



რეგიონალური ტელევიზიების ახალი ამბების  
მონიტორინგი  
წინასაარჩევნო პერიოდში

პროექტი # S-12-155

საანგარიშო პერიოდი: 10-16 სექტემბერი, 2012 წელი

*პროექტის ხანგრძლივობა: 11 ივნისი-10 დეკემბერი, 2012*  
*პროექტის ბიუჯეტი: 31 000 დოლარი*

**მონიტორინგის შედეგზე ეტაპის ძირითადი მიგნებებია:**

- რეგიონალურ ტელეარხებზე მონიტორინგის სუბიექტების ძალიან მცირე ნაწილს ეთმობა დრო ;
- სიუჟეტების უმეტესობა სუბიექტების აქტივობების შესახებ ზედაპირულ ინფორმაციას შეიცავს და არ წარმოაჩენს საკითხის ირგვლივ არსებულ განსხვავებულ ან კრიტიკულ მოსაზრებებს;
- მოიმატა ერთიანი ნაციონალური მოძრაობისა და კოალიცია "ქართული ოცნების" აქტივობების გაშუქებამ;
- ხშირ შემთხვევაში ჟურნალისტის ტექსტი არ არის ნეიტრალური;
- ხშირ შემთხვევაში კულტურისა და სპორტის სიახლეების შესახებ მომზადებული სიუჟეტები პოლიტიზირებულია.

ანგარიში წარმოადგენს "ინტერნიუსი - საქართველოს" მონიტორინგის ჯგუფის მიერ 2012 წლის 10-16 სექტემბრის მანძილზე ჩატარებული კვლევის შედეგებს. მედიის მონიტორინგი ხელს უწყობს მისი პროფესიული სტანდარტის ზრდას და დამოუკიდებელი, მიუკერძოებელი ჟურნალისტიკის განვითარებას. ჩვენი კვლევის მიზანია საქართველოს რეგიონალური ტელამაუწყებლების მთავარ საინფორმაციო გადაცემებზე დაკვირვებით გამოვავლინოთ მედიის მიერ წინასაარჩევნო კამპანიის გაშუქების მიმდინარეობა და ტენდენციები.

**ანალიზი და მეთოდოლოგია**

კვლევა განხორციელდა საქართველოს 20 რეგიონალურ ტელემაუწყებელზე: "25-ე არხი" (ქ. ბათუმი), "რიონი" (ქ. ქუთაისი), ქვემო ქართლის ტელე/რადიო კომპანია (ქ. რუსთავი), "ოდიში" (ქ. ზუგდიდი), "თანამგზავრი" (ქ. თელავი), "მე-9 არხი" (ქ. ახალციხე), "თრიალეთი" (ქ. გორი), "გურია" (ქ. ოზურგეთი), "იმერვიზია" (ჭიათურა), "არგო" (ქ. ზესტაფონი), "გურჯაანი" (ქ. გურჯაანი), "ბორჯომი" (ქ. ბორჯომი), მარნეული ტვ (ქ. მარნეული), "ლტვ" (ქ. ლაგოდეხი), "მე-12 არხი" (ქ. ბოლნისი), "მეგა ტვ" (ქ. ხონი), "ზარი" (ქ. სამტრედია), "მე-9 ტალა" (ქ. ფოთი), "ქრონიკა" (ქ. დუშეთი), "ეგრისი" (ქ. სენაკი).

10-16 სექტემბრის მანძილზე საინფორმაციო გადაცემები ჯერჯერობით ისევ არ ჰქონდათ ტელეკომპანია "ქრონიკას" (ქ. დუშეთი) და "ეგრისს" (ქ.სენაკი).

დაკვირვება მიმდინარეობდა რეგიონალური ტელემაუწყებლების სადამოს მთავარ საინფორმაციო გამოშვებებზე ე.წ. “პრაიმ-ტაიმის” პერიოდში, როდესაც მაყურებელთა რაოდენობა პიკს აღწევს.

პროექტში გამოყენებული მეთოდოლოგია ეფუძნება რაოდენობრივ და თვისებრივ კვლევებს. რაოდენობრივი მონიტორინგი განსაზღვრავს რაოდენობრივ ინდიკატორებს, რომლებიც შეიძლება დაითვალოს და გაანალიზდეს. ხოლო თვისებრივი მონიტორინგი გამოიყენება მედიის საშუალებების მუშაობის ეფექტურობის შესაფასებლად ისეთ მაჩვენებლებთან მიმართებაში, როგორცაა ეთიკური ან პროფესიონალური სტანდარტები, რომელთა რაოდენობრივად გაზომვა რთულია. კერძოდ, ყურადღება ექცეოდა ინფორმაციის დამახინჯების, დაუბალანსებელი გაშუქების, ტენდენციურობის და ნებისმიერ ისეთ ფაქტს, რომელიც მნიშვნელოვანია ინფორმაციის ხარისხის წარმოსადგენად.

რაოდენობრივი მონაცემები მოიცავს ეთერში გასული იმ სიუჟეტების ქრონომეტრაჟს (წამი), რომლებიც ჩვენს მიერ წინასწარ შერჩეულ სუბიექტებს შესახებ მომზადდა ან სადაც ისინი ნახსენები იყვნენ.

დიაგრამებზე სუბიექტებისთვის დათმობილი დრო მოცემულია წამებში. თუ დიაგრამაზე რომელიმე პოლიტიკური პარტია, რომელიც მონიტორინგის სუბიექტს წარმოადგენს, არ არის წარმოდგენილი, ეს იმას ნიშნავს, რომ ამ პერიოდში ამა თუ იმ არხზე მას დრო საერთოდ არ დაეთმო.

პირდაპირი და ირიბი გაშუქება გვიჩვენებს, სიუჟეტში სუბიექტი თვითონ საუბრობს თუ მასზე საუბრობენ სხვები: ჟურნალისტი ან სხვა რესპონდენტები. დიაგრამებზე პირდაპირი და ირიბი გაშუქება მოცემულია პროცენტებში. 100 პროცენტად აღებულია თითოეული სუბიექტისთვის ამა თუ იმ არხზე დათმობილი დრო.

გაშუქების ტონი ენიჭება სუბიექტს მაშინ, როცა მასზე საუბრობენ ირიბად და ასევე მაშინ, როდესაც ის თვითონ საუბრობს თავის თავზე, სხვა სუბიექტებზე ან ზოგად საკითხებზე. დიაგრამებზე ნაჩვენებია ტონის სამი კატეგორია: პოზიტიური, ნეიტრალური და ნეგატიური. გაშუქების ტონი მოცემულია პროცენტებში. 100 პროცენტად აღებულია თითოეული სუბიექტისთვის ამ არხზე დათმობილი დრო.

## რეგიონალური ტელევიზიების ახალი ამბების მონიტორინგი

საინფორმაციო გამოშვებებზე დაკვირვებისას ასევე ყურადღება ექცეოდა იმას, რომელ მოვლენებს აშუქებდნენ ტელეკომპანიები რეგიონალურს თუ ცენტრალურს.

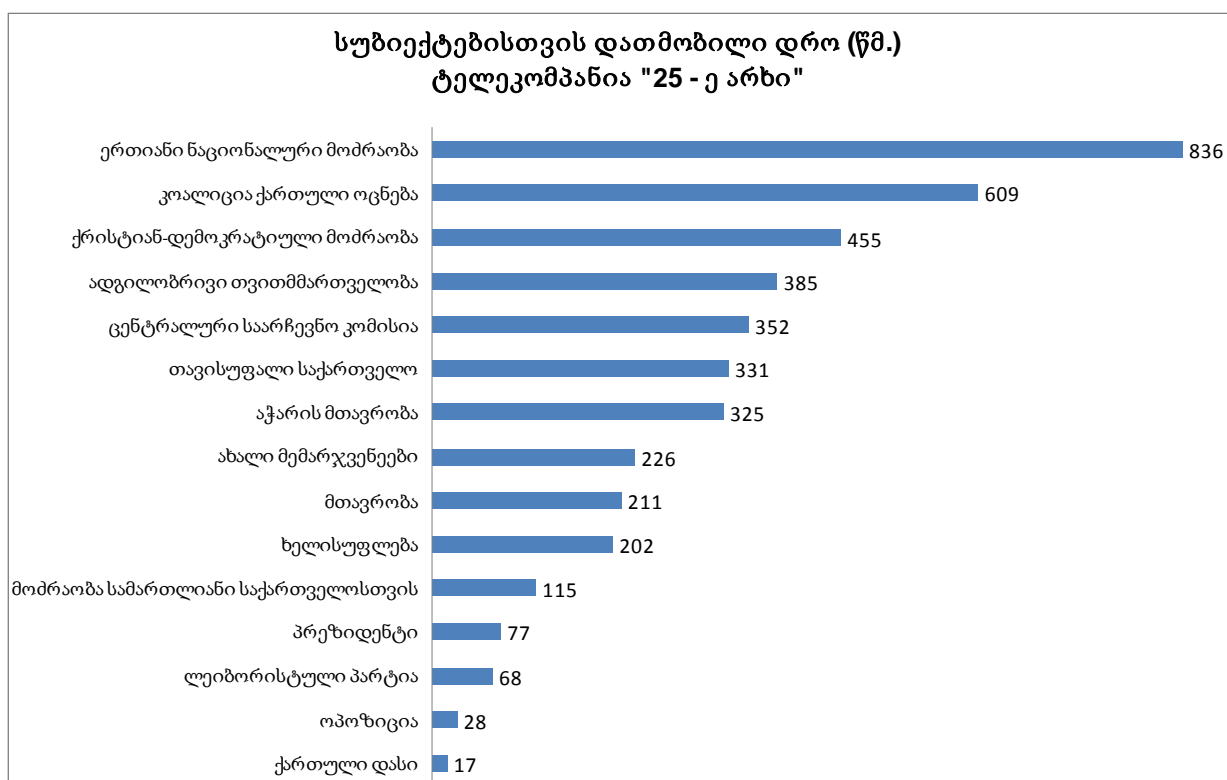
თვისებრივი მონაცემების საფუძველზე მოხდება მედიის მუშაობის ეფექტურობის ეთიკური ან პროფესიული სტანდარტების დაცვის თვალსაზრისით შეფასება. თვისებრივი ნაწილი აერთიანებს ისეთ კომპონენტებს როგორცაა ბალანსი, ანუ რამდენად არის სიუჟეტებში წარმოდგენილი გაშუქებული საკითხის გარშემო რამდენიმე განსხვავებული მოსაზრება; სიზუსტე (არის თუ არა შეცდომები სახელწოდებებში, რიცხვებში, რესპონდენტების ვინაობაში), გამოყენებული ლექსიკა და ყველა იმ მნიშვნელოვან ასპექტს რომელიც არ იზომება რაოდენობრივად. ასევე ყურადღება ექცევა საინფორმაციოებში კადრებითა და მუსიკით მანიპულირების შემთხვევებს.

მონიტორინგის სუბიექტები არიან: პარლამენტი (სპიკერი, ვიცე-სპიკერები, პარლამენტის წევრები, კომიტეტები, აპარატი); პრეზიდენტი (პრეზიდენტის ადმინისტრაცია, მრჩეველები, პრეს-სპიკერი); მთავრობა (პრემიერ-მინისტრი, მინისტრები, მინისტრის მოადგილეები, გუბერნატორები); ხელისუფლება (სპეციფიკაციის გარეშე, ანუ როდესაც დაუკონკრეტებლად ახსენებენ); ადგილობრივი თვითმმართველობა (მერები, საკრებულოების და გამგეობების თავმჯდომარეები); ცენტრალური საარჩევნო კომისია; არჩევნების დამკვირვებლები; სახელმწიფო აუდიტის სამსახური (არჩევნების კონტექსტში); ამომრჩეველთა სიების დაზუსტების უზრუნველყოფის კომისია („სია“); ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა; ქართული ოცნება - დემოკრატიული საქართველო; კოალიცია ქართული ოცნება; თავისუფალი დემოკრატები; ეროვნული ფორუმი; საქართველოს რესპუბლიკური პარტია; საქართველოს კონსერვატიული პარტია; ხალხის პარტია; საქართველოს გზა; თავისუფალი საქართველო; ახალი მემარჯვენეები; დემოკრატიული მოძრაობა - ერთიანი საქართველოსთვის; ეროვნულ-დემოკრატიული პარტია; ლეიბორისტული პარტია; მრეწველობა გადაარჩენს საქართველოს; საქართველოს დემოკრატიული პარტია; ქართული დასი; ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა; ევროპელი დემოკრატები; ამომრჩეველთა ლიგა; სახალხო კრება; ოპოზიცია (სპეციფიკაციის გარეშე, ანუ როდესაც დაუკონკრეტებლად ახსენებენ).

ეს სია საბოლოო არაა და შეიძლება შეიცვალოს იმ შემთხვევაში, თუ გამოჩნდება არჩევნებთან დაკავშირებული ახალი სუბიექტი.

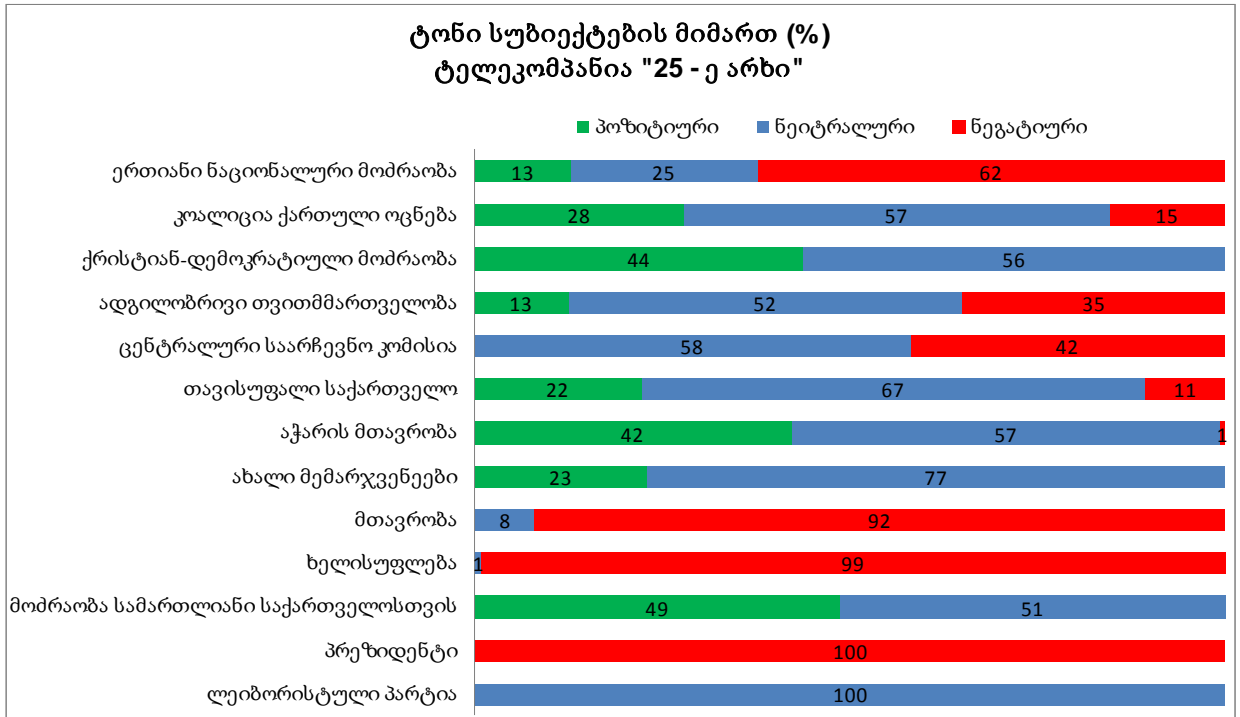
**საინფორმაციო გამოშვებების მონიტორინგის შედეგები არხების მიხედვით:**

**"25-ე არხი" (ქ. ბათუმი)** - საინფორმაციო გადაცემებში ყველაზე მეტი დრო, 14 წუთი ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას დაეთმო. 10 წუთი დაეთმო კოალიცია "ქართული ოცნების" გაშუქებას; 8 წუთი წილად ხვდა ქრისტიან-დემოკრატიულ მოძრაობას, ხოლო 6-6 წუთი დაეთმოთ ადგილობრივ თვითმმართველობას, ცენტრალურ საარჩევნო კომისიას, თავისუფალ საქართველოს და აჭარის მთავრობას.

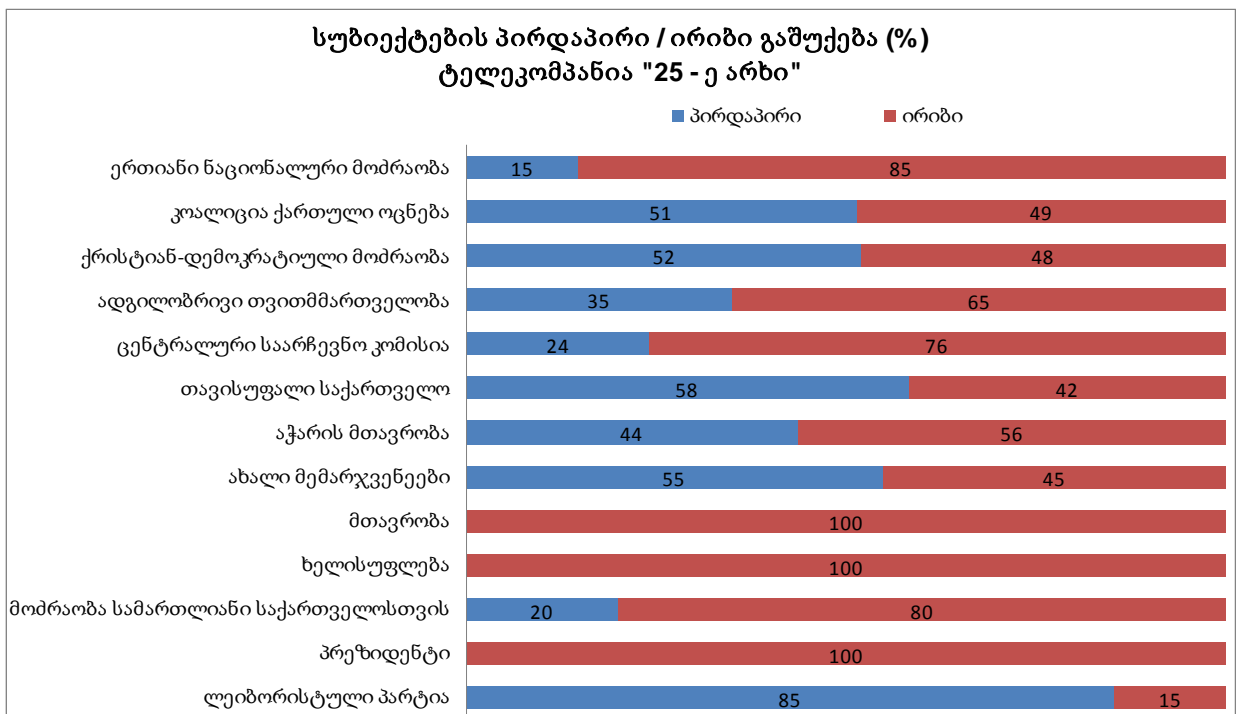


სუბიექტების გაშუქებისას სამივე ტონი დაფიქსირდა. თუმცა რამდენიმე სუბიექტს (ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა, აჭარის მთავრობა, ახალი მემარჯვენეები, მოძრაობა სამართლიანი საქართველოსთვის) მხოლოდ პოზიტიურ და ნეიტრალურ ან მხოლოდ ნეიტრალურ და ნეგატიურ (ცენტრალური საარჩევნო კომისია, მთავრობა, ხელისუფლება) ტონებში აშუქებდნენ.

რეგიონალური ტელევიზიების ახალი ამბების მონიტორინგი



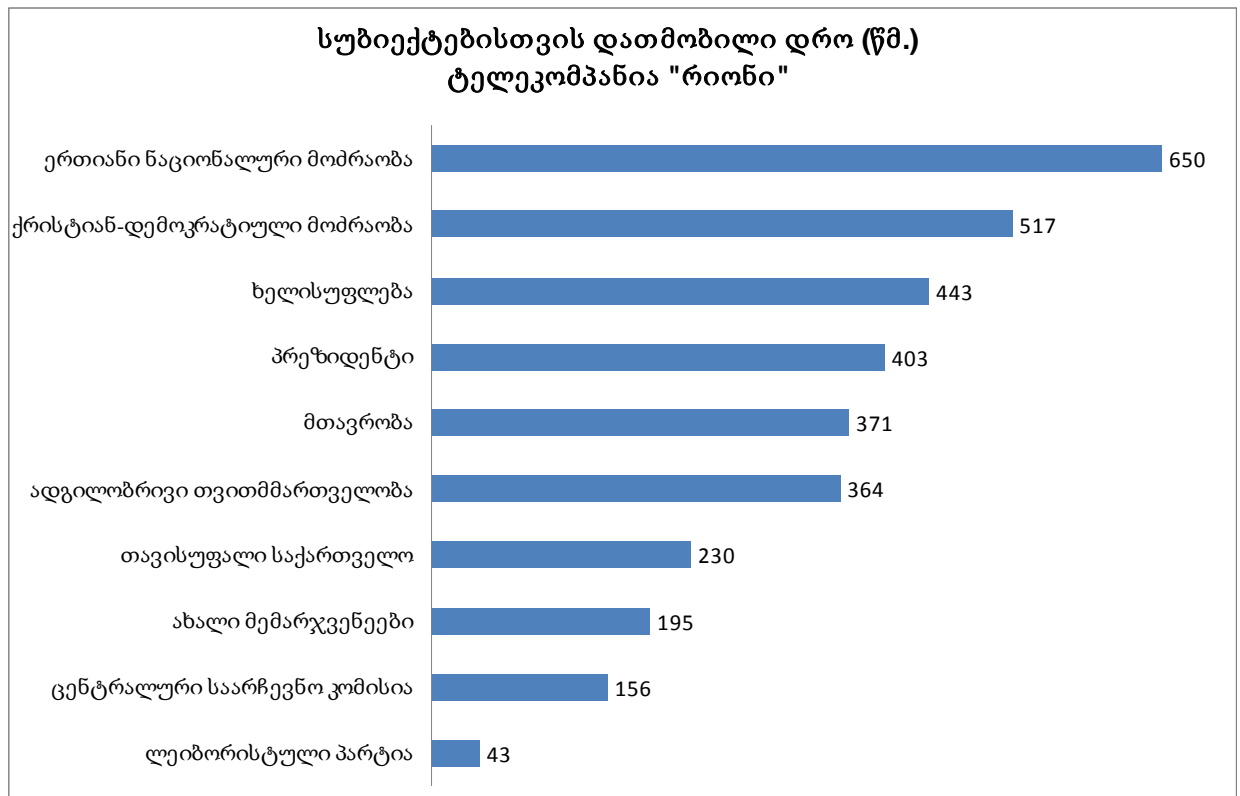
სუბიექტების გაშუქებისას პირდაპირი-ირიბი საუბრის მაჩვენებელი ხშირ შემთხვევაში თანაბარი იყო. ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის შემთხვევაში ირიბი (85%) საუბარი ბევრად სჭარბობდა პირდაპირს (15%). ასევე ცენტრალური საარჩევნო კომისიის გაშუქებისას - 76% / 24%. საუბრის ასივე პროცენტი არაპირდაპირი იყო მთავრობის მიმართ (გაშუქების 4 წუთი).



## რეგიონალური ტელევიზიების ახალი ამბების მონიტორინგი

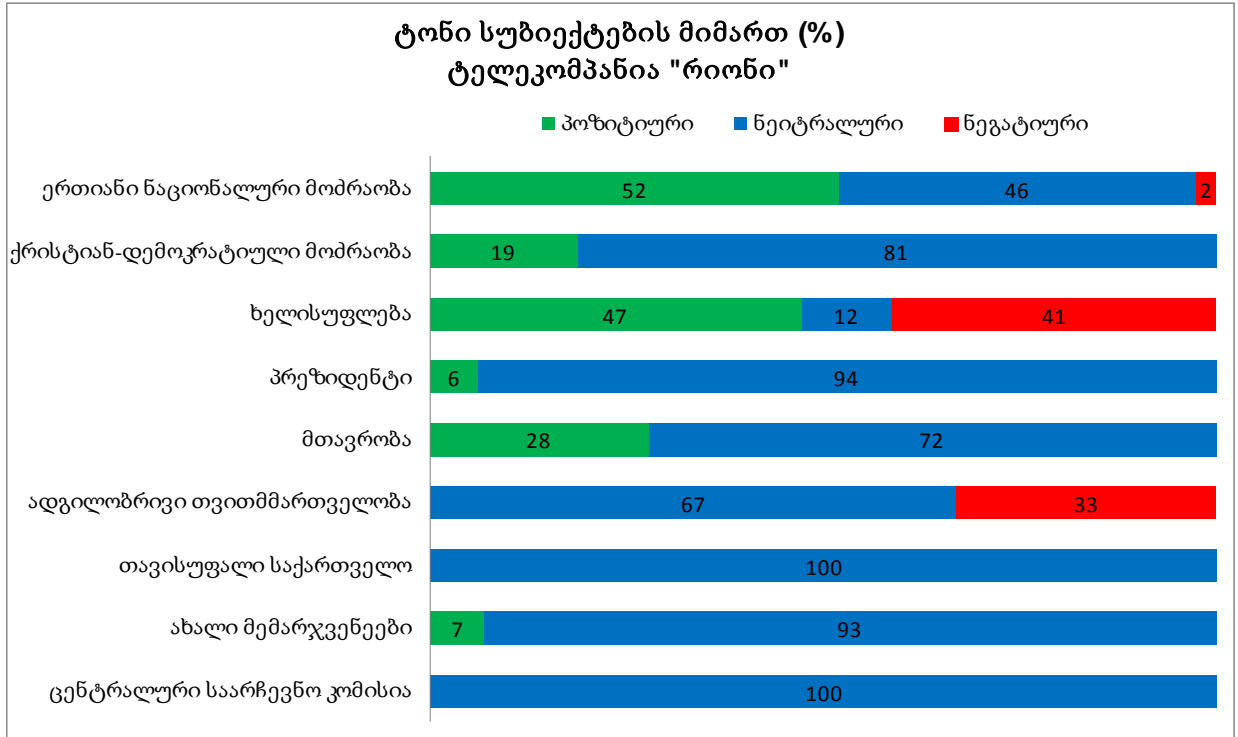
საანგარიშო პერიოდში ტელეკომპანიამ მონიტორინგის ბევრ სუბიექტს დაუთმო დრო. საინფორმაციო გამოშვებების სიუჟეტები უმეტესწილად დაბალანსებულია, იგრძნობა ჟურნალისტის მცდელობა გააშუქოს ყველა მხარის პოზიცია. თუმცა, ერთ-ერთ სიუჟეტში აშკარად ჩანდა ჟურნალისტის უარყოფითი დამოკიდებულება რესპონდენტის მიმართ. კერძოდ, 14 სექტემბრის სიუჟეტში განხილული იყო რამდენიმე პოლიტიკური პარტიის ქალი მაჟორიტარი დეპუტატობის კანდიდატების პოლიტიკაში წასვლის მოტივები. სიუჟეტში გაშუქებული იყო პოლიტიკური პარტია "ქართული დასის" ხელვაჩაურის რაიონის მაჟორიტარი დეპუტატობის კანდიდატის, რუსუდან მალაყმადის საქმიანობა. ჟურნალისტის განცხადებით: „რუსუდან მალაყმადე მთავარ აქცენტებს ჯანდაცვის საკითხებზე აკეთებს, თუმცა როგორ უნდა გადაჭრას ეს პრობლემა თუ არჩევნებში გაიმარჯვებს, არ იცის“. ჟურნალისტის ეს სუბიექტური მოსაზრება არ დასტურდება შემდგომში თავად რუსუდან მალაყმადესთან ინტერვიუს დროს. რესპონდენტი არ ამბობს, რომ არ იცის როგორ გადაჭრას ჯანდაცვის სფეროში არსებული პრობლემები.

**"რიონი" (ქ. ქუთაისი)** - საინფორმაციო გამოშვებებში ყველაზე მეტი დრო დაეთმოთ ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას (12 წთ.) და ქრისტიან-დემოკრატიულ მოძრაობას (9 წთ.). გაშუქების 7-7 წუთი წილად ხვდათ ხელისუფლებას და პრეზიდენტს, 6-6 წუთი - მთავრობას და ადგილობრივ თვითმმართველობას.



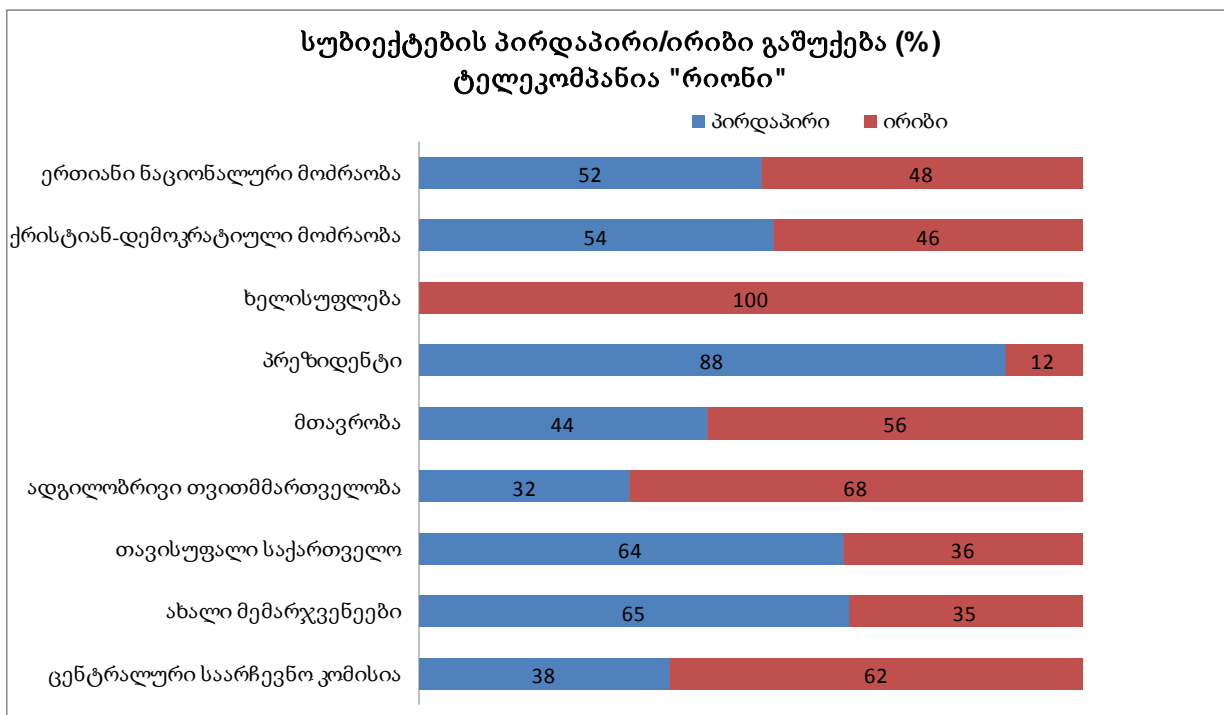
რეგიონალური ტელევიზიების ახალი ამბების მონიტორინგი

სუბიექტებზე ძირითადად ნეიტრალურ და პოზიტიურ ტონებში საუბრობდნენ. ნეგატიური ტონი გამოვლინდა ხელისუფლებაზე (41%) და ადგილობრივ თვითმმართველობაზე (33%) საუბრისას. აღსანიშნავია, რომ ადგილობრივ თვითმმართველობაზე მხოლოდ ნეიტრალურ და ნეგატიურ ტონებში საუბრობდნენ.



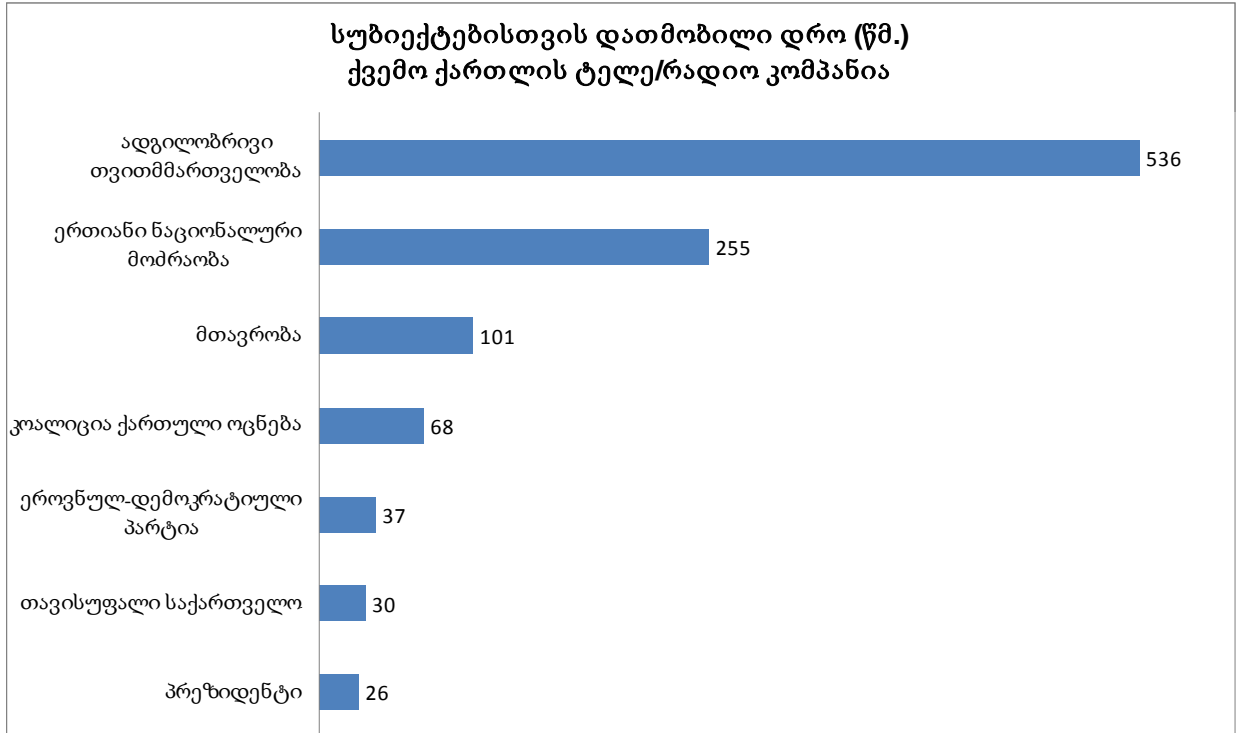
სუბიექტების გაშუქებისას პირდაპირი/ირიბი საუბარის მაჩვენებელი თითქმის თანაბარი იყო. მხოლოდ პრეზიდენტის შემთხვევაში პირდაპირი (88%) ბევრად სჭარბობდა ირიბს (12%).



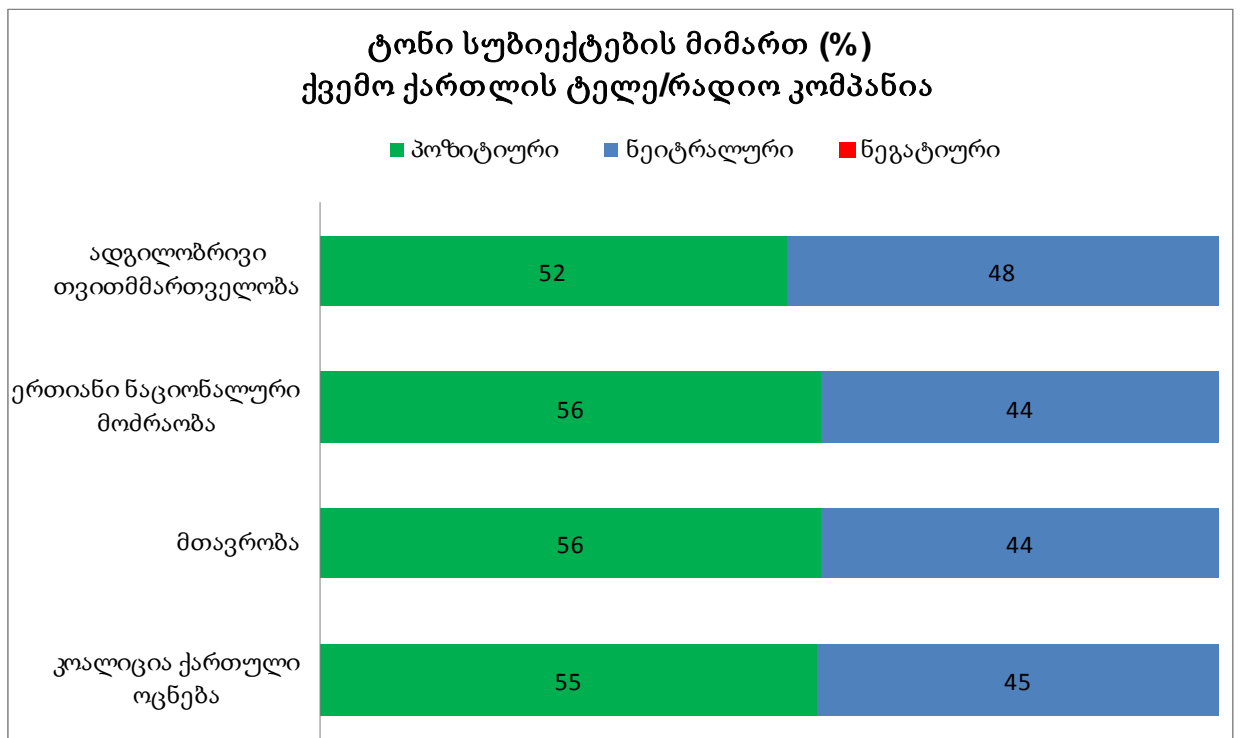


საანგარიშო პერიოდში ტელეკომპანია „რიონის“ საინფორმაციო გამოშვებებში აქტიურად შუქდებოდა როგორც რეგიონში, ასევე ზოგადად ქვეყანაში მიმდინარე პოლიტიკური მოვლენები. პოლიტიკური სუბიექტების წინასაარჩევნო კამპანიის გაშუქებისას ყველაზე დიდი დრო ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის აქტივობების ჩვენებას დაეთმო. ასევე გაშუქდა ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობის (9 წთ.), თავისუფალი საქართველოს (4 წთ.) და ახალი მემარჯვენეების (3 წთ.) წინასაარჩევნო ღონისძიებები. აღსანიშნავია, რომ ჟურნალისტის ტექსტი თითქმის ყოველთვის მიუკერძოებელია, იგი საკუთარ აზრს არ აფიქსირებს, თუმცა ზოგჯერ ფაქტები მხოლოდ დადებით კონტექსტშია ნაჩვენები და არ არის წარმოდგენილი განსხვავებული პოზიციები.

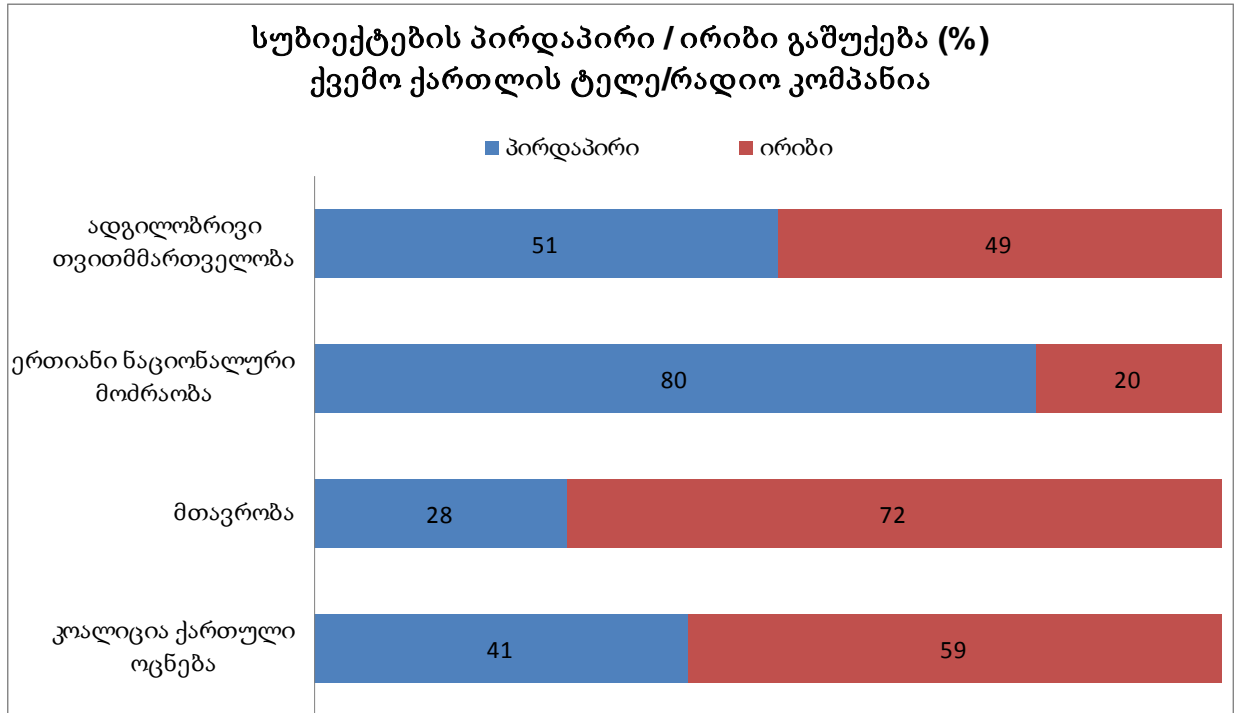
**ქვემო ქართლის ტელე/რადიო კომპანია (ქ. რუსთავი)** - საინფორმაციო გამოშვებებში ყველაზე მეტი დრო (9 წთ.) ადგილობრივ თვითმმართველობას დაეთმო. გაშუქების 4 წუთი წილად ხვდა ერთიანი ნაციონალური მოძრაობას, ხოლო 2 წუთი - მთავრობას. მონიტორინგის სხვა სუბიექტები ფაქტიურად არ გაშუქებულან.



გაშუქებულ სუბიექტებზე თანაბრად საუბრობდნენ მხოლოდ პოზიტიურ და ნეიტრალურ ტონებში:



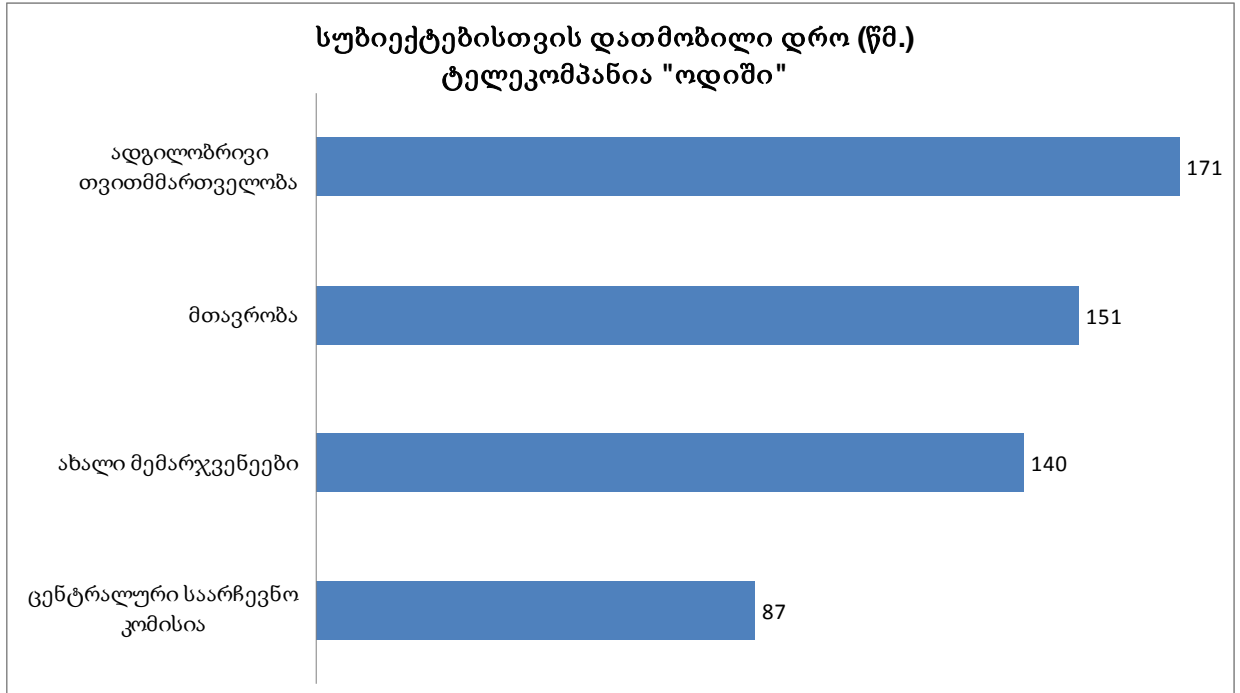
პირდაპირი გაშუქების მაღალი მაჩვენებელი ჰქონდა ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას - 80%.



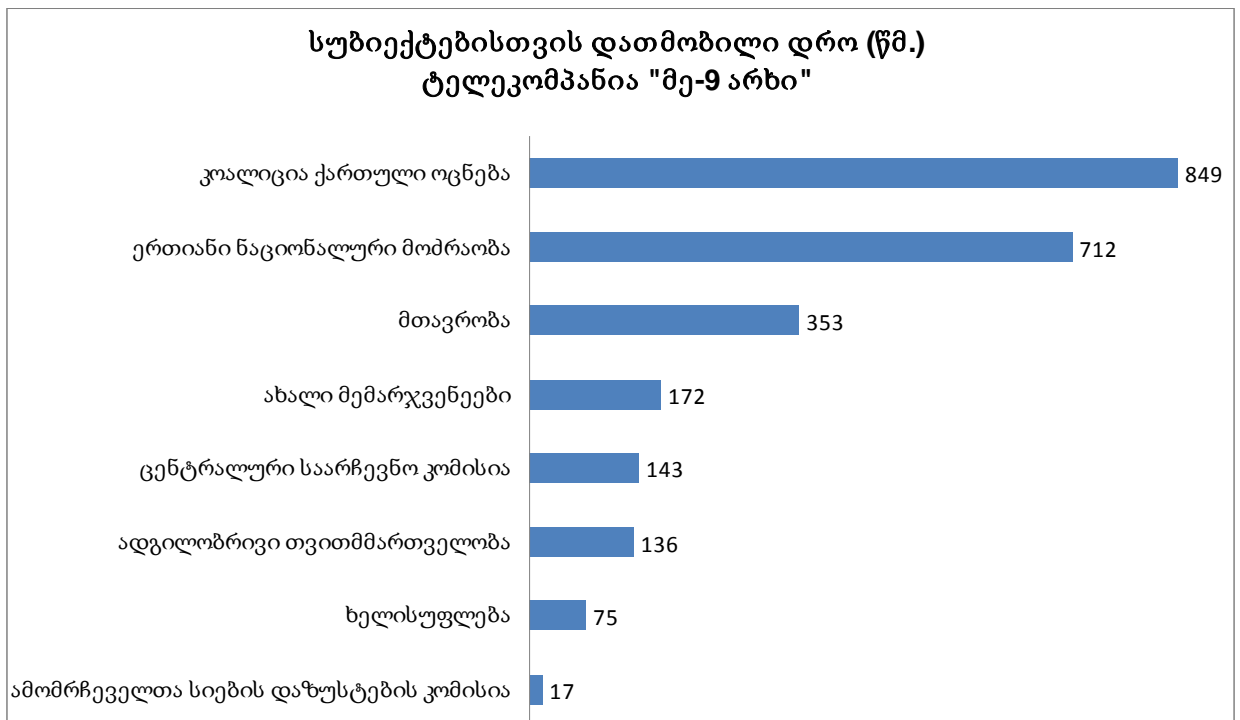
საანგარიშო პერიოდში ტელევიზია ძირითადად ქალაქ რუსთავში მიმდინარე ინფრასტრუქტურულ პროექტებს აშუქებდა. კერძოდ, ბაღების და სკვერების რეაბილიტაცია, შიდა კვარტალური ეზოების მოწყობა თუ გზების მშენებლობა. აქედან გამომდინარე, ადგილობრივ თვითმმართველობას დაახლოებით იმდენივე დრო ეთმობოდა, რამდენიც ყველა სხვა სუბიექტს ერთად.

აღსანიშნავია, რომ საანგარიშო პერიოდში ოპოზიციური პარტიების წარმომადგენლებს ძალიან მცირე დრო დაეთმოთ. მაგალითად, 14 სექტემბრის საინფორმაციო გამოშვების მეშვიდე სიუჟეტი, რომელშიც ნაჩვენებია იყო კვალიცა "ქართული ოცნების" მაჟორიტარი დეპუტატობის კანდიდატის ზვიად ძიძიგურის შეხვედრა რუსთავის საზოგადო მოღვაწეებთან, მოულოდნელად წყდება, როგორც კი ზვიად ძიძიგური საუბარს იწყებს.

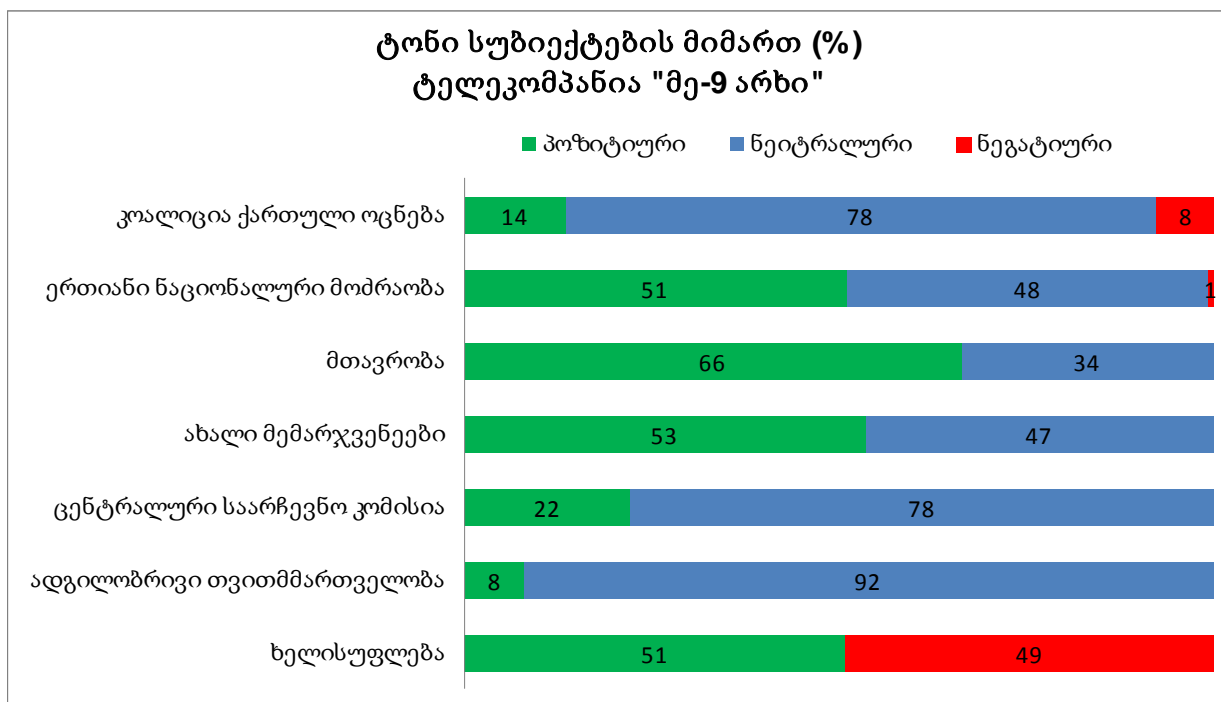
**"ოდიში" (ქ. ზუგდიდი)** - მონიტორინგის სუბიექტებიდან ყველაზე მეტი დრო, დაახლოებით 3-3 წუთი, დაეთმოთ ადგილობრივ თვითმმართველობას და მთავრობას, ხოლო 2 წუთი - ახალ მემარჯვენებს. სუბიექტების გაშუქების ტონი პოზიტიური და ნეიტრალური იყო. თუმცა, აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ სუბიექტებისთვის დათმობილი მცირე დროის გამო მონაცემების გაანალიზება ტონის და პირდაპირი/ირიბი გაშუქების მიხედვით აზრს კარგავს. საანგარიშო პერიოდის მონიტორინგის შედეგები არც თვისებრივი ანალიზის საშუალებას იძლევა.



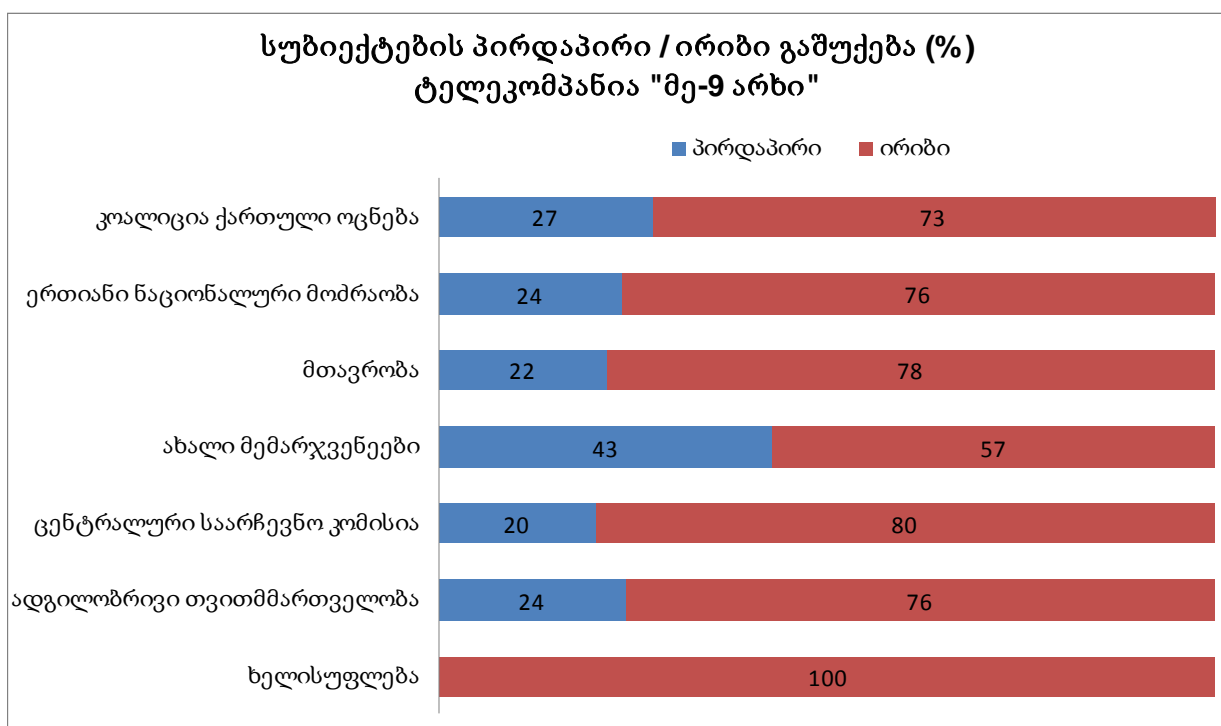
**"მე-9 არხი" (ქ. ახალციხე)** - საინფორმაციო გადაცემებში ყველაზე მეტი დრო, 14 წუთი, კოალიცია "ქართულ ოცნებას" დაეთმო. გაშუქების 12 წუთი წილად ხვდა ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას, 6 წუთი - მთავრობას, 3 წუთი - ახალ მემარჯვენეებს.



სუბიექტებზე ძირითადად ნეიტრალურ და დადებით ტონებში საუბრობდნენ. კოალიცია "ქართულ ოცნებაზე" საუბრისას გამოვლინდა უარყოფითი ტონიც (8%).



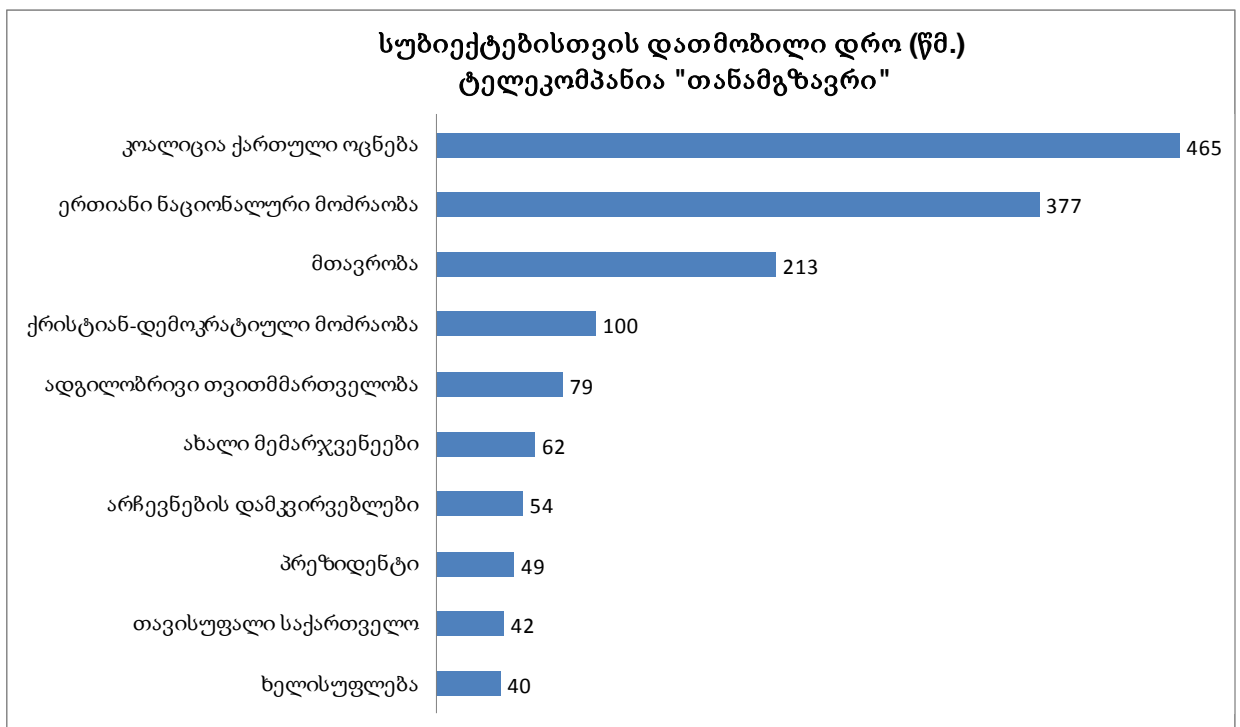
სუბიექტების გაშუქებისას ირიბი საუბარი ბევრად სჭარბობდა პირდაპირს:



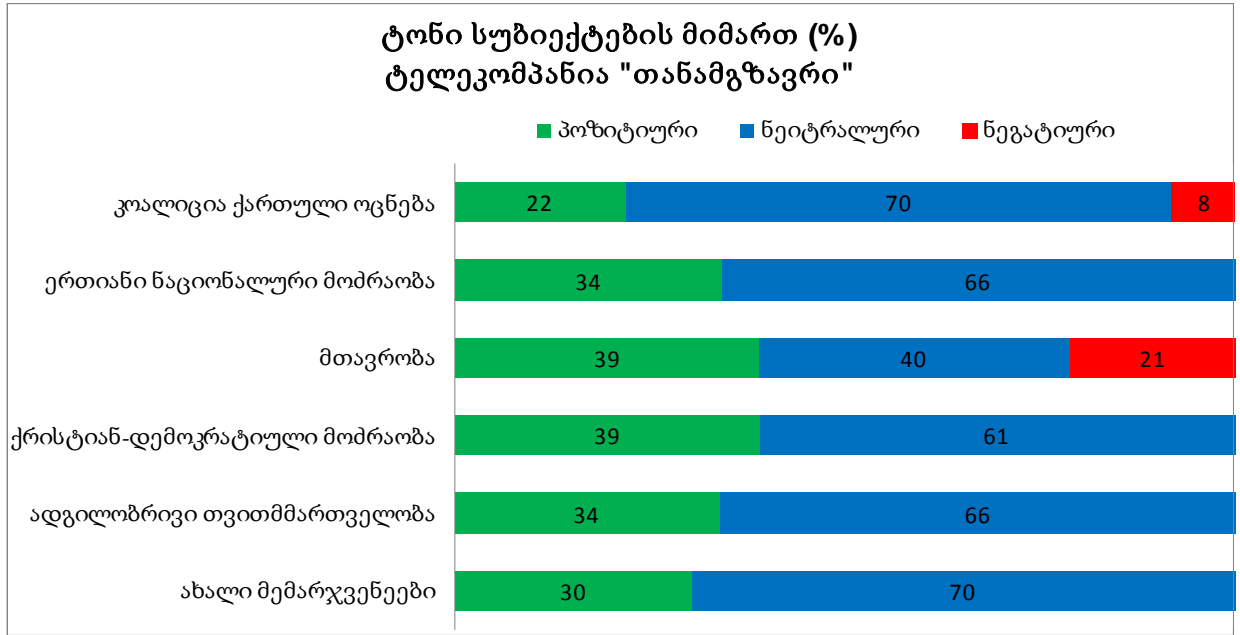
საანგარიშო პერიოდში ტელეკომპანია „მე-9 არხი“ მონიტორინგის სუბიექტებს აქტიურად აშუქებდა. ამათგან, დროის 63% კვალიცია „ქართულ ოცნებასა“ და ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას დაეთმო. „ქართული ოცნება“ ძირითადად ნეიტრალურ ტონში შუქდებოდა, მმართველ პარტიას კი დროის უმეტესობა პოზიტიურ ტონში დაეთმო. ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის მაჟორიტარი დეპუტატობის კანდიდატის გაშუქებისას აქცენტი კეთდებოდა ისეთ ასპექტებზე, რაც დამატებით პოზიტიურ განწყობას ქმნიდა. მაგალითად:

10 სექტემბრის საინფორმაციო გამოშვების პირველ სიუჟეტში ჟურნალისტი ამბობს: „ვაჟა ჩიტაშვილს, გამოსვლის დროს, მოსახლეობამ აპლოდისმენტებით სიტყვა რამდენჯერმე გააწყვეტინა“. მსგავს ასპექტებზე ხაზგასმა, მაშინ როდესაც აპლოდისმენტები არც კადრში ჩანს და არც ხმა ისმის, ტოვებს შთაბეჭდილებას, რომ ჟურნალისტის ტექსტი ნეიტრალური არ არის.

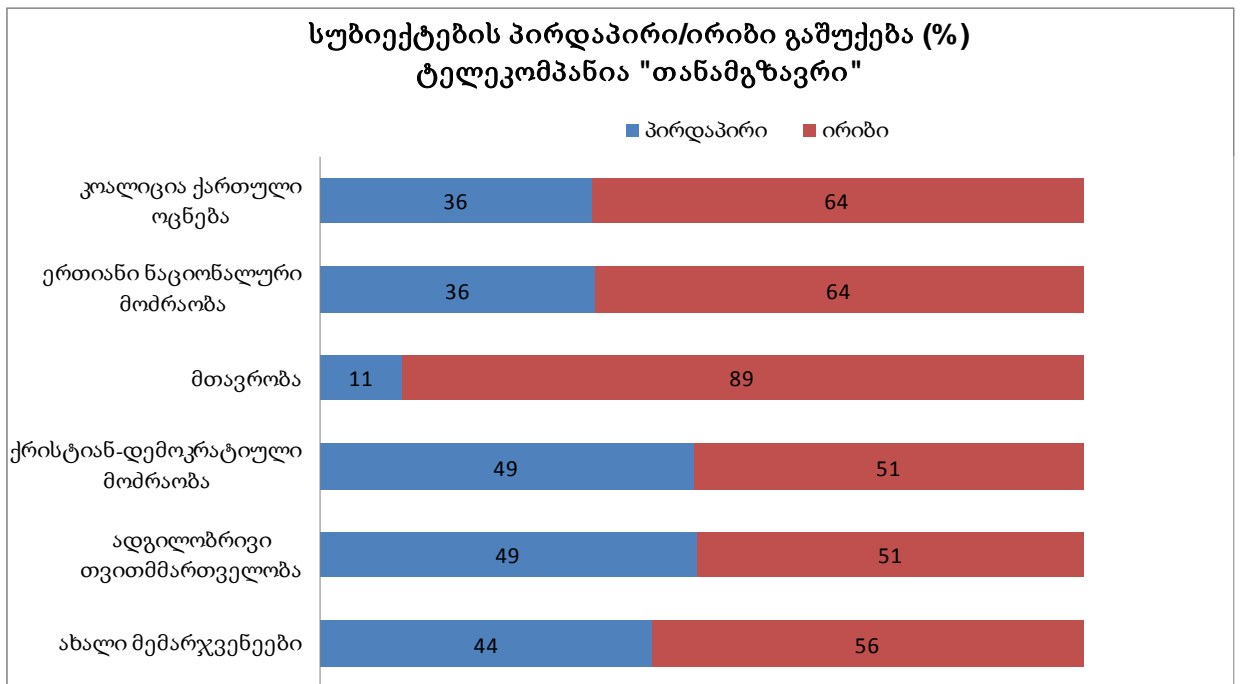
**"თანამგზავი" (თელავი)** - მონიტორინგის სუბიექტებიდან საინფორმაციო გამოშვებებში ყველაზე მეტი დრო, 8 წუთი, კოალიცია "ქართულ ოცნებას" დაეთმო. გაშუქების 6 წუთი წილად ხვდა ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას, 4 წუთი - მთავრობას.



ყველაზე ხშირად გაშუქებულ სუბიექტებზე ძირითადად ნეიტრალურ და პოზიტიურ ტონებში საუბრობდნენ. ნეგატიური ტონი დაფიქსირდა კოალიცია "ქართულ ოცნებაზე" (8%) და მთავრობაზე (21%) საუბრისას.

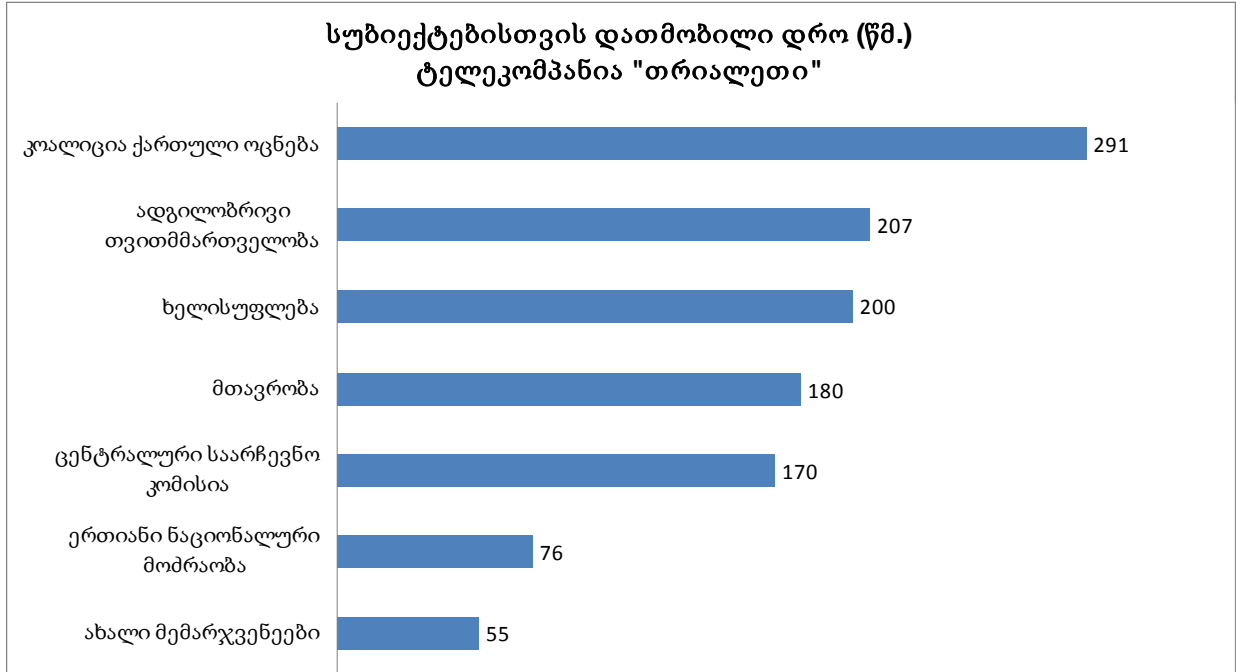


სუბიექტების გაშუქებისას ირიბი საუბარი სჭრებოდა პირდაპირს:



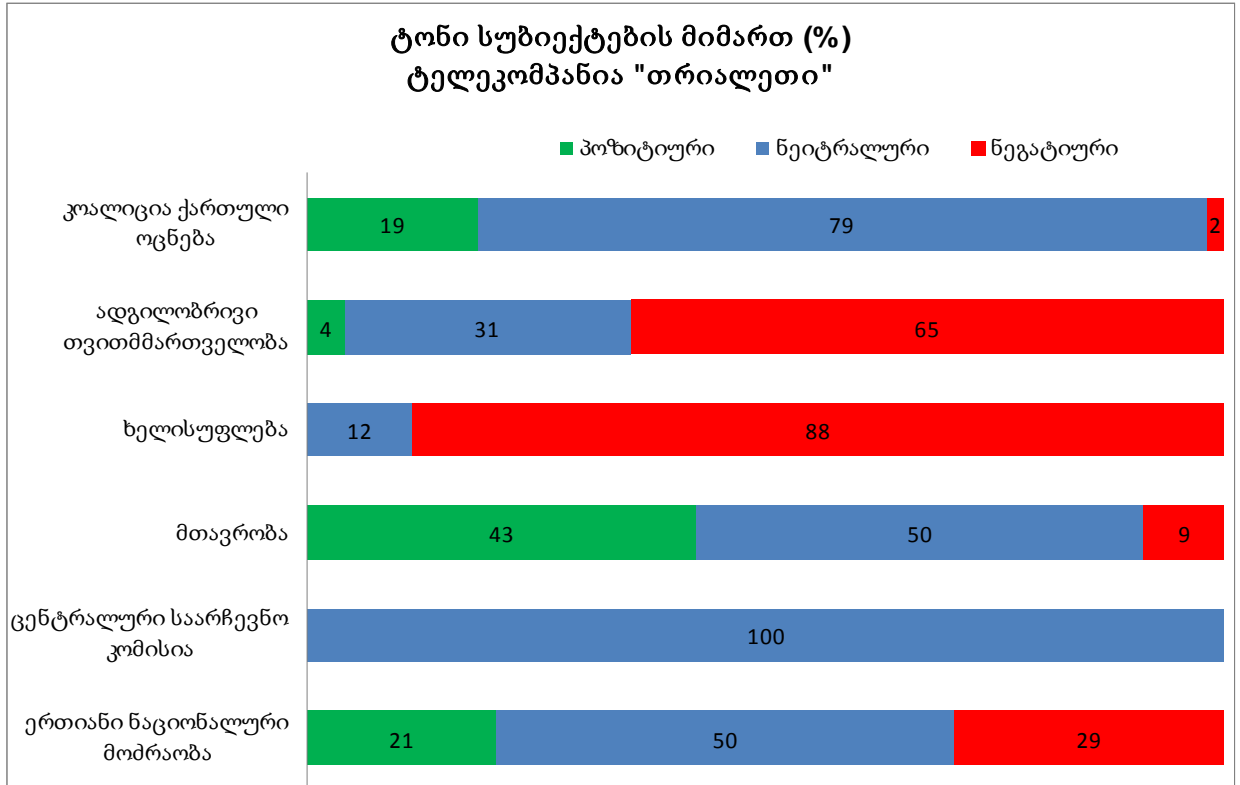
საანგარიშო პერიოდში ტელეკომპანია საინფორმაციო გამოშვებებში ძირითადად რეგიონში მიმდინარე მოვლენებს აშუქებდა. სიუჟეტები მომზადდა რამდენიმე პოლიტიკური სუბიექტის წინასაარჩევნო კამპანიის შესახებაც. ჟურნალისტები ცდილობდნენ ამა თუ იმ საკითხზე დაბალანსებული და ამომწურავი ინფორმაცია მოემზადებინათ.

**"თრიალეთი" (ქ. გორი)** - საინფორმაციო გამოშვებებში ყველაზე მეტი დრო, 5 წუთი დაეთმო კოალიცია "ქართულ ოცნებას". გაშუქების 3-3 წუთი წილად ხვდათ: ადგილობრივ თვითმმართველობას, ხელისუფლებას, მთავრობას და ცენტრალურ საარჩევნო კომისიას.

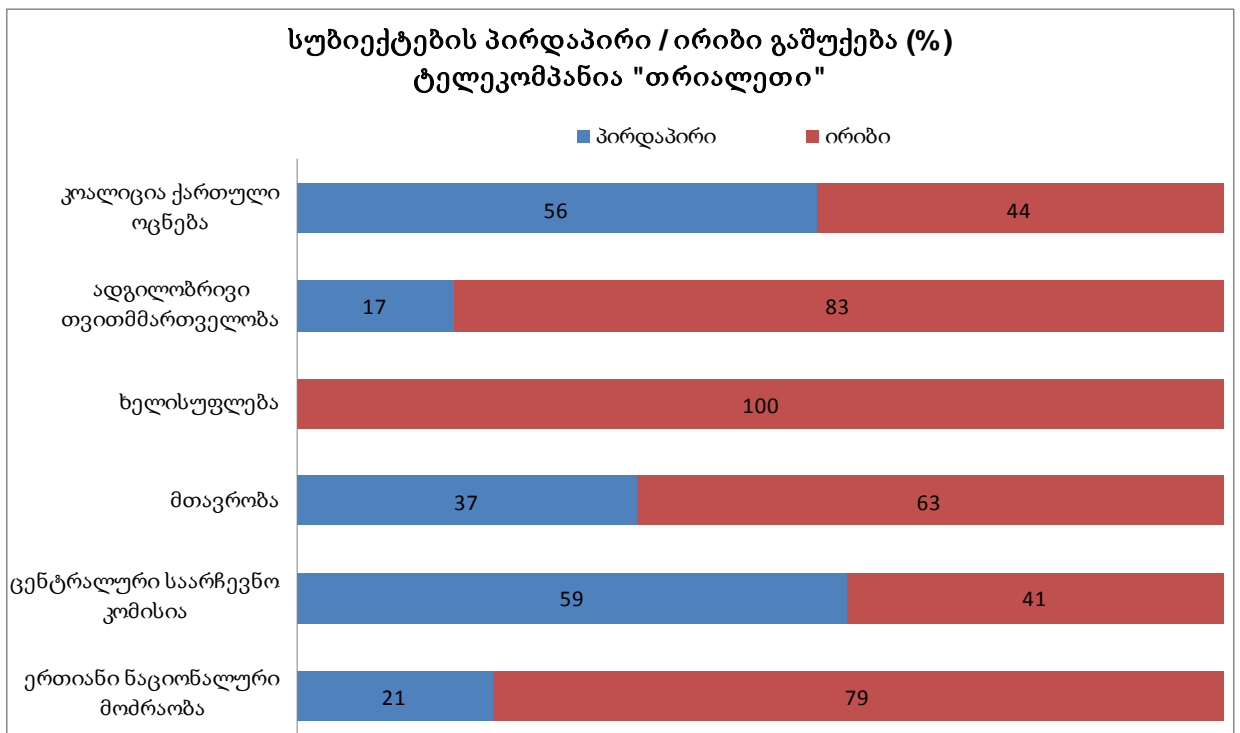


სუბიექტებზე საუბრისას სამივე ტონი გამოვლინდა. ნეგატიური გაშუქების ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი ჰქონდა ხელისუფლებას (88%) და ადგილობრივ თვითმმართველობას (65%); ნეიტრალური გაშუქების ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი - კოალიცია "ქართულ ოცნებას" (79%).





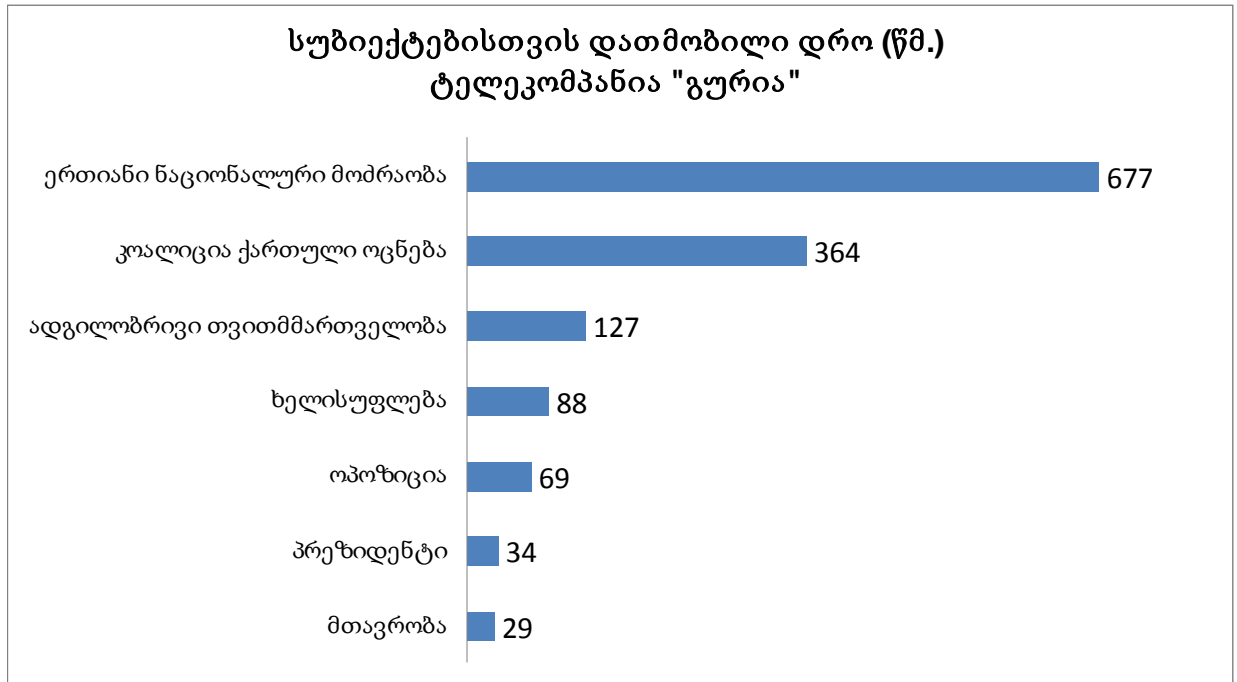
კვალიცია "ქართული ოცნების" და ცენტრალური საარჩევნო კომისიის გაშუქებისას პირდაპირი - ირიბი საუბრის მაჩვენებელი თითქმის თანაბარი იყო. სხვა შემთხვევებში არაპირდაპირი საუბარი სჭარბობდა პირდაპირს.



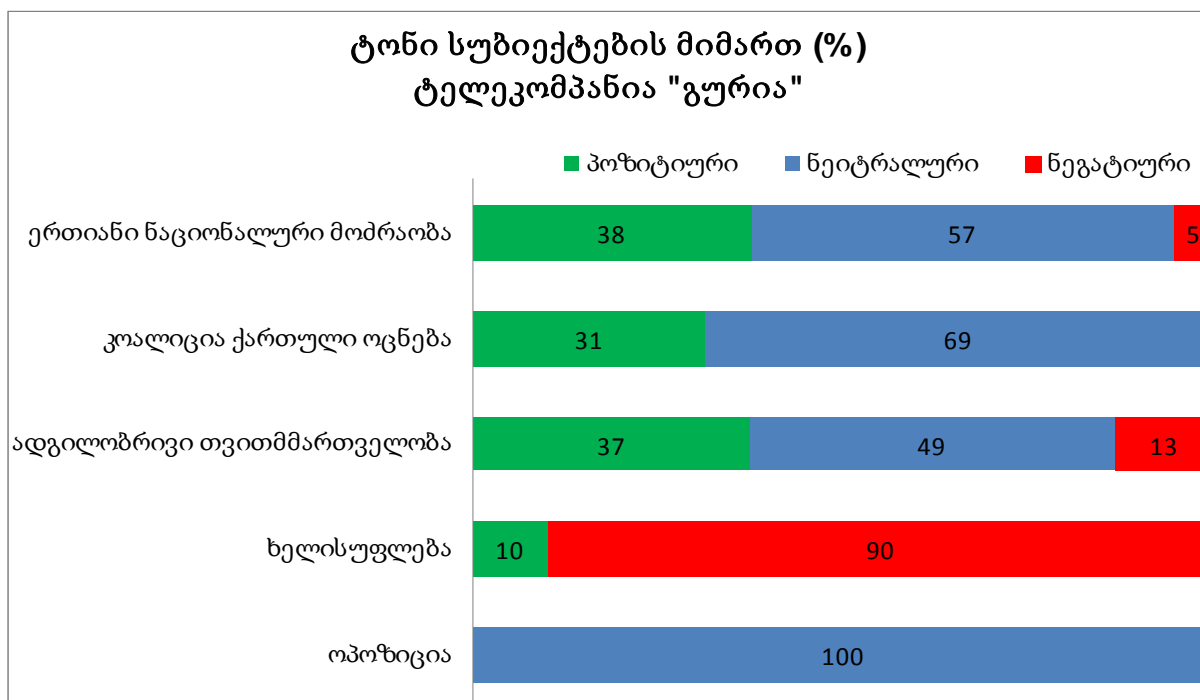
საანგარიშო პერიოდში ტელეკომპანიამ ძირითადად სამთავრობო სტრუქტურების და კვალიცია "ქართული ოცნების" საქმიანობები გააშუქა. ასევე აქტიურად შუქდებოდა

სხვადასხვა ინფრასტრუქტურული პრობლემით (უგზოობა, წყამომარაგების და ელექტროენერჯის გაუმართაობა) შეწუხებულ ადგილობრივი მოსახლეობის მოთხოვნები.

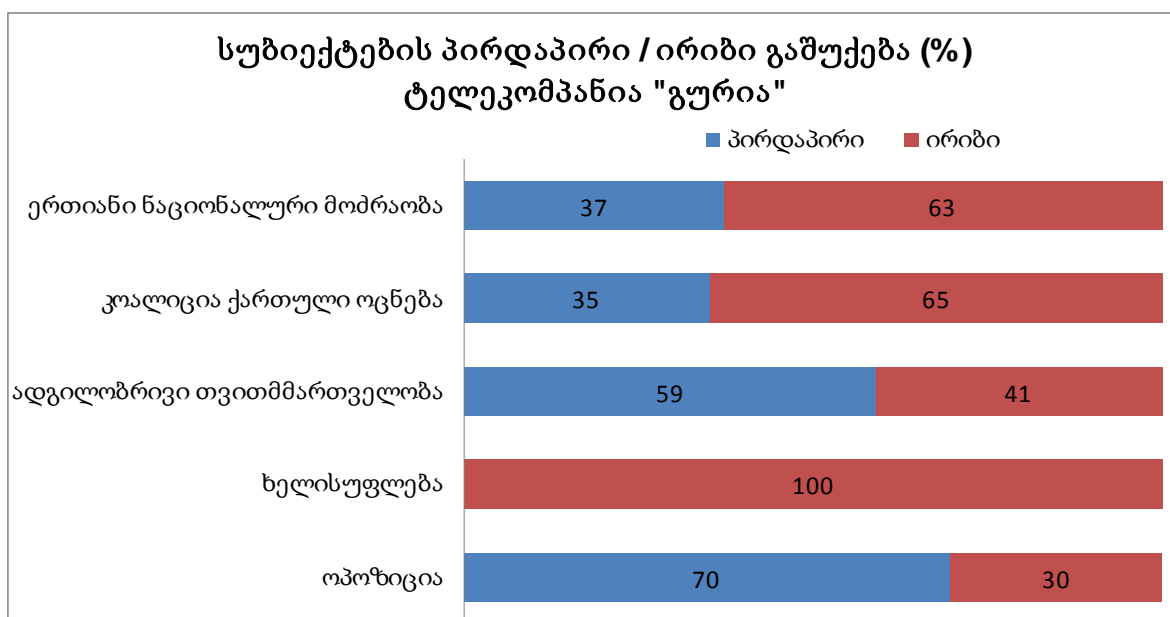
"გურია" (ქ. ოზურგეთი) - გაშუქების ყველაზე მეტი დრო (11 წთ.) წილად ხვდა ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას, 6 წუთი - კოალიცია "ქართულ ოცნებას", 2 წუთი - ადგილობრივ თვითმმართველობას.



სუბიექტებზე საუბრისას უარყოფითი ტონი გამოვლინდა ადგილობრივი თვითმმართველობისა (13%) და ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის (5%) მიმართ.



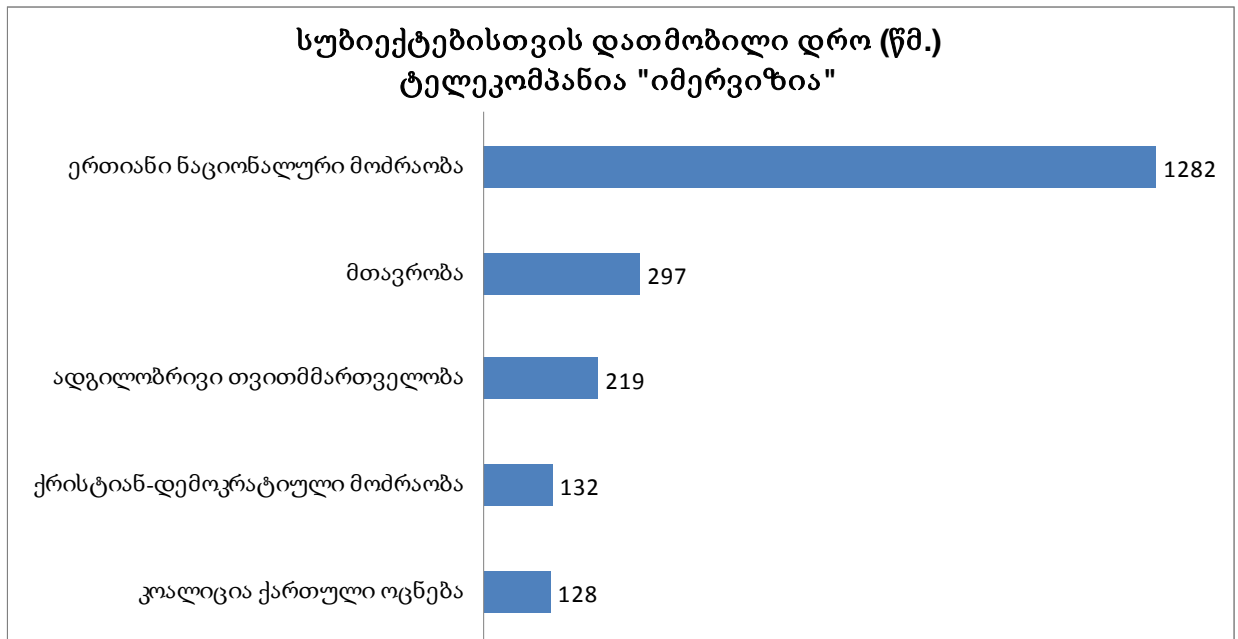
ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის და კვალიცია "ქართული ოცნების" შემთხვევებში ირიბი გაშუქება სჭარბობდა პირდაპირს, ხოლო ადგილობრივი თვითმმართველობის გაშუქებისას ეს მაჩვენებელი თითქმის თანაბარი იყო.



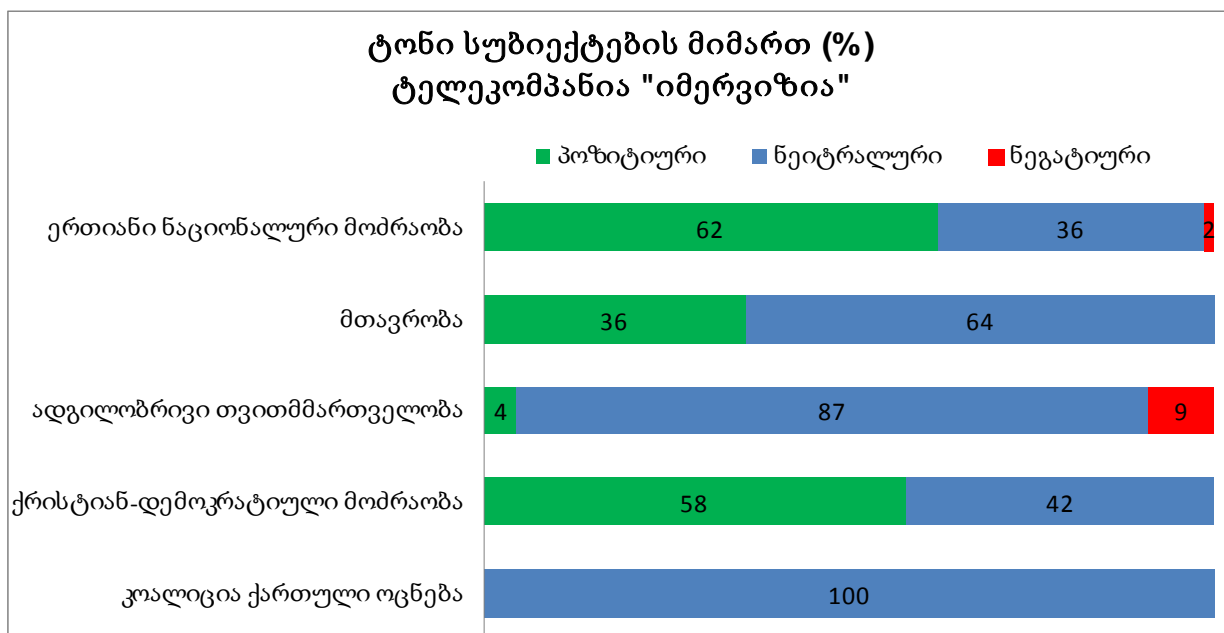
საანგარიშო პერიოდში ტელეკომპანია „გურია“ აშუქებდა როგორც მმართველი, ასევე ოპოზიციური პარტიების წინასაარჩევნო კამპანიას. ამათგან ყველაზე მეტი დრო ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას დაეთმო. სიუჟეტები ძირითადად წინასაარჩევნო შეხვედრებისა და პოლიტიკოსების ბრიფინგების შესახებ მზადდებოდა. აღსანიშნავია, რომ ჟურნალისტი პოლიტიკოსების დაგეგმილ შეხვედრებზე მიწოდებულ ინფორმაციას მშრალად აშუქებდა და

სიუჟეტებში დამატებით მოძიებული ინფორმაცია ან განსხვავებული პოზიციები არ იყო წარმოდგენილი.

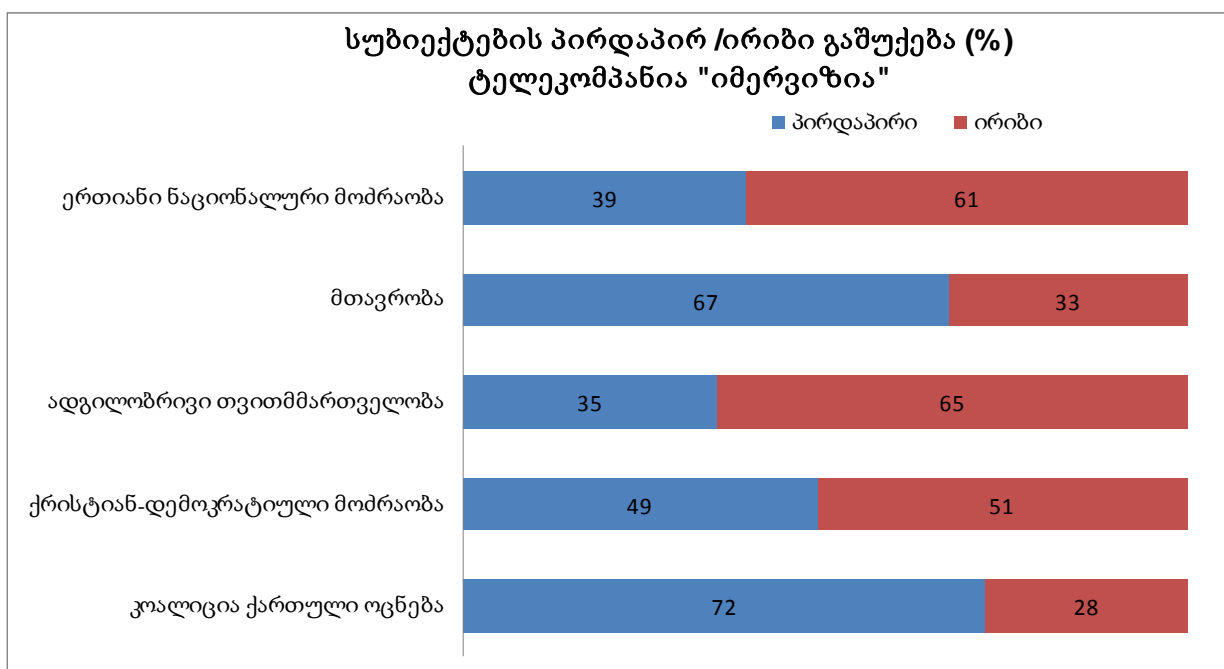
"იმერვიზია" (ჭიათურა) - საინფორმაციო გამოშვებებში სუბიექტებიდან ყველაზე მეტი დრო, 21 წუთი, ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას დაეთმო, 5 წუთი - მთავრობას, 4 წუთი - ადგილობრივ თვითმმართველობას, ხოლო 2-2 წუთი ქრისტიან-დემოკრატიულ მოძრაობას და კოალიცია "ქართულ ოცნებას".



გაშუქებულ სუბიექტებზე ძირითადად ნეიტრალურ და პოზიტიურ ტონებში საუბრობდნენ. მხოლოდ ადგილობრივი თვითმმართველობის მიმართ გამოვლინდა ნეგატიურ ტონში გაშუქების 9%-იანი მაჩვენებელი.



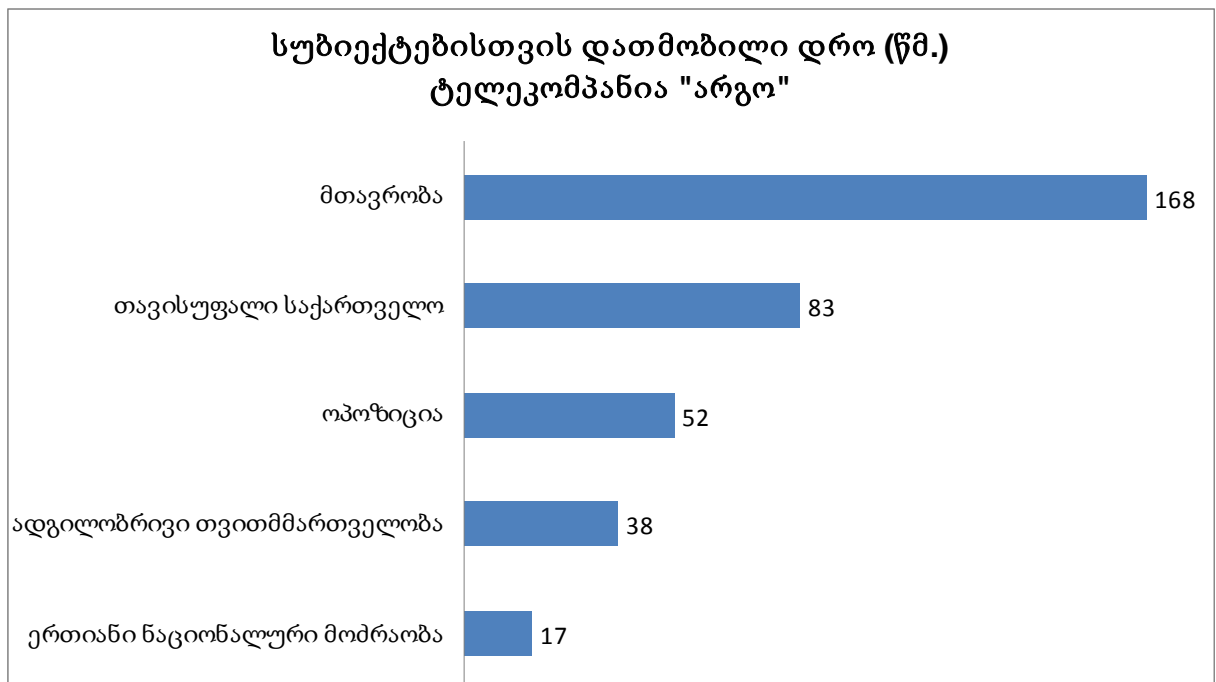
ხოლო პირდაპირი/ირიბი გაშუქების პროცენტული მაჩვენებლები თითქმის თანაბარი იყო:



საანგარიშო პერიოდში ტელეკომპანია „იმერვიზია“ ძირითადად ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის წინასაარჩევნო კამპანიას აშუქებდა. მონიტორინგის სუბიექტებისთვის დათმობილი დროის 62% მმართველ პარტიას დაეთმო, ამასთან უმეტესად (62%) - პოზიტიურ ტონში. დამატებით პოზიტიურ განწყობას ქმნის არარეპრეზენტატიული განზოგადებები. მაგალითად: ჟურნალისტი რამდენიმე მოქალაქის კომენტარზე დაყრდნობით ამბობს: „ადგილობრივები ნდობას ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის კანდიდატს უცხადებენ“.

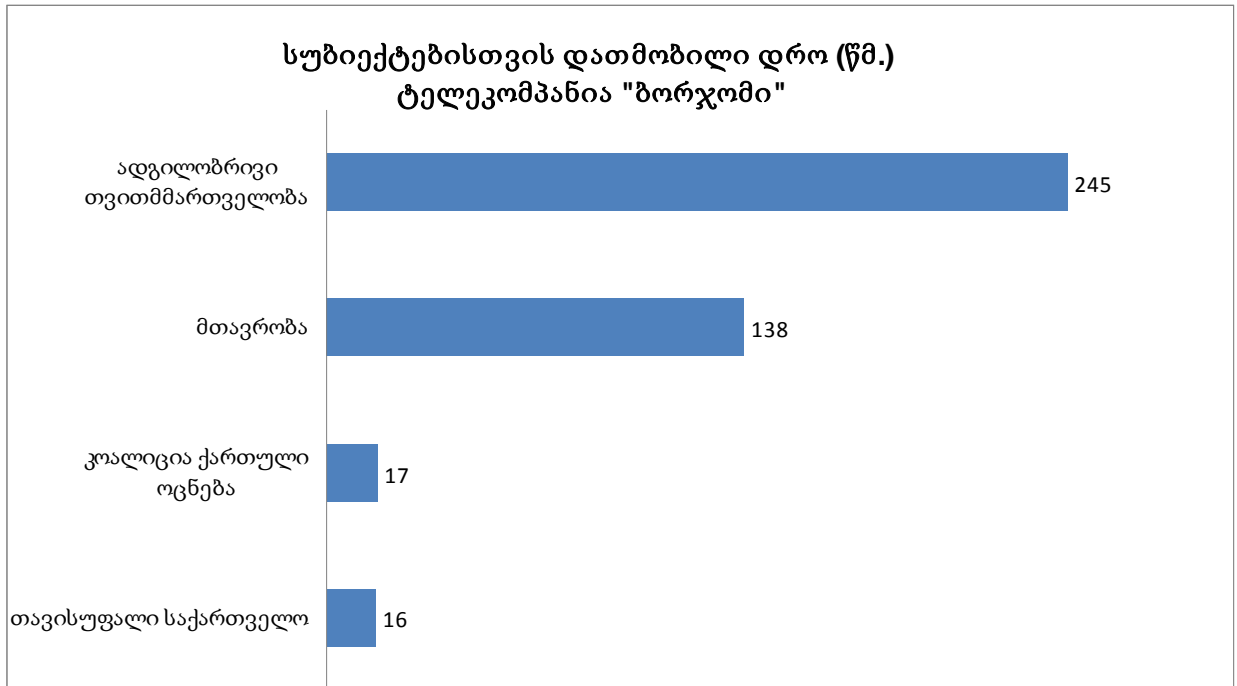
გარდა წინასაარჩევნო კამპანიის მიმდინარეობის შესახებ მომზადებული სიუჟეტებისა, ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის მაჟორიტარი დეპუტატობის კანდიდატის კომენტარი სპორტულ ღონისძიებაზე მომზადებულ სიუჟეტშიც გაშუქდა. კერზოდ, 10 სექტემბრის საინფორმაციო გამოშვებაში სპორტულ ფესტივალზე გულშემატკივრის რანგში მისული მმართველი პარტიის წევრების კომენტარებია ჩაწერილი.

**"არგო" (ქ. ზესტაფონი)** - ახალი ამბების გამოშვებებში მონიტორინგის სუბიექტებიდან ყველაზე მეტი დრო, 3 წუთი, მთავრობას დაეთმო. სხვა სუბიექტები ფაქტიურად არ გაშუქებულან. მთავრობაზე მხოლოდ დადებით ტონში საუბრობდნენ, საუბრის ასივე პროცენტი ირიბი იყო. სუბიექტებისთვის დათმობილი მცირე დროის, გაშუქებული სუბიექტების რაოდენობის გამო, ამ შემთხვევაშიც აზრს კარგავს მონაცემების გაანალიზება ტონის და პირდაპირი/ირიბი გაშუქების მიხედვით. საანგარიშო პერიოდის მონიტორინგის შედეგები არც თვისებრივი ანალიზის საშუალებას იძლევა.

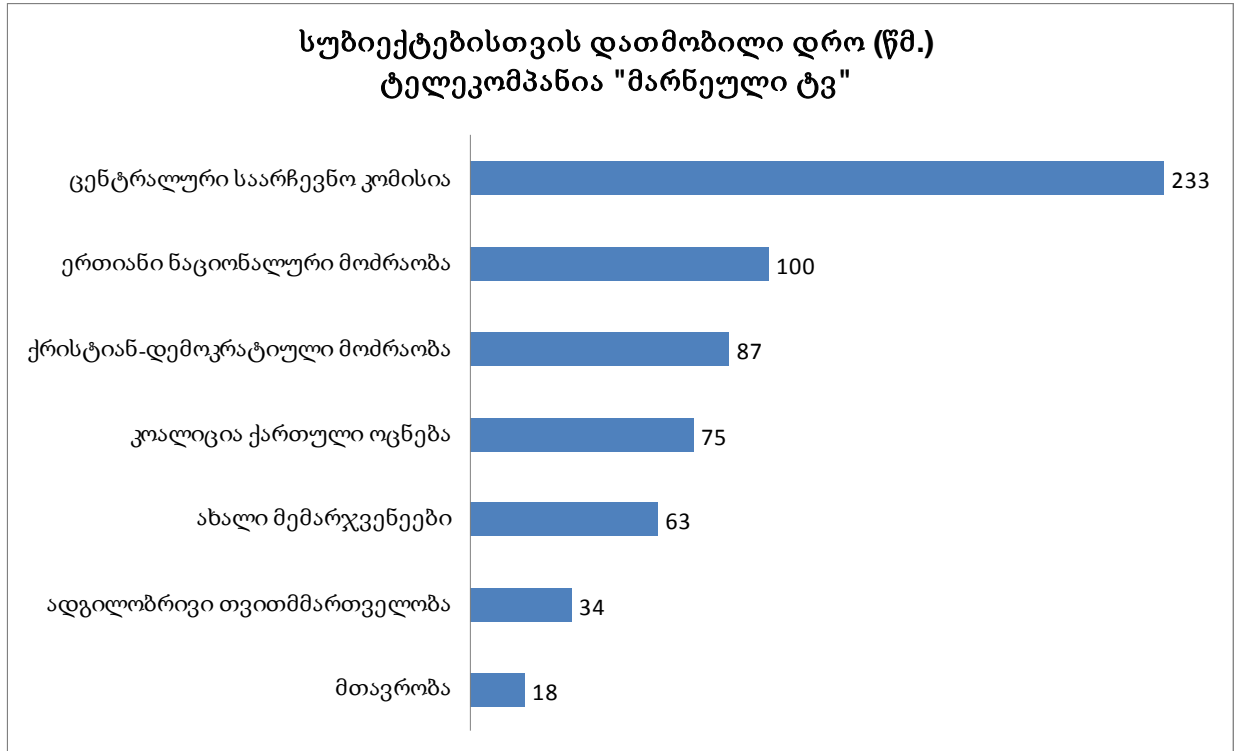


**"ბორჯომი (ქ. ბორჯომი)** - მონიტორინგის სუბიექტებიდან ყველაზე მეტი დრო - 4 წუთი, ადგილობრივ თვითმმართველობას დაეთმო, ხოლო 2 წუთი - მთავრობას. ორივე გაშუქებულ სუბიექტზე ნეიტრალურ და პოზიტიურ ტონებში საუბრობდნენ. ადგილობრივი თვითმმართველობის შემთხვევაში პირდაპირი (75%) საუბარი ბევრად სჭარბობდა ირიბს (25%). საანგარიშო პერიოდში მონიტორინგის სხვა სუბიექტები ფაქტიურად არ

გაშუქებულან. საანგარიშო პერიოდის მონიტორინგის შედეგები თვისებრივი ანალიზის საშუალებას არ იძლევა.



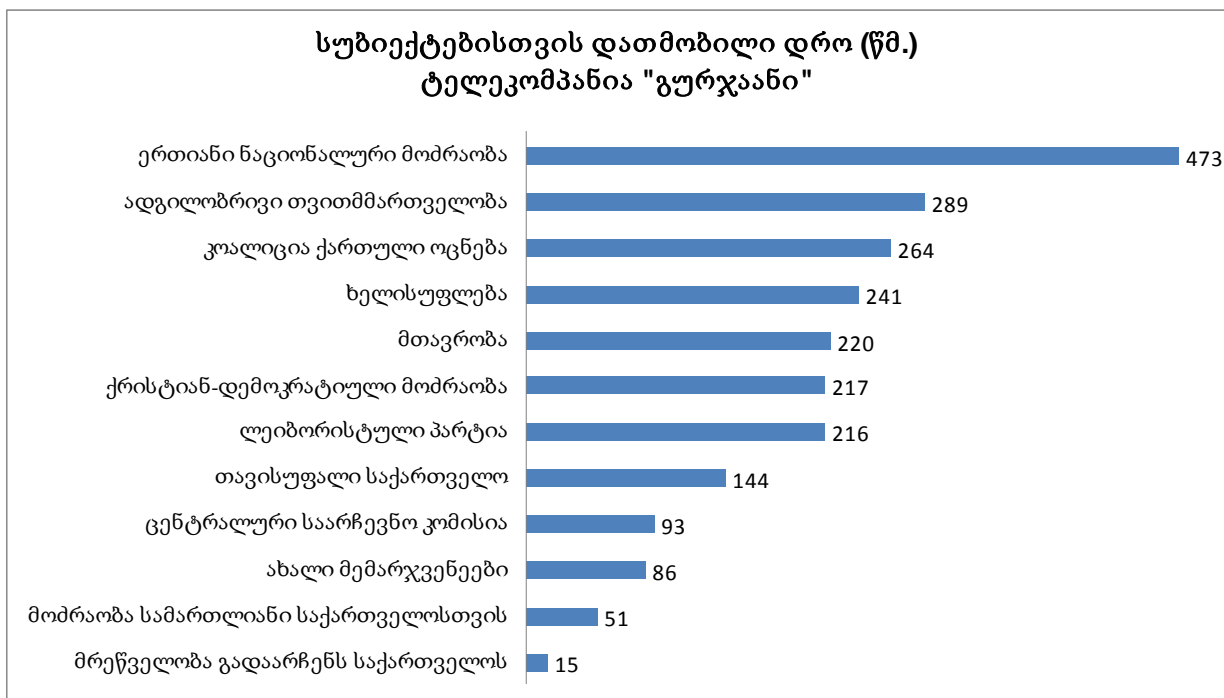
**მარნეული ტვ (ქ. მარნეული)** - საანგარიშო პერიოდში მონიტორინგის სუბიექტებიდან მხოლოდ ცენტრალური საარჩევნო კომისია გაშუქდა (4 წთ.). დანარჩენ სუბიექტებს ძალიან მცირე დრო დაეთმოთ: ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა - 2 წუთი, ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა - 1,5 წუთი, კოალიცია "ქართული ოცნება" - 1,25 წუთი.



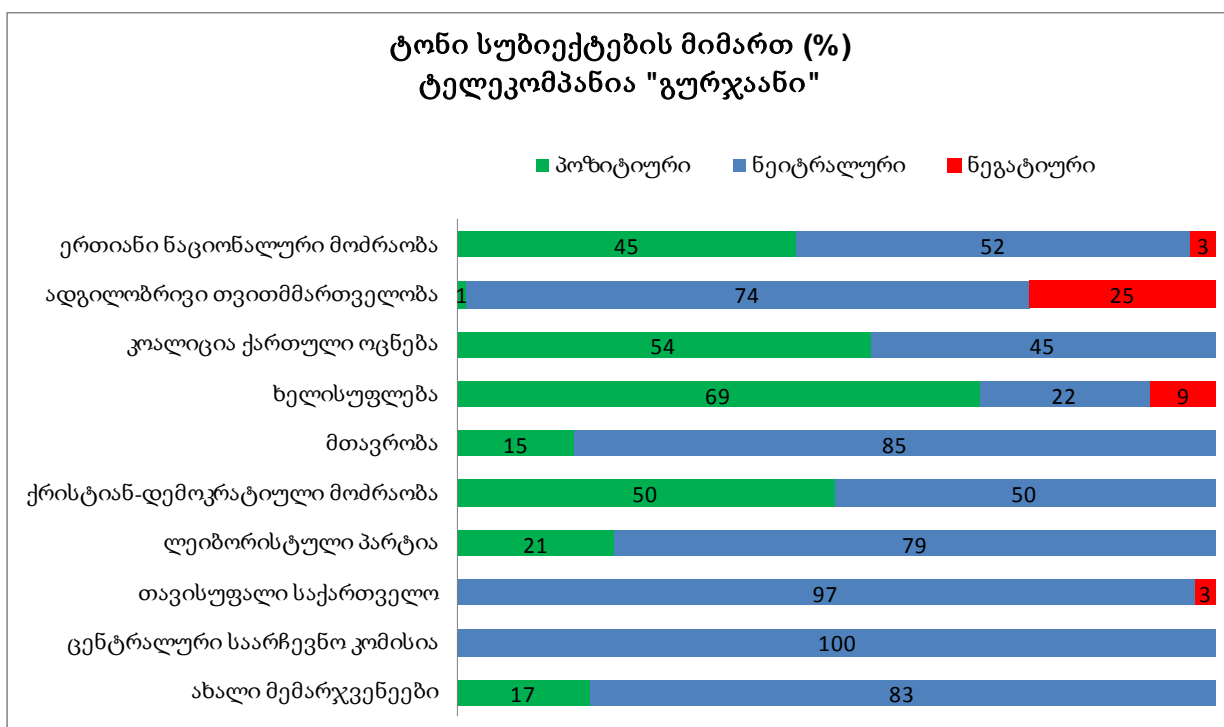
ცენტრალურ საარჩევნო კომისიის გაშუქების ტონი მთლიანად ნეიტრალური იყო, საუბრის ასივე პროცენტი ირიბი. სხვა სუბიექტებისთვის დათმობილი მცირე დროის გამო აზრს კარგავს მონაცემების გაანალიზება ტონისა და პირდაპირო/ირიბი გაშუქების მიხედვით. ასევე რთულია თვისებრივი ანალიზის გაკეთებაც.

**გურჯაანი (ქ. გურჯაანი)** - ყველაზე მეტი დრო (8 წთ.) ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის გაშუქებას დაეთმო, 5 წუთი - ადგილობრივ თვითმმართველობას, 4-4 წუთი - კვალიცია "ქართულ ოცნებას" და ხელისუფლებას, ხოლო 3-3 წუთი მთავრობას და ქრისტიან-დემოკრატიულ მოძრაობას.

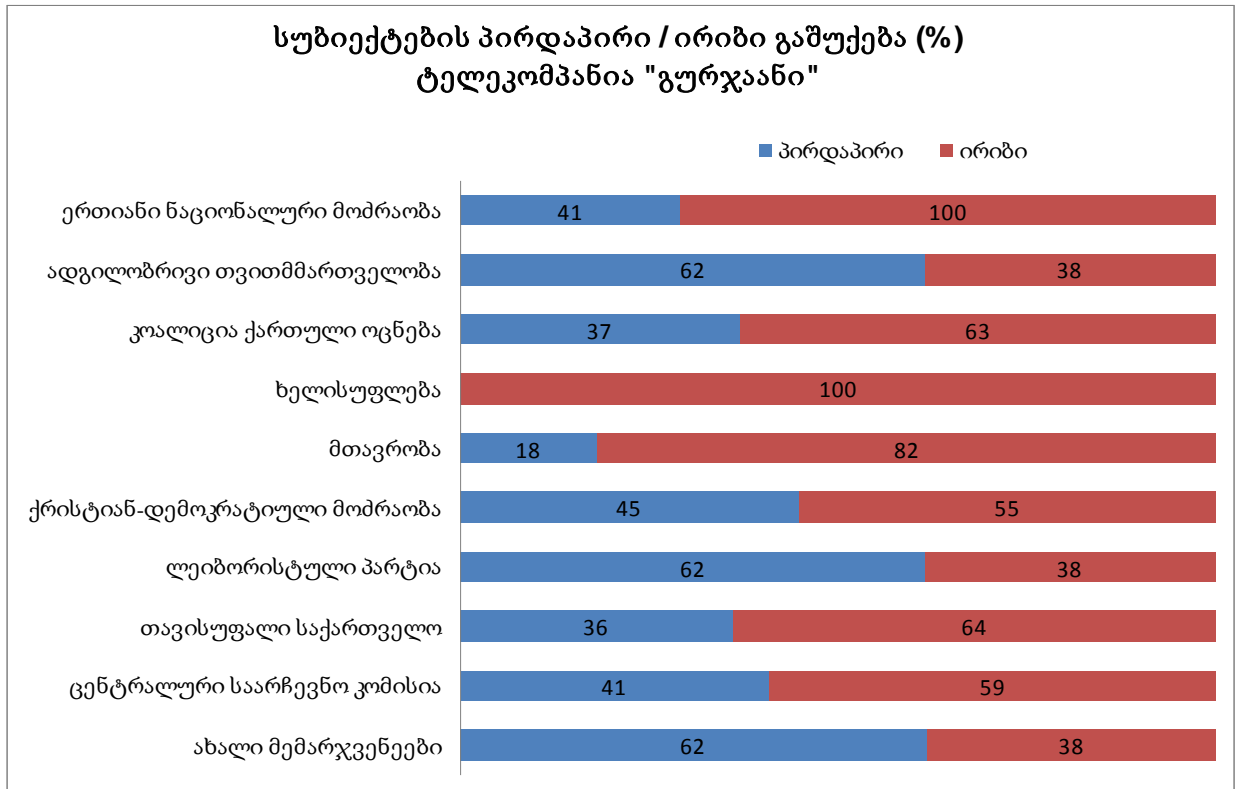




სუბიექტებზე ძირითადად ნეიტრალურ და დადებით ტონებში იყო საუბარი. საუბრის ყველაზე მაღალი ნეგატიური ტონი (25%) ადგილობრივი თვითმმართველობის მიმართ გამოვლინდა. პოზიტიური გაშუქების ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი (69%) ჰქონდა ზოგადად ხელისუფლებას. ქრისტიან-დემოკრატებზე თანაბრად საუბრობდნენ ნეიტრალურ და პოზიტიურ ტონებში. ეს მაჩვენებელი ასევე თითქმის თანაბარი იყო კოალიცია "ქართული ოცნების" და ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის შემთხვევებში. თუმცა ამ უკანასკნელის მიმართ დაფიქსირდა უარყოფითი გაშუქებაც (3%).

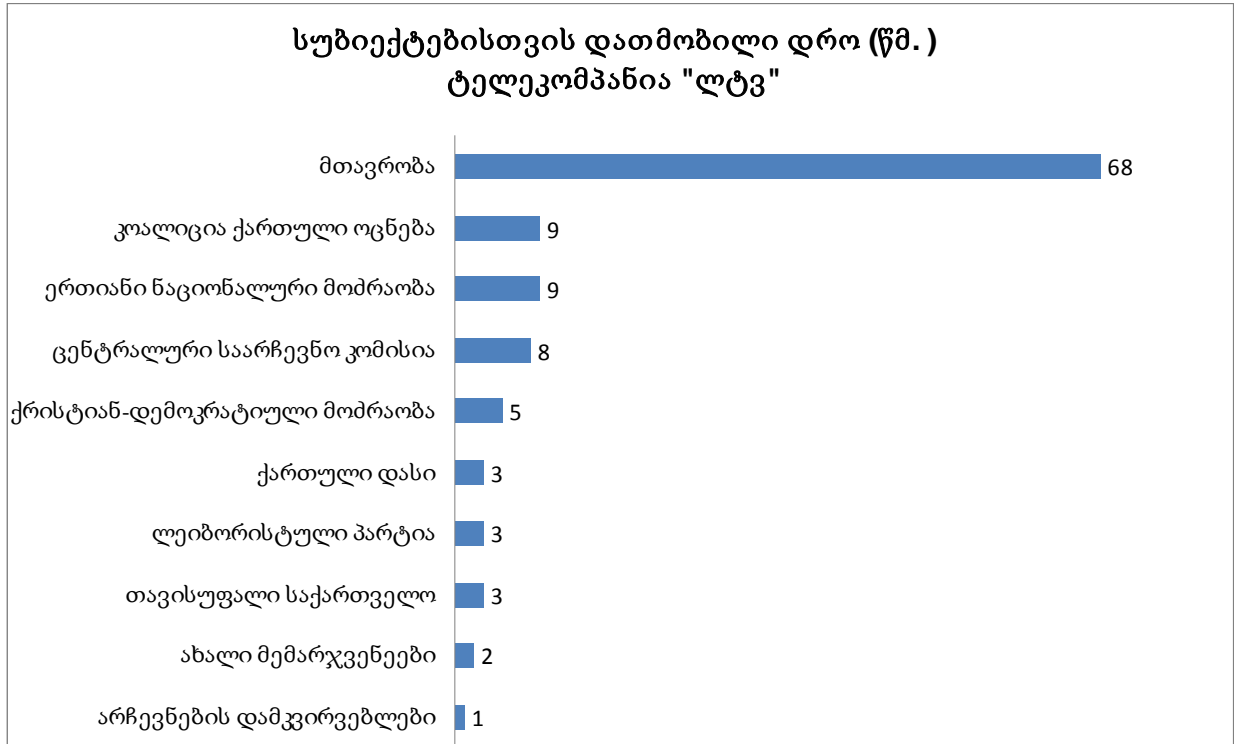


სუბიექტებზე სხვები უფრო მეტს საუბრობდნენ. პირდაპირი საუბრის ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი ადგილობრივ თვითმმართველობას ჰქონდა.

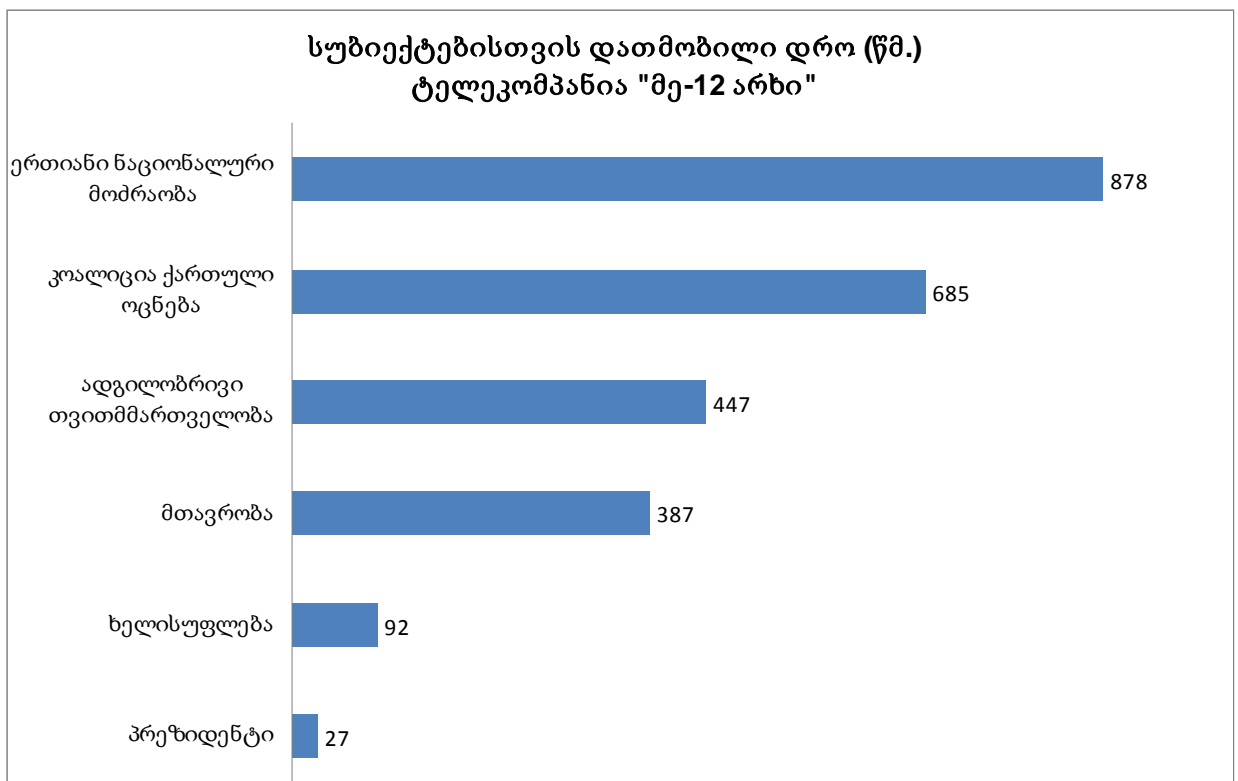


საანგარიშო პერიოდში ტელეკომპანია „გურჯაანი“ აშუქებდა როგორც რეგიონში, ასევე ზოგადად ქვეყანაში მიმდინარე პოლიტიკურ მოვლენებს. საერთო ჯამში საინფორმაციო გადაცემები დაბალანსებულია იმ კუთხით, რომ მომზადებულია სიუჟეტები, როგორც ოპოზიციური პარტიების, ასევე ერთიანი ნაციონალური მოძრაობისა და სახელისუფლებო სტრუქტურების შესახებ. მაგრამ, ცალკე აღებული სიუჟეტების ნაწილი სუბიექტების აქტივობების შესახებ ზედაპირულ ინფორმაციას შეიცავს და არ წარმოაჩენს საკითხის ირგვლივ არსებულ განსხვავებულ ან კრიტიკულ მოსაზრებებს. თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ მთლიანობაში, ტელევიზია არ გამოირჩევა რომელიმე პოლიტიკური პარტიის მიმართ ტენდენციური დამოკიდებულებით.

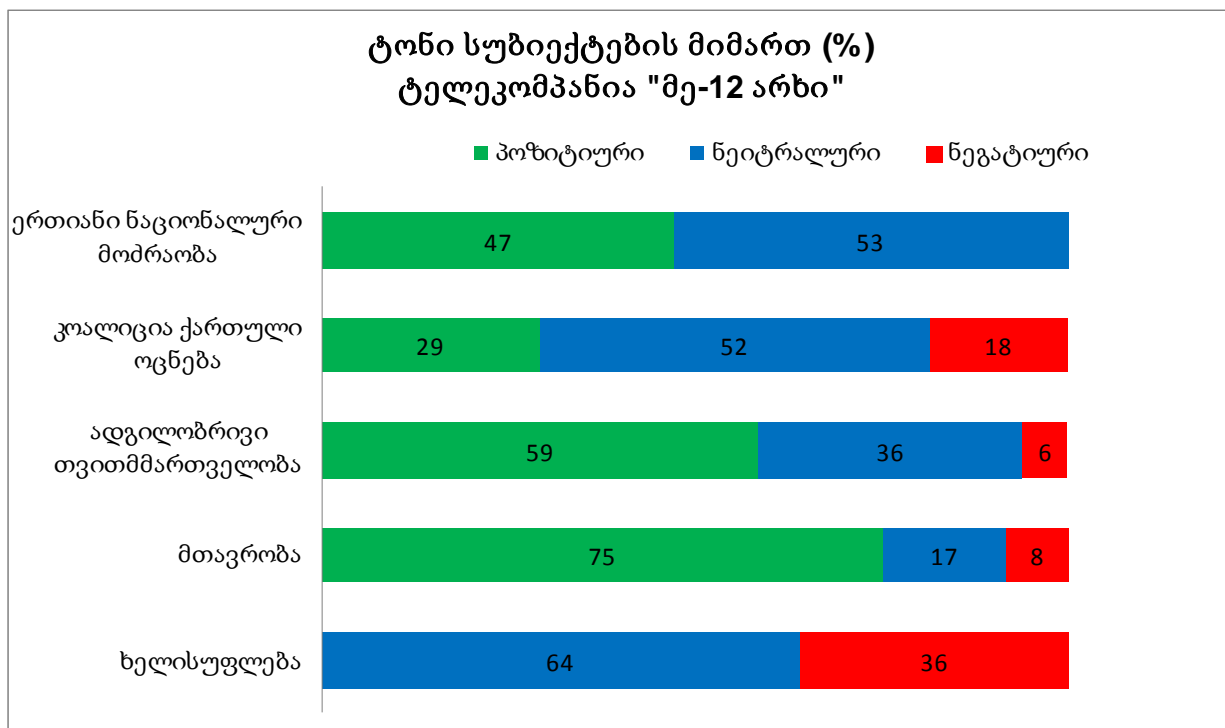
**"ლტვ" (ქ. ლაგოდეხი)** - საანგარიშო პერიოდში ტელეკომპანიას მონიტორინგის სუბიექტები ფაქტიურად არ გაუშუქებია. სიუჟეტებში მხოლოდ რამდენიმე მათგანი იყო ნახსენები. შესაბამისად, აზრს კარგავს მონაცემების გაანალიზება ტონისა და პირდაპირი/ირიბი გაშუქების მიხედვით. ასევე შეუძლებელია თვისებრივი ანალიზის გაკეთებაც.



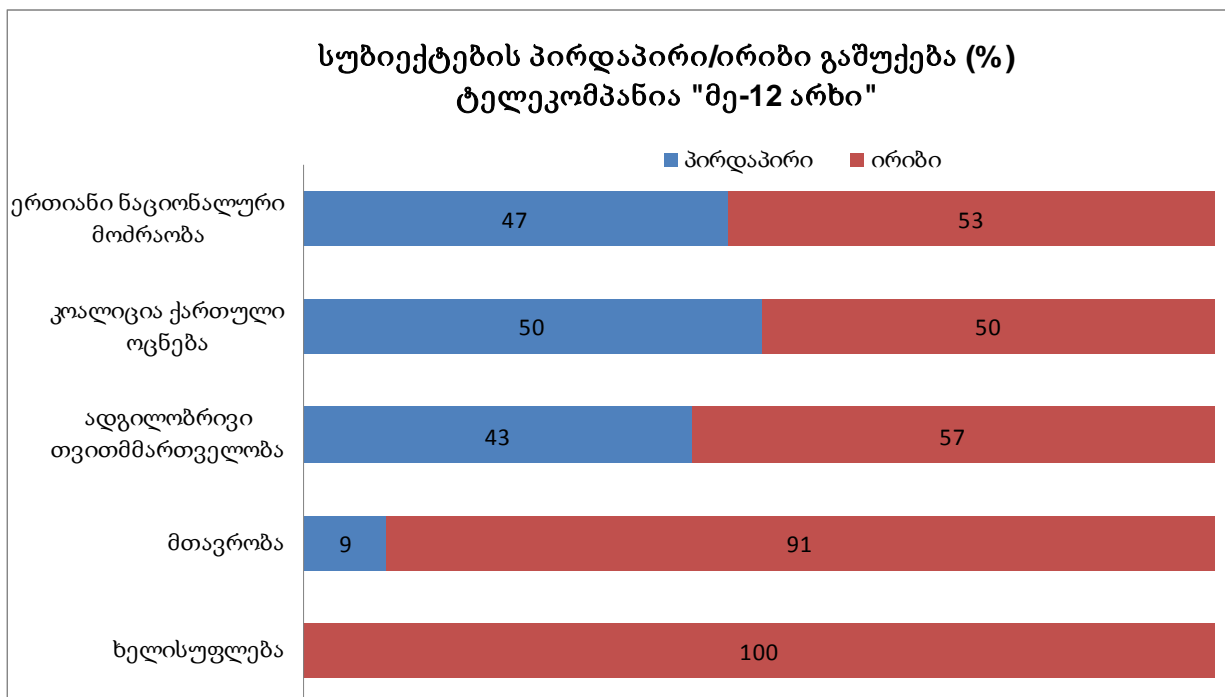
"მე-12 არხი" (ქ. ბოლნისი) - საანგარიშო პერიოდში არხმა ყველაზე მეტი დრო ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას (17 წთ.) და კოალიცია "ქართულ ოცნებას" (11 წთ.) დაუთმო. გამუქების 7 წუთი წილად ხვდა ადგილობრივ თვითმმართველობას, ხოლო 6 წუთი - მთავრობას.



სუბიექტებზე საუბრისას სამივე ტონი დაფიქსირდა. მხოლოდ პოზიტიურ (47%) და ნეიტრალურ (53%) ტონებში იყო გაშუქებული ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა.



გაშუქების პირდაპირი და ირიბი საუბრის მაჩვენებელი ყველა სუბიექტის შემთხვევაში თითქმის თანაბარი იყო. მხოლოდ მთავრობის გაშუქებისას (6 წუთი) ირიბი საუბარი (91%) ბევრად სჭარბობდა პირდაპირს (9%)

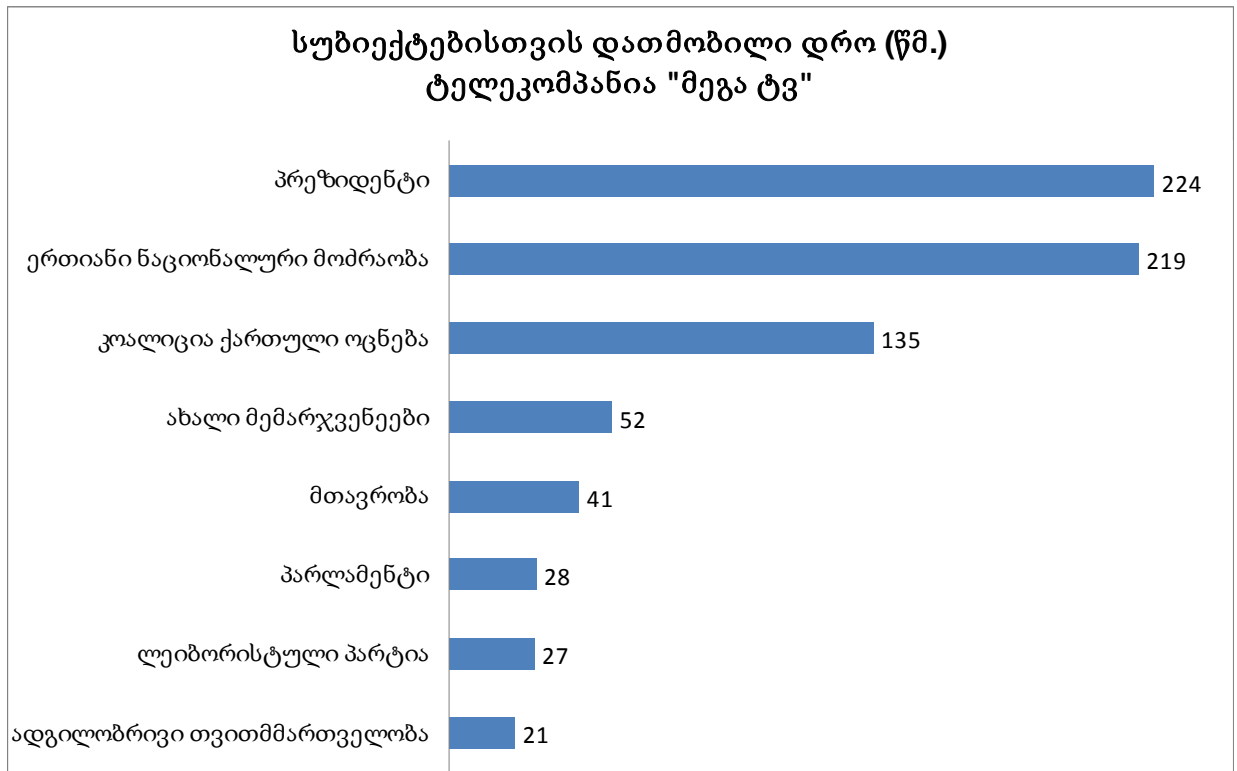


საანგარიშო პერიოდში ტელეკომპანიის საინფორმაციო გამოშვებებში ძირითადად ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის მაჟორიტარი დეპუტატობის კანდიდატის, კობა ნაყოფიას

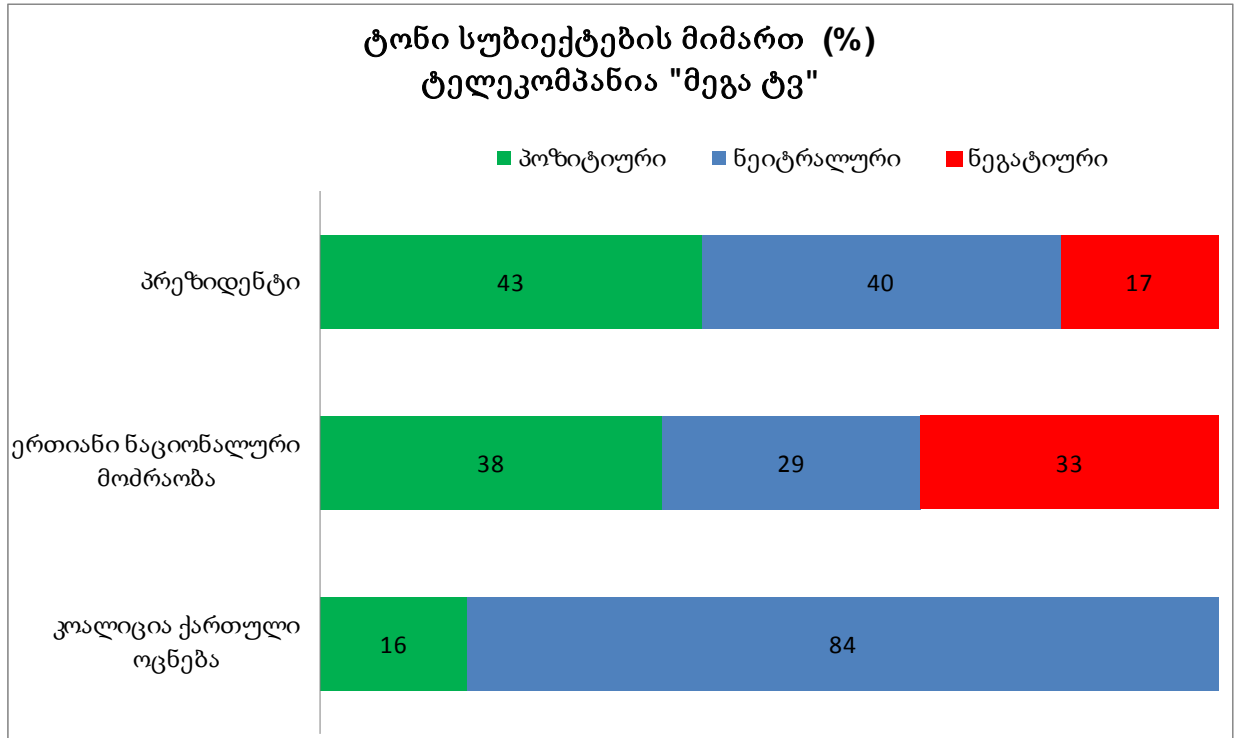
წინასაარჩევნო კამპანია იყო გაშუქებული. მისი მოსახლეობასთან შეხვედრების შესახებ 11 სექტემბერს ორი სიუჟეტი მომზადდა. აღსანიშნავია, რომ სიუჟეტებში კანდიდატის ერთი და იგივე სინქრონები გამეორდა.

საინფორმაციო გამოშვებებში დაახლოებით 11 წუთი კოლიცია "ქართულ ოცნებას" დაეთმო. მაგალითად, 10 სექტემბერს მომზადებული სიუჟეტი ბიძინა ივანიშვილის შესახებ გამოცემულ წიგნს (მასში კოალიცია „ქართული ოცნების“ ლიდერ ბიძინა ივანიშვილის კრიმინალურ წარსულზეა საუბარი) ეხებოდა. სიუჟეტში არ იყო მკვეთრად გამიჯნული წიგნის ავტორის პოზიცია არსებული ფაქტებისაგან, ხოლო ჟურნალისტის დასკვნა ზოგადი და დაუსაბუთებელი იყო. აღსანიშნავია, რომ ასევე მომზადდა სიუჟეტები კოალიციის ლიდერის მოსახლეობასთან შეხვედრების შესახებ, რომელშიც იგი დადებითად და ნეიტრალურად იყო გაშუქებული.

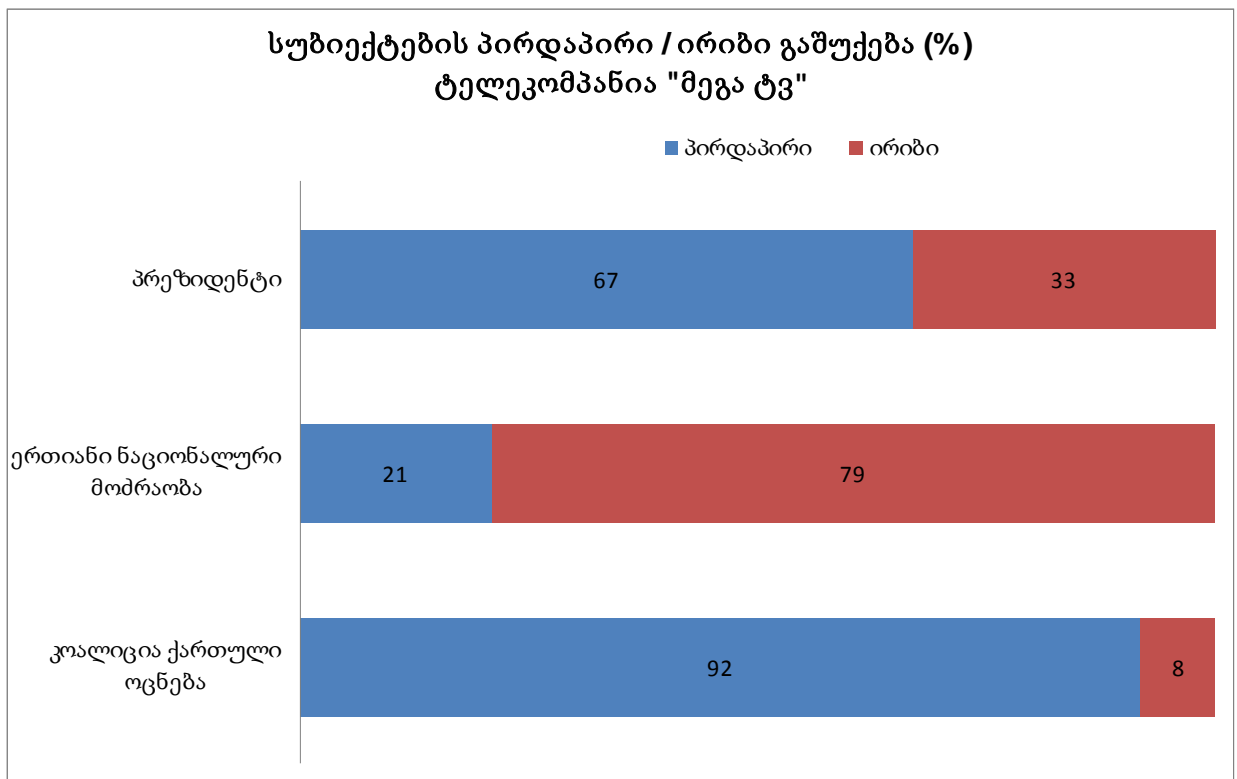
**"მეგა ტვ" (ქ. ხონი)** - საანგარიშო პერიოდში ახალი ამბების გამოშვებებში ყველაზე მეტი დრო, 4-4, წუთი დაეთმოთ პრეზიდენტს და ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას, ხოლო 2 წუთი - კოალიცია "ქართულ ოცნებას". მონიტორინგის სხვა სუბიექტები ფაქტიურად არ გაშუქებულან.



პრეზიდენტსა და ერთიან ნაციონალურ მოძრაობაზე საუბრისას სამივე ტონი დაფიქსირდა. ხოლო კოალიცია "ქართულ ოცნებაზე" მხოლოდ ნეიტრალური (84%) და პოზიტიური (16%).

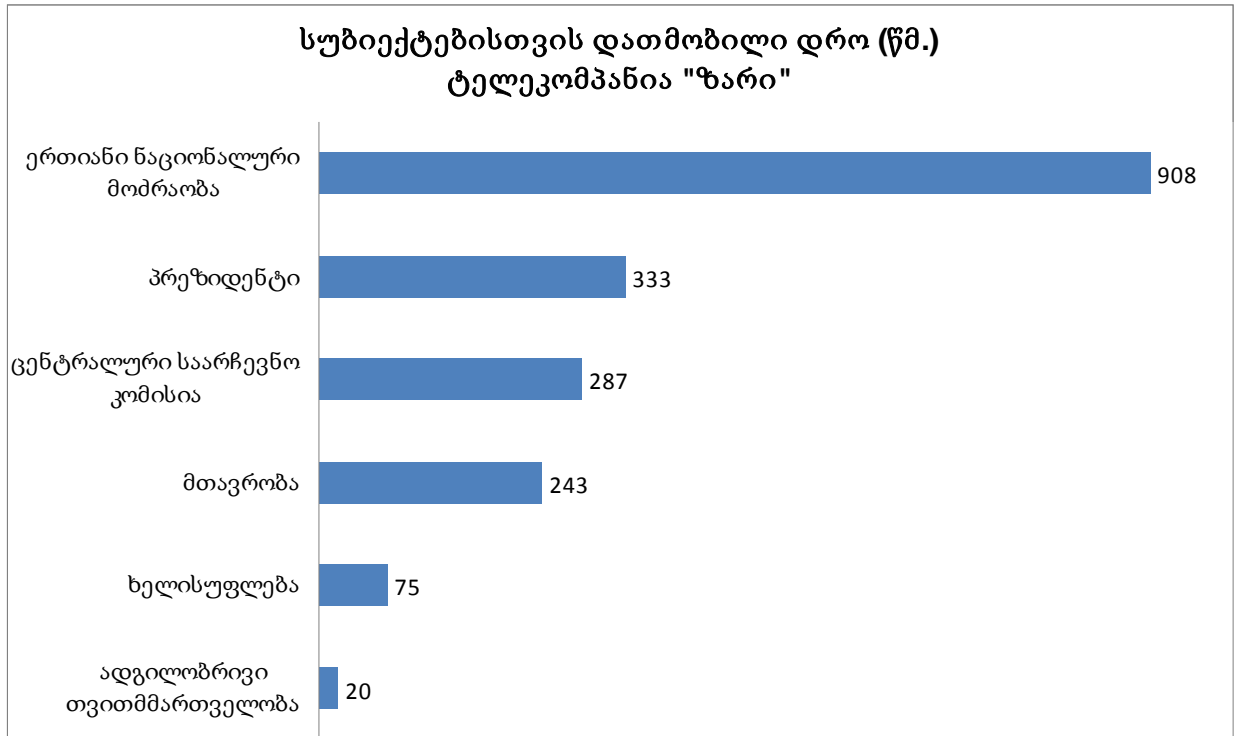


გაშუქებული სამი სუბიექტიდან პირდაპირი საუბრის მაღალი მაჩვენებელი ჰქონდათ კალიცია "ქართულ ოცნებას" (92%) და პრეზიდენტს (67%).

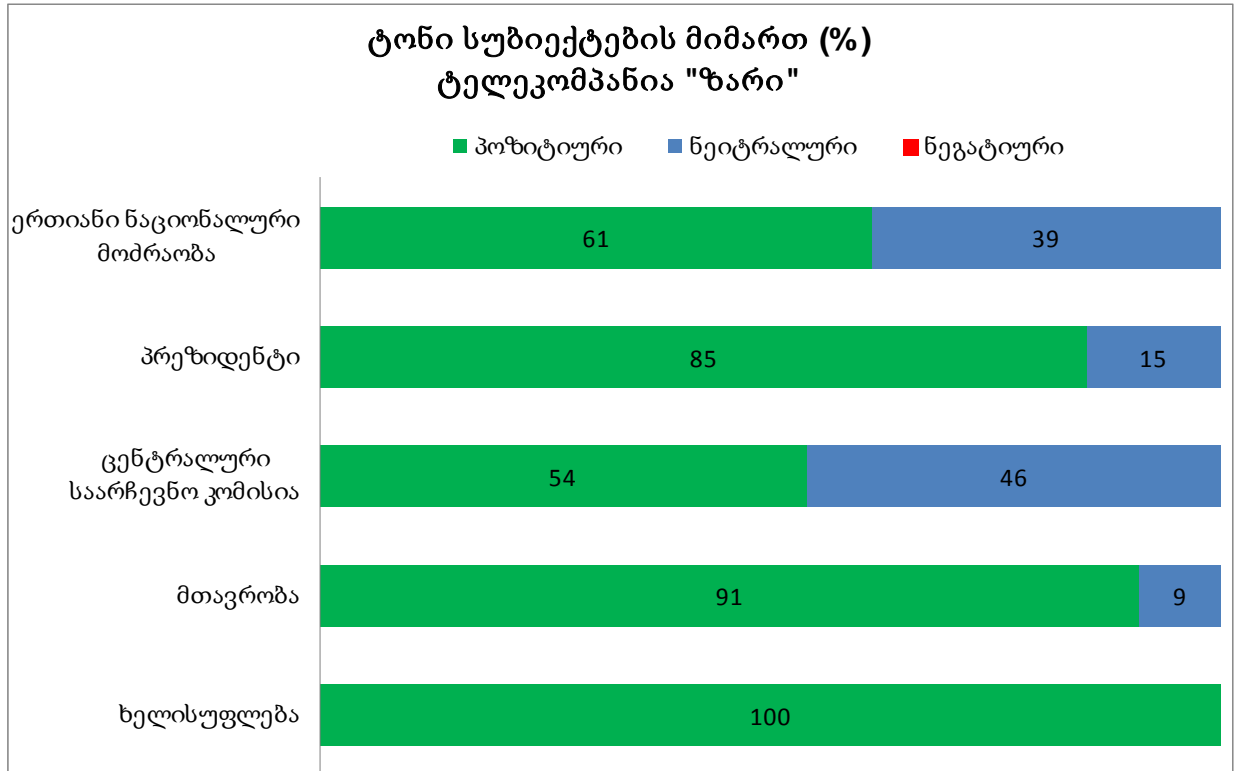


საანგარიშო პერიოდის მონიტორინგის შედეგები თვისებრივი ანალიზის საშუალებას იძლევა.

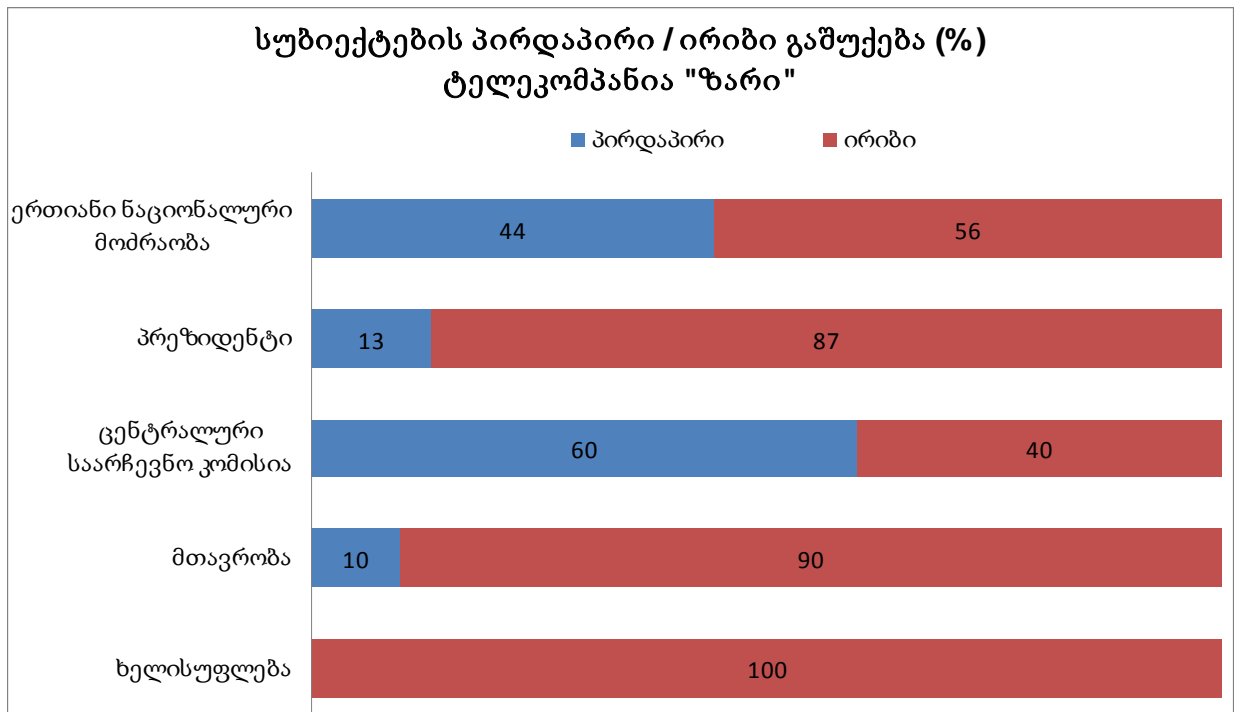
"ზარი" (სამტრედია) - მონიტორინგის სუბიექტებიდან ყველაზე მეტი დრო, 15 წუთი დაეთმო ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას, 6 წუთი - პრეზიდენტს, 5 წუთი - ცენტრალურ საარჩევნო კომისიას და 4 წუთი - მთავრობას.



სუბიექტების გაშუქებისას დაფიქსირდა პოზიტიური საუბრის საკმაოდ მაღალი მაჩვენებელი. გაშუქების ნეგატიური ტონი არც ერთი სუბიექტის მიმართ არ გამოვლენილა.



ირიბი საუბრის მაღალი მაჩვენებელი ჰქონდა პრეზიდენტს (87%) და მთავრობას (90%). ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის შემთხვევაში ეს მაჩვენებელი თითქმის თანაბარი იყო.

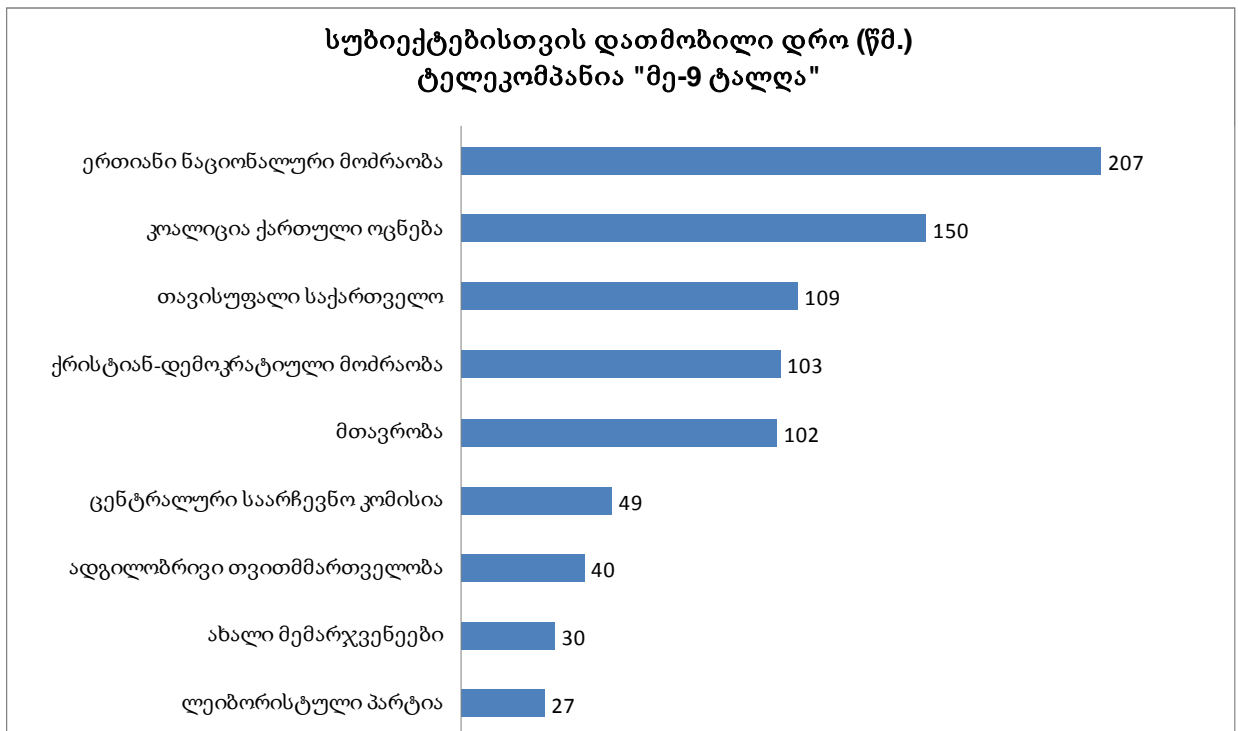


საანგარიშო პერიოდში ტელეკომპანია „ზარი“ მხოლოდ რეგიონში მიმდინარე მოვლენებს აშუქებდა. საინფორმაციო გამოშვებებში დიდი დრო დაეთმოთ: ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას, პრეზიდენტს, მთავრობას, ცენტრალურ საარჩევნო კომისიას. თვალშისაცემია ტელეკომპანიის პოზიტიური დამოკიდებულება ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის და

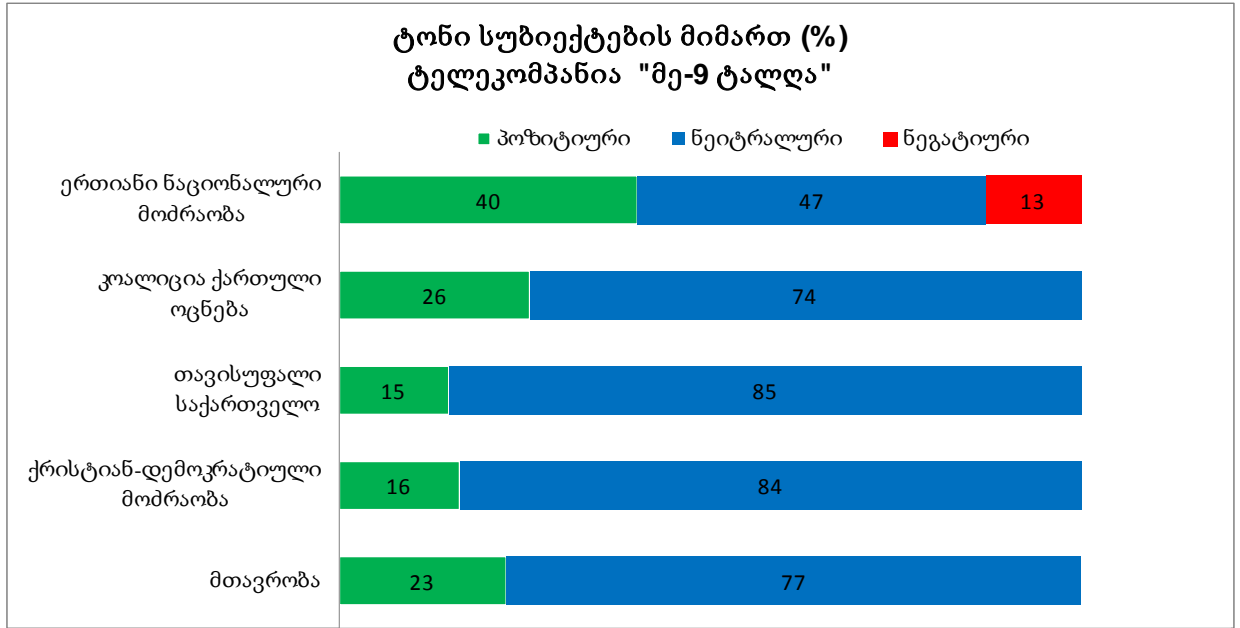


საერთოდ ხელისუფლების მიმართ. მაგალითად, 11 სექტემბრის გადაცემაში, სადაც განხილული იყო სამტრედიელების მზადება ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის ყრილობაზე დასასწრებად და ნაჩვენები იყო ქუთაისში გამართული აქცია, ძალიან დიდი დრო დაეთმო ადგილობრივ მცხოვრებლებთან ინტერვიუებს, რომლებიც ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის და მიხეილ სააკაშვილის მიმართ კეთილგანწყობას გამოხატავდნენ. სიუჟეტებში ასევე დიდი დრო ეთმობა ინტერვიუებს პარლამენტის წევრ ავთანდილ სტურუასთან. საანგარიშო პერიოდში მონიტორინგის სხვა სუბიექტები არც ერთხელ არ გაუშუქებით.

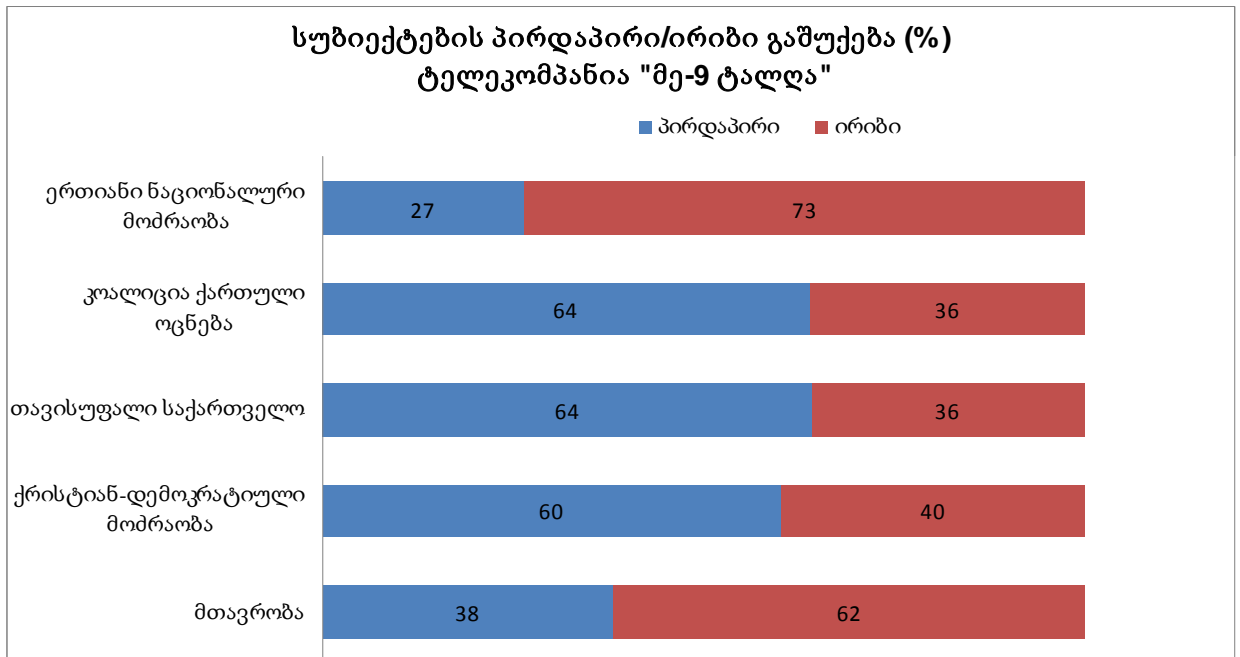
**"მე-9 ტალღა" (ფოთი)** - ტელეკომპანიამ ყველაზე მეტი დრო, დაახლოებით 3-3 წუთი ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას და კოალიცია "ქართულ ოცნებას" დაუთმო. გაშუქების 2-2 წუთი წილად ხვდათ: თავისუფალ საქართველოს, ქრისტიან-დემოკრატიულ მოძრაობას და მთავრობას.



სუბიექტებზე ძირითადად ნეიტრალურ და პოზიტიურ ტონებში საუბრობდნენ. ნეგატიური ტონი (13%) მხოლოდ ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის მიმართ გამოვლინდა.



სუბიექტების გაშუქებისას პირდაპირი საუბარი სჭარბობდა ირიბს, მხოლოდ ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის შემთხვევაში დაფიქსირდა ირიბი საუბრის (73%) უფრო მაღალი მაჩვენებელი.



აღნიშნული საანგარიშო პერიოდში ტელეკომპანია "მე-9 ტალღამ" მონიტორინგის რამდენიმე სუბიექტის წინასაარჩევნო კამპანია გააშუქა. აღსანიშნავია, რომ სიუჟეტებში ბალანსი ძირითადად დაცულია, ჟურნალისტის ტექსტი კი მიუკერძოებელია და არ ჩანს მისი პირადი დამოკიდებულება ამა თუ იმ საკითხის ან სუბიექტის მიმართ. ასევე უნდა აღინიშნოს, რომ სიუჟეტების უმრავლესობაში ინტერვიუებებს ტიტრები არ აქვთ და მიუხედავად იმისა, რომ

ჟურნალისტი ხშირ შემთხვევაში ასახელებს მათ ვინაობას, ზოგჯერ მაინც გაურკვეველია ვინ საუბრობს.

ტელეკომპანიის საინფორმაციო გამოშვებებში დრო რეგიონულ მაუწყებელთა ასოციაციის მიერ მომზადებულ სიუჟეტებსაც ეთმობა.

**მომავალში განსახორციელებელი სამუშაო:**

17-23 სექტემბრის მანძილზე განხორციელდება რეგიონალური მაუწყებლების მონიტორინგის მეშვიდე ეტაპი.



*ანგარიში შექმნილია ამერიკელი ხალხის მხარდაჭერით აშშ საერთაშორისო განვითარების სააგენტოს საშუალებით. მის შინაარსზე პასუხისმგებელია "ინტერნიუსი-საქართველო" და იგი არ ასახავს საარჩევნო სისტემების საერთაშორისო ფონდის, აშშ საერთაშორისო განვითარების სააგენტოს ან აშშ-ს მთავრობის შეხედულებებს.*