), OK- (12 000), საქართველოს რკინიგზა (10 000), „WHERE“ (8 740), „გურჯისტანი“ (8 000), „Gault & Millau“ (6 540), „პროფესიონალი“ (6 500), „მსოფლიო 2019 წელს“ (5 300), „ახალი განათლება“ (4 035). კატეგორიაში „სხვადასხვა“ ის გაზეთებია გაერთიანებული, რომელთა კონტრაქტები 4 000 ლარზე ნაკლებია. მათ შორის არიან: „ველური ბუნება“, „FORBES Georgia“, Entrepreneur, „ახალი გაზეთი“, „ჯორჯიან ბასის საბორტო ჟურნალი“, Georgian Medical News“, ექსპერიმენტული და კლინიკური მედიცინა, „ახალი გაზეთი“, ერთიანად კი მათმა ჯამმა 68 718 ლარი შეადგინა.

ცხრილი 2.5. საბიუჯეტო რეკლამის გადანაწილება გაზეთებში, 2019

ბეჭდვითი მედია	თანხა
----------------	-------

²⁴ სს საქართველოს ნავთობისა და გაზის კორპორაციასთან, საზოგადოებასთან კომუნიკაციის განვითარების სააგენტოსთან, ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტთან

²⁵ საქართველოს ენერგეტიკისა და წყალმომარაგების მარეგულირებელი ეროვნული კომისიასთან, განათლების საერთაშორისო ცენტრთან

²⁶ ს.ს.ი.პ. ლ. საყვარელიძის სახელობის დაავადებათა კონტროლისა და საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის ეროვნულ ცენტრთან

²⁷ „საქართველოს რეგიონული მედიის ასოციაცია“, შპს „ტოპ გრუპი“, შპს „კომში“, „არტინფო საქართველო“, შპს „ქართული აზრი“

²⁸ აღნიშნულ თანხაში შედის, წიაღის ეროვნულ სააგენტოსთან შპს „კვირის პალიტრის“ მეშვეობით გაწეული საინფორმაციო მომსახურება

რეზონანსი	72 593
საქართველოს რესპუბლიკა	55 525
კვირის პალიტრა	37 575
ვერსია	30 000
ვრასტანი	16 000
OK	12 000
საქართველოს რკინიგზა	10 000
Where	8 740
გურჯისტანი	8 000
„Gault & Millau“	6 540
პროფესიონალი	6 500
„მსოფლიო 2019 წელს“	5 300
ახალი განათლება	4 035
სხვადასხვა	68 718

რეგიონულ ბეჭდვით მედიაში ყველაზე მეტი თანხის ხელშეკრულება გაფორმდა გაზეთ „ბორჯომთან“ (25 000), რომელსაც მოსდევნენ „ლიტერატურული მესხეთი“ (13 700), „სვანეთი“ (13 000), „ამბროლაურის მოამბე“ (11 988), გაზეთი „მარტვილი“ (10 300), „ახალი საქართველო“ (9 100), „გურია news“-ი (8 395), 21-ს ქვევით (6 800), გაზეთი „აჭარა და ადუარია“ (6 110), „ალიონი“- (3 660), „გურიის მოამბე“ - (3 460), „ლანჩხუთის მოამბე“- (1 505), სხვა გაზეთებს კი, რომელთა შემოსავალიც 1 500 ლარზე ნაკლებია ჯამში 5 345 ლარის ხელშეკრულებები გაუფორმდათ.

ცხრილი 2.6. საბიუჯეტო რეკლამის გადანაწილება რეგიონულ გაზეთებში, 2019

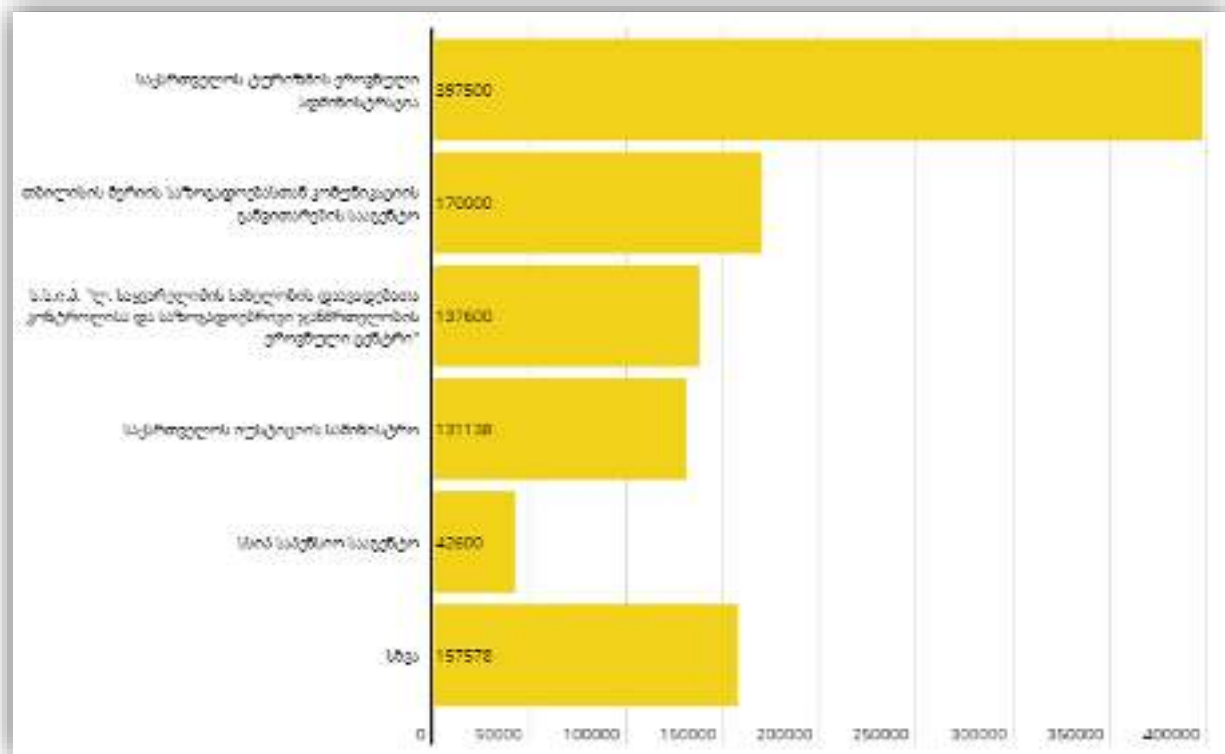
რეგიონული გაზეთები	თანხა
ბორჯომი	25 000
ლიტერატურული მესხეთი	13 700
სვანეთი	13 000
ამბროლაურის მოამბე	11 988
გაზეთი მარტვილი	10 300
ახალი საქართველო	9 100
გურია ნიუსი	8 395
21-ს ქვევით	6 800
გაზეთი „აჭარა და ადუარია“	6 110
ალიონი	3 660
გურიის მოამბე	3 460
ლანჩხუთის მოამბე	1 505
სხვადასხვა	5 345

2.4. სოციალური მედია

შესყიდვების ელექტრონული მონაცემების მიხედვით, 2019 წელს საბიუჯეტო ორგანიზაციებს ფეიბუქსა და ინსტაგრამზე ინფორმაციის გავრცელების მიზნით 981 865 ლარის ღირებულების თანხა ჰქონდათ გათვალისწინებული. ერთიან კონტრაქტებში კი შევიდა მონაცემები, სადაც ფეისბუქსა და ინსტაგრამთან ერთად, რეკლამის LinkedIn-ზე, Google-სა და youtube-ზე განთავსებასაც (54 551 ლარი) იყო გათვალისწინებული.

სოციალურ მედიაში ყველაზე მეტი ღირებულების რეკლამა საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაციამ (397 500 ლარი) განათავსა; შემდეგ ადგილზეა თბილისის მერიის საზოგადოებასთან კომუნიკაციის განვითარების სააგენტო (170 000 ლარი); ს.ს.ი.პ. "ლ. საყვარელიძის სახელობის დაავადებათა კონტროლისა და საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის ეროვნული ცენტრი" (137 600 ლარი); საქართველოს იუსტიციის სამინისტრო (131 138 ლარი) და სსიპ საპენსიო სააგენტო (42 600 ლარი).

დიაგრამა 2.3. ადმინისტრაციული ორგანოების რეკლამის გადანაწილება სოციალურ მედიაში, 2019



2.5. საბიუჯეტო თანხები სააგენტოებისთვის ფეისბუქ გვერდებსა და ჯგუფებში ინფორმაციის გასავრცელებლად

2019 წლის საბიუჯეტო კონტრაქტების მონაცემების ანალიზისას ახალი ტენდენცია გამოვლინდა: ადმინისტრაციული ორგანოების მიერ ონლაინ სააგენტოებთან გაფორმებული საინფორმაციო მომსახურების ხელშეკრულებები მასალების სააგენტოს ვებ-გვერდზე განთავსების გარდა, ინფორმაციის სხვა **ფეისბუქ ჯგუფებსა და გვერდებზე გაზიარების** ვალდებულებასაც ითვალისწინებდა. წინამდებარე თავში დამატებით განხილულია 2020 წლის მონაცემებიც იმ მედიებთან მიმართებით, რომელთაც კონტრაქტებით სხვადასხვა სოციალურ ანგარიშებზე ადმინისტრაციული ორგანოების მასალების გავრცელების ვალდებულება დაეკისრა.

გამოვლინდა 3 ონლაინ სააგენტო - Guardian.ge, For.ge და Stv.ge - რომლებთანაც საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა (ახალქალაქის²⁹, თერჯოლისა³⁰ და ხობის³¹ მუნიციპალიტეტები, აიპი -ეროვნული სკრინინგ ცენტრი³², სსიპ – სახელმწიფო სამხედრო სამეცნიერო-ტექნიკურ ცენტრი „დელტა“³³) 2019-2020 წლებში ჯამში **27 854 ლარის** ღირებულების კონტრაქტი გააფორმეს (2019წ-15 477; 2020წ-12 377;). აღნიშნული კონტრაქტები დამკვეთისთვის ინფორმაციის გავრცელებასთან ერთად, სხვადასხვა ფეისბუქ ჯგუფებსა და გვერდებზე სახელმწიფო უწყებების დაკვეთით მასალების გაზიარებას ითვალისწინებდა. ახალქალაქისა და ხობის მუნიციპალიტეტის კონტრაქტებში აღნიშნულია, რომ მედიების ოფიციალური ფეისბუქ გვერდების გარდა, მასალები უნდა განთავსებულიყო პოპულარულ პოლიტიკურ თუ სხვა ფეისბუქ ჯგუფებში, რომელთაც ჯამში 500 000-ზე მეტი წევრი ჰყავს.

ცხრილი 2.7. 2019-2020 წლებში ინფორმაციის ფეისბუქ ჯგუფებსა და გვერდებზე გაზიარების მომსახურებაზე გაფორმებული კონტრაქტები

მედია	კონტრაქტორი	კონტრაქტის ღირებულება 2019	კონტრაქტის ღირებულება 2020
Guardian.ge შპს მეურვე	ახალქალაქის მუნიციპალიტეტი	4 900	4 900

²⁹ <https://bit.ly/31nXMky>; <https://bit.ly/34dRHJd>

³⁰ <https://bit.ly/3m08xl1>

³¹ <https://bit.ly/35dlFwj>; <https://bit.ly/34egc97>

³² <https://bit.ly/2TbVals>; <https://bit.ly/3o9xDj1>

³³ <https://bit.ly/31lloa0>; <https://bit.ly/35ioM5Y>

Guardian.ge შპს მეურვე	თერჯოლის მუნიციპალიტეტი	4 500	
Guardian.ge შპს მეურვე	სსიპ სსსტც "დელტა"	2 277	2 277
Stv.ge სამეგრელოს მედია ორგანიზაცია	ხობის მუნიციპალიტეტის კულტურულ- საგანმანათლებლო საზოგადოებრივი ცენტრი	1 800	3 000
For.ge	ეროვნული სკრინინგ ცენტრი	2 000	2 200
		15 477	12 377

სქრინი 1. საბიუჯეტო ორგანიზაციების კონტრაქტები მედიებთან სოციალურ ქსელებში ინფორმაციის გაზიარებაზე

2. ხელშეკრულების საგანი

2.1 ახალქალაქის მუნიციპალიტეტის ინტერესებიდან გამომდინარე საინფორმაციო ხასიათის ფოტო და წერილობითი მასალების **შპს „მეურვე“-ს** საინფორმაციო-ანალიტიკურ ვებ-გვერდზე WWW.GUARDIAN.GE მრავალჯერადი განთავსება. ახალი ამბების **სააგენტო www.guardian.ge**-ზე ინტერვიუების ან საინფორმაციო ხასიათის წერილების, ფოტოების განთავსების გარდა ვებგვერდზე დადებული მასალების ბმულები გაზიარდება (სტატიის სათაურებით და ფოტოებით) **www.guardian.ge**-ის Facebook-ის ოფიციალურ გვერდებზე, სახელწოდებით <https://www.facebook.com/Guardian-ge-1113453088675937/> და <https://www.facebook.com/www.guardian.ge/>, ინფორმაციები ასევე, რეგულარულად განთავსდება Facebook - ის სხვადასხვა პოპულარულ პოლიტიკურ თუ სხვა ჯგუფებში, რომელსაც ჯამში 500000 -ზე მეტი წევრი ჰყავს. დანაყოფის კოდი 92400000-ახალი ამბების სააგენტოების მომსახურებები.

3. ხელშეკრულების ღირებულება

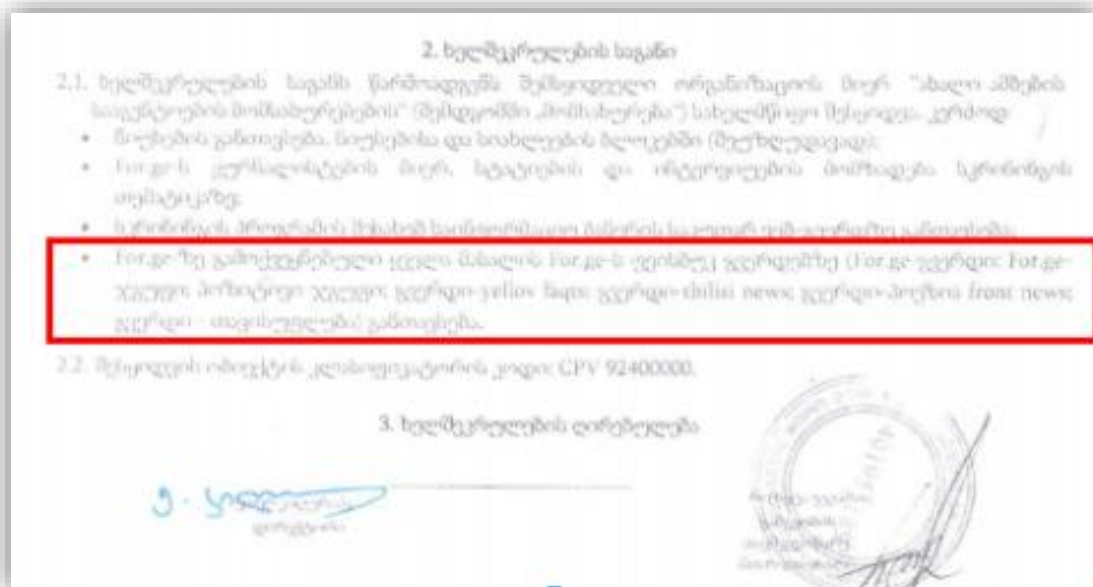
3.1 ხელშეკრულების ღირებულება შეადგენს **4 900 (ოთხი ათას ცხრას ლარს)** მომწოდებლის მიერ გაწეული ყველა ხარჯისა და საქართველოს კანონმდებლობით გათვალისწინებული ყველა გადასახადის გათვალისწინებით.

“სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ” საქართველოს კანონის მე-3 მუხლის პირველი პუნქტის ს1 ქვეპუნქტის საფუძველზე გამარტივებული შესყიდვის საშუალებით ვდებთ წინამდებარე სახელმწიფო შესყიდვის ხელშეკრულებას შემდეგზე:

1. ხელშეკრულების ობიექტი

1.1 ხობის მუნიციპალიტეტის ინტერესებიდან გამომდინარე საინფორმაციო-სარეკლამო ხასიათის ფოტო და წერილობითი მასალების ა(ა)იპ „სამეგრელოს მედია ორგანიზაცია“-ს საინფორმაციო-ანალიტიკურ ვებ-გვერდზე მრავალჯერადი განთავსება. ახალი ამბების ინტერვიუების ან საინფორმაციო ხასიათის წერილების, ფოტოების განთავსების გარდა ვებგვერდზე დადებული მასალების ბმულები გაზიარდება (სტატიის სათაურებით და ფოტოებით) სააგენტოს Facebook - ის ოფიციალურ გვერდებზე, ინფორმაციები ასევე, რეგულარულად განთავსდება Facebook - ის სხვადასხვა პოპულარულ პოლიტიკურ თუ სხვა ჯგუფებში, რომელსაც ჯამში 500 000 -ზე მეტი მომხმარებელი ჰყავს.

1.2 კლასიფიკატორის კოდი: 92400000



კონკრეტული ფეისბუკ გვერდები და ჯგუფები, თუ სად უნდა განეთავსებინათ მედიებს მასალები, მხოლოდ ააიპ „ეროვნული სკრინინგ ცენტრსა“ და ააიპ „კავშირი პრესა-საქართველოს“(For.ge) შორის გაფორმებულ კონტრაქტებში იყო მითითებული. კერძოდ, For.ge-სთან გაფორმებული კონტრაქტი ითვალისწინებს მასალების განთავსებას შემდეგ ფეისბუკ გვერდებსა ([yellow faqts](#), [Tbilisi news](#), [თავისუფლება](#), [პოზიტივი Front news](#)) და ჯგუფში ([პოზიტივი](#)). აღსანიშნავია, რომ ოთხივე გვერდი და 1 ჯგუფი თავად For.ge-ს უკავშირდება, რადგან ჩვენს შესახებ განყოფილებაში მისამართად ყველას მითითებული აქვს www.for.ge; ხოლო ჯგუფ პოზიტივს მითითებული აქვს, რომ მას For.ge-ს დამფუძნებელი და რედაქტორი როზი ჟღამაია და for.ge-ს მართული ზემოთ ჩამოთვლილი 4 გვერდი მართავს.



ინფორმაცია 1. For.ge-სთან დაკავშირებული გვერდები და ჯგუფი



იმის დასადაგენად, თუ რომელ ფეისბუკ ანგარიშებზე ხდებოდა ხელშეკრულებებით გათვალისწინებული ინფორმაციის განთავსება, მედიის განვითარების ფონდმა ინფორმაცია ახალქალაქის, თერჯოლის, ხობის მუნიციპალიტეტების მერიებიდან და სსიპ – სახელმწიფო სამხედრო სამეცნიერო-ტექნიკურ ცენტრი „დელტასგან“ გამოითხოვა. ერთადერთი უწყება, რომელსაც პასუხი არ მოუწოდებია, სსიპ – სახელმწიფო სამხედრო სამეცნიერო-ტექნიკურ ცენტრი „დელტა“, ახალქალაქის მუნიციპალიტეტის მერიამ კი პასუხი ელექტრონული ფოსტით მოგვანოდა.

მიღებული დოკუმენტებიდან ირკვევა, რომ 3 ონლაინ სააგენტოს ჯამში 20 ფეისბუქ ჯგუფსა და 7 გვერდზე ინფორმაციის გაზიარების ვალდებულება ჰქონდა აღებული.

სკრინი 2. საბიუჯეტო ორგანიზაციებიდან მიღებული წერილები ფეისბუკ გვერდებსა და ჯგუფებში სააგენტოების ინფორმაციის განთავსების შესახებ



KLAR012557404003

Stagnant, gutta serena (late spring) is reflected in a pondage with a blackish, lustrous tint.

உள்ளுயிர்

23

ღია წყაროების სააგენტო - ჰყავდა 300,425 წევრი - ამჟამად, ამ ჯგუფს ან სახელი აქვს შეცვლილი ან არ იძებნება.

შენიშვნა: აღსანიშნავია, რომ ზემოთაღნიშნულ ჯგუფებს, თითოეულს, 2019 წლის ზაფხულამდე თითქმის 2-ჯერ მეტი წევრი ჰყავდა, ვიდრე დღეს. მაგრამ „ფეისბუქმა“ ბევრი მათგანი წაშალა.

როგორც ქვემოთ მოცემული ცხრილებიდან (1,2) და ინფოგრაფიკიდან ჩანს, ადმინისტრაციული ორგანოები Guardian.ge-ს და Stv.ge-ს საბიუჯეტო თანხებით ინფორმაციის მმართველი პარტიის მხარდამჭერ ჯგუფებსა და გვერდებზე განთავსებას ავალდებულებდნენ, როგორიცაა “ბიძინა ივანიშვილის მეგობრები ფეისბუქზე”, კახი კალაძე თბილისის მერი”, “ ბიძინა ივანიშვილი ჩემი თანამოქალაქეა³⁴”, “პრემიერი ირაკლი ლარიბაშვილი და აქტუალური თემები” და სხვა.

ინფოგრაფიკა 2. Guardian.ge-ს და Stv.ge-ს მიერ ინფორმაციის ხელისუფლების მხარდამჭერ გვერდებსა და ჯგუფებში განთავსება



ცხრილი 2.8. Facebook გვერდები, სადაც ინფორმაციის გავრცელება საბიუჯეტო კონტრაქტებით 3 ონლაინ სააგენტოს ევალება

ადმინისტრაციული ორგანო	მედია	სხვადასხვა თემატური Facebook გვერდები	მმართველ პარტიასთან დაკავშირებული Facebook გვერდი
ხოხის მუნიციპალიტეტის მერია	Stv.ge	1. ზუგდიდი • თუდღი / Zugdidi • Today	
ეროვნული სკრინინგ ცენტრი	For.ge	2. yellow fact 3. Tbilisi news 4. თავისუფლება 5. front news 6. პოეზია Front News	
თერჯოლის მუნიციპალიტეტის მერია	Guardian.ge		7. ბიძინა ივანიშვილი ჩემი თანამოქალაქეა

³⁴ თერჯოლის მუნიციპალიტეტის მიერ მოწოდებული ინფორმაციით “ბიძინა ივანიშვილი ჩემი თანამოქალაქეა” ფეიბუკ ჯგუფია, თუმცა აღნიშნული სახელით მხოლოდ ფეისბუკ გვერდი იძებნება.

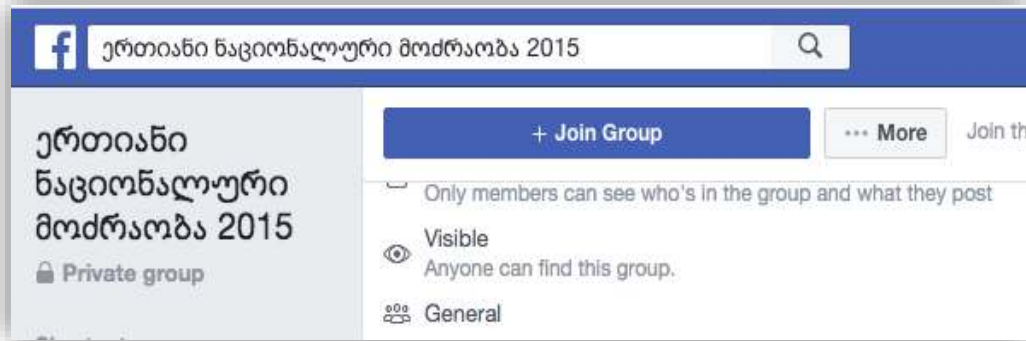
ცხრილი 2.9. Facebook ჯგუფები, სადაც ინფორმაციის გავრცელება საბიუჯეტო კონტრაქტებით 3 ონლაინ სააგენტოს ევალება

საბიუჯეტო ორგანიზაციები	მედია	მმართველ პარტიასთან დაკავშირებული Facebook ჯგუფები	ოპოზიციასთან დაკავშირებული ჩ ჯგუფები	სხვადასხვა თემატური ჯგუფები
ახალქალაქის მუნიციპალიტეტი ს მერია	Guardian.ge	1. ბიძინა ივანიშვილის მეგობრები ფეისბუქზე 2. მთქალაქე არასამთავრობო ორგანიზაცია 3. გიორგი მარგველაშვილი გისმენთ, მეგობრებო 4. კახა კალაძე თბილისის მერი 5. პრემიერი ირაკლი ლარიბაშვილი და აქტუალური თემები (დახურული ჯგუფი)	1. ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა 2015-დახურული ჯგუფი	1. თავისუფალი სივრცე -ერთ-ერთი ადმინი: guardian.ge 2. პოლიტიკა და საზოგადოება-დახურული ჯგუფი 3. პროტესტი! Protest! Протест! 4. ნიუს რუსთავი 5. რუსთავი 21- rustavi 21 6. ქართველთა მსოფლიო ცენტრი Georgians World Center 7. Всемирный центр грузин Gürc 7. Georgia საქართველო 8. ქართველი ემიგრანტები ამერიკაში 9. ემიგრანტის პირადი სივრცე 10. ძალა ერთობაშია ქართველი ემიგრანტები 11. ღია წყაროების სააგენტო
თერჯოლის მუნიციპალიტეტი ს მერია	Guardian.ge	კახა კალაძე თბილისის მერი გიორგი მარგველაშვილი გისმენთ, მეგობრებო		თავისუფალი სივრცე პროტესტი ღია წყაროების სააგენტო
ხოზის მუნიციპალიტეტი ს მერია	Stv.ge	კახა კალაძე თბილისის მერი	2. ეს საქართველოა-დახურული ჯგუფი, სავარაუდოდ პატრიოტთა ალიანსთან დაკავშირებული	12. ჩემი სოხუმი (СҮХУМИ) - დახურული ჯგუფი
ეროვნული სკრინინგ ცენტრი	For.ge			13. პოზიტივი

ხოზის მუნიციპალიტეტის მიერ მოწოდებულ ინფორმაციაში მითითებული [“ეს საქართველოა”](#), სადაც stv.ge-ს ინფორმაციის განთავსება ევალება, დახურული ფეისბუქ ჯგუფია, რომელიც სავარაუდოდ პატრიოტთა ალიანსს უკავშირდება. ჯგუფის გარეკანის ფოტოდ პატრიოტთა ალიანსის დროშებით საპროტესტო აქციის ფოტოა დაყენებული. გვერდის ერთ-ერთი ადმინი [დარე შენგელია](#) საკუთარ ფეიბსუკ გვერდზე ხშირად აზიარებს პატრიოტთა ალიანსის და მასთან დაკავშირებული ტვ “ობიექტივის” პოსტებს.



ახალქალაქის მერიის მიერ მოწოდებულ წერილში ფეისბუკ ჯგუფების ჩამონათვალში ასევე ფიგურირებს ფეისბუკ ჯგუფი “[ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა 2015](#)”, სადაც ინფორმაციის განთავსება Guardian.ge-ს ევალება და რომელიც ასევე დახურული ჯგუფია. ჯგუფის ადმინი [Rati Cxomelidze](#)-ა, რომლის ბოლო პოსტი 2016 წლით თარიღდება, პროფილი კი მწირი ფოტოებით და ინფორმაციით გამოირჩევა. ეს ჯგუფი სავარაუდოდ ნაციონალურ მოძრაობას უკავშირდება.



Guardian.ge- საინფორმაციო სააგენტო [Guardian.ge](#) საჯარო რეესტრში 2006 წლის 15 ივნისს დარეგისტრირდა³⁵. სააგენტოს 100 %-იანი წილის მფლობელი მალხაზ ონიანია, დირექტორი კი - მალვინა ტულუში. ტულუში არაერთი ბიზნესის (შპს მეჰრ სამ საქსესფულ³⁶, შპს ეურომაქს ფარმაციუტიქალს³⁷, შპს ჯეოპაკ ჰოლდინგს³⁸ შპს Angel-wings³⁹, შპს R.K.@M⁴⁰) მფლობელია ირანის, ინდოეთისა და პაკისტანის მოქალაქე ბიზნეს პარტნიორებთან ერთად. მალხაზ ონიანს საინფორმაციო სააგენტო “ივერიონის”⁴¹ 50 %-იანი წილიც ეკუთვნის, დარჩენილ 50%-ს კი სააგენტოს დამფუძნებელი ზაურ ნაჭყებია ფლობს⁴². “ივერიონი” 2012 წლის შემოდგომაზე დაფუძნდა, მანამდე “ივერიონი” არსებობდა სააგენტო “ივერონის” სახელით, რომლის დამფინანსებელიც რუსეთში მოღვაწე წარმოშობით ქართველი ბიზნესმენი მინდია გულუა იყო. სააგენტო “ივერონს” “ივერიონის” მსგავსად ზაურ ნაჭყებია ხელმძღვანელობდა.⁴³ IDFI-ის კვლევის მიხედვით, ნაჭყებია პრორუსულ გამოცემა Geworld-თან არის დაკავშირებული.

2018 წელს ადმინისტრაციულმა ორგანოებმა საინფორმაციო მომსახურების მიზნით Guardian.ge-თან სულ 50 766 ლარის, 2019 წელს კი 39 997 ლარის ღირებულების კონტრაქტები გააფორმეს.

For.ge-საინფორმაციო სააგენტო For.ge საჯარო რეესტრში 2010 წლის ააიპ კავშირი პრესა - საქართველოს სახელითაა რეგისტრირებული⁴⁴. მისი დამფუძნებლები როზეტა ჟღამაია, გიორგი იაკობაშვილი და ბესარიონ გაბუნია არიან. სააგენტოს გამგეობის წევრებმა როზეტა ჟღამაიამ და გიორგი იაკობაშვილმა, ია მეტრეველთან და იოსებ მანჯავიძესთან ერთად 2020 წლის 7 აგვისტოს არასამთავრობო ორგანიზაცია ააიპ „დავასრულოთ“ დაარსეს, რომლის მიზანიც ნაციონალური მოძრაობის დასრულებაა⁴⁵. სამართლიანი არჩევნებისა და დემოკრატიის საერთაშორისო საზოგადოებამ (ISFED) გამოავლინა სამი „ფეისბუკ“ გვერდი („არქივი • Archive“, „პოლიტიკური მოთვალთვალე“, „დავასრულოთ“), რომელიც ორგანიზაცია „დავასრულოსთან“ არის დაკავშირებული და ოპოზიციის წინააღმდეგ მართულ ორგანიზებულ დისკრედიტაციულ კამპანიაშია ჩართული.⁴⁶ რეკლამის დამკვეთის შესახებ ინფორმაციაში კი ორგანიზაციის „დავასრულოთ“ საიდენტიფიკაციო მონაცემებია მოცემული.

³⁵Guardian.ge-ს ამონაწერი საჯარო რეესტრიდან <https://bit.ly/34CuvVR>

³⁶ამონაწერი საჯარო რეესტრიდან <https://bit.ly/3d4hxSX>

³⁷ამონაწერი საჯარო რეესტრიდან <https://bit.ly/34uM74k>

³⁸ამონაწერი საჯარო რეესტრიდან <https://bit.ly/2Sw7rAG>

³⁹ამონაწერი საჯარო რეესტრიდან <https://bit.ly/34sMbRY>

⁴⁰ამონაწერი საჯარო რეესტრიდან <https://bit.ly/34sLSGO>

⁴¹<http://iverioni.com.ge/>

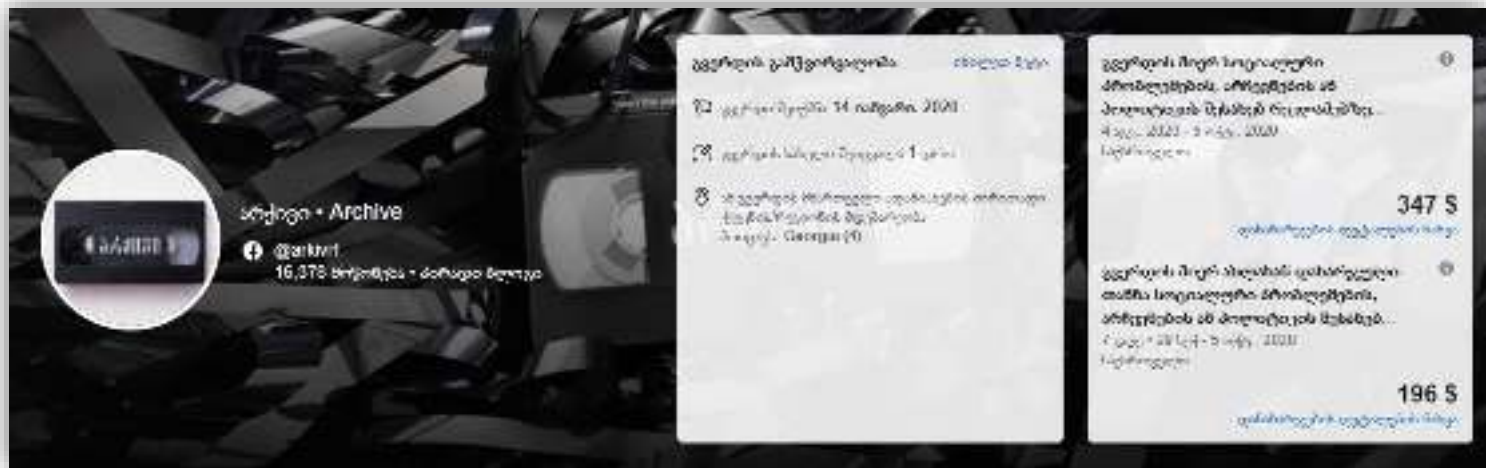
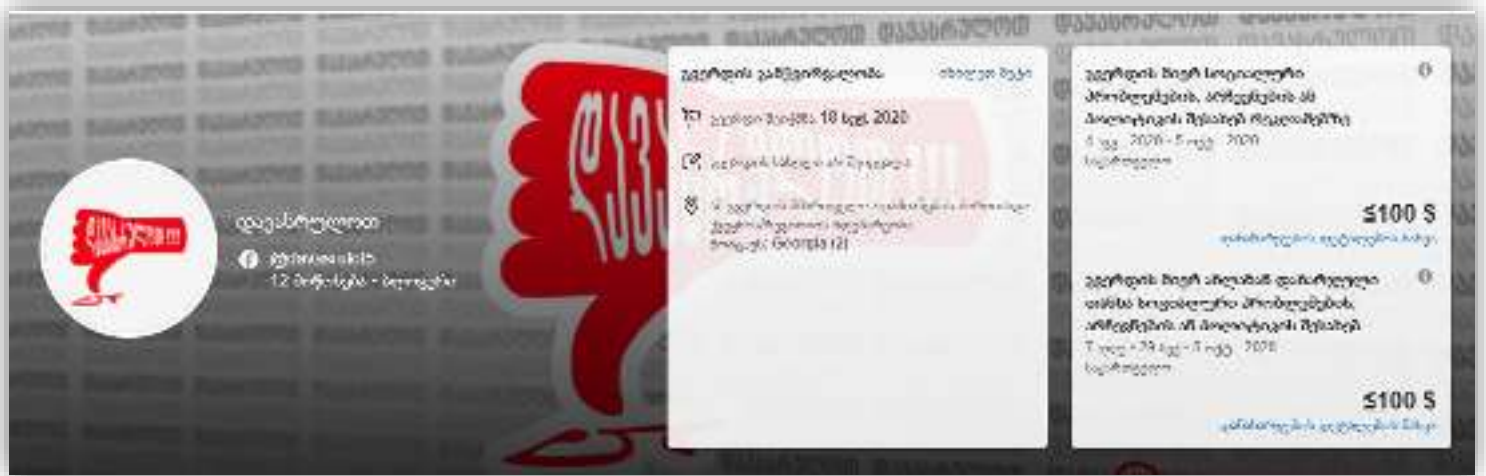
⁴²ივერიონის ამონაწერი საჯარო რეესტრიდან <https://bit.ly/2HbTTID>

⁴³<https://idfi.ge/public/upload/Meri/Russian%20Influence%20on%20NGOs%20and%20Media.pdf>

⁴⁴ამონაწერი საჯარო რეესტრიდან <https://bit.ly/2YEmCLG>

⁴⁵<https://formulanews.ge/News/35102>

⁴⁶დასპონსორებული დისკრედიტაციული Facebook კამპანიის უკან ორგანიზაცია "დავასრულოთ" დგას <https://bit.ly/3IRKX9U>



For.ge-მ 2018 წელს საბიუჯეტო ორგანიზაციებთან ჯამში 13 988, 2019 წელს კი - 20 410 ლარის ღირებულების ხელშეკრულებები გააფორმა. For.ge-ს ფეისბუკ გვერდზე დასაშვანდებული სახით გავიდა საგარეო პოლიტიკისა და უსაფრთხოების საკითხებში ევროკავშირის უმაღლესმა წარმომადგენლის უზენაეს ბორელის შეფასება, სათაურით “საქართველო აჩვენებს დემოკრატიულ ძალას, ეკონომიკურ განვითარებას, ევროკავშირი გააგრძელებს საქართველოს მხარდაჭერას დღეს და ყოველთვის”, რომელიც ხელისუფლების საქმიანობას პოზიტიურად წარმოაჩენს. გვერდზე ასევე ვხვდებით რუსთავი 2-ის დაკვეთით ჩატარებული წინასაარჩევნო კვლევების რეკლამას, რომელშიც ქართული ოცნება ლიდერობს (55,6%).



For.ge-მ და მასთან დაკავშირებულმა ფეისბუკ გვერდებმა და ჯგუფებმა ([yellow facts](#), [Tbilisi news](#), [თავისუფლება](#), [პოეზია Front news](#), [პოზიტივი](#)), რომლებიც საბიუჯეტო კონტრაქტებს იღებენ, ასევე ხელისუფლების ოპონენტების წინააღმდეგ შექმნილმა გვერდმა ([დავასრულოთ](#)) სოციალურ ქსელში არასამთავრობო ორგანიზაციების მადისკრედიტირებელი ვიდეო, სათაურით “როგორ მიიტაცა ნაცმოძრაობამ არასამთავრობო სექტორი” ორგანიზებულად გაავრცელეს. ვიდეომ რომელიც ახალგაზრდა იურისტთა ასოციაციის, საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველოს, ISFED-ის, EPRC-ის, MDF-ის და სხვა ორგანიზაციების ნაციონალური მოძრაობის მიერ მართულად წარმოჩენას ცდილობს თავდაპირველად For.ge-მ⁴⁷ გამოაქვეყნა. მასლა For.ge-ს და დავასრულოთ-ს ფეისბუკ გვერდებზე დასპონსორებულია. დავასრულოთ-ს მიერ მომზადებული ფილმი ასევე ცალმხრივად გააშუქეს სახელისუფლებო სარედაქციო პოლიტიკის ტელეკომპანიებმა “იმედი” და Pos TV, სააგენტოებმა PIA, მარშალპრესი, reportiori, ქართული აზრი.



⁴⁷ <https://bit.ly/3dJRD7o>

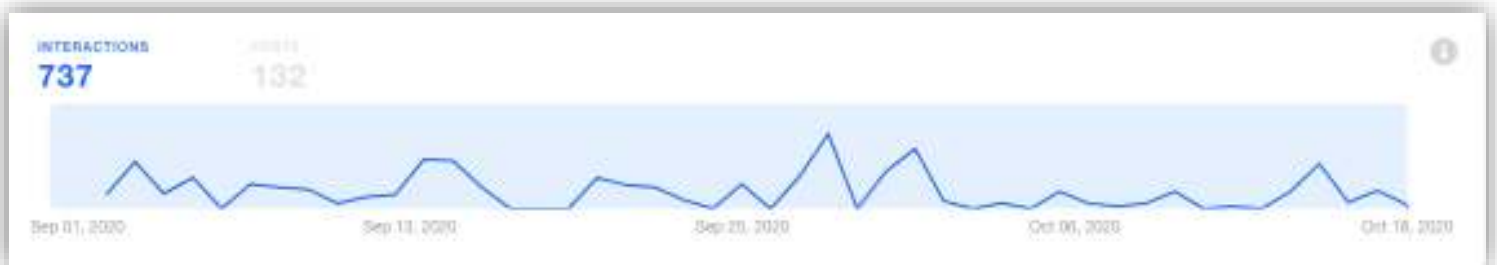


თავად გია იაკობაშვილი, რომელიც საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს წევრად 2017 წელს აირჩიეს, ჰომოფობიური და შეურაცხყოფელი სატარო კომენტარებით გამოირჩევა⁴⁸.

Stv.ge- სამეგრელოს მედია ორგანიზაცია (Stv.ge) სატარო რეესტრში 2012 წლის 20 სექტემბერს დარეგისტრირდა⁴⁹. კომპანიის დირექტორია მალხაზ ბასილაია. 2019 წლის თებერვლიდან რეორგანიზაციის შედეგად მედია ორგანიზაციამ ვებ- გვერდის სახელწოდება შეიცვალა და ამჟამად Stv.ge-ის სახელით ფუნქციონირებს, მანამდე მედია ორგანიზაცია www.smo.ge-ის სახელწოდებით ოპერირებდა.

Stv.ge-მ 2018 წელს საბიუჯეტო ორგანიზაციებთან ჯამში 10 650, 2019 წელს კი -17 150 ლარის ღირებულების კონტრაქტები გააფორმა.

სამეგრელოს მედია ორგანიზაცია წინასაარჩევნო პერიოდში მმართველი პარტიის ზუგდიდის კანდიდატის ირაკლი ჩიქოვანის წინასაარჩევნო შეხვედრებს აქტიურად აშუქებს. ფეისბუკის ანალიტიკური ხელსაწყო Crowdtangle-ის მონაცემებით, 1 სექტემბრიდან და 18 ოქტომბრამდე Stv.ge-სა და [ზუგდიდი • თუდგი / Zugdidi • Today](https://www.facebook.com/ZugdidiToday)-ს ფეისბიკ გვერდებზე ქართული ოცნების კანდიდატის ირაკლი ჩიქოვანის შესახებ სულ 737 ინტერაქცია იძენება და მასალების უმეტესობა პოზიტიური ან ნეიტრალურია.



⁴⁸ ლიბერალი (6 ივლისი, 2017), "გინ არის საზმავს სამეურვეო საბჭოს ახალი წევრი და რატომ აირჩია ის პარლამენტმა? <http://liberali.ge/articles/view/30258/vin-aris-sazmaus-sameurveo-sabchos-akhali-tsevre-da-ratom-airchia-is-parlamentma>

⁴⁹ ამონაწერისატარო რეესტრიდან <https://bit.ly/3gtZ0PP>

ამასთანავე ფეისბუკ გვერდზე “ზუგდიდი თუდეი” ხშირად ქვეყნდება STV.ge-ს მიერ მომზადებული ვიდეოები და ინფოგრაფიკა. ქვემოთ მოცემულ ინფოგრაფიკაზე ციტატა ქართული ოცნების კანდიდატის პირველივე ტურში გამარჯვებას შეეხება, ხოლო ვიდეო სოხუმის დაცემის დღესთან დაკავშირებით ქართული ოცნების ლიდერების აქციას ასახავს, რომელშიც მმართველი პარტიის მაჟორიტარობის კანდიდატიც მონაწილეობდა⁵⁰.



⁵⁰ <https://www.facebook.com/721504154952934/posts/1140662696370409>



მმართველი პარტიის კანდიდატის პოზიტიურად გაშუქების ფონზე, stv.ge ოპოზიციური პარტიების კანდიდატების მადისკრედიტირებელ მასალებს შემდეგი სათაურებით აქვეყნებს: “ძროხებზე მონადირე და ბიუჯეტის ქურდი” – როგორ ეხმაურებიან გიგი უგულავას კანდიდატურას სოციალურ ქსელში?⁵¹ “ნაციონალების” კანდიდატი ამომრჩევლებთან შეხვედრამდე ცოლთან ერთად “ზმანებს” ყიდულობს,⁵² სოფლის რწმუნებულები აცხადებენ, რომ “ლელოს” ადვოკატირებას არ საჭიროებენ⁵³, “ნაციონალებმა” ზუგდიდში დეპუტატობის კანდიდატად კარანტინში მყოფი მალხაზ ჯალაღონია წარადგინეს⁵⁴.



⁵¹ <https://bit.ly/34LiFbW>

⁵² <https://www.facebook.com/1240421019315214/posts/3660600780630547>

⁵³ <https://bit.ly/3nZJcJN>

⁵⁴ <https://bit.ly/3jf3sDK>

2.6. საბიუჯეტო კონტრაქტები ანტიდასავლურ, დეზინფორმაციის და სიძულვილის ენის გამავრცელებელ მედიებთან

წინა წლების მსგავსად, ადმინისტრაციულ ორგანოებს არ აქვთ განსაზღვრული მკაფიო კრიტერიუმები⁵⁵, თუ რა ნიშნით არჩევენ ბენეფიციარ მედიებს და ეფუძნება თუ არა მათი გადაწყვეტილებები აუდიტორიის კვლევას და სამიზნე აუდიტორიის საჭიროებებს. ამასთანავე არ არის გათვალისწინებული ანტიდისკრიმინაციული პოლიტიკა, რომელიც რასიზმისა და შეუწყ-ნარებლობის წინააღმდეგ ევროპის კომისიის (ECRI) #7 რეკომენდაციითაა⁵⁶ განსაზღვრული და ევროსაბჭოს წევრ სახელმწიფოებს დაფინანსების დროს ანტიდისკრიმინაციული მიდგომების გათვალისწინებას ურჩევს.

2014-2018 წლების პრაქტიკის მსგავსად, 2019 წელსაც გამოიკვეთა რამდენიმე მედია საშუალება, რომელთაც საბიუჯეტო ორგანიზაციები წინა წლების მსგავსად თანამშრომლობდნენ და რომელთა ნაწილი ანტიდასავლური სარედაქციო პოლიტიკით, დეზინფორმაციისა და სიძულვილის ენის ტირაჟირებით გამოირჩევა. ამ მედია საშუალებებს შორის არიან:

1. გაზეთი “საქართველოს რესპუბლიკა” (55 525), რომელიც ჰომოფობიით, ასევე კონსპირაციებით და სტალინის განდიდებით გამოირჩევა. წინა წლებთან შედარებით ნაკლებად, მაგრამ გამოცემაში მაინც ვხვდებით ანტიდასავლური შინაარსის მასალებს;
2. ონლაინ გამოცემები “ქართული აზრი” და “რეპორტიორი” (30 019), რომლებიც დეზინფორმაციების, კორონავირუსთან და 5G ანტენებთან დაკავშირებული კონსპირაციების გავრცელებით, ასევე ხელისუფლების ოპონენტების დისკრედიტაციით გამოირჩევიან⁵⁷;
3. მარშალპრესი (12 806), რომელიც ერთი მხრივ, ხელისუფლების ოპონენტების დისკრედიტაციის კამპანიებშია ჩართული⁵⁸, მეორე მხრივ, კორონავირუსზე და სხვა თემებზე დეზინფორმაციის ხშირი წყაროა⁵⁹.

ცხრილი 2.10. საბიუჯეტო კონტრაქტები ანტიდასავლურ, დეზინფორმაციის და სიძულვილის ენის გამავრცელებელ მედიებთან

მედია საშუალება	საკონტრაქტო მომსახურების თანხა	საბიუჯეტო ორგანიზაცია
გაზეთი “საქართველოს რესპუბლიკა”	55 525	გარემოს ეროვნული სააგენტო; რეგიონული განვითარებისა და ინფრასტრუქტურის სამინისტროს საავტომობილო გზების დეპარტამენტი; სოფლის მეურნეობის მეცნიერებათა აკადემია; აჭარის ა.რ. ფინანსთა და ეკონომიკის სამინისტრო; აფხაზეთის ა/რ განათლებისა და კულტურის სამინისტრო; ენერგეტიკისა და წყალმომარაგების მარეგულირებელი ეროვნული კომისია; საქპატენტი, სსიპ წიაღის ეროვნული სააგენტო და სხვა საქვეუწყებო ან ადგილობრივი ხელისუფლების სამსახურები;
რეპორტიორი (qartuliazri.ge, cnobisfurceli.ge ⁶⁰)	30 019	სპეციალური პენიტენციური სამსახური; ფინანსთა სამინისტროს აკადემია, საბურთალოს რაიონის გამგეობა, ნდობის აღდგენისა და შერიგების საკითხებში აფხაზეთის ავტონომიური რესპუბლიკის მინისტრის აპარატი, ხობის მუნიციპალიტეტის მერია, სსიპ სსსტც “დელტა”, სოხუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტი სხვა საქვეუწყებო ან ადგილობრივი ხელისუფლების სამსახურები.
სააგენტო მარშალპრესი	12 806	სპეციალური პენიტენციური სამსახური, თავდაცვის ინსტიტუციური აღმშენებლობის სკოლა; სურსათის ეროვნული სააგენტო; ააიპ ჩემი ადვოკატი; ადიგენის მუნიციპალიტეტის მერია; ქედის მუნიციპალიტეტი;

საქართველოს რესპუბლიკა. გაზეთ “საქართველოს რესპუბლიკასთან” 55 525 ლარის ღირებულების კონტრაქტი ცენტრალური და ადგილობრივი ხელისუფლების სხვადასხვა ორგანოებმა გააფორმეს (იხ. ცხრილი 2.1.). 2019 წელსაც, წინა წლის მსგავსად, “საქართველოს რესპუბლიკამ” სხვადასხვა საჭარო დაწესებულებებთან პირდაპირ დადებული ხელშეკრულებების გარდა, საბიუჯეტო თანხა შპს „კვირის პალიტრის“ შუამავლობით მიიღო. კერძოდ, საინფორმაციო მომსახურებაზე სსიპ წიაღის ეროვნული სააგენტოს მიერ გამოცხადებულ ტენდერში შპს „კვირის პალიტრამ“ გაიმარჯვა, თუმცა, როგორც მიღება-ჩაბარების აქტებიდან ჩანს, სარეკლამო მასალები „საქართველოს რესპუბლიკაში“ გამოქვეყნდა (კონტრაქტის ღირებულება- 33 086 ლარი).

⁵⁵ MDF (2016), რეკლამის და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით მედიაში საბიუჯეტო რესურსების განაწილების პრაქტიკა.

http://mediameter.ge/sites/default/files/mdf_ti_1.pdf

⁵⁶ პარაგრაფი 9, გვ. 6, პარაგრაფი 16, გვ.7 <https://rm.coe.int/ecri-general-policy-recommendation-no-7-revised-on-national-legislatio/16808b5aae>

⁵⁷ <http://mythdetector.ge/ka/myth/sakhelisuplebo-da-antiliberaluri-jgupebis-organizebuli-kampania-respublikelebis-cinaaghmded>

⁵⁸ <http://mythdetector.ge/ka/myth/ruruas-sakhelit-shekmnil-qalb-gverds-sakhelisuplebo-gverdebi-organizebulad-avrtseleben>

⁵⁹ <http://mythdetector.ge/ka/profile/marshalpresi>

⁶⁰ cnobisfurceli.ge მითითებულია სასჯელსაზღვრელების სამინისტროს კონტრაქტში რეპორტიორთან და ქართულ აზრთან ერთად, თუმცა გვერდი ამჟამად ხელმისაწვდომი არ არის.



გაზეთ “საქართველოს რესპუბლიკა”-ში ვხვდებით ჰომოფობიური შინაარსის მასალებს, შემდეგი სათაურებით: “პრაიდ-მარში, რომელიც ლომივით კი არ ბუხუნებს, ატეხილი ტურასავით კივის”, “კაცები გადამალეთ, პიდარასტები მოდიან,” რუბრიკაში “არა ლგბტ სიბილწეს” საავტორო წერილი “გარყვნილებას ადამიანის უფლებად ნუ მოვნათლავთ”, რუბრიკაში “გარყვნილების ღვარცოფი” “ზნეობრივი პედარასტია” და სხვა.

პრაიდ-მარში, რომელსაც ლომივით კი არ ბუხუნებს, ატეხილი ტურასავით კივის

პრაიდ-მარში, რომელსაც ლომივით კი არ ბუხუნებს, ატეხილი ტურასავით კივის. ატეხილი ტურასავით კივის. ატეხილი ტურასავით კივის.

დევიატია პროფილსა და ანფასში

პრაიდ-მარში, რომელსაც ლომივით კი არ ბუხუნებს, ატეხილი ტურასავით კივის

პრაიდ-მარში, რომელსაც ლომივით კი არ ბუხუნებს, ატეხილი ტურასავით კივის. ატეხილი ტურასავით კივის. ატეხილი ტურასავით კივის.

ნ. 4 83

გარყვნილებას ადამიანის უფლებად ნუ მოვნათლავთ!

ეს პირდაპირი კალაღოპია!

გარყვნილებას ადამიანის უფლებად ნუ მოვნათლავთ!

ეს პირდაპირი კალაღოპია!

გარყვნილების ღვარცოფი

ზნეობრივი პედარასტია

გარყვნილების ღვარცოფი

ზნეობრივი პედარასტია



გამოცემაში ასევე ვხვდებით მასალებს, რომლებშიც სტალინის განდიდება ხდება (“მართალს ვიტყვი”, შორსგამიზნული აზრის ნათება”).



ყოველკვირეული გაზეთი „საქართველოს რესპუბლიკა“ 1918 წელს დაარსდა. გაზეთი საბჭოთა პერიოდში სახელწოდებებით „კომუნისტი“ გამოიცემოდა. ამჟამად „საქართველოს რესპუბლიკის“ გამომცემელი შპს „თანადგომა - 1-ია, რომლის 100%-იან წილსაც მარინა კანდელაკი ფლობს.

„ქართული აზრი“ და რეპორტიორი. ამ გამოცემებთან 2019 წელს 30 019 ლარის ღირებულების კონტრაქტები გაფორმდა. აქ ვხვდებით კონსპირაციებს⁶¹ ჩიპებზე (“რომის პაპმა ხალხს მოუწოდა დაჩიპვის წინააღმდეგ ნუ წავლენ”), კორონავირუსსა და 5G-ზე⁶² (“სამხრეთ კორეაში მოსახლეობამ 5G გადამცემების განადგურება დაიწყო”), ასევე დეზინფორმაციებს გეი პრაიდზე (“სანდრო ბრეგაძე: თბილისში 9 სექტემბერს გეი ალუმში იგეგმება!”), საბჭოთა განათლების სისტემაზე („ინგლისის ყველა პრესტიჟული სკოლა განათლების „საბჭოურ“ სისტემაზე გადავიდა“ რუსულენოვან „Правда-TV“-ზე დაყრდნობით).

⁶¹ <http://mythdetector.ge/ka/myth/ra-skemit-gavrtselda-konspiratsia-romis-papsa-da-chipebze>

⁶² <http://mythdetector.ge/ka/myth/aris-tu-ara-5g-saprtkhe-da-ukavshirdeba-tu-ara-es-teknologia-covid-19-s>



Reportiori.ge-ს მეფლობელი შპს. „რეპორტიორია“, რომლის დამფუძნებლები საბჭოთა პერიოდში ცეკას ყოფილი მდივანი და სახელმწიფო ტელერადიოკორპორაციის ხელმძღვანელი ნუგზარ ფოფხაძე (50%) და გაზეთ „ასავალ-დასავალის“ ჟურნალისტი გიორგი მამაცაშვილი (50%) არიან. „ქართული აზრის“ 100%-იანი წილის მეფლობელი კი გიორგი მამაცაშვილია.

მარშალბრესი. სააგენტოს 2019 წელს 12 806 ლარის ღირებულების ხელშეკრულება აქვს გაფორმებული.

მარშალბრესი დებინფორმაციებს როგორც კორონავირუსთან⁶³ და 5G-სთან („ბელგიის ჯანდაცვის მინისტრმა ჯგუფური სექსი აკრძალა - მიზეზი კორონავირუსია“, „რა შუაშია 5G ქსელი და „ჰუავეი“ პანდემიასთან? – აშშ-ის თავდაცვის მდივნის განცხადება⁶⁴“), ასევე ხელისუფლების ოპონენტების წინააღმდეგაც ავრცელებს⁶⁵ („უორიკა რურუა გმირად შერაცხეს და მერაბ კოსტავას შეადარეს“).

⁶³ <http://mythdetector.ge/ka/myth/akrdzales-tu-ara-koronavirusis-gamo-belgiashi-jgupuri-seksi>

⁶⁴ <http://mythdetector.ge/ka/myth/ra-tkva-ashsh-tavdatvis-mdivanma-5g-isa-da-huawei-s-shesakheb>

⁶⁵ <http://mythdetector.ge/ka/myth/ruruas-sakhelit-shekmnil-qalb-gverds-sakhelisuplebo-gverdebi-organizbulad-avrtseleben>

შპს მარშალპრეს.ჯი 2015 წელს დაფუძნდა და მისი 100%-იანი წილის მფლობელი ინფო 9-ის ყოფილი ჟურნალისტი ოთარ სტეფანიშვილი იყო. ამჟამად კი ოგანიზაციის 51%-ს ლუკა ანთიძე, ხოლო 49%-ს მარიამ მარგველანი ფლობენ.

2.7. საბიუჯეტო კონტრაქტები კრემლის პროპაგანდისტულ პლატფორმა სპუტნიკთან დაკავშირებულ მედიებთან

წინა წლების მსგავსად ონლაინ პორტალ Newspress.ge, nsp-სთან ინფორმაციის გავრცელების მიზნით სხვადასხვა სამინისტროებმა და მათმა დაქვემდებარებულმა უწყებებმა 2019 წელს 38 993 ღირებულების კონტრაქტები გააფორმეს, საიდანაც 11 520 ლარის ღირებულის კონტრაქტი ნიუსპრესთან დაკავშირებულ region.ge-სთან თანამშრომლობასაც ითვალისწინებდა.

მედია საშუალება	საკონტრაქტო მომსახურების თანხა	საბიუჯეტო ორგანიზაცია
Newspress.ge, nsp region.ge	38 993	სპეციალური პენიტენციური სამსახური; სოფლის მეურნეობის სამინისტროს ლაბორატორია; ფინანსთა სამინისტროს მომსახურების სააგენტო; აფხაზეთის ავტონომიური რესპუბლიკის ფინანსთა და ეკონომიკის სამინისტრო; თავდაცვის ინსტიტუციური აღმშენებლობის სკოლა; ქ. თბილისის დიდუბის რაიონის გამგეობა; სენაკის მუნიციპალიტეტის მერია, სსიპ - აჭარის კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის სააგენტო, საფინანსო-ანალიტიკური სამსახური და სხვა საქვეყნებო ან ადგილობრივი ხელისუფლების სამსახურები.

თუ წინა წლებში აღნიშნული გამოცემები აქტიურად ახდენდნენ კრემლის პროპაგანდისტული პლატფორმის Sputnik-ის სხვადასხვა პროექტების პოპულარიზაციას (მაგალითად, RT-ის პრესსამსახურის უფროსი, მთავარი რედაქტორის მოადგილე ანა ბელკინას ტრენინგი ყალბ ინფორმაციებზე),⁶⁶ რაზეც მედიის განვითარების ფონდი წინა ანგარიშებში წერდა⁶⁷, 2019 წელს სპუტნიკის პროპაგანდისტული მასალების გაზიარებებს ნაკლებად ვხვდებით, თუმცა ინფორმაციის წყაროდ სპუტნიკს აღნიშნული გამოცემები ისევ იყენებენ⁶⁸.

აღსანიშნავია ისიც, რომ NSP.ge-მ და region.ge-მ 2020 წლის 17 აგვისტოს “საერთო გაზეთის” 2012 წლის საარქივო მასალა რუბრიკაში “ახალი ამბები რეტრო მედია” გააცოცხლეს, რომელიც 2008 წლის ომის დაწყების რუსი გენერალ-მაიორის ვიარესლავ ბორისოვის ვერსიას ავითარებს. ბორისოვი ამტკიცებს, რომ რუსები ომის დაწყებას არ აპირებდნენ და ახალგორი მხოლოდ საქართველოს იმდროინდელი უშიშროების საბჭოს მდივნის კახა ლომაიას თხოვნით დაიკავეს⁶⁹.



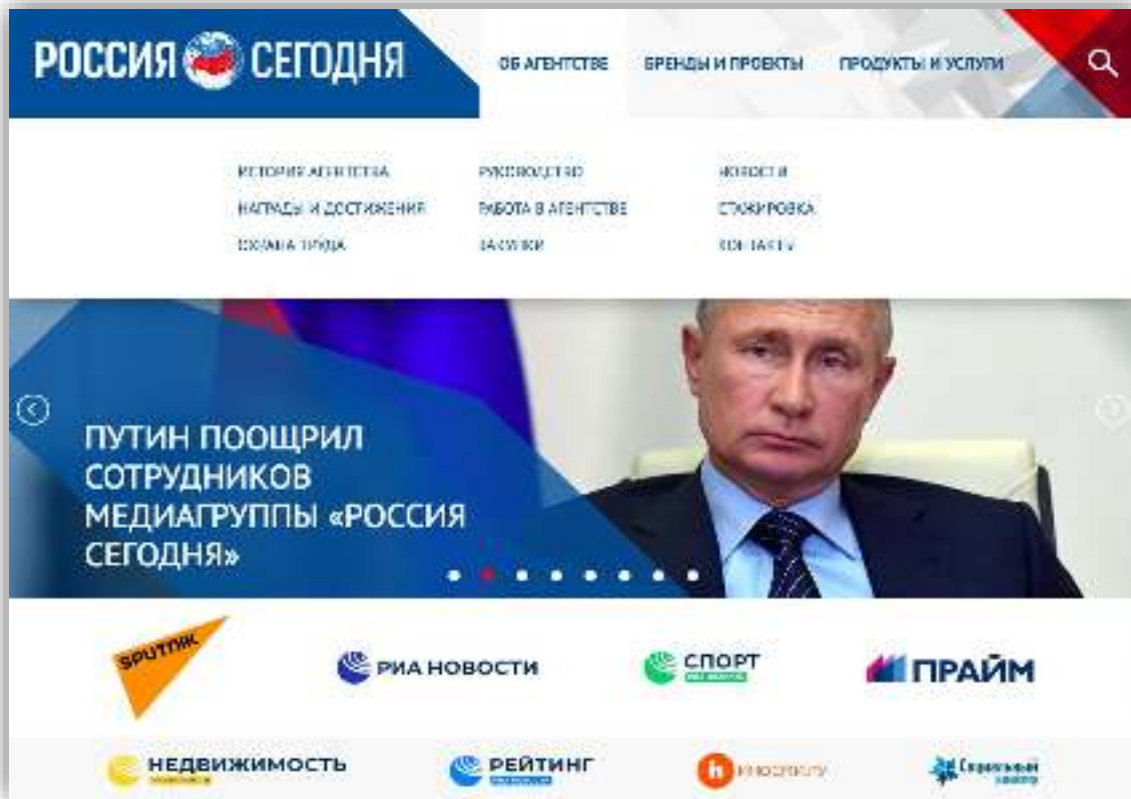
⁶⁶ RT კოდექსი: ტომპენეტერი ჟურნალისტებს „ფეიკ-ნიუსებსა“ და „ჰეიტერებზე“ ესაუბრა <https://sputnik-georgia.com/reviews/20190608/245524059/RT-kodeksi-topmenejeri-Jurnalistsbs-feik-niusebsa-da-heiterebe-esaubra.html>

⁶⁷ 2018 წელი http://mdfgeorgia.ge/uploads/library/127/file/mediis_finansuri_gamWvirvaloba_2018.pdf

⁶⁸ <http://region.ge/index.php?do=search> <https://bit.ly/3keot2A>

⁶⁹ <https://www.mythdetector.ge/ka/myth/vin-aris-viacheslav-borisovi-da-vin-tirazhirebs-8-clis-cinandel-mis-gantskhadebas-agvistos>

ალეკო ჩუბინიძე, რომელიც IDFI-ის 2015 წლის მონაცემების თანახმად⁷⁰ „სპუტნიკ-საქართველოს“ თანამშრომელი იყო, ამ გამოცემის ორგანიზებულ ღონისძიებებზე 2019 წელსაც ფიგურირებს. სპუტნიკის დამფუძნებელი ორგანიზაციის Russia Segodnia-ს ვებ-გვერდზე ხელმისაწვდომია 2019 წლის 26 მარტის ღონისძიების ანონსი,⁷¹ რომელიც იუწყება, რომ ჩუბინიძეს მრგვალ მაგიდაში „საქართველოს საინფორმაციო სივრცე - როგორ დავიცვათ თავი ნეგატივისგან“ უნდა მიეღო მონაწილეობა.



Круглый стол на тему: "Информационное пространство Грузии: как защититься от негатива?". Медиаэксперты отмечают, что в информационном пространстве Грузии нарастает агрессия. Все больше негативных новостей в СМИ и на телевидении: фильмах и ток-шоу. Как это влияет на поведение людей, их состояние? Какова государственная политика в сфере информации?

Участники:

- публицист, директор Дома-музея Смирновых Байя АМАШУКЕЛИ;
- директор информационного агентства NewsDay Автандил ОТИНАШВИЛИ;
- директор информационного агентства NewsPress Алеко ЧУБЕНИДЗЕ;
- журналист Мераб ХАЧИДЗЕ.

2019 წლის ივნისში ყალბი ახალი ამბებისა და ანტიკრიზისული პიარის თემაზე „SputnikPro“ პროექტის ტრენინგი ჩატარდა, რომელშიც RT ტელეარხის პრესსამსახურის უფროსი, მთავარი რედაქტორის მოადგილე ანა ბელკინა ჟურნალისტებს ყალბ ინფორმაციაზე ესაუბრა. დისკუსიაში მონაწილეობა მიიღეს - ალეკო ჩუბინიძემ (NewsPress),

⁷⁰ დამოუკიდებლობა.com, 24 ივლისი, 2015. "ვინ მუშაობს სპუტნიკისთვის?"

http://damoukidebloba.ge/c/news/vin_mushaobs?fbclid=IwAR02ApyFaMr5Yds7XEnAFOIEu2Z-i36C1ARQmGRCQ25hyktt6kMOGAzfe8

⁷¹ http://pressmia.ru/pressclub_foreign/20190326/952290586.html <https://archive.ph/7ue4m>

ვასო კაპანაძემ (NewsDay), ტარიელ გაგნიძემ (გაზეთი „საქართველო და მსოფლიო“), ზაზა დავითაიამ (გაზეთი „ასავალ-დასავალი“), კობა ბენდელიანი (Interpressnews), ასევე მედიაჰოლდინგ Georgian Times-ის პრეზიდენტი მალხაზ გულაშვილმა და „ერთიანი საქართველო - დემოკრატიული მოძრაობის“ პოლიტსაბჭოს წევრმა ანზორ ბინაძემ⁷².

2018	2019
	

⁷²<https://sputnik-georgia.com/reviews/20190608/245524059/RT-kodeqsi-topmenejeri-Jurnalistebs-feik-niusebsa-da-heiterebze-esaubra.html>