

27 ოქტომბრის საპრეზიდენტო არჩევნების მედია მონიტორინგის პირველი შუალედური ანგარიში

2013 წლის 26 სექტემბერი

თბილისი, 2013 წლის 26 სექტემბერი - საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიამ, პროფესიონალ ჟურნალისტთა არაკომერციულმა, დამოუკიდებელმა გაერთიანებამ, რომელიც ხელს უწყობს თავისუფლებისა და დემოკრატიული ფასეულობების დამკვიდრებას, დაიწყო 27 ოქტომბრის საპრეზიდენტო არჩევნების მედია მონიტორინგი. პროექტი ხორციელდება სლოვაკურ მედია მონიტორინგის ორგანიზაცია MEMO 98 -თან ერთად ფონდ “ღია საზოგადოება საქართველოს” ფინანსური მხარდაჭერით.

ქვემოთ მოცემულია მონიტორინგის შედეგი, რომელიც მოიცავს 2-15 სექტემბერს, ოფიციალური წინასაარჩევნო კამპანიის პერიოდის ორ კვირას:

რეზიუმე

- ჩვენი მონიტორინგის ქვეშ მყოფი მედიის დიდმა ნაწილმა პრაიმ-თაიმში თავის პოლიტიკურ და არჩევნებთან დაკავშირებულ საინფორმაციო პროგრამებში პოლიტიკური პარტიები და კანდიდატები ძირითადად დაბალანსებულად წარმოადგინა.
- მედია საშუალებებმა საინფორმაციო პროგრამების არსებითი ნაწილი მონიტორინგის სუბიექტებიდან მთავრობისა და ორი ძირითადი პარტიის - “ერთიანი ნაციონალური მოძრაობისა” და “ქართული ოცნების” დონისძიებებს დაუთმეს.
- საინფორმაციო პროგრამებში მოცემულ პერიოდში ყურადღება უმეტესწილად საარჩევნო კამპანიის ფარგლებში გამართული შეხვედრების გაშუქებას ეთმობოდა. ალბათ ამომრჩევლისთვის უკეთესი იქნებოდა, ყოფილიყო უფრო სიღრმისეული და ანალიტიკური გაშუქება, რაც დაეხმარებოდა არჩევნებში მონაწილე კანდიდატების თვისებებისა და პროგრამების უკეთესად გაანალიზებასა და შეფასებაში.
- მიუხედავად იმისა, რომ მედია საშუალებები ზოგადად იცავდნენ საარჩევნო ქცევის კოდექსში მოცემულ პრინციპებს, მაინც იყო ამ პრინციპებიდან გადახვევის რამდენიმე შემთხვევა.

მედიის მონიტორინგის წინასწარი ანგარიშის შედეგები 2-15 სექტემბრის პერიოდში გვიჩვენებს, რომ მედია საშუალებების დიდმა ნაწილმა პრაიმ-თაიმში გასულ საინფორმაციო პროგრამებში პოლიტიკური პარტიები და კანდიდატები ძირითადად დაბალანსებულად წარმოადგინა. თუმცა, ამავე დროს უნდა აღინიშნოს, რომ საარჩევნო კამპანიის გაშუქებისას ამ დრომდე

ძირითად ყურადღებას აქცევდნენ საარჩევნო შეხვედრების გაშუქებას და ძალიან მცირედ ან საერთოდ არ აშუქებდნენ თავად კანდიდატებსა და მათ პროგრამებს შორის განსხვავებას. ალბათ, ამომრჩევლებისათვის უკეთესი იქნებოდა, ყოფილიყო უფრო სიღრმისეული და ანალიტიკური სიუჟეტები, რაც დაეხმარებოდა არჩევნებში მონაწილე კანდიდატების თვისებებისა და პროგრამების უკეთესად შეფასებასა და გაანალიზებაში.¹

საზოგადოების მიერ დაფინანსებული საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის საინფორმაციო გადაცემებში დაახლოებით თანაბრად და ნეიტრალურად გაშუქდა როგორც “ქართული ოცნება”, ისე ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა (15.9 და 16.4 პროცენტი, შესაბამისად). ყველაზე უფრო ხშირად შუქდებოდა მთავრობა (42.9 პროცენტი, ტონი - ნეიტრალური) შედარებისათვის, პრეზიდენტი 7.5 პროცენტით გაშუქდა, ძირითადად, ისიც ნეიტრალურად.

საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის გადაცემების ხარისხობრივმა ანალიზმა გვიჩვენა, რომ არხი იცავს საარჩევნო ქცევის კოდექსს და საინფორმაციო პროგრამების უმეტესობა დაბალანსებული და მიუკერძოებელია. იყო მხოლოდ რამდენიმე შემთხვევა, როდესაც საქართველოს საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა გადაუხვია ამ მიდგომას. მაგალითად, 15 სექტემბერს, საინფორმაციო გამოშვება „მოამბეში“ გავიდა პრეზიდენტის განცხადების ფრაგმენტი, რომელიც დაახლოებით 2 წუთსა და 40 წამს გრძელდებოდა. ინტერვიუს მსვლელობისას პრეზიდენტმა პრემიერ-მინისტრი საკმაოდ უხეში ლექსიკით გააკრიტიკა თბილისის შემოვლითი რკინიგზის შეჩერების გამო. „მე მინდა მივმართო პრემიერ-მინისტრს აზრზე მოვიდეს, იმიტომ რომ ეს არის მისი პირადი გადაწყვეტილება. აი ამის გაჩერება რა არის, მართლა ჭორვილას საცალფეხო ბილიკი ხომ არ ჰგონია?!“. საზოგადოებრივ მაუწყებელს არ უცდია პრემიერის ან მთავრობის სხვა წარმომადგენლის საპასუხო კომენტარის მოპოვება.

კამპანიის გაშუქებისას მაუწყებელი უმეტესად საარჩევნო აქტივობებს აშუქებს. გამოშვების მეორე ნაწილში დაახლოებით თითო-თითო წუთი ეთმობა ყველა კანდიდატს, მათი შეხვედრები წარდგენილია სტანდარტული ტექსტით: „ამომრჩეველს შეხვდა და საპრეზიდენტო პროგრამა გააცნო“. საზოგადოებრივი მაუწყებელი ამ დრომდე არ აწვდის მაყურებელს უფრო დეტალურ ინფორმაციას: კანდიდატების პოზიციას სხვადასხვა საკითხებზე, იმაზე თუ როგორ აპირებენ პრობლემების მოგვარებას პრეზიდენტად არჩევის შემთხვევაში.

საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის მსგავსად კერძო მაუწყებელმა „რუსთავი 2-მაც“ პრაიმ-თაიმში თავისი საინფორმაციო დროის უმეტესი ნაწილი (38.5 პროცენტი) მინისტრთა კაბინეტის (მთავრობის) გაშუქებას დაუთმო. მიუხედავად იმისა, რომ ამ გაშუქებისას ძირითადად ნეიტრალური ტონი იყო გამოყენებული, იყო მთავრობის ნეგატიურად გაშუქების შემთხვევებიც (უფრო მეტი შემთხვევა, ვიდრე ჩვენს მიერ მონიტორინგის ქვეშ მყოფ სხვა არხებზე). გარდა ამისა, არხმა “ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის” გაშუქებას უფრო მეტი დრო დაუთმო (24.2

¹ მაუწყებელთა ქცევის კოდექსი, მუხლი 24, პარაგრაფი 5, მაუწყებლებს ავალდებულებს, რომ წინასაარჩევნო კამპანიის გაშუქებისას მაუწყებელმა უნდა გააშუქოს კვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტების პროგრამები და არ უნდა შემოიფარგლოს მხოლოდ მიმდინარე მოვლენების და პოლიტიკური პარტიების ან მათი კანდიდატების განცხადებების გაშუქებით.

პროცენტი), ვიდრე “ქართულ ოცნებას” (13.3 პროცენტი). ამავე დროს, 25 პროცენტი “ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის” გაშუქებისა იყო დადებითი და მხოლოდ 5 პროცენტი იყო უარყოფითი, მაშინ, როდესაც “ქართული ოცნების” 15 პროცენტი იყო უარყოფითი და 15 პროცენტი - დადებითი. პრეზიდენტი 8.5 პროცენტით გაშუქდა და ტონი ძირითადად ნეიტრალური იყო.

„რუსთავი 2-ის“ გადაცემების ხარისხობრივმა ანალიზმა გვიჩვენა, რომ იგი ძირითადად მიჰყვება წინასაარჩევნო ქცევის კოდექსს და მისი საინფორმაციო პროგრამების უმეტესობა დაბალანსებული და მიუკერძოებელია, თუმცა იყო ერთი შემთხვევა, როდესაც მონიტორინგის ჯგუფმა დაათქვამა, რომ ქცევის კოდექსის დაირღვა და არხმა აჩვენა რეპორტაჟი, რომელიც არ იყო სრულად დაბალანსებული. დაუბალანსებელი რეპორტაჟი „კურიერში“ 14 სექტემბერს გავიდა და ქართული ეკონომიკის მდგომარეობის აღწერას ეხებოდა. დაახლოებით 5 წუთიანი პირდაპირი ჩართვა მთლიანად საქართველოს ამჟამინდელი მთავრობის კრიტიკას დაეთმო, ამის პასუხად კი ეთერში გავიდა ფინანსთა მინისტრის რამდენიმეწამიანი (23-25 წმ) კომენტარი, რაც არ იყო იმ კრიტიკის პროპორციული, რომელიც “კურიერში” ისმოდა მასში მონაწილე „ბიზნეს კურიერის“ წამყვანისა და ორი ექსპერტის მხრიდან.

კიდევ ერთმა კერძო მაუწყებელმა „იმედმა“ დროის უდიდესი ნაწილი (62.3 პროცენტი) მთავრობის გაშუქებას დაეთმო - გაშუქების ტონი ძირითადად ნეიტრალური იყო. ორმა მთავარმა პარტიამ “ერთიანმა ნაციონალურმა მოძრაობამ” და “ქართულმა ოცნებამ” თითქმის თანაბარი დრო მიიღეს (13.4 პროცენტი და 8.6 პროცენტი, შესაბამისად) და მათი გაშუქების ტონი მეტწილად ნეიტრალური იყო. პრეზიდენტის საქმიანობის გაშუქებას 5.9 პროცენტი დაეთმო, ძირითადად ნეიტრალურად.

საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლისა და „რუსთავი 2-ის“ მსგავსად ტელეკომპანია „იმედის“ ხარისხობრივმა ანალიზმა აჩვენა, რომ საინფორმაციო პროგრამების უმეტესობა დაბალანსებულია, თუმცა უნდა ითქვას, რომ მონიტორინგის ჯგუფმა რამდენიმე სიუჟეტი დაათქვამა, რომლებიც არსებული მთავრობის მიმართ არაკრიტიკულობით გამოირჩეოდნენ. მაგალითად, 6 სექტემბერს „იმედის“ ეთერში გავიდა სიუჟეტი, რომელიც „ღია ტიპის“ საპატიმროს შექმნას მიეძღვნა. მთელი სიუჟეტის განმავლობაში მთავრობა დადებითად იყო წარმოდგენილი. სიუჟეტში სასჯელალსრულების მინისტრის მოადგილე პოზიტიურ კონტექსტში იყო ნაჩვენები და არ მონაწილეობდა არც ერთი რესპოდენტი, რომელსაც განსხვავებული პოზიცია შეიძლებოდა ჰქონოდა ამ პროექტის შესახებ.

საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის მსგავსად „მანსტრომაც“ თითქმის მსგავსი დრო დაეთმო “ერთიანი ნაციონალური მოძრაობისა” და “ქართული ოცნების” გაშუქებას (16.1 და 15.4 პროცენტი, შესაბამისად). ყველაზე მეტი დრო მთავრობის გაშუქებას დაეთმო (49.1 პროცენტი). რაც შეეხება პრეზიდენტს, მას 7.9 პროცენტი დაეთმო. გაშუქების ტონი ძირითადად ნეიტრალური იყო.

„მანსტროს“ ხარისხობრივმა ანალიზმა აჩვენა, რომ საინფორმაციო პროგრამების უმეტესობა დაბალანსებული და მიუკერძოებელია, თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ 5 სექტემბერს „ახალ ამბებში“ 6 საათზე, ვრცლად გაშუქდა პირადი ცხოვრების ამსხველი ფაქტების განადგურების თემა (თემას მთლიანობაში მიეძღვნა 9 წთ). იმ დროს, როდესაც ყოფილ მთავრობას ამ საკითხთან დაკავშირებით დანაშაულში სდებდნენ ბრალს, ეთერში “ ერთიანი ნაციონალური

მოძრაობის” არცერთი წარმომადგენლის კომენტარი არ გასულა. თემის იმ ნაწილში, რომელიც მოქმედი მთავრობის ინიციატივას ეხებოდა, ჟურნალისტი აღნიშნავს, რომ “ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის” (საპარლამენტო უმცირესობის) პოზიცია ინიციატივაზე პირდაპირი ჩართვის მომენტისთვის უცნობია.

განსხვავებული აღმოჩნდა ტელეკომპანია „კავკასიის“ მონაცემები. მისი საინფორმაციო და არჩევნებთან დაკავშირებული ახალი ამბების ნახევარი მთავრობას ეძღვნება - დაახლოებით 46 პროცენტი ამ გაშუქებისა დადებითია და მხოლოდ 14 პროცენტია ნეგატიური. რაც შეეხება ორ ძირითად პარტიას, “ქართული ოცნება” და “ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა” შესაბამისად 14.9 და 21.1 პროცენტით გაშუქდა. “ქართული ოცნების” გაშუქების 58 პროცენტი დადებითი იყო და მხოლოდ 10 პროცენტი იყო ნეგატიური, რაც შეეხება ერთიანი “ნაციონალური მოძრაობის” გაშუქებას, იგი ძირითადად პოზიტიური და ნეიტრალური იყო. პრემიერს დაეთმო დაახლოებით 3 პროცენტი, ტონი - უმეტესად ნეიტრალური.

ტელეკომპანია „აჭარამ“ თავისი პოლიტიკური და არჩევნებთან დაკავშირებული ახალი ამბების 73.1 პროცენტი მთავრობის ღონისძიებებს მიუძღვნა - ეს გაშუქება უაღრესად ნეიტრალური იყო. “ქართულ ოცნებას” ორჯერ მეტი სიუჟეტი მიუძღვნა, ვიდრე “ერთიანი ნაციონალური მოძრაობას” (შესაბამისად, 10.3 და 4.7 პროცენტი). ეს გაშუქება უმეტესად ნეიტრალური იყო. აჭარის მთავრობამ გაშუქების 7.3 პროცენტი მიიღო, რომელიც ძირითადად ნეიტრალური იყო.

ტელეკომპანია „აჭარის“ ხარისხობრივი ანალიზმა გვიჩვენა, რომ იგი ძირითადად მიჰყვება ქვეყნის კოდექსს და მისი საინფორმაციო პროგრამების უმეტესობა დაბალანსებული და მიუკერძოებელია. მხოლოდ ორიოდ შემთხვევა იყო, როდესაც ტელეკომპანია „აჭარამ“ გადაუხვია ამ მიდგომას. მაგალითად, 9 სექტემბერს საინფორმაციო გადაცემაში უჩვენეს სოფელ კირნათის მცხოვრებლები, რომლებიც აპროტესტებდნენ მთავრობის ქმედებებს ჰიდროელექტროსადგურის მშენებლობის გამო. მთავრობის არცერთ წარმომადგენელს არ მისცემია ამ ფაქტზე კომენტარის საშუალება.

დასკვნა

ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიისა და “მემო 98-ის” მიერ ჩატარებული ორკვირიანი მონიტორინგის მონაცემების მიხედვით ჩანს, რომ მედია საშუალებების უდიდესი ნაწილი წინასაარჩევნო პერიოდს ძირითადად დაბალანსებულად აშუქებს და ყურადღების უდიდეს ნაწილს მთავრობას, ორ მთავარ პარტიასა და მათ კანდიდატებს უთმობს. იყო მხოლოდ რამდენიმე შემთხვევა, როცა სატელევიზიო არხებმა მაყურებელს არ მიანოდეს ოპოზიციური შეხედულება გარკვეულ საკითხებთან დაკავშირებით. ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია და “მემო 98” განაგრძობენ წინასაარჩევნო პერიოდის მონიტორინგს, რათა განსაზღვრონ, თუ რამდენად აქვს ყოველივე ზემოაღნიშნულს ტენდენციის სახე. შემდეგ ანგარიში ასევე დაეთმობა საპრემიერს კანდიდატების გაშუქებისა და პოლიტიკური პროგრამების (დებატები და თოქ-შოუები) ანალიზს.

მეთოდოლოგია

ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიისა და “მემო 98-ის” მიზანი იყო შეფასებინათ, რამდენად ობიექტურად და დაბალანსებულად აშუქებს მედია კანდიდატებსა და მათ პროგრამებს, რათა საარჩევნო ყუთთან მისულ საქართველოს მოქალაქეებს ჰქონდეთ ინფორმირებული არჩევანის შესაძლებლობა. პროექტის შედეგები განისაზღვრა მკაფიოდ გამოხატული და ზუსტი მეთოდოლოგიით და მიზნად არ ისახავს რომელიმე კანდიდატის ან პოლიტიკური პარტიის მხარდაჭერას, არამედ მონოდებულისა, რომ მოახდინოს მედია გარემოს გაერთიანება და ინტეგრაცია წინასაარჩევნო კამპანიის პერიოდში. ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიამ ექვსი სატელევიზიო არხის (საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის, „რუსთავი 2-ის“, „იმედის“, „მასტროს“, „კავკასიისა“ და „აჭარის“ ტელევიზიის) მონიტორინგი² 2 სექტემბერს დაიწყო.

ქარტია იყენებს “მემო 98-ის”, იმ ორგანიზაციის, მიერ შემუშავებულ მეთოდოლოგიას, რომელმაც ბოლო 15 წლის განმავლობაში მსგავსი პროექტები განახორციელა მსოფლიოს 47 ქვეყანაში. მისი შინაარსზე ორიენტირებული მიდგომა სპეციალურად არის შექმნილი მედიის პლურალიზმისა და მრავალფეროვნების უზრუნველსაყოფად, რაც ნიშნავს, რომ მონიტორინგის შედეგები არ უნდა შეადგენდეს ცარიელი და ზედაპირული მონაცემების ერთობლიობას, არამედ იგი უნდა წარმოადგენდეს სათანადო კონტექსტში შესწავლილი, მედიაში მიმდინარე პოლიტიკური და სოციალური მრავალფეროვნების დონის დეტალურ ანალიზსა და შეფასებას.³ ქარტია და “მემო 98” მომდევნო ოთხ კვირაში წარადგენენ კიდევ ორ შუალედურ და ერთ საბოლოო ანგარიშს, რომელშიც შეტანილი იქნება რჩევები და რეკომენდაციები.

³ სატელევიზიო არხების მონიტორინგი ძირითადად პრაიმ-თაიმზე იყო ფოკუსირებული (18.00 – 24.00).

³ მედია მონიტორინგი მოიცავს რაოდენობრივ ანალიზს, რომელიც ეყრდნობა თითოეული „სუბიექტისათვის“ გამოყოფილი დროის რაოდენობასა და შესაბამისი პოლიტიკური სუბიექტების გაშუქების ტონს - დადებითი, ნეიტრალური ან უარყოფითი ტონი. ხარისხობრივი ანალიზი აფასებს შერჩეული მედია საშუალებების საქმიანობას ეთიკისა და პროფესიული სტანდარტების მიხედვით, რომელთა რაოდენობრივი აღწერა ადვილი არ არის. მონიტორინგი აღნიშნავს სიცრუის, ფაქტების დამახინჯების, დაუბალანსებელი გაშუქების, უსამართლობის, უზუსტობის, მიუკერძოებლობისა და ნებისმიერი იმ შემთხვევის შესახებ, რომელიც აუცილებელია ინფორმაციის გაშუქების ხარისხის შესაფასებლად. ეს მონაცემები ცალკე მზადდება და ანგარიშში კომენტარებისა და დასკვნების სახით არის გაერთიანებული.

საქართველო - 2013 წლის საპრეზიდენტ არჩევნები

მედია მონიტორინგი:

2 სექტემბრიდან ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია “მემო 98-თან” ერთად აკვირდებოდა ექვს სატელევიზიო არხს. მონიტორინგი მიმდინარეობდა ანალიზის რაოდენობრივი და ხარისხობრივი მეთოდის გამოყენებით. რაოდენობრივი ანალიზი მოიცავს გარკვეული რაოდენობის რიცხვებსა და ინდიკატორებს, რომელიც უნდა დაითვალოს და გაანალიზდეს. გარდა ამისა, თითოეული მონაწილისთვის ან შესაბამისი პოლიტიკური სუბიექტისთვის შედეგები უნდა შეფასდეს მათთვის გამოყოფილი დროისა და სივრცის მიხედვით (ეს ეხება პრაიმ-თაიმში გასულ გადაცემებს); ასევე, იმ სიუჟეტებში რომელშიც შემოთავაზებული სუბიექტები მონაწილეობენ, ფასდება მათი გაშუქების ტონი და დებიტი, ნეიტრალური ან უარყოფითი.

ხარისხობრივი ანალიზი აფასებს შერჩეული მედია საშუალებების საქმიანობას ეთიკისა და პროფესიული სტანდარტების მიხედვით: ბალანსი, სიზუსტე, თემატიკის შერჩევა, ინფორმაციის გამოტოვება, რომელიმე კანდიდატის უპირატესობა, სიუჟეტების რიგითობა, სიმულზილის ენა და ა.შ. მონიტორინგი მოიცავს ყველა გადაცემას, რომელიც პრაიმ-თაიმში (18:00-დან 24:00-მდე) გადის და პოლიტიკასა და არჩევნებთან არის დაკავშირებული, თუმცა ანგარიშში ჩართული დიაგრამები მხოლოდ პრაიმ-თაიმში გასულ ახალ ამბებში მონაწილე კანდიდატების გაშუქებას აჩვენებს.

ცხრილების განმარტება:

- მრგვალი, ე.წ. სექტორული დიაგრამა აჩვენებს მითითებულ პერიოდში შესაბამის პოლიტიკურ სუბიექტებზე თითოეული მედია საშუალების მიერ გამოყოფილი საეთერო დროის/სივრცის მთლიან პროცენტს.
- სვეტებიანი დიაგრამა აჩვენებს თითოეული მედია საშუალების მიერ მითითებულ პერიოდში შესაბამის პოლიტიკურ სუბიექტებზე გამოყოფილი დადებითი (მწვანე), ნეიტრალური (თეთრი) და უარყოფითი (წითელი) საეთერო დროის/სივრცის ჯამურ საათებსა და წუთებს.

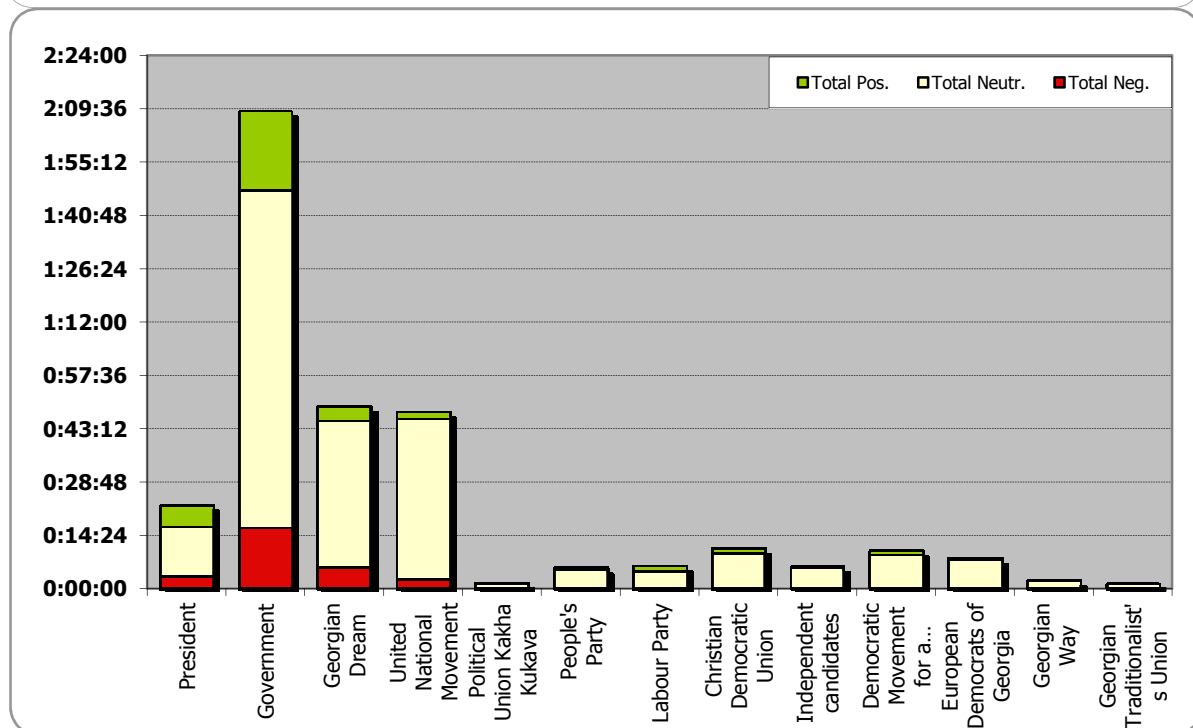
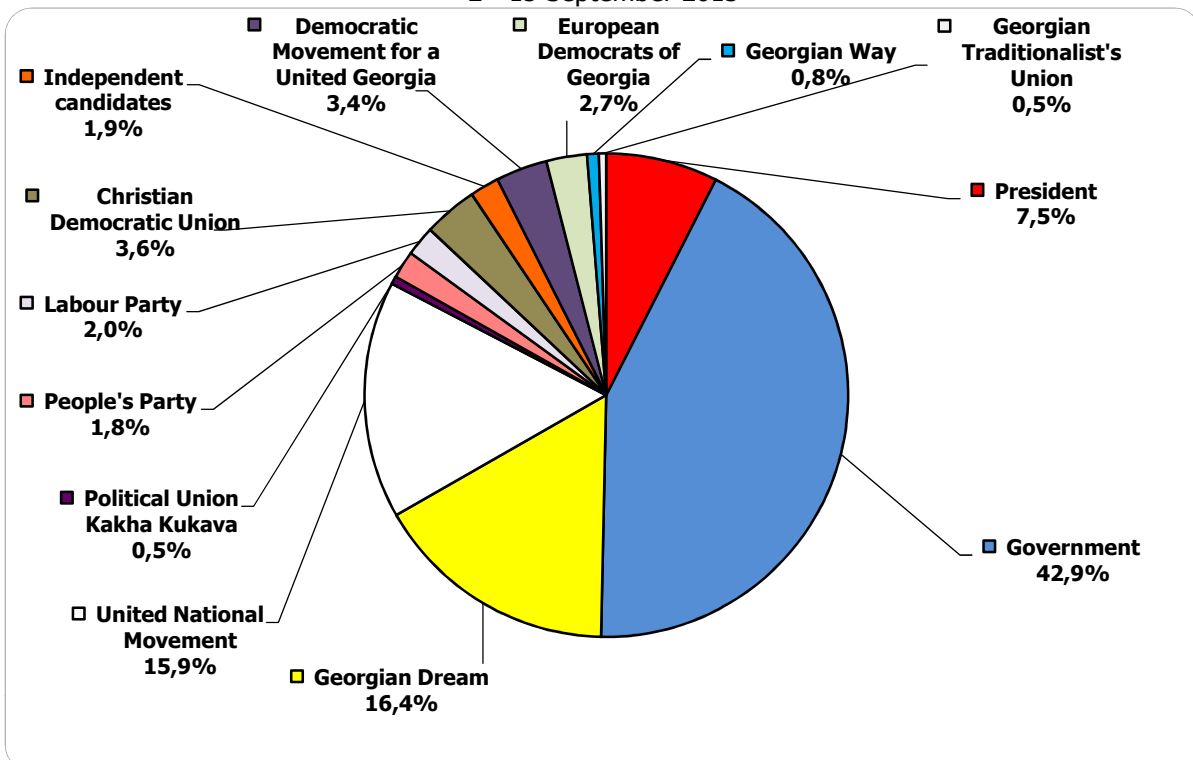
მონიტორინგის ობიექტები:

საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებელი, რუსთავი 2, იმედი, მაესტრო, კავკასია და აჭარის ტელევიზია.

Georgia - Presidential Election 2013

Georgian Public Broadcaster (News programs)

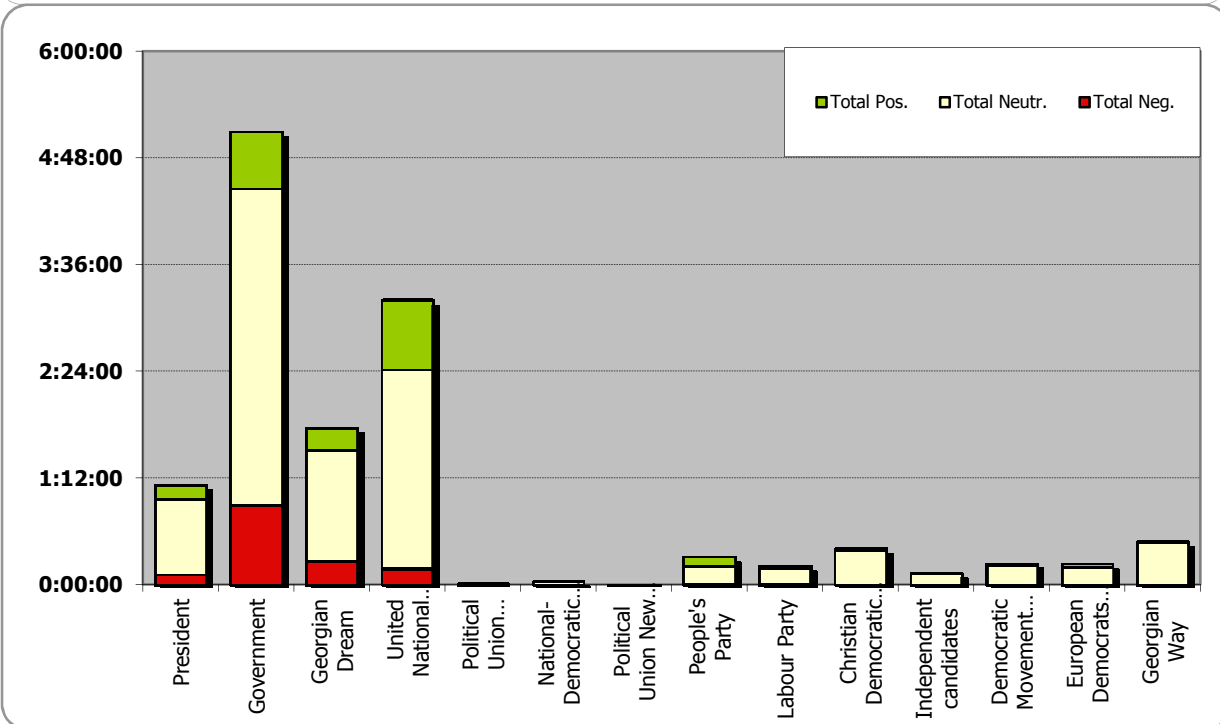
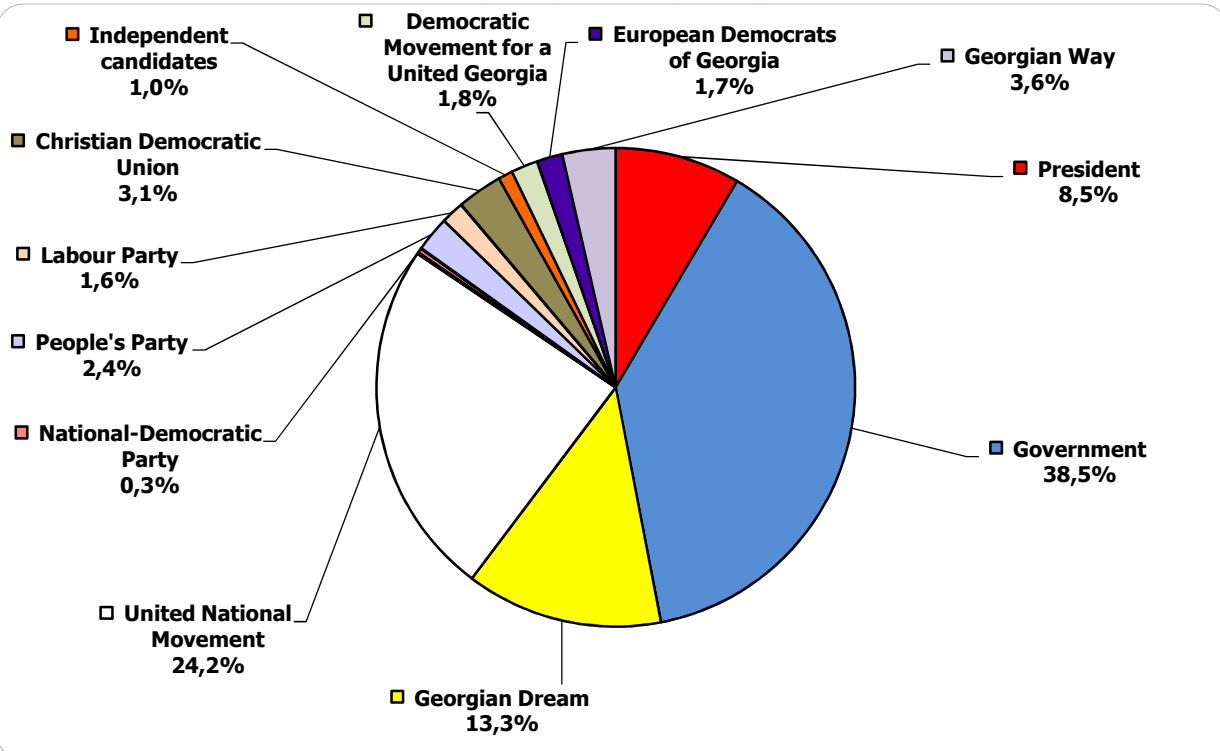
2 - 15 September 2013



Georgia - Presidential Election 2013

Rustavi 2 (News programs)

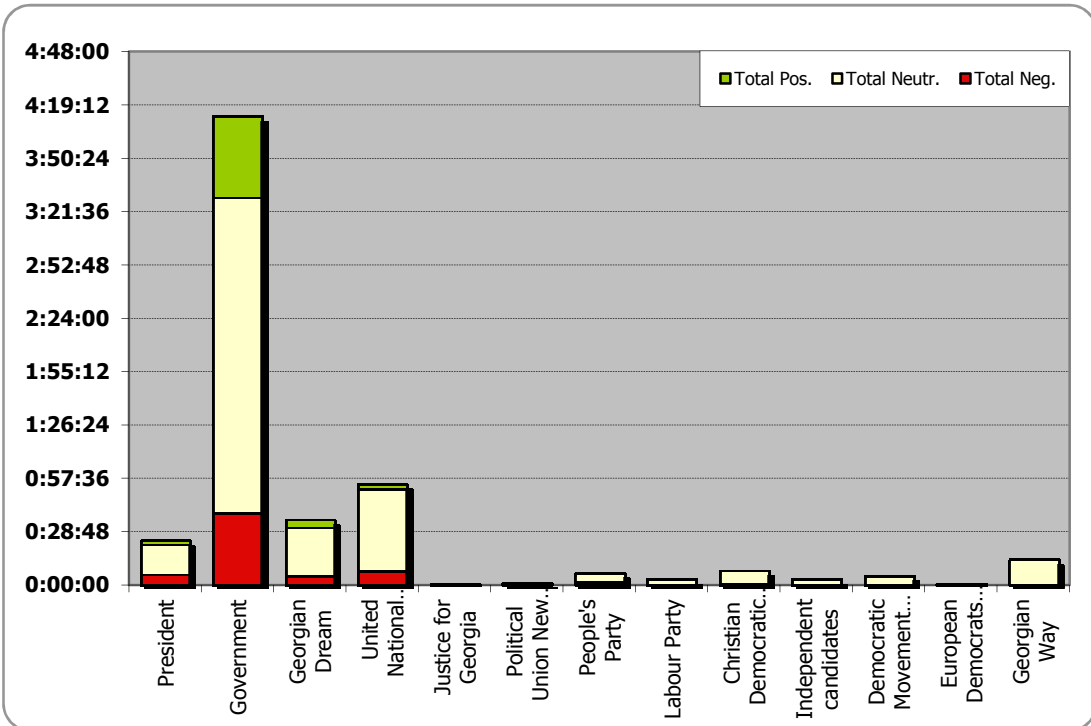
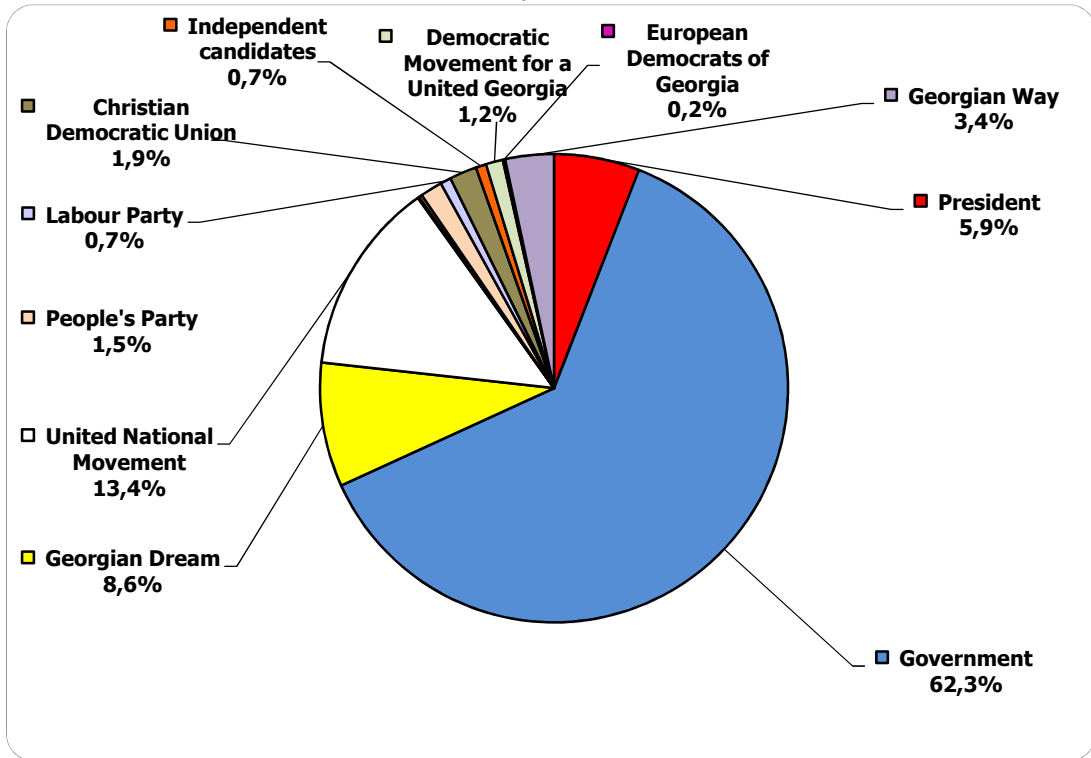
2 - 15 September 2013



Georgia - Presidential Election 2013

Imedi TV (News programs)

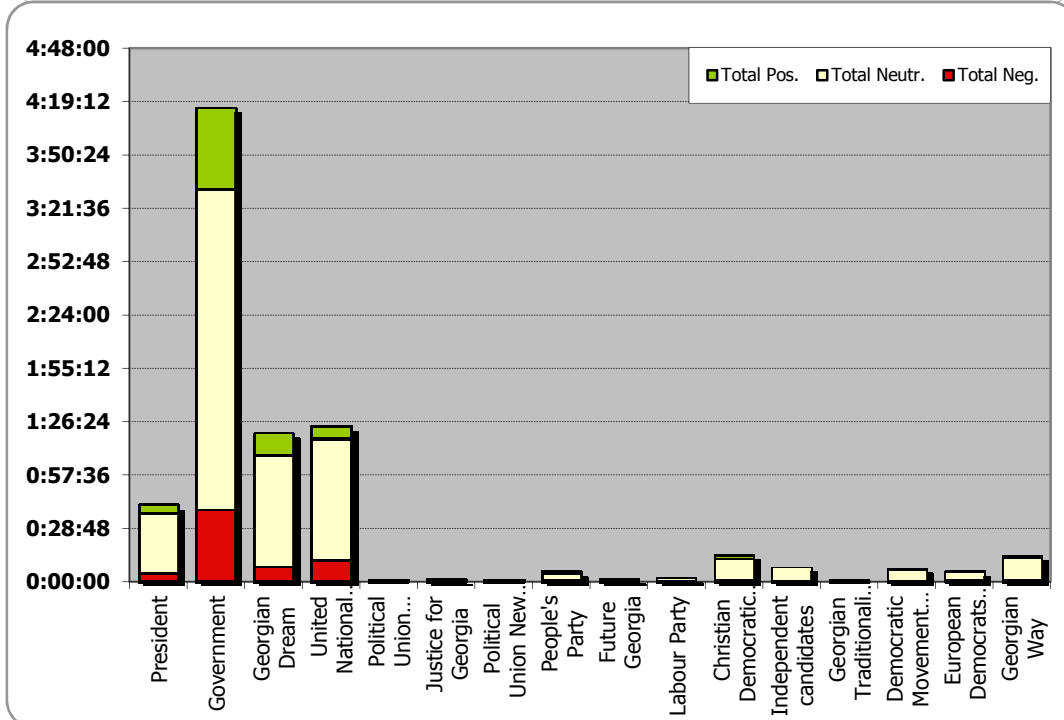
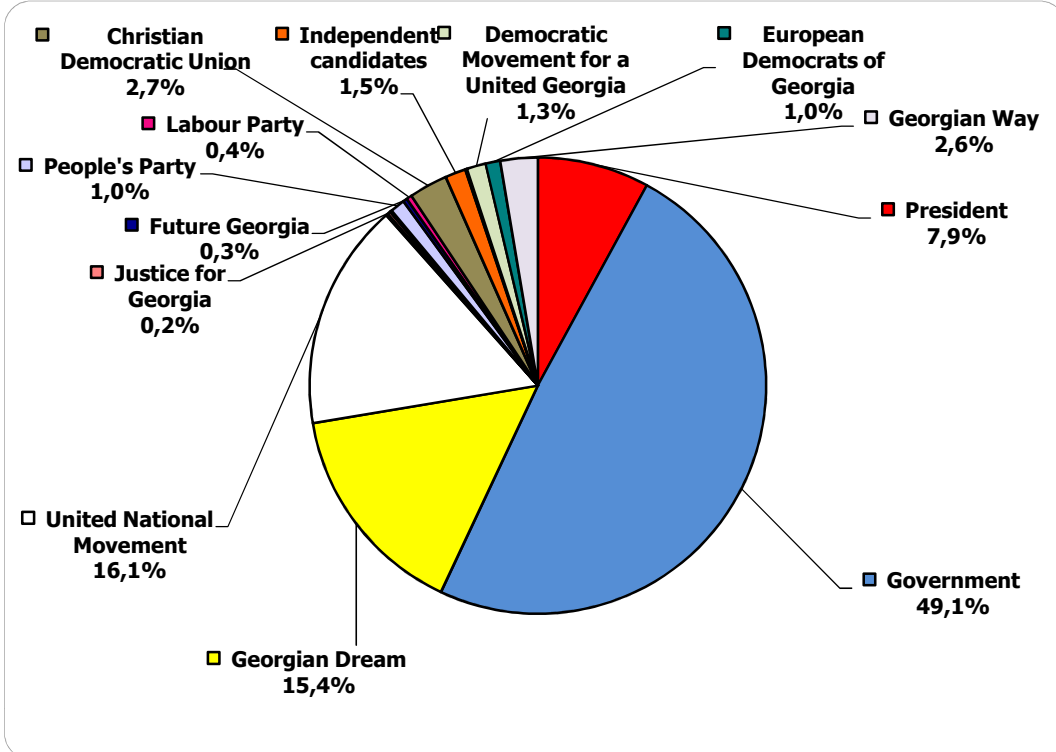
2 - 15 September 2013



Georgia - Presidential Election 2013

Maestro TV (News programs)

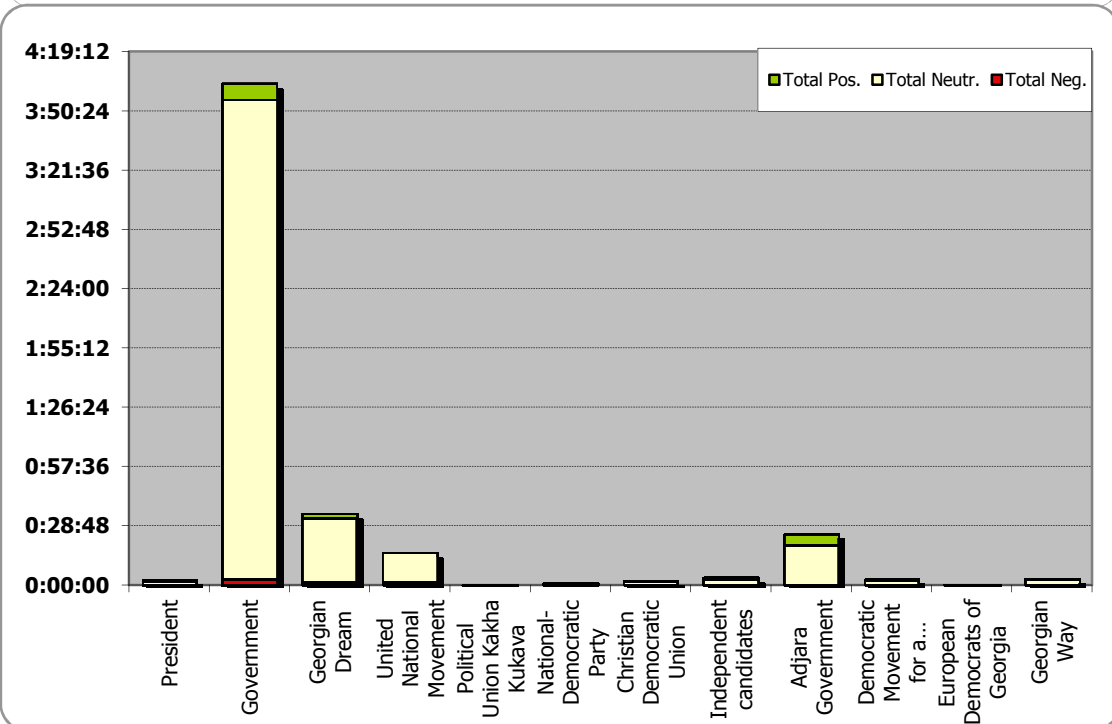
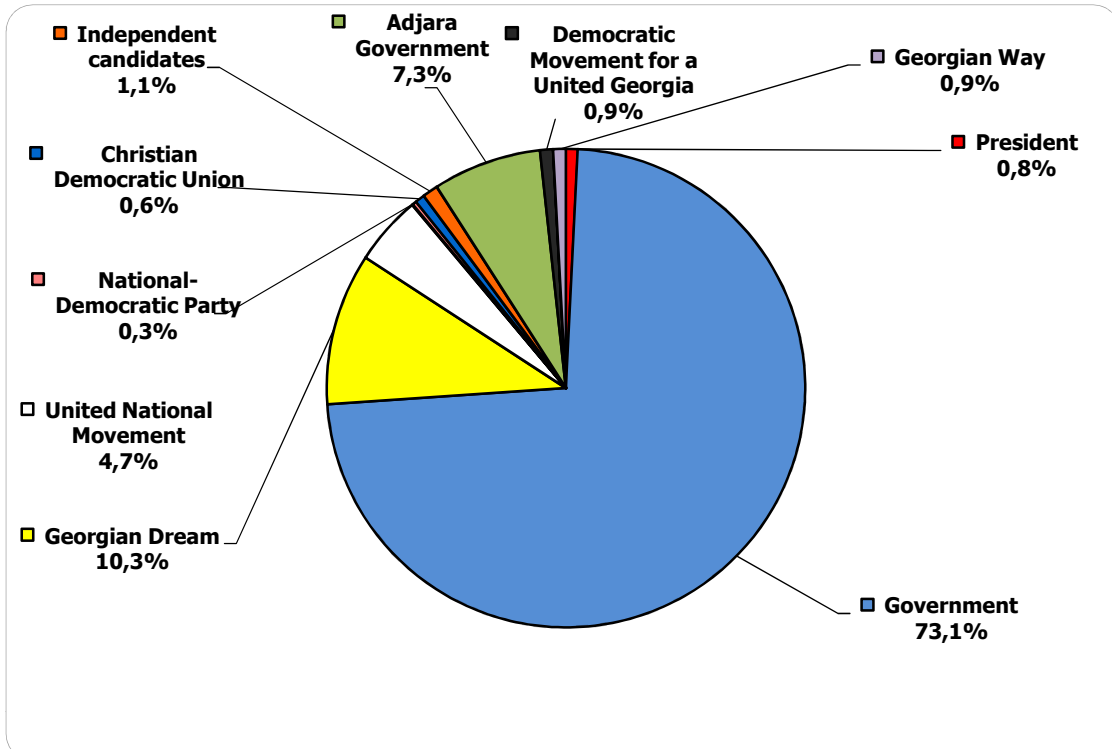
2 - 15 September 2013



Georgia - Presidential Election 2013

TV Adjara (News programs)

2 - 15 September 2013



Georgia - Presidential Election 2013

Kavkazia TV (News programs)

2 - 15 September 2013

