

## პრესის წინასაარჩევნო მონიტორინგი

16 სექტემბერი - 26 ოქტომბერი 2013

სამართლიანი არჩევნებისა და დემოკრატიის საერთაშორისო საზოგადოება გაეროს განვითარების პროგრამისა და ევროკავშირის მხარდაჭერით განაგრძობს პრესის წინასაარჩევნო მონიტორინგს პროექტის „პროფესიონალური მედია არჩევნებისთვის“ ფარგლებში და წარმოადგენს 2013 წლის საპრეზიდენტო არჩევნებამდე მესამე შუალედურ ანგარიშს, რომელიც მოიცავს პერიოდს 16 სექტემბრიდან 26 ოქტომბრამდე.

მონიტორინგი გაგრძელდება 15 ნოემბრამდე და დროის ამ მონაკვეთში ორგანიზაციის მედია მონიტორები დააკვირდებიან შემდეგ გამოცემებს: „რეზონანსი“, „24 საათი“, „ახალი თაობა“, „ახალი ვერსია“, „ალია“, „კვირის პალიტრა“ და „ასავალ-დასავალი“.<sup>1</sup>

მასალის რაოდენობრივი და თვისებრივი ანალიზის შედეგად გამოვლინდა შემდეგი ძირითადი მიგნებები:

- საარჩევნო თემის აქტუალობის მიუხედავად, დაკვირვების ქვეშ მყოფ ყველა გაზეთში საარჩევნო კანდიდატებს უფრო ნაკლები ფართობი დაეთმო, ვიდრე სხვა პოლიტიკურ სუბიექტებს. გამოცემებში მთავრობა, პრეზიდენტი და პრემიერ-მინისტრი, ასევე კოალიცია „ქართული ოცნება“ და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ უფრო მეტად შუქდებოდნენ, ვიდრე პრეზიდენტობის კანდიდატები.
- 23 საპრეზიდენტო კანდიდატს შორის პრესის ყურადღება მიპყრობილი იყო მხოლოდ რამოდენიმე მათგანზე (ნინო ბურჯანაძე, გიორგი მარგველაშვილი, დავით ბაქრაძე) და მკითხველს არასაკმარისი ინფორმაცია მიეწოდებოდა საზოგადოებისთვის ნაკლებად ცნობილი კანდიდატებისა და მათი პროგრამების შესახებ.
- გამოცემები უმრავლესად ფაქტებზე დაფუძნებულ ინფორმაციას აწვდიან მკითხველს, თუმცა ცალკეულ შემთხვევებში მოხდა გადაუმოწმებელი ინფორმაციის გავრცელება.
- არაეთიკური გამოთქმები და ირონიული დამოკიდებულება მოვლენებისა თუ სუბიექტების მიმართ წინასაარჩევნო პერიოდშიც გამოვლინდა, განსაკუთრებული სიხშირით ასეთი შემთხვევები „ასავალ-დასავალში“ ფიქსირდება.

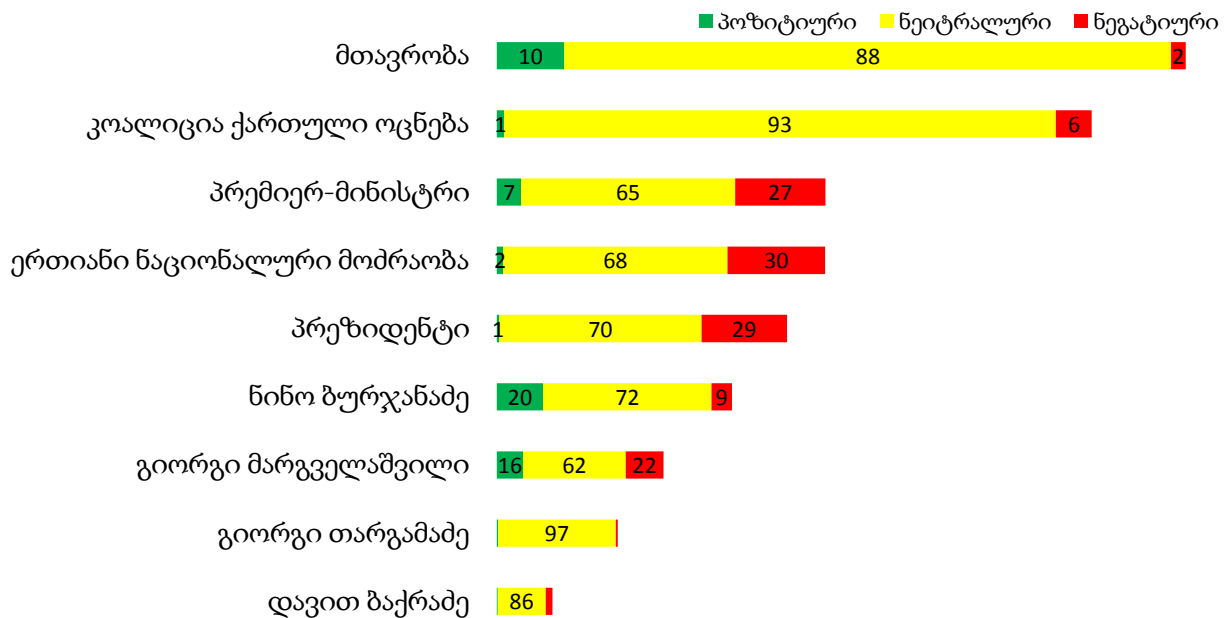
<sup>1</sup> გაზეთები შეირჩა „საზოგადოებრივი აზრის კვლევისა და მარკეტინგის ინსტიტუტის“ მიერ ჩატარებული ბეჭდური მედიის კვლევის 2012 წლის შედეგების მიხედვით.

## რეზონანსი

არჩევნებთან დაკავშირებული საკითხები აქტიურად შუქდებოდა „რეზონანსის“ ფურცლებზე, თუმცა საარჩევნო სუბიექტებზე მეტად ყურადღების ცენტრში მონიტორინგის სხვა სუბიექტები მოექცნენ: მთავრობის წევრები, პრემიერ-მინისტრი, საპარლამენტო უმრავლესობა და უმცირესობა, ასევე პრეზიდენტი.

საპრეზიდენტო კანდიდატებს შორის ყველაზე მეტი ფართობი წინო ბურჯანაძეს დაეთმო (3855 კვ.სმ), თუმცა მისთვის დათმობილი ფართობი თითქმის სამჯერ ნაკლებია ყველაზე აქტიურად გაშუქებული სუბიექტის, მთავრობის, ფართობთან (11287 კვ.სმ) შედარებით. საზოგადოებისთვის ნაკლებად ცნობილი კანდიდატების პროგრამები და მათი საარჩევნო კამპანიის მიმდინარეობა „რეზონანსის“ ფურცლებზე იშვიათად შუქდებოდა.

### რეზონანსში სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობი ტონის მიხედვით (%)



ტონი მონიტორინგის სუბიექტების მიმართ მეტწილად ნეიტრალურია. პოზიტიური და ნეგატიური ტონი ყველა სუბიექტის მიმართ დაფიქსირდა, თუმცა პრემიერთან, „ერთიანი ნაციონალურ მოძრაობასა“ და პრეზიდენტთან მიმართებაში ნეგატიური ტონი სხვა სუბიექტებთან შედარებით მაღალია (27%, 30%, 29%).

თვისებრივი ანალიზის თვალსაზრისით აღსანიშნავია, რომ გამოცემის ყურადღების მიღმა არ რჩება ქვეყანაში მიმდინარე აქტუალური მოვლენები. „რეზონანსის“ ჟურნალისტები ცდილობენ ფაქტებზე დაფუძნებული ინფორმაცია მიაწოდონ მკითხველს. სტატიებს უმეტეს შემთხვევაში რამოდენიმე წყარო ჰყავს. ახალი ამბების გარდა „რეზონანსი“ მკითხველს სთავაზობს ანალიტიკურ მასალასაც, რაც საშუალებას აძლევს მკითხველს, მრავალმხრივ შეაფასოს მომხდარი ფაქტები.

## 24 საათი

საარჩევნო თემა არჩევნების დღის მოახლოებასთან ერთად უფრო და უფრო აქტუალური გახდა „24 საათისთვისაც“. გამოცემა მკითხველს ყოველდღიურად აწვდიდა ინფორმაციას კამპანიის მიმდინარეობასა და არჩევნებთან დაკავშირებულ სხვა საკითხებზე.

მიუხედავად თემის აქტუალობისა, „24 საათი“ უფრო მეტად ორიენტირებულია ხელისუფლების სხვადასხვა შტოს საქმიანობის გაშუქებაზე, ვიდრე საარჩევნო სუბიექტების აქტივობებისა თუ მათი პროგრამების წარდგენაზე. მთავრობა, პრემიერ-მინისტრი, პრეზიდენტი, „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ და კოალიცია „ქართული ოცნება“ - ყველა ეს სუბიექტი წინ უსწრებს კანდიდატებს მათთვის დათმობილი ფართობის მიხედვით.

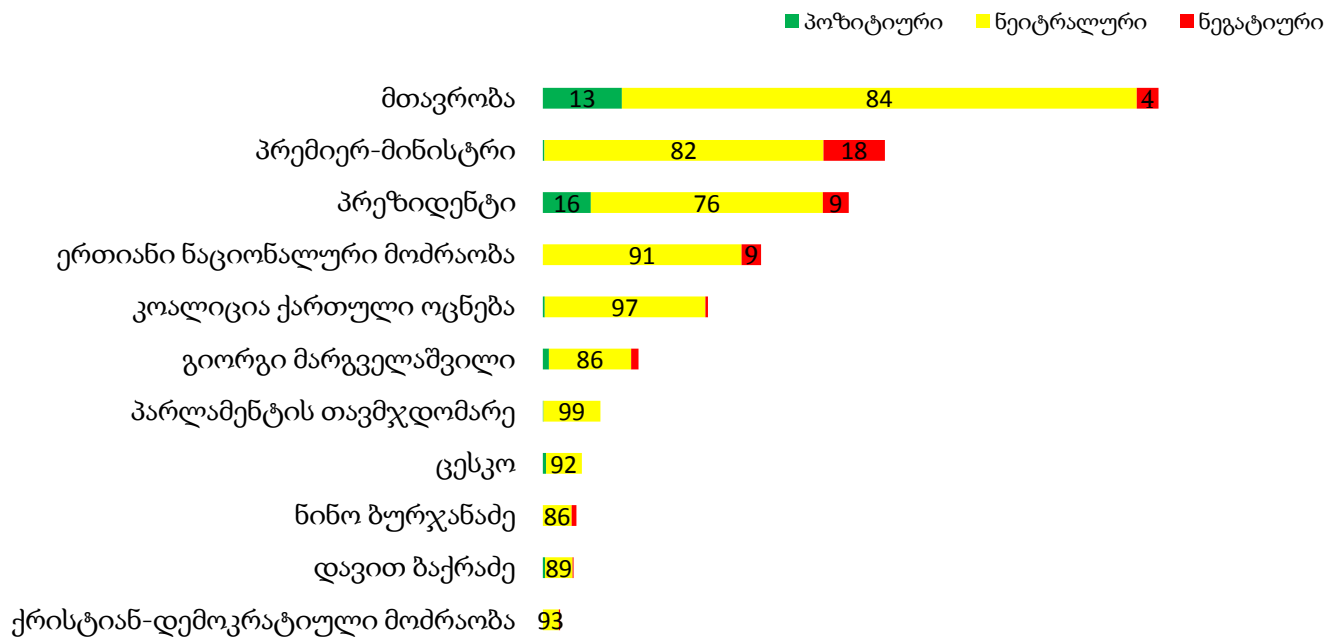
მონიტორინგის სუბიექტების მიმართ დომინანტურია ნეიტრალური ტონი. მცირე ოდენობით ნეგატიური და პოზიტიური ტონი ფიქსირდება მთავრობის, პრემიერისა და პრეზიდენტის მიმართ.

„24 საათი“ მეტწილად ფაქტობრივი მასალის მიწოდებით შემოიფარგლება და არ აკეთებს მოვლენების რაიმე სახის შეფასებას. გაზეთში თითქმის არ გვხვდება ანალიტიკური სტატიები, ინტერვიუები, სვეტები. შედეგად მკითხველისთვის ხელმისაწვდომია ინფორმაცია იმის შესახებ თუ რა მოხდა, თუმცა რატომ ან როგორ მოხდა ამის თაობაზე „24 საათი“ ნაკლებ აქცენტს აკეთებს. გამოცემის სტატიებს უმრავლეს შემთხვევაში რამოდენიმე განსხვავებული წყარო ჰყავს.

ჟურნალისტის ენა თითქმის ყოველთვის ნეიტრალურია. სტატიების ავტორები არ ავლენენ პირად პოზიტიურ თუ ნეგატიურ დამოკიდებულებას სუბიექტებისა თუ მოვლენების მიმართ. გამოცემაში არ გვხვდება არაეთიკური გამოთქმები.

აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ „24 საათი“ გამოირჩევა ფოტო მასალის სიმწირითაც. ილუსტრაცია გაზეთის პირველ გვერდზე გვხვდება და იშვიათად ახლავს სტატიის ძირითად ნაწილს.

### 24 საათში სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობი ტონის მიხედვით (%)



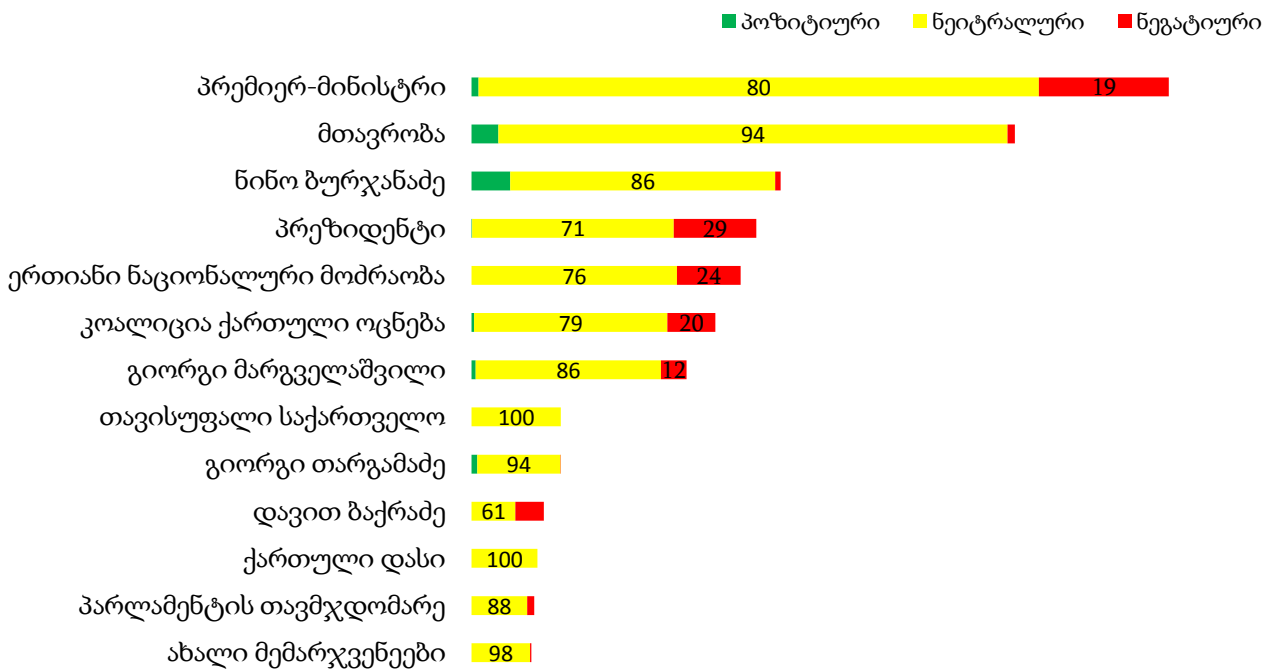
### ახალი თაობა

წინასაარჩევნო პერიოდში „ახალი თაობა“ ერთ-ერთი იმ გამოცემათაგანი იყო, რომელიც სხვა აქტუალურ თემებთან ერთად ყველაზე ინტენსიურად აშუქებდა არჩევნებთან დაკავშირებულ საკითხებს და ინტერვიუებს საარჩევნო სუბიექტებთან. შედეგად ერთ-ერთი საპრეზიდენტო კანდიდატი (ნინო ბურჯანაძე) ყველაზე აქტიურად გაშუქებულ სამ სუბიექტს შორისაა.

ყველაზე მეტი ფართობი „ახალ თაობაში“ პრემიერ-მინისტრს დაეთმო (22%), რომელიც წინასაარჩევნოდ ერთ-ერთი ყველაზე აქტიური პოლიტიკური ფიგურა იყო. მას მოსდევს მთავრობა (17%) და ერთ-ერთი საპრეზიდენტო კანდიდატო ნინო ბურჯანაძე (10%).

სუბიექტების მიმართ ტონი ძირითადად ნეიტრალურია, თუმცა მცირე ოდენობით გვხვდება ნეგატიური ტონიც სხვადასხვა სუბიექტის მიმართ - პრემიერ-მინისტრი (19%), პრეზიდენტი (29%), კოალიცია „ქართული ოცნება“ (20%), „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ (24%) და გიორგი მარგველაშვილი (12%).

## ახალი თაობაში სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობი ტონის მიხედვით (%)



„ახალი თაობა“ ამუქებდა ყველა აქტუალურ მოვლენას და დიდ ყურადღებას უთმობდა არჩევნების საკითხს. ამ თემაზე წარმოდგენილი იყო როგორც ახალი ამბები, ისე ინტერვიუები და ანალიტიკური სტატიები. კანდიდატებს შორის გამოცემა აქცენტს აკეთებდა მეტწილად საზოგადოებისთვის კარგად ნაცნობ კანდიდატებზე, ხოლო საინიციატივო ჯგუფების მიერ რეგისტრირებულ სუბიექტებზე ინფორმაცია მწირი იყო.

გამოცემის სტატიებს უმრავლეს შემთხვევაში რამოდენიმე წყარო ჰყავს და მკითხველს ფაქტებზე დაფუძნებულ ინფორმაციას აწვდის. ჟურნალისტები ცდილობენ ეთიკურნი და მიუკერძოებელნი იყვნენ სხვადასხვა თემაზე წერისას.

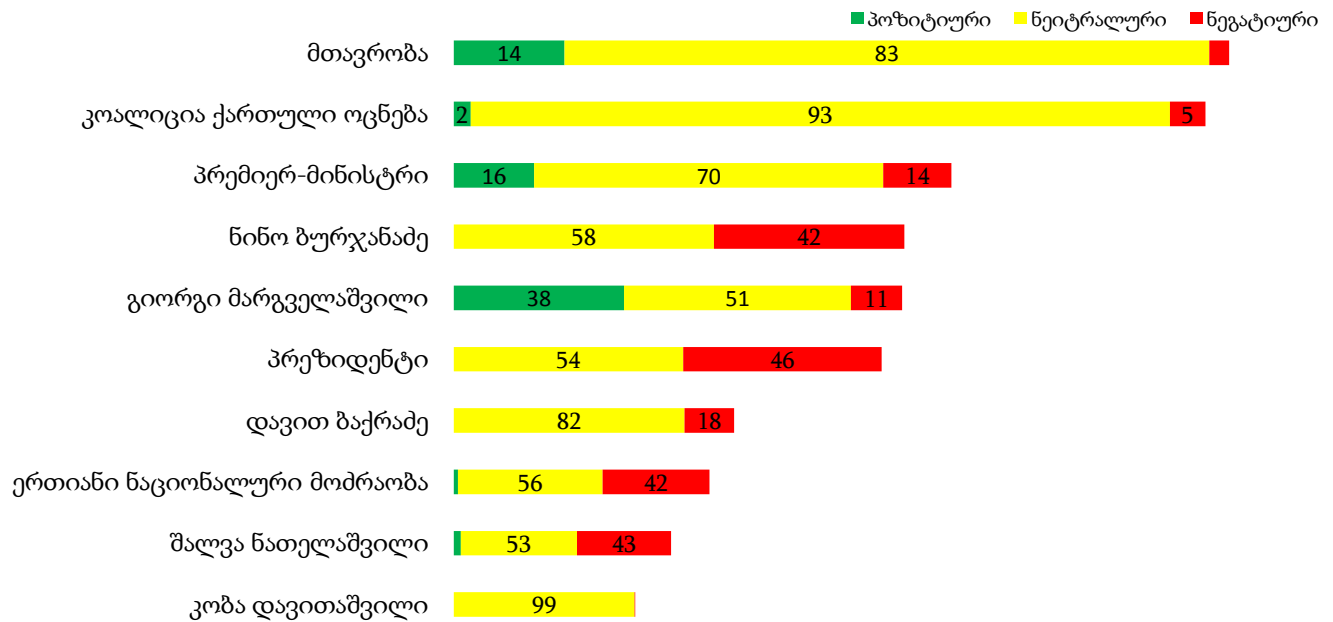
### ახალი ვერსია

გამოცემა მიმდინარე მოვლენებზე მრავალფეროვან ინფორმაციას აწვდის მკითხველს კვირაში სამჯერ. არჩევნები და მასთან დაკავშირებული საკითხები ერთ-ერთი წამყვანი თემა იყო „ახალი ვერსიის“ ფურცლებზე წინასაარჩევნო პერიოდში, თუმცა გაზეთი უყურადღებოდ არ ტოვებდა სხვა აქტუალურ მოვლენებსაც.

მონიტორინგის სუბიექტებს შორის ყველაზე მეტი ფართობი მთავრობას, კოალიცია „ქართულ ოცნებას“ და პრემიერ-მინისტრს დაეთმო, რომელსაც ერთ-ერთი საპრეზიდენტო კანდიდატი ნინო ბურჯანაძე მოსდევს.

ტონი სუბიექტების მიმართ მრავალფეროვანია. ნეიტრალური ტონი ჭარბობს, თუმცა საკმაოდ მაღალია ნეგატიური და პოზიტიური ტონის მაჩვენებელი ცალკეული სუბიექტის შემთხვევაში. ნინო ბურჯანაძის, პრეზიდენტის, „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობისა“ და შალვა ნათელაშვილის მიმართ ნეგატიური ტონი თითქმის 40%-ზე მაღალია, ხოლო გიორგი მარგველაშვილის შემთხვევაში მისთვის დათმობილი ფართობის 38% პოზიტიური ტონია.

### ახალ ვერსიაში სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობი ტონის მიხედვით (%)



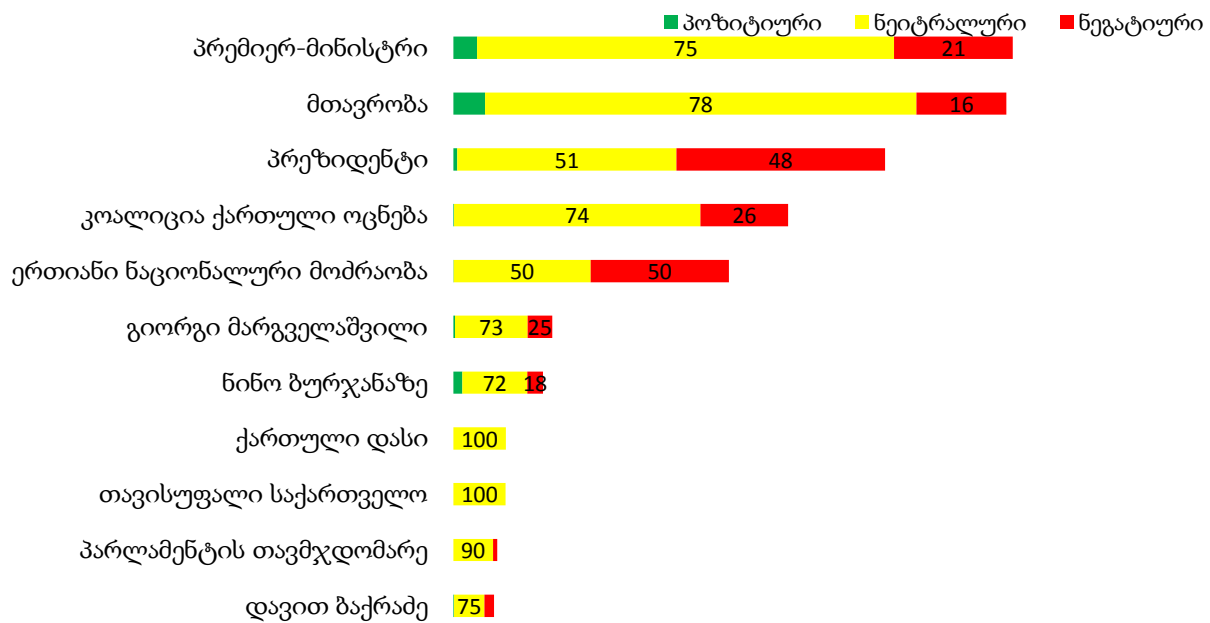
„ახალი ვერსია“ არ შემოიფარგლებოდა მკითხველისთვის მხოლოდ ახალი ამბების მიწოდებით, არამედ სთავაზობდა ინტერვიუებს, ანალიტიკურ სტატიებსა და სვეტებს სხვადასხვა აქტუალურ თემაზე.

ჟურნალისტები უმრავლეს შემთხვევაში ფაქტებზე დაფუძნებულ ინფორმაციას ნეიტრალურად აწვდიდნენ მკითხველს, თუმცა ზოგ შემთხვევაში ჟურნალისტის ტონი ირონიული იყო სხვადასხვა სუბიექტისა თუ თემის მიმართ.

## ალია

არჩევნებთან დაკავშირებული საკითხები აქტიურად შუქდებოდა „ალიაში“, თუმცა გამოცემა პრეზიდენტობის კანდიდატებზე მეტ ყურადღებას პრემიერ-მინისტრს, მთავრობას, პრეზიდენტს, კოალიცია „ქართულ ოცნებასა“ და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობას“ უთმობს. კანდიდატებს შორის აქცენტი მხოლოდ რამოდენიმეზე კეთდება - გიორგი მარგველაშვილი, ნინო ბურჯანაძე და დავით ბაქრაძე.

### ალიაში სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობი ტონის მიხედვით (%)



ტონი საპრეზიდენტო კანდიდატების მიმართ ნეიტრალურია, თუმცა სხვა სუბიექტებთან მიმართებაში საკმაოდ მაღალია ნეგატიური ტონის მაჩვენებელი. გამოცემა კრიტიკულია როგორც მოქმედი ხელისუფლების მიმართ, ისე პრეზიდენტისა და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ მიმართ.

თვისებრივი კუთხით, აღსანიშნავია, რომ „ალიაში“ საკმაოდ ხშირად ქვეყნდება კულუარული ინფორმაცია, მკითხველისთვის უცნობ, სანდო წყაროსგან მიღებული ფაქტები, რომელიც არ არის გადამოწმებული და დადასტურებული.

გარდა დაუზუსტებელი ინფორმაციისა, გაზეთში გვხვდება არაეთიკური გამოთქმები სხვადასხვა პოლიტიკური სუბიექტის მიმართ როგორც წყაროების, ისე თავად ჟურნალისტების მხრიდან.

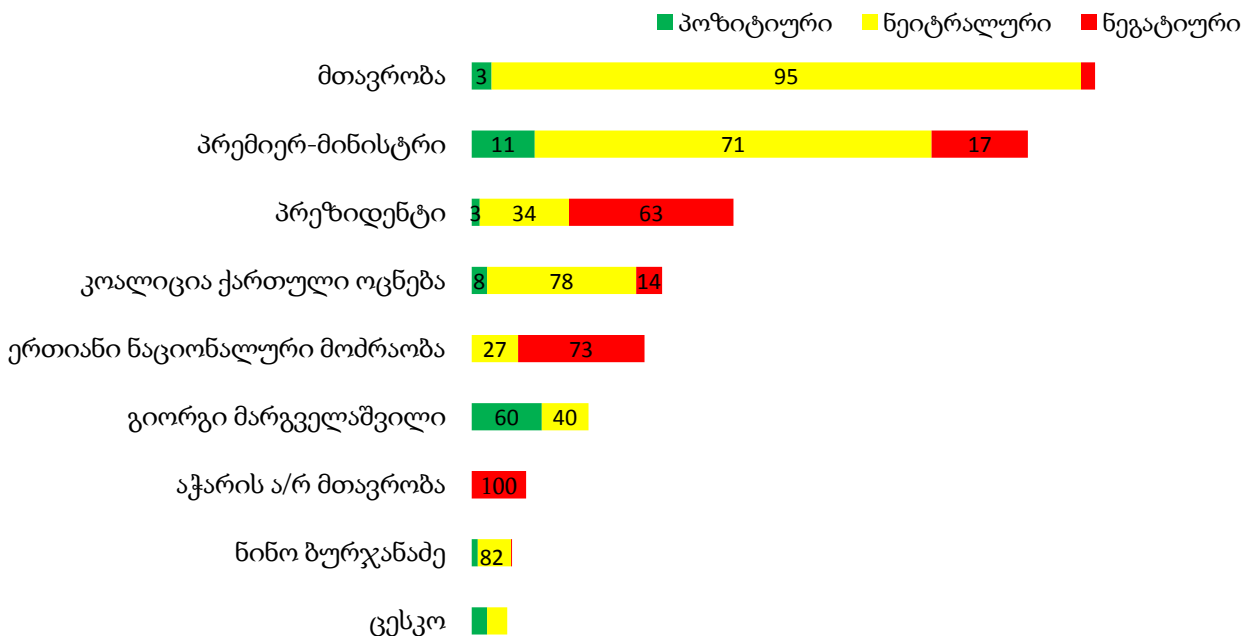
საანგარიშო პერიოდში „ალიაში“ დაფიქსირდა ფოტოთი მანიპულირების შემთხვევები, როდესაც ფოტო ილუსტრაცია არ ემსახურებოდა მკითხველისათვის დამატებითი ინფორმაციის მიწოდებას.

### კვირის პალიტრა

„კვირის პალიტრა“ არჩევნების თემას დიდ ყურადღებას უთმობდა წინასაარჩევნო პერიოდში და მკითხველს სთავაზობდა როგორც ახალ ამბებს არჩევნების თემაზე, ისე ინტერვიუებსა და ანალიტიკურ სტატიებს. მიუხედავად არჩევნების თემის აქტუალობისა, გამოცემა უყურადღებოდ არ ტოვებდა სხვა მიმდინარე მოვლენებს.

სუბიექტებს შორის ყველაზე მეტი ფართობი მთავრობას, პრემიერ-მინისტრსა და პრეზიდენტს დაეთმო. მთავრობისა და პრემიერ-მინისტრის მიმართ ნეიტრალური ტონი ჭარბობს, ხოლო პრეზიდენტისა და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობისათვის“ დათმობილი ფართობის 63% და 73% ნეგატიური ტონია. საპრეზიდენტო კანდიდატებს შორის საანგარიშო პერიოდში ფართობი დაეთმოთ გიორგი მარგველაშვილს, დავით ბაქრაძესა და ნინო ბურჯანაძეს.

### კვირის პალიტრაში სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობი ტონის მიხედვით (%)



„კვირის პალიტრის“ ჟურნალისტები ცდილობენ მრავალმხრივი და ამომწურავი ინფორმაცია მიაწოდონ აქტუალურ თემებზე მკითხველებს. სტატიის ენა



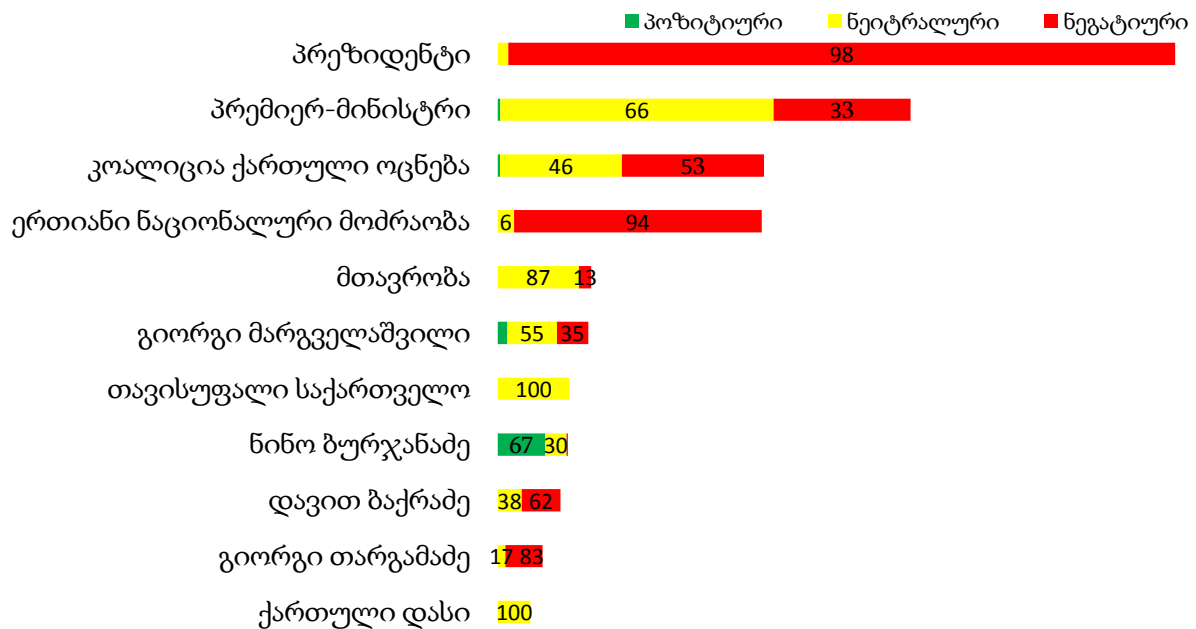
უმრავლესად ნეიტრალურია. ჟურნალისტები საკუთარ პოზიციას საავტორო სვეტებში აფიქსირებენ.

### ასავალ-დასავალი

ყოველკვირეული გამოცემა გამოირჩევა კრიტიკული დამოკიდებულებით სხვადასხვა პოლიტიკური სუბიექტის მიმართ. არჩევნების თემის აქტუალობის მიუხედავად, ამ გაზეთის შემთხვევაშიც კანდიდატებზე უფრო აქტიურად სხვა პოლიტიკური სუბიექტები შუქდებოდნენ, თუმცა ტონი სუბიექტების მიმართ განსხვავებულია.

მონიტორინგის სუბიექტებს შორის ყველაზე მეტი ფართობი პრეზიდენტს დაეთმო, რომლის 98% ნეგატიური ტონია. მსგავსი ვითარებაა „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ მიმართაც, რომლის შემთხვევაშიც სრული ფართობის 94% უარყოფითი ტონია. ნეგატიური ტონის მაჩვენებელი მაღალია სხვა სუბიექტების მიმართაც. საყურადღებოა, რომ პოზიტიური ტონი თითქმის არც ერთი სუბიექტის მიმართ არ ვლინდება, გარდა ნინო ბურჯანაძისა, რომლისთვის დათმობილი ფართობის 67% დადებითი ტონია, ხოლო ნეგატიური ტონი - 2%.

### ასავალ-დასავალში სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობი ტონის მიხედვით (%)



თვისებრივი თვალსაზრისით „ასავალ-დასავალში“ საყურადღებოა არაეთიკური გამოთქმებისა და სიძულვილის ენის გამოყენება როგორც რესპონდენტების, ისე ჟურნალისტების მხრიდან. განსაკუთრებული აგრესია ვლინდება პრეზიდენტის მიმართ. უარყოფითი დამოკიდებულების გამოსახატად გამოცემა იყენებს როგორც ლექსიკურ, ისე გრაფიკულ საშუალებებს, კერძოდ ფოტოებს, რომლებიც მკითხველისთვის უარყოფითი განწყობის შექმნას უფრო ემსახურება, ვიდრე სტატიის თემის შესახებ დამატებითი ინფორმაციის მიწოდებას.

გარდა ამისა, მნიშვნელოვანია, აღინიშნოს, რომ მოწოდებული ინფორმაცია რიგ შემთხვევებში არ არის გადამოწმებული. ზოგჯერ ჟურნალისტი წყაროს საერთოდ არ ასახელებს ან აღნიშნავს, რომ წყარო ანონიმურია.

## დასკვნა

წინასაარჩევნოდ საპრეზიდენტო კანდიდატებზე ამომწურავი ინფორმაციის მიწოდება ამომრჩევლისთვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ინფორმირებული არჩევანის გასაკეთებლად. საანგარიშო პერიოდში კი (16 სექტემბერი - 26 ოქტომბერი) მკითხველს არასრული ინფორმაცია მიეწოდებოდა როგორც თავად კანდიდატების, ისე მათი საარჩევნო პროგრამის თაობაზე.

ცალკეულ გამოცემაში შეინიშნებოდა ანალიტიკური მასალის სიმწირე, რაც საშუალებას მისცემდა მკითხველს უფრო მრავალმხრივ და ამომწურავად დაენახა მიმდინარე მოვლენები.

არაეთიკური, შეურაცხმყოფელი გამონათქვამების გამოყენება გამოცემის ფურცლებზე კვლავ მნიშვნელოვანი საკითხია. ასეთი ლექსიკა არ ემსახურება მკითხველისთვის რაიმე ინფორმაციის მიწოდებას, არამედ მიზნად ისახავს პოლიტიკური სუბიექტის მიმართ ნეგატიური დამოკიდებულების ჩამოყალიბებას. ამავე მიზნით ცალკეული გამოცემა ფოტო ილუსტრაციებსაც იყენებს.