

ადგილობრივი თვითმმართველობის
არჩევნები, 2025
წინასაარჩევნო ფასიანი და უფასო
პოლიტიკური რეკლამების ანალიზი,
აგვისტო - ოქტომბერი, 2025

ანგარიში მომზადებულია 2025 წლის აგვისტო-
ოქტომბრის პერიოდში, მაუწყებლების მიერ ფასიანი და
უფასო პოლიტიკური რეკლამების ჭრების მიხედვით

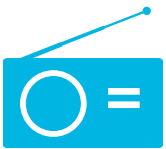


კომუნიკაციების
კომისია

უფასო პოლიტიკური რეკლამა



კომუნიკაციების კომისიის მონიტორინგისა და მაუწყებლების მიერ წარმოდგენილი ინფორმაციის ანალიზის შედეგად გამოვლინდა, რომ უფასო პოლიტიკურ რეკლამას რადიო და ტელემაუწყებლებზე, ჯამში 15,000 წუთზე მეტი დაეთმო. დროის 83% ტელემაუწყებლებს ეკუთვნის, 17% კი რადიომაუწყებლებს.



აღნიშნულ დროში უფასო რეკლამის ღირებულება მიმდინარე ფასებით დაახლოებით 103,000,000 ლარს შეადგენდა, საიდანაც რადიომაუწყებლების წილი მოცემული თანხის 1%-ს, ხოლო ტელემაუწყებლების წილი 99%-ს შეადგენდა.

უფასო საეთერო დროის გადანაწილება მაუწყებლის ტიპის მიხედვით:



სავარაუდო შემოსავლის გადანაწილება მაუწყებლის ტიპის მიხედვით:

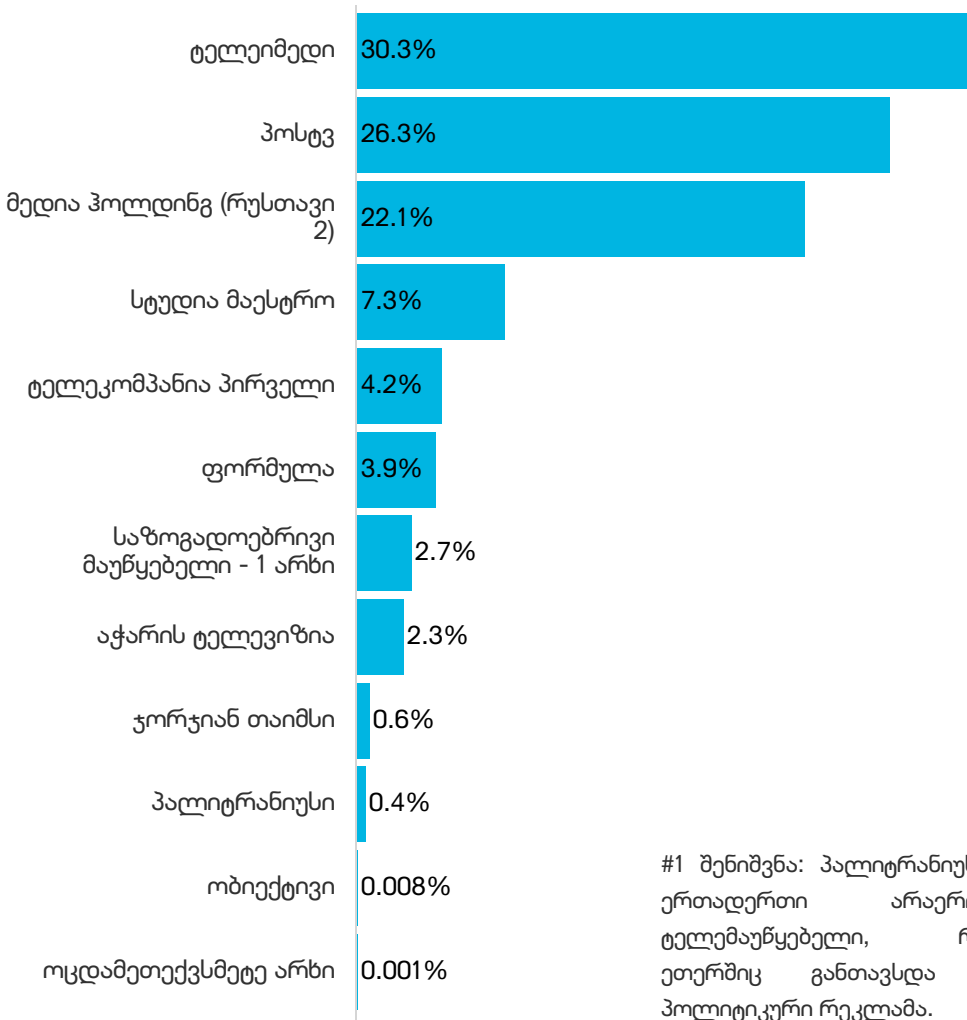


შენიშვნა: რეკლამის ღირებულება დათვლილია მაუწყებლების მიერ წინასწარ წარმოდგენილი 1 წუთი ფასიანი რეკლამის საშუალო ღირებულების მიხედვით, თუ რა ფასი ექნებოდა რეკლამას როგორც გადაცემის დაწყებამდე, სარეკლამოს ქრის დროს, ასევე უშუალოდ გადაცემის შუაში და მისი დასრულების შემდეგ.

უფასო პოლიტიკური რეკლამა: ტელემაუწყებლები



ტელემაუწყებლების პოტენციური შემოსავალი უტოლდება 102,195,257 ლარს, რომელიც შემდეგნაირად ნაწილდება:



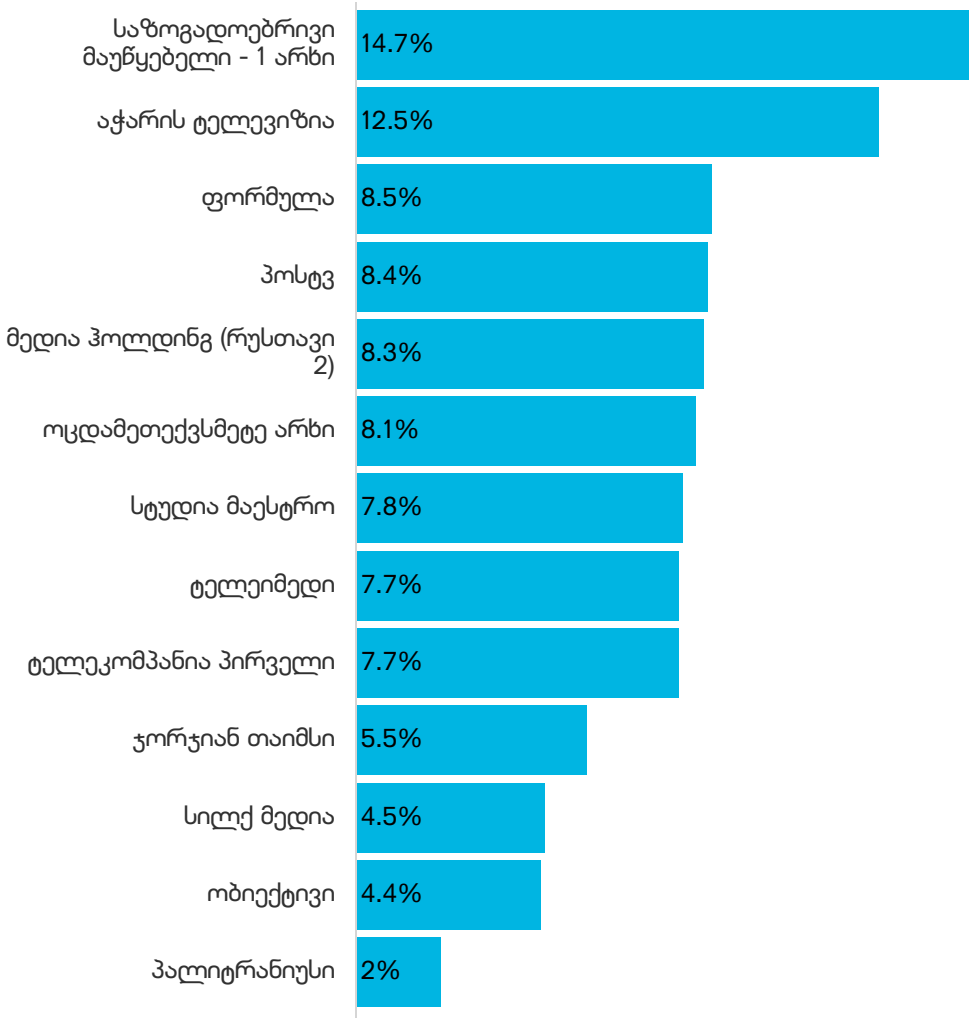
#2 შენიშვნა: სილქ მედიას (ევრონიუს ჯორჯიას) პოტენციური შემოსავალი უცნობია, რადგან მაუწყებელს არ ჰქონდა განსაზღვრული ტარიფი პოლიტიკური რეკლამის განთავსებისთვის.

უფასო პოლიტიკური რეკლამა: ტელემაუწყებლები



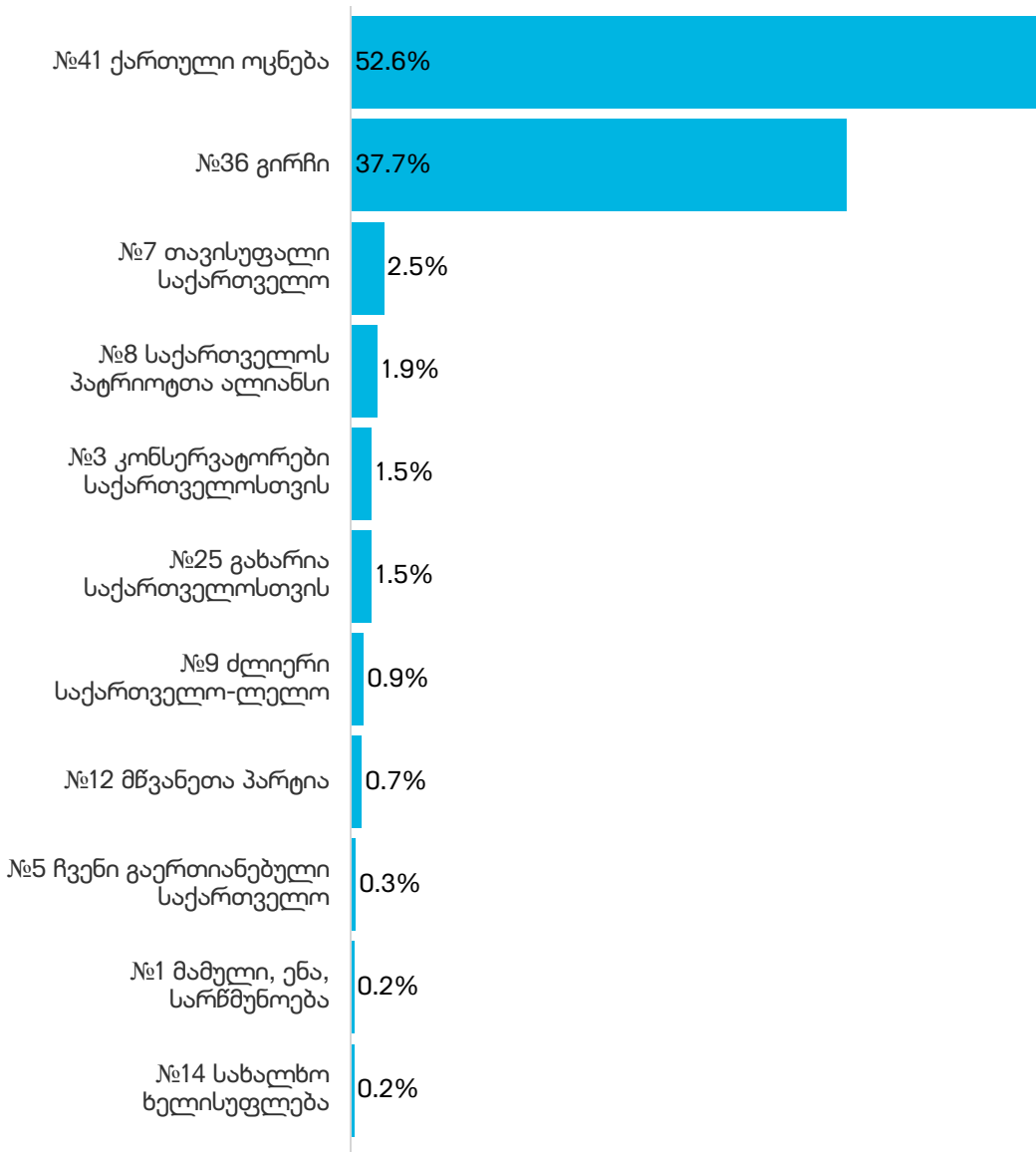
ტელემაუწყებლებმა განათავსეს ჯამში 12,632 წუთის უფასო პოლიტიკური რეკლამა.

უფასო წუთების განაწილება არხების მიხედვით:

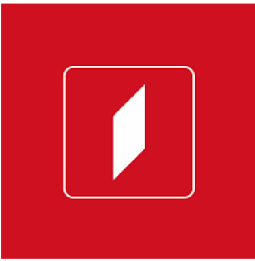


უფასო პოლიტიკური რეკლამა: ტელემაუწყებლები

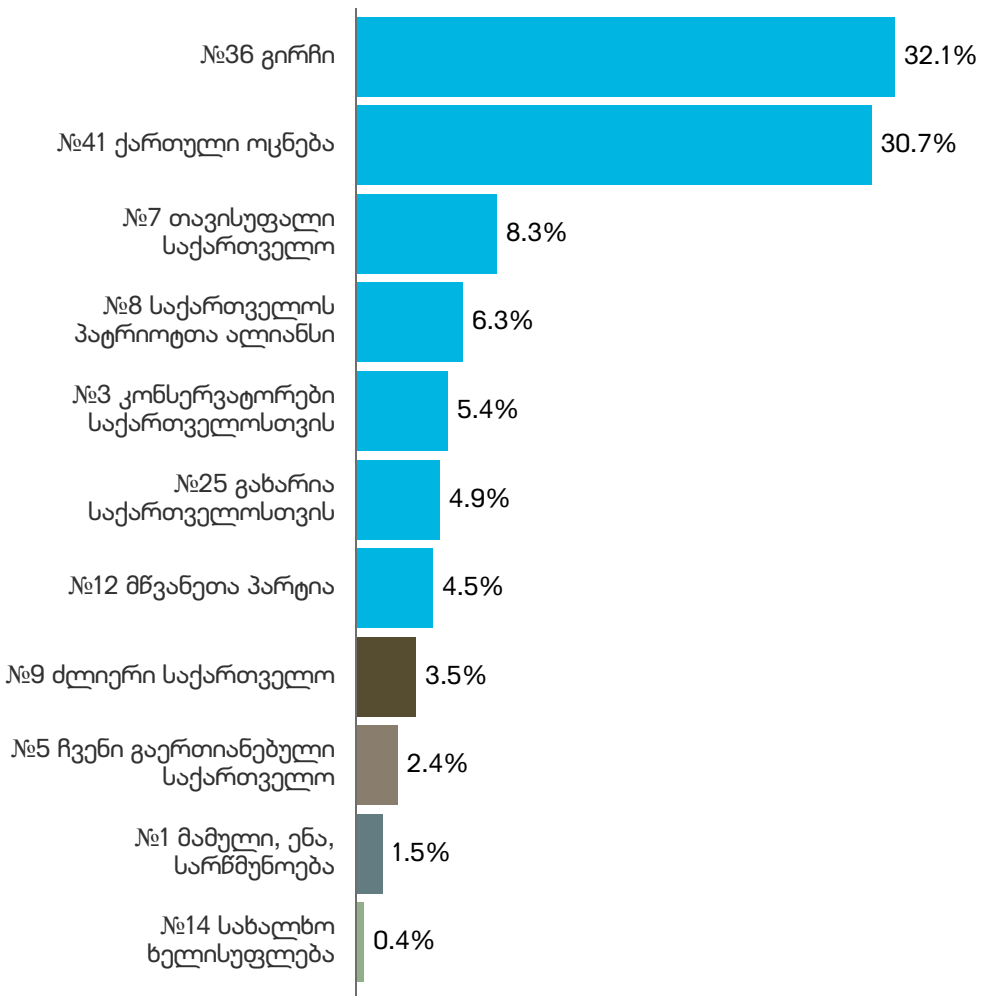
უფასო წუთების განაწილება პოლიტიკური პარტიების მიხედვით:



უფასო პოლიტიკური რეკლამა: ტელემაუწყებლები



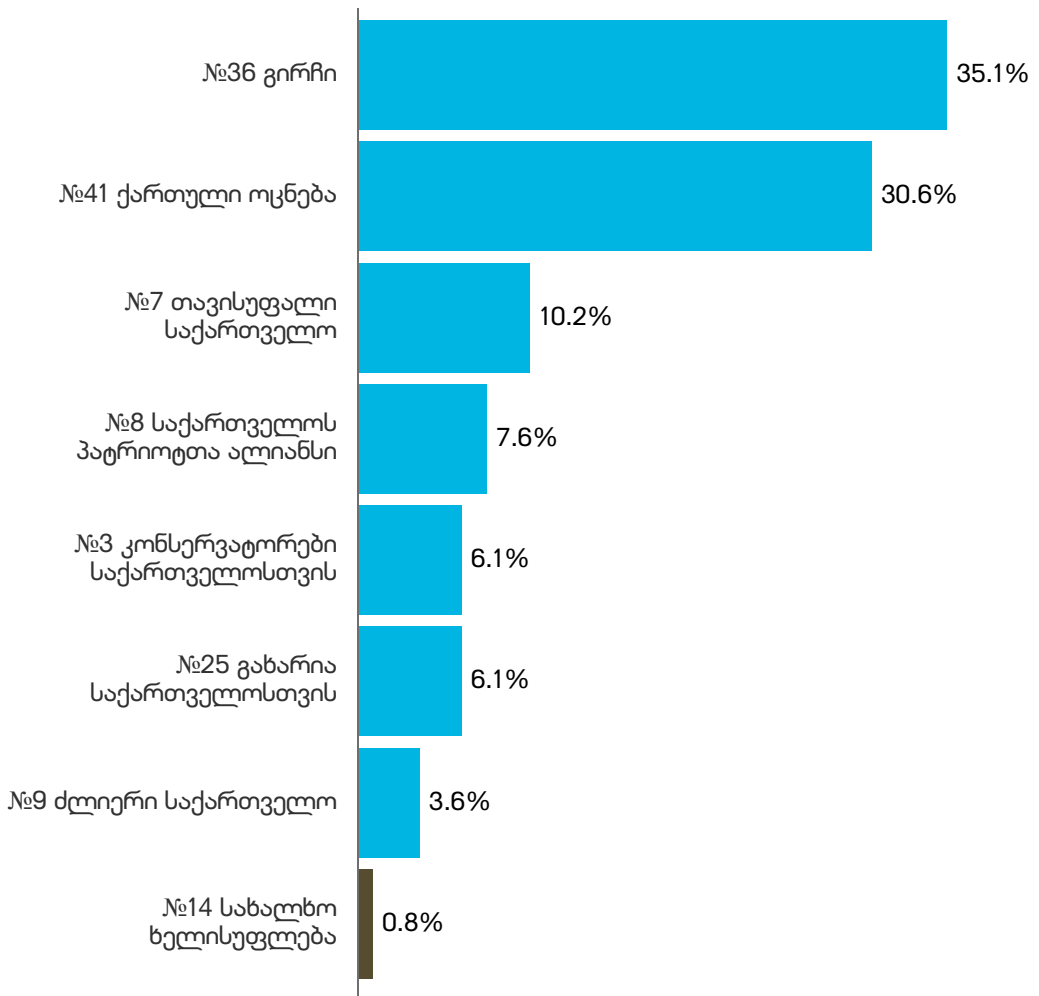
საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველ არხზე განთავსდა 1852 წუთის უფასო პოლიტიკური რეკლამა, რომელიც განაწილდა 11 პოლიტიკურ პარტიას შორის:



უფასო პოლიტიკური რეკლამა: ტელემაუწყებლები



საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველ არხზე განთავსდა 1,574 წუთის უფასო პოლიტიკური რეკლამა, რომელიც განაწილდა 8 პოლიტიკურ პარტიას შორის:



უფასო პოლიტიკური რეკლამა: ტელემაუწყებლები



ფორმულაზე განთავსდა 1,076 წუთის უფასო პოლიტიკური რეკლამა, რომელიც განაწილდა 2 პოლიტიკურ პარტიას შორის:



პოსტვ-ზე განთავსდა 1,060 წუთის უფასო პოლიტიკური რეკლამა, რომელიც განაწილდა 2 პოლიტიკურ პარტიას შორის:



რუსთავი 2-ზე განთავსდა 1,049 წუთის უფასო პოლიტიკური რეკლამა, რომელიც განაწილდა 2 პოლიტიკურ პარტიას შორის:



უფასო პოლიტიკური რეკლამა: ტელემაუწყებლები



ოცდამეთექვსმეტე არხზე განთავსდა 1,019 წუთის უფასო პოლიტიკური რეკლამა, რომელიც განაწილდა 2 პოლიტიკურ პარტიას შორის:

№41 ქართული ოცნება

53.9%

№36 გირჩი

46.1%



მაესტროზე განთავსდა 979 წუთის უფასო პოლიტიკური რეკლამა, რომელიც განაწილდა 2 პოლიტიკურ პარტიას შორის:

№41 ქართული ოცნება

56.6%

№36 გირჩი

43.4%



იმედზე განთავსდა 979 წუთის უფასო პოლიტიკური რეკლამა, რომელიც განაწილდა 2 პოლიტიკურ პარტიას შორის:

№41 ქართული ოცნება

56.5%

№36 გირჩი

43.5%

უფასო პოლიტიკური რეკლამა: ტელემაუწყებლები



ტელეკომპანია პირველზე განთავსდა 968 წუთის უფასო პოლიტიკური რეკლამა, რომელიც განაწილდა 2 პოლიტიკურ პარტიას შორის:

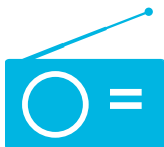


ჯორჯიან თაიმსზე განთავსდა 696 წუთის უფასო პოლიტიკური რეკლამა, რომელიც განაწილდა 2 პოლიტიკურ პარტიას შორის:

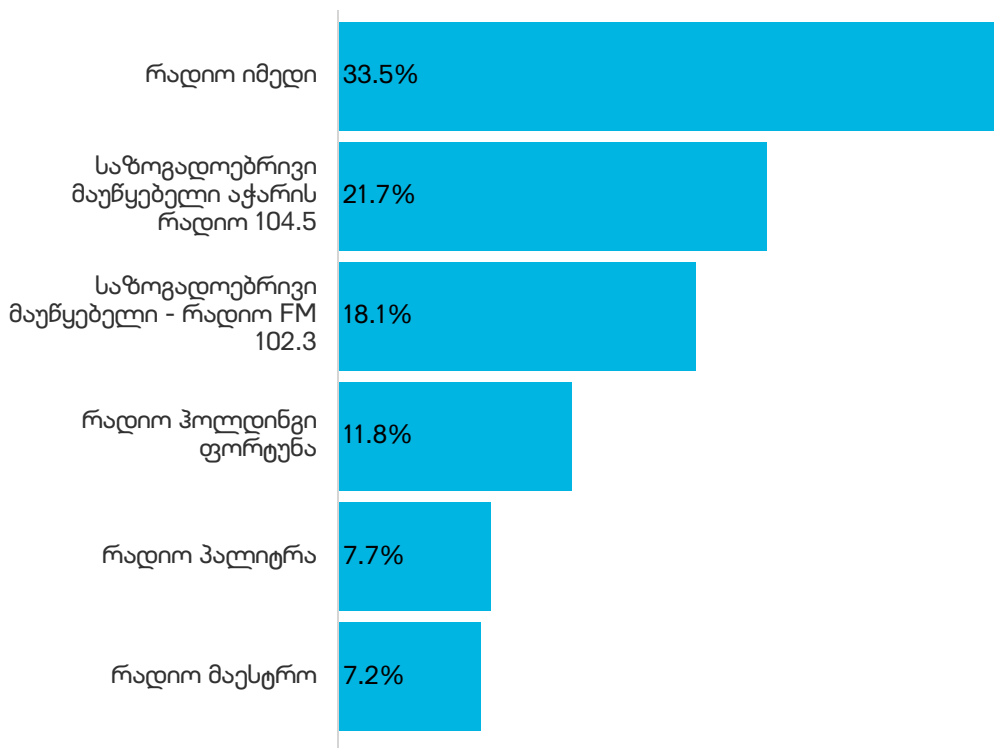


სილქ მედიაზე (ევრონიუს ჯორჯია) განთავსდა 572 წუთის უფასო პოლიტიკური რეკლამა, ობიექტივზე - 557 წუთის, ხოლო პალიტრანიუსზე - 249 წუთის. სამივე არხზე განთავსდა მხოლოდ №41 „ქართული ოცნების“ უფასო პოლიტიკური რეკლამა.

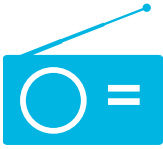
უფასო პოლიტიკური რეკლამა: რადიომაუწყებლები



უფასო პოლიტიკური რეკლამა 6 რადიომაუწყებელზე განთავსდა. მათი პოტენციური შემოსავალი უტოლდება 741,331 ლარს, რომელიც შემდეგნაირად ნაწილდება:

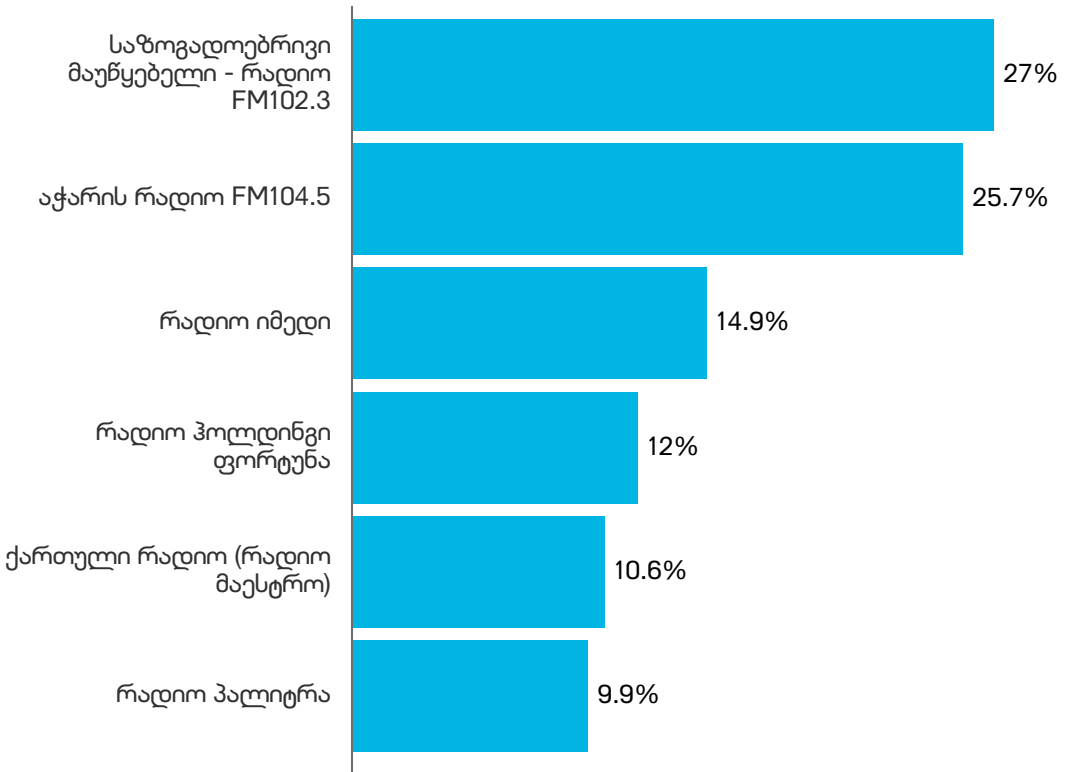


უფასო პოლიტიკური რეკლამა: რადიომაუწყებლები



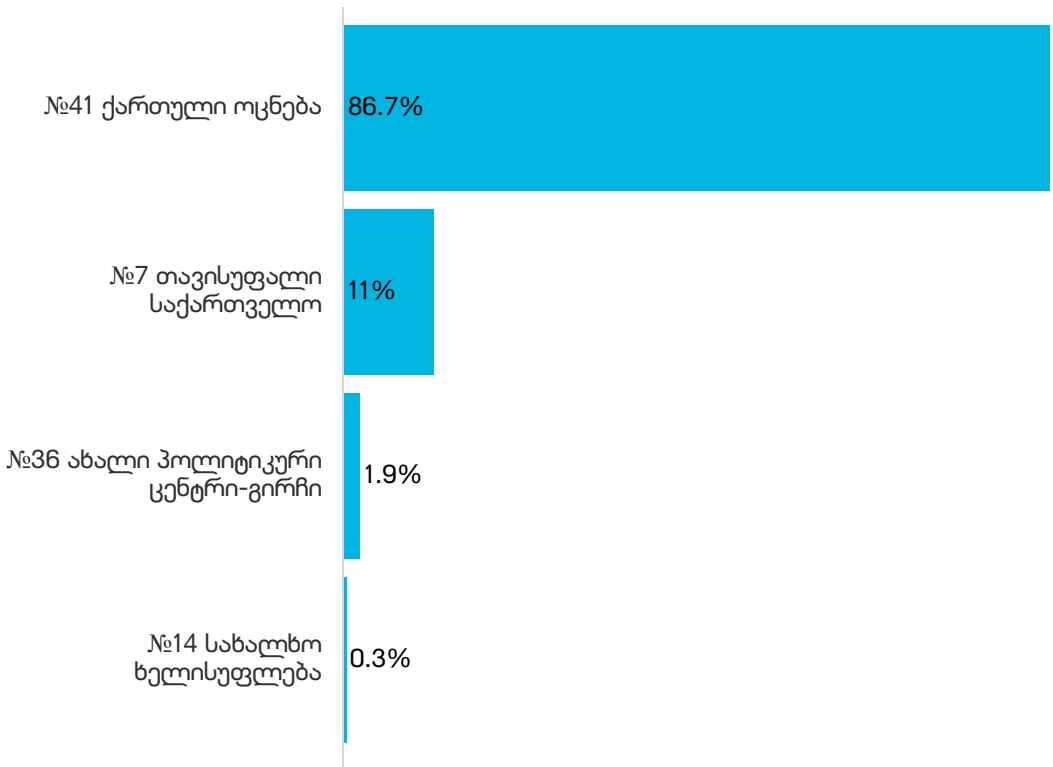
რადიომაუწყებლებმა განათავსეს ჯამში 2,509 წუთის უფასო პოლიტიკური რეკლამა.

უფასო წუთების განაწილება არხების მიხედვით:



უფასო პოლიტიკური რეკლამა: რადიომაუწყებლები

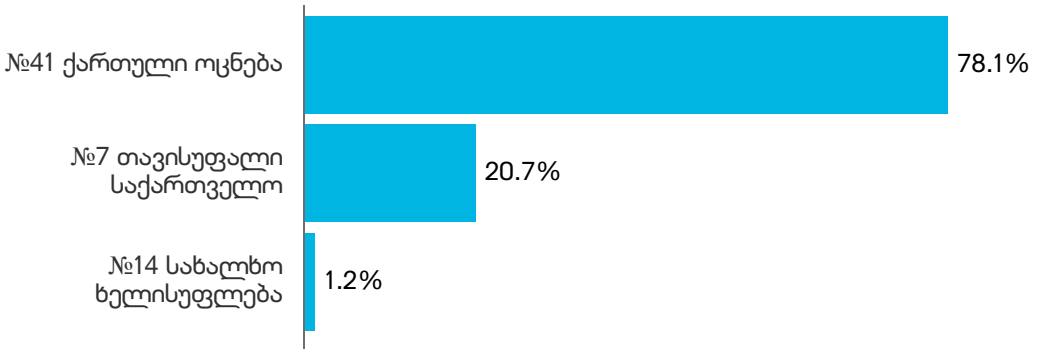
უფასო წუთების განაწილება პოლიტიკური პარტიების მიხედვით:



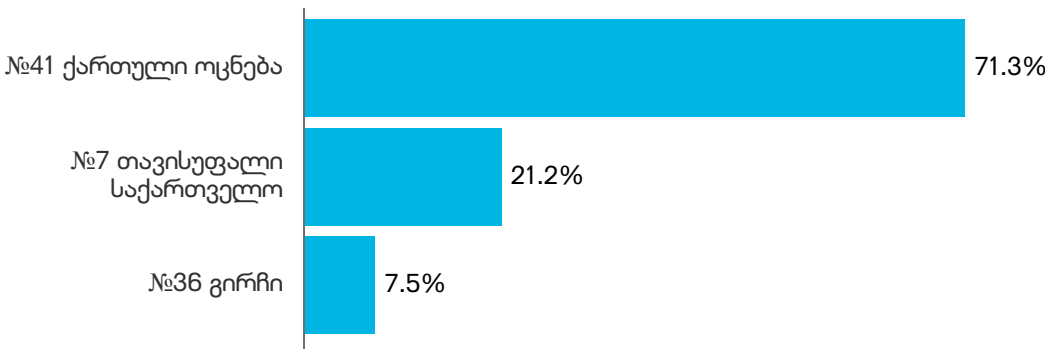
უფასო პოლიტიკური რეკლამა: რადიომაუწყებლები



საზოგადოებრივი მაუწყებლის რადიო FM102.4-ზე განთავსდა 677 წუთის უფასო პოლიტიკური რეკლამა, რომელიც განაწილდა 3 პოლიტიკურ პარტიას შორის:



რადიო აჭარა FM104.5-ზე განთავსდა 644 წუთის უფასო პოლიტიკური რეკლამა, რომელიც განაწილდა 3 პოლიტიკურ პარტიას შორის:

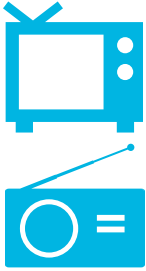


უფასო პოლიტიკური რეკლამა: რადიომაუწყებლები



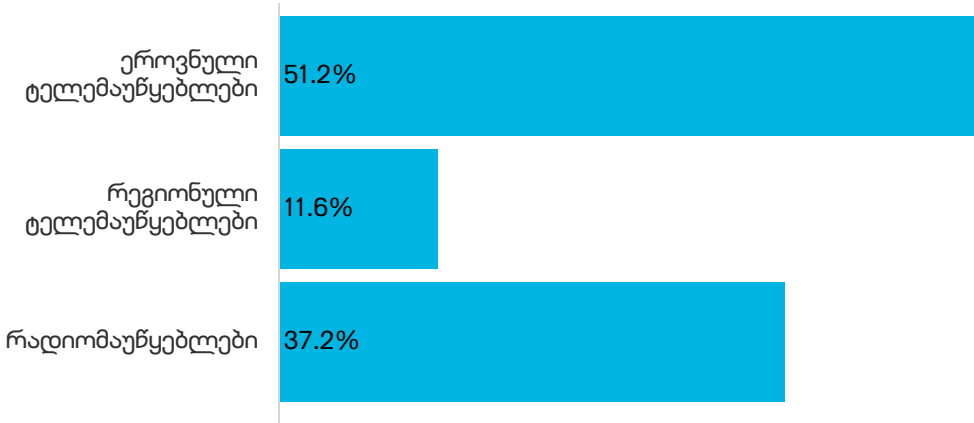
რადიო იმედზე განთავსდა 374 წუთის უფასო პოლიტიკური რეკლამა. რადიო ჰოლდინგ ფორტუნას არხებზე - რადიო არ დაიდარდოზე და რადიო ფორტუნაზე - განთავსდა 300 წუთის (150-150 წუთის) უფასო პოლიტიკური რეკლამა. რადიო მანსტროზე განთავსდა 267 წუთის, ხოლო რადიო პალიტრაზე - 248 წუთის უფასო პოლიტიკური რეკლამა. ყველა არხზე რეკლამა დაეთმო მხოლოდ №41 ქართული ოცნებას.

ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა

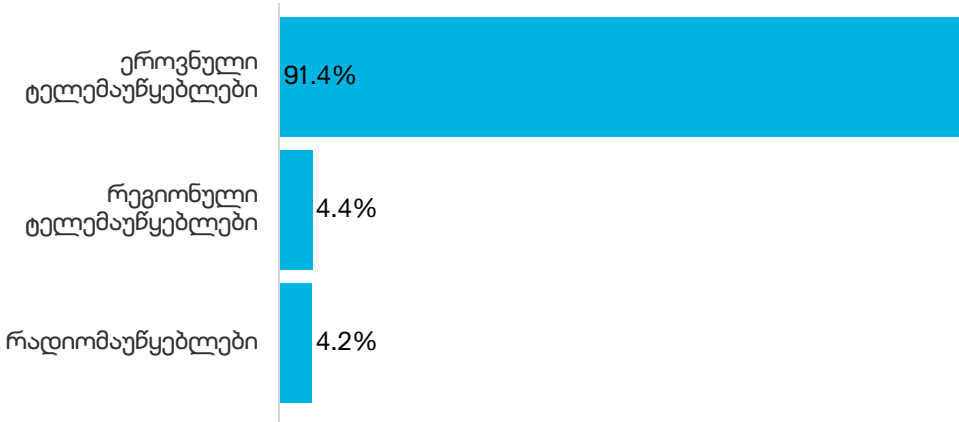


2025 წლის აგვისტო - ოქტომბრის თვეებში ფასიანი პოლიტიკური რეკლამის მოცულობამ შეადგინა 1,817 წუთი, ხოლო შემოსავალმა კი სულ 3,288,194 ლარი, რომელიც მაუწყებლების ტიპის მიხედვით შემდეგნაირად ნაწილდება:

ფასიანი წუთები:



შემოსავალი:



ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა: ეროვნული ტელევიზიები



კომუნიკაციების კომისიაში მაუწყებლების მიერ წარმოდგენილი ინფორმაციის თანახმად, 2025 წლის აგვისტო - ოქტომბრის თვეებში, ეროვნული მაუწყებლების სატელევიზიო არხებზე ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა სულ 2 პოლიტიკურმა გაერთიანებამ დაუკვეთა, რომლებმაც ჯამში 3,004,713 ლარი დახარჯეს. განთავსდა 936 წუთის ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა.

ფასიანი წუთების განაწილება პოლიტიკური პარტიების მიხედვით:



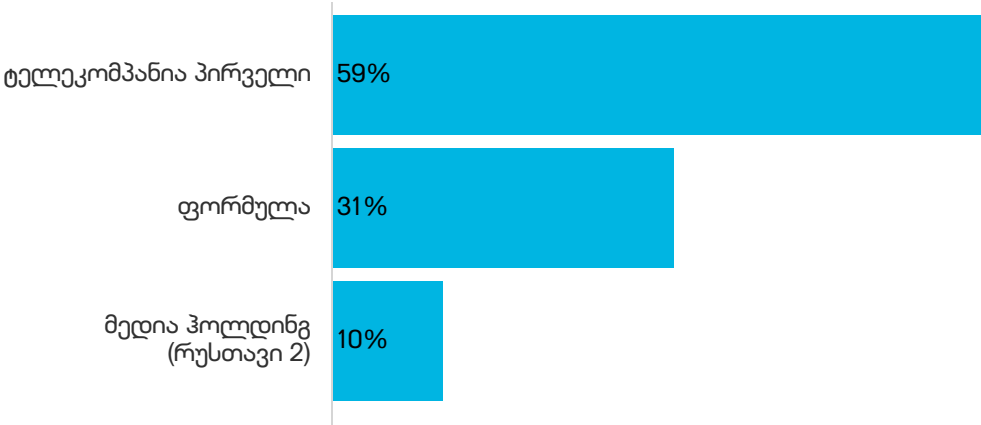
გადახდილი თანხის განაწილება პოლიტიკური პარტიების მიხედვით:



პოლიტიკური პარტიების თანხების გადანაწილება



№9 ძლიერმა საქართველომ - ლელომ ფასიან პოლიტიკურ რეკლამებში, ეროვნულ ტელემაუწყებლებზე, ჯამში 3,004,437ლ (მთლიანი თანხის 99.9%) დახარჯა და რეკლამა 3 სატელევიზიო არხზე განათავსა.



№7 თავისუფალმა საქართველომ ფასიან პოლიტიკურ რეკლამებში, ეროვნულ ტელემაუწყებლებზე, ჯამში 276ლ (მთლიანი თანხის 0.01%) დახარჯა და რეკლამა 1 სატელევიზიო არხზე განათავსა.



ეროვნული სატელევიზიო კომპანიების შემოსავლები



ეროვნული მაუწყებლების სატელევიზიო არხების ჭრილობი ყველაზე დიდი შემოსავალი ტელეკომპანია პირველმა მიიღო, ჯამში 1,757,795ლ (სრული თანხის 58.5%). ფასიანი პოლიტიკური რეკლამის ერთადერთი დამკვეთი იყო №9 ძლიერი საქართველო - ლელო.



ფორმულამ შემოსავლის სახით მიიღო 944,652 ლარი (სრული თანხის 31.4%). ფასიანი პოლიტიკური რეკლამის ერთადერთი დამკვეთი იყო №9 ძლიერი საქართველო - ლელო.



მედია ჰოლდინგმა (რუსთავი 2) შემოსავლის სახით მიიღო 301,990 ლარი (სრული თანხის 10.05%). ფასიანი პოლიტიკური რეკლამის ერთადერთი დამკვეთი იყო №9 ძლიერი საქართველო - ლელო.



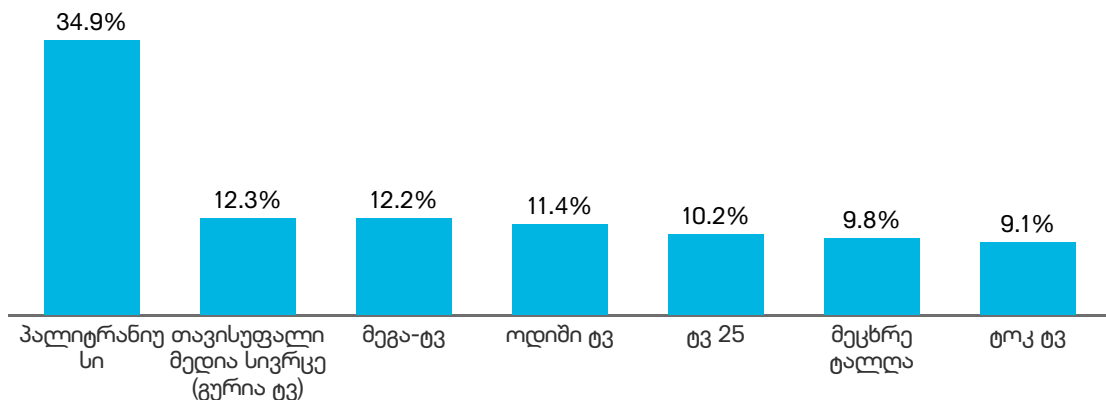
ილიონმა (თავისუფალი არხი) შემოსავლის სახით მიიღო 276 ლარი (სრული თანხის 0.01%). ფასიანი პოლიტიკური რეკლამის ერთადერთი დამკვეთი იყო №7 თავისუფალი საქართველო.

ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა: რეგიონული ტელევიზიები

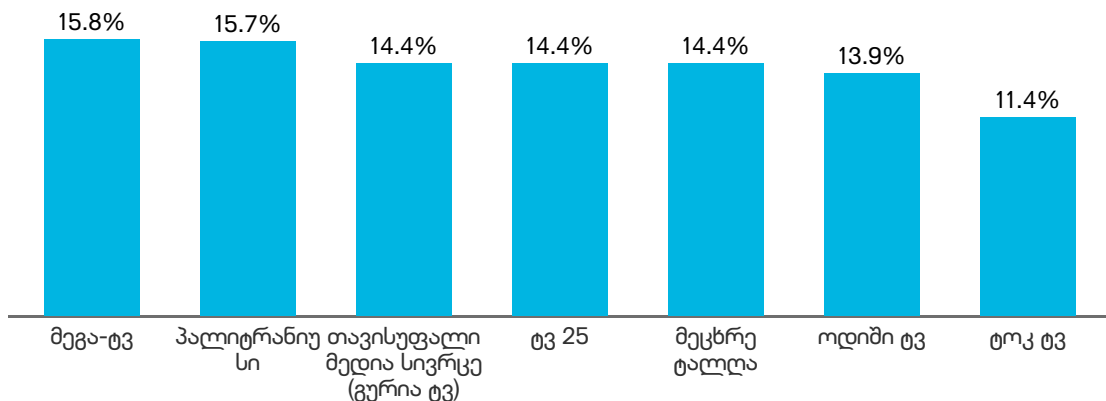


კომუნიკაციების კომისიაში მაუწყებლების მიერ წარმოდგენილი ინფორმაციის თანახმად, 2025 წლის აგვისტო-ოქტომბრის თვეებში, რეგიონული მაუწყებლების სატელევიზიო არხებზე ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა მხოლოდ ერთმა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ, №9 ძლიერმა საქართველომ - ლელომ დაუკვეთა, რომელმაც ჯამში 146,443 ლარი დახარჯა, პარტიამ შეიძინა 209 წუთის ფასიანი პოლიტიკური რეკლამის დრო.

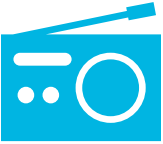
შემოსავლის განაწილება:



წუთების განაწილება:

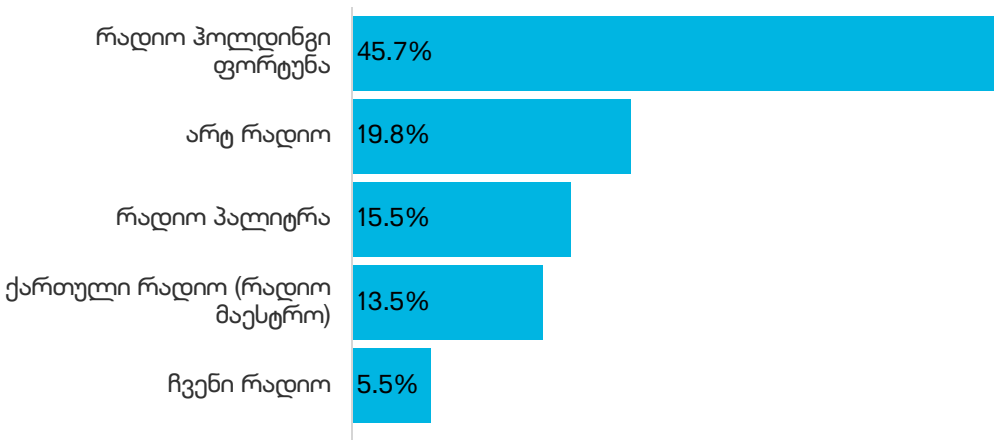


ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა: რადიომაუწყებლები

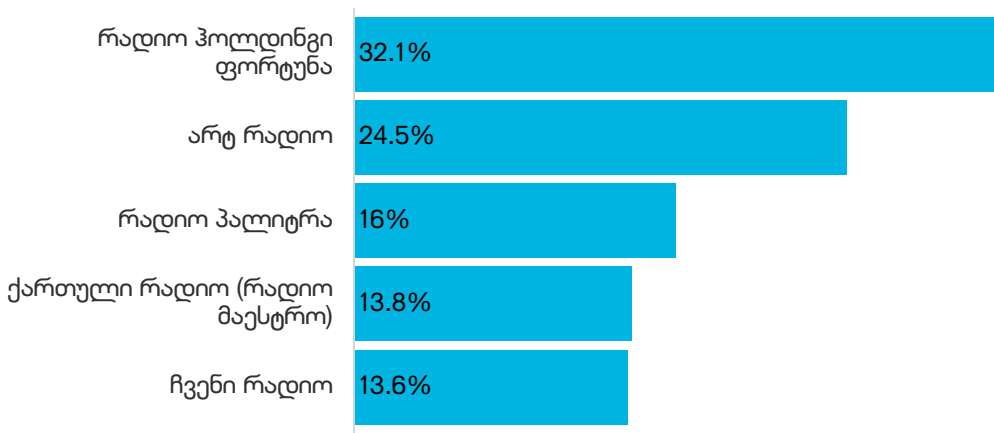


კომუნიკაციების კომისიაში მაუწყებლების მიერ წარმოდგენილი ინფორმაციის თანახმად, 2025 წლის აგვისტო-ოქტომბრის თვეებში, რადიომაუწყებლებზე ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა მხოლოდ ერთმა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ, №9 ძლიერმა საქართველომ - ლელომ დაუკვეთა, რომელმაც ჯამში 137,038 ლარი დახარჯა. პარტიამ შეიძინა 672 წუთის ფასიანი პოლიტიკური რეკლამის დრო.

შემოსავლის განაწილება:



წუთების განაწილება:



www.ComCom.ge



კომუნიკაციების
კომისია

