

რადიოების საარჩევნო მონიტორინგი

31 აგვისტო - 25 სექტემბერი

2016 წელი

„ინტერნიუსი - საქართველო“, ევროკავშირისა და გაეროს განვითარების პროგრამის მიერ დაფინანსებული პროექტის, „2016 წლის საპარლამენტო არჩევნების მედიაში გაშუქების კვლევა“, ფარგლებში რადიოარხების მონიტორინგს ახორციელებს.

კვლევის მიზანია რადიომაუწყებლებს, პოლიტიკოსებს, ადგილობრივ თუ საერთაშორისო ორგანიზაციებს და მთლიანად საზოგადოებას რადიოარხების მიერ წინასაარჩევნო კამპანიის მიმდინარეობის გაშუქებასთან დაკავშირებით ინფორმაცია მიაწოდოს. მონიტორინგის შედეგები რადიომაუწყებლებს საშუალებას მისცემთ საკუთარი ნამუშევარი მოქალაქის თვალთ შეაფასონ და დააკვირდნენ მათ მიერ მომზადებული ახალი ამბებისა და ჟურნალისტური სტანდარტების შესაბამისობას.

კვლევა მოიცავს 12 რადიომაუწყებლის საღამოს საინფორმაციო გამოშვებების მონიტორინგს. ესენია: „რადიო 1“ (საზოგადოებრივი მაუწყებელი), „იმედი“, „ფორტუნა“, „თავისუფლება“, „პალიტრა“, „პირველი რადიო“, „ქალაქი“, „მანესტრო“, „ჰერეთი“ (ქ. ლაგოდეხი), „რიონი“ (ქ. ქუთაისი), „ათინათი“ (ქ. ზუგდიდი) და „აჭარა“ (ქ. ბათუმი).

31 აგვისტო - 25 სექტემბრის პერიოდში რადიოარხების მონიტორინგმა შემდეგი ძირითადი მიგნებები გამოავლინა:

- ყველაზე მეტი დროით პარტია „ქართული ოცნება“ და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ გაშუქდნენ;
- რადიო არ არის პოლარიზებული მედიასეგმენტი: დროის მნიშვნელოვანი ნაწილი არასაპარლამენტო ოპოზიციურ პარტიებსაც დაეთმო;
- პოლიტიკოსების მოსახლეობასთან შეხვედრები აქტიურად შუქდებოდა, თუმცა საარჩევნო პროგრამები არ განხილულა;
- არ დაფიქსირებულა შემთხვევა, რომ ამა თუ იმ პარტიის კონკრეტული აქტივობები დაკვირვების ქვეშ მყოფ ყველა არხს არ გაეშუქებინა;
- რადიომაუწყებლები ანალიტიკურ, სიღრმისეულ სიუჟეტებს არ ამზადებდნენ;

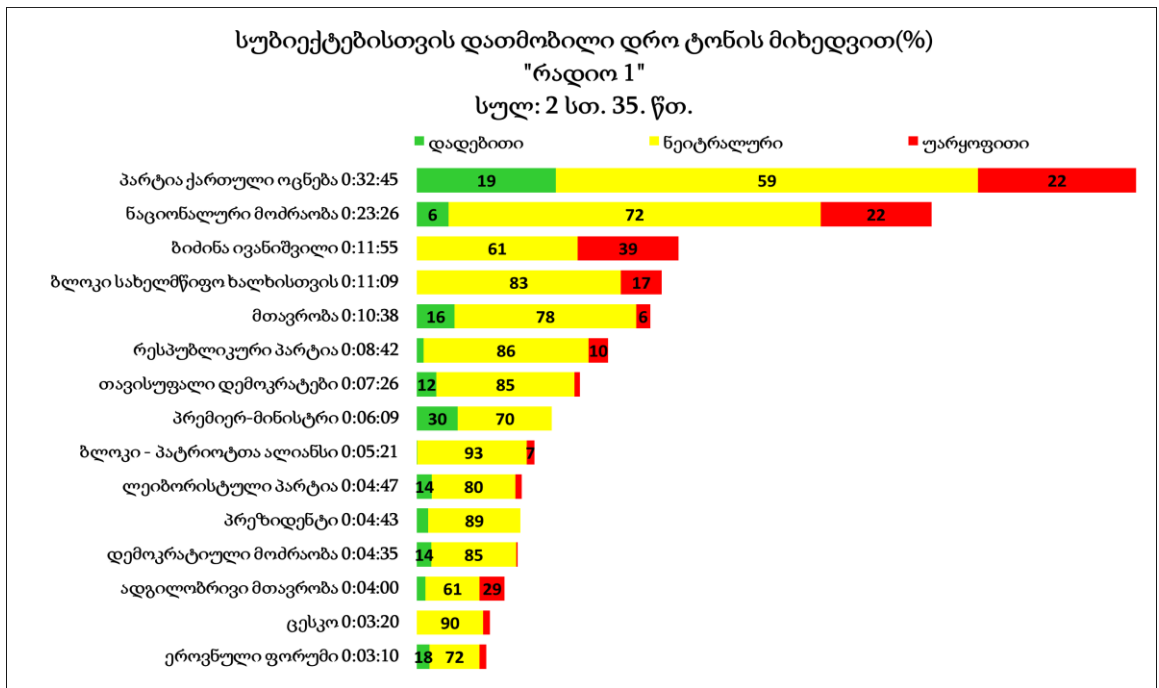
- ჟურნალისტები ფაქტებსა და მოსაზრებებს ერთმანეთისგან მიჯნავდნენ; ანონიმურ წყაროზე დაყრდნობით ახალ ამბები არ მომზადებულა;
- ჟურნალისტები სუბიექტურ შეფასებებს არ აკეთებდნენ და არცერთი პოლიტიკური ძალის მიმართ მიკერძოებულ დამოკიდებულებას არ გამოხატავდნენ.

"რადიო 1" (საზოგადოებრივი მაუწყებელი)

„რადიო 1-ის“ საინფორმაციო გამოშვებებში რომელიმე პოლიტიკური გუნდის მიმართ მიკერძოებული დამოკიდებულება არ შეინიშნებოდა. ჟურნალისტები ეთიკური სტანდარტების დაცვით მუშაობდნენ და სუბიექტურ შეფასებებს არ აკეთებდნენ. თუმცა, ახალი ამბები კვლავაც მოკლე, მშრალი და ზედაპირული იყო. მოლოდინი, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებელი მეტად პროაქტიული იქნებოდა და გააშუქებდა ისეთ თემებს, რომელიც სხვა რადიომაუწყებლების ეთერში არ ხვდებოდა, არ გამართლდა. ჟურნალისტები სოციალურ საკითხებსა თუ უმცირესობების პრობლემებს ნაკლებ ყურადღებას უთმობდნენ.

რადიომაუწყებელმა მონიტორინგის სუბიექტებს ჯამში 2 საათი და 35 წუთი დაუთმო. აქედან ყველაზე მეტი დრო (21%) პარტია „ქართულ ოცნებას“ დაეთმო. შემდეგ მოდიოდა „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ 15%-ით და ბიძინა ივანიშვილი 8%-ით. პირველ ორ სუბიექტს უარყოფითი ტონის თანაბარი რაოდენობა (22-22%) დაუგროვდათ. დადებითი ტონის მაჩვენებელი კი, ზოგადად, დაბალი იყო. მაგალითად, ბიძინა ივანიშვილს და ბლოკს „სახელმწიფო ხალხისთვის“ პოზიტიურ კონტექსტში დრო საერთოდ არ დათმობიათ. აღნიშნული პირდაპირი საუბრის არარსებობით შეიძლება აიხსნას. ამასთან, ახალი ამბების დიდი ნაწილი ერთ წყაროს ეყრდნობოდა, რა დროსაც პოლიტიკოსები ოპონენტებს აკრიტიკებდნენ, თუმცა მეორე მხარეს საკუთარი პოზიციის წარმოჩენის შესაძლებლობა ნაკლებად ჰქონდა.

საზოგადოებრივი მაუწყებელი წინასაარჩევნო კამპანიის გაშუქებას დიდ დროს უთმობდა. ჟურნალისტები პარტიების რეგიონულ შეხვედრებსაც აშუქებდნენ, თუმცა საარჩევნო პროგრამები სიღრმისეულად არ მიმოუხილავთ.



„პირველი რადიო“

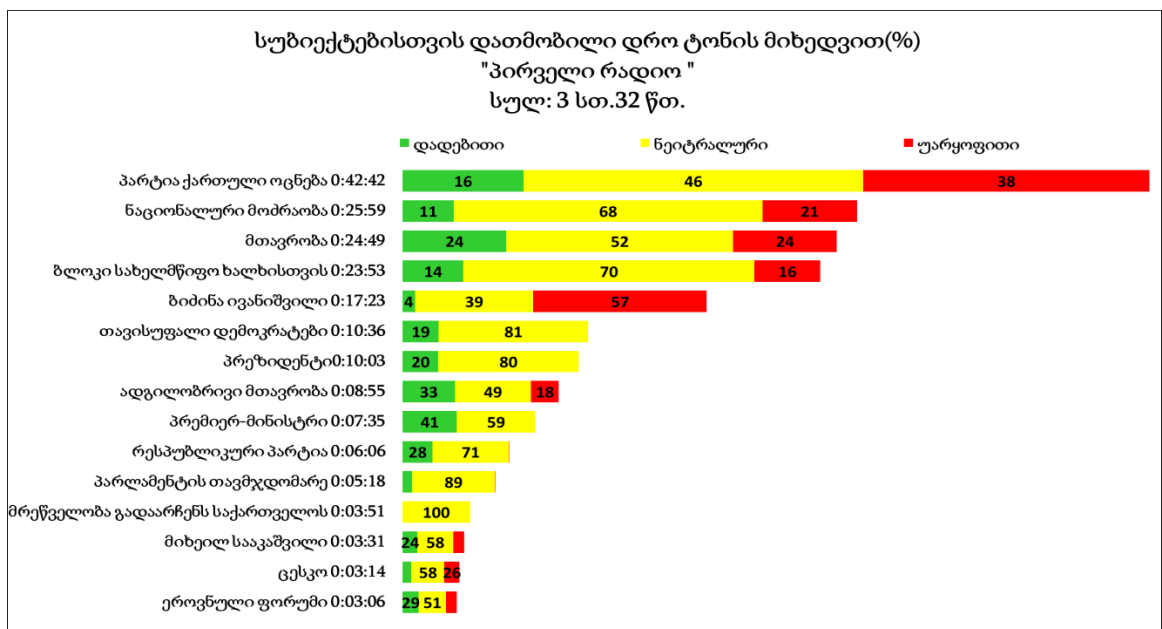
„პირველი რადიო“ მშრალ და ზედაპირულ საინფორმაციო გამოშვებებს ამზადებდა. ცალკეული ახალი ამბები დაუბალანსებელი იყო. ჟურნალისტები ე.წ. ექსკლუზიურ სიუჟეტებზე ნაკლებად მუშაობდნენ და მათი მხირდან დამატებითი ინფორმაციის მოძიების მცდელობა არ ჩანდა. პოლიტიკური პარტიების გაშუქებას დიდი დრო ეთმობოდა, თუმცა საარჩევნო პროგრამების განხილვა მოსახლეობასთან შეხვედრების დროს გაჟღერებული დაპირებების გაშუქებით შემოიფარგლებოდა.

რადიომაუწყებელმა მონიტორინგის სუბიექტებს 3 საათი და 32 წუთი დაუთმო. ამ დროის 20% პარტია „ქართული ოცნება“ შუქდებოდა, შემდეგ მოდიოდნენ „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ და მთავრობა (12-12%). საანგარიშო პერიოდის განმავლობაში ბიძინა ივანიშვილის (58%) და მმართველი პარტიის (38%) მიმართ უარყოფითი განწყობა შეინიშნებოდა. ტონთა გადანაწილების გარდა, დისბალანსი პირდაპირი საუბრის მაჩვენებელშიც აისახა. სხვა სუბიექტებს დროის საშუალოდ 51% პირდაპირი საუბრისთვის დაეთმო, ხოლო ბიძინა ივანიშვილის (23%) და პარტია „ქართული ოცნების“ წარმომადგენელთა ხმა შედარებით ნაკლებად (38%) ისმოდა.

წინა საანგარიშო პერიოდების მსგავსად, დროის ირაციონალურად გადანაწილების შემთხვევები ამჯერადაც დაფიქსირდა, რაც კვლავაც ტელეკომპანია „რუსთავი 2-ის“

გენერალური დირექტორის ნიკა გვარამიას ბრიფინგებს უკავშირდებოდა. 6 და 8 სექტემბრის საინფორმაციო გამოშვებები მხოლოდ „რუსთავი 2-ის“ საქმეს ეხებოდა. მაგალითად, 8 სექტემბერს ნიკა გვარამიას ბრიფინგი ერთადერთი ახალი ამბავი იყო, რომელიც 12 წუთის განმავლობაში პირდაპირ ეთერში გადაიცემოდა. მიუხედავად იმისა, რომ ეს დღე პოლიტიკური მოვლენებით იყო დატვირთული, რადიოარხს სხვა ახალი ამბავი არ გაუშუქებია. ამავე დღეს სხვა რადიომაუწყებლებმა მნიშვნელოვანი დრო ცესკოში სიების წარდგენის დასრულებას, პარტია „ქართული ოცნების“ საარჩევნო სიის წარდგენასა და ნატოს დელეგაციის თავდაცვის მინისტრთან შეხვედრას დაუთმეს.

„პირველი რადიოს“ ჟურნალისტები სუბიექტურ შეფასებებს არ აკეთებდნენ, პოლიტიკურ ამბებსაც აშუქებდნენ, თუმცა არჩევნების მოახლოებასთან ერთად, ბალანსის პრობლემა გამოიკვეთა.

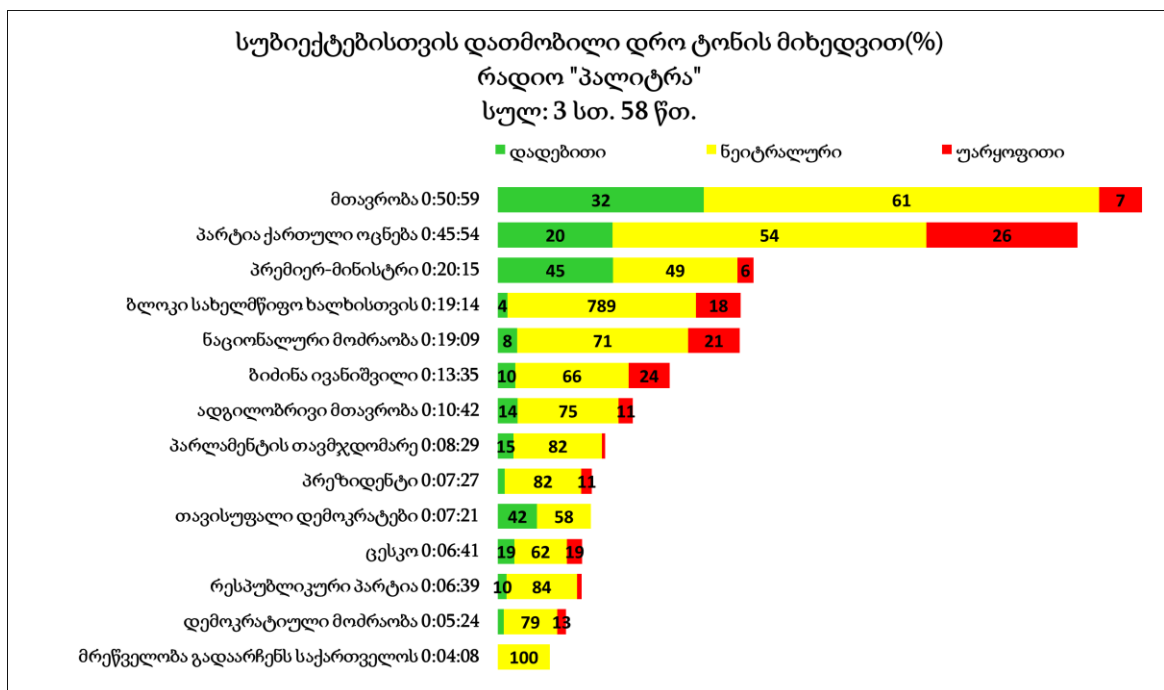


რადიო „პალიტრა“

რადიო „პალიტრას“ დღის მთავარ თემებთან დაკავშირებით მომზადებულ სიუჟეტებში წყაროთა მრავალფეროვნება იგრძნობოდა. წინა საანგარიშო პერიოდთან შედარებით, გაიზარდა სიღრმისეული სიუჟეტების რიცხვიც. თუმცა, ეს არ ეხებოდა წინასაარჩევნო კამპანიის გაშუქების პროცესს, რომელიც ისეთივე ზედაპირული იყო, როგორც სხვა რადიომაუწყებლების უმეტესობის შემთხვევაში.

რადიომაუწყებელმა მონიტორინგის სუბიექტებს, 4 საათი დაუთმო. მიუხედავად იმისა, რომ დღის მთავარ თემებზე მომზადებული სიუჟეტები დაბალანსებული იყო, ზოგადად ხელისუფლების სასარგებლო დისბალანსი გამოიკვეთა. დროის ნახევარი (49%) მთავრობას და მმართველ პოლიტიკურ გუნდს დაუგროვდათ. ოპოზიციურ პარტიებს შედარებით ნაკლები დრო დაეთმო. ამასთან, ხელისუფლებასა და პარტია „ქართულ ოცნებას“ გაცილებით მეტი დადებითი ტონი დაუგროვდათ, ვიდრე სხვა ხშირად გაშუქებულ სუბიექტებს. თუმცა, ჟურნალისტები მიკერძოებულ დამოკიდებულებას არცერთი პოლიტიკური ძალის მიმართ არ გამოხატავდნენ. ამაზევე მეტყველებს ის ფაქტი, რომ პირდაპირი საუბრის საშუალება ხელისუფლებისა და ოპოზიციის წარმომადგენლებს თანაბრად ეძლეოდათ. აღსანიშნავია, რომ მმართველ პარტიას, სხვებთან შედარებით, უარყოფითი ტონის მაღალი მაჩვენებელიც (26%) ჰქონდა.

რადიო „პალიტრა“ ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენებს აქტიურად აშუქებდა. ამასთან, სხვა რადიომაუწყებლებთან შედარებით, არასამთავრობო სექტორისა და სპეციალისტების შეფასებებიც ხშირად ისმოდა. თუმცა, წინასაარჩევნო კამპანიის გაშუქება პრობლემად დარჩა. ჟურნალისტები საარჩევნო პროგრამებთან დაკავშირებით მწვავე კითხვებს არ სვამდნენ, არ ინტერესდებოდნენ თუ რა გზით აპირებენ პოლიტიკოსები იმ დაპირებების შესრულებას, რასაც მოსახლეობასთან შეხვედრების დროს აჟღერებდნენ.

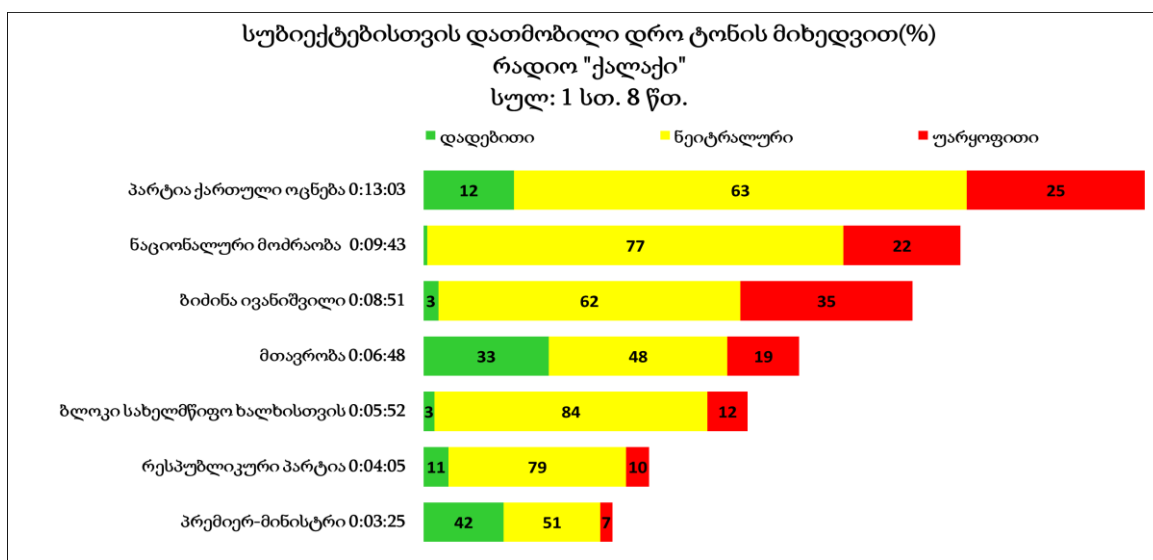


რადიო „ქალაქი“

რადიო „ქალაქი“ მოკლე საინფორმაციო გამოშვებებს ამზადებდა, სადაც დღის მთავარ თემებზე საინფორმაციო სააგენტოს სტილში ახალი ამბები შუქდებოდა, ხოლო გამოშვებებში ანალიტიკური ინფორმაცია არ გასულა და ჟურნალისტები არც ცდილობდნენ მეტი ინფორმაციის მოძიებას, ისინი რესპოდენტ პოლიტიკოსებს ასაუბრებდნენ.

მონიტორინგის სუბიექტებს საათი და 8 წუთი დაეთმოთ. ყველაზე დიდი დროით პარტია „ქართული ოცნება“ გაშუქდა (19%), შემდეგ მოდიან „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ (14%) და ბიძინა ივანიშვილი (13%). რესპოდენტებს პირდაპირი საუბრის საშუალება არ ჰქონდათ, წამყვანი მათ განცხადებებს ციტირებდა. შედარებით მეტი დადებითი ტონი ხელისუფლებასა და მმართველ გუნდს დაუგროვდათ. თუმცა, ამავე სუბიექტებს დრო უარყოფით ტონშიც დაეთმოთ. ჟურნალისტებს სიღრმისულად არ გაუშუქებიათ სხვადასხვა თემები და წინასაარჩევნო კამპანიის მიმდინარეობა. ისინი პოლიტიკოსთა კომენტარებს უცვლელად გადმოსცემდნენ და სუბიექტურ შეფასებებს არ აკეთებდნენ.

რადიომაუწყებელი არცერთი პოლიტიკური ძალის მიმართ მიკერძოებული არ ყოფილა. მის ეთერში ჟღერდებოდა კრიტიკული მოსაზრებები, როგორც ხელისუფლების, ასევე ოპოზიციური პარტიების მიმართ. თუმცა, ახალი ამბების მოკლე და ზედაპირული გაშუქება მსმენელს ამა თუ იმ საკითხთან დაკავშირებით დასკვნების გამოტანის საშუალებას ვერ მისცემდა.



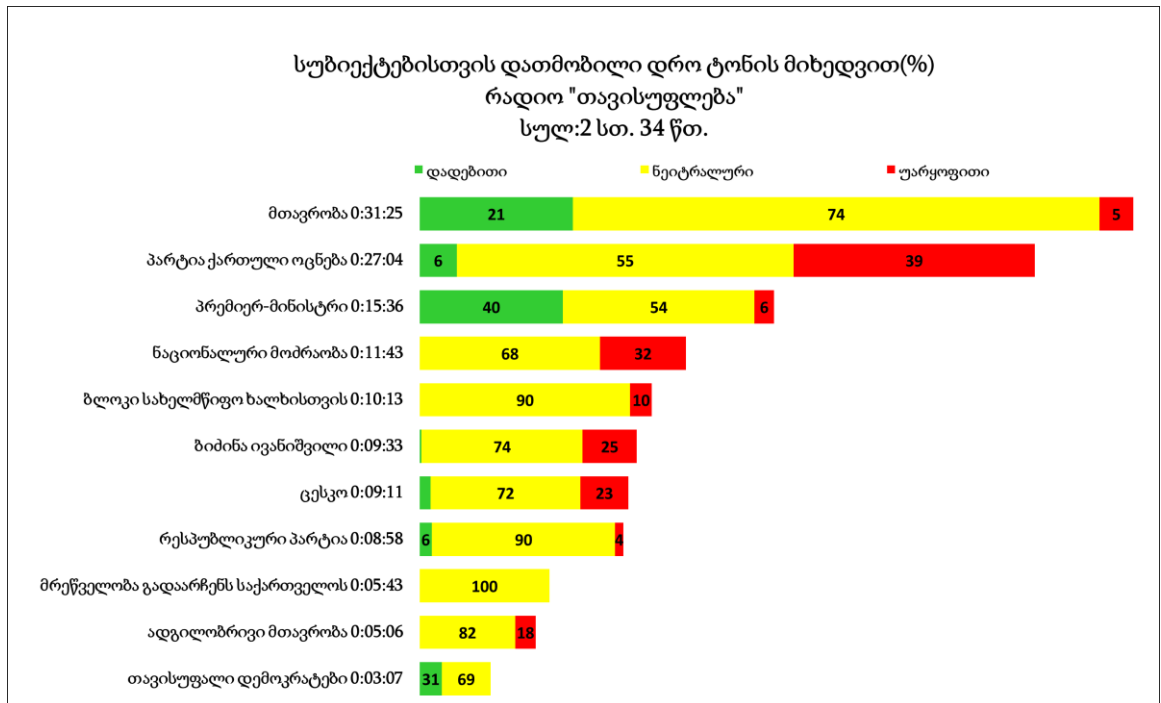
რადიო „თავისუფლება“

რადიო „თავისუფლება“ საანგარიშო პერიოდის განმავლობაში ანალიტიკურ და სიღრმისეულ სიუჟეტებს ამზადებდა. ჟურნალისტები ექსკლუზიურ სიუჟეტებზე მუშაობდნენ და აშუქებდნენ ისეთ თემებს, რომლებიც სხვა რადიომაუწყებლების ეთერში არ ხვდებოდა. თუმცა, იგივეს ვერ ვიტყვით წინასაარჩევნო კამპანიის გაშუქებაზე.

საინფორმაციო გამოშვებები სიუჟეტების სიმრავლით არ გამოირჩეოდა. თუმცა, შერჩეულ თემებზე მრავალფეროვანი ინფორმაციები მზადდებოდა, სადაც ისმოდა, როგორც პოლიტიკოსების, ასევე არასამთავრობო სექტორის, არჩევნების დამკვირვებლების, სპეციალისტებისა და რიგითი მოქალაქეების ხმა. მონიტორინგის სუბიექტებს 2 საათი და 34 წუთი დაეთმო. მთავრობა ყველაზე ხშირად შუქდებოდა (20%), შემდეგ მოდიოდა პარტია „ქართული ოცნება“ (18%) და პრემიერ-მინისტრი (10%). მთავრობასა და მის მეთაურს დადებით კონტექსტში გაშუქების ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი დაუგროვდათ. თუმცა, ჟურნალისტები ხელისუფლების მიმართ მიკერძოებულები არ ყოფილან და ისინი მოვლენებს დაბალანსებულად აშუქებდნენ. ამაზე მეტყველებს ისიც, რომ ყველაზე მაღალი უარყოფითი ტონი მმართველ გუნდს დაუგროვდა. ოპოზიციურ პარტიებს კი პირდაპირი საუბრის გაცილებით მეტი საშუალება ეძლეოდათ (საშუალოდ, 40%), ვიდრე ხელისუფლებას (საშუალოდ, 23%).

რადიომაუწყებელმა სიუჟეტები მოამზადა საქართველოს ევროპული და ევროატლანტიკური კურსისა და მისი მნიშვნელობის, საზღვრისპირა სოფლებში არსებულ პრობლემების, სოციალური საკითხების შესახებ. თუმცა, წინასაარჩევნო კამპანიის გაშუქება კვლავაც პრობლემად რჩება. არხი დროს თითქმის არ უთმობდა პოლიტიკური გაერთიანებების საარჩევნო პროგრამებს და აქტივობებს. გამონაკლისი იყო 13 სექტემბრის გადაცემის სიუჟეტი, რომელიც მთაწმინდის მაჟორიტარობის დამოუკიდებელი კანდიდატის, სალომე ზურაბიშვილის მოსახლეობასთან შეხვედრების გაშუქებას დაეთმო. იმის ფონზე, რომ სხვა კანდიდატების აქტივობები თითქმის არ შუქდებოდა, აღნიშნული სიუჟეტი გაუგებარს ხდიდა მისი გაშუქების კონტექსტს და გადაცემაც საარჩევნო საკითხების გაშუქების კუთხით დაუბალანსებელი იყო. თუმცა, ამავე გადაცემაში ვრცლად გაშუქდა სხვადასხვა რეგიონის საოლქო საარჩევნო კომისიების არჩევნებისათვის მზადების საკითხი, საარჩევნო უბნების მოწყობა და ა.შ.

საინფორმაციო გამოშვებებში გაცილებით მეტი დრო ეთმობოდა უცხოურ ახალ ამბებს, ვიდრე საქართველოში მიმდინარე წინასაარჩევნო კამპანიას. ამგვარად, მსმენელს საარჩევნო პროგრამებისა თუ პოლიტიკოსების სამომავლო ხედვების შესახებ სიღრმისეული ინფორმაცია არც რადიო „თავისუფლების“ საინფორმაციო გამოშვებებიდან მიუღია.



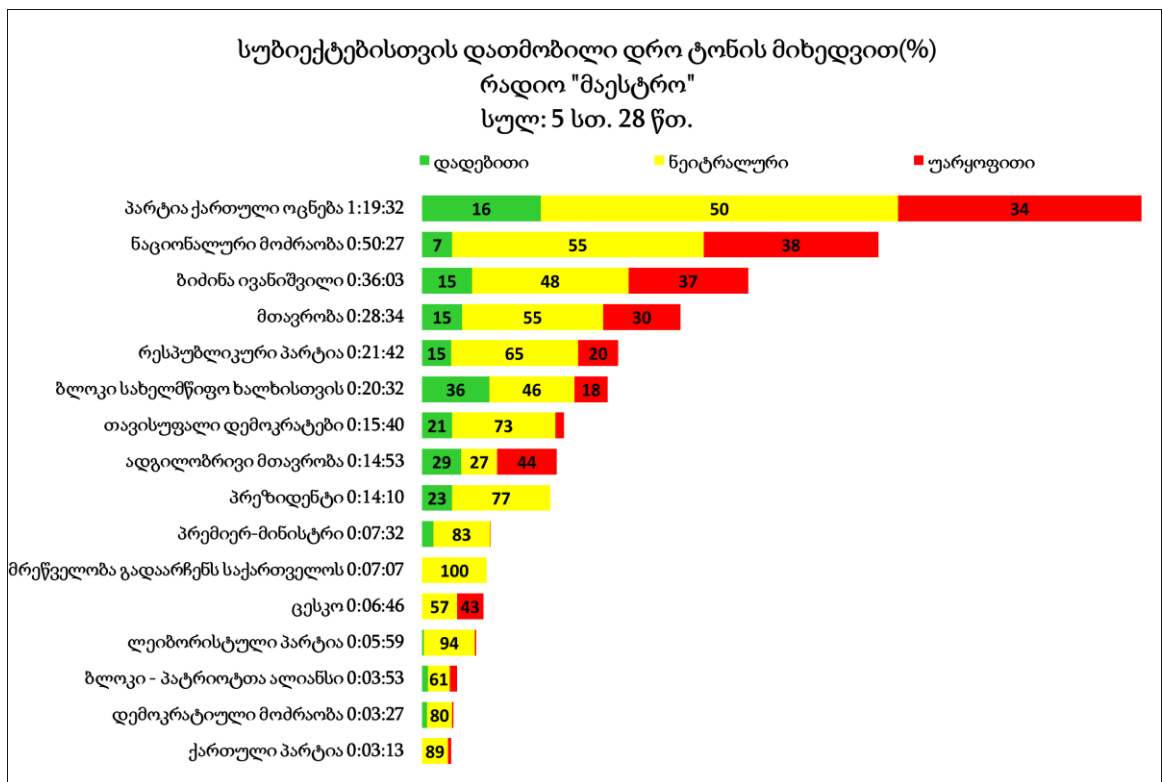
რადიო "მაესტრო"

რადიო „მაესტრო“, წინა საანგარიშო პერიოდებთან შედარებით, უფრო დაბალანსებულ სიუჟეტებს ამზადებდა და საკითხების გარშემო არსებულ განსხვავებულ მოსაზრებებსაც მეტად წარმოაჩენდა. თუმცა კვლავაც პრობლემად დარჩა საარჩევნო პროგრამებთან დაკავშირებული ანალიზისა და კრიტიკული კითხვების ნაკლებობა. უმცირესობებისა და რეგიონებში არსებული პრობლემების გაშუქებას დრო თითქმის ისევ არ ეთმობოდა.

საანგარიშო პერიოდის განმავლობაში მონიტორინგის სუბიექტებს 5 საათი და 28 წუთი დაეთმო. აქედან, დროის 24% პარტიაზე „ქართულ ოცნება“, 15% - „ერთიანი ნაციონალურ იმოდრობა“ და 11% - ბიძინა ივანიშვილზე მოდიოდა. სიუჟეტებში მეტი ბალანსის გაჩენა ტონთა სიჭრელეზეც აისახა: იკლო დადებითი ტონის მაჩვენებელმა და იმატა უარყოფითმა ტონმა. ხოლო პირდაპირი საუბრის საშუალება სხვადასხვა პოლიტიკურ პარტიებს თითქმის თანაბრად ეძლეოდათ. მაგალითად, ყველაზე ხშირად გაშუქებულ სამ სუბიექტს პირდაპირი საუბრისთვის დროის ზუსტად 33-33% დაეთმო. თუმცა, შედარებით იშვიათად ისმოდა

ცესკოს ხმა. ახალი ამბები, სადაც პარტია „მრეწველობა გადაარჩენს საქართველოს“ წევრები ცესკოს აკრიტიკებდნენ, ერთ წყაროს ეყრდნობოდა და ცესკოს უარყოფით კონტექსტში წარმოაჩენდა (43%).

ჟურნალისტები სუბიექტურ შეფასებებს არ აკეთებდნენ, თუმცა არც მოვლენების ირგვლივ არსებულ მოსაზრებებსა თუ ფაქტებს აჯამებდნენ. მიუხედავად ვრცელი ქრონომეტრაჟისა, წინასაარჩევნო კამპანია სიღრმისეულად არ შუქდებოდა და, ძირითადად, პარტიების მოსახლეობასთან შეხვედრების ზედაპირული მიმოხილვით შემოიფარგლებოდა.

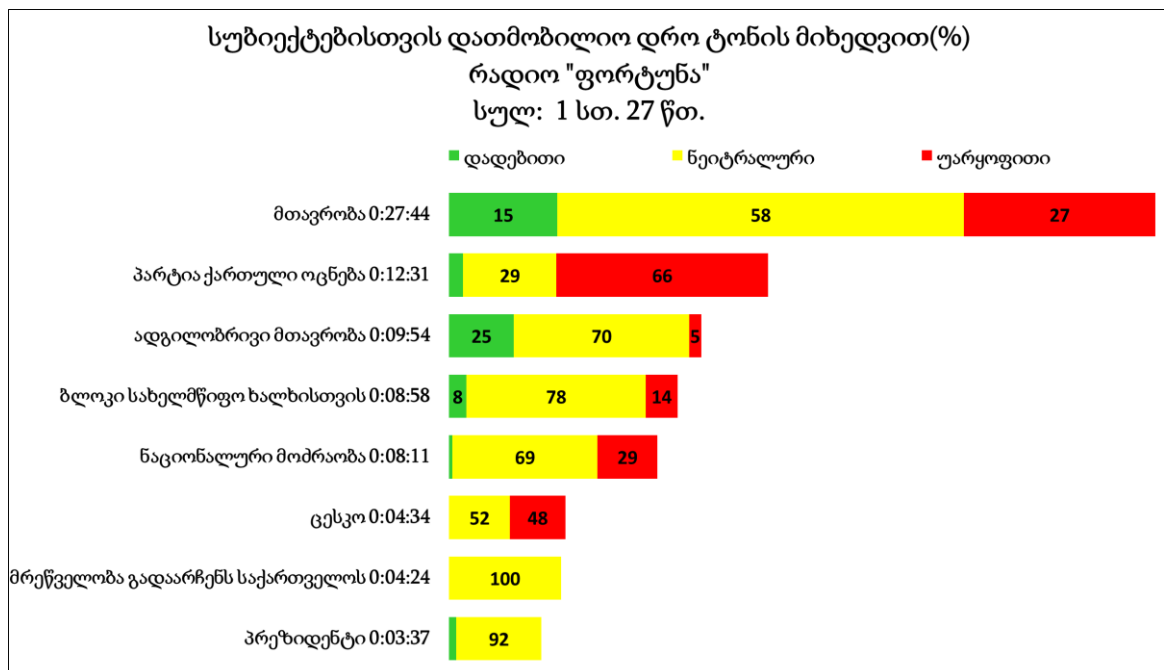


რადიო „ფორტუნა“

რადიო „ფორტუნა“ დაკვირვების ქვეშ მყოფ საინფორმაციო გამოშვებებში დროის უმეტეს ნაწილს სტუმართან ინტერვიუს უთმობდა და ახალი ამბების გაშუქებისთვის დრო თითქმის არ რჩებოდა. ჟურნალისტი დღის განმავლობაში მომხდარ ერთ ან ორ ახალ ამბავს მშრალად ციტირებდა. შემდეგ კი მოწვეულ სტუმართან ერთად დღის მთავარ თემას განიხილავდნენ. ინტერვიუს ფორმატში წინასაარჩევნო კამპანიის მიმდინარეობა თითქმის არ გაშუქებულა, თუ არ ჩავთვლით გადაცემას, როდესაც სტუდიაში პოლიტოლოგი გია ხუბაშვილი მოიწვიეს და პარტიების საარჩევნო სიები მიმოიხილეს.

მონიტორინგის სუბიექტებს ჯამში 1 საათი და 27 წუთი დაეთმო. ამ დროის 31% მთავრობაზე საუბრობდნენ, 14% - პარტია „ქართულ ოცნებაზე, 11% - ადგილობრივ მთავრობაზე. პირდაპირი საუბრის საშუალება სხვადასხვა პოლიტიკურ პარტიებს არათანაბრად ეძლეოდათ. მაგალითად, „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ წევრი სტუდიაში იყო მოწვეული და, მთლიანობაში, პარტიას დროის 41% პირდაპირი საუბრისთვის დაეთმო, ხოლო პარტია „ქართული ოცნების“ ხმა საერთოდ არ ისმოდა. ამგვარად, მმართველ გუნდს დროის 66% უაყოფით ტონში დაუგროვდა. პირდაპირი საუბრის საშუალება არც ცესკოს მისცემია, რომელსაც ცალკეული პარტიების წარმომადგენლები აკრიტიკებდნენ (48% უარყოფითი ტონი).

რადიო „ფორტუნა“ დროს უთმობდა ისეთი მნიშვნელოვანი საკითხების განხილვას, როგორიცაა განათლების სისტემა, გზებზე არსებულ პრობლემები და ა.შ. თუმცა, რადიომაუწყებლის მთავარ პრობლემად ბალანსის ნაკლებობა გამოიკვეთა, განსაკუთრებით კი პოლიტიკურ პარტიებთან მიმართებაში. წინასაარჩევნო კამპანიას ყურადღება ნაკლებად ექცეოდა. ამასთან, დრო არ დაეთმოთ მთელ რიგ ისეთ პარტიებს, რომლებიც სხვა რადიომაუწყებლების ეთერში ხშირად შუქდებოდნენ.

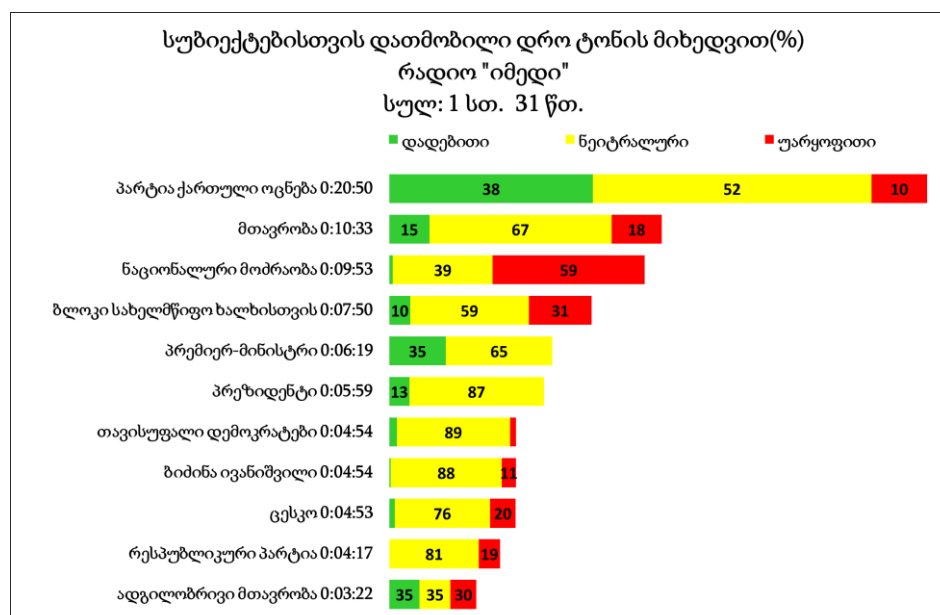


რადიო „იმედი“

რადიო „იმედის“ ეთერში ბალანსის პრობლემა შეინიშნებოდა. მმართველი გუნდი მკვეთრად დადებით კონტექსტში გაშუქდა, მომდევნო ოპოზიციური პარტია, „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ კი - უარყოფით კონტექსტში. ჟურნალისტები კრიტიკულ კითხვებს არ სვამდნენ და ახალი ამბები ხშირად ერთ წყაროს ეყრდნობოდა.

საანგარიშო პერიოდში საინფორმაციო გამოშვებების ქრონომეტრაჟი 15-20 წუთიდან 5 წუთამდე შემცირდა. ამ დროის 23% მმართველ გუნდს, 14% მთავრობას და 11% „ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას“ დაეთმოთ. ჟურნალისტები სუბიექტურ შეფასებებს არ აკეთებდნენ, თუმცა ახალ ამბებში პარტია „ქართული ოცნების“ სასარგებლოდ აშკარა დისბალანსი გამოიკვეთა. ტონთა გადანაწილების მსგავსად, ამავეზე მეტყველებს პირდაპირი საუბრის მაჩვენებელიც. ეთერში მხოლოდ მმართველი პარტიის წარმომადგენლების ხმა ისმოდა (30%), ხოლო „ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას“ პირდაპირი საუბრისთვის დრო საერთოდ არ დათმობია. სხვა პოლიტიკური პარტიების წინასაარჩევნო კამპანიები კი მშრალად და ზედაპირულად შუქდებოდა.

რადიო „იმედის“ ეთერში რესპონდენტებს წარადგენენ და გასაგები იყო თუ ვისი ხმა ისმოდა. ამგვარად, აღნიშნული ხარვეზი გამოსწორებულია, თუმცა რადიომაუწყებლის წინაშე უფრო მწვავე პრობლემა დადგა, რაც არჩევნების მოახლოებასთან ერთად მმართველი პოლიტიკური ძალის პოზიტიურად წარმოჩენას უკავშირდება.

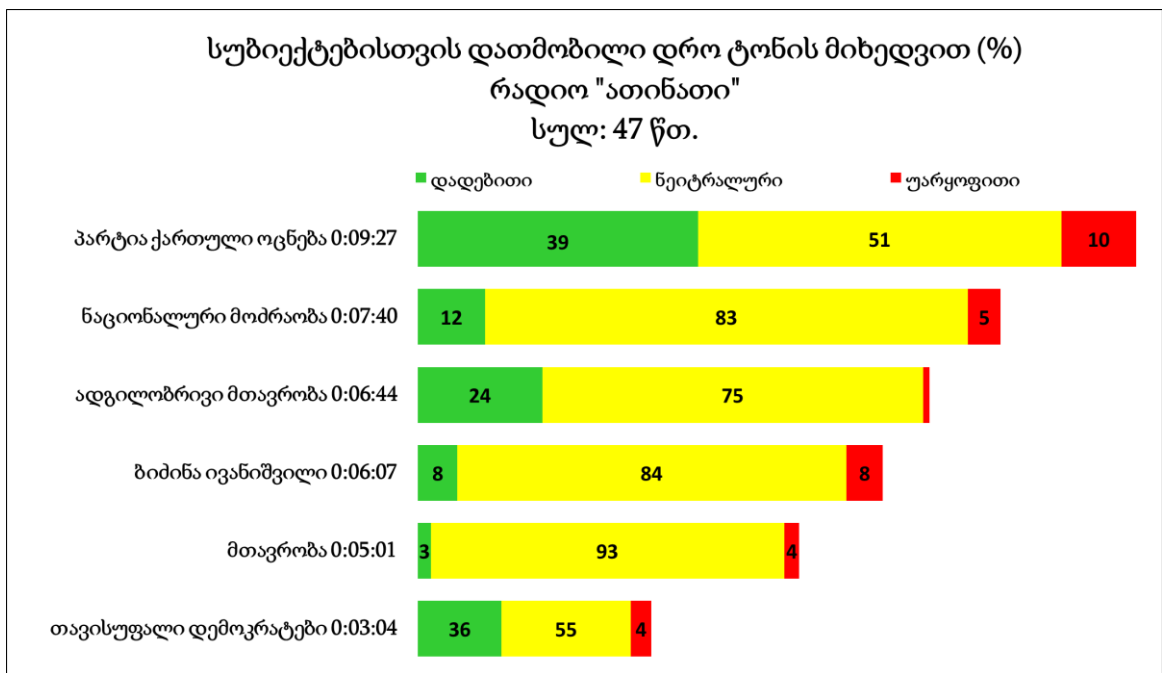


რადიო „ათინათი“ (ქ. ზუგდიდი)

რადიო „ათინათი“ მოკლე საინფორმაციო გამოშვებებს ამზადებდა, სადაც საინფორმაციო სააგენტოების მასალის მსგავსი ინფორმაციები გადაიცემოდა. თუმცა, წინა, უფრო ხანგრძლივ საანგარიშო პერიოდებთან შედარებით, 31 აგვისტო - 25 სექტემბრის მანძილზე მონიტორინგის სუბიექტებს უფრო მეტი დრო დაეთმოთ. ძირითადი აქცენტი სამეგრელოს რეგიონში მიმდინარე მოვლენებზე კეთდებოდა და მაჟორიტარი დეპუტატობის კანდიდატების აქტივობებიც შუქდებოდა. თუმცა, ახალი ამბები კვლავაც მშრალი და ზედაპირული იყო.

მონიტორინგის სუბიექტებს 47 წუთი დაეთმოთ. ყველაზე ხშირად (19%) საუბარი პარტია „ქართულ ოცნებას“ შეეხებოდა, შემდეგ მოდიოდა „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ (14%) და ადგილობრივი მთავრობა (11%). საანგარიშო პერიოდში სუბიექტებს დროის მცირე ნაწილი (საშუალოდ, 11%) პირდაპირი საუბრისთვისაც ეთმობოდათ. იგრძნობოდა ჟურნალისტების აქტიურობა, რომ ამა თუ იმ საკითხზე პოლიტიკოსების მოსაზრებები გაემუქებინათ, თუმცა მათ აკლდათ მომზადება, რომ რესპონდენტებს მწვავე კითხვებით დახვედროდნენ. ამგვარად, მმართველ პარტიას დროის 39% დადებით ტონში დაუგროვდა. ასევე დადებითად წარმოჩინდა ადგილობრივი თვითმმართველობა, რომელიც უარყოფით ტონში თითქმის არ გაშუქებულა.

წინა საანგარიშო პერიოდებთან შედარებით საინფორმაციო გამოშვებებში გაუმჯობესება იგრძნობოდა. მეტი ყურადღება ექცეოდა რეგიონში მიმდინარე მოვლენებს, თუმცა ჟურნალისტების მხრიდან მეტი სკეპტიციზმის გამოჩენის გარეშე, პოლიტიკურ სუბიექტებს და განსაკუთრებით მმართველ გუნდს, საშუალება ეძლევა, რომ საკუთარი საქმიანობა დადებითად წარმოაჩინონ. გაიზარდა სამეგრელოს რეგიონში დასახელებული მაჟორიტარი დეპუტატობის კანდიდატების გაშუქებაც, თუმცა, ამ შემთხვევაშიც, ინფორმაცია ზედაპირული იყო და გაურკვეველი დარჩა თუ როგორ აპირებს ესა თუ ის კანდიდატი მოსახლეობის წინაშე მდგარი პრობლემების მოგვარებას.

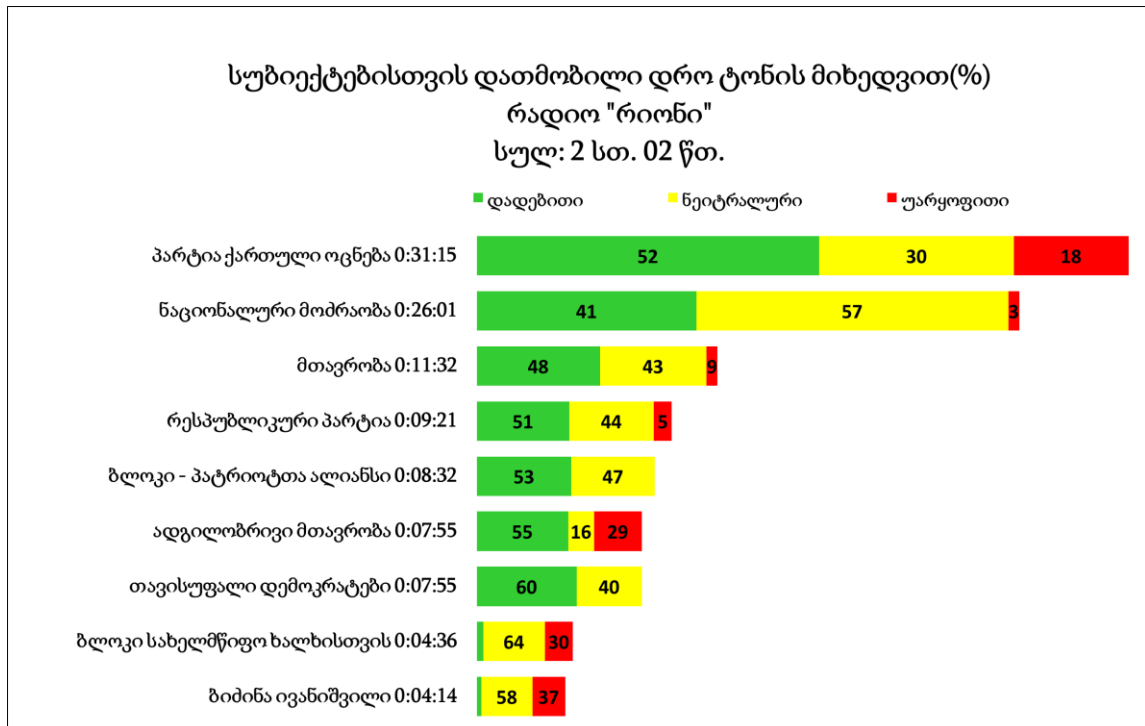


რადიო „რიონი“ (ქ. ქუთაისი)

რადიო „რიონი“ როგორც ცენტრალურ, ასევე ადგილობრივ სიახლეებს აქტიურად აშუქებდა. გადაცემაში საკმაოდ დიდი დრო პოლიტიკური საკითხების გაშუქებას ეთმობოდა, თუმცა მწვავე პრობლემად რჩება კრიტიკული კითხვების ნაკლებობა და პოლიტიკოსთა განცხადებების მიმართ ნაკლები სკეპტიციზმის გამოჩენა.

რადიომაუწყებელზე მონიტორინგის სუბიექტების გაშუქების საერთო დრომ 2 საათი შეადგინა. დროის ყველაზე დიდი ნაწილი (26%) პარტია „ქართულ ოცნებას“ დაეთმო. შემდეგ მოდიან „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა (21%) და მთავრობა (9%). სუბიექტებს პირდაპირი საუბრისთვის დროის თითქმის ნახევარი (47%) ჰქონდათ. თუმცა ჟურნალისტები რეგიონში არსებულ კონკრეტულ სოციალურ, ინფრასტრუქტურულ, საგანმანათლებლო თუ სხვა პრობლემებზე მათ მწვავე კითხვებს არ უსვამდნენ. შესაბამისად, პოლიტიკოსები ზოგად კომენტარებს აკეთებდნენ და საკუთარ პოლიტიკურ გუნდს დადებითად წარმოაჩენდნენ. ამიტომაც, დიაგრამაზე დადებითი ტონის მაჩვენებელი თითქმის ყველა სუბიექტის შემთხვევაში სჭარბობს. ჟურნალისტები მიკერძოებულ დამოკიდებულებას არ გამოხატავდნენ: დადებითი გაშუქების მაჩვენებელი ერთნაირად მაღალია, როგორც ხელისუფლების, ასევე ოპოზიციური პარტიების შემთხვევაში.

რადიომაუწყებელი ზედაპირულად აშუქებდა მაჟორიტარი დეპუტატობის კანდიდატებსაც. მისასაღმებელია, რომ ჟურნალისტები წინასაარჩევნო პროცესებს დიდ ყურადღებას უთმობდნენ, თუმცა კრიტიკული დამოკიდებულების, ინტერვიუებისთვის წინასწარ მომზადების და კონკრეტული პრობლემების წინა პლანზე წამოწევის გარეშე, პოლიტიკოსები მათთვის დათმობილ დროს ისევე გამოიყენებენ, როგორც უფასო წინასაარჩევნო რეკლამას.



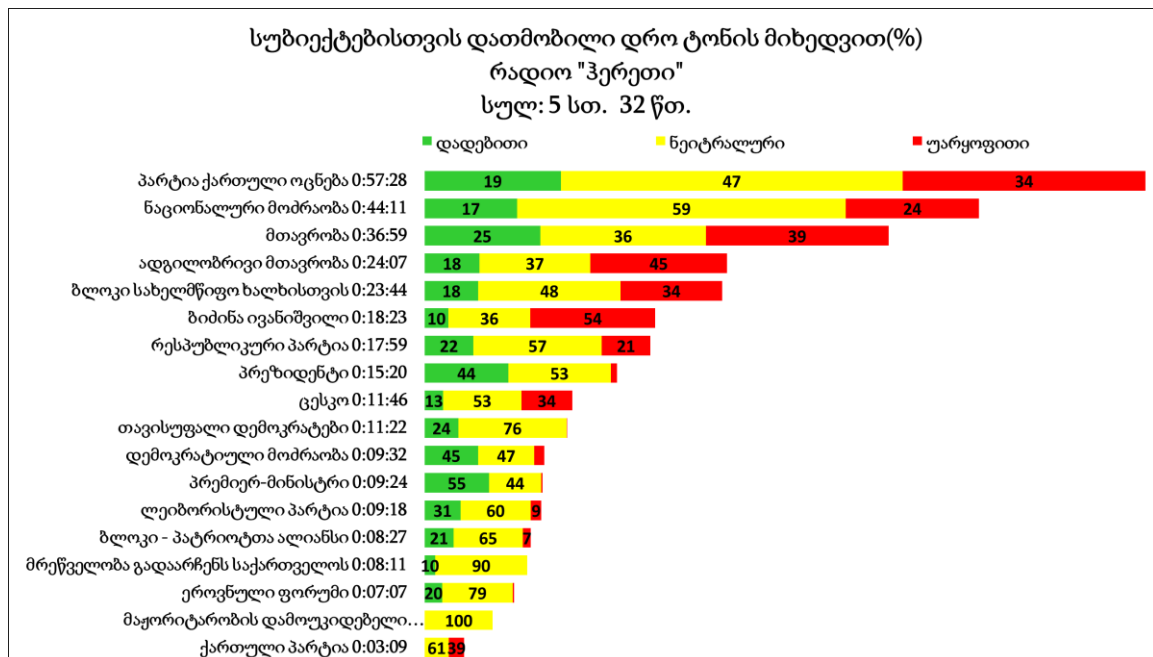
რადიო „ჭერეთი“ (ქ. ლაგოდეხი)

რადიო „ჭერეთი“ მოვლენებს დაბალანსებულად და მიუკერძოებლად აშუქებდა. რადიომაუწყებლის ეთერში შენარჩუნებულია ჟურნალისტური სტანდარტების დაცვა. მიმდინარე საანგარიშო პერიოდში ე.წ. ექსკლუზიური სიუჟეტების რიცხვი შემცირდა და რეგიონში მიმდინარე მოვლენებს შედარებით ნაკლები ყურადღება ექცეოდა, ვიდრე ცენტრალურ ახალ ამბებს.

რადიომაუწყებელმა მონიტორინგის სუბიექტებს 5 საათი და 32 წუთი დაუთმო. აქედან საუბრის 17% პარტია „ქართულ ოცნებას“ ეხებოდა, 13% - „ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას“ და 11% - მთავრობას. რადიო „ჭერეთი“ საკითხის ირგვლივ არსებულ განსხვავებულ მოსაზრებებს წარმოაჩენდა. თანაბრად კრიტიკული დამოკიდებულება იგრძნობოდა ყველა პოლიტიკური გუნდის მიმართ, რის გამოც უარყოფითი ტონი ყველა იმ სუბიექტს დაეთმო,

რომლებსაც დროის მნიშვნელოვანი ნაწილი დაუგროვდათ. ამასთან, პირდაპირი საუბრის საშუალება ყველა სუბიექტს ეძლეოდა. ეს დრო თითქმის თანაბრად გადანაწილდა სხვადასხვა პოლიტიკურ გუნდზე და საშუალოდ, დროის 43% შეადგინა. შესაბამისად, სუბიექტებს დრო დადებით ტონშიც დაეთმოთ.

რადიო „ჭერეთის“ ჟურნალისტები ბალანსს იცავდნენ და სიუჟეტების დიდი ნაწილი წყაროთა მრავალფეროვნებითაც გამორჩეოდა. სხვა რადიომაუწყებლების მსგავსად, წინასაარჩევნო კამპანიის გაშუქება, ძირითადად, პოლიტიკოსთა განცხადებების ციტირებით შემოიფარგლებოდა და საარჩევნო პროგრამების შესახებ სიღრმისეული სიუჟეტები არ მომზადებულა.



რადიო „აჭარა“ (ქ. ბათუმი)

წინა საანგარიშო პერიოდთან შედარებით რადიო „აჭარას“ ეთერში შემცირდა ადგილობრივი ხელისუფლების დადებითად გაშუქების ტენდენცია, თუმცა დადებითი ტონი კვლავაც სჭარბობდა. რადიომაუწყებელი აჭარაში მიმდინარე მოვლენებს აქტიურად აშუქებდა, თუმცა ახალ ამბებს ანალიზი, კრიტიკული კითხვები და წყაროთა მრავალფეროვნება კვლავაც აკლდა.

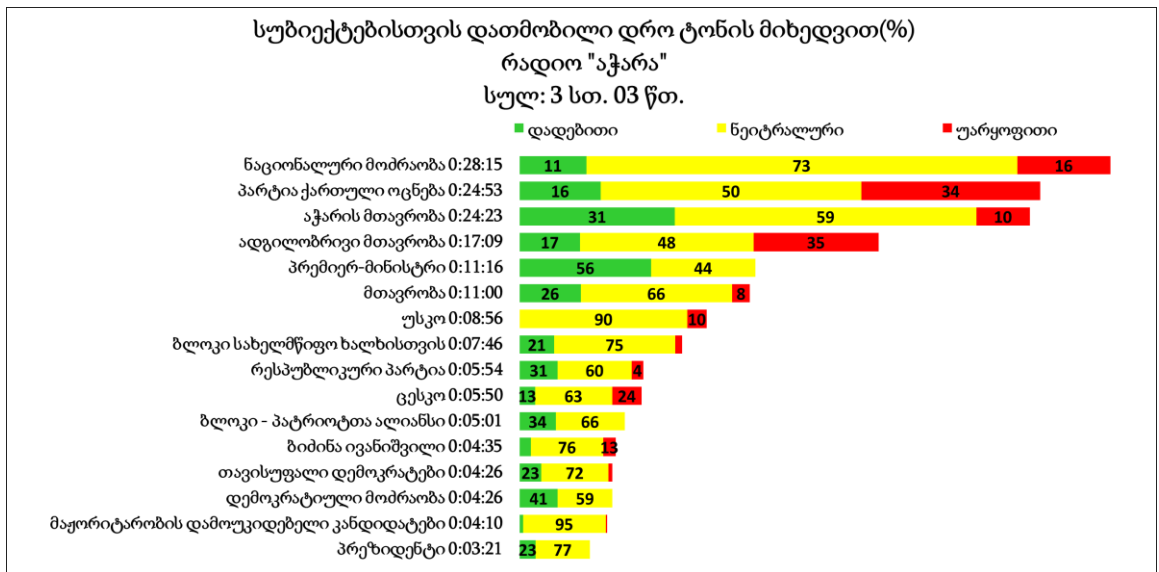
მონიტორინგის სუბიექტებს ჯამში 3 საათი დაეთმოთ. ყველაზე დიდი დროით „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ (15%) გაშუქდა. შემდეგ მოდიან აჭარის მთავრობა (14%) და პარტია „ქართული ოცნება“ (13%). რადიომაუწყებელი მონიტორინგის სუბიექტებს პირდაპირი

საუბრის საშუალებას თითქმის თანაბრად (საშუალოდ, 33%) აძლევდა. წინა საანგარიშო პერიოდში აჭარის მთავრობას (61%) და ადგილობრივ მთავრობას (51%) მაღალი დადებითი გაშუქება ჰქონდათ, მოცემულ საანგარიშო პერიოდში ეს მაჩვენებელი მკვეთრად შემცირდა. ამჯერად დადებით კონტექსტში აჭარის მთავრობას დროის 30% დაუგროვდა, ადგილობრივ მთავრობას - 17%.

გაიზარდა ოპოზიციური პარტიების აქტივობების გაშუქება. ისინი მათთვის დათმობილი დროის მნიშვნელოვან ნაწილს ხელისუფლების კრიტიკას უთმობდნენ, ამიტომაც ამ უკანასკნელს დრო უარყოფით კონტექსტშიც დაუგროვდა.

არჩევნების მოახლოებასთან ერთად უფრო ხშირად შუქდებოდა ცესკოს და უსკოს აქტივობები, როგორც ირიბი, ისე პირდაპირი გაშუქების გზით. თუმცა წინა საანგარიშო პერიოდების მსგავსად, კვლავაც არ მომზადებულა სიუჟეტები პოლიტიკური პარტიების საარჩევნო პროგრამების შესახებ. რადიომაუწყებელი გადმოსცემდა მხოლოდ იმ ინფორმაციას, რასაც პოლიტიკოსები მოსახლეობასთან შეხვედრების დროს აცხადებდნენ. ჟურნალისტები არ სვამდნენ კრიტიკულ კითხვებს და არ ინტერესდებოდნენ, თუ როგორ გეგმავდნენ პოლიტიკოსები წინასაარჩევნო პერიოდში გაცემული დაპირებების შესრულებას. ასევე პრობლემად დარჩა რესპონდენტების წარდგენა, რის გამოც ხშირად გაურკვეველი რჩებოდა თუ ვინ საუბრობდა ეთერში.

წინა საანგარიშო პერიოდთან შედარებით გაუმჯობესება იგრძნობა, თუმცა მთელი რიგი პრობლემები ისევ მოსაგვარებელია. საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიმართ არსებობს მეტი მოლოდინი, რომ ის მრავალფეროვან თემებს გააშუქებს, დასვამს კრიტიკულ კითხვებს და დღის წესრიგში დააყენებს ისეთ პრობლემებს, რომლებიც კერძო რადიომაუწყებლების ეთერში შეიძლება არც მოხვდეს.



დასკვნა

არჩევნების მოახლოებასთან ერთად რადიომაუწყებლები სულ უფრო და უფრო აქტიურად აშუქებდნენ ქვეყანაში მიმდინარე პოლიტიკურ მოვლენებს. დროის მნიშვნელოვანი ნაწილი პარტიების წინასაარჩევნო კამპანიის გაშუქებას დაეთმო. არ დაფიქსირებულა შემთხვევა, როცა რომელიმე რადიომაუწყებელს დრო არ დაეთმო ისეთი პოლიტიკური პარტიისთვის, რომელიც სხვა არხების ეთერში ხშირად ხვდებოდა. თუმცა, წინასაარჩევნო კამპანია მაინც მშრალად და ზედაპირულად გაშუქდა. ამ თემაზე მომზადებული ახალი ამბების უმეტესობა პოლიტიკოსების მოსახლეობასთან შეხვედრების დროს გაკეთებული განცხადებების ციტირებით შემოიფარგლებოდა. ჟურნალისტები პოლიტიკოსებს არ ეკითხებოდნენ თუ კონკრეტულად რა გზით გეგმავენ გაცემული დაპირებების შესრულებას.

რადიომაუწყებლების უმეტესობა რეგიონებში მიმდინარე მოვლენებს ნაკლებ ყურადღებას უთმობდა, უმცირესობების საკითხებიც თითქმის არ შუქდებოდა. პოლიტიკოსები, ძირითადად, ოპონენტთა განცხადებებს პასუხობდნენ, და კონკრეტულ საკითხებს, რომელიც მოსახლეობას აწუხებს ნაკლები ყურადღება ექცეოდა. აღნიშნული მიმდინარე წინასაარჩევნო პერიოდის ერთ-ერთ ძირითად მახასიათებლად შეიძლება ჩაითვალოს, რის გამოც საინფორმაციო გამოშვებების კონტენტი რიგით ამომრჩეველს სულ უფრო ნაკლებად ეხება. რჩება შთაბეჭდილება, რომ ის, თუ რა ინფორმაცია გავა რადიომაუწყებლების საინფორმაციო გამოშვებებში უფრო მეტად დამოკიდებულია პოლიტიკოსების დაგეგმილ აქტივობებზე, პრესკონფერენციებსა და იქ გაკეთებული ზოგადი ხასიათის განცხადებებზე, ვიდრე აქტიურ

ჟურნალისტებზე, რომლებიც პრობლემების მოძიებენ და ამ საკითხებს პოლიტიკოსთა დღის წესრიგში დააყენებენ.

საერთო ჯამში, რადიომაუწყებლების მუშაობა, გასული წლის მონიტორინგის შედეგებთან შედარებით, გაუმჯობესებულია: შემცირდა ერთ წყაროზე დაყრდნობით მომზადებული ახალი ამბების რიცხვი, ჟურნალისტები უფრო გამჭვირვალედ მუშაობდნენ, ფაქტებსა და მოსაზრებებს ერთმანეთში არ ურევდნენ და ანონიმურ წყაროზე დაყრდნობით მომზადებული სიუჟეტებიც არ დაფიქსირებულა. თუმცა, კვლავ რჩება მთელი რიგი პრობლემებისა: ჟურნალისტები დამატებითი ინფორმაციის მოძიებას ნაკლებად ცდილობდნენ, ე.წ. ექსკლუზიურ სიუჟეტებს არ ამზადებდნენ, მწვავე კითხვებს ნაკლებად სვამდნენ და პოლიტიკოსთა განცხადებების მიმართ სკეპტიციზმს იშვიათად იჩენდნენ. სამწუხაროდ, ამ პრობლემების მოგვარების გარეშე საინფორმაციო გამოშვებები მოსახლეობის ინფორმირებულ არჩევანს ხელს განსაკუთრებულად ვერ შეუწყობენ.