



ევროკავშირი
საქართველოსთვის
The European Union for Georgia



საქართველოს 2021 წლის ადგილობრივი თვითმმართველობის არჩევნების მედიაში გაშუქების კვლევა

სოციალური მედიის მონიტორინგის წინასწარი ანგარიში

15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია

წინამდებარე ანგარიში მომზადებული და გამოცემულია საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიის მიერ, ევროკავშირისა (EU) და გაეროს განვითარების პროგრამის (UNDP) ხელშეწყობით. ანგარიშის შინაარსზე პასუხისმგებელია მხოლოდ საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია და მისი შინაარსის აღქმა ევროკავშირისა (EU) და გაეროს განვითარების პროგრამის (UNDP) პოზიციად დაუმეგებელია.

სარჩევი

კვლევის მიზანი	3
შერჩევა და დაკვირვების მეთოდი	3
ძირითადი მიგნებები	7
დანართი: დიაგრამები	11
სატელევიზიო არხების ფეისბუქ გვერდების მონიტორინგის შედეგები	11
ონლაინ მედიასაშუალებების ფეისბუქ გვერდების მონიტორინგის შედეგები	17

კვლევის მიზანი

2021 წლის ადგილობრივი თვითმმართველობის არჩევნების პერიოდში განხორციელებული სოციალური მედიის მონიტორინგი მიზნად ისახავს, შეისწავლოს, თუ რა სახის ინფორმაციას ეცნობა ყოველდღიურად მომხმარებელი სოციალური მედიიდან ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენების შესახებ. იმის გათვალისწინებით, რომ საქართველოში ყველაზე პოპულარული სოციალური ქსელი ფეისბუქია, მონიტორინგი განხორციელდა სწორედ იმაზე, თუ როგორ იყენებენ ამ პლატფორმას საარჩევნო პერიოდში ტრადიციული მედია და საარჩევნო სუბიექტები და რა ტიპის მასალებს უგროვდება ყველაზე მეტი ინტერაქცია მომხმარებელთა იმ ღია ჯგუფებსა და საჯარო გვერდებზე, რომლებსაც ასეულობით ათასი წევრი თუ გამომწერი ჰყავთ.

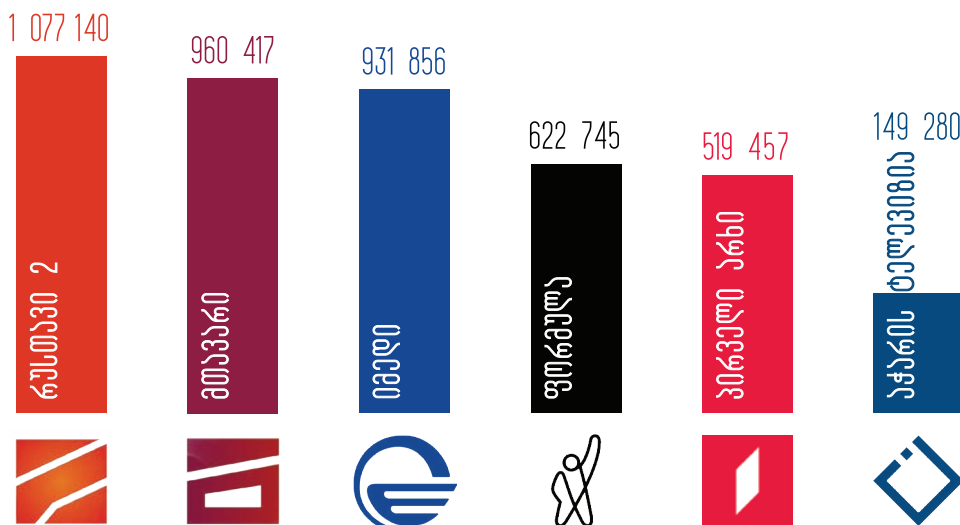
შერჩევა და დაკვირვების მეთოდი

მონიტორინგის პერიოდში მხოლოდ რაოდენობრივი დაკვირვება განხორციელდა შემდეგ წყაროებზე:

1) 6 სატელევიზიო არხის ფეისბუქ გვერდი

შერჩევის მეთოდი: ეროვნული მაუწყებლები, რომლებსაც საეთერო მაუწყებლობისა და ფეისბუქ გვერდის გარდა, ასევე, აქვთ საკუთარი ვებგვერდი, საიდანაც აქტიურად აზიარებენ მასალებს საკუთარ ფეისბუქ გვერდებზე და ამასთან, მათ ფეისბუქ გვერდს ჰყავს 100 ათასი გამომწერზე მეტი¹. ასევე, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიის ფეისბუქ გვერდი.

სატელევიზიო არხების გამომწერთა რაოდენობა ფეისბუქზე
25 სექტემბრის მონაცემებით

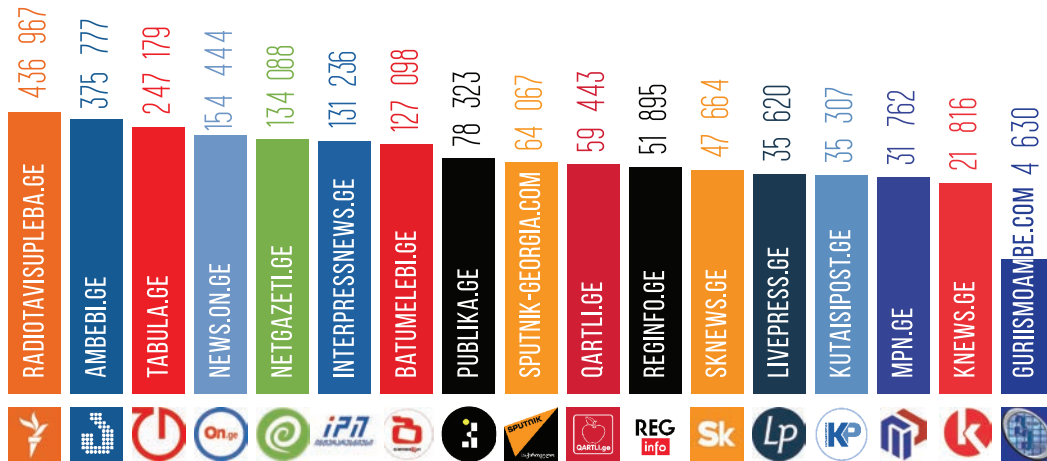


¹ მაგალითად, სატელევიზიო არხების ფეისბუქ გვერდების მონიტორინგისას დაკვირვება არ ხდებოდა „ტვ პირველის“ გვერდზე, ვინაიდან მონიტორინგის დაწყების პერიოდში ამ არხს არ ჰქონდა საკუთარი ვებგვერდი, რომლიდანაც სტატიებს ხშირად გააზიარებდა ფეისბუქ გვერდზე.

2) 17 ონლაინ მედიასაშუალების ფეისბუკ გვერდი

შერჩევის მეთოდი: „საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიის“ მიერ 2021 წლის ადგილობრივი თვითმმართველობის არჩევნების ონლაინ მედიაში გაშუქების მონიტორინგისთვის შერჩეული 17 ონლაინ მედიასაშუალება. მათ შორის, 8 რეგიონული გამოცემა.

ონლაინ მედიასაშუალებების გამოხვედრა რაოდენობა ფეისბუკზე
25 სექტემბრის მონაცემებით



დაკვირვების მეთოდი: შერჩეული სატელევიზიო არხებისა და ონლაინ გამოცემების ფეისბუკ გვერდებზე ყოველდღიურად გამოქვეყნებული ყველა მასალა, რომელშიც წარმოდგენილია მონიტორინგის სუბიექტი.

მონიტორინგის სუბიექტებს წარმოადგენენ საარჩევნო სუბიექტები, პარტიები, პოლიტიკოსები და დამოუკიდებელი კანდიდატები, რომლებიც 2021 წლის ადგილობრივი თვითმმართველობის არჩევნებში მონაწილეობენ. მონიტორინგის სუბიექტები, ასევე, არიან: მთავრობა (ცენტრალური, ადგილობრივი, აჭარის ა/რ), პრეზიდენტი, ბიძინა ივანიშვილი და მიხეილ სააკაშვილი.

კვლევისას ყურადღება გამახვილებულია იმაზე, თუ რა სიხშირითა და ტონით შუქდება ესა თუ ის სუბიექტი წარმოდგენილ მედიაპროდუქტში. გაშუქებას დადებითი ან უარყოფითი ტონი ენიჭება თუ: 1) არის სუბიექტის მიმართ დადებითი ან უარყოფითი შეფასებები ჟურნალისტის ან რესპონდენტის მხრიდან; 2) თუ თავად საკითხი ქმნის დადებით ან უარყოფით განწყობას გაშუქებული სუბიექტის მიმართ.

ტელევიზიების ფეისბუკ გვერდებზე გაზიარებულ ვიდეომასალებში მონიტორინგის სუბიექტების გაშუქება დაანგარიშებულია მათთვის დათმობილი დროის შესაბამისად. სხვა სახის მასალებში (ფოტოები, საავტორო ტექსტები თუ ვებგვერდიდან გაზიარებული სტატიები)

და ონლაინ მედიასაშუალებების ფეისბუკ გვერდებზე გაზიარებულ ყველა სახის მასალაში (ვიდეო, სტატია, ფოტო, საავტორო ტექსტი) სუბიექტი და გაშუქების ტონი განისაზღვრება ერთ ერთეულად, გაზიარებულ მასალაში წარმოდგენილი ინფორმაციის შესაბამისად. სტატიის სახით გაზიარებული მასალების შეფასება ხდება მხოლოდ სათაურის, ფოტოსა და თანდართული მინაწერის საფუძველზე.

მონიტორინგის პერიოდში მხოლოდ თვისებრივი დაკვირვება განხორციელდა შემდეგ წყაროებზე:

1) 22 სახელმწიფო უწყების ფეისბუკ გვერდი

შერჩევის მეთოდი: 11 სამინისტრო, მთავრობის ადმინისტრაცია, აჭარის ა/რ მთავრობა, აჭარის მთავრობის მეთაური, თბილისის მერია, თბილისის მერი, პრეზიდენტი, პრემიერ-მინისტრი, პარლამენტის თავმჯდომარე და 3 მინისტრი, რომლებსაც აქვთ დადასტურებული ოფიციალური ფეისბუკ გვერდი.

2) 63 მუნიციპალიტეტის მერიის ფეისბუკ გვერდი

შერჩევის მეთოდი: ყველა მუნიციპალიტეტის მერია, რომელსაც აქვს დადასტურებული ოფიციალური ფეისბუკ გვერდი.

3) 18 პარტიისა და 17 პარტიის თავმჯდომარის ფეისბუკ გვერდი

შერჩევის მეთოდი: 2020-2021 წლების მედიამონიტორინგის პერიოდში ქართულ მედიაში ყველაზე ხშირად გაშუქებული პოლიტიკური პარტიები და ამ პარტიების თავმჯდომარეების ოფიციალური ფეისბუკ გვერდები.

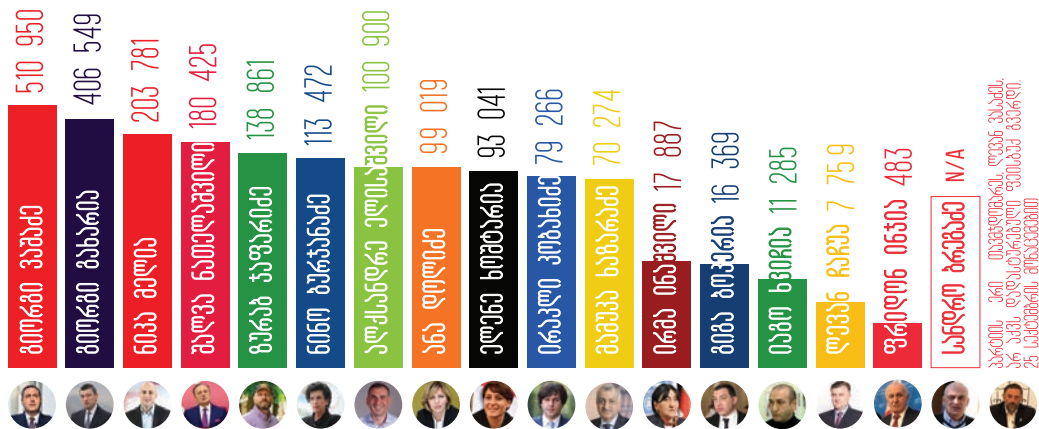
პოლიტიკური პარტიების გვერდების გამოძიება რეკლამის ფეისბუკზე
25 საქაბების მოწოდებით



დაკვირვების მეთოდი: შერჩეულ გვერდებზე ყოველდღიურად გამოქვეყნებულ ყველა მასალაზე ხორციელდება მხოლოდ თვისებრივი დაკვირვება, რათა პასუხი გაეცეს შემდეგ საკვლევ შეკითხვებს:

- ა) სახელმწიფო უწყებები, მუნიციპალიტეტის მერიები, პარტიები და პარტიების თავმჯდომარეები ფეისბუკ გვერდებს იყენებენ საკუთარი საქმიანობის წარმოსაჩენად თუ პარტიული კანდიდატების პიარის მიზნით ან ოპოზიციონერ პოლიტიკოსთა დისკრედიტაციისთვის?
- ბ) სახელმწიფო უწყებები, მუნიციპალიტეტის მერიები, პარტიები და პარტიების თავმჯდომარეები საკუთარი ფეისბუკ გვერდების მეშვეობით ხომ არ ავრცელებენ პრობლემურ მასალებს, მათ შორის მიზანმიმართულ დეზინფორმაციას, სიძულვილის ენასა თუ სხვადასხვა სახის დისკრიმინაციას?
- გ) პოლიტიკური პარტიებისა და პოლიტიკოსების მიერ ოპონენტთა კრიტიკისას ხომ არ ზიარდება განსაკუთრებულად პრობლემური მასალები, როგორც არის, სიძულვილის ენის, გენდერული თუ სხვა სახის დისკრედიტაციის წამახალისებელი მასალები ან მიზანმიმართული დეზინფორმაცია?

პოლიტიკური პარტიების ლიდერების გამომწვევა რეალურად ფეისბუკზე
25 საქართველოს მონაცემებით



მონიტორინგის პერიოდში თვისებრივი და რაოდენობრივი დაკვირვება განხორციელდა შემდეგ წყაროებზე:

1) 307 საჯარო გვერდი ფეისბუკში

შერჩევის მეთოდი: ფეისბუკ გვერდები, რომლებიც არ წარმოადგენენ კონკრეტულ პირთა, გაერთიანებათა, ორგანიზაციათა თუ კომერციულ კომპანიათა გვერდებს და რომლებიც

მოწონებულია მომხმარებელთა დიდი რაოდენობის მიერ. ასეთ პოპულარულ გვერდებს შორის არის გასართობი, იუმორისტული, რელიგიური, სპორტული და სხვა შინაარსის გვერდები.

მონიტორინგისთვის შეირჩა საჯარო გვერდები, რომლებსაც მონიტორინგის დაწყების პერიოდში ჰყავდა 40 ათასზე მეტი გამომწერი (follower). ანალიტიკური პროგრამის Crowd Tangle მეშვეობით მოიძებნა 307 ასეთი საჯარო გვერდი.

გაზიარებულ მასალებზე დაკვირვება ხდებოდა გაზიარებიდან სამი დღის შემდეგ, რათა მოგროვებულიყო მომხმარებელთა ინტერაქციები დროის ოპტიმალურ მონაკვეთში.

2) 167 ღია ჯგუფი ფეისბუქში

შერჩევის მეთოდი: ფეისბუქზე არსებული ღია ჯგუფები, რომლებშიც მონიტორინგის დაწყების პერიოდში გაერთიანებული იყო 40 ათასზე მეტი მომხმარებელი. ანალიტიკური პროგრამის Crowd Tangle მეშვეობით მოიძებნა 167 ასეთი ღია ჯგუფი.

გაზიარებულ მასალებზე დაკვირვება ხდებოდა გაზიარებიდან სამი დღის შემდეგ, რათა მოგროვებულიყო მომხმარებელთა ინტერაქციები დროის ოპტიმალურ მონაკვეთში.

დაკვირვების მეთოდი: შერჩეულ გვერდებსა და ჯგუფებში გაზიარებული ყველაზე მეტი ინტერაქციის მქონე მასალის (ყოველდღიურად 30 მასალა) როგორც რაოდენობრივი, ასევე თვისებრივი ანალიზი. საჯარო გვერდებსა და ღია ჯგუფებზე დაკვირვების ძირითად მიზანს წარმოადგენს იმის დადგენა, თუ რა სახის მასალები იწვევს ამ გვერდებზე მომხმარებელთა მხრიდან ყველაზე მეტ ინტერაქციას და რა სიხშირით ხვდება ასეთ მასალებს შორის პოლიტიკასთან თუ არჩევნებთან დაკავშირებული საკითხები; რა სიხშირითა და ტონით არიან მონიტორინგის სუბიექტები წარმოდგენილნი ასეთ მასალებში; რამდენად სანდოა პოლიტიკოსების შესახებ ასეთ გვერდებზე გაზიარებული მაღალი ინტერაქციის მქონე მასალები.

მასალების რაოდენობრივი და თვისებრივი ანალიზის შედეგად გამოვლინდა შემდეგი ძირითადი მიგნებები:

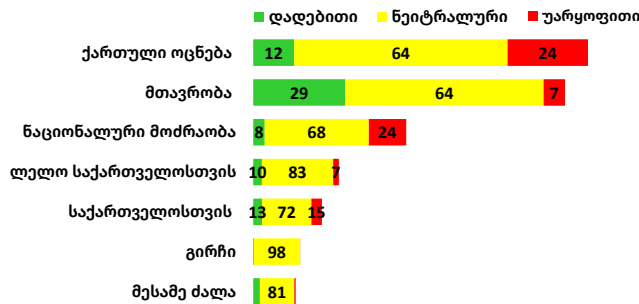
- სატელევიზიო არხების ფეისბუქ გვერდების მონიტორინგის შედეგად გამოვლინდა, რომ საეთერო მაუწყებლობის მსგავსად, უკიდურესად პოლარიზებულია მათ მიერ სოციალური ქსელის მეშვეობით გავრცელებული პოლიტიკურ საკითხებთან დაკავშირებული ინფორმაცია.

მმართველი გუნდის მიმართ უკიდურესად უარყოფითი განწყობა ცხადად შეინიშნებოდა „მთავარი არხისა“ და „ფორმულას“ ფეისბუქ გვერდებზე. ხელისუფლების მიმართ დადებითი, ხოლო ოპოზიციური პარტიებისა და პოლიტიკოსების მიმართ უარყოფითი განწყობა გამოვლინდა „იმედის“, „რუსთავი 2“-ის, „აჭარის ტელევიზიისა“ და „საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხის“ ფეისბუქ გვერდების მეშვეობით გავრცელებულ ინფორმაციაში (იხილეთ დანართი: დიაგრამები).

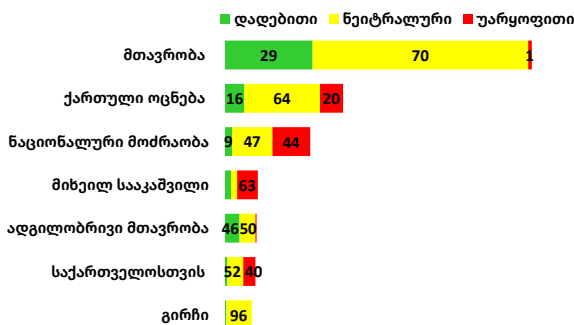
„საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხისა“ და „აჭარის ტელევიზიის“ შემთხვევაში, რადიო-ტელევიზიური მაუწყებლობის მონიტორინგმა აჩვენა, რომ საეთერო მაუწყებლობასთან შედარებით, მათ ფეისბუკ გვერდებზე გავრცელებულ მასალებში უფრო მეტად შეინიშნება დადებითი განწყობა მმართველი გუნდის, ხოლო უარყოფითი განწყობა ოპოზიციური პარტიების წარმომადგენელთა მიმართ.

განსაკუთრებით აღსანიშნავია „საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხის“ ფეისბუკ გვერდი, რომლის მონიტორინგის შედეგად გამოვლინდა დადებითი ტონის უკიდურესად მაღალი პროცენტული მაჩვენებლები ცენტრალური და ადგილობრივი მთავრობის წარმომადგენელთა მიმართ.

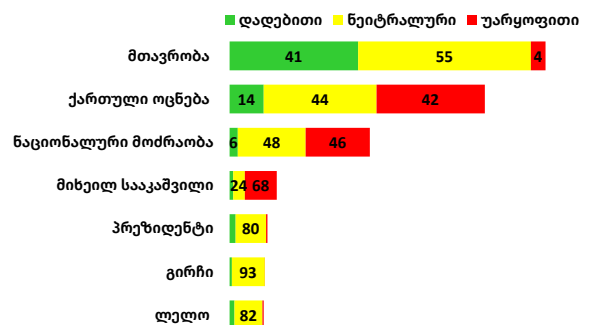
სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%)
საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხის ეთერში
 (მთავარ საინფორმაციო გამოშვებებში)
 15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%)
საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხის Facebook პოსტებში
 15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%)
საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხის Facebook ვიდეოებში
 15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



- ონლაინ მედიასაშუალებების ფეისბუკ გვერდების მეშვეობით გაზიარებული ინფორმაციის მონიტორინგის შედეგებისა და ამავე პერიოდში მათ ვებგვერდებზე გამოქვეყნებული სტატიების მონიტორინგის შედეგების შედარებისას უმრავლეს შემთხვევაში არ გამოვლენილა საგრძნობი სხვაობა. მცირე განსხვავებების მიუხედავად, შეიძლება ითქვას, რომ ონლაინ მედიასაშუალებები მათი ფეისბუკ გვერდების მეშვეობით პოლიტიკოსებსა და პოლიტიკურ საკითხებს უმეტესად აშუქებენ იგივე ფორმითა და შინაარსით, როგორც საკუთარ ვებგვერდებზე, ვინაიდან მათ მიერ ფეისბუკის მეშვეობით გაზიარებული მასალების უმრავლესობა მათივე სტატიებია (ქართული ონლაინ მედიის მონიტორინგის

შედეგები შეგიძლიათ იხილოთ „საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიის“ ანგარიშში ვებგვერდზე mediamonitor.ge).

- სახელმწიფო უწყებებისა და ქვეყნის მეთაურთა ფეისბუკ გვერდებზე მონიტორინგის პერიოდში არ გამოვლენილა პრობლემური მასალების გამოქვეყნების შემთხვევები. სახელმწიფო უწყებებისა და მუნიციპალიტეტების მერიების ფეისბუკ გვერდებზე არ გამოვლენილა პარტიულ კანდიდატთა წარმოჩენის ან ოპოზიციონერ პოლიტიკოსთა დისკრედიტაციის მცდელობა. არ გამოვლენილა მიზანმიმართული დეზინფორმაციის გაშუქების შემთხვევა სახელმწიფო უწყებებისა თუ ქვეყნის მეთაურთა ფეისბუკ გვერდების მეშვეობით.
- პოლიტიკური პარტიებისა და ცალკეული პოლიტიკოსების ფეისბუკ გვერდებზე ხშირად ხდებოდა პოლიტიკურ ოპონენტთა მიმართ შეურაცხმყოფელი და დამცინავი მასალების გამოქვეყნება. მონიტორინგის პერიოდში არაერთხელ შეგვხვდა ოპონენტთა უმძიმესი პიროვნული შეურაცხყოფის შემთხვა, თუმცა, უნდა აღინიშნოს, რომ იშვიათ გამონაკლისს წარმოადგენდა ისეთი განსაკუთრებულად პრობლემური მასალების გამოქვეყნების შემთხვევები, რომლებიც შეიცავს სიძულვილის ენას, ძალადობისკენ მოწოდებას ან მიზანმიმართულ დეზინფორმაციას.

სიძულვილის ენისა და ჰომოფობიური განცხადებების, მიზანმიმართული დეზინფორმაციის, მათ შორის, ვაქცინაციის საწინააღმდეგო მოწოდებების შემცველი განცხადებები გვხვდებოდა მხოლოდ პარტიის „ქართული იდეა“ და მისი თავმჯდომარის, ლევან ჩაჩუას, ფეისბუკ გვერდებზე. ამ ტიპის პრობლემური მასალები არ გამოვლენილა არც ერთი რეიტინგული პარტიისა თუ პოლიტიკოსის ფეისბუკ გვერდზე.

პოლიტიკოსების მიერ მათ ფეისბუკ გვერდებზე გაზიარებული პოსტების რაოდენობა
15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



■ საჯარო გვერდებსა და ღია ჯგუფებში ძალიან იშვიათად ხვდებოდა მაღალი ინტერაქციის მქონე მასალებს შორის პოლიტიკასთან თუ არჩევნებთან დაკავშირებული საკითხები. საჯარო გვერდების შემთხვევაში ყოველდღიურად ყველაზე მეტი ინტერაქციების მქონე მასალებს შორის მხოლოდ 4.4 % ეხებოდა პოლიტიკასა თუ პოლიტიკოსებს - ღია ჯგუფების შემთხვევაში კი - მხოლოდ 2.1 %.

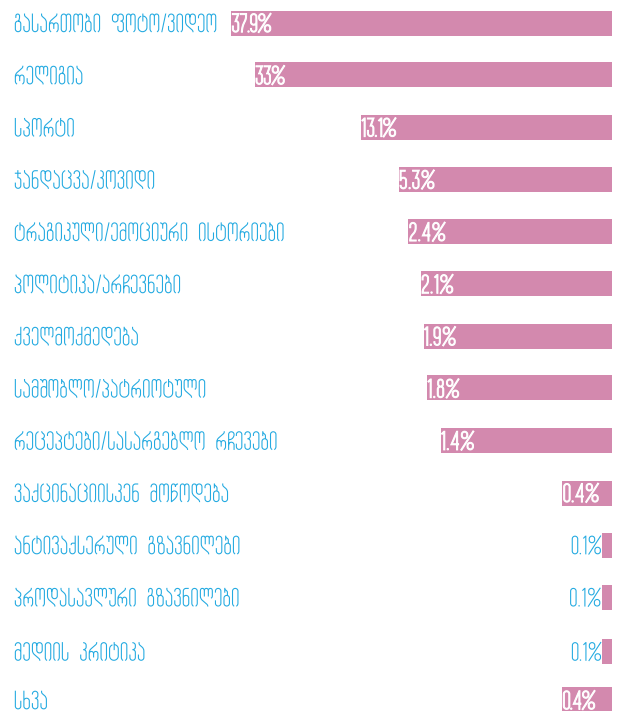
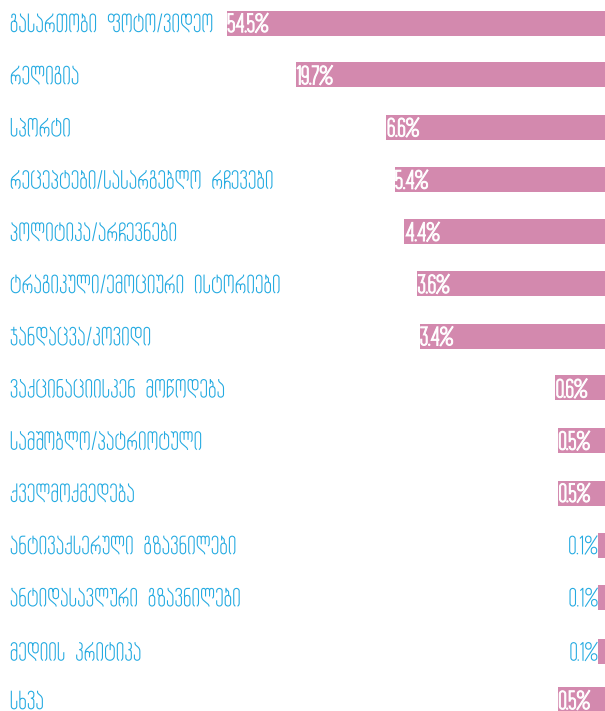
მონიტორინგის პერიოდში საჯარო გვერდებსა და ღია ჯგუფებში მომხმარებელთა მხრიდან ყველაზე მეტი ინტერაქცია გასართობი, რელიგიური, სპორტული და სხვა თემატიკის მასალებს უგროვდებოდა.

პოლიტიკოსთა შესახებ მასალები ზიარდებოდა ფრაგმენტულად და უმეტესად ნეიტრალურად. პოლიტიკურ ძალებს შორის გამოვლინდა მხოლოდ მმართველი გუნდის ღიად მხარდამჭერი რამდენიმე გვერდი (მაგალითად, „მიხეილ უკრაინოლოგი“, Bidzina Ivanishvili for Georgia), რომლებიც, მმართველი პარტიის მხარდაჭერის პარალელურად, ოპოზიციონერ პოლიტიკოსთა მიმართ კრიტიკულ და ხშირად შეურაცხმყოფელ მასალებს აზიარებდა, თუმცა მათ მიერ გაზიარებული მასალები საკმაოდ იშვიათად ხვდებოდა ყველაზე მეტი ინტერაქციის მქონე მასალებს შორის.

საჯარო გვერდებსა და ღია ჯგუფებში არ გვხვდებოდა განსაკუთრებულად პრობლემური მასალები, როგორებიც არის, სიძულვილის ენის, ძალადობისკენ მოწოდებისა თუ მიზანმიმართული დეზინფორმაციის შემცველი მასალები, რომლებსაც მომხმარებელთა მხრიდან ინტერაქციების დიდი რაოდენობა უგროვდებოდა.

საჯარო გვერდებზე გაზიარებული ყველაზე მეტი ინტერაქციის მქონე მასალების თემატიკა. 2130 პოსტის ანალიზი

ღია ჯგუფებში გაზიარებული ყველაზე მეტი ინტერაქციის მქონე მასალების თემატიკა. 2130 პოსტის ანალიზი

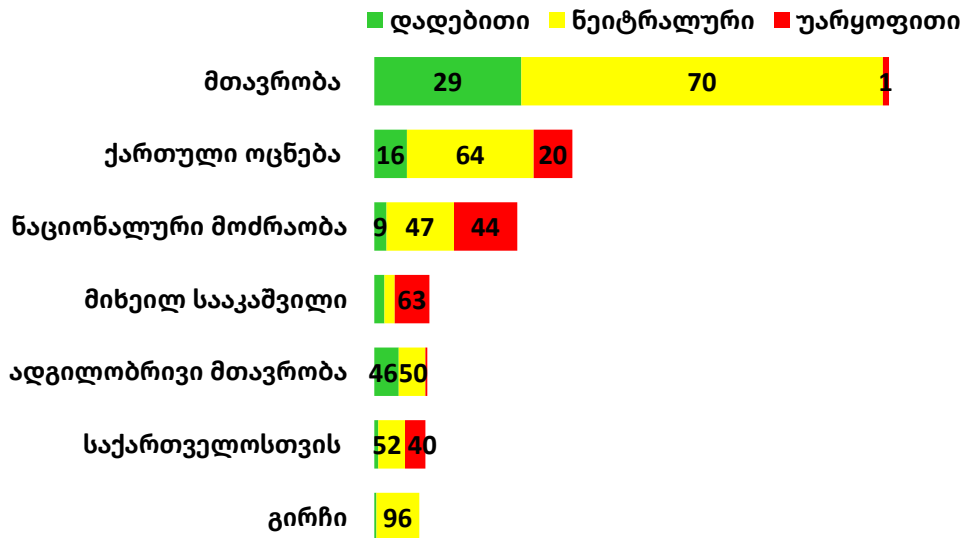


დანართი: დიაგრამები

სატელევიზიო არხების ფეისბუკ გვერდების მონიტორინგის შედეგები:

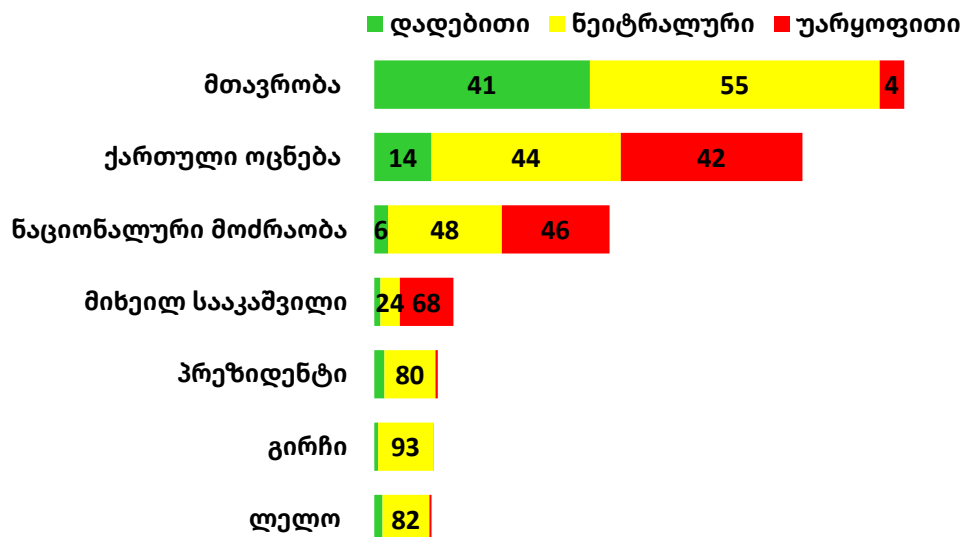
სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%) საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხის Facebook პოსტებში

15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021

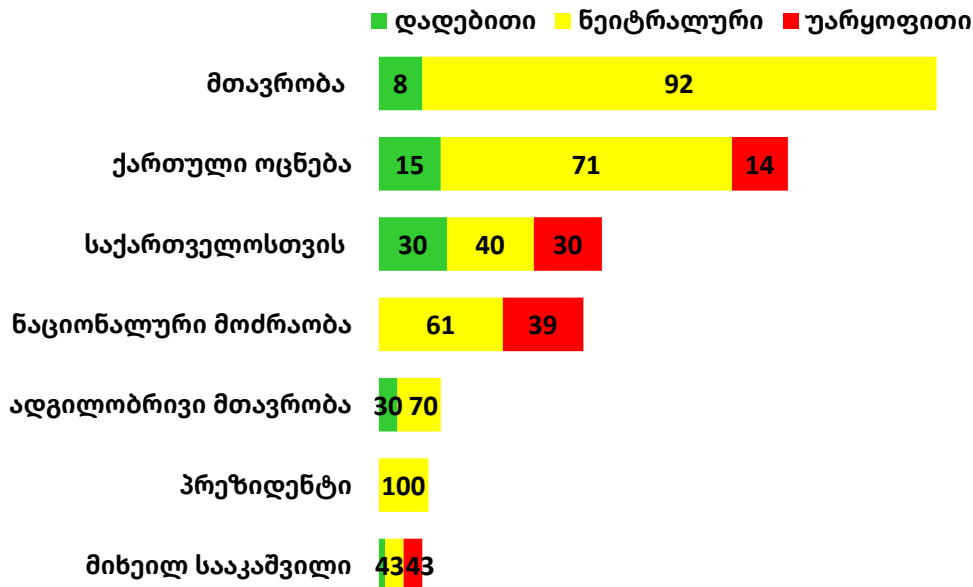


სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%) საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხის Facebook ვიდეოებში

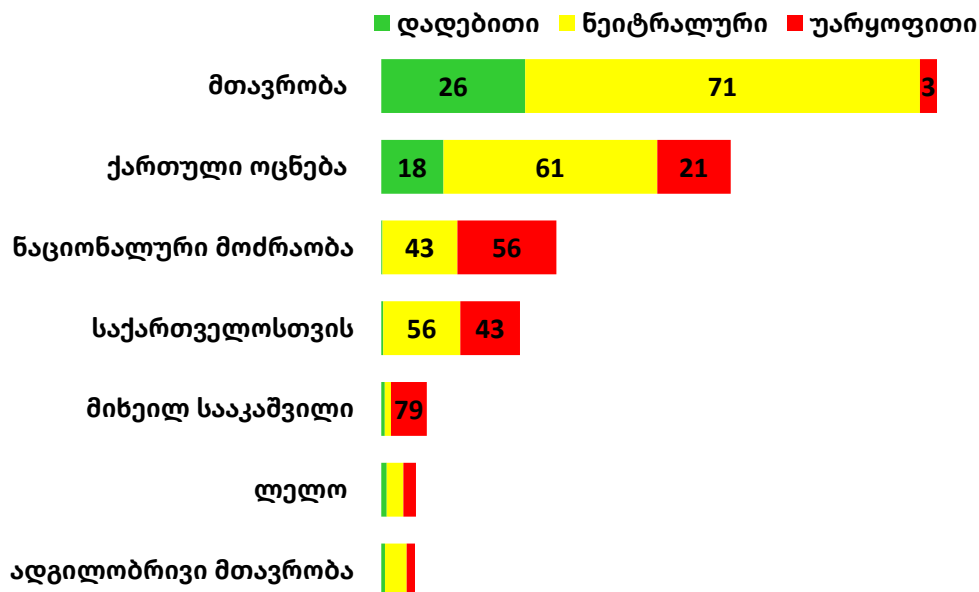
15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



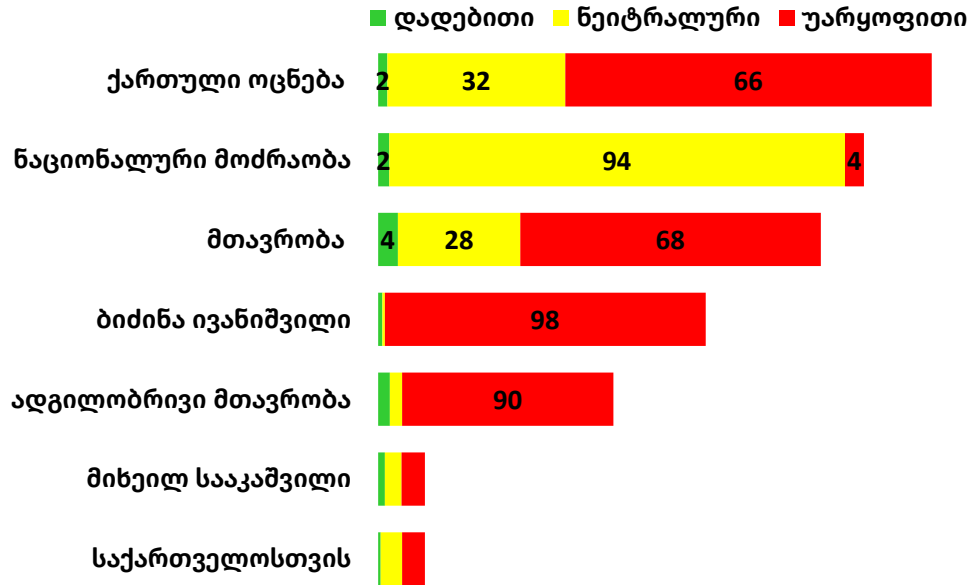
სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%) რუსთავის 2-ის Facebook პოსტებში 15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



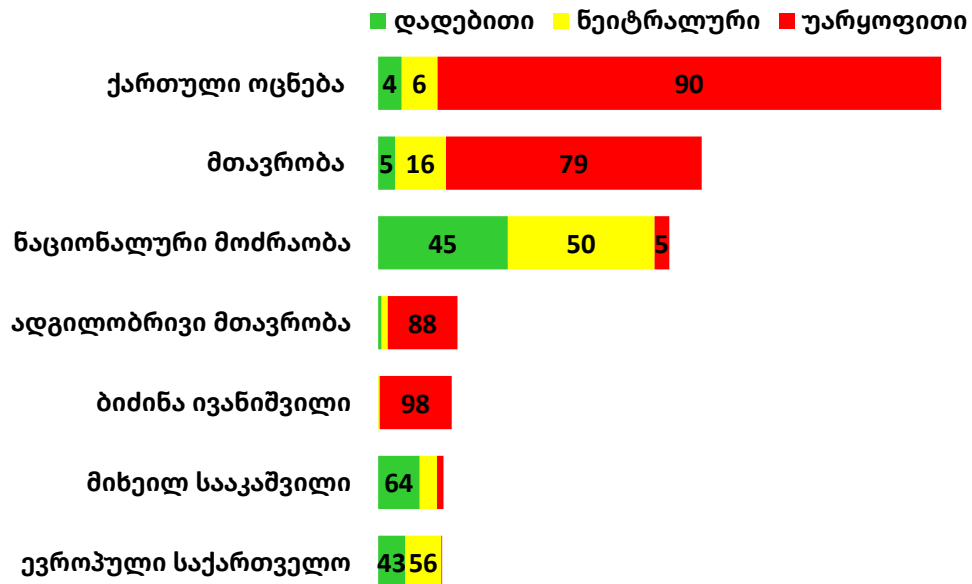
სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%) რუსთავი 2-ის Facebook ვიდეოებში 15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



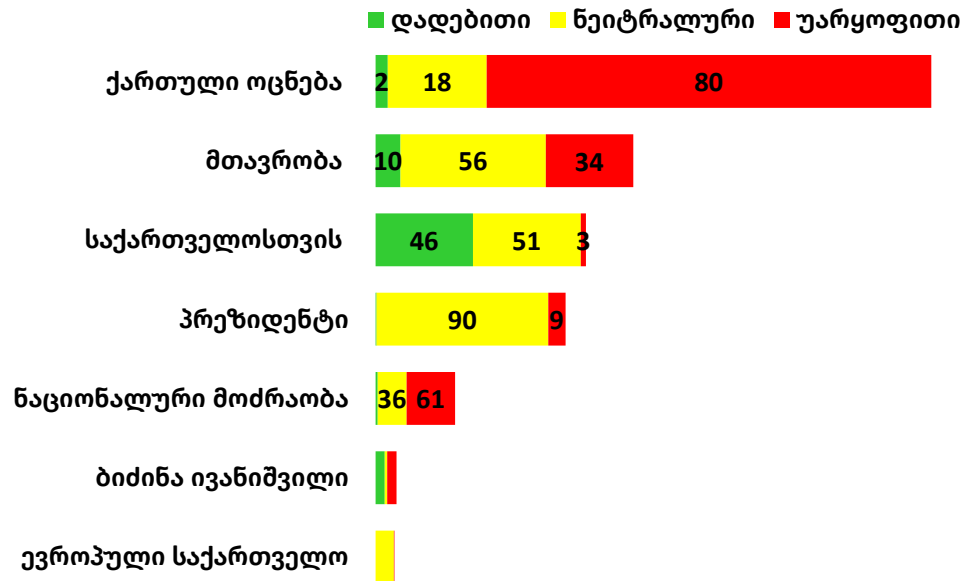
სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%)
მთავარი არხის Facebook პოსტებში
 15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



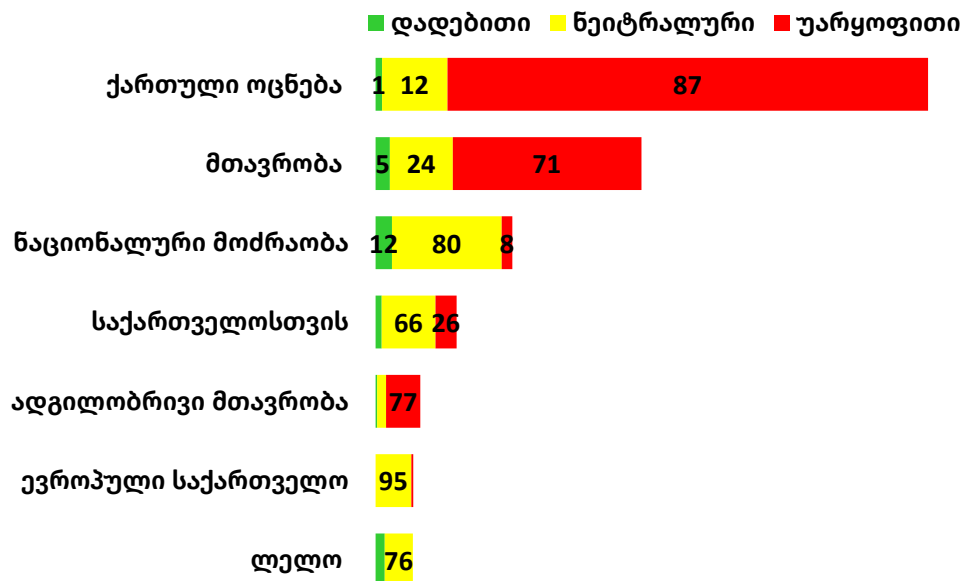
სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%)
მთავარი არხის Facebook ვიდეოებში
 15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



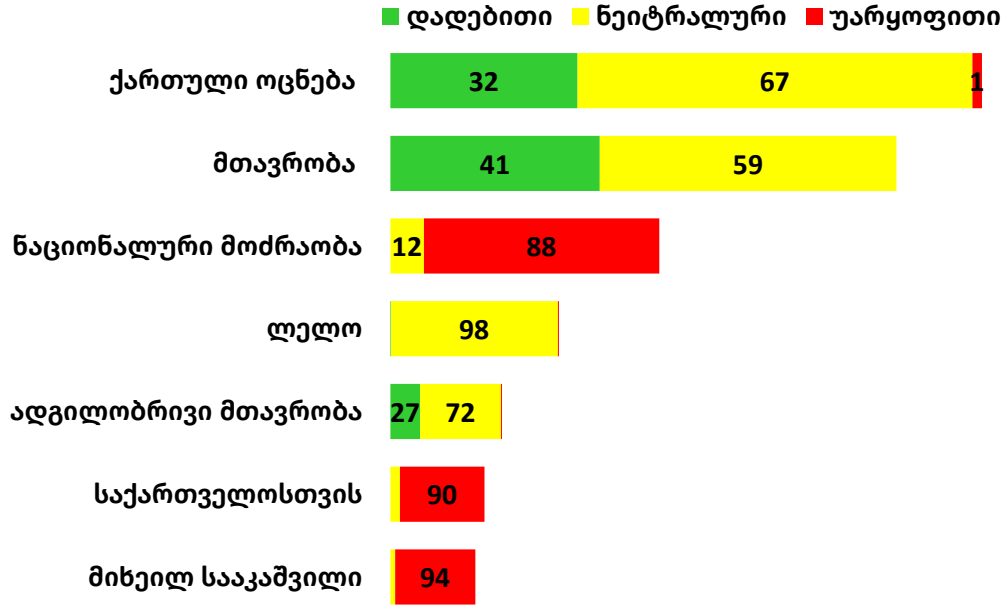
სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%)
ფორმულას Facebook პოსტებში
 15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



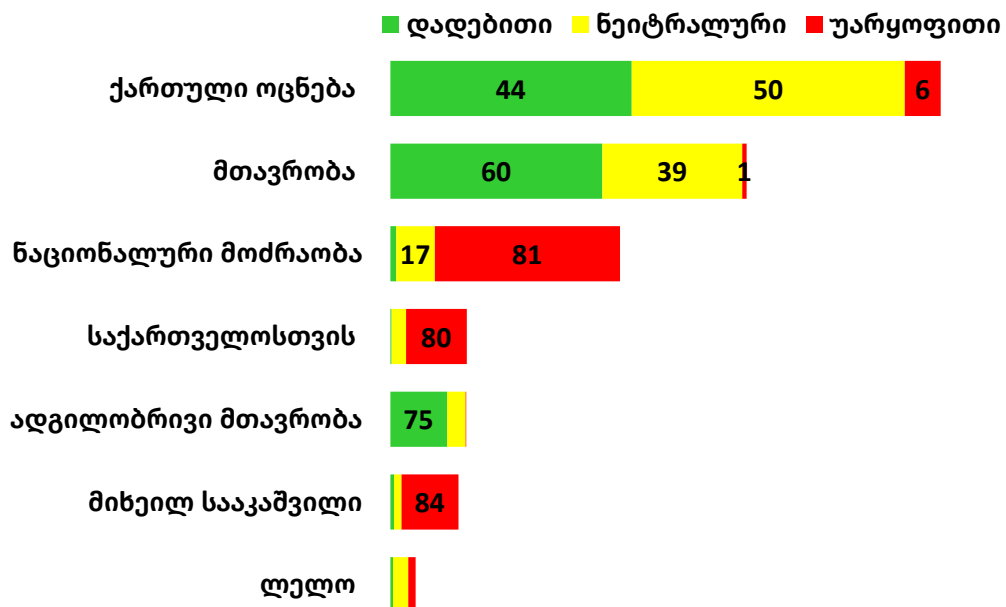
სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%)
ფორმულას Facebook ვიდეოებში
 15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



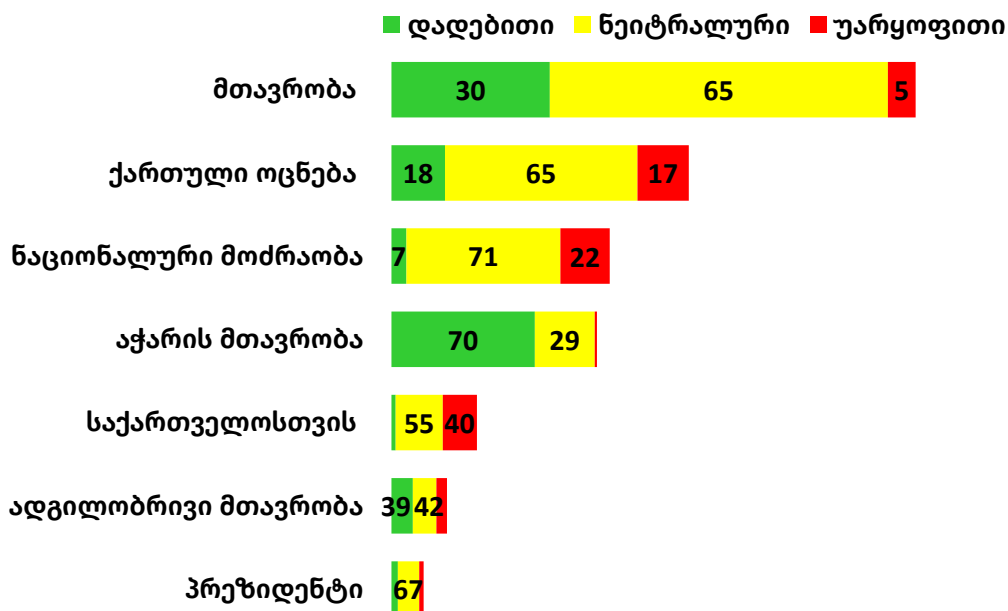
სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%)
იმედის Facebook პოსტებში
 15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



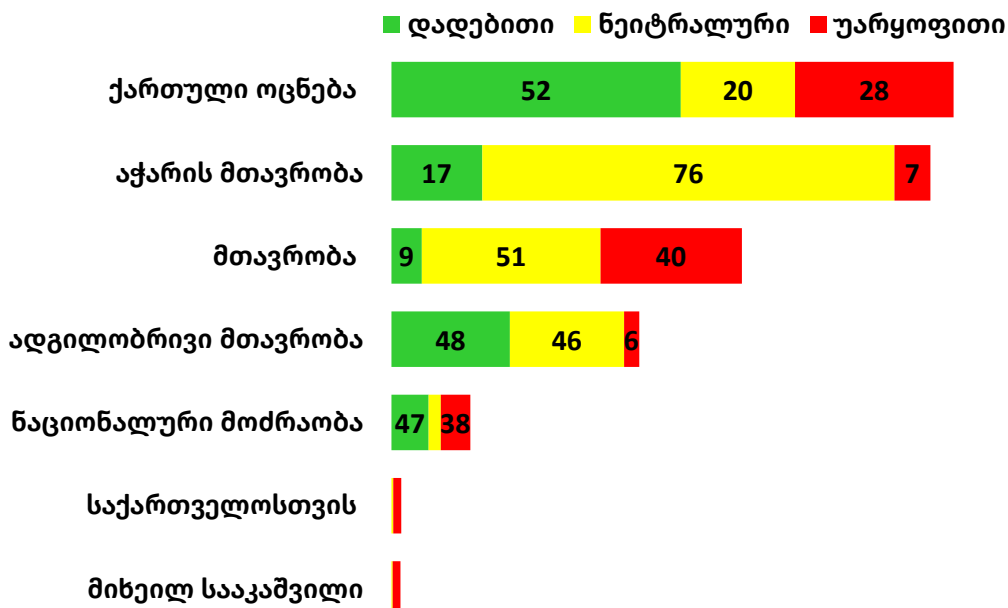
სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%)
იმედის Facebook ვიდეოებში
 15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%) აჭარის ტელევიზიის Facebook პოსტებში 15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%) აჭარის ტელევიზიის Facebook ვიდეოებში 15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021

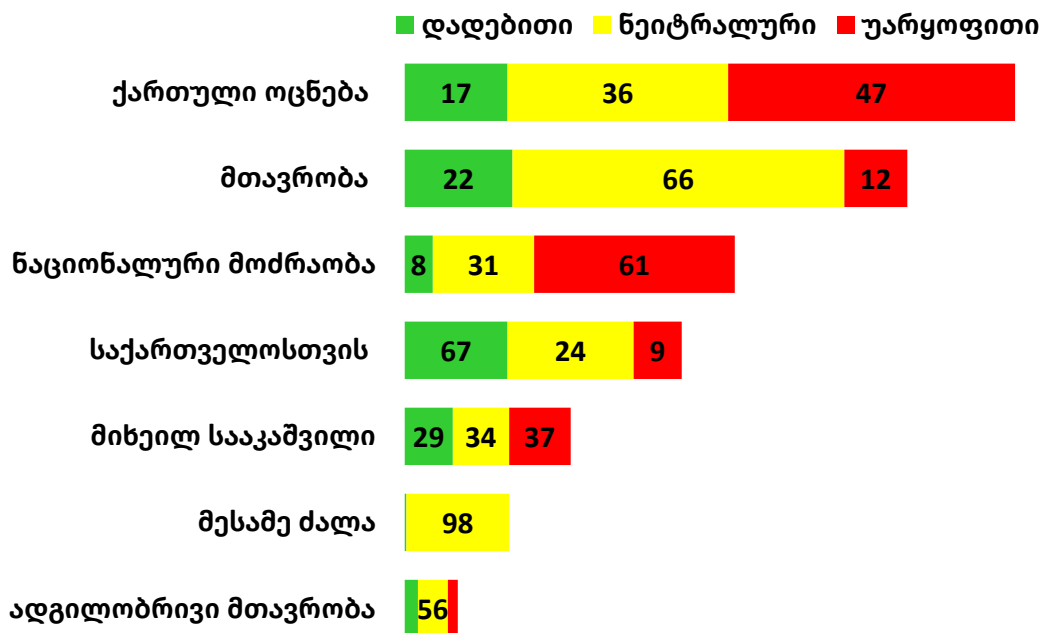


ონლაინ მედიასაშუალებების ფეისბუკ გვერდების მონიტორინგის შედეგები:

სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%)

ambebi.ge-ს Facebook გვერდზე

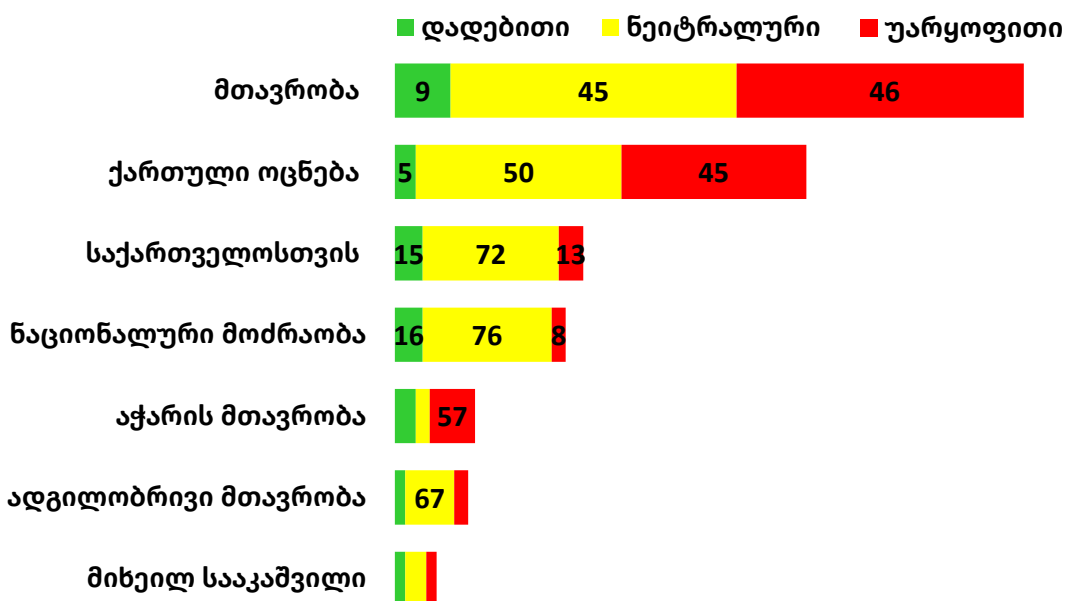
15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



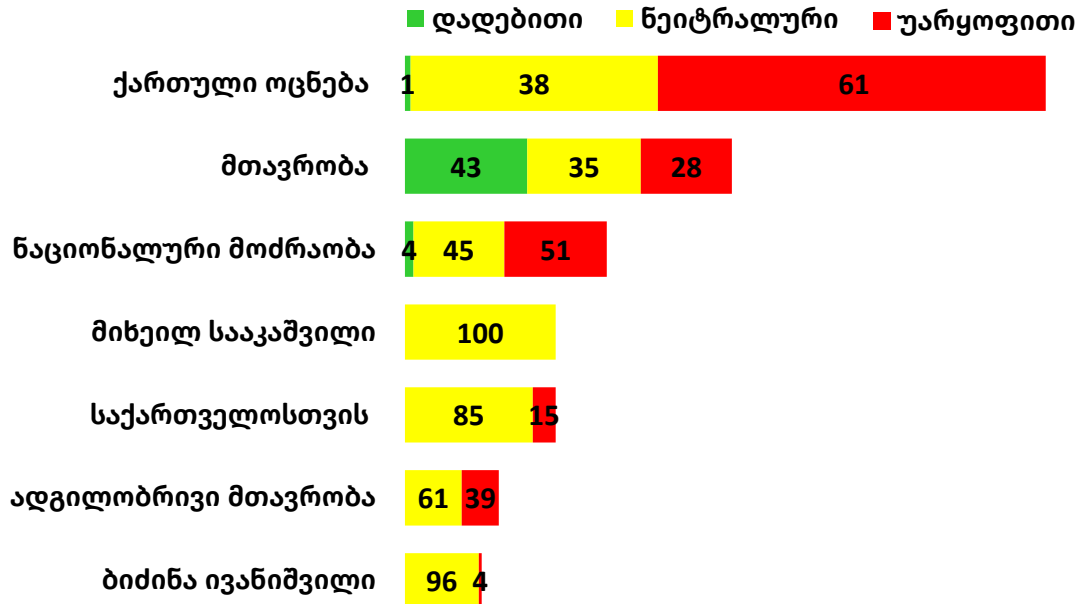
სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%)

batumelebi.ge-ს Facebook გვერდზე

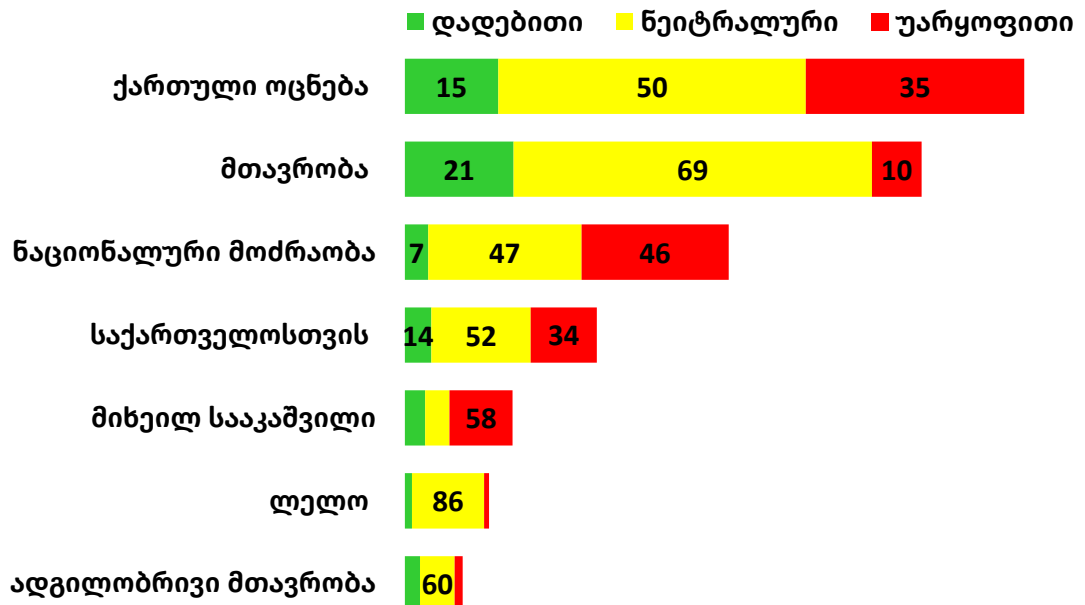
15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%)
guriismoambe.com-ის Facebook გვერდზე
 15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



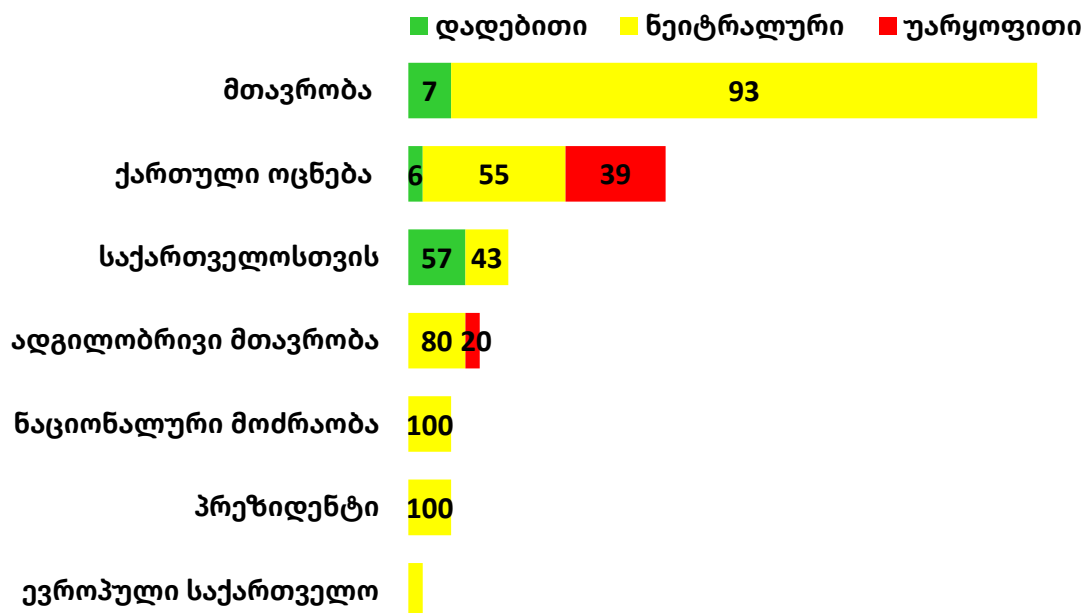
სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%)
interpressnews.ge-ს Facebook გვერდზე
 15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%)

knews.ge-ს Facebook გვერდზე

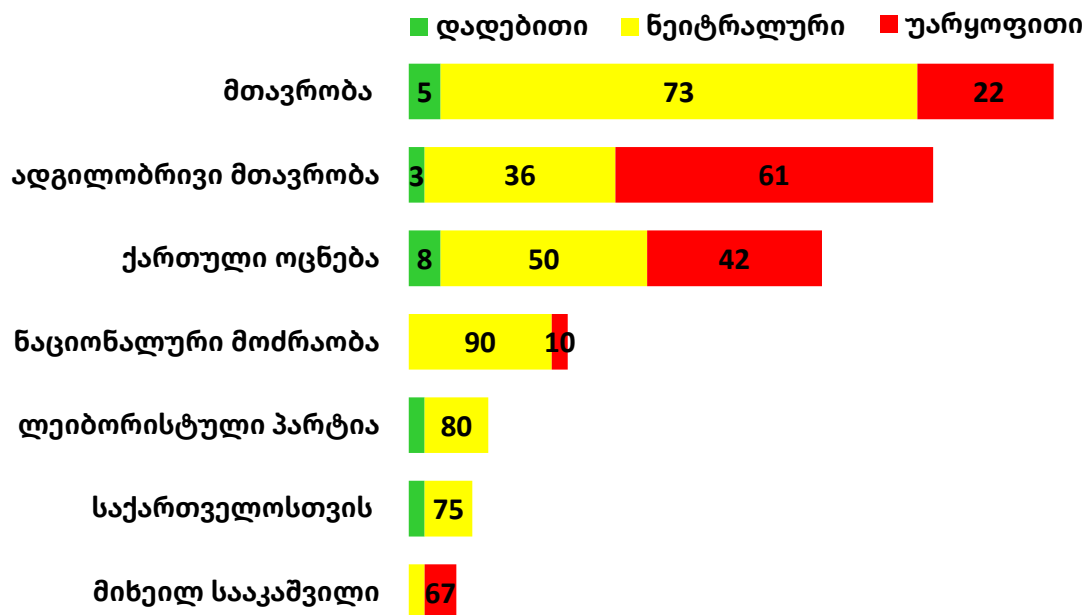
15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



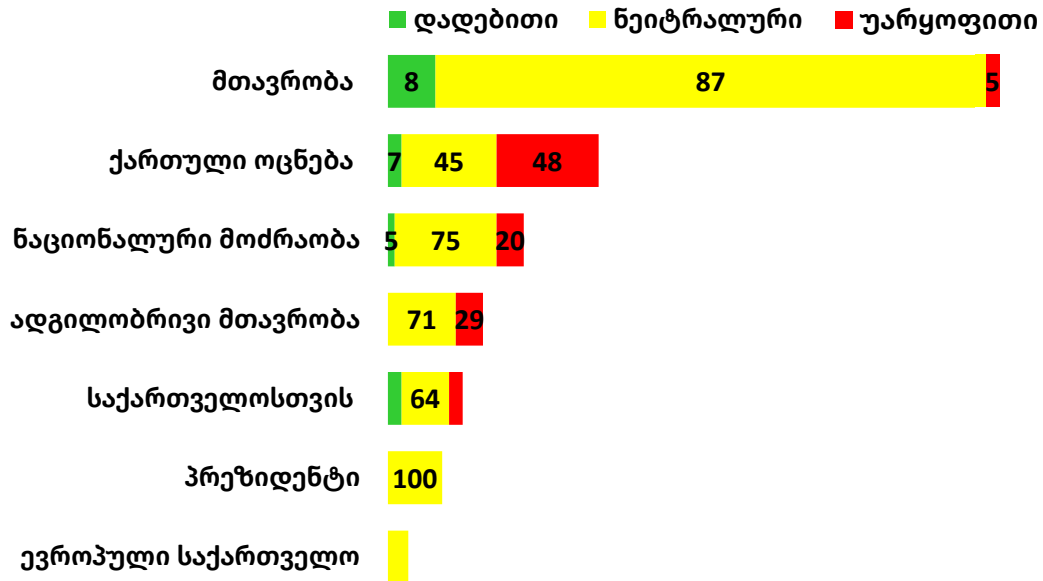
სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%)

kutaisipost.ge-ს Facebook გვერდზე

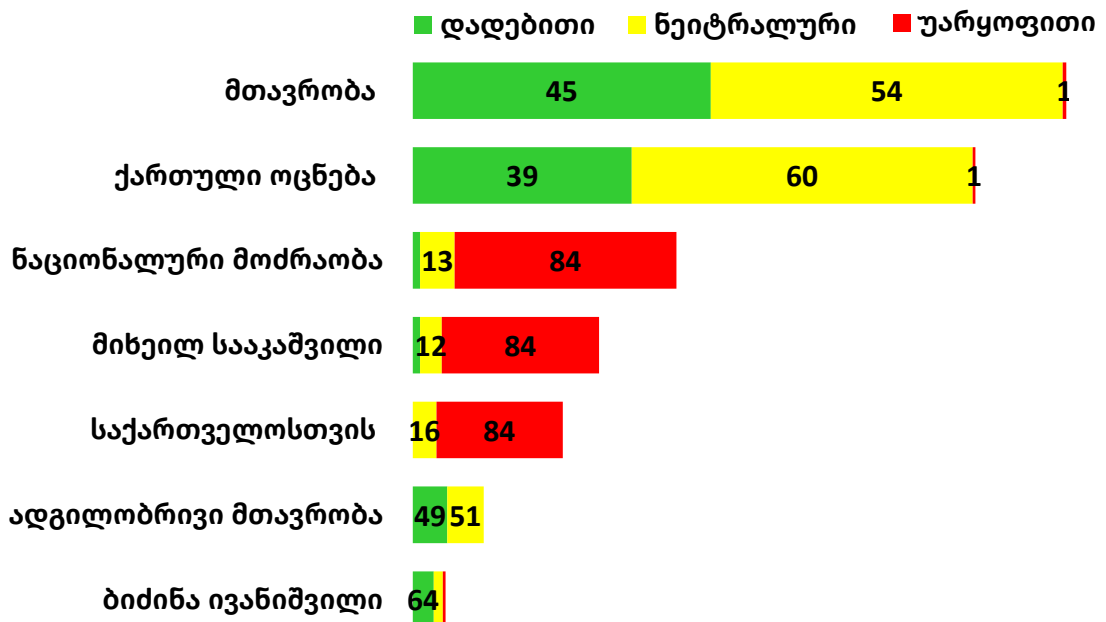
15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



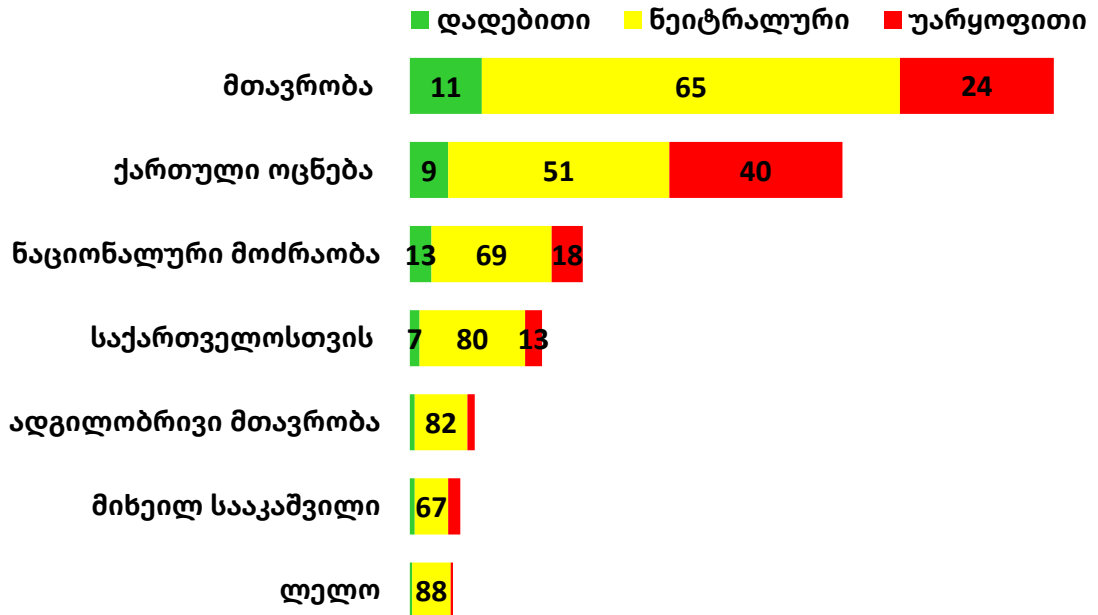
სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%)
livepress.ge-ს Facebook გვერდზე
 15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



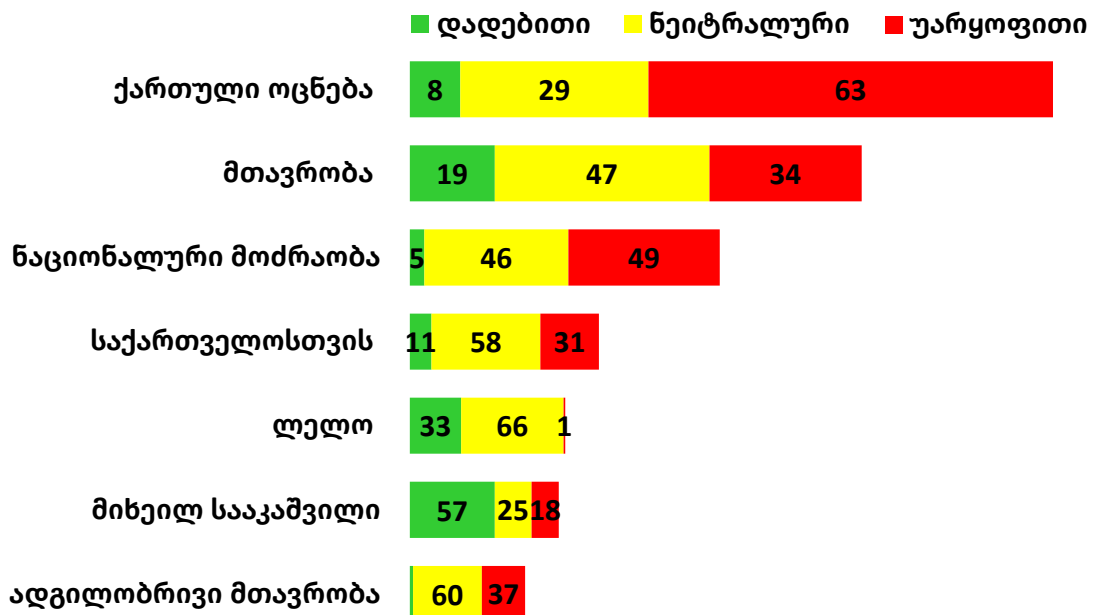
სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%)
mpn.ge-ს Facebook გვერდზე
 15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%)
netgazeti.ge-ს Facebook გვერდზე
 15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



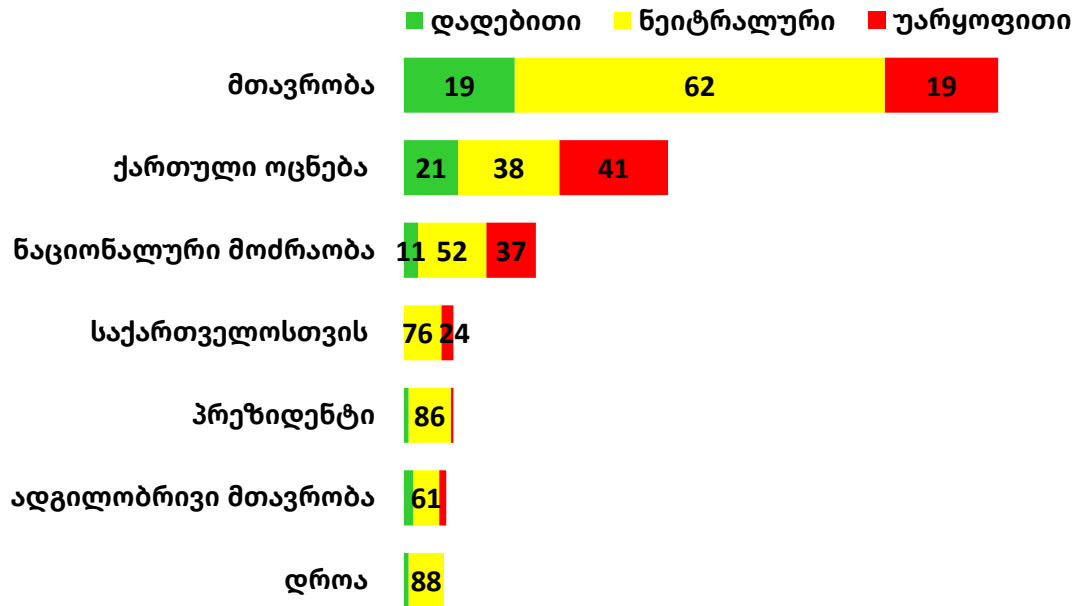
სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%)
news.on.ge-ს Facebook გვერდზე
 15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%)

publika.ge-ს Facebook გვერდზე

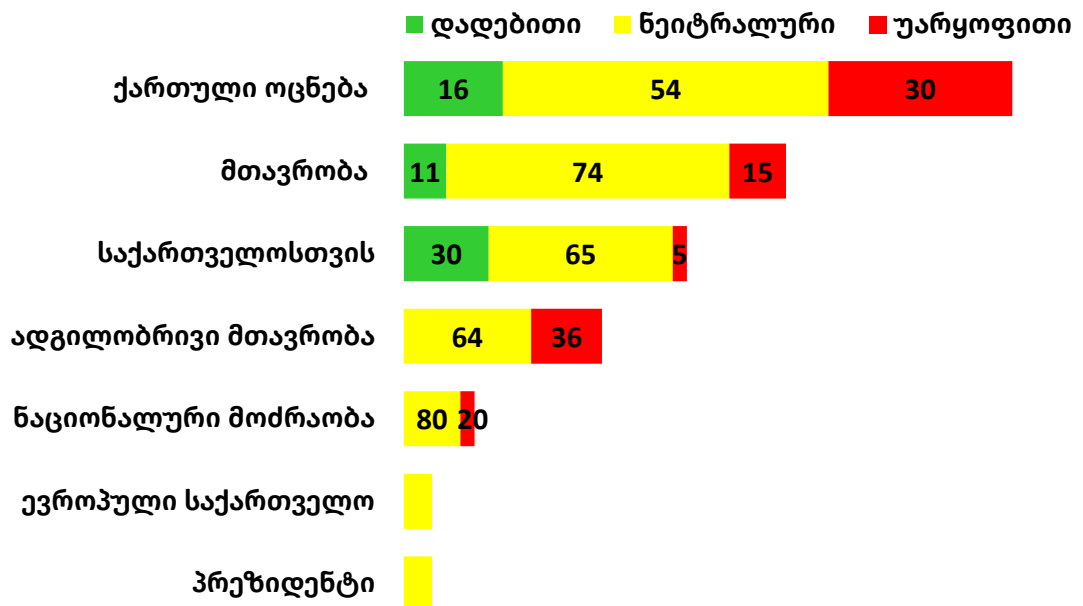
15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



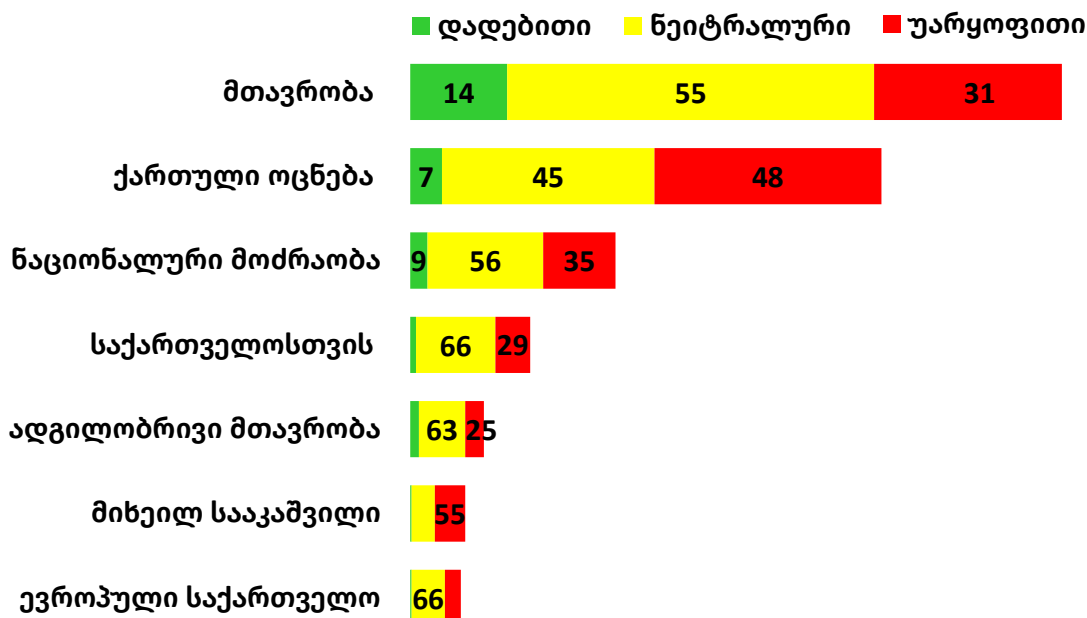
სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%)

qartli.ge-ს Facebook გვერდზე

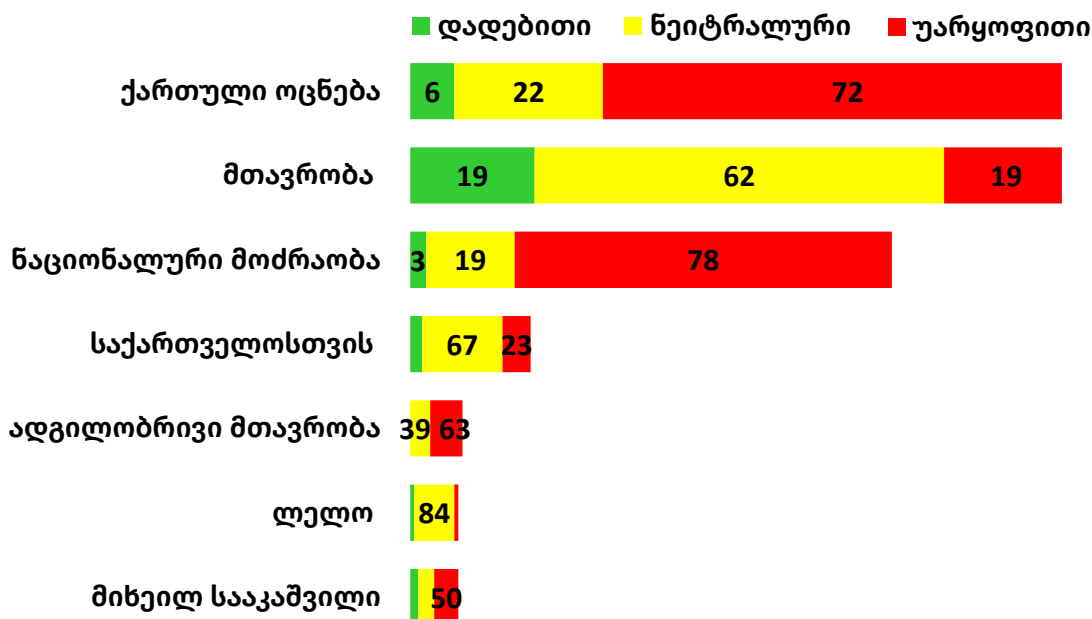
15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%)
radiotavisupleba.ge-ს Facebook გვერდზე
 15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



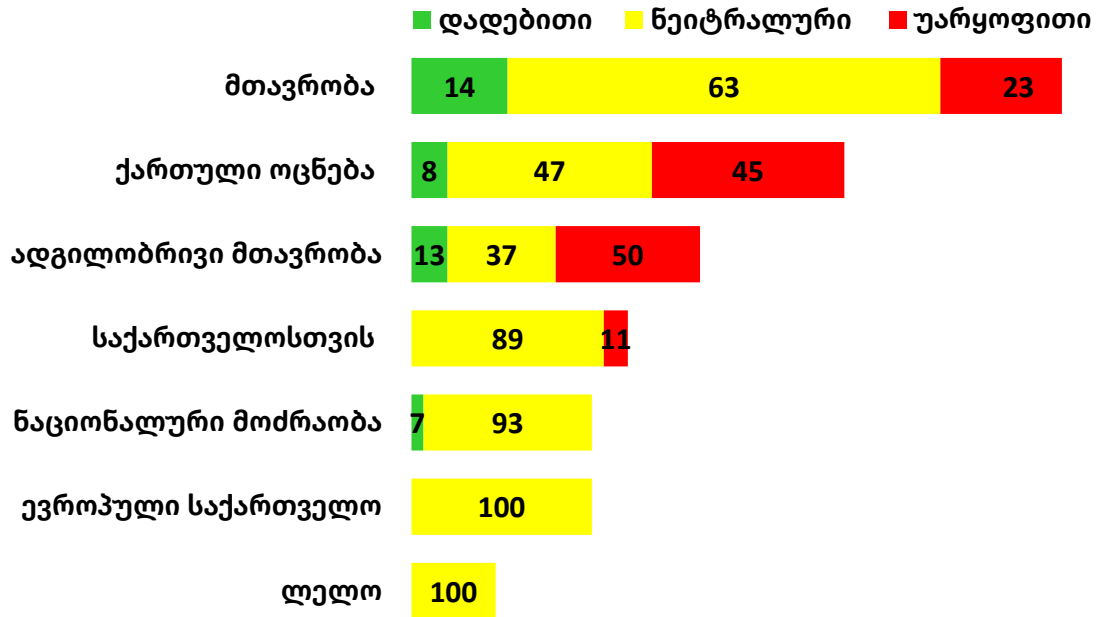
სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%)
reginfo.ge-ს Facebook გვერდზე
 15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%)

sknews.ge-ს Facebook გვერდზე

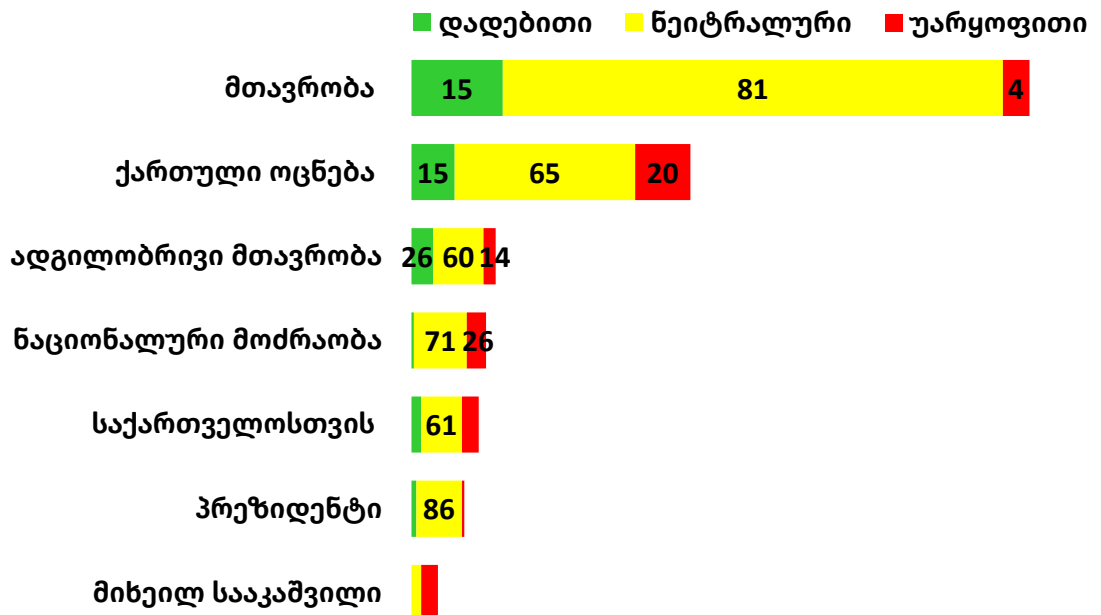
15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%)

sputnik-georgia.com-ის Facebook გვერდზე

15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021



სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%)

tabula.ge-ს Facebook გვერდზე

15 ივლისი - 25 სექტემბერი, 2021

