



ევროკავშირი
საქართველოსთვის
The European Union for Georgia



2020 წლის საპარლამენტო არჩევნების მედიაში გაშუქების კვლევა

რადიოარხების საინფორმაციო გამოშვებების მონიტორინგი წინასაარჩევნო ანგარიში

1 სექტემბერი - 15 ოქტომბერი, 2020



INTERNEWS
GEORGIA

წინამდებარე ანგარიში მომზადებულია ევროკავშირისა (EU) და გაეროს განვითარების პროგრამის (UNDP) ხელშეწყობით. მის შინაარსზე პასუხისმგებელი არიან ავტორები. ანგარიშის შინაარსი შეიძლება არ ასახავდეს ევროკავშირისა (EU) და გაეროს განვითარების პროგრამის (UNDP) პოზიციას.

სარჩევი

პროექტის შესახებ	3
მონიტორინგის მეთოდოლოგია	3
„რადიო 1“ (საზოგადოებრივი მაუწყებელი).....	4
რადიო „მასტრო“.....	6
„პირველი რადიო“.....	7
რადიო „თავისუფლება“	8
რადიო „პალიტრა“	9
რადიო „იმედი“	10
რადიო „ჰერეთი“	11
რადიო „სამხრეთის კარიბჭე“ (ქ. ახალციხე).....	12
რადიო „მარნეული“	13
რადიო „ძველი ქალაქი“ (ქ. ქუთაისი)	14
გენდერულად სენსიტიური გაშუქება	16
დასკვნა	17

პროექტის შესახებ

„ინტერნუსი-საქართველო“, ევროკავშირისა და გაეროს განვითარების პროგრამის მიერ დაფინანსებული პროექტის - „2020 წლის საპარლამენტო არჩევნების მედიაში გაშუქების კვლევა“- ფარგლებში, რადიომაუწყებლების სადამოს საინფორმაციო გამოშვებებს აკვირდება. მონიტორინგი 2020 წლის 15 ივნისს დაიწყო.

დაკვირვება ხორციელდება 10 რადიომაუწყებლის სადამოს საინფორმაციო გამოშვებებზე. ეს რადიოებია: „რადიო 1“ (საზოგადოებრივი მაუწყებელი), „თავისუფლება“, „იმედი“, „მაესტრო“, „პალიტრა“, „პირველი რადიო“, „ჰერეთი“, „მარნეული“, „ძველი ქალაქი“ (ქ. ქუთაისი), „სამხრეთის კარიბჭე“ (ქ. ახალციხე).

მონიტორინგის მეთოდოლოგია

რადიოარხების სადამოს საინფორმაციო გამოშვებების მონიტორინგის მიზანია იმის განსაზღვრა, თუ რამდენად თანაბარ პირობებში და ჟურნალისტური სტანდარტების დაცვით ხდება წინასაარჩევნო პერიოდში პოლიტიკური სუბიექტების საქმიანობის გაშუქება.

მონიტორინგი შედგება რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევის კომპონენტებისგან. რაოდენობრივი მონიტორინგი განსაზღვრავს ისეთ ინდიკატორებს, რომლებიც შეიძლება დაითვალოს და გაიზომოს: სუბიექტებისთვის დათმობილი დრო, გაშუქების ტონი (დადებითი, ნეიტრალური, უარყოფითი), პირდაპირი/ირიბი გაშუქება (სუბიექტები თავად საუბრობენ, თუ მათზე სხვები საუბრობენ), სუბიექტის სქესი (კაცი თუ ქალი). თვისებრივი მონიტორინგისას ყურადღება ექცევა ისეთ მაჩვენებლებს, რომელთა რაოდენობრივად გაზომვა რთულია: ფაქტების დროული გაშუქება, ინფორმაციის დამახინჯება, დაუბალანსებელი გაშუქება, ტენდენციურობა, ფაქტებზე დაფუძნებული გაშუქება, ინფორმაციის წყაროთა მრავალფეროვნება, ხმით/მუსიკით მანიპულირება, ეთიკური ან პროფესიული სტანდარტების დაცვა, აგრეთვე ნებისმიერი ისეთი ფაქტი, რომელიც მნიშვნელოვანია ინფორმაციის ხარისხის წარმოსადგენად.

მონიტორინგის დროს დაკვირვება ხდება პარტიებზე და პოლიტიკოსებზე, რომლებიც 2020 წლის საპარლამენტო არჩევნებში მონაწილეობენ. მონიტორინგის სუბიექტები ასევე არიან: მთავრობა (ცენტრალური, ადგილობრივი, აჭარის), პრემიერ-მინისტრი და პრეზიდენტი.

მონიტორინგი უტარდება არა მხოლოდ საარჩევნო თემაზე მომზადებულ სიუჟეტებს, არამედ ყველა სიუჟეტს, სადაც საუბარია მონიტორინგის სუბიექტებზე.

წინამდებარე ანგარიში მოიცავს 1 სექტემბრიდან 15 ოქტომბრის ჩათვლით პერიოდის სადამოს საინფორმაციო გამოშვებების მონიტორინგის შედეგებს.

1 სექტემბერი - 15 ოქტომბრის პერიოდში რადიოარხების მონიტორინგმა შემდეგი შედეგები გამოავლინა:

- წინა წლებთან შედარებით ნაკლები პოლარიზება შეინიშნებოდა - ოპოზიციური პარტიები აქტიურად შუქდებოდნენ;
- რადიომაუწყებლები ექსკლუზიურ კონტენტს ვერ ქმნიდნენ და სხვადასხვა მაუწყებლების ეთერში ერთი და იგივე თემები ტრიალებდა;
- ახალ ამბებში ხშირად ახალი და აქტუალური არაფერი იყო: სიუჟეტებს აკლდა კონკრეტული თემა, პრობლემა და ფოკუსი;
- ახალი ამბები ხშირად მხოლოდ რესპონდენტის მიერ გაკეთებული ზოგადი ხასიათის განცხადებების გავრცელებას ემსახურებოდა. მათ უმეტეს ნაწილს პოლიტიკოსთა საჯარო განცხადებების ციტირება შეადგენდა;
- ჟურნალისტები პოლიტიკოსებისგან მიღებულ ინფორმაციას გადაუმუშავებლად, ანალიზისა და ფაქტების გადამოწმების გარეშე ამუქებდნენ;
- ჟურნალისტები არ იყენებდნენ შესაძლებლობას, ახალი ამბები სტატისტიკით, საარქივო მასალებით, სამოქალაქო სექტორის კვლევებითა თუ სხვა მონაცემებით გაემდიდრებინათ;
- სოციალურ თემებს, რეგიონებისა და უმცირესობების პრობლემებს კვლავაც ნაკლები ყურადღება ექცეოდა;
- გენდერული პრობლემები კვლავაც რადიომაუწყებლების ფოკუსის მიღმა რჩება: ჟურნალისტები გენდერული სტერეოტიპების გავრცელებას ხელს არ უწყობენ, თუმცა არც საზოგადოებაში არსებული სტერეოტიპების შეცვლას ცდილობენ;
- რადიომაუწყებლების უმეტესობა მოვლენებს მიუკერძოებლად და დაბალანსებულად ამუქებდა;
- ჟურნალისტური ეთიკის სტანდარტები უხეშად არ ირღვეოდა: ხმით/მუსიკით მანიპულაციის, სიძულვილის ენის შემთხვევები არ გამოვლენილა.

„რადიო 1“ (საზოგადოებრივი მაუწყებელი)

„რადიო 1“-ის მუშაობა წლების განმავლობაში მნიშვნელოვნად არ შეცვლილა. საზოგადოებრივი მაუწყებელი არც ერთი პოლიტიკური სუბიექტის მიმართ მიკერძოებულ დამოკიდებულებას არ გამოხატავდა, თუმცა ანალიზისა და ჟურნალისტების კრიტიკულ დამოკიდებულებას მოკლებული ახალი ამბები წინასაარჩევნო კამპანიის გაშუქების მაღალ სტანდარტებს ვერ აკმაყოფილებდა: მსმენელს მხოლოდ მშრალი და ზედაპირული ინფორმაცია მიეწოდებოდა, რაც, ძირითადად, მხოლოდ პოლიტიკოსთა განცხადებების ციტირება იყო.

საანგარიშო პერიოდში რადიომაუწყებელმა სუბიექტებს 3 საათი და 25 წუთი დაუთმო, საიდანაც 20% „ქართულ ოცნებაზე“ საუბრობდნენ, 11% - მთავრობაზე და 10% - პრემიერ-მინისტრზე. ხელისუფლებისა და მმართველი გუნდის გაშუქების მაღალი მაჩვენებელი იმითაც იყო გამოწვეული, რომ ოპოზიციონერებიც, ძირითადად, მათ შესახებ საუბრობდნენ. პოლიტიკოსების ურთიერთსაწინააღმდეგო ბრალდებებს და შეფასებებს წამყვანი ციტირებდა (სუბიექტებისთვის დათმობილი დროის 100% ირიბ საუბარზე მოდის), ამასთან არ ჩანდა ჟურნალისტის მცდელობა, ინფორმაცია გადაემოწმებინა და მსმენელს სიმართლის დადგენაში დახმარებოდა.

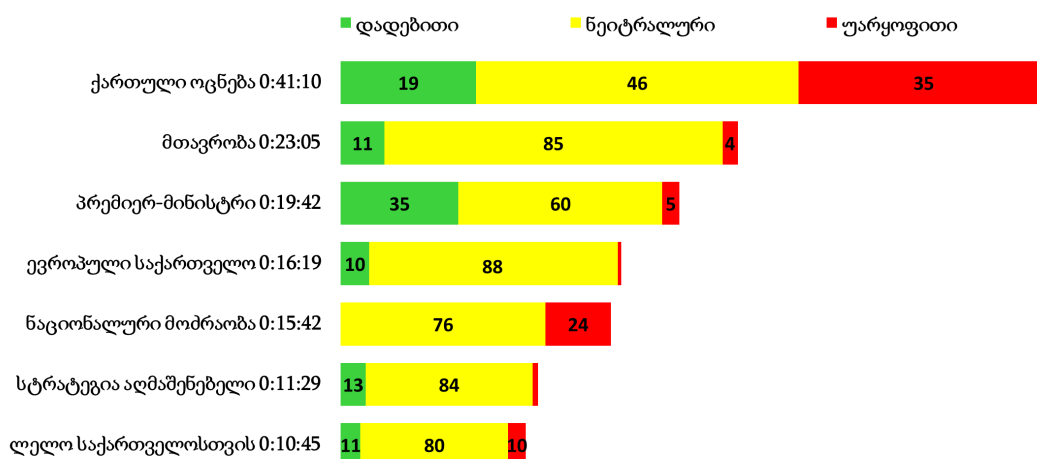
რადიომაუწყებელი წინასაარჩევნო კამპანიას აქტიურად აშუქებდა და მცირე დროს ბევრ ისეთ პარტიას უთმობდა, რომელიც სხვა რადიომაუწყებლების ეთერში იშვიათად გვხვდებოდა. თუმცა, ინფორმაცია იმდენად მოკლე და კონტექტს მოკლებული იყო, რომ დასკვნების გამოტანა ჭირდა: 10-10 წამიანი ახალი ამბები მხოლოდ პოლიტიკოსების წინასაარჩევნო შეხვედრების დროს გაკეთებული განცხადების მოკლე ციტირებას ეთმობოდა. რჩებოდა შთაბეჭდილება, რომ ჟურნალისტები ბალანსის ფორმალურ დაცვას ცდილობდნენ და აქცენტს რაც შეიძლება მეტი სუბიექტის გაშუქებაზე აკეთებდნენ, და არა - ხარისხზე. ბევრად უკეთესი იქნებოდა ჟურნალისტებს პოლიტიკოსების განცხადებები გარკვეულ კონტექსტში ჩაესვათ და წინასაარჩევნო კამპანია თემატურად გაეშუქებინათ: ეჩვენებინათ პარტიების ხედვა სხვადასხვა თემებზე - ეკონომიკაზე, განათლებაზე, სოფლის მეურნეობაზე თუ სხვა ისეთ საკითხებზე, რაც მსმენელს სხვადასხვა პარტიების პროგრამებს შორის განსხვავებასა თუ მსგავსებას დაანახებდა.

რადიომაუწყებლის ჟურნალისტები სუბიექტურ შეფასებებს არ აკეთებენ, არ იყენებენ სიმულვილის ენას და ხელს არ უწყობენ სტერეოტიპების გავრცელებას. თუმცა, საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიმართ არსებულ მოლოდინებს მხოლოდ ეთიკის აღნიშნული სტანდარტების დაცვა არ აკმაყოფილებს. რადიომაუწყებელმა ეთერში გასული ინფორმაციის ხარისხის გაუმჯობესებაზე უნდა იზრუნოს და მსმენელს პირველადი, გადაუმუშავებელი ინფორმაციის ნაცვლად, სიღრმისეული და ანალიტიკური სიუჟეტები შესთავაზოს, სადაც სხვადასხვა თემები და პრობლემები გაშუქდება და არა უბრალოდ პოლიტიკოსთა განცხადებები.

სუბიექტების გაშუქება ტონის მიხედვით (%)

რადიო 1

1 სექტემბერი - 15 ოქტომბერი, 2020



რადიო „მაესტრო“

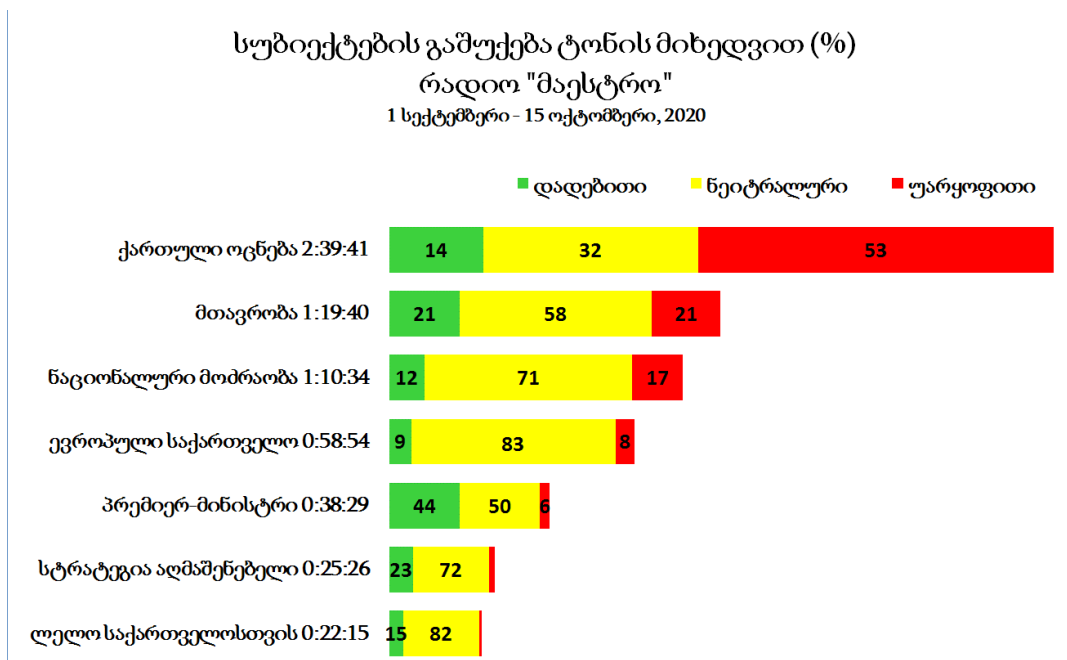
რადიო „მაესტრო“ ქვეყანაში განვითარებულ პოლიტიკურ პროცესებს დიდ დროს უთმობდა, თუმცა ახალ ამბებს მაინც ზედაპირულად გადმოსცემდა: ეთერში ანალიზისა და კრიტიკული კითხვების ნაკლებობა იგრძნობოდა. ჟურნალისტები მოვლენებს მიუკერძოებლად აშუქებდნენ და რომელიმე პოლიტიკური გუნდის მიმართ სუბიექტურ დამოკიდებულებას არ გამოხატავდნენ.

საანგარიშო პერიოდში მონიტორინგის სუბიექტებს ჯამში 9 საათი და 40 წუთი დაეთმოთ. ყველაზე დიდი დროით გაშუქდა: „ქართულ ოცნება“ (28%), მთავრობა (14%) „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ (12%) და „ევროპული საქართველო“ (10%).

მაუწყებლის საინფორმაციო გამოშვებები, ძირითადად, პოლიტიკოსთა განცხადებებს ეფუძნებოდა. ახალი ამბების გაშუქებისას ეთერი ეთმობოდა როგორც ხელისუფლების, ისე ოპოზიციისა და არასამთავრობო სექტორის წარმომადგენლებს. „ქართული ოცნების“ მაღალი (53%) უარყოფითი ტონი სწორედ ოპონენტების მიერ მის მიმართ გამოთქმულმა კრიტიკამ განაპირობა. ამასთანავე, ოპოზიციას პირდაპირი საუბრისთვის დრო უფრო ხშირად (საშუალოდ, 45%) ეთმობოდა ვიდრე მმართველ გუნდს (საშუალოდ, 26%).

საინფორმაციო გამოშვებებში წინასაარჩევნო კამპანია, ისევე როგორც სხვა საკითხები, ზედაპირულად გაშუქდა. ეთერში მხოლოდ კანდიდატების დაპირებები ისმოდა. ჟურნალისტები პოლიტიკური პარტიების მიერ შემოთავაზებულ დღის წესრიგს მიჰყვებოდნენ: ნაკლებად სვამდნენ კითხვებს და ნაკლებად ინტერესდებოდნენ რამდენად რეალური იყო ეს დაპირებები.

ახალ ამბებში ბალანსი დაცული იყო, მაგრამ საინფორმაციო გამოშვებებს ჟურნალისტთა კრიტიკული კითხვები და თემების მრავალფეროვნება აკლდა: სოციალურ საკითხებისა და რეგიონებში არსებული პრობლემების გაშუქება მათ უფრო საინტერესოს გახდიდა. გადაცემების ქრონომეტრაჟი თემების განვრცობისა და საკითხებში ჩაღრმავების საშუალებას იძლევა, რასაც ჟურნალისტები ვერ იყენებდნენ.



„პირველი რადიო“

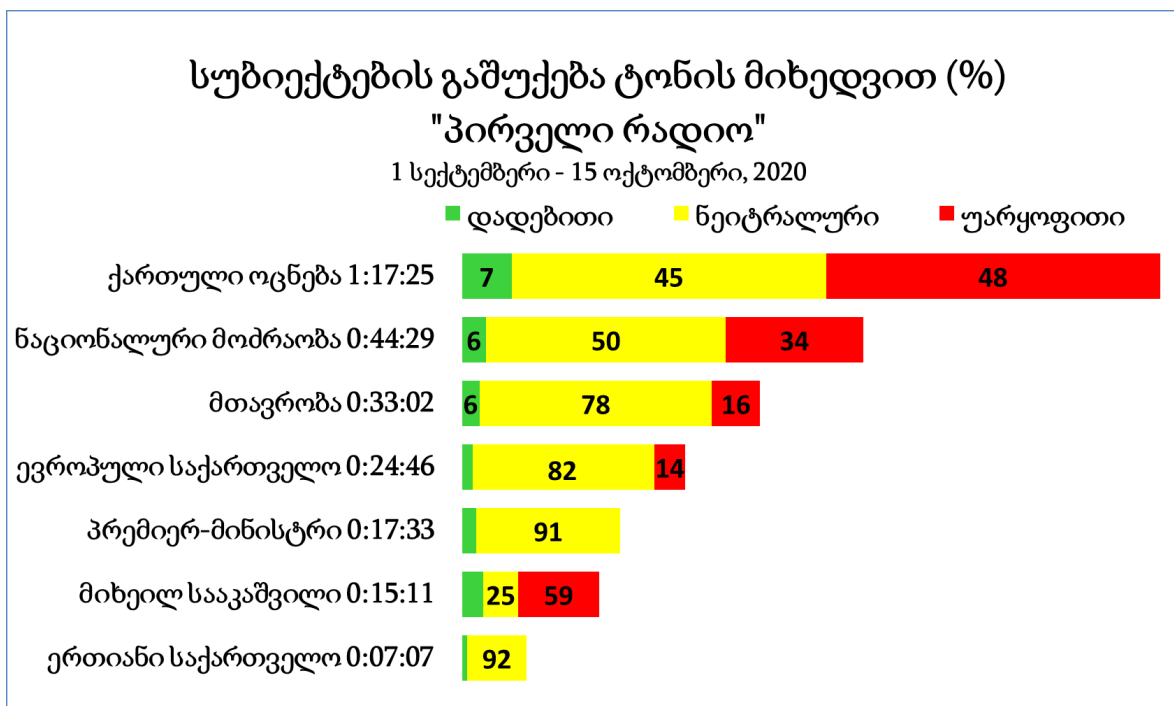
„პირველი რადიო“ ვრცელ საინფორმაციო გამოშვებებს ამზადებდა, სიუჟეტებში ბალანსი დაცული იყო. თუმცა, რადიომაუწყებელს ანალიტიკური და ექსკლუზიური მასალები აკლდა: ახალი ამბები პოლიტიკოსების განცხადებებს ეფუძნებოდა და არა ჟურნალისტის კრიტიკულ კითხვებს ან მოსახლეობის პრობლემების გაშუქებას.

მონიტორინგის სუბიექტებს ჯამში 4 საათი და 25 წუთი დაეთმო. ყველაზე ხშირად „ქართული ოცნება“ (29%), „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ (17%) და მთავრობა (12%) გაშუქდნენ. სუბიექტებს დრო ეთმობოდათ, როგორც პირდაპირი (საშუალოდ, 43%) ასევე არაპირდაპირი საუბრისთვის (საშუალოდ, 56%).

რადიომაუწყებელი არც ხელისუფლების და არც ოპოზიციის მიმართ გამოთქმული კრიტიკული მოსაზრებების გაშუქებას არ ერიდებოდა, რაც სუბიექტებისთვის დაგროვილ ნეგატიურ ტონზეც აისახა.

წინა საანგარიშო პერიოდის მსგავსად, ახალი ამბების შინაარსს პოლიტიკოსების პრესკონფერენციებსა და შეხვედრებზე გაკეთებული განცხადებები განსაზღვრავდა, არ ჩანდა ჟურნალისტების მცდელობა, რომ დღის წესრიგში ისეთი საკითხები დაეყენებინათ, რაზეც პოლიტიკოსები საკუთარი სურვილით არ საუბრობენ: მოემიათ მწვავე თემები და პრობლემები, დამატებითი მასალები, რაც სიუჟეტებს გაამდიდრებდა და ახალი ამბების ხარისხს გაზრდიდა.

ზედაპირული იყო წინასაარჩევნო კამპანიის გაშუქებაც. საარჩევნო პროგრამებისა და პარტიების განსხვავებული ხედვების ჩვენების ნაცვლად, მსმენელი პოლიტიკოსების ზოგად განცხადებებს ისმენდა. ჟურნალისტებმა უფრო პროაქტიულად უნდა იმუშაონ, რათა თავად განსაზღვრონ თემები და კონტექსტი, რა ჭრილშიც სხვადასხვა პოლიტიკური ძალების პოზიციებს გააშუქებენ.



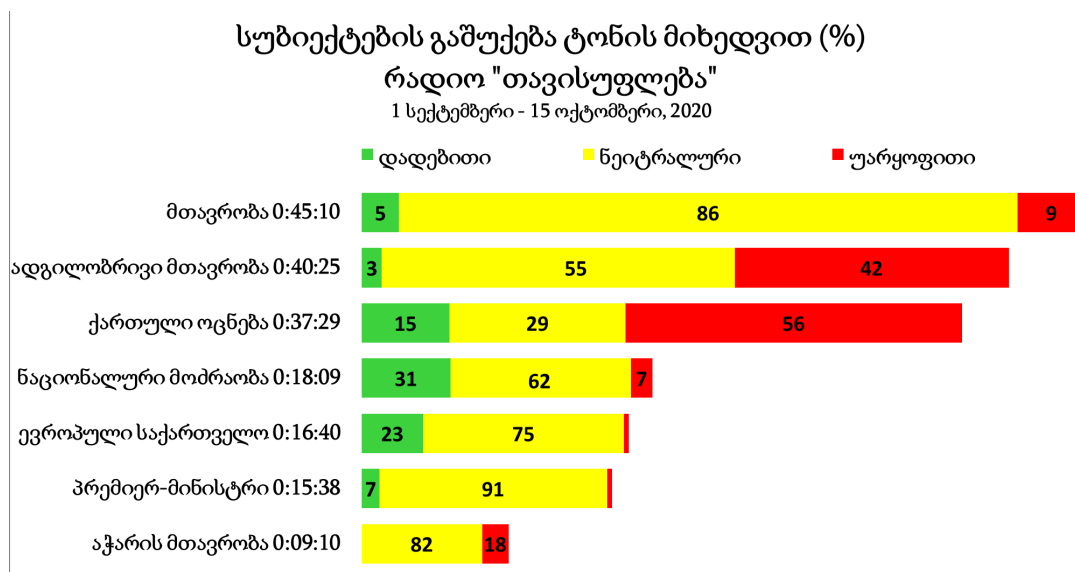
რადიო „თავისუფლება“

რადიო „თავისუფლება“ წლების განმავლობაში ინარჩუნებს კრიტიკულ პოზიციას და ექსკლუზიური მასალების მომზადებით გამოირჩევა. სიუჟეტების თემატიკა მხოლოდ თბილისზე არ არის კონცენტრირებული და რეგიონის პრობლემებიც აქტიურად შუქდება. სხვა რადიომაუწყებლებისგან განსხვავებით, რადიო „თავისუფლების“ ეთერში გაშუქებული თემები ჟურნალისტების მოძიებული უფროა, ვიდრე პოლიტიკოსების მიერ შემოთავაზებული.

რადიომაუწყებელი ვრცელ, 30 წუთიან, საინფორმაციო გამოშვებებს ამზადებდა, თუმცა მონიტორინგის სუბიექტებს ჯამში 3 საათი და 50 წუთი დაეთმოთ, რადგან სიუჟეტები მხოლოდ პოლიტიკოსების განცხადებებზე არ იყო აგებული, ეთერში ისმოდა მოსახლეობის, სპეციალისტების თუ მესამე სექტორის ხმა. ყველაზე მეტი დრო მთავრობას (20%), ადგილობრივ მთავრობასა (18%) და „ქართულ ოცნებას“ (16%) დაეთმოთ. ამ დროის მნიშვნელოვანი ნაწილი უარყოფით ტონზე მოდის, რაც ჟურნალისტების მიერ დასმული მწვავე კითხვებისა და საკითხების კრიტიკული გაშუქების შედეგია. ჟურნალისტები სიუჟეტებს აბალანსებდნენ და როდესაც მეორე მხარის კომენტარის მოპოვებას ვერ ახერხებდნენ, მსმენელს ამის მიზეზსაც ატყობინებდნენ.

რადიომაუწყებელი ასევე გამოირჩეოდა წინასაარჩევნო კამპანიის თანმიმდევრული და სიღრმისეული გაშუქებით. პოლიტიკოსების შეხვედრების დროს გაკეთებული განცხადებების გაშუქების ნაცვლად, მაუწყებელი წინასაარჩევნო კამპანიას თემატური ბლოკების მიხედვით აშუქებდა. მაგალითად, სიუჟეტები ფოკუსირებული იყო კონკრეტულ მუნიციპალიტეტზე, რეგიონსა თუ თემაზე, ჟურნალისტები ვრცლად მიმოიხილავდნენ წინასაარჩევნო კამპანიებს და სხვადასხვა ძალებს შორის მსგავსებასა და განსხვავებებს წარმოაჩენდნენ.

რადიომაუწყებელი მაღალი სტანდარტების მედიაპროდუქტს ქმნის და ზრუნავს, რომ მსმენელს ინფორმაცია ეთიკის სტანდარტების დაცვით, გასაგებად, მრავალმხრივად და დაბალანსებულად მიაწოდოს. ამ კუთხით რადიომაუწყებელი გამორჩეულია და მის ეთერში შესაძლებელია ისეთი ინფორმაციის მოსმენა, რაც სხვა რადიოარხების ეთერში შეიძლება საერთოდ არ გაშუქდეს.



რადიო „პალიტრა“

რადიო „პალიტრა“ ვრცელ საინფორმაციო გამოშვებებს ამზადებდა, თუმცა ანალიტიკური და სიღრმისეული სიუჟეტები არ მომზადებულა და ახალი ამბები ფაქტების მშრალი კონსტატაციით შემოიფარგლებოდა.

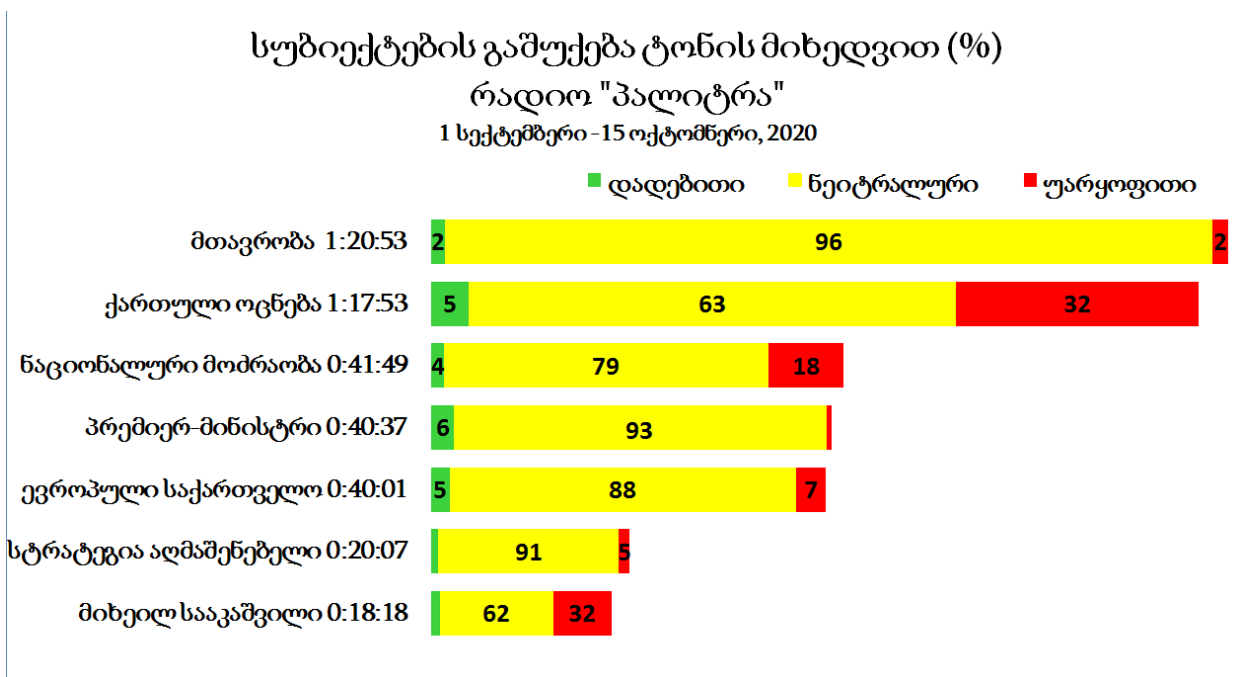
მონიტორინგის სუბიექტებს ჯამში 6 საათი და 25 წუთი დაეთმოთ. ამ დროის 21% მთავრობის გაშუქებაზე მოდიოდა, ხოლო 20% - „ქართული ოცნების“. 11-11% დაეთმოთ „ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას“, „ევროპულ საქართველოსა“ და პრემიერ-მინისტრს.

სუბიექტებისთვის დათმობილი დროის უმეტესი წილი ნეიტრალურ ტონზე მოდიოდა. მმართველი გუნდის აქტივობების გაშუქებასთან ერთად დრო ოპოზიციის კრიტიკულ შეფასებებსაც ეთმობოდა, რის გამოც უარყოფითი გაშუქების ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი „ქართულ ოცნებას“ დაუგროვდა.

წინა საანგარიშო პერიოდის მსგავსად, რადიომაუწყებლის პრობლემად კვლავაც ჟურნალისტების ნაკლები პროაქტიულობა და კრიტიკულობა რჩება. ჟურნალისტები ვერ ახერხებდნენ, რომ მსმენელისთვის მრავალფეროვანი, ანალიტიკური და სიღრმისეული სიუჟეტები მიეწოდებინათ.

რადიომაუწყებელი სხვადასხვა პოლიტიკური პარტიის წინასაარჩევნო კამპანიას და პოლიტიკოსთა აქტივობებს აქტიურად აშუქებდა. ჟურნალისტები არც ერთი პოლიტიკური ძალის მიმართ მიკერძოებულ დამოკიდებულებას არ გამოხატავდნენ, თუმცა არც კრიტიკულ კითხვებს სვამდნენ: ახალი ამბები მთლიანად იმეორებდა პოლიტიკური პარტიების დღის წესრიგს.

„პალიტრა“ მიუკერძოებელი და დაბალანსებული რადიოარხის სტატუსს ინარჩუნებს. მის მთავარ გამოწვევად მოვლენების მეტად სიღრმისეულად გაშუქება რჩება.



რადიო „იმედი“

რადიო „იმედი“ ახალ ამბებს მოკლედ და ზედაპირულად აშუქებდა. შენარჩუნდა მმართველი გუნდის დადებითად წარმოჩენის ტენდენცია: ჟურნალისტები ხელისუფლების კრიტიკას ერიდებოდნენ და მათ მიმართ გამოთქმულ ნეგატიურ შეფასებებს დროს ნაკლებად უთმობდნენ.

მონიტორინგის სუბიექტებს ჯამში საათი და 25 წუთი დაეთმო. ამ დროის 77% სახელისუფლებო გუნდზე მოდიოდა: 29% „ქართულ ოცნებაზე“, 27% - მთავრობაზე, 20% კი პრემიერ-მინისტრზე.

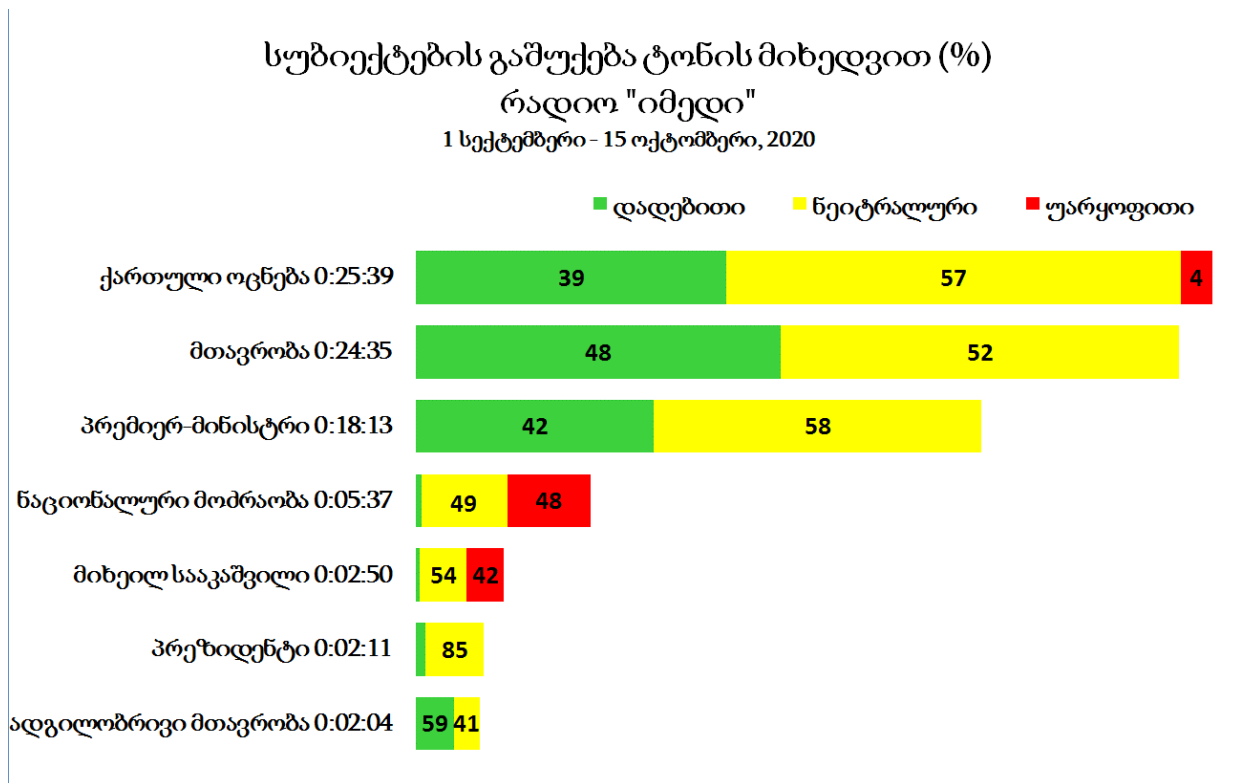
სუბიექტებს პირდაპირი საუბრისთვის დრო იშვიათად ეთმობოდათ, მათ განცხადებებს მეტწილად (საშუალოდ, 95%) წამყვანი ციტირებდა.

„ქართული ოცნების“ წინასაარჩევნო კამპანია (საარჩევნო პროგრამის, მაჟორიტარი დეპუტატობის კანდიდატების წარდგენა) აქტიურად შუქდებოდა, თუმცა საინფორმაციო გამოშვების წამყვანი მხოლოდ წინასაარჩევნო დაპირებებს ციტირებდა. შესაბამისად, მმართველი გუნდის წარმომადგენლები ხშირად დადებით კონტექსტში შუქდებოდნენ, განსაკუთრებით იმ შემთხვევებში, როდესაც რეგიონებში კანდიდატების წარდგენის დროს განხორციელებულ და მიმდინარე პროექტებზე საუბრობდნენ. მმართველი გუნდის პროექტები და აქტივობები თითქმის ყოველთვის კრიტიკის გარეშე შუქდებოდა.

საანგარიშო პერიოდში, რადიო „იმედის“ ეთერით არჩევნებში მონაწილე სხვა პოლიტიკური პარტიებიდან მხოლოდ ორი პარტიის აქტივობა გაშუქდა: 20 სექტემბერს - „ევროპული საქართველოს“ მიერ ბათუმის მაჟორიტარი დეპუტატობის კანდიდატის წარდგენა და 10 ოქტომბერს - „თავისუფალი საქართველოს“ ლიდერების შეხვედრა გლდანის რაიონში მცხოვრებ მხარდამჭერებთან.

მაშინ როცა, საინფორმაციო გამოშვებებში არჩევნებში მონაწილე პარტიების უმრავლესობას დრო თითქმის არ ეთმობოდათ, 4 ოქტომბერს, 6 წუთიან გადაცემაში პირველი, 14 წამიანი ნიუსის შემდეგ დრო ტელეგადაცემა „იმედის კვირის“ რეპორტაჟის 34 წამიან ანონსს დაეთმო: „კარგი მაგალითი იმისა, სადამდე შეიძლება მივიდეს ყველა კვლევით არჩევნებში უკვე დამარცხებული მიხეილ სააკაშვილის იმედად დარჩენილი ადამიანთა ჯგუფი - პარტია „ნაციონალური მოძრაობა“, რომელიც ისევ ვერ ივიწყებს ბრძოლის მოძველებულ ხერხებს და ისევ პროვოკაციებსა და ძალადობაზე აწყოფს წინასაარჩევნო კამპანიას. ამის აშკარა მაგალითი კი ქვემო ქართლში გასულ კვირას განვითარებული მოვლენებია. „ნაციონალური მოძრაობისა“ და მასთან დაკავშირებული პარტიული მედიასაშუალებების მორიგ სპექტაკლზე სპეციალურ რეპორტაჟს დღეს ნახავთ“.

რადიომაუწყებლის ეთერში მმართველი გუნდის სასარგებლოდ ბალანსი არაერთხელ დაირღვა. უმეტეს შემთხვევაში, ყოველგვარი კრიტიკის და გადამოწმების გარეშე შუქდებოდა „ქართული ოცნების“ განცხადებები. რჩება შთაბეჭდილება, რომ არხი მმართველი გუნდის პიარს უფრო ემსახურებოდა, ვიდრე ამომრჩევლის მაღალი ჟურნალისტური სტანდარტების დაცვით ინფორმირებას.



რადიო „ჰერეთი“

რადიო „ჰერეთი“ ვრცელ საინფორმაციო გამოშვებებში ქვეყანაში მიმდინარე პოლიტიკურ პროცესებთან ერთად რეგიონებში განვითარებულ მოვლენებსა და სიახლეებსაც აქტიურად აშუქებდა; ასევე აქტიურად შუქდებოდა პარტიების წინასაარჩევნო აქტივობებიც.

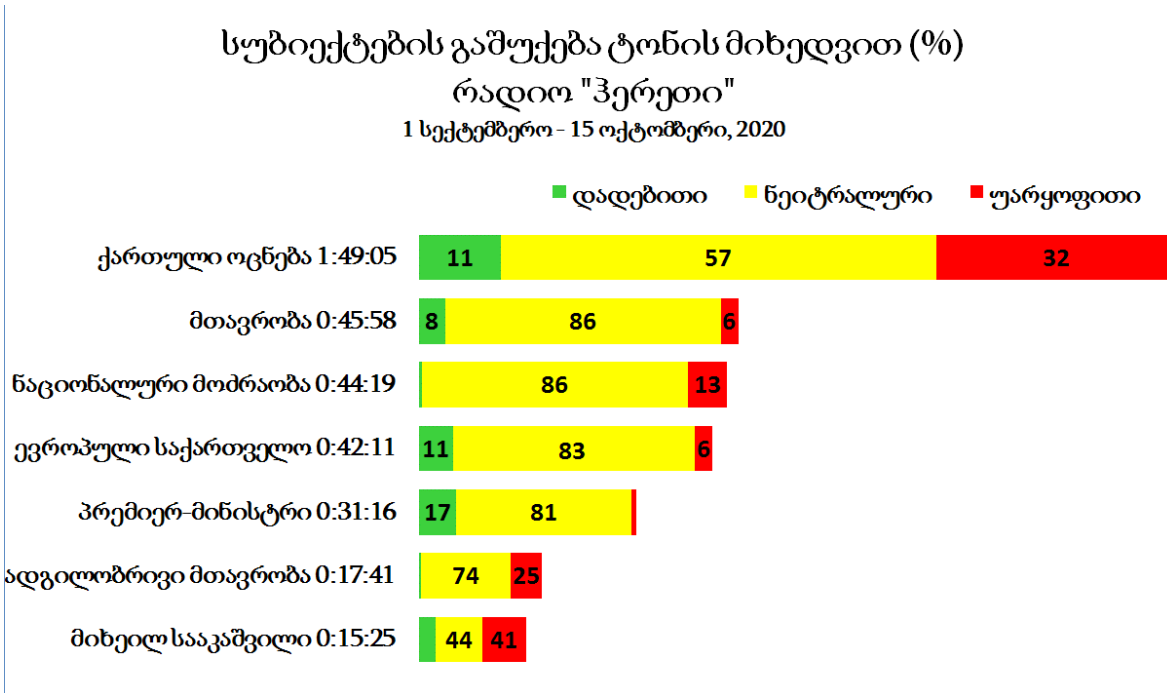
საანგარიშო პერიოდში მონიტორინგის სუბიექტებს ჯამში 6 საათი და 23 წუთი დაეთმოთ. ამ დროის 28% „ქართულ ოცნებაზე“ მოდიოდა, 11-11% მთავრობას, „ერთიან ნაციონალურ მოძრაობასა“ და „ევროპულ საქართველოს“ დაეთმოთ. წინა საანგარიშო პერიოდთან შედარებით მოიმატა მმართველი გუნდის პირდაპირი საუბრის წილმა და საშუალოდ, 54% შეადგინა. შესაბამისად, სახელისუფლებო სუბიექტებს უარყოფით ტონში შედარებით ნაკლები დრო დაეთმოთ.

„ჰერეთი“, სხვა რადიომუწყებლების მსგავსად, წინასაარჩევნო კამპანიის გაშუქებისას, ძირითადად, პოლიტიკოსთა განცხადებების გაჟღერებით შემოიფარგლებოდა. გადაცემებში შუქდებოდა პარტიების განცხადებები, შეხვედრები და ბრიფინგები.

ჟურნალისტები არც ერთი პოლიტიკური სუბიექტის მიმართ მიკერძოებულ დამოკიდებულებას არ გამოხატავდნენ, თუმცა ცალკე აღებული რამდენიმე სიუჟეტი ნაკლებად დაბალანსებული იყო. ერთგვარ ტენდენციად იქცა ოპოზიციური პარტიების მხრიდან ხელისუფლების მისამართით გაჟღერებული ბრალდებების ისე გაშუქება, რომ მმართველი გუნდის წარმომადგენლის საპასუხო კომენტარს დრო არ ეთმობოდა. ჟურნალისტის ფრაზით: „აღნიშნულზე „ქართულ ოცნებაში“ ოფიციალური განცხადება ჯერ არ გაკეთებულა, ასეთის არსებობის შემთხვევაში ჩვენ მას პირდაპირ ეთერში

შემოგთავაზებთ“, - მაუწყებელი ფორმალურ ბალანსს იცავდა, თუმცა არ ცდილობდა კომენტარი თავად მოეპოვებინა და ოფიციალურ განცხადებას არ დალოდებოდა.

რადიომაუწყებელი წლების განმავლობაში ინარჩუნებს კრიტიკული და პასუხისმგებლიანი მედიის სტატუსს, თუმცა მეტად ანალიტიკური და ჟურნალისტების მიერ წინ წამოწეულ პრობლემებზე მომზადებული მასალები საინფორმაციო გადაცემებს უფრო მრავალფეროვანს გახდიდა.



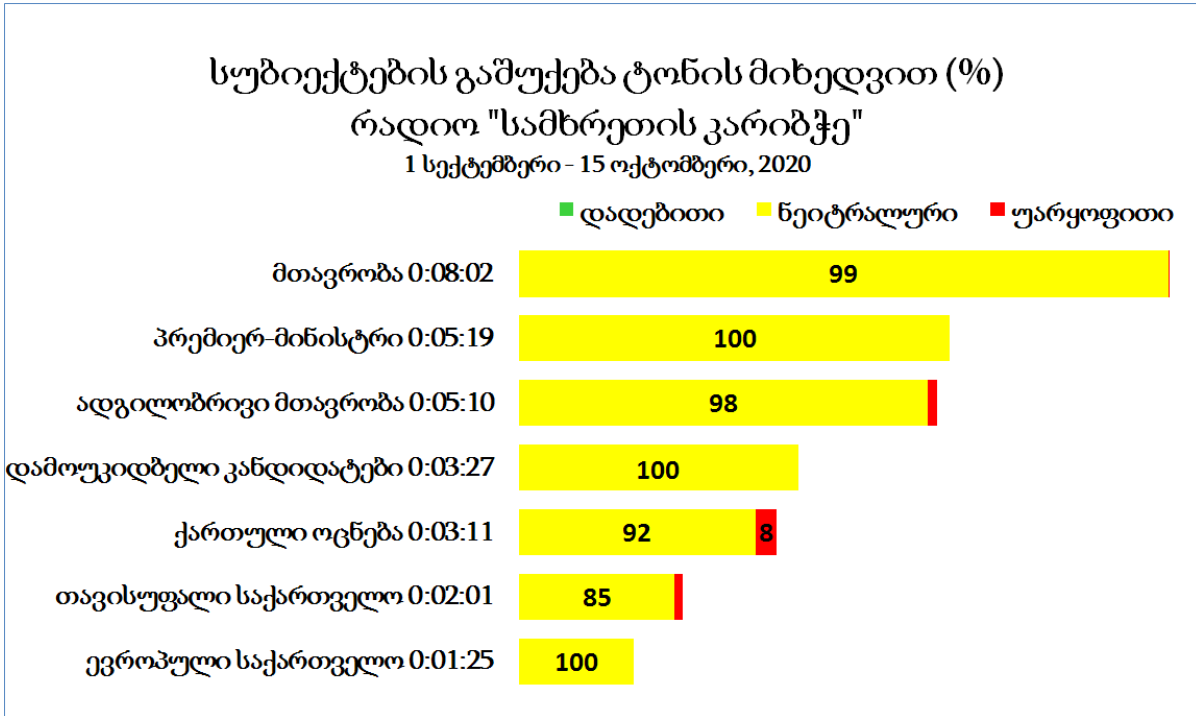
რადიო „სამხრეთის კარიბჭე“ (ქ. ახალციხე)

რადიო „სამხრეთის კარიბჭე“ მოკლე საინფორმაციო გადაცემებს ამზადებდა, სადაც, ძირითადად, სამცხე-ჯავახეთში მიმდინარე მოვლენებს მიმოიხილავდნენ. ახალი ამბები მშრალი და ზედაპირული იყო. საანგარიშო პერიოდის გადაცემებში ძირითადი ინფორმაცია საქართველოსა და რეგიონში არსებული ეპიდემიოლოგიური ვითარებას შეეხებოდა.

მონიტორინგის სუბიექტებს ჯამში 34 წუთი დაეთმო. აქედან 8 წუთი მთავრობა გაშუქდა, 5-5 წუთი დაეთმო პრემიერ-მინისტრსა და ადგილობრივ მთავრობას. ჟურნალისტები პოლიტიკოსთა კომენტარებს ციტირებდნენ - მათ პირდაპირი საუბარისთვის დრო არ დათმობიათ. ჟურნალისტები მიკერძოებულ და სუბიექტურ შეფასებებს არ აკეთებდნენ, თუმცა პოლიტიკოსთა მისამართით არც კრიტიკულ კითხვებს სვამდნენ. მოვლენების ზედაპირულ გაშუქებაზე ნეიტრალური ტონის სიჭარბეც მიუთითებს.

რადიომაუწყებელი პოლიტიკური სიახლეების და არჩევნებში მონაწილე სუბიექტების აქტივობების გაშუქებას მცირე დროს უთმობდა. საინფორმაციო გამოშვებებში მსმენელს ინფორმაცია, მათ შორის სამცხე-ჯავახეთის მაჟორიტარი კანდიდატების შესახებაც, მოკლედ, მშრალად და ზედაპირულად მიეწოდებოდა.

რადიომაუწყებლის საინფორმაციო გადაცემა კვლავაც ვერ ახერხებს, რომ მსმენელს რეგიონში არსებული ვითარების და პრობლემების შესახებ ექსკლუზიური და მრავალფეროვანი ინფორმაცია მიაწოდოს. ეს მით უფრო გასაკვირია იმ ფონზე, რომ საინფორმაციო მედიაპორტალი „სამხრეთის კარიბჭე“ თავისი მულტიმედია კონტენტით სამცხე-ჯავახეთის რეგიონში ინფორმაციის ერთ-ერთი მთავარი წყაროა.



რადიო „მარნეული“

რადიო „მარნეულის“ ორენოვან (ქართულ-აზერბაიჯანული) საინფორმაციო გამოშვებებში დრო ქვემო ქართლში, ძირითადად, მარნეულში განვითარებულ მოვლენებს ეთმობოდა, მცირე დროით ასევე შუქდებოდა ქვეყანაში მიმდინარე პროცესებიც.

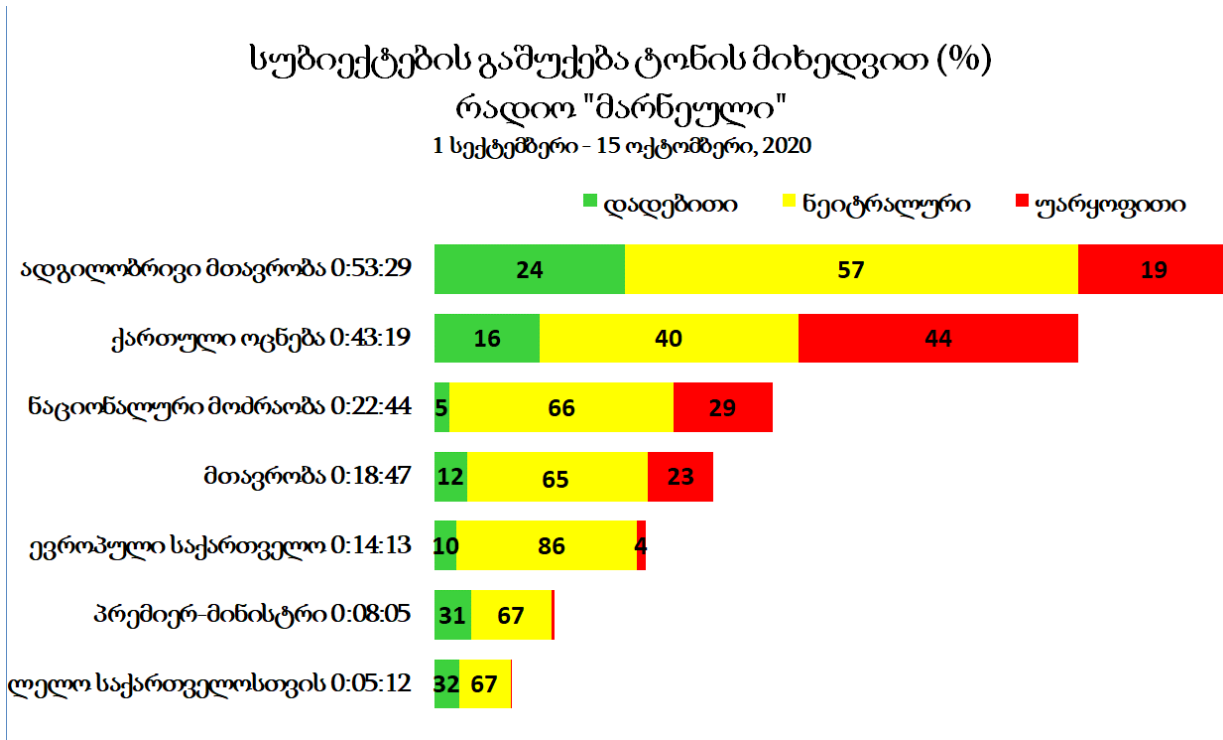
რადიო „მარნეულის“ ეთერში მონიტორინგის სუბიექტებს 2 საათი და 55 წუთი დაეთმოთ. ყველაზე დიდი დროით გაშუქდნენ ადგილობრივი მთავრობა (30%) და „ქართულ ოცნება“ (24%). თუმცა, სახელისუფლებო გუნდს პირდაპირი საუბრისთვის ბევრად ნაკლები (საშუალოდ 6%) დრო ეთმობოდა, ვიდრე ოპოზიციას (საშუალოდ 35%).

ჟურნალისტები ადგილობრივი მოსახლეობის პრობლემებს დიდ ყურადღებას უთმობდნენ. მაუწყებელი თვალ-ყურს ადევნებდა ადგილობრივი მთავრობის აქტივობებს და მნიშვნელოვან, პრობლემატურ საკითხებთან დაკავშირებით პასუხს ხელმძღვანელი პირებისგან ითხოვდნენ. ეთერში ისმოდა როგორც ადგილობრივი ხელისუფლებისა და მმართველი გუნდის წარმომადგენლების კრიტიკა, ისე ოპოზიციის. რესპონდენტებს საპასუხო კომენტარის გაკეთების შესაძლებლობას მაუწყებელი ყოველთვის აძლევდა. ჟურნალისტები მიკერძოებულ შეფასებებს არ აკეთებდნენ და ხშირად ობიექტური კრიტიკის

ავტორები იყვნენ, თუმცა „ქართული ოცნების“ 44%-იანი უარყოფითი ტონის მიზეზი მეტწილად ოპონენტების მიერ გამოთქმული კრიტიკული შეფასებებია.

მაუწყებელი რეგიონში მიმდინარე წინასაარჩევნო კამპანიის გაშუქებასაც ცდილობდა, მაგრამ ხშირად ვერ ახერხებდა, რადგან ჟურნალისტების განმარტებით, მათი მცდელობის მიუხედავად, როგორც ხელისუფლების, ისე ოპოზიციის ზოგიერთი კანდიდატი მედიას მოსახლეობასთან დაგეგმილი შეხვედრების დროსა და ადგილს არატყობინებდა. მიუხედავად ამისა, საარჩევნო თემაზე რამდენიმე სიუჟეტი მომზადდა: გააშუქდა მარნეულისა და გარდაბნის მაჟორიტარი დეპუტატობის კანდიდატების შეხვედრებზე გაჟღერებული დაპირებები. მაუწყებელმა ვრცლად და მიუკერძოებლად გააშუქა ქვემო ქართლში „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობისა“ და „ქართული ოცნების“ წარმომადგენლებსა და მხარდამჭერებს შორის მომხდარი დაპირისპირება: ეთერში ისმოდა ორივე მხარის, ასევე არასამთავრობო სექტორის წარმომადგენელთა პოზიციები.

რადიომაუწყებელი ახალ ამბებს დაბალანსებულად და მიუკერძოებლად აშუქებდა. მნიშვნელოვან თემებს ჟურნალისტები ეთერში ხშირად უბრუნდებოდნენ და მოსახლეობას მოვლენების განვითარების შესახებ ინფორმაციას აცნობდნენ.



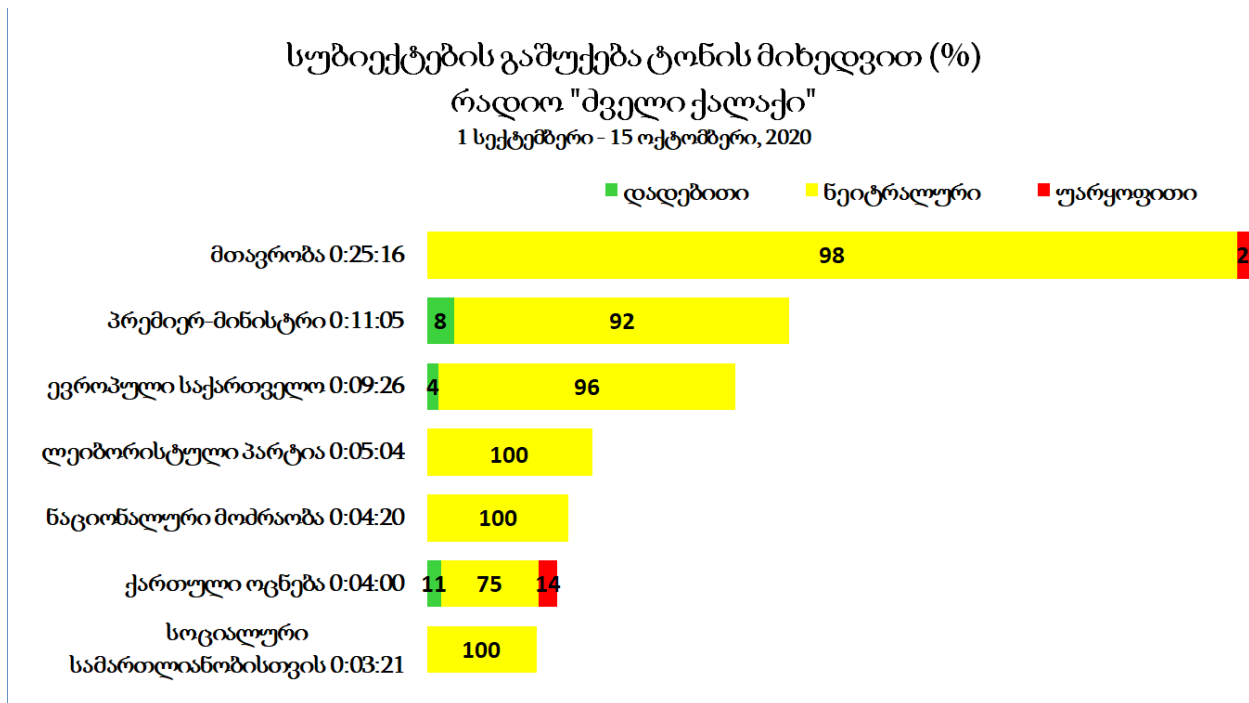
რადიო „მველი ქალაქი“ (ქ. ქუთაისი)

რადიო „მველი ქალაქი“ მოკლე საინფორმაციო გამოშვებებში, ძირითადად, ადგილობრივი სიახლეებს აშუქებდა. თუმცა, იმერეთის რეგიონში მიმდინარე მოვლენების გარდა, დრო მნიშვნელოვან ცენტრალურ ახალ ამბებსაც ეთმობოდა.

„მველმა ქალაქმა“ მონიტორინგის სუბიექტებს ჯამში საათი და 18 წუთი დაუთმო. ამ დროის 46% მთავრობისა და პრემიერ-მინისტრის გაშუქებაზე მოდიოდა, ხოლო 12% - „ევროპულ საქართველოზე“. სუბიექტები მეტწილად ნეიტრალურ ტონში გაშუქდნენ; მაღალი იყო ირიბი საუბრის წილიც, საშუალოდ, 82%.

რადიომაუწყებელი ინფორმაციას მოკლედ და მშრალად გადმოსცემდა. ჟურნალისტები კითხვებს ნაკლებად სვამდნენ, ამიტომ ახალი ამბები ზედაპირული და ანალიზს მოკლებული იყო. პარტიების წინასაარჩევნო აქტივობების გაშუქებას დრო თითქმის არ დათმობია. თუმცა, საანაგრიშო პერიოდის ბოლოს გადაცემებს დაემატა ახალი რუბრიკა, სადაც მსმენელს ერთსა და იმავე საკითხებთან დაკავშირებით (სოციალური თემები, ქუთაისის საპარლამენტო ქალაქის სტატუსი და ა.შ) სხვადასხვა პოლიტიკური პარტიის მაჟორიტარობის კანდიდატების ხედვებს აცნობდნენ, რაც ამომრჩეველს სხვადასხვა პარტიის ერთმანეთთან შედარების საშუალებას აძლევდა.

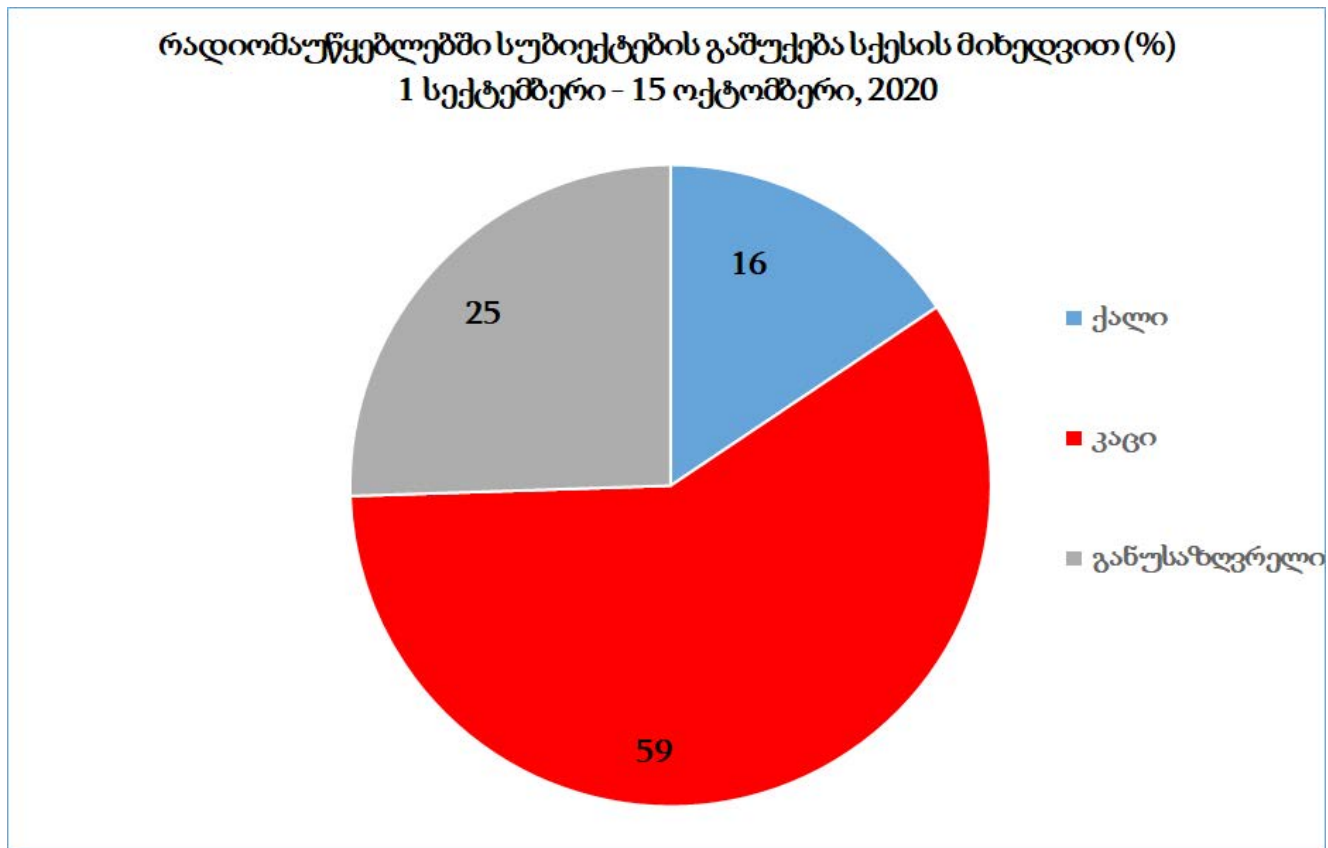
რადიომაუწყებელი ახალ ამბებს მიუკერძოებლად აშუქებდა. მის მთავარ გამოწვევად კვლავაც მოვლენების სიღრმისეული და მრავალფეროვანი გაშუქება რჩება. მნიშვნელოვანია, რომ მაუწყებელმა მეტი ყურადღება მიაქციოს ადგილობრივი ხელისუფლების საქმიანობის გაშუქებას და მსმენელს მათთვის მტკივნეულ საკითხებზე პასუხისმგებელი პირების მოსაზრებები გააცნოს; იყოს უფრო პროაქტიული ინფორმაციის მოპოვებისას, დასვას კითხვები და ფაქტების მშრალი გადმოცემით არ შემოიფარგლოს.



გენდერულად სენსიტიური გაშუქება

პროექტის ფარგლებში დაკვირვების ქვეშ მყოფ რადიომაუწყებლებში საარჩევნო თემების მონიტორინგისას დაკვირვება გენდერული ნიშნით სენსიტიურ გაშუქებაზეც ხდებოდა. ყურადღება ექცეოდა ისეთ გაშუქებას და ტერმინების გამოყენებას, რომელიც აძლიერებს საზოგადოებაში დამკვიდრებულ გენდერულ სტერეოტიპებს.

ქალი პოლიტიკოსების და ქალი კანდიდატების გაშუქებას რადიოარხების საინფორმაციო გამოშვებებში ცოტა დრო ეთმობოდა.



მონიტორინგის შედეგები გვიჩვენებს, რომ რადიომაუწყებლები გენდერული სტერეოტიპების გავრცელებას ხელს არ უწყობდნენ. ეთერში არ ისმოდა სექსისტური, ჰომოფობიური და რომელიმე გენდერული ნიშნის მიმართ სიძულვილის ან საფრთხის შემცველი განცხადებები. თუმცა, ჟურნალისტები, სხვადასხვა თემების გაშუქებისას ვერ ახერხებდნენ, რომ გენდერული საკითხები წინ წამოეწიათ და პრობლემები გენდერულ ჭრილშიც განხილათ.

დასკვნა

წინა საანგარიშო პერიოდის მსგავსად, რადიომაუწყებლები ექსკლუზიურ კონტენტს ახლაც ვერ ქმნიან და რადიოარხების უმეტესობის ეთერში ერთი და იგივე თემები ტრიალებს. მათ მიერ მომზადებულ ახალ ამბებში ხშირად ახალი და აქტუალური არაფერი იყო.

რადიოარხების მთავარ პრობლემად კვლავაც მოვლენების პასიური გაშუქება რჩება. ახალი ამბები პოლიტიკოსთა ურთიერთსაპირისპირო განცხადებებს ეფუძნება და არა ჟურნალისტის მიერ მოპოვებულ მასალებს. შესაბამისად, რადიოეთერი პოლიტიკოსებისთვის ტრიბუნის მიცემას უფრო ემსახურება, ვიდრე მსმენელის სრულფასოვნად ინფორმირებას.

რადიომაუწყებლების ნაწილი ხელისუფლების მისამართით გამოთქმული კრიტიკული განცხადებების გაჟღერებასაც არ ერიდებოდა და ეთერში პოლიტიკოსთა ურთიერთსაპირისპირო კომენტარებიც ისმოდა, მაგრამ კვლავაც არ ჩანდა ჟურნალისტის როლი, რომ კრიტიკა მის მიერ მოპოვებულ მასალებს დაფუძნებოდა და არა ოპონენტთა შეფასებებს.

რადიომაუწყებლების უმეტესობა რომელიმე პოლიტიკური გუნდის მიმართ მიკერძოებულ დამოკიდებულებას არ ავლენდა, ახალი ამბების გაშუქებისას ჟურნალისტები სუბიექტურ შეფასებებს არ აკეთებდნენ. ახალი ამბები დაბალანსებულად, თუმცა მშრალად და ზედაპირულად შუქდებოდა. რადიოს ჟურნალისტები ვერ ახერხებდნენ პრობლემების წინ წამოწევას და პოლიტიკოსთა დღის წესრიგში დაყენებას, პასუხისმგებელი პირების მიმართ კითხვების დასმას, და ამომწურავი პასუხების მიღებას, ფაქტების გადამოწმებასა და რაც მთავარია, თემის ბოლომდე მიყოლას.

