

რადიოების წინასაარჩევნო მონიტორინგი

18 სექტემბერი - 26 ოქტომბერი

„ინტერნიუსი-საქართველო“, ევროკავშირისა და გაეროს განვითარების პროგრამის მიერ დაფინანსებული პროექტის, „პროფესიონალური მედია არჩევნებისთვის“, ფარგლებში ახორციელებს რადიოარხების მონიტორინგს. მონიტორინგი 15 ივნისს დაიწყო და 15 ნოემბრის ჩათვლით გაგრძელდება. იგი მოიცავს 12 რადიომაუწყებლის სადამოს საინფორმაციო გამოშვებების მონიტორინგს. ესენია: „რადიო 1“ (საზოგადოებრივი მაუწყებელი), „იმედი“, „ფორტუნა“, „რადიო თავისუფლება“, „პალიტრა“, „პირველი რადიო“, „მწვანე ტალღა“, „ჰერეთი“, „ძველი ქალაქი“, „ათინათი“, „მაესტრო“ და „აჭარა“.

რადიოარხების საინფორმაციო გამოშვებების მონიტორინგმა (18 სექტემბერი - 26 ოქტომბერი) შემდეგი ძირითადი მიგნებები გამოავლინა:

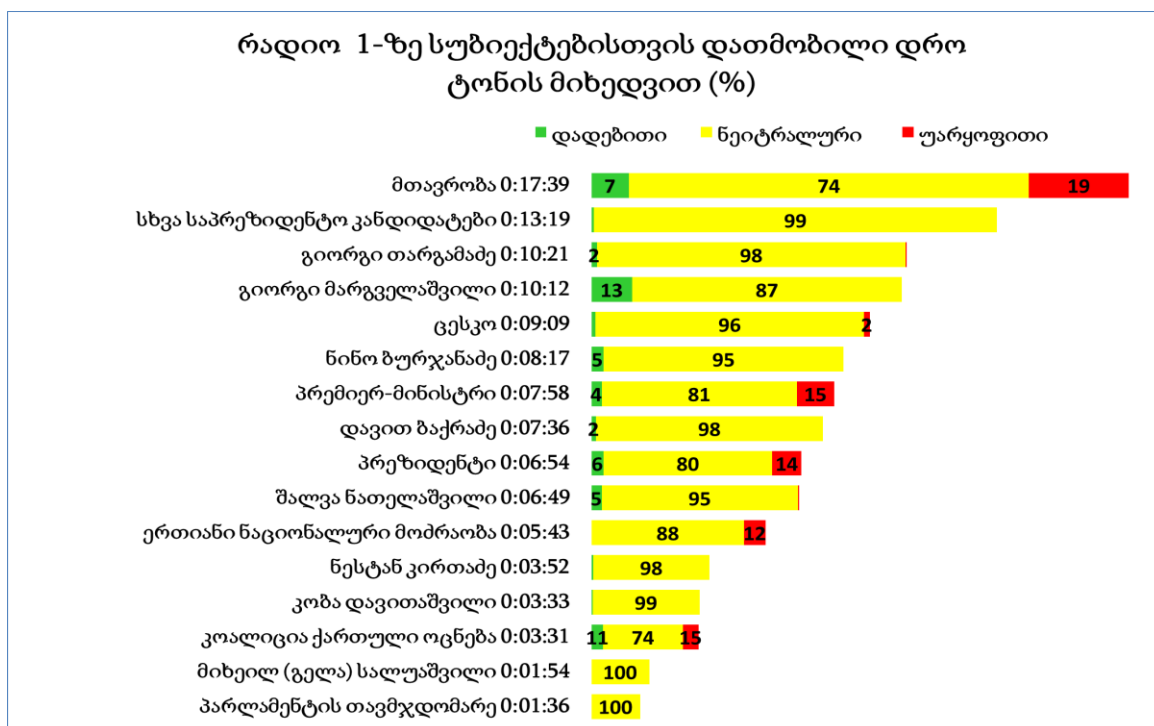
- მონიტორინგმა ნათლად აჩვენა, რომ რადიო არ წარმოადგენს პოლარიზებულ მედიასეგმენტს;
- მიუხედავად იმისა, რომ წინასაარჩევნო კამპანიის ბოლო პერიოდში რადიომაუწყებლების უმეტესობაზე საპრეზიდენტო კანდიდატების გაშუქება გაიზარდა, ყველაზე მეტი დრო მაინც მთავრობას, პრემიერ-მინისტრსა და „ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას“ დაეთმო;
- საპრეზიდენტო კანდიდატებიდან ყველაზე მეტი დრო კოალიცია "ქართული ოცნების" კანდიდატ გიორგი მარგველაშვილს დაეთმო;
- საპრეზიდენტო კანდიდატების წინასაარჩევნო კამპანია ზედაპირულად შუქდებოდა;
- რეგიონულ რადიომაუწყებლებს საპრეზიდენტო კანდიდატები თითქმის არ გაუშუქებიათ;
- სიუჟეტები ხშირად მხოლოდ ერთ წყაროს ეყრდნობოდა და გავრცელებული ინფორმაცია სხვადასხვა წყაროებთან გადამოწმებული არ იყო;
- რადიოები „თავისუფლება“ და „პალიტრა“, სხვა რადიომაუწყებლებთან შედარებით, სიღრმისეულ და კრიტიკულ სიუჟეტებს ამზადებდნენ;

- სიუჟეტები, ძირითადად, პოლიტიკოსების განცხადებების მშრალი ციტირებით შემოიფარგლებოდა. ჟურნალისტები ნაკლებად სვამდნენ კრიტიკულ კითხვებს;
- ჟურნალისტები სუბიექტურ შეფასებებს არ აკეთებდნენ და არც ხმით / მუსიკით მანიპულაციის შემთხვევები დაფიქსირებულა.

„რადიო 1“ (საზოგადოებრივი მაუწყებელი)

საანგარიშო პერიოდში „რადიო 1“ პრეზიდენტობის კანდიდატების გაშუქების მრავალფეროვნებით გამოირჩეოდა: არხმა მონიტორინგის 16 სუბიექტი გააშუქა. მათ საერთო ჯამში 2 საათი დაეთმო. საინფორმაციო გამოშვებებში ყველაზე მეტი დრო (17 წუთი) მთავრობაზე მოდიოდა. სუბიექტების პირდაპირი საუბარი თითქმის არ გაშუქებულა.

„რადიო 1-მა“ თითქმის ყველა საპრეზიდენტო კანდიდატი გააშუქა. 13 წუთი დაეთმო იმ საპრეზიდენტო კანდიდატებს, რომლებიც სხვა რადიომაუწყებლების საინფორმაციო გამოშვებებში ნაკლებად გვხვდებოდნენ. თუმცა, აშკარა პრობლემად რჩება კრიტიკული კითხვების ნაკლებობა: ტონის დიაგრამაზე წარმოდგენილი ნეიტრალური მაჩვენებლის სიჭარბე ახალი ამბების მშრალ და ზედაპირულ გაშუქებაზე მიუთითებს. ჟურნალისტები საარჩევნო კამპანიის მსვლელობისა და კანდიდატების პროგრამების შესახებ სიღრმისეულ სიუჟეტებს არ ამზადებდნენ და კომენტარების ციტირებით შემოიფარგლებოდნენ.



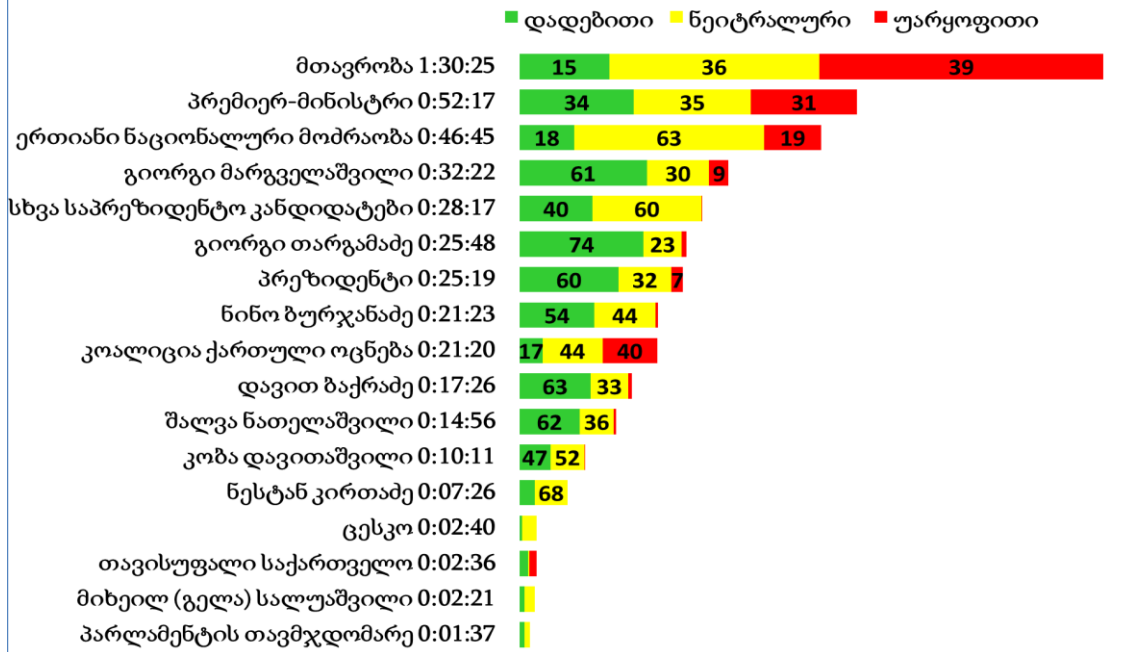
„პირველი რადიო“

„პირველმა რადიომ“ მონიტორინგის სუბიექტებს 6 საათი და 44 წუთი დაუთმო. ამ დროის 22% მთავრობა გაშუქდა, 13% - პრემიერ-მინისტრი და 12% - „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“.

საპრეზიდენტო კანდიდატების გაშუქება, ძირითადად, მათი მოსახლეობასთან შეხვედრების მიმოხილვით შემოიფარგლებოდა და ჟურნალისტი კრიტიკულ კითხვებს არ სვამდა. შესაბამისად, მათი გაშუქებისას დადებითი ტონი სჭარბობდა.

მთლიანობაში, ჟურნალისტები მიკერძოებულ შეფასებებს არ აკეთებდნენ. მონიტორინგის სუბიექტებს დროის საშუალოდ 44% პირდაპირი საუბრისთვის დაეთმო. თუმცა, დაფიქსირდა არაჯეროვანი ბალანსის პრობლემა: გამოიკვეთა ტენდენცია, რომ ხელისუფლებაზე უფრო მეტი უარყოფითი სიუჟეტი მზადდებოდა, ვიდრე „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ ან პრეზიდენტის შესახებ.

პირველ რადიოზე სუბიექტებისთვის დათმობილი დრო ტონის მიხედვით (%)



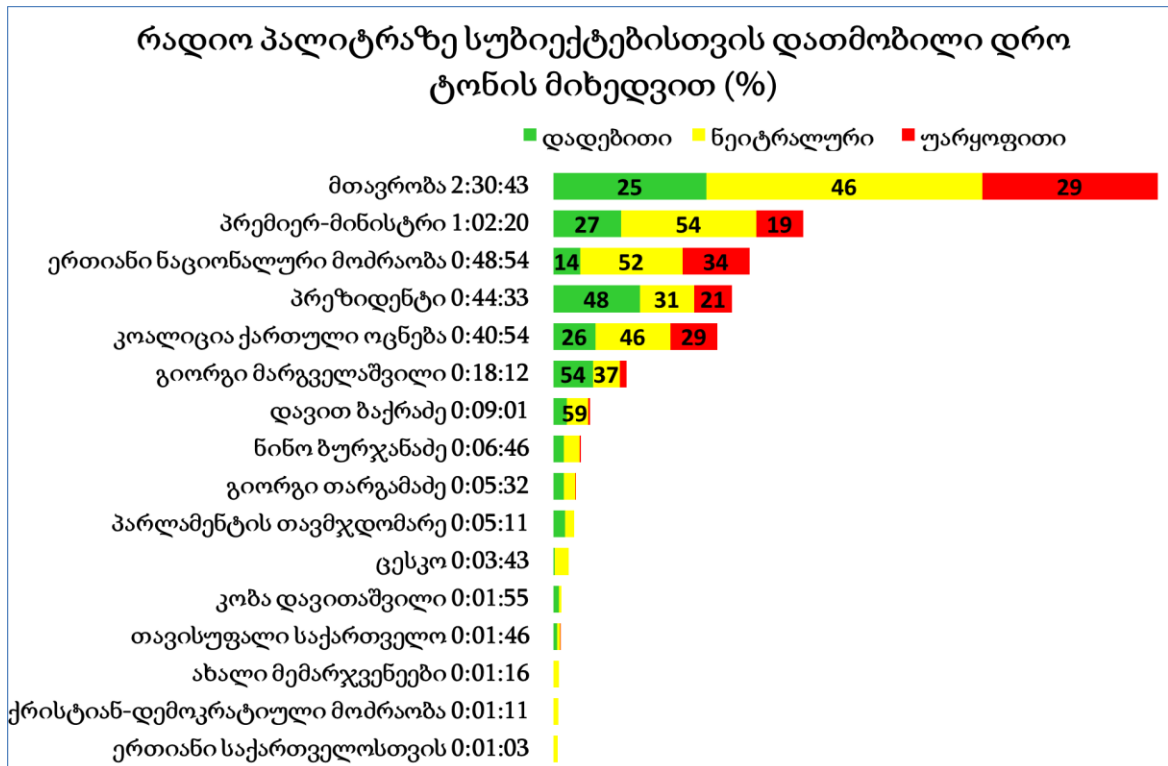
რადიო „პალიტრა“

რადიო „პალიტრა“ მონიტორინგის სუბიექტებს 6 საათი და 45 წუთი დაუთმო. აქედან, 37% მთავრობა გაშუქდა, 15% - პრემიერ-მინისტრი, 12% - „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“. ახალ ამბებში საპრეზიდენტო კანდიდატების გაშუქებას მცირე დრო ეთმობოდა: სრული დროის მხოლოდ 11%. ამ დროის ნახევარი კოალიცია „ქართული ოცნების“ საპრეზიდენტო კანდიდატ გიორგი მარგველაშვილზე მოდიოდა. თუმცა, „პალიტრა“ გამოირჩეოდა წინასაარჩევნო კამპანიის შედარებით განსხვავებული კუთხით გაშუქებით. საპრეზიდენტო კანდიდატების წინასაარჩევნო შეხვედრები ნაკლებად შუქდებოდა და აქცენტი მათ საარჩევნო პროგრამასა და PR ტექნოლოგიების განხილვაზე კეთდებოდა.

ჟურნალისტები მოვლენებს დაბალანსებულად აშუქებდნენ. ისინი თანაბრად კრიტიკულები იყვნენ, როგორც ხელისუფლების, ასევე ოპოზიციის მიმართ, რაც ტონთა სიჭრელზეც აისახა. თუმცა, საპრეზიდენტო კანდიდატებთან მიმართებაში კრიტიკის

ნაკლებობა იგრძნობოდა. შესაბამისად, მათ დრო უმეტესად დადებით ან ნეიტრალურ კონტექსტში დაეთმო.

მთლიანობაში, ჟურნალისტები სუბიექტურ შეფასებებს არ აკეთებდნენ: მათი დასკვნები სიუჟეტებში გასულ ინფორმაციას ეყრდნობოდა. ამასთან, მონიტორინგის სუბიექტებს პირდაპირი საუბრის საშუალებაც ეძლეოდათ.



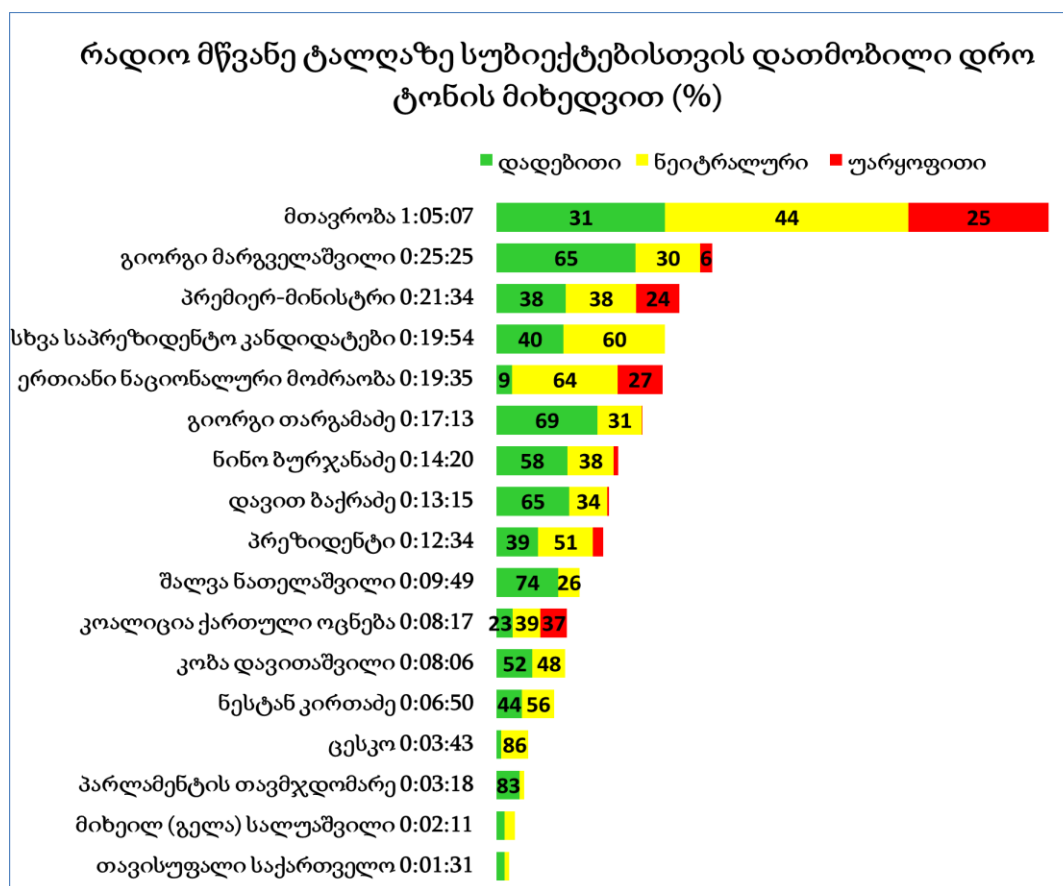
რადიო „მწვანე ტალღა“

რადიო „მწვანე ტალღამ“ მონიტორინგის სუბიექტებს 4 საათი და 14 წუთი დაუთმო. ამ დროის ყველაზე დიდი ნაწილი (26%) მთავრობა გაშუქდა, შემდეგ მოდიოდნენ კოალიცია „ქართული ოცნების“ პრეზიდენტობის კანდიდატი გიორგი მარგველაშვილი (10%) და პრემიერ-მინისტრი (9%).

რადიომაუწყებელი მონიტორინგის სუბიექტებს პირდაპირი საუბრისთვისაც უთმობდა დროს. ჟურნალისტები კი დღის მთავარ თემებთან დაკავშირებით დაბალანსებულ სიუჟეტებს ამზადებდნენ. თუმცა, საპრეზიდენტო კანდიდატების შემთხვევაში სიუჟეტები ზედაპირული იყო და ერთ წყაროს ეყრდნობოდა. მიუხედავად იმისა, რომ

რადიომაუწყებელი დიდ დროს უთმობდა პრეზიდენტობის კანდიდატებს და მათ შესახებ ცალკე ბლოკსაც ამზადებდა, გაშუქება მაინც კრიტიკას მოკლებული იყო, რაც პოზიტიური ტონის გაზრდაზეც აისახა. საპრეზიდენტო კანდიდატები დათმობილი დროის საშუალოდ 56% დადებით კონტექსტში გააშუქეს, უარყოფითი ტონი კი მხოლოდ 2%-ს შეადგენდა.

ჟურნალისტები სუბიექტურ შეფასებებს არ აკეთებდნენ; მთავარ პრობლემად კი ისევ მოვლენების ზედაპირული გაშუქება გამოიკვეთა.



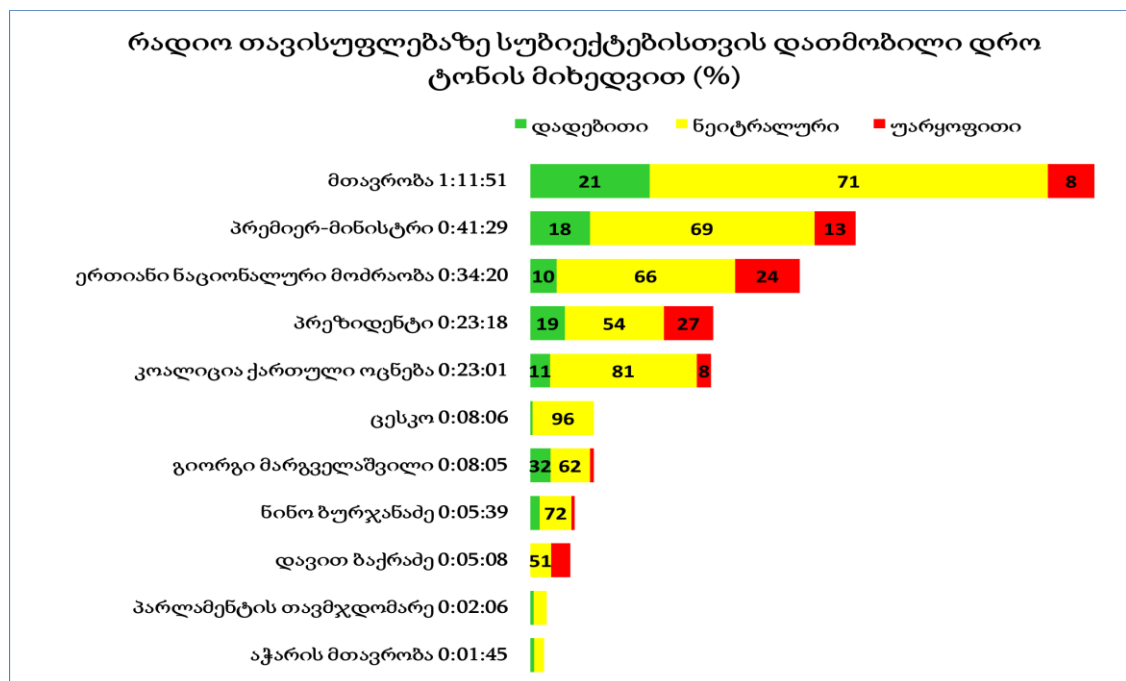
რადიო „თავისუფლება“

რადიო „თავისუფლებამ“ მონიტორინგის სუბიექტებს 3 საათი და 47 წუთი დაუთმო, საიდანაც დროის 31% მთავრობაზე მოდიოდა, 18% - პრემიერ-მინისტრზე, 15% - "ერთიან ნაციონალურ მოძრაობაზე". საპრეზიდენტო კანდიდატებიდან ყველაზე მეტი

დრო (8 წუთი) კოალიცია „ქართული ოცნების“ კანდიდატ გიორგი მარგველაშვილს დაეთმო. ამასთან, ის დადებითი გაშუქების 32%-იანი მაჩვენებლითაც გამოირჩეოდა.

რადიო „თავისუფლება“ წინასაარჩევნო კამპანიას შედარებით ანალიტიკურად აშუქებდა, რაც სიღრმისეული სიუჟეტების მომზადებასა და საარჩევნო გარემოს მიმოხილვაში გამოიკვეთა. თუმცა, მაუწყებელმა აქცენტი მხოლოდ სამ კანდიდატზე გააკეთა და დანარჩენები საერთოდ არ გაუშუქებია.

საინფორმაციო გამოშვებებში გასული სიუჟეტები დაბალანსებულობითა და წყაროთა სიმრავლით გამოირჩეოდა. მონიტორინგის სუბიექტებს პირდაპირი საუბრის საშუალებაც ეძლეოდათ. ხშირად შუქდებოდა ექსპერტებისა და არასამთავრობო სექტორის პოზიციები. ჟურნალისტები კი ფაქტებს მიუკერძოებლად აშუქებდნენ: მათი დასკვნები ყოველთვის ეთერში გასულ ინფორმაციას ეყრდნობოდა.



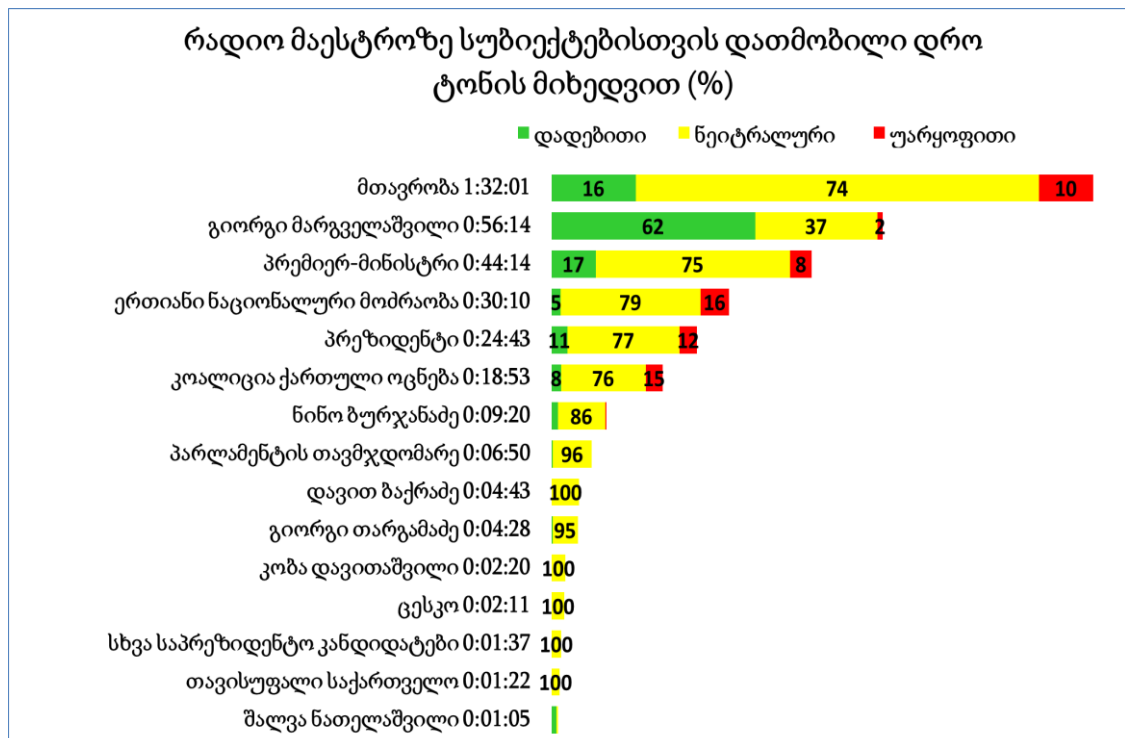
რადიო „მაესტრო“

რადიო „მაესტროზე“ მონიტორინგის სუბიექტებს 5 საათი დაეთმოთ. გაშუქების დროის მაღალი მაჩვენებლით მთავრობა (30%), კოალიცია "ქართული ოცნების"

პრეზიდენტობის კანდიდატი გიორგი მარგველაშვილი (19%), პრემიერ -მინისტრი (15%) და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ (10%) გამოირჩეოდნენ.

კოალიცია „ქართული ოცნების“ საპრეზიდენტო კანდიდატი, სხვა კანდიდატებისაგან განსხვავებით, მეტი დათმობილი დროითა (56 წთ.) და გაშუქების პოზიტიური ტონის (62%) მაღალი მაჩვენებლებით გამოირჩეოდა. გიორგი მარგველაშვილთან შედარებით მისი კონკურენტების გაშუქებას ცალ-ცალკე 6-ჯერ ნაკლები დრო დაეთმო, ამასთან უმეტესად ნეიტრალურ ტონში. ეს მაჩვენებლები, ძირითადად, პირველ ოქტომბერს კოალიცია „ქართული ოცნების“ საპარლამენტო არჩევნებში გამარჯვებისადმი მიძღვნილი პრესკონფერენციის დეტალურმა გაშუქებამ გამოიწვია. სიუჟეტები დაუბალანსებელი იყო, თუმცა ჟურნალისტების ტექსტებში მიკერძოებული ფრაზები არ გვხვდებოდა.

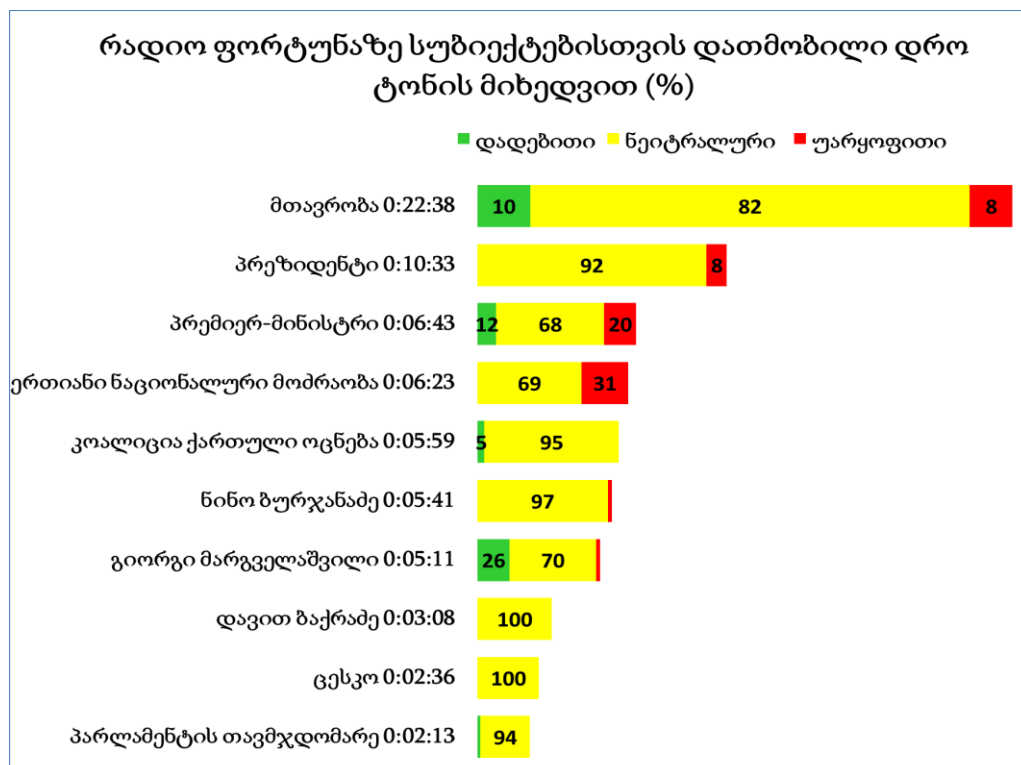
საინფორმაციო გამოშვებებში საპრეზიდენტო კამპანიის მიმდინარეობა და კანდიდატების საარჩევნო პროგრამები ზედაპირულად, კრიტიკული კითხვების დასმის გარეშე შუქდებოდა. ჟურნალისტები მხოლოდ რესპონდენტთა ციტირებითა და ახალი ამბის მოკლედ გადმოცემით შემოიფარგლებოდნენ.



რადიო „ფორტუნა“

„რადიო ფორტუნამ“ მონიტორინგის სუბიექტებს ჯამში საათი და 13 წუთი დაუთმო. ხუთწუთიან გამოშვებებში ქვეყანაში განვითარებული მოვლენები მოკლედ იყო გადმოცემული. მონიტორინგის სუბიექტებს პირდაპირი საუბრისთვის დრო არ ეთმობოდათ: ჟურნალისტები მათი კომენტარების ციტირებით შემოიფარგლებოდნენ. ყველაზე მეტი დრო მთავრობის (31%), პრეზიდენტისა (14%) და პრემიერ-მინისტრის (9%) გაშუქებას დაეთმო.

საპრეზიდენტო კანდიდატებიდან თითქმის თანაბარი დროით გაშუქდნენ ნინო ბურჯანაძე („დემოკრატიული მოძრაობა - ერთიანი საქართველოსთვის“), გიორგი მარგველაშვილი (კოალიცია „ქართული ოცნება“) და დავით ბაქრაძე („ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“). მათ შორის პოზიტიური გაშუქების ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი გიორგი მარგველაშვილის მიმართ დაფიქსირდა (26%), ხოლო დანარჩენი კანდიდატები დაახლოებით 96% ნეიტრალურად იყვნენ წარმოდგენილნი. ნეიტრალური ტონის მსგავსი სიჭარბე ზედაპირულ გაშუქებაზე მიუთითებს და ცხადყოფს, რომ ჟურნალისტები კრიტიკულ კითხვებს არ სვამდნენ.

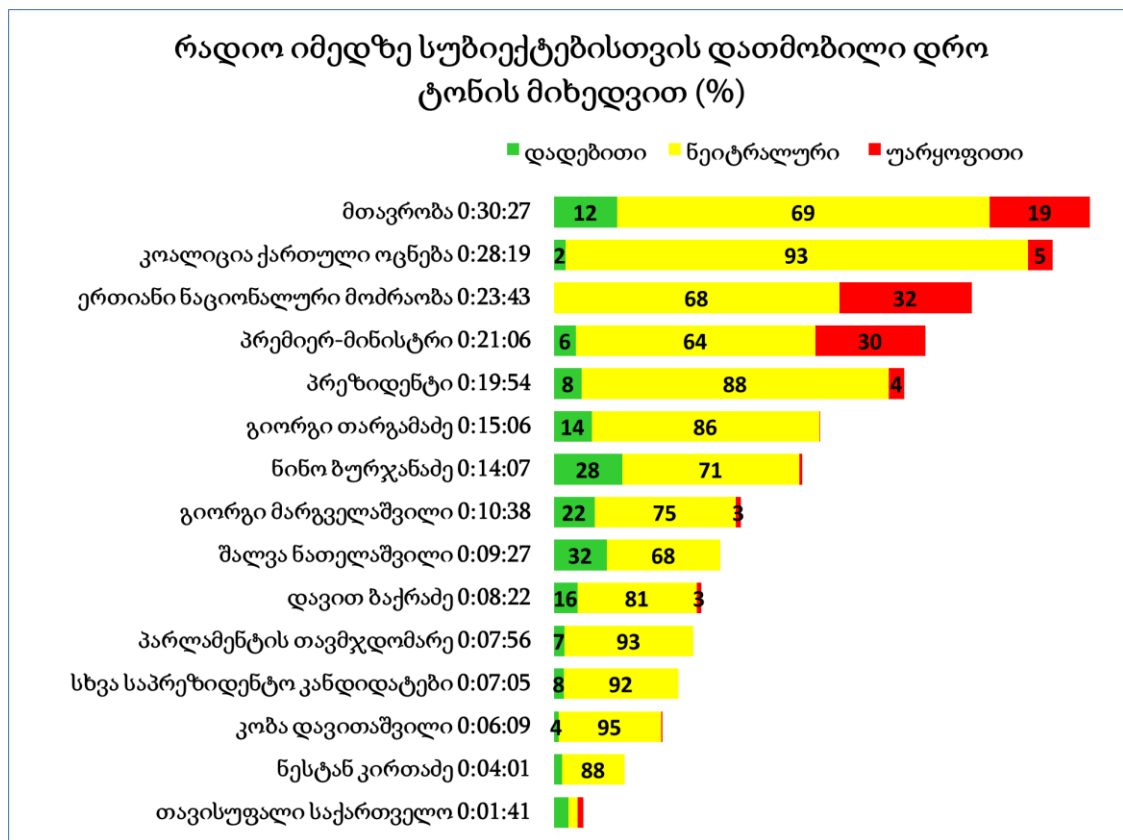


რადიო „იმედი“

რადიო „იმედმა“ მონიტორინგის სუბიექტებისთვის დათმობილი დროიდან (3 სთ. 29 წთ.) ყველაზე მეტი დრო მთავრობის (15%), კოალიცია „ქართული ოცნებისა“ (14%) და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ (11%) გაშუქებას დაუთმო. საპრეზიდენტო კანდიდატებიდან ყველაზე მეტი დრო „ქრისტიან-დემოკრატიული პარტიის“ პრეზიდენტობის კანდიდატ გიორგი თარგამაძეს დაუგროვდა (15 წუთი).

საპრეზიდენტო არჩევნების დასკვნით ეტაპზე მოიმატა პრეზიდენტობის კანდიდატებისთვის დათმობილმა დრომ. 23 ოქტომბერს კანდიდატებს: ნინო ბურჯანაძეს ("დემოკრატიული მოძრაობა - ერთიანი საქართველოსთვის"), გიორგი თარგამაძეს ("ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა") და ზურაბ ხარატიშვილს ("საქართველოს ევროპელი დემოკრატები") საშუალება მიეცათ პირდაპირ ეთერში მიემართათ ამომრჩევლისთვის და საარჩევნო პროგრამებზე ესაუბრათ. გადაცემაში მიწვეული იყვნენ კოალიცია „ქართული ოცნებისა“ და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ პრეზიდენტობის კანდიდატებიც, მაგრამ მათ, გარკვეული მიზეზების გამო, მონაწილეობაზე უარი განაცხადეს.

საინფორმაციო გამოშვებებში მონიტორინგის სუბიექტებს საკუთარი აზრის გამოხატვის საშუალება მაქსიმალურად ეძლეოდათ. ჟურნალისტები მოვლენებს მიუკერძოებლად აშუქებდნენ, თუმცა პოლიტიკოსების განცხადებების მიმართ კრიტიკული დამოკიდებულება ნაკლებად იგრძნობოდა.

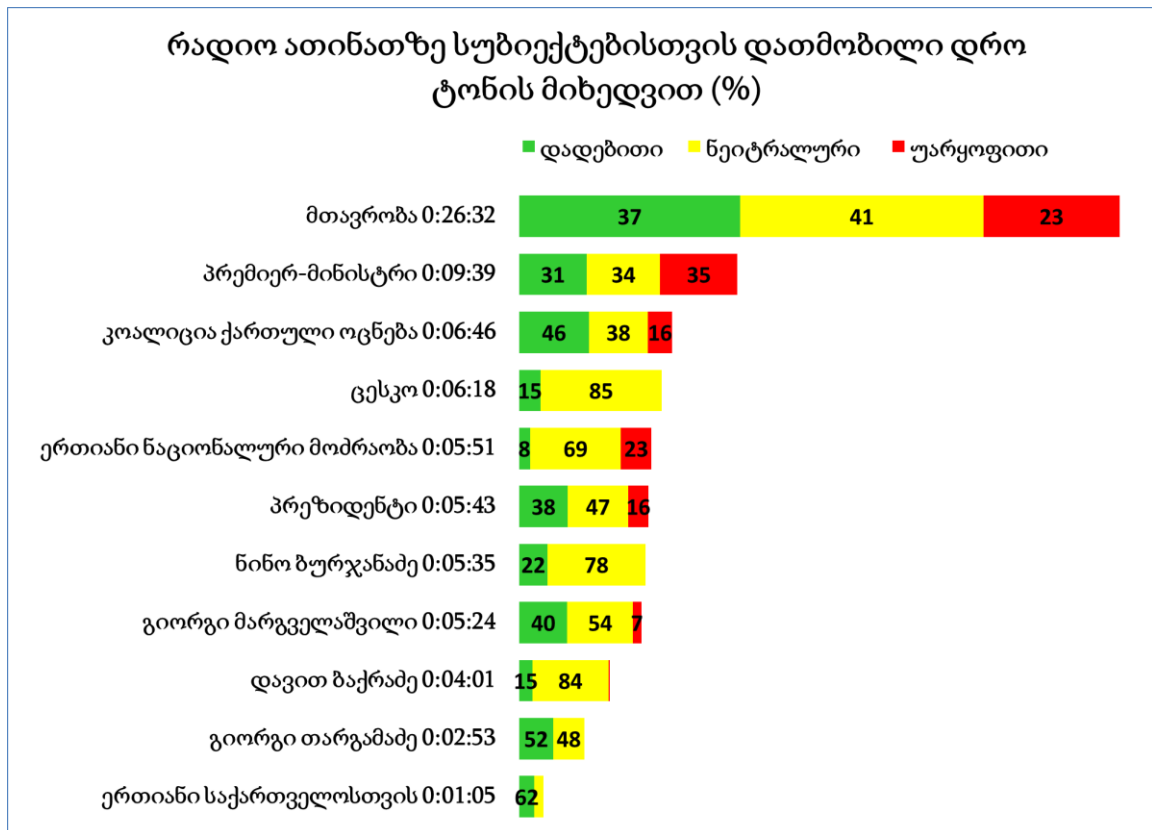


რადიო ათინათი (ქ. ზუგდიდი)

რადიო „ათინათზე“ მონიტორინგის სუბიექტებს ჯამში 1 საათი და 22 წუთი დაეთმოთ, საიდანაც, 26 წუთი მთავრობის გაშუქებაზე მოდიოდა, 9 წუთი - პრემიერ-მინისტრის, 6 წუთი - კოალიცია „ქართული ოცნების“.

ჟურნალისტები ინფორმაციას ზედაპირულად აშუქებდნენ, რაც განსაკუთრებით საპრეზიდენტო კანდიდატების შემთხვევაში შეიმჩნეოდა. მათ მიმართ კრიტიკული კითხვები არ დასმულა. საინფორმაციო გამოშვებებში კანდიდატების მოსახლეობასთან შეხვედრების შესახებ მშრალი ინფორმაცია ვრცელდებოდა. თუმცა, ამ შემთხვევაში გასათვალისწინებელია საინფორმაციო გამოშვების ქრონომეტრაჟი, რომელიც საშუალოდ 5 წუთს არ აღემატებოდა. ამასთან ისიც, რომ ჟურნალისტები არც სუბიექტურ შეფასებებს აკეთებდნენ და არც მიკერძოებულები ყოფილან რომელიმე პოლიტიკური ძალის მიმართ.

მცირე დრო მონიტორინგის სუბიექტების პირდაპირ საუბარსაც ეთმობოდა. რამდენჯერმე მომზადდა ქუჩის გამოკითხვაც: მსგავსი გამოკითხვები ცალკე სიუჟეტებად მზადდებოდა და მხოლოდ მოსახლეობის კომენტარების გაშუქებით შემოიფარგლებოდა. უკეთესი იქნებოდა, გამოკითხვა სიუჟეტში უკვე განხილული საკითხის ირგვლივ განსხვავებული მოსაზრებების წარმოსაჩენად მომზადებულიყო. მაგალითად, 22 ოქტომბრის გადაცემაში ჟურნალისტი მოსახლეობას უსვამდა კითხვას, „რას მოელით მომავალი პრეზიდენტისგან?“. ეს კითხვა უფრო სრული სურათის დანახვის შესაძლებლობას მოგვცემდა თუ ამავე სიუჟეტში პრეზიდენტობის კანდიდატების სამომავლო გეგმების შესახებაც იქნებოდა საუბარი.

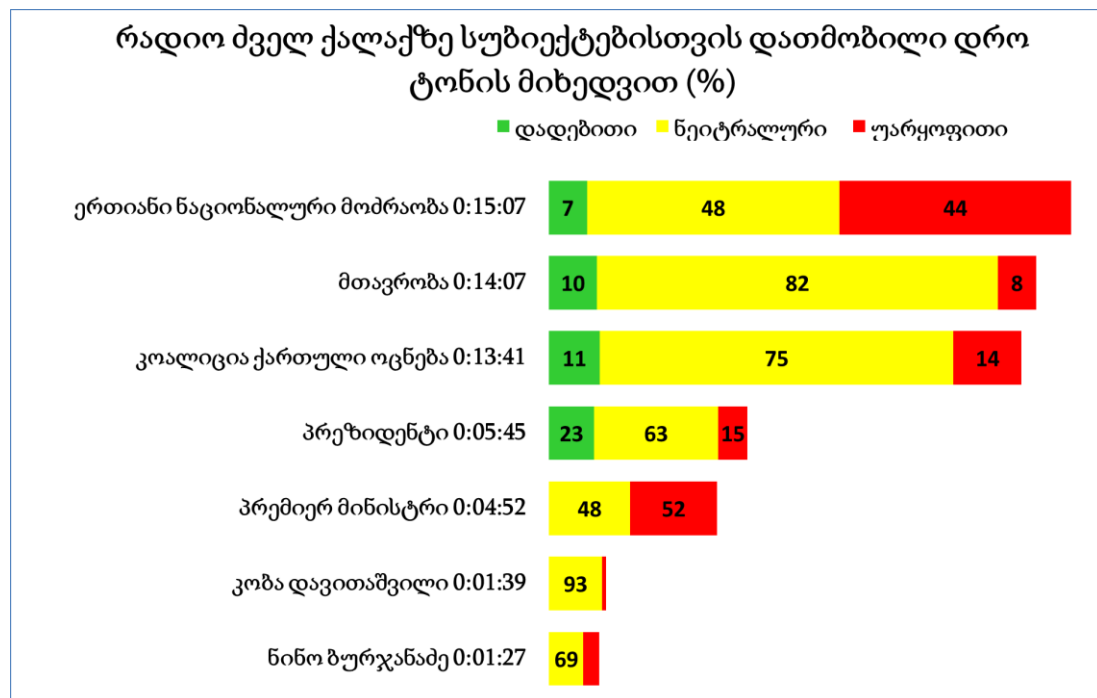


რადიო „მველი ქალაქი“ (ქ. ქუთაისი)

რადიო „მველმა ქალაქმა“ მონიტორინგის სუბიექტებს 56 წუთი დაუთმო. აქედან 15 წუთი „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ გაშუქდა, 14 წუთი - მთავრობა და 13 წუთი კოალიცია „ქართული ოცნება“. აღსანიშნავია, რომ აქცენტი საპრეზიდენტო კამპანიის

გაშუქებაზე საერთოდ არ გაკეთებულა. წუთზე მეტი დრო მხოლოდ კობა დავითაშვილსა („ხალხის პარტია“) და ნინო ბურჯანაძეს („დემოკრატიული მოძრაობა - ერთიანი საქართველოსთვის“) დაეთმოთ, ხოლო კოალიცია „ქართული ოცნების“ და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ საპრეზიდენტო კანდიდატები არ გაშუქებულან.

სიუჟეტები დაუბალანსებელია და მხოლოდ ერთ წყაროს ეყრდნობა. მონიტორინგის სუბიექტების მიმართ გამოვლენილი უარყოფითი ტონი ოპონენტების ურთიერთკრიტიკული კომენტარების შედეგია და არ არის გამოწვეული ჟურნალისტის კრიტიკული კითხვებით ან სუბიექტური შეფასებებით.

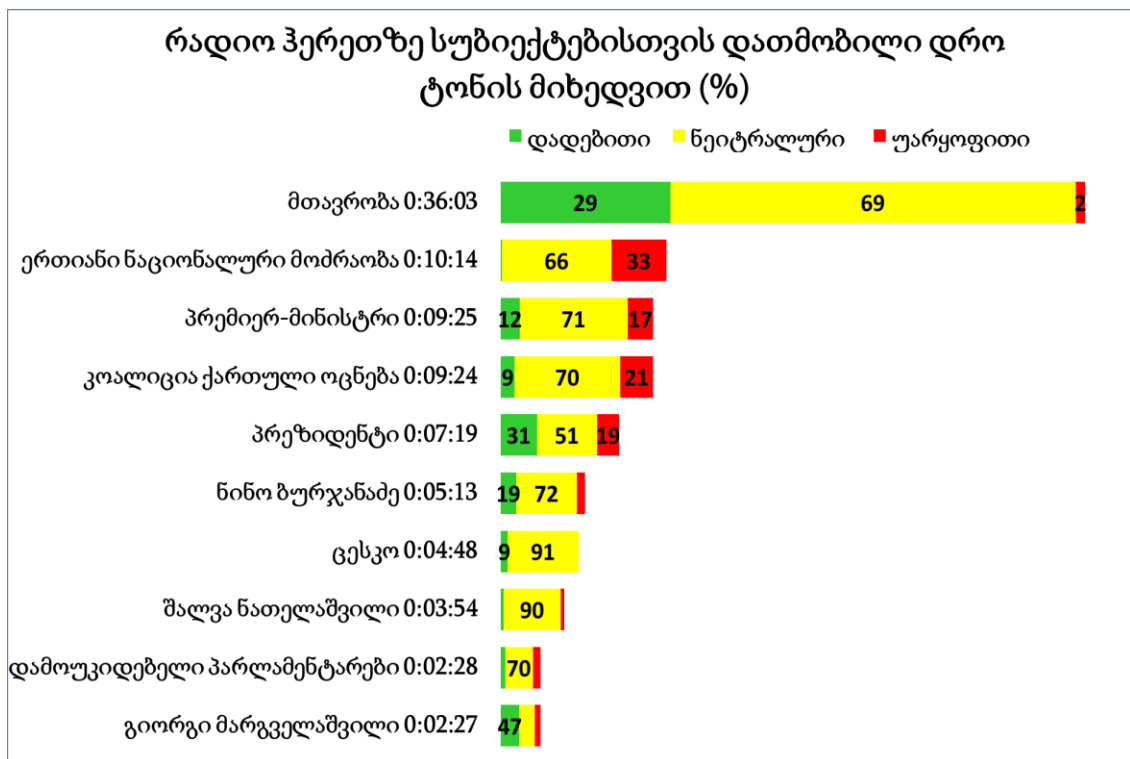


რადიო „ჰერეთი“ (ქ. ლაგოდეხი)

რადიო „ჰერეთზე“ მონიტორინგის სუბიექტებისთვის დათმობილი დროიდან (1 სთ. და 31 წთ.) 38% მთავრობაზე მოდიოდა, 11% - „ერთიან ნაციონალურ მოძრაობაზე“ და 10% - პრემიერ-მინისტრზე. ყველაზე მეტი დადებითი გაშუქება (47%) კოალიცია „ქართული ოცნების“ საპრეზიდენტო კანდიდატ გიორგი მარგველაშვილს დაუგროვდა, ხოლო ყველაზე მეტი უარყოფითი (33%) - „ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას“. მთავრობა, რომელსაც ყველაზე მეტი დრო დაეთმო, უარყოფით კონტექსტში არ გაშუქებულა, რაც კრიტიკული კითხვების ნაკლებობაზე მიუთითებს.

საპრეზიდენტო კანდიდატების შესახებ მხოლოდ ზედაპირული და მშრალი სიუჟეტები მზადდებოდა. გარდა ამისა, წუთზე მეტი დრო მხოლოდ სამ კანდიდატს დაეთმო და მათ შორის ვერ მოხვდა „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ საპრეზიდენტო კანდიდატი დავით ბაქრაძე.

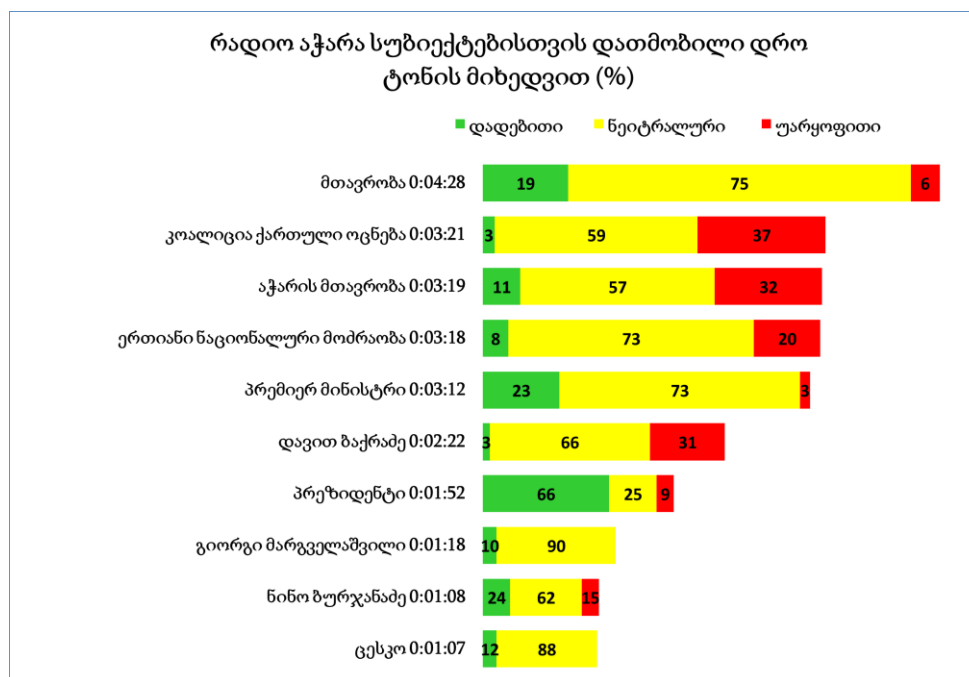
ჟურნალისტები მოვლენებს მიუკერძოებლად აშუქებდნენ და მონიტორინგის სუბიექტებს პირდაპირი საუბრის საშუალებასაც აძლევდნენ. მთავარ პრობლემად მოვლენების ზედაპირული გაშუქება გამოიკვეთა.



რადიო „აჭარა“

რადიო „აჭარამ“ მონიტორინგის სუბიექტების გაშუქებას ყველაზე მცირე დრო (25 წუთი) დაუთმო. მიუხედავად საპრეზიდენტო კამპანიის დასკვნითი ნაწილისა, კანდიდატების გაშუქება არ გაზრდილა. ამასთან, სუბიექტები მხოლოდ ირიბად შუქდებოდნენ.

რაოდენობრივ მონაცემებში დაფიქსირებული ტონთა სიჭრელე სიღრმისეული და ანალიტიკური სიუჟეტების შედეგი არ არის. ის ძირითადად პოლიტიკოსების მიერ ოპონენტთა კრიტიკით არის გამოწვეული. ჟურნალისტი კი ამ ინფორმაციას, სუბიექტური შეფასებების გარეშე, პირდაპირ ციტირებდა.



დასკვნა

საანგარიშო პერიოდში ყველაზე აქტიურად მთავრობა, პრემიერ-მინისტრი და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ გაშუქდნენ. არჩევნების დასკვნითი ნაწილის მოახლოებასთან ერთად საპრეზიდენტო კანდიდატების გაშუქება რადიომაუწყებლების უმეტესობაზე გაიზარდა, თუმცა ახალი ამბები კვლავაც ზედაპირული იყო და კანდიდატთა განცხადებების მშრალი ციტირებით შემოიფარგლებოდა.

პრობლემად რჩება კრიტიკული კითხვების ნაკლებობა: რადიომაუწყებლების უმეტესობამ ისე დაასრულა წინასაარჩევნო კამპანიის გაშუქება, რომ არ მომზადებულა სიღრმისეული სიუჟეტები საპრეზიდენტო პროგრამებთან დაკავშირებით, კანდიდატებისთვის არ უკითხავთ თუ რატომ და როგორ აპირებენ ამა თუ იმ წინასაარჩევნო დაპირების შესრულებას.

ჟურნალისტები სუბიექტურ შეფასებებს არ აკეთებდნენ და არც ხმით / მუსიკით მანიპულაციის ხერხებს იყენებდნენ. თუმცა, რადიომაუწყებლების ნაწილზე გასული სიუჟეტები დაუბალანსებელი იყო და ერთ წყაროს ეყრდნობოდა, რაც საერთო ჯამში ამა თუ იმ პოლიტიკური ძალის მიმართ დადებით ან უარყოფით შთაბეჭდილებას ტოვებდა.