

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

კულტურის და მედიის სოციოლოგია

თამარ მჭავანაძე

სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის პრობლემატიკის გაშუქება ტელევიზიაში

(საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის, რუსთავი 2-ისა და ერთსულოვნების ტელევიზიის მთავარი საინფორმაციო გადაცემების შედარებითი ანალიზი)

ნაშრომი შესრულებულია კულტურისა და მედიის სოციოლოგიის მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

ნაშრომის ხელმძღვანელები: ლია წულაძე,

სოციოლოგიის მეცნ. დოქტორი, თსუ ასოცირებული პროფესორი

თბილისი

2017

ანოტაცია

კვლევა მიზნად ისახავს ტელევიზორებში სოციალურად დაუცველი ფენის საკითხების გაშუქების ტენდენციების გამოვლენას. წლების განმავლობაში, საქართველოში მედიის დამოუკიდებლობის ხარისხი ძალზედ დაბალი იყო. ყველა სიუჟეტი, გადაცემა თუ სტატია მიკერძოებულ და ტენდენციურ ხასიათს ატარებდა. დღეს საქართველოში, წინა წლებთან შედარებით, უფრო ჯანსაღი მედია გარემოა, თუმცა ეს არ ნიშნავს იმას, რომ მედია მთლიანად თავისუფალია პოლიტიკური გავლენებისა. მე დავინტერესდი, თუ რა ტენდენციები ვლინდება სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის საკითხების გაშუქებისას ტელევიზორებში (საზოგადოებრივი მაუწყებელი; „რუსთავი 2“; „ერთსულოვნება“) და შეინიშნება თუ არა ეს სხვადასხვა დაინტერესებული პოლიტიკური ძალის გავლენა ამ საკითხების გაშუქებისას. კვლევის მიზნიდან დავისახე შემდეგი ამოცანები:

- მთავარი საინფორმაციო გამოშვებების ანალიზი;
- მედიაექსპერტების და მოსახლეობის დამოკიდებულებების გამოვლენა სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის თემების გაშუქებასთან დაკავშირებით;
- სიუჟეტებში გაჟღერებული თემების რელევანტურობის შეფასება რეალურ მდგომარეობასთან მიმართებაში (სიუჟეტების შინაარსის შედარება სახალხო დამცველის ანგარიშებთან)

კვლევაში გამოვიყენე, როგორც რაოდენობრივი ისე თვისებრივი მეთოდები : რაოდენობრივი კონტენტ-ანალიზი; დისკურს ანალიზი; მასობრივი გამოკითხვა; სიღრმისეული ინტერვიუ.

შედეგად, გამოვლინდა რომ „რუსთავი 2“ და „ერთსულოვნება“ სხვადასხვა კუთხით, მაგრამ ტენდენციურად მხოლოდ ერთ ჭრილში და ერთი მხარის სასარგებლოდ აშუქებენ ინფორმაციას. თუმცა, შედეგის მიხედვით, დღეს ყველაზე დაბალანსებული და პოლიტიკური გავლენისგან თავისუფალი საზოგადოებრივი მაუწყებელი გამოდგა.

Anotation

The target of the research is to identify the tendencies of broadcasting issues concerning socially vulnerable population in TV-media. During years, independence rank of the media has been extremely low in Georgia. Each media subject, TV-show or article tended to be based and tendentious. Nowadays, the media environment in Georgia has improved in comparison with previous years. However, media is still not entirely free from political influences. My field of interest is to identify tendencies in broadcasting issues in TV-media that concern socially vulnerable population (Georgian public broadcaster, „Rustavi 2“, „Ertulovneba“) and to find out, whether media broadcast is politically influenced or not. According to the research target, I have set following tasks:

- Analysis of basic news programs;
- Identifying the attitude of media experts and population towards broadcasting the issues of socially vulnerable population;
- The evaluation of relevance of broadcasted subjects and reality (comparison of subject plot and accounts of the Public Defender)

In my research I have used both qualitative and quantitative research methods : quantitative content analysis, discourse analysis, mass surveys, in-depth interview. As a result it has turned out that „rustavi 2“ and „ertulovneba“ are the most biased televisions, they both show different, but only one side of the story, from one point of view. According to the results, nowadays the most objective and politically independent is Georgia public broadcaster.

სარჩევი

1 თავი - შესავალი.....	5 - 12გვ.
2 თავი - თეორიული მიმოხილვა.....	13 - 26გვ.
2.1 ჟურნალისტიკის ძირითადი პრინციპები.....	14 - 18 გვ.
2.2. საქართველოს სახალხო დამცველის ანგარიშები.....	18 - 21 გვ.
2.3 სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის პრობლემების გაშუქება მედიაში	21 - 26 გვ.
3 თავი - ემპირიული ნაწილი.....	27 - 45 გვ.
3.1 საინფორმაციო გამოშვებების ანალიზი.....	27 - 37 გვ.
3.2 მოსახლეობის გამოკითხვა.....	38 - 40 გვ.
3.3 ინტერვიუ მედიაექსპერტთან.....	41- 43გვ.
4 თავი - დასკვნითი ნაწილი.....	44-47 გვ.
ბიბლიოგრაფია.....	48 გვ.

შესავალი

საკითხის დასმა და თემის აქტუალობა

საქართველოს ლიბერალური და პროგრესული კანონდმებლობა აქვს მედიასთან დაკავშირებით, პრაქტიკაში წლების მანძილზე მედია არასაკმარისად გამჭვირვალე და დამოუკიდებელი იყო, რაზეც არა ერთი კვლევა ჩატარდა.

სოციოლოგი **NamrataRaut** თავის ესეში „მედიის როლიგანათლებში“ წერს: „ნებისმიერ საზოგადოებაში მედია თამაშობს კატალისიტის როლს სოციალური ტრანსფორმაციის კუთხით, მას შეუძლია შეცვალოს ხალხის დამოკიდებულება ამა, თუ იმ საკითხის მიმართ“. შესაბამისად, მედიაზე დაკვირვება საზოგადოების განვითარების თვალსაზრისით მნიშვნელოვანია. მეორე საკითხია, თუ რა აქცენტებს სვამს მედია და საზოგადოებისთვის და რამდენად მნიშვნელოვან საკითხებს აშუქებს.

საქართველოში აქამდე ჩატარებული რამდენიმე კვლევა ცხადობს, რომ მედიის მიერ სოციალური საკითხები არასათანადოდ შუქდება და ძირითადად პოლიტიზებულია.

MDF-ისკვლევის - „სოციალური თემატიკა საინფორმაციო პროგრამებში“ საგანისატელევიზიო არხების საინფორმაციო პროგრამებში სოციალური თემატიკის გაშუქება იყო. თუმცა, მიუხედავად იმისა, რომ მიზანი სოციალური სიუჟეტების შესწავლა იყო, ანგარიშიში ნათქვამია, რომ „სოციალური თემატიკის პოლიტიკისგან გამიჯვნა ვერ მოხერხდა, ვინაიდან უმეტეს შემთხვევაში სოციალური თემა პოლიტიკასთან არის მიზმული“. (ქეთი მსხილაძე სოციალური თემატიკა საინფორმაციო პროგრამებში, 2011 წელი, გვ. 2).

საერთოდ, ტელევიზიების მიერ სოციალური თემების პოლიტიზების ტენდენცია ძალზე თვალში საცემია. სოციალურ სიუჟეტებში გაშუქებული საკითხების დიდი უმრავლესობა პოლიტიკურ აქტივობასთან თუ სამთავრობო ინიციატივებთან და კავშირებითან/და პოლიტიკურ კონტექსტშია განხილული (მაგალითად,

ინფრასტრუქტურისა და უფლებების ჯგუფებში გაერთიანებული თითქმის ყველა სიუჟეტი)." (ქეთი მსხილაძე, 2011).

კიდევ ერთი კვლევა, რომელზეც ყურადღება მინდა გავამახვილო ევროკავშირის მხარდაჭერით "კავკასიის კვლევითი რესურსების ცენტრის" მიერ ჩატარებული კვლევაა, რომელიც მედიის თავისუფლებას მიემდგვნა (სივილ ჯორჯია, 2012). ის 2011 წლის 10 ნოემბერს გამოქვეყნდა ევროკომიის მიერ თბილისში ორგანიზებულ კონფერენციაზე. კვლევა, რომლის მიზანი საქართველოს მდგომარეობის შესწავლა იყო, აჩვენებს, რომ ახალი ამბებისადმი ინტერესი საქართველოს მოსახლეობაში უაღრესად დიდია და მათი უმეტესობა ტელევიზიებიდან მიღებულ ინფორმაციას კრიტიკულად უყურებს.

კვლევის თანახმად, ტელევიზიებით გაშექებულ საინფორმაციო გამოშვებებს ყოველდღიურად რესპონდენტების 84% უყურებს. უმეტესობა დაახლოებით ერთი ან ორი საათის განმავლობაში. ტელევიზია ჯერ კიდევ ინფორმაციის მთავარ წყაროდ რჩება, მიუხედავად ინტერნეტგამომცემლობის როლის ყოველდღიურად მატებისა. ყველაზე პოპულარული ტელეარხი ტელეკომპანია „რუსთავი 2“-ია, რომლის საინფორმაციო გამოშვებებს გამოკითხულთა 79% უყურებს.

განსაკუთრებული ყურადღება მინდა გავამახვილო გაეროს განვითარების პროგრამის დაფინანსებით საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტის მიერ, სოციალური საკითხების გაშუქების შესწავლის მიზნით, 2011 წლის 30 მაისიდან 31 დეკემბრამდე პერიოდში ჩატარებული ქართული ბეჭდური და ტელემედიის მონიტორინგზე, რომელიც ჩემი საკვლევი სფეროს მთავარ მოტივატორს წარმოადგენს (ნინო კველიშვილი, ნანა საჯაია, 2011). კვლევამ მოიცვარა ოდენობრივი და თვისებრივი ანალიზი. მკვლევარებმა შეაგროვეს მონაცემები სატელევიზიო საინფორმაციო პროგრამებში გადაცემული სოციალური საკითხების შესახებ. ისინი აკვირდებოდნენ მომზადებული მასალის ქრონომეტრაჟს, გამოყენებულ ტონს, სუბიექტებს, თემების შინაარსს. საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტმა მედიასუბიექტებად : საზოგადოებრივი მაუწყებელი; „რუსთავი 2“; „იმედი“; „კავკასია“ და „მასტრო“ დაასახელა.

სოციალური თემატიკა და მასთან დაკავშირებული საკითხები ქართული სინამდვილის ძალიან მნიშვნელოვან პრობლემას წარმოადგენს. სოციალურად დაუცველი ფენა მოსახლეობის განსხვავებულ ჯგუფებს მოიცავს. კვლევის მსვლელობისას საზოგადოებრივ საქმეთა ინსისტუტმა ყურადღება სამ მათგანზე გაამახვილა: სიღარიბის ზღვარს ქვემოთ მყოფი მოსახლეობა, პენსიონერები და მიუსაფარი ბავშვები. (ნინო კველიშვილი, ნანა საჯაია, 2011).

შედეგების განხილვისას ვაწყდებით შემდეგ ტენდენციებს:

უშუალოდ სოციალური პრობლემის გაშუქებას არ ახდენდა არც ერთი სიუჟეტი და სტატია. უმრავლესობის შემთხვევაში აქცენტი კეთდებოდა არა უშუალოდ თემასთან დაკავშირებულ პრობლემებზე, არამედ სხვადასხვა ინიციატივაზე, რომელსაც ძირითადად მთავრობა, ქველმოქმედი ორგანიზაცია და ადამიანი იჩენდა; დაკვირვების პერიოდში კვლევის ძირითადი სუბიექტები ძირითადად იყვნენ წარმოჩენილი.

სოციალურ თემები გადმოცემული იყო ნეიტრალური ტონის ფონზე და პარალელურად, ვიზუალური მხარე მკვეთრად დადებით კადრებს ასახავდა. სოციალურ თემებზე გასულ სიუჟეტებში გაცილებით მეტი დრო ეთმობა სხვადასხვა სუბიექტებს (მაგალითად: მთავრობის წარმომადგენლებს ან ქველმოქმედ პიროვნებებს) ვიდრე თვითონ სოციალურად გაჭირვებული ფენის წარმომადგენლებს. (ნინო კველიშვილი, ნანა საჯაია, 2011).

აღსანიშნავია, რომ სხვადასხვა ტელეარხის მიერ მომზადებული სიუჟეტები, დათმობილი დროის, შინაარსის და სტრუქტურის მიხედვით ერთმანეთის მსგავსი იყო. კვლევაში ნახსენებია ნოემბერ-დეკემბრის ექვსი კვირის განმავლობაში სიღარიბის ზღვარს მიღმა მყოფი მოსახლეობის შესახებ დღის მთავარ საინფორმაციო გადაცემაში მომზადებული 7 სიუჟეტი. აქ ხაზგასასმელია, რომ 7-ვე სიუჟეტი სამთავრობო თუ მუნიციპალურ ინიციატივებს ეძღვნებოდა.

კვლევის შედეგების მიხედვით, სიუჟეტების რაოდენობით „რუსთავი 2“, ხოლო ქრონომეტრული- საზოგადოებრივი მაუწყებელი ლიდერობდა.

დასკვნის სახით, კვლევაში ნათქვამია: „საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტის მიერ 2011 წლის 30 მაისიდან 31 დეკემბრამდე პერიოდში კვლევამ „სოციალური საკითხების გაშუქება ქართულ ბეჭდურ და ტელემედიაში“ აჩვენა, რომ სოციალური თემები ქართულ მედიაში არასათანადოდ შუქდება. მიმომე სოციალური ფონი ტელევიზიით მხოლოდ ისეთ სიუჟეტებში აისახება, სადაც სახელისუფლებო სტრუქტურები ან ქველმოქმედი ადამიანები სოციალურად დაუცველი და გაჭირვებული მოსახლეობის სხვადასხვა ფენის წარმომადგენლებისთვის გარკვეულ აქციებს მართავენ. არც ერთ სტატიაში და სიუჟეტში არ არის საუბარი თავად პრობლემაზე. ლაპარაკი სოციალურად გაჭირვებულ ადამიანებზე მხოლოდ ირიბად მიმდინარეობს და მათ არ ეძლევათ კომენტარის გაკეთების საშუალება თუ არ ჩავთვლით გაწეული დახმარების გამო მადლობის გადახდას.“ (ნინო კველიშვილი, ნანა საჯაია, 2011, გვ. 197) ასევე, დასკვნაში ნათქვამია, რომ პრობლემატურია სიუჟეტებში და სტატიებში გამოყენებული ზოგადი ტონიც, რომელიც უმეტეს შემთხვევაში ნეიტრალურია. ხოლო, ტელევიზიით გასული სიუჟეტები ვიზუალური მასალის გამოყენებით უფრო მეტად დადებითი განწყობის შექმნისკენაა მიმართული.

ამ კვლევის გაცნობის შემდეგ, დამაინტერესა თუ რა მდგომარეობა იყო მაშინ, 2011 წელს და ახლა და რამდენი ადამიანია საარსებო შემწეობაზე მცხოვრები საქართველოს მასშტაბით.

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის ინფორმაციით, სიღარიბის ზღვარს ქვემოთ არსებული მოსახლეობის რაოდენობამ წლების განმავლობაში მკვეთრად იმატა.

იხილეთ ცხრილი (2007-2015 წლებში საარსებო შემწეობის მიმღები მოსახლეობის რაოდენობა და წილი საშუალო წლიურ მოსახლეობაში) (საქსტატი, 2016 წელი).

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
საარსებო შემწეობის მიმღები	279,4	368,4	436,3	430,6	411,0	435,9	437,2	432,4	376,7
მოსახლეობა*	74	31	09	03	91	61	38	87	76
წილისაშუალოწლიურმოსახ	6.4	8.4	9.9	9.7	9.2	9.7	9.7	11.6	10.1

ლეობაში (%)**									
---------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

აღსანიშნავია, რომ ბოლო პერიოდში მედიაში გახშირებულია აქცენტი სოციალური, კერძოდ, სოციალურად დაუცველი ფენის პრობლემებზე. თუმცა, ერთი შეხედვით ძირითადად ნეგატიური კონტექსტით, სადაც (წინა კვლევების შედეგებისგან განსხვავებით) აღარც მთავრობის და სხვადასხვა ორგანიზაციის ინიციატივებზეა აქცენტი, უფრო მეტიც ხელისუფლებისა და საზოგადოებისგან უყუარდღებოდ დარჩენილ სოციალურად დაუცველ ფენაზეა აქცენტი. მაშინ, როცა მოყვანილი სტატისტიკა ცხადყოფს, რომ ამ საარსებო შემწეობის მიმღებმა მოსახლეობამ საგრძნობლად მატება 2009 წლიდან დაიწყო და 2014-2015 წლებში შეინიშნება მკვეთრი კლების ტენდენცია. კერძოდ, 2014 წელთან შედარებით 2015 წელს მაჩვენებელი 12%-ით შემცირდა.

საკვლევად არჩევანი შევაჩერე სამ ტელემაუწყებელზე: საზოგადოებრივ მაუწყებელზე, „რუსთავი 2“-სა და „ერთსულოვნებაზე“. ამ კონკრეტული 3 ტელეკომპანიის არჩევის ძირითადი მიზეზი განსხვავებული დაფინანსებისა და შემოსავლის წყაროა, რომელიც სარედაქციო დამოკიდებულების მნიშვნელოვან კომპონენტს წარმოადგენს. საზოგადოებრივი მაუწყებელი, რომელიც საზოგადოებისგან ფინანსდება და საზოგადოების მთავარი პრობლემების გამომხმომავნებელი უნდა იყოს. ის ვალდებულია ითვალისწინებდეს სხვადასხვა სოციალური ფენის, ეთნიკური თუ რელიგიური ჯგუფის ინტერესებს. „რუსთავი 2“ , როგორც კომერციული ინტერესების მქონე ტელევიზია და რომელსაც დღესდღეობით ყველაზე დიდი მაცურებელი ჰყავს. ხოლო ერთსულოვნება კერძო, საპატრიარქოს ტელევიზიაა, რომელსაც გარკვეული პასუხისმგებლობა აკისრია საზოგადოების წინაშე.

მიზანი

კვლევის მიზანია მედიაში სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის საკითხების გაშუქების ტენდენციების გამოვლენა. რამდენად ასახვს სხვადასხვა „ინტერსების“ მქონე ტელევიზიები სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის პრობლემურ საკითხებს და ხომ არ იყენებს მათ საკუთარი პოლიტიკური ინტერესების შესაბამისად; რა აქცენტებითა და რაკურსით ხდება მათი პრობლემის გაშუქება, განსხვავებული ხედვის მქონე ტელევიზიების მხრიდან.

ამოცანები

1. რამდენად ადეკვატურია ამ 3 არხის მიერ გაჟღერებული პრობლემები მოსახლეობის რეალურ პრობლემებთან მიმართებაში (სიუჟეტების კონტექსტის შედარება სახალხო დამცველის ანგარიშთან);
2. რამდენად შეესაბამება ერთმანეთს 3 განსხვავებული ტელეარხის მიერ მომზადებული თემები სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის პრობლემებს. დროის რა მონაკვეთს უთმობს ამ 3 ტელეარხის მთავარი საინფორმაციო გადაცემა სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის პრობლემებს და როგორი პრიორიტეტი ენიჭება მათ რიგითობის კუთხით გაშუქებისას;
3. მედიაექსპერტებისა და მოსახლეობის დამოკიდებულების გამოვლენა მედიაში სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის პრობლემური საკითხების გაშუქების მიმართ.

ჰიპოთეზა

ვფიქრობ, საქართველოში ხელისუფლების ცვლილების მიუხედავად, სოციალურ თემაზე გახშირებული აქცენტების გამო, დღესაც, სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის პრობლემატიკის გაშუქება ქართულ ტელევიზორებში არაჯეროვანად და პოლიტიკური ინტერესებიდან გამომდინარე ხდება.

კვლევის მეთოდი

კვლევის გასაანალიზებლად ვიყენებ, როგორც თვისებრივ, ისე რაოდენობრივი კვლევის მეთოდს.

რაოდენობრივი კონტენტანალიზი და დისკურსანალიზი

4 კვირის განმავლობაში სამივე ტელეარხზე, მთავარი საინფორმაციო გამოშვებების კონტენტანალიზის და დისკურსული ანალიზის ვახორციელებ. თუ რა სიხშირით, რა ხანგრძლივობითა და რა აქცენტებით ეთმობა ეთერი სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის პრობლემატიკის გაშუქებას - მთავარი საინფორმაციო გამოშვების ანალიზი.

საზოგადოებრივი გამოკითხვა

ვიყენებ რაოდენობრივი კვლევის მეთოდს, მასობრივ გამოკითხვის ტიპს - ანკეტირებას. უფრო კონკრეტულად კი ანკეტირების სახეს - საფოსტო კითხვარს. გამოვიყენებ მარტივ შემთხვევით შერჩევას 3 ტელეარხის საინფორმაციო გამოშვებების მაყურებლების დამოკიდებულებების გამოსავლენად, ტელევიზიულ გაქვრებული სოციალური თემების მიმართ მათი ხედვისა და დამოკიდებულების გამოსავლენად.

სიღრმისეული ინტერვიუ

გამოვიყენებ თვისებრივი კვლევის მეთოდს-სიღრმისულ ინტერვიუს მედიაექსპერტებთან ზოგადი სურათისა და პრობლემის სიმწვავის საჩვენებლად. რისთვისაც კოდირებას, კატეგორიზაციას მივმართავ.

კვლევის მეცნიერული და პრაქტიკული მნიშვნელობა

კვლევის შედეგები საიანტერესოა საზოგადოების ნებისმიერი სოციალური ფენისთვის. მნიშვნელოვანია პრობლემაზე ხაზგასმა, რომ საქართველოში, სადაც კრიტიკულია სიღარიბის დონე, შემწეობაზე მცხოვრები მოსახლეობის პრობლემები და მედიის უმთავრესი როლიდან გამომდინარე - საზოგადოების ინფორმირებულობა, რამდენად მინიმალურია საზოგადოების სოციალური საკითხების ასახვა და ისიც, მხოლოდ პოლიტიზირებული გამოხმაურება აქვს.

მედია მონიტორინგით დაინტერესებული მკვლევარებისთვის მნიშვნელოვანია ახლანდელი ვითარების ჩვენება და მის სიმძაფრეზე ხაზგასმა, თემაზე მეტი აქცენტების გასაკეთებლად.

კვლევის შეზღუდვები

კვლევის შეზღუდვას წარმოადგენს მისი მცირემასშტაბიანობა. იქიდან გამომდინარე, რომ დაკვირვება ხორციელდება დროის მცირე მონაკვეთში, შეიძლება საკმარისი არ აღმოჩნდეს სრული სურათის წარმოსაჩენად და შემდეგ განსაზოგადებლად.

თავი მეორე - თეორიული მიმოხილვა

ინფორმაციის პირველი განსაზღვრება, რომელიც მოგვდის თავში – სემანტიკურია; ინფორმაციას აქვს საზრისი და მნიშვნელობა; მას აქვს საგანი; ის არის მონაცემები ან რაიმეს, ან ვინმეს შესახებ, ან მოქმედების სახელმძღვანელო.

მანუელ კასტელსი საუბრობდა ვირტუალური კულტურის აღმოცენებაზე. მისი აზრით, ამგვარი კულტურის წარმოშობა, ადრე თუ გვიან გამოიწვევდა მულტიმედიური ტექნოლოგიური საშუალებების განვითარებას, რომელიც თავის თავში გულისხმობს მასობრივი ინფორმაციისა და კომპიუტერული ტექნოლოგიების შერწყმას. (www.socium.ge; 15.06.2017.)

მანუელს კასტელსის აზრით, ეს არის სისტემა, რომელშიც თვით რეალობა მთლიანად ჩაიძირება ვირტუალურ, წარმოსახვით სამყაროში, სადაც გამოსახულება უბრალოდ კი არ ჩნდება ეკრანზე, რომელიც უბრალოდ გადმოგვცემს გამოცდილებას, არამედ თავად წარმოადგენს გამოცდილებას. (www.socium.ge; 15.06.2017.)

კასტელსმა იწინასწარმეტყველა, რომ ინფორმაციული ეპოქა ახალი საზოგადოების წარმოქმნის საწინდარი იქნებოდა. მისი აზრით, ახალი საზოგადოების წარმოშობა - ინფორმაციული კაპიტალიზმის წარმოშობა, საბაზრო ეკონომიკის პრინციპების ცვლილებას გამოიწვევდა, რადგან სწორედ ქსელური კავშირები იძლევა მეტი მოქნილობის (www.socium.ge; 15.06.2017.)

მანუელ კასტელსის მიხედვით, ინფორმაციულმა ეპოქამ 1970 წლიდან დაიწყო წარმოშობა, რასაც გლობალიზაციამ და ტექნოლოგიურმა განვითარებამ ძალიან შეუწყო ხელი. სამყარო გადავიდა ქსელურ მეწარმეობაზე. ნელ-ნელა ინფორმაციის მნიშვნელობა და ღირებულება გაიზარდა და დღეს უმაღლეს ნიშნულს მიაღწია. (www.socium.ge; 15.06.2017.)

სულ უფრო ხშირად გვესმის ანალიტიკოსების მხრიდან ინფორმაციაზე, როგორც თანამედროვე მსოფლიოს მთავარ სპეციფიკურ ნიშანზე. ხაზი გასმულია, რომ შევაბიჯებთ ინფორმაციულ ერაში. ყველა მეცნიერი თანხმდება იმ მოსაზრებაზე, რომ „ინფორმაცია ესაა რაღაც განსაკუთრებული“. ინფორმაციული ერისა და ინფორმაციული საზოგადოების მკვლევარები კამათობენ ბევრ ნიუანსზე, მათ შორის ისეთ მნიშვნელოვან დეტალებზე, როგორებიცაა მისი ძირიადი მახასიათებელი, თუმცა ყველა თანხმდება: „ინფორმაცია განსაკუთრებულ როლს ასრულებს თანამედროვე სამყაროში“. მიუხედავად განსხვავებული აზრის და შეხედულებებისა ყველას მიაჩნია რომ ინფორმაციას განსაკუთრებულ როლი აქვს.

თუ ვთანხმდებით იმაზე, რომ ინფორმაცია ეს არის ძალა, თანამედროვე სამყაროში ინფორმაციის ფლობა განსაზღვრავს ძალაუფლებას. რაც უფრო მეტად ხარ ინფორმირებული, მეტ ძალაუფლებასაც ფლობ. ძალაუფლება თავის თავში მოიცავს ზემოქმედების და გავლენის ასპექტებს. თუ გავყვებით ამ მსჯელობას, იყო ინფორმირებული ნიშნავს გეწოდეს ძალაუფლება - იყო გავლენიანი.

2.1 ჟურნალისტიკის ძირითადი პრინციპები

ინფორმაცია - ეს არის ნებისმიერ სახის ამბავი, რომელიც კონკრეტულ ადამიანს კონკრეტულ სიტუაციაში აინტერესებს. დღეს, ინფორმაციის მიღების მთავარ წყაროს მედია წარმოადგენს, იქნება ეს ტელე, რადიო, ბეჭდური თუ ინტერნეტმედია. ინფორმაციის გამამრცელებლები კი ჟურნალისტები არიან, რომლებიც საზოგადოების ინფორმატორად უნდა გვევლინებოდნენ და მისი ინტერესების გათვალისწინებით მოქმედებდნენ. მედიამ უნდა უზრუნველყოს მოსახლეობა იმ ინფორმაციით, რომელიც მას სჭირდება თავისუფლებისა და დამოუკიდებლობისთვის (ბილ კოვაჩი, ტომ როზენსტილი, 2006). იმისათვის, რომ ეს ამოცანა შესრულდეს:

- 1) ჟურნალისტიკა, უპირველეს ყოვლისა, სიმართლეს უნდა ემსახურებოდეს;
- 2) ჟურნალისტიკა, პირველ რიგში, მოქალაქეების ერთგული უნდა იყოს;
- 3) ჟურნალისტიკის არსი ინფორმაციის მუდმივი გადამოწმებაა;

- 4) ჟურნალისტიკა უნდა შეინარჩუნოს დამოკიდებლობა მათგან, ვისაც აშუქებს;
- 5) ჟურნალისტი უნდა მოქმედებდეს, როგორც ხელისუფლების დამოუკიდებელი მაკონტროლირებელი;
- 6) ჟურნალისტიკამ ხალხს საჯარო კრიტიკს და მსჯელობის საშუალება უნდა მისცეს;
- 7) ის, რაც მნიშვნელოვანია, ჟურნალისტიკა საინტერესოდ და ადექვატურად უნდა წარმოადგინოს;
- 8) ჟურნალისტიკა უნდა შეინარჩუნოს ინფორმაციის პროპორციულობა და ეს ინფორმაცია ყოველმხრივი უნდა გახადოს;
- 9) ჟურნალისტი პასუხს აგებს სინდისის წინაშე.

ჟურნალისტიკისთვის ინფორმაციის მიმღებთან ურთიერთობა უმნიშვნელოვანეს ფაქტორს წარმოადგენს. თანამედროვე მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნებში მიღებული კოდექსები ჟურნალისტიკისგან მოითხოვენ რეალური ფაქტის კატეგორიულ გამოიჯვანას მისი აზრისა თუ კომენტარისგან, რადგან ინფორმაციის უცვლელი სახით მიმღებ აუდიტორიას ფაქტების ანალიზის უნარი თავადაც გააჩნია.

მორალის პროფესიული სპეციფიკის შემსწავლელ მეცნიერებას პროფესიული ეთიკა ეწოდება. თავად ჟურნალისტიკის შრომის კოდექსი და მისი შედეგი, როგორც პირდაპირ, ისე ირიბად მრავალი ადამიანის ინტერესებს კვეთს. მედიაპროდუქტისთვის ფაქტების, თემისა და მიზნის შერჩევა, სუბიექტის ქცევის შეფასება, მასალის აგება - ყველა ამ ოპერაციაში აუცილებლად ვლინდება ჟურნალისტიკის დამოკიდებულება მათ მიმართ, თუ ვისთვის და ვის შესახებ მოგვითხრობს ის.

ამგვარად, მორალური დამოკიდებულებები მისი ნამუშევრის შინაარსშია ჩაქსოვილი და თავიდან ბოლომდე წარმოადგენს თავისი ხასიათიდან გამომდინარე ზნეობრივ საქმიანობას. აქედან გამომდინარეობს პროფესიული მორალის არსებობის აუცილებლობა, რომელიც ჟურნალისტიკებს გარკვეულ ჩარჩოებში მოაქცევს. (ოლიკო ცისკარიშვილი, 2014).

პროფესიები, რომელებისთვისაც ეთიკური დამოკიდებულებები პროფესიული საქმიანობის ძირითად კომპონენტს შეადგენს, არცთუ ბევრია. თუმცა ჟურნალისტიკა მათ რიცხვში ნამდვილად შედის. ამგვარ პროფესიებში მორალური არჩევანი სპეციალისტისთვის მთავარი მამოძრავებელი ძალაა. ჟურნალისტიკის ქცევის უმთავრეს პრინციპს, სწორედ სხვადასხვა საჭირო და აუცილებელი მოვლენების შესახებ აუდიტორიის ოპერატიულად და ობიექტურად ინფორმირება წარმოადგენს. (ოლიკო ცისკარიშვილი, 2014).

პროფესიულ მორალს ეკისრება პასუხისმგებლობა შეათანხმოს ჟურნალისტიკა და სხვა ადამიანების ინტერესები. აქედან გამომდინარეობს, მოვალეობების ცნებაც. პროფესიული მორალი ჟურნალისტს ავალდებულებს ფაქტების გაშუქებას მათი ნამდვილი არსის შენარჩუნებით და დამახინჯება-შელამაზების გამორიცხვას. სწორედ მოვალეობა წარმოადგენს პროფესიულ მორალში მთავარ ცნებას. მოვალეობის გრძნობა არეგულირებს ჟურნალისტის პასუხისმგებლობას საზოგადოების, მკითხველის, მაყურებლის, მსმენელის წინაშე, ანუ იმ ადამიანების წინაშე, ვისი ობიექტური ინფორმაციის მომარაგებითაც არის დაკავებული. შესაბამისად, ადამიანებზე გავლენის მოხდენის შესაძლებლობა ჟურნალისტს აკისრებს სოციალურ პასუხისმგებლობას.

თუმცა, აღსანიშნავია, რომ პროფესიული ეთიკის პრინციპებს იურიდიული ძალა არ აქვთ და მათი დაცვა მთლიანად დამოკიდებულია ინდივიდის შინაგან ზნეობაზე. თუმცა ეს იმას, არ ნიშნავს, რომ ეთიკური გადაწყვეტილებები ნებაყოფილობით ხასიათს ატარებენ, ჟურნალისტური ეთიკა კი შედარებითი და სუბიექტურია. შესაბამისად, ხშირად ვაწყდებით ჟურნალისტების, თუნდაც, უნებლიე პროფესიულ შეცდოებს, რომლებიც მათ სწორედ მოვლენების სუბიექტური აღქმისა და შემდგომ სუბიექტური გადმოცემის გამო დაუშვეს. თავად ჟურნალისტთა წრეში აღიარებულია "კანონთა კოდექსი", რომელიც საზოგადოების მხრიდანაა მხარდაჭერილი. ჟურნალისტის პროფესიული ეთიკა მოიცავს ქცევისა და აკრძალვების გარკვეულ სტანდარტებს, რომელთა დამრღვევს კოლეგებსა და საზოგადოებაში დასაძრახისი იმიჯი ექმნება. (ოლიკო ცისკარიშვილი, 2014).

ინფორმაციის გაშუქებისას ჟურნალისტს მუდამ უნდა ახსოვდეს, რომ ის საზოგადოების მრავალფეროვნებას მაქსიმალურად უნდა ითვალისწინებდეს. ჟურნალისტი უნდა იყოს ობიექტური და არა ნეიტრალური, ნეიტრალურობა არ ნიშნავს ობიექტურობას. ჟურნალისტს აქვს უფლება, ჰქონდეს საკუთარი მოსაზრებები, მაგრამ ფაქტების გაშუქებისას და ზოგადად მის ჟურნალისტურ საქმიანობაზე მისმა პირადმა შეხედულებებმა გავლენა არ უნდა იქონიოს. იგი არ უნდა ქმნიდეს ფაქტებს, მისი მოვალეობაა მხოლოდ ამ ფაქტების ობიექტურად გაშუქება ისე, რომ საზოგადოებას თავს არ მოახვიოს საკუთარი აზრი და მისცეს მას თავისუფალი არჩევანისა და დასკვნის გაკეთების საშუალება.

ობიექტურობის პრინციპი განისაზღვრება, როგორც არაანგარიჟირებულობა, მიუკერძოებლობა, არაცალმხრივობა. ეს, სწორედ, ის პრინციპებია, რომლის რეალიზაციისკენ უნდა ისწრაფვოდეს ყველა ჟურნალისტი. მათ ცნობიერებაში უნდა არსებობდეს პასუხისმგებლობის გრძნობა, ყველა იმ ადამიანის მიმართ, რომელთა ინფორმირებულობისთვისაც ყოველდღიურად მუშაობს. (ოლივო ცისკარიშვილი, 2014).

ჟურნალისტიკის ერთ-ერთ მთავარ ფუნქციად მაკონტროლებლის ფუნქცია წარმოადგენს, რისთვისაც მას „მეოთხე ხელისუფლებასაც“ ეძახიან. მაგრამ ეს პრინციპი მხოლოდ მთავრობის გაკონტროლებას როდი გულისხმობს, ის საზოგადოების ყველა გავლენიან ინსტიტუტზე ვრცელდება. მაკონტროლებლის ფუნქციის მიზანი მთავრობის საქმიანობის გამჭვირვალობის მიღწევის ცდებს სცილდება და ამ საქმიანობის შედეგების საჯაროდ აღქმასა და გაგებასაც გულისხმობს. ბილ კოვაჩის აზრით, მსოფლიოში ბოლო 2 წელიწადში მაკონტროლებლის როლის სიძლიერე და მნიშვნელობა არაერთხელ შეცვლილა, მაგრამ ასეთი სუსტი, როგორც დღესაც, არასდროს ყოფილა. (ბილ კოვაჩი, ტომ როზენსტილი, 2006).

სოციალური თემატიკა, ეს ის სფეროა, რომელიც საზოგადოების ნებისმიერი სქესის, ასაკისა თუ მრწამსის ადამიანს აინტერესებს. სოციალური თემები აქტუალურია ნებისმიერი საზოგადოების ცხოვრებაში, რადგან ის მათი შემადგენელი ნაწილია.

თუმცა, სოციალურად დაუცველი ფენის საკითხები ხშირად ადამიანების ყურადღების მიღმა რჩება.

ჩემი კვლევითი ნაშრომი, სწორედ სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის საკითხების გაშუქების კვლევას ისახავს მიზნად. რა ვითარებაა დღეს საქართველოში და ასახავს თუ არა ტელემედია ამ საკითხებს, რა სიხშირით ხდება მათთვის დროის დათმობა და კეთდება თუ არა აქცენტები მათ პრობლემებზე.

ამ ბოლო დროს, ერთი შეხედვით, ტელემედიაში გახშირებულია აქცენტი სოციალურად დაუცველმოსახლეობაზე და ძირითადად ნეგატიური კუთხით. საინტერესოა, გაუარესებულია თუ არა სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის მდგომარეობა, თუ მედიასაშუალებები ამ თემებით მანიპულირებენ? ამიტომ, კვლევის დაწყების წინ პირველ რიგში სახალხო დამცველის ანგარიშებს გავეცანი.

2.2 საქართველოს სახალხო დამცველის ანგარიშები

რა მდგომარეობაა, ამჟამად საქართველოში სოციალურად დაუცველი ფენის მიმართ? განსაკუთრებით საინტერესოა დევნილების, ბავშვთა და შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირების უფლებრივი მდგომარეობის შეფასება და შედარება მედიაში.

2016 წლის მონაცემებით საქართველოში რეგისტრირებულია 273 765 იძულებით გადაადგილებული პირი. დევნილთა საერთო რაოდენობიდან ე.წ. კერძო სექტორში 144 014 დევნილი პირი ცხოვრობს, ხოლო ყოფილ კომპაქტურად განსახლების ობიექტებში 129 751 დევნილი პირია დარეგისტრირებული. (საქართველოს სახალხო დამცველი, 2016)

საანგარიშო პერიოდში, საქართველოს სახალხო დამცველის წარმომადგენლების მხრიდან მონიტორინგის შედეგად გამოვლინდა შემდეგი ფაქტები:

2016 წელი გამოირჩეოდა ყველაზე მასშტაბური დევნილთა გრძელვადიანი განსახლების პროცესით. მიუხედავად იმისა, რომ საანგარიშო პერიოდი ნგრევად და სიცოცხლისთვის

ან ჯანმრთელობისთვის მომატებული საფრთხის შემცველ განსახლების ობიექტებში მცხოვრები 179 დევნილი ოჯახი დაკმაყოფილდა საცხოვრებელი ფართით, ავარიულ შენობებში იძულებით გადაადგილებულ პირთა ცხოვრების საკითხი, კვლავ მწვავე პრობლემად რჩება.

ასევე დევლინთა უფლებრივი მდგომარეობის ზოგადი ანალიზის შედეგად, გამოჩნდა, რომ საზოგადოების აღნიშნული ჯგუფის ძირითად პრობლემა წლების განმავლობაში არ შეცვლილა. ამ პრობლემას წარმოადგენს დევნილთა ინფორმირებულობის დაბალი ხარისხი იძულებით გადაადგილებულ პირთა უფლებრივი მდგომარეობის სფეროში მიმდინრე მოვლენების შესახებ. (საქართველოს სახლახო დამცველი, 2016)

კვლავ პრობლემას წარმოადგენს გარკვეულ ობიექტებში იძულებით გადაადგილებულ პირთა - დევნილთა საცოხვრებელი პირობები. ასევე, ყოფილი კოლექტიური ცენტრების რეაბილიტაციის პროცესი და სარემონტო სამუშაოების დაბალი ხარისხი.

საქართველოს სახლახო დამცველის 2016 წლის ანგარიშის მიხედვით, რომელიც ბავშვთა უფლებრივ მდგომარეობას ეხებოდა, სახელმწიფომ განახროციელა პოზიტიური ცვლილებები, თუმცა ბავშვთა უფლებების დაცვა და ხელშეწყობა ისევ პრობლემად რჩება. ანგარიშის მიხედვით ის ზომები, რომლებიც იქნა მიღებული ბავშვთა მიმართ ძალადობის და უკიდურესი სიღარიბის აღმოსაფხვრელად და დასაძლევად არ არის საკმარისი. (საქართველოს სახლახო დამცველი, 2016)

ანგარიშში ნათქვამია, რომ სახელმწიფო ზრუნვის მიღმა დარჩენილი ბავშვების მდგომარეობა არ შეცვლილა წინა წლებთან შედარებით, ისევე როგორც არ შეცვლილა სახელმწიფო მზრუნველობაში მყოფი ბავშვების უფლებრივი მდგომარეობა. სამწუხაროდ, ბავშვი ისევ რჩება საზოგადოების და ოჯახის ყველაზე მოწყვლად წევრად.

სახელმწიფომ გაატარა საკონონმდებლო სივრცის დახვეწისკენ მიმართული არაერთი ღონისძიება, რომლებიც დადებითად აისახა ბავშვთა უფლებრივ მდგომარეობაზე. „ადრეული და სკოლამდელი აღზრდისა და განათლებისა შესახებ“ კანონი, პარლამენტმა 2016 წლის ივნისში მიიღო. ამ დადგენილებამ გააფართოვა ბავშვების

მიმართ ძალადობის და მიუსაფარ ბავშვთა გამოვლენის, დაცვისა და დახმარებაზე პასუხისმგებელი სახელმწიფო უწყებების არეალი. თუმცა, მნიშვნელოვანია, განხორციელებულ საკონონმდებლო ცვლილებასთან ეთად ხელი შეეწყოს მათ ეფექტურ აღსრულებას, რაც როგორც ანგარიშშია ნათქვამი, ისევ პრობლემად რჩება. (საქართველოს სახლახო დამცველი, 2016)

2016 წელს ისევ მაღალი იყო სახლახო დამცველის აპარატისადმი მიმართვის მაჩვენებელი ბავშვების უფლებების ინდივიდუალური დარღვევების შესახებ. ანგარიშის მიხედვით შესწავლილი 311 შემთხვევიდან 57 შემთხვევა ეხებოდა ბავშვების სიღარიბესა და ცხოვრების არასათანადო დონესთან დაკავშირებულ სხვადასხვა პრობლემას. სახლახო დამცველმა თავის ანგარიშში ეს საკითხი აღნიშნა, როგორც გადაუჭრელ საკითხთა შორის მყოფი. მან ასევე ხაზი გაუსვა, რომ ეს პრობლემა გულისხმობს ისეთ პრობლემებს, როგორებიცაა ბავშვთა საჭირო საკვებით უზრუნვეყოფა და მათი მძიმე საცხოვრებელ პირობებში ცხოვრება. (საქართველოს სახლახო დამცველი, 2016)

ანგარიშში ხაზგასმულია, რომ ხშირ შემთხვევაში სახელმწიფო პროგრამაში ჩართვა და მომსახურების მიღების პროცესი არის გაჭიანურებული, რაც მნიშვნელოვნად ამცირებს პროგრამის ეფექტიანობას. ასევე, პრობლემაა არასრულწლოვანთა განათლებისა და ჯანმრთელობის დაცვის საკითხები. განსაკუთრებით კი საყურადღებოა ქუჩაში მცხოვრები და მომუშავე ბავშვების უფლებრივი მდგომარეობის საკითხი, რადგან ის უწყებები, რომლებიც პასუხისმგებლები არიან რეაგირება მოახდინონ აღნიშნულ საკითხებზე ხშირ შემთხვევაში არც ეფექტურია და არც დროული (საქართველოს სახლახო დამცველი, 2016)

რაც შეეხება შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირების უფლებებს, აქაც არაერთი პრობლემა ისახება. ანგარიშში ნათქვამია, რომ 2016 წელს შესრულდა 2 წელი შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირების უფლებების კონვენციის რატიფიცირებიდან, თუმცა დღის წესრიგში ისევ დგას კონვენციის ეფექტიანი განხორციელების მიმართულებით არსებული გამოწვევები.

ნაშრომში ხაზგასმულია, რომ სახალხო დამცველის არაერთი რეკომენდაციის მიუხედავად არსებითი ცვლილებები არ განხორციელებულა ეროვნული კანონდებლობის კონვენციის შესაბამისობის თვალსაზრისით. სახელმწიფოს მთავარი გამოწვევაა შშმ პირთა სოციალური დაცვა, სათანადო საცხოვრებლის უფლების რეალიზება და დასაქმება. ამ ყველაფერთან ერთად ისევ პრობლემად რჩება ფიზიკური გარემო : ინფრასტრუქტურის, ტრანსპორტის და ინფორმაციის მიწოდების უზრუნველყოფა. მათი ინტეგრაცია და საზოგადოებრივი ცხოვრების სხვადასხვა სფეროში ჩართვა კვლავ პრობლემას წარმოადგენს. ასევე საყურადღებოა, რომ სრულად ვერ იფარება სამიზნე ჯგუფების საჭიროებები და გეოგრაფიული ხელმისაწვდომობა. რაც შეეხება ინკლუზიურ საგანმანათლებლო პროცესს, ანგარიშის მიხედვით ხარვეზებით მიმდინარეობს და შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ბავშვების ნაწილი, განსაკუთრებით რეგიონებში არ არიან ჩართულები ამ პროცესში. ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი პრობლემა, რომელიც ანგარიშშია გამოკვეთილი, დასაქმების კუთხით არსებული სახელმწიფო პროგრამების სიმცირეა. 2016 წლის მონაცემებით, საჯარო სექტორში დასაქმებული იყო 52 შშმ პირი, კერძო სექტორში კი, მხოლოდ - 32 (საქართველოს სახალხო დამცველი, 2016)

ანგარიშში ასევე ნათქვამია, რომ საანგარიშო პერიოდში ადგილი ჰქონდა შშმ პირთა მიმართ დისკრიმინაციულ მოპყრობასაც.

2.3 სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის პრობლემების გაშუქება მედიაში

ერთი მხრივ, მედიის დამოკიდებულება და მეორე მხრივ, იმავე მედიის პასუხისმგებლობა მოქალაქისა და საზოგადოების წინაშე, არის უმნიშვნელოვანესი ამოცანა, რომელსაც ცივილიზებული მსოფლიო სახელმწიფოების, საზოგადოებისა და ინდივიდების წინაშე აყენებს. ამ ამოცანის შესრულება, დიდწილად ჟურნალისტური კორპუსის საქმიანობაზე გადის. თითქმის ყველა ავტორიტეტულ მედიაორგანიზაციას პროფესიული სტანდარტების საკუთარი კოდექსი აქვს, რომლის დაცვაც სავალდებულოა ამ ორგანიზაციის თანამშრომლებისთვის. ამ კოდექსში ისეთი

პრინციპების დაცვასთან ერთად, როგორებიცაა სიზუსტე, მიუკერძოებლობა, სამართლიანობა, განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს რეგულაციებს, რომლებიც ჟურნალისტიკისგან მოითხოვს არ დაუშვას უმცირესობების დისკრიმინაცია, შეურაცხყოფა, მათდამი ქსენოფობიის (უცხოელების, სხვა კულტურისა თუ ეთნიკური ჯგუფების წარმომადგენლების მიმართ ღრმა ანტიპათია, შიში ან ზიზღი)ან შეუწყნარებლობის გამოვლენა.

შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირების თემა, ზოგადსაკაცობრიო პრობლემაა, მაგრამ საქართველოში იგი მაინც კონკრეტული ადამიანებისა და კონკრეტული ოჯახის პრობლემად რჩება, რომელიც ხშირად საზოგადოების ყურადღების მიღმა რჩება და არსებობს.

პიროვნება, ოჯახი და საზოგადოება ცალ-ცალკე და ერთად, ერთი საერთო ცნების მატარებელია, რადგან, არ არსებობს ოჯახი პიროვნების გარეშე და საზოგადოება ოჯახის გარეშე. ამიტომ თუ საზოგადოება ჯანსაღია, უნდა რეაგირებდეს ნებისმიერ გამოძახილზე, რომელიც მისი შემადგენელი ნაწილიდან მოდის. მით უმეტეს, მძაფრად უნდა რეაგირებდეს მაშინ, როდესაც საქმე ეხება ამ საზოგადოების წევრთა მომავალს. (ოლიკო ცისკარიშვილი, 2014)

საზოგადოებაში, ჯერ კიდევ, არსებობს სტიგმა, სტერეოტიპი შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ადამიანების მიმართ. ამ სტერეოტიპების დამსხვრევაში დიდი წვლილი წესით ჟურნალისტიკა უნდა შეიტანონ, რადგან, ჯერ კიდევ, არის დამკვიდრებული ისეთი ტენდენცია, რომელიც მხარს უჭერს საზოგადოებისგან მათ იზოლაციას. საზოგადოების დიდ ნაწილს შეზღუდული შესაძლებლობები, მხოლოდ იმ ოჯახების პრობლემად მიაჩნია, ვისაც შეზღუდული შესაძლებლობის ოჯახის წევრი ჰყავს. მედიას მთავარი როლი აკისრია საზოგადოების ხედვისა და დამოკიდებულების ჩამოყალიბებაში და შეცვლაში. მნიშვნელოვანია ჟურნალისტიკის როლი, როგორ მიაწვდის აღნიშნულ თემას საზოგადოებას. ასევე მნიშვნელოვანია, რამდენად სწორ აქცენტებს გააკეთებს ჟურნალისტი თემის მომზადებისას. (ოლიკო ცისკარიშვილი, 2014)

თუ შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე ადამიანები განხილული იქნებიან, როგორც საწყლები, მშვიერები და უპოვარები, რა თქმა უნდა, ქველმოქმედების საგნად გადაიქცევიან. ხოლო თუ საზოგადოებას ჟურნალისტი დაანახებს მათ სხვა კუთხით, წარმოაჩინს მათ შემოქმედებით შესაძლებლობებს, წარმოადგენს მათ, როგორც უამრავი სხვადასხვა უნარის მქონეს, მაშინ საზოგადოებასაც დროთა განმავლობაში შეეცვლება დამოკიდებულება მათ მიმართ. (ოლივო ცისკარიშვილი, 2014)

შესაბამისად შშმ პირების საკითხების გაშუქება მედიის პირდაპირი ვალდებულებაა, მაგრამ, სინტერესოა რამდენად მიზნობრივად ხდება ამ ადამიანების საჭიროებების მიტანა საზოგადოებამდე. ერთის მხრივ რას აკეთებს სახელმწიფო იმისათვის, რომ ამ ადამიანებისთვის უფრო ხელმისაწვდომი გახადოს საზოგადოებრივი შენობები, ტრანსპორტი და სხვ? მაგალითად, პოლონეთში, ვარშავის ქუჩებში უსინათლოთათვის ყველა შუქნიშანი გამოსცემს ხმას, რომლის მიხედვითაც უსინათლოებს შეუძლიათ იხელმძღვანელონ გზის გადაკვეთის დროს. ჰოლანდიაში, ამსტერდამში, ფეხით მოსიარულეთა სავალი გზის ნაწილი ეთმობა შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირთათვის ეტლისთვის სიარულს. მეორეს მხრივ, რას აკეთებს მედია ამ ადამიანთა პრობლემების წარმოსაჩენად? (ოლივო ცისკარიშვილი, 2014)

სინტერესოა, რა ხდება ბავშვთა დაწესებულებებში ბავშვებთან ცუდად მოპყრობის შემთხვევებში - განსაკუთრებით მაშინ, როცა ბავშვს არავინ ჰყავს დამცველი. ვინ ხელმძღვანელობს ამ დაწესებულებას და საიდან იღებს იგი დაფინანსებას? იცის კი საზოგადოებამ შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ბავშვებთან მოპყრობისა და მათზე მზრუნველობის მდგომარეობა?

ბევრი შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ბავშვი ვერ ახერხებს თავისი პოტენციური შესაძლებლობების რეალიზებას, რადგან უფროსებს ეჭვი ეპარებათ ამ შესაძლებლობებში. ეხმარებიან თუ არა შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ბავშვებს და უწყობენ თუ არა ხელს საზოგადოებრივ ცხოვრებაში მონაწილეობისათვის? მართავენ თუ არა ბავშვებთან კონსულტაციებს მათ განსაკუთრებულ საჭიროებებთან დაკავშირებით, როგორც არის განათლება, ტრანსპორტი, საზოგადოებრივ შენობებსა

და თავისუფალი დროის გასატარებელ დაწესებულებებში შესვლის შესაძლებლობა, როგორ ხდება ქალაქის დაგეგმარებისას მათი საჭიროების გათვალისწინება? რა მხარდაჭერის იმედი შეიძლება ჰქონდეს მათ, როდესაც დისკრიმინაციის მსხვერპლნი ხდებიან? რას აკეთებს ამ დროს მედია? აკეთებეს თუ არა სხვადასხვა მედია საშუალება აქცენტს ამ პრობლემებზე?

ეს ის საკითხებია, რომლებზეც მედია უნდა ამახვილებდეს ყურადღებას, უნდა ახდენდეს საზოგადოების ინფორმირებას და ამ საკითხების გაშუქება ზუსტად ამ კუთხით უნდა ხდებოდეს, წინააღმდეგ შემთხვევაში საქმე გვაქვს საკითხით მანიპულირებასთან.

მედიაში სოციალური საკითხების გაშუქების თემაზე მომუშავე ოლიგო ცისკარიშვილის აზრით, შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირთა პრობლემებზე მასალის მომზადებისას პირველ რიგში ჟურნალისტებმა უნდა გაარკვიონ:

- „1. რა არის მათთვის მასალის მომზადების მთავარი მიზანი - ის, რომ სიუჟეტი ეხება კონკრეტულ შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირს, თუ ის, რომ ეს საკითხი აქტუალურია;
2. ეხება თუ არა სიუჟეტი შეზღუდულ შესაძლებლობას; თუ პასუხი დადებითია, მაშინ რამდენად იცნობენ და სწორედ იყენებენ ტერმინოლოგიას (მაგ. ეტლით მოსარგებლე და არა ეტლზე მიჯაჭვული);
3. განსაკუთრებული ყურადღებით უნდა შეარჩიონ მასალის სათაური. მათ უნდა ახსოვდეთ, რომ სწორედ სათაური ქმნის პირველ შთაბეჭდილებას;
4. ხომ არ არის მათ მიერ მომზადებული მასალა ზედმეტად მიკერძოებული, გადაჭარბებულად ემოციური და სიბრაღის გამომწვევი;
5. უნდა გაკეთდეს აქცენტი პიროვნებაზე, ჟურნალისტები უნდა ეცადონ წინ წამოწიონ მისი ღირსება და სიძლიერე;

6. შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირთან საუბრისას უნდა მიმართონ პირდაპირ მას და არა მის თანმხლებ პირს; უნდა ეცადონ ზედმეტად არ გაუსვან ხაზი მის განსხვავებულობას;

7. შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირთან ინტერვიუ უნდა ჩატარონ ისევე, როგორც სხვა ნებისმიერ პიროვნებასთან." (ოლივო ცისკარიშვილი, მედიაში სოციალური საკითხების გაშუქება, 2014, გვ.132)

სიტყვები, რომლებსაც ჟურნალისტები ირჩევენ შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირების აღსაწერად, შესაძლოა დაეხმაროს ადამიანებს მათ მიმართ დამოკიდებულების შეცვლაში ან მათი პრობლემების უკეთ გაგებაში ან, პირიქით, გაამლიეროს არსებული სტერეოტიპები. (ოლივო ცისკარიშვილი, 2014)

ჟურნალისტებს დიდი პასუხისმგებლობა აკისრიათ. ეს პასუხისმგებლობა ბავშვებთან მუშაობის დროს, და მით უმეტეს შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ბავშვებთან, ორმაგდება, რადგან ისინი უფრო მგრძობიარე, დაუცველნი და ემოციურნი არიან. ინტერვიუს დროს მათი მანიპულირება იოლია, რადგან ისინი აღზუნებულები არიან. ზოგჯერ ჟურნალისტს ჰგონია, რომ ძვირფასი მასალა მოიპოვა, სინამდვილეში კი ბავშვს გულს წყვეტს, იმედს უცრუებს. ჟურნალისტმა არ უნდა დააკნინოს ჟურნალისტური სტანდარტები და არ გამოსძალოს რესპონდენტს მისთვის საზიანო ინფორმაცია.

პროფესიული ჟურნალისტების საზოგადოების ეთიკის კოდექსი მოითხოვს მედიისგან, არ დაუშვას რასის, სქესის, ასაკის, რელიგიის, ეთნიკურობის, სოციალური სტატუსის და ა.შ. მიხედვით სტერეოტიპიზაცია.

ბი-ბი-სი-ს სარედაქციო პრინციპები თანამშრომლებისგან მოითხოვს გააშუქონ ინდივიდის რწმენა თუ რელიგიური შეხედულებები, ნებისმიერი რელიგია, აღმსარებლობა თუ რელიგიური მიმდინარეობა სამართლიანად, შეურაცხყოფის ან დისკრიმინაციის გარეშე მოიხსენიონ და პატივისცემით მოეკიდონ ასეთ თემებს. ასევე მოითხოვს, ფრთხილად შეარჩიონ სიტყვები, რათა არ აღმოჩნდეს ისინი

შეურაცხმყოფელი რომელიმე ჯგუფისთვის, მათ შორის ეთნიკური და რელიგიური ჯგუფისთვის.

საქართველოში იყო რამდენიმე მცდელობა, თუმცა, ჯერაც არ არსებობს პროფესიული სტანდარტების ერთიანი დოკუმენტი, რომელსაც ყველა სახის მედია - ბეჭდური და ელექტრონულიც, სახელმძღვანელო სტანდარტებად მიიჩნევა(ოლიგო ცისკარიშვილი, 2014)

სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის შესახებ არსებული მდგომარეობის და პრობლემების გაცნობის შემდეგ, ასევე ჟურნალისტური სტანდარტებისა და ძირითადი აუცილებელი მიმართულებების დადგენის შემდეგ, უკვე შეიძლება გავარკვიოთ რამდენად ასახავს მედია იმ პრობლემებს, რაზეც სახალხო დამცველის ანგარიშებშია ხაზგასმული და რამდენად სწორად ხდება ამ პრობლემების მიტანა საზოგადოებამდე.

თავი მესამე-ემპირიული ნაწილი

ჩემი ჰიპოთეზის შესამოწმებლად, გადავწყვიტე გამეანალიზებინა ტელეარხების მთავარი საინფორმაციო გამოშვებები, თუ რა სიუჟეტები გადის ტელესივრცეში სოციალურად დაუცველი ფენის საკითხების შესახებ. აისახება კი ტელემედიაში ის გამოწვევები და პრობლემები, რაც სოციალურად დაუცველი ფენის რეალური პრობლემებია და რაზეც სახალხო დამცველის ყოველწლიურ ანგარიშშია საუბარი. როგორ და რა ინტენსივობით შუქდება ესა თუ ის თემა სხვადასხვა ტელეარხზე. პასუხობს თუ არა ქართული მედიასივრცე იმ გამოწვევებს, რომლებიც დღეს უდგას სოციალურად დაუცველ მოსახლეობას. შიგვალა კი სიტუაცია 2011 წლის მერე, როცა სოციალურად დაუცველ მოსახლეობაზე მომზადებული სიუჟეტების თითქმის უმრავლესობა მხოლოდ მთავრობის და სხვადასხვა ორგანიზაციის ინიციატივაზე და პოზიტიურ ცვლილებას ასახავდა და თავად პრობლემაზე საუბარი არ იყო. ისევ ხდება თუ არა თემის პოლიტიზირება. ამისათვის 3 განსხვავებული ტელეარხი შევარჩიე: „რუსთავი 2“, როგორც კომერციული ტელევიზია, რომელიც ოპოზიციურად არის განწყობილი მთავრობის მიმართ; საზოგადოებრივი მაუწყებელი, რომელიც საზოგადოებისგან ფინანსდება, თუმცა წინა ხელისუფლების პირობებში, მთავრობის „გამხმოვანებლად“ გვევლინებოდა; და საპატრიარქოს ტელეარხი „ერთსულოვნება“, რომელიც კერძო ტელეარხს წარმოადგენს, ფინანსდება საპატრიარქოსგან და მისი იდეოლოგიიდან გამომდინარე საზოგადოების საჭიროებებით და პრობლემებით ყველაზე მეტად უნდა იყოს დაინტერესებული.

ანალიზი 4 კვირას გაგრძელდა, კერძოდ, 5 ივნისიდან - 2 ივლისის პერიოდში. ვანალიზებდი სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის შესახებ მომზადებული სიუჟეტების რაოდენობას, რიგითობას, ხანგრძლივობას, რესპოდენტების მრავალფეროვნებასა და შინაარსს.

„რუსთავი 2“

დაკვირვების პერიოდში ტელეკომპანია „რუსთავი 2“-ის ეთერში 4 სიუჟეტი გავიდა, რომელიც სოციალურად დაუცველ მოსახლეობას ეხებოდა.

ანალიზის პერიოდში გამოიკვეთა შემდეგი აქცენტები:

სახალხო დამცველის მიერ 2016 წლის ანგარიშში გაკეთებული აქცენტები, კერძოდ დევნილების განსახლებისა და მათი საცხოვრებლების დაბალი ხარისხის რემონტის შესახებ გამოკვეთილად და დეტალურად იყო აღწერილი „რუსთავი 2“-ის 2 სიუჟეტში. ნაჩვენები იყო ზუსტად ის პრობლემები, რომლებზეც საუბრობს სახალხო დამცველი. თუმცა, პრობლემას წარმოდგენდა რესპონდენტების მხოლოდ ერთი მხარის, ამ შემთხვევაში, დევნილების, წარმოჩენა და არ იყო პრობლემებზე პასუხისმგებელი ორგანოების წარმომადგენლების კომენტარები ნაჩვენები. რაც გვაფიქრებს ინფორმაციის ცალმხრივად გაშუქებაზე.

დანარჩენი 2 სიუჟეტი თბილისის მერიისა და გამგეობების მხრიდან თანხების არამიზნობრივ ხარჯვას ეხებოდა.

უფრო კონკრეტულად კი:

პირველი სიუჟეტი 16 ივნისს გავიდა, და რიგითობით მეშვიდე იყო. მისი ქრონომეტრაჟი 2:42 წუთი იყო. რესპონდენტების რაოდენობა - 3 - „ევროპული საქართველოს“ ლიდერები.

სიუჟეტი ეხებოდა ოპოზიციური პარტიის „ევროპული საქართველოს“ წარმომადგენლების შეხვედრას მოსახლეობასთან. შეხვედრისას პარტიის ლიდერები საუბრობდნენ იმ მილიონობით ლარზე, რომელიც სოციალურად დაუცველებს შეიძლება მოხმარდეს, პრემია-დანამტების, ავტომბილების, საწავავის, რბილი ავეჯისა და სხვა მიმართულებით თანხების დაზოგვის შემთხვევაში, თუმცა, მათი განცხადებით მთავრობას, ამის ნება არ აქვს. ლიდერებმა ისაუბრეს 18 მილიონ ლარზე, რისიშემცირებაც დედაქალაქის მერიას შაუძლია, მაგრამ არ აკეთებს. მათ ხაზი გაუსვეს,

რომ სოციალური დახმარების 150 ლარიდან 520 ლარამდე გაზრდაა შესაძლებელი, ხოლო პენსიის - 50 ლარამდე.

მეორე სიუჟეტი 18 ივნისს მერვე პოზიციით გავიდა და მისი ხანგრძლივობა 5:46 წუთი იყო. ჩაწერილი იყო 6 რესპოდენტი: დევნილთა და განსახლების მინისტრი და 5 დევნილი.

სიუჟეტი ეხებოდა ახლად აშენებულ ბინებს ბორჯომში, რომლებიც დევნლებს 2016 წლის დეკემბერში გადაეცათ და რომლის გახსნასაც დევნილთა და განსახლების მინისტრი სოზარ სუბარიც დაესწრო. თუმცა, დევნილები დღემდე ბინებში გადასვლას ვერ ახერხებენ, რადგან გაუმართავია შიდა ინფრასტრუქტურა. 6 თვის განმავლობაში ბინებში წყალი არ იყო გაშვებული. წყლის გაშვება 2 დღის წინ დაიწყო, რასაც მეოთხე სართულზე მილის გასკდომა მოჰყვა და ბინები დაიტბორა. თუმცა, მინისტრი პასუხისმგებლობას იხსნის და ხელს ინფრასტრუქტურის სამინისტროსკენ იშვერს. დევნილების განცხადებით კი, კედლები ობიანია, იატაკი რბილი, კედლები - გაბზარული და ჩამონგრეული. ამ მიზეზების გამო, 35 დევნილი ოჯახი, ახალ აშენებულ ბინებში გადასვლას ვერ ახერხებს და ძველ, სიცოცხლისთვის საშიშ, საავარიო შენობაში უწყვეტ ცხოვრება.

მესამე სიუჟეტი 29 ივნისს მეათე რიგით გავიდა და მისი ქრონომეტრაჟი 3:19 წუთი იყო. რესპოდენტების რაოდენობა შეადგენდა 6-ს, რომელთაგან 2 რესპოდენტი პოზიციის წარმომადგენლები იყვნენ, თბილისის მერი და თილისის საკრებულოს თვამჯდომარე; 3 რესპოდენტი - ოპოზიციური პარტიებიდან „ახალი საქართველო“ და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა; ერთი რესპოდენტი კი - სოციალურად დაუცველი მოქალაქე.

სიუჟეტი ეხებოდა, თუ რა კრიტერიუმებით ხდება გამგეობისგან ერთჯერადი დახმარების გაცემა სოციალურად დაუცველი ფენისთვის, ვინ იღებს სოციალურად დაუცველი ფენისთვის განკუთვნილი დამხარების თითქმის ნახევარს.

„ახალი საქართველოს“ ლიდერის განცხადებით, წლიური ბიუჯეტის თანხის 60% სოციალურად დაუცველებზე მიდის, მაგრამ დარჩენილი 40% რა კრიტერიუმით

გადაეცემათ სხვადასხვა პიროვნებას გაუგებარია. მერიაში ამ თანხის განკარგვას არ განმარტავენ, საკრებულოში კი მიაჩნიათ, რომ რაიმე სახის დარღვევის შემთხვევაში რეაგირება აუცილებლად მოხდება. ოპოზიციაში კი თვლიან, რომ სოციალურად დაუცველი მოსახლობისთვის განკუთვნილი თანხის 40 %-ს ქართული ოცნების აქტივისტები იღებენ, რომლებიც ამ თანხას არ საჭიროებენ. სოციალურად დაუცველი მოქალაქე კი აცხადებს, რომ მან გამგეობისგან უარი ერთჯერად დახმარებაზე იმ არგუმენტით მიიღო, რომ ბიუჯეტში თანხა არ იყო.

მეოთხე სიუჟეტი 1 ივლისს გავიდა, რიგით 11-ე, რომლის ხანგრძლივობა 4:01 წუთი იყო. სიუჟეტში ჩაწერილი იყო 5 რესპოდენტი: სახალხო დამცველის აპარატის წარმომადგენელი და 4 დევნილი.

სიუჟეტი ეხებოდა სიცოცხლისთვის საშიშ და ჩამონგრევის პირას მყოფ შენობებს, რომლებშიც დევნილები ცხოვრობენ. სახალხო დამცველის ანგარიშის მიხედვით ასეთი დღეს 20-მდე შენობაა. დევნილებს ამ შენობებში ცხოვრება უწევთ. ოქროყანაში ერთ-ერთ ასეთ შენობაში მცხოვრებმა დევნილმა ოჯახმა, რომელმაც დევნილთა და განსახლების სამინისტროს მიმართა, პასუხად მიიღო, რომ სამინისტრო ინფორმირებულია აღნიშნულ მდგომარეობაზე, ის შეტანილია სარეაბილტაციო შენობების ნუსხაში, მაგრამ ამ ეტაპზე სახსრები არ არის. ასევე, ცხვარიჭამიაში 10-მდე დევნილი ოჯახი დანგრეულ შენობაში ცხოვრობს, სადაც არც ბუნებრივი აირი, არც საკანალიზაციო სისტემა და არც წყალი არ არის.

მიუხედავადსამხარაულის(ლევანსამხარაულისსახელობისსასამართლოექსპერტიზისერ ოვნულიბიურო)ექსპერტიზის დასკვნისა, სადაც ნათქვამია, რომ ადგილი საცხოვრებლად საშიშია, დევნილების განცხდებით მათ ყურადღებას არავინ აქცევს.

„რუსთავი 2“-ის მიერ გაკეთებული აქცენტები სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის შესახებ ნამდვილად სწორი აქცენტების მატარებელი იყო. თუმცა, ამ შემთხვევაში გამოიკვეთა არხის პოლიტიკურად მიკერძოებელი ხასიათი. არაერთი კვლევის მიხედვით (სოციალური თემატიკა საინფორმაციო პროგრამებში, 2011 და სოციალური საკითხების გაშუქება ქართულ მედიაში, 2011),წინა ხელისუფლების

პერიოდში „რუსთავი 2“-ის ეთერში არც ერთი სიუჟეტი არ გასულა სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის შესახებ, რომელიც ნეგატიურ ხასიათს ატარებდა. შესაბამიად, როგორც ადრე (დადებითი კუთხით) ახლაც, მოცემული ტელეკომპანია მკვეთრად ავლენს პოლიტიზებულ ხასიათს.

საზოგადოებრივი მაუწყებელი

საზოგადოებრივი მაუწყებლის მთავარი საინფორმაციო გამოშვებების ანალიზისას, გამოჩნდა, რომ მეტნაკლებად ყველაზე დაბალანსებულ ახალ ამბებს, სწორედ ის ამზადებს.

ანალიზის პერიოდში საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერში გავიდა 7 სიუჟეტი, რომელიც სოციალურად დაუცველ მოსახლეობას ეხებოდა. გასული სიუჟეტები ეხებოდა, როგორც ინფრატსრიქტურულ პრობლემებს და აუმოქმედებელ სახელმწიფო პროგრამებს, ასევე სამთავრობო ინიციატივებს. თუმცა, წინა კვლევებთან შედარებით, როცა ყველა სიუჟეტი მხოლოდ სამთავრობო ინიციატივებს ეხებოდა და დადებითი ტონის მატარებელი იყო, ახლა ნამდვილად გაუმჯობესებული აღმოჩნდა სიტუაცია. სახალხო დაცმველის მიერ დასახელებული პრობლემები საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა ნაწილობრივ ასახა თავის საინფორმაციო გამოშვებებში. ასევე, საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა „რუსთავი 2“-სგან განსხვავებით, ანალიზის პერიოდში, ჟურნალისტიკის საორგანიზაციო ფუნქციაც პირნათლად შეასრულა და საციალურად დაუცველი მოსახლეობას მათთვის ახალ ამოქმედებულ პროგრამებზე დეტალური ინფორმაცია მიაწოდა.

უფრო კონკრეტულად კი:

პირველი სიუჟეტი 12 ივნისს გავიდა, რიგით მერვე და მისი ქრონომეტრაჟი 4:47 წუთი იყო. სიუჟეტში ჩაწერილი იყო 3 რესპონდენტი: პარლამენტის ჯანდაცვის კომიტეტის თავმჯდომარე, ორი ექსპერტი - ეკონომისტი და სტატისტიკოსი.

სიუჟეტი ეხებოდა საქსტატის ინფორმაციას, რომლის მიხედვით, სოციალური უთანასწორობის მაჩვენებლიგაუარესებულა. 2007 წლიდან ეს მაჩვენებელი მცირდებოდა, თუმცა 2016 წელს დაიწყო მატება.

მეორე სიუჟეტი, მეშვიდე რიგით, 14 ივნისს გავიდა და მისი ხანგრძლივობა 3:36 წუთი იყო. ჩაწერილი იყო 8 რესპონდენტი : საქართველოს პრემიერ-მინისტრი, პარლამენტის ჯანდაცვის კომიტეტის თავმჯდომარის მოადგილე, ექსპერტი-ეკონომისტი, პედაგოგი, გაეროს მოსახლეობის ფონდის საქართველოს ოფისის ხელმძღვანელი, 3 პენსიონერი.

სიუჟეტი ეხებოდა აუმოქმედებელ სახელმწიფო პროგრამას, რომელიც პენსიონერების დასაქმების ხელშეწყობას გულისხმობს. პროგრამა ერთი წლის წინ იყო დაანონსებული და მიმდინარე წელს დაიწყება, თუმცა ექსპერტები უმუშევრობის დონის გათვალისწინებით პროგრამის მიმართ სკეპტიკურად არიან განწყობილები.

სიუჟეტის მიხედვით, ქვეყანაში 760 000 პენსიონერია, საიდანაც 452 000 დასაქმების მსურველია. სიუჟეტში ნათქვამია, რომ სოფლებში მცხოვრები პენსიონრები თავს უმუშევრად მიიჩნევენ, თუმცა ოფიციალური სტატისტიკა მათ თვითდასაქმებულად თვლის. თვითონ პენსიონერები მიესალმებიან აღნიშნულ პროგრამას, თუმცა ეკონომიკსტების აზრით, ქვეყანაში სადაც უმუშევრობა ერთ-ერთი უმთავრესი პრობლემაა, აქცენტი ახალაზრდებზე უნდა გაკეთდეს.

მესამე სიუჟეტი 16 ივნისს გავიდა, რიგით მეხუთე, რომლის ხანგრძლივობა 3:26 წუთი იყო. ჩაწერილი იყო 4 რესპონდენტი და გამოკითხული იყო 4 გამვლელი: საქსტატის სოციალური სტატისტიკის სამმართველოს ხელმძღვანელი; ექსპერტი-ეკონომისტი; კახეთის მცხოვრები-თვითდასაქმებული; პედაგოგთა საკოორდინაციო ცენტრის ხელმძღვანელი.

სიუჟეტი ეხებოდა საშუალო ხელფასს საქართველოში. სიუჟეტის მიხედვით ყველაზე მაღალი ხელფასები საფინანსო სექტორშია, სადაც ანაზღაურება საშუალოდ 2000 ლარია. ყველაზე დაბალ ანაზღაურებადი კი განათლებისა და სოფლის მეურნეობის სფეროებია. სიუჟეტში ნათქვამია, რომ განსხვავებებია ხელფასებში სქესის მიხედვით. საშუალო

ხელფასი 989 ლარია საქართველოს მოსახლეობის 50% კი თვითდასაქმებულია. სიუჟეტის მიხედვით განათლებაში საშუალო შეოსავალი 564 ლარია. რაც შეეხება სქესის მიხედვით სახელფასო განაკვეთს, მამაკაცების ხელფასი საშუალოდ ქალებისაზე 430 ლარით მეტია. თუმცა, ექსპერტის აზრით, ამის მიზეზი ისაა, რომ „ტოპმენჯმენეტის“ 80 %-ს კაცები შეადგენენ.

მეოთხე სიუჟეტი მე-14-ე რიგითობით 17 ივნისს გავიდა და მისი ხანგრძლივობა 1:37 წუთი იყო.

ჩაწერილი იყო 3 რესპონდენტი : მერიის შშმ პირთა საკითხებზე მომუშავე საბჭოს აღმასრულებელი მდივანი, მუშტაიდის ბაღის გენერალური დირექტორი, შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირი.

სიუჟეტი ეხებოდა ღონისძიებას - „აქტიური ცოხვრება ჩემი სტიქიაა“. ამ სახელწოდებით შშმ პირებისთვის მუშტაედის ბაღში სხვადასხვა აქტივობა მოეწყო. გაიმართა სპორტული შეჯიბრებები. ღონისძიება კონცერტმა დაასრულა, რომელშიც მონაწილეობას უსინათლოებმა და ეტლით მოსარგებლებმა მიიღეს.

მეხუთე სიუჟეტი ასევე 17 ივნისს მე-15-ე რიგით გავიდა და მისი ხანგრძლივობა 1:05 წუთი იყო.

ჩაწერილი იყო 2 რესპონდენტი: საპარლამენტო უმრავლესობის წევრი და - საქართველოს პარაოლიმპიური კომიტეტის თავამჯდომარე.

სიუჟეტი ეხებოდა პარაოლიმპიურტურნირს, რომელიც შშმ პირებისთვის მიძღვნილი დღისათვის ჩატარდა.

მეექვსე სიუჟეტი მე-9 რიგითობით, 20 ივნისს გავიდა და მისი ხანგრძლივობა 3:55 წუთი იყო. ჩაწერილი იყო 7 რესპონდენტი : პარლამენტის უმრავლესობის წევრი, მთის განვითარების ეროვნული საბჭოს მდივანი, თეთრიწყაროს საჯარო სკოლის დირექტორი, 3 მაღალმთიანი სოფლის მცხოვრები.

სიუჟეტი ეხებოდა მაღალმთიანი სოფლების პრობლემებს. სიუჟეტის მიხედვით ახალი კანონმდებლობით გათვალისწინებული სოციალური შეღავათები შიდა მიგრაციის პრობლემას ჯერ ვერ აგვარებს. მაღალმთიანი დასახლების სტატუსის მიღების შემდეგ ინფრასტრუქტურის მოწესრიგება კვლავ პრობლემად რჩება რაც ახაგაზრდების გადინებას იწვევს. ასევე, გადინების პრობლემას ხელს უწყობს ტრანსპორტის არარსებობა, გაფუჭებული გზები და მოუწესრიგებელი ინფრასტრუქტურა. სიუჟეტში ნათქვამია, რომ თეთრიწყაროდან გადინება ახალაზრდების ნაკლებია, რაც მცირე საწარმოების არსებობით აიხსნება. მთავრობის წევრების განმარტებით ამ თემაზე მუშაობა მიდმინარეობს. კანონი მცირე მეწარმეებს საგადასახადო შეღავათებს სთავაზობს. თუმცა, მოსახლების აზით მცირე მეწარმეობისთვის ჯერ ინფრასტრუქტურული პრობლემების მოგვარებაა საჭირო.

მეშვიდე სიუჟეტი 30 ივნისს მეექვსე რიგით გავიდა და მისი ხანგრძლივობა 3:15 წუთი იყო.

სიუჟეტი ეხებოდა ქრონიკული დაავადებების მქონე სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის სამკურნალო მედიკამენტებით უზრუნველყოფის პროგრამის ამოქმედებას, რომლის შესახებაც შრომის, ჯანრთელობისა და სოციალური დაცვის სამინისტროში ბრიფინგო გაიმართა, სადაც დეტალურად იყო წამლების მიღებთან დაკავშირებულ სტანდარტები. აღნიშნული წამლებით სარგებლობა შეეძლება ყველა სოციალურად დაუცველ პირს, რომლის ოჯახის სარეიტინგო ქულა 0-დან 100 000-მდე მერყეობს. საქმე ეხება 4 ქრონიკულ დაავადებას: გულსისძარღვთა, ფილტვის, ფარისებრი ჯირკვლისა და მეორე ტიპის დიაბეტისთვის განკუთვნილ 13 პრეპარატს, რომლებიც პროგრამაში დარეგისტრირების შემდეგ, სოციალურად დაუცველ მოსახლეობას მაქსიმუმ 1 ლარი დაუჯდება.

საპატრიარქოს ტელევიზია „ერთსულოვნება“

დაკვირვების პერიოდში, „ერთსულოვნების“ ეთერში 6 სიუჟეტი გავიდა სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის შესახებ.

ტელეარხზე გასული სიუჟეტების 100% მხოლოდ სამთავრობო სტრუქტურების ინციატივებს ეხებოდა. სიუჟეტების უმრავლესობაში, გამოყენებული იყო დადებითი ტონი, რომელიც გამყარებული იყო შესაბამის ვიზუალური მასალით. არ გასულა არც ერთი სიუჟეტი სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის პრობლემებზე ან მათ საჭიროებებზე. თუმცა ანალიზის პერიოდში გამოიხატა ერთი დადებითი მხარე. თუ არ ჩავთვლით სიუჟეტების მხოლოდ პოზიტიურ ხასიათს, „ერთსულოვნება“ ყველაზე მეტ საეთერო დროს უთმობს სოციალურად დაუცველ ფენას. იმას თუ გავითვალისწინებთ, რომ მათი მთავარი საინფორმაციო გამოშვება მაქსიმუმ 20 წუთს გრძელდება და დღეში მაქსიმუმ 6 სიუჟეტი გადის, ამ 4 კვირის განმავლობაში ყველაზე დიდი დრო სოციალურად დაცუველი მოსახლეობის თემატიკას სწორედ „ერთსულოვნებამ“ დაუთმო.

უფრო კონკრეტულად კი:

პირველი სიუჟეტი 19 ივნისს გავიდა რიგით მეხუთე და მისი ხანგრძლივობა 2:36 წუთი იყო. ჩაწერილი იყო 3 რესპონდენტი: საპარლამენტო უმრავლესობის წევრი; თბილისის საქალაქო სამსახურის უფორისი; შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირი.

სიუჟეტის მიხედვით - შშმ პირები პარკრების ახალი ნიშნებით ისარგებლებენ. მერიის სატრანსპორტო კომპანიის ცვლილება გულისხმობს, ახალი ნიშნულების გადაცემას შშმპირებისთვის. აღსანიშნავია, რომ აქამდე მხოლოდ შშმ პირისა და მისი მეურვის სახელზე რეგისტრირებული მანქანით შეიძლებოდა სპეციალურ ზონაში პარკირება, ახალი ინიციატივით კი, შშმ პირებს გადაეცათ სპეციალური საპარკინგე ნიშნები, რომლებითაც სხვადასხვა მანქანით შეიძლება სპეციალური პარკინგის გამოყენებას.

მეორე სიუჟეტი 20 ივნისს მეოთხე რიგით გავიდა და მისი ხანგრძლივობა 2:11 წუთი იყო. ჩაწერილი იყო 3 რესპონდენტი: კულტურის და ძეგლთა დაცვის მინისტრი; თბილისის მერიის ტრანსპორტის საქალაქო სამსახურის უფროსი; კოლაიცია დამოუკიდებელი ცხოვრებისთვის წარმომადგენელი.

სიუჟეტი ეხებოდა კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტროს ინიციატივას :კულტურულ და შემოქმედებით ცხოვრებაში შშმ პირების ჩართულობისთვის სამინისტრომ გზამკვლევი შეიუმიშავა, რომლის მიზანი განსაკუთრებული საჭიროების მქონე პირების თანაბარი ინტეგრაციაა.

მესამე სიუჟეტი 23 ივნისს გავიდა მეხუთე რიგით და მისი ხანგრძლივობა 1:16 წუთი იყო. ჩაწერილი იყო 2 რესპონდენტი: შერიგებისა და სამოქალაქო თანასწორობის საკითხებში სახელმწიფო მინისტრი; გადაუდებელი სამედიცინო დახმარების ცენტრის დირექტორი.

სიუჟეტში საუბარი იყო შრომის, ჯანრთელობისა და სოციალური დაცვის სამინისტროს მიერ ჩატარებულ უფასო სამედიცინო გასინჯვაზე და ც ჰეპატიტის სკრინინგზე ქარელის მუნიციპალიტეტის სოფელ ავლევიში, სადაც მოსახლეობას ასევე სამედიცინო პრეპარატები გადაეცათ.

მეოთხე სიუჟეტი 26 ივნისს გავიდა რიგით მეხუთე და მისი ხანგრძლივობა 1:25 წუთი იყო.

ჩაწერილი იყო ერთი რესპონდენტი - დევნილთა და განსახლების მინისტრი.

სიუჟეტე ეხებოდა „სოფლად სახლის" პროექტის ფარგლებში დევნილთა და განსახლების მინისტრმა სოზარ სუბარმა სოფლებში შესყიდული საღებები და მცირე მეწარმეობის დასაწყებად დაფინანსებული პროექტები მოინახულა. სიუჟეტში ნათქვამია რომ სამინისტრომ სამეგრელოში სახლები 649 ოჯახს შეუძინა. სიუჟეტში აღნიშნულია, რომ ინიციატივის ფარგლებში დევნილები საცხოვრებელს მთელი საქართველოს მასშტაბით თვითონ არჩევენ. მცირე მეწარმეობისთვის კი დევნილებს გრანტები გადაეცემათ.

მეხუთე სიუჟეტი 30 ივნისს მეხუთე რიგით გავიდა და მისი ხანგრძლივობა 1:16 წუთი იყო.

სიუჟეტი ეხებოდა ქრონიკული დაავადებების მქონე სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის სამკურნალო მედიკამენტებით უზრუნველყოფის პროგრამის ამოქმედებას, რომლის შესახებაც შრომის, ჯანრთელობისა და სოციალური დაცვის სამინისტროში ბრიფინგო გაიმართა, სადაც დეტალურად იყო წამლების მიღებასთან დაკავშირებულ სტანდარტები. აღნიშნული წამლებით სარგებლობა შეეძლება ყველა სოციალურად დაუცველი პირს, რომლის სარეიტინგო ქულა 0-დან 100 000-მდე მერყეობს. საქმე ეხება 4 ქრონიკულ დაავადებას: გულ-სისძარღვთა, ფილტვის, ფარისებრი ჯირკვლისა და მეორე ტიპის დიაბეტისთვის განკუთვნილ 13 პრეპარატს.

მეექვსე სიუჟეტი მესამე რიგითობით 1 ივლისს გავიდა და მისი ხანგრძლივობა 1:54 წუთი იყო. გამოკითხული იყო 2 რესპონდენტი არასამათავრობო ორგანიზაციის „დემოკრატიული განვითარებისა და ინიციატივების ცენტრის აღმასრულებელი დირექტორი; სოფელ გლადინის მცირე საოჯახო ტიპის სახლის ლიდერი.

სიუჟეტში საუბარი იყო რიყის პარკის ტერიტორიაზე, ხელოვნება გვამეგობრებს ფეისტივალის გაიმართა.

ღონისძიებაზე შშმ პირების მოხუცთა და ბავშვთა სახლების ბენეფიციარების სხვადასხვახელნაკეთი ნივთები გამოიფინა. ექსპოზიცია საქველმოქმედო იყო და შემოსული თანხა მათ საჭიროებებს მოხმარდება. არასამათავრობო ორგანიზაციის „დემოკრატიული განვითარებისა და ინიციატივების ცენტრის“ ორგანიზებით გაიმართა.

მოსახლეობის გამოკითხვა

არსებული კვლევებისა და ახლანდელი ანალიზისშემდეგ, საინტერესო იყო: რას ფიქრობდა მოსახლეობა, რამდენად რელევანტურად მიაჩნია საზოგადოებას ტელესივრცეში გაჟღერებული სოციალური თემატიკა და ასახავს თუ არა ტელეარხები სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის პრობლემებს რეალურად; მიაჩნიათ თუ არა მათ, რომ ტელეარხები მანიპულირებენ აღნიშნული თემით და საკუთარი ინტერესებიდან გამომდინარე აშუქებენ საკითხებს და არა სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის პრობლემატიკიდან გამომდინარე.

გამოკითხვე ტელე-საინფორმაციო გამოშვებების მაყურებელი ადამიანები. ჯამში 160 პიროვნება, რომელთა ასაკი შემდგნაირად გადანაწილდა : 35.2 % - 26-30 წლამდე; 23.9 % - 18-25 წლამდე; 14.5 % - 31-40 წლამდე; 13.2% - 41-50 წლამდე; 8.2 % - 51-60 წლამდე და 5% - 61+. გამოკითხულებიდან 72.8 % ქალებმა შეადგინეს, 26.6% პროცენტი კი - მამაკაცებმა.

კითხვაზე, თუ რომელი ტელეარხის საინფორმაციო გამოშვებას უყურებთ ყველაზე ხშირად, 37.7%-მა „რუსთავი 2“ დაასახელა; 28.9%-მა პასუხების ვარიანტებიდან „სხვა“ ველი შემოხაზა; 15.7%-ს გაუჭირდა პასუხის გაცემა, ხოლო 9.4% საზოგადოებრივი მაუწყებლის საინფორმაციო გამოშვებას ადევნებს თვალყურს; 6.3% პასუხზე უარი განაცხადა, ხოლო ერთსულოვნების მაყურებელმა 1.9 % შეადგინა.

კითხვაზე, თუ რამდენად ხშირად ეთმობა ტელესივრცე სოციალური საკითხების გაშუქებას, 28.9%-მა უარი განაცხადა პასუხზე; 23.3 %-ის აზრით, ტელესივრცე სოციალური საკითხების გაშუქებას ხშირად ეთმობა; 17% კი მიიჩნევს, რომ იშვიათად ეთმობა; 13.2% -ის აზრით, უფრო ხშირად ეთმობა, ვიდრე იშვიათად; 9.4%-ს კი გაუჭირდა პასუხის გაცემა. 5.7%-მა მიიჩნია, რომ ეთერი სოციალურ საკითხებს ძალიან ხშირად ეთმობა, 1.9%-მა კი -ძალიან იშვიათად; 0.6 %-მა უარი განაცხადა პასუხზე.

კითხვაზე, თუ რამდენად ხშირად ეთმობა ტელესივრცე სოციალურად დაუცველი ფენის საკითხების გაშუქებას: 30.8%-მა უარი განაცხადა პასუხზე; 23.3%-ის აზრით დრო იშვიათად ეთმობათ; 18.2% მიიჩნევს, რომ დრო ხშირად არის დათმობილი. მას მოჰყვება 10.1%-ით რესპონდენტები, ვისაც მიაჩნიათ, რომ დრო უფრო ხშირად ეთმობათ, ვიდრე იშვიათად; 8.8%-ს გაუჭირდა პასუხის გაცემა; 5.7%-ს მიაჩნია, რომ დრო ძალიან იშვიათად ეთმობა, ხოლო 3.1% ძალიან ხშირად დათმობას ემხრობა.

კითხვაზე, თუ რომელი ტელეარხი უთმობს ყველაზე დიდ როლს სოციალურად დაუცველი ფენის პრობლემების საკითხების გაშუქებას: 43.7%-ს გაუჭირდა პასუხის გაცემა; 29.1% მიიჩნევს, რომ ყველაზე დიდ როლს მათი პრობლემების გაშუქებას ტელეკომპანია „რუსთავი 2“ უთმობს; მას მოჰყვება 17.7%-ით საზოგადოებრივი მაუწყებელი; 5.1%-მა არჩევანი „სხვა“-ზე შეაჩერა; 2.5%-ის აზრით, ტელეკომპანია ერთსულოვნება; 1.9%-მა კი უარი განაცხადა პასუხზე.

კითხვაზე, შეინიშნება თუ არა სოციალურად დაუცველი ფენის ზრდის ტენდენცია: 58.9 %-მა დადებითი პასუხი გასცა; 25.9 %-ს გაუჭირდა პასუხის გაცემა, ხოლო 15.2%-ს მიაჩნია რომ არ შეიმჩნევა.

კითხვაზე, მოიმატა თუ არა სოციალურად დაუცველი საკითხების გაშუქებამ ქართულ ტელესივრცეში ბოლო 5 წლის განმავლობაში: 48.7%-მა დადებითად უპასუხა; 33.5%-ს გაუჭირდა პასუხის გაცემა; 16.5% კი მიიჩნევს, რომ არ მოუმატა; 1.3%-მა კი უარი განაცხადა პასუხზე.

კითხვაზე, რამდენად შეესაბამება ქართული ტელეარხების მიერ სოციალურად დაუცველი ფენის საკითხების გაშუქება მათ რეალურ მდგომარეობას და პრობლემებს, 26.3%-ის აზრი უფრო არ შეესაბამება, ვიდრე კი. მას მოსდევს 24.4%-ით უფრო შეესაბამება ვიდრე არა; 17.9%-ის აზრით კი შეესაბამება. 13.5%-ს გაუჭირდა პასუხის გაცემა, 12.2%-ის აზრით კი არ შეესაბამება. 5.8%-მა კი გადაწყვიტა, რომ სრულად შეესაბამება.

კითხვაზე, რამდენად პოლიტიზებულია სოციალურად დაუცველი ფენის საკითხების გაშუქება სხვადასხვა ტელეარხის სარედაქციო პოლიტიკის გათვალისწინებით: უმრავლესობის - 36.1%-ის აზრით უფრო პოლიტიზირებულია, ვიდრე არა; ამას მოსდევს 24.7%-ით ადამიანები ვინც მიიჩნევენ, რომ პოლიტიზებულია და 18.4%, რომელიც მიიჩნევს, რომ სრულად პოლიტიზებულია; 10.1%-ს გაუჭირდა პასუხის გაცემა; 5.7%-მა კი მიიჩნია, რომ უფრო არ არის პოლიტიზებული ვიდრე კი; 4.4%-ის აზრით კი, პოლიტიზებული არ არის; 0.6%-მა განაცხადა, რომ სრულად არა პოლიტიზებული.

კითხვაზე, თუ რომელი ტელეარხი ავლენს სოციალურად დაუცველი საკითხების გაშუქებისას მიკერძოებულ, პოლიტიკურ ხასიათს: უმრავლესობის - 57.6%-ის აზრით „რუსთავი 2“; 34.2%-ს გაუჭირდა პასუხის გაცემა; 3.8%-მა კი, უარი განაცხადა პასუხზე; 3.2 % მიიჩნევს, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებელი ავლენს, ხოლო 1.3%-ის აზრით „ერთსულოვნება“.

გამოკითხვის შედეგების ანალიზისას, ნათლად ჩანს, რომ ჩამოთვლილი ტელევიზიებიდან გამოკითხულთა უმრავლესობა „რუსთავი 2“-ის საინფორმაციო გამოშვებას უყურებს. ასევე, უმრავლესობის აზრით გამოიკვეთა, რომ სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის თემებს ყველაზე მეტ დროს „რუსთავი 2“ უთმობს. უმრავლესობა, ასევე მიიჩნევს, რომ შეინიშნება სოციალურად დაუცველი ფენის ზრდის ტენდენცია. თუმცა, ასევე უმრავლესობის აზრით, სწორედ ბოლო 5 წლის განმავლობაში იმატა ტელევიზორცეში სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის საკითხების გაშუქებამ. ეს პერიოდი, კი ხელისუფლების ცვლილების პერიოდს ემთხვევა და „რუსთავი 2“-ის სარედაქციო პოლიტიკის რადიკალურ ცვლილებას. შესაბამისად, გამოკითხულთა უმრავლესობა, რომლებიც ინფორმაცია „რუსთავი 2“-დან იღებენ ხედავენ გახშირებულ აქცენტებს სოციალურად დაუცველ ფენაზე, თუმცა, ასევე უმრავლესობა მიიჩნევს, რომ სწორედ „რუსთავი 2“ ავლენს სოციალურად დაუცველი საკითხების გაშუქებისას მიკერძოებულ, პოლიტიკურ ხასიათს. (დადებითი პოლიტიზებულობიდან უარყოფით პოლიტიზებამდე გადასვლას).

სიღრმისეული ინტერვიუ

ინტერვიული ჩავწერე 2 მედია ექსპერტთან, (რომლებიც აღნიშნული მყავს შედეგი ინიციალებით : E1 და E2 . ორივე ექსპერტი წლებია მოღვაწეობენ ჟურნალისტიკაში. E1 - საგამომიებო ჟურნალისტიკაში და მედია კვლევარია E2 კი ტელე-რადიო ჟურნალისტიკის სპეციალისტია. ინტერვიუების დროს გამოიკვეთა შემეგი მნიშვნელოვანი აქცენტები:

ორივე მკვლევარის აზრით, მთავრობა ადრეც ერეოდა და ახლაც ერევა ტელეკომპანიების სარედაქციო დამოუკიდებლობაში. E1-მა ხაზი გაუსვა, რომ ჩარევა სულ ხდებოდა, თუმცა წინა ხელისუფლების პირობებში ეს ჩარევა მკაცრი, ხისტი და ცალსახად წასაკითხი იყო. რაც შეეხება ეხლანდელი სიტუაციას, მკვლევარის აზრით, ჩარევა ამ ხელისუფლების პირობებშიც ხდება, უბრალოდ უფრო დახვეწილად, ისე რომ ძნელია დაამტკიცო მათი ჩარევა. ეს იმდენად შენიღბულია, რომ ძნელია მოედავო. ექსპერტის აზრით, ამის კარგ მაგალითს ტელეკომპანია „იმედი“ წარმოადგენს, რომლის მაგალითად „ეკა ხოფერიას თოქ-შოუ“ E1-ს აზრით, ხელისუფლების პიარდანამატად შეიძლება ჩავთვალოთ.

E2-მა აღნიშნა, რომ თუ სარედაქციო პოლიტიკას დავაკვირდებით, არცთუ ისე რთული გასაშიფრია, რომ დღეს ისევ პოლიტიზირებულია მედია, როგორც პოლიტიზირებული იყო ადრე. ტელემდია როგორც იყო, ახლაც დარჩა პოლიტიზირებულად, ანუ ორ უკიდურეს მხარეს მდგომად. მან ხაზი გაუსვა, რომ სიტუაცია არ შეცვლილა, უბრალოდ მოხდა რევერსირება. თუ ადრე, იყო დავუსვათ „რუსთავი 2“ და „ტაბულა“ წინა ხელისუფლების მხარდამჭერი ტელევიზიები, ახლა ისინი არიან ოპოზიციური პოლიტიკური ძალების „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობისა“ და „ევროპული საქართველოს“ მხარდამჭერები.

კვლევის ობიექტებიდან თუ რომელი უთმობს ყველაზე მეტ დროს სოციალურად დაუცველ ფენას, ორივე ექსპერტმა აღნიშნა, რომ სამწუხაროდ საპატრიარქოს

ტელევიზიას არ უყურებენ იმ სიხშირით, რომ კონკრეტული დასკვნები გამოიტანონ. თუმცა რაც შეეხება საზოგადოებრივის და რუსთავი 2-ს, ამ უკანასკნელზე E1-მა აღნიშნა, რომ ახლა უკვე გაცილებით დიდ დროს სოციალური საკითხების გაშუქებას სწორედ რუსთავი 2 უთმობს, თუმცა მას არ ჩამოუვარდება არც საზოგადოებრივი მაუწყებელი. მას აქვე ისიც აღნიშნა, რომ საზოგადოებრივი გაცილებით უფრო ხარისხიან სიუჟეტებს ამზადებს სოციალურად დაუცველ ფენაზე ვიდრე რუსთავი 2, ამის მიზეზი კი დაასახელა ის, რომ რუსთავი 2 განზრახ ამძიმებს, ისედაც მძიმე ფონს ამ ხელიუფლების უნიათობის და გულგრილობის ჩვენების მოტივით და სიუჟეტებს პოლიტიკურ კონტექსტში სვამს. ორივე ექსპერტმა ხაზი გაუსვა, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებელი თავისუფალია ამ მიკერძოებულობისაგან. ის არ იყენებს საპროპაგანდო და სამანიპულაციო ხერხებს და მის მიერ მომზადებული სიუჟეტები უფრო ინფორმაციულია.

კითხვაზე, მოიმატა თუ არა სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის საკითხების გაშუქებამ ტელემედიაში ბოლო 5 წლის მანძილზე, ორივე მედიამკვლევარმა ცალსახად აღნიშნა, რომ მოიმატა და ამის მიზეზად რუსთავი 2-ის მიერ 2004 წლიდან 2012 წლამდე მოსახლეობის პრობლემების იგნორირება დაასახელა, რასაც E2-ის აზრით 2007 წლიდან იმედიც შეუერთდა. მთელ ამ პერიოდში, ყველა მედიასაშუალება (თუ არ ჩავთვლით მაესტროს და კავკასიას) ემსახურებოდა პროსახელისუფლებო ინტერესებს. შედეგად კი არ ხდებოდა პრობლემების გაშუქება.

E2-მა აღნიშნა, რომ მედიის 5 ძირითადი ფუნქციიდან ერთ-ერთი არის საორგანიზაციო ფუნქცია, რომელიც მნიშველოვანია გამოყვლებული იყოს სოციალური საკითხების გაშუქებისას. თუმცა სამწუხაროდ, რუსთავი 2 არ არის დაინტერესებული მიაწოდოს ხალხს ინფორმაცია.

მოსაზრებაზე, რომ მთავრობისა და მედიის მფლობელების ინტერესები უფრო მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს სიუჟეტების მომზადებაზე ვიდრე თვითონ პრობლემის არსი, ორივე მედიაექსპერტმა აღნიშნა, რომ ძირითად შემთხვევაში ასეც ხდება, თუმცა ამას ვერ იტყოდნენ საზოგადოებრივ მაუწყებელზე. E1-მა ასევე აღნიშნა, რომ

სოციალურად დაუცველი ფენის საკითხების გაშუქებას ხვადასხვა ტელეარხის სარედაქციო პოლიტიკის გათვალისწინებით პოლიტიზირებულია, თუმცა საზოგადოებრივი მაუწყებლის შემთხვევაში ყველაზე ნაკლებად.

დასკვნითი ნაწილი

მოსახლეობის გამოკითხვის შედეგების მიხედვით, უმრავლესობა 48,7 % მიიჩნევს, რომ ბოლო 5 წლის განმავლობაში სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის საკითხების გაშუქებამ იმატა. ასევე, გამოკითხულთა უმრავლესობა ჩამოთვლილთაგან (რუსთავი 2, საზოგადოებრივი მაუწყებელი და ერთსულოვნება) რუსთავი 2-ის საინფორმაციო გამოშვებას უყურებს. საინტერესოა, რომ წინა წლებში ჩატარებული სხვადასხვა კვლევის მიხედვითაც, უმრავლესობა რუსთავი 2-ის მაყურებელი იყო. თუმცა კვლევების შედეგების მიხედვით, სიუჟეტები რუსთავი 2-ის ეთერში მხოლოდ პოზიტიურ ან ნეიტრალურ ხასიათს ატარებდა. მაშინ როცა, ჩემი ანალიზის პერიოდში გასული ყველა სიუჟეტი სოციალურად დაუცველი ფენის პრობლემებზე და სახელისუფლებო უწყებების უყურადღებობაზე და საკუთარი მოვალეობების არაჯეროვან შესრულებაზე იყო აგებული. საქმე გვაქვს ერთი უკიდურესობიდან მეორეში გადასვლაზე. ერთია, როცა ტელეარხი არ აშუქებს სახელისუფლებო ინციტივებს და მეორე როცა ტელევიზია გამიზნულად არ აწვდის საზოგადოებას მისთვის უაღერსად საჭირო სიახლეებს, რადგან ის მთავრობისგან არის ინიცირებული. ანალიზის პერიოდში, იყო ერთი სიუჟეტი, რომელიც ნებისმიერი ტელეარხის საინფორმაციო გამოშვებაში უნდა მოხვედრილიყო (რომელიც მოხვდა, როგორც საზოგადოებრივი მაუწყებლის, ისე ერთსულოვნების მთავარ საინფორმაციო გამოშვებაში), რადგან სოციალურად დაუცველი ფენისთვის ამოქმედებულ ახალ პროგრამას ეხებოდა, რომლის მხიედვით, პირველი ივლისიდან 4 ქრონიკული დაავადების : გულსისხლძარღვთა, ფილტვების, ფარისებრი ჯირკვლისა და მეორე ტიპის დიაბეტის 14 მედიკამენტი სოციალურად დაუცველ მოსახლეობას თითქმის უსასყიდლოდ, 1 ლარად გადაეცემოდა.

საზოგადოებრივი მაუწყებლისა და ერთსულოვნების ეთერში გასულ სიუჟეტებში დეტალურად იყო ახსნილი ის პროცედურები, რომლის გავლაც დასჭირდებოდა

სოციალურად დაუცველებს პროგრამაში ჩასართავად. ამგვარი სიუჟეტი, მთელი მოსახლეობის და კონკრეტული სამიზნე ჯგუფის ინფორმირებას ისახავს მიზნად. საუბარია იმ ინფორმაციაზე, რომლის ცოდნა სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია სოციალურად დაუცველი მოსახლეობისათვის. ამ ქმედებით, ცალსახად გამოჩნდა რუსთავი 2-ის მიკერძოებული და ტენდენციური პოლიტიკა ახალი ამბების მოსამზადებლად. მედია, რომელიც საზოგადოების ინფორმატორად უნდა გვევლინებოდეს, საქმე ფაქტების შეგნებულ დამალვასა და იგნორირებასთან გვაქვს. მედიაექსპერტებმაც აღნიშნეს, რომ „რუსთავი 2“ არ არის დაინტერესებული საზოგადოების ინფორმირებით, რასაც ზემოთ აღნიშნული ფაქტიც ადასტურებს. ამას ემატება მოსახლეობის აზრიც, რომ სწორედ „რუსთავი 2“ ავლენს, მიკერძოებულ პოლიტიკურ ხასიათს სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის საკითხების გაშუქებისას. ანალიზისას გამოვლინდა, რომ ზემოთ აღნიშნული ტელევიზია სოციალურად დაუცველი ფენის პრობლემების გაშუქებას იყენებს მოქმედი ხელისუფლების უნიათობის დასამტკიცებლად და რეალურად მათი პრობლემებით დიანტერესებული არ არის.

შესაბამისად რუსთავი 2-თან მიმართებაში ჩემი საკვლევი ჰიპოთეზა გამართლდა.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის საინფორმაციო გამოშვებების ანალიზისა და მედია-ექსპერტებთან საუბრის შემდეგ, შემიძლია ვთქვა, რომ ჩემი საკვლევი ჰიპოთეზა, ამ არხთან მიმართებაში არ გამართლდა. 2011 წლის კვლევების შედეგების გაცნობისას, საზოგადოებრივი მაუწყებლის, ისევე როგორც რუსთავი 2-სა და იმედის ეთერში ერთნარი, მხოლოდ პოზიტიური შინაარსის სიუჟეტები გადიოდა სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის შესახებ. მიუხედავად იმისა, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებელი თავისუფალი უნდა იყოს რომელიმე პოლიტიკური ძალის ინტერესების გატარებისგან, წლების განმავლობაში ეს ასე არ იყო. შესაბამისად, მხოლოდნი ახლაც ასეთი მქონდა. თუმცა, ანალიზის პერიოდში გასული 7 სიუჟეტიდან, რომლებიც სოციალურად დაუცველ მოსახლეობას ეხებოდა, 4 სიუჟეტი არ ამოქმედებულ პროგრამებს, გაუარესებულ საცხოვრებელ და გარემო პირობებს და მოუწესრიგებელ

ინფრასტრუქტურას ეხებოდა. დარჩენილი 3 სიუჟეტიდანაც, არც ერთი სიუჟეტი არ ატარებდა მთავრობის აქტივობისა თუ ინიციატივის პროპაგანდას და ნეიტრალურ ტონს ინარჩუნებდა.

სამწუხაროდ, საზოგადოებრივ მაუწყებელს არ ჰყავს იმდენი მაყურებელი, რამდენიც „რუსთავი 2“-ს და შესაბამისად გამიჭირდა მოსახლეობის დამოკიდებულებების გამოვლენა მათი საინფორმაციო გამოშვებების მიმართ. თუმცა, მედიაექსპერტების აზრით, დღეს საქართველოში ყველაზე დაბალანსებულ, ნაკლებად პოლიტიზებულ სტანდარტებთან მიახლოებულ ახალ ამბებს, სწორედ საზოგადოებრივი მაუწყებელი ამზადებს.

რაც შეეხება საპატრიარქოს ტელევიზიას „ერთსულოვნება“, მინიმალური მაყურებლის რაოდენობის გამო, ასევე, იმის გამო რომ მედიაექსპერტები ნაკლებად იყვნენ ამ არხის საინფორმაციო გამოშვების მაყურებლები, დასკვნას მხოლოდ გაანალიზებულ სიუჟეტებზე ვაგებ. „ერთსულოვნებამ“ საკმაოდ დიდი დრო დაუთმო სოციალურად დაუცველ ფენას თავის საინფორმაციო გამოშვებებში. მართალია მთავარი საინფორმაციო გამოშვებები 12-დან 20 წუთამდე მერყებდა, მაგრამ დათმობილი დროის 100 % მხოლოდ სამთავრობო ინიციატივებს მოიცავდა. არც ერთი სიუჟეტი არ ეხებოდა უშუალოდ პრობლემებს ან სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის საჭიროებებს. ერთი შეხედვით, ამ არხის მაყურებლებისთვის არ არსებობს სოციალური პრობლემები, რადგან ტელეკომპანია მხოლოდ დადებითი ფონის და შინაარსის სიუჟეტებს უშვებს ეთერში. აქედან გამომდინარე „ერთსულოვნება“ თავის მხრივ ავლენს პროპოლიტიკურ ტენდეციებს, რაზეც მისი სიუჟეტების შინაარსი მეტყველებს

შესაბამისად, ჩემი საკვლევი ჰიპოთეზა ნაწილობრივ გამართლდა. აღმოჩნდა, რომ ყველა ტელევიზია სოციალურად დაუცველი ფენის მოსახლეობის შესახებ მომზადებული სიუჟეტებს არ იყენებს თავისი პოლიტიკური ინტერესების შესაბამისად. საუბარი მაქვას საზოგადოებრივ მაუწყებელზე, რომელიც ყველაზე მეტად დაბალანსებულ და ინფორმაციულ ახალ ამბებს ამზადებს.

აქამდე არსებული კვლევების შედეგებისგან განსხვავებით, შეიძლება ითქვას, რომ ტელემედიის მუშაობის ხარისხი სულ ცოტა, მაგრამ პოზიტიურად შეიცვალა საზოგადოებრივი მაუწყებლის ხარჯზე.

კვლევის მცირე მასშტაბიანობის გამო, ანალიზის მოკლე პერიოდში განხორციელების გათვალისწინებით ძნელია შედეგების განზოგადება, თუმცა, პოზიტიური ცვლილება საზოგადოებრივი მაუწყებლის სარედაქციო პოლიტიკაში, უკვე უდებს საფუძველს მომავალში უფრო ჯანსაღი მედიაგარემოს შექმნას.

ბიბლიოგრაფია

1. კოვაჩი, ბილ; როზენსტილი, ტომ (2001). ჟურნალისტიკის ელემენტები. New-York : Crown Publishers.
2. ცისკარიშვილი, ოლიგო (2014) მედიაში სოციალური საკითხების გაშუქება.
ინტერნეტ რესურსები :
3. www.socium.ge,15.06.2017.
4. საქსტატი, 2016 წელი. http://www.geostat.ge/?action=page&p_id=199&lang=geo
5. მსხილაძე, ქეთი (2011) „სოციალური თემატიკა საინფორმაციო პროგრამებში“. http://eurocommunicator.ge/mdf/uploads/Socialuri_tematika_sainformacio_gamoshvebebshi.pdf
6. საქართველოს სახალხო დამცველის 2016 წლის ანგარიში: „შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირთა უფლებრივი მდგომარეობა საქართველოში“ <http://www.ombudsman.ge/uploads/other/4/4562.pdf>
7. საქართველოს სახალხო დამცველის 2016 წლის ანგარიში: „იძულებით გადაადგილებულ პირთა-დევნილთა უფლებრივი მდგომარეობა“ <http://www.ombudsman.ge/uploads/other/4/4523.pdf>
8. საქართველოს სახალხო დამცველის 2016 წლის ანგარიში: „ბავშვთა უფლებრივი მდგომარეობა საქართველოში“ <http://www.ombudsman.ge/uploads/other/4/4471.pdf>
9. კველიშვილი,ნინო; საჯაია, ნანა (2011) სოციალური და ეკონომიკური საკითხების გაშუქება მედიაში. UNDP Georgia

Ivane Javakhishvili Tbilisi State University

Tamar Mzhavanadze

TV coverage of the issues of socially vulnerable population in Georgia

Sociology of Culture and Media

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for Degree of Master in Sociology
of Culture and Media

Thesis supervisor: Lia Tsuladze

Phd in Sociology, Associate Professor

at Tbilisi State University

Tbilisi

2017

49