

საქართველო

მედიის მდგრადობის ინდექსი, 2016 წელი

შესავალი

ქვეყნისთვის მინიჭებული ჯამური ქულა: 2.42

საპარლამენტო არჩევნებამდე ერთი წლით ადრე „რუსთავი 2“-ის საკუთრების ირგვლივ არსებულმა დავამ დრამატული სიტუაცია შექმნა და ცხარე კამათი გამოწვია საქართველოში მედიის თავისუფლების კუთხით. ქიზარ ხალვაშის მტკიცებით, საქართველოს ექსპრეზიდენტმა მიხეილ სააკაშვილმა 2006 წელს მას დაათმობინა მის საკუთრებაში არსებული წილი. მან წარმატებით უჩივლა „რუსთავი 2“-ის ამჟამინდელ მესაკუთრეებს და ტელევიზიის მის საკუთრებაში დაბრუნება მოითხოვა. საქმეს თან ახლდა საქალაქო სასამართლოს მოსამართლის მიერ გაცემული რამდენიმე აკრძალვა. მოსამართლემ ნეგატიური შენიშვნა გააკეთა „რუსთავი 2“-ის კონტენტთან დაკავშირებით და არხს დროებითი მმართველები დაუნიშნა. ამ განჩინებების გამოტანამდე „რუსთავი 2“-ის ადვოკატმა მიმართა საკონსტიტუციო სასამართლოს საქალაქო სასამართლოს გადაწყვეტილების დაუყოვნებლივი აღსრულების აკრძალვის მოთხოვნით, რადგან ითვალისწინებდა, რომ ხალვაშს შეიძლებოდა გადაწყვეტილების სწრაფი აღსრულება მოეთხოვა.

„რუსთავი 2“ ერთიან ნაციონალურ მოძრაობასთან (ენმ), მემარჯვენე პარტიასთანაა დაკავშირებული და კომპანია ამჟამინდელი ხელისუფლების ღია კრიტიკოსად მოიაზრება. არხის დირექტორმა, ნიკა გვარამიამ, ხელისუფლება კრიტიკული ხმის ჩახშობის მცდელობაში დაადანაშაულა. პრემიერ-მინისტრმა ირაკლი ლარიბაშვილმა შემდგომ განაცხადა, რომ „ეს არის საკუთრებასთან დაკავშირებული დავა ორ მხარეს შორის“, რითაც მიანიშნა, რომ მთავრობა ჩარევას არ აპირებდა.

ამ მოვლენებმა შეძრა ქართული მედია, სამოქალაქო საზოგადოება და საერთაშორისო ორგანიზაციები, რომლებმაც ხელისუფლებას და სასამართლოს მიმდინარე პროცესში მედიის თავისუფლების გარანტიების უზრუნველყოფისკენ მოუწოდეს. სასამართლომ ნაწილობრივ შეცვალა გადაწყვეტილება დროებითი მმართველების ნაწილში იმით, რომ გვარამია არხის დირექტორის თანამდებობაზე აღადგინა.

2015 წლის ზაფხულში ქვეყანამ წარმატებით განახორციელა ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლა დროის შედარებით მცირე მონაკვეთში - პროცესმა ორ წელიწადზე ნაკლები გასტანა. პანელის წევრთა განცხადებით, გადასვლის პერიოდში პოლიტიკური მანიპულირების რისკის მიუხედავად, ხელისუფლებამ მოახერხა მთლიანი პროცესის წარმატებით ჩატარება, მსგავსი ჩარევების გარეშე. მეორე მხრივ,

გადასვლის ტექნიკური შესრულების პროცესში დაშვებული ხარვეზების შედეგად ზოგიერთი სოფელი წვდომის გარეშე დარჩა.

წლის დასაწყისში ცვლილებები შევიდა რეკლამის შესახებ კანონში ევროკავშირის დირექტივებთან შესაბამისობის უზრუნველსაყოფად. ცვლილებების თანახმად, შეიზღუდა სატელევიზიო რეკლამის დრო და სპონსორული მომსახურება. მიუხედავად იმისა, რომ პანელის არც ერთ წევრს ან დარგის სხვა სპეციალისტს არ გაუკრიტიკებია ეს ცვლილებები, ბევრმა გამოთქვა უკმაყოფილება მათი ამოქმედების სისწრაფით. მათ გამოხატეს წუხილი, რომ ცვლილებებმა ნეგატიური გავლენა იქონია სარეკლამო ბაზარზე მაშინ, როდესაც ეროვნული ვალუტა ასე მნიშვნელოვნად გაუფასურდა, რამაც, წინა წელთან შედარებით, ბაზარი 17 პროცენტით შეამცირა.

მედიას 2015 წელს სხვა გამოწვევებიც ჰქონდა, როგორცაა საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბორდის ორი წევრის სკანდალური არჩევნები, ქართულ მედიაში პრორუსული რიტორიკის მატებასთან დაკავშირებით საზოგადოების წუხილი და საქართველოს ახალგაზრდა იურისტთა ასოციაციაში ქართული მედიის სამართლებრივი დაცვის ცენტრის დახურვა, რამაც ჟურნალისტები სამართლებრივი მხარდაჭერის გარეშე დატოვა. რაც შეეხება დადებით მხარეებს, პანელის წევრთა განცხადებით, მედიასაშუალებები პრაქტიკულად აღარ არღვევდნენ ეთიკურ სტანდარტებს, განსაკუთრებით ბავშვებთან დაკავშირებული თემების გაშუქებისას. ამ გარემოებების გათვალისწინებით, მედიამდგრადობის ჯამური ქულა მხოლოდ უმნიშვნელოდ შემცირდა.

ამოცანა 1: სიტყვის თავისუფლება

ქულა: 2.82

პანელის წევრთა მიერ პირველი ინდიკატორის შეფასება, რომელიც სიტყვის თავისუფლების დამცავ და განსამტკიცებელ სამართლებრივ და სოციალურ ნორმებს მოიცავს, მიმდინარე წელს მნიშვნელოვნად დაეცა; ეს ერთადერთი ინდიკატორია პირველ ამოცანაში, რომელიც მნიშვნელოვნად შეიცვალა წინა წელთან შედარებით. ვარდნა დიდწილად დაკავშირებულია „რუსთავი 2“-ის ირგვლივ მიმდინარე ბროლასთან. მესაკუთრეებმა მაინც მოახერხეს საკითხის გადაჭრა სახიფათო პრეცედენტის დაშვების გარეშე, აღმასრულებელ, საკანონმდებლო და სასამართლო ხელისუფლებებს შორის ძალაუფლების განაწილებით, სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციათა ადვოკატურებისა და საერთაშორისო ორგანიზაციებისა და დიპლომატიური მისიების მხრიდან განხორციელებული ზეწოლის მეშვეობით.

რაც შეეხება საკანონმდებლო გარემოს, მედიაექსპერტებს კვლავ მიაჩნიათ, რომ მთავარი პრობლემა კანონებში კი არა, მათ განხორციელებაშია. სიტყვის თავისუფლება დაცულია კანონებითა და კანონქვემდებარე აქტებით, რომელიც, პანელის წევრთა აზრით, რეგიონში საუკეთესოთა შორისაა.

„რუსთავი 2“-ის საქმეში პანელის წევრთა განრისხება გამოიწვია საქალაქო სასამართლოს მოსამართლის გადაწყვეტილების დასაბუთებამ, როდესაც მან მმართველობა დროებით მენეჯმენტს გადასცა. ისინი განსაკუთრებით გააღიზიანა მისმა განცხადებამ, რომ „რუსთავი 2“-ის არსებული დირექტორების თანამდებობაზე დატოვება „სავარაუდოდ გავლენას იქონიებს „რუსთავი 2“-ის აქტივობების ფორმატზე, შესაძლოა გამოიწვიოს ზოგიერთი გადაცემის გაუქმება და/ან ცვლილება, მათ შორის ყველაზე ყურებადის; აქედან გამომდინარე ასევე არსებობს საფრთხე, რომ სამაუწყებლო კომპანია „რუსთავი 2“-ის და მისი თანამშრომლების ყურადღება მთლიანად დაეთმოს მიმდინარე სასამართლო საქმის გაშუქებას“. მან განაგრძო: „ეს არა მხოლოდ ნეგატიურ გავლენას იქონიებს კომპანიის რეიტინგსა და მის ფინანსურ მდგომარეობაზე, არამედ სერიოზულ საფრთხეს შეუქმნის მედიას მისი ძირითადი როლისა და ფუნქციის შესრულებაში, რასაც წარმოადგენს საზოგადოებრივი ინტერესის დაცვა.“¹

გადაწყვეტილება მენეჯმენტის შეცვლის შესახებ მიღებულ იქნა 5 ნოემბერს, ორ დღეში მას შემდეგ, რაც მოსამართლემ გადაწყვიტა, დაებრუნებინა კომპანიის წილი მოსარჩელისთვის. „რუსთავი 2“-ის ადვოკატმა გაასაჩივრა გადაწყვეტილებები, ხოლო მედიაორგანიზაციებმა, სამოქალაქო საზოგადოების წევრებმა და საერთაშორისო ორგანიზაციებმა წუხილი გამოთქვეს. „Civil Georgia“-ს მიხედვით, ეუთოს წარმომადგენელი მედიის თავისუფლების დარგში დუნია მიატოვიჩი აცხადებს: „სარედაქციო გადაწყვეტილებები ნიუსრუმებში უნდა მიიღებოდეს და არა სასამართლო დარბაზებში“. აშშ-ის ელჩმა საქართველოში იან კელიმ გაავრცელა გამაფრთხილებელი განცხადება: „სააპელაციო პროცესის დაწყებამდე არხის მენეჯმენტის ცვლილების მცდელობა ღრმა პოლიტიკურ შედეგებთანაა დაკავშირებული. დემოკრატიულ საზოგადოებაში კრიტიკული მოსაზრება უნდა წახალისდეს და არა ჩაიხშოს.“²

პანელის წევრთა განცხადებით, გადაწყვეტილება წარმოადგენს მთავრობის მცდელობის შესანიშნავ მაგალითს, მყარად ჩაეჭიდოს დამოუკიდებელ მედიას - ამ შემთხვევაში „რუსთავი 2“-ს, ქვეყნის ყველაზე ყურებად სატელევიზიო სადგურს. ნილსენის სატელევიზიო აუდიტორიის კვლევის ოფიციალური ლიცენზიატის, TVMR-ის მიერ წარმოდგენილი ბოლო მონაცემების მიხედვით, დეკემბრის ბოლოს სატელევიზიო მაყურებელთა 29.43 პროცენტი „რუსთავი 2“-ს უყურებდა.

¹ „მოსამართლეს გამოაქვს გადაწყვეტილება, რომ შეიცვალოს „რუსთავი 2“-ის უმაღლესი თანამდებობის პირები.“ *Civil Georgia*. 2015 წლის 6 ნოემბერი, www.civil.ge/eng/article.php?id=28748

² „ციტატები: საერთაშორისო რეაქცია „რუსთავი 2“-ის სატელევიზიო საქმეზე.“ *Civil Georgia*. 2015 წლის 7 ნოემბერი. www.civil.ge/eng/article.php?id=28756

ნატა ძველიშვილმა, საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიის აღმასრულებელმა დირექტორმა, საკუთარი მოსაზრება გაგვიზიარა: „მიმაჩნია, რომ სასამართლო განჩინება „რუსთავი 2“-ის კონტენტის შესახებ გაკეთებული შენიშვნებით, საგულისხმოა და შეიცავს რისკებს სიტყვისა და გამოხატვის თავისუფლებისთვის“. ნინო დანელიამ, დამოუკიდებელმა ექსპერტმა და ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის კომუნიკაციების პროფესორმა, დააფიქსირა პოზიცია, რომ მოსამართლე თამაზ ურთმელიძის გადაწყვეტილებები პირდაპირი ჩარევაა არხის სარედაქციო პოლიტიკაში.

„რუსთავი 2“ და მისი მხარდამჭერები დიდი ხნის მანძილზე ეჭვქვეშ აყენებდნენ საქალაქო სასამართლოს მოსამართლის სამართლიანობის საკითხს, რადგან მიიჩნევდნენ, რომ ურთმელიძის დედის წინააღმდეგ განხორციელებული სისხლის სამართლებრივი დევნა იმ დროს, როდესაც ის „რუსთავი 2“-ის საქმეს იხილავდა, მას მგრძობიარეს ხდიდა სახელისუფლებო ზეწოლის მიმართ.³ მიუხედავად იმისა, რომ არ არსებობს ხალვაშის ხელისუფლებასთან კავშირის პირდაპირი მტკიცებულება, კრიტიკოსები ამბობენ, რომ მისი და, ფატი ხალვაში, პარლამენტის წევრია მმართველი კოალიციიდან „ქართული ოცნება“. პანელის ზოგიერთმა წევრმა ასევე გააკრიტიკა მედიის მისამართით ურთმელიძის გამონათქვამების მხარდაჭერა საქართველოს იუსტიციის უმაღლესი საბჭოს მხრიდან. დამოუკიდებელი მედიაექსპერტის, ზვიად ქორიძის თქმით, სახიფათოა, როდესაც სახელმწიფო ორგანო აკეთებს კომენტარს მედიის საქმიანობასთან დაკავშირებით და „ამბობს, რატომ არის სიტყვის თავისუფლების შეზღუდვა ლეგიტიმური“.

„რუსთავი 2“-ის ირგვლივ მიმდინარე სამართლებრივი დავის ყველაზე ცხელ პერიოდში უკრაინული ვებგვერდი uarevo.in.ua აქვეყნებს სააკაშვილსა და გვარამიას შორის საუბრის ფარულ ჩანაწერს, სადაც ისინი იხილავენ „რუსთავი 2“-ის დაცვის სტრატეგიას. „თავი მოუყარეთ ბოვეიკებს (რუსული ტერმინი, რომელიც აღნიშნავს მეზრძოლებს), რომლებიც დაიცავენ (სავარაუდოდ „რუსთავი 2“-ს), ვინაიდან ადრე თუ გვიან ამკარად ყველაფერი სროლით დასრულდება“, ეუბნება სააკაშვილი გვარამიას civil.ge-ს მიხედვით. გვარამიამ დაადასტურა ამ საუბრის ფაქტი და ხაზი გაუსვა, რომ ამ ფარული ჩანაწერის გაჟონვამ დაამტკიცა მისი ბრალდებები ხელისუფლების მიმართ, რომლის მიხედვითაც მას აშანტაჟებდნენ და ემუქრებოდნენ მისი პირადი ცხოვრების ამსახველი მასალების გასაჯაროებით, თუ არ დატოვებდა „რუსთავი 2“-ის დირექტორის თანამდებობას.⁴

³„საქართველო „რუსთავი 2“-ის საქმე: ზეიმობს თუ არა სამართლიანობა?“ *Eurasianet-ის ყოველკვირეული დაიჯესტი* 2015 წლის 16 ნოემბერი <http://www.eurasianet.org/node/76111>

⁴„ფარული ჩანაწერის გაჟონვა, სადაც სააკაშვილი განიხილავს „რუსთავი 2“-ის საკითხს“ *Civil.ge*. 2015 წლის 30 ქტომბერი. www.civil.ge/eng/_print.php?id=28713

პრემიერ-მინისტრმა ღარიბაშვილმა და ექსპრემიერმა ბიძინა ივანიშვილმა, რომელიც, „რუსთავი 2“-ის მხარდამჭერთა მტკიცებით, კულუარულად ზედამხედველობდა ამ საქმეს, უარყვეს ეს ბრალდებები. პრეზიდენტმა გიორგი მარგველაშვილმა აღიარა, რომ ეს საქმე „პრობლემას“ წარმოადგენდა და დასძინა: „ყველას უნდა ახსოვდეს, რომ თავისუფალი მედია არის უზენაესი ღირებულება თანამედროვე საქართველოში“.⁵

ნინო ჯანგირაშვილის, მცირე სატელევიზიო კომპანია „ტვ კავკასიას“ დირექტორის თქმით, საქმის წარმატებული გადაწყვეტა გამომდინარეობს იქიდან, რომ ორი ძირითადი პოლიტიკური ძალა (კოალიცია „ქართული ოცნება“ და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“) აბალანსებს ერთმანეთს იმით, რომ ხელისუფლების სხვადასხვა შტოებში არიან წარმოდგენილი.

„რამაც იმუშავა, ესაა ფაქტი, რომ ხელისუფლება მრავალფეროვანია“, ამბობს დანელია. „სასამართლო არ იმართება მხოლოდ ერთი ადამიანის მიერ. ხელისუფლების სხვადასხვა შტომ იტვირთა ერთმანეთის მონიტორინგის ფუნქცია, ვინაიდან მათზე გავლენას სხვადასხვა პოლიტიკური ძალები ახდენენ. მაგალითად, საკონსტიტუციო სასამართლო „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ გავლენის ქვეშაა. წინა ხელისუფლების დროს აღმასრულებელი, საკანონმდებლო და სასამართლო ძალაუფლება ერთი პიროვნების, ერთი პარტიის კონტროლს ექვემდებარებოდა. ამჟამად ჩვენ ეს აღარ გვაქვს“.

წლის დასაწყისში სახალხო დამცველის ოფისმა აღძრა სარჩელი საკონსტიტუციო სასამართლოში საქართველოს კანონში „ელექტრონული კომუნიკაციების“ შესახებ შესატან ძალზე საკამათო ცვლილებების წინააღმდეგ, რომელიც ფარულ მიყურადებას ეხებოდა. სარჩელის მიხედვით, ცვლილებები არ იცავს პირადი ცხოვრების დაცვის უფლებას, რომელიც გარანტირებულია ქვეყნის კონსტიტუციით. მედიაექსპერტებმა აღნიშნეს, რომ არსებული კანონმდებლობა არ უზრუნველყოფს ჟურნალისტის პირადი ცხოვრების ხელშეუხებლობას და აღჭურავს სამართალდამცავებს სატელეფონო და ინტერნეტოპერატორებისადმი ადვილი წვდომით.

2015 წლის ივნისში მომზადდა კანონპროექტი საქართველოს სისხლის სამართლის კოდექსის 239 (1) მუხლში ცვლილების შეტანის შესახებ, რომლის მიხედვითაც სისხლის სამართლის დანაშაულთა ჩამონათვალს ემატება „მოწოდება ძალადობრივი ქმედებისკენ“. პანელის ზოგიერთი წევრის განცხადებით, კანონპროექტი თავდაპირველად ბუნდოვან ტექსტს შეიცავდა. ანდლულაძის თქმით, კანონპროექტის საწყისი ვერსია შეიცავდა საფრთხეს, რომ დეფინიციის არასწორად განმარტების

⁵ „პრეზიდენტი: ქართულ მედიაში ბოლოდროინდელმა განვითარებებმა „სერიოზული კითხვები გააჩინა““. *Civil.ge*. 2015 წლის 3

ოქტომბერი. www.civil.ge/eng/article.php?id=28620/http://rustavi2.com/en/news/27902

შემთხვევაში „არსებობდა მედიისა და სხვათა სიტყვის თავისუფლების მყისიერი შეზღუდვის რისკი, თუმცა შემდგომში ეს ორაზროვნება ჩასწორდა“. ტექსტი შეიცვალა და ნაცვლად „შუღლის გამომწვევი მოწოდებებისა“, ჩაიწერა „მოწოდებები ძალადობრივი ქმედებებისკენ, რომელიც მიზნად ისახავს განხეთქილების შეტანას რასობრივ, რელიგიურ, ეროვნულ, ეთნიკურ, სოციალურ, ლინგვისტურ და სხვა ჯგუფებს შორის“. მუხლი ასევე ადგენს, რომ სისხლის სამართლებრივი დევნა გამოყენებული იქნება მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ ამგვარი მოწოდებები შეიცავს პირდაპირ და აშკარა საფრთხეებს.⁶ ანდლულადის განცხადებით, „არსებული კანონმდებლობა საკმარისია იმისათვის, რომ უზრუნველყოფილი იყოს სიძულვილის ენის გამოუყენებლობა“.

პანელის რამდენიმე წევრმა განაცხადა, რომ ქართული საზოგადოება სულ უფრო იშვიათად ზემოქმედებს მედიაზე ზოგიერთი თემის გაშუქების შეზღუდვის მიზნით. ჯანგირაშვილის თქმით, ამ თვალსაზრისით 2015 წელი მნიშვნელოვანი პროგრესის მომტანი იყო. „რელიგიასთან დაკავშირებული თემებიც კი უფრო ღიად შუქდებოდა... გაუმჯობესება სახეზეა“ - აღნიშნა მან.

ციფრულ მიწისზედა მაუწყებლობაზე გადასვლა - წლის კიდევ ერთი უმნიშვნელოვანესი მოვლენა პანელის წევრთა მოსაზრებით - 2015 წლის ივლისში დაიწყო. ეს იყო წარმატება სამართლებრივი, პოლიტიკური და ტექნოლოგიური კუთხით. პანელის წევრებმა ასევე აღნიშნეს, რომ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია, მედიის მარეგულირებელი ორგანო, რომელიც ამ პროცესს ხელმძღვანელობდა, აპოლიტიკური იყო თავისი საქმიანობის წარმართვისას.

ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლის შემდგომ ხელისუფლებამ სატელევიზიო მაუწყებლებისთვის ზოგადი და სპეციალიზებული ლიცენზირება გააუქმა. კონტენტის მწარმოებლებმა სატელევიზიო მაუწყებლობის ბაზარზე გამარტივებული ავტორიზაციის პროცედურის მეშვეობით შესვლის უფლება მოიპოვეს. პანელის წევრებმა აღნიშნეს შემდეგი რისკი: ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლამ პოტენციურად შესაძლოა მედიაბაზრის მონოპოლიზირება და მედიისთვის ბარიერების შექმნა გამოიწვიოს. თუმცა ეს ასე არ მოხდა. „ყველას შეუძლია ავტორიზაციის მიღება. მულტიპლექსებში უამრავი თავისუფალი ადგილია“ - ამბობს ჯანგირაშვილი, რომლის სატელევიზიო კომპანია ახდენს მულტიპლექსის ოპერირებას სამ სხვა პარტნიორთან ერთად. „ამ მთავრობამ გადასვლის პროცესში სამართლიანი მიდგომები გამოიყენა; (მთავრობამ) გაითვალისწინა თითქმის ყველა დაინტერესებული მხარის რჩევა და წუხილი. ეს ბაზარი თავისუფალია. ჩვენ ლიცენზირების საფასურიც კი აგვინაზღაურეს“.

⁶„შეიცვალა კანონპროექტი, რომელიც აწესებდა სისხლის სამართლებრივ პასუხისმგებლობას „ძალადობრივი ქმედებისკენ მოწოდებისთვის“ *Civil.ge*. 2015 წლის 7 აპრილი www.civil.ge/eng/article.php?id=28184

ჯანგირაშვილმა განაცხადა, რომ ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლასთან დაკავშირებული კანონმდებლობა ბუნდოვანია იმ კრიტერიუმების თვალსაზრისით, რომელთა გამოყენება შეუძლიათ მულტიპლექსის ოპერატორებს მაუწყებლებისთვის წვდომის უზრუნველსაყოფად. „კანონი ადგენს, რომ არსებობს სამი პრიორიტეტული კრიტერიუმი მულტიპლექსისადმი წვდომის მისაღებად. პირველია HD სამაუწყებლო ფორმატის გამოყენება, მეორეა რიგითობა (ანუ ვინც პირველი წარადგენს განაცხადს), ხოლო მესამე კრიტერიუმი გულისხმობს პრიორიტეტის მინიჭებას იმ მაუწყებლებისთვის, რომლებიც აკმაყოფილებენ ზოგადი მაუწყებლობის პირობებს. აქედან გამომდინარე, ვსვამ შეკითხვას - თუ ჩემს მულტიპლექსში მხოლოდ ორი თავისუფალი ადგილია, ამ სამი კრიტერიუმიდან რომელი უნდა გამოვიყენო მაუწყებლებისთვის წვდომის უზრუნველსაყოფად?“ საქართველოს რეგიონულ მაუწყებელთა ასოციაციის დირექტორმა, ნათია კუპრაშვილმა, განმარტა, რომ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია ამზადებს ცვლილებების პაკეტს, რომელიც გათვალისწინებული იქნება საქართველოს კანონში „ელექტრონული კომუნიკაციების“ შესახებ და საქართველოს კანონში „მაუწყებლობის“ შესახებ.

რადიო ანალოგურ პლატფორმაზე რჩება. აქედან გამომდინარე, მაუწყებლებს სჭირდებათ ლიცენზია რადიოსიხშირეების გამოსაყენებლად. ონლაინმაუწყებლებიც საჭიროებენ ავტორიზაციას. მამუკა ანდლულაძე, ევროპის საბჭოს მედიის პროგრამების ოფიცერი, ამბობს, რომ გარდა იმ სარგებლისა, რომელიც შესაძლოა მიიღონ მცირე ონლაინმაუწყებლებმა ავტორიზაციის მეშვეობით, პროცედურა მათ სრულ პასუხისმგებლობასაც აკისრებს, რომელიც ჩვეულებრივ ავტორიზებულ რეგულარულ სატელევიზიო მაუწყებლებს ეკისრება. „პრობლემა მიდგომაშია; ეს ორი პლატფორმა (მცირე სატელევიზიო მაუწყებელი და ონლაინ მედიასაშუალება) რადიკალურად განსხვავდება ერთმანეთისგან“ - ხაზს უსვამს ანდლულაძე.

პანელის წევრები შეთანხმდნენ, რომ მედია პროფესიონალები ხშირად ხდებიან თავდასხმის მსხვერპლნი, თუმცა ხალხმა ეს ყოველთვის არ იცის. ძველიშვილის თქმით, ვერბალური თავდასხმა ხშირად გვხვდება სოციალურ მედიაში და ამის მტკიცებულება ადვილად ქრება. გელა მთივლიშვილი, კახეთის საინფორმაციო ცენტრის დირექტორი, იხსენებს, როგორ დაემუქრა მას საჯაროდ, ფეისბუქის მეშვეობით თავდაცვის მინისტრის მედიასთან ურთიერთობის მრჩეველი იმედა დარსალია ყბაში მუშტის დარტყმით.

ბოლო ორი წლის განმავლობაში საერთაშორისო გამჭვირვალობამ აღრიცხა მედიის მიმართ⁷ არასათანადო მოპყრობის 15 შემთხვევის ფაქტგი. საჯარო მოხელეების მხრიდან ფიზიკური და ვერბალური შეურაცხყოფის ფორმით. ანგარიშის თანახმად,

⁷“ხეწოლა რეგიონულ მედიაზე.” *საერთაშორისო გამჭვირვალობა*. 2015 წლის 13 ოქტომბერი.
www.transparency.ge/en/blog/pressure-regional-media?page=4

ამგვარი თავდასხმების ბოლო მსხვერპლს წარმოადგენენ აჭარისა და კახეთის რეგიონების ჟურნალისტები, მაშინ როდესაც მსგავსი ზეწოლის ზოგიერთი შემთხვევა დაფიქსირდა გურიაში, იმერეთში, სამეგრელოში, ქართლსა და სამცხე-ჯავახეთში.

ნინო ნარიმანიშვილმა, უმცირესობებით დასახლებულ ახალციხის რეგიონში გამოშვებული „სამხრეთის კარიბჭის“ მთავარმა რედაქტორმა, გვიამბო ერთი ინციდენტის შესახებ, რომელიც ახალციხეში მოხდა. როდესაც ის აშუქებდა ხანძრის ფაქტს ადგილობრივი მერიის ინფრასტრუქტურის სამსახურის ხელმძღვანელის ნათესავის სახლში, მესაკუთრემ მას სიტყვიერი შეურაცხყოფა მიაყენა და მისი კამერების დალეწვით დაემუქრა. მან თქვა, რომ საჯაროდ განაცხადა ამის შესახებ, თუმცა პოლიციას რეაგირება არ მოუხდენია.

ახალგაზრდა იურისტთა ასოციაციის კოორდინატორის, ეკატერინე ციმაკურიძის, თქმით, ზოგიერთ შემთხვევაში გამოძიება იწყება, თუმცა არასოდეს სრულდება და საქმე მუდმივად რჩება პროკურატურაში. მოთხოვნის მიუხედავად, პროკურატურამ არ გაასაჯაროვა სტატისტიკა გამოძიებაში მყოფი დაუსრულებელი საქმეების შესახებ.

2015 წლის აგვისტოში „ტვ იმედმა“ განაცხადა პოლიტიკური და საზოგადოებრივი პროგრამების დროებით შეჩერების შესახებ და დახურა ორი გადაცემა: *რეაქცია* და *იმედის კვირა*. დახურვამდე რამდენიმე თვით ადრე გადაცემის წამყვანმა ინგა გრიგოლიამ განაცხადა, რომ მმართველი პარტია მასზე ზეწოლას ახორციელებდა და შეეცადა, გავლენა ჰქონოდა ტოქშოუს დღის წესრიგზე. სექტემბერში საქართველოს საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა შეაჩერა ეკა მიშველადის ტოქშოუ *პირველი სტუდია*. არხის მენეჯერებმა განაცხადეს, რომ ეს გადაწყვეტილება გამოწვეული იყო ინტერესთა კონფლიქტით, ვინაიდან მიშველადე დაქორწინდა ალექსი პეტრიაშვილზე, „თავისუფალი დემოკრატების“ პარტიის თავმჯდომარის მოადგილეზე.

ამ შეჩერებებით შემფოთებულმა სხვადასხვა არასამთავრობო ორგანიზაციამ მოითხოვა მედიაპლურალიზმი და პოლიტიკური პროცესების სამართლიანობა, ქვეყანაში 2016 წლის არჩევნების წინა პერიოდში. საქართველოს საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა შესთავაზა მიშველადეს, წაეყვანა განახლებული პოლიტიკური ტოქშოუ 2016 წლის დასაწყისში, ხოლო „იმედმა“ მოამზადა და ეთერში გაუშვა ახალი პოლიტიკური ტოქშოუ *შალვა რამიშვილის შოუ*. მათა მიქაშავიძე, დამოუკიდებელი მედიაექსპერტი და ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის კომუნიკაციების პროფესორი, ამბობს: „ეს შემთხვევითი არ არის, ვინაიდან უშუალოდ არჩევნების წინ ხდება. როდესაც ტოქშოუები იხურება, ყოველთვის ამბობენ, რომ ეს გადაწყვეტილება სარედაქციო პოლიტიკის ნაწილია და ეთერში ახალ და უკეთეს შოუს გაუშვებენ“.

გასულ წელს ჩიხური მდგომარეობა შეიქმნა საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეთვალყურეო საბჭოში, რომელიც უკვე თითქმის ორი წლის განმავლობაში გადაუჭრელი რჩება - საბჭოში ორი ვაკანტური ადგილია დარჩენილი. 2013 წელს „მაუწყებლობის შესახებ“ კანონში შესული და ფართოდ მხარდაჭერილი (მედიის პროფესიონალებისა და სამოქალაქო საზოგადოების მიერ) ცვლილებებით ცხრაწევრიან საბჭოში დამკვიდრდა ორადგილიანი კვოტა უმცირესობის წარმომადგენლებისთვის („ერთიანი ნაციონალური მოძრაობიდან“). პანელის წევრთა უმრავლესობა თანხმდება, რომ მაუწყებლის პოლიტიკური კონტროლი აშკარაა. ზოგიერთმა წევრმა ისიც აღნიშნა, რომ არხის საინფორმაციო სამსახურის ხელმძღვანელის დანიშვნა პოლიტიკური გადაწყვეტილება იყო. ჯანგირაშვილმა კითხვის ნიშნის ქვეშ დააყენა გიორგი გვიმრაძის, პოლიტოლოგის, რომელმაც ეს თანამდებობა ოქტომბერში დაიკავა, პროფესიული უნარ-ჩვევები და ცოდნა. „თუ მან არ იცის, როგორ მზადდება კონტენტი, როგორ შეძლებს ის ჟურნალისტის ნამუშევრის შეფასებას? როგორ შეძლებს ის ჟურნალისტებისთვის ინსტრუქციის მიცემას?“

ცილისწამება სამოქალაქო სამართლებრივი კატეგორია 2004 წლიდან გახდა. პანელის წევრებმა მხოლოდ ერთი შემთხვევა 2015 წლის განმავლობაში გაიხსენეს, როდესაც მედიასაშუალებას სასამართლოში უჩივლეს. თიბისი ბანკის, საქართველოს ერთ-ერთი უმდიდრესი კერძო ბანკის პრეზიდენტმა, მამუკა ხაზარაძემ, მოიგო ცილისწამების საქმე ქართული ტაბლოიდის *ასავალ-დასავალის* წინააღმდეგ. საქმე ეხება 2014 წელს გამოქვეყნებული სტატიების სერიას, სადაც ხაზარაძეს 1980-იანი წლების ეროვნული მოძრაობის ლიდერზე, დისიდენტ მერაბ კოსტავაზე ფიზიკურ თავდასხმას აბრალებენ. სტატიების ავტორები ხაზარაძეს „ელიტ ელექტრონიქსისა“ და „ბორჯომის კომპანიის“ აქტივების მითვისებაში და „გუდვილის“ გაკოტრების მცდელობაშიც ადანაშაულებენ. ხაზარაძემ სარჩელი შეიტანა გაზეთის წინააღმდეგ და კომპენსაციის სახით 160 000 ლარის (70 000 დოლარის) ანაზღაურება მოითხოვა. გადაწყვეტილების მიხედვით, *ასავალ-დასავალს* დაევალა ბოდიშის მოხდა ხაზარაძის წინააღმდეგ ცილისმწამებლური განცხადებების გავრცელების გამო.

პანელის წევრთა უმრავლესობის აზრით, საჯარო ინფორმაციის ხელმისაწვდომობის კუთხით 2015 წელს გაუარესება შეიმჩნეოდა. მთივლიშვილის თქმით, 2015 წლის განმავლობაში მან 40 ადმინისტრაციული საჩივარი შეიტანა საჯარო დაწესებულებების წინააღმდეგ. „ეს ჩვეულებრივი მოვლენაა... ეს ყველაფერს ართულებს, ვინაიდან ჟურნალისტისთვის საქმის მოგება უფრო რთულია, ვიდრე ჩვეულებრივი პირისთვის. ერთ შემთხვევაში მე მოვუგე საქმე კახეთის გუბერნატორს და ამ პროცესმა 12 თვე გასტანა“, ამბობს გელა.

ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტის ანგარიშის მიხედვით, საჯარო დაწესებულებების რეაგირების მაჩვენებელი 2015 წლის იანვარ-ნოემბერში 86 პროცენტამდე დაიწია (2012-2013 წლებში ეს მაჩვენებელი 90%-ს უდრიდა). ანგარიშის

მიხედვით, იუსტიციისა და ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროები და საქართველოს მთავრობის ადმინისტრაცია ყველაზე ნაკლებად ღია ორგანიზაციებად დასახელდნენ.⁸

პანელის წევრების მტკიცებით, საჯარო დაწესებულებების მიერ ინფორმაციის გაცემაზე უარის თქმის ყველაზე ხშირად მიზეზად სახელდება პირადი ცხოვრების ხელშეუხებლობის უფლება და პერსონალურ მონაცემთა დაცვა. ნესტან ცეცხლადის, Netgazeti.ge-ს რედაქტორის, თქმით, მან მოითხოვა ინფორმაცია საკუთარი თავის შესახებ, რათა შეემოწმებინა, როგორ სრულდება კანონი. საწყის ეტაპზე შინაგან საქმეთა სამინისტრომ გამოავლინა მხარდაჭერის სურვილი, თუმცა საბოლოო ჯამში შეწყვიტა პასუხის გაცემის პროცესი. მიუხედავად ამისა, ცეცხლადის განცხადებით, ინფორმაციის გამოთხოვის საშუალებები ახლა მთლიან პროცესს უფრო მოხერხებულს ხდის. 2015 წელს მონაცემთა გაცვლის სააგენტომ შექმნა ღია მონაცემთა პორტალი ინიციატივის „პარტნიორობა ღია მმართველობისთვის“ ფარგლებში. პორტალი საშუალებას აძლევს სამთავრობო დაწესებულებებს, ღია ფორმატში ატვირთონ ადვილად წვდომადი, გამოყენებადი და ხელახლა გამოყენებადი მონაცემები. თუმცა მენიუში მხოლოდ რამდენიმე საჯარო დაწესებულებაა ჩამოთვლილი.

ამჟამად საჯარო ინფორმაციის მარეგულირებელი ნორმები და დაწესებული შეზღუდვები სხვადასხვა კანონსა და დებულებებშია მიმოფანტული. ძველიშვილმა აღნიშნა, რომ „პარტნიორობა ღია მმართველობისთვის“ ინიციატივის ფარგლებში კანონმდებლები ამზადებენ ინფორმაციის თავისუფლების შესახებ კანონს, რომელიც შეცვლის ყველა არსებულ ნორმას. „საკანონმდებლო ცვლილებები უფრო მკაცრ სანქციებს დააწესებს იმ ორგანიზაციების წინააღმდეგ, რომლებიც უარს განაცხადებენ საჯარო ინფორმაციის გაცემაზე. ცვლილებები ასევე ითვალისწინებს ომბუდსმენის ინსტიტუტის შემოღებას“ - თქვა მან.

„ჩვენს საჯარო მოხელეებს ცუდად ესმით ინფორმაციის თავისუფლების მნიშვნელობა და ასევე ის, რომ ინფორმაციის თავისუფლება მხოლოდ ჟურნალისტებისთვის არ არის მნიშვნელოვანი. პირიქით, ეს ყველა მოქალაქის უფლება უნდა იყოს“ - განაცხადა ქორიძემ.

პანელის ყველა წევრი შეთანხმდა, რომ მედიას აქვს თავისუფალი წვდომა ინფორმაციის უცხოური წყაროებისადმი. მიუხედავად ამისა, ძველიშვილმა აღნიშნა, რომ ონლაინ მედიასაშუალებები სხვადასხვა უცხოური წყაროს გამოყენებისას

⁸ „საჯარო ინფორმაციისადმი წვდომა საქართველოში - 2010-2015 წლების შემჯამებელი ანგარიში“.

ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტი. 2015 წლის 11 დეკემბერი.

<https://idfi.ge/en/access-to-public-information-in-georgia-report-summarizing-2010%E2%80%932015>

დაუდევრად ეპყრობიან ინტელექტუალური საკუთრების უფლებებს და საავტორო უფლებების შესახებ კანონმდებლობას.

ხელისუფლება არ ზღუდავს პროფესიისადმი წვდომას საუნივერსიტეტო დონეზე და დარგში მოღვაწეობა სრულიად თავისუფალია. ბლოგერებსა და შტატგარეშე ჟურნალისტებს სჭირდებათ აკრედიტაცია პრესკონფერენციებზე დასასწრებად და საჯარო დაწესებულებებში წვდომის მისაღებად. პანელის ზოგიერთმა წევრმა გაიხსენა შემთხვევები, როდესაც ბლოგერებს, შტატგარეშე ჟურნალისტებსა და ფოტოგრაფებს უარი ეთქვათ აკრედიტაციაზე მხოლოდ იმ მიზეზით, რომ ისინი არ წარმოადგენდნენ რომელიმე კონკრეტულ მედიასაშუალებას.

ამოცანა 2: პროფესიული ჟურნალისტიკა

ქულა: 2.34

ქვეყანაში მცირე რაოდენობის მედიასაშუალებებია, რომლებიც აკმაყოფილებენ პროფესიულ ნორმებსა და სტანდარტებს, ხოლო ზოგიერთი მედიასაშუალების პოლიტიკური მიდრეკილებები უბიძგებენ პანელის წევრებს ქართველი ჟურნალისტების პროფესიონალიზმისა და ნეიტრალურობის კითხვის ქვეშ დაყენებისკენ. ამ ნაკლოვანებებით აიხსნება ამ წელს მე-2 ამოცანის ქულის მცირე დაწევა.

„შიდღება რაღაც გარკვეული პოლიტიკური სიმპატიები გაგაჩნდეს ჟურნალისტს... მაგრამ შენი ამოცანა უნდა იყოს, რომ ის ვისთვისაც სიუჟეტს აკეთებს ან სტატიას წერ, ის იყოს ინფორმირებული, რომ მეტი ამბავი გაიგოს, ის კი არა, რომ მე ამას იმიტომ ვაკეთებ, რომ ჩემს დამკვეთს მოეწონება,“ - აღნიშნა ქორიძემ.

საყურადღებო იყო „რუსთავი 2“-ის დირექტორის, ნიკა გვარამიას, განცხადება არხის იდეოლოგიური პრეფერენციების შესახებ, რომელიც მან გააკეთა საჯარო გამოსვლისას თემაზე *ანარეკლები: მედია და იდეოლოგიური ღირებულებები*. მისმა განცხადებამ ბიძგი მისცა დებატებს ქართულ მედიაში ნეიტრალიტეტისა და ბალანსის სტანდარტების შესახებ. 22 სექტემბერს „Frontline Georgia“-ს ოფისში (დამოუკიდებელი მედიაკლუბი, რომელიც ნეიტრალურ პლატფორმად განიხილება) გამართული დისკუსიის დროს გვარამიამ განაცხადა, რომ მისი არხი მემარჯვენე ცენტრისტულ იდეოლოგიას ემხრობა. „როდესაც „ერთიანმა ნაციონალურმა მოძრაობამ“ გადაუხვია იდეოლოგიის სამსახურში ყოფნის არჩეულ გზას, „რუსთავი 2“-მა დაუშვა შეცდომა და გაჰყვა პარტიას“ - დასძინა გვარამიამ. პანელის ზოგიერთი წევრის აზრით, გვარამიას ამ განცხადების შემდეგ ქართველმა ჟურნალისტებმა მედიაკონტენტის წარმოებისას უნდა გადააფასონ ნეიტრალიტეტის და მიუკერძოებლობის პროფესიული სტანდარტები.

„რუსთავი 2“-მა პირდაპირ თქვა, რომ წარმოადგენს მხარეს. მათ განაცხადეს: „ჩვენ ვართ ტელევიზია მსოფლმხედველობით“. ეს ახალი ცნებაა ჩვენს რეალობაში. თუ ადრე ამას ერიდებოდნენ, ახლა მოდური გახდა ამაზე ლაპარაკი... გარდა ამისა, არსებობს „ტვ ობიექტივი“, რომელმაც განაცხადა: „ვაკეთებ იმას, რაც მსურს“. თითქოს მიღებულ იქნა ზოგადი პრაქტიკა, რომლის მიხედვითაც პროფესიული სტანდარტები აღარაა მნიშვნელოვანი და საჭირო“ - ამბობს ჯანგირაშვილი.

მიუხედავად ამისა, პანელის ზოგიერთი წევრის თქმით, მედიის წარმომადგენლები უფრო ხშირად განიხილავდნენ ეთიკურ სტანდარტებს. მთავრობის მიერ მიღებული მაუწყებელთა ქცევის კოდექსი აწესებს რეგულაციებს მაუწყებლებისთვის და, შესაბამისად, ხელს უწყობს ქართულ სამაუწყებლო მედიას მუშაობის ხარისხის გაუმჯობესებაში. ბავშვთა საკითხებზე ეთიკური გამუქების პრაქტიკის გასაუმჯობესებლად ზოგიერთმა ეროვნულმა და რეგიონულმა მაუწყებელმა შემოიღო დამატებითი თვითრეგულირების მექანიზმი - ხელი მოაწერა საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიისა და UNICEF-ის მიერ მომზადებულ ურთიერთგაგების მემორანდუმს.⁹ ჯანგირაშვილმა გამოხატა სკეპტიციზმი, როდესაც განაცხადა, რომ „ტვ კავკასიას“ ძალუმს შეასრულოს სამაუწყებლო კანონით გათვალისწინებული ვალდებულებები დამატებითი ინსტრუმენტების შემოღების გარეშე. „თუ დავუშვებ შეცდომას, შევეცდები, ის თავადვე გამოვასწორო“ - ამბობს ნინო. „არ მჭირდება არავის საჩივარი და არ ვარ თანახმა დავემორჩილო გარკვეულ რეგულაციებს, რომელიც სხვაგვარად არ არის გათვალისწინებული კანონმდებლობით (კანონით „მაუწყებლობის“ შესახებ)“.

მიუხედავად ამისა, სიძულვილის ენა, სენსაციონალიზმი და პლაგიატი პრევალირებენ ქართული მედიასაშუალებების უმრავლესობაში. მედიის განვითარების ფონდმა შეისწავლა ეს პრაქტიკა თავის კვლევაში სახელწოდებით „ანტიდასავლური სენტიმენტების და სიძულვილის ენის გამავრცელებელი მედიასაშუალებების დაფინანსება სახელმწიფო ბიუჯეტიდან, 2015 წელი“. კვლევის მიხედვით, სატელევიზიო კომპანია „ობიექტივი“ საქართველოს ტრადიციონალისტთა კავშირთანაა დაკავშირებული, ხოლო გაზეთები საქართველოს რესპუბლიკა, ალია და ასავალ-დასავალი იმ მედიასაშუალებებს შორის აღმოჩნდნენ, რომლებიც ხელს უწყობენ სიძულვილის ენისა და ანტიდასავლური რიტორიკის გავრცელებას.

2015 წლის ოქტომბერში ონლაინ მედიაში გავრცელდა უკრაინულ ვებგვერდზე Tube.ua ატვირთული გაუპატიურების ამსახველი ვიდეოსიუჟეტები¹⁰. ეს სიუჟეტები თავდპირველად ზუგდიდში აღმოაჩინეს 2013 წელს. ვიდეომასალების გარკვეული

⁹“ბავშვთა საკითხების ეთიკური გამუქება და თვითრეგულირების მექანიზმები - ურთიერთგაგების მემორანდუმი მაუწყებლებთან.” UNICEF. www.unicef.org/ceecis/media_28340.html

¹⁰ „სამოქალაქო საზოგადოების ჯგუფები გმობენ პრემიერ-მინისტრის განცხადებებს, რომელიც „მოუწოდებს ძალადობისკენ““. Civil.ge. www.civil.ge/eng/article.php?id=28687

ნაწილი აღმოჩენისთანავე განადგურდა, სხვები კი გამოძიების მიზნებისთვის იქნა დატოვებული. ძველიმვილმა განაცხადა, რომ ჩანაწერი სწრაფად გავრცელდა, მაშინ როდესაც ონლაინმედია გარკვეულ ეთიკურ ასპექტებს ან პროფესიულ სტანდარტებს განიხილავს.

ხარისხის თვალსაზრისით საქართველოში მხოლოდ რამდენიმე ბეჭდვითი და ონლაინპუბლიკაციაა, რომელიც უზრუნველყოფს სიღრმისეულ და უაღრესად პროფესიულ გაშუქებას. მათ რიცხვშია ჟურნალი ლიბერალი, netgazeti.ge, გაზეთი ბათუმელები და 24Saati.ge. სხვა ხარისხიანი ქართულენოვანი ონლაინ სააგენტოების რიცხვს მიეკუთვნება civil.ge, ახალი ანალიტიკური პორტალით, კლარიონი და რადიო თავისუფალი ევროპის/რადიო თავისუფლების საქართველოს განყოფილება.

პანელის წევრთა მოსაზრებით, თვითცენზურა არსებობს, თუმცა რთულად ამოცნობადია. კუპრაშვილის მტკიცებით, იდეოლოგიურ მედიას შეუძლია ადვილად გადაიხაროს ცენზურისკენ და აიძულოს ჟურნალისტები, გამოიყენონ თვითცენზურა. „თუ დისკურსში დასაშვებია, რომ არსებობდეს იდეოლოგიური მედია, მაშინ იმავე დისკურსში შესაძლოა ითქვას, რომ გარკვეული მოვლენები, რომლებიც არ არის მისაღები იდეოლოგიისთვის, ცენზურის საგანი უნდა გახდეს“. ჯანგირაშვილმა გაიხსენა საქმე, რომელიც „კავკასიის“ ეთერით გაშუქდა და პრემიერ-მინისტრის სიმამრს ეხებოდა. მისი თქმით, მიუხედავად იმისა, რომ საკითხს სხვა მედიასაშუალებების ჟურნალისტებიც აშუქებდნენ, მათ მიერ მომზადებული მასალები არც ერთი მედიაორგანიზაციის მიერ არ გაშუქებულა.

პანელის ბევრი წევრი თანხმდება, რომ ქართული მედია ძირითად, მნიშვნელოვან მოვლენებს აშუქებს. პანელის ზოგიერთი წევრის თქმით, თუ კონკრეტული მედიასაშუალება რაიმე მიზეზით არ გააშუქებს ამ თუ იმ ახალ ამბავს, სხვა საშუალებები ყოველთვის იკავებენ მის ადგილს.

ჟურნალისტების ანაზღაურება მედიასექტორების მიხედვით განსხვავდება დედაქალაქსა და რეგიონებში. „ბაზარი დაუბალანსებელია, ვინაიდან ზოგიერთი ჟურნალისტის ანაზღაურება ათობით ათას ლარს შეადგენს, ზოგიერთის კი ათასსაც ვერ აღწევს“ - აცხადებს ქორიძე. პრაქტიკანტები განიცდიან ექსპლუატაციურ მიდგომას და ეს პროცესი სულ უფრო მზარდია. ძველიმვილის თქმით, როგორც წესი, მედიასაშუალებებში პრაქტიკის გავლა ანაზღაურებადი არ არის და პრაქტიკანტების უფლებები ცუდადაა დაცული. ისინი თანხმდებიან უსამართლო პირობებს, ვინაიდან პროფესიულ ასპარეზზე პირველი ნაბიჯების გადადგმა სურთ. ძველიმვილის თქმით, მათ ჰპირდებიან, რომ ადრე თუ გვიან გაუფორმებენ ხელშეკრულებას, თუნდაც წლების შემდგომ.

მედიასაშუალებები ხშირად გვერდს უვლიან შრომითი ხელშეკრულების გაფორმებას და ჟურნალისტებს ფორმალური ხელშეკრულების გარეშე ამუშავებენ. ცეცხლადის

განცხადებით, ზოგიერთი მედიამენეჯერი საკუთარი ჟურნალისტებისთვის მაღალი ხელფასების გადახდის მიზნით კორუფციულ გარიგებაში შედის რეკლამის დამკვეთებთან. ანდლულაძემ აღნიშნა, რომ მედიასაშუალებების შემოსავალი სულაც არ არის ჟურნალისტებისთვის მაღალი ხელფასების გადახდის გარანტია. მან მოიყვანა „პალიტრა ჰოლდინგის“ მაგალითი. ეს არის სოლიდური ბიუჯეტის მქონე მედიაკომპანია, სადაც ჟურნალისტების ხელფასები მხოლოდ უმნიშვნელოდ აღემატება საშუალო ანაზღაურების განაკვეთებს.

პანელის წევრთა აზრით, საქართველოს მოსახლეობას დიდი არჩევანი აქვს როგორც გასართობი პროგრამების, ისე ახალი ამბების კუთხით. ისინი თანხმდებიან, რომ არხების უმრავლესობა უზრუნველყოფს ახალი ამბებისა და გასართობი პროგრამების დაბალანსებას და გასართობი გადაცემები არ ჩრდილავს ახალ ამბებს პრაიმთაიმის დროსაც კი. მსგავსი ბალანსი დაცულია გასართობ და ზოგადი ლიცენზიის მქონე არხებს შორისაც.

კუპრაშვილის თქმით, ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლის შემდგომ სამაუწყებლო კომპანიებმა ვერ უზრუნველყვეს საკუთარი აღჭურვილობის მყისიერი ტექნიკური განახლება. ქვეყნის ყველაზე ინოვაციურმა სატელევიზიო არხმა, „რუსთავი 2“-მაც კი ვერ მოახერხა საკუთარი აღჭურვილობის HD ფორმატში გადაყვანა. კუპრაშვილმა აღნიშნა, რომ ამ პროცესში განსაკუთრებით რთულია რეგიონული მაუწყებლების მდგომარეობა; ზოგიერთ მათგანს საბანკო სესხის აღება უწევს განახლების ხარჯების დასაფარად.

ნიშური ჟურნალისტიკა იშვიათად გვხვდება ქართულ მედიაში. პანელის წევრებმა გამოთქვეს განსხვავებული აზრი იმასთან დაკავშირებით, თუ რა უბიძგებს მედიასაშუალებებს ნიშური ჟურნალისტიკის პრიორიტეტად ქცევის ან მასზე უარის თქმისაკენ. ჯანგირაშვილის მტკიცებით, სატელევიზიო სადგურების გადაწყვეტილებებზე გავლენას ახდენს ტელევიზიებსა და გაზეთებს შორის არსებული დარგობრივი სხვაობები. „რუსთავი 2“-ის გაყიდვების სახლის“ აღმასრულებელი დირექტორი ზურაბ გუმბარიძე არ ეთანხმება ამ პოზიციას და ამბობს, რომ ეს საკითხი უფრო მეტად რესურსების არსებობასთანაა დაკავშირებული. მან აღნიშნა, რომ მწირი ბიუჯეტის მქონე მცირე გამოცემებს შესაძლოა არ ჰქონდეთ ნიშური ჟურნალისტიკის მოთხოვნებთან შესაბამისობის უზრუნველყოფის შესაძლებლობა.

„სტუდია მონიტორის“ საგამომიებო ჟურნალისტიკა და საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიის თავმჯდომარის, ნინო ზურიაშვილის, თქმით, საგამომიებო ჟურნალისტიკა სათანადოდ არ არის განვითარებული და მედია კომპანიებს არ სურთ ამ დარგში ინვესტირების განხორციელება. მიუხედავად იმისა, რომ კანონი საქართველოს საზოგადოებრივ მაუწყებელს საგამომიებო სიუჟეტების გადაცემას ავალდებულებს, არხზე ერთადერთი ასეთი პროგრამაა *გამომიებელი*

რეპორტიორი. ეს გადაცემა ეთერში გადის 2014 წლის ოქტომბრიდან, თუმცა პანელის წევრებმა მისი ხარისხი კითხვის ნიშნის ქვეშ დააყენეს.

„საგამოძიებო ჟურნალისტიკა ძალიან დიდი პროდუქტია“ განაცხადა ნინო ზურიაშვილმა. „ის ძალიან დიდ დროს მოითხოვს; თქვენ ეფლობით თემებსა და მოვლენებში და თქვენი პროდუქტი ძალიან ნელა მზადდება. მოითხოვს ძალიან დიდ ძალისხმევას. მესმის, რომ ყველას შეუძლება არ ქონდეს ამდენი რესურსი. მაგრამ საზოგადოებრივ მაუწყებელს ეს რესურსი უნდა გააჩნდეს და არ აქვს... და არც არავინ ითხოვს. ამის ნაცვლად, გვხვდება მცირე ონლაინ გამოცემები, რომლებიც გვთავაზობენ სიღრმისეულ გაშუქებას და ჟურნალისტურ გამოძიებას“.

„სტუდია მონიტორი“ (monitori.ge) - მცირე საგამოძიებო მედიასაშუალება, ერთადერთი ქართული კომპანიაა, რომელიც მაღალი ხარისხის საგამოძიებო კონტენტს აწარმოებს. მისმა გადაცემებმა რამდენიმე ჯილდო და პრიზი მოიპოვა და ბოლო წლების განმავლობაში ყოველთვიურად გადაიცემოდა „მაესტრო ტვ“-ის ეთერით. 2015 წლის ბოლოს „მაესტრო ტვ“-მ გადაწყვიტა საკუთარი საგამოძიებო გადაცემების წარმოება და შეწყვიტა ხელშეკრულება „სტუდია მონიტორთან“. დანელიას მტკიცებით, ტელევიზიები არ არიან დაინტერესებული მაღალი ხარისხის საგამოძიებო გადაცემების ეთერში გაშვებით, ვინაიდან ეშინიათ კონტენტზე კონტროლის დაკარგვის.

ამოცანა 3: ახალი ამბების პლურალიზმი

ქულა: 2.61

პანელის წევრთა განცხადებით, ინფორმაციის წყაროთა მრავალფეროვნება უზრუნველყოფს ქართულ მედიაში მოსაზრებათა პლურალიზმს. ამ ამოცანის ქულა დაახლოებით შარშანდელის ნიშნულზე დარჩა.

ბოლო რამდენიმე წლის განმავლობაში წამყვანმა ქართულმა მედიასაშუალებებმა კვლავ განამტკიცეს სხვადასხვა პოლიტიკური ხაზის მიმდევრობა. მიუხედავად გვარამიას მტკიცებისა, რომ „რუსთავი 2“ მემარჯვენე ცენტრისტულ იდეოლოგიას ემხრობა, პანელის ზოგიერთი წევრის აზრით, ამ ტელევიზიის „ერთიან ნაციონალურ მოძრაობასთან“ კავშირის იგნორირება სწორი არ იქნება. 2014 წელს „ტვ მაესტროდან“ ჟურნალისტების მასობრივი დათხოვნისა და არხის მენეჯმენტის მიერ გაკეთებული განცხადების შემდეგ, რომ საჭიროა არა მხოლოდ დასავლური ღირებულებებისკენ სწრაფვა, პრორუსულმა რიტორიკამ ფართოდ შეაღწია არხის კონტენტში. „ქართული ოცნების სტუდია“ (GDS) მილიარდერი ივანიშვილის ოჯახს ეკუთვნის და მისი შვილი მართავს. 2015 წლის მარტში ივანიშვილმა არხზე ტოქშოუ 2030 გაუშვა, რომელიც მისი ორგანიზაციის მიერ მზადდება და GDS-ზე გადაიცემა. გადაცემის იდეა, მისი განმარტებით, „მედიაპლატფორმის შეცვლაა“, სადაც, მისი აზრით, ოპოზიციური პარტიის, „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ „სააგიტაციო მანქანა“ „რუსთავი 2“ დომინირებს.

მეორე უმსხვილესი ეროვნული მაუწყებელი, „იმედი ტვ“, არც ერთ პოლიტიკურ პარტიასთან არ არის დაკავშირებული, თუმცა, დანელიას თქმით, მათი გაშუქება თანხვედრაშია მთავრობასთან. „საერთაშორისო გამჭვირვალობის“ ანგარიშის¹¹ მიხედვით, 2015 წლის მარტში საპარლამენტო უმრავლესობის წარმომადგენლებმა პარტია „ქართული ოცნებიდან“ მოთხოვეს ინგა გრიგოლიას, იმ დროს პოლიტიკური ტოქშოუების რეაქციისა და იმედის კვირის წამყვანს, არ გაეშუქებინა ინფორმაცია „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ მიერ დაგეგმილი საპროტესტო აქციების შესახებ.

CRRC-ის მიერ NDI-თვის ჩატარებული კვლევის მიხედვით¹², საქართველოს მოსახლეობის 87% ტელევიზიას ინფორმაციის მიღების უმთავრეს წყაროდ ასახელებს. მაყურებელთა 20% ახალ ამბებს უცხოურ არხებზე ეცნობა და მათი უმრავლესობა რუსულ არხებს უყურებს. ყველაზე ხშირად ყურებად არხებს შორისაა რუსეთის „1 არხი“, „RTR“, და „Russia 1“. CNN, Euronews და BBC World Service სიაში მეხუთე, მეექვსე და მერვე ადგილებს ინაწილებენ. პრორუსული რიტორიკა ისმის ზოგიერთ ქართულ მედიასაშუალებებშიც.¹³

MDF-ის¹⁴ მიერ ჩატარებულმა კვლევამ აჩვენა, რომ „ობიექტივი ტვ“, რომელიც ქსენოფობიური, ჰომოფობიური და ანტიდასავლური სენტიმენტების გამავრცელებითაა ცნობილი, რუსულ წყაროებს ეყრდნობა. არხი „ობიექტივი“ მოთავსებულია სტანდარტულ პაკეტებში ყველა ძირითადი საკაბელო გამავრცელებლის მიერ და მაუწყებლობს ბათუმის „25-ე არხზე“. თბილისში რადიო „ობიექტივი“ FM 105.1-ზეა ხელმისაწვდომი. იმავე კვლევის მიხედვით, ღია პრორუსული სარედაქციო პოლიტიკა შეიმჩნევა გაზეთსა და ინტერნეტ პორტალზე Geworld.ge და ასევე საინფორმაციო სააგენტო „საქინფორმში“.

საქართველოს აქვს ორი კერძო ეროვნული და 17 რეგიონული მულტიპლექსი (ციფრული სიგნალის კვანძი) და ერთი დამატებული მულტიპლექსი, რომელსაც მხოლოდ საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებელი იყენებს. ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტმა (IDFI) - არასამთავრობო ორგანიზაციამ,

¹¹ „ვის ეკუთვნის ქართული მედია“. *საერთაშორისო გამჭვირვალობა*. 2015 წლის 19 ოქტომბერი. www.transparency.ge/en/post/report/who-owns-georgia-s-media

¹² „საზოგადოების განწყობები საქართველოში“. *ეროვნულ-დემოკრატიული ინსტიტუტი*. 2015 წლის აპრილი www.ndi.org/files/NDI%20Georgia_April%202015%20Poll_Public%20Issues_ENG_VF_0.pdf

¹³ „რუსული გავლენა ქართულ არასამთავრობოებსა და მედიაზე.“ *ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტი*. 2015 წლის 22 ივლისი. <https://idfi.ge/en/russian-influence-of-georgian-ngos-and-media>

¹⁴ „სახელმწიფო სახსრები სიძულვილის ენის და ანტიდასავლური სენტიმენტების გამავრცელებელი მედია საშუალებების დასაფინანსებლად.“ *მედიის განვითარების ფონდი*. 2015. <http://mdfgeorgia.ge/uploads/Report%20on%20Obiektiv%20&%20others,%20Eng.pdf>

რომელმაც აქტიური როლი ითამაშა ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლის სტრატეგიულ დაგეგმვასა და მონიტორინგში - თავის შუალედურ ანგარიშში აღნიშნა, რომ მულტიპლექსის სისტემას შეუძლია უფასოდ გაატაროს მინიმუმ 20 და მაქსიმუმ 60 არხი (თითოეულ მულტიპლექსზე). ეს ციფრები არ არის თანხვედრაში 10 უფასო არხთან, რომელიც მოცემულია ნებისმიერ ადგილას ანალოგური სისტემის პირობებში.¹⁵ საქართველოს ტელერადიო ცენტრს კანონით ეკისრება ვალდებულება, გაატაროს საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის გადაცემები საკუთარი მულტიპლექსის მეშვეობით.

კუპრაშვილის თქმით, ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლის პროცესში ხელისუფლებამ ვერ უზრუნველყო ინფორმაციის წვდომაზე ქვეყნის მთელი მოსახლეობის უფლების დაცვა. კუპრაშვილი ამბობს, რომ გაიყიდა დაახლოებით 50 000 სეტ-ტოპ-ბოქსი, ციფრული კონვერტორი, თუმცა შორეულ რეგიონებში დასახლებული ადამიანების მცირე რაოდენობა მათ გარეშე დარჩა. „და ეს არის ადგილები, სადაც გაზეთები პრაქტიკულად არ ვრცელდება, სადაც ინტერნეტის ინფრასტრუქტურა ცუდადაა განვითარებული და სადაც ხალხი ტელევიზიაზე დამოკიდებული“ - დასძინა მან.

ნარიმანიშვილის თქმით, ზემოხსენებულმა გარემოებამ გავლენა იქონია ძირითადად სომხურენოვანი მოსახლეობით დასახლებულ ჯავახეთის რეგიონზე, სადაც ხალხს ყოველთვის უჭირდა ადგილობრივი ინფორმაციის მიღება. „ამჟამად ინფორმაციის მიღება კიდევ უფრო გართულდა და ხალხს რუსული არხების ყურება მოუწევს“ - თქვა მან.

ოპტიკურ-ბოჭკოვანი ინტერნეტი კვლავ გამოწვევად რჩება და, ცეცხლადის ინფორმაციით, მასზე წვდომა აქვს საქართველოს მოსახლეობის ნახევარზე ნაკლებს. მობილური ინტერნეტი ფართოდაა ხელმისაწვდომი დედაქალაქს გარეთ მცხოვრები მოსახლეობისთვისაც. საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის ანალიტიკური პორტალის მიხედვით, მობილური ინტერნეტის რეგისტრირებულ მომხმარებელთა (ფიზიკური და იურიდიული პირები) რიცხვი 1.566 მილიონს შეადგენს.

ცეცხლადემ ახსენა ივანიშვილის საკუთრებაში არსებულ ფონდ „ქართუს“ მიერ დაფინანსებული ინტერნეტიზაციის პროექტი, რომელიც ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს მეთვალყურეობით ხორციელდება და რომლის ღრუბულება დაახლოებით 150 მილიონამდე აშშ დოლარს შეადგენს. პროექტის მიზანია ოპტიკურ-ბოჭკოვანი ინტერნეტის ინფრასტრუქტურის მოწყობა ქვეყნის

¹⁵ ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტი (IDFI).

<https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=https://idfi.ge/public/upload/IDFI/Digital/shualeduri-angarishi-23.11.pdf>

2000-მდე მუნიციპალიტეტში და მოსახლეობის 91%-ის ინტერნეტთან წვდომის უზრუნველყოფა. პროექტს კოორდინირებას გაუწევს სამინისტროსთან არსებული ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტო, ხოლო „Open Net“ და გერმანული კომპანია „Detecon“ – „Deutsche Telekom group“-ის წევრი - პასუხისმგებელი იქნებიან ტექნიკურ განხორციელებაზე.

პანელის ზოგიერთმა წევრმა გამოთქვა წუხილი პროექტის მდგრადობასთან დაკავშირებით 2016 წლის საპარლამენტო არჩევნების შემდგომ პერიოდში. „როდესაც დავსვით შეკითხვა, რა მოხდება, თუ „ქართული ოცნება“ წააგებს 2016 წლის არჩევნებს, პასუხი ვერ მივიღეთ“ - განაცხადა ცეცხლამემ.

რაც შეეხება ახალი მედიისა და სოციალური მედიის პლატფორმებს, ფეისბუქი ტრადიციულად ინფორმაციის მიღების ყველაზე პოპულარულ წყაროდ დასახელდა, ხოლო ტვიტერი სულ უფრო ცნობადი და გამოყენებადი ხდება. Internet World Stats-ის მიხედვით, საქართველოში ფეისბუქის დაახლოებით 1.8 მილიონი მომხმარებელია დარეგისტრირებული.¹⁶

მიუხედავად პოლიტიკური გზავნილების გამო მწვავე კრიტიკისა, პანელის ზოგიერთი წევრის მოსაზრებით, საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებელი უკეთესი გახდა. „თუმცა ის არ არის იმდენად კარგი, რამდენადაც ჩვენ გვსურს“ - დასძინა კურპაშვილმა. როდესაც კულტურასა და საზოგადოებრივ საკითხებს ეხება საქმე, საზოგადოებრივი ტელევიზია ისეთ გადაცემებს აწარმოებს, რომლებიც განსხვავდება კერძო მაუწყებლების ეთერით გაშვებული პროგრამებისგან.

ქორიძის აზრით, საზოგადოებრივი მაუწყებლის მთავარი გამოწვევა საერთაშორისო გაშუქების ნაკლებობაა. „როდესაც მოხდა თავდასხმა პარიზში, საზოგადოებრივი მაუწყებელი იქ არ გამოჩენილა, ისევე როგორც უკრაინაში ან თურქეთში. ყველა ამ მოვლენის მიუხედავად, ტელევიზიამ იქ ჟურნალისტები არ გაგზავნა... სხვაგვარად რომ ვთქვათ, საზოგადოებრივი მაუწყებელი მოგვიწოდებს, საკუთარ ნიჟარაში ჩავიკეტოთ. მე ძალიან ვწუხვარ, რომ საზოგადოებრივ მაუწყებელს აკლია გლობალური ხედვა“ - განაცხადა მან. ძველიშვილმა დასძინა, რომ საზოგადოებრივ მაუწყებელს არ აქვს სათანადო ამბიცია, აწარმოოს სიღრმისეული ან დროული სიუჟეტები.

რაც შეეხება დადებით მხარეს, საზოგადოებრივი მაუწყებლის ტოქსიკურ რეალური სივრცე საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტის ჯომ ფრიდმანის საჯარო სამსახურის ჯილდო მიიღო საყდრისის ოქროს საბადოს სადავო საქმის სიღრმისეული გაშუქებისთვის.

¹⁶Internet World Stats www.internetworldstats.com/

პანელის წევრთა განცხადებით, საქართველოში ბევრი საინფორმაციო სააგენტოა, რომლებიც სხვადასხვა სახის მასალის მოწოდებას უზრუნველყოფენ. ჯანგირაშვილმა აღნიშნა, რომ სააგენტოების უმრავლესობა სხვადასხვა სახელმწიფო თუ საჯარო დაწესებულებასთან თანამშრომლობს. Mediachecker.ge - პორტალი, რომელიც მედიის საქმიანობის მონიტორინგს ახორციელებს, აცხადებს, რომ კონტრაქტორი ორგანიზაციების მიერ გავრცელებული პრესრელიზები საინფორმაციო სააგენტოების მიერ მოწოდებული კონტენტის 80%-ს მაინც შეადგენს. „ხაზის გავლება სარედაქციო კონტენტსა და კონტრაქტორი ორგანიზაციის მეშვეობით მოწოდებულ კონტენტს შორის საკმაოდ რთული ამოცანაა“ - ამბობს ძველიშვილი. „მაგალითად, როდესაც პრემიერ-მინისტრის პრესსამსახურმა გაავრცელა ინფორმაცია მისი პარიზში ვიზიტის შესახებ, თქვენ ძალიან ადვილად, გუგლში ძირეული სიტყვების აკრეფით, მოძებნიდით სხვადასხვა საინფორმაციო სააგენტოს მიერ მომზადებულ იდენტურ გაშუქებას, მსგავსი სათაურით“.

ლიბერალის რედაქტორმა ზურა ვარდიაშვილმა ისაუბრა ერთ შემთხვევაზე, რომელიც რამდენიმე თვის წინ მოხდა, როდესაც მას თავდაცვის სამინისტროს წარმომადგენელი დაუკავშირდა. ამ პირმა დასვა შეკითხვა სამინისტროს კრიტიკულად გაშუქების მიზეზებზე და შემდეგ განაცხადა: „როგორც მახსოვს, ჩვენთან გაქვთ გაფორმებული ხელშეკრულება, ხომ ასეა?“ რამდენიმე დღის შემდეგ სამინისტროდან მოვიდა შეტყობინება, რომ შესაძლოა ხელშეკრულება ჟურნალთან შეწყვეტილიყო.

მაუწყებლობის შესახებ კანონში 2011 წელს შეტანილი ცვლილებების შემდეგ, რომელიც ავალდებულებს მედიასაშუალებებს, გასცენ ინფორმაცია მესაკუთრეების შესახებ, მედიაკომპანიების საკუთრების საკითხი საკმაოდ გამჭვირვალე გახდა. მიუხედავად ამისა, ჯანგირაშვილის თქმით, არსებობს გარკვეული ორაზროვნება „რუსთავი 2“-ის მესაკუთრეებთან დაკავშირებით. „ლეგენდარულია ყარამანაშვილების საქმე. ყველამ იცის, რომ ისინი არხის ჭეშმარიტი მესაკუთრეები არ არიან. გამჭვირვალობა უზრუნველყოფილია ისე, რომ ხალხს შეუძლია შეფასებებისა და დასკვნების გაკეთება, თუმცა არ არსებობს აბსოლუტური გამჭვირვალობა“ - განაცხადა მან.

„საერთაშორისო გამჭვირვალობის“ ანგარიშით¹⁷, რომელიც მიზნად ისახავდა სამაუწყებლო მედიასაშუალებების, ახალი მედიის ჩათვლით, მესაკუთრეების შესახებ ინფორმაციის განახლებას, დადგინდა, რომ მაუწყებლებს არ განუხორციელებიათ მნიშვნელოვანი ცვლილებები საკუთრების სტრუქტურაში. ანგარიშში ასევე ხაზგასმულია, რომ ზოგიერთი საკაბელო და ინტერნეტკომპანია ანტიდასავლურ და რელიგიურ ორგანიზაციებს ეკუთვნის. „მათი დეკლარირებული

¹⁷“ვის ეკუთვნის მედია საქართველოში” საერთაშორისო გამჭვირვალობა.

www.transparency.ge/sites/default/files/post_attachments/who_owns_georgias_media.pdf

შემოსავალი საკმაოდ მწირია, რაც ბადებს გაურკვევლობას იმ სახსრების წარმომავლობასთან მიმართებაში, რაც გამოყენებულ იქნა მაუწყებლობის განსახორციელებლად“ - ნათქვამია ანგარიშში.

ბოლო წლების განმავლობაში მედიასექტორმა წარმოადგინა მნიშვნელოვანი ინიციატივები ქვეყანაში საზოგადოებრივი ცხოვრების შესახებ ინფორმაციისადმი ეროვნული უმცირესობების წვდომის უზრუნველსაყოფად. *სამხრეთის კარიბჭე*, მცირე ზომის გაზეთი ჯავახეთის რეგიონში, ორ კვირაში ერთხელ იბეჭედება ქართულ და სომხურ ენებზე. გაზეთის სომხურენოვანი ვერსიის გამოშვება 2014 წელს შეწყდა ფინანსური პრობლემების გამო, თუმცა აღდგა 2015 წლის ოქტომბერში თბილისში მდებარე აშშ-ის საელჩოს ფინანსური მხადაჭერით. საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერით გადაცემა ახალი ამბების რამდენიმე გამოშვება სომხურ და აზერბაიჯანულ ენებზე. კუპრაშვილის თქმით, საქართველოს რეგიონულ მაუწყებელთა ასოციაცია აწარმოებს მოცულობით კონტენტს უმცირესობათა ენებზე, თუმცა ეს საკმარისი როდია. სათემო რადიოსადგურმა „ნორი“ მაუწყებლობა დაიწყო 2015 წელს რუსულ, სომხურ და ქართულ ენებზე. ქორიძის აზრით, არხის პოზიტიური გავლენა რამდენიმე წლის შემდეგ გახდება შესამჩნევი.

პანელის ზოგიერთი წევრის თქმით, ენობრივი ბარიერი და უმცირესობათა ენებზე წარმოებული პროგრამების სიმცირე ზრდის დაშორებას რეგიონებსა და ქვეყნის ცენტრს შორის. მიქაშავიძის განცხადებით, უმცირესობებით დასახლებული რეგიონების მოსახლეობის ნახევარზე მეტი ინფორმაციას რუსული არხებიდან იღებს. დედაქალაქში მდებარე მედიასაშუალებები არ ინტერესდებიან უმცირესობებით დასახლებული რეგიონებისთვის მნიშვნელოვანი საკითხების გაშუქებით. ნარიმანიშვილმა გაიხსენა, რომ 2015 წლის დასაწყისში ზოგიერთმა მედიასაშუალებამ გაავრცელა ინფორმაცია ჯავახეთის რეგიონში რუსული პასპორტების დარიგების შესახებ, თუმცა არც ერთი ცნობილი ქართველი ჟურნალისტი არ ჩასულა ადგილზე სიტუაციის გასაცნობად. „მდგომარეობა საგანგაშოა“ - გვაფრთხილებს ნარიმანიშვილი. „თუ განვიხილავთ ჯავახეთის რეგიონს, გასაკვირია, როგორ იღებს ეს ხალხი ინფორმაციას იმ ქვეყნის შესახებ, სადაც ცხოვრობს. აღარაფერს ვამბობ კონტენტის მრავალფეროვნებაზე... ამის შემდეგ რა გასაკვირია, რომ მოსახლეობას პრორუსული სენტიმენტები აქვს?“

კუპრაშვილის თქმით, იშვიათი გაშუქება უმცირესობების ენებზე და მათი ინტერესის შესაბამისი კონტენტის არარსებობა ასევე განსაზღვრავს მათ აუდიტორიას. მიქაშავიძემ განაცხადა, რომ საქართველოს შესახებ ხელმისაწვდომი კონტენტის ზუსტი სახეობის არცოდნა განპირობებულია მედიაკონტენტის ანალიზისა და კვლევის ნაკლებობით. „ჩვენ მათ არ ვთავაზობთ ალტერნატივას და არ ვიცით, რას უყურებენ ისინი“.

გარკვეული საერთაშორისო მოვლენები იზიდავს ქართული მედიის ყურადღებას, თუმცა საერთაშორისო ახალი ამბების გაშუქებას არასდროს აქვს სისტემატური ხასიათი. Netgazeti.ge ერთ განყოფილებას უთმობს სამხრეთ კავკასიის რეგიონს და ყოველდღიურად ათავსებს ახალ ამბებს რეგიონის სამივე ქვეყნიდან. ქორიძის თქმით, რომ არა ეს განყოფილება, რთული იქნებოდა სომხეთსა და აზერბაიჯანში მიმდინარე მოვლენების გაგება.

ამოცანა 4: ბიზნესის მართვა

ქულა: 1.83

ამ ამოცანის ქულის დაკლება აშკარად მიუთითებს, რომ, პანელის წევრების ხედვით, მედია ეფექტური და თვითკმარი საწარმოს მსგავსად ვერ ოპერირებს. ეს მოსაზრება შესაძლოა განპირობებული იყოს სარეკლამო ბაზრის შესუსტებით, რასაც თან ერთვის ეკონომიკური კრიზისი, რომელმაც შეარყია ქვეყანა 2015 წელს.

„ვფიქრობ, რომ ქართული მედიის ერთ-ერთი გამოწვევა ფინანსური სტაბილურობაა, ვინაიდან ქართული მედია მეტადაა დამოკიდებული დონორთა დაფინანსებაზე, რადგან ვერ ახერხებს სარეკლამო შემოსავლებიდან საკუთარი ხარჯების დაფარვას“ - ამბობს ძველიშვილი. „ჩვენს ქვეყანაში მედიას პოლიტიკურ ინსტრუმენტად განიხილავენ და იმის ნაცვლად, რომ გამოიყენონ მედია, როგორც პოლიტიკური დებატების პლატფორმა, მას უტყვენ“.

გუმბარიძემ რეკლამის შესახებ სტატისტიკური მონაცემები წარმოადგინა. „პირველად 2009 წლის შემდეგ სარეკლამო ბაზარი შემცირდა შარშანდელი დაახლოებით 48 მილიონი აშშ დოლარიდან 41 მილიონამდე“ - განაცხადა მან. ეკონომიკური კრიზისი და 2015 წლის ცვლილებები „რეკლამის“ შესახებ კანონში ამის ძირითად მიზეზებად სახელდება. „ეს მოსალოდნელი იყო, როდესაც ხელისუფლებამ ნაჩქარევად გადაწყვიტა, მიეღო ევროკავშირის დირექტივები, ყველა შესაძლო შედეგის გათვალისწინების გარეშე“ - განმარტა გუმბარიძემ.

საქართველოს პარლამენტმა მიიღო ცვლილებები „რეკლამის“ შესახებ კანონში და 2015 წლის 1 აპრილიდან შეამცირა რეკლამის დრო 12 წუთამდე ყოველ 1 საათში, ხოლო სპონსორული მომსახურების დრო 4 წუთით შემოიფარგლა. კანონის ამოქმედებით უარი ეთქვა მრავალი მედიასამუალებისა და ექსპერტის მოსაზრებას, ამოქმედების ვადა 2016 წლისთვის გადაწეულიყო. „გადაწყვეტილება ეყრდნობოდა საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის წევრის კობა ბექაურის უზუსტო, ერთგვერდიან დასკვნას, რომლის მიხედვითაც ამ ცვლილებების ამოქმედება გაზრდიდა სარეკლამო ბაზარს“ - განაცხადა გუმბარიძემ.

პანელის წევრებმა აღნიშნეს, რომ ახალი კანონის ამოქმედებით წარმოშობილ გამოწვევებთან გასამკლავებლად ეროვნულმა მაუწყებლებმა გაზარდეს რეკლამის განთავსების ფასები. შესაბამისად, რეკლამის დამკვეთებმა შეამცირეს სარეკლამო

ბიუჯეტი მცირე ზომის მედიასაშუალებებში რეკლამის განსათავსებლად, თუმცა შეინარჩუნეს რეკლამა „რუსთავი 2“-სა და „იმედზე“, ვინაიდან ეს არხები უზრუნველყოფენ ეროვნულ დაფარვას. გუმბარიძის თქმით, მიუხედავად იმისა, რომ „რუსთავი 2“-ს არ ჰქონია ზრდა ამ წლის განმავლობაში, მან მაინც მოახერხა სრული სატელევიზიო სარეკლამო შემოსავლების 61-62-პროცენტისა და წილის დაკავება. დაახლოებით 31% დაეთმო „იმედი ტვ“-ს, მაშინ როდესაც „მაესტროს“ შემოსავალმა მნიშვნელოვნად იკლო შარშანდელი 6 მილიონი ლარიდან (2.7 მილიონი დოლარი) წლებიდან 2-3 მილიონ ლარამდე (890 000 - 1.3 მილიონი დოლარი). „სავარაუდოდ, მთლიანი სატელევიზიო სარეკლამო შემოსავლის 98% ამ სამ არხს შორის ნაწილდება“ - დასძინა გუმბარიძემ.

მცირე ზომის მედიასაშუალებებს შორის სარეკლამო თანხების განაწილების პროგნოზი ამ ცვლილებების მიღებისას არ იქნა გაკეთებული. ფაქტობრივად, მცირე და რეგიონული მედიასაშუალებების შემოსავალმა 2015 წლის განმავლობაში იკლო. თავის შენახვის მიზნით მედიასაშუალებების უმრავლესობა იბრძვის შემოსავლის სხვადასხვა წყაროს გასაჩენად. ცეცხლადის თქმით, Netgazeti.ge-ს რეკლამა ორგანიზაციის მთლიანი შემოსავლის მხოლოდ 23%-ია. დანარჩენი - საერთაშორისო დონორების მიერ გამოყოფილი სახსრებია.

ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლამ რეგიონულ მედიას დამატებითი ფინანსური პრობლემები მოუტანა. რეკლამის დამკვეთებმა შეწყვიტეს გრძელვადიანი ხელშეკრულებები ადგილობრივ მედიასაშუალებებთან, ვინაიდან მათ ეჭვი შეიტანეს კომპანიების შესაძლებლობაში ეფექტურად გადასულიყვნენ ციფრულ მაუწყებლობაზე.

პანელის წევრები შეთანხმდნენ, რომ შემოსავლის არსებული წყაროები საკმარისი არ არის ყველა მედიასაშუალების მხარდასაჭერად. ის ფაქტი, რომ „რუსთავი 2“ მომგებიანი კომპანია გახდა ბოლო წლების განმავლობაში, გამონაკლისად მიიჩნევა და არა დარგში მიღებულ სტანდარტად. არხს მაღალი რეიტინგი და ეფექტური გაყიდვები აქვს. „თუ ერთ დღეს „იმედმა“ მოახერხა ეფექტური მენეჯმენტის დაკომპლექტება და ბაზარზე საკუთარი წილის გაზრდა, მაშინ... „რუსთავი 2“ თავის ეფექტურობას დაკარგავს“ - განაცხადა გუმბარიძემ. ჯანგირაშვილმა კი აღნიშნა, რომ ბაზარი არასტაბილურია, ვინაიდან ყველა სატელევიზიო არხი ფუნქციონირების უზრუნველსაყოფად სუბსიდირებას საჭიროებს.

„ეკონომიკურმა კრიზისმა აიძულა ბიზნესორგანიზაციებიც, შეამცირონ სარეკლამო ბიუჯეტი. ბაზარი მნიშვნელოვნად შემცირდა ადგილობრივი ბიზნესის ხარჯზე, ვინაიდან კომპანიები ვერ გაუმკლავდნენ მზარდ სარეკლამო ფასებს“ - აღნიშნა გუმბარიძემ. მან შემდგომ განმარტა, რომ საერთაშორისო კომპანიებს აქვთ სარეკლამო ბიუჯეტის შენარჩუნების ფუფუნება მაშინაც კი, როდესაც გაყიდვები მცირდება, ადგილობრივ ბიზნესს კი ამის საშუალება არ გააჩნია.

ჯანგირაშვილი 2016 წლის სარეკლამო ბაზარს პესიმისტურად განიხილავს და აცხადებს, რომ ის „რთული“ და „ფინანსურად არასტაბილური“ იქნება და ამის მიზეზად გაზომვის ახალი ორგანოს ჩამოყალიბება დაასახელა. პანელის წევრებმა გამოთქვეს მოსაზრება, რომ სატელევიზიო კომპანიებსა და სარეკლამო სააგენტოებს ერთ-ერთის არჩევა ან ორივეზე ხელმოწერის გაკეთება მოუწევთ. ეს კიდევ უფრო დიდ გავლენას იქონიებს ისედაც სტაგნაციაში შესულ ბაზარზე. პანელის ზოგიერთი წევრი კვლევის მეორე სააგენტოს შემოსვლაში პოლიტიკურ ინტერესებს ხედავს. „ის ბაზარზე შემოდის დარგის მხრიდან ტიპური შემოპატიჟების გარეშე“ - ამბობს გუმბარიძე.

გუმბარიძემ ილაპარაკა სხვა ქვეყნების მედიასექტორში არსებულ ტენდენციებზე, სადაც რეკლამის გაყიდვიდან მიღებული შემოსავალი ნაკლებად მნიშვნელოვანი ხდება სამაუწყებლო მედიისთვის, მაშინ როდესაც პირდაპირი გაყიდვები, როგორცაა საკაბელო მომსახურების საფასური და განმეორებითი ჩვენებები, სულ უფრო არსებითი ხდება შემოსავლების გენერირების თვალსაზრისით. არც ერთი ზემოთ ხსენებული პრაქტიკა არ გამოიყენება საქართველოში, სადაც ბაზარი მეტად არასტაბილურად ითვლება. გუმბარიძემ შემდეგი მაგალითი მოიყვანა: „სილკნეტი“ და „კავკაზუს ონლაინი“, IP სატელევიზიო სადგურები, ერთ თეთრსაც კი არ უხდიან ქართულ სატელევიზიო არხებს მათი რეტრანსლირებისა და მოგების გენერირებისას“.

მან ასევე აღნიშნა, რომ სარეკლამო სააგენტოები ხელს უწყობენ ქართული სარეკლამო ბაზრის განვითარებას. „სააგენტოებს აქვთ ცოდნა და კვალიფიკაცია მედიადაგეგმვის დარგში. ამჟამად ისინი გაცილებით უკეთ არიან მომზადებული, ვიდრე უწინ“ - განაცხადა მან.

პანელის წევრთა განცხადებით, ქართული ბანკები არ სთავაზობენ მედიასაშუალებებს რაიმე სახის სპეციალურ საკრედიტო პაკეტებს, ვინაიდან არ აღიარებენ, რომ მედია ბიზნესის სპეციფიკური სახეობაა. აქედან გამომდინარე, ბანკები ან სამომხმარებლო სესხებს გასცემენ მომსახურების განსავითარებლად, ან იპოთეკურ სესხებს - უძრავი ქონების შესაძენად. კუპრაშვილმა განაცხადა, რომ ბანკების მოსაზრებით, მედიასექტორს სტაბილურობა აკლია და ის უფრო სარისკოა სხვა ბიზნესთან შედარებით. „როდესაც აღჭურვილობის შექმნა გვჭირდებოდა, არც ერთმა ბანკმა არ გამოუყო სესხი ჩვენს სატელევიზიო კომპანიებს. ბეჭდვითი მედიაც იმავე ბედს იზიარებს“ - დასძინა კუპრაშვილმა.

ფილანთროპ ჯორჯ სოროსის მიერ სპონსირებული მედიის განვითარების დაკრედიტების ფონდმა კრედიტი გამოუყო *ბათუმელებს* წლიური 2% განაკვეთის პირობით. ცეცხლამის თქმით, *ბათუმელებმა* სესხი 2015 წლის შუა პერიოდში დაფარა.

პანელის წევრთა თქმით, სახელმწიფო ტენდერები თანაბრად არ ნაწილდება. სატელევიზიო არხებისთვის ისინი კვოტირების სისტემის მიხედვით ცხადდება, ე.ი. რეიტინგების შესაბამისად. თითქმის თანაბარი სახსრები ნაწილდება „რუსთავი 2“-სა და „იმედს“, ბაზრის ორ მოწინავე არხს, შორის. ცეცხლადის თქმით, ტენდერები ეძლევა ფართო აუდიტორიის მქონე მსხვილ მედიაკომპანიებს. „ჩვენნაირი კომპანიები (რეგიონული მაუწყებლები) ვერასოდეს მიიღებენ მონაწილეობას ასეთ კონკურსებში“ - ამბობს კუპრაშვილი.

2015 წელს მტკიცე ნაბიჯები გადაიდგა ონლაინმედიის რეიტინგების გაზომვის არსებული პრაქტიკის გაუმჯობესების თვალსაზრისით. სარეკლამო სააგენტოებმა შეიძინეს AdRiver, ინტერნეტრეკლამის მართვისა და მონიტორინგის სისტემა, რომელიც შესაძლებელს ხდის მიზნობრივი ონლაინგაყიდვებისა და საქართველოში სარეკლამო კამპანიების მონიტორინგის წარმოებას. პანელის წევრთა განცხადებით, TV MRGE-ს ინიციატივით დამონტაჟდა ონლაინმედიის რეიტინგის გაზომვის ხელსაწყო. ეს გახლავთ სარეკლამო ბაზრის განვითარებისკენ მიმართული ძალიან მნიშვნელოვანი ინიციატივები.

თუმცა, აუდიტორიის გაზომვის თვალსაზრისით, 2014 წელთან შედარებით პრაქტიკა დიდწილად არ შეცვლილა. სატელევიზიო ინდუსტრია მხოლოდ TV MR GE-ს მეშვეობით იზომება, რომელიც ნილსენის მიერ გაცემული ლიცენზიის საფუძველზე მოქმედებს, ის კი, თავის მხრივ, გაზომვის საერთაშორისო სტანდარტებს იყენებს. საკაბელო ტელევიზიებს, რადიოს, ონლაინ და ბეჭდვით მედიას ასეთი უნივერსალური მონაცემების ნაკლებობასთან შეგუება უწევთ. პანელის წევრებმა ეს იმ ძირითად მიზეზად დაასახელეს, რომლის გამოც ხდება სარეკლამო თანხების მედიასაშუალებებს შორის არათანაბარი განაწილება.

რეგიონული სატელევიზიო სადგურები იმავე პრობლემის წინაშე დგანან. „არც ერთი სააგენტო არ ზომავს რეგიონული მედიის აუდიტორიას“ - აღნიშნა კუპრაშვილმა. TV MR GE მხოლოდ რამდენიმე მსხვილ რეგიონულ ქალაქში საქმიანობს და არ არის წარმოდგენილი ისეთ წარმატებულ რეგიონებში, როგორებიცაა კახეთი, სამცხე-ჯავახეთი და ქვემო ქართლი. ეს რეგიონები ლიდერობენ მოსახლეობის ხარჯვისუნარიანობის თვალსაზრისით, რაც მიმზიდველი იქნებოდა რეკლამის პოტენციური დამკვეთებისთვის“ - აღნიშნა კუპრაშვილმა.

ზოგიერთი ონლაინ მედიასაშუალება ჩვეულებრივ იყენებს გუგლ ანალიტიქსს, რაც საკმარისი არაა ვებგვერდების დემოგრაფიაზე სასაუბროდ და საბოლოოდ ვერ ახდენს გავლენას გაყიდვების მოცულობაზე. რეკლამის დამკვეთთა მხრიდან ვებგვერდების მიერ მოწოდებული მონაცემების მიმართ ნდობის ნაკლებობაც მოქმედებს გაყიდვებთან დაკავშირებულ გადაწყვეტილებებზე. „ინტერნეტის

ბაზარზე საერთაშორისო მზომავი კომპანიების არსებობის შემთხვევაში ბაზარი სამჯერ უფრო დიდი იქნებოდა“ - განაცხადა გუმბარიძემ.

Market Intelligence Caucasus, TNS-ის ოფიციალური ლიცენზიატი, სამი წლის განმავლობაში ზომავს რადიოაუდიტორიას საქართველოს მსხვილ და საშუალო ქალაქებში „day-after-recall“ მეთოდოლოგიის გამოყენებით (მეთოდოლოგია, რომლის მიხედვითაც მსმენელს ეკითხებიან, ახსოვს თუ არა წინა დღეს გადაცემული რეკლამა). კვლევა ფინანსდება ხელმომწერი რადიოსადგურების, სარეკლამო სააგენტოებისა და აშშ-ის საერთაშორისო განვითარების სააგენტოს (USAID) მიერ.

ბეჭდვითი მედიის გავრცელებასთან დაკავშირებით მხოლოდ მწირი ინფორმაციაა ხელმისაწვდომი. თავის ონლაინპორტალზე, geostat.ge, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური ავრცელებს ინფორმაციას, რომ საქართველოში რეგისტრირებულია 313 გაზეთი, რომლის ჯამურმა ტირაჟმა 2015 წელს 60.4 მილიონი ეგზემპლარი შეადგინა. მიუხედავად ამისა, არ მოიძებნება ინფორმაცია ინდივიდუალური პუბლიკაციების ტირაჟის შესახებ.

2016 წელს ქართულ ბაზარზე შემოვიდა კვლევის ახალი კომპანია, Tri Media Intelligence (TMI), Kantar Media-ს პარტნიორი ორგანიზაცია. კომპანიის ერთ-ერთი დამფუძნებელია გაზეთ *კვირის პალიტრის* („პალიტრა მედიაჯგუფის“ წევრი, რომელშიც ასევე შედის „პალიტრა ტვ“) რედაქტორი. TMI-ს დირექტორმა, ცოტნე მირცხულავამ, განმარტა, რომ მისი კომპანია, TV MR GE-თან შედარებით, შემოგვთავაზებს უფრო მსხვილ და დაბალანსებულ კვლევის პანელს, უკეთეს ტექნოლოგიებთან და მეტი სატელევიზიო არხის კვლევასთან ერთად. მაშინ როდესაც კუპრაშვილი საუბრობდა TMI-ს კვლევის პანელის უპირატესობებზე, გუმბარიძემ გამოთქვა ეჭვი, რომ ქვეყნის მთლიანი მოსახლეობის გაზომვა ორი კომპანიის მეშვეობითაც კი შეუძლებელი იქნება. კუპრაშვილმა ასევე განაცხადა: „TMI არ აპირებს რეგიონების სათანადოდ გაზომვას, ის მხოლოდ გეგმავს განათავსოს ფიფქტრები იმავე ქალაქებში, სადაც წარმოდგენილია TV MR GE“.

ამოცანა 5: მხარდამჭერი დაწესებულებები

ქულა: 2.48

ამ ამოცანისთვის მინიჭებული ქულა წინა წელთან შედარებით პრაქტიკულად არ შეცვლილა. რამდენიმე პროფესიული ასოციაცია სამოქალაქო საზოგადოების ჯგუფებთან ერთად მუშაობს ინდივიდუალური ჟურნალისტებისა და მედიასაშუალებების ინტერესების დასაცავად, თუმცა პანელის წევრთა თქმით, ყველა მათგანი როდი ფუნქციონირებს.

„ზოგიერთმა არსებულმა ასოციაციამ და კავშირმა ვერ მოახერხა განვითარება დასახული მიზნისკენ“ - ამბობს ია მამალაძე, *გურია ნიუსის* გამომცემელი.

საქართველოს პრესის ასოციაცია ფორმალურ არსებობას განაგრძობს, ხოლო ჟურნალისტთა პროფკავშირი ვერც ვერასდროს განვითარდა.

„მედიის ადვოკატირების კოალიცია“ აერთიანებს მედიას და უფლებადამცველთა ჯგუფებს, საქართველოს ახალგაზრდა იურისტთა ასოციაციის, საქართველოს რეგიონულ მაუწყებელთა ასოციაციის, საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიისა და მედიაკლუბის ჩათვლით. კოალიციამ გარკვეულ წარმატებას მიაღწია 2015 წელს მედიის ინტერესების ადვოკატირების კუთხით და აქტიური როლი ითამაშა „რუსთავი 2“-ის ჟურნალისტების მხარდაჭერაში. მიუხედავად ამისა, გელა მთივლიშვილის თქმით, საქართველოს რეგიონულ მაუწყებელთა ასოციაცია ჯერჯერობით ყველაზე აქტიური ორგანიზაციაა მათ შორის, ვინც ლობირებს მედიის ინტერესებს და დაკავებულია სახსრების მოძიებით. „რომ არა ეს ასოციაცია, რეგიონული მედია ვერ შეძლებდა ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლას“ - განაცხადა მველიშვილმა.

პანელის წევრთა განცხადებით, პოლიტიკური და სახელისუფლებო გავლენებისა და კომერციული ინტერესებისგან თავისუფალი ორგანიზაცია, საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია, ბოლო წლების განმავლობაში უფრო გაძლიერდა. ქარტიის საქმიანობა გასცდა ჟურნალისტურ საკითხებს და საზოგადოების წინაშე ეთიკური სტანდარტების მნიშვნელობა წამოსწია. „როდესაც პოლიტიკოსები და საჯარო პირები აკეთებენ განცხადებას და უკმაყოფილონი რჩებიან მედიის რეაქციით, თუმცა ადგილი არ აქვს ცილისწამებას, ისინი საჩივრით მიმართავენ ქარტიას“ - განაცხადა ციმაკურიძემ. 2015 წელს საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიამ შექმნა მედიაპორტალი mediachecker.ge, რომელიც ანალიზებს ტელევიზიის, რადიოს, ონლაინმედიისა თუ გაზეთის კონკრეტულ ხარვეზებს. მველიშვილმა აღნიშნა, რომ mediachecker.ge-მ გაზარდა ქართული მედიის მგრძობელობა ეთიკური დარღვევების მიმართ.

ზურიაშვილის თქმით, რომელიც ხელმძღვანელობდა ორგანიზაციას 2015 წელს, ამჟამად ქარტია დაახლოებით 254 წევრს აერთიანებს დედაქალაქსა და რეგიონებში. 2014 წლის განმავლობაში ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიამ განიხილა და გადაწყვიტა 35 საჩივარი.

2015 წლის სექტემბერში თავდაცვის სამინისტრომ შეიტანა საჩივარი ქარტიაში „რუსთავი 2“-ის რამდენიმე ჟურნალისტისა და პროდიუსერის წინააღმდეგ. საჩივარი ეხებოდა გადაუმოწმებელი ინფორმაციის გამუქებას. ერთ-ერთი სიუჟეტი ეხებოდა ქართველი ჯარისკაცების, მშვიდობისმყოფელების, შესაძლო მონაწილეობას ცენტრალური აფრიკის რესპუბლიკაში ბავშვების გაუპატიურების საქმეში. ქარტიის კომიტეტის გამომძიებამ დაადგინა, რომ ახალი ამბების თავდაპირველი სიუჟეტი ადგილობრივ მაცხოვრებლებთან ჩაწერილ ინტერვიუს ეყრდნობოდა.

პრობლემა გაჩნდა ჟურნალისტების სამართლებრივი მხარდაჭერის თვალსაზრისით, ვინაიდან „სიაიმ“ დახურა „ქართული მედიის სამართლებრივი დაცვის ცენტრი“ დონორების მიერ დაფინანსების შეწყვეტის მიზეზით. პანელის წევრებმა გამოთქვეს წუხილი, რომ ჟურნალისტების უფლებების დაცვაზე ამჟამად მხოლოდ რამდენიმე ორგანიზაცია მუშაობს. ცეცხლადემ გაიხსენა, რომ როდესაც Netgazeti.ge-მ საქართველოს საპატრიარქოსთან დაკავშირებულ ტელევიზია „ერთსულოვნებას“ უჩივლა სამაუწყებლო ეთიკის დარღვევის გამო, მას გაუჭირდა საქმის წაყვანა. „პროცედურა ჩვენთვის ძალზე რთული აღმოჩნდა, მოგვიწია სარჩელის მომზადება, იურიდიული დოკუმენტაციის მოგროვება და ა.შ. ამ მიზნით დახმარებისთვის მივმართეთ დამოუკიდებელ მედიაადვოკატს“ - დასძინა ცეცხლადემ.

ვინაიდან ეს ორგანიზაციები დონორების სახსრებზე არიან დამოკიდებული, ისინი დაფინანსების არსებობიდან გამომდინარე ჩნდებიან და ქრებიან. 2015 წლის დეკემბრის ბოლოს საქართველოს ახალგაზრდა იურისტთა ასოციაციამ განაცხადა ახალი მედიაპროგრამის დაწყების შესახებ, რომელიც ფინანსდება USAID-ის მიერ, East-West Management Institute-ის ACCESS პროექტის ფარგლებში. პროექტი მიზნად ისახავს ჟურნალისტების უფლებების დარღვევის, მედიასაშუალებების საქმიანობაში ჩარევის გამოძიებას და ასეთ შემთხვევებზე ხელისუფლების რეაგირების შესწავლას. „საიას“ ვებგვერდი განმარტავს, რომ ორგანიზაცია ჟურნალისტებსა და მედიასაშუალებებს მხოლოდ კონკრეტულ შემთხვევებში აღმოუჩენს სამართლებრივ მხარდაჭერას.

ანდულაძის თქმით, მიუხედავად იმისა, რომ ევროპის საბჭო დონორი ორგანიზაცია არ არის, ის დაეხმარება ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიას 2016 წლის განმავლობაში ევროკავშირისა და ევროპის საბჭოს ერთობლივი პროექტის „მედიის თავისუფლების, პროფესიონალიზმისა და პლურალიზმის განვითარების“ ფარგლებში. ევროპის საბჭო ასევე უზრუნველყოფს სამხრეთ კავკასიასა და აღმოსავლეთ ევროპაში მსგავს ორგანიზაციებთან დაკავშირების შესაძლებლობას. USAID აგრძელებს მედიის მხარდაჭერას პროგრამის „მედია გამჭვირვალე და ანგარიშვალდებული მმართველობისთვის“ ფარგლებში, რომლის რეგიონული მედიამდგრადობის ინიციატივა მიზნად ისახავს რეგიონული მედიასაშუალებების მხარდაჭერას მომგებიან, მდგრად ბიზნესად ჩამოყალიბების საქმეში.

საქართველოში ჟურნალისტიკის სწავლების 40-ზე მეტი პროგრამაა, რომელსაც 20-მდე უნივერსიტეტი სთავაზობს, თუმცა, პანელის წევრთა თქმით, ისინი გარკვეულწილად აცდენილია ბაზრის მოთხოვნებს. პანელის წევრთა აზრები გაიყო იმ საკითხთან დაკავშირებით, სთავაზობენ თუ არა ეს საგანმანათლებლო დაწესებულებები სტუდენტებს პრაქტიკულ ტრენინგს და ხარისხიან განათლებას. „ვინაიდანზოგად სიტუაციას ვაფასებთ, ჩვენ ვერ განვსჯით ამ უხვი რაოდენობის ჟურნალისტიკის ფაკულტეტების ახალკურსდამთავრებულთა მომზადების ხარისხს“ - ამბობს მთივლიშვილი. ნარიმანიშვილი დაეთანხმა და დაამატა, რომ ახალგაზრდა

ჟურნალისტებს ხშირად აკლიათ ძირითადი უნარ-ჩვევები. „იმედი ტვ“-ს ახალი ამბების პროდიუსერმა მათა თაბაგარმა განაცხადა, რომ ზოგიერთ საგანმანათლებლო დაწესებულებაში დონორების დახმარებით გამოყენებულმა ინოვაციურმა მიდგომებმა სასურველი შედეგი გამოიღო. USAID-ისა და IREX-ის მიერ დაარსებული და მართული მულტიმედიური განათლების ცენტრი ემსახურება ჟურნალისტების ფაკულტეტების სტუდენტებს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტიდან, კავკასიის ინსტიტუტიდან და სხვა უნივერსიტეტებიდან, ხოლო ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის მულტიმედიური ცენტრი უკვე რამდენიმე წლის განმავლობაში ფუნქციონირებს.

პანელის წევრთა განცხადებით, უცხოელი ექსპერტების მიერ შემოთავაზებული ტრენინგპროგრამებისა და სემინარების სახეობა და დონე ყოველთვის არ ემთხვევა ქართველი მედიაპროფესიონალების სურვილებს. „მაგალითად, უცხოელი ტრენერები ჩამოდიან და გვასწავლიან, როგორ დავრეგისტრირდეთ ტვიტერზე“ - ამბობს ცეცხლაძე. თუმცა საჭიროებებზე დაფუძნებული ტრენინგების რაოდენობაც იმატებს. ძველიშვილმა ახსენა ტრენინგის კურსი ჟურნალისტებისთვის ჯანდაცვის პოლიტიკის საკითხში, რომელიც დააფინანსა USAID-მ და განახორციელა IREX-მა.

ზოგჯერ ტრენინგპროგრამების ვადები არ არის იდეალური ქართველი ჟურნალისტებისთვის. პანელის წევრმა რედაქტორებმა და ჟურნალისტებმა განაცხადეს, რომ ზოგიერთ შემთხვევაში, მიუხედავად მათი სურვილისა, თავიანთი ჟურნალისტები დაასწრონ კონკრეტულ ტრენინგს, მათ არ აქვთ ამის შესაძლებლობა ადამიანური რესურსების ნაკლებობის გამო. „თუ ყველანი ტრენინგზე წავლენ, მუშაობის შეწყვეტა მოგვიწევს“ - განმარტა ცეცხლაძე.

გამომცემლობების უმრავლესობა კერძო საკუთრებაშია და ბეჭდვითი ბიზნესი თავისუფალია ხელისუფლების ჩარევისაგან. მიუხედავად ამისა, ბეჭდვის ხარისხი ძალიან ცუდია და პანელის წევრები ამას ბეჭდვითი მედიის ყველაზე დამაზიანებელ გარემოებად ასახელებენ. „ძალიან ცოტა გამომცემლობაა, რომელიც საერთოდ ბეჭდავს გაზეთებს და კიდევ უფრო მცირეა იმ გამომცემლობების რიცხი, რომლებიც ხარისხიანად ბეჭდავენ“ - განაცხადა ნესტან ცეცხლაძემ და იქვე აღნიშნა, რომ ძალიან ცუდი გამოცდილება ჰქონდა გამომცემლობა *კვირის პალიტრასთან*. „ფერი და ტექსტი რთულად გასარჩევი იყო“ - აღნიშნა მან. ზოგიერთი გაზეთი, მაგალითად *ნეტგაზეთი*, უარს აცხადებს ითანამშრომლოს ყვითელ ტაბლოიდ *ასავალ-დასავალთან*. „ვიცი, რომ ეს ბიზნესია, მაგრამ ჩემთვის ეს პრინციპისა და ღირებულებების საკითხია“ - განმარტა ცეცხლაძე. ბეჭდვის მაღალი ფასი კიდევ ერთი პრობლემაა საქართველოში.

მედიის გავრცელების არხები (საკაბელო მაუწყებლობის, სატელევიზიო ანძებისა და მულტიპლექსების ჩათვლით) აპოლიტიკური და არამონოპოლიზირებულია. თუმცა კუპრაშვილის თქმით, ბათუმის „25-ე არხს“ პრობლემები შეექმნა ციფრული

აღჭურვილობის აჭარის სატელევიზიო ანმაზე დამონტაჟების კუთხით, რამაც აფიქრებინა, რომ საქმეში პოლიტიკური ინტერესები იყო ჩარეული. „25-ე არხი“ სამი თვის განმავლობაში ცდილობდა, მიეღო ნებართვა აჭარის საზოგადოებრივი მაუწყებლისგან და ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროსგან, რომელსაც ეკუთვნის მიწის ნაკვეთი, სადაც ანმა განთავსებული.

civil.ge-ს ანგარიშის მიხედვით, ნოემბრის ბოლოს ქართულმა პროისლამურმა ჯგუფმა გაავრცელა ვიდეოსიუჟეტი, სადაც ქართულად მოლაპარაკე ოთხი მამაკაცი მოუწოდებს ქვეყანაში მცხოვრებ მუსლიმებს, შეუერთდნენ „ხალიფატს“ და სიკვდილით დასჯით ემუქრება „ურწმუნოებს“. შედეგად ქვეყნის უშიშროების სამსახურებმა შეზღუდეს წვდომა ორ ვებგვერდთან, მათ შორის WordPress-თან, მაშინ როდესაც ორივე საიტი ხელმისაწვდომი დარჩა საზღვარგარეთ. მიუხედავად იმისა, რომ რამდენიმე საათის შემდეგ მომსახურება აღდგა, პანელის წევრებმა ერთხმად დაგმეს ხელისუფლების ეს გადაწყვეტილება. პანელის წევრები შეაწუხა იმ გარემოებამ, რომ უშიშროების სამსახურმა გადააჭარბა ჩვეულებრივ უფლებამოსილებას. ცეცხლამემ განაცხადა: „ჩვენ არ გვაქვს არანაირი ინფორმაცია, როგორ მოახერხა უშიშროების სამსახურმა ამის გაკეთება ტექნიკური თვალსაზრისით - ჰქონდათ თუ არა მათ შესაბამისი ნებართვა სასამართლოდან ან მიმართეს თუ არა პროვაიდერს. ნუთუ მათ უბრალოდ შეუძლიათ ზარის გაკეთება და წვდომის შეზღუდვა? ასეთ შემთხვევაში, ეს ნამდვილ საფრთხეს წააგავს“.

კუპრაშვილის განცხადებით, ამ ინციდენტმა გამოააშკარავა ფაქტი, რომ ინტერნეტრეგულაციები ბუნდოვანია და მრავალნაირად ინტერპრეტირების საშუალებას იძლევა. „ჩვენი საკანონმდებლო აქტები (კანონი „ელექტრონული კომუნიკაციების“ შესახებ) ავალდებულებს ქსელის პროვაიდერს მონიტორინგი გაუწიოს .ge დომენს და გააუქმოს აკრძალული კონტენტი. ასეთმა კონტენტმა შესაძლოა ნებისმიერი რამ მოიცვას და გაურკვეველია, რას ნიშნავს ეს ტერმინი. WordPress-ის საქმეში დაშვებულმა შეცდომამ, ან რაც უნდა დავარქვათ მას, კანონმდებლობაში არსებული ხარვეზები დაგვანახვა“.

პანელის მონაწილეთა სია

ნინო დანელია - ჟურნალისტიკის პროფესორი, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი, დამოუკიდებელი მედიაექსპერტი, თბილისი

ნინო ჯანგირაშვილი - „ტვ კავკასიის“ დირექტორი, თბილისი

ნათია კუპრაშვილი - საქართველოს რეგიონულ მაუწყებელთა ასოციაციის აღმასრულებელი დირექტორი, თბილისი

ია მამალაძე - გამომცემელი, *გურია ნიუსი*, ჩოხატაური

მაია თაბაგარი - „იმედი ტვ“-ს ახალი ამბების განყოფილების დირექტორი, თბილისი

ზურა გუმბარიძე - „რუსთავი 2“-ის გაყიდვების სამსახურის აღმასრულებელი დირექტორი, თბილისი

ნინო ნარიმანიშვილი - სამხრეთის კარიბჭის რედაქტორი, ახალციხე
 გელა მთივლიშვილი - კახეთის საინფორმაციო ცენტრის დირექტორი, გურჯაანი
 ეკატერინე ციმაკურიძე - ახალგაზრდა იურისტთა ასოციაციის კოორდინატორი, თბილისი
 მამუკა ანდლულაძე - პროექტის ოფიცერი, ევროპის საბჭო, თბილისი
 მაია მიქაშავიძე - ჟურნალისტიკის პროფესორი, საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტი, თბილისი
 ნესტან ცეცხლაძე - Netgazeti.ge-ს რედაქტორი, თბილისი
 ნატა ძველიშვილი - საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიის აღმასრულებელი დირექტორი, თბილისი
 ნინო ზურიაშვილი - საგამომიებო ჟურნალისტი, „სტუდია მონიტორი“, თბილისი
 ზურა ვარდიაშვილი - ლიბერალის რედაქტორი, თბილისი
 ზვიად ქორიძე - დამოუკიდებელი მედიაექსპერტი, თბილისი

მოდერატორი

ეკატერინა ბასილაია, თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, თბილისი

ავტორები

ეკატერინა ბასილაია, თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, თბილისი
 ნინო მახვილაძე, საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტი, თბილისი

პანელის განხილვა შედგა 2015 წლის 5 დეკემბერს

საქართველო ერთი შეხედვით

ზოგადი

- **მოსახლეობა:** 4,931,226 (2015 მონაცემები, ცენტრალური საგამომიებო სააგენტოს მონაცემები მსოფლიოს შესახებ)
- **დედაქალაქი:** თბილისი
- **ეთნიკური ჯგუფები (მოსახლეობის %):** ქართველები 83.8%, აზერბაიჯანელები 6.5%, სომხები 5.7%, რუსები 1.5%, სხვა 2.5% (2002 მონაცემები, ცენტრალური საგამომიებო სააგენტოს მონაცემები მსოფლიოს შესახებ)
- **რელიგია (მოსახლეობის %):** მართლმადიდებელი ქრისტიანი 83.9%, მუსლიმანი 9.9%, სომეხი გრიგორიანელი 3.9%, კათოლიკე 0.8%, სხვა 0.8%, არც ერთი 0.7% (2002 მონაცემები, ცენტრალური საგამომიებო სააგენტოს მონაცემები მსოფლიოს შესახებ)

- **ენები (მოსახლეობის %):** ქართული 71% (ოფიციალური), რუსული 9%, სომხური 7%, აზერბაიჯანული 6%, სხვა 7% (2015 მონაცემები, *ცენტრალური საგამომიებო სააგენტოს მონაცემები მსოფლიოს შესახებ*)
- **მთლიანი ეროვნული შემოსავალი (2014-ატლასი):** \$16.74 მილიარდი (მსოფლიო ბანკის განვითარების ინდიკატორები, 2016)
- **მთლიანი ეროვნული შემოსავალი ერთ სულ მოსახლეზე (2014):** \$ 7,510 (მსოფლიო ბანკის განვითარების ინდიკატორები, 2016)
- **წიგნიერების დონე:** 99.8%; მამაკაცები 99.8%, ქალები 99.7% (2015 მონაცემები, *ცენტრალური საგამომიებო სააგენტოს მონაცემები მსოფლიოს შესახებ*)
- **პრეზიდენტი ან უმაღლესი თანამდებობის პირი:** პრეზიდენტი გიორგი მარგველაშვილი (2013 წლის 27 ოქტომბრიდან)

მედიასთან დაკავშირებული მონაცემები

- **აქტიური მედიასაშუალებების რიცხვი:** ბეჭდვითი: 313გაზეთი (საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, 2015); ტელევიზია: 41 სატელიტური, 54 ციფრული მიწისზედა და 76 საკაბელო არხი; რადიოსადგურები: 76 (საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია, 2015)
- **სტატისტიკა გაზეთების ტირაჟის შესახებ:** *რეზონანსი* (4,000–5,000 ყოველდღიურად), *კვირის პალიტრა* (55,000 ყოველკვირეულად) (ინდივიდუალური გაზეთების მონაცემები)
- **სამაუწყებლო რეიტინგები:** უმაღლესი რეიტინგის მქონე სატელევიზიო სადგურები: რუსთავი 2 (4.94%), იმედი (3.89%), კომედი არხი (1.09%), მაესტრო (1.03%), 1 არხი (0.66%) (TV MR GE, 2015)
- **მედიის დარგში რეკლამიდან მიღებული ყოველწლიური შემოსავალი:** ტელევიზია: დაახლოებით 30 მილიონი აშშ დოლარი; რადიო: 4.5 მილიონი აშშ დოლარი (საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია, კომისიის ანალიტიკური პორტალი, 2015)
- **ახალი ამბების სააგენტოები:** ინფო 9, ბლექ სი პრესი, ივერონი, ნოვოსტი გრუზია, სარკე, ინტერპრესნიუსი, იფრინდა, იტარტასი, კავკაზპრესი, მედია ნიუსი, პრაიმ თაიმ ნიუსი, პირველი, ჯორჯიან ბიზნეს კონსალტინგ ნიუს, ჯორჯიან ჰოთ ნიუს, ჯეონიუს, ექსპრესნიუს, უორლდ სპორტი, ambebi.ge, ბიზნეს პრეს ნიუს, Droni.ge, epn.ge, Aianews.ge, კახეთის საინფორმაციო ცენტრი, Primetimenews.ge, ქვემო ქართლის საინფორმაციო ცენტრი, მცხეთა-თიანეთის საინფორმაციო ცენტრი, for.ge, ფრონტნიუსი, civil.ge, agenda.ge, economic.ge (www.yellowpages.ge).
- **ინტერნეტის მომხმარებლები:** 581,813 (საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია, 2015)

საქართველო

მედიის მდგრადობის ინდექსი, ამოცანა 6, 2016 წ.

შესავალი

ქვეყნისთვის მინიჭებული ჯამური ქულა: 1.91

2016 წლის საპარლამენტო არჩევნების წინ სამაუწყებლო მედიაში განვითარებულმა მოვლენებმა წარმოშვა ეჭვი, რომ მმართველი კოალიცია „ქართული ოცნება“ მედიაზე კონტროლის დაწესებას ცდილობს. ადამიანის უფლებათა დაცვის აქტივისტმა და ახალგაზრდა იურისტთა ასოციაციის თავმჯდომარემ, ანა ნაცვლიშვილმა, ხაზი გაუსვა „რუსთავი 2“-ის (საქართველოს ერთ-ერთი ყველაზე ყურებადი კერძო სატელევიზიო არხის) საკუთრების ირგვლივ მიმდინარე ბრძოლას, „მაესტრო ტვ“-თან (მესამე ყველაზე ყურებად არხთან) დაკავშირებულ დავებსა და რამდენიმე პოლიტიკური ტოქშოუს დახურვას, როგორც მაუწყებელთა უფლებების შევიწროების ინდიკატორებს.

პირველი შემთხვევა არ არის, როდესაც ახალი ამბების გაშუქებისას საკუთრების ირგვლივ გაჩაღებული ბრძოლა დომინირებს. 2007 წელს „იმედი ტვ“, იმ დროს ერთ-ერთი ტელევიზია, რომელიც ყოფილი პრეზიდენტის, მიხეილ სააკაშვილის მთავრობას აკრიტიკებდა, ანალოგიურ მდგომარეობაში აღმოჩნდა. „იმედი ტვ“ ეკუთვნოდა ბადრი პატარკაციშვილს, პიროვნებას, რომელიც ჯერ სააკაშვილის მხარდამჭერი, შემდეგ კი მისი ოპონენტი იყო. ხელისუფლების საწინააღდეგო გამოსვლების გაშუქებას მოჰყვა ტელევიზიისთვის სამაუწყებლო ლიცენზიის ჩამორთმევა, აქტივების დაყადაღება და პატარკაციშვილის დადანაშაულება აჯანყების მოსაწყობად არხის გამოყენებაში. შემდგომი რამდენიმე წლის განმავლობაში არხი სავარაუდოდ კონტროლდებოდა სააკაშვილის მთავრობის მიერ 2012 წლამდე, არჩევნებში ყოფილი ხელისუფლების დამარცხების მომენტამდე.

ყველაზე პოპულარულ ქართულ სატელევიზიო არხებზე ბოლო რამდენიმე წლის განმავლობაში მენეჯმენტისა და სარედაქციო პოლიტიკის უეცარი ცვლილება შეინიშნებოდა. თითქმის ყოველთვის ამაში დამნაშავედ პოლიტიკურ ან სახელისუფლებო ჩარევას ასახელებდნენ. აღსანიშნავია, რომ 2012 წლის შემდეგ მედიასაშუალებების საკუთრების საკითხი უფრო გამჭვირვალე გახდა, ხოლო პოლიტიკური პატრონაჟი შემცირდა. პანელის წევრთა განცხადებით, ამ ცვლილებების მიუხედავად, ქართული მედია კვლავ პოლარიზებულია და გარკვეულწილად იმ პოლიტიკური პარტიების გავლენას განიცდის, რომელთაც მხარს უჭერს.

ამ განვითარებების მიუხედავად, პანელის წევრთა უმრავლესობა თანხმდება, რომ წინა წლებთან შედარებით სამაუწყებლო მედიის ხარისხი გაუმჯობესდა და

ხელისუფლების ჩარევა, მიუხედავად იმისა, რომ კვლავ არსებობს, გარკვეულწილად შემცირებულია. პანელის წევრებმა შეიმუშავეს რამდენიმე რეკომენდაცია მედიის მხარდასაჭერად, რათა მან უკეთ შეძლოს მოსახლეობის საჭიროებების დაკმაყოფილება:

- მაუწყებლებმა უნდა მოახდინონ ინვესტირება ქვეყნის კოდექსებისა და გაშუქების სტანდარტების შემუშავებაში;
- მედიაწიგნიერება მნიშვნელოვანია მოსახლეობისთვის, ამიტომ საჯარო და კერძო სექტორებმა ერთობლივად უნდა შეიმუშაონ და დააფინანსონ ტრენინგების პროგრამები;
- უნდა მომზადდეს კვალიფიციური პერსონალი ისეთი საკითხების გასაშუქებლად, რომლებიც სპეციფიკურ ცოდნას მოითხოვს, მაგალითად ბიზნესის, სამართლისა და სხვა დარგებში;
- ქართველი ჟურნალისტები უნდა ეძებდნენ განათლების საზღვარგარეთ მიღებისა და სხვადასხვა მედიაგარემოს შესწავლის შესაძლებლობას;
- მეტი ძალისხმევაა საჭირო პოლიტიკური და სახელისუფლებო ინტერესებისგან მედიის დამოუკიდებლობის უზრუნველყოფად.

მე-6 ამოცანა, მედიამდგრადობის ინდექსის 1-ლი-მე-5 ამოცანებისგან განსხვავებით, ცალკე კვლევის შედეგად მომზადდა. ეს ამოცანა შეფასდა ცალკე შემადგენლობით დაკომპლექტებული პანელის (პანელის შემადგენლობა მოცემულია ამ თავის ბოლოს) მიერ უნიკალური ინდიკატორების გამოყენებით (აღწერა მოცემულია ამ თავის ბოლოს).

ამოცანა 6: მოსახლეობის ინტერესების მომსახურება

ქულა:1.91

2015 წლის ნოემბერში თბილისის საქალაქო სასამართლოს გადაწყვეტილებით „რუსთავი 2“-ში, ერთ-ერთ ყველაზე პოპულარულ ქართულ სატელევიზიო კომპანიაში, დროებითი მენეჯმენტი დაინიშნა. ანგარიშებში გამოთქმული ვარაუდის მიხედვით, მოსამართლემ თხოვნით მიმართა დროებით მმართველებს, შეცვალონ სარედაქციო პოლიტიკა და მოიცვან „ყველა ის საკითხი, რაც წარმოადგენს მოსახლეობის ინტერესის საგანს“. „რუსთავი 2“ გაეხვია საკუთრებასთან დაკავშირებულ ბრძოლაში ყოფილ მესაკუთრესთან, ქიზარ ხალვაშთან, რომელიც ამტკიცებდა, რომ ექსპრეზიდენტმა, მიხეილ სააკაშვილმა, მას წილები ზეწოლის შედეგად დაათმობინა. ხალვაშმა უჩივლა კომპანიის ამჟამინდელ მესაკუთრეებს და თავისი წილის დაბრუნება მოითხოვა. პანელის წევრები შეთანხმდნენ, რომ „რუსთავი 2“ - არხი, რომელიც მოქმედი ხელისუფლების მიმართ კრიტიკული განწყობითაა ცნობილი - სამაუწყებლო დარგში ინფორმაციის საუკეთესო წყაროდ რჩება.

პანელის წევრები ერთხმად შეთანხმდნენ, რომ მედია არ პასუხობს მოსახლეობის საინფორმაციო საჭიროებებს. ამის ნაცვლად მედია ფოკუსირებულია უმაღლესი რეიტინგის მქონე კონტენტზე. საქართველოს სავაჭრო და სამრეწველო პალატის

საერთაშორისო ურთიერთობების განყოფილების დირექტორი, გიორგი ვეკუა, ამბობს, რომ არსებული პრობლემები ჟურნალისტთა პროფესიული წვრთნის ნაკლებობითა და პოლარიზებული გაშუქებით იყო გამოწვეული. „ჟურნალისტებს აკლიათ სათანადო კვალიფიკაცია და, საჭიროების შემთხვევაში, საკმაოდ რთულია მოძებნო ნამდვილი პროფესიონალები. ისინი აგრეთვე არიან მიკერძოებულები ან აქვთ კავშირი პოლიტიკურ პარტიებთან თუ კონკრეტულ იდეოლოგიასთან“. სრული სურათის შესაქმნელად ვეკუამ განაცხადა: „სადამოს შეგვიძლია ვუყუროთ „რუსთავი 2“-ს და მივიღოთ ინფორმაცია ერთი მხრიდან, შემდეგ გადავრთოთ „მაესტრო“-ზე და იგივე ამბავი სხვაგვარი კონტექსტით შევიტყოთ, რის შემდეგაც გავაკეთოთ საკუთარი საბოლოო და ნეიტრალური დასკვნა“.

პანელის წევრებმა ვერ გაიხსენეს ბევრი შემთხვევა, როდესაც მედიამ ხელი შეუწყო დისკუსიის განვითარებას, განსაკუთრებით კი ადგილობრივ სოციალურ საკითხებთან დაკავშირებით. ნინუცა გულაშვილის, Junior Chamber International-ის - ახალგაზრდობის საკითხებზე მომუშავე არასამთავრობო ორგანიზაციის წარმომადგენლის, თქმით, ახალგაზრდების, მოსწავლეებისა და ბავშვებისათვის არასაკმარისი რაოდენობის პროგრამები იქმნება. პრობლემა ნაწილობრივ იმითაა განპირობებულია, რომ მედია არ არის დაინტერესებული ახალგაზრდობის საქმიანობით და მათი მოსაზრებებით და შედეგად მათთვის ადგილი აღარ რჩება. მისი თქმით, საჭიროა, „სამაუწყებლო მედიამ გაითვალისწინოს გარკვეული საგანმანათლებლო და ინტერაქტიული სტუდენტური პროექტების განთავსება საკუთარ ეთერში“. ეს განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ახალგაზრდების მოტივირებისა და მათი ჩართულობის უზრუნველსაყოფად.

პანელის წევრმა ნატა კვაჭანტირაძემ, საქართველოს ტურიზმის ასოციაციის თავმჯდომარემ, ილაპარაკა ქვეყანაში ტურიზმზე მედიის გავლენის შესახებ. „ადრე ადვილი შესაძლებელი იყო საქართველოში სანახავი, ღირსშესანიშნავი ადგილების შესახებ სატელევიზიო გადაცემის მოძებნა, ახლა კი, სამწუხაროდ, მედია სხვა ქვეყნების ტურიზმის გაშუქებაზეა კონცენტრირებული. ევროპასა და აზიის შესახებ გადაცემების რაოდენობამ იმატა, მაშინ როდესაც საქართველოს მემკვიდრეობა ძირითადად მივიწყებულია“. აგროტურისტული ფერმების ასოციაციის თავმჯდომარე, შოთა ლაგაზიძე, მიიჩნევს, რომ აგრარული საკითხების გაშუქებამ იკლო, რაც ძალიან სამწუხაროა, რადგან „სოფლის ცხოვრებაზე, ტურიზმზე და კულტურაზე ორიენტირებულ გადაცემებს სასიცოცხლო მნიშვნელობა აქვთ, რადგან დიდ გავლენას ახდენენ ქვეყნის ეკონომიკაზე“.

ქართული ოჯახების დიდ უმრავლესობას აქვს ტელევიზორი და სავარაუდოდ ამით აიხსნება ის გარემოება, რომ პანელის წევრები მთელ კრიტიკას სატელევიზიო მედიისკენ მიმართავენ. პანელის წევრთა განცხადებით, მედიის ინტერესისა და ფოკუსირების ნაკლებობა არასათანადო პროფესიონალიზმისა და რეიტინგებზე ზედმეტი ორიენტირებულობის შედეგია. ვეკუას თქმით, „რეიტინგებზე

ფოკუსირებით აქცენტი კეთდება იმ სიუჟეტებზე, რომლებსაც მაყურებლთა უმრავლესობა უყურებს, ნაცვლად იმ სიუჟეტებისა, რომლებიც ხალხს რეალურად სჭირდება“.

აღმოსავლეთ ევროპის უნივერსიტეტის ადამიანის უფლებების საგნის ლექტორის, დავით ჯაიანის, თქმით, „საქართველო არის ადგილი, სადაც კარგი ჟურნალისტი იმ ვინც ყველაზე ხმამაღლა ყვირის. მათ უნდა მიიღონ განათლება“.

პანელის წევრებმა განაცხადეს, რომ პროფესიული წვრთნის ნაკლებობა სავარაუდოდ ხსნის, თუ რატომ ვერ ახერხებს მედია ეფექტური წვლილის შეტანას დემოკრატიული პოლიტიკის შექმნის პროცესში. პანელის წევრებმა გაიხსენეს შემთხვევა, როდესაც მედიამ ძალზე სუსტად გააშუქა ევროკავშირი-საქართველოს ასოცირების შეთანხმებასთან დაკავშირებული საკითხი. ეს კი დოკუმენტია, რომელიც ორ სუბიექტს შორის თანამშრომლობის ასპექტებს განსაზღვრავს.

პანელის წევრი, იურისტი თამთა მურადაშვილი ამტკიცებს, რომ ზოგიერთი პოლიტიკოსისა და მედიასაშუალების მხრიდან იყო ამ შეთანხმების შესახებ ცრუ ინფორმაციის გავრცელების მცდელობა. მაგალითად, 2015 წლის 1 აპრილიდან ძალაში შევიდა რეკლამის მარეგულირებელი ახალი დებულებები, რომლის მიხედვითაც შეიზღუდა რეკლამის დრო მაუწყებლობის 1 საათის განმავლობაში არაუმეტეს 12 წუთისა. რამდენიმე მედიასაშუალებამ გააპროტესტა ეს ცვლილება, ნაწილობრივ იმ მიზეზით, რომ შემცირდებოდა მათი შემოსავალი. მათი ერჩივნათ ამ ცვლილებების ერთი წლით გადავადება და ზოგიერთი მათგანის არსის შეცვლა. როდესაც ეს კანონი იქნა მიღებული, ამ ტელევიზიებმა გადასცეს პოლიტიკოსების კომენტარები, რომლებმაც განაცხადეს, რომ ეს ცვლილებები ნაკარნახევი იქნა ევროკავშირის ზეწოლით და საქართველოს იძულებით მოუწია მათი მიღება. მურადაშვილის განცხადებით, ამ მედიასაშუალებებს ობიექტური გაშუქების სურვილი რომ ჰქონოდათ, ისინი აღმოაჩენდნენ, რომ „ევროკავშირს მსგავსი რეგულაციები არ გააჩნია“. „ისინი ყურადღებით უნდა გაეცნონ ამ შეთანხმებებს და გააშუქონ ისინი“.

პანელის წევრები ვერ შეთანხმდნენ დაბალი ხარისხის გაშუქების მიზეზებზე, არის თუ არა ეს საკითხის მიმართ ინტერესის ნაკლებობა, თუ ინფორმაციით თვითნებური მანიპულირება. მათ აღნიშნეს, რომ ყველა მედიასაშუალებას არ გამოუჩენია შეთანხმების მიმართ მიკერძოებულობა. ზოგიერთი მაუწყებელი, მაგალითად, „რუსთავი 2“ ცდილობს და განმარტავს კიდევაც ევროკავშირის რეგულაციებს და მათ გავლენას ჩვენს საზოგადოებაზე.

მოქალაქეთა არჩევანზე მედიის გავლენის განხილვისას პანელის წევრები დიდწილად შეთანხმდნენ, რომ ქართული მედია იშვიათად იკავებს ნეიტრალურ პოზიციას და ინფორმაცია ხშირ შემთხვევაში გადაუმოწმებელია. მედიის

უპირველესი მიზანია, როგორც ჩანს, გაყიდვადი ინფორმაციის გავრცელება, ისეთი ახალი ამბების ნაცვლად, რომელიც მოსახლეობას ინფორმაციას აწვდის. სამოქალაქო ინტეგრაციის ფონდის (არასამთავრობო ორგანიზაცია, რომელიც ფოკუსირებულია უმცირესობების საკითხებზე) აღმასრულებელმა დირექტორმა ზაურ ხალილოვმა დაამატა: „მედიაკომპანიების მესაკუთრეები ამბობენ, რომ გაყიდვების გასაუმჯობესებლად მათ სკანდალები სჭირდებათ, ასე რომ ჟურნალისტებს სხვა გზა აღარ რჩებათ“.

თავისუფალი ბაზრის ადვოკატების ორგანიზაციის თავმჯდომარემ, ლევან გიორგაძემ, განაცხადა, რომ ბიზნესთან დაკავშირებულ საკითხებზე მომუშავე ჟურნალისტები „საკუთარ ბენეფიციარებს ხშირად გადაუმოწმებელ ინფორმაციას აწვდიდნენ“. ეს განსაკუთრებით საგანგაშოა იმის გათვალისწინებით, რომ ადამიანები ფინანსური გადაწყვეტილებების მიღებისას ხშირად ბიზნესთემების გამშუქებელ არხებზე არიან დამოკიდებული. პანელის წევრთა თქმით, ეს პრობლემა ასევე ლახავს მედიის რეპუტაციას და მის შესაძლებლობას ეფექტურად გააშუქოს რთული საკითხები. თბილისის საქალაქო სასამართლოში გადახდისუუნარობის საქმის გაშუქებისას ჟურნალისტებმა მოსამართლის მიერ გადაწყვეტილების გამოტანამდე მოამზადეს სიუჟეტები და გააკეთეს დასკვნები. მოსამართლემ კი ისეთი გადაწყვეტილება მიიღო, რომელმაც გააცამტვერა ჟურნალისტების მიერ გაკეთებული განცხადებების უმრავლესობა. პანელის წევრთა თქმით, ეს „იყო ხალხის ყურადღების მიპყრობის კიდევ ერთი საშუალება“. ჟურნალისტებმა ასევე არასწორი ფორმულირება მისცეს საქმის არსს იმის განცხადებით, რომ ეს გაკოტრების საქმე იყო, მაშინ როდესაც საქმე გადახდისუუნარობას ეხებოდა.

როგორც გიორგაძემ დასძინა, მედიისთვის მნიშვნელოვანია იმის გააზრება, რომ „ის არ არის საზოგადოებასთან ურთიერთობის იარაღი, მისი დანიშნულებაა მართალი ინფორმაციის გავრცელება“. მან დაამატა: „ჟურნალისტები სულ ცოტა კარგად უნდა იყვნენ ინფორმირებულნი გასაშუქებელი საკითხისა და ინტერვიუს სუბიექტის შესახებ“. პანელის სხვა წევრები დაეთანხმნენ ამ განცხადებას და აღნიშნეს, რომ მედია ვალდებულია, ხალხს მისთვის საჭირო ინფორმაცია გაუზიაროს და არა ის ინფორმაცია, რომელიც მედიას აინტერესებს. მედიის ინტერესს წარმოადგენს ყურადღების გამახვილება პოლიტიკისა და პარლამენტის გარდა სხვა მნიშვნელოვან საკითხებზე.

პანელის წევრებმა გააკრიტიკეს მედიაკონტენტის უზუსტობა. მწერალმა ტარიელ ნამორაძემ ასეთი მაგალითი მოიყვანა: „იყო შემთხვევა, როდესაც ჟურნალისტებმა საქართველოში მუშების დიდი გაფიცვის საკითხთან დაკავშირებით ინტერვიუ ჩამოართვეს ასტროლოგს, ექიმს და რეჟისორს. ჟურნალისტები არც კი გაესაუბრნენ გაფიცვასთან უშუალოდ კავშირში მყოფ ადამიანებს!“

პანელის წევრების მიერ ნახსენები ინციდენტი წარმოადგენს ტყიბულის მემახტეებისა და ქსნის მინის ქარხნის მუშების გაფიცვას. გაფიცული მუშები ხელფასების გაზრდას და ჯანდაცვისა და უსაფრთხოების ზომების გაუმჯობესებას ითხოვდნენ. ამ მუშებმა, მეტალურგებსა და ქიმიურ საწარმოებში დასაქმებულ მუშებთან ერთად მოახერხეს ეფექტური კამპანიის წარმოება და აიძულეს დამსაქმებლები, დაეკმაყოფილებინათ მათი მოთხოვნები. პანელის წევრებმა ხაზი გაუსვეს იმ გარემოებას, რომ ხშირად ტელევიზორში მოსაუბრე რესპონდენტებს არანაირი კავშირი არ აქვთ სიუჟეტთან და მხოლოდ მაცურებელთა მოსაზიდად არიან შერჩეულები.

წინამდებარე კონტექსტში, პანელის წევრები შეთანხმდნენ, რომ მედიის ნდობა რთულია. ნამორაძემ აღნიშნა მედიაანგარიშების მიკერძოებული ხასიათიც, რაც ასევე უნდა გადაილახოს. „მიკერძოებული კონტენტი ჩვენი მედიასისტემის „სამაგელი სიმართლეა“ - აღნიშნა მან. მისი თქმით, საყოველთაოდ ცნობილია, რომ „ყველა მედიაწყარო სხვადასხვა პოლიტიკური პარტიის, ჯგუფის თუ მთავრობის ინტერესებს წარმოადგენს“. პანელის წევრები შეთანხმდნენ, რომ მედია ზუსტად ვერ ასახავს რეალობას, ამის ნაცვლად კი ქვეყნდება ამბის თავისებური ვერსია. ხალილოვმა დასძინა: „თუ ვინმე დანაშაულს ჩაიდენს, იმის ნაცვლად, რომ უკანონობაზე მიუთითოს, მედია მაღალი ალბათობით გამოიყენებს შესაძლებლობას გადასცეს ექსკლუზიური სიუჟეტი დანაშაულის შესახებ“.

მე-5 ინდიკატორის განხილვისას, შეუძლია თუ არა საზოგადოებას გაარჩიოს მიკერძოებული ან ადვერტორიული მედიაკონტენტი, პანელის წევრები შეთანხმდნენ, რომ ჟურნალისტების უმრავლესობა არ არის სათანადოდ კვალიფიციური და ხშირად არაპროფესიონალურად წარადგენს ამ ინფორმაციას. მიუხედავად ამისა, ნამორაძემ განაცხადა: „საზოგადოებამ უკვე იცის, რომელი მათგანია რა ტიპის ინფორმაციას აწვდის“.

პანელის წევრებმა ასევე აღნიშნეს, რომ მედიამომხმარებლები სხვადასხვა ჯგუფად იყოფიან. მაგალითად, ტაქსის მძღოლები მეტწილად რადიოში ახალი ამბების გამოშვებებს ან ტოქშოუს უსმენენ. ოფისის მუშაკები კი ონლაინსიახლეებს ეცნობიან და ახალ ამბებს სოციალური მედიიდან იგებენ.

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორმა, თამარ ცოფურაშვილმა, ილაპარაკა სოციალური მედიის, მაგალითად ფეისბუქის, პოპულარობაზე. მედიის ეს სახეობა ინფორმაციის მოპოვების ყველაზე ეფექტურ საშუალებად გვევლინება. ასეთ პოპულარობას ნაწილობრივ ხელს უწყობს წამყვანი მედიასაშუალებების უუნარობა ამბების ნეიტრალურ ტონში გაშუქების კუთხით. „თითქმის არც ერთი სატელევიზიო გადაცემა არ არის დაბალანსებული. სერიალებიც კი არ ატარებენ სათანადო დონის ინფორმაციას. საქართველოში სერიალებს მოსახლეობაზე უდიდესი გავლენა აქვთ“ - დასძინა მან იმის ნიშნად, რომ მედიას აკისრია პასუხისმგებლობა კონტენტის

გარკვეული ხარისხის უზრუნველყოფის თვალსაზრისით. ამ ტიპის პროდუქტის კონტენტზე საუბრისას მან აღნიშნა: „ბოლო რამდენიმე წლის განმავლობაში ინდურმა და თურქულმა სერიალებმა მედიაში პოპულარობა მოიპოვა. მოსახლეობა უყურებს მათ და ეჩვევა მათი ცხოვრების სტილს. ხშირად ღირებულებები არ ემთხვევა საქართველოში მიღებულს. ეთიკური სტანდარტები უნდა შენარჩუნდეს“. გადაცემების ხარისხზე კომენტარის გაკეთებისას მან აღნიშნა: „პოპულარობის მისაღწევად გაშიშვლება საჭირო არ არის“.

პანელის წევრთა თქმით, პრობლემა მოსახლეობაში კი არა, მედიაშია. გიორგაძემ აღნიშნა, რომ მედია „გადასცემს ინფორმაციას ზოგიერთი ადამიანის ინტერესისა და არა უმრავლესობის საჭიროების გავლენით“. მას ასევე მიაჩნია, რომ ჟურნალისტების უმრავლესობა არ არის საკმარისად კვალიფიციური საკუთარი თანამდებობების დასაკავებლად.

მე-6 ინდიკატორმა, რომელიც სარედაქციო და მიკერძოებული კონტენტის როლსა და სიძულვილის ენის არიდებას ეხება, ყველაზე ნაკლები ქულა მიიღო პანელის წევრების შეფასებით. ეს, მაღალი ალბათობით, განპირობებული იყო მედიის პროფესიონალიზმის არადაამკმაყოფილებელი დონით. მარი კორინთელმა, რომელიც მცირე ბიზნესს ფლობს სახელწოდებით „წიგნები ბათუმში“, განცხადა: „რეგიონული მაუწყებლები უფრო მაღალი ალბათობით საუბრობენ საზოგადოების წინაშე მდგარ პრობლემებზე, ვიდრე დედაქალაქში მოღვაწე მაუწყებლები“. მისი თქმით, „რეგიონულმა საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა ბათუმში, სხვა მაუწყებლებთან შედარებით, უფრო მაღალი ალბათობით შეიძლება გადასცეს ინტერაქტიული პროგრამები. მეორე მხრივ, კერძო მაუწყებლებს უფრო შეზღუდული აუდიტორია და ნაკლები საზოგადოებრივი მეთვალყურეობა ახასიათებთ, შედეგად ჟურნალისტები ხშირად იყენებენ სიძულვილის ენას“.

პანელის წევრთა განცხადებით, მთავარი პრობლემა ის არის, რომ ჟურნალისტებს არ აქვთ გავლილი პროფესიული ტრენინგი. მათ მიაჩნიათ, რომ მედიას აკისრია ვალდებულება აწარმოოს ეთიკური ჟურნალისტიკა და თავი შეიკავოს სიძულვილის ენის გამოყენებისგან, მოიქცეს სათანადოდ და გამოიჩინოს პატივისცემა. მედია ვეღარ განაგრძობს რწმენას, რომ მიზანი ამართლებს საშუალებას.

გადამხდელთა კავშირის დირექტორმა გიგლა მიქაუტაძემ განაცხადა: „არავინაა დაინტერესებული მედიასექტორის სისტემატურ ცვლილებებში ინვესტრებით. ისინი კონცენტრირებული არიან „მოდარაჯე ძაღლის“ (watchdog) ტიპის საქმიანობაზე“. პანელის წევრის თქმით, მედიას აქვს შესაძლებლობა, ჩამოაყალიბოს და დახვეწოს მოქალაქეების მიდგომა მნიშვნელოვანი საკითხების მიმართ. ეს მიდგომა მნიშვნელოვანია მთავრობისთვისაც კი, ვინაიდან ხელისუფლებას სურს მიიღოს ამომრჩევლების ხმები. ხელისუფლებას მართავს საზოგადოება და არა პირიქით“.

მედიის პასუხისმგებლობის მაღალი დონის გათვალისწინებით, მას მიაჩნია, რომ ყველას აქვს როლი საქართველოში მედიის ხარისხის გაუმჯობესების საქმეში.

პანელის ზოგიერთმა წევრმა აღნიშნა, რომ მედიის ხარისხში გარკვეული პროგრესი შეინიშნება. თუმცა როგორც მოქალაქეების, ისე მედიის მხრივ დასახვეწი კიდევ ბევრია. მედიისთვის აუცილებელია დამატებითი ტრენინგკურსების ჩატარება და ამაში ინვესტირება როგორც საჯარო, ისე კერძო სექტორმა უნდა განახორციელოს. მედიის მომხმარებლების კუთხით, აუცილებელია ცვლილებების შეტანა სამოქალაქო განათლების სისტემაში. პანელის წევრებმა წარმოადგინეს შეთავაზება, წახალისდნენ ის პროდიუსერები, რომლებიც აწარმოებენ საგანმანათლებლო სატელევიზიო გადაცემებს და ეთხოვოს მათ, განახორციელონ რესურსების ინვესტირება, რათა მედია უფრო სასარგებლო გახდეს საზოგადოებისთვის.

პანელის წევრმა კორინთელმა, რომელიც ბათუმში (აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ადმინისტრაციული ცენტრი) მუშაობს, აღნიშნა, რომ „უმცირესობების დიდი ნაწილი არ უყურებს ქართულ მაუწყებლებს, ვინაიდან ისინი მხოლოდ დედაქალაქში განვითარებული მოვლენების შესახებ ინფორმაციას ავრცელებენ. მედიას არ აინტერესებს, რა ხდება დედაქალაქის ფარგლებს გარეთ, ვიდრე რაიმე განსაკუთრებული მოვლენა არ მოხდება, ისეთი, რაც მასების ინტერესს გამოიწვევს და მაღალ რეიტინგს უზრუნველყოფს“. უმცირესობების საკითხებზე მომუშავე ხალილოვმა დამსწრე საზოგადოებას გაუზიარა სახუმარო ამბავი: „პირველი არხი ღიად აღიარებს, რომ რეიტინგების საფუძველზე მუშაობს. საკუთარი სამეთვალყურეო საბჭოს წევრებიც კი არ უყურებენ არხს“.

პანელისტებმა აღნიშნეს, რომ აფხაზეთის ავტონომიურ რესპუბლიკაში სამაუწყებლო მედია პრაქტიკულად არ არსებობს. ჯაიანმა, რომელიც იძულებით გადაადგილებული პირია აფხაზეთიდან, განაცხადა, რომ: „თბილისში მცოვრებ ადამიანს შეუძლია გველაპარაკოს აფხაზურ ენაზე, თუმცა რამდენიმე წლის შემდეგ აფხაზებს აღარ შეეძლებათ ქართულად ან აფხაზურად ლაპარაკი გაძლიერებული რუსული გავლენის გამო. მედიას კი ამ დარგში ერთ-ერთი უდიდესი როლის შესრულება შეუძლია.“

მან ხაზი გაუსვა აფხაზეთზე ფოკუსირებული სატელევიზიო გადაცემებისა და ავტონომიური რეგიონის ფარგლებს გარეთ მედიასამუშაოების არსებობის უკიდურეს საჭიროებას. რუსეთის გავლენა რეგიონში იზრდება, რაზეც მეტყველებს ის გარემოება, რომ „ეროვნული ენა აფხაზურია, თუმცა, სამწუხაროდ, რუსეთის უდიდესი გავლენისა და ჩარევის გამო მედიის არც ერთი წარმომადგენელი არ მაუწყებლობს ამ ენაზე“. ჯაიანის თქმით, ადგილობრივ ენაზე მედიაგამუქების ნაკლებობა საფრთხეს უქმნის იძულებით გადაადგილებული მოსახლეობის დიდ ჯგუფებს. „ჩვენ არ გავაჩნია არანაირი ინფორმაცია, თუ რა ხდება აფხაზეთში ამჟამად“.

საქართველოში გენდერული საკითხების განხილვისას ქალთა უფლებების აქტივისტმა ცოფურაშვილმა განაცხადა, რომ მედია იყენებს და პოპულარულს ხდის ბევრ არსებულ სტერეოტიპს. „ხელისუფლებაში მყოფ ქალებზე ქვეყნის შიგნით და გარეთ არსებული ბევრი წარმატებული მაგალითის მიუხედავად“, მედიის მიერ შექმნილი ქალის პორტრეტი ხშირად დამახინჯებულია. ხელისუფლებაში მყოფი ქალების გაშუქებისას მედია ხშირად იყენებს არასათანადო ზედსართავეებს, როგორცაა „ქერათმიანი ქალი“ ან „ლამაზმანი“. ცოფურაშვილის აზრით, ეს მაგალითი გვიჩვენებს, რომ მედია და საზოგადოება განიხილავენ ქალებს, როგორც „არათანაბარ სუბიექტს“, რამაც თავის მხრივ შეიძლება გამოიწვიოს დისკრიმინაცია და ბიძგი მისცეს საზოგადოებაში ქალისა და გენდერის როლის მცდარ წარმოსახვას.

პანელის წევრთა ჩამონათვალი:

ანა ნაცვლიშვილი - ახალგაზრდა იურისტთა ასოციაციის თავმჯდომარე, თბილისი გიორგი ვეკუა - საქართველოს სავაჭრო და სამრეწველო პალატის საერთაშორისო ურთიერთობების განყოფილების დირექტორი, თბილისი

ლევან გიორგაძე - თავისუფალი ბაზრის ადვოკატების ორგანიზაციის თავმჯდომარე, თბილისი

თამთა მურადაშვილი - იურისტი, თბილისი

თამარ ცოფურაშვილი - ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი პროფესორი, თბილისი

ტარიელ ნამორაძე - მწერალი, თბილისი

მარი კორინთელი - კომპანია „წიგნები ბათუმში“, დამფუძნებელი და დირექტორი, ბათუმი

ნინუცა გულაშვილი - Junior Chamber International-ის წევრი, თბილისი

დავით ჯაიანი - აღმოსავლეთ ევროპის უნივერსიტეტის ლექტორი, გალი

ზაურ ხალილოვი - სამოქალაქო ინტეგრაციის ფონდის აღმასრულებელი დირექტორი, თბილისი

შოთა ლაგაზიძე - აგროტურისტული ფერმების ასოციაციის დამფუძნებელი და ხელმძღვანელი, ალვანი

ნატა კვაჭანტირაძე - საქართველოს ტურიზმის ასოციაციის თავმჯდომარე, თბილისი

გიგლა მიქაუტაძე - საქართველოს გადამხდელთა კავშირის დირექტორი, თბილისი

მოდერატორები და ავტორები

ქეთევან ბუაძე - ქართველი იურისტები დამოუკიდებელი პროფესიისთვის, თბილისი

გიორგი გლუნჩაძე - ქართველი იურისტები დამოუკიდებელი პროფესიისთვის, თბილისი

პანელის განხილვა შედგა 2016 წლის 5 მარტს.

მეთოდოლოგია

მედიის მდგრადობის ინდექსი 2016

აირექსმა (IREX) ორივე კვლევის შესასრულებლად გამოიყენა ერთმანეთთან დაკავშირებული და ამასთანავე ერთმანეთისგან უმნიშვნელოდ განსხვავებული მეთოდოლოგია. ქვემოთ, დეტალურად არის ახსნილი პირველი ხუთი საკითხის კვლევაში გამოყენებული მეთოდოლოგია. ცალკეა განხილული მე-6 საკითხის მეთოდოლოგია.

1-5 საკითხების კვლევის მეთოდოლოგია

მედიის მდგრადობის ინდექსი (MSI) აირექსმა ამერიკის შეერთებული შტატების საერთაშორისო განვითარების სააგენტოსთან (USAID) თანამშრომლობით მოამზადა, როგორც სხვადასხვა ქვეყნის მედია სისტემის შესაფასებელი ინსტრუმენტი.

აღნიშნული მეთოდოლოგიის შემუშავებაში დიდი წვლილი მიუძღვით აირექსის თანამშრომლებს, ა.შ.შ.-ის საერთაშორისო განვითარების სააგენტოს და მედიის განვითარების სფეროში მოღვაწე სხვა პროფესიონალებს.

მედიის მდგრადობის ინდექსი (MSI) აკეთებს შემდეგი ხუთი ამოცანის როლის შეფასებას წარმატებული მედია სისტემის ფორმირებაში:

1. სამართლებრივი და სოციალური ნორმები იცავს და ხელს უწყობს სიტყვის თავისფულებას და საჯარო ინფორმაციის ხელმისაწვდომობას
2. ჟურნალისტიკა პასუხობს ხარისხის პროფესიულ სტანდარტებს
3. მრავალი განსხვავებული საინფორმაციო წყარო აწვდის მოქალაქეებს საიმედო და ობიექტურ ახალ ამბებს.
4. მედია კარგად მართული საწარმოა, რაც ხელს უწყობს დამოუკიდებელი სარედაქციო პოლიტიკის ქონას.
5. დამოუკიდებელი მედიის მხრდამჭერი ინსტიტუტები მოქმედებენ მედიის პროფესიული ინტერესებიდან გამომდინარე

აღნიშნული ხუთი პარამეტრის მნიშვნელობა უდავოა მდგრადი და პროფესიონალური მედია სისტემის ფორმირებაში. ეს ხუთი პარამეტრი ასევე განიხილება ისეთ კრიტერიუმთა ერთობლიობად, რომლითაც ფასდება მედიის მდგომარეობა სხვადასხვა ქვეყანაში. თითოეული ამოცანისთვის ხდება ქულის გამოყვანა შვიდიდან ცხრამდე ინდიკატორის შეფასების საფუძველზე, რაც საბოლოო ჯამში განსაზღვრავს რამდენად კარგად პასუხობს ქვეყანა მოცემულ ამოცანას. ამოცანები, ინდიკატორები და შეფასების სისტემა წარმოდგენილია ქვემოთ.

შეფასების სისტემა: ადგილობრივი პერსპექტივა

კვლევისთვის ინფორმაციის ძირითად წყარო ადგილობრივ ექსპერტთა პანელია, რომელსაც აირექსი იწვევს თითოეულ ქვეყანაში. ექსპერტების მოძიება ხდება ქვეყნის მედია ორგანიზაციებში, არასამთავრობო ორგანიზაციებში, პროფესიულ ასოციაციებში, და აკადემიურ დაწესებულებებში. პანელის წევრები შეიძლება იყვნენ რედაქტორები,

რეპორტიორები, მედიის სფეროში მოღვაწე მენეჯერები ან მფლობელები, რეკლამისა და მარკეტინგის სპეციალისტები, იურისტები, პროფესორები ან მასწავლებლები, ადამიანის უფლებათა დამცველები. რეპრეზენტატიულობისთვის პანელის დაკომპლექტება ხდება სხვადასხვა ტიპის მედიის წარმომადგენლებით. ასევე ყურადღება ექცევა ბალანსის დაცვას რეგიონალური და დედაქალაქის მედიის წარმომადგენლებს შორის. ყურადღება ასევე ექცევა პანელის გენდერული, ეთნიკური და რელიგიური მრავალფეროვნების დაცვას. წლიდან წლამდე თანმიმდევრულობის მისაღწევად პანელის მონაწილეთა ნახევარზე მეტი რჩება ყოველი შემდეგი წლის პანელში. კვლევასთან დაკავშირებული პროცესების მართვის მიზნით აირექსი თითოეულ ქვეყანაში ირჩევს და მუშაობს ადგილობრივ ან რეგიონალურ ორგანიზაციასთან ან ინდივიდთან.

შეფასება ხორციელდება ორ ნაწილად. პირველ რიგში, პანელის მონაწილეებს ურიგდებათ კითხვარები, ინდიკატორებისა და შეფასების სისტემის ახსნა-განმარტებებთან ერთად. თითოეული ინდიკატორის აღწერა აკონკრეტებს ინდიკატორის მნიშვნელობას და ეხმარება პანელის მონაწილეებს საკუთარი აზრების მობილიზებაში. მაგალითად, კითხვარი პანელის წევრებს სთხოვს, რომ გაითვალისწინონ არა მხოლოდ სამართლებრივი ჩარჩოს დოკუმენტური ნაწილი, არამედ მისი პრაქტიკაში განხორციელების დონეც. ქვეყანა, რომელსაც არ გააჩნია კანონმდებლობა საჯარო ინფორმაციის ხელმისაწვდომობაზე, რაც ტრადიციულად უზრუნველყოფს მთავრობის ღიაობას, შესაძლოა უკეთ ფუნქციონირებდეს, ვიდრე ის ქვეყანა, რომელსაც შესანიშნავი კანონმდებლობა აქვს, მაგრამ, ვერ ახერხებს კანონის პრაქტიკაში განხორციელებას. უფრო მეტიც, კითხვარი არ ანიჭებს უპირატეს მნიშვნელობას რომელიმე კონკრეტული ტიპის მედიას, პირიქით, პანელის წევრებს სთხოვს, ყურადღება მიაქციონ განსხვავებული ტიპის მედიის არსებობას და განსაზღვრონ, რამდენად ახდენს გავლენას ასეთი ტიპის მედიის ნაკლებად წარმოჩენა მედიის სექტორის მდგრადობაზე ზოგადად. ასეთი გზით, ჩვენ შესაძლებლობა გვაქვს დავადგინოთ საზოგადოებრივი, კერძო, ეროვნული, ლოკალური, სათემო და ახალი მედიის გავლენის დონე. პანელის თითოეული მონაწილე ინდივიდუალურად ავსებს კითხვარს და აკეთებს თითოეული ინდიკატორის შეფასებას.

ამის შემდეგ პანელისტები იკრიბებიან, რათა გაანალიზონ და განიხილონ ამოცანები და ინდიკატორები. მართალია, დისკუსია პანელისტების შეფასებებზე შესაძლოა ახდენდეს გავლენას, მაგრამ აირექსის მხრიდან არ ხდება მათი წახალისება ქულებთან დაკავშირებით კონსენსუსის მიღწევაზე. პანელის მოდერატორი (უმეტეს შემთხვევაში მასპინძელი ქვეყნის ინსტიტუციური პარტნიორი ან ადგილობრივი ფიზიკური პირი) ამზადებს დისკუსიის წერილობით ანალიზს, რომლის რედაქტირებაც ხდება აირექსის თანამშრომლების მიერ. პანელის მონაწილეთა, კვლევის მოდერატორის და ავტორის სახელები მითითებულია თითოეული ქვეყნის ანგარიშის ბოლოს.

აირექსის სარედაქციო საბჭო განიხილავს პანელისტთა შეფასებებს და პანელის წევრებისგან დამოუკიდებლად წერს ქულებს ქვეყნისთვის. საბჭოს ქულას ისეთივე წონა აქვს, როგორც თითოეული პანელისტის ქულას. ამოცანის ქულის გამოყვანა ხდება ამ ამოცანის ინდიკატორებისთვის (7-9) მინიჭებული ქულების საშუალო არითმეტიკულის გამოთვლით. ხუთივე ამოცანისთვის მინიჭებულ ქულათა საშუალო არითმეტიკული კი წარმოადგენს ქვეყნის მედიის მდგრადობის ინდექსის ქულას.

თუ ქვეყანაში ისეთი მდგომარეობაა, რომ პანელისტები (მათ შორის კვლევის მოდერატორი და ავტორიც) კვლევაში მონაწილეობის გამო შეიძლება გახდნენ სამართლებრივი დევნის ან ფიზიკური ზეწოლის მსხვერპლი, აირექსი იცავს მათ ანონიმურობას. განსაკუთრებით მძიმე შემთხვევებში კი აირექსი არ იწვევს პანელს, როგორც ასეთს, და ანგარიშს ადგენს კვლევისა და მედია ექპერტებთან ინტერვიუების საფუძველზე. ანგარიშში ყოველ ასეთ შემთხვევაზე ხდება შესაბამისი მითითება.

ამოცანები და ინდიკატორები

ამოცანა #1: სამართლებრივი და სოციალური ნორმები იცავს და ხელს უწყობს სიტყვის თავისფულებას და საჯარო ინფორმაციის ხელმისაწვდომობას

| ინდიკატორები |
|---|
| 1. სიტყვის თავისუფლება დაცულია კანონით და სოციალური ნორმებით. კანონები მუშაობს |
| 2. მედიის ლიცენზირების პროცესი იცავს სამოქალაქო ინტერესებს და არის სამართლიანი, კონკურენტული და აპოლიტიკური |
| 3. ბაზარზე შესვლის პირობები და დაწესებული საგადასახადო რეჟიმი სამართლიანია და მედია ამ თვალსაზრისით იმავე პირობებშია ჩაყენებული, როგორშიც ნებისმიერი სხვა დარგი. |
| 4. დანაშაულებრივი ქმედება ჟურნალისტების, მოქალაქე-რეპორტიორებისა (არაპროფესიონალი რეპორტიორები, რომლებიც რიგით მოქალაქეებს წარმოადგენენ) და მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების წინააღმდეგ მკაცრად ისჯება, მაგრამ ამგვარი დანაშაული იშვიათად ხდება |
| 5. კანონი იცავს საზოგადოებრივი ან სახელმწიფო მედიის სარედაქციო პოლიტიკის დამოუკიდებლობას |
| 6. ცილისწამება სამოქალაქო სამართლის საქმეა, სახელმწიფო მოხელეების მიმართ უფრო მაღალი სტანდარტი გამოიყენება, დაზარალებულმა მხარემ უნდა ამტკიცოს, რომ გავრცელებული ინფორმაცია სიმართლეს არ შეესაბამება და რომ ის ბოროტი განზრახვით გავრცელდა |
| 7. საჯარო ინფორმაცია იოლად ხელმისაწვდომია, ინფორმაციის მოპოვების უფლების აღსრულება თანაბრად ხდება ყველა სახის მედიისა და ჟურნალისტისათვის |
| 8. მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებს შეუზღუდავად მიუწვდებათ ხელი საერთაშორისო ახალ ამბებსა და საინფორმაციო წყაროებზე |
| 9. ჟურნალისტების პროფესიად არჩევა თავისუფალია და მთავრობა არ აწესებს არავითარ ლიცენზირებას, შეზღუდვებსა თუ განსაკუთრებულ უფლებებს ჟურნალისტებისათვის |

ამოცანა #2: ჟურნალისტიკა პასუხობს ხარისხის პროფესიულ სტანდარტებს.

| ინდიკატორები |
|---|
| 1. ჟურნალისტური ნამუშევრები სამართლიანი და ობიექტურია და ინფორმაციის წყაროები კარგად არის დაბალანსებული |
| 2. ჟურნალისტები იცავენ აღიარებულ და მიღებულ ეთიკურ სტანდარტებს |
| 3. ჟურნალისტები და რედაქტორები არ ახორციელებენ თვითცენზურას |
| 4. ჟურნალისტები აშუქებენ მთავარ მოვლენებსა და საკითხებს |
| 5. იმისათვის, რომ კორუფცია გამოირიცხოს, ჟურნალისტებისა და მედიის სხვა პროფესიონალების ანაზღაურების დონე საკმაოდ მაღალია |
| 6. გასართობი გადაცემები არ ჩრდილავს ახალ ამბებსა და საინფორმაციო პროგრამებს |
| 7. ახალი ამბების მოპოვების, მომზადებისა და გავრცელებისათვის საჭირო ტექნიკური საშუალებები და დაწესებულებები თანამედროვე და ეფექტურია |
| 8. არსებობს მაღალხარისხოვანი, ნიშე აუდიტორიაზე ორიენტირებული ჟურნალისტიკა და პროგრამები (საგამომიებო, ეკონომიკის/ბიზნესის, ადგილობრივი, პოლიტიკური) |

ამოცანა #3: მრავალი განსხვავებული საინფორმაციო წყარო აწვდის მოქალაქეებს საიმედო, ობიექტურ ახალ ამბებს

| ინდიკატორი |
|--|
| 1. საზოგადოებრივი და კერძო ახალი ამბების წყაროების (ე.ი. პრესა, მაუწყებლობა, ინტერნეტი) პლურალიზმი არსებობს და მომხმარებელს სხვადასხვა შეხედულებებს აწვდის |
| 2. მოქალაქეებს ხელმისაწვდომობას ადგილობრივი და საერთაშორისო მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებზე არ აფერხებს რაიმე იურიდიული, ეკონომიკური ან სხვა შეზღუდვა |
| 3. სახელმწიფო თუ საზოგადოებრივი მედია ასახავს მთელი პოლიტიკური სპექტრის მოსაზრებებს, მიუკერძოებელია და საზოგადოებრივ ინტერესს ემსახურება |
| 4. დამოუკიდებელი საინფორმაციო სააგენტოები ახალ ამბებს აგროვებენ და აწვდიან მედია საშუალებებს |
| 5. კერძო მედია საშუალებები თავად ამზადებენ ახალი ამბების გადაცემებს |
| 6. გამჭვირვალე ინფორმაცია მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების მესაკუთრეთა შესახებ მომხმარებელს ახალი ამბების ობიექტურად შეფასების საშუალებას აძლევს. მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები არ არის კონცენტრირებული მხოლოდ რამდენიმე კონგლომერატის ხელში |
| 7. მედია საშუალებებში, მათ შორის საინფორმაციო წყაროებში, რომლებიც უმცირესობების ენაზე ხორციელდება, სოციალურ ინტერესთა ფართო სპექტრია ასახული და წარმოდგენილი. |
| 8. მედია ახორციელებს ახალი ამბებისა და ინფორმაციის გაშუქებას ადგილობრივი, სახელმწიფო და საერთაშორისო მნიშვნელობის საკითხების შესახებ. |

ამოცანა #4: დამოუკიდებელი მედია კარგად მართული საწარმოა, რაც ხელს უწყობს დამოუკიდებელი სარედაქციო პოლიტიკის ქონას

| ინდიკატორები |
|--|
| 1. მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები ფუნქციონირებს, როგორც ეფექტური და მდგრადი საწარმოები |
| 2. მედიას აქვს შემოსავლის მრავალი წყარო |
| 3. სარეკლამო სააგენტოები და მსგავსი კომპანიები ხელს უწყობს სარეკლამო ბაზრის განვითარებას |
| 4. სარეკლამო შემოსავლების პროცენტული მაჩვენებელი მთლიან შემოსავლებთან შეფარდებით, მასობრივი ინფორმაციის კომერციულ საშუალებებში ფართოდ მიღებულ სტანდარტებს შეესაბამება. |
| 5. სამთავრობო სუბსიდიებისა და რეკლამის დისტრიბუცია ხდება თანაბრად, რეგულირდება კანონით და ეს არც სარედაქციო დამოუკიდებლობას აზიანებს და არც სარეკლამო ბაზარზე ახდენს უარყოფით გავლენას |
| 6. ბაზრის გამოკვლევა ტარდება სტრატეგიული გეგმების შესამუშავებლად, სარეკლამო შემოსავლის გასაზრდელად და პროდუქციის საზოგადოების ინტერესებთან და მოთხოვნილებებთან შესაბამისობაში მოსაყვანად |
| 7. მაუწყებლობის რეიტინგის, ტირაჟის ოდენობის დადგენა და ინტერნეტის სტატისტიკის აღრიცხვა სანდო და დამოუკიდებელი გზით ხორციელდება |

ამოცანა #5: დამოუკიდებელი მედიის მხრდამჭერი ინსტიტუტები მოქმედებენ მედიის პროფესიული ინტერესებიდან გამომდინარე

| Indicators |
|---|
| 1. სავაჭრო ასოციაციები წარმოადგენენ დამოუკიდებელი მედიის მფლობელთა და მენეჯერთა ინტერესებს და სხვადასხვა მომსახურებას უზრუნველყოფენ |
| 2. პროფესიული გაერთიანებები იღვწიან ჟურნალისტთა უფლებების დასაცავად და ხარისხიანი ჟურნალისტიკის მხარდასაჭერად |
| 3. არასამთავრობო ორგანიზაციები მხარს უჭერენ სიტყვის თავისუფლებას და დამოუკიდებელ მედიას |
| 4. არსებობს ჟურნალისტიკის ხარისხიანი სასწავლო პროგრამები, რომლებიც სტუდენტებს მნიშვნელოვან პრაქტიკულ გამოცდილებას აძლევს |
| 5. მოკლევადიანი სასწავლო კურსები ჟურნალისტებს პროფესიული უნარ-ჩვევების გაუმჯობესებაში ან ახალი უნარ-ჩვევების შექმნაში ეხმარება |
| 6. მედია აღჭურვილობის წყაროები, გაზეთის ქალაქი და სტამბები აპოლიტიკურია, არ არის მონოპოლიზებული და მათი მოხმარება არ არის შეზღუდული |
| 7. მედიის გავრცელების არხები (ე.ი. ჯიხურები, გადამცემები, საკაბელო |

| |
|---|
| მომსახურება, ინტერნეტი და მობილური) აპოლიტიკურია, არ არის მონოპოლიზებული და მათი მოხმარება არ არის შეზღუდული |
| 8. საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების ინფრასტრუქტურა საკმარისად აკმაყოფილებს მედიისა და მოქალაქეთა საჭიროებებს |

II. შეფასების სისტემა

ა. ინდიკატორების შეფასება

პანელისტები ცალკეული ამოცანის თითოეულ ინდიკატორს ანიჭებენ 0-დან 4-მდე ქულას, მთელი ან ნახევარი ქულის გამოყენებით. ქულების მინიჭება ხდება შემდეგ დეფინიციებთან შესაბამისობაში:

0 = ქვეყანა არ პასუხობს ინდიკატორს; სამთავრობო და საზოგადოებრივი ძალები შესაძლოა აქტიურად შეეწინააღმდეგონ მის დანერგვას

1 = ქვეყანა მინიმალურად პასუხობს ინდიკატორის ასპექტებს; მიუხედავად იმისა, რომ შესაძლოა სხვადასხვა ძალა აქტიურად არ ეწინააღმდეგება მის დანერგვას, ბიზნესს გარემო მას ხელს არ უწყობს და მთავრობა ან პროფესია ბოლომდე ან აქტიურად არ უჭერს მხარს ცვლილებებს

2 = ქვეყანამ დაიწყო ინდიკატორის მრავალი ასპექტის გამოყენება, მაგრამ ჯერ იმდენად ცოტა დროა გასული, რომ შეფასება ძნელია ან ინდიკატორი ისევ დამოკიდებულია არსებულ ხელისუფლებასა თუ პოლიტიკურ ძალებზე

3 = ქვეყანა პასუხობს ინდიკატორის ასპექტთა უმრავლესობას. ინდიკატორი უკვე რამდენიმე წელია, დანერგილია და მდგრადობა უზრუნველყოფილია ცვლილებებით, რომელიც მოხდა მთავრობაში რამდენიმე წლის წინ

4 = ქვეყანა პასუხობს ინდიკატორის ბევრ ასპექტს; მრავალრიცხოვან ცვლილებებს მთავრობაში, ეკონომიკურ რყევებს, ცვლილებებს საზოგადოებრივ აზრსა ან შეხედულებებში მასზე გავლენა არ მოუხდენია

ბ. ამოცანა და ჯამური ქულის გამოყვანა

ცალკეული ამოცანის ქულის დაანგარიშება ხდება ამ ამოცანის ყველა ინდიკატორის ქულების საშუალო არითმეტიკულის გამოთვლით. ქვეყნის საერთო ქულის გამოყვანა კი ხდება ყველა ამოცანის ქულების საშუალო არითმეტიკულის გამოთვლით. აირექსი ამ საერთო ქულის ინტერპრეტაციას შემდეგნაირად აკეთებს:

არამდგრადი, არა-თავისუფალი პრესა (0-1): ქვეყანა არ პასუხობს ან მინიმალურად პასუხობს ამოცანებს. მთავრობა და კანონმდებლობა მნიშვნელოვნად აფერხებს თავისუფალი მედიის განვითარებას, პროფესიონალიზმი დაბალია, მედია ინდუსტრიის აქტიურობაც მინიმალურია.

არამდგრადი შერეული სისტემა (1-2): ქვეყანა მინიმალურად პასუხობს ამოცანებს, სამართლებრივი სისტემა და მთავრობა ეწინააღმდეგება თავისუფალ მედია სისტემას. პროგრესი თავისუფალი პრესის ადვოკატირებაში, პროფესიონალიზმის ზრდასა და ახალი მედიის ბიზნესის განვითარებაში შესაძლებელია იყოს ნაადრევი, იმისათვის რომ სისტემა შეფასდეს როგორც მდგრადი.

მდგრადთან მიახლოებული სისტემა (2-3): ქვეყანაში აღინიშნება პროგრესი, რადგან ის პასუხობს ამოცანებს მთელ რიგ მიმართულებებში, როგორცაა სამართლებრივი ნორმების, პროფესიონალიზმისა და დამოუკიდებელი მედიის განვითარებისთვის ხელშემწყობი ბიზნეს გარემოს არსებობა. მედიის წინსვლაზე გავლენას ვერ ახდენს მთავრობაში მიმდინარე ცვლილებები და ის (პროგრესი) კოდირებულია სამართლებრივ სისტემასა და პრაქტიკაში. თუმცა, შესაძლოა მეტი დრო დასჭირდეს იმის უზრუნველყოფას, რომ ეს პროგრესი იყოს უწყვეტი და მზარდმა პროფესიონალიზმმა და მედიის ბიზნეს გარემომ მიაღწიოს მდგრადობას.

მდგრადი სისტემა (3-4): ქვეყანას აქვს მედია სისტემა, რომელიც ზოგადად განიხილება, როგორც პროფესიონალური, თავისუფალი და მდგრადი, ან მიახლოებული ამ მდგომარეობასთან. დამოუკიდებელი მედიის დამხმარე სისტემებმა წარმატებით გამოიარეს რამდენიმე მთავრობის ცვლილება, ეკონომიკური რყევები და საზოგადოებრივი აზრის ან სოციალური ნორმების ცვლილებები.

მე-6 ამოცანის მეთოდოლოგია

ამ დამოუკიდებელი მაგრამ იმავდროულად მედია მდგრადობის ინდექსთან დაკავშირებული კვლევის მიზანია, გაზომოს რამდენად კარგად ახერხებს ტრადიციული მედია (ბეჭდვითი და სამაუწყებლო) და ახალი მედია (ონლაინ (მათ შორის ბლოგები) ან მობილური ფორმატები) მოქალაქეთა საჭიროებების მიუკერძოებლად და დამოუკიდებლად ასახვას. კვლევა ასევე აფასებს მედიის უნარს, იყოს ფასილიტატორი საზოგადოებრივი დებატებისთვის და გააჟღეროს მოქალაქეთა ხმები. ის ზომავს მედიის უნარს გახადოს პოლიტიკოსები, ბიზნესი და ბაზრის სხვა მოთამაშეები საზოგადოებისადმი ანგარიშვალდებული.

მე-6 ამოცანის კვლევის მეთოდოლოგია მსგავსია მედიის მდგრადობის ინდექსის პირველი ხუთი ამოცანის მეთოდოლოგიისა და ითვალისწინებს კვლევის მონაწილეთა მხრიდან კითხვარის შევსებას და მოდერირებულ დისკუსიაში მონაწილეობის მიღებას. ეს კვლევა ავსებს მედიის მდგრადობის ინდექსის პირველ ხუთ ამოცანას და ემსახურება ქვეყნის მედიის სექტორის ქმედუნარიანობის გაზომვას. შესაბამისად, ჩვენ ამ ანგარიშს ვუწოდებთ *მედიის მდგრადობის ინდექსის „მე-6 ამოცანას“*.

ისევე როგორც, მედიის მდგრადობის ინდექსის პირველი ხუთი ამოცანა, წინამდებარე ანგარიშიც ეყრდნობა ამოცანის შეფასებას შესაბამისი ინდიკატორების დახმარებით. მე-6 ამოცანა და მისი ინდიკატორები ისეა ჩამოთვლილი, რომ პანელის მონაწილეებს შეუძლიათ

მათი, როგორც მოდელის გამოყენება მიმდინარე საინფორმაციო და ახალი ამბების გარემოს შესაფასებლად. ეს საშუალებას იძლევა გაკეთდეს მნიშვნელოვანი შედარებები, და ასევე გამოიკვეთოს მომავალი განვითარების ტენდენციები. მე-6 ამოცანა თავისი ინდიკატორებით ჩამოთვლილია ქვემოთ მოცემულ ცხრილში.

| მე-6 ამოცანა: მედია მოქალაქეებს აწვდის სასარგებლო და სათანადო ახალ ამბებსა და ინფორმაციას და ხელს უწყობს საჯარო დებატებს |
|--|
| ინდიკატორი 1: მედია ხელს უწყობს ინკლუზიურ დისკუსიებს ადგილობრივი, ეროვნული და საერთაშორისო საკითხების შესახებ (სოციალური, პოლიტიკური, ეკონომიკური და აშ.), რომლებიც მნიშვნელოვანია მოქალაქეებისთვის. |
| ინდიკატორი 2: ანგარიშგება და დისკუსიები მედიაში ხელს უწყობს დემოკრატიული პოლიტიკური კურსის შემუშავებას, ხელისუფლების გამჭვირვალობას, მარეგულირებელი კანონის სამართლიან გამოყენებას და მომხმარებლის დაცვას. |
| ინდიკატორი 3: მედიის მიერ მოწოდებული ნებისმიერი ახალი ამბები და ინფორმაცია შეესაბამება მოქალაქეების მიერ გაკეთებულ არჩევანს და გადაწყვეტილებებს (სოციალური, პოლიტიკური, ეკონომიკური და აშ) და ახდენს მათ ინფორმირებას. |
| ინდიკატორი 4: მოქალაქეებს სჯერათ, რომ მედიის მიერ მოწოდებული ახალი ამბები და ინფორმაცია ზუსტად ასახავს რეალობას. |
| ინდიკატორი 5: რამდენად შესაძლებელია მოქალაქეებმა გააცნობიერონ რომელია ტენდენციური, სარედაქციო ან სარეკლამო მასალა. |
| ინდიკატორი 6: : სარედაქციო და ტენდენციური საინფორმაციო მასალა ეროვნული დიალოგის შემადგენელ ნაწილებს წარმოადგენს; მედია უარს ამბობს "სიძულვილის ენის" მასალაზე |
| ინდიკატორი 7: მედია მოქალაქეებს აწვდის სხვადასხვა სოციალური, პოლიტიკური, რეგიონული, გენდერული, ეთნიკური, რელიგიური, და კონფესიური ჯგუფის წარმომადგენლების შეხედულებებს და მოსაზრებებს. |

ამ ანგარიშის მომზადების პროცესი მსგავსია მედიის მდგრადობის ინდექსის მომზადების პროცესისა. ადგილი აქვს მხოლოდ მცირეოდენ მოდიფიკაციას:

- **პანელის განსხვავებული მონაწილეები:** მე-6 ამოცანისთვის პანელის წევრები შესაძლებელია იყვნენ აკადემიური სფეროს წარმომადგენლები, სტუდენტები, ბლოგერები, მედია ანალიტიკოსები, ადამიანის უფლებათა დამცველები, არასამთავრობო ორგანიზაციების ლიდერები, ბიზნეს ასოციაციების ლიდერები/წევრები, წარმომადგენლები ან სავაჭრო გაერთიანებების ლიდერები/წევრები. მედიის მდგრადობის ინდექსის პირველი ხუთი ამოცანის მსგავსად, პანელისტები წარმოადგენენ საზოგადოებაში არსებულ სხვადასხვა ფენას. მათი შერჩევა ხდება გენდერული ბალანსის დაცვით, ასევე ყურადღება ექცევა დედაქალაქისა და რეგიონების თუ პოლიტიკური და სხვა დაჯგუფებებისადმი კუთვნილების რეპრეზენტაციულობას.
- **ქულების მოდიფიცირებული განმარტება და ჯამური ქულის ინტერპრეტაცია.** ამ ამოცანის ინდიკატორების შეფასების ინსტრუქცია განსხვავებულია, რაც ჩანს ქვემოთ მოცემულ აღწერილობაში.

პანელისტები თითოეულ ინდიკატორს აფასებენ 0-დან 4 ქულამდე, მთელი ან ნახევარი ქულის გამოყენებით შემდეგი ინსტრუქციის მიხედვით:

0 = არა, მედია ჩემს ქვეყანაში არ აკმაყოფილებს ამ ინდიკატორის პირობებს; შეუძლებელია ან განსაკუთრებით იშვიათია რომელიმე საინფორმაციო სააგენტოში ისეთი მასალის აღმოჩენა, რომელიც აკმაყოფილებს ამ ინდიკატორის პირობებს.

1 = მედია ჩემს ქვეყანაში მინიმალურად აკმაყოფილებს ამ ინდიკატორის ასპექტებს. ზოგჯერ, საინფორმაციო სააგენტო ქმნის ისეთ მასალას, რომელიც აკმაყოფილებს ამ ინდიკატორის ასპექტებს. ან, ჩემი ქვეყნის მოქალაქეებმა ზოგჯერ შეიძლება მოიპოვონ ისეთი ინფორმაცია ან ახალი ამბები, რომლებიც აკმაყოფილებს ამ ინდიკატორის ასპექტებს, მაგრამ მხოლოდ რამდენიმე წყაროს გამოყენებისა და სხვადასხვა რეპორტაჟის შედარების საფუძველზე.

2 = მედიამ ჩემს ქვეყანაში დაიწყო ამ ინდიკატორის მრავალი ასპექტის დაკმაყოფილება. არსებობს სულ მცირე რამდენიმე საინფორმაციო სააგენტო, რომელიც ხშირად ქმნის ისეთ მასალას, რომელიც აკმაყოფილებს ამ ინდიკატორის ასპექტებს. თუმცა, პროგრესი შეილება ჯერ კიდევ დამოკიდებული იყოს არსებულ პოლიტიკურ ძალებზე ან მედია საშუალებების მფლობელობაზე/რედაქტორებზე.

3 = მედია ჩემს ქვეყანაში აკმაყოფილებს ამ ინდიკატორის უმეტეს ასპექტს. მრავალი საინფორმაციო სააგენტო ისწრაფვის და რეგულარულად ქმნის ისეთ მასალას, რომელიც აკმაყოფილებს ამ ინდიკატორის ასპექტებს. ამ ინდიკატორის პირობების დაცვა რამდენიმე წლის წინ დაიწყო და/ან ხელისუფლებაში განხორციელებული ცვლილებები მოსალოდნელ სტაბილურობაზე მიუთითებს.

4 = დიახ, მედია ჩემს ქვეყანაში აკმაყოფილებს ამ ინდიკატორის ასპექტებს. საინფორმაციო სააგენტოებს და საზოგადოებას აქვს იმის მოლოდინი, რომ მედია კონტენტი დააკმაყოფილებს ამ ინდიკატორის ასპექტებს. გამონაკლისებად შეიძლება ჩაითვალოს არასტანდარტული ჟურნალისტიკა ან არაჟურნალისტური მასალები (ანუ, რომლებიც შეფასებულია როგორც მოსაზრებები ან სარეკლამო განცხადებები). ამ ინდიკატორის ასპექტების განხორციელება მიმდინარეობდა ურყევად მიუხედავად ხელისუფლებაში მომხდარი მრავალი ცვლილების, ეკონომიკური რყევების, საჯარო მოსაზრებების და/ან სოციალური ნორმების შეცვლისა.

ამოცანის ჯამური ქულის ინტერპრეტაცია ხდება შემდეგნაირად:

არამდგრადი მედია სისტემა (0-1): ქვეყნის მედიის სექტორი არ პასუხობს ან მინიმალურად პასუხობს დასახულ ამოცანას. მედიის შინაარსი წინააღმდეგობაში მოდის მოქალაქეთა მოთხოვნილებებთან მიიღონ ინფორმაცია, მედია მეტწილად პოლიტიკურ ან სხვა ძალებს ემსახურება, პროფესიონალიზმის დონე დაბალია.

არამდგრადი შერეული მედია სისტემა(1-2): ქვეყნის მედიის სექტორი მინიმალურად პასუხობს ამოცანებს, მედიის სეგმენტის მნიშვნელოვანი ნაწილი პოლიტიკურ და სხვა ძალებზეა დამოკიდებული. შესამჩნევი პროგრესი მედიის განვითარების, რომელიც

ემსახურება მოქალაქეთა მოთხოვნილებებს ინფორმაციის მიღებაზე და მზარდი პროფესიონალიზმი, შესაძლოა ნაადრევი იყოს იმისთვის, რომ სისტემა მდგრადად შეფასდეს.

მდგრადთან მიახლოებული სისტემა (2-3): ქვეყნის მედიის სექტორმა პროგრესი განიცადა, პასუხობს ბევრ ინდიკატორს და მედია ორგანიზაციები მუდმივად ცდილობენ დააკმაყოფილონ მოქალაქეთა მოთხოვნა ინფორმაციის მიღებაზე იმით, რომ აწვდიან ობიექტურ, დროულ და საჭირო მასალას. მთავრობაში ცვლილებებმა ვერ შეაფერხა მედია სისტემის წინსვლა, თუმცა ეს მიღწევები, რომ იყოს უწყვეტი და პროფესიონალიზმი გახდეს მდგრადი, საჭიროა მეტი დრო.

მდგრადი სისტემა (3-4): ქვეყნის მედია სექტორი ზოგადად განიხილება, როგორც პროფესიონალური, რომელიც ემსახურება მოქალაქეთა საჭიროებებს მიიღონ ობიექტური, დროული და გამოსადეგი მასალა, და ფასილიტაციას უწევს საზოგადოებრივ დისკუსიას. მედიის სფეროს პროფესიონალთა და მედია ორგანიზაციების მთავარ მიზანს წარმოადგენს საზოგადოებისთვის ასეთი სამსახურის გაწევა და საზოგადოებასაც აქვს შესაბამისი მოლოდინები. მედიის სისტემამ უწყვეტად გაუძლო მთელ რიგ სამთავრობო ცვლილებებს, ეკონომიკურ რყევებს და საზოგადოებრივი განწყობებისა და სოციალური ნორმების ცვლილებებს.