



## რადიოების საარჩევნო მონიტორინგი

15 აპრილი - 2 მაისი

2014 წელი

„ინტერნიუსი-საქართველო“, ევროკავშირისა და გაეროს განვითარების პროგრამის მიერ დაფინანსებული პროექტის, „პროფესიონალური მედია არჩევნებისთვის“, ფარგლებში ახორციელებს რადიოარხების მონიტორინგს. მონიტორინგი 15 აპრილს დაიწყო და 30 ივნისის ჩათვლით გაგრძელდება. იგი მოიცავს 12 რადიომუწყებლის სადამოს საინფორმაციო გამოშვებების მონიტორინგს. ესენია: „რადიო 1“ (საზოგადოებრივი მაუწყებელი), „იმედი“, „ფორტუნა“, „თავისუფლება“, „პალიტრა“, „პირველი რადიო“, „უცნობი“, „მაესტრო“, „ჰერეთი“ (ქ. ლაგოდეხი), „მველი ქალაქი“ (ქ. ქუთაისი), „ათინათი“ (ქ. ზუგდიდი) და „აჭარა“ (ქ. ბათუმი).

15 აპრილი - 2 მაისის პერიოდში რადიოარხების მონიტორინგმა შემდეგი ძირითადი მიგნებები გამოავლინა:

- მონიტორინგის სუბიექტებიდან ყველაზე მეტი დრო მთავრობას დაეთმო;
- საარჩევნო თემატიკის გაშუქებას მცირე დრო ეთმობოდა;
- მერობის კანდიდატებიდან ყველაზე ხშირად კოალიცია „ქართული ოცნებისა“ და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ კანდიდატები შუქდებოდნენ;
- ჟურნალისტები ნაკლებად პროაქტიულები იყვნენ;
- 2013 წლის მონიტორინგის მსგავსად, მთავარ პრობლემად მოვლენების მშრალი და ზედაპირული გაშუქება რჩება. გამონაკლისს წარმოადგენდა რადიო „თავისუფლება“;
- ჟურნალისტები პოლიტიკოსებს ხშირად ოპონენტთა განცხადებებზე ზოგადი კომენტარის გაკეთებას სთხოვდნენ და კონკრეტული პრობლემების შესახებ მწვავე კითხვებს ნაკლებად უსვამდნენ;
- სიუჟეტები ხშირად მხოლოდ ერთ წყაროს ეყრდნობოდა;

- ჟურნალისტები ხმით / მუსიკით არ მანიპულირებდნენ და არც სიძულვილის ენას იყენებდნენ.

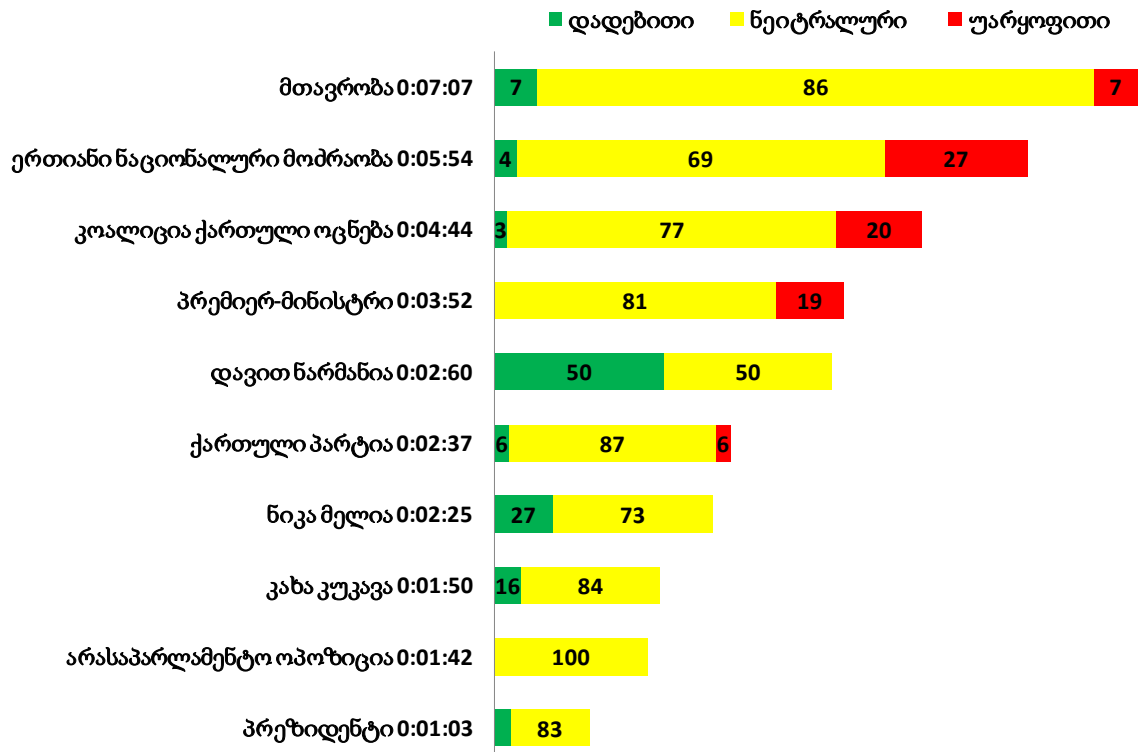
### "რადიო 1" (საზოგადოებრივი მაუწყებელი)

საზოგადოებრივმა რადიომაუწყებელმა მონიტორინგის სუბიექტებს 38 წუთი დაუთმო. ამ დროის 19% მთავრობა შუქდებოდა, 16% - „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“, ხოლო 12% - კოალიცია „ქართული ოცნება“. სუბიექტებს დრო, ძირითადად, ნეიტრალურ ტონში დაეთმო. უარყოფითი გაშუქების მაჩვენებელი პოლიტიკოსთა ურთიერთკრიტიკული განცხადებებით იყო გამოწვეული და არა ჟურნალისტის სუბიექტური დამოკიდებულებით.

„რადიო 1“ მოვლენებს მშრალად და მწვავე კითხვების დასმის გარეშე აშუქებდა. ზედაპირული გაშუქება ყველაზე ნათლად წინასასარჩევო თემატიკაზე მომზადებულ სიუჟეტებში იგრძნობოდა. ჟურნალისტები არ სვამდნენ მწვავე კითხვებს და პოლიტიკოსების აქტივობების შესახებ მშრალ ინფორმაციას გადმოსცემდნენ. შესაბამისად, მერობის კანდიდატებს დროის დიდი ნაწილი დადებით ტონში დაეთმო. უარყოფით კონტექსტში ისინი საერთოდ არ გაშუქებულან.

საინფორმაციო გამოშვებებში სუბიექტების პირდაპირი საუბარი არ გაშუქებულა. ჟურნალისტები სუბიექტურ შეფასებებს არ აკეთებდნენ და რომელიმე პოლიტიკური ძალის მიმართ მიკერძოებულ დამოკიდებულებას არ გამოხატავდნენ.

## რადიო 1-ზე სუბიექტებისთვის დათმობილი დრო ტონის მიხედვით (%)



### „პირველი რადიო“

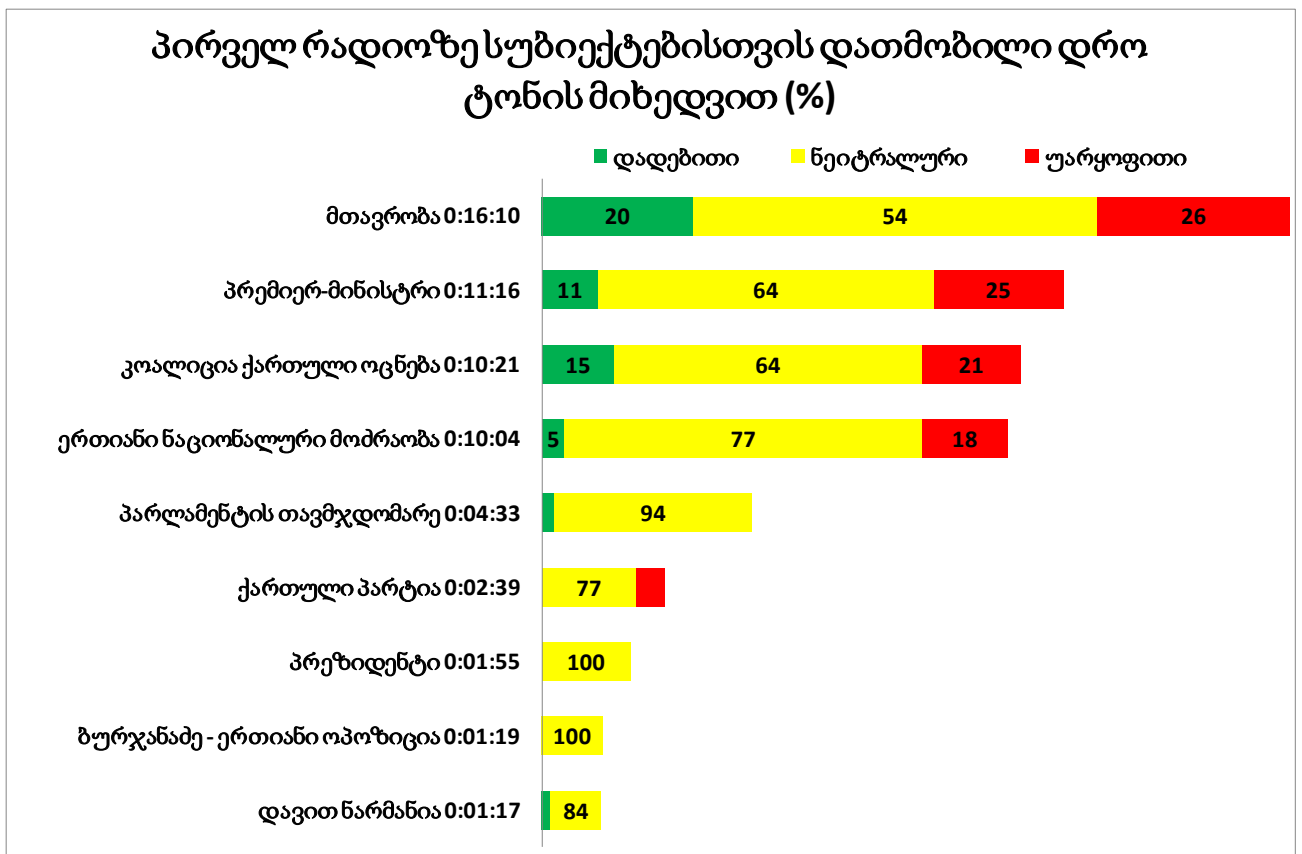
„პირველი რადიოს“ ეთერში მონიტორინგის სუბიექტებს 1 საათი დაეთმო. ყველაზე მეტი დროით მთავრობა (26%), პრემიერმინისტრი(18%), კოალიცია “ქართული ოცნება” და “ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა” შუქდებოდნენ (16-16%).

მონიტორინგის სუბიექტების პირდაპირ საუბარს მთლიანი დროის ნახევარზე მეტი დაეთმო. მაგალითად, მთავრობის წარმომადგენლებისთვის დათმობილი დროის 44% პირდაპირ საუბარზე მოდიოდა, პრემიერმინისტრის შემთხვევაში კი ეს მაჩვენებელი 53%-მდე გაიზარდა.

რადიომაუწყებელი დღის მთავარ თემებთან დაკავშირებით დაბალანსებულ სიუჟეტებს ამზადებდა და საკითხის ირგვლივ განსხვავებულ მოსაზრებებს აშუქებდა. წყაროთა მრავალფეროვნება ტონთა სიჭრელეზეც აისახა: როგორც მმართველი გუნდის, ასევე

ოპოზიციის შესახებ კრიტიკული ინფორმაცია ვრცელდებოდა. შესაბამისად, ყველაზე ხშირად გაშუქებულ სუბიექტებს დროის საშუალოდ 21% უარყოფით ტონში დაეთმო.

საინფორმაციო გამოშვებებში წინასაარჩევნო პროცესების გაშუქებას უფრო მეტი დრო ეთმობოდა, ვიდრე უშუალოდ მერობის კანდიდატებს. თუმცა მათ საარჩევნო პროგრამებთან დაკავშირებით კითხვები ჯერჯერობით არ დასმულა, ამიტომაც სუბიექტები ძირითადად ნეიტრალურ ტონში გაშუქდნენ.



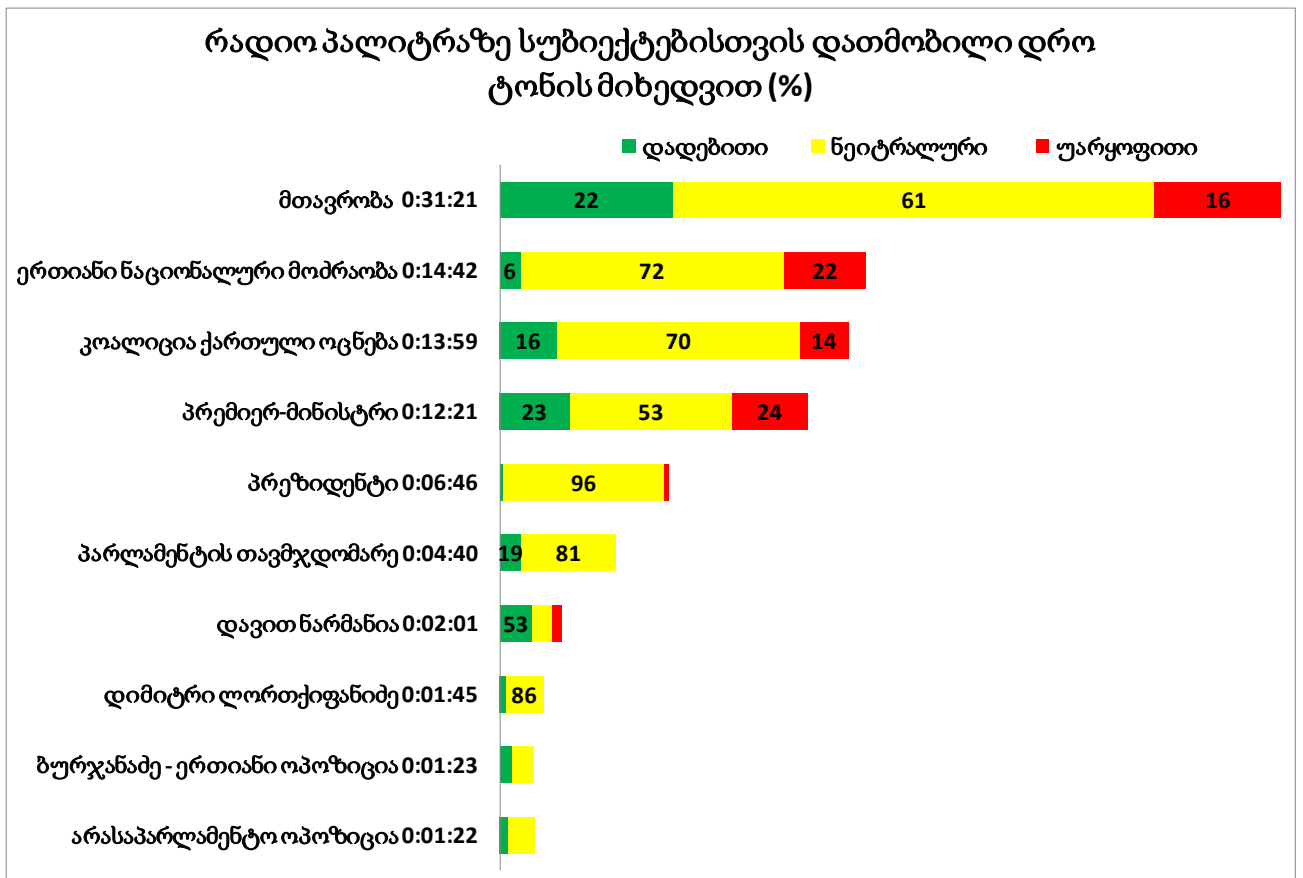
### რადიო „პალიტრა“

რადიო „პალიტრის“ ეთერში მონიტორინგის სუბიექტებს საათი და 34 წუთი დაეთმო. ყველაზე მეტი დრო მთავრობის (31წთ.), „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ (14 წთ.), კოალიცია „ქართული ოცნებისა“ (14 წთ.) და პრემიერმინისტრის (12 წთ.) გაშუქებაზე მოდიოდა. ამ დროის საშუალოდ 30% პირდაპირ საუბარს ეთმობოდა.

დღის მთავარ თემებთან დაკავშირებით სიღრმისეული სიუჟეტები მზადდებოდა. ახალი ამბების გამოშვებები თემატურად მრავალფეროვანი იყო. სიუჟეტები წყაროთა მრავალფეროვნებითაც გამოირჩეოდა. ჟურნალისტები მხარეთა პოზიციებსა და ექსპერტთა მოსაზრებებს თანაბრად და აქტიურად აშუქებდნენ.

იგივეს თქმა ნაკლებად შეიძლება წინასაარჩევნო კამპანიის გაშუქებასთან დაკავშირებით. საარჩევნო თემატიკაზე მომზადებული სიუჟეტები პოლიტიკოსთა განცხადებების ციტირებით შემოიფარგლებოდა. ჟურნალისტები მერობის კანდიდატებს წინასაარჩევნო დაპირებებთან დაკავშირებით მწვავე კითხვებს არ უსვამდნენ. ამიტომაც, კოალიცია „ქართული ოცნების“ თბილისის მერობის კანდიდატი დროის 53% დადებით კონტექსტში გაშუქდა.

მთლიანობაში, ჟურნალისტები მოვლენებს მიუკერძოებლად აშუქებდნენ და სუბიექტურ შეფასებებს არ აკეთებდნენ.

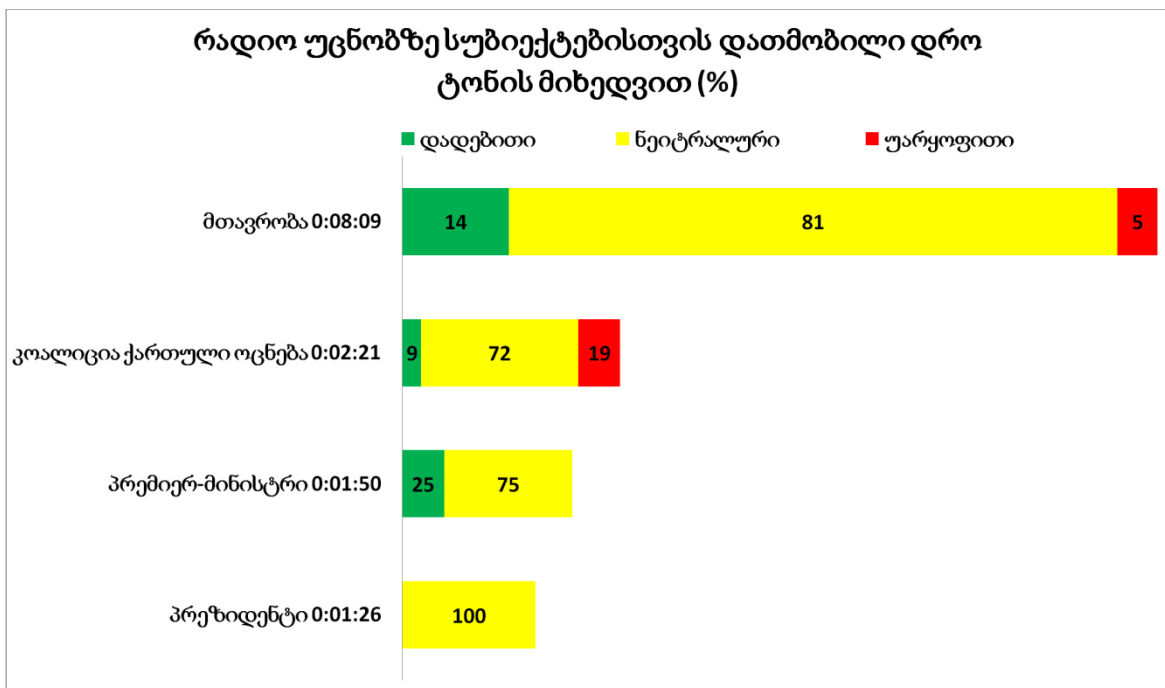


## რადიო „უცნობი“

რადიო „უცნობის“ საინფორმაციო გამოშვების ქრონომეტრაჟი 5 წუთს არ აღემატებოდა, ამიტომაც მონიტორინგის სუბიექტებს ჯამში 16 წუთი დაეთმოთ. ამ დროის 48% მთავრობის გაშუქებაზე მოდიოდა, 14% - კოალიცია „ქართული ოცნების“, ხოლო დანარჩენ სუბიექტებს ორ წუთზე ნაკლები დრო დაეთმოთ. სიუჟეტები ზედაპირული იყო, შესაბამისად სუბიექტების გაშუქებისას ნეიტრალური ტონი სჭარბობდა.

ჟურნალისტები საინფორმაციო სააგენტოებისა და ოფიციალური უწყებების მიერ გავრცელებული ინფორმაციის ციტირებით შემოიფარგლებოდნენ. სიუჟეტები ხშირად ერთ წყაროს ეყრდნობოდა და განსხვავებულ მოსაზრებებს არ წარმოაჩენდა.

ჟურნალისტები სუბიექტურ შეფასებებს არ აკეთებდნენ, თუმცა არც მწვავე კითხვების დასმით გამოირჩეოდნენ. მთავარ პრობლემად მოვლენების მშრალი გაშუქება გამოიკვეთა.



## რადიო „თავისუფლება“

რადიო „თავისუფლებამ“ მონიტორინგის სუბიექტებს 3 საათი დაუთმო. ამ დროის 34% მთავრობაზე მოდიოდა, 20% - კოალიცია „ქართულ ოცნებაზე“, 17% -პრეზიდენტზე. სუბიექტების პირდაპირი საუბრის წილმა სრული დროის საშუალოდ 34% შეადგინა.

რადიომაუწყებელი მოვლენების მრავალფეროვანი გაშუქებით გამოირჩეოდა. ჟურნალისტები პოლიტიკოსთა განცხადებების ციტირებით არ შემოიფარგლებოდნენ და ახალ ამბებთან დაკავშირებით სიღრმისეულ სიუჟეტებს ამზადებდნენ. მაგალითად, წყაროთა მრავალფეროვნებით გამოირჩეოდა 19 აპრილს გასული სიუჟეტი სტომატოლოგიური კლინიკებისთვის ახალი რეგულაციების დაწესებასთან დაკავშირებით. ჟურნალისტები მწვავე კითხვებს სვამდნენ მთავრობის ახალი ინიციატივის შესახებ და მსმენელს საშუალება ჰქონდა გაცნობოდა განსხვავებულ მოსაზრებებსა და ექსპერტთა შეფასებებს.

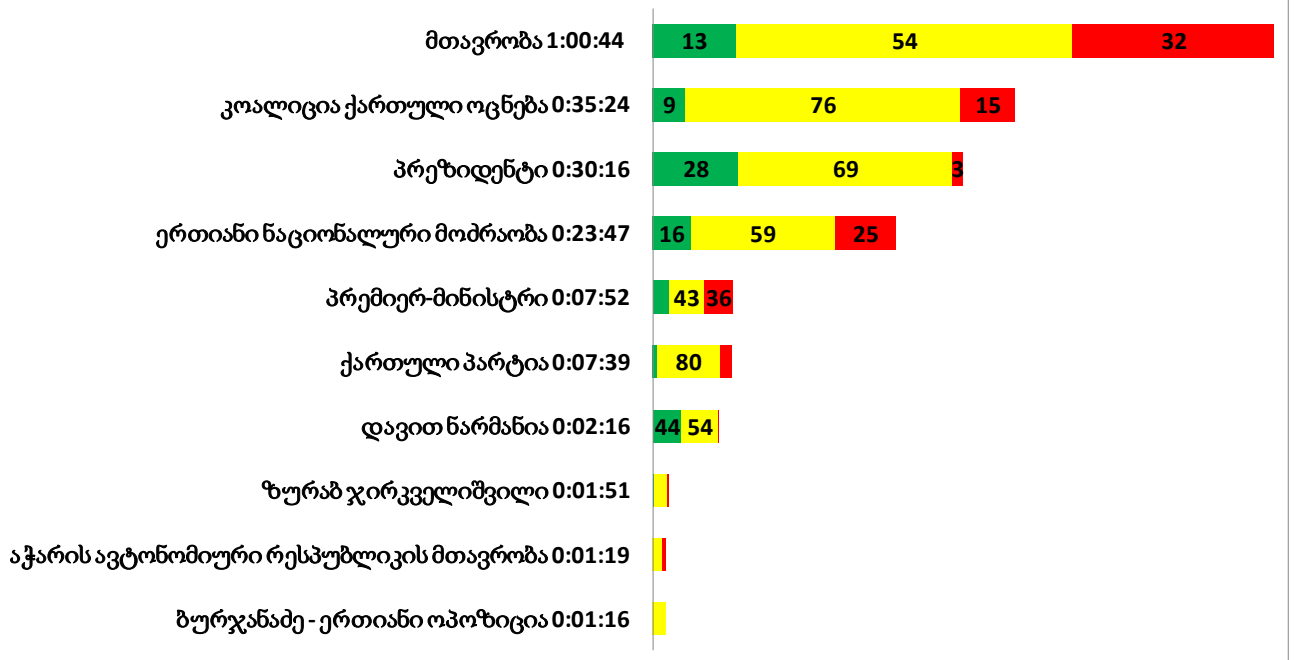
ჟურნალისტების კრიტიკული დამოკიდებულება შეიმჩნეოდა, როგორც ხელისუფლების, ასევე ოპოზიციის აქტივობების გაშუქებისას, რაც მთავრობის 32%-იან და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ 25%-იან უარყოფით ტონში გაშუქების მაჩვენებელზეც აისახა.

საარჩევნო პროგრამებისა და კანდიდატთა სამომავლო გეგმების განხილვას ჯერჯერობით მცირე დრო ეთმობოდა. თუმცა, საარჩევნო გარემოსთან დაკავშირებით საერთაშორისო დამკვირვებლებისა და არასამთავრობო სექტორის შეფასებები აქტიურად შუქდებოდა.

რადიომაუწყებელი ყურადღებას რეგიონში მიმდინარე მოვლენებსაც აქცევდა: რეგიონული კორესპონდენტები წინასაარჩევნო სიტუაციას განიხილავდნენ, სავარაუდო მერობის კანდიდატებზე საუბრობდნენ და მოსახლეობის განწყობის გაგებას ქუჩის გამოკითხვებით ცდილობდნენ.

## რადიო თავისუფლებაზე სუბიექტებისთვის დათმობილი დრო ტონის მიხედვით (%)

■ დადებითი    ■ ნეიტრალური    ■ უარყოფითი



### რადიო "მაესტრო"

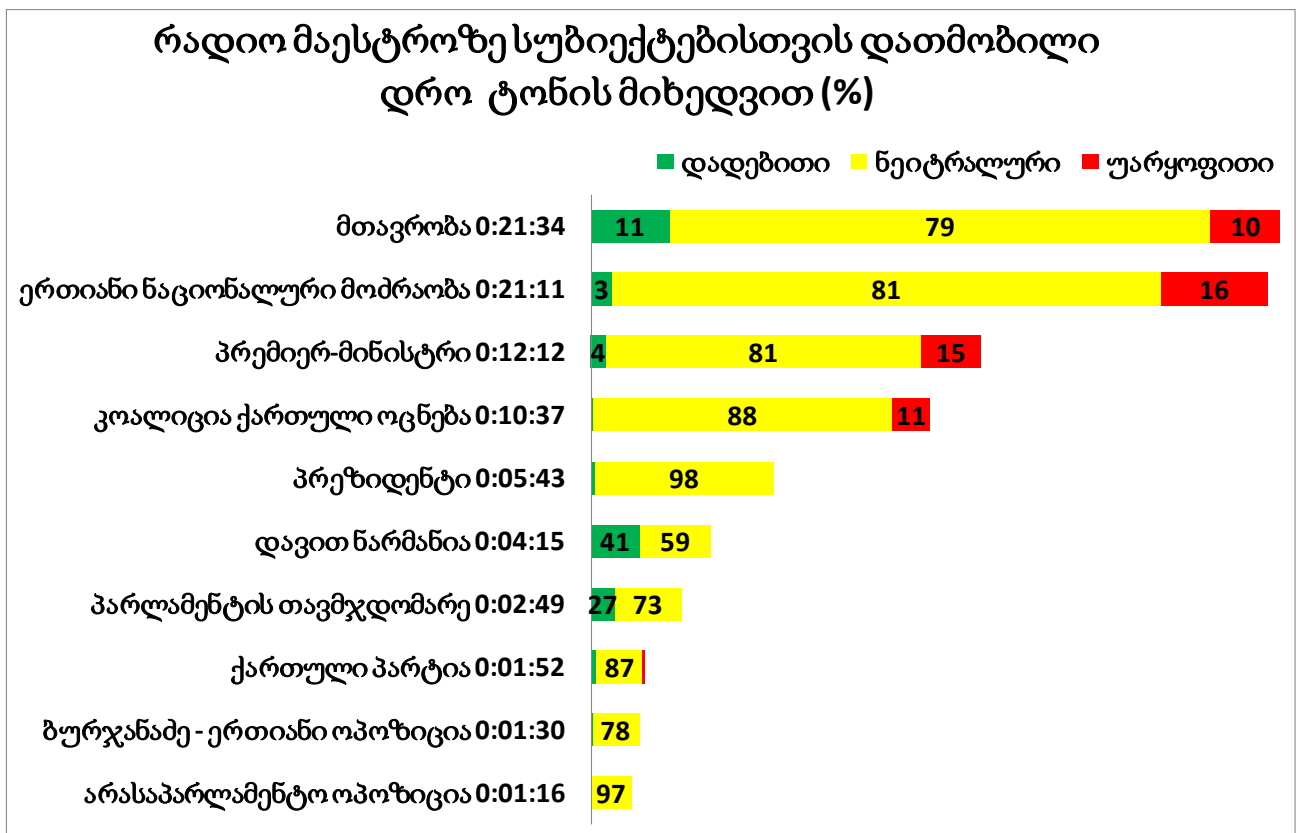
რადიო „მაესტრომ“, სხვა რადიომაუწყებლებთან შედარებით, მონიტორინგის სუბიექტების გაშუქებას ყველაზე მეტი დრო (1 სთ. 30 წთ) დაუთმო. მთავრობასა და „ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას“ გაშუქების თანაბარი მაჩვენებელი (21-21 წუთი) ჰქონდათ, შემდეგ მოდიოდნენ პრემიერმინისტრი 12 წუთით და კოალიცია „ქართული ოცნება“ - 10 წუთით. სუბიექტებს დროის საშუალოდ 35% პირდაპირი საუბრისთვის დაეთმო.

საინფორმაციო გამოშვების ქრონომეტრაჟი ნახევარ საათს აჭარბებდა, თუმცა ცალკეული სიუჟეტები მაინც მოკლე და ზედაპირული იყო. ჟურნალისტები პოლიტიკოსთა განცხადებებს პირდაპირ ციტირებდნენ და მწვავე კითხვებს ნაკლებად სვამდნენ. ეს მონიტორინგის სუბიექტების საშუალოდ 80%-იან ნეიტრალურ ტონში გაშუქების მაჩვენებელზეც აისახა.



კოალიცია „ქართული ოცნების“ მერობის კანდიდატები ყველაზე ხშირად გაშუქებულ ხუთ სუბიექტს შორის მოხვდნენ. რადიომაუწყებელმა კანდიდატების ოფიციალური წარდგენა თითქმის სრულად გააშუქა. მათ მთლიანობაში 7 წუთი დაეთმოთ. ამასთან, დროის 34% პოზიტიურ ტონში. სხვა პოლიტიკური ძალების მერობის კანდიდატებს წუთზე მეტი დრო არ დათმობიათ.

მთლიანობაში, რადიომაუწყებლის საინფორმაციო გამოშვებებს ანალიზი და პოლიტიკოსთა აქტივობების მიმართ კრიტიკული დამოკიდებულება აკლდა.

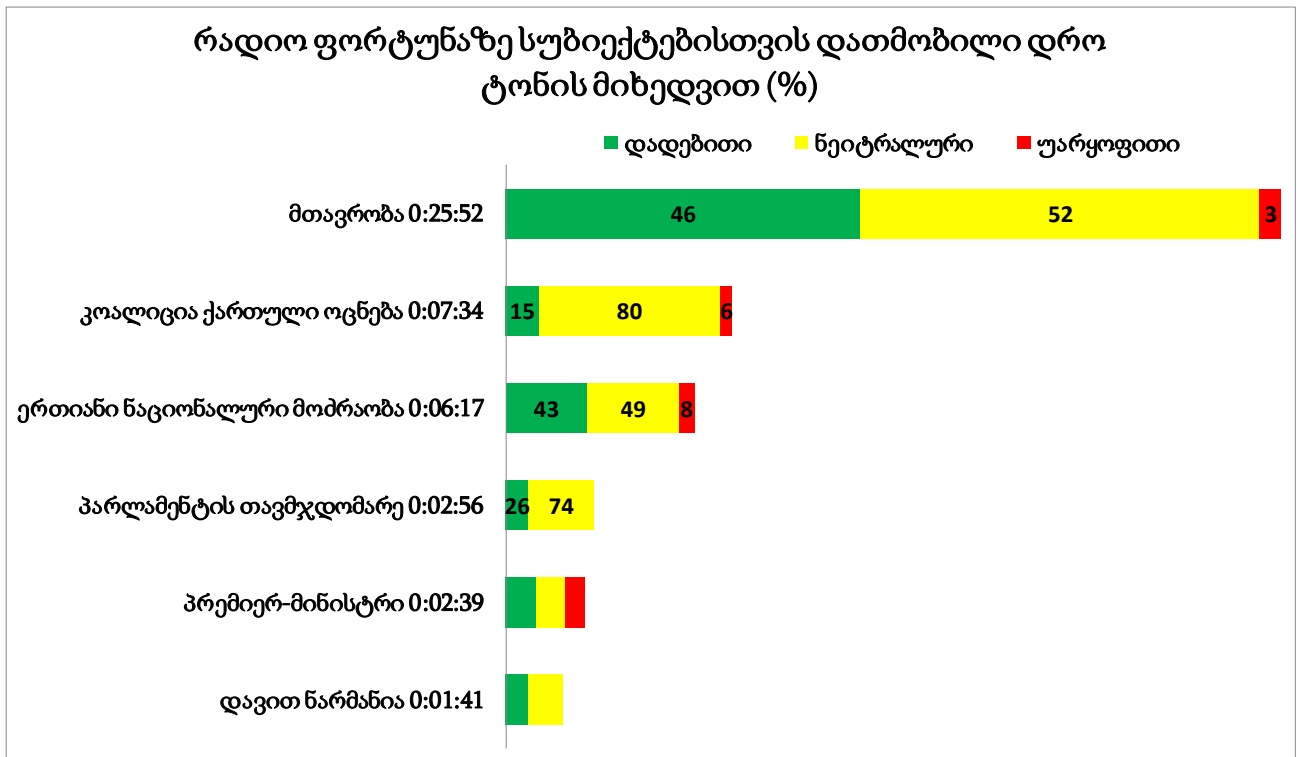


### რადიო „ფორტუნა“

რადიო „ფორტუნა“ 5 წუთიან საინფორმაციო გამოშვებებს ამზადებდა. მონიტორინგის სუბიექტები ჯამში 50 წუთი გაშუქდნენ. ამ დროის ნახევარზე მეტი მთავრობას დაეთმო (52%), მას 15%-ით მმართველი პოლიტიკური გუნდი, კოალიცია „ქართული ოცნება“ მოჰყვება. მთავრობა დადებით ტონში გაშუქების მაღალი მაჩვენებლითაც გამოირჩეოდა (46%).

რადიომაუწყებლის საინფორმაციო გამოშვება, ხშირად, მხოლოდ ერთ ახალ ამბავს გადმოსცემდა, რასაც ამ თემასთან დაკავშირებით ხელისუფლების წარმომადგენელთან ინტერვიუ მოსდევდა. ჟურნალისტი 3-4 წუთიანი ინტერვიუს განმავლობაში მწვავე და კრიტიკულ კითხვებს არ სვამდა, შესაბამისად რესპონდენტს საშუალება ჰქონდა საკუთარი პოზიცია დადებითად წარმოეჩინა.

მთლიანობაში, საინფორმაციო გამოშვებებში მოვლენები ზედაპირულად შუქდებოდა. მთავარ პრობლემად სიუჟეტებში წყაროთა სიმწირე გამოიკვეთა.



### რადიო „იმედი“

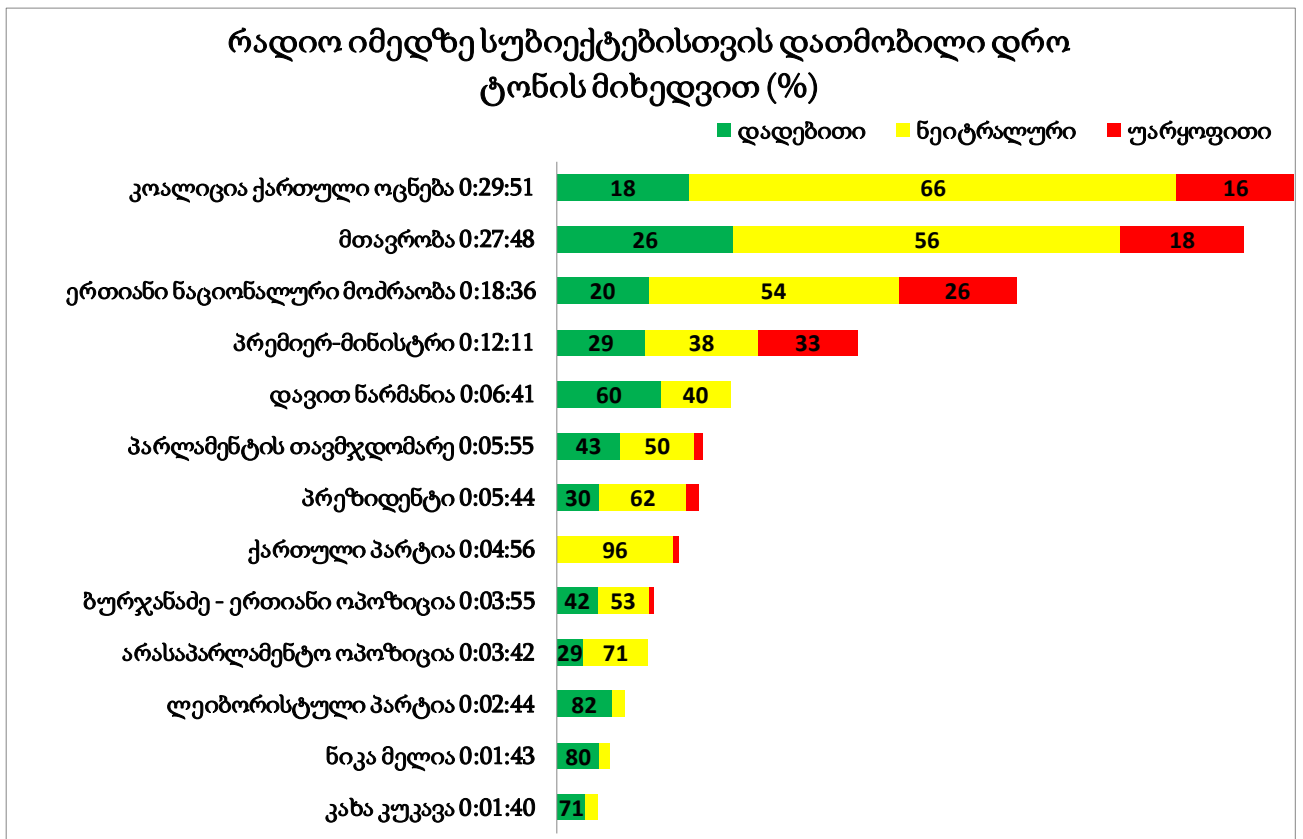
რადიო „იმედი“ მონიტორინგის სუბიექტების გაშუქებას 2 საათზე მეტი დრო დაუთმო. აქედან, ნახევარი საათი კოალიცია „ქართული ოცნება“ გაშუქდა, 28 წუთი - მთავრობა, 15 წუთი - „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“. მონიტორინგის სუბიექტებისთვის დათმობილი დროის საშუალოდ 43% პირდაპირ საუბარზე მოდიოდა.

ჟურნალისტები მწვავე კითხვების დასმით ნაკლებად გამოირჩეოდნენ, თუმცა სიუჟეტები დაბალანსებული იყო და საკითხის ირგვლივ განსხვავებულ მოსაზრებებს

წარმოაჩენდა. შესაბამისად, ხშირად გაშუქებულ სუბიექტებს დრო სამივე ტონში დაეთმო.

აღსანიშნავია, რომ რადიო „იმედი“ ადგილობრივი თვითმმართველობის არჩევნებთან დაკავშირებით ცალკე ბლოკის მომზადება დაიწყო. ამიტომაც, სხვა რადიომაუწყებლებთან შედარებით, არჩევნების თემატიკის გაშუქებას მეტი დრო ეთმობოდა. ჟურნალისტები წინასაარჩევნო გარემოსა და კანდიდატების აქტივობების შესახებ ინფორმაციულ სიუჟეტებს ამზადებდნენ. თუმცა, საარჩევნო კამპანიის გაშუქებისას სიღრმისეული და ანალიტიკური სიუჟეტების ნაკლებობა მაინც იგრძნობოდა. ამიტომაც, კანდიდატებს დროის უმეტესი ნაწილი დადებით ტონში ეთმობოდათ.

მთლიანობაში, რადიო „იმედი“ მოვლენებს მიუკერძოებლად და ჟურნალისტური ეთიკის სტანდარტების დაცვით აშუქებდა.



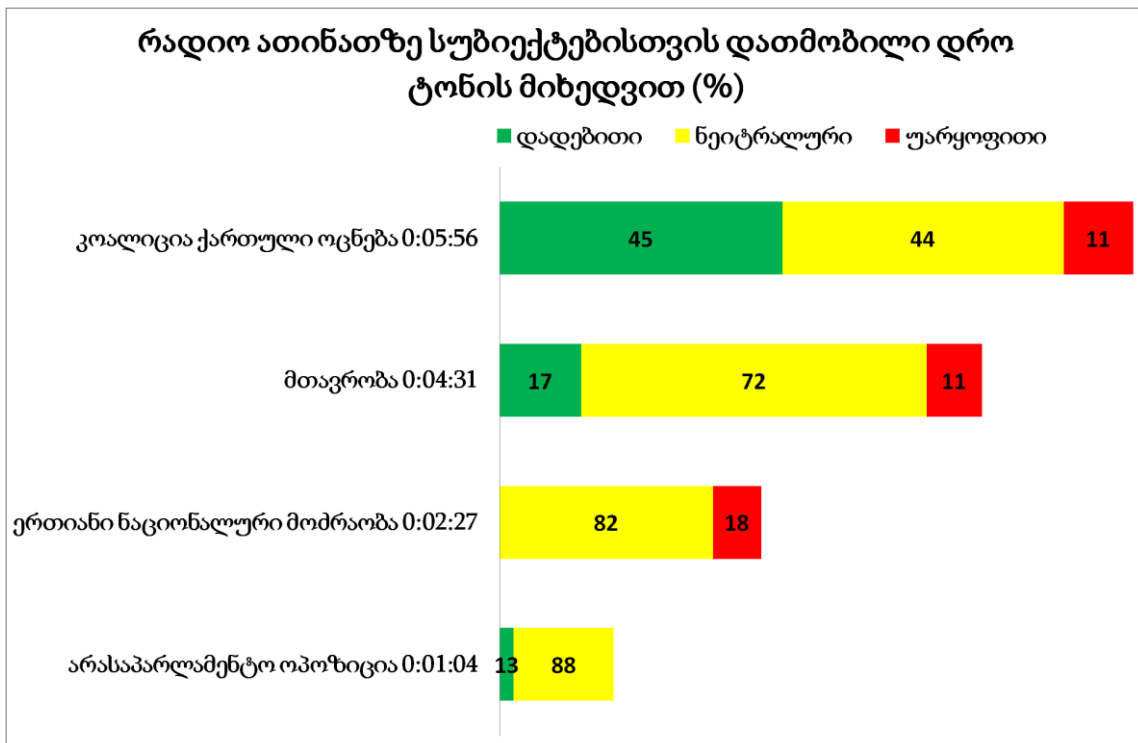
## რადიო „ათინათი“ (ქ. ზუგდიდი)

რადიო „ათინათის“ საინფორმაციო გამოშვება 5 წუთს არ აღემატებოდა, შესაბამისად მონიტორინგის სუბიექტებს მხოლოდ 17 წუთი დაეთმოთ. აქედან წუთზე მეტი დროით მხოლოდ ოთხი სუბიექტი გაშუქდა (ჯამში 14 წუთი).

ჟურნალისტები მოვლენებს ზედაპირულად აშუქებდნენ და ხელისუფლების აქტივობების მიმართ კრიტიკულ კითხვებს ნაკლებად სვამდნენ. ამიტომაც, კოალიცია „ქართული ოცნება“ დროის 45% დადებით კონტექსტში გაშუქდა, მთავრობა კი - 17%.

წინასაარჩევნო თემატიკას დრო ნაკლებად ეთმობოდა, თუმცა სიუჟეტები მომზადდა მერობის სავარაუდო კანდიდატების შესახებ. ჟურნალისტები ამ თემასთან დაკავშირებით ქუჩის გამოკითხვებსაც ატარებდნენ. მაგრამ რადგან კანდიდატები ჯერ ოფიციალურად დასახელებულები არ იყვნენ, მათთვის დათმობილი დრო წუთს არ აღემატებოდა.

მთლიანობაში, რადიომაუწყებელი რეგიონში მიმდინარე მოვლენებს მიუკერძოებლად აშუქებდა და ჟურნალისტური ეთიკის სტანდარტებსაც იცავდა.

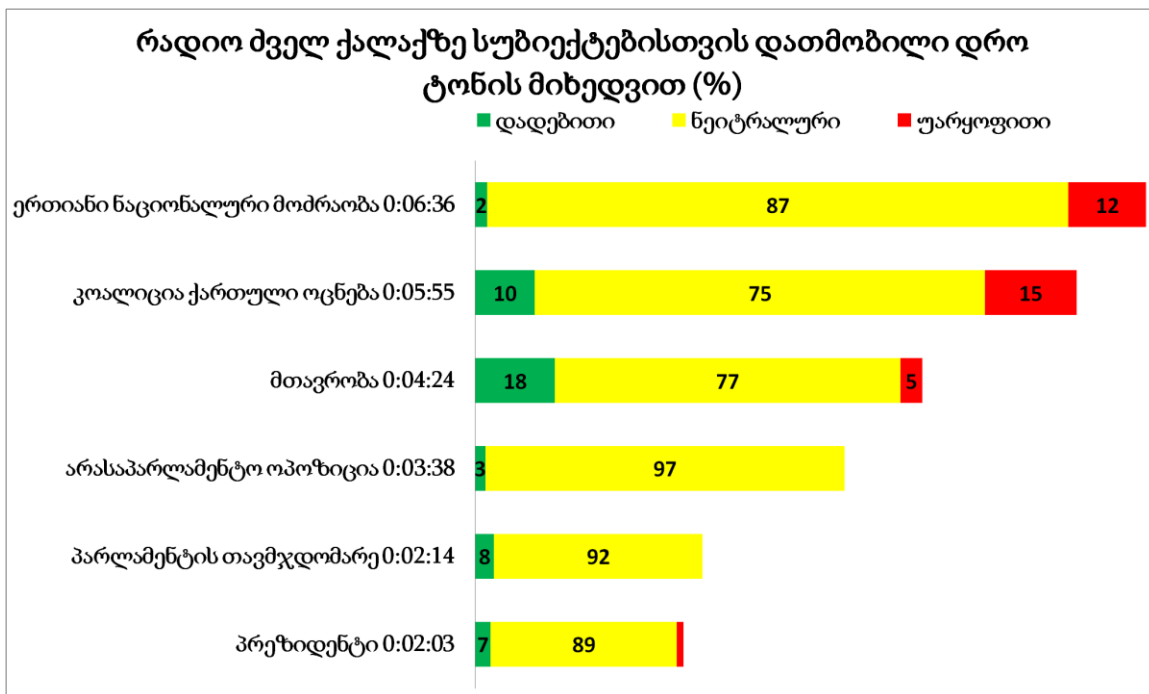


## რადიო „მველი ქალაქი“ (ქ. ქუთაისი)

რადიო „მველი ქალაქი“ მონიტორინგის სუბიექტების გაშუქებას 16 წუთი დაუთმო. საინფორმაციო გამოშვებებში ყურადღებას ძირითადად რეგიონში მიმდინარე პროცესებზე ამახვილებდნენ. ჟურნალისტები ქუთაისის მერიაში მმართველი კოალიციისა და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ წევრების დაპირისპირებას აქტიურად აშუქებდნენ. შესაბამისად, ყველაზე მეტი დროც სწორედ ამ პოლიტიკურ გუნდებს დაეთმო.

სუბიექტები, ძირითადად, ნეიტრალურ კონტექსტში შუქდებოდნენ. ყველაზე მეტი პოზიტიური ტონი მთავრობას დაუგროვდა, ხოლო ნეგატიური - კოალიცია „ქართულ ოცნებას“. ჟურნალისტები მოვლენებს მიუკერძოებლად აშუქებდნენ, თუმცა სიუჟეტები ხშირად მხოლოდ ერთ წყაროს ეყრდნობოდა.

რადიომაუწყებლის ეთერში ხმით/მუსიკით მანიპულირების ან სიძულვილის ენის გამოყენების შემთხვევები არ დაფიქრსირებულა.



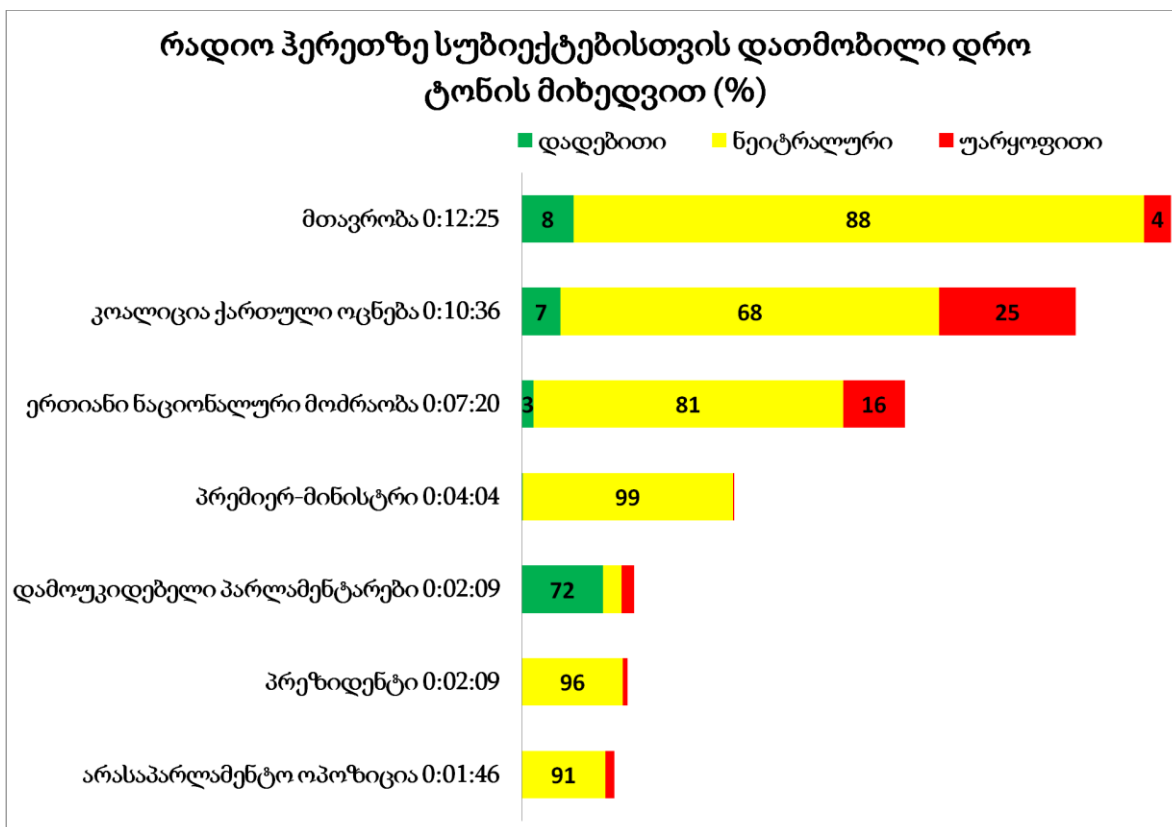
## რადიო „ჭერეთი“ (ქ. ლაგოდეხი)

რადიო „ჭერეთი“ მონიტორინგის სუბიექტებს 44 წუთი დაუთმო. ამ დროის უმეტესი ნაწილი მთავრობას (26%), კოალიცია „ქართულ ოცნებას“ (23%) და „ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას“ (16%) დაეთმო. რესპონდენტთა პირდაპირ საუბარზე დროის ნახევარზე მეტი მოდიოდა.

რადიომაუწყებელი აქცენტს კახეთში მიმდინარე პროცესების გაშუქებაზე აკეთებდა. საანგარიშო პერიოდის განმავლობაში ერთ-ერთი მთავარი თემა ყვარლის გამგებლის, დავით ქევიციანის, დაკავება იყო, რის გამოც კოალიცია „ქართული ოცნების“ უარყოფით ტონში გაშუქებამ იმატა. ამავე თემის გაშუქებისას „ერთიან ნაციონალურ მოძრაობასაც“ ხშირად აკრიტიკებდნენ. შესაბამისად, ყოფილი სახელისუფლებო გუნდი დროის 16% უარყოფით ტონში გაშუქდა.

საინფორმაციო გამოშვებებში ადგილობრივი თვითმმართველობის არჩევნებზე აქცენტი ჯერჯერობითარ კეთდებოდა: არცერთი პოლიტიკური გუნდის მერობის კანდიდატს წუთზე მეტი დრო არ დათმობია.

რადიო „ჭერეთი“ არცერთი პოლიტიკური ძალის მიმართ ტენდენციურ დამოკიდებულებას არ გამოხატავდა. ხელისუფლებისა და ოპოზიციის განცხადებები დაბალანსებულად შუქდებოდა. ჟურნალისტები მიუკერძოებლად, პროფესიული ეთიკის სტანდარტების დაცვით მუშაობდნენ.



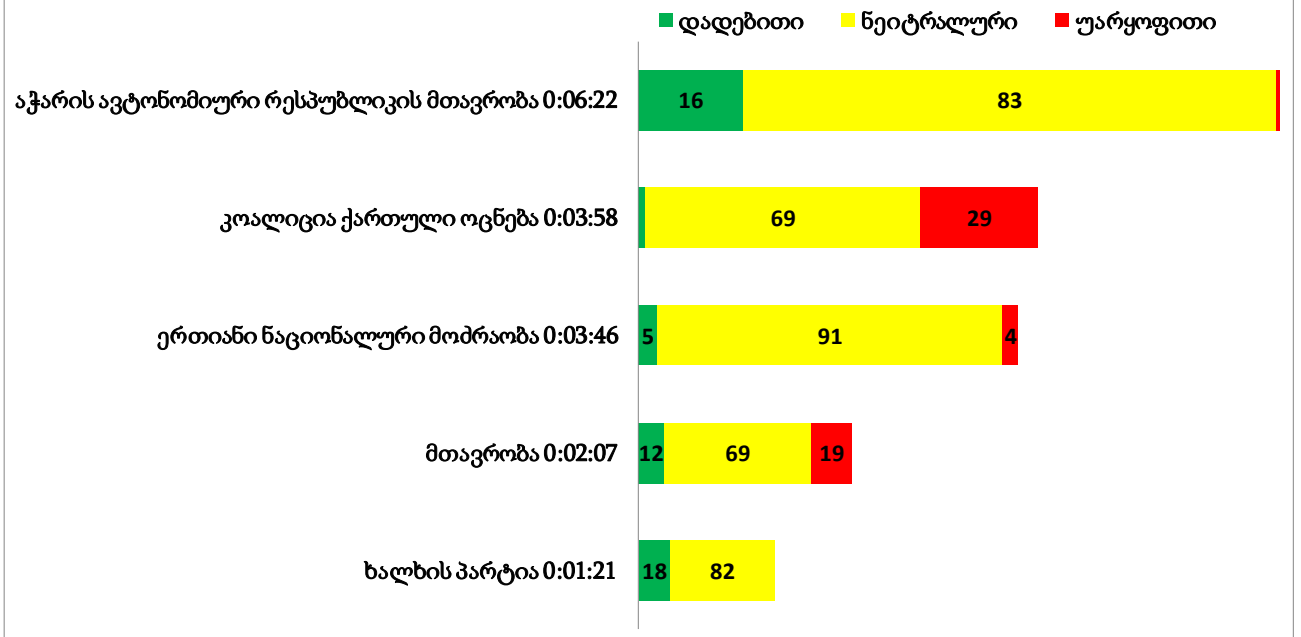
### რადიო „აჭარა“ (ქ. ბათუმი)

რადიო „აჭარამ“ მონიტორინგის სუბიექტებს 21 წუთი დაუთმო. ყველაზე ხშირად აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის მთავრობა (29%), კოალიცია „ქართული ოცნება“ (18%) და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ (17%) შექედებოდნენ.

მონიტორინგის სუბიექტებიდან ყველაზე ნეგატიურად კოალიცია „ქართული ოცნება“ გაშუქდა. ამის მიზეზი რეგიონში არსებული პრობლემების განხილვა იყო, რა დროსაც რესპონდენტები ხშირად მმართველ გუნდს აკრიტიკებდნენ.

მთლიანობაში, საინფორმაციო გამოშვებები მშრალი და ზედაპირული იყო. ხშირად სიუჟეტები მხოლოდ ერთ წყაროს ეყრდნობოდა და საპირისპირო მოსაზრებები ნაკლებად შექედებოდა. თუმცა, რადიომაუწყებელი ამა თუ იმ პოლიტიკური ძალის მიმართ მიკერძოებული არ ყოფილა. ჟურნალისტები მოვლენებს სუბიექტური შეფასებების გარეშე აშუქებდნენ.

### რადიო აჭარაზე სუბიექტებისთვის დათმობილი დრო ტონის მიხედვით (%)



#### დასკვნა

პირველი საანგარიშო პერიოდის განმავლობაში რადიომაუწყებლები ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენებს ინტენსიურად აშუქებდნენ. რეგიონული რადიომაუწყებლები ყურადღებას რეგიონში არსებულ პრობლემებზე ამახვილებდნენ. არ გამოვლენილა მიკერძოებული გაშუქების შემთხვევები. ჟურნალისტები იცავდნენ ეთიკის სტანდარტებს: მუსიკით / ხმით არ მანიპულირებდნენ და არც სიძულვილის ენას იყენებდნენ.

2012 და 2013 წლის მონიტორინგის მსგავსად, მთავარ პრობლემად მოვლენების ზედაპირული გაშუქება გამოიკვეთა. ჟურნალისტები არ გამოირჩეოდნენ პროაქტიულობით: ისინი პოლიტიკოსთა განცხადებების ციტირებით შემოიფარგლებოდნენ და სიუჟეტებიც ძირითადად ამ ციტატების ირგვლივ მზადდებოდა. პოლიტიკოსებს ოპონენტთა განცხადებებზე ზოგადი კომენტარების გაკეთება უფრო უწყვედად, ვიდრე ჟურნალისტის კრიტიკულ კითხვებზე პასუხის გაცემა.



საანგარიშო პერიოდის განმავლობაში ყველაზე აქტუალურ თემას პარლამენტის მიერ ანტიდისკრიმინაციული კანონის განხილვა და მისი დამტკიცების პროცესი წარმოადგენდა. საკითხი თითქმის ყველა რადიომაუწყებლის ეთერით გაშუქდა, თუმცა სიღრმისეული და ანალიტიკური სიუჟეტები არ მომზადებულა.

საანგარიშო პერიოდში ადგილობრივი თვითმმართველობის წინასაარჩევნო კამპანიის გაშუქებას მცირე დრო დაეთმო. ყველაზე ხშირად კოალიცია „ქართული ოცნების“ თბილისის მერობის კანდიდატი დავით ნარმანია და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ თბილისის მერობის კანდიდატი ნიკა მელია შუქდებოდნენ. აპრილის ბოლოს, მას შემდეგ რაც კოალიცია „ქართულმა ოცნებამ“ მერობის კანდიდატები ოფიციალურად დაასახელა, არჩევნების თემაზე მომზადებული სიუჟეტების რიცხვი შედარებით გაიზარდა. არჩევნებთან დაკავშირებით რადიო „იმედმა“ ცალკე ბლოკის მომზადებაც დაიწყო.

რადიომაუწყებლების მომზადებული სიუჟეტები, ერთი მხრივ, ზედაპირული იყო და წყაროთა სიმწირე იგრძნობოდა, მეორე მხრივ, ჟურნალისტები მოვლენებს მიუკერძოებლად აშუქებდნენ და არცერთი პოლიტიკური ძალის მიმართ სუბიექტურ შეფასებებს არ აკეთებდნენ. წინა წლების მსგავსად შენარჩუნდა ტენდენცია, რომ რადიომაუწყებლები ჟურნალისტური ეთიკის ძირითად სტანდარტებს არ არღვევენ.