



კავკასიის კვლევითი  
რესურსების ცენტრი  
(CRRC)



პროექტი დაფინანსებულია  
ევროკავშირის მიერ

## საქართველოს მედიის სიღრმისეული კვლევა: შედეგების შეჯამება

აგვისტო-ნოემბერი, 2009

*დამატებითი ინფორმაციისთვის მიმართეთ:*

დოქტორ ჰანს გუთბროდს

კავკასიის კვლევითი რესურსების ცენტრების რეგიონალურ დირექტორს  
[hans@crccenters.org](mailto:hans@crccenters.org)

ბ-ნ კობა თურმანიძეს

კავკასიის კვლევითი რესურსების ცენტრის დირექტორს საქართველოში  
[koba@crccenters.org](mailto:koba@crccenters.org)

კავკასიის კვლევითი რესურსების ცენტრების (CRRC) პროგრამა წარმოადგენს კვლევითი და ტრენინგ ცენტრების ქსელს სომხეთში, აზერბაიჯანსა და საქართველოში. ჩვენ ხელს ვუწყობთ სოციალურ მეცნიერებებში კვლევისა და საჯარო პოლიტიკის ანალიზის განვითარებას სამხრეთ კავკასიაში. კავკასიის კვლევითი რესურსების ცენტრების ქსელი, რომელიც კარნეგის კორპორაციას (ნიუ იორკი), ევრაზიის თანამშრომლობის ფონდს და ადგილობრივ უნივერსიტეტებს შორის პარტნიორობას ეფუძნება, აერთიანებს კვლევას, ტრენინგსა და სამეცნიერო თანამშრომლობას რეგიონში.



**EURASIA  
PARTNERSHIP  
FOUNDATION**

პროექტი განხორციელებულია ევრაზიის თანამშრომლობის ფონდის (EPF) მიერ.

გამოცემა განხორცილდა ევროკავშირის დახმარებით. გამოცემის შინაარსზე პასუხისმგებელია მხოლოდ კავკასიის კვლევითი რესურსების ცენტრი. ეს გამოცემა არ გამოხატავს ევროკავშირის შეხედულებებს.

## შესავალი

უკვე დიდი ხანია, ქართული მედია სივრცე მწვავე დებატებისა და პოლიტიკური დაპირისპირების საგანს წარმოადგენს. მიუხედავად იმისა, რომ „პრესის თავისუფლების ინდექსის“ თანახმად საქართველოს საუკეთესო მაჩვენებელი აქვს რეგიონში, ამ სფეროში ჯერ კიდევ ბევრი მნიშვნელოვანი პრობლემაა გადასაჭრელი.<sup>1</sup> პრეზიდენტმა სააკაშვილმა თავად აღნიშნა, რომ ქართულ მედიაში არსებული მდგომარეობა „გამოწვევად რჩება“<sup>2</sup>; დასავლელი პოლიტიკოსები, რომლებიც საქართველოში სტუმრად ჩამოდიან, რეგულარულად გვირჩევენ მედიის დამოუკიდებლობის გაძლიერებას.<sup>3</sup>

ქართული მედია სივრცე მრავალფეროვანი და მდიდარია მოვლენებით. დამოუკიდებელმა დამკვირვებლებმა მოიწონეს ის კანონები, რომლებიც ამჟამინდელმა ხელისუფლებამ მიიღო<sup>4</sup>; ბეჭდურ მედიასა და რადიოში აზრთა ფართო სპექტრია წარმოდგენილი, ისევე როგორც იმ ტელეარხებზე, რომლებიც თბილისში მაუწყებლობს. თუმცა ხშირად მედია საშუალებები აღიქმება როგორც ამა თუ იმ პოლიტიკური ჯგუფის ინტერესების გამტარებელი მიკერძოებული წყაროები, და არა როგორც ინფორმაციის მიუკერძოებელი მიმწოდებლები. ამას დიდი ხნის ისტორია აქვს საქართველოში, სადაც სატელევიზიო არხი *რუსთავი 2* აღიქმება, როგორც 2003 წლის ვარდების რევოლუციის წარმატების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორი. 2007 წლის პოლიტიკური კრიზისის დროს მოვლენების ეპიცენტრში იყო სატელევიზიო არხი *იმედი*, მიუხედავად იმისა, რომ ის დარბეული და დახურული იქნა ხელისუფლების მიერ. ახლახანს კი, 2009 წლის აპრილში, ღია პოლიტიკური პოზიცია დაიკავა თბილისის ტელეარხმა *მაესტრომ*, რომელიც თავის მაყურებელს მთავრობის წინააღმდეგ გამართულ დემონსტრაციებზე იხმობდა.

ყოველივე ზემოთთქმულის გათვალისწინებით არც არის გასაკვირი, რომ დებატები ქართული მედიის შესახებ საკმაოდ მწვავე ხასიათს იღებს. მიუხედავად ამისა, დღემდე არ იყო სათანადოდ შესავლილი მედიაში და მედიის ირგვლივ არსებული მდგომარეობა: როგორ აღიქმება ის საზოგადოებისა და პროფესიონალების მიერ, რა მოლოდინები აქვთ

<sup>1</sup> რეგიონული მაჩვენებლები იხილეთ:

[www.freedomhouse.org/uploads/press.../muzzlingthemedial\\_15june07.pdf](http://www.freedomhouse.org/uploads/press.../muzzlingthemedial_15june07.pdf)

<sup>2</sup> Civil.ge, სააკაშვილი დემოკრატიული რეფორმების ახალი ტალღის შესახებ საუბრობს. მოძიებულია 01/11/09 <http://www.civil.ge/eng/article.php?id=19526>

<sup>3</sup> მაგალითად, აშშ-ს ვიცე პრეზიდენტმა ჯო ბაიდენმა განუცხადა საქართველოს პარლამენტს 2009 წლის ივლისში, რომ ვარდების რევოლუცია მხოლოდ მაშინ იქნება დასრულებული, როდესაც „მედია მთლიანად დამოუკიდებელი და პროფესიული იქნება“. იხ, Civil.ge, ბაიდენი პარლამენტს მიმართავს. მოძიებულია 01/11/09 <http://www.civil.ge/eng/article.php?id=21283&search=biden%20parliament>

<sup>4</sup> საერთაშორისო კვლევისა და გაცვლების საბჭო (IREX). (2009). *მედიის მდგრადობის ინდექსი*; მოძიებულია 25/09/09 <http://www.irex.org/MSI/index.asp>

საქართველოს მოქალაქეებს ამ სექტორისაგან, და რაში მდგომარეობს მედიის ძლიერი და სუსტი მხარეები. ამ პოლიტიზირებული საკითხის შესწავლის მიზნით CRRC-მ ქართული მედიის მრავალმხრივი და სიღრმისეული კვლევა ჩაატარა, რომელიც შემდეგ კომპონენტებს მოიცავდა: (1) საქართველოს მოსახლეობის დამოკიდებულებულების შესწავლა მედიისადმი; (2) 8 ფოკუს ჯგუფი საქართველოს ორ ქალაქში; (3) ინტერვიუები 47 წამყვან მედია პროფესიონალთან; და (4) მედია მონიტორინგი, რომელიც ქართული სატელევიზიო ახალი ამბების ანალიზს ისახავდა მიზნად.

წინამდებარე ანგარიშის მიზანია ამ კვლევის ყველა კომპონენტის შედეგების ანალიზი, რაც საშუალებას მოგვცემს, დავინახოთ ქართული მედიის დღევანდელი მდგომარეობის ამომწურავი სურათი. იმედი გვაქვს, ჩვენი მიგნებები თავის ადგილს დაიკავებს მიმდინარე დისკუსიებში, რომელიც ხშირად პოლიტიკური ინტერესების გავლენას განიცდის, და ამ მიგნებების დახმარებით შესაძლებელი გახდება კონსტრუქციული დიალოგის დაწყება ყველა დაინტერესებულ მხარეს შორის ქართულ მედიაში არსებული მდგომარეობის გაუმჯობესების მიზნით.

## **მედიის აღქმა საზოგადოების მიერ: სკეპტიკური ინტერესი**

საქართველოში მედია მოსახლეობის უფრო დიდი ნდობით სარგებლობს, ვიდრე სომხეთსა და აზერბაიჯანში. საქართველოში გამოკითხული რესპონდენტების 47% ნაწილობრივ ან სრულად ენდობა მედიას; შედარებისათვის, აზერბაიჯანში 43% ენდობა მედიას, ხოლო სომხეთში - 39% {CRRC Data Initiative 2008}.

ქართველები, აგრეთვე, ახალი ამბების აქტიური მომხმარებლები არიან. გამოკითხულთა 84% ყოველდღე უყურებს სატელევიზიო ახალ ამბებს, მათი უმრავლესობა – ნახევარი საათიდან ორ საათამდე {tv10}. მიუხედავად იმისა, რომ ტელევიზია ინფორმაციის მიღების ყველაზე მნიშვნელოვანი წყაროა, რესპონდენტთა 86% თვეში ერთხელ მაინც კითხულობს ყოველკვირეულ გაზეთს, ხოლო 80% - ჟურნალს {p3.3}<sup>5</sup>. გარდა ამისა, 33% ყოველდღიურად იღებს ინფორმაციას რადიოს მეშვეობით {r4.2}, და იზრდება ინტერნეტის მოხმარება – 12% ყოველდღიურად იყენებს ინტერნეტს. ეს მიუთითებს, რომ თუმცა ტელევიზია ინფორმაციის ძირითად წყაროდ რჩება, გაზეთები და რადიო აგრეთვე მნიშვნელოვან

<sup>5</sup> ბევრმა რესპონდენტმა აღნიშნა, რომ ისინი არ კითხულობენ გაზეთებს მათი სიძვირის გამო, ან იმიტომ, რომ გაზეთები არ იყიდება მათ დასახლებულ პუნქტში. ეს მიუთითებს, რომ საქართველოს მოსახლეობის დიდი ნაწილი დაინტერესებულია იაფი და ფართოდ გავრცელებული გაზეთების არსებობით.

როლს თამაშობენ, ხოლო ინტერნეტი სულ უფრო და უფრო ფართოდ ვრცელდება.

კერძო სატელევიზიო არხი *რუსთავი 2*, რომელიც მთელ ქვეყანაზე მაუწყებლობს, დღესდღეობით ყველაზე პოპულარულია საქართველოში – რესპონდენტთა 79% ყოველდღიურად უყურებს მის ახალ ამბებს {tv12,3}. თუმცა, მოსახლეობის დამოკიდებულება ამ არხისადმი არაერთგვაროვანია. მიუხედავად იმისა, რომ რესპონდენტთა 59% ნაწილობრივ მაინც ენდობა *რუსთავი 2*-ის ახალ ამბებს {tv14.5}, გამოკითხულთა 51% ამავე დროს თვლის, რომ ეს არხი მთავრობის ინტერესებს გამოხატავს. ფოკუს ჯგუფებმა აჩვენა, რომ მაყურებლები შეიძლება სკეპტიკურად იყვნენ განწყობილნი *რუსთავი 2*-ის ახალი ამბების მიმართ, მაგრამ მაინც უყურებენ ამ არხს გაშუქების მაღალი ხარისხისა და ოპერატიულობის გამო. „*რუსთავი 2* არ გვთავაზობს ობიექტურ ინფორმაციას, – თქვა ერთ–ერთმა თბილისელმა რესპონდენტმა, – მაგრამ ისინი ოპერატიულები არიან; როდესაც რაღაც ხდება, ისინი პირველები გადასცემენ ხოლმე“.

ფოკუს ჯგუფების მონაწილეები აგრეთვე ხშირად აღნიშნავდნენ, რომ ისინი სხვადასხვა არხებზე უყურებენ ახალ ამბებს და შემდეგ წყვეტენ, რომელ ინფორმაციას ენდონ, თუმცა გაშუქების მაღალი ხარისხი და ის ფაქტი, რომ *რუსთავი 2* მთელ საქართველოზე მაუწყებლოს, ხშირად იქნა დასახელებული *რუსთავი 2*-ის პოპულარობის ძირითად მიზეზად. ქუთაისის ერთმა მაცხოვრებელმა მას „საქართველოში ერთადერთი ყურებადი არხი“ უწოდა.<sup>6</sup>

ნათელია, რომ ქართველ მაყურებელს პროფესიულად წარმოდგენილი ახალი ამბები მოსწონს. იმ ჟურნალისტების დახასიათებისას, რომლებიც მათ ყველაზე მეტად მოსწონთ, ისინი აფასებენ მათ ჭკუას (59%), გამბედაობას (34%), სწორი კითხვების დასმის (19%) და ფაქტების გასაგებად გადმოცემის უნარს (18%). რესპონდენტებს არ გაუჭირდათ იმ ჟურნალისტების დასახელება, ვინც ყველაზე მეტად მოსწონთ. ცუდი მეტყველება და პროვოკაციული ქცევა მიჩნეულ იქნა ორ ყველაზე არაპოპულარულ თვისებად ჟურნალისტებისათვის (შესაბამისად, რესპონდენტთა 25% და 19%) {tv19}, რაც მიუთითებს, რომ კარგი პრეზენტაციის უნარი მნიშვნელოვანი ფაქტორია ქართველი მაყურებლისათვის. ფოკუს ჯგუფის ერთ–ერთმა მონაწილემ აღშფოთებით ისაუბრა იმ ჟურნალისტებზე, რომლებიც გრამატიკულ შეცდომებს უშვებენ თავის მეტყველებაში.

ქართველი ახალი ამბების მომხმარებლები აცნობიერებენ, რომ სატელევიზიო ახალი ამბები პოტენციურად მიკერძოებულია; გამოსავალს, მათი აზრით, სხვადასხვა არხის ყურება წარმოადგენს. თუმცა,

<sup>6</sup> ფოკუს ჯგუფები სხვადასხვა ასაკობრივი ჯგუფის წარმომადგენელ და განსხვავებული მედია–ჩვევების მქონე რესპონდენტებთან თბილისსა და ქუთაისში ჩატარდა.

დედაქალაქის ფარგლებს გარეთ გაცილებით რთულია იმ არხების ყურება, რომელთაც *რუსთავი 2*-ისგან საგრძნობლად განსხვავებული სარედაქციო პოლიტიკა აქვთ.

სხვადასხვა საინფორმაციო ტელეარხებზე ხელმისაწვდომობა საქართველოს მასშტაბით განსხვავდება. მოსახლეობის უმრავლესობას მხოლოდ *რუსთავი 2*-ის, *იმედისა* და სახელმწიფოს მიერ დაფინანსებული *საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხის* ყურება შეუძლია. ეს არხები მთავრობის ინტერესების გამომხატველად აღიქმება რესპონდენტთა, შესაბამისად, 51, 33 და 51 პროცენტის მიერ. თბილისში მაუწყებლობს კიდევ ორი არხი, *მაესტრო* და *კავკასია*, რომლებიც ოპოზიციის მხარდამჭერებად არის მიჩნეული (თბილისის მოსახლეობის 68%-ს სჯერა, რომ *კავკასია* ოპოზიციის ინტერესებს გამოხატავს, და 50% ამბობს, რომ *მაესტრო* აგრეთვე ოპოზიციას უჭერს მხარს). მიუხედავად იმისა, რომ ეს ნიშნავს, რომ თბილისის მოსახლეობას საშუალება აქვს გაეცნოს შეხედულებათა უფრო ფართო სპექტრს, თბილისში ჩატარებული ფოკუს ჯგუფების მონაწილეებმა არც ერთი სატელევიზიო არხი არ მიიჩნიეს ობიექტურად; მათი აზრით, *კავკასიაც* და *მაესტროც* „მიკერძოებულად“ და „ცალმხრივად“ აშუქებს საქართველოში მიმდინარე მოვლენებს.

ახალი ამბების მიკერძოებული გაშუქება მიუღებელია გამოკითხულთა 75%-ისათვის; მიუხედავად ამისა, უმრავლესობის აზრით, სატელევიზიო ახალი ამბების მიუკერძოებლობა საფრთხის ქვეშაა {tv36, tv35}. 61% თვლის, რომ ტელეარხების მფლობელები ახდენენ გავლენას ახალი ამბების გაშუქებაზე. *რუსთავი 2*-ისა და *იმედის* მფლობელების ვინაობასთან დაკავშირებით აზრთა სხვადასხვაობაა; ფოკუს ჯგუფების მონაწილეთა უმრავლესობას მიაჩნია, რომ ამ არხების მფლობელები მთავრობის გავლენის ქვეშ არიან. იქიდან გამომდინარე, რომ გამოკითხულთა 49%-ს მიაჩნია, რომ ჟურნალისტები გარკვეულწილად ემსახურებიან მთავრობის ინტერესებს, მედიის თავისუფლების საკითხი საქართველოში მართლაც შემამფოთებელი ხდება {q9}.

ქართველების უმრავლესობა ეწინააღმდეგება ყოველგვარ ცენზურას სახელმწიფოს მხრიდან. გამოკითხულთა 63% იზიარებს მოსაზრებას, რომ მთავრობა არ უნდა აკონტროლებდეს მედიას, ხოლო 22%-ს მიაჩნია, რომ მთავრობას აქვს უფლება, აკონტროლებდეს მედიას {q15}. ფოკუს ჯგუფების მონაწილეები თვლიან, რომ ცენზურა მხოლოდ ომის დროსაა მისაღები. მიუხედავად ამისა, ბევრმა რესპონდენტმა აღნიშნა, რომ საქართველოში ამჟამად სიტყვის თავისუფლების ნაკლებობაა. 44% სრულად ან ნაწილობრივ უარყოფს იმ მოსაზრებას, რომ საქართველოში სიტყვის თავისუფლებაა, 35% კი სრულად ან ნაწილობრივ იზიარებს ამ მოსაზრებას.

შესაბამისად, ქართველთა უმრავლესობისათვის კარგადაა ცნობილი მედიის სექტორში არსებული პრობლემები. ნათელია ისიც, რომ საზოგადოებაში არსებობს უფრო პროფესიული, მიუკერძოებელი და დამოუკიდებელი

მედია სივრცის არსებობის სურვილი. ბევრმა რესპონდენტმა კარგად იცის, თუ რა თემების გაშუქება სურთ უფრო დეტალურად ცენტრალური ტელეარხების მიერ. ძირითადად უპირატესობა ენიჭება იმ თემებს, რომლებიც მნიშვნელოვან როლს თამაშობს მათ ცხოვრებაში.

რამდენ დროს უთმობენ საქართველოს ცენტრალური ტელეარხები შემდეგი თემების გაშუქებას? <sup>7</sup> (%)				
	ძალიან ცოტა დროს	საკმარის დროს	ძალიან ბევრ დროს	არ ვიცი
სოციალური საკითხები	50	27	4	16
ადამიანის უფლებები	39	34	3	22
სიტყვის თავისუფლება	38	32	4	23
ჯანდაცვის საკითხები	37	35	3	23
რელიგიის საკითხები	36	37	4	20
სასამართლოს მუშაობა	34	32	3	28
საკუთრების უფლების დაცვა	31	35	4	27
ეკონომიკური საკითხები	24	47	7	19
კორუფცია	22	42	5	28
განათლების რეფორმა	22	47	7	22
მდგომარეობა აფხაზეთში და /ან სამხრეთ ოსეთში	19	44	18	17
ტერიტორიული მთლიანობა	18	44	19	16
პოლიტიკური სტაბილურობა საქართველოში	15	47	14	22
ურთიერთობა რუსეთთან	13	47	21	18
არჩევნები	9	41	26	21
პოლიტიკური მოვლენები სხვა ქვეყნებში	9	57	11	21
ნატო-ში გაწევრიანება	6	43	30	19

<sup>7</sup> ცხრილში არ არის მოყვანილი რესპონდენტთა რაოდენობა, ვინც არ გასცა პასუხი ამ კითხვაზე, ამიტომ პასუხების ჯამი შეიძლება არ იყოს 100%.

უფრო მეტიც, რესპონდენტებმა ასევე გამოხატეს დიდი ინტერესი საგამომიებო ჟურნალისტიკისადმი. კავკასიასა და მესტროზე ნაჩვენებ ფილმებს თუ არ ჩავთვლით, რომლებიც ჟურნალისტური გამოძიების შედეგადაა გადაღებული, ამჟამად არც ერთ ეროვნულ არხზე არ გადის ჟურნალისტური გამოძიებისადმი მიძღვნილი პროგრამები. როდესაც რესპონდენტებს ვკითხეთ, უნდა აწარმოონ თუ არა, მათი აზრით, ქართველმა ჟურნალისტებმა ჟურნალისტური გამოძიება მთელ რიგ საკითხებთან დაკავშირებით, მათმა აბსოლუტურმა უმრავლესობამ დადებითად გვიპასუხა.<sup>8</sup> რესპონდენტების 75%-ზე მეტმა განაცხადა, რომ ჟურნალისტებმა უნდა აწარმოონ გამოძიება ჯანდაცვის, სასამართლოს, არჩევნების, სიტყვის თავისუფლების დაცვისა და სხვა საკითხების შესახებ. საინტერესოა, რომ რესპონდენტების 64%-მა აღნიშნა, რომ ჟურნალისტებმა უნდა აწარმოონ პოლიტიკოსებსა და ეკლესიას შორის არსებული ურთიერთობის გამოძიება. ეს საკმაოდ მოულოდნელია, თუ გავითვალისწინებთ, რომ ეკლესია მოსახლეობის ფართო მხარდაჭერით სარგებლობს და მას საზოგადოების 84% ენდობა {CRRC Data Initiative 2008}.

მთლიანობაში, შედეგები მოწმობს ქართული საზოგადოების არაერთგაროვან დამოკიდებულებაზე მედიის მიმართ. ნათელია, რომ ქართველები ხედავენ ახალი ამბების ყველაზე პოპულარული წყაროებს ნაკლოვანებებს, მაგრამ მათი აბსოლუტური უმრავლესობა მაინც მოიხმარს ამ წყაროებს. მაშინ, როდესაც მოსახლეობის უმრავლესობა ჟურნალისტებისაგან მიუკერძოებელ, დამოუკიდებელ რეპორტაჟებს მოითხოვს, მას აგრეთვე სურს მიიღოს პროფესიულად წარმოდგენილი მაღალხარისხიანი მასალა. მიუხედავად იმისა, რომ სატელევიზიო ახალი ამბები დღესდღეობით ყველაზე გავლენიანია, ქართველთა დიდი ნაწილი ინფორმაციის სხვა წყაროებსაც მიმართავს პერიოდულად მაინც, და უმრავლესობას სურს, მნიშვნელოვანი საკითხები გამოძიებული იქნეს ჟურნალისტების მიერ მთავრობის ან მედიის მფლობელების ჩარევისა და გავლენის გარეშე.

იმ პრობლემების მიუხედავად, რომელთა წინაშეც ქართული მედია დგას, ქართველების 64% ნაწილობრივ მაინც ენდობა ჟურნალისტებს. 60%-ზე მეტი {d15} მოიწონებდა თავისი შვილის არჩევანს, თუ ის ჟურნალისტობას მოინდომებდა. ეს მიუთითებს იმაზე, რომ მოსახლეობის უმეტესობა ფრთხილი ოპტიმიზმით უყურებს ქართული მედიის მომავალს.

---

<sup>8</sup> ეს კითხვა ყველა მედია საშუალების შესახებ იყო დასმული, არა მხოლოდ ტელევიზიის შესახებ.

## მედიის სფეროში მომუშავე პროფესიონალები: კრიტიკული და შეწუხებული დამოკიდებულება

საქართველოს მოსახლეობასთან შედარებით, მედიის სფეროში მომუშავე პროფესიონალები გაცილებით უფრო შეწუხებულნი არიან ქართული მედიის დღევანდელი მდგომარეობით და საკუთარი ადგილით ამ სფეროში. 2009 წლის ოქტომბერში CRRC-მ გამოკითხა 47 წამყვანი მედია პროფესიონალი და ნათელია, რომ მათი უმეტესობა გაცილებით უფრო კრიტიკულად არის განწყობილი მედიის სექტორის მიმართ, ვიდრე საქართველოს მოსახლეობა.<sup>9</sup> თუ საქართველოს მოსახლეობის თითქმის 40% მეტ-ნაკლებად ძლიერად ეთანხმებოდა დებულებას, რომ ქართველი ჟურნალისტები მათნაირი ადამიანების ინტერესებს ემსახურებიან, მედიის სფეროში მომუშავე პროფესიონალთა 79% არ დაეთანხმა ამ მოსაზრებას {q8}.

მედიის სფეროში მომუშავე პროფესიონალები ასევე უფრო შეწუხებულნი იყვნენ მთავრობის ჩარევით მედია საშუალებების მუშაობაში – 83% თვლის, რომ ჟურნალისტები ხშირად მთავრობის ინტერესების გავლენის ქვეშ ექცევიან, მაშინ, როდესაც საქართველოს მოსახლეობის მხოლოდ 18% ფიქრობს ასე {tv16}. მედია პროფესიონალების დიდმა ნაწილმა აღნიშნა, რომ ჟურნალისტების მიერ მთავრობის ინტერესების გატარება ყველაზე შესამჩნევია ტელევიზიაში. უმრავლესობის აზრით, ამ საინფორმაციო საშუალებების მფლობელების შესახებ ინფორმაციის გაუმჭვირვალობა უფრო აადვილებს ზეწოლის განხორციელებას: „ის ფაქტი, რომ ინფორმაცია სხვადასხვა ტელეარხის მფლობელების ვინაობის შესახებ არ არის გამჭვირვალე, ამტკიცებს, რომ ისინი დაკავშირებულნი არიან კონკრეტულ [პოლიტიკურ] ლიდერებთან და პარტიებთან“, აღნიშნა ერთ-ერთმა რესპონდენტმა. მედია პროფესიონალთა 79% მიიჩნევს, რომ მედია საშუალებების მფლობელები დიდ გავლენას ახდენენ ახალი ამბების გაშუქებაზე {tv35}.

ტელევიზიასთან დაკავშირებული პრობლემები ძირითადად მთავრობის ზეგავლენას უკავშირდება, ხოლო რაც შეეხება მედია საშუალებების სხვა ტიპებს, უმთავრეს პრობლემად დასახელებული იქნა პროფესიონალიზმის ნაკლებობა. ბევრი ფიქრობს, რომ ეს განსაკუთრებით შესამჩნევია ბეჭდურ მედიაში და აგრეთვე თბილისში მაუწყებელ სატელევიზიო არხებზე კავკასია და მანსტრო, რომლებიც, რესპონდენტთა აზრით, ოპოზიციას უჭერენ მხარს. „ქართველი ჟურნალისტები წერენ ამა თუ იმ პოლიტიკური ჯგუფის წარმომადგენელი პოლიტიკოსებისათვის, რომელთა გულის მოგებასაც ცდილობენ“, აღნიშნა ერთმა რესპონდენტმა, ხოლო მეორემ

<sup>9</sup> გამოკითხული პროფესიონალები იყვნენ ჟურნალისტები, მენეჯერები და აკადემიური სფეროს წარმომადგენელი ექსპერტები. ისინი მუშაობენ ტელევიზიაში, ბეჭდურ მედიაში, რადიოსა და ინტერნეტ გამოცემებში და პოლიტიკური სექტორის სხვადასხვა კუთხეს წარმოადგენენ.

განაცხადა, რომ ქართველი ჟურნალისტები „ემსახურებიან არა საზოგადოებას, არამედ პოლიტიკურ კლასს“.

მედია პროფესიონალების 54% გარკვეულწილად ეთანხმება იმ აზრს, რომ მათ აქვთ სიტყვის თავისუფლება, თუმცა ეს თანხმობა პირობითია. რესპონდენტებმა აღნიშნეს, რომ ჟურნალისტების თავისუფლება მნიშვნელოვან შეზღუდვებს აწყდება. დასახელებული იქნა რამდენიმე გარემოება, რომლებიც იწვევს სიტყვის თავისუფლების შეზღუდვას, მათ შორის – ჟურნალისტური ტრენინგებისა და ჟურნალისტების პროფესიონალიზმის ნაკლებობა: „ჟურნალისტებმა არ იციან თავიანთი უფლებები და ეს ზღუდავს სიტყვის თავისუფლებას“. სხვა ფაქტორები, რომლებიც ზღუდავენ სიტყვის თავისუფლებას, მოიცავდა ინფორმაციის გაუმჭვირვალობას მედია საშუალებების მესაკუთრეებისა და ფინანსური საკითხების შესახებ და უნდობლობას სასამართლოებისადმი.

ერთ–ერთ პრობლემად თვით–ცენზურა დასახელდა. როგორც ერთმა ჟურნალისტმა განმარტა: „არ მოგწონს, მაგრამ მაინც აკეთებ“. მეორემ კი აღნიშნა, რომ ისინი, ვინც თვით–ცენზურას არ მიმართავენ, მარგინალიზირებულები არიან და „უკვე იმდენი ხანია, წმენდა’ მიმდინარეობს, რომ ჟურნალისტების ახალი ტიპი ჩამოყალიბდა, რომლებიც შინაგანად, შეგნებულად მთავრობის მომხრენი არიან“. ამ კონტექსტში, მთავრობისა (83%) და მედიის მფლობელების (79%) ინტერესები უფრო მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს ტელეჟურნალისტების მიერ რეპორტაჟების მომზადებაზე, ვიდრე მათი საკუთარი შეხედულებები (49%) {tv16, tv15, tv35}. რესპონდენტები კვლავ და კვლავ აღნიშნავენ, რომ ხარისხიანი ჟურნალისტიკის განვითარებას ხელს უშლის მდგრადი დამოუკიდებელი ჟურნალისტიკის სუსტი ინსტიტუციური ბაზა.

მეორე საკითხი, რომელიც წამოიჭრა რესპონდენტების მიერ, მედია სივრცის პოლარიზაციაა: „ჟურნალისტებს არა აქვთ სიტყვის თავისუფლება საქართველოში. ეს იმიტომ, რომ არ არსებობს ნეიტრალური მედია – ტელეარხები ემსახურებიან ან მთავრობის, ან ოპოზიციის ინტერესებს“. მედია პროფესიონალების შეფასებით, ტელესივრცე უფრო პოლარიზებულია, ვიდრე ამას საქართველოს მოსახლეობა თვლის. მაშინ, როდესაც მოსახლეობის მხოლოდ 51%-ს ჰგონია, რომ *რუსთავი 2* ნაწილობრივ მაინც ემსახურება მთავრობის ინტერესებს, ამ მოსაზრებას მედია პროფესიონალების 94% იზიარებს {tv17.5}.

მედია პროფესიონალები ასევე მიიჩნევენ, რომ საზოგადოება გაცილებით მეტ უნდობლობას უცხადებს ქართულ ტელევიზიას, ვიდრე ეს საზოგადოებრივი აზრის კვლევამ აჩვენა. მაშინ, როდესაც მოსახლეობის 59% აცხადებს, რომ ნაწილობრივ მაინც ენდობა *რუსთავი 2*-ს, მედია პროფესიონალებს ჰგონიათ, რომ ეს ციფრი მხოლოდ 28%-ია. ანალოგიური სხვაობაა *იმედის* შემთხვევაში, როდესაც მოსახლეობის 60% აცხადებს, რომ ნაწილობრივ მაინც ენდობა ამ არხს (სხვა კითხვაზე {tv13} მიღებული

პასუხების თანახმად, ეს სატელევიზიო არხი მოსახლეობის ყველაზე მაღალ ნდობას იმსახურებს), ხოლო მედია პროფესიონალები ფიქრობენ, რომ ეს ციფრი მხოლოდ 25%-ია {tv14.3}.

ის სფერო, სადაც მოსახლეობისა და მედიის სფეროში მომუშავე პროფესიონალების გამოკითხვის შედეგები ერთმანეთს ემთხვევა, საგამომიებო ჟურნალისტიკის გააქტიურების სურვილია. მიუხედავად იმისა, რომ დონორი ორგანიზაციები მონდომებულად აფინანსებენ საგამომიებო ჟურნალისტურ პროგრამებს და ზოგი ასეთი პროგრამა გადის *კავკასიისა* და *მესტროს* ეთერში, არც ერთი ასეთი გადაცემა არ არის ცენტრალურ ტელეარხებზე. მედია პროფესიონალების 90%-ზე მეტი სიამოვნებით იხილავდა ჟურნალისტურ გამომიებას მრავალ საკითხზე, განათლებით დაწყებული და აფხაზეთსა და ოსეთში არსებული სიტუაციით დამთავრებული. თუმცა, მედია პროფესიონალების 62%-ს არ სურს პოლიტიკოსების პირადი ცხოვრების გამომიება, მაშინ როდესაც მოსახლეობის 53% ასეთ რეპორტაჟებს იხილავდა. ინტერვიუების დროს მედიის სფეროში მომუშავე პროფესიონალთა უმრავლესობა მსგავსი გამომიების ხელისშემშლელ ფაქტორად ჟურნალისტურ ეთიკას ასახელებდა, რაც, თავის მხრივ, მიუთითებს, რომ ქართულ მედია სივრცეში პროფესიული და ეთიკური ჟურნალისტიკის არსებობის დიდი სურვილია.

## **ტელევიზია: ურთიერთდაპირისპირებული არხები და სტანდარტები საფრთხეში**

იმ მნიშვნელობისა და ყურადღების გათვალისწინებით, რომელიც საქართველოში ტელევიზიას ეთმობა, CRRC-ს დაკვეთით წელს მედია მონიტორინგის სამი ეტაპი განხორციელდა.<sup>10</sup> მონიტორინგის პროცესში შესწავლილ იქნა ის არხები, რომლებიც აღიქმება როგორც მთავრობის ინტრესების გამტარებელი - *რუსთვი 2*, *იმედი* და *პირველი არხი*, და თბილისზე მაუწყებელი არხები *კავკასია* და *მესტრო*, რომლებიც აღიქმება როგორც ოპოზიციის მხარდამჭერი არხები. მონიტორინგი განხორციელდა აპრილის დასაწყისში, როდესაც ის დაემთხვა ქუჩის ფართომასშტაბურ ანტი-სამთავრობო საპროტესტო აქციებს; მაისის ბოლოს, როდესაც ამ აქციებმა კულმინაციას მიაღწია; და სექტემბერში, როდესაც გავრცელდა ევროკავშირის დაკვეთით მომზადებული და საყოველთაო ინტერესის ცენტრში მოქცეული ანგარიში 2008 წლის ომის მიზეზების შესახებ.

ხუთი არხის მიერ წარმოდგენილი ახალი ამბების თვისებრივი ანალიზის შედეგად გაირკვა, რომ მაყურებელი იღებდა მოვლენათა რადიკალურად განსხვავებულ ვერსიებს, ერთი მხრივ, *რუსთავი 2*-იდან, *იმედი*დან და

<sup>10</sup> მონიტორინგი განხორციელდა თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის სოციალურ მეცნიერებათა ცენტრის (CSS) მიერ, თუმცა თავად CRRC-მ აქტიური მონაწილეობა მიიღო პროექტის მენეჯმენტში; მონიტორინგის შედეგები გაკონტროლებული იქნა გარე დამკვირვებლების მიერ.

პირველი არხიდან და, მეორე მხრივ, *მაესტროდან* და *კავკასიდან*, რაც იმაზე მიუთითებს, რომ მართლაც შესაძლებელია უყურო სხვადასხვა არხს და შემდეგ ჩამოაყალიბო საკუთარი აზრი მიმდინარე მოვლენების შესახებ. როდესაც არხები ერთსა და იმავე მოვლენას აშუქებდნენ, ხშირად შესაძლებელი იყო არხების სიმპატიების ამოკითხვა იმის მიხედვით, თუ როგორ ხდებოდა მოვლენის გაშუქება. მაგალითად, როდესაც ევროკავშირის ანგარიში გამოქვეყნდა, *იმედმა* გააჟღერა როგორც სამთავრობო უმრავლესობის, ასევე საპარლამენტო ოპოზიციის წარმომადგენელი პარლამენტარების შეფასებები იმის თაობაზე, რომ ეს ანგარიში იზიარებდა საქართველოს პოზიციას რუსეთის მიერ განხორციელებული აგრესიის შესახებ. ამას მოჰყვა ნაწყვეტი პრეზიდენტ სააკაშვილის გამოსვლიდან, რომლის მიზანიც იყო პარლამენტარების მიერ გამოთქმული მოსაზრებების განმტკიცება. *კავკასიამ*, თავის მხრივ, საერთოდ არ აჩვენა პრეზიდენტი სააკაშვილი და თავისი რეპორტაჟის 50% მიუძღვნა არასაპარლამენტო ოპოზიციას (რომელიც უფრო რადიკალურად არის განწყობილი მთავრობის წინააღმდეგ და რომლის წარმომადგენლებიც არ გამოჩენილან *იმედზე*). ამ პოლიტიკოსებმა კატეგორიულად დააბრალებს ომის დაწყება პრეზიდენტს და ამტკიცებდნენ, რომ კრიზისის დასაძლევად აუცილებელია მისი გადადგომა. ამრიგად, *იმედის* მაყურებელმა მიიღო ინფორმაცია, რომ ევროკავშირის ანგარიში ძირითადად იზიარებს მთავრობის აზრს რუსეთის აგრესიის შესახებ, ხოლო *კავკასია* შეეცადა დაეჯერებინა თავისი მაყურებელი, რომ ევროკავშირის ანგარიში ომის დაწყების პასუხისმგებლობას მთლიანად პრეზიდენტ სააკაშვილს აკისრებდა.

მედია მონიტორინგმა აგრეთვე გვიჩვენა, რომ შესწავლილი არხები მართლაც დაპირისპირებულ 'ბანაკებს' ეკუთვნიან. *იმედი*, *რუსთავი 2* და *პირველი არხი* ხშირად აშუქებენ მსგავს ამბებს და არ აკრიტიკებენ ერთმანეთს, ხოლო *კავკასია* და *მაესტრო* ზუსტად იგივეს აკეთებენ საპირისპირო მხრიდან. ეს ნათლად ჩანს სექტემბრის ერთ-ერთ რეპორტაჟში: *პირველი არხი* გადასცემს საპატრიარქოს განცხადებას იმის თაობაზე, რომ საპატრიარქო არ იყო ჩართული რუსი ჟურნალისტების დაპატიჟების სადავო საქმეში. *კავკასიამ* იგივე განცხადება გადასცა სრული სახით: გადაცემული იყო საპატრიარქოს განცხადების მეორე ნაწილიც, სადაც საპატრიარქო აკრიტიკებს *იმედს* იმ რეპორტაჟისათვის, სადაც ნათქვამი იყო, რომ რუსი ჟურნალისტები საპატრიარქომ დაპატიჟა. ამგვარად, *პირველმა არხმა* თავი შეიკავა *იმედის* კრიტიკის გაშუქებისგან. ორივე მხარე ასევე თავს იკავებს იმ პოლიტიკური ჯგუფების კრიტიკისაგან, რომელთა მხარდამჭერებადაც ისინი აღიქმებიან. აპრილის ანტი-სამთავრობო დემონსტრაციების გაშუქებისას *რუსთავი 2-მა*, *იმედმა* და *პირველმა არხმა* გადასცეს რეპორტაჟი სტუდენტის შესახებ, რომელმაც მიმართა მომიტინგეებს და მოუწოდა მათ არ გამოეყენებინათ შეურაცხმყოფელი სიტყვები და გინება მათი პოლიტიკური ოპონენტების მისამართით; მომიტინგეებმა ის სტვენითა და ყვირილით გაამევეს

სცენიდან. ეს ინციდენტი, რომელიც არცთუ სახარბიელოდ წარმოაჩენდა ოპოზიციას, არ გააშუქა არც *კავკასიამ* და არც *მაესტრომ*. მსგავსი ინციდენტები მიუთითებენ, თუ რაოდენ პოლარიზებულია ქართული ტელევიზორცე.

უფრო მეტიც, პროფესიონალიზმის ნაკლებობა, რომელზეც საუბრობდა ფოკუს ჯგუფების ბევრი მონაწილე და მედია პროფესიონალები, ნათლად გამოვლინდა მონიტორინგის დროს. დაფიქსირებული იქნა ახალი ამბების დაუბალანსებელი გაშუქების, პირადი აზრების ფაქტებად წარმოჩენის, დამახინჯებული და დამაბნეველი ინფორმაციის გადაცემის რამდენიმე მაგალითი. 12 აპრილს მომიტინგეთა და მუნიციპალური სამსახურის წარმომადგენელთა შეტაკების შემდეგ *რუსთავი 2*-მა 55 წამი დაუთმო ამ ამბის ოფიციალური მხარის გაშუქებას და მხოლოდ 12 წამი – მომიტინგეების მოსაზრებებს. 1 აპრილს *კავკასიამ* გადასცა რეპორტაჟი იმ ჯგუფის შესახებ, რომელიც პროტესტს გამოთქვამდა ქართული ხელოვნების ნიმუშების საზღვარგარეთ გაყიდვის გამო. გაშუქებული იქნა საპროტესტო აქცია, მაყურებელს საშუალება მიეცა მოესმინა საპროტესტო ჯგუფის წევრების მოსაზრებები, მაგრამ *კავკასიას* არც უცდია კონფლიქტის მეორე მხარის პოზიციის გაშუქება. არ ჩატარებულა ინტერვიუ მთავრობის, კულტურის სამინისტროს ან ეროვნული მუზეუმის არც ერთ წარმომადგენლთან, საპროტესტო ჯგუფის წევრების ბრალდებები წარმოდგენილი იყო, როგორც ფაქტები, თუმცა – ყოველგვარი მტკიცებულების გარეშე. მსგავსი ინციდენტები რეგულარულად გვხვდებოდა მონიტორინგის სამივე ეტაპზე.

მთლიანობაში მონიტორინგმა აჩვენა, რომ მაყურებელთა და მედია პროფესიონალები მიერ დასახელებული პრობლემები მართლაც აქტუალურია. შერჩეულ ტელეარხებზე ხშირია ახალი ამბების მიკერძოებული და არაპროფესიონალური გაშუქება. უფრო მეტიც, შეხედულება იმის შესახებ, რომ *რუსთავი 2*, *იმედი* და *პირველი არხი* მთავრობას ემხრობა, ხოლო *კავკასია* და *მაესტრო* – ოპოზიციას, საფუძველს მოკლებული არ არის. ტელევიზორცის პოლარიზაცია ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი პრობლემაა, რომელიც ქართული მედიის განვითარების გზაზე დგას.

## **ანალიზი**

მიუხედავად იმისა, რომ უამრავი რამ რჩება გასაკეთებელი იმისათვის, რომ საქართველოში გარანტირებულ იქნეს მედიის თავისუფლება და მაღალი პროფესიონალიზმი, მნიშვნელოვანია არ უგულებელვყოთ ის ფუნდამენტური ძლიერი მხარეები, რომელთა შედეგადაც ქართველ მაყურებელს დღეს საშუალება აქვს, გაეცნოს სხვადასხვა აზრს. ახალი ამბები ყველაზე პოპულარული ტელეგადაცემაა ქვეყანაში და ქართველთა 84% ყოველ დღე უყურებს ახალ ამბებს. აქედან გამომდინარე, ქართველებს

უზარმაზარი მოთხოვნილება აქვთ ახალ ამბებზე და ის ფაქტი, რომ რესპონდენტთა მაღალი პროცენტი ფიქრობს, რომ ისეთი პოპულარული არხები, როგორც, მაგალითად, *რუსთავი 2-ია*, მთავრობის ინტერესებს ატარებს, მიუთითებს, რომ ქართველები კრიტიკული მაცურებლები არიან. ფოკუს ჯგუფების რამდენიმე რესპონდენტმა აღნიშნა, რომ ისინი სხვადასხვა არხებზე უყურებენ ახალ ამბებს, და შემდეგ თავად აკეთებენ დასკვნებს; იგივე იქნა აღნიშნული ერთ-ერთი მედია პროფესიონალის მიერ. რესპონდენტებმა გამოხატეს პროფესიული და დაბალანსებული საინფორმაციო გადაცემების ნახვის სურვილი, რაც მიუთითებს, რომ ქართველმა მაცურებელმა იცის, თუ რა სურს ჟურნალისტებისაგან.

უფრო მეტიც, მიუხედავად იმისა, რომ ქართულ მედიაში ტელევიზია დომინირებს, შეცდომა იქნება უმნიშვნელოდ მივიჩნიოთ ბეჭდური მედიის, რადიოს და ინტერნეტის როლი. ქართველთა 80%-ზე მეტი კითხულობს ყოველკვირეულ გაზეთებს თვეში ერთხელ მაინც, და პრესა პოლიტიკური შეხედულებების მრავალფეროვნებით გამოირჩევა. ინტერნეტის მომხმარებელთა რიცხვის ზრდაც მნიშვნელოვანი ფაქტორია. ქართველი ინტერნეტ-მომხმარებლების ყველაზე პოპულარული აქტივობა სოციალური ქსელებით სარგებლობაა, რასაც ინტერნეტის მომხმარებელ რესპონდენტთა 50%-ზე მეტი ასახელებს. სოციალური ქსელები (როგორებიცაა, მაგალითად, Facebook; Odnoklassniki) იდეალური სივრცეა ინფორმაციის, სტატიების, ვიდეოების გასავრცელებლად; უკვე არსებობს ინტერნეტ დისკუსიების ტრადიციულ მედიაში გადანაცვლების ფაქტები.<sup>11</sup> თითქმის ყოველმა გამოკითხულმა ჟურნალისტმა აღნიშნა, რომ ინტერნეტს აქვს იმის პოტენციალი, რომ 10 წელიწადში ახალი ამბების მთავარი წყარო გახდეს საქართველოში.

თუმცა, ქართულ მედია სივრცეს მნიშვნელოვანი სუსტი მხარეებიც ახასიათებს. მათ შორის ყველაზე მნიშვნელოვანია სატელევიზიო სივრცის რადიკალური პოლარიზება. როგორც მედია მონიტორინგის შედეგები გვიჩვენებს, ის არხები, რომლებიც ან მთავრობის, ან ოპოზიციის მომხრედ ითვლება, ხშირად გადასცემენ დამაბნეველ, არაზუსტ და მიკერძოებულ ინფორმაციას. მედია პროფესიონალები ვერ აფასებენ ამ პრობლემის სიმწვავეს, მაშინ როდესაც ფოკუს ჯგუფის ერთ-ერთმა მონაწილემ აღნიშნა, რომ საქართველოში მხოლოდ მთავრობის ან ოპოზიციის მომხრე ტელეარხები არსებობს, და არ არსებობს არც ერთი „ნეიტრალური“ არხი.

ქართველი ჟურნალისტები, თავის მხრივ, გამოყოფენ მედია სექტორის სხვა ნაკლოვანებებს და გაცილებით უფრო ნაკლებად ენდობიან მედიას, ვიდრე საზოგადოება. თითქმის ყოველმა მათგანმა აღნიშნა, რომ ჟურნალისტების

<sup>11</sup> ამჟამად საქართველოში ერთ-ერთი მთავარი ახალი ამბავია ქართული მართლმადიდებლური ეკლესიის შეურაცხმყოფელი ვიდეოს გავრცელების გამო ატეხილი სკანდალი, რომელიც დაიწყო ამ ვიდეოს განთავსების შემდეგ Facebook-ის სოციალურ ქსელში.

მხრიდან მეტი პროფესიონალიზმია საჭირო, ხოლო მედია საშუალებების მფლობელების მხრიდან – ჩაურევლობა მაუწყებლობის პროცესში.

მედია პროფესიონალები საკუთარი თავის მიმართაც კრიტიკულები იყვნენ. ერთ-ერთმა მათგანმა აღნიშნა, რომ მედიის წინაშე მდგარი ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი პრობლემაა ჟურნალისტებს შორის „არასოლიდარობა“. სიტუაციას ართულებს ის, რომ ჟურნალისტები არ არიან ფინანსურად დამოუკიდებლები. სამსახური მედია საშუალებებში და, განსაკუთრებით, ტელევიზიაში შედარებით მაღალანაზღაურებადია, აქედან გამომდინარე, უმუშევრობის შიშით ბევრი ჟურნალისტი აკეთებს არჩევანს, გაატაროს მედია საშუალების მფლობელის ინტერესები. ამ პრობლემას ართულებს ჟურნალისტებთან გაფორმებული ხელშეკრულებების ცუდი პირობები.

მიუხედავად ამისა, კვლევის შედეგები ასევე მიუთითებს არსებულ შესაძლებლობებზე. მედია საშუალებების მფლობელების ვინაობის გამჭვირვალობა, რაც ბევრმა რესპონდენტმა ახსენა, მოკლე ვადებში შეიძლება იქნეს მიღწეული. აგრეთვე, რამდენადაც მედია პროფესიონალების და საზოგადოების წარმომადგენელთა აბსოლუტური უმრავლესობა გამოთქვამს სურვილს, იხილოს სხვადასხვა საკითხისადმი მიძღვნილი ჟურნალისტური გამოძიებები, ნებისმიერი არხისათვის იდეალურ შესაძლებლობას წარმოადგენს მაღალხარისხიანი გადაცემის გაშვება, რომელსაც ჟურნალისტური გამოძიებები დაედება საფუძვლად. ასეთი გადაცემები არა მარტო მნიშვნელოვანი შენაძენი იქნება მედია სივრცისათვის, არამედ, სავარაუდოდ, ძალზე პოპულარულიც იქნება, ვინაიდან გამოკითხულთა 75%-ზე მეტმა გამოხატა ინტერესი მსგავსი გადაცემების მიმართ. საზოგადოება აგრეთვე გამოხატავს აშკარა ინტერესს პოლიტიკური გადაცემებისადმი.

გარდა ამისა, მედია პროფესიონალებმა ინტერვიუების დროს გამოთქვეს კონკრეტული იდეები იმის შესახებ, თუ როგორ შეიძლება გაუმჯობესდეს მედია სივრცე. არ არსებობს იდეების ნაკლებობა იმის შესახებ, თუ როგორ წავიდეთ წინ. იდეების თვალსაზრისით, მედია სექტორში არ არის სტაგნაცია.

მიუხედავად იმისა, რომ არსებობს იდეები და შესაძლებლობები, კვლევის შედეგები გვიჩვენებს, რომ არ იქნება გამართლებული კმაყოფილება არსებული ვითარებით. ყველაზე ექსტრემალურ შემთხვევაში, პოლარიზაცია მედია საშუალებებს შორის წარმოადგენს საფრთხეს პოლიტიკური სტაბილურობისათვის. პოლიტიკური უთანხმოებების განხილვა ერთი და იმავე არხის ფარგლებში უნდა მოხდეს, არ უნდა მოხდეს მათი სეგრეგაცია სხვადასხვა არხზე. წაგებული მხარე, რომელიც საკუთარ თავს მარგინალიზირებულად თვლის, კითხვის ნიშნის ქვეშ დააყენებს სისტემის ლეგიტიმურობას და რადიკალური ალტერნატივების ძებნას დაიწყებს. როდესაც ის მოიპოვებს მოსახლეობის მნიშვნელოვანი

ნაწილის მხარდაჭერას, საფრთხის ქვეშ დადგება ინსტიტუციური და საპარლამენტო პროცესები, რომელთა ფუნქციონირებაც საქართველოსთვის მნიშვნელოვანია.

2009 წლის მაისში, როდესაც დასმული იყო კითხვა, თუ რა პრობლემები უნდა გადაჭრან მთავრობამ და ოპოზიციამ მოლაპარაკების გზით, გამოკითხულთა 69% ასახელებდა მედიის თავისუფლებას – უშუალოდ სასამართლო სისტემის დამოუკიდებლობისა (73%) და თავისუფალი და მიუკერძოებელი არჩევნების ჩასატარებლად საჭირო საკანონმდებლო რეფორმის (70%) შემდეგ. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, რესპონდენტების აზრით, მედიის სფეროში არსებული მდგომარეობის შემდგომი გაუმჯობესება საქართველოს დემოკრატიზაციის პროცესის განუყოფელი ნაწილია {CRRC, Politics & Protest Survey}.

ბოლოდროინდელი კვლევების შედეგები მიუთითებს, რომ სწორედ ახლაც კარგი დროა ფუნდამენტური პრობლემების გადასაჭრელად. 2007 წლის სექტემბრის შემდეგ საქართველო მთელი რიგი მწვავე შიდა და გარე პრობლემის წინაშე იდგა. მოსახლეობის აზრის გამოკითხვის შედეგები მიუთითებს, რომ, ორი წლის წინ არსებულ ვითარებასთან შედარებით, ამჟამად ქვეყანაში ნაკლები დაპირისპირებაა. შესაბამისად, ახლა ხელსაყრელი დროა, რათა გადაიდგას ნაბიჯები იმ პრობლემების გადასაჭრელად, რომლებიც დღეს საქართველოს მედიის წინაშე დგას და რომელთა უმრავლესობაც აღნიშნული იქნა ამ კვლევაში.

## **კვლევის მეთოდოლოგია**

ამ ანგარიშში წარმოდგენილი შედეგები დაფუძნებულია კვლევის რამდენიმე კომპონენტზე. CRRC-მ ჩაატარა:

1. სხვა კვლევების შედეგად მიღებული მონაცემების და ლიტერატურის შესწავლა, რათა შეეჯამებინა არსებული მონაცემები;
2. საზოგადოებრივი აზრის კვლევა საქართველოს მასშტაბით, რომლის ფარგლებშიც 1768 რესპონდენტი იქნა გამოკითხული;
3. 8 ფოკუს ჯგუფი თბილისსა და ქუთაისში;
4. ჩალრმავებული ნახევრად სტრუქტურირებული ინტერვიუები 20 მედია პროფესიონალთან;
5. 47 მედია პროფესიონალის მინი-გამოკითხვა;
6. საქართველოს ძირითადი ტელეარხების რაოდენობრივი და თვისებრივი მონიტორინგი.

## **არსებული მონაცემების და ლიტერატურის შესწავლა**

ამ კომპონენტის ფარგლებში მოხდა ადრე ჩატარებული კვლევების სინთეზი, აგრეთვე გამოყენებული იქნა CRRC-ს მიერ საქართველოში

ჩატარებული მრავალრიცხოვანი კვლევების შედეგები სოციალური, პოლიტიკური და ეკონომიკური განვითარების შესახებ. გაანალიზებული იქნა 2007, 2008 და 2009 წლებში ჩატარებული მრავალი კვლევის შედეგები, რომლებიც შეიცავდა მონაცემებს მედიის შესახებ. კვლევის ეს კომპონენტი დაგვეხმარა შემდგომი ეტაპების განხორციელებაში.

## **საზოგადოებრივი აზრის კვლევა**

საზოგადოებრივი აზრის კვლევა (ე.წ. მედია მომხმარებელთა კვლევა) ჩატარებული იქნა CRRC-ს მიერ 2009 წლის 3-დან 15 ოქტომბრამდე; კვლევის ფარგლებში ჩატარდა 1768 ინტერვიუ. შერჩევის თავდაპირველი ზომა 2750 რესპონდენტი იყო, გამოპასუხებამ 64% შეადგინა. შერჩევის პროცესში ქვეყანა სტრატეგიცირებული იქნა 2 მაკრო-სტრატად (დედაქალაქი და არა-დედაქალაქი), რის შემდეგაც 120 პირველადი შერჩევის წერტილი იქნა შერჩეული ქვეყნის მასშტაბით (70 თბილისში, 50 თბილისს გარეთ, რადგან თბილისში, როგორც წესი, უფრო მაღალი არგამოპასუხებაა მოსალოდნელი). პირველადი შერჩევის წერტილებს საარჩევნო უბნები წარმოადგენდა. ოჯახები შერჩეული იქნა მარშრუტული შერჩევის საფუძველზე, ხოლო რესპონდენტები ოჯახებში – ბოლო დაბადების დღის მეთოდით. არგამოპასუხების ძირითადი მიზეზი იყო ის გარემოება, რომ ვერ მოხერხდა ინტერვიუს ჩატარება შერჩეულ რესპონდენტთან კვლევისათვის გამოყოფილ პერიოდში; მას არ უნდა ჰქონდეს დიდი გავლენა კვლევის შედეგების სანდოობაზე. როგორც საერთაშორისო სტანდარტების თანახმად ჩატარებული მრავალი სხვა კვლევის შემთხვევაში, ამ კვლევის შერჩევის სანდოობის ინტერვალი 95 პროცენტი, ხოლო ცდომილება 5 პროცენტი.

ყველა ინტერვიუ ქართულ ენაზე ჩატარდა, ვინაიდან ქართულენოვანი მედიის მომხმარებლებს შევისწავლიდით. შერჩევის პროცესში გამორიცხული იქნა ის პირველადი შერჩევის წერტილები, სადაც მოსახლეობის 60%-ზე მეტი არაქართველია. (CRRC-ის ყოველწლიური „მონაცემთა ინიციატივის“ ფარგლებში ასეთი პირველადი შერჩევის წერტილები გამორიცხული არ არის და, საჭიროების შემთხვევაში, კვლევა ტარდება სომხურ და აზერბაიჯანულ ენებზე.) გამორიცხული იქნა აგრეთვე რთულად მისაღწევი რეგიონები, როგორცაა, მაგალითად, სვანეთი.

## **ფოკუს ჯგუფები**

სულ რვა ფოკუს ჯგუფი იქნა ჩატარებული, ოთხი - თბილისში და ოთხი - ქუთაისში. ქუთაისში ჩატარებულ ფოკუს ჯგუფებში მონაწილეობა მიიღო რამდენიმე რესპონდენტმა ახლოს მდებარე სოფლებიდან. ფოკუს ჯგუფების რესპონდენტების დაკომპლექტება მოხდა მათი ასაკის (21-40 წლის და 41-70 წლის) და ინფორმაციის წყაროს მიხედვით (ისინი, ვინც ძირითადად ტელევიზიის მეშვეობით იღებს ინფორმაციას და ისინი, ვინც, ტელევიზიის

გარდა, ინფორმაციის სხვა წყაროებსაც მოიხმარს; ორივე შემთხვევაში რესპონდენტები ხასიათდებოდნენ მაღალი ინტერესით საქართველოში მიმდინარე პოლიტიკური პროცესების მიმართ).

ფოკუს ჯგუფებში მონაწილეობა მიიღეს ქალაქის როგორც ცენტრალურ უბნებში, ასევე გარეუბნებში მცხოვრებმა რესპონდენტებმა, ვინც დააკმაყოფილა შესარჩევი კითხვარის მოთხოვნები. ფოკუს ჯგუფები თბილისში ჩატარდა 2009 წლის 14-15 ოქტომბერს, ხოლო ქუთაისში – 2009 წლის 16-17 ოქტომბერს.

## **ჩაღრმავებული ინტერვიუები**

ჩაღრმავებული ინტერვიუები ჩატარდა 20 წამყვან მედია პროფესიონალთან: ჟურნალისტებთან, მედია მენეჯერებთან და მედიისა და ჟურნალისტიკის საკითხებზე მომუშავე აკადემიური სფეროს წარმომადგენლებთან. რესპონდენტები წარმოადგენდნენ სატელევიზიო, რადიო-, ბეჭდურ და ონლაინ მედიას და განსხვავებულ პოლიტიკურ შეხედულებებს იზიარებდნენ. ეს ინტერვიუები ძირითადად სტრუქტურირებული იყო, რათა შესაძლებელი ყოფილიყო მათი შედარება. ინტერვიუები გაგრძელდა 40 წუთიდან ერთ საათამდე და ჩატარდა ოთხი ინტერვიუერის მიერ, რომელთა მუშაობასაც ხელმძღვანელობდა გამოცდილი ჟურნალისტი და საერთაშორისო დონის მეცნიერი. ინტერვიუები ჩატარდა თბილისში 2009 წლის 7 დან 14 ოქტომბრამდე, ქართულ ენაზე.

## **მედია პროფესიონალების მინი გამოკითხვა**

საზოგადოებრივი აზრის ექსპერტების აზრთან შესადარებლად, CRRC-მ ჩატარა მედია პროფესიონალების მინი გამოკითხვა. იმ მედია პროფესიონალებმა, რომლებიც შერჩეული იქნენ ჩაღრმავებული ინტერვიუებისათვის, აგრეთვე უპასუხეს 30-ზე მეტ კითხვას, რომლებითაც მანამდე მოსახლეობას მივმართეთ. რესპონდენტთა რიცხვის გაზრდის მიზნით CRRC-მ გამოიყენა მიზნობრივი შერჩევა დამატებითი მონაწილეების შესარჩევად – მედია პროფესიონალებს ვთხოვეთ დაესახელებინათ ამ დარგის სხვა ექსპერტები, რომლებიც მნიშვნელოვან როლს თამაშობენ საქართველოში საზოგადოებრივი აზრის ჩამოყალიბებაში. 20 მედია პროფესიონალის გარდა, CRRC-მ დამატებით შეარჩია 30 ჟურნალისტი, რომელთაგან 27-თან შედგა ინტევიუ, რამაც ჯამში 47 ინტერვიუ მოგვცა. ეს ინტერვიუებიც 2009 წლის 7-დან 14 ოქტომბრამდე ჩატარდა. ეს შედეგები მხოლოდ ზოგადი ორიენტაციისთვის გამოდგება, რამდენადაც შერჩევა არ იყო რეპრეზენტატული; ჟურნალისტების რეპრეზენტატული კვლევისათვის საჭირო იქნებოდა მკაფიოდ განსაზღვრული გენერალური ერთობლიობა. საქართველოში, ამ ეტაპზე, ჟურნალისტიკა უაღრესად ფართო ცნებაა და ასეთი სიზუსტის მიღწევა ვერ მოხერხდება. (იმ ქვეყნებში, სადაც ეს პროფესია უფრო დამკვიდრებულია,

ამ ტიპის შერჩევა შესაძლებელია გაკეთდეს პროფესიული კავშირების წევრთა სიებიდან ან ჟურნალისტების სააკრედიტაციო სიებიდან).

## მედია მონიტორინგი

პროექტის მედია მონიტორინგის კომპონენტი განხორციელდა თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის სოციალურ მეცნიერებათა ცენტრის (CSS) მიერ 2009 წლის 15 სექტემბრიდან 15 ნოემბრამდე. მონიტორინგისთვის შერჩეული იქნა 350 საინფორმაციო გადაცემა, რომელიც გავიდა ეთერში 2009 წლის 1-14 აპრილს, 19-31 მაისს, და 1 სექტემბრიდან 13 ოქტომბრამდე. შესწავლილი იქნა *იმედის*, *რუსთავი 2-ის*, *საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის*, *კავკასიისა* და *მაესტროს* არხების საინფორმაციო გადაცემები. ყოველ ამ არხზე დღეში ერთი გადაცემის შესწავლა ხდებოდა, კერძოდ, ყველაზე გრძელი საინფორმაციო გადაცემა პრაიმ-ტაიმის დროს (20:00-დან 24:00-მდე). დამკვირვებლები აგროვებდნენ მონაცემებს ისეთი ცვლადების შესახებ, როგორებიცაა დროის ხანგრძლივობა, რომელიც ეთმობოდა ამა თუ იმ მოქმედ პირს (მაგ.: სახელმწიფო, არასაპარლამენტო ოპოზიცია); ახალი ამბის წარმოდგენა პოზიტიურად, ნეგატიურად, ან ნეიტრალურად; გამომწვევი ლექსიკის გამოყენების სიხშირე. გარდა ამისა, მხედველობაში იყო მიღებული იმ კონკრეტული ახალი ამბების გაშუქება ან იგნორირება, რომლებიც გაშუქდა დამოუკიდებელი წყაროების მიერ (რადიო თავისუფლება და Civil.ge). რაოდენობრივი მონაცემების გამდიდრების მიზნით შეგროვებული იქნა აგრეთვე მონიტორინგის პერიოდში დაფიქსირებული მედიის მიკერძოების შემთხვევების თვისებრივი მაგალითები.

## საბოლოო ანგარიში

ანგარიში დაიწერა ავტორთა ჯგუფის მიერ და სისტემურად იქნა განხილული მისი მომზადების სხვადასხვა ეტაპზე. მასში წარმოდგენილია საერთო აზრი კვლევის შედეგების შესახებ. ანგარიში მიზნად ისახავს, ხაზი გაუსვას ძირითად შედეგებს, რომლებიც მნიშვნელოვანია ფართო დისკუსიისათვის ქართული ელექტრონული მედიის ახლანდელი მდგომარეობის და მისი შემდგომი განვითარების შესახებ.

დამოუკიდებელი ანალიზის ხელშეწყობის მიზნით, CRRC-მ აგრეთვე მოამზადა დანართი, სადაც წარმოდგენილია კვლევის ძირითადი შედეგები. ამ დანართში არ არის წარმოდგენილი ის შედეგები, რომლებიც არ არის პირდაპირ კავშირში ამ ანგარიშთან, თუმცა მათი წარმოდგენა აგრეთვე შესაძლებელია. მონაცემთა ბაზა და სხვა დოკუმენტაცია უახლოეს პერიოდში იქნება განთავსებული ინტერნეტში. ეს შესაძლებელს გახდის დეტალურ ანალიზს რესპონდენტთა ასაკის, საცხოვრებელი ადგილის, განათლების, სქესის, დასაქმების და მრავალი სხვა ცვლადის მიხედვით. მოთხოვნის შემთხვევაში შესაძლებელია მომზადდეს დამატებითი პრეზენტაციები ან ფოკუსირებული ანალიზი. დამატებითი

ინფორმაციისთვის გთხოვთ მოგვმართოთ შემდეგ მისამართზე:  
[nana+media@crrccenters.org](mailto:nana+media@crrccenters.org).

### **კითხვები და კომენტარები**

ეს ანგარიში გავრცელდება ევროკავშირი–საქართველოს სამოქალაქო საზოგადოების და ადამიანის უფლებების სემინარის წინ, რომელიც მედიის თავისუფლებას მიეძღვნება და რომელიც 10–11 ნოემბერს ჩატარდება. თუ გექნებათ კონკრეტული კომენტარები ან კითხვები სემინარის დაწყებამდე, გთხოვთ მიმართოთ CRRC-ს რეგიონალურ დირექტორს, ჰანს გუთბროდს, შემდეგ მისამართზე: [hans@crrccenters.org](mailto:hans@crrccenters.org).

---

გამოცემა განხორციელდა ევროკავშირის დახმარებით. გამოცემის შინაარსზე პასუხისმგებელია მხოლოდ კავკასიის კვლევითი რესურსების ცენტრი (CRRC). ეს გამოცემა არ გამოხატავს ევროკავშირის შეხედულებებს.