

პოლიტიკისა და ჟურნალისტიკის ველის გადაკვეთა ქართულ მედიაში პოლიტიკური თოქ-შოუების თვისებრივი ანალიზი

ნინო ნიკურაძე / Nino Nikuradze

## შესავალი

თანამედროვე ადამინის ცხოვრების გააზრება, გაანალიზება მედიის ფაქტორის გათვსლიწინების გარეშე პრაქტიკულად შეუძლებელია. დღევანდელ სამყაროში პოლიტიკაც ახალ თვისებებს იძენს. ამასთან დაკავშირებით საინტერესოა პიერ ბურდიეს ხედვა პოლიტიკის ველზე და ამ უკანასკნელის მიმართებაზე ჟურნალისტიკის ველთან.

ინფორმაციულ ერაში, ანუ ახალ დროში თითქმის ყველაფერი კონცენტრირებულია კომუნიკაციის, ინფორმაციის ახალი საშუალებების, ტექნოლოგიების ირგვლივ. აღარავინ დავობს იმაზე, რომ უკანასკნელი ათეული წლების მანძილზე სამყაროში რადიკალურ ცვლილებებს ჰქონდა ადგილი და რომ ამის მიზეზი მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებების სწრაფი გავრცელებაა. შეიძლება ითქვას, რომ ახალი საინფორმაციო ტექნოლოგიების გავრცელება უფრო პროდუქტიული წარმოებისათვის, რაციონალური ორგანიზებისა თუ ინფორმაციის ეფექტური გამოყენების პროცესისათვის ხელშემწყობი ფაქტორია. სწორედ ამ პროცესს შეიძლება ეწოდოს "ინფორმაციული რევოლუცია".

ერთის მხრივ თავად მედია პოლიტიკისა და ბიზნესის ინტერესების გავლენის ქვეშაა და მუდმივად ამ გავლენებისაგან გათავისუფლებას ცდილობს. მეორე მხრივ კი, ის იმდენად კარნახობს ყველა სფეროს, მათ შორის, პოლიტიკასაც და ბიზნესსაც თამაშის საკუთარ წესებს, რომ ხშირად მკაფიო საზღვრების დადგენა ველებს შორის რთულ ამოცანას წარმოადგენს.

ჩვენს ეპოქაში რთულია გაარკვიო, რა უფრო ახდენს გავლენას ერთმანეთზე - პოლიტიკა მედიაზე თუ პირიქით და როგორია პოლიტიკის და მედიის ურთიერთობა.

დღეს აქტუალურია კითხვა, პოლიტიკას უფრო მეტად უწევს დაემორჩილოს თანამედროვე მედიალოგიკას თუ მედია განიცდის პოლიტიკის გავლენას.

ჩემი კვლევის ამოცანა სწორედ ამ ორი ველის - პოლიტიკის ველისა და ჟურნალისტიკის ველის ურთიერთობის კვლევაა.

კვლევის საგანს კი ამ ველების კონკრეტული გადაკვეთის წერტილების შესწავლა წარმოადგენს.

კვლევა მიზნად ისახავს პასუხი გაეცეს შემდეგ კითხვებს:

რა მიმართებაა პოლიტიკის ველსა და ჟურნალისტიკის ველს შორის? ♣

რა ლოგიკით მუშაობს ეს ორი ველი? ♣

სანამ კონკრეტულად ქართულ სატელევიზიო თოქშოუებში ამ გადაკვეთის კონკრეტულ შემთხვევებს დავადგენდე, განვსაზღვრავ ცნებებს.

## პიერ ბურდიეს სოციო-ანალიზის ძირითადი კატეგორიები

### 1.1. სტრუქტურული კონსტრუქტივიზმი

ფრანგი სოციოლოგის პიერ ბურდიეს სტრუქტურული კონსტრუქტივიზმი და ველების თეორია, საკმაოდ საინტერესოდ ხსნის ზოგადად ველის ფუნქციონირების, საზოგადოების კონსტრუირების საკითხს, და პოლიტიკისა და ჟურნალისტიკის ველის გადაკვეთის საკითხსაც.

“სტრუქტურალიზმის დახმარებით მინდა ვთქვა, რომ თავად სოციალურ სამყაროში არსებობს ობიექტური სტრუქტურები, აგენტების ნებისა და ცნობიერებისგან დამოუკიდებელი, რომელთაც ძალუმთ აგენტთა პრაქტიკებისთვის ან წარმოდგენებისთვის მიმართულებების მიცემა ან მათი ჩახშობა. კონსტრუქტივიზმის დახმარებით კი, მინდა ვთქვა, რომ არსებობს სოციალური გენეზისი, ერთი მხრივ, აზროვნების, აღქმისა და მოქმედების სქემების, ეს უკანასკნელი კი არის ჰაბიტუსის შემადგენელი ნაწილი, მეორე მხრივ კი, სოციალური სტრუქტურებისა, კერძოდ კი იმისა, რასაც მე ველს ან ჯგუფებს, ზოგადად კი სოციალურ კლასს ვუწოდებ”.<sup>[1]</sup>

სოციალური მეცნიერება ერთი შეხედვით სრულიად არათავსებად ორ თვალსაზრისს შორის მერყეობს – ობიექტივიზმსა და სუბიექტივიზმს შორის. ერთი მხრივ, ის ამტკიცებს, რომ სოციალური რეალობა შედგება სოციალური ფაქტებისგან, ობიექტებისგან. მეორე მხრივ კი, რეალობა შედგება აგენტების მიერ სუბიექტურად კონსტრუირებული წარმოდგენებისგან. ბურდიე ამ ორი პოზიციის ერთგვარ შეჯერებას ცდილობს და გვთავაზობს საკუთარ ე.წ. სტრუქტურალისტურ კონსტრუქტივიზმს.

მან სოციალური რეალობის აღსაწერად ტერმინი სოციალური სივრცე შემოიტანა. სოციალური სივრცე ისეა კონსტრუირებული, რომ მასში განთავსებული აგენტები, ჯგუფები თუ ინსტიტუციები მით მეტ საერთო თვისებას ფლობენ, რაც უფრო ახლოს არიან ამ სივრცეში. ეს არის სივრცე ქალაქში, სადაც დისტანციურობა ემთხვევა სოციალურ დისტანციას. გეოგრაფიულად ადამიანები შეიძლება ძალიანაც ახლოს იმყოფებოდნენ ერთმანეთთან, თუმცა სოციალურად დისტანცია მათ შორის იყოს დიდი.<sup>[2]</sup>

ეს სოციალური სივრცე, ანუ რეალობა განსხვავებულია სწორედ იმიტომ, რომ სოციალურადაა კონსტრუირებული. იმის გათვალისწინებით კი, რომ სოციალური

სივრცე ყველა საზოგადოებაში განსხვავებულია, რეალობაც განსხვავებულად ყალიბდება.

სოციალური რეალობის კონსტრუირების კვლევა, პიერ ბურდიესთან, შემდეგ რამეს გულისხმობს: პირველი, კონსტრუირება არ ხდება სოციალურ ვაკუუმში, არამედ ხდება სოციალური ზეწოლის პირობებში;

მეორე, სტრუქტურირებული სტრუქტურები თავად არის სოციალურად სტრუქტურირებული, რადგანაც აქვთ სოციალური გენეზისი; და მესამე, სოციალური რეალობის კონსტრუირება არა მხოლოდ ინდივიდუალური საქმეა, ის შეიძლება კოლექტიურ საქმედაც იქცეს.

ბურდიესთვის სოციალური რეალობა ორჯერ არის სტრუქტურირებული. პირველ რიგში, არსებობს პირველადი ანუ ობიექტური სტრუქტურირება სოციალური ურთიერთობებით. ეს ურთიერთობები ჩართულია სხვადასხვა - მატერიალური თუ არამატერიალური რესურსის განაწილებაში. მეორეც, სოციალური რეალობა სტრუქტურირებულია აგენტთა წარმოდგენებით ამ ურთიერთობებზე, სხვადასხვა საზოგადოებრივ ინსტიტუტზე და საერთოდ სოციალურ სამყაროზე, რაც გავლენას ახდენს პირველად სტრუქტურირებაზე.

## თავი 2

### 2.1. ველი

ბურდიეს სოციოანალიზის კიდევ ერთ ძირითად კატეგორიას ველის ცნება წარმოადგენს. არ არსებობს ველის ცალმხრივი და ერთმნიშვნელოვანი განმარტება. თუმცა, შეიძლება ითქვას, რომ ეს არის ძალთა ადგილსამყოფელი, ოპოზიციებით სტრუქტურირებული მეტ-ნაკლებად დამოუკიდებელი სივრცე.

ბურდიესთან ველი წარმოადგენს ძალთა კონცენტრაციის ადგილი, რომლის ფარგლებშიც აგენტები ფლობენ გარკვეულ პოზიციებს, რაც სტატისტიკურად განსაზღვრავს მათ შეხედულებას ამ ველზე და მათ პრაქტიკებზე, რომლებიც ორიენტირებულია იმ ძალთა ურთიერთობის სტრუქტურის შენარჩუნებაზე ან შეცვლაზე, რომლებიც ქმნიან ამ ველს. ველი არის თამაშის ისტორიულად ჩამოყალიბებული სივრცე სპეციფიკური, მხოლოდ მისთვის დამახასიათებელი ინტერესებით, მიზნებითა და ფსონებით, ფუნქციონირების მხოლოდ საკუთარი კანონებით.

ველი შეიძლება გავიგოთ, როგორც სოციალური სინამდვილის ერთგვარი მოდუსი. ეს არის ძალთა ურთიერთობა და ბრძოლის სივრცე, სადაც ბრძოლა და ძალთა გადანაწილება ხორციელდება ამ ძალთა ერთობლიობის ტრანსფორმაციისთვის. ველის შიგნით ადგილი აქვს კონკურენციას და ბრძოლას იმის ლეგიტიმირებისათვის, რისთვისაც მიმდინარეობს ბრძოლა ამ კონკრეტულ ველში.

აგენტები, იმყოფებიან რა გარკვეული ველის ფარგლებში, რეაგირებენ ძალთა გადანაწილებაზე, სტრუქტურებზე, ახდენენ მათ კონსტრუირებას, და მიუხედავად იმისა, რომ განიცდიან გარკვეულ ზეწოლას, მათ მაინც აქვთ უნარი ზემოქმედება მოახდინონ ველზე; ისინი მოქმედებენ ველში წინასწარ დადგენილი წესების შესაბამისად, მაგრამ, იმავდროულად, გააჩნიათ თავისუფლების გარკვეული ხარისხი.

პრაქტიკების პროგრესირებადი გადანაწილების შედეგად ჩნდება ველი, რომლის ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს ფუნქციას ავტონომია, ანუ გარე ზეწოლისაგან შედარებითი დამოუკიდებლობის მოპოვება და შენარჩუნება წარმოადგენს. ველი ახდენს გარე ზემოქმედების საკუთარ "ლოგიკაში" მოქცევას. ამ თვისებას ბურდიე რეფრაქციის უნარს უწოდებს, რაც ნიშნავს უნარს გარდაქმნა გარე მოთხოვნები თავად ველისათვის მახასიათებელ სპეციფიკურ მოთხოვნებად.

აგენტების განსაზღვრა ხდება ველში მათ მიერ დაკავებული პოზიციების მიხედვით. თითოეული პოზიცია წარმოდგენათა, დისპოზიციათა, ინტერესთა კონკრეტულ სისტემასთან და ველის სტრუქტურის განსაკუთრებულ ხედვასთანაა დაკავშირებული. აგენტთა ბრძოლა ველში საკუთარი პოზიციის შენარჩუნების ან შეცვლისთვის, იმავდროულად არის ბრძოლა ამავე ველის პროდუქციის სტრუქტურისა და წარმოების ინსტიტუტების შენარჩუნებისათვის ან შეცვლისთვის.

ბურდიე მივიდა დასკვნამდე, რომ ველში საკუთარი პოზიციის დასაკავებლად გაჩაღებულ ბრძოლაში ინდივიდები იბრძვიან სამი კატეგორიის კაპიტალისთვის. ესენია: ეკონომიკური კაპიტალი - მატერიალური სიკეთეების ფლობა; კულტურული კაპიტალი - განათლება და შესაბამისი დიპლომი; ასევე, ინდივიდის ის კულტურული დონე, რომლის გამოყენებაც შეუძლებელია იმ ჯგუფის გარეშე, რომელიც ფლობს ძალაუფლებას (ოჯახი, ეკლესია, კლუბი და ა.შ); და სიმბოლური კაპიტალი - ავტორიტეტის, რეპუტაციის ფლობა.

კაპიტალების გადანაწილება აგენტებს შორის ვლინდება როგორც ძალაუფლების განაწილება და ზეგავლენა ამ სივრცეში. აგენტების პოზიცია სოციალურ სირვცეში მათი კაპიტალების მოცულობითა და სტრუქტურით განისაზღვრება. ეკონომიკური და კულტურული კაპიტალი არის ძალაუფლების წყარო მათთვის, ვინც მათ ფლობს პერსონალურად, რაც აძლევს აგენტებს ძალაუფლებას მათზე, ვინც ამ კაპიტალებს ნაკლებად ფლობს ან არ ფლობს საერთოდ. ეს კაპიტალები არის არა მხოლოდ ფსონი თამაშში ან მოგება, არამედ თავად თამაშში ჩართვის აუცილებელი პირობაც.<sup>[3]</sup>

ნებისმიერ ველში ადგილი აქვს ბრძოლას, ერთი მხრივ, დამწყებებს შორის, რომლებიც ცდილობენ გაარღვიონ ყველა ბარიერი, რომელიც კონკრეტულ ველში მოხვედრაში უშლით ხელს და, მეორე მხრივ, დომინანტებს შორის, რომლებიც ცდილობენ დაიცვან მონოპოლია და გამორიცხონ კონკურენცია.

ჩვენთვის საინტერესოა სოციალური მედიადამოკიდებულება, ანუ სხვადასხვა ინსტიტუტისთვის მედიის მნიშვნელობა, განსაკუთრებით კი პოლიტიკისთვის. უკვე დიდი ხანია მედია პოლიტიკის განუყოფელ ნაწილად იქცა. დღეს პოლიტიკის აქტორები საკუთარ კამპანიებს სწორედ მედიალოგიკის შესაბამისად ადგენენ. ისინი ცდილობენ გამოიყურებოდნენ შესაბამისად, გამოჩნდნენ იქ და ისე, როგორც მედიის კანონები ითხოვს, ისაუბრონ ისე, რომ მედიამ ეს ნათქვამი აუდიტორიამდე მიიტანოს და ა.შ.

მედიის ერთ-ერთ უმთავრეს ფუნქციას აუდიტორიისთვის ინფორმაციის მიწოდება წარმოადგენს. სოციალურ გარემოზე დაკვირვების გზით მედია ახალი ამბების შეგროვებას, დამუშავებასა და გავრცელებას ემსახურება. რასაკვირველია, აუდიტორიისთვის მიწოდებული ამბები შერჩეულია კონკრეტული ჯგუფის/ჯგუფების მიერ, მაგრამ ამ ამბების საშუალებით საზოგადოება მის გარშემო განვითარებული მოვლენების საქმის კურსში ყოფნას მაინც ახერხებს.

მედიის კვლევისას მისი, როგორც ეკონომიკური სიდიდის შესწავლა ისეთივე მნიშვნელოვანია, როგორც ყოველდღიურ ცხოვრებაზე მედიის გავლენისა თუ პოლიტიკური სიდიდის შესწავლა. მედიამკვლევრებისთვის საინტერესო საკითხია მედიის, როგორც ბიზნეს-კატეგორიის შესწავლა.

აუდიტორიაზე ორიენტირება და მისი მოთხოვნილებების ადექვატური პროდუქტის შექმნა მედიის მიერ ცალსახად ეკონომიკის ველის ლოგიკაში ჯდება. მედია კომერციულ ხასიათს ატარებს. ის მოგებაზეა ორიენტირებული.

მედია ბიზნესია და მოგების მიღება აინტერესებს, მაგრამ ძალაუფლების ყველა მფლობელმა იცის, რომ ზუსტად ისევე, როგორც მას შეუძლია მოთხოვნილება გააჩინოს აუდიტორიაში, ასევე შეიძლება არსებობდეს უკვე ჩამოყალიბებული მოთხოვნილება, რომელსაც ადექვატური პასუხი უნდა გაეცეს, ან სხვა ჯგუფი, რომელსაც სხვა ტიპის პროდუქტზე შეუძლია მოთხოვნა გააჩინოს. ამდენად, აუდიტორიის ინტერესების ცოდნა ყოველთვის მნიშვნელოვანია.

ჩვენ ეპოქაში ძირითადი პოლიტიკური დისკურსი ღიაა იმისათვის, რომ იგი წარმოდგენილ იქნას მედიაში. ეს არის არა მხოლოდ სურვილი, არამედ აუცილებლობა; პოლიტიკის მედიატიზაციის პირობებში, პოლიტიკოსები ნებისმიერ განცხადებას, ნებისმიერ თემაზე საუბარსა თუ გამოჩენას საინფორმაციო ველში, პოლიტიკური სიტყვის თქმის ჟანრში აქცევენ და ცდილობენ ხშირად მოხვდნენ ამ ველში, რადგანაც ესმით მედიატიზაციის მნიშვნელობა. ეს მოვლენა ზოგჯერ აღიქმება პოლიტიკის კოლონიზაციად მედიის მიერ, ზოგჯერ კი პირიქით, მედიის კოლონიზაციად პოლიტიკის მიერ. თუმცა, უნდა ითქვას, რომ პოლიტიკა-მედიის ურთიერთობისას მეტ დათმობაზე პოლიტიკა მიდის და არა მედია. პოლიტიკოსების მიერ მედიის წესების იგნორირება აქცევს მათ მარგინალებად, რომლებიც კარგავენ საზოგადოებისთვის საინტერესო სახეს.

პოლიტიკური ველის არსებობას კომუნიკაციის გარაშე აზრი არ ექნებოდა. ველის ამოცანა იმაში მდგომარეობს, რომ საკუთარი პრინციპები თავს მოახვიოს სხვა ველებს, ამიტომაც ახორციელებს პოლიტიკურ კომუნიკაციას, სოციალურ სისტემასთან კომუნიკაციის საუკეთესო საშუალებას მედია, მისი ფორმებიდან კი ტელევიზია წარმოადგენს. იგი, როგორც მკს-ის ყველაზე გავრცელებული ფორმა ფლობს განსაკუთრებულ ძალაუფლებას პოლიტიკური ველისათვის. ტელევიზია არის მედიის ყველაზე გავრცელებული ფორმა და პრიორიტეტული იმიჯების “გასაყიდადაც”. ამის მთავარი მიზეზი ის არის, რომ მოსახლეობის უმრავლესობა ინფორმაციას მიმდინარე პოლიტიკური მოვლენების შესახებ იღებს ტელევიზიის საშუალებით. ტელევიზიის ასეთი მნიშვნელობა პოლიტიკური ველისათვის განისაზღვრება, ერთი მხრივ, კომუნიკაციის ამ ფორმის ხელმისაწვდომობით მოსახლეობის უმრავლესობისთვის (წიგნიერს თუ უწიგნურს, მდიდარს თუ ღარიბს და ა.შ. თანაბარი შესაძლებლობები გააჩნიათ მედიის ამ ფორმის მომსახურებით სარგებლობისათვის); მეორე მხრივ, კი თავად პოლიტიკის თავისებურებით, უფრო ზუსტად კი ელექტორალური მოქმედების თავისებური ემოციონალურ-კოგნიტიური სტრუქტურით, რასაც კარგად იყენებს პოლიტიკური გარემო საკუთარი მიზნების მისაღწევად.

პოლიტიკური განცხადებების პრეზენტირება მედიის საშუალებით არის გარანტია იმისა, რომ ის მრავალრიცხოვან აუდიტორიაზე გავრცელდება, ხოლო მედიის შესაძლებლობა თარგმნოს განცხადებები ვერბალურ, ვიზუალურ და სიტუაციურ კონტექსტში, იძლევა გარანტიას, რომ კონკრეტულმა პოლიტიკურმა განცხადებამ საპასუხო, ხშირად სასურველი რეაქცია გამოიწვიოს.

თამამად შეიძლება იმის თქმა, რომ თანამედროვე სამყაროში ტელევიზია არის საუკეთესო ფორმა მედიისა პოლიტიკურ სივრცეში წარმატების მისაღწევად, რადგანაც პოლიტიკის ველი ცდილობს ელექტორატის მაქსიმალური რაოდენობა მოიცვას, ამის რეალიზების საუკეთესო საშუალებას კი ტელევიზია წარმოადგენს; ტელევიზიის საშუალებით არის შესაძლებელი პოლიტიკურ იერარქიაში გარკვეული ადგილის დაკავება.

თანამედროვეობის ერთ-ერთ ყველაზე პოპულარულ თეორიას - პოსტმოდერნიზმს აქვს ახალი ხედვა ინფორმაციაზე და მის მნიშვნელობაზე ამ ეპოქაში. ინფორმაციის პოსტმოდერნული ანალიზი იმაში მდგომარეობს, რომ ჩვენ ვცხოვრობთ არა სამყაროში, რომლის შესახებაც ჩვენ გვაქვს ინფორმაცია, არამედ პირიქით, ჩვენ ვცხოვრობთ სამყაროში, შექმნილში ინფორმაციის მიერ.

“დღეს ჩვენი ცხოვრება არის უწყვეტი ცირკულაცია ნიშნებისა იმის შესახებ, თუ რა მოხდა მსოფლიოში (ახალი ამბების ნიშნები), როგორი შთაბეჭდილება გინდათ რომ დატოვოთ ადამიანებზე (საკუთარი თავის ამსახველი ნიშნები), რა პოზიცია გიკავიათ საზოგადოებაში (სტატუსისა და პატივისცემის ნიშნები) და ა.შ. ნიშნების სიმრავლე არის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი, რაც ახალი დროის

საზოგადოებას განასხვავებს სხვა დროის საზოგადოებებისაგან", - აცხადებს ბოდრიარი.[4]

იმის მიუხედავად, რას ვუწოდებთ ეპოქას, რომელშიც ჩვენ ვცხოვრობთ, ცხადია ერთი რამ - ამ დროში საზოგადოების ცხოვრების ყველა სფეროზე თითქმის განსაკუთრებულ გავლენას ახდენს ინფორმაცია, მისი მოპოვებისა და მიღების გზები. თავად ინფორმაციათა, ასევე მისი გავრცელების საშუალებათა სიმრავლე მართლაც შეიძლება რთულ ვითარებაში გვაყენებდეს და ადამიანებს გაგვიჭირდეს "სწორი", "ზუსტი" ინფორმაციის გარჩევა "არასწორი", "არაზუსტი" ინფორმაციისგან. მაგრამ, მეორე მხრივ, ინფორმაციის დიდი ნაკადი ერთი, ყველასათვის მისაღები ან ზუსტი ინფორმაციის კოლაჟს იწვევს; დღეს მიკროფონთან სხვადასხვა ტიპის უმცირესობები სხედან, პრეზენტირებას აბსოლუტურად განსხვავებული იდეების მატარებელნი ახერხებენ, აუდიტორია კი აზროვნების მეტ თავისუფლებას იძენს. მოახდენს თუ არა ის მიღებული ინფორმაციის გაანალიზებას, დაეთანხმება თუ არა სხვების დასკვნებს თუ თავად გამოიტანს დასკვნებს, ესეც აუდიტორიის გადასაწყვეტია და სწორედ ეს შეიძლება მივიჩნიოთ ამ დროის მთავარ პოზიტივად.

## 2.2. პოლიტიკის ველი

“პოლიტიკური ველი არის ადგილი, სადაც აგენტებს შორის კონკურენტულ ბრძოლაში იბადება პოლიტიკური პროდუქტი, პრობლემა, პროგრამა, ანალიზი, კომენტარი, კონცეფცია, მოვლენა, რომელთანაგანც ჩვეულებრივმა მოქალაქემ, ანუ “მომხმარებელმა” უნდა გააკეთოს არჩევანი”.

პოლიტიკური ველის განხილვა მოთხოვნისა და მიწოდების ლოგიკაში შეიძლება; ის კონკრეტულ პროდუქტს ქმნის. ბურდიეს აზრით, პროდუქტი, რომელსაც პოლიტიკის ველი გვთავაზობს, არის სოციალური სამყაროს გამოხატვისა და აღქმის ინსტრუმენტები. მოსახლეობაში აზრთა გადანაწილება კონკრეტული ჯგუფების მიერ ამ ინსტრუმენტების ფლობასა და მათდამი ხელმისაწვდომობაზე დამოკიდებული. პოლიტიკის ველი არის ერთგვარი ცენზორი, რომელიც ადგენს, რა შეიძლება იყოს გამოხატული და რა არა; ამას კი, თავის მხრივ, განსაზღვრავს კონკრეტული ჯგუფის ინტერესი. აქ მუშაობს შემდეგი პრინციპი – რომ არ არსებობდეს ჭადრაკის თამაშის ტექნიკა, არც მისი თამაშის განზრახვა იარსებებდა.[5]

პოლიტიკაში წარმატების მიღწევა სპეციფიკურ კომპეტენტურობაზეა დამოკიდებული, რაც იმას ნიშნავს, რომ პოლიტიკოსის ჰაბიტუსმა უნდა გაიაროს სპეციალური მომზადება. ეს უკანასკნელი გულისხმობს სპეციალურ თეორიულ ცოდნას და შესაბამის გამოცდილებას. პოლიტიკის ველში თამაში ისეა აწყობილი, რომ პოლიტიკოსი უნდა იყოს პრაქტიკოსი, ქონდეს თამაშის შეგრძნება, მისმა

“პრაქტიკულმა უნარმა” უნდა შეაძლებინოს მას მოწინააღმდეგის შემდეგი ნაბიჯების გათვლა. იგივე უნარის გამო, თავად პოლიტიკოსის სამომავლო პოზიციების გათვლაც არის შესაძლებელი, თუმცა ამ თამაშში ყველაზე მთავარი ის არის, რომ პოლიტიკოსი უნდა იყოს მზად აწარმოოს კომპეტენტური, სერიოზული, საიმედო და სტაბილური თამაში. სწორედ ეს ერთგულება თავად თამაშისადმი არის პოლიტიკური თამაშის აბსოლუტური მოთხოვნა.

პოლიტიკურ თამაშში ადგილი აქვს, ერთი მხრივ, სოციალური სამყაროს ლეგიტიმური დანაწილების პრინციპის შექმნასა და გავრცელებას და, შესაბამისად, ჯგუფების მობილიზაციას; და მეორე მხრივ, ხელისუფლების ობიექტივირებული ინსტრუმენტების გამოყენების მონოპოლიას.

დემოკრატიულ სახელმწიფოებში ბრძოლის აგენტებად გვევლინებიან პარტიები, ანუ საბრძოლო ორგანიზაციები, რომლებიც აწარმოებენ სამოქალაქო ომის სუმბლიმირებულ ფორმას. ისინი მაქსიმალურად ცდილობენ გაზარდონ საკუთარი წევრების რიცხვი. ერთი მხრივ, პარტიები ცდილობენ სამყაროზე საკუთარი ხედვა თავს მოახვიონ მოქალაქეების მაქსიმალურ რაოდენობას, მეორე მხრივ კი, ცდილობენ კონკრეტული პოსტების დაკავებას, რათა უზრუნველყონ ძალაუფლების გავრცელება.

ამდენად, სოციალურ სამყაროზე იდეების წარმოება ყოველთვის ექვემდებარება ძალაუფლების მოპოვების ლოგიკას. პოლიტიკოსები არ ემსახურებიან მხოლოდ საკუთარი მომხრეების ინტერესებს; მეტიც ისინი სწორედ საკუთარი ინტერესებისთვის იბრძვიან. ისინი სხვების ინტერესებს იმდენად ემსახურებიან, რამდენადაც სხვების ინტერესები ემთხვევა მათ საკუთარ ინტერესებს. პოლიტიკოსთა ნებისმიერი საჯარო გამოსვლა ორმაგად დეტერმინირებულია, რადგანაც პოლიტიკური ველი მოითხოვს შესაბამისობაში ყოფნას არა მხოლოდ ველის შიდა ლოგიკასთან, არამედ სხვა ველების ლოგიკასთანაც.

თითქმის ყველა ველს აერთიანებს პრეტენზია სხვებს თავს მოახვიონ სოციალური სამყაროს ლეგიტიმური ხედვა და თითოეული მათგანი აწარმოებს ბრძოლას “ხედვისა” და “დაყოფის” გაბატონებული პრინციპის სხვებისათვის თავსმოსახვევად.

პოლიტიკის ველის იდეების ძალა იზომება იმ ჯგუფის სიძლიერით, რომელიც ამ იდეას აღიარებს.

პოლიტიკოსმა უნდა შეძლოს მოქალაქეთა დარწმუნება სამყაროს საკუთარი ხედვის უპირატესობაში. დაპირების უტყუარობა დამოკიდებულია მის რეალობასთან შესაბამისობაზე და დაპირების წარმომთქმელის ავტორიტეტზე. ამ უკანასკნელს უნდა შეეძლოს ჯგუფების საკუთარი დაპირების უტყუარობაში დარწმუნება.

ბურდიესთან არსებობს პოლიტიკური კაპიტალის ორი ძირითადი სახე – პირადი კაპიტალი და დელეგირებული კაპიტალი. პირადი კაპიტალი არის პოლიტიკური



კაპიტალი, რომელიც პიროვნებამ პოლიტიკურ თამაშებში მონაწილეობით, საკუთარი წარსული გამოცდილებით დააგროვა. პირადი პოლიტიკური კაპიტალი თავად პიროვნებასთან ერთად ქრება.

განსხვავებით პირადისგან, დელეგირებული კაპიტალი არის ფუნქციონერის კაპიტალი, რომელიც ეკუთვნის სტრუქტურას, ინსტიტუციას. დელეგირებულ კაპიტალს აკონტროლებს თავად ინსტიტუტი. ამ ტიპის კაპიტალის მოპოვება ერთ სპეციფიკურ ლოგიკას ექვემდებარება. კერძოდ, ინსტიტუირების აქტს, როდესაც პარტია ახდენს კონკრეტული პირის ოფიციალური კანდიდატურის წარდგენას არჩევნებზე, რაც მისთვის პოლიტიკური კაპიტალის გადაცემას ნიშნავს.

პოლიტიკის ველი არის ერთგვარი მიკროკოსმი. ბურდიე განმარტავს, რომ სიტყვა მიკროკოსმი მიუთითებს იმაზე, რომ პოლიტიკური უნივერსუმი ყველა ინსტიტუტთან და პარტიასთან, ფუნქციონირების წესთან და აგენტთან ერთად, წარმოადგენს ავტონომიურ სამყაროს, მიკროკოსმოსს, რომელიც სოციალურ მიკროკოსმშია მოთავსებული.<sup>[6]</sup>

“პოლიტიკური მიკროკოსმი არის ერთგვარი უნივერსუმი, რომელიც ჩართულია დიდი უნივერსუმის ფუნქციონირების კანონებში და, მიუხედავად ამისა, ფლობს შედარებით ავტონომიას ამ უნივერსუმის შიგნით და ემორჩილება საკუთარ ნომოს-ს, ანუ, საკუთარ ავტონომიურ კანონს”.

პოლიტიკის ველი არ არსებობს სხვა ველებთან ურთიერთობის გარეშე. ის მუდმივ ინტერაქციაშია სხვა ველებთან; ველის ამოცანა იმაში მდგომარეობს, რომ საკუთარი პრინციპები თავს მოახვიოს სხვა ველებს, ამიტომაც ახორციელებს პოლიტიკურ კომუნიკაციას, რაც გულისხმობს პოლიტიკური ინფორმაციის გადაცემის პროცესს, რომლის წყალობითაც იგი მოძრაობს პოლიტიკური სისტემის ერთი ნაწილიდან მეორეში და ბრუნავს პოლიტიკურ სისტემასა და სოციალურ სისტემას შორის.<sup>[7]</sup> სოციალურ სისტემასთან კომუნიკაციის ერთ-ერთ საუკეთესო საშუალებას სწორედ მედია წარმოადგენს. მართალია, მედიის სხვადასხვა ფორმები აუდიტორიის სხვადასხვა რაოდენობაზეა გათვლილი, მაგრამ თითოეული მათგანი საზოგადოებაში მნიშვნელოვან როლს ასრულებს. რაც უფრო ფართო აუდიტორიაზე გასვლაა პოლიტიკური ძალის მიზანი, მით უფრო ხშირად იყენებს პოლიტიკური ველი მედიის ყველაზე გავრცელებულ ფორმას – ტელევიზიას. თუმცა, აუდიტორიაზე გასასვლელად პოლიტიკის ველის აგენტები და “აზრთა ლიდერები” იყენებენ მედიის როგორც ბეჭდურ, ასევე რადიო, ტელე და ინტერნეტ ფორმას.

თამამად შეიძლება იმის თქმა, რომ თანამედროვე სამყაროში პოლიტიკურ სივრცეში წარმატების მისაღწევად მედიის საუკეთესო ფორმას ტელევიზია წარმოადგენს, რადგანაც პოლიტიკის ველი ცდილობს ელექტორატის მაქსიმალური რაოდენობა მოიკვას.

### 2.3. ჟურნალისტიკის ველი

ველს, რომლის გავლენასაც, შეიძლება ითქვას, რომ ყველაზე მეტად განიცდის თანამდეროვე ეპოქაში პოლიტიკის ველი, ჟურნალისტიკის ველი წარმოადგენს.

თავად ჟურნალისტიკის ველი, ბურდიეს აზრით, ორი სახის ზეწოლას განიცდის: ერთია ზეწოლა მკითხველის მხრიდან და მეორეა რეკლამის დამკვეთთა ზეწოლა. ანუ, ზეწოლა აუდიტორიისა და ეკონომიკის მხრიდან.

ყველაზე საინტერესოა ისეთი ბერკეტის გამოყენების შესაძლებლობა, როგორცაა ლეგიტიმურ ინფორმაციაზე მონოპოლიის გავრცელება - ანუ, ოფიციალური წყაროებიდან ინფორმაციის მოპოვება. სახელმწიფო სტრუქტურებისთვის და ადმინისტრაციისთვის სწორედ ეს მონოპოლიაა ჟურნალისტზე ზეწოლის მთავარი მექანიზმი. თუმცა, თავად მედიასაც შეუძლია ექსკლუზიური ინფორმაციის მფლობელებზე ზეწოლის მოხდენა, მანიპულირება და სასურველი ინფორმაციის მოპოვება.

ჟურნალისტიკის ველი მუდმივად განიცდის ბაზრის ზეწოლას ან უშუალოდ კლიენტთა მხრიდან პირდაპირი სანქციის სახით, ან რეიტინგის მექანიზმით, იმის მიუხედავად, უზრუნველყოფს თუ არა სახელმწიფო მეტ-ნაკლებ დამოუკიდებლობას უშუალოდ ბაზრის ზეგავლენისგან.

ჟურნალისტიკის ველის ლოგიკა ერთი დღით ცხოვრებასა და აზროვნებას მოითხოვს. ეს ველი მუდმივად დამაბული ადევნებს თვალყურს კონკურენტებს და მაქსიმალურად იყენებს სხვების შეცდომებს. გააშუქონ თემები, რომლებიც "არ შეიძლება არ ახსენო" მხოლოდ იმიტომ, რომ ამაზე სხვებმა უკვე ისაუბრეს, გადმოიბირო სხვების ჟურნალისტები მხოლოდ იმიტომ, რომ ხელი შეუშალო კონკურენტს, არის ჟურნალისტიკის ველის მახასიათებელი. კონკურენცია, რომელმაც უნდა შვას რაღაც სრულიად ორიგინალური და სხვებისგან განსხვავებულია, ამ ველში არ არის აღიარებული. ბურდიეს მტკიცებით, ამ ველში კონკურენცია ერთფეროვნებას შობს.

ერთი მხრივ, ჟურნალისტიკის ველი სულ უფრო აქტიურად ცდილობს გათავისუფლდეს პოლიტიკური გავლენისაგან და იყოს თავისუფალი, მეორე მხრივ კი, ასევე აქტიურად, ის იძულებულია დაემორჩილოს ეკონომიკურ მოთხოვნებს და იყოს ბაზრის კანონების ადექვატური. ეს ორობითობა არის მიზეზი ჟურნალისტის პროფესიისადმი სრულიად განსხვავებული, პოლარულად საწინააღმდეგო შეფასებისა. ერთი მხრივ, ეს არის პატივსაცემი პროფესია, რომელიც საზოგადოებისთვის მნიშვნელოვან ფუნქციას - ინფორმირებას ემსახურება, მეორე მხრივ კი, მხოლოდ სკანდალებზე და ჭორებზე, სხვების უბედურებაზე ხელის მოთბობის სურვილით შეპყრობილთა საქმე, რომელიც პატივსაცემი სულაც არ არის.

## 2.4. პოლიტიკის ველისა და ჟურნალისტიკის ველის გადაკვეთა

ბურდიე ამტკიცებს, რომ პოლიტიკაზე მომუშავე ჟურნალისტები, რომელთა კომპეტენციაში შედის პოლიტიკური სამყაროს ცოდნა, ფლობენ ცოდნას არა დაკვირვებაზე ან კვლევაზე დაყრდნობით, არამედ პირად კონტაქტებსა და ჭორებზე დაყრდნობით. მათ აინტერესებთ თავად თამაში და მოთამაშეები და არა თამაშის ფსონი, უშუალოდ პოლიტიკური ტაქტიკა, დებატების არსი; მათი ინტერესის სფეროა პოლიტიკური ველის აგენტის გამოსვლის ეფექტი და არა თავად გამოსვლის შინაარსი.

ჟურნალისტიკის ველის ორიენტირება სენსაციების გაცხარებული ძიებისაკენ, ინფორმაციებისთვის პარადოქსული და უცნაური შეფერილობის მიცემა იწვევს სიტუაციების ცინიკურ ინტერპრეტირებას. როგორც წესი, ბურდიეს თქმით, ჟურნალისტიკის ველის მიერ გაკეთებული პროგნოზი თუ დიაგნოზი სრულებით არაპროფესიონალურია, თუმცა ის სწრაფად ეძლევა დავიწყებას, რადგანაც არსებულ ინფორმაციას ელვის სისწრაფით ცვლის ახალი და ინფორმაციათა დიდი ნაკადი განსაკუთრებულ გააზრებას თითქოს არც მოითხოვს.

მიუხედავად ბურდიეს მტკიცებისა, რომ ჟურნალისტიკის ველი სერიოზული პოლიტიკური დისკურსის გატარების ნაცვლად, ბანალურ და სენსაციურ თემებზეა ორიენტირებული, ის იქვე შენიშნავს, რომ ამ პოზიციით არც თავად პოლიტიკის ველი არ აგებს. მეტიც, ბურდიეს მტკიცებით, პოლიტიკისა და ჟურნალისტიკის ველები ერთმანეთთან მუდმივ კონკურენციასა და ბრძოლის მდგომარეობაში იმყოფებიან. მათ ორივეს ახასიათებს დამოკიდებულება ბაზარზე და პლებისციტზე. პოლიტიკის ველი მასების მოთხოვნებსა და მოლოდინებს ემორჩილება, ჟურნალისტიკის ველი კი - ბაზარს, შესაბამისად მყიდველს.

## 2.5. ველების ავტონომიურობის საკითხი

ბურდიესთვის ერთ-ერთ ცენტრალურ საკითხს ველების ავტონომიურობის ხარისხის განსაზღვრა წარმოადგენს. დამოუკიდებელ ველს ბურდიე უწოდებს ველს, რომლის ახსნაც მისივე ლოგიკით შეიძლება, სადაც მწარმოებლები ერთმანეთის კონკურენტები, ანუ რეალურად რაღაც ახლის პოტენციური შემქმნელები არიან.

პოლიტიკის ველს ბურდიე დღეს ერთ-ერთ ყველაზე ავტონომიურ ველად განიხილავს. ავტონომიურობის მაღალი ხარისხი იმას როდი ნიშნავს, რომ პოლიტიკის ველს არა აქვს საერთო სხვა ველებთან და მას მხოლოდ საკუთარი ლოგიკით ავხსნით. უბრალოდ, ჟურნალისტიკის ველისგან განსხვავებით, ის მეტადაა დამოუკიდებელი.

მართალია, თანამედროვე დემოკრატიულმა სახელმწიფოებმა მიაღწიეს იმას, რომ იქ მედია თითქმის დამოუკიდებელია პოლიტიკური ძალაუფლებისგან, თუმცა ეკონომიკური ველის ზეწოლისგან მედია თავისუფალი მაინც არ არის. მეტიც, შეიძლება დავასკვნათ, რომ პოლიტიკური ველი ჟურნალისტიკის ველზე

ზემოქმედებს ეკონომიკის ველის საშუალებით. მსხვილი კორპორაციები აკონტროლებენ მსხვილ საინფორმაციო ჯგუფებს, თავად კორპორაციები არიან კონკრეტული პოლიტიკური იდეების მომხრეები, საინფორმაციო ჯგუფები კი ამ იდეების გამტარებლებად გვევლინებიან.

## **2.6. ტელევიზია - ჟურნალისტიკის ველის აგენტები**

სადავო არ არის ჟურნალისტიკის ველის მნიშვნელობა პოლიტიკის ველისთვის. თუმცა, არსებობს მედიის სხვადასხვა ფორმები, რომლებიც პოლიტიკის ველისთვის საკუთარი ხედვის აუდიტორიისთვის თავს მოსახვევად სხვადასხვა ინტენსივობით და ხარისხით გამოიყენება. ბევრი მიზეზის გამო ტელევიზია მედიის ყველაზე გავლენიანი ფორმაა. თავად ბურდიესთვის ტელევიზია არის

"სამყარო, რომელიც ქმნის შთაბეჭდილებას იმაზე, რომ სოციალური აგენტები, რომლებიც ფლობენ მნიშვნელობის, თავისუფლების, დამოუკიდებლობის და ზოგჯერ განსაკუთრებული აურის ცხად ნიშნებს, რეალურად არიან აუცილებლობის მარიონეტები, რომლებიც უნდა აღწერო, რომლის სტრუქტურებიც უნდა გამოავლინო და გაიტანო საჯაროდ განსახილველად".

ბურდიე ტელევიზიას და ზოგადად ჟურნალისტიკას განიხილავს როგორც განსაკუთრებულ სოციალურ სივრცეს, რომელიც სპეციფიკურ კულტურულ პრაქტიკასთანაა დაკავშირებული. ამ სპეციფიკურ პრაქტიკას ინფორმაციის წარმოება და გავრცელება წარმოადგენს. კონკრეტული პრაქტიკების სფეროში მოღვაწე პირები, კოლექტივები თუ ინსტიტუტები ბურდიესთან აგენტებად იწოდებიან. ჩვენ შემთხვევაში ინდივიდუალური აგენტები არიან ჟურნალისტები, რეპორტიორები, გადაცემათა წამყვანები, რედაქტორები და ა.შ; ინსტიტუციონალური აგენტების როლში კი გვევლინება გამომცემლობები, ტელეარხები, რადიოსადგურები, გაზეთები.

ბურდიე ჟურნალისტიკის ველის ანალიზისას მიდის დასკვნამდე, რომ ეს უკანასკნელი ორმაგად დამოკიდებულია; ერთი მხრივ, მედია სულ უფრო მეტ გავლენას იძენს საზოგადოებაში და არის პოლიტიკურ ბრძოლაში ჩართული მნიშვნელოვანი ფაქტორი, მაგრამ, მეორე მხრივ, ის თავად ექცევა როგორც პოლიტიკის, ასევე ეკონომიკის მზარდი გავლენის ქვეშ. მას ამის მაგალითად მოყავს მრავალი დაკვეთილი სტატია, ცენზურა და ზეწოლა მფლობელთა თუ სპონსორთა მხრიდან. ამდენად, აცხადებს ბურდიე, ჟურნალისტები მუდმივად განიცდიან როგორც პოლიტიკურ, ასევე ეკონომიკურ პრესინგს.

ბრუერის აზრით, მედიამ და აუდიტორიამ როლები გაცვალეს, რადგან ინტერნეტის და ახალი ტექნოლოგიების საუკუნეში, მომხმარებელი სთავაზობს პირობებს მედიას და არა პირიქით, როგორც ეს ადრე იყო. მედიას კი ისღა დარჩენია აჰყვეს ამ პირობებს.

ენდრიუ ჰეივუდი საერთოდაც მედიას დემოკრატიული პოლიტიკისათვის დიალოგის ასპარეზად მიიჩნევს და თვლის, რომ ეს შესაძლოა მედიის ერთ-ერთი ყველაზე დიდი უპირატესობაა. ის წარმოადგენს სივრცეს, სადაც საკუთარი აზრის გამოხატვა შეუძლიათ როგორც პოლიტიკის აქტორებს, ასევე ელექტორატის წარმომადგენლებსაც. [8]

მეტიც, „ახალი მედია“, ანუ ინფორმაციული საზოგადოება საზოგადოებაში ძალაუფლებასა და პოლიტიკურ გავლენას შორის ერთგვარი ბალანსის დამყარებას უწყობს ხელს. ამ ეპოქაში ინფორმაციის გავრცელების წყაროებისადმი მრავალ ჯგუფს მიუწვდება ხელი, შესაბამისად ინფორმაციის ნაკადიც მრავალფეროვანია. მომხმარებელს კი თავად შეუძლია აირჩიოს ინფორმაციის მიღების წყარო და აღარ არის დამოკიდებული მხოლოდ კონკრეტული პოლიტიკური ელიტჯგუფის მიერ მიწოდებულ ინფორმაციაზე.

მართალია, ბურდიეს აზრით, მედიის მიერ სხვადასხვა სოციალური პრობლემის საჯარო განხილვა პოზიტიური მოვლენაა, მაგრამ თავად ჟურნალისტიკის ველის მოქმედება სენსაციის ძიების ლოგიკით და კომპეტენტურობაზე ნაკლები აქცენტირება იწვევს სხვა ველებში მედიის „ტირანულ ჩარევას“. რაც მთავარია, აცხადებს ბურდიე, მედია ამას „ფართო მასებისა“ და დემოკრატიის სახელით აკეთებს, რეალურად კი დემოკრატიის ქვეშ რეიტინგსა და საკუთარი პროდუქციისთვის ახალი ბაზრის მოპოვების მცდელობას გულისხმობს.

მისი თქმით, ინტელექტუალთა უმრავლესობა, ტელევიზიით გამოსვლამდე და არც მას შემდეგ არ სვამს კითხვას, რა საჭიროა ამ ველში გამოჩენა, თუ ის რაიმეს თქმის შესაძლებლობას არ იძლევა. მისი აზრით, გადაცემებში მონაწილეობაზე თანხმობის გაცხადება ავტომატურად ნიშნავს იმაზე თანხმობასაც, რომ ვერაფერსაც ვერ იტყვი. თუმცა, ბურდიეს აზრით, საქმეც იმაშია, რომ გადაცემის მონაწილენი იქ მიდიან არა რაიმეს სათქმელად, არამედ საკუთარი თავის პრეზენტაციისთვის და სხვების მიერ მათი შემჩნევის მიზნით. ამ მიზეზით, ბურდიეს აზრით, სატელევიზო ეკრანი იქცა ნარცისის ერთგვარ სარკედ, ნარცისისტული ექსგიბიციონიზმის ადგილად. [9]

მართალია, ტელევიზიაში ცენზურა მუშაობს და ის არ უკავშირდება მხოლოდ პოლიტიკურ ცენზურას - საუბარია დროის შეზღუდვაზე, თემების და სტუმრების შეზღუდვაზე და ა.შ. მაგრამ ეს არის ცენზურა, რომელიც ვრცელდება არა მხოლოდ მოწვეულებზე, არამედ თავად ჟურნალისტებზეც.

„ტელევიზია არის სიმბოლური აგრესიის განსაკუთრებულად გამოკვეთილი ფორმა. ეს უკანასკნელი არის აგრესია, რომლის რეალიზებაც ხდება იმათი მდუმარე თანხმობით, ვინც ეს აგრესია განიცადა, ასევე იმათიც, ვინც ამ აგრესიას ახორციელებს, თან ეს ისე ხდება, რომ ისინი ვერ აცნობიერებენ, თავად აფრქვევენ აგრესიას თუ განიცდიან ამ აგრესიას. სოციოლოგის ფუნქციაც ამ დამალულის ამოხსნაა, რაც, თავის მხრივ, სიმბოლურ აგრესიას სოციალურ ურთიერთობებში, კონკრეტულად კი, მასობრივ კომუნიკაციებთან მიმართებაში, შეამცირებს“.

ტელევიზიის სიმბოლური მოქმედება ნაწილობრივ იმ მოვლენებისადმი ყურადღების მიპყრობაა, რომელიც პოტენციურად ყველასთვისაა საინტერესო და რომლებიც შეიძლება დახასიათდეს, როგორც ომნიბუს, ანუ ახალი ამბავი ყველასთვის.

ომნიბუს-მოვლენები არის ფაქტები, რომლებიც არავის აკვირვებს, რომელთა უკან არაფერი არ დგას, რომელიც არ იწვევს მტრული ჯგუფების გაჩენას და საყოველთაო კონსენსუსი მოაქვს. ამგვარ ფაქტებს შეუძლია დააინტერესოს ყველა ისე, რომ აბსოლუტურად არ შეეხოს მნიშვნელოვან თემებს. ობიექტური სტილის მიზანია ფაქტისა და მოსაზრების ერთმანეთისგან გამიჯვნა, ახალ ამბებში ემოციური ტონის აღმოფხვრა და სამართლიანობისა და ბალანსისკენ სწრაფვა - ორივე მხარისათვის აზრის გამოთქმის თანაბარი შესაძლებლობა, რაც აუდიტორიისთვის სრული ინფორმაციით უზრუნველყოფის აუცილებელ პირობად ითვლება.

ჟურნალისტები ფლობენ განსაკუთრებულ „სათვალეებს“, რომლის პრიზმიდანაც ყველაფერი განსაკუთრებული რაკურსით ჩანს. ისინი განსაკუთრებულად არჩევენ ფაქტებს და თავისებურად ახდენენ მათ კონსტრუირებას.

ფაქტების არჩევანი სენსაციურისა და სანახაობრივის ძიების მოტივს ეფუძნება. ფაქტების დრამატიზირება, მათი მნიშვნელობის გადაჭარბება და მათთვის ხშირად ტრაგიკული ხასიათის მინიჭება ყველა მედია-საშუალებას შეუძლია. ტელევიზიის ამ შესაძლებლობებსა და უნარს ამ კუთხით, მედიის ვერც ერთი ფორმა შეედრება.

თანამედროვე რეალობაში ერთნაირად მნიშვნელოვანია, როგორც ვერბალური, ასევე არავერბალური ენა. მეტიც, ფუკოსთვის, სინამდვილე არც კი არსებობს და ერთადერთი, რაც არსებობს, ეს ენაა.<sup>[10]</sup>

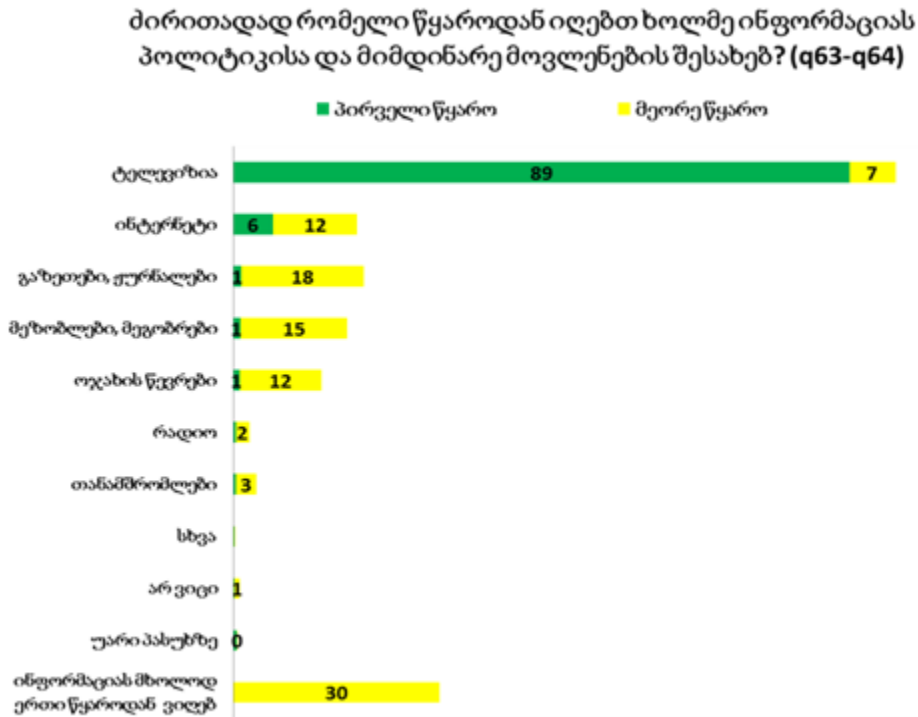
როგორც ცნობილია, პოლიტიკური ბრძოლის ერთ-ერთ პირობას სხვებისთვის საკუთარი ხედვის თავსმოხვევა წარმოადგენს. ამ ბრძოლაში მედიას განსაკუთრებული როლი ენიჭება, რადგანაც მას შეუძლია შედარებით მარტივად მოახდინოს სხვადასხვა ინტერეს-ჯგუფების მობილიზება. ამ ამოცანას, ბურდიეს თქმით, ყველაზე უკეთ თავს მაინც ტელევიზია ართმევს, რადგანაც ის იძლევა შესაძლებლობას მხოლოდ რამდენიმე ადამიანის მიერ მოწყობილი დემონსტრაციით იგივე ეფექტი მიიღოს, რასაც ადრე რამდენიმეათასიანი დემონსტრაცია დასჭირდებოდა. ამიტომაც ხდება, მისი მტკიცებით, დღეს სულ უფრო მეტი დემონსტრაციის მოწყობა ტელევიზიისთვის.

### თავი 3

ქართული სატელევიზიო თოქ-შოუების კვლევა, ძირითადი დასკვნები

ქართული სინამდვილე ვერ იქნება გამონაკლისი და მედიის როლი ამ სინამდვილის კონსტრუირებისას თუ განვითარებისას ისეთივე საინტერესოა, როგორც ნებისმიერი სხვა რეალობისა.

NDI(ეროვნულ დემოკრატიული ინსტიტუტის) კვლევის მიხედვით, რომელიც 2012 წლის ნოემბერში ჩატარდა, საქართველოში ინფორმაციის მიღების ძირითად წყაროდ რეგულარულად უმრავლესობა ტელევიზიას ასახელებს.



როგორც უკვე აღინიშნა, კვლევის ამოცანას პოლიტიკის ველისა და ჟურნალისტიკის ველის ურთიერთობის ლოგიკის დადგენა წარმოადგენს. ამის გასარკვევად, ბურდიეს სოციოანალიზის პარალელურად ვიყენებ კვლევას, რომელიც იყო თოქ-შოუების წინასაარჩევნი მედია-მონიტორინგი. ეს თოქ-შოუების წინასაარჩევნი მედია მონიტორინგი CRRC -საქართველომ გაეროს განვითარების პროგრამის (UNDP) და ევროკომისიის დაკვეთით გახორციელა. ამ პროცესში თავად გახლდით ჩართული და ერთ-ერთი მონიტორი ვიყავი.

თოქშოუების საარჩევნო მონიტორინგი აკვირდებოდა 9 ივლისიდან 30 ნოემბრის ჩათვლით აკვირდებოდა პრაიმტაიმის დროს გასულ ყველა თოქშოუს, რომელიც პოლიტიკურ თემებს ეძღვნება.

*მონიტორინგის მიზანი იყო დაეგინათ :*

- როგორ აშუქებს მედია მნიშვნელოვან საკითხებს;

- როგორ უქედება კონკრეტული სტრუქტურა, კომპანია;
- რამდენად კანონიერია გაშუქება (კანონით განსაზღვრულ მოთხოვნებს აკმაყოფილებს);
- რამდენად იცავს მედია ეთიკის ნორმებს და ჟურნალისტურ სტანდარტებს;
- რამდენად არის დაცული პოლიტიკური ბალანსი;
- რამდენად არის დაცული სოციალური პლურალიზმი.

ვინაიდან ყველა არხზე არ გადიოდა ასეთი ტიპის გადაცემები დაკვირვების ქვეშ მოხვდნენ შემდეგი არხები და თოქ-შოები:

საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველ არხი

1. „დიალოგი“ - დავით პაიჭაძე.
2. „აქცენტები“ - ეკა კვესიტაძე.

მაესტრო

1. „სუბიექტური აზრი“ - წამყვანები შალვა რამიშვილი და დიანა ტრაპაიძე.
2. „პოლიტმეტრი“ - ნინო ჟიჟილაშვილი.
3. „არგუმენტები“ - თეა სიჭინავა.
4. „კვირის არგუმენტები“ - თეა სიჭინავა.
5. „ჩვენ“ - თამარ ჩიქოვანი.

კავკასია

1. „სპექტრი“ - დავით აქუბარდია.
2. „ბარიერი“ - ალექსანდრე ელისაშვილი.
3. „ცხელი ხაზი“, რომელსაც მორიგეობით უძღვებოდნენ ალექსანდრე ელისაშვილი, დაჩი გრძელიშვილი, ზვიად ქორიძე და ნათია ორველაშვილი.

მეცხრე არხი

1. „ახალკაცის მატრიცა“ - გოგი ახალკაცი.
2. „კონსილიუმი ვასილ მაღლაფერიძესთან“ - ვასილ მაღლაფერიძე.
3. „მთავარი კითხვა“ - ეკა ბერიძე.



## მეთოდოლოგია და ანალიზი

თოქ-შოუების წინასაარჩევნო მედია მონიტორინგი მოიცავდა მხოლოდ თვისებრივ კომპონენტს. მონიტორინგის დროს ხდებოდა დაკვირვება მხოლოდ ჟურნალისტებზე სხვადასხვა კომპონენტების მიხედვით. ფასდებოდა ჟურნალისტების როლი და ჩართულობა გადაცემის განმავლობაში. ჟურნალისტი უბრალოდ მოდერატორია, რომელიც მართავს პროცესს, თუ ცდილობს თავისი პოზიციის დაფიქსირებას. რამდენად აცდის თოქშოუს წამყვანი სტუმრებს აზრის გამოთქმას და როდის აწყვეტინებს საუბარს. ასევე, ხდებოდა დაკვირვება, თუ რამდენად თანაბარ პირობებში აყენებს ჟურნალისტი სტუმრებს: ჟურნალისტის კითხვები რამდენად თანაბრად მომთხოვნი/ლმობიერი იყო ყველა სტუმრის მიმართ და რამდენად ცდილობდა ჟურნალისტი სტუმრებისგან სიღრმისეული ინფორმაციის მიღებას ჩაძიების გზით. მონიტორინგი ასევე აკვირდებოდა თოქშოუებში სიძულვილის ენის (შეურაცხმყოფელი ან დამამცირებელი ფრაზების/განცხადებების) გამოყენებას ჟურნალისტების/წამყვანების მხრიდან და მათ რეაგირებას სტუმრების მიერ სიძულვილის ენის გამოყენების შემთხვევებზე.

## პირველი არხი

*პირველ არხზე მონიტორინგის ქვეშ მოხვდა ორი გადაცემა: „დიალოგი დავით პაიჭაძესთან“ და „აქცენტები ეკა კვესიტაძესთან ერთად“. ორივე გადაცემაში მოწვეულნი იყვნენ როგორც მმართველი გუნდისა და წევრები, ასევე ოპოზიციის წარმომადგენლები, ახალი ხელისუფლების წევრები და ექსპერტები. ორივე ჟურნალისტი საკმაოდ აქტიურად იყო ჩართული გადაცემაში. ცდილობდნენ ამომწურავი პასუხების მიღებას დასმულ კითხვებზე და ძირითადად აძლევდნენ სტუმრებს საშუალებას, დაეფიქსირებინათ თავისი აზრი. ორივე ჟურნალისტის შემთხვევაში შეიძლება ითქვას, რომ ხშირად, სტუმრების პოლიტიკურ მიკუთვნებულობასთან ერთად წამყვანების დამოკიდებულებაც საგრძნობლად იცვლებოდა. ეს დასმულ კითხვებში, ირონიულ დამოკიდებულებასა და რეპლიკებში ჩანდა. ახალი ხელისუფლების წარმომადგენლებს უფრო აქტიურ ოპონირებას უწევდნენ და ხშირად ეძიებოდნენ, ხოლო ყოფილი ხელისუფლების წარმომადგენლებს ნაკლებად უწევენ ოპონირებას და არც მომთხოვნი ტონით გამოირჩეოდნენ მათ მიმართ. თოქშოუ ყოველთვის ზომიერ და კორექტულ ფარგლებში მიმდინარეობდა და, შესაბამისად, არაკორექტულ გამონათქვამებსა და სიძულვილის ენის გამოყენებას ადგილი არ ჰქონდა არც წამყვანებისა და არც სტუმრების მხრიდან.*

## *„დიალოგი დავით პაიჭაძესთან“*

თემების თვალსაზრისით გადაცემები მრავალფეროვანი იყო. სტუდიაში განხილული იყო ისეთი საკითხები, როგორიცაა:

- არჩევნები (წინასაარჩევნო პერიოდი, არჩევნების შედეგები, საარჩევნო უბანზე ფოტო-ვიდეო გადაღების აკრძალვა),
- „მაესტროს“ სატელიტური თევზების დაყადაღება,
- ეკლესიის როლი პოლიტიკაში,
- სოციოლოგიური კვლევები, (NDI, IRI)
- მედია,
- ლაფანყურის ინციდენტი,
- ციხეში მომხდარი მოვლენები და პატიმართა წამება,
- მარლთმსაჯულება და სასამართლოები
- სხვადასხვა სამინისტროებში არსებული მდგომარეობა და სამომავლო გეგმები,
- ახალი პარლამენტი
- პოლიტიკური „რევანშიზმი“ (ბაჩო ახალაიას და გიორგი კალანდაძის დაკავება)
- სამოქალაქო სექტორი საქართველოში,
- თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში მიმდინარე საკითხები,
- სახალხო დამცველის საკითხი,
- ცვლილებები მთავრობაში,
- კულტურის პოლიტიკა და ამ სფეროში მიმდინარე მოვლენები,
- არსებული და სამომავლო პოლიტიკა ოკუპირებული ტერიტორიების მიმართ,
- საქართველოს საგარეო ურთიერთობები და სხვა.

მთლიანობაში უნდა ითქვას, რომ თოქშოუ „დიალოგი“ საკმაოდ დაბალანსებული გადაცემაა. თითქმის ყოველთვისაა დაცული პოლიტიკური ბალანსი მოწვეულ სტუმრებს შორის და მთავარ თემებზე საუბარს ორი განსხვავებული პოზიციიდან ვისმენთ. აღსანიშნავია, რომ ჟურნალისტის აქტიურობის დონე და მის მიერ დასმული კითხვების ხასიათი განსხვავდება მოწვეული სტუმრების მიხედვით. თუ მისი პოზიცია სტუმრის პოზიციას არ ემთხვევა, პაიჭაძე უფრო მომთხოვნი ხდება და აქტიურ დებატებში შედის სტუმართან. ამჟღავნებს მეტ კრიტიკას, ირონიას და სარკაზმს. ასეთ შემთხვევაში ჟურნალისტი უფრო მეტად უწევს ოპონირებას სტუმარს.

მართალია, წამყვანი ღიად არ აფიქსირებს თავის პოზიციას, თუმცა 1 ოქტომბრამდე, ანუ არჩევნებამდე პერიოდში წამყვანი გამოკვეთილად კრიტიკული იყო სხვადასხვა ოპოზიციური პარტიის წარმომადგენლის მიმართ. წამყვანის კრიტიკულობა არ შეცვლილა არჩევნების შემდგომაც უკვე სახელისუფლებო პარტიის მიმართ. „ქართული ოცნების“ წარმომადგენლებს წამყვანი უკვე მთავრობის წევრების ამპლუაში აკრიტიკებდა და მათგან მომთხოვნ კითხვებზე ითხოვდა პასუხს, მაშინ, როდესაც მათი ოპონენტების მიმართ წამყვანს მსგავსი სახის კრიტიკულობა არ გამოუჩენია.

*„აქცენტები ეკა კვესიტაძესთან ერთად“*

მონიტორინგის პერიოდში „აქცენტებში“ განიხილეს შემდეგი თემები:

- არჩევნები (წინასაარჩევნო კამპანია, წინასაარჩევნო გარემოს შეჯამება),
- მთავრობის გეგმა კახეთში სტიქიის შედეგად დაზარალებულთათვის,
- ლაფანყურის სპეცოპერაცია,
- სახელმწიფოს დაზღვევის პროგრამა,
- ბიძინა ივანიშვილისა და მისი გუნდის პოლიტიკური გეგმები,
- პატიმრების წამება ციხეებში,
- ომბუცმენის არჩევა,
- რელიგიური დაპირისპირება სოფელ ნიგვზიანში,
- რუსთავის საპრობლემატიკო არსებული პრობლემები,
- 2013 წლის ბიუჯეტი,
- ბაჩო ახალაიას დაპატიმრება,
- უკანონო მოსმენები და ყოფილი მაღალჩინოსნების დაკავებები,
- პოლიტიკური პატიმრები და პოლიტიკური დევნილის სტატუსი,
- საზოგადოებრივ მაუწყებელში შემოსავლების სამსახურის შესვლა,
- ნატოს სამხედრო კომიტეტის საქართველოში ვიზიტის გადადება,
- რასმუსენის განცხადება საქართველოში მაღალჩინოსნების დაკავებაზე,
- საქართველო-რუსეთის ურთიერთობები,
- საერთაშორისო პრესის კრიტიკა და საქართველოს საერთაშორისო იმიჯი,
- საპრეზიდენტო არჩევნები ამერიკაში.

ჟურნალისტი ცდილობს, იყოს უბრალოდ მოდერატორი, მაგრამ ზოგ შემთხვევაში პირდაპირ თუ ირიბად იგრძნობა, რომ წამყვანი არ არის ბოლომდე ობიექტური. იგი მეტად კრიტიკული და მომთხოვნია ახალი მთავრობისა და კოალიცია ქართული ოცნების მიმართ და ნაკლებად იჩენს კრიტიკულობას ყოფილი ხელისუფლების მიმართ. ეს გამოიხატება მის შეკითხვებში, რომლებიც ყველა სტუმრისთვის თანაბრად მომთხოვნი არაა, და მის ოპონირებაში ზოგ სტუმართან. კვესიტადის პოზიცია ასევე ვლინდება მის რიტორიკულ შეკითხვებში, მიმიკებსა და ირონიულ ტონში სტუმრებთან საუბრისას.

მაესტრო

„სუბიექტური აზრი“

*„სუბიექტურ აზრში“ მოწვეულ სტუმრებს შორის თვალშისაცემი იყო ქართული ოცნებისა და მთავრობის წევრების შედარებითი სიჭარბე. გადაცემის მსვლელობისას ორივე ჟურნალისტი საკმაოდ აქტიურად იყო ჩართული დისკუსიაში, ამ კუთხით მალვა რამიშვილი უფრო გამოირჩეოდა. თოქშოუს სათაურიდან გამომდინარე წამყვანები არ მალავდნენ თავიანთ სუბიექტურ აზრს და გადაცემის მსვლელობისას*

*ბევრჯერ ღიად აფიქსირებენ მას, დიანა ტრაპაიძე კი შედარებით უფრო თავშეკავებული იყო. ამასთან, შალვა რამიშვილი ნაკლებად ასახელებდა მის მიერ გაქდერებული ინფორმაციის წყაროებს. თუმცა, მეორეს მხრივ, დიანა ტრაპაიძე ცდილობდა, თითქმის ყველა შემთხვევაში, მოეშველიებინა გარკვეული სახის დოკუმენტაცია. აღსანიშნავია, რომ სხვადასხვა მიკუთვნების სტუმრები გადაცემაში არათანაბარ მდგომარეობაში იყვნენ და წამყვანების კრიტიკული დამოკიდებულება ამ მხრივ ტენდენციური იყო.*

მონიტორინგის პერიოდში გასულ გადაცემებში განხილულ იქნა შემდეგი თემები:

- არჩევნები (წინასაარჩევნო პერიოდი, კამპანია, არჩევნების დღე, შედეგები, საერთაშორისო შეფასებები),
- ევროპარლამენტში გამართული დებატები,
- სოციოლოგიური კვლევები,
- მაესტროს დაყადაღებული ანტენები,
- კარალეთში მომხდარი ინციდენტი,
- სტიქია კახეთში,
- „აგვისტოს ომი“,
- ლაფანყურის ინციდენტი,
- პატიმართა წამება ციხეებში და სტუდენტური პროტესტი,
- ფარული აუდიოჩანაწერები და სხვა კომპრომატები,
- მედია („Must carry“ და „Must offer“, მედიის თავისუფლება, ცვლილებები მეცხრე არხზე, ტელეკომპანია „პიკის“ დახურვა),
- ახალი მთავრობა, ახალი პარლამენტი
- ყოფილი ხელისუფლება,
- სახალხო დამცველის საკითხი,
- სხვადასხვა პოლიტიკური და ეკონომიკური საკითხები,
- ცვლილებები სასჯელაღსრულების სისტემაში, მასობრივი ამნისტია
- არჩევნების შემდეგ დაპატიმრებები (ბაჩო ახალაია),
- დევნილების პრობლემები,
- განათლების სისტემა,
- საგარეო ურთიერთობები (ნატოსთან ურთიერთობა, რუსეთთან ურთიერთობა) და სხვა.

მთელი მონიტორინგის პერიოდში გადაცემას არავინ სტუმრობდა ერთიანი ნაციონალური მოძრაობისა და ძველი ხელისუფლებიდან. ეს ტენდენცია შეინიშნებოდა არჩევნებამდეც და არჩევნების მერეც.

აღსანიშნავია, რომ შალვა რამიშვილის მხრიდან წინასაარჩევნო პერიოდში ადგილი ჰქონდა აგიტაციას, სხვადასხვა სახის მოწოდებებსა თუ პიარ-კამპანიას, რომლებიც ძირითადად მის მონოლოგებში იკვეთებოდა. ჟურნალისტი ღიად ამბობდა, რომ ის

არის მხარე, არის ივანიშვილის მხარდამჭერი და ყოველთვის აკრიტიკებდა მიხეილ სააკაშვილს.

წამყვანების კითხვები შედარებით ლმობიერი იყო ქართული ოცნების წარმომადგენლების ან მათი მხარდამჭერების მიმართ. ხოლო იმ ადამიანების მიმართ, რომლებიც ამ პარტიისადმი კრიტიკულად არიან განწყობილი, წამყვანები, განსაკუთრებით, შალვა რამიშვილი, მომეტებულ კრიტიკულობას იჩენდნენ.

„პოლიტმეტრი“

„პოლიტმეტრში“ მონიტორინგის პერიოდში ეთერი დაეთმო როგორც ოპოზიციის სხვადასხვა წარმომადგენლებს, ასევე მმართველ გუნდს. აღსანიშნავია, რომ „სუბიექტური აზრისა“ და „არგუმენტებისგან“ განსხვავებით, პოლიტმეტრი ოპოზიციური სპექტრის მრავალფეროვნებითაც გამოირჩეოდა. საერთო ჯამში, „პოლიტმეტრი“ ერთ-ერთი ყველაზე დაბალანსებული თოქშოუა. წამყვანი უმეტესად თანაბარი კრიტიკულობით გამოირჩეოდა როგორც სახელისუფლებო, ასევე ოპოზიციური პარტიების მიმართ. ცდილობდა, თავად გაეწია ოპონირება გადაცემის სტუმრისთვის და მისგან განსხვავებული პოზიცია დაეფიქსირებინა. თუმცა, იშვიათად ის თავის პოზიციას ფარულად თუ გაკვრით მაინც აფიქსირებდა. არჩევნებამდე მმართველი გუნდისა და ხელისუფლების წარმომადგენლების მიმართ უფრო კრიტიკულად იყო განწყობილი. ამავდროულად, ის საკმაოდ ლოიალური იყო ოპოზიციის წარმომადგენლების მიმართ. ეს ტენდენცია განსაკუთრებით პატიმართა წამების ამსახველი კადრებისა და კოალიცია ქართული ოცნების წევრების საუბრების აუდიო ჩანაწერების გამოქვეყნების შემდეგ გამოვლინდა.

მონიტორინგის პერიოდში თოქშოუში შემდეგი თემები იქნა განხილული:

- არჩევნები (წინასაარჩევნო გარემო, საარჩევნო სიები, შედეგები),
- პრეზიდენტის გამოსვლები,
- „მაესტროს“ დაყადაღებული ანტენები,
- ქართუ ბანკის დაყადაღება,
- კარალეთის ინციდენტი,
- სტიქია კახეთში,
- დევნილები,
- ლაფანყურის ინციდენტი,
- მედია („Must-carry“, „Must-offer“, ზეწოლა მედიაზე, ცვლილებები მეცხრე არხზე),
- სოციოლოგიური კვლევები,
- სამსახურიდან პოლიტიკური ნიშნით გათავისუფლება,
- პატიმრების წამება ციხეებში და საპროტესტო აქციები,
- გავრცელებული ფარული ვიდეო და აუდიო ჩანაწერების შეფასება,
- პრეზიდენტისა და პრემიერ მინისტრის შეხვედრა,
- ახალი მთავრობის სამომავლო გეგმები,

- პარლამენტის პირველი სხდომა,
- ცვლილებები პენიტენციურ სისტემაში,
- ხელახალი გამოძიებები,
- სახალხო დამცველის არჩევა,
- მაღალჩინოსნების დაპატიმრებები,
- საგარეო ურთიერთობები და სხვა.

სტუმრები ყოველთვის განსხვავებული პოზიციის მქონე ადამიანები არიან. მთლიანობაში შეიძლება ითქვას, რომ პოლიტმეტრი პოლიტიკურად ერთ-ერთი ყველაზე დაბალანსებული გადაცემაა. სადაც ჟურნალისტი ძირითადად მოდერატორის როლს ასრულებს.

ძალიან იშვიათად იყო შემთხვევები, როდესაც ჟურნალისტი საკუთარ მოსაზრებას აფიქსირებდა და ადვილი იყო მისი პოზიციის ამოცნობა. ეს, ძირითადად, არჩევნებამდე, ჟურნალისტებზე ზეწოლის, მაესტროს თეფშების დაყადაღებისა და ციხეში პატიმრების წამების თემების განხილვის დროს ხდებოდა. უმეტესი თემების განხილვის და დისკუსიის დროს ჟურნალისტი ინარჩუნებდა ნეიტრალურ პოზიციას.

### „არგუმენტები“

„არგუმენტები“ მაესტროს თოქშოუა, რომლის წამყვანია თეა სიჭინავა. ძირითადად, „არგუმენტები“ დებატების ფორმატითაა წარმოდგენილი და სტუდიაში ორი სტუმარია მოწვეული. მონიტორინგის პერიოდში გადაცემას დაემატა ყოველკვირეული გამოშვება „კვირის არგუმენტები“, სადაც სტუდიაში რამდენიმე სტუმარია მოწვეული და ამასთანავე, იქ მყოფი აუდიტორიაც აქტიურადაა ჩართული თოქ-შოუში „არგუმენტებშიც“ და „კვირის არგუმენტებშიც“ სტუმრად მოწვეულნი იყვნენ როგორც ყოფილი ხელისუფლებისა და ნაციონალური მოძრაობის წარმომადგენლები, ასევე ახალი ხელისუფლებისა და კოალიცია ქართული ოცნების წევრები. ფორმატის სხვაობასთან ერთად განსხვავებული იყო წამყვანის ქცევა „არგუმენტებსა“ და „კვირის არგუმენტებში“. „კვირის არგუმენტებში“ თეა სიჭინავა უფრო მოდერატორის როლს ასრულებდა, ნაკლებად უწევდა ოპონირებას სტუმრებს და საკუთარ პოზიციასაც არ აფიქსირებდა. „არგუმენტებში“ კი უფრო მომთხოვნი იყო სტუმრებისადმი, მეტ ოპონირებას უწევდა და დასმულ კითხვებში მისი დამოკიდებულებაც უფრო მეტად იგრძნობოდა: მეტი კრიტიკულობა ყოფილი ხელისუფლების მომხრე სტუმრებისადმი და მეტი ლომობიერება კოალიცია ქართული ოცნებისა და ახალი ხელისუფლების მომხრე სტუმრებისადმი.

მონიტორინგის პერიოდში თოქშოუ შემდეგ თემებს განიხილავდა:

- არჩევნები (წინასაარჩევნო გარემო, არჩევნების შედეგები, ეგზიტპოლები),
- „მაესტროს“ დაყადაღებული ანტენები,

- კარალეთის ინცინდენტი,
- ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის წინასაარჩევნო ქცევის დეკლარაცია,
- სტიქია კახეთში,
- ბიძინა ივანიშვილის მიერ საქართველოს ბიუჯეტში გადარიცხული 80 მილიონი ლარი,
- მედია (ინფორმაციის ხელმისაწვდომობა, „Must-carry“, „Must-offer“, TV9-ს ჟურნალისტების დევნა),
- „აგვისტოს ომი“,
- ჯარიმებისა და ყადაღების სერია,
- ლაფანყურის ინციდენტი,
- სოციოლოგიური კვლევები,
- საზოგადოების პოლარიზება,
- ციხეებში პატიმრების წამება,
- საპროტესტო აქციები,
- ფარული ჩანაწერები ქართული ოცნების წინააღმდეგ,
- ახალი მთავრობის გუნდი,
- ურთიერთობები უმრავლესობასა და უმცირესობას შორის,
- კონტროლის პალატის უკანონო ქმედებების განხილვა,
- სახალხო დამცველის არჩევის საკითხი,
- მდგომარეობა სასჯელაღსრულების დაწესებულებებში,
- სოციალური დახმარებების გაუქმება,
- ყოფილი მაღალჩინოსნების დაპატიმრება და სხვა.

აღსანიშნავია, რომ მონიტორინგის დასაწყისში „არგუმენტებში“ ბალანსი გადაცემაში ხელისუფლებასა და ოპოზიციას შორის თითქმის თანაბარი იყო. არჩევნების მოახლოებასთან ერთად გაიზარდა ქართული ოცნების წარმომადგენლებისა და მათდამი კეთილგანწყობილი პირების სტუმრობის სიხშირე. არჩევნების შემდეგ კიდევ უფრო მეტი იყო კოალიციისა და ახალი ხელისუფლების წარმომადგენელთა რიცხვი თოქშოლში. თუმცა, წამყვანი ყოველთვის აღნიშნავდა, რომ უარს ეუბნებოდნენ ნაციონალური მოძრაობიდან და ყოფილი ხელისუფლების სხვადასხვა სტრუქტურულიდან გადაცემაში სტუმრობაზე.

„არგუმენტებში“ გამოიკეთა ერთი ტენდენცია: არჩევნებამდე პერიოდში ჟურნალისტის კითხვები უფრო მომთხოვნი იყო ნაციონალური მოძრაობის წარმომადგენლებისა და მათდამი ლოიალურად განწყობილი პირებისადმი, ვიდრე ოპოზიციის წარმომადგენლებისადმი. არჩევნების შემდეგ ეს ტენდენცია შემცირდა და წამყვანიც მეტად დაბალანსებული გახდა, მათ შორის ნაციონალური მოძრაობის წარმომადგენლების მიმართაც. ეს ტენდენცია იმაშიც გამოიხატება, რომ ჟურნალისტი არჩევნებამდე პერიოდში უფრო ხშირად გამოთქვამდა საკუთარ მოსაზრებებს და აფიქსირებდა პოზიციას, რაც ძალიან შემცირდა არჩევნების შემდგომ პერიოდში.

## „ჩვენ“

რაც შეეხება გადაცემას „ჩვენ“, მონიტორინგის პერიოდში გადაცემას არავინ სტუმრობდა ერთიანი ნაციონალური მოძრაობიდან ან ყოფილი ხელისუფლებიდან. გადაცემაში ჟურნალისტი და სტუმრები, მეტწილად, ერთსა და იმავე პოზიციას იზიარებდნენ, რაც უმეტესად ყოფილი ხელისუფლებისადმი კრიტიკულ დამოკიდებულებაში გამოიხატებოდა. ეს ტენდენცია განსაკუთრებით არჩვენებამდე შეინიშნებოდა. სხვა მხრივ, ჟურნალისტი ლმობიერი და კეთილგანწყობილი იყო სტუმრების მიმართ, არ აწყვეტინებდა საუბარს, აცდიდა აზრის დასრულებას და იშვიათად ეძიებოდა ამა თუ იმ საკითხთან დაკავშირებით. ჟურნალისტის დამოკიდებულება ამა თუ იმ საკითხთან მიმართებაში, ჩანდა დასმულ კითხვებსა და არავერბალური ენის გამოყენების დროს. თუმცა, თავის შეფასებებსა და კრიტიკაში თამარ ჩიქოვანი რადიკალური არ იყო და მისი კომენტარები უფრო შენიშვნებისა და რეკომენდაციების ხასიათს ატარებდა.

მონიტორინგის პერიოდში გადაცემაში შემდეგი თემები იქნა განხილული:

- არჩვენები (საარჩევნო სიები, არჩვენების გაყალბება),
- საქართველოში არსებული სოციალური და პოლიტიკური პრობლემები,
- პოლიტიკური გარემო საქართველოში (ხელისუფლება და ოპოზიცია),
- რუსეთი და ტერიტორიული კონფლიქტები,
- სოციოლოგიური კვლევები,
- მდგომარეობა ქართულ ციხეებში,
- მომავალი პოლიტიკური ვითარების ანალიზი,
- სამართალი და სამართლიანობის აღდგენა,
- ახალი მთავრობის დაპირებები და მათი რეალისტურობა,
- საქართველოს კონსტიტუცია,
- ხელოვნება და საზოგადოება,
- დანაშაული და სასჯელი (მდგომარეობა ციხეებში),
- პრობლემები განათლების სისტემაში.

## კავკასია

### „სტუდია სპექტრი“

„სტუდია სპექტრი“ უფრო თავისუფალი ფორმატის თოქშოუს სადაც საუბარი ძალიან „შინაურულად“ მიმდინარეობს წამყვანსა და სტუმარს შორის. დავით აქუბარდიას გადაცემაში ისეთი რესპონდენტები ჰყავს სტუმრად, რომლებიც



*მისთვის მისაღებ მოსაზრებებს გამოთქვამენ. ამიტომ, წამყვანი, ძირითადად, ეთანხმება მათ და აცდის აზრის ბოლომდე გამოთქმას. ჟურნალისტი საკუთარ მოსაზრებებს ხშირად აფიქსირებს, რომლებიც ხშირად არაეთიკურია და სიძულვილის ენას შეიცავს. განსაკუთრებით ეს პრეზიდენტის, ყოფილი მინისტრებისა და ნაციონალური მოძრაობის მისამართით ხდება. მეორეს მხრივ, აქუზარდია არასოდეს იშურებს ქებას და დადებით შეფასებას მასთან სტუდიაში მოსული სტუმრების მიმართ და არ მალავს მის კეთილგანწყობას ახალი მთავრობის მიმართ.*

მონიტორინგის პერიოდში „სტუდია სპექტრი“ შემდეგ თემებს შეეხო:

- არჩევნები (წინასაარჩევნო გარემო, ცესკო, შედეგები, დარღვევები საარჩევნო უბნებზე, საერთაშორისო შეფასებები)
- პარტიების დაჯარიმება,
- ქსნის და გლდანის კოლონიაში მომხდარ მოვლენები,
- NDI-ს კვლევები,
- კოალიცია ქართული ოცნება (ვიზიტები რეგიონებში, აქციები)
- ფონდი ქომაგის ანგარიშების დაყადაღება,
- კარალეთის ინცინდენტი,
- სოფლის მეურნეობა,
- სტიქია კახეთში,
- „აგვისტოს ომი“,
- ადამიანის უფლებები,
- მედია („მაესტროს“ დაყადაღებული ანტენები)
- პატიმრების წამება ციხეებში და სტუდენტური აქციები,
- პარლამენტის პირველი სხდომა,
- ხელისუფლების გადაბარება,
- მიხეილ სააკაშვილისა და ბიძინა ივანიშვილის შეხვედრა,
- ახალი მთავრობის პრიორიტეტები და პერსპექტივები,
- „ორხელისუფლებიანობა“ საქართველოში,
- სახალხო დამცველის არჩევა,
- მართლმსაჯულება და სასამართლო სისტემა,
- განათლება,
- ქართული ჯარი,
- ეკოლოგია და გარემოს დაცვა,
- დევნილთა პრობლემები,
- ბაჩო ახალაიას დაკავება,
- ცვლილებები ციხეებში,
- სოციალური დახმარებების შეწყვეტა,
- რუსეთ - საქართველოს ურთიერთობები და სხვა.

მონიტორინგის პერიოდში მოწვეულ პოლიტიკურ პარტიებს შორის არჩევნებამდე და მის შემდეგაც სჭარბობდნენ კოალიცია ქართული ოცნების წარმომადგენლები. შედარებით იშვიათად გადაცემას სტუმრობდნენ ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის და სხვა ოპოზიციური პარტიების წევრები.

ზოგადად რომ შევაფასოთ, გადაცემა ძალიან ტენდენციურია. ჟურნალისტი მთელი გადაცემის მანძილზე ყოველთვის, ყველა პერიოდში ღიად აფიქსირებდა საკუთარ უარყოფით დამოკიდებულებას ყოფილი ხელისუფლების მიმართ. ხშირად იყენებდა სიძულვილი ენას და იყო არაკორექტული ერთიანი ნაციონალური მოძრაობისა და მთავრობის მიმართ. ციხის სკანდალის შემდეგ ჟურნალისტი საკუთარ შეფასებებში უფრო რადიკალური გახდა და ერთი ორად გაიზარდა მისი მხრიდან მსგავსი შინაარსის განცხადებები.

„ბარიერი“

გადაცემას დებატების ფორმატი აქვს, სტუდიაში მოწვეულია რამდენიმე სტუმარი, რომლებიც ორ სხვადასხვა მხარეს წარმოადგენენ.

„ბარიერში“ მონიტორინგის განმავლობაში შემდეგი თემები იყო განხილული:

- არჩევნები (წინასაარჩევნო პერიოდი, შედეგები, ცესკო),
- ბიძინა ივანიშვილის ქონების დაყადაღება,
- კარალეთის ინციდენტი,
- ბიძინა ივანიშვილის და ხელისუფლების ურთიერთობები,
- „მაესტროს“ თეფშების დაყადაღება,
- სოციოლოგიური კვლევები,
- მედია (ჟურნალისტების დევნა, წინასაარჩევნო მედია გარემო),
- ლაფანყურის ინციდენტი,
- საგარეო ურთიერთობები,
- პატიმართა წამება ციხეებში,
- ურთიერთობა ძველსა და ახალ ხელისუფლებას შორის,
- სახალხო დამცველის არჩევა,
- ახალი პოლიტიკური რეალობა (ახალი მთავრობა, ახალი პარლამენტი)
- ამნისტია,
- არჩევნების შემდეგ მომხდარი დაპატიმრებები,
- განათლება და სხვა.

„ბარიერში“ მონიტორინგის პერიოდში გასულ გადაცემებში მოწვეულ სტუმრებს შორის იყვნენ როგორც მთავრობის და მმართველი გუნდის ისე, ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის წევრები. გადაცემაში ერთი შეხედვით ბალანსი დაცულია, რადგან ყოველთვის წარმოდგენილია ორი სხვადასხვა მხარე. თუმცა, ელისაშვილის (ერთ-ერთი წამყვანი) ტენდენციურობა ძალიან თვალში საცემია. ის, ყოველთვის ცალსახად აკრიტიკებს ნაციონალურ მოძრაობას და ე.წ. ძველ ხელისუფლების

*წარმომადგენლებს, ხოლო ხშირად სტუდიაში მყოფ ქართული ოცნების წარმომადგენლებს არანაირი კრიტიკის შემცველ კითხვებს არ უსვამს. ღიად გამოხატავს საკუთარ კრიტიკულ და ხშირად არაკორექტულ შეფასებებს ამა თუ იმ საკითხთან დაკავშირებით.*

განსაკუთრებით ემოციური იყო წამყვანი არჩევნების წინ, ციხეში პატიმრების წამების ამსახველი ვიდეომასალის გამოქვეყნების შემდეგ. ხშირად იყენებდა სიტყვებს სადისტი და მკვლეელი, კონკრეტული პირების მიმართ.

*„ცხელი ხაზი“*

მისი წამყვანები მონაცვლეობით არიან: ალექსანდრე ელისაშვილი, ზვიად ქორიძე და ნათია ორველაშვილი. მონიტორინგის პერიოდში რამდენიმე შემთხვევაში გადაცემის თანაწამყვანები იყვნენ მერაბ მეტრეველი და დაჩი გრძელიშვილი. „ცხელი ხაზი“ თავის გადაცემებში შემდეგ თემებსა და საკითხებს შეეხო:

- არჩევნები (წინასაარჩევმო გარემო, ეგზიტპოლების შედეგები, გაყალბება),
- სადამკვირვებლო მისიები საქართველოში,
- საქართველოს პენიტენციალურ სისტემა,
- მედია,
- სტიქია კახეთში,
- პოლიტიკური პარტიების ქცევის წესები,
- სამოქალაქო ომის ალბათობა,
- ლაფანყურის ინციდენტი,
- NDI-ის კვლევა,
- პატიმრების წამება ციხეში,
- ცესკოს გადაწყვეტილება საარჩევნო უბნებზე ვიდეოგადაღებასთან დაკავშირებით,
- ფარული ჩანაწერები - კომპრომატების ომი,
- ახალი მთავრობა და სამომავლო გეგმები,
- შეიარაღებული ძალების გენერალური შტაბის უფროსის ცვლილება,
- ბიზნესისა და სახელმწიფოს ურთიერთობები,
- მართლმსაჯულების სისტემის პრობლემები,
- კომუნალური ტარიფების შემცირების რეალისტურობა,
- სოციალური დახმარებები,
- მასშტაბური გაფიცვები,
- განათლების სისტემა,
- ყოფილი ჩინოვნიკების დაკავება,
- მასობრივი ამნისტია,
- უკანონო მოსმენები,
- რუსეთ-საქართველოს ურთიერთობები,
- პოლიტიკა ოკუპირებულ ტერიტორიებთან მიმართებაში.

აღსანიშნავია, რომ „ცხელი ხაზის“ იმ გადაცემებში, სადაც წამყვანი ალექო ელისაშვილია, გადაცემა „ბარიერის“ მსგავსი ტენდენციებით მიმდინარეობს. ხოლო, „ცხელი ხაზის“ დანარჩენი წამყვანები: ნათია ორველაშვილი, ზვიად ქორიძე და მერაბ მეტრეველი, უმეტესად მოდერატორის როლს ასრულებენ და თავის შეხედულებებს აშკარად არ აფიქსირებენ.

„ცხელ ხაზში“ მოწვეულ სტუმრებს შორის იყვნენ როგორც ახალი მთავრობისა და კოალიცია ქართული ოცნების, ასევე ერთიანი ნაციონალური მოძრაობისა და სხვა ოპოზიციური გუნდების წარმომადგენლები. შესაბამისად, გადაცემაში უმეტეს შემთხვევაში წარმოდგენილი იყო ორი მხარე და განსხვავებული პოზიციები, რის გამოც გადაცემას ხშირად დებატების ხასიათი ჰქონდა. თუმცა, მათ შორის ჭარბობდნენ ახალი მმართველი გუნდისა და ახალი ხელისუფლების წევრები.

გადაცემის წამყვანებისა და განსაკუთრებით ალექო ელისაშვილის მხრიდან საკმაოდ მწვავე იყო კრიტიკა ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის მიმართ წინასაარჩევნო პერიოდში. გადაცემაში მაშინდელი ოპოზიციის წარმომადგენლები აქტიურად აკრიტიკებდნენ ხელისუფლებას და ცდილობდნენ მათ დადანაშაულებას, რაშიც ხშირ შემთხვევაში წამყვანების მხრიდან ოპონირებას არ აწყდებოდნენ.

მეცხრე არხი

აღსანიშნავია, რომ მეცხრე არხზე მონიტორინგის ქვეშ მყოფ არც ერთ თოქშოუს არ სტუმრობდა ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის ან ყოფილი მთავრობის წარმომადგენელი. სამივე შემთხვევაში სტუმრები ძირითადად კოალიცია ქართული ოცნებისა და ხელისუფლებისადმი ლოიალურად განწყობილი ადამიანები არიან. შესაბამისად, მონიტორინგის პერიოდში ამ არხზე პოლიტიკური ბალანსი დაცული არ იყო და გადაცემაში სტუმრად არ იყვნენ ფუნდამენტურად განსხვავებული პოზიციისა და შეხედულებების მქონე ადამიანები/პოლიტიკოსები. ამასთან, გადაცემის წამყვანები არასოდეს განმარტავდნენ, თუ რა მიზეზით არ ჰყავდათ მეორე მხარის წარმომადგენელი სტუმრები.

„მატრიცა“

„მატრიცაში“ გოგი ახალკაცი არ გამოირჩეოდა სტუმრების მიმართ კრიტიკული დამოკიდებულებით. არჩევნებამდე თითქმის არასოდეს უწევდა მათ ოპონირებას და ხშირად, როგორც ვერბალურად ისე არავერბალურად, ჩანდა მისი სოლიდარობა და დადებითი დამოკიდებულება სტუმრებისა და მათ მიერ გამოთქმულ აზრების მიმართ. ამიტომ გადაცემები ძირითადად ცხარე განხილვებისა და კამათის გარეშე მიმდინარეობდა. განსაკუთრებით ადვილი შესამჩნევი იყო მისი უარყოფითი დამოკიდებულება ე.წ. „ძველი ხელისუფლებისა“ და ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის მიმართ და დადებითი დამოკიდებულება ქართული ოცნების წევრების მიმართ. აღსანიშნავია, რომ არჩევნების შემდეგ ახალკაცი მეტად მომთხოვნი გახდა

*ახალი ხელისუფლების წარმომადგენლების მიმართ, ხშირად ეძიებოდა მათ და ცდილობდა დეტალური ინფორმაცია მიეღო განხილულ საკითხზე.*

მონიტორინგის პერიოდში გასული გადაცემები შემდეგ თემებს ეხებოდა:

- არჩევნები (წინასაარჩევნო გარემო, დარღვევები, ამორჩეველთა მოსყიდვა),
- ბიძინა ივანიშვილის განცხადებები,
- „მეტი სარგებელი ხალხს“ (ნაციონალური მოძრაობის დაპირებები),
- ძველი და ახალი ხელისუფლება,
- 2013 წლის ბიუჯეტი,
- ხელისუფლება და საპატრიარქო,
- ახალი მთავრობის პოლიტიკური კურსი,
- პატიმართა წამება ციხეებში,
- „კომპრომატების“ ომი,
- მაღალჩინოსნების დაპატიმრებები,
- საყოველთაო ამნისტია,
- სასამართლო სისტემა,
- სახალხო დამცველის კანდიდატები,
- პოლიტიკური კვლევები და მათი შედეგები,
- ლაფანყურის ინციდენტი,
- „აგვისტოს ომი“,
- ნარკოკანონმდებლობა საქართველოში,
- მედია (“Must Carry”, მედიის როლი არჩევნებში, ჟურნალისტების დევნა),
- „მაესტროს“ ანტენების დაყადაღება,
- განათლების და მეცნიერების სისტემა,
- სპორტის განვითარება,
- ეკოლოგია და გარემოს დაცვა.

არჩევნებამდე წამყვანი გადაცემაში ძირითადად კოალიცია ქართული ოცნების წარმომადგენლებს იწვევდა და მათთან ერთად აკრიტიკებდა მაშინდელ ხელისუფლებასა და მმართველ გუნდს. ეს განსაკუთრებით შეინიშნებოდა უშუალოდ არჩევნების წინა პერიოდში, პატიმრების წამების ვიდეოების გამოქვეყნების შემდეგ. ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის კრიტიკა არჩევნების შემდეგაც გაგრძელდა.

*„კონსილიუმი“*

*აღსანიშნავია, რომ მონიტორინგის პერიოდში „კონსილიუმის“ არც ერთი გადაცემა არ ყოფილა მიძღვნილი ისეთი თემებისთვის, როგორცაა ბაჩო ახალაიას დაპატიმრება და სახალხო დამცველის არჩევის საკითხი. ვასილ მღლაფერიძე ცდილობდა, რომ მისი გადაცემა არ ყოფილიყო პოლიტიკური თოქშოუ. თუმცა, მის მიერ შერჩეული თემები და სტუმრები ზოგჯერ პირდაპირ, ზოგჯერ კი ირიბად უკავშირდებოდა პოლიტიკას. მაღლაფერიძე აქტიურად იყო გადაცემაში ჩართული,*

ის ხშირად ერთვებოდა სტუმრების საუბარში, აწყვეტინებდა მათ და აფიქსირებდა თავის მოსაზრებებს. ჟურნალისტის ასეთი ჩართულობა ხანდახან ხელისშემშლელიც კი იყო სტუმრებისთვის. გადაცემებში ხშირად შეინიშნებოდა მაღლაფერიძის ირონია ყოფილი ხელისუფლებისა და ნაციონალური მოძრაობის მიმართ.

მონიტორინგის პერიოდში გასული გადაცემები ეხებოდა ისეთ საკითხებს, როგორცაა:

- არჩევნები (წინასაარჩევნო გარემო და კამპანია, ეგზიტპოლები, გაყალბება, საერთაშორისო გამოხმაურება),
- კოალიცია ქართული ოცნება და ბიძინა ივანიშვილი,
- პრეზიდენტი და საქართველოს ხელისუფლება,
- პოლიტიკა ქართულ შოუ-ბიზნესში,
- პატიმართა წამება ციხეებში და სტუდენტური პროტესტი (პოლიტიკური პასუხისმგებლობა),
- ახალი მინისტრთა კაბინეტი,
- სოციოლოგიური კვლევები,
- ეთნიკური უმცირესობები,
- „მაესტროს“ ანტენების დაყადაღება,
- ლაფანყურის ინციდენტი,
- „ყინწვისის საქმე“,
- „აგვისტოს ომი“,
- ქართული სპორტი,
- ნარკომანია და კანონმდებლობა,
- არქიტექტურა კანონმდებლობის გარეშე,
- აზარტული თამაშების ბიზნესის აკრძალვის მოთხოვნა,
- ადამიანების უფლებები,
- განათლება,
- ახალი სასამართლოს კონცეფცია,
- ცვლილებები სასაჯელაღსრულების სისტემაში,

წამყვანი საკამაოდ აქტიურად არის ჩართული გადაცემაში. იგი არ არის უბრალოდ მოდერატორი, ხშირად ერთვება სტუმრებს საუბარში და აფიქსირებს საკუთარ მოსაზრებებსა და შეხედულებებს. მის კითხვებსა და მონოლოგებშიც ხშირად იკვეთება მისი პირადი შეხედულებები, უარყოფითი და კრიტიკული დამოკიდებულება ნაციონალური მოძრაობისა და პრეზიდენტის მიმართ და დადებითი განწყობა ქართული ოცნებისა და ბიძინა ივანიშვილის მიმართ.

„მთავარი“

ეკა ბერიძე სხვადასხვა გადაცემებში ხან აქტიურად სვამდა საკამაოდ მწვავე შეკითხვებს და ეძიებოდა სტუმრებს, ხანაც შედარებით პასიური იყო - არ სვავდა ბევრ კითხვას და ძირითადად ეთერს უთმობდა სტუმრებს, რომ მათ საკუთარი

პოზიცია დაეფიქსირებინათ. ეს უკანასკნელი უმეტესად კოალიცია ქართული ოცნებისა და ახალი ხელისუფლების წარმომადგენლების მიმართ შეინიშნებოდა, განსაკუთრებით უშუალოდ არჩევნების წინ, სექტემბრის მეორე ნახევარში, და არჩევნების შემდეგ. სხვა შემთხვევაში ეკა ბერიძე უმეტესად მოდერატორის ფუნქციებს ასრულებდა გადაცემაში და ცდილობდა, ღიად არ დაეფიქსირებინა საკუთარი პოზიცია. თუმცა, ზოგჯერ შეკითხვის ფორმულირების დროს მისი შეფასებებიც ვლინდებოდა.

მონიტორინგის პერიოდში გასული გადაცემები შემდეგ თემებს მოიცავდა:

- არჩევნები (სიები, წინასაარჩევნო გარემო, შედეგები, ემიგრანტების მონაწილეობა არჩევნებში, ეგზიტპოლები, არჩევნებზე ფოტო-ვიდეო გადაღების შეზღუდვა),
- კოალიცია ქართული ოცნება და ბიძინა ივანიშვილი,
- ქართუ ბანკის, ელიტ ბურჯის და კახი კალაძის ქონების დაყადაღება,
- ლაფანყურის ინციდენტი,
- მედია გარემო,
- საერთაშორისო და არასამთავრობო ორგანიზაციები,
- სოციოლოგიური კვლევები,
- ეკლესიის როლი პოლიტიკაში,
- ლაფანყურის სპეცოპერაცია,
- ციხეში პატიმრების წამება,
- ფარული ვიდეო და აუდიო ჩანაწერები,
- ახალი მინისტრთა კაბინეტი,
- პრეზიდენტისა და ბიძინა ივანიშვილის სამუშაო ჯგუფების შეხვედრა,
- განათლების და მეცნიერების სისტემის რეფორმები,
- უმრავლესობის და უმცირესობის ურთიერთობა ახალ პარლამენტში,
- ტელეკომპანია იმედში მიმდინარე ცვლილებები,
- 2006 წლის კოდორის სპეცოპერაციის დეტალები,
- საკონსტიტუციო ცვლილებები,
- ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის მომავალი სავარაუდო გეგმა,
- მდგომარეობა სასჯელაღსრულების დაწესებულებებში,
- თანამდებობის პირების დაკავება,
- პოლიტმატიმრების სია,
- მომავალი საპრეზიდენტო არჩევნები,

საგარეო ურთიერთობები (რუსეთთან ურთიერთობა) და ვიზიტები.

გადაცემაში უმეტესად წარმოდგენილი იყო მხოლოდ ერთი პოზიცია. სტუმრების უმრავლესობა იყო მხოლოდ ერთი პარტიის, ქართული ოცნების, წარმომადგენელი ან მათდამი ლოიალურად განწყობილი პირი.

ზოგადად, არჩევნებამდე ჟურნალისტი შედარებით აქტიური იყო თოქშოუს მსვლელობისას, არჩევნების მოახლოებასთან ერთად და არჩევნების შემდეგ კი ძალიან პასიური გახდა და ძირითადად ეთერს უთმობდა სტუმრებს.

## დასკვნა

მიუხედავად იმისა, რომ ამ მონიტორინგის განმავლობაში ძირითადად ფასდებოდა ჟურნალისტი, NDI კვლევის და ზემოთ აღნიშნული შედეგების მიხედვითაც ჩანს, რომ მაყურებელი ახდენს სეგმენტირებას, თუ რომელი არხი, რომელი პოლიტიკური პარტიის ინტერესს გამოხატავს. მონიტორინგის განმავლობაში ეს მეტნაკლებად ვლინდებოდა იმით, თუ რომელი პარტიის წარმომადგენლებს იწვევდა ჟურნალისტი გადაცემაში უფრო ხშირად და რამდენად მომთხოვნი და კრიტიკული იყო მათდამი.

თოქშოუების მონიტორინგის შედეგად შეგვიძლია გამოვიტანოთ დასკვნა, რომ ჟურნალისტიკის ველი ყველაზე მეტად არჩევნებისა და ციხის ამბების პერიოდში ერეოდა პოლიტიკის ველში, რადგან ჟურნალისტები აჭარბებდნენ თავიანთ მოვალეობებს და თამამად აფიქსირებდნენ თავიანთ პოზიციებს ყველა თოქშოუს წამყვანი სუბიექტი. ასევე გამოვლინდა, რომ „აზრთა ლიდერის“ ფუნქციას თავად ჟურნალისტები ასრულებენ, რადგან ხშირად საკუთარ მოსაზრებებს თამამად აფიქსირებენ. აქედან გამომდინარე, შეიძლება დავასკვნათ, რომ ქართულ სატელევიო თოქშოუებში არსებობენ მედიატიზირებულ „ინტელექტუალთა“ კონკრეტული ჯგუფი, ანუ ჟურნალისტიკის ველის აგენტები, რომლებიც საკუთარ პოზიციების რეპრეზენტირებას ახდენენ სატელევიზიო სივრცეში.

თოქშოუების უმეტესობა (თუ არ ჩავთვლის კონსილიუმს) ძირითადად გადაცემებს უთმობდა ქვეყანაში განვითარებულ აქტუალურ საკითხებს. როგორც ბურდიე აღნიშნავს ინფორმაციულ ველში გამოჩენაა ყველაზე მთავარი, შესაბამისად ჟურნალისტების მიერ თემატურ ამბებზე ყურადღების შეჩერება აუდიტორიის ყურადღებას იქცევს, რადგან აუდიტორიას „მოკლე მეხსიერება“ აქვს და თუ ინფორმაცია არ არის „ცხელი“ შესაძლოა ინტერესი არ ასებობდეს მისდამი.

ამ კვლევის მიზანი არ არის იმის დადგენა თუ რომელი ველი (ჟურნალისტიკის თუ პოლიტიკის) ფლობს მეტ ძალაუფლებას, თუმცა მონიტორინგშიც გამოვლინდა, რომ ჟურნალისტიკის ველი არის ის ველი, რომელიც პოლიტიკის ველს საკუთარი შესაძლებლობების დემონსტრირების საშუალებას აძლევს.



ასევე დაკვირვების შედეგად შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ თოქ შოუები ძირითადად ახალი ამბების ომნიბუსის ტიპად გადაქცევა ხდებოდა, ანუ ჟურნალისტიკის ველის აგენტები ცდილობდნენ აქცენტი გაეკეთებინათ იმ კუთხით რა კუთხითაც მგრძნობელობა უფრო მაღალია.

ბურდიეს დასკვნა, რომ სენსაციებზე გამოკიდება იწვევს მედია-საშუალებების კოპირებას ჩვენ მიერ განხორციელებული მონიტორინგითაც დადასტურდა. თუ გადავხედავთ მონიტორინგის განმავლობაში გასულ თემებს, აღმოვაჩინეთ რომ ხშირად თემის სათაურებიც და მოწვეული სტუმრებიც კი ემთხვევა ერთმანეთს, ანუ როგორც ბურდიე უწოდებს, თოქშოუები ქმნიან ერთფეროვან გარემოს. თუმცა ეს იმიტაც იყო განპირობებული, რომ წინასაარჩევნო და მის შემდგომ პერიოდს მოიცავდა მონიტორინგი და ამის გამო არ ხდებოდა ყურადღების შეჩერება ერთი კონკრეტული თოქშოუს მიერ რომელიმე მისთვის საინტერესო საკითხისადმი. ამასთანავე ისიც უნდა აღნიშნოს რომ ზოგიერთმა თოქშოუს წამყვანმა მეტად აქუალურ განხილვის საგნად აქცია ქვეყანაში განვითარებული მოვლენები და მათ არაერთი გადაცემა დაუთმო.

### გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ბერძენიშვილი, ა. (2000). *პოლიტიკური სოციოლოგია. თბ*;
2. ბურდიე, პ. სოციოანალიზის ძირითადი კატეგორიები.  
<http://socium.ge/downloads/tanasocteioii/PierreBourdieu sociology.pdf>
3. დეფლორი, მ. & დენისი, ე. (2009). *მასობრივი კომუნიკაციის გააზრებისთვის. საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტი*;
1. 4. ზურაბიშვილი, თ. (2008). *მედია, როგორც ინფორმირებული არჩევანის საშუალება. APDD, თბილისი*;
2. 5. საქართველოს მედიის სიღრმისეული კვლევა: შედეგების შეჯამება/ აგვისტონოემბერი. (2009). *კავკასიის კვლევითი რესურსების ცენტრი*;
3. 6. Бергер, П. & Лукман, Т. (2001). *Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания.* [http://www.i-u.ru/biblio/archive/berger\\_reality\\_social\\_construction/](http://www.i-u.ru/biblio/archive/berger_reality_social_construction/);
4. 7. Бодрийар, Ж. Реквием по массовой медиа. <http://www.politizdat.ru/article/50/>
1. 8. Бувресс, Ж. (2001). *Правила, диспозиции и габитус/in Социоанализ Пьера Бурдьё. Институт экспериментальной социологии, СПб*;
1. 9. Бурдьё, П. Власть журналистики. <http://bourdieu.name/content/burde-vlast-zhurnalistiki>;

**10. Бурдьё, П. (1999). Дух государства: генезис и структура бюрократического поля. Поэтика и политика. Институт экспериментальной социологии, СПб;**

1. 11. Бурдьё, П. Некоторые свойства полей. <http://bourdieu.name/content/někotorye-svojstva-polej>;
  1. 12. Бурдьё, П. О телевидении. <http://bourdieu.name/content/bourdieu-o-televidenii>;
  1. 13. Бурдьё, П. (2002). О телевидении и журналистике/in Социоанализ Пьера Бурдьё. Институт экспериментальной социологии, СПб;
  1. 14. Бурдьё, П. (2001). Поле политики, поле социальных наук, поле журналистики/in Социоанализ Пьера Бурдьё. Институт экспериментальной социологии, СПб;
  1. 15. Бурдьё, П. (1993). Социология политики. М, Socio-Logos;
- 16. Бурдьё, П. (1998 год, том I, выпуск 2.). СТРУКТУРА, ГАБИТУС, ПРАКТИКА.;**
- 17. Ритцер, Дж. (2002). Современные социологические теории. 5-е издание;**
- 18. Шматко, Н. Горизонты социоанализа. <http://bourdieu.name/content/shmatko-gorizonty-socioanaliza>;**

**19. Шматк, Н. На пути к практической теории практики. <http://bourdieu.name/content/shmatko-puti-k-prakticheskoi-teorii-praktiki>;**

1. 20. Шматко, Н. Предисловие. Блеск и нищета масс-медиа;<http://bourdieu.name/content/shmatko-predislovie-ble-sk-i-nishheta-mass-media>
1. 21. Bourdieu, P. The Forms of Capital, (1986).<http://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/fr/bourdieu-forms-capital.htm>;
1. 22. Bourdieu, P. Social Space and Symbolic Power.<https://www2.selu.edu/Academics/Faculty/jbell/bourdieu.pdf>;
2. 23. Bourdieu, P. Outline of a theory of practice. Cambridge University, 2003.
3. 24. Bourdieu, P. Key Sociologists. London and New York, 2006.
1. 25. Castells, M. (1996). The Information Age: Economy, Society, and Culture, Volume 1: The Rise of the Network Society. Blackwell Publishers, Oxford, and Malden, MA;
1. 26. NDI - Georgia, Public attitudes in Georgia, November 2012; conducted by CRRС. Funded by the Swedish International Development Cooperation Agency (Sida)
1. 27. CRRС- წინა საარჩევნო მედია მონიტორინგი საქართველოში. 2012 9 ივლისი-2 სექტემბერი. გაეროს განვითარების პროგრამის (UNDP) და ევროკომისიის დაკვეთით.

1. 28. CRRC- წინა საარჩევნო მედია მონიტორინგი საქართველოში. 2012 9 ივლისი-2 სექტემბერი. გაეროს განვითარების პროგრამის (UNDP) და ევროკომისიის დაკვეთით.
1. 29. CRRC- წინა საარჩევნო მედია მონიტორინგი საქართველოში. 2012 3-28 სექტემბერი. გაეროს განვითარების პროგრამის (UNDP) და ევროკომისიის დაკვეთით.
1. 30. CRRC- წინა საარჩევნო მედია მონიტორინგი საქართველოში. 2012 29 სექტემბერი-12 ნოემბერი. გაეროს განვითარების პროგრამის (UNDP) და ევროკომისიის დაკვეთით.
1. 31. CRRC- წინა საარჩევნო მედია მონიტორინგი საქართველოში. 2012 9 ივლისი-30 ნოემბერი. გაეროს განვითარების პროგრამის (UNDP) და ევროკომისიის დაკვეთით.

**სოციოლოგიის მაგისტრი – ნინო ნიკურაძე**

**ელ-ფოსტა: [nino.nikuradze.2@iliauni.edu.ge](mailto:nino.nikuradze.2@iliauni.edu.ge)**

---

[1] Шматко, 1998, გვ. 64

[2] Социоанализ Пьера Бурдьё, 2001, გვ. 66

[3] Шматко, 1998, გვ. 72

[4] Уэбстер, 2004, გვ. 334

[5] Бурдьё, правила диспозиции и габитус 2001, გვ. 119

[6] Бурдьё, правила диспозиции и габитус, 2001, გვ. 112.

[7] ბერძენიშვილი, 2000.

[8] ჰეივუდი, 2008, გვ. 308.

[9] Бурдьё, 2002, გვ. 113.

[10] Ритцер, 2002, сс. 112.