

## პრესის საარჩევნო მონიტორინგი

27 ოქტომბერი - 15 ნოემბერი 2013

სამართლიანი არჩევნებისა და დემოკრატიის საერთაშორისო საზოგადოებამ გაეროს განვითარების პროგრამისა და ევროკავშირის მხარდაჭერით განახორციელა პრესის წინასაარჩევნო მონიტორინგი პროექტის „პროფესიონალური მედია არჩევნებისთვის“ ფარგლებში და წარმოადგენს 2013 წლის მეოთხე შუალედურ ანგარიშს, რომელიც მოიცავს არჩევნების შემდგომ პერიოდს 27 ოქტომბრიდან 15 ნოემბრამდე.

ორგანიზაციის მედია მონიტორები აკვირდებოდნენ 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:

- წინასაარჩევნო პერიოდის მსგავსად არჩევნების შემდგომაც ყველაზე აქტიურად გაშუქებული სუბიექტები არიან პრეზიდენტი, მთავრობა, პრემიერ-მინისტრი, კოალიცია „ქართული ოცნება“ და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“.
- სუბიექტების მიმართ დომინანტურია ნეიტრალური ტონი, თუმცა პრეზიდენტისადმი ხშირ შემთხვევაში ნეგატიური ტონი საკმაოდ მაღალია.
- საპრეზიდენტო კანდიდატებს შორის არჩევნების შემდეგ გიორგი მარგველაშვილი, ნინო ბურჯანაძე, გიორგი თარგამაძე და დავით ბაქრაძე შუქდებოდნენ. დანარჩენ კანდიდატებს 1% ან ნაკლები ეთმობოდათ.
- არაეთიკური გამოთქმები კვლავ გამოიყენება „ასავალ-დასავალში“, ხოლო დანარჩენი გამოცემები ცდილობენ ეთიკურად აკრიტიკონ ესა თუ ის პოლიტიკური ფიგურა.
- გაზეთები აქტუალურ მოვლენებთან დაკავშირებით განსხვავებული მოსაზრებების გაცნობის საშუალებას აძლევენ მკითხველებს.
- ცალკეულ შემთხვევაში გადმოცემული ფაქტი საჭიროებს დამატებით დაზუსტებას, რადგან წყაროს მიერ მოწოდებული ინფორმაცია არაა გადამოწმებული.

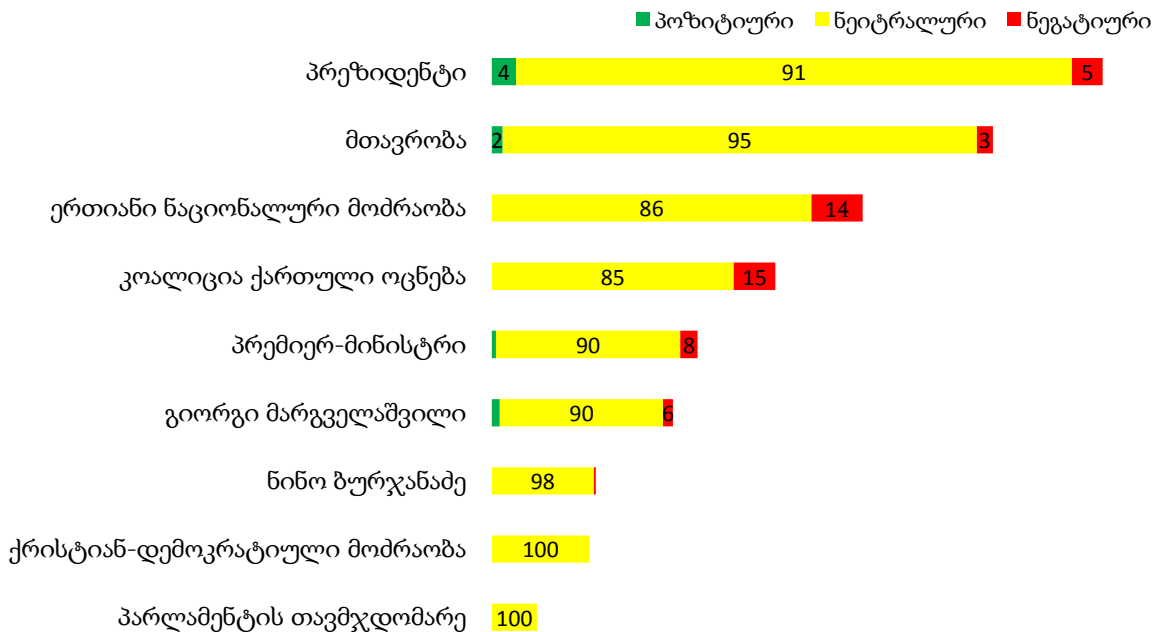
<sup>1</sup> გაზეთები შეირჩა „საზოგადოებრივი აზრის კვლევისა და მარკეტინგის ინსტიტუტის“ მიერ ჩატარებული ბეჭდური მედიის კვლევის 2012 წლის შედეგების მიხედვით.

## რეზონანსი

არჩევნების შემდგომ პერიოდში არჩევნების დღეს და მასთან დაკავშირებულ მოვლენებს „რეზონანსმა“ საკმაოდ დიდი ყურადღება დაუთმო. არა ერთი სტატია მიეძღვნა საარჩევნო პროცესის მიმდინარეობასა თუ შედეგების განხილვას, თუმცა წინასაარჩევნო პერიოდის მსგავსად არჩევნების დღის შემდგომაც ყველაზე მეტი ფართობი პრეზიდენტს, პრემიერ-მინისტრს, კოალიცია „ქართულ ოცნებას“, „ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას“ და მთავრობას დაეთმო. საპრეზიდენტო კანდიდატებს შორის კი აქცენტი გიორგი მარგველაშვილსა და ნინო ბურჯანაძეზე კეთდებოდა.

სუბიექტები „რეზონანსში“ კვლავ ნეიტრალურად შუქდებოდნენ ისევე, როგორც წინასაარჩევნო პერიოდში. მათ მიმართ მცირე ოდენობით დაფიქსირდა პოზიტიური და ნეგატიური ტონი.

### სუბიექტების გაშუქება რეზონანსში ტონის მიხედვით (%)



თვისებრივი თვალსაზრისით აღსანიშნავია, რომ „რეზონანსში“ გამოქვეყნებული სტატიების უმრავლესობას ჰყავს ორზე მეტი წყარო და მოწოდებული ინფორმაცია გადამოწმებულია, ხოლო როცა ფაქტის დაზუსტება ვერ ხერხდება, მკითხველი ამის შესახებაც ინფორმირებულია.

ჟურნალისტები ნეიტრალურად წერენ მიმდინარე მოვლენებზე, არ ვლინდება მიკერძოება რომელიმე პოლიტიკური სუბიექტის მიმართ. არჩევნებისა თუ სხვა

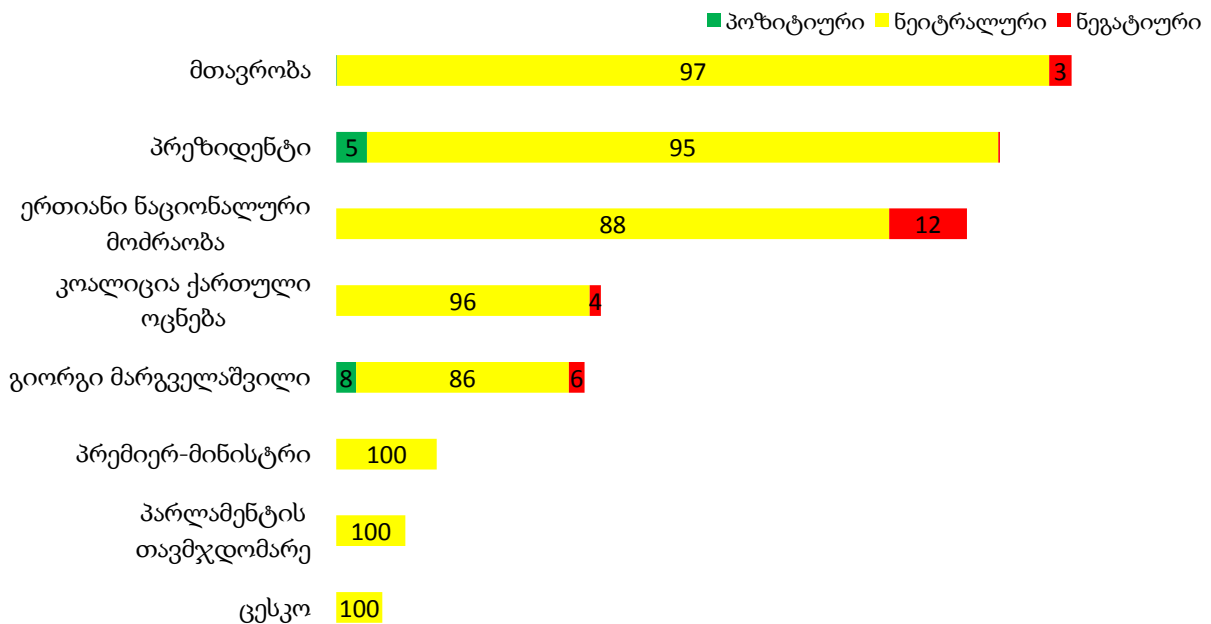
პოლიტიკური მოვლენების შესახებ ანალიზსა და პროგნოზს სხვადასხვა ექსპერტს აკეთებინებენ და მკითხველს საშუალებას აძლევენ მრავალ განსხვავებულ მოსაზრებას გაეცნოს.

## 24 საათი

„24 საათი“ წინასაარჩევნო პერიოდის მსგავსად 27 ოქტომბრის შემდეგაც აქტიურად აშუქებდა ყველა აქტუალურ თემას, როგორც არჩევნებთან დაკავშირებით, ისე სხვა პოლიტიკური მოვლენების შესახებ, თუმცა იშვიათი იყო ამ თემებზე გამოქვეყნებული ანალიტიკური მასალა.

სუბიექტებს შორის ყველაზე მეტი ფართობი საანგარიშო პერიოდში მთავრობას, პრეზიდენტს, „ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას“ და კოალიცია „ქართულ ოცნებას“ ჰქონდათ, რომელთა მიმართ ტონი ნეიტრალური იყო. საპრეზიდენტო კანდიდატებს შორის კი ყველაზე მეტი ყურადღება გიორგი მარგველაშვილს დაეთმო.

### სუბიექტების გაშუქება 24 საათში ტონის მიხედვით (%)



„24 საათის“ სტატიები, რომლებიც გამოცემის ჟურნალისტების მიერაა მომზადებული წყაროთა სიმრავლით და მრავალფეროვნებით გამოირჩევა. მათში წარმოდგენილია მრავალი განსხვავებული პოლიტიკური სუბიექტის პოზიცია ამა თუ იმ საკითხთან

დაკავშირებით, თუმცა ზოგჯერ თითქმის მთელი სტატია მხოლოდ ციტატებია დამატებითი კომენტარებისა და ანალიზის გარეშე.

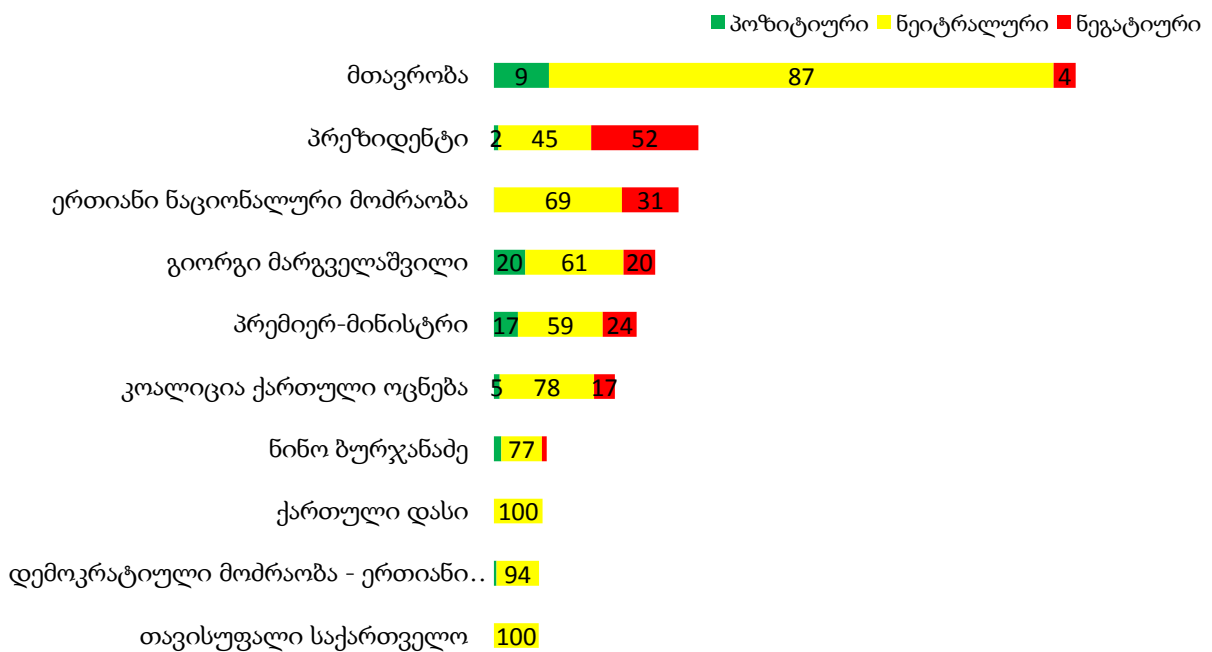
სტატიის ენა „24 საათში“ ყოველთვის ნეიტრალურია სტატიის ავტორების მხრიდან. ჟურნალისტები არ იყენებენ ლექსიკურ საშუალებებს მკითხველისთვის პოზიტიური თუ ნეგატიური განწყობის შესაქმნელად.

აღსანიშნავია ფოტო მასალის სიმწირე ამ ყოველდღიურ გამოცემაში. სტატიებს იშვიათად ახლავს ილუსტრაცია, რაც დამატებით ინფორმაციას მიაწვდიდა მკითხველს.

### ახალი თაობა

„ახალი თაობა“ მრავალმხრივ აშუქებდა მიმდინარე მოვლენებს და მკითხველს სთავაზობდა როგორც ახალ ამბებს, ისე აქტუალური თემების შესახებ ანალიტიკურ სტატიებსა და ინტერვიუებს. გამოცემა თანაბრად კრიტიკულია სხვადასხვა პოლიტიკური სუბიექტის მიმართ, რაც სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობის ტონის მიხედვით განაწილების დიაგრამაზეც ნათლად ჩანს.

### სუბიექტების გაშუქება ახალ თაობაში ტონის მიხედვით (%)



ისევე როგორც წინასაარჩევნო პერიოდში, არჩევნების შემდეგაც ყველაზე მეტი ფართობი „ახალი თაობის“ ფურცლებზე მთავრობას, პრეზიდენტს და „ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას“ დაეთმო. საპრეზიდენტო კანდიდატებს შორის კი გიორგი მარგველაშვილი და ნინო ბურჯანაძე შუქდებოდნენ სხვა კანდიდატებზე უფრო ხშირად. ნეიტრალური ტონი დომინანტურია ყველა სუბიექტის მიმართ, გარდა პრეზიდენტისა, რომლისთვის დათმობილი ფართობის 52% ნეგატიური ტონია.

„ახალ თაობაში“ გამოქვეყნებულ სტატიებს უმრავლეს შემთხვევაში რამდენიმე განსხვავებული წყარო ჰყავს და საკითხი წარმოჩენილია სხვადასხვა კუთხით, გარდა ინტერვიუებისა, სადაც ერთი კონკრეტული რესპონდენტის შეხედულებებია გაზიარებული.

გამოცემის ჟურნალისტები არ ავლენენ მიკერძოებას რომელიმე პოლიტიკური სუბიექტის მიმართ და ცდილობენ ფაქტებზე დაფუძნებული ინფორმაცია მიაწოდონ მკითხველს.

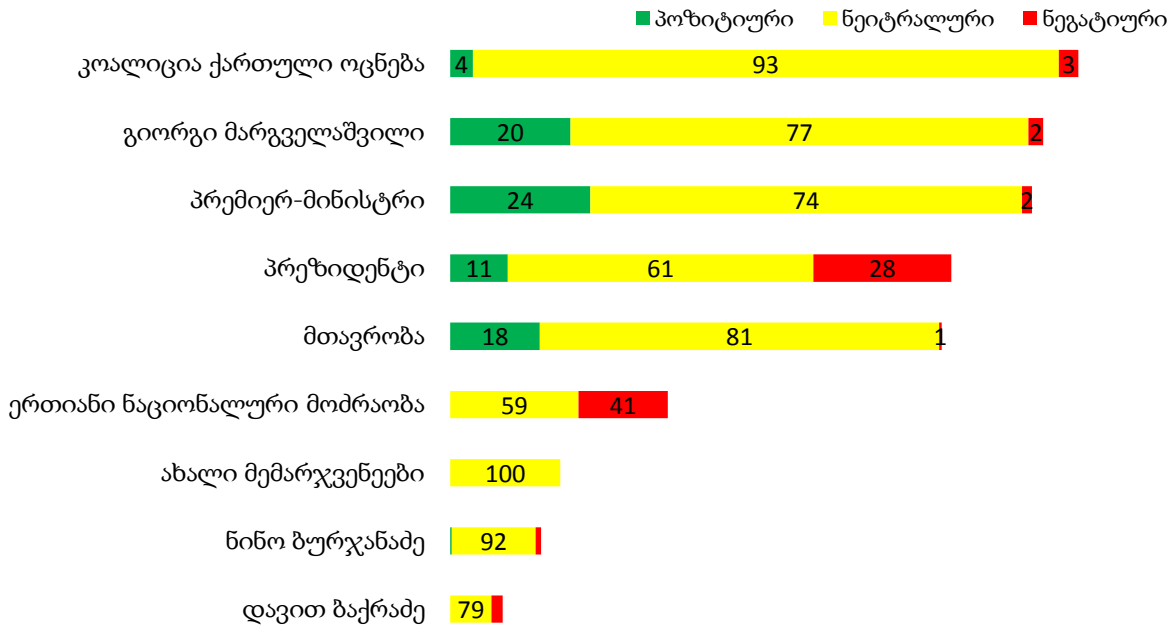
## **ახალი ვერსია**

„ახალი ვერსია“ არჩევნების შემდგომ პერიოდში აშუქებდა როგორც სიახლეებს, ასევე აჯამებდა განვლილ მოვლენებს და მკითხველს ნიუსების გარდა ანალიტიკურ მასალასაც სთავაზობდა.

სხვა გამოცემებისგან განსხვავებით „ახალ ვერსიაში“ თითქმის თანაბარი ფართობი დაეთმოთ კოალიცია „ქართულ ოცნებას“ (18%), გიორგი მარგველაშვილსა (17%) და პრემიერ-მინისტრს (17%). მცირედით ნაკლებია პრეზიდენტისა (14%) და მთავრობისთვის (14%) დათმობილი ფართობის ოდენობა. გიორგი მარგველაშვილის გარდა გამოცემამ სხვა საპრეზიდენტო კანდიდატებიც გააშუქა. ნინო ბურჯანაძესა და დავით ბაქრაძეს 1%-ზე მეტი ფართობი დაეთმოთ, ხოლო დანარჩენებს - 1% ან ნაკლები.

ტონი სუბიექტების მიმართ როგორც არჩევნებამდე, ისე ახლაც მეტწილად ნეიტრალურია, თუმცა საკმაოდ მაღალია პოზიტიური ტონის მაჩვენებელი გიორგი მარგველაშვილის, პრეზიდენტის, პრემიერ-მინისტრისა და მთავრობის შემთხვევაში. „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობისთვის“ დათმობილი ფართობის 41% კი ნეგატიური ტონია. პრეზიდენტის მიმართაც უაყროფითი ტონი დადებითზე მეტია.

## სუბიექტების გაშუქება ახალ ვერსიაში ტონის მიხედვით (%)

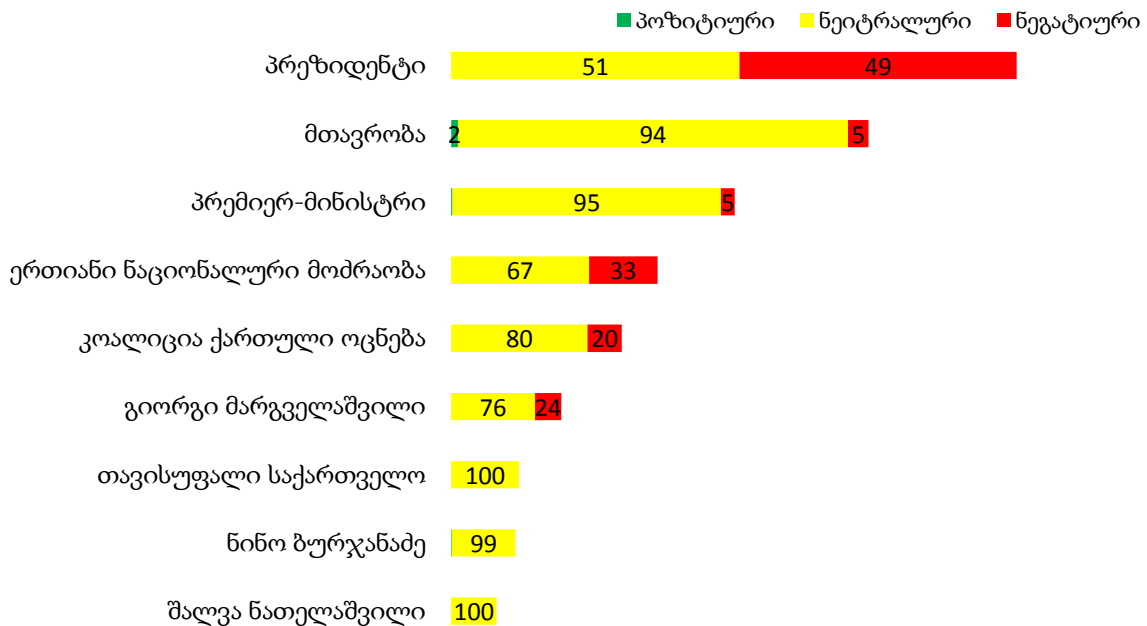


თვისებრივი კუთხით უნდა აღინიშნოს, რომ „ახალ ვერსიაში“ სტატიებს ჩვეულებრივ ერთზე მეტი წყარო ჰყავს და მოვლენები წარმოჩენილია სხვადასხვა პოზიციიდან. ჟურნალისტების ენა მეტწილად ნეიტრალურია, თუმცა ზოგიერთ შემთხვევაში სტატიის ავტორი ირონიულად წერს პოლიტიკურ სუბიექტებსა და მოვლენებზე.

### ალია

„ალია“ არჩევნების დღისა და შედეგების გარდა საანგარიშო პერიოდში აქტიურად წერდა მთავრობაში და ზოგადად ქვეყანაში მოსალოდნელ ცვლილებებზე. გამოცემა აქცენტს პოლიტიკური თანამდებობის პირებზე აკეთებდა, კერძოდ, არჩევნების შემდგომ პერიოდში ყველაზე მეტი ფართობი სუბიექტებს შორის დაეთმოთ პრეზიდენტს, მთავრობასა და პრემიერ-მინისტრს. საპრეზიდენტო კანდიდატებზე მეტად შუქდებოდნენ ასევე კოალიცია „ქართულ ოცნება“ და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“. კანდიდატებს შორის კი გიორგი მარგველაშვილს, ნინო ბურჯანაძესა და შალვა ნათელაშვილს საერთო ფართობის 1%-ზე მეტი, ხოლო ყველა სხვა კანდიდატს 1% ან ნაკლები დაეთმოთ.

## სუბიექტების გაშუქება ალიაში ტონის მიხედვით (%)



„ალიაში“ არჩევნების შემდგომ პერიოდში თითქმის არც ერთი სუბიექტი პოზიტიური ტონით არ გვხვდება. სუბიექტების მიმართ ნეიტრალური ტონი დომინირებს. ნეგატიური ტონი მნიშვნელოვნად მაღალია პრეზიდენტის მიმართ, რომლისთვის დათმობილი ფართობის თითქმის ნახევარი (49%) უარყოფითია.

თვისებრივი ანალიზის თავალსაზრისით, საყურადღებოა, რომ არჩევნების შემდგომ პერიოდში „ალიაში“ თითქმის აღარ გვხვდება არაეთიკური გამოთქმები, რომელიც საკმაოდ ხშირი იყო არჩევნებამდეც და 2012 წლის საპარლამენტო არჩევნების მონიტორინგის პერიოდშიც. გამოცემის ჟურნალისტები და რესპონდენტები კვლავ კრიტიკულები არიან ცალკეული სუბიექტის მიმართ, განსაკუთრებით პრეზიდენტის მიმართ, თუმცა მათი კრიტიკა შეურაცხმყოფელი ფრაზეოლოგიით აღარ იყო გამოხატული.

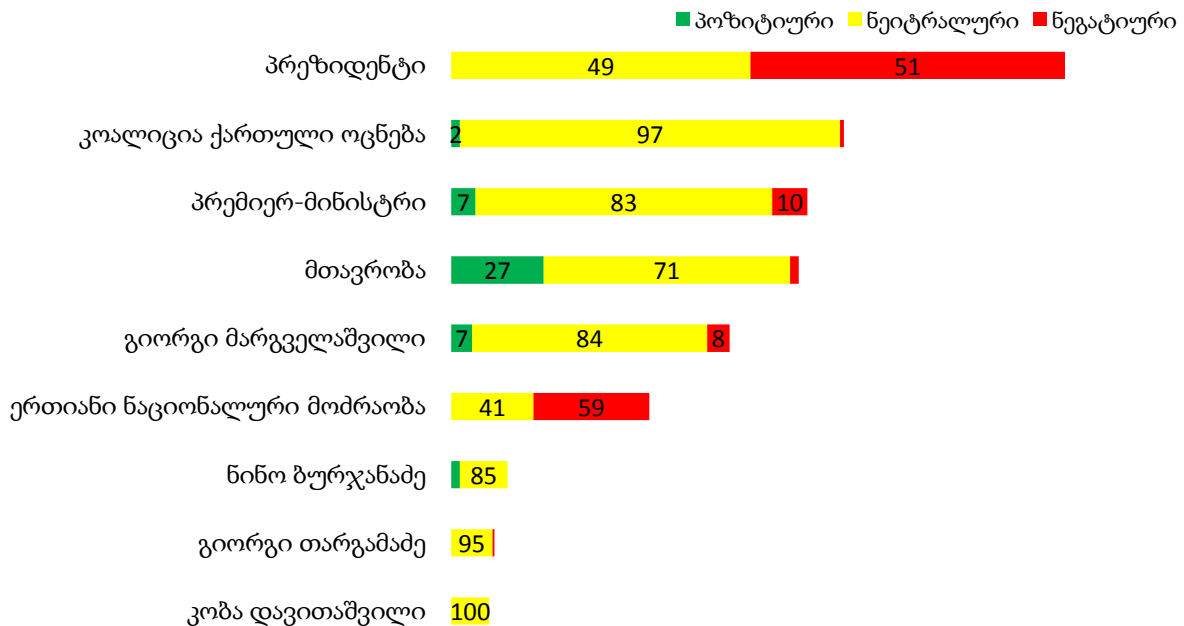
„ალია“ მდიდარია ფოტო მასალით. არჩევნების შემდგომ პერიოდში ფოტოთი მანიპულირების შემთხვევა არ დაფიქსირებულა. ფოტოები დამატებით ინფორმაციას აწვდის მკითხველს თემის ან რესპონდენტის შესახებ.

გამოცემა მკითხველს განსხვავებულ მოსაზრებებსა და პოზიციებს აცნობს აქტუალური თემების შესახებ, თუმცა ზოგ შემთხვევაში მოწოდებული ინფორმაცია საჭიროებს დამატებით დაზუსტებას.

## კვირის პალიტრა

„კვირის პალიტრამ“ არჩევნების შედეგებსა და მოსალოდნელ სამთავრობო ცვლილებებზე მკითხველს არა ერთი ანალიტიკური სტატია და ინტერვიუ შესთავაზა. არჩევნების შემდგომ პერიოდში ასევე შეჯამდა მიხეილ სააკაშვილის მმართველობა და სხვადასხვა ინიციატივა, რომელიც მისი პრეზიდენტობისას განხორციელდა. შედეგად სუბიექტებს შორის ყველაზე მეტი ფართობი სწორედ მიხეილ სააკაშვილს დაეთმო, რომლისთვის დათმობილი ფართობის 49% ნეიტრალური, ხოლო 51% ნეგატიური ტონია. სხვა სუბიექტების მიმართ ნეიტრალური ტონი ჭარბობს, გარდა „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობისა“, რომლისთვის დათმობილი ფართობის ნახევარზე მეტი (59%) უარყოფითი ტონია. საპრეზიდენტო კანდიდატებს შორის გამოცემის ყურადღების ქვეშ მოექცნენ გიორგი მარგველაშვილი, ნინო ბურჯანაძე, გიორგი თარგამაძე და კობა დავითაშვილი. სხვა კანდიდატებს საერთო ფართობის 1% ან ნაკლები დაეთმო.

### სუბიექტების გაშუქება კვირის პალიტრაში ტონის მიხედვით (%)



თვისებრივი თვალსაზრისით აღსანიშნავია, რომ „კვირის პალიტრის“ სტატიებს უმრავლეს შემთხვევაში რამოდენიმე განსხვავებული წყარო ჰყავს, რომლებიც მოვლენებს სხვადასხვა მხრიდან წარმოაჩენენ, გარდა ინტერვიუებისა, სადაც, ბუნებრივია, მხოლოდ ერთი რესპონდენტის პოზიციაა წარმოდგენილი.

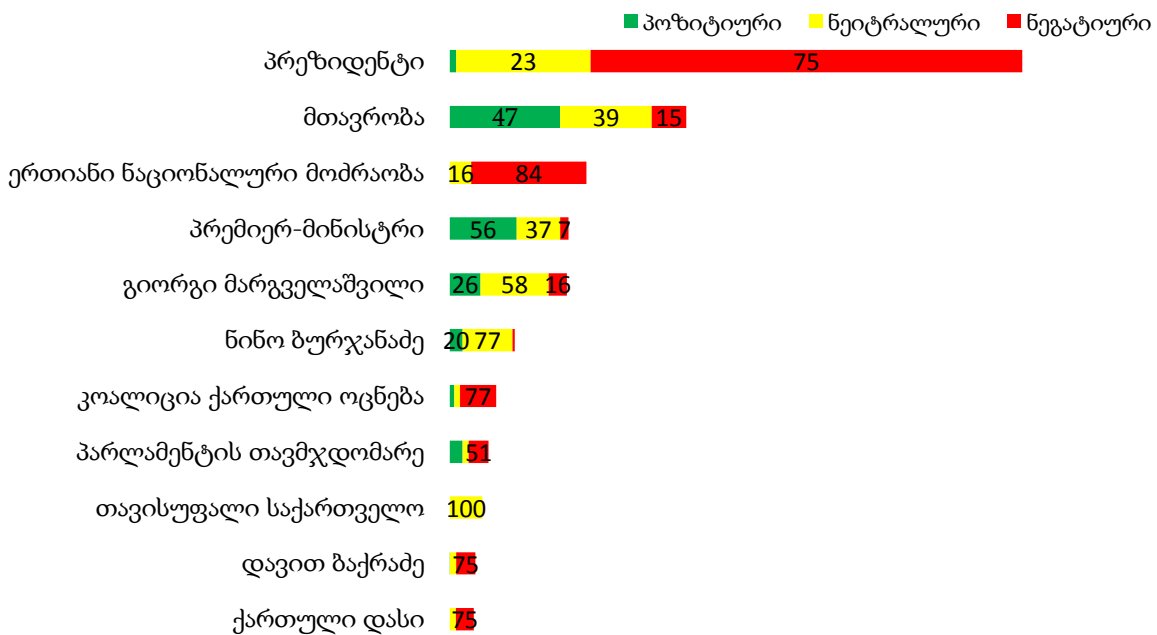


გამოცემაში ჟურნალისტები არაეთიკურ გამოთქმებს არ იყენებენ არც ანალიტიკურ სტატიებში და არც საავტორო სვეტებში, თუმცა ვხვდებით რესპონდენტების მიერ გამოყენებულ ეპითეტებს: „ავადმყოფი სააკაშვილი“ („კვირის პალიტრა“ N45, 4-10 ნომერი), „სისხლის კალო“, მის გადაწყვეტილებებს უწოდებენ „ფსიქოპათიურს“ („კვირის პალიტრა“ N44, 28 ოქტომბერი - 3 ნომერი).

### ასავალ-დასავალი

„ასავალ-დასავალი“ არჩევნების შემდგომ პერიოდში მიმდინარე მოვლენებთან ერთად აქტიურად წერს კვლავ მიხეილ სააკაშვილზე, რომელსაც სუბიექტებს შორის ყველაზე მეტი ფართობი დაეთმო ყველაზე მეტი ნეგატიური ტონით. პრეზიდენტისთვის დათმობილი ფართობის 75% ნეგატიური ტონია. გამოცემის მხრიდან უარყოფითი დამოკიდებულება ვლინდება ასევე „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ მიმართაც, რომლის ფართობის 84% ნეგატიურია. ხოლო მთავრობისა და პრემიერ-მინისტრის მიმართ კი პოზიტიური ტონი დომინირებს. მთავრობისთვის დათმობილი ფართობის 47%, ხოლო პრემიერ-მინისტრის შემთხვევაში 56% დადებითი ტონია.

### სუბიექტების გაშუქება ასავალ-დასავალში ტონის მიხედვით (%)



წინასაარჩევნო პერიოდის მსგავსად „ასავალ-დასავალში“ კვლავ გვხვდება არაეთიკური გამოთქმები სუბიექტების მიმართ როგორც რესპონდენტების ისე ჟურნალისტების მხრიდან. ერთ-ერთი ყველაზე თვალშისაცემი შემთხვევა სუბიექტის მიმართ უპატივცემულობისა იყო 28 ოქტომბრის ნომერი, რომლის გარეკანი თითქმის მთლიანად ეკავა სამ სიტყვას: „წაეთრა, წაშავდა, წაბნელდა“. ეს სიტყვები მიხეილ სააკაშვილის მმართველობის დასასრულს ეძღვნებოდა.

„ასავალ-დასავალში“ უხვად არის ფოტო მასალა, თუმცა ზოგ შემთხვევაში ილუსტრაცია ინფორმაციის მიწოდების ნაცვლად სუბიექტის მიმართ ნეგატიური დამოკიდებულების გამოვლენისთვისაა გამოყენებული.

გამოცემის ფურცლებზე გამოქვეყნებული ზოგიერთი ფაქტი საჭიროებს დაზუსტებას, რადგან წყაროს მიერ მოწოდებული ინფორმაცია არაა გადამოწმებული.

## დასკვნა

არჩევნების შემდგომ პერიოდში გამოცემების უმრავლესობა ნეიტრალურად და დაბალანსებულად წერდა მიმდინარე მოვლენებზე. მათ ყურადღება უფრო მეტად გამახვილებული ჰქონდათ მოსალოდნელ ცვლილებებზე, რომელიც ახალი პრეზიდენტის ინაუგურაციის შემდეგ უნდა დაწყებულიყო.

მონიტორინგის სუბიექტებს შორის მკვეთრად უარყოფითი დამოკიდებულება დაფიქსირდა პრეზიდენტის მიმართ, რომელიც თითქმის ყველა გამოცემაში ნეგატიურად შუქდებოდა. დანარჩენი სუბიექტების მიმართ კი ნეიტრალური ტონი ჭარბობს. გამონაკლისია ამ კუთხით „ასავალ-დასავალი“, სადაც პრემიერ-მინისტრი და მთავრობა მეტწილად დადებითი ტონით იყო წარმოდგენილი.

მთლიანობაში თვისებრივი კუთხით არჩევნების შემდგომ პერიოდში ჟურნალისტები ცდილობდნენ დაეცვათ ჟურნალისტური სტანდარტები, უფრო ეთიკურად და ამომწურავად მიეწოდებინათ გადამოწმებული ინფორმაცია, თუმცა ცალკეულ შემთხვევაში მოხდა როგორც არაეთიკური ლექსიკის გამოყენება, ისე გადაუმოწმებელი ფაქტების გავრცელება.