2017 წლის ადგილობრივი თვითმმართველობის არჩევნების მედიაში გაშუქების კვლევა

რადიოების მონიტორინგი

19 ივნისი - 8 ოქტომბერი, 2017 წელი

წინამდებარე ანგარიში მომზადებული და გამოცემულია ინტერნიუსი-საქართველოს მიერ ევროკავშირისა (EU) და გაეროს განვითარების პროგრამის (UNDP) ხელშეწყობით. ანგარიშის შინაარსზე პასუხისმგებელია მხოლოდ ინტერნიუსი-საქართველო და მისი შინაარსის აღქმა ევროკავშირისა (EU) და გაეროს განვითარების პროგრამის (UNDP) პოზიციად დაუშვებელია.

2017 წლის ადგილობრივი თვითმმართველობის არჩევნებთან დაკავშირებით „ინტერნიუსი-საქართველო“ ატარებს მედიამონიტორინგს ევროკავშირისა და გაეროს განვითარების პროგრამის მიერ დაფინანსებული პროექტის „2017 წლის ადგილობრივი თვითმმართველობის არჩევნების მედიაში გაშუქების კვლევა“ ფარგლებში. იგი მოიცავს 14 რადიომაუწყებლის საღამოს საინფორმაციო გამოშვებების მონიტორინგს. ესენია: „რადიო 1“ (საზოგადოებრივი მაუწყებელი), „იმედი“, „ფორტუნა“, „თავისუფლება“, „პალიტრა“, „პირველი რადიო“, „მაესტრო“, „აფხაზეთის ხმა“, „ძველი ქალაქი“ (ქ. ქუთაისი), „რიონი“ (ქ. ქუთაისი), „ათინათი“ (ქ. ზუგდიდი), „ჰერეთი“ (ქ. თბილისი/ლაგოდეხი), „მარნეული“ და „აჭარა“ (ქ. ბათუმი, აჭარის საზოგადოებრივი მაუწყებელი).

მონიტორინგის მეთოდოლოგია:

რადიოარხების საინფორმაციო გამოშვებების მონიტორინგი შედგება რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევის ეტაპებისგან. რაოდენობრივი მონიტორინგი განსაზღვრავს ისეთ ინდიკატორებს, რომლებიც შეიძლება დაითვალოს და გაანალიზდეს. ხოლო თვისებრივი მონიტორინგი გამოიყენება მედიის საშუალებების მუშაობის ეფექტურობის შესაფასებლად ისეთ მაჩვენებლებთან მიმართებაში, როგორიცაა ეთიკური ან პროფესიული სტანდარტები, რომელთა რაოდენობრივად გაზომვა რთულია. კერძოდ, ყურადღება ექცევა ინფორმაციის დამახინჯებას, დაუბალანსებელ გაშუქებას, ტენდენციურობას და ნებისმიერ ისეთ ფაქტს, რომელიც მნიშვნელოვანია ინფორმაციის ხარისხის წარმოსადგენად.

რაოდენობრივი კვლევა მოიცავს:

- ***სუბიექტისთვის დათმობილი დროის დათვლას*** - დრო (წამობრივად) ითვლება, როდესაც სუბიექტზე საუბრობს საინფორმაციო გამოშვების წამყვანი, სიუჟეტის ჟურნალისტი ან ნებისმიერი რესპონდენტი. ანალიზის დროს კონკრეტული სუბიექტისთვის დათმობილი დრო ჯამდება;
- ***პირდაპირ/ირიბ გაშუქებას*** - ყველა ის შემთხვევა, როდესაც მონიტორინგის სუბიექტები თავად საუბრობენ (ისმის ხმა) დრო ითვლება, როგორც პირდაპირი გაშუქება. როდესაც სუბიექტებზე საუბრობენ სხვები, ჟურნალისტები ან რესპონდენტები, დრო ითვლება, როგორც ირიბი გაშუქება;
- ***გაშუქების ტონი*** - გაშუქების ტონი ენიჭება მონიტორინგის ყველა სუბიექტს. ტონის შესაფასებლად არსებობს სამი კატეგორია: დადებითი, ნეიტრალური და უარყოფითი.

ყოველთვის, როდესაც ითვლება სუბიექტისთვის დათმობილი დრო, იქვე ფასდება ტონიც, ანუ რაოდენობრივად ითვლება, რამდენი წამის/წუთის განმავლობაში საუბრობდნენ ამა თუ იმ სუბიექტზე კონკრეტული ტონით. ტონის შეფასებისას ყურადღება ექცევა არა მხოლოდ ტექსტის შინაარსს, არამედ კონტექსტსაც. მნიშვნელოვანია, რომ შეფასება უკეთდება მედიასაშუალების ქცევას და არა კონტროლირებად სუბიექტს. პოზიტიური და ნეგატიური შეფასების მიზანია განვსაზღვროთ ვუქმნით თუ არა მსმენელს სუბიექტთან დაკავშირებით პოზიტიურ ან ნეგატიურ შთაბეჭდილებას.

თვისებრივი კვლევა მოიცავს:

- ***ბალანსი*** - მონიტორინგი აკვირდება, არის თუ არა სიუჟეტებში გაშუქებული ფაქტი/საკითხი დაბალანსებულად გადმოცემული, აქვს თუ არა მსმენელს შესაძლებლობა მოისმინოს სხვადასხვა კუთხით საკითხი და შეაფასოს მოცემული მოვლენა თავისი შეხედულებისამებრ. ამ შემთხვევაში ყურადღება ექცევა ინფორმაციის წყაროებს და სხვადასხვა მოსაზრების მქონე რესპონდენტების ჩვენებას ;
- ***მიუკერძოებლობა*** - დაკვირვება ხორციელდება არა ერთი რომელიმე სიუჟეტის საფუძველზე, არამედ მთლიან შედეგებზე დაყრდნობით. მიკერძოებულობა განისაზღვრება იმით, რომელიმე სუბიექტი/სუბიექტები თუ არის გამორჩეული მის მიმართ ხანგრძლივი გაშუქებითა და უმეტესად დადებითი ან უარყოფითი ტონით.
- ***სიზუსტე*** - მონიტორინგი აკვირდება, თუ რამდენად შეესაბამება ერთმანეთს ჟურნალისტის დასკვნა და სიუჟეტში გამოყენებული მასალები; არის თუ არა შეცდომები სახელწოდებებში, რიცხვებში, რესპონდენტების ვინაობაში;
- ***ფაქტებზე დაფუძნებული გაშუქება*** - ყურადღება ექცევა არის თუ არა სიუჟეტში წარმოდგენილი გაშუქებული ფაქტის დამადასტურებელი კომენტარები; აქვს თუ არა მსმენელს საშუალება დარწმუნდეს ჟურნალისტის მიერ მოთხრობილი ამბის სიმართლეში;
- ***ფაქტების დროული გაშუქება*** - მონიტორინგი აკვირდება, რამდენად დროულად ხდება მომხდარი ფაქტის გაშუქება და დროის გარკვეული პერიოდის შემდეგ

რამდენად რელევანტურია ამ თემაზე სიუჟეტის მომზადება სხვა მიმდინარე მოვლენების ფონზე.

- ***ახალი ამბების იგნორირება*** - თუ ქვეყანაში მომხდარ <u>მნიშვნელოვან</u> ფაქტს რომელიმე არხის საინფორმაციო გამოშვება არ გააშუქებს, ეს აღირიცხება მონიტორინგის დროს.
- ***"ფარული პოლიტიკური რეკლამის" გამოყენების ფაქტები*** - დაკვირვება მოხდება რამდენად არის ერთმანეთისგან გამიჯნული ინფორმაცია და პიარი, ადგილი ხომ არ აქვს შენიღბულ პოზიტიურ ან ნეგატიურ რეკლამას .
- ***მუსიკით/ხმით მანიპულირება*** - როცა სიუჟეტში გამოყენებული მუსიკა ისეა წარმოდგენილი, რომ გარკვეულ განწყობას ქმნის და იწვევს დადებით ან უარყოფით ასოციაციებს, ითვლება, რომ მოხდა მუსიკით მანიპულირება.

მონიტორინგის მეთოდოლოგია ითვალისწინებს, რომ ზოგიერთმა პოლიტიკოსმა შეიძლება, შეიცვალოს პარტია, ხოლო პოლიტიკური პარტიები შეიძლება, გაერთიანდნენ რაიმე კოალიციაში/ბლოკში, ცალკე გამოეყონ რაიმე კოალიციას/ბლოკს ან დარეგისტრირდნენ სხვა სახელით. მონიტორინგის ყველა სუბიექტს ექნება თავისი მონაცემი - როგორც რაოდენობრივი, ისე თვისებრივი, რომელთა ანალიზიც მოხდება. მონიტორინგი უტარდება არა მხოლოდ საარჩევნო თემაზე მომზადებულ სიუჟეტებს, არამედ ყველა სიუჟეტს, სადაც საუბარი იქნება მონიტორინგის სუბიექტებზე.

19 ივნისი - 8 ოქტომბრის პერიოდში რადიოარხების მონიტორინგმა შემდეგი ძირითადი მიგნებები გამოავლინა:

- ყველაზე მეტი დრო მთავრობასა და ადგილობრივ ხელისუფლებას დაეთმოთ, პარტიებიდან კი - „ქართულ ოცნებას“, „ერთიან ნაციონალურ მოძრაობასა“ და „ევროპულ საქართველოს“;
- რადიომაუწყებლების ეთერში პოლარიზება არ შეინიშნებოდა, თუმცა არასაპარლამენტო ოპოზიციურ პარტიებს ყურადღება ნაკლებად ეთმობოდათ;
- რადიომაუწყებლების უმეტესობა მიუკერძოებლად მუშაობდა, თუმცა წინა წლების მსგავსად, ჟურნალისტებს პროაქტიულობა აკლდათ;
- საზოგადოებრივი მაუწყებლები ამომრჩევლის ინფორმირებულ არჩევანს ხელს ნაკლებად უწყობენ: „რადიო 1“ მიუკერძოებლად მუშაობდა, თუმცა ინფორმაცია

მშრალი და ზედაპირული იყო; „აჭარა“ კი ხელისუფლებას მკვეთრად პოზიტიურ კონტექსტში წარმოაჩენდა;

- რადიომაუწყებლების უმეტესობა რესპონდენტთა განცხადებების გადამოწმებას არ ცდილობდა. ისმოდა პოლიტიკოსთა ურთიერთსაპირისპირო კომენტარები და არ ჩანდა ჟურნალისტების მცდელობა მსმენელს სიმართლის დადგენაში დახმარებოდნენ;
- ჟურნალისტები არ იყენებდნენ შესაძლებლობას, რომ კონტენტი საჯარო ინფორმაციით, სტატისტიკითა თუ სხვადასხვა კვლევის მონაცემებით გაემდიდრებინათ;
- რადიომაუწყებლებს შორის კონკურენცია ნაკლებად იგრძნობოდა: ჟურნალისტები ექსკლუზიურ სიუჟეტებს იშვიათად ამზადებდნენ. ხშირად, სხვადასხვა რადიოსადგურების გადმოცემული ინფორმაცია ერთმანეთის მსგავსი იყო;
- პოლიტიკოსების მოსახლეობასთან შეხვედრები აქტიურად შუქდებოდა, თუმცა, საარჩევნო პროგრამები და მერობის კანდიდატების ხედვები არ განხილულა;
- რადიომაუწყებლების უმეტესობა რეგიონებში მიმდინარე მოვლენების, სოციალური საკითხებისა და უმცირესობების პრობლემების გაშუქებას მცირე დროს უთმობდა;
- ჟურნალისტები სუბიექტურ შეფასებებს არ აკეთებდნენ და არც ერთი პოლიტიკური ძალის მიმართ მიკერძოებულ დამოკიდებულებას არ გამოხატავდნენ;

"რადიო 1 " (საზოგადოებრივი მაუწყებელი)

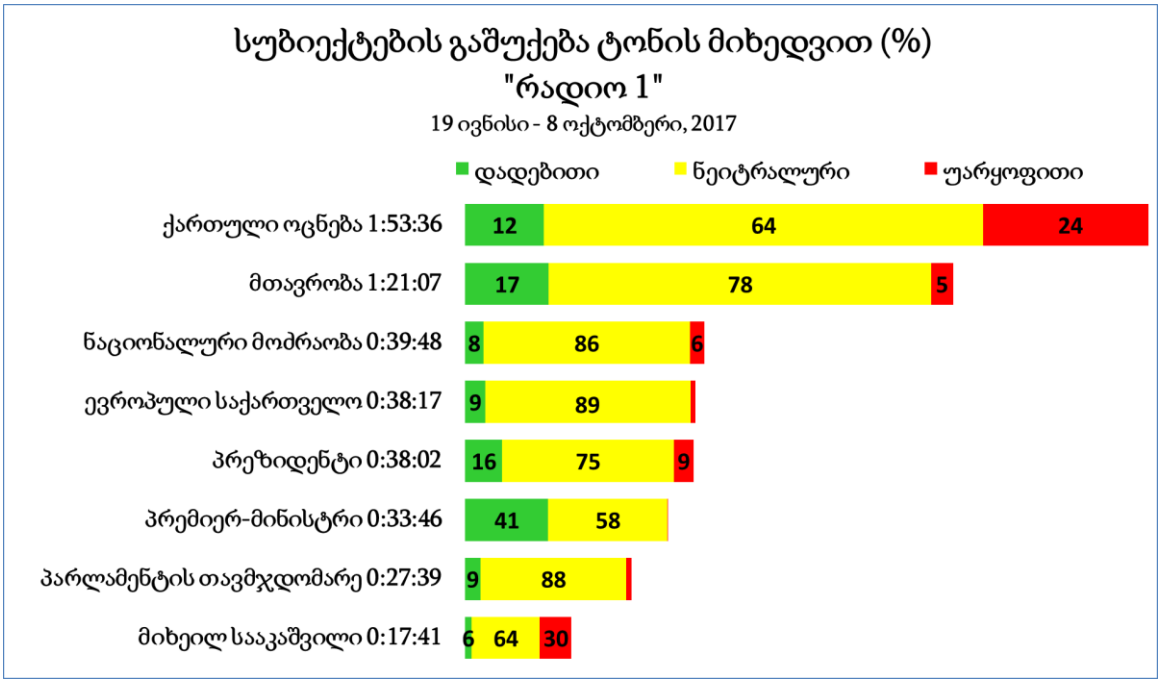
„რადიო 1“ მოვლენებს მიუკერძოებლად აშუქებდა. წინა წლებთან შედარებით საინფორმაციო გამოშვებების ქრონომეტრაჟი რამდენიმე წუთით გაზრდილი იყო, რაც ჟურნალისტებს საშუალებას აძლევდა თემები უფრო ფართოდ გაეშალათ და საკითხის ირგვლივ არსებული განსხვავებული პოზიციები წარმოეჩინათ. ამგვარად, ახალი ამბები შედარებით მრავალფეროვანი გახდა, თუმცა კვლავაც პრობლემად დარჩა ჟურნალისტების მიერ რესპონდენტთა კომენტარების გადამოწმება, დამატებითი ინფორმაციის მოძიება და მწვავე კითხვების ნაკლებობა.

მაუწყებელმა მონიტორინგის სუბიექტებს ჯამში 7 საათი და 53 წუთი დაუთმო. აქედან, საუბრის 24% „ქართულ ოცნებას“, 17% მთავრობას და 8% „ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას“ ეხებოდა. რადიომაუწყებელი წინასაარჩევნო კამპანიას აქტიურად აშუქებდა. დროის 11%

არასაპარლამენტო ოპოზიციურ პარტიებზე მოდიოდა, თუმცა მათი მერობის კანდიდატები იშვიათად შუქდებოდნენ. სიუჟეტები, უმეტესად, პოლიტიკოსების განცხადებების მშრალი ციტირებით შემოიფარგლებოდა. ეს ნეიტრალური ტონის სიჭარბეზეც აისახა. წამყვანი რესპონდენტთა განცხადებებს, უმეტესად, თავად ციტირებდა, რის გამოც პირდაპირ საუბარს, საშუალოდ, 11% დაეთმო.

რადიომაუწყებლის ეთერში ჟურნალისტური ეთიკის სტანდარტები დაცული იყო. „ქართველთა მარშის“ აქციის გაშუქებისას, სადაც მონაწილეთა კომენტარები ქსენოფობიური ხასიათის იყო, რეპორტიორმა მსმენელს განუმარტა, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებელი აქციაზე გამოთქმულ დისკრიმინაციულ განცხადებებს ემიჯნებოდა.

წინა წლების მსგავსად, რადიომაუწყებელი არც ერთი პოლიტიკური სუბიექტის მიმართ მიკერძოებულ დამოკიდებულებას არ გამოხატავდა. ახალ ამბებში ბალანსიც უფრო მეტად დაცული იყო.



„პირველი რადიო“

„პირველი რადიოს“ ეთერში დღის მთავარი ახალი ამბები აქტიურად შუქდებოდა. წინა წლებთან შედარებით, რადიომაუწყებელი უფრო დაბალანსებულ საინფორმაციო გამოშვებებს ამზადებდა, თუმცა ამ პროცესს ანალიზი და სიღრმისეულობა აკლდა. მიუხედავად ვრცელი

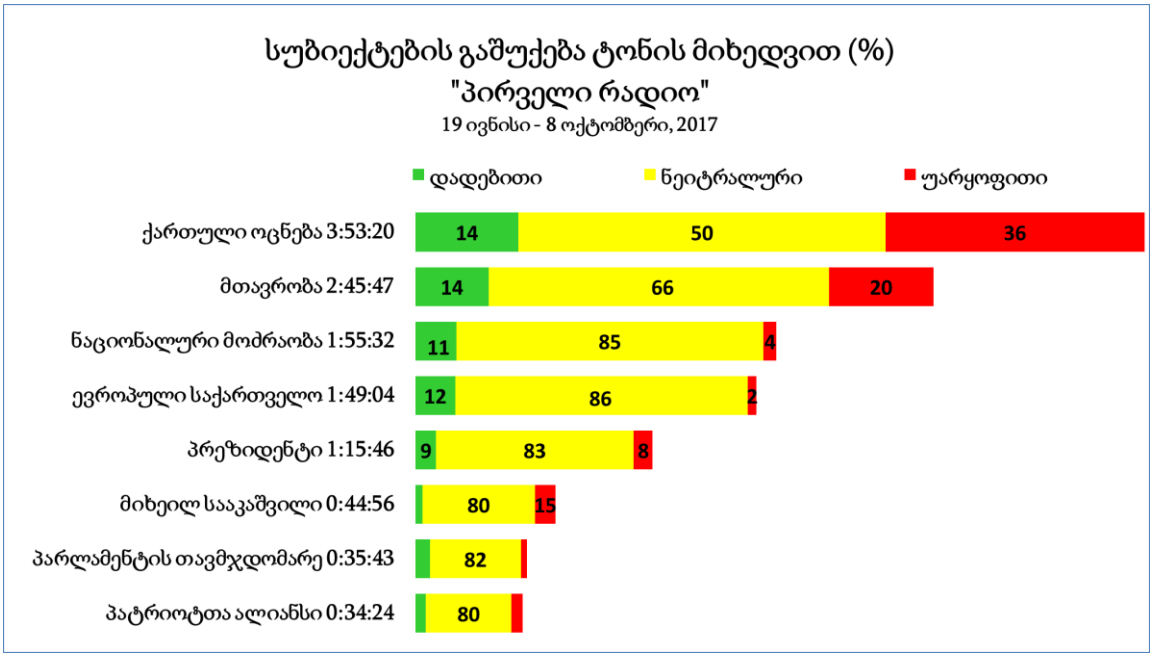
ქრონომეტრაჟისა, ჟურნალისტები კრიტიკულ კითხვებს არ სვამდნენ და პროაქტიულობითაც არ გამოირჩეოდნენ.

რადიომაუწყებლის ეთერში მონიტორინგის სუბიექტებს ჯამში 16 საათი და 54 წუთი დაეთმოთ. ყველაზე დიდი დრო (23%) „ქართულ ოცნებას“ დაუგროვდა, შემდეგ მოდიან მთავრობა (16%) და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ (11%).

„პირველი რადიოს“ ეთერში ყველაზე მაღალი უარყოფითი გაშუქების მაჩვენებელი „ქართულ ოცნებას“ დაუგროვდა (36%). მათი მიმართულებით ხშირად ისმოდა ოპონენტების კრიტიკა, რამაც უარყოფითი გაშუქების მაჩვენებელი გაზარდა. ამას ემატებოდა პირდაპირი საუბრისთვის დათმობილი დროის არათანაბარი განაწილება. მაგალითად, „ერთიან ნაციონალურ მოძრაობასა“ და „ევროპულ საქართველოს“ პირდაპირი საუბრისთვის ორჯერ მეტი დრო დაეთმოთ, ვიდრე მმართველ პარტიას.

რადიომაუწყებლის ეთერში თბილისის მერობის კანდიდატების აქტივობები ყველაზე ინტენსიურად, თუმცა ზედაპირულად შუქდებოდა. მათგან ყველაზე მეტი დრო (21 წთ.) სახელისუფლებო პარტიის კანდიდატ კახა კალაძეს დაუგროვდა. შემდეგ მოდის „ევროპული საქართველოს“ მერობის კანდიდატი ელენე ხოშტარია, 14 წუთით და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ მერობის კანდიდატი ზაალ უდუმაშვილი, 13 წუთით.

რადიოს ეთერში გასული ახალი ამბები მეტწილად დაბალანსებული იყო. ამასთან, ჟურნალისტები ამა თუ იმ პოლიტიკური ძალის მიმართ მიკერძოებულ დამოკიდებულებას არ გამოხატავდნენ. გამოშვებებში არასამთავრობო სექტორის ხმაც ხშირად ისმოდა, თუმცა ჟურნალისტები ფაქტების გადამოწმებასა და დამატებითი ინფორმაციის მოძიებას ნაკლებად ცდილობდნენ.



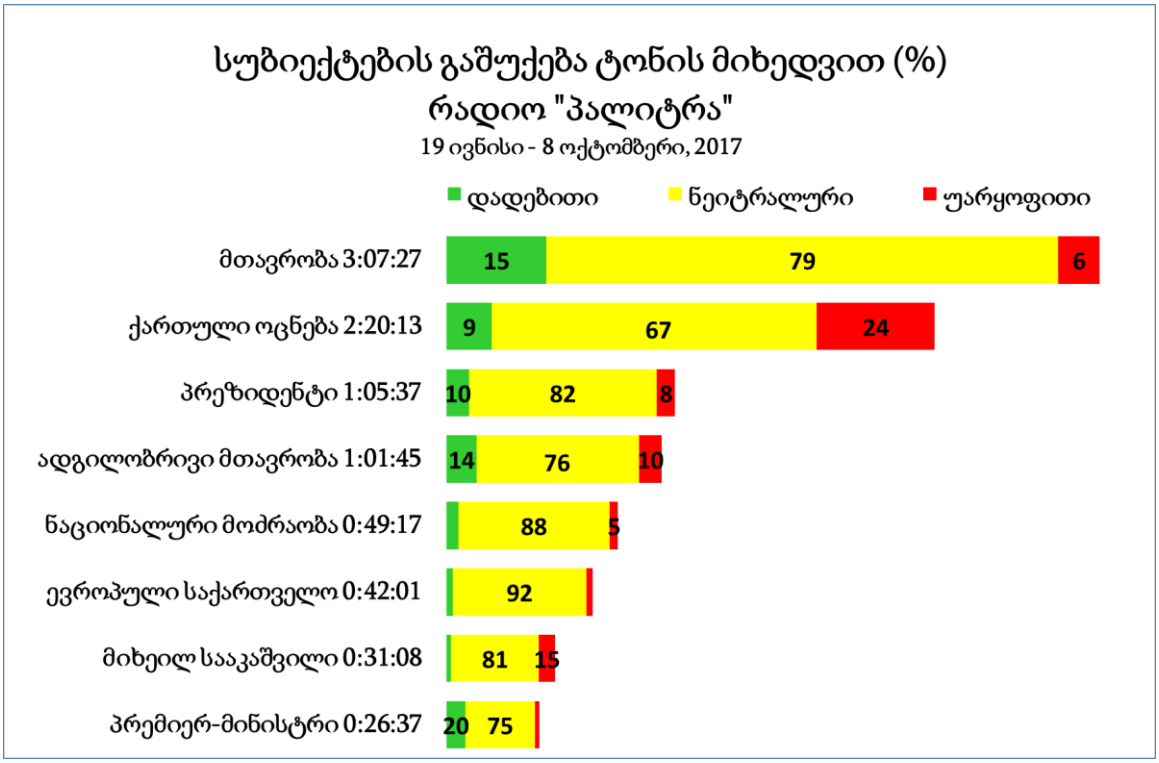
რადიო „პალიტრა“

რადიო „პალიტრა“ დღის მთავარ ახალ ამბებს აქტიურად აშუქებდა. წინა წლების მსგავსად რადიომაუწყებელი დაბალანსებულობითა და წყაროთა მრავალფეროვნებით გამოირჩეოდა. თუმცა, გასულ წელთან შედარებით, ჟურნალისტების პროაქტიულობა ნაკლებად ჩანდა და მათ მიერ მოძიებული ექსკლუზიური სიუჟეტების რაოდენობა შემცირდა. ისინი მწვავე კითხვებსაც იშვიათად სვამდნენ, რის გამოც ნეიტრალური ტონი მნიშვნელოვნად გაიზარდა.

რადიო „პალიტრამ“ მონიტორინგის სუბიექტებს ჯამში 11 სათი და 53 წუთი დაუთმო. მონიტორინგის სუბიექტებს პირდაპირი საუბრის თანაბარი შესაძლებლობა ეძლეოდათ (საშუალოდ, დროის 24%). საუბრის 26% მთავრობას ეხებოდა, 19% - „ქართულ ოცნებასა“ და 9% - პრეზიდენტს. არასაპარლამენტო ოპოზიციური პარტიების ხმა ნაკლებად ისმოდა, მათ ჯამში დროის მხოლოდ 8% დაუგროვდათ.

რადიომაუწყებელი წინასაარჩევნო კამპანიას ზედაპირულად აშუქებდა და კანდიდატების განცხადებების გაჟღერებით შემოიფარგლებოდა. თბილისის მერობის კანდიდატებიდან ხუთ წუთზე მეტი დრო მხოლოდ სახელისუფლებო პარტიის კანდიდატ კახა კალაძესა და დამოუკიდებელ კანდიდატ ალექსანდრე ელისაშვილს დაეთმოთ. რეგიონებში მიმდინარე წინასაარჩევნო კამპანია თითქმის არ გაშუქებულა.

მსმენელს საშუალება ჰქონდა არხის ეთერით მოესმინა როგორც პოლიტიკოსების, ასევე არასამთავრობო სექტორისა და სპეციალისტების შეფასებები. რომელიმე სუბიექტის მიკერძოებულად გაშუქების შემთხვევები არ გამოვლენილა. თუმცა, გასულ წლებში გამოვლენილი დადებითი ტენდენციებიდან გამომდინარე, რადიომაუწყებლის მიმართ უფრო მეტი მოლოდინი არსებობდა, რომ ის მოვლენებს კრიტიკულად გააშუქებდა და წინასაარჩევნო კამპანიის შესახებ მსმენელს მეტად ამომწურავ ინფორმაციას მიაწოდებდა.



რადიო „თავისუფლება“

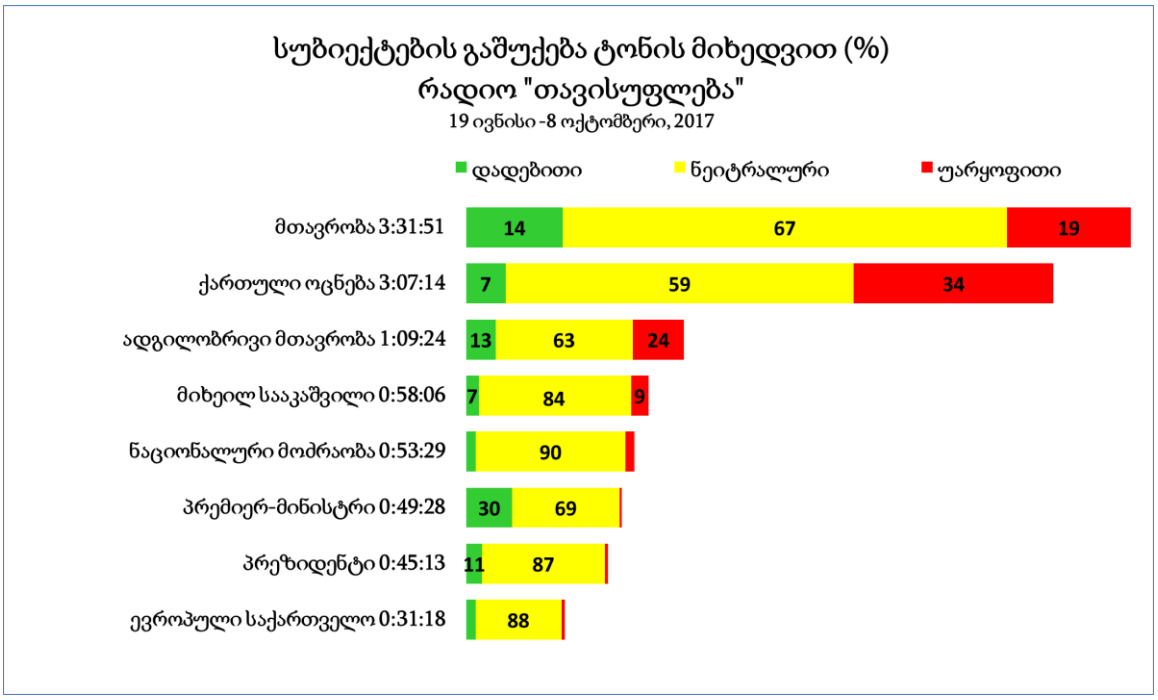
რადიო „თავისუფლება“ ჟურნალისტიკის მაღალ სტანდარტებს კვლავაც ინარჩუნებს. მსმენელს საშუალება ჰქონდა გაცნობოდა არა მხოლოდ პოლიტიკოსთა განცხადებებს, არამედ მოვლენების ანალიზსაც. ჟურნალისტები სვამდნენ მწვავე კითხვებს და ექსკლუზიურ სიუჟეტებსაც ამზადებდნენ. რადიომაუწყებლის ყურადღების მიღმა არც რეგიონები და მისი პრობლემატიკა დარჩენილა. თუმცა, წინასაარჩევნო კამპანიის გაშუქებას, წინა წლების მსგავსად, უმნიშვნელო დრო დაეთმო.

რადიომაუწყებელმა მონიტორინგის სუბიექტებს ჯამში 13 საათი და 37 წუთი დაუთმო. ყველაზე დიდი დრო მთავრობას (26%), „ქართულ ოცნებასა“ (23%) და ადგილობრივ

მთავრობას (9%) დაუგროვდათ. სუბიექტებს დათმობილი დროის მეოთხედი პირდაპირი საუბრისთვის ეძლეოდათ.

ანალიტიკურ სიუჟეტებში წარმოდგენილი იყო ყველა მხარის, მათ შორის პოლიტიკოსების, არასამთავრობო სექტორისა და ექსპერტების პოზიციები. ჟურნალისტები ცდილობდნენ მოეძებნათ საინტერესო თემები, რომლებიც სხვა მედია საშუალებებში ნაკლებად შუქდებოდა.

რადიომაუწყებელი მოვლენებს მიუკერძოებლად და ვრცლად გადმოსცემდა. ჟურნალისტები პოლიტიკოსთა განცხადებების ფაქტობრივ გადამოწმებასაც ცდილობდნენ და ამგვარად მსმენელს მეტი შესაძლებლობა ჰქონდა, რომ დასკვნები თავად გამოეტანა. სასურველი იქნება თუ რადიო „თავისუფლება“ თავის თავზე აიღებს მეტ პასუხისმგებლობას, რომ პარტიების წინასაარჩევნო კამპანიაც უფრო ხშირად და მაღალი პროფესიული სტანდარტებით გააშუქოს.



რადიო "მაესტრო"

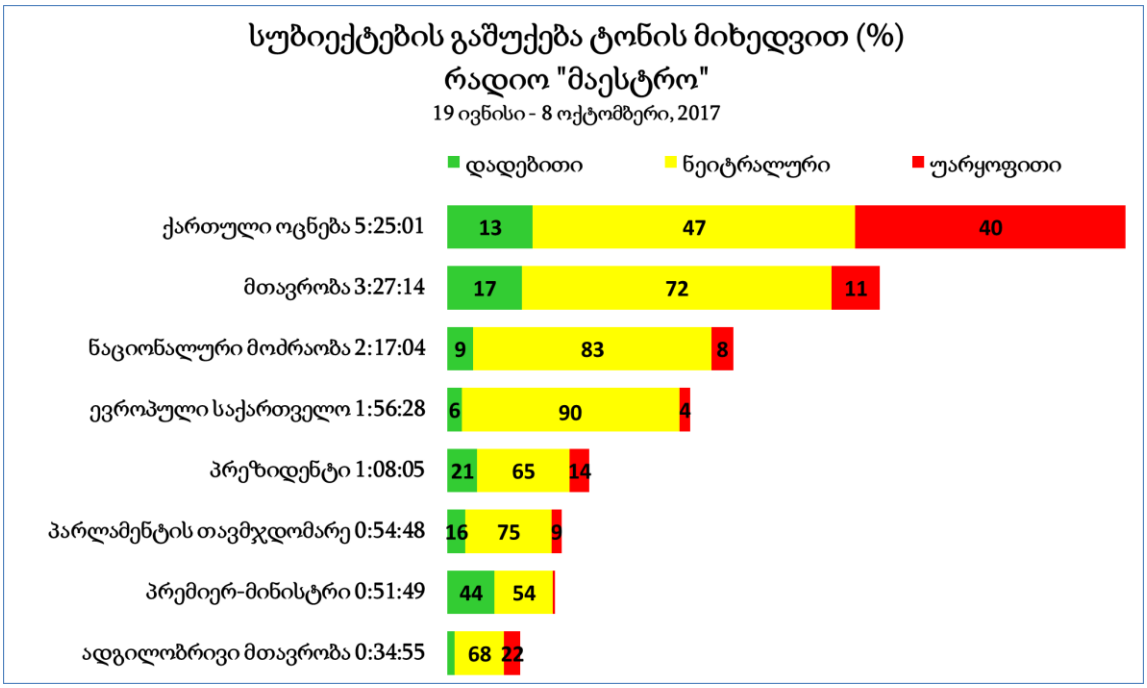
რადიო „მაესტრო“ ვრცელ საინფორმაციო გამოშვებებს ამზადებდა, სადაც ინტენსიურად შუქდებოდა პოლიტიკური პროცესები, მათ შორის საარჩევნო კამპანიაში ჩართული პოლიტიკური პარტიების აქტივობებიც. სხვა რადიომაუწყებლებთან შედარებით, მნიშვნელოვანი დრო (საათი და 38 წუთი) დაეთმოთ თბილისის მერობის კანდიდატებსაც. თუმცა, მსმენელი ძირითადად მათ განცხადებებს ისმენდა და ჟურნალისტები დამატებითი

ინფორმაციის მოძიებას, ფაქტების გადამოწმებასა და პოლიტიკოსებისთვის მწვავე კითხვების დასმას ნაკლებად ახერხებდნენ.

რადიომაუწყებელმა მონიტორინგის სუბიექტების გაშუქებას ჯამში 20 საათი და 40 წუთი დაუთმო. ყველაზე მეტი დრო „ქართულ ოცნებაზე“ (26%), მთავრობასა (17%) და „ერთიან ნაციონალურ მოძრაობაზე“ (11%) მოდიოდა. თუმცა, რადიოეთერი ხშირად არასაპარლამენტო ოპოზიციურ პარტიებსაც ეთმობოდა (ჯამში 2 საათი და 35 წუთი).

რადიომაუწყებელი მოვლენებს მიუკერძოებლად აშუქებდა. თუმცა, დაუბალანსებელი გაშუქების ერთეული შემთხვევები მაინც დაფიქსირდა: ოპონენტები „ქართულ ოცნებას“ ბრალდებებს ხშირად უყენებდნენ, მმართველი გუნდის პოზიციები კი ზოგჯერ არ შუქდებოდა და არც თავად ჟურნალისტები ცდილობდნენ, რომ საკითხი მესამე მხარესთან მაინც გადაემოწმებინათ.

რადიომაუწყებელს საინფორმაციო გამოშვებების ქრონომეტრაჟი საშუალებას აძლევდა თემები უფრო სიღრმისეულად გაეშუქებინა. სასურველი იქნებოდა, თუ აქცენტი დედაქალაქის გარდა რეგიონებზეც გაკეთდებოდა. ამასთან, ჟურნალისტებს პროაქტიულობა აკლდათ, რის გამოც ახალ ამბებში გასულ ინფორმაციას, უმეტესად, პოლიტიკოსთა ზოგადი განცხადებები განსაზღვრავდა, და არა ჟურნალისტის მიერ მოძიებული და დღის წესრიგში დაყენებული საკითხები.

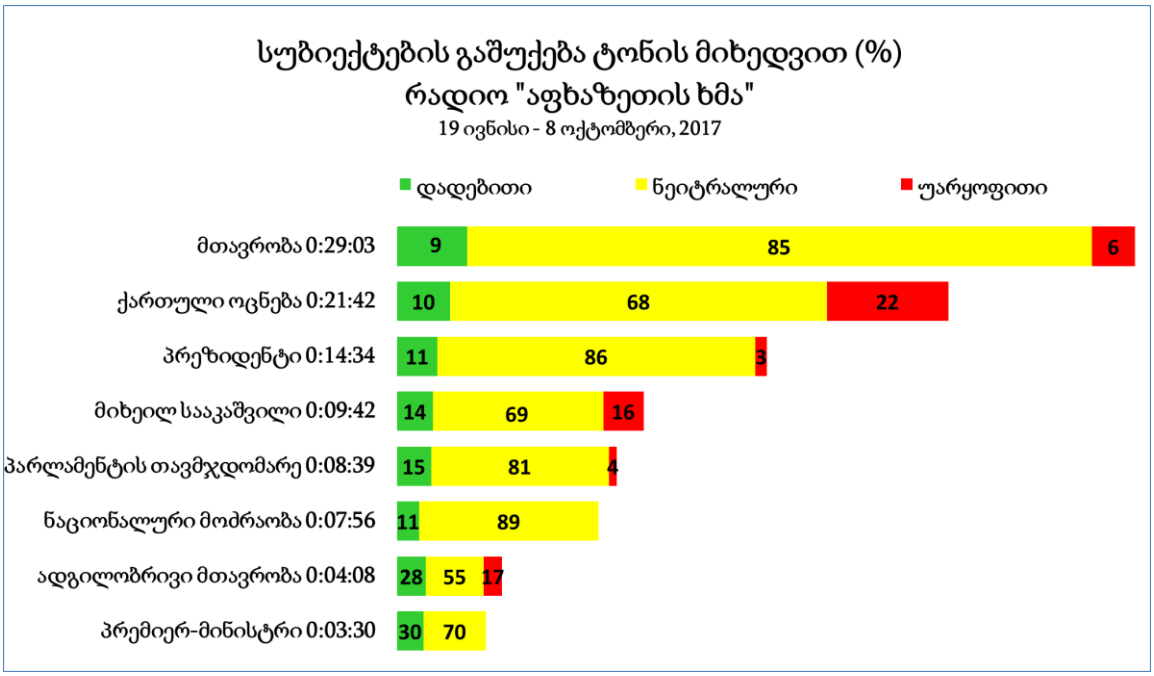


რადიო „აფხაზეთის ხმა“

რადიო „აფხაზეთის ხმა“ მოკლე გამოშვებებს ამზადებდა. ჟურნალისტები ახალ ამბებს, საინფორმაციო სააგენტოების მსგავსად, მოკლედ და მშრალად გადმოსცემდნენ. რადიომაუწყებელი არც ერთი პოლიტიკური სუბიექტის მიმართ მიკერძოებულ დამოკიდებულებას არ გამოხატავდა, თუმცა მოვლენების ზედაპირული გაშუქება მსმენელს არგუმენტირებული დასკვნების გამოტანის საშუალებას ვერ მისცემდა.

მონიტორინგის სუბიექტებს სულ ერთი საათი და 53 წუთი დაეთმოთ. ყველაზე ხშირად მთავრობა (26%), „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველო“ (19%) და პრეზიდენტი (13%) შუქდებოდნენ. რესპონდენტებს პირდაპირი საუბრის საშულება არ ჰქონდათ. ჟურნალისტის ტექსტი და ციტატები კი უმეტესად ნეიტრალური იყო.

ახალ ამბებში ბალანსი ხშირად დაცული იყო და წარმოაჩენდა, როგორც ხელისუფლების, ასევე ოპოზიციის შეფასებებს. თუმცა, მსმენელი დამატებით ინფორმაციასა და ანალიზს მოკლებული იყო. სხვადასხვა წყაროების მოძიებით, სპეციალისტებისა და სამოქალაქო სექტორის მეტი ჩართულობით, ჟურნალისტებს საშუალება ექნებოდათ, რომ ამა თუ იმ საკითხთან დაკავშირებით მეტი სიცხადე შეეტანათ.



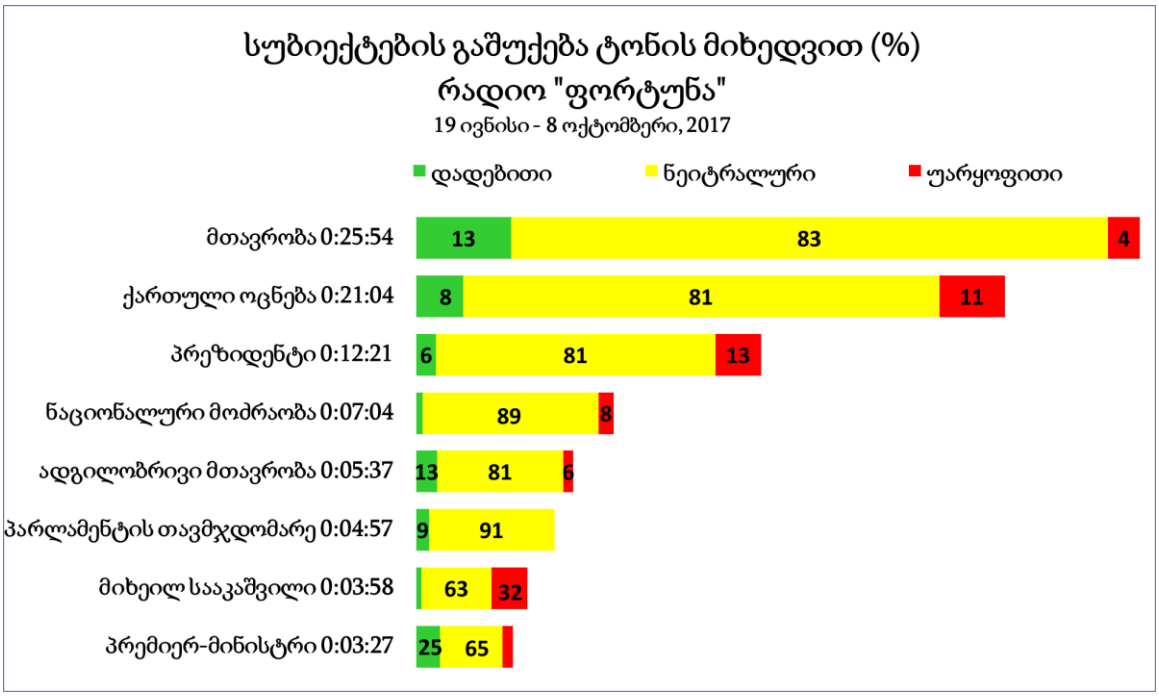
რადიო „ფორტუნა“

რადიო „ფორტუნას“ ეთერში მცირე ქრონომეტრაჟის საინფორმაციო გამოშვებები გადიოდა და ახალი ამბები მოკლედ და ზედაპირულად შუქდებოდა. საინფორმაციო სააგენტოების სტილში მომზადებული მასალები ანალიზისა და ინფორმაციის ამომწურავად მიწოდების საშუალებას არ იძლეოდა.

რადიომაუწყებელმა მონიტორინგის სუბიექტებს ჯამში 1 საათი და 37 წუთი დაუთმო. ჟურნალისტები რესპონდენტთა კომენტარებს თავად ციტირებდნენ, საიდანაც საუბრის 26% მთავრობას, 21% „ქართულ ოცნებას“ და 12% პრეზიდენტს შეეხებოდა.

რადიომაუწყებელმა წინასაარჩევნო კამპანია ზედაპირულად გააშუქა. მერობის კანდიდატებისთვის დათმობილი დრო 4 წუთს არ აღემატებოდა.

მართალია, მონიტორინგის რომელიმე სუბიექტის მიმართ მიკერძოებული დამოკიდებულება არ გამოვლენილა, თუმცა ცალკე აღებული ახალი ამბები დაუბალანსებელი იყო და ხშირად ერთ წყაროს ეყრდნობოდა. ამგვარად, რადიომაუწყებლის გამოწვევად ისევ იმ პრობლემების მოგვარება რჩება, რომლებიც გასულ წლებშიც არაერთხელ დაფიქსირდა.

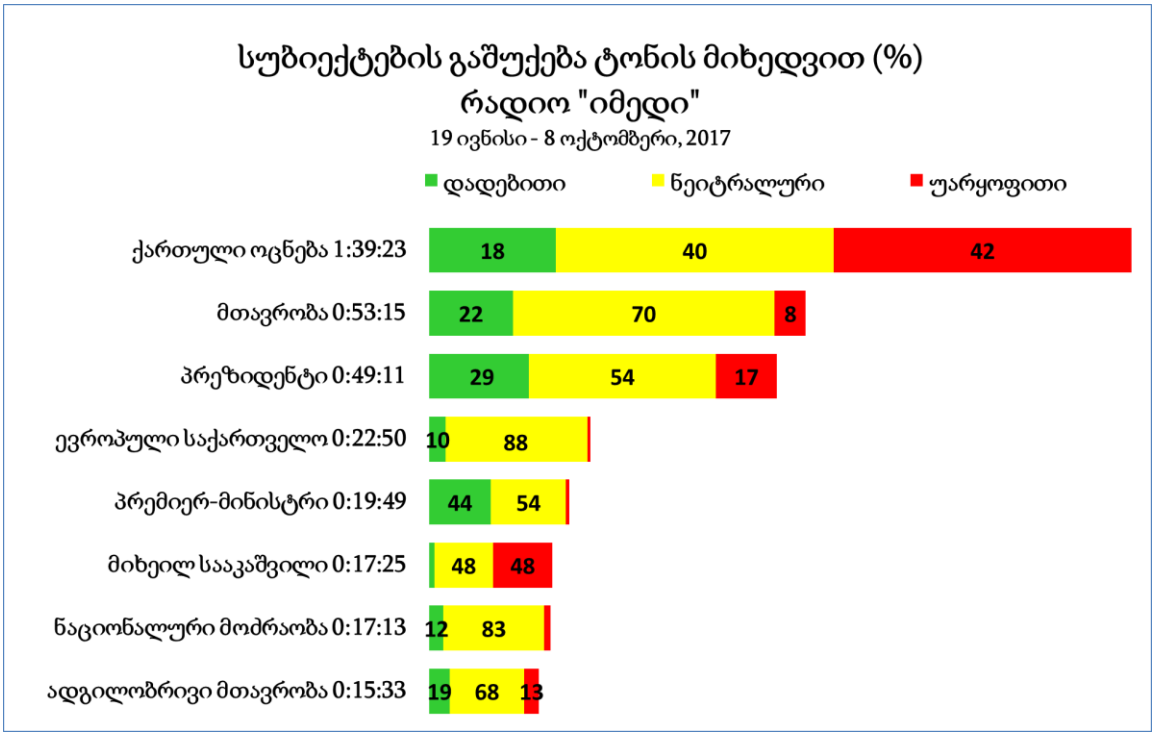


რადიო „იმედი“

რადიო „იმედი“ ახალ ამბებს მოკლედ და ზედაპირულად გადმოსცემდა. ჟურნალისტები, ძირითადად, პოლიტიკოსთა განცხადებების მშრალი ციტირებით შემოიფარგლებოდნენ და არც მწვავე კითხვებს სვამდნენ და არც რესპონდენტთა განცხადებების ფაქტობრივ გადამოწმებას ცდილობდნენ. გასულ წელთან შედარებით, დისბალანსი მმართველი პარტიის სასარგებლოდ აღარ იხრებოდა და სიუჟეტებში ფორმალური ბალანსი უფრო მეტად დაცული იყო. თუმცა, პროაქტიულობის ნაკლებობა და ერთფეროვანი თემატიკა კვლავაც ისეთ მწვავე პრობლემებად დგას, რომლის მოგვარების გარეშეც რადიომაუწყებელი ამომრჩევლის ინფორმირებულობას ხელს ნაკლებად შეუწყობს.

მონიტორინგის სუბიექტებს 5 საათი და 44 წუთი დაეთმოთ. აქედან, დროის 29% „ქართულ ოცნებაზე“ მოდიოდა, 15% - მთავრობასა და 14% - პრეზიდენტზე. რესპონდენტებს, საშუალოდ, დროის 33% პირდაპირი საუბრისთვის ეთმობოდათ, თუმცა, სიუჟეტები დამატებითი ინფორმაციით, სპეციალისტების ჩართულობითა და ანალიზით გამდიდრებული არ იყო.

ჟურნალისტები ექსკლუზიურ სიუჟეტებსაც არ ამზადებდნენ და ეთერში ამა თუ იმ მოწყვლადი ჯგუფისა თუ უმცირესობების პრობლემატიკაც არ შუქდებოდა. ჟურნალისტების მეტი პროაქტიულობა და ისეთი თემების მიგნება, რომლებზეც პოლიტიკოსები პრესკონფერენციებზე არ საუბრობდნენ, გადაცემებს უფრო მრავალფეროვანსა და ინფორმაციულს გახდიდა.

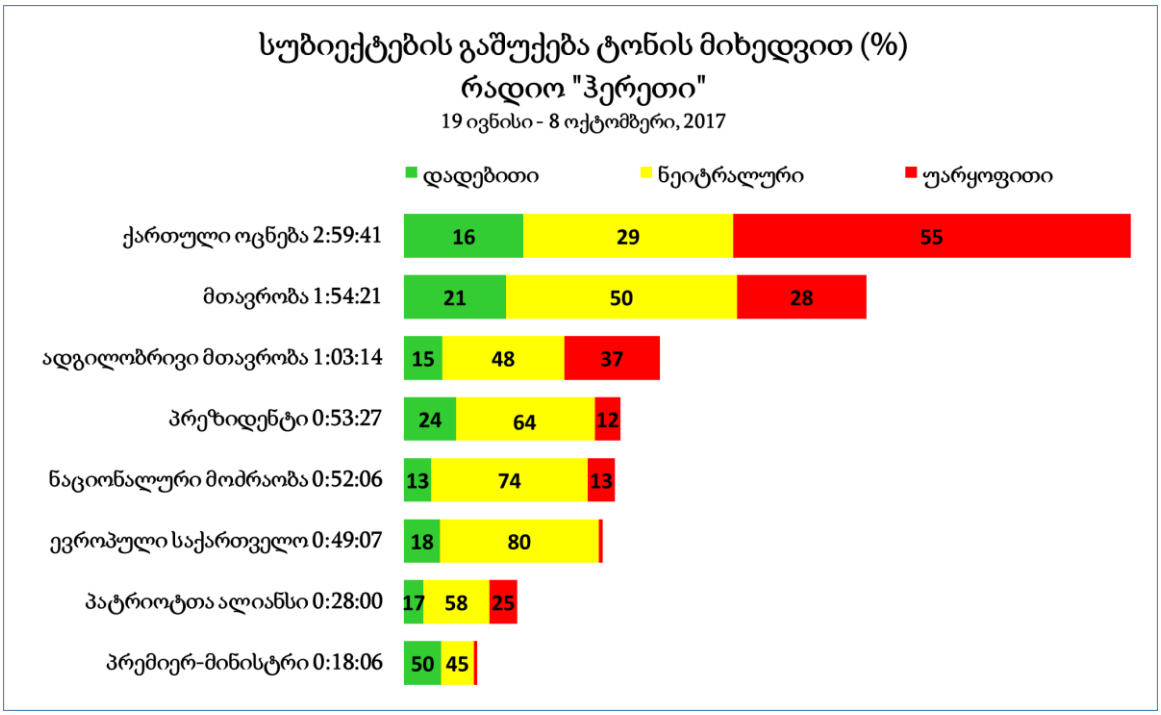


რადიო „ჰერეთი“ (ქ. თბილისი / ლაგოდეხი)

რადიო „ჰერეთი“ ვრცელ საინფორმაციო გამოშვებებს ამზადებდა, სადაც ჟურნალისტები მწვავე კითხვების დასმას არ ერიდებოდნენ და ცდილობდნენ მოვლენები სხვადასხვა რაკურსით წარმოეჩინათ. გასულ წლებში ყურადღება კახეთსა და დედაქალაქში მიმდინარე მოვლენების გაშუქებას ეთმობოდა, თუმცა ამჯერად კონტენტი უფრო მრავალფეროვანი გახდა და დანარჩენი რეგიონების პრობლემატიკასაც წარმოაჩენდა. წინა წლების მსგავსად, წინასაარჩევნო კამპანიის ზედაპირული გაშუქება კი კვლავაც პრობლემად დარჩა.

მონიტორინგის სუბიექტებს 11 საათი და 18 წუთი დაეთმოთ. აქედან დროის 26% „ქართულ ოცნებაზე“, 17% - მთავრობასა და 9% ადგილობრივ მთავრობაზე მოდიოდა. ზოგადად, სახელისუფლებო გუნდი უფრო უარყოფით კონტექსტში შუქდებოდა, ვიდრე დადებითში, რაც ჟურნალისტების მწვავე კითხვებითა და ოპოზიციის კრიტიკული განცხადებებით იყო განპირობებული. სიუჟეტების უმეტესობაში ბალანსი დაცული იყო და მმართველ გუნდს საპასუხო კომენტარის გაკეთების საშუალებაც ეძლეოდა. აღნიშნულ სუბიექტებს დროის, საშუალოდ, 33% პირდაპირი საუბრისთვის დაეთმოთ. ყველაზე ხშირად გაშუქებულ სუბიექტებს შორის ვერ მოხვდნენ არასაპარლამენტო ოპოზიციური პარტიები, თუმცა მათ ჯამში საათი და 11 წუთი დაეთმოთ.

ჟურნალისტები პროაქტიულად მუშაობდნენ. ისინი ექსკლუზიურ სიუჟეტებსაც ამზადებდნენ და ეხებოდნენ ისეთ თემებს, რომლებსაც სხვა რადიომაუწყებლების უმეტესობა დროს არ უთმობდა. მაგალითად, სიუჟეტები მომზადდა გლეხების პრობლემებზე, გენდერულ საკითხებზე, სოციალურად დაუცველებსა და მსგავს სენსიტიურ თემებზე. ეს რადიომაუწყებელს საშუალებას აძლევდა, რომ პოლიტიკოსების უსაგნო განცხადებების ნაცვლად, აქცენტი კონკრეტულ პრობლემებზე დაესვათ და მათ შესახებ პასუხისმგებელი პირების პოზიციები წარმოეჩინათ. ამასთან, ჟურნალისტები მოვლენების ერთჯერადი გაშუქებით არ შემოიფარგლებოდნენ და დასმულ პრობლემებს შემდგომ გამოშვებებშიც უბრუნდებოდნენ.



რადიო „ძველი ქალაქი“ (ქ. ქუთაისი)

რადიო „ძველი ქალაქი“, ძირითადად, იმერეთის რეგიონში მიმდინარე მოვლენებს აშუქებდა. ახალი ამბები დაბალანსებული იყო და სხვადასხვა მხარეთა პოზიციებს წარმოაჩენდა, თუმცა ჟურნალისტები მწვავე კითხვებს ნაკლებად სვამდნენ, რის გამოც როგორც ხელისუფლება, ასევე ოპოზიცია უფრო დადებითად გაშუქდა, ვიდრე კრიტიკულად.

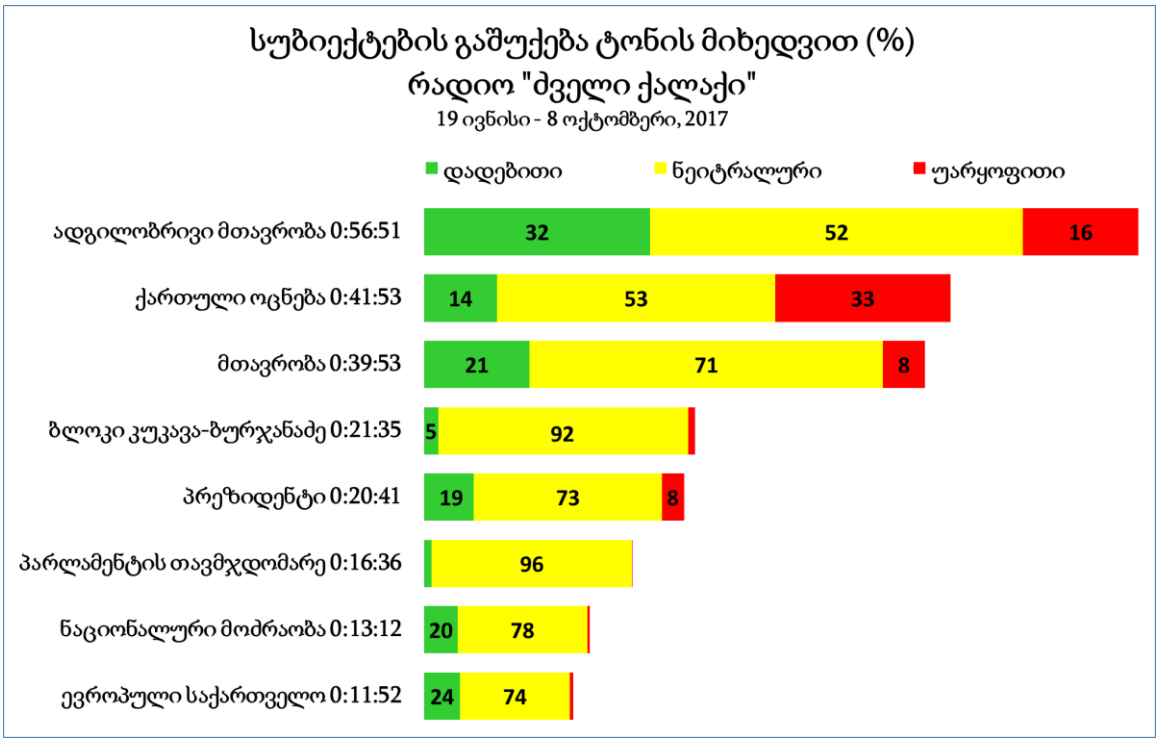
რადიომაუწყებელმა მონიტორინგის სუბიექტებს 4 საათი და 17 წუთი დაუთმო. ამ დროის 22% ადგილობრივ ხელისუფლებაზე მოდიოდა, 16-16% კი „ქართულ ოცნებასა“ და მთავრობაზე. შედარებით მცირე დრო ოპოზიციურ პარტიებს დაეთმოთ, მათ შორის

არასაპარლამენტო ოპოზიციასაც. რესპონდენტებს პირდაპირი საუბრის (საშუალოდ, დროის 28%) საშუალებაც ჰქონდათ.

ჟურნალისტები წინასაარჩევნო კამპანიასაც ხშირად აშუქებდნენ. ერთ-ერთ გადაცემაში მათ თავი მოუყარეს ქუთაისის მერობის სხვადასხვა კანდიდატების წინასაარჩევნო დაპირებებს და მსმენელებს მათი ხედვები გააცნეს. რეგიონებში მცხოვრები მოსახლეობისთვის მსგავსი ტიპის ინფორმაცია განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, რადგან სხვა რადიომაუწყებლები, მათი მერობის კანდიდატებზე იშვიათად საუბრობენ.

რადიომაუწყებელი მოსახლეობის პრობლემებს ხშირად აშუქებდა და ამ საკითხებზე პასუხისმგებელი პირების კომენტარებს აჟღერებდა. მაგალითად, გადაცემაში საუბარი სასმელი წყლის, ინფრასტრუქტურის, დევნილებისა და სოციალურად დაუცველი ოჯახების პრობლემებს შეეხებოდა. ჟურნალისტები უკვე გაშუქებული საკითხების შესახებ განახლებულ ინფორმაციას მოსახლეობას ეტაპობრივად აწვდიდნენ.

ჟურნალისტები პროაქტიულად მუშაობდნენ და ახალი ამბებისთვის რელევანტური თემების მოძიებას აქტიურად ცდილობდნენ. ამ ეტაპისთვის, მთავარ გამოწვევად მოვლენების კრიტიკულად გაშუქება რჩება.



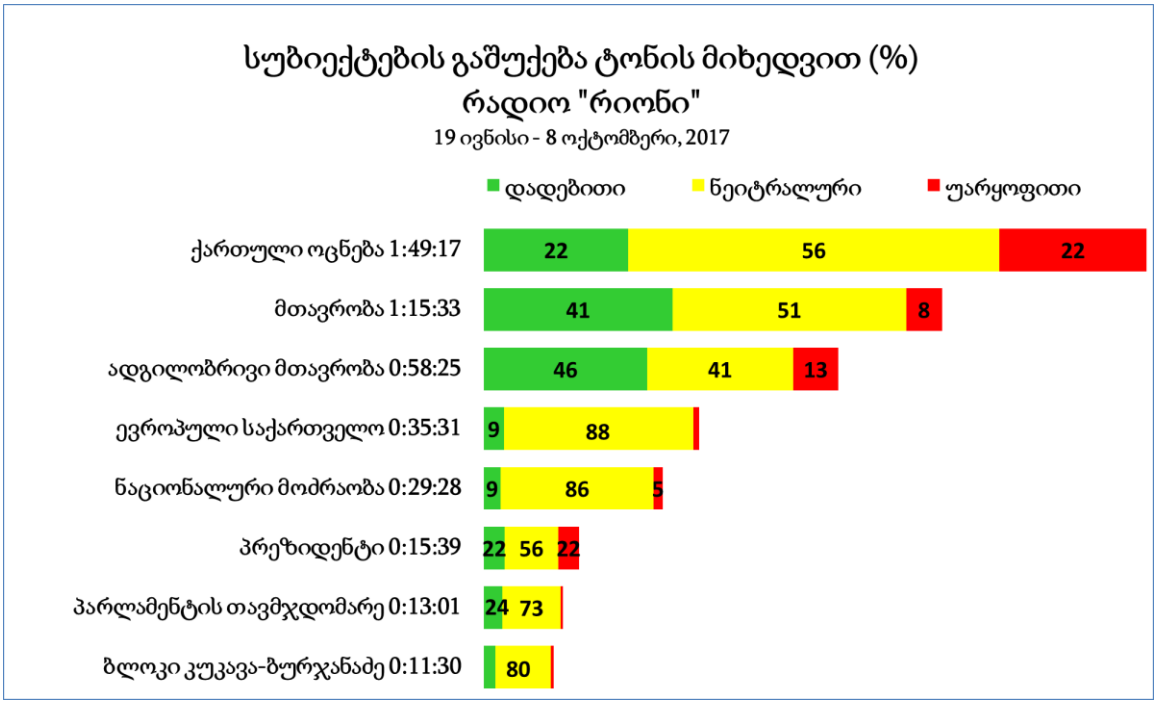
რადიო „რიონი“ (ქ. ქუთაისი)

რადიო „რიონი“ აქტიურად აშუქებდა როგორც ცენტრალურ, ასევე ადგილობრივ სიახლეებს. გადაცემებში საკმაოდ დიდი დრო ეთმობოდა პოლიტიკური საკითხებისა და პარტიების წინასაარჩევნო აქტივობების გაშუქებას, თუმცა ჟურნალისტები მწვავე კითხვებს არ სვამდნენ, რის გამოც ხელისუფლების წარმომადგენლებს საშუალება ჰქონდათ საკუთარი თავი დადებითად წარმოეჩინათ.

რადიომაუწყებელზე მონიტორინგის სუბიექტების გაშუქების საერთო დრომ 6 საათი და 33 წუთი შეადგინა. დროის ყველაზე დიდი ნაწილი „ქართულ ოცნებას“ (28%), მთავრობასა (19%) და ადგილობრივ მთავრობას (15%) დაეთმოთ. დროის, საშუალოდ, 40% პირდაპირ საუბარზე მოდიოდა. გასული წლის მსგავსად, ხელისუფლების დადებით კონტექსტში გაშუქება კვლავაც მთავარ პრობლემად დარჩა. ეს განსაკუთრებით შეეხება ადგილობრივ ხელისუფლებასა და ქუთაისის მერს, შოთა მურღულიას, რომელიც კულტურული ღონისძიებების შესახებ მომზადებულ ახალ ამბებშიც გვხვდებოდა.

რადიომაუწყებელი წინასაარჩევნო კამპანიას ხშირად აშუქებდა. თუმცა, მსმენელს მერობის კანდიდატების ხედვებისა და პროგრამების შესახებ მწირი ინფორმაცია მიეწოდებოდა.

ჟურნალისტები სოციალური და ამა თუ იმ მოწყვლადი ჯგუფების პრობლემებზე ნაკლებად საუბრობდნენ. ისინი პროაქტიულობით არ გამოირჩეოდნენ და ძირითადად პოლიტიკოსების დაწესებულ დღის წესრიგს მიჰყვებოდნენ, რაც იმაში გამოიხატებოდა, რომ ახალი ამბები, უმეტესად, პოლიტიკოსთა განცხადებებით შემოიფარგლებოდა და არა ჟურნალისტის მიერ წინა პლანზე წამოწეული პრობლემებით. რადიომაუწყებლის მთავარ გამოწვევად მოვლენების კრიტიკული და სხვადასხვა კუთხით გაშუქება რჩება.



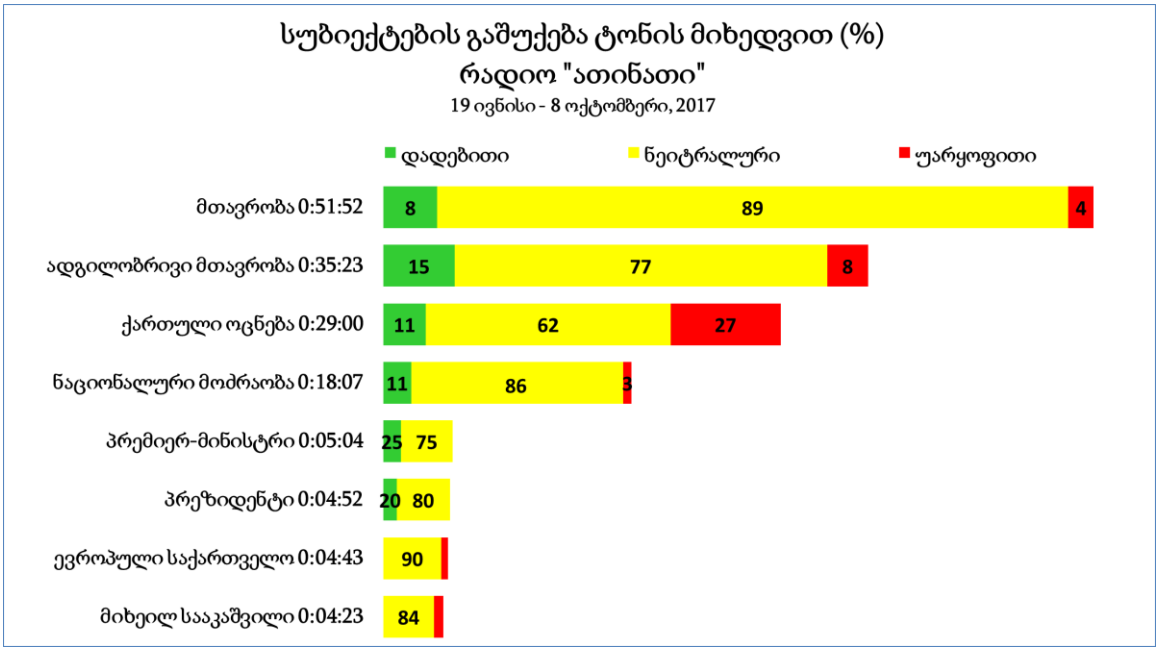
რადიო „ათინათი“ (ქ. ზუგდიდი)

რადიო „ათინათი“, ძირითადად, სამეგრელოში მიმდინარე მოვლენებს აშუქებდა. ახალი ამბები მოკლე და ზედაპირული იყო. ჟურნალისტები მიუკერძოებლად მუშაობდნენ, თუმცა პოლიტიკოსთა აქტივობებს მწვავე კითხვების დასმის, ანალიზისა და განცხადებების გადამოწმების გარეშე გადმოსცემდნენ.

რადიომაუწყებელმა მონიტორინგის სუბიექტებს 2 საათი და 42 წუთი დაუთმო. ყველაზე მეტი დრო მთავრობას (32%), ადგილობრივ ხელისუფლებასა (22%) და „ქართულ ოცნებას“ დაუგროვდათ. რესპონდენტებს დროის, საშუალოდ, 18% პირდაპირი საუბრისთვის ჰქონდათ.

ჟურნალისტები წინასაარჩევნო კამპანიის გაშუქებისას ადგილობრივი მერობის კანდიდატების განცხადებებს ციტირებდნენ, თუმცა მათი ხედვებისა თუ სხვადასხვა კანდიდატების განსხვავებული პროგრამების შესახებ სიუჟეტები არ მომზადებულა.

რადიომაუწყებელი კულტურული ღონისძიებების გაშუქებას დიდ დროს უთმობდა, ხოლო სოციალურ და ამა თუ იმ მოწყვლადი ჯგუფების პრობლემებს ნაკლები ყურადღება ექცეოდა.

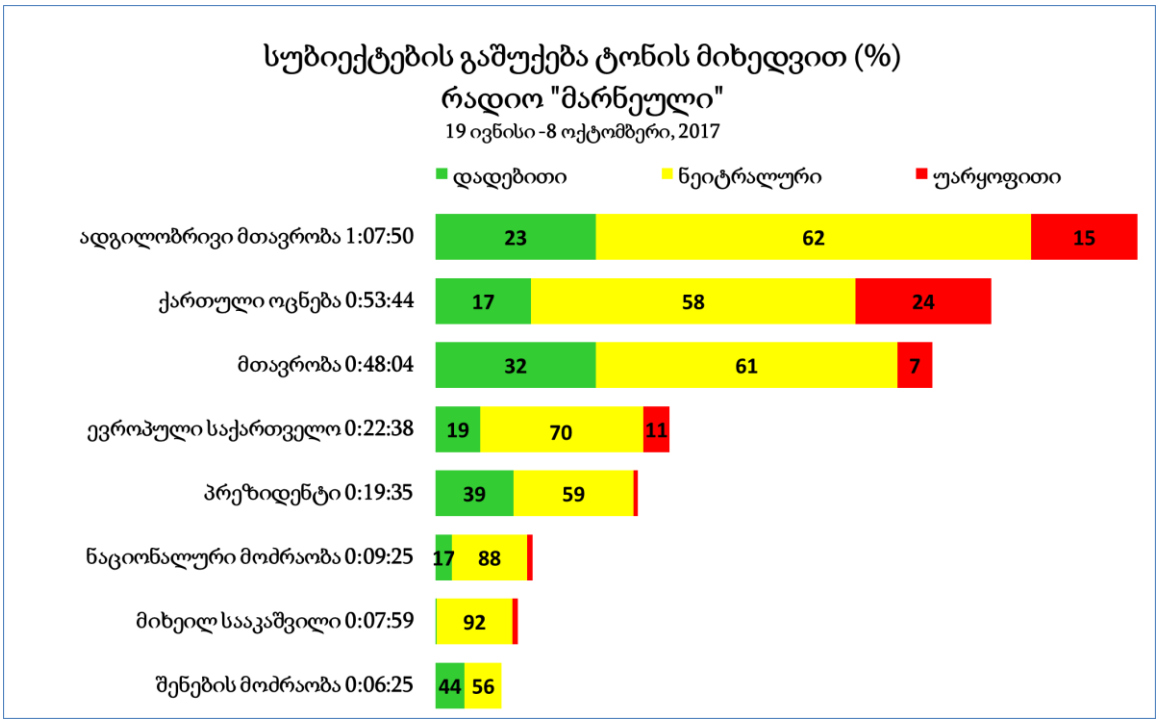


რადიო „მარნეული“

რადიო „მარნეული“ აქცენტს ქვემო ქართლში მიმდინარე მოვლენებზე აკეთებდა, გადაცემის ბოლოს კი სხვადასხვა საინფორმაციო საშუალებებზე დაყრდნობით ცენტრალურ ახალ ამბებსაც აშუქებდა. ჟურნალისტები მიუკერძოებლად მუშაობდნენ, თუმცა არხი ჯერ კიდევ ერთგვარ პილოტურ რეჟიმში მუშაობდა, რაც გადაცემის ფორმატის ხშირ ცვლილებაში, ჟურნალისტების მექანიკურ შეცდომებსა და ტექნიკურ გაუმართაობაში გამოიხატებოდა. მსგავსი ხარვეზები მსმენელს ინფორმაციის აღქმაში ხელს უშლიდა. თუმცა, ცალსახად შეიძლება ითქვას, რომ მონიტორინგის დასაწყისთან შედარებით, რადიომაუწყებელმა მკვეთრი პროგრესი განიცადა და დღითიდღე აუმჯობესებს ეთერში გასული კონტენტის ხარისხს.

მონიტორინგის სუბიექტებს ჯამში 4 საათი და 14 წუთი დაეთმოთ. ადგილობრივ ხელისუფლებას ყველაზე მეტი დრო (27%) დაუგროვდა, შემდეგ მოდის „ქართული ოცნება - დემოკრატიული საქართველო“ (21%) და მთავრობა (19%). დროის, საშუალოდ, მეოთხედის განმავლობაში რესპონდენტების პირდაპირი საუბარი ისმოდა. ჟურნალისტები მარნეულში განვითარებულ წინასაარჩევნო მოვლენებს დიდ დროს უთმობდნენ. ისინი სხვა რადიომაუწყებლების უმეტესობისგან განსხვავებით კანდიდატების მოსახლეობასთან შეხვედრების გაშუქებით არ შემოიფარგლებოდნენ და ცდილობდნენ არჩევნებში მონაწილე სუბიექტების გამოცდილებისა და კონკრეტული ხედვების შესახებაც ესაუბრათ.

ჟურნალისტები ხშირად ისეთ მნიშვნელოვან თემებს ეხებოდნენ, როგორიცაა ნაადრევი ქორწინება, ქალების პოლიტიკაში ჩართულობა თუ უმცირესობების უფლებები. აშკარაა, ჟურნალისტების მისწრაფება, რომ მოვლენები მიუკერძოებლად და დაბალანსებულად გააშუქონ, რაც ხარისხიანი რადიომაუწყებლობის მთავარი წინაპირობაა. თუმცა, რადიომაუწყებელს კიდევ ბევრი სამუშაო აქვს იმისთვის, რომ ტექნიკური პრობლემები აღმოფხვრას, გადაცემის საბოლოო ფორმატზე შეჯერდეს და ახალი ამბების გამოშვება უფრო სიღრმისეული გახადოს.



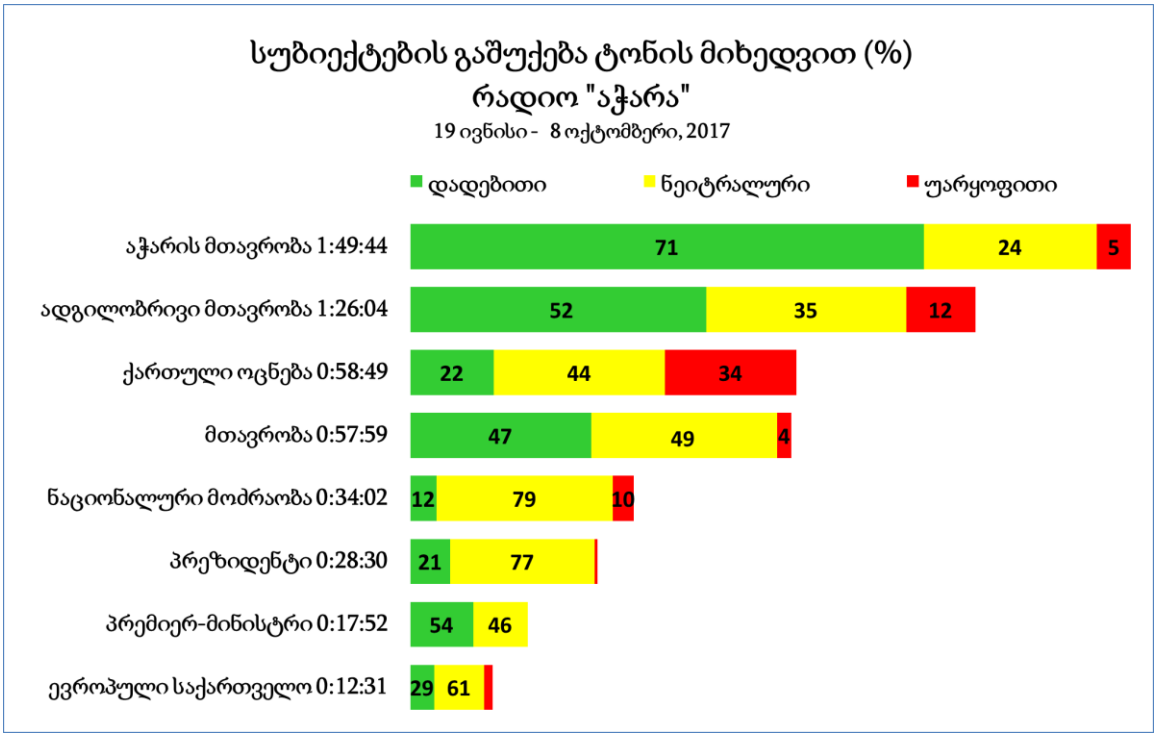
რადიო „აჭარა“ (ქ. ბათუმი, აჭარის საზოგადოებრივი მაუწყებელი)

რადიო „აჭარა“ ვრცელ საინფორმაციო გამოშვებებს ამზადებდა, თუმცა სიუჟეტები მშრალი და ზედაპირული იყო. დიდი დრო ეთმობოდა ხელისუფლების აქტივობების გაშუქებას, თუმცა ჟურნალისტები კრიტიკულ კითხვებს არ სვამდნენ და ახალი ამბების ნაწილი სამთავრობო უწყებების პრესრელიზებს ემსგავსებოდა. შესაბამისად, მმართველი გუნდი განსაკუთრებით პოზიტიურ კონტექსტში შუქდებოდა.

მონიტორინგის სუბიექტებს 7 საათი და 18 წუთი დაეთმოთ. ამ დროის 71% ხელისუფლებისა და მმართველი პარტიის გაშუქებაზე მოდიოდა, ხოლო ოპოზიციას უმნიშვნელო დრო ეთმობოდა. ყურადღების მიღმა არასაპარლამენტო ოპოზიციური პარტიებიც აღმოჩნდნენ, რომელთაც ჯამში მხოლოდ 10 წუთი დაეთმოთ.

განსაკუთრებით დადებითად აჭარის მთავრობა და ადგილობრივი თვითმმართველობები გაშუქდნენ. ჟურნალისტები აქცენტს სხვადასხვა სამთავრობო პროექტების წარმატებით განხორციელებაზე აკეთებდნენ; კულტურული და სპორტული ღონისძიებების გაშუქებისასაც, ხშირად, სწორედ მთავრობის წევრთა განცხადებები ისმოდა. ის სიუჟეტები კი სადაც უკმაყოფილო მოსახლეობის ხმა ჟღერდებოდა, უმეტესად ხელისუფლების წარმომადგენლის დამაიმედებელი კომენტარით სრულდებოდა, რასაც ჟურნალისტის მხრიდან საპასუხო, მწვავე კითხვები არ ხვდებოდა. სიტუაცია არჩევნების თარიღის ოფიციალურად გამოცხადების შემდეგ მცირედ გამოსწორდა, თუმცა არა ისე, რომ ამას ზოგად სურათზე გავლენა მოეხდინა.

თუ ჟურნალისტები საკითხების უფრო სიღრმისეულად გაშუქებას არ დაიწყებენ და პასუხისმგებელ პირთა განცხადებებს მწვავე კითხვებს არ შეაგებებენ, მიკერძოებულობასთან დაკავშირებით გაჩენილი ეჭვები კიდევ უფრო გამყარდება. ამასთან, წლების განმავლობაში რესპონდენტების წარდგენა კვლავაც პრობლემად დარჩა, რის გამოც, ზოგჯერ გაუგებარი იყო თუ ვისი ხმა ისმოდა ეთერში.



დასკვნა

საანგარიშო პერიოდის განმავლობაში რადიომაუწყებლები პოლიტიკურ მოვლენებს აქტიურად აშუქებდნენ, თუმცა წინასაარჩევნო კამპანიას ნაკლები ყურადღება ექცეოდა. ყველაზე მეტი დროით მთავრობა, ადგილობრივი ხელისუფლება და „ქართული ოცნება - დემოკრატიული საქართველო“ გაშუქდნენ. თბილისის მერობის კანდიდატებიდან კი - კახა კალაძე, ზაალ უდუმაშვილი, ელენე ხოშტარია და ალექსანდრე ელისაშვილი. სხვა თვითმმართველი ქალაქების მერობის კანდიდატებს უმნიშვნელო დრო ეთმობოდათ, წინასაარჩევნო კამპანია ზედაპირულად შუქდებოდა და გასული წლების მსგავსად პოლიტიკოსთა განცხადებების ციტირებით შემოიფარგლებოდა.

წინა წლებთან შედარებით ახალი ამბების დაბალანსების კუთხით გაუმჯობესება იგრძნობოდა, რადგან სიუჟეტებში სხვადასხვა მხარეების პოზიციები გვხვდებოდა. თუმცა, რადიომაუწყებლების უმეტესობა რესპონდენტთა განცხადებების ფაქტობრივ გადამოწმებას არ ცდილობდა. შესაბამისად, ისმოდა პოლიტიკოსთა ურთიერთსაპირისპირო კომენტარები და არ ჩანდა ჟურნალისტის როლი, რომ მსმენელს სიმართლის დადგენაში დახმარებოდა. ჟურნალისტებს აკლდათ პროაქტიულობა, ისეთი თემებისთვის მიეგნოთ, რომლებზეც პოლიტიკოსები საკუთარი სურვილით არ საუბრობდნენ. ისინი არც მწვავე კითხვებს სვამდნენ და არც იმის შესაძლებლობას იყენებდნენ, რომ კონტენტი საჯარო ინფორმაციით, სტატისტიკითა თუ სხვადასხვა კვლევის მონაცემებით გაემდიდრებინათ; გამონაკლისს რადიოები „თავისუფლება“ და „ჰერეთი“ წარმოადგენდნენ.

რადიომაუწყებლების უმეტესობა რომელიმე პოლიტიკური გუნდის მიმართ მიკერძოებულ დამოკიდებულებას არ ავლენდა, ჟურნალისტები სუბიექტურ შეფასებებს არ გამოთქვამდნენ და არც ხმით / მუსიკით მანიპულაციის შემთხვევები დაფიქსირებულა. ეს წინასაარჩევნო კამპანიის გაშუქებისთვის უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია, თუმცა მაღალი პროფესიული სტანდარტების დასაკმაყოფილებლად არასაკმარისი.