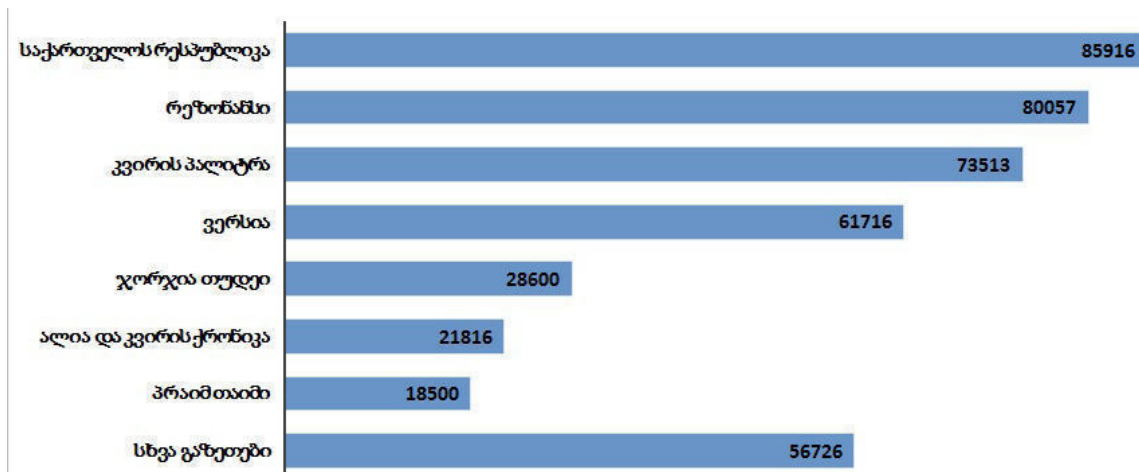


შემაჯამებელი პარაგრაფი: ბეჭდვითი მედიის შემთხვევაში 2 პრობლემა იკვეთება: 1. ბუნდოვანია საბიუჯეტო დაწესებულებების მიერ ამ ტიპის მედიუმებში საბიუჯეტო სახსრების გადანაწილების პრაქტიკა, რადგან არაგამჭვირვალეა გამოცემების ტირაჟები, გაურკვეველია მათი გავრცელების არეალი და ამდენად რთული განსასაზღვრია, რა კრიტერიუმებს ეფუძნება მედია საშუალებების შერჩევა. 2. გარკვეული გაზეთები ერთმანეთისგან მკაფიოდ არ მიჯნავენ სამთავრობო თუ სხვა უწყებების მიერ დაფინანსებულ სტატიებსა და სარედაქციო მასალებს, რასაც შეცდომაში შეჰყავს მომხმარებელი.

4.1. სტატისტიკური მონაცემები

ბეჭდვითი ნაციონალური გამოცემებიდან ყველაზე დიდი თანხა – 85 916 ლარი – გაზეთ “საქართველოს რესპუბლიკაზე” მოდის, შემდეგ ადგილზეა “რეზონანსი” – 80 057, კვირის პალიტრა – 73 513, ვერსია – 61 716, ჯორჯია თუდეი – 28 600, “ალია” ჰოლდინგში შემავალი გაზეთები “ალია” და “კვირის ქრონიკა” – 21 816 პრაიმ თაიმი – 18 500 და სხვები 56 726.

დიაგრამა 4.1. საბიუჯეტო რეკლამის გადანაწილება ნაციონალურ გაზეთებში, 2015 წ.

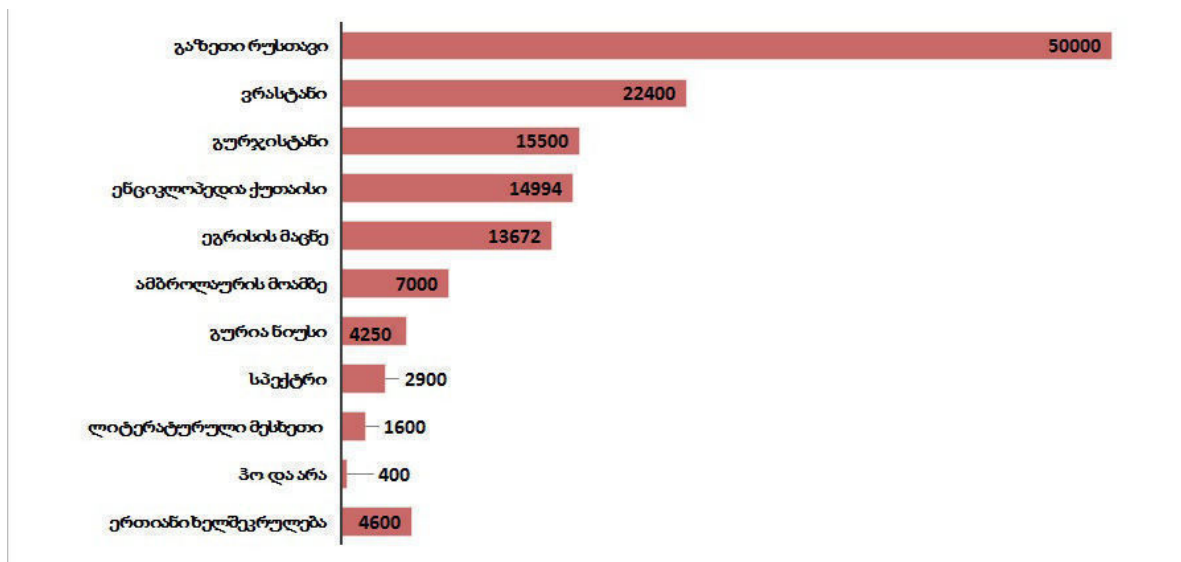


რეგიონულ გაზეთებზე რეკლამისა და საინფორმაციო მომსახურების თანხები ასე გადანაწილდა: – გაზეთი რუსთავი – 50 000, გაზეთი ვრასტანი – 22 400; გურჯისტანი – 15 500; “ენციკლოპედია ქუთაისი” – 14 994 ლარი, ეგრისის მაცნე – 13 672⁴⁶; გაზეთები “ამბროლაურის მოამბე” – 7 000; “გურია ნიუსი” – 4 250; “სპექტრი” – 2 900; “ლიტერატურული მესხეთი” – 1 600 და “ჰო და არა” – 400. 4 600 ლარის ღირებულების ერთიანი ხელშეკრულება კი სხვადასხვა გამოცემებში

⁴⁶ თანხაში შედის 4 707 ლარის გაზეთის გამოწერის ღირებულება, რაც სხვა გამოცემების შემთხვევაში გათვალისწინებული არ არის.

“გურიანიუსი”, “ბათუმელები”, “სამხრეთის კარიბჭე”, “სპექტრი”, “მთავარი თემა სამეგრელო-ში”, “ახალი გაზეთი”, “რუსთავი”, “ეგრისი” და “სვანეთი” სარეკლამო მომსახურების შეძენას ითვალისწინებდა.

დიაგრამა 4.2. საბიუჯეტო რეკლამის გადანაწილება რეგიონულ გაზეთებში, 2015 წ.



4.2. გაზეთებთან გაფორმებული ხელშეკრულების პირობები

ბეჭდვით მედიასთან გაფორმებული ხელშეკრულების პირობებში ვხვდებით, როგორც ზოგადად სარეკლამო მასალების განთავსების, ასევე უფრო სპეციფიურად სარეკლამო ბანერის ან სარეკლამო სტატიის განთავსების, სარეკლამო მასალის მომზადების ვალდებულებას. აღსანიშნავია, რომ თუ სატელევიზიო მედიასთან გაფორმებულ გარკვეულ კონტრაქტებში აუდიტორიის მოცვა (სატელევიზიო რეიტინგები) ხელშეკრულებების წინაპირობაა, განსხვავებული ვითარებაა ბეჭდური გამოცემების შემთხვევაში, სადაც ხელშეკრულებები ძირითადად არ შეიცავს დათქმას საგაზეთო ტირაჟებისა და გავრცელების არეალის შესახებ. ამასთანავე ცალკე უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ ბეჭდვით მედიას არაგამჭვირვალობა ახასიათებს და როგორც წესი, ისინი საკუთარ გამოცემებზე ტირაჟების მითითებას არ ახდენენ. გასათვალისწინებელია ისიც, რომ განსხვავებით მაუწყებლებისგან, ბეჭდვით მედიას ფინანსური შემოსავლების დეკლარირების ვალდებულება კანონმდებლობით არ ევალება. ერთადერთი წყარო, საიდანაც ბეჭდვითი მედიის შემოსავლების შესახებ ინფორმაციის მოპოვებაა შესაძლებელი, საბიუჯეტო ორგანიზაციების შესყიდვებია.

4.3. საბიუჯეტო სარეკლამო/საინფორმაციო მასალების გაზეთებში განთავსების ფორმები და შინაარსი

საბიუჯეტო ორგანიზაციების მიერ გაზეთებთან გაფორმებული ხელშეკრულებისას ყურადღება სარეკლამო მასალების (სტატიების) განთავსების ფორმებსა და შინაარსზე გამახვილდა. მიღება-ჩაბარების აქტების საფუძველზე შემთხვევითი შერჩევის პრინციპით გაზეთების „კვირის ქრონიკა“, „რეზონანსი“, „პრაიმ თაიმის“, „საქართველოს რესპუბლიკის“ და „კვირის პალიტი-

რის“ იმ ნომრებს დავაკვირდით, რომლებშიც საბიუჯეტო ორგანიზაციების სარეკლამო მასალების განთავსება იყო გათვალისწინებული.

დაკვირვების შედეგად შემდეგი ტენდენციები გამოიკვეთა:

- **დაფინანსებული სტატიები.** ყველაზე მეტი საბიუჯეტო ფასიანი სტატია გაზეთ “რეზონანსში” დაიბეჭდა. ეს გამოცემა 2015 წელს გაზეთებს შორის გაფორმებული ხელშეკრულებების მიხედვით მეორე ადგილზე (80 057) იყო. პირველ ადგილზე მყოფი (85 916) გაზეთი “საქართველოს რესპუბლიკა”, რომელზეც დეტალური ინფორმაცია ანტიდასავლური და ჰომოფობიური მედიების ნაწილში ცალკეა გამოყოფილი, მხოლოდ სატენდერო წინადადებებსა და განცხადებებს აქვეყნებდა, რაც მკაფიოდ იყო გამიჯნული სარედაქციო მასალებისგან.
- **სარეკლამო მასალების სარედაქციოსგან გამიჯვნა.** სარეკლამო მასალების სარედაქციო მასალებისგან გამიჯვნის წესები და პრაქტიკა გამოცემების მიხედვით განსხვავებულია:
 1. გაზეთ „პრაიმ ტაიმი“ რაიმე სახის ნიშანი, რომელიც მკითხველს დაფინანსებული მასალის სარედაქციო პუბლიკაციებისგან გამიჯვნაში დაეხმარება, მითითებული არ არის.
 2. მართალია, გარეხედი “რეზონანსში” სარეკლამო ტიპის მასალების შესახებ მითითება ბოლო გვერდზე, მცირე შრიფტით გამოყოფილ ჩარჩოში, ანექდოტების რუბრიკის თავზეა მოცემული, მაგრამ თავად რუბრიკების სახელწოდებების შინაარსი შეცდომაში შემყვანია, რადგან სარეკლამო მასალების სარედაქციოსგან გამიჯვნის შესაძლებლობას არ იძლევა. მაგალითად, რთულია, რუბრიკები „ბიზნესპრესი“, “პროექტები”, “პრესკონფერენცია”, “მოვლენა”, “ექსპრესინტერვიუ” მკითხველმა დაფინანსებულ მასალად აღიქვას.
 3. გაზეთებში “ალია” და „კვირის ქრონიკა“⁴⁷ ბოლო გვერდზე მითითებულია, რომ – ®-ით, D-ით და O-ით დაბეჭდილი მასალები შემკვეთის მიერ არის დაფინანსებული. R ნიშანით გამოქვეყნებული მასალების სარეკლამო შინაარსი ბოლო გვერდზე მითითებული აქვს გაზეთ “კვირის პალიტრასაც”. თუმცა პრაქტიკაში ეს წესები განსხვავებულად მუშაობს. მაგალითად, 2015 წლის 21-27 დეკემბერს გაზეთებმა „კვირის ქრონიკამ“ და „კვირის პალიტრამ“ გამოაქვეყნეს სტატიები, რომელთა განთავსება სახელმწიფო სერვისების განვითარების სააგენტოს კონტრაქტით იყო გათვალისწინებული. საზოგადოებრივი ცენტრების შესახებ გამოქვეყნებულ “კვირის პალიტრის” მასალას, სათაურით “200-ზე მეტი სახელმწიფო და კერძო სერვისი კომფორტულ გარემოში” ბოლოში ერთვოდა რეკლამის აღმნიშვნელი ნიშანი R, ხოლო “კვირის ქრონიკის” იდენტური თემაზე მომზადებულ მასალას “საზოგადოებრივი ცენტრები – სახელმწიფო და კერძო სერვისები სოფლის მოსახლეობისთვის” სარეკლამო სტატიის აღმნიშვნელი ნიშანი არ ახლდა (იხ. ფოტო გვ. 39).
- **პოზიტიური (პრომო) სათაურები.** გაზეთმა რეზონანსმა, რომელიც საბიუჯეტო ორგანიზაციებთან გაფორმებული ხელშეკრულებების რაოდენობის მხრივ მეორე ადგილზეა, რუბრიკაში „ბიზნესპრესი“ არაერთი შეკვეთილი სტატია გამოაქვეყნა. სტატიის სათაურები ისეთ მახასიათებლებს შეიცავს, როგორიცაა “უნიკალური”, “სრულფასოვანი”, „შთაბეჭდავი“, „ნახტომისებური ზრდა“ და ა.შ (იხ. ცხრილი 4.1). რუბრიკის სახელწოდება “ბიზნესპრესი”, ასევე ის ფაქტი, რომ სარეკლამო სტატიების ნაწილი გაზეთის ჟურნალისტების მიერ არის

⁴⁷ ამჟამად გამოდის სახელწოდებით „კვირის ალია“.

მომზადებული, შეცდომაში შემყვანია და სარედაქციო მასალების სარეკლამოსგან მკაფიოდ გამიჯვნის შესაძლებლობას არ იძლევა.

**ცხრილი 4.1. 2014–2015 წლებში გაზეთ რეზონანსში რუბრიკაში „ბიზნესპრესი“
გამოქვეყნებული ფასიანი სტატიები.**

უწყება	სტატიის სათაური
სოფლის მეურნეობის სამინისტროს პროექტების მართვის სააგენტო	პირველად საქართველოში მეხილეობის განვითარების უნიკალური შესაძლებლობა გაჩნდა.
ოკუპირებული ტერიტორიებიდან იძულებით გადაადგილებულ პირთა განსახლებისა და ლტოლვილთა სამინისტრო	ემიგრაციიდან დაბრუნებულ 2 ათასამდე თანამემამულეს სრულფასოვანი დახმარება აღმოუჩინეს
ღვინის ეროვნული სააგენტო	ღვინის ტურების პოპულარობა დიდი სისწრაფით იზრდება
ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია	შთამბეჭდავი მატება – აგვისტოში საქართველოს 10%-ით მეტი საერთაშორისო ვიზიტორი ეწვია
ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია	ბოლო 2 თვეში ტურიზმის ნახტომისებრური ზრდაა

- **ფასიანი ინტერვიუები.** გამოიკვეთა ფასიანი ინტერვიუების გამოქვეყნების პრაქტიკა, როდესაც გამოქვეყნების ფორმა მასალის რეკლამად აღქმის შესაძლებლობას არ იძლეოდა. მაგალითად, 2015 წლის 23 მარტს გაზეთ „პრაიმ ტაიმში“ რუბრიკაში EXCLUSIVE სოფლის მეურნეობის მინისტრ ოთარ დანელიას ინტერვიუ „ახალი პროექტი სოფლის მეურნეობის სამინისტროსგან“ გამოქვეყნდა, რომელიც მკაფიოდ არ იყო გამიჯნული სარედაქციო მასალებისგან. ინტერვიუს ლიდში კი ავტორი, რომელიც გაზეთისთვის სხვა მასალებსაც აქვეყნებს, ასეთ შესავალს აკეთებს: „სანამ პოლიტიკური ოპონენტები მიზეზებს ეძებენ და ხშირად ცდილობენ, უმიზეზოდ ჭიქაში ქარიშხალი დაატრიალონ სოფლის მეურნეობის სამინისტრო ახალ პროექტებზე მუშაობას განაგრძოს.“ „პრაიმ ტაიმის“ მსგავსად ფასიანი ინტერვიუ საქართველოს ოკუპირებული ტერიტორიებიდან იძულებით გადაადგილებულ პირთა, განსახლებისა და ლტოლვილთა სამინისტროს დაფინანსებით 2014 წლის 10 ივნისს გაზეთ „რეზონანსშიც“ გამოქვეყნდა, რუბრიკით „ექსპრესნიუსი“. ინტერვიუ მინისტრის ყოფილ მოადგილესთან სანდრო ბრეგაძესთან სათაურით, „სანდრო ბრეგაძე: დევნილებს განსაკუთრებული ყურადღება სჭირდებათ“ გაზეთის მოქმედ კორესპონდენტს ჰქონდა აღებული და შეცდომაში შემყვანი იყო, რადგან ფასიანი მასალის აღქმის შესაძლებლობას

არ იძლეოდა. ცალკე საკითხია, თუ რამდენად მიზანშეწონილია ბიუჯეტიდან ისეთი მასალის დაფინანსება, რომელიც ცალკეულ მოვლენებთან დაკავშირებით საჯარო პირის დამოკიდებულებების გავრცელებას ისახავს მიზნად და არა მოქალაქეების ინფორმირებას სახელმწიფოს მიერ გაწეული საქმიანობის ან გარკვეული სერვისის შესახებ.



იდენტური შინაარსის ცალმხრივი მასალები სხვადასხვა გაზეთში. 2015 წლის 17 სექტემბერს ერთდროულად ორ გაზეთში გამოქვეყნდა იდენტური შინაარსის სტატიები, რომლებშიც საკონსტიტუციო სასამართლოს მოსამართლის მერაბ ტურავას პრეტენზიები საკონსტიტუციო სასამართლოს თავმჯდომარისა და სხვა კოლეგების მიმართ ცალმხრივად იყო წარმოდგენილი. გაზეთ “რეზონანსის” მასალა, სახელწოდებით “მოსამართლე მერაბ ტურავა საკონსტიტუციო სასამართლოს მიზანმიმართულ ბეწოლაში ადანაშაულებს” ფასიანი რეკლამის რუბრიკაში “მოვლენა” გამოქვეყნდა, ხოლო გაზეთ “ახალ თაობაში” სახელწოდებით “მერაბ ტურავა გიორგი პაპუაშვილს და საკონსტიტუციო სასამართლოს ბეწოლაში ადანაშაულებს” დაიბეჭდა. მასალა საკონსტიტუციო სასამართლოს იმ გადაწყვეტილების გამოქვეყნების შემდეგ დაიბეჭდა, რომლითაც თბილისის ყოფილი მერის გიგი უგილავას საკონსტიტუციო სარჩელი ნაწილობრივ დაკმაყოფილდა და რომელზეც მერაბ ტურავა ავადმყოფობის გამო ხელს არ აწერდა. ორივე სტატიაში მოყვანილი იყო საკონსტიტუციო სასამართლოს რამდენიმე მოსამართლის ბიოგრაფიული მონაცემი, მათი „ნაციონალურ მოძრაობასთან“ კავშირის საილუსტრაციოდ. გაზეთ „რეზონანსმა“ წერილობით კითხვას, თუ ვის მიერ იყო ფასიანი რუბრიკაში “მოვლენა” გამოქვეყნებული სტატია დაფინანსებული, არ უპასუხა, ხოლო მერაბ ტურავამ MDF-თან სატელეფონო საუბრისას პუბლიკაციის დაფინანსების ფაქტი უარყო.

მომხმარებელი

მოსამართლე მერაბ ტურავა საკონსტიტუციო სასამართლოს მიზანმიმართულ ზეწოლაში ადანაშაულებს

ელენე ზანდიაშვილი

საკონსტიტუციო სასამართლოს მოსამართლე მერაბ ტურავას განცხადებით, საკონსტიტუციო სასამართლოს თავმჯდომარისა და წევრების მხრიდან მასზე ზეწოლა ხორციელდება. მისი თქმით, საკონსტიტუციო სასამართლოს გიგი უგულავას საქმეზე განჩენის გამოცხადება შეტყობინებულად უჩვენებია, რაც მას არაა კონიერულად მიიჩნია. ტურავას განცხადებით, გადაწყვეტილების სარეზოლუციო ნაწილის გასაცნობად მას კონიერული დრო არ მიეცა.

საკონსტიტუციო სასამართლოს მოსამართლის თქმით, სასამართლომ უგულავას დაარღვია, მოსამართლეებმა კი გადაწყვეტილება მოუხმადებლად დააფიქსირეს. ტურავას აზრით, არავითარ შემ-



4

პოლიტიკა

2015, 17 სექტემბერი, №218



მერაბ ტურავა გიორგი პაპუაშვილს და საკონსტიტუციო სასამართლოს ზეწოლაში ადანაშაულებს

15 სექტემბერს ნაციონალური მოძრაობის „ელიტა“ მოუთმენლად ელოდა საკონსტიტუციო სასამართლოს გადაწყვეტილებას თბილისის ყოფილი მერიის, გიგი უგულავას სარჩელთან დაკავშირებით, თუმცა დღის ბოლოს გაირკვა, რომ ბათუმის სააგადმფოლოში მოთავსებული მოსამართლე მერაბ ტურავა საკონსტიტუციო სასამართლოს გადაწყვეტილების ხელს ვერ აწერდა.

რად თქმა უნდა, ნაციონალურმა ეს პოლიტიკურ დევნად აღიქმეს. ტურავა „ჯეორჯი ტაიპს“, თუმცა ისინი საკონსტიტუციო სასამართლოს თავმჯდომარემ, გიორგი პაპუაშვილმა დაამშვიდა, ხვალისდელი დღე გათენდეს და ტურავას ხელს პირადად მოვანერჩებო.

საქმის მართლაც, პაპუაშვილი მოსა-



— ამასთანავე, საქართველოს საკონსტიტუციო სასამართლომ აცხადებს, რომ საქართველო

დემარტამქტი, ხოლო როდესაც ბლადიმის კუთვნილი პეტროვარების მისაკუთრებაზე, აჭარის ორ საგანმრთლებო ხანაში, თაღლითობის მუხლით, მიმდინარეობს გამოძიება. გიორგი პაპუაშვილმა 2015 წლის 17 მარტს, ცოლის დის, ფურხანის ქცეა ხოფერიას ღირსშესაძლო გიორგი ლევქიძისთან გათვითმუხტა წასვლა, რომელიც ზღუდრულადაა და როდესაც ბლადიმის საცხოვრებელი სახლი გასაბეჭდა 195,000 აშშ დოლარად, იქედან გამომდინარე, რომ სადსო ქონებაზე როდესაც ბლადიმის ადვოკატების მხრიდან მოთხოვნითაა უფადის წარმოშობის რეგისტრაცია, საჯარო რეგისტრის ნასაფდოსა სპეცტომ გიორგი პაპუაშვილს ნასაფდოსა სპეცტომ გიორგი პაპუაშვილს უფრო უფროსა და აბაზის გიორგი პაპუაშვილის მხრიდან როდესაც ბლადიმის კუთვნილი ქონების გასაბეჭდის პროცესი დროებით შეწყვეტილია.

ახლა უზუალოდ სასამართლოს წევრებს რაც შეეძლება.