

# მედიაპროდუქციის კვალიყონი მონონიკვა



**IDFI**

ინფორმაციის თავისუფლების  
განვითარების ინსტიტუტი



მოცემული მასალის მომზადება დაფინანსებულია შვედეთის საერთაშორისო განვითარების თანამშრომლობის სააგენტოს, Sida-ს მიერ. შინაარსზე პასუხისმგებლობა სრულად ეკისრება მის შემქმნელს. Sida შესაძლოა არ იზიარებდეს გამოთქმულ ხედვებსა და ინტერპრეტაციებს.

## შინაარსი

შესავალი .....	4
მედიაკრიტიკა.....	6
მედიაკრიტიკის ობიექტები .....	7
მედიაკრიტიკის ავტორები და ექსპერტები.....	9
დასკვნა .....	14

## შესავალი

2018 წლის 2 აგვისტოს საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულმა კომისიამ ა(ა)იპ „მედიაკადემია“ დააფუძნა, რომლის საქმიანობის მიზანს საქართველოში მედიაწიგნიერების განვითარების ხელშეწყობა წარმოადგენს.

„მედიაკადემია“ დაფუძნდა საქართველოს „მაუწყებლობის შესახებ“ და „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ კანონის საფუძველზე, ამავე კანონებით დადგენილი მიზნების მისაღწევად. „მედიაკადემიის“ წესდების თანახმად, აკადემიის ბიუჯეტის, ორგანიზაციული სტრუქტურის, სამტატო ნუსხისა და თანამშრომელთა სახელფასო ბადის დამტკიცება კომუნიკაციების კომისიის კომპეტენციას განეკუთვნება. აკადემიის აღმასრულებელ დირექტორს თანამდებობაზე ერთპიროვნულად ნიშნავს და ათავისუფლებს კომისიის თავმჯდომარე. ამასთან, აკადემიის აღმასრულებელ დირექტორს სტრუქტურული ერთეულების ხელმძღვანელების დანიშვნა და გათავისუფლება მხოლოდ კომისიის თავმჯდომარესთან შეთანხმებით შეუძლია.

მედიაკადემიის ხელმძღვანელად 2018 წლის აგვისტოში დავით კაკაბაძე დაინიშნა, რომელიც მანამდე რადიო თავისუფლების ქართული სამსახურის ხელმძღვანელის თანამდებობას 2005 წლიდან 2018 წლის იანვრამდე იკავებდა. მედიაკადემიის ცალკე ვებგვერდი არ აქვს, ფეისბუქის ოფიციალურ გვერდზე კი კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის ვებგვერდი აქვთ მითითებული, სადაც მედიაკადემიის ბანერზე გადასვლით, შეგიძლიათ ახალ ამბებს გაეცნოთ. შესაბამისად, ორგანიზაციის ხელმძღვანელისა და სხვა დეტალების შესახებ ინფორმაცია პროაქტიულად არსად არის გამოქვეყნებული.

მედიაკადემიის ბიუჯეტი დაფუძნებიდან დღემდე, ასე გამოიყურება:

წელი	ბიუჯეტი
2018 <sup>1</sup>	501,346.71
2019	2,469,751.50
2020	3,092,809

რაც შეეხება მედიაკადემიის ბიუჯეტის შესრულების ანგარიშებს, კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის მიერ 2020 წლის 13 იანვარს მოწოდებული ინფორმაციის თანახმად, ასე გამოიყურება:

<sup>1</sup> 2018 წლის 5 თვე (აგვისტო-დეკემბერი)

ბ) ა(ა)იპ მედიააკადემიის 2018 და 2019 წლების ბიუჯეტების შესრულების ანგარიშებია:

#### 2018 წელი

ა(ა)იპ „მედიააკადემიის“ ხარჯები	ხარჯი ლარი
ძირითადი საშუალებები	7,698.00
მივლინების ხარჯები	2,546.00
საბანკო მომსახურების ხარჯი	160.19
ტრენინგის ხარჯები	13,412.00
შრომის ანაზღაურება	31,484.00
სახ. ბიუჯეტის ანარიცხები	7,871.00
სულ	63,171.19

#### 2019 წელი (11 თვე)

ა(ა)იპ „მედიააკადემიის“ ხარჯები	ხარჯი ლარი
ძირითადი საშუალებები	420,518.21
შრომის ანაზღაურება	265,434.17
ადმინისტრაციული და საოპერაციო ხარჯები	1,214,366.85
სულ	1,900,319.23

#### მედიააკადემიის პლატფორმები

მედიააკადემიას ეკუთვნის რამდენიმე პლატფორმა:

- **მედიასკოლა** - ჟურნალისტების, პროდუსერებისა და მედიამენეჯერების გადამამზადებლად;
- **მედიალაბი** - ციფრულ მედიაში სტარტაპების მხარდასაჭერად და დასაფინანსებლად;
- **მედიაკრიტიკა** - მედიაპროდუქტების გასაანალიზებლად და **შესაფასებლად**.

როგორც კომისიის ვებგვერდზე განთავსებული სიახლეებიდან ირკვევა, **მედიასკოლის** ხელმძღვანელი გიორგი ფუტყარაძეა, რომელიც სხვადასხვა დროს საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხის ჟურნალისტი, საინფორმაციო სამსახურის უფროსი, მაესტროს გენერალური პროდიუსერი იყო. **მედიაკრიტიკისა** და **მედიალაბის** შესახებ მსგავსი ინფორმაცია არსადაა განთავსებული. შესაბამისად, უცნობია, თუ უშუალოდ ვინ ხელმძღვანელობს ამ ორ პლატფორმას.

აღსანიშნავია, რომ **მედიაკრიტიკის** შექმნას მედიის ექსპერტების ნაწილი უნდობლობით შეხვდა: მათ გამოთქვეს ვარაუდი, რომ საქართველოს კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისია მედიის შინაარსის რეგულირებაზე გადავიდა და გასცდა მის უფლებამოსილებას, ასევე, შეიქმნა ცენზურის საფრთხე და ხელისუფლებისადმი კრიტიკულად განწყობილი მედიის წინააღმდეგ პლატფორმის გამოყენების **შესაძლებლობა**. **სწორედ ამ ეჭვების საპასუხოდ, უმნიშვნელოვანესია, რომ „მედიააკადემია“ და მისი ქოლგის ქვეშ მყოფი პლატფორმები საქმიანობდნენ გამჭვირვალედ და ღიად.**

## მედიაკრიტიკა

იქიდან გამომდინარე, რომ მედიააკადემიის კონკრეტულ პლატფორმებზე ინფორმაცია საზოგადოებისთვის არ არის პროაქტიულად ხელმისაწვდომი, ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტი (IDFI) დაინტერესდა აღნიშნული პლატფორმებით და ამ ეტაპზე მედიაკრიტიკის ერთწლიანი საქმიანობა შეისწავლა.

მედიაკრიტიკის ვებგვერდზე მითითებულია, რომ აღნიშნული პროექტი გულისხმობს „მედიაპროდუქტების გაანალიზებას და შეფასებას მედიის ხარისხის ამადლების მიზნით. მედიაკრიტიკის მიზანია საზოგადოებისთვის პროფესიული და კვალიფიციური ანალიზის მიწოდება, ინფორმაციის კრიტიკული აღქმის და საბოლოო ჯამში, გააზრებული და ინფორმირებული არჩევანის ხელშეწყობა“. ამასთან, მედიააკადემიამ შეიმუშავა საკუთარი **„მედიაპლატფორმა“**, ანუ სარედაქციო კოდექსი, რომელსაც ეფუძნება მედიაკრიტიკის საქმიანობა. რაც შეეხება სხვა ინფორმაციას, თუ რამდენი თანამშრომელი ჰყავს მედიაკრიტიკას, რამდენი დაქირავებული ექსპერტი, რა ბიუჯეტი აქვს პროექტს ყოველწლიურად, ეს ინფორმაცია არსადაა მითითებული.

IDFI-მ 2020 წლის იანვარში მედიააკადემიიდან გამოითხოვა საჯარო ინფორმაცია, სადაც სხვა ინფორმაციასთან ერთად, მოთხოვნილი იყო ააიპ **„მედიააკადემიაში“ მოქმედი „მედიაკრიტიკის“ ფუნქციების განმსაზღვრელი სამართლებრივი აქტების ასლები, ასეთის არსებობის შემთხვევაში, „მედიაკრიტიკის“ ფარგლებში განხორციელებული აქტივობების ჩამონათვალი, თითოეულის დეტალური ხარჯების მითითებით, მათ შორის მოწვეული ექსპერტების ანაზღაურების ჩათვლით.**

აღნიშნულ მოთხოვნებზე IDFI-მ პასუხები მედიააკადემიისგან ვერ მიიღო, კომუნიკაციების ეროვნულმა კომისიამ კი ისევ მედიააკადემიასთან გადაგვამისამართა. მედიააკადემიამ უარი დაასაბუთა იმით, რომ ის არ წარმოადგენს საჯარო სამართლის იურიდიულ პირს არც ორგანიზაციულ-სამართლებრივი და არც ფუნქციონალური გაგებით. IDFI-მ „მედიააკადემიის“ უარის წერილი გაასაჩივრა საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიაში, როგორც „მედიააკადემიის“ დამფუძნებელ და ზედამხედველ ორგანოში, რომლის წინაშეც აკადემიას

ანგარიშვალდებულება გააჩნია და რომლის კანონით დადგენილი უფლებამოსილების განხორციელების მიზნითაც შეიქმნა ორგანიზაცია. კომისიამ უარი განაცხადა ადმინისტრაციული საჩივრის დაკმაყოფილებაზე, იმ მოტივით რომ ის არ წარმოადგენდა საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსით განსაზღვრულ „მედიააკადემიის“ ზემდგომ ადმინისტრაციულ ორგანოს. ამ ეტაპზე, დავა IDFI-ისა და მედიააკადემიას შორის თბილისის საქალაქო სასამართლოში მიმდინარეობს. მოსამზადებელი სხდომა 2020 წლის ივნისში გაიმართა, თუმცა მთავარი სხდომა, 6 თვის გასვლის შემდეგაც კი არ არის ჩანიშნული.

არსებული გაუმჭვირვალე საქმიანობის ფონზე, IDFI ამ ეტაპზე დაინტერესდა მედიაკრიტიკის პლატფორმის საქმიანობით და შეისწავლა მათ ვებგვერდზე საჯაროდ განთავსებული მასალები, გაანალიზა მათი შინაარსი და ავტორების შესახებ ინფორმაცია.

## მედიაკრიტიკის ობიექტები

23 დეკემბრის მდგომარეობით, მედიაკრიტიკის პლატფორმაზე 308 ტექსტია განთავსებული. აქედან 60 რეცენზიის კატეგორიაში, 65 - ბლოგის, ხოლო 183 - რეპლიკის. საინტერესოა, ამ გამოქვეყნებული მასალებიდან თუ რომელ მედიაზე ან რა კონკრეტულ თემატიკაზე კეთდება აქცენტი. ამისათვის ჩვენ შევეცადეთ თითოეული ტექსტი გაგვეანალიზებინა და დაგვეყო თემატიკისა და გაკრიტიკებული მედიის მიხედვით. შედეგები მოცემულია ცხრილში.

### რეცენზიები - მედიაკრიტიკის ანალიტიკური მიმართულება

მედია საშუალება	რეცენზიების რაოდენობა
ზოგადი	26
მთავარი	16
ტვ პირველი	10
ფორმულა	3
რუსთავი 2	44
ნეტგაზეთი	2
რადიო თავისუფლება	1
იმედი	2

<sup>2</sup> ზოგი რეცენზია მოიცავს რამდენიმე მედიასაშუალების კრიტიკას, ამიტომ, ცხრილში წარმოდგენილი რაოდენობები შესაძლოა არ ემთხვეოდეს რეცენზიების სრულ რაოდენობას.

<sup>3</sup> იგულისხმება ისეთი რეცენზიები, რომელიც ყველა მედიას ეხება, ან მედიასაშუალების დაკონკრეტების გარეშე, ზოგადად მიმოიხილავს პრობლემატურ საკითხებს.

<sup>4</sup> ერთი რეცენზია მიძღვნილია რუსთავი 2-ის ძველი მფლობელების დროინდელ პერიოდზე.

როგორც ცხრილიდან ჩანს, რეცენზიების უმეტესობა ე.წ. ხელისუფლებისადმი კრიტიკულ მედიას მიემართება, შემდგომ მოდის ზოგადი რეცენზიები, სადაც კონკრეტული მედიასაშუალებები არ არის ნახსენები. არც ერთი რეცენზია არ ახსენებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველ არხს, ხოლო ტელეკომპანია იმედი, რამდენიმე ტექსტში მოხსენიებულია, თუმცა მხოლოდ ერთ [რეცენზიაში](#) გვხვდება კრიტიკა. ამასთან, აღსანიშნავია, რომ აჭარის ტელევიზიას, პოსტივის, ობიექტივსა და ტელეკომპანია კავკასიას არც ერთი რეცენზია, ბლოგი და რეპლიკა არ ახსენებს.

## ბლოგები - რუბრიკა საავტორო პროდუქტებისთვის

მედია საშუალება	ბლოგების რაოდენობა
ზოგადი	38
მთავარი	14
ტვ პირველი	3
„ოპოზიციური“ მედია	9
ფორმულა	3
იმედი	2
საზოგადოებრივი მაუწყებელი	1
მეთიუ ბრაიზა	1
ინგა გრიგოლია	1
MDF	1

როგორც ცხრილიდან ჩანს, ბლოგის შემთხვევაში ზოგადი შინაარსის ტექსტების შემდეგ ყველაზე მეტი აქცენტი „ოპოზიციურ მედიაზე“ კეთდება. მნიშვნელოვანია, რომ მედიაკრიტიკის ავტორები ხშირად ახდენენ რამდენიმე მედიის კლასიფიცირებას, როგორც „ოპოზიციური მედია“ (მთავარი არხი, ფორმულა და ტვ პირველი) და ხშირად ამ საერთო სახელით მოიხსენიებენ მათ. ზოგიერთ სტატიაში კონკრეტული მედიები არ არის ნახსენები და ტექსტი ზოგადად „ოპოზიციური მედიის“ კრიტიკას ეძღვნება, ზოგ შემთხვევაში კი კრიტიკა აღნიშნულ სამ ტელევიზიას ეხება. ორივე ასეთი შემთხვევა ასახულია კატეგორია „ოპოზიციურ მედიაში“.

საინტერესოა, რომ ბლოგის ნაწილში გარდა მედიისა, მოხვდა ამერიკელი დიპლომატისა და სახელმწიფო დეპარტამენტის ყოფილი მაღალჩინოსნის, მეთიუ ბრაიზას კრიტიკაც. ბლოგი ელექტრონული კომუნიკაციების კანონში შეტანილ ცვლილებებს ეხება, რომელიც კომუნიკაციების კომისიამ მოამზადა და როგორც ადგილობრივი [კერძო](#) და [არასამთავრობო](#) სექტორის, ისე [საერთაშორისო საზოგადოების](#) მხრიდან კრიტიკა მოჰყვა. [ბლოგის](#) ავტორი ამყარებს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის პოზიციას და მეთიუ ბრაიზას პოზიციას ნაციონალურ მოძრაობასთან კავშირითა და მისი პირადი ინტერესით ხსნის. გარდა იმისა, რომ აღნიშნული სტატია პირდაპირ ასახავს კომისიის პოზიციას, გაუგებარია, რატომ გამოქვეყნდა ასეთი შინაარსის ტექსტი ისეთ პლატფორმაზე, რომელიც მედიის კრიტიკას უნდა ეძღვნებოდეს.



## რეპლიკები - ყოველდღიურ ახალ ამბებზე ორიენტირებული ჟანრი

მედია საშუალება	რეპლიკების რაოდენობა
მთავარი	95
ტვ პირველი	33
ზოგადი	28
ფორმულა	15
ონლაინ მედია	14
„ოპოზიციური“ მედია	10
იმედი	9
რუსთავი 2	5
საზოგადოებრივი მაუწყებელი	1

როგორც ვხედავთ, რეპლიკის ნაწილში ხელისუფლების მიმართ კრიტიკული მედია მკვეთრად ლიდერობს. თვალმისაცემია აგრეთვე მთავარი არხის მიმართ განსაკუთრებული ყურადღება.

საინტერესოა, რომ მედიაკრიტიკის ფეისბუქ გვერდზე სულ 41 პუბლიკაციაა დასპონსორებული, საიდანაც 2 მედიაკრიტიკის დაარსებიდან ერთი წლის აღსანიშნავი პოსტია, 6 მათგანი ტვ პირველს ეხება, 3 - ფორმულას, 1 - ონლაინ მედიას, 1 - ინგა გრიგოლიას, 1 - რუსთავი 2-ს, 1 - იმელს, 1 - მთავარისა და იმედის დაპირისპირებას, 2 - ზოგადად მედიას, **23 მათგანი კი უშუალოდ მთავარი არხისაკენ მიმართული კრიტიკაა**, რაც ჯამური დასპონსორებული მასალების 56%-ს წარმოადგენს. დასპონსორებულ პროდუქტში 1,228 აშშ დოლარია დახარჯული, შესაბამისად, თანხობრივად მთავარი არხის კრიტიკის რეკლამაზე დაახლოებით 690 აშშ დოლარი მოდის.

## მედიაკრიტიკის ავტორები და ექსპერტები

საინტერესოა აგრეთვე ის ავტორები, რომლებიც მედიაკრიტიკის პროდუქტს ქმნიან. ამის გასაანალიზებლად, მედიაკრიტიკის ვებგვერდზე მითითებული პირების მცირე ბიოგრაფიები მოვიძიეთ და თითოეული მათგანის ავტორობით გამოქვეყნებული ტექსტები დავაჯგუფეთ, იმის მიხედვით, თუ რომელი მედიასაშუალებებს მიეძღვნა ისინი. აღსანიშნავია, რომ ავტორების შესახებ დეტალური ინფორმაცია თავად მედიაკრიტიკის ვებგვერდზე არ იძებნება. ამასთან, მნიშვნელოვანია, რომ IDFI-მ სხვა საკითხებთან ერთად, მედიააკადემიისგან ვერ მიიღო ინფორმაცია ვერც აღნიშნული ექსპერტებისათვის გადახდილი ანაზღაურების შესახებ.

### არჩილ სიხარულიძე

საერთაშორისო ურთიერთობების ექსპერტი, რომელიც მედიაკრიტიკასთან ერთად, საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხის ანალიტიკური მიმართულების კონტრიბუტორიცაა. სიხარულიძე ხშირად ჩნდება როგორც რესპონდენტი სპუტნიკის რუსულენოვან [გამოცემებში](#). ის ასევე მონაწილეობდა პრიმაკოვის ცენტრის მიერ ორგანიზებულ რამდენიმე [ღონისძიებაში](#), მათ შორის [მედია ფორუმში](#), რომელიც თბილისში გაიმართა. არჩილ სიხარულიძეს მედიაკრიტიკისთვის სულ 11 მასალა აქვს მომზადებული: 4 - მთავარ ახზე, 3 - იმედზე, 4 - „ოპოზიციურ მედიაზე“, 1 - ზოგადი და 1 - ტვ პირველზე. აღსანიშნავია, რომ უშუალოდ ტელეკომპანია იმედის კრიტიკა მხოლოდ ერთ ტექსტში გვხვდება, დანარჩენ შემთხვევებში კრიტიკის ძირითადი ობიექტი „ოპოზიციური მედიაა“, ხოლო იმედი ნახსენებია როგორც ოპოზიციური მედიის მიერ დამკვიდრებული უარყოფითი სტანდარტების უნებლიე გამმეორებელი.

### ზვიად ავალიანი

სხვადასხვა დროს იყო „პოსტივის“, „ობიექტივისა“ და საზოგადოებრივი მაუწყებლის თანამშრომელი. მას მედიაკრიტიკის პლატფორმაზე 17 ტექსტი აქვს გამოქვეყნებული. ავალიანის მასალებიდან 7 მთავარ არხს ეხება, 2 ფორმულას, 2 ტვ პირველს, 1 კი ნეტგაზეთს. ნეტგაზეთის მიმართ მიძღვნილ კრიტიკას, წინ უძღვოდა ჯერ პარტია ქართული ოცნებიდან აჭარის უმაღლესი საბჭოს დეპუტატისა და შემდეგ კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის თავმჯდომარის, კახა ბექაურის საჯარო [ბრალდებები](#) ნეტგაზეთის მიმართ. ავალიანი დანარჩენი სტატიები, ძირითადად ზოგადი ხასიათისაა ან ყველა მედიასაშუალებას ეხება, 2 ტექსტში კი ოპოზიციურ არხებთან ერთად ნახსენებია ტელეკომპანია იმედიც.

### ლელა კურდღელაშვილი

პროფესიით ჟურნალისტი, მუშაობდა საზოგადოებრივ მაუწყებელზე, მოგვიანებით კი კოკა ყანდიაშვილის [„ესპერსონაში“](#) იყო დასაქმებული. კურდღელაშვილს მედიაკრიტიკისთვის ჯამში 20 მასალა აქვს მომზადებული. ის არის ავტორი მეთიუ ბრაიზას კრიტიკისა, სადაც ფაქტობრივად კომუნიკაციების კომისიის პოზიციას დაცული. რაც შეეხება სხვა მასალებს, კურდღელაშვილს ყველაზე მეტი, 10 მასალა მთავარ არხზე, 4 - ტვ პირველზე, 1 - ფორმულაზე და 6 ზოგადად მედიის პრობლემებზე აქვს მომზადებული. რამდენიმე ზოგად ბლოგში, იმედიცაა ნახსენები, სხვა არხთან შედარებისა და პოლარიზაციის პრობლემის წარმოჩენის კუთხით.

### ხათუნა კილურაძე

ჟურნალისტი. მისი მასალების უმეტესობა რეპლიკის რუბრიკაშია, რომელიც მედიაში გავრცელებულ კონკრეტულ მასალებზე კრიტიკას ეთმობა. კილურაძეს 85 რეპლიკა აქვს მომზადებული, რაც იმაზე მიუთითებს, რომ ის სავარაუდოდ შტატიანი თანამშრომლის სტატუსითაა დასაქმებული და არ არის მოწვეული ექსპერტი. მისი მასალების უმეტესობაც მთავარ არხს, ფორმულასა და ტვ პირველს ეხება, თუმცა გვხვდება ზოგადი შინაარსის რეპლიკაც და ტელეკომპანია იმედის კრიტიკაც.

### მანანა მჭედლიშვილი

ჟურნალისტი. ხათუნა კილურაძის მსგავსად, მის მიერ მომზადებული მასალებიც რეპლიკის ჟანრშია და ყოველდღიურ ახალ ამბებს ეხება. მას ჯამურად 92 რეპლიკა აქვს გამოქვეყნებული, საიდანაც უმეტესობა ოპოზიციური მედიის კრიტიკას ეთმობა.

### რეზო საყვეარიშვილი

ჟურნალისტი. სხვადასხვა დროს იყო ტელეკომპანია იმედის დირექტორი. 2015 წელს მოსამართლე თამაზ ურთმელიძის გადაწყვეტილებით, ის რუსთავი 2-ის დროებით მმართველად დაინიშნა. ასევე იკავებდა ფორბსის ქართული გამოცემის მთავარი რედაქტორის თანამდებობას. საყვეარიშვილს მედიაკრიტიკისთვის 18 მასალა აქვს მომზადებული, რომლებიც ზოგად კატეგორიაში ხვდება. მისი სტატიები არ ეხება რომელიმე კონკრეტულ მედიას, უმეტესწილად ყურადღებას ამახვილებს მედიის ზოგად პრობლემებზე და სხვადასხვა ეკონომიკურ საკითხებზე.

### მიხეილ ვარძელაშვილი

ჟურნალისტი, მუშაობდა საზოგადოებრივ მაუწყებელზე. მედიაკრიტიკის ვებგვერდზე მისი ავტორობით 8 მასალაა განთავსებული, რომელთაგან 1 მთავარ არხს ეხება, 1 - მთავარ არხსა და ფორმულას, 2 - რუსთავი 2-ს, 4 კი ზოგადი ხასიათისაა.

### ვახტანგ მაისაია

პოლიტოლოგი. მუშაობდა თავდაცვის სამინისტროსა და ნატოსთან საქართველოს თავდაცვის მისიაში. მაისაიას სულ ორი ბლოგი აქვს გამოქვეყნებული და ორივე მათგანი ცხელი წერტილებიდან (ზუგდიდში „საქართველოს ბანკის“ ფილიალის დაყაჩაღებისა და დიდუბეში ერთ-ერთ მიკროსაფინანსო ორგანიზაციაში მძევლების აყვანა) გაშუქების თავისებურებებს ეძღვნება.

### ბასა ჯანიკაშვილი

მწერალი და დრამატურგი. მედიაკრიტიკაზე ჯამში 10 ბლოგი აქვს გამოქვეყნებული. მისი ათივე პროდუქტი სიუჟეტის დრამატურგიასა და აწყობას ეძღვნება. შესაბამისად, ყველა მათგანი ზოგადი კატეგორიისაა.

### ზაალ ანჯაფარიძე

ანალიტიკოსი. 2016 წელს მონაწილეობას იღებდა საზოგადოებრივი მაუწყებლის გენერალური დირექტორის შესარჩევ კონკურსში. მას ჯამურად 9 მასალა აქვს მომზადებული მედიაკრიტიკის ფარგლებში. აქედან 4 მთავარი არხის, 1 - ოპოზიციური მედიის, 1- ტვ პირველის, 2 - ზოგადი პრობლემის („ნეტგაზეთზე“ აქცენტით), 1 კი არასამთავრობო ორგანიზაცია მედიის განვითარების ფონდისა (MDF) და ამავე ორგანიზაციის ანტიდასავლური პროპაგანდის 2019 წლის ანგარიშს ეთმობა.

### ზაზა ფირალიშვილი

ფილოსოფოსი. მას სულ ორი ბლოგი აქვს გამოქვეყნებული. ორივე მათგანი ზოგადი ხასიათისაა და მედიის კრიტიკას არ მოიცავს.

### ლევან ბრეგაძე

ჟურნალისტი, ფილოლოგი და კრიტიკოსი. მას ჯამურად 13 მასალა აქვს გამოქვეყნებული და ყველა მათგანი გამართულ საუბარსა და წერას ეხება, ანუ ზოგად კატეგორიას განეკუთვნება.

### კრავაი ჯაყელი

ავტორი, რომელიც მედიაკრიტიკის პლატფორმაზე, სავარაუდოდ, ფსევდონიმით წერს, სულ 2 ბლოგის ავტორია. ორივე მათგანი ზოგადი ხასიათისაა, ერთი სოციალურ სივრცეში (ფეისბუქში) გამოხატვას ეხება, მეორე კი ზოგადად ქართულ მედიას მიმოიხილავს.

## ანა ლომთათიძე

როგორც მისივე [სტატიიდან](#) ჩანს, ანა ლომთათიძე ჟურნალისტია, თუმცა მის შესახებ დამატებითი ინფორმაცია ინტერნეტში არ იძებნება. მედიაკრიტიკის პლატფორმაზე მის სახელზე ჯამში ორი ბლოგი ირიცხება. ერთი ჟურნალისტის საქმიანობის მიმოხილვაა, მეორე კი კოვიდპანდემიის დროს ინფორმაციის ზედღოზირების საფრთხეს ეხება.

## გური სულთანშივილი

ტელეკომპანია “პოსტივის” წამყვანი და ანალიტიკოსია. აღსანიშნავია, რომ სულთანშივილს მკვეთრად გამოხატული პოლიტიკური პოზიცია აქვს, რაც ხელისუფლების აქტიურ მხარდაჭერას გულისხმობს. ის იმ საინიციატივო ჯგუფის ერთ-ერთი წევრი იყო, რომელმაც 2018 წელს პრეზიდენტობის კანდიდატად სალომე ზურაბიშვილი წარადგინა, რომელსაც მოგვიანებით მმართველმა გუნდმაც დაუჭირა მხარი. მანამდე სულთანშივილი საზოგადოებრივ მაუწყებელზეც მუშაობდა. სულთანშივილს მედიაკრიტიკის პლატფორმაზე სულ 9 ბლოგი/რეპლიკა აქვს გამოქვეყნებული, რომელთაგან 3 მთავარ არხს ეხება, 3 ზოგადია, 1 - ფორმულას, ერთი კი [NDI-ის საზოგადოებრივი აზრის კვლევას ეხება](#).

## ბაჩო ოდიშარია

ტელეარხ პოსტივიზე შალვა რამიშვილისა და გური სულთანშივილის თანაწამყვანი და ანალიტიკოსია. კერძოდ, ოდიშარია და სულთანშივილი პოსტივიზე უძღვებიან გადაცემას „ბაჩო და გური უყურებენ ქართულ მედიას“. მედიაკრიტიკისთვის მას ჯამურად 5 პროდუქტი აქვს შექმნილი, რომლებიც უმეტესწილად ეძღვნება ტვ პირველსა და მთავარ არხს, ერთი მათგანი კი - პერსონალურად ტვ პირველის წამყვანს ინგა გრიგოლიას.

## ნუკრი შოშიაშვილი

ნუკრი შოშიაშვილიც პოსტივის მოქმედი ანალიტიკოსია. მედიაკრიტიკისთვის მომზადებული 3 მასალიდან, ორი ტვ პირველის კრიტიკაა, ერთი კი ინფორმაციულ ბუშტებს (ე.წ. „ბაბლი“) ეძღვნება. შოშიაშვილი საკუთარ ფეისბუქ გვერდზე და პოსტივის სიუჟეტებშიც ხშირად ეხმიანება ქართული [მედიისა](#) და არასამთავრობო სექტორის საკითხებს.

## დასკვნა

ის ფაქტი, რომ კომუნიკაციების კომისიამ დააფუძნა მედიაკრიტიკის ორგანო, რომელიც მათ შორის თავად მედიიდან მიღებული რეგულირების საფასურით ფინანსდება, მედიაექსპერტებს დასაწყისშივე უჩენდა კითხვებს. მოგვიანებით, როგორც ზოგადად მედიააკადემიის, ისე კონკრეტულად მედიაკრიტიკის საქმიანობის გაუმჭირვალეობამ, უფრო მეტი კითხვა გააჩინა მის ფუნქციასა და მიუკერძოებლობასთან დაკავშირებით.

ამასთან, მედიაკრიტიკის კონტენტის ანალიზმა აჩვენა, რომ კრიტიკის უმეტესი ნაწილი მიემართება ისეთ მედიას, რომელსაც პლატფორმის ექსპერტები ხშირად „პოპოზიციურ“ ან „პარტიულ“ მედიას უწოდებენ. ფეისბუქზე დასპონსორებული სტატიების უმეტესი ნაწილიც სწორედ ასეთ მედიაზე მოდის. რაც უფრო პრობლემურია, გამოიკვეთა, რომ ზოგ შემთხვევაში პლატფორმაზე განთავსებული მასალა წინ უძღვის ან მოსდევს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიისათვის მნიშვნელოვანი საკითხების გადაწყვეტის პროცესს, ან მათზე კომისიის პოზიციის დაფიქსირებას. როგორც წესი, ასეთ შემთხვევებში მედიაკრიტიკის ავტორებისა და კომისიის პოზიციები სრულ თანხვედრაშია.

როგორც აღვნიშნეთ, მედიაკრიტიკის სამი ექსპერტი პარალელურად დასაქმებულია ტელეკომპანია პოსტივიზე. პოსტივის თავად აქვს მხილების რუბრიკა, რომელშიც ხელისუფლების მიმართ კრიტიკულ მედიას [ამხელს](#). მას შემდეგ, რაც 2019 წლის ნოემბერში პოსტივი ონლაინ მაუწყებლობიდან სატელევიზიო მაუწყებლობაზე გადავიდა, ის კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის რეგულირების სფეროში მოექცა. შესაბამისად, მარეგულირებელი კომისიის დაფუძნებული ორგანიზაციის (მედიააკადემია) მიერ, ამავე კომისიის რეგულირების სფეროში მოქცეული სუბიექტის (პოსტივის) მოქმედი თანამშრომლების ექსპერტებად დაქირავება, აჩენს ეჭვებს პოსტივის მიმართ მედიაკრიტიკისა და შესაბამისად, თავად კომისიის მიუკერძოებლობასთან დაკავშირებით. ამ მოსაზრებას ასვე ამყარებს ის ფაქტიც, რომ მედიაკრიტიკის არც ერთი მასალა არ ეხება პოსტივის კონტენტს.

ვფიქრობთ, რომ საქართველოს კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისია დაინტერესებული უნდა იყოს მის მიერ დაფუძნებული და დაფინანსებული ორგანიზაციის მიმართ საზოგადოების მაღალი ნდობით. შესაბამისად, კომისიამ უნდა უზრუნველყოს მათი საქმიანობის სრული გამჭვირვალობა, რათა არ გაჩნდეს კითხვები მედიის პოლარიზაციის წახალისებასა თუ კონკრეტული მედიების მიმართ მიკერძოებულობასთან დაკავშირებით.