



National Endowment for Democracy
Supporting freedom around the world



თვითმმართველობა 2014

მედია მონიტორინგის
პირველი შუალედური ანგარიში

(1-30 აპრილი)

23 მაისი

2014

თვითმმართველობა 2014 - მედიამონიტორინგის შუალედური ანგარიში

2014 წლის 23 მაისი

თბილისი, 2014 წლის მაისი - საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია პროფესიონალ ჟურნალისტთა არაკომერციული, დამოუკიდებელი გაერთიანებაა, რომელიც ხელს უწყობს თავისუფლებისა და დემოკრატიული ფასეულობების დამკვიდრებას. ქარტია სლოვაკურ კომპანია MEMO 98 -თან ერთად სისტემატურ მონიტორინგს უწევს მედიის მიერ 15 ივნისის თვითმმართველობის არჩევნების გაშუქებას. პროექტი ხორციელდება ორგანიზაცია „ეროვნული წვლილი დემოკრატიისათვის“ (NED) ფინანსური მხარდაჭერით.

ქარტიისა და MEMO 98-ის მიზანია შეაფასონ, თუ რამდენად ობიექტურად და დაბალანსებულად აშუქებენ კანდიდატებსა და მათ საარჩევნო პროგრამას მაუწყებლები, რათა საქართველოს მოქალაქეებს შეეძლოთ საკუთარი კარგად ინფორმირებული არჩევანის გაკეთება საარჩევნო ყუთებთან. პროექტის შედეგები განისაზღვრა მკაფიოდ გამოხატული და ზუსტი მეთოდოლოგიით და მიზნად არ ისახავს რომელიმე კანდიდატის ან პოლიტიკური პარტიის მხარდაჭერას, არამედ მონოღებულია, რომ მოახდინოს მედია გარემოს გაერთიანება და ინტეგრაცია წინასაარჩევნო კამპანიის პერიოდში. **საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიამ 1 აპრილს დაიწყო 7 ეროვნული სატელევიზიო არხისა** (საზოგადოებრივი მაუწყებლები - საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებელი, აჭარის ტელევიზია და კერძო მაუწყებლები - იმედი, კავკასია, მანეტრო, რისთავი 2 და ტაბულა) **და 6 რეგიონული მაუწყებლის** (აჭარის 25-ე არხი, გურჯაანი (კახეთი), ქვემო ქართლის ტელევიზია, (ქვემო ქართლი), ოდიში (სამეგრელო), რიონი (იმერეთი) და თრიალეთი (შიდა ქართლიდან) **მონიტორინგი**.¹

ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია MEMO 98 -ის მიერ შემუშავებულ მეთოდოლოგიას იყენებს. მედიამონიტორინგის სლოვაკურმა კომპანიამ 15 წლის განმავლობაში მსგავსი პროექტები განახორციელა მსოფლიოს 47 ქვეყანაში. მისი შინაარსზე ორიენტირებული მიდგომა სპეციალურადაა შექმნილი მედიის პლურალიზმისა და მრავალფეროვნების უზრუნველსაყოფად, რაც ნიშნავს, რომ მონიტორინგის შედეგები არ უნდა შეადგენდეს ცარიელი და ზედაპირული მონაცემების ერთობლიობას, არამედ იგი უნდა წარმოადგენდეს სათანადო კონტექსტში შესწავლილი, მედიაში მიმდინარე პოლიტიკური და სოციალური მრავალფეროვნების დონის დეტალურ ანალიზსა და შეფასებას.² ქარტია და MEMO 98 არჩევნებამდე კიდევ ერთ შუალედურ ანგარიშს წარმოადგენენ, ხოლო დაახლოებით ოთხ კვირაში წარადგენენ საბოლოო ანგარიშს, რომელშიც შეტანილი იქნება მაუწყებლობის გაუმჯობესებაზე გათვლილი რეკომენდაციები.

¹ მონიტორინგი ძირითადად პრაიმ-თაიმის პოლიტიკურ გადაცემებზე იყო ფოკუსირებული (18.00 – 24.00).

² მედია მონიტორინგი მოიცავს რაოდენობრივ ანალიზს, რომელიც ეყრდნობა თითოეული „სუბიექტისათვის“ გამოყოფილი დროის რაოდენობასა და შესაბამისი პოლიტიკური სუბიექტების გაშუქების ტონს - დადებითი, ნეიტრალური ან უარყოფითი ტონი. ხარისხობრივი ანალიზი აფასებს შერჩეული მედია საშუალებების საქმიანობას ეთიკისა და პროფესიული სტანდარტების მიხედვით, რომელთა რაოდენობრივი აღწერა ადვილი არ არის. მონიტორინგი აღნიშნავს სიცრუის, ფაქტების დამახინჯების, დაუბალანსებელი გაშუქების, უსამართლობის, უზუსტობის, მიუკერძოებლობისა და ნებისმიერი იმ შემთხვევის შესახებ, რომელიც აუცილებელია ინფორმაციის გაშუქების ხარისხის შესაფასებლად. ეს ამოცანები ანგარიშში, კომენტარებისა და დასკვნების სახით არის გამოტანილი.

ქვემოთ მოცემულია მონიტორინგის ძირითადი შედეგების რეზიუმე პროექტის პირველი ფაზიდან და მოიცავს 2014 წლის აპრილს (1-დან 30 აპრილამდე)

რეზიუმე

- ჯერჯერობით, ჩვენი მონიტორინგის ქვეშ მყოფი მედიის დიდმა ნაწილმა ძირითადად, დაბალანსებულად წარმოადგინა პრაიმ-თაიმში თავის პოლიტიკურ და არჩევნებთან დაკავშირებულ საინფორმაციო პროგრამებში პოლიტიკური პარტიები და კანდიდატები.
- მედიასაშუალებებმა თავიანთი საინფორმაციო პროგრამების არსებითი ნაწილი მთავრობისა და ორი ძირითადი პარტიის - ერთიანი ნაციონალური მოძრაობისა და ქართული ოცნების ღონისძიებებს დაუთმეს.
- რეგიონულმა მაუწყებლებმა ორი მთავარი პოლიტიკური პარტიის გაშუქებასთან ერთად, საკმაოდ დრო დაუთმეს ადგილობრივი ხელისუფლების წარმომადგენელთა გაშუქებას.
- მონიტორინგის ქვეშ მყოფმა არხებმა თავიანთ საინფორმაციო პროგრამებში ყურადღების მეტი წილი კანდიდატებისა და პარტიების ღონისძიებებს დაუთმეს და ნაკლები ყურადღება მიაქციეს პრობლემებსა და კანდიდატების პროგრამებს შორის არსებულ განსხვავებებს.

მედია მონიტორინგის შუალედური შედეგები მიუთითებს, რომ ჯერჯერობით მედიის უმეტესმა ნაწილმა ზოგადად დაბალანსებულად და მიუკერძოებლად გააშუქა არჩევნებში მონაწილე კანდიდატები და მათთან დაკავშირებული ღონისძიებები პოლიტიკურ და არჩევნებთან დაკავშირებულ პროგრამებში, თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ ოფიციალური საარჩევნო კამპანიის დაწყების დღიდანვე ახალ ამბებში ძირითად ყურადღებას აქცევენ საარჩევნო კამპანიის აქციების გაშუქებას და იშვიათი გამონაკლისების გარდა, ძალიან მცირედ, ან საერთოდ არ აშუქებდნენ თავად კანდიდატებსა და მათ პროგრამებს შორის განსხვავებას. ამომრჩეველს ნამდვილად დაეხმარება უფრო სიღრმისეული და ანალიტიკური გაშუქება, რომელიც ხელს შეუწყობს უკეთ გაანალიზოს და შეაფასოს საარჩევნო კანდიდატების პიროვნული თვისებები და პროგრამები.³

³ მაუწყებლების ქცევის კოდექსში - მუხლი 24.5 აღნიშნულია, რომ საარჩევნო კამპანიის მსვლელობის პერიოდში მაუწყებლებმა უნდა გააშუქონ კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტების პოლიტიკური პარტიების პლატფორმები და არ შემოიფარგლონ მხოლოდ მიმდინარე ღონისძიებების, პოლიტიკური პარტიებისა და მათი კანდიდატების განცხადებებით

ეროვნული არხები

საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის საინფორმაციო გადაცემებში ორივე პარტიას, როგორც “ქართულ ოცნებას”, ასევე ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას გაშუქებისას მცირედით განსხვავებული დრო დაეთმო (28.4 პროცენტი და 24.5 პროცენტი), ხოლო გაშუქების ტონი მეტწილად ნეიტრალური იყო. ასევე მაშინ, როდესაც „ქართული ოცნების“ დადებითი გაშუქების დრო 9 პროცენტი იყო, ხოლო უარყოფითად გაშუქების - 11 პროცენტი, ერთიანი ნაციონალური მოძრაობისთვის 24 პროცენტი აღმოჩნდა უარყოფითი და მხოლოდ 1.5 პროცენტი - დადებითი. მთავრობამ 32.5 პროცენტი ძირითადად ნეიტრალური გაშუქება მიიღო. შედარებისათვის, არჩევნებში მონაწილე სხვა კანდიდატების გაშუქების ჯამი 3 პროცენტზე ნაკლები იყო - გაერთიანებული ოპოზიციის ბლოკი და ლეიბორისტული პარტია, 2.9 პროცენტი და 2.3 პროცენტით იყვნენ წარმოდგენილი. ეს გაშუქებას უმეტესად ნეიტრალური იყო. საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა თავისი პოლიტიკური გაშუქების 3.6 პროცენტი პრეზიდენტ გიორგი მარგველაშვილს დაუთმო (ტონი - ნეიტრალური). თბილისის მერობის კანდიდატებიდან ყველაზე მეტი დრო დავით ნარმანიას დაეთმო.

საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის თვისებრივი ანალიზი დღეისათვის აჩვენებს, რომ არხი საარჩევნო კამპანიას ზოგადად დაბალანსებულად და მიუკერძოებლად აშუქებს. იყო მხოლოდ რამდენიმე შემთხვევა, როდესაც მაუწყებელმა გადაუხვია ამ მიდგომას. მაგალითად, 24 აპრილს, საინფორმაციო პროგრამა *მოამბეში* გავიდა სიუჟეტი თბილისი ყოფილი მერის, გივი უგულავას სასამართლო პროცესის შესახებ, სადაც მონმე გიგა გიორგაძე აცხადებდა, რომ ტელეკომპანია „იმედზე“ გადაცემებს, მათ შორის, ვახო სანაიას თოქ შოუსაც, თითქოს ყოფილი ხელისუფლება აკონტროლებდა. თუმცა საქართველოს საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა მაყურებელს არ შესთავაზა ინტერვიუ არც თოქ შოუს წამყვანთან, არც წინა ხელისუფლების რომელიმე წარმომადგენელთან, რომ ამ ბრალდებისათვის პასუხი გაეცათ.

არხი ცდილობდა გაეშუქებინა სუბიექტები, რომლებიც 15 ივნისს დანიშნულ თვითმმართველობის არჩევნებში მონაწილეობას გეგმავენ. საანგარიშო პერიოდში „მოამბის“ თითქმის ყველა გამოშვებაში ერთი სიუჟეტი სწორედ არჩევნებს ეძღვნებოდა. შაბათობით კი, თბილისის მერობის კანდიდატებს (დავით ნარმანია, დიმიტრი ლორთქიფანიძე, ასმათ ტყაბლაძე) პირდაპირ ეთერში რთავდნენ და საარჩევნო პროგრამის შესახებ ეკითხებოდნენ.

გასული საპრეზიდენტო არჩევნებისგან განსხვავებით, სადაც არხი ძირითადად ე.წ. „ლაივ სინქრონებით“ ცდილობდა საარჩევნო სუბიექტების აქტივობების გაშუქებას, ამჯერად ამზადებდა ერთ შემაჯამებელ სიუჟეტს, სადაც ნაჩვენებ იყო პოლიტიკური პარტიების კანდიდატები და გეგმები. საერთო ჯამში გამოშვება უფრო მეტად დინამიური იყო, თუმცა ამავე დროს, აკლდა უფრო მეტად სიღრმისეული და ანალიტიკური გაშუქება, რომელიც დაეხმარებოდა მაყურებელს საარჩევნო კანდიდატების პიროვნული თვისებებისა და მათი პროგრამების უკეთესად გაანალიზებასა და შეფასებაში.

აჭარის საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა თავისი პოლიტიკური და არჩევნებთან დაკავშირებული გადაცემების 33.8 პროცენტი დაუთმო ცენტრალური და ადგილობრივი (აჭარის) ხელისუფლების საქმიანობების გაშუქებას. ეს გაშუქება, როგორც წესი, მეტწილად ნეიტრალური და დაბალანსებული იყო (ნეგატიური და პოზიტიური ტონის თანაბარი რაოდენობით). **აჭარის საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა** ადგილობრივ ხელისუფლებას პროპორციულად საინფორმაციო გადაცემების ყველაზე

დიდი დრო - 6.4 პროცენტი დაუთმო, ყველა სხვა ეროვნული არხებისაგან განსხვავებით. რაც შეეხება ორ წამყვან პარტიას, „ქართული ოცნება“ უფრო მეტად გაშუქდა, ვიდრე ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა (25.8 პროცენტი და 20.4 პროცენტი შესაბამისად). გაშუქების ტონი ძირითადად ნეიტრალური იყო.

აჭარის საზოგადოებრივი მაუწყებლის გადაცემათა თვისებრივი ანალიზი აჩვენებს, რომ არხი იცავს მაუწყებელთა ქცევის კოდექსს და მისი საინფორმაციო გადაცემების სიუჟეტების უმეტესი ნაწილი დაბალანსებული და მიუკერძოებელია.

საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის მსგავსად კერძო მაუწყებელმა **რუსთავი 2-მაც** თავისი საინფორმაციო გადაცემების პრაიმ თაიმის უდიდესი დრო მთავრობის საქმიანობას მიუძღვნა (39.3 პროცენტი). მიუხედავად იმისა, რომ მთლიანობაში გაშუქების ტონი ნეიტრალური იყო, ყველა სხვა ეროვნულ არხთან შედარებით, მთავრობა ყველაზე მეტად იყო უარყოფითად გაშუქებული. გარდა ამისა არხმა ოდნავ მეტი დრო დაუთმო ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას (26.4 პროცენტი), ვიდრე „ქართულ ოცნებას“ (22.7 პროცენტი). ამავე დროს, ზოგადად ორი მთავარი კანდიდატის გაშუქება შედარებით დაბალანსებული იყო, საინფორმაციოების უმეტესი ნაწილი კი ნეიტრალური. რაც შეეხება სხვა კანდიდატებს, ნინო ბურჯანაძე გაერთიანებულმა ოპოზიციამ მიიღო გაშუქების 3 პროცენტი თითქმის მთლიანად ნეიტრალური ტონით.

რაც შეეხება **რუსთავი 2-ის** თვისებრივ ანალიზს, ტელეკომპანია იცავს მაუწყებელთა ქცევის კოდექსს და მისი საინფორმაციო გადაცემების უმეტესი ნაწილი დაბალანსებული და მიუკერძოებელია. თუმცა მონიტორების ჯგუფმა აღმოაჩინა, რომ 1 აპრილის სიუჟეტში არხმა სრულად არ დაიცვა ჟურნალისტური სტანდარტები, როდესაც საერთაშორისო რესპუბლიკური ინსტიტუტის (IRI) კვლევების შედეგებს აშუქებდა. სიუჟეტში ნაჩვენებია გრაფიკი, „მთავრობის მიღწევების“ შესახებ, რომელზეც ჩანს, რომ გამოკითხულთა 10 % მთავარ მიღწევად სასოფლო ვაუჩერებს მიიჩნევს, ხოლო 21%-ს აზრით, მთავრობას მიღწევები არ აქვს. „მთავრობის წარმატების გრაფაში კი ყველაზე მაღალი პროცენტი მიღწევების არარსებობას უკავია“ - ამბობს ჟურნალისტი, თუმცა ეკრანზე კარგად ჩანს, რომ ამ გრაფაში არის კიდევ ერთი მაჩვენებელი, რომელსაც 24% ანერია და რომელსაც გრაფიკაზე არხის ლოგო ფარავს (მთავრობის მიღწევების შესახებ გამოკითხვისას, პასუხის გაცემისგან თავი შეიკავა 24%). ასეთი გაშუქება ეწინააღმდეგება საარჩევნო კოდექსს მუხლი 51, პუნქტი 11, რომლის მიხედვითაც სხვა ინფორმაციასთან ერთად უნდა გამოქვეყნდეს იმ რესპონდენტთა რაოდენობა, რომლებმაც უარი განაცხადეს კვლევაში მონაწილეობაზე, არ გასცეს კითხვას პასუხი ან რომელთა გამოკითხვაც არ მოხერხდა. მერობის კანდიდატებიდან მაუწყებელმა ყველაზე მეტი დრო დავით ნარმანიასა და ნიკა მელიას დაუთმო.

კიდევ ერთმა კერძო კომპანიამ **„იმედმა“** დაუთმო თავისი გაშუქების უდიდესი ნაწილი (31.5 პროცენტი) მთავრობას - გაშუქების ტონი მეტწილად ნეიტრალური იყო. ორმა წამყვანმა პარტიამ - ერთიანმა ნაციონალურმა მოძრაობამ და „ქართულმა ოცნებამ“ გაშუქების თითქმის იდენტურად პროპორციული ზოგადად ნეიტრალური ტონი მიიღო (29.4 პროცენტი და 28.5 პროცენტი შესაბამისად). სხვა არხების მსგავსად, შემდეგი ყველაზე მეტად წარმოდგენილი სუბიექტი ნინო ბურჯანაძე გაერთიანებული ოპოზიცია იყო, რომელმაც გაშუქების 2.8 პროცენტი უმეტესად ნეიტრალური ტონი მიიღო. მერობის კანდიდატებიდან ყველაზე დიდი დრო ამ მაუწყებელზეც დავით ნარმანიას დაეთმო.

ტელეკომპანია „იმედის“ თვისებრივი ანალიზი უჩვენებს, რომ საინფორმაციო გადაცემების უმეტესობა დაბალანსებულია. თუმცა მონიტორინგის ჯგუფმა შენიშნა შინაგან საქმეთა მინისტრის, ალექსანდრე ჭიკაიძის რეგიონებში ვიზიტებისა და შეხვედრების განსაკუთრებული სიხშირით გაშუქების ტენდენცია. მაგალითად, 15 აპრილს ნაჩვენებია მინისტრის ვიზიტი სამცხე-ჯავახეთის პოლიციის განყოფილებებში და ახალი შენობის მშენებლობის დათვალიერება. მასალაში გამოყენებული კადრები იდენტურია შსს-ს საიტზე განთავსებული კადრებისა.⁴ მეორე დღეს გავიდა სიუჟეტი მინისტრის სტუდენტებთან შეხვედრაზე, სადაც სტუდენტები დადებითად აფასებენ ასეთ შეხვედრებს. მსგავსი სიუჟეტი აჩვენებს 10 აპრილსაც, რომელიც ფილიპ დიმიტროვისა და ალექსანდრე ჭიკაიძის შეხვედრას ასახავს.

ტელეკომპანია მაცსტრომ თავისი პოლიტიკური და არჩევნებთან დაკავშირებული საინფორმაციო გადაცემების ნაწილი, 37,1 პროცენტი მთავრობის წარმომადგენლებს დაუთმო. 8.4 პროცენტი მიიღო პრეზიდენტმა (ყველაზე დიდი პროცენტი მონიტორინგის ქვეშ მყოფი ეროვნული მაუწყებლებიდან). გარდა ამისა, „ქართულ ოცნებას“ დაეთმო დროის 28 პროცენტი, ხოლო ადგილობრივ ხელისუფლებას, სადაც სათავეში ქართული ოცნების წარმომადგენლები იყვნენ - 2.2 პროცენტი. ერთიანმა ნაციონალურმა მოძრაობამ მიიღო 19.4 პროცენტი, ხოლო ნინო ბურჯანაძე - გაერთიანებულმა ოპოზიციამ კი 2 პროცენტი. გაშუქების ტონი ყველა შემთხვევაში ძირითადად ნეიტრალური იყო. თბილისის მერობის კანდიდატებიდან მაცსტრომაც ყველაზე მეტი დრო დავით ნარმანიას დაუთმო.

ტელეკომპანია მაცსტროს თვისებრივმა ანალიზმა აჩვენა, რომ არხის საინფორმაციო გადაცემების უდიდესი ნაწილი დაბალანსებული და მიუკერძოებელი იყო და ძირითადად ადგილობრივ არჩევნებზე იყო ფოკუსირებული.

ამის საპირისპიროდ, ტელეკომპანია „ტაბულამ“ თავისი დროის უმეტესი ნაწილი მთავარ ოპოზიციურ პარტიას, ერთიან ნაციონალური მოძრაობას დაუთმო, რომელმაც გაშუქების 38.8 პროცენტი მიიღო. ეს ორჯერ მეტია, ვიდრე მათ მიერ „ქართული ოცნების“ გაშუქება. თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ ორივე კანდიდატის გაშუქების ტონი ძირითადად ნეიტრალური იყო. მთავრობა 30.6 პროცენტით გაშუქდა. თუმცა ამ გაშუქების ძირითადი ნაწილი ნეიტრალური იყო, გაშუქების დაახლოებით 20 პროცენტის ტონი უარყოფითი იყო (მონიტორინგის ქვეშ მყოფი ეროვნული მაუწყებლებიდან **რუსთავი 2-თან** ერთად **ტაბულა** ყველაზე კრიტიკულად აშუქებს მთავრობას)

არხის თვისებრივი ანალიზი აჩვენებს, რომ საინფორმაციო პროგრამების უმეტესი ნაწილი დაბალანსებული და მიუკერძოებელია, თუმცა არის პრობლემური სიუჟეტებიც, სადაც ამბავი ცალმხრივად არის გადმოცემული. აპრილის დასაწყისში (პირველ და სამ აპრილს) გავიდა სიუჟეტი შალვა თათუხაშვილის საქმეზე⁵, სადაც ნაჩვენებია იყო მხოლოდ მისი ოჯახის წევრებისა და „ნაციონალური მოძრაობის“ პოზიცია, თუმცა ჩანერილი იყო სახალხო დამცველი, რომელიც ბრალდებაზე მოპასუხედ ვერ ჩაითვლება. სიუჟეტში არ ჩანდა, სცადა თუ არა არხმა მეორე მხარის პოზიციის მოპოვება. მეორე სიუჟეტში შურნალისტი (3 წუთისა და 40 წამის განმავლობაში) მაყურებელს აწვდიდა თბილისის ყოფილი

4 იხილეთ ბმული: <http://police.ge/ge/shinagan-saqmeta-ministri-samtskhe-djavakhetshi-imkofeba/6454>

5 შალვა თათუხაშვილი, შინაგან საქმეთა სამინისტროს კონსტიტუციური უსაფრთხოების დეპარტამენტის სპეცდანიშნულების რაზმის ყოფილი ოფიცერი 24 მარტს გარდაიცვალა, პროკურორის დაკითხვიდან ერთი კვირის შემდეგ. იგი იყო მონაწილე დათა ახალაიას წინააღმდეგ, რომელიც ზემოთაღნიშნული დეპარტამენტის ხელმძღვანელი იყო. საკითხი ეხებოდა 2006 წლის ე.წ. ნავთლულის სპეცოპერაციას.

მერის გიგი უგულავას პოზიციას არქიტექტურული პროექტის „თბილისი-პანორამა“ შესახებ, სადაც იგი (უგულავა) აკრიტიკებდა ბიძინა ივანიშვილსა და „ქართულ ოცნებას“. სიუჟეტში კი ამ საკითხზე არც ერთი განსხვავებული მოსაზრება ან კომენტარი არ ყოფილა, ისევე როგორც არ ყოფილა პროექტის ავტორთა არგუმენტები. ტაბულამ სხვა მაუნცებლებისგან განსხვავებით მეტი დრო დაუთმო დავით ნარმანიას გარდა მერობის სხვა კანდიდატებსაც.

მონიტორინგის ქვეშ მყოფი ეროვნული მაუნცებლების მსგავსად ტელეკომპანია „კავკასიამაც“ თავისი საინფორმაციო პროგრამების უდიდესი ნაწილი ორ წამყვან პარტიას მიუძღვნა და მათ შედარებით თანაბარი დრო დაუთმო - ერთიანმა ნაციონალურმა მოძრაობამ და „ქართულმა ოცნებამ“ შესაბამისად გაშუქების 26.3 პროცენტი და 24.6 პროცენტი მიიღეს. რაც შეეხება ტონს, ძირითადად ნეიტრალური იყო, გაშუქების უფრო მეტად დადებითი, ვიდრე უარყოფითი ტონით. ნინო ბურჯანაძე გაერთიანებულმა ოპოზიციამ ნეიტრალური გაშუქების 4.6 პროცენტი მიიღო.

ტელეკომპანია „კავკასიის“ თვისობრივი ანალიზის მიხედვით საინფორმაციო პროგრამების უდიდესი ნაწილი დაბალანსებულია, უნდა აღინიშნოს, რომ საინფორმაციო გადაცემებს ტიტრები აკლიათ. თოქ შოუ სპექტრის უდიდესი ნაწილი ადგილობრივი თვითმმართველობის მომავალ არჩევნებს ეხებოდა. სამწუხაროდ უნდა აღვნიშნოთ, რომ წამყვანი დავით აქუბარდია კვლავაც აგრძელებს შეუფერებელი და დამამცირებელი ლექსიკის გამოყენებას და მის მთავარ სამიზნეს, ისევე როგორც უწინ, კვლავ ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა წარმოადგენს, თუმცა დრო და დრო მისი კრიტიკის ობიექტი მთავრობაც ხდება.

რეგიონული არხები

ბათუმში მდებარე „25-ე არხი“ (აჭარიდან) თავის პოლიტიკურ და არჩევნებთან დაკავშირებულ საინფორმაციო პროგრამაში აჭარის საზოგადოებრივი მაუნცებლის მიდგომა გაიზიარა და დროის 33.9 პროცენტი ორივე მთავრობის, როგორც ცენტრალური, ასევე აჭარის ღონისძიებების გაშუქებას დაუთმო - გაშუქება დაბალანსებული იყო, შედარებით პროპორციული პოზიტიური და ნეგატიური ელემენტებით. თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ ორი ძირითადი პარტიის გაშუქება განსხვავებული იყო. მაშინ, როდესაც ქართული ოცნება 33 პროცენტით გაშუქდა, ნაციონალურმა მოძრაობამ მხოლოდ 20 პროცენტით მიიღო.

„25-ე არხის“ თვისებრივმა ანალიზმა აჩვენა, რომ არხი ზოგადად იცავდა ქცევის კოდექსს და მისი საინფორმაციო პროგრამის სიუჟეტები უმეტესად დაბალანსებული და მიუკერძოებელი იყო. აღსანიშნავია, რომ არხი ცდილობდა მაყურებლისათვის შეეთავაზებინა მრავალფეროვანი თემები, რეგიონებთან დაკავშირებული პოლიტიკური, სოციალური და კულტურული საკითხები, მათ შორის გაეშუქებინა შორეული მაღალმთიანი სოფლის ადგილობრივი პრობლემები.

გურჯაანში მდებარე ტელეკომპანია გურჯაანი (კახეთიდან) ერთ-ერთი არხია, რომელმაც მნიშვნელოვნად დიდი დრო დაუთმო რეგიონის ადგილობრივი ხელისუფლების ღონისძიებების გაშუქებას. არხის მთავარი საინფორმაციო გამოშვების დაახლოებით დაეთმო მოქმედი ადგილობრივი ხელისუფლების წარმომადგენლებს, აქედან დროის უდიდესი ნაწილი (23.3 პროცენტი) მიიღეს ადგილობრივი ხელისუფლების წარმომადგენლებმა ქართული ოცნებიდან. ამასთან ერთად, არხმა

გაშუქების 27.2 პროცენტი უწილადა ცენტრალურ ხელისუფლებას. რაც შეეხება არჩევნების მონაწილე პოლიტიკურ პარტიებსა და კოალიციებს, ორი ძირითადი პარტია, ქართული ოცნება და ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა შესაბამისად გაშუქდა 18.4 და 11.9 პროცენტით. რაც შეეხება გაშუქების ტონს, მონიტორთა ჯგუფმა შენიშნა კრიტიკული მიდგომა, განსაკუთრებით როდესაც საკითხი ადგილობრივი ხელისუფლების სხვა წარმომადგენლებსა და ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას ეხებოდა.

გურჯაანის თვისებრივმა ანალიზმა აჩვენა, რომ არხის ძირითადი საინფორმაციო გამოშვება მეტწილად დაბალანსებული და მიუკერძოებელია. საინფორმაციო სისტემატურად აშუქებს რეგიონისათვის მნიშვნელოვან სოციალურ და პოლიტიკურ საკითხებს. 7 აპრილიდან საინფორმაციო გამოშვებას შეეცვალა ფორმატი - სტანდარტულ გამოშვებას (ერთი წამყვანით ეთერში) დაემატა ჩართვა მთავარი თემის განხილვით და რუბრიკა „რეგიონს გარეთ განვითარებული ამბების“ წამყვანი. ამავე დროს, ტელეკომპანიას ტექნიკური პრობლემებიც აქვს, მას ზოგჯერ ტიტრები აკლია, ხოლო ჩართვები ძირითადად სკაიპის ან მობილური ტელეფონის მეშვეობით ხორციელდება.

რუსთავში მდებარე **ქვემო ქართლის ტელევიზიამ** (ქვემო ქართლიდან) საკმაოდ მიკერძოებულად ასახა საარჩევნო კამპანია, სადაც მმართველი ძალა „ქართული ოცნება“ აშკარად დომინირებდა პოლიტიკურ და არჩევნებთან დაკავშირებულ საინფორმაციო პროგრამებში. ტელეკომპანიამ საეთერო დროის 53 პროცენტი ცენტრალურ მთავრობას დაუთმო, გარდა ამისა, 31.4 პროცენტი დაუთმო ადგილობრივ ხელისუფლებას, სადაც ხელმძღვანელი პოსტები „ქართული ოცნების“ წარმომადგენლებს უჭირავთ. უფრო მეტიც, თავად ქართული ოცნება 6.9 პროცენტით გაშუქდა. ეს გაშუქება ძირითადად ნეიტრალური იყო. რაც შეეხება სხვა კანდიდატებს, „საქართველოს გზა“ 2 პროცენტით გაშუქდა, ხოლო ლეიბორისტულ პარტიასა და ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას შესაბამისად გაშუქების თითო-თითო პროცენტი ერგო.

არხის თვისებრივმა ანალიზმა დაადასტურა ტენდენცია, რომ წინასაარჩევნო კამპანიის პერიოდში არხი ძირითად ყურადღებას ადგილობრივ თვითმმართველობაში „ქართული ოცნების“ წარმომადგენლების კამპანიას უთმობდა. უფრო მეტიც, ეს გაშუქება მიუკერძოებელი არ ყოფილა. მაგალითად, არხზე გავიდა სიუჟეტი „ინტერ-ტრასის“ გარშემო განვითარებული მოვლენების შესახებ (რუსთავის სამარშრუტო ხაზების ტენდერში გამარჯვებული კომპანია), მაშინ, როდესაც ტელეკომპანიამ საკმაოდ დიდი დრო დაუთმო ამ კომპანიის დადებითად გაშუქებას და მერის მოვალეობის შემსრულებლის განცხადებებს, მან საერთოდ არ გააშუქა საპროტესტო მიტინგი, რომელიც „ქართული ოცნების“ შტაბის წინ გამართეს ამ კომპანიაში მომუშავე მძღოლებმა.

ზემოთაღნიშნულის საპირისპიროდ, ზუგდიდში არსებულმა ტელეკომპანიამ **ოდიში** (სამეგრელოდან) სხვა მიდგომა აირჩია. იგი ძალიან ფართოდ აშუქებდა ცენტრალური მთავრობის საქმიანობას 52.3 პროცენტით (ყველაზე მეტი დრო ტელევიზიამ **ქვემო ქართლის** შემდეგ), თუმცა გაშუქების ტონი ნეგატიური იყო. ამავე დროს, არხმა 24.5 პროცენტით გააშუქა ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა, რომელიც უაღრესად ნეიტრალურად და პოზიტიურად გაშუქდა. რაც შეეხება სხვა კანდიდატებს, ქართული ოცნება გაშუქდა 7.6 პროცენტით, ხოლო არასაპარლამენტო ოპოზიციური ბლოკი 1.1 პროცენტით და ძირითადად ნეიტრალურად.

რაც შეეხება თვისებრივ ანალიზს, მან აჩვენა, რომ არხს ჯერჯერობით არ გაუშუქებია არც საარჩევნო კამპანია და არც ადგილობრივი ხელისუფლების საქმიანობები. მაუწყებელი ძირითადად აშუქებს კრიმინალს, საპროტესტო აქციებს და არასამთავრობო ორგანიზაციათა აქტივობებს. მიუხედავად იმისა, რომ **ოდიში** პრაქტიკულად არ აშუქებდა პოლიტიკურ და საარჩევნო საკითხებს, ის მცირე პოლიტიკური მოვლენები, რომელიც შექდებოდ საკმაოდ დაუბალანსებელი იყო. მაგალითად, 10 აპრილს გასულ სიუჟეტში, რომელიც ანაკლიაში მომხდარ ინციდენტს შეეხებოდა ნაჩვენები იყო მხოლოდ ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის ბრიფინგი, სადაც ისინი „ქართულ ოცნებასა“ და მთავრობას პროვოკაციაში აღანაშაულებდნენ. ბრიფინგის შემდეგ დაპირისპირების კადრები უკომენტაროდ გაუშვეს, სიუჟეტში კი არ ჩანდა არც განსხვავებული მოსაზრება, არც ჟურნალისტიკაგან რაიმე განმარტება, იყო თუ არა მისი მხრიდან მცდელობა დაკავშირებოდა მეორე მხარეს კომენტარების ჩასანერად.

ქუთაისში არსებულმა ტელეკომპანია „**რიონმა**“ მნიშვნელოვანი ყურადღება დაუთმო რეგიონის ადგილობრივი ხელისუფლების საქმიანობას. მოქმედმა ადგილობრივმა ხელისუფლებამ მთლიანობაში დროის 34 პროცენტი მიიღო, თუმცა ამ დროის უდიდესი ნაწილი ადგილობრივ თვითმმართველობაში „ქართული ოცნების“ წარმომადგენლებს დაეთმო (24.7 პროცენტი). ამასთანავე, არხმა გაუშუქების 34 პროცენტი ცენტრალური მთავრობის გაშუქებას დაუთმო. რაც შეეხება არჩევნებში მონაწილე კანდიდატების გაშუქებას, ორივე ლიდერმა პარტიამ დროის თითქმის თანაბარი პროცენტი მიიღო ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა 15.6 პროცენტი და „ქართული ოცნება“ – 14 პროცენტი, შესაბამისად. რაც შეეხება გაშუქების ტონს, იგი ძირითადად დაბალანსებულია, თუმცა ადგილობრივი ხელისუფლების საქმიანობა, რომელსაც ქართული ოცნების წარმომადგენელი ხელმძღვანელობს, მაინც უფრო პოზიტიურად არის გაშუქებული.

თვისებრივი ანალიზი გვიჩვენებს, რომ ამჟამად ტელეკომპანია „**რიონის**“ საინფორმაციო სიუჟეტების უმეტესობა, რომლებიც არჩევნებში მონაწილე სუბიექტებს შეეხება დაბალანსებულია, თუმცა შეინიშნება ზემოთ აღნიშნული ტენდენცია.

ტელეკომპანია **თრიალეთმა (შიდა ქართლი)**, არჩევნებში მონაწილე შვიდი პარტია/კოალიცია გააშუქა, რაც გაშუქების მხრივ ყველაზე დიდი რაოდენობაა მონიტორინგის ქვეშ მყოფი რეგიონულ მაუწყებლებს შორის. გარდა ამისა, თავად გაშუქებაც დაბალანსებული და ძირითადად ნეიტრალური იყო. არხმა თითქმის თანაბრად გააშუქა ორი წამყვანი პარტია და შესაბამისად, ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას დროის 15.1 პროცენტი, ხოლო „ქართულ ოცნებას“ კი 14.9 პროცენტი დაუთმო. შემდეგი ყველაზე მეტად გაშუქებული პარტია იყო ოქრუაშვილის პარტია დროის 4.3 პროცენტით. რაც შეეხება მთავრობას მას დროის ყველაზე დიდი ნაწილი - 35.4 პროცენტი დაეთმო.

როგორც ტელეკომპანიის თვისებრივი ანალიზიდან ჩანს, არხზე საკმაოდ ხშირი იყო ტექნიკური ხარვეზები, განსაკუთრებით აუდიო კომპონენტისა. მონიტორინგმა აჩვენა, რომ მაუწყებლის საინფორმაციო სიუჟეტები, რომლებიც არჩევნებში მონაწილე სუბიექტებს ეხება ძირითადად დაბალანსებული და მიუკერძოებელია. თუმცა ერთ შემთხვევაში არხმა დაარღვია მაუწყებლის ქცევის კოდექსი: 5 აპრილის სიუჟეტში, რომელიც საზღვრისპირა მცხოვრები მოსახლეობის პრობლემებს ეხებოდა, ერთ-ერთმა რესპონდენტი ამბობს: „*წყალი არა გვაქვს, გაზიც იქიდან შემოვიდა ჩვენსკენ, არა, ისე გამოდის, რომ ზანგები ვართ. ისევ სჯობია ზანგი ვიყო, ვიდრე მაგათთან შეხება გვექონდეს*“. ასეთი გაშუქება არღვევს მაუწყებელთა ქცევის კოდექსის 32-ე და 33-ე მუხლებს, რომლის მიხედვითაც

მაუწყებელმა თავი უნდა შეიკავოს ნებისმიერი ჯგუფის მიმართ შეურაცხმყოფელი ლექსიკის გავრცელების ან გამოყენებისგან.

დასკვნა

საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიისა და MEMO 98 მიერ ჩატარებული მედია მონიტორინგის პირველი ოთხი კვირის მონაცემები აჩვენებს, რომ მედია საშუალებების უმეტესობა ზოგადად დაბალანსებულად აშუქებდა წინასაარჩევნო კამპანიას, თუმცა უფრო მეტ ყურადღებას უთმობდა მთავრობასა და ორ ძირითად კონკურენტ პარტიას. იყო რამოდენიმე შემთხვევა, როდესაც მაუწყებლებმა რამდენადმე დაარღვიეს მაუწყებელთა ქცევის კოდექსი. საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია და MEMO 98 გააგრძელებენ წინასაარჩევნო კამპანიის პერიოდის მონიტორინგს, რათა განსაზღვრონ რამდენად მყარია მათ მიერ შემჩნეული ტენდენციები.