



## წინასაარჩევნო მედია მონიტორინგი

11 მაისი - 13 აგვისტო 2012

11 მაისიდან 13 აგვისტომდე პერიოდში *სამართლიანი არჩევნებისა და დემოკრატიის საერთაშორისო საზოგადოებამ* წინასაარჩევნო მედია მონიტორინგის პროექტის ფარგლებში განახორციელა პრესის მონიტორინგი. შეფასდა 10 ბეჭდური გამოცემის 3 000-მდე სტატია. მიღებული მონაცემების შედეგად, გამოვლინდა, რომ:

- თითქმის ყველა გამოცემაში ყველაზე მეტი ფართობი ეთმობა კოალიცია „ქართულ ოცნებას“ და ამ კოალიციაში შემავალ პოლიტიკურ სუბიექტებს, გარდა ჟურნალი „თბილისელებისა“, სადაც ამ ორგანიზაციისთვის დათმობილი ფართობი 2%-ს არ აღემატება. პირველ სამეულში ამ პოლიტიკურ ოარგანიზაციასთან ერთად უმეტეს შემთხვევაში ხვდება პრეზიდენტი და მთავრობა.
- საპარლამენტო ოპოზიციური პარტიებიდან სხვებთან შედარებით უფრო ხშირად გვხვდება „ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა“, თუმცა ამ პოლიტიკური ძალისთვის დათმობილი ფართობი 4%-ს არ აღემატება.
- ოპოზიციური პარტიებიდან ასევე ხშირია „სახალხო კრების“, „ლეიბორისტული პარტიის“ და „თავისუფალი საქართველოს“ გაშუქება. უმეტესად წარმოდგენილია ამ პარტიების წარმომადგენლებთან ინტერვიუები.
- ილუსტრაციების მონიტორინგის თვალსაზრით, აღსანიშნავია, რომ ყველაზე მეტი ნეგატიური ტონის ფოტო ბეჭდურ მედიაში მიხეილ სააკაშვილისაა. პოზიტიური განწყობის ფოტოებზე კი ყველაზე ხშირად ბიძინა ივანიშვილია გამოსახული.
- დაკვირვების ქვეშ მყოფი გამოცემების ნაწილში გამოხატულია მკვეთრი ნეგატიური განწყობა როგორც პირადად პრეზიდენტის, ისე ზოგადად, მოქმედი ხელისუფლების მიმართ. გაზეთებში „ალია“, „კვირის ქრონიკა“ და „ასავალ-დასავალი“ კი, ნეგატიური ტონის გარდა ჟურნალისტები არაეთიკურ გამოთქმებს იყენებენ და აქვთ აგრესიული ტონი ხელისუფლების წარმომადგენელთა მიმართ.
- ბეჭდურ მედიაში ხშირად ვრცელდება გადაუმოწმებელი და დაუზუსტებელი ინფორმაცია, თუმცა ამ კუთხით პოზიტიურ ყურადღებას იმსახურებს გაზეთი

„რეზონანსი“, რომელიც რიგ შემთხვევებში ცდილობს, საკითხები მრავალმხრივად გააშუქოს და ფაქტები გადაამოწმოს.

## **მეთოდოლოგია და ანალიზი**

პრესის წინასაარჩევნო მედია მონიტორინგი მოიცავს რაოდენობრივ და თვისებრივ კომპონენტებს. რაოდენობრივში შედის სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობი და გაშუქების ტონი. თვისებრივი მონიტორინგის კომპონენტები კი არის: ბალანსი, სიზუსტე, ფაქტებზე დაფუძნებული სტატიების მომზადება, ჟურნალისტის/სტატიის ენა.

რაოდენობრივი მონაცემები მოცემულია დიაგრამებზე, რომლებიც ანგარიშს თან ერთვის. დიაგრამებზე სუბიექტებისთვის დათმობილი დრო მოცემულია პროცენტებში. 100 პროცენტად აღებულია მონიტორინგის კონკრეტულ პერიოდში თითოეულ არხზე ყველა სუბიექტისთვის დათმობილი დრო, რაც თითოეული დიაგრამის სათაურშია მითითებული. დიაგრამაზე გამოტანილია კონკრეტულ მედია საშუალებაში ყველაზე ხშირად გაშუქებული პირველი ათი სუბიექტი. თუ რომელიმე პოლიტიკური პარტია, რომელიც მონიტორინგის სუბიექტს წარმოადგენს, არ არის წარმოდგენილი, ეს იმას ნიშნავს, რომ ამ პერიოდში ამ გამოცემაში ამ პარტიას ფართობი საერთოდ არ დაეთმო.

გაშუქების ტონი ენიჭება სუბიექტს მაშინ, როცა მასზე წერენ ირიბ თქმაში და ასევე მაშინ, როდესაც მისი ციტატა მოყვანილი, სადაც იგი თვითონ საუბრობს თავის თავზე, სხვა სუბიექტებზე ან ზოგად საკითხებზე. დიაგრამებზე ნაჩვენებია ტონის სამი კატეგორია: დადებითი (მწვანე), ნეიტრალური (ყვითელი) და უარყოფითი (წითელი). როდესაც ითვლება სუბიექტისთვის დათმობილი ფართობი, იქვე ხდება ამ ფართობის ტონის შეფასება. ყურადღება ექცევა როგორც ჟურნალისტის ან რესპონდენტის ტექსტს, ასევე სტატიის მთლიან კონტექსტს.

სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობის შეფასება ტონების მიხედვით მოცემულია ორგვარად: მოცემულ გამოცემაში სუბიექტებისთვის დათმობილი მთლიანი ფართობის შეფასება ტონის მიხედვით და ცალკე ჟურნალისტის მიერ სუბიექტების გაშუქების/ხსენების

ტონი. გაშუქების ტონი მოცემულია პროცენტებში. პირველ შემთხვევაში 100 პროცენტად აღებულია კონკრეტულ არხზე სუბიექტზე საუბრის დრო მთლიანად, ხოლო მეორე შემთხვევაში ცალკე ჟურნალისტების მიერ ამ სუბიექტზე საუბრის/წერის ფართობი.

თვისებრივად მონიტორინგის დროს ყურადღება ექცევა ბალანსს ანუ რამდენად არის სტატიაში წარმოდგენილი გაშუქებული საკითხის გარშემო რამდენიმე განსხვავებული მოსაზრება. ასევე სიზუსტეს, რომლის შესაფასებლადაც მონიტორი აკვირდება, თუ რამდენად შესაბამისია ერთმანეთთან ჟურნალისტის დასკვნა და სტატიაში გამოყენებული მასალები. არის თუ არა შეცდომები სახელწოდებებში, რიცხვებში, რესპონდენტების ვინაობაში.

ფასდება ასევე, რამდენად არის სტატია ფაქტებზე დაყრდნობით აგებული, რაც პირველ რიგში, გულისხმობს, გადამოწმებულია თუ არა ერთი წყაროს მიერ მოწოდებული ინფორმაცია და ეძლევა თუ არა მკითხველს საშუალება, რომ სტატიის წაკითხვის შემდეგ იცოდეს მომხდარი ფაქტის შესახებ უტყუარი ინფორმაცია.

მონიტორინგის დროს დაკვირვება ხდება თანდართულ ილუსტრაციაზეც, თუ მასზე გამოსახულია მონიტორინგის რომელიმე სუბიექტი. გარდა ფართობის განსაზღვრისა, ფასდება ილუსტრაციის ტონიც იმის მიხედვით, რა განწყობას უქმნის ფოტო მკითხველს.

თვისებრივი ანალიზის კიდევ ერთი კომპონენტია სტატიის ენა, რაც ერთგვარად არის რაოდენობრივი ანალიზისას წარმოდგენილი ჟურნალისტის ტონის მსგავსი, იმ განსხვავებით, რომ თვისებრივი ანალიზისას უფრო მეტი ყურადღება ექცევა ჟურნალისტის ლექსიკას და ფრაზეოლოგიას არა მხოლოდ მონიტორინგის სუბიექტების მიმართ, არამედ მთელ სტატიაში. რიგ შემთხვევებში, ჟურნალისტი არ წერს მონიტორინგის სუბიექტზე, თუმცა ტექსტი მაინც საყურადღებო და მნიშვნელოვანია თვისებრივი ანალიზისთვის.

ამ კომპონენტებზე დაყრდნობით წარმოდგენილია 11 მაისიდან 13 აგვისტომდე პერიოდის მონიტორინგის შედეგები გამოცემების მიხედვით.

## ყოველდღიური გამოცემები

### რეზონანსი

*რეზონანსში ფართობი ოპოზიციურ და სახელისუფლებო სუბიექტებს შორის (პრეზიდენტი, მთავრობა, ხელისუფლება, პარლამენტი, მმართველი პარტია) თითქმის თანაბრად გადანაწილდა, თუმცა ოპოზიციურ პოლიტიკურ პარტიებს შორის ყველაზე მეტი ყურადღება კოალიცია „ქართულ ოცნებას“ ეთმობა. გამოცემა ცდილობს დაიცვას ჟურნალისტური სტანდარტები და მკითხველს გადამოწმებული, დაზუსტებული ინფორმაცია მიაწოდოს. გაზეთის სტატიები მეტწილად კრიტიკულია ხელისუფლების მიმართ, თუმცა თითქმის არ გვხვდება არაეთიკური გამონათქვამები.*

ყოველდღიურ გაზეთ „რეზონანსში“ ყველაზე მეტი ფართობი მონიტორინგის სუბიექტებს შორის კოალიცია „ქართულ ოცნებას“ დაეთმო. მასზე მთლიანი ფართობის, რაც 116427 კვ.სმ-ია, 35% მოდის. მის მომდევნო სუბიექტს - მთავრობას, რომელიც გულისხმობს მინისტრთა კაბინეტს - ამ რაოდენობაზე გაცილებით ნაკლები, 13% დაეთმო, თუმცა აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ მომდევნო სამი სუბიექტი ხელისუფლების სხვადასხვა განშტოებას წარმოადგენს, რომელთათვის დათმობილ ფართობების/პროცენტების დაჯამებით, ჩანს, რომ გამოცემაში არანაკლები ინტენსივობით შუქდება მოქმედი ხელისუფლების მიერ განხორციელებული აქტივობები. სხვა პოლიტიკური მოძრაობებს შორის რეზონანსში ფართობი დაეთმოთ „ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას“, „ახალ მემარჯვენეს“ და „ქრისტიან-დემოკრატიულ მოძრაობას“.

მასალის ტონის მიხედვით შეფასებისას ჩანს, რომ სუბიექტი, რომელსაც ყველაზე მეტი ფართობი დაეთმო, ძირითადად ნეიტრალურ ტონში გაშუქდა (82%), თუმცა მის მიმართ გვხვდება ნეგატიური და პოზიტიური ტონიც. მომდევნო სუბიექტების მიმართ კი ნეიტრალური და ნეგატიური ტონის პროცენტულ მაჩვენებლებს შორის განსხვავება არც ისე დიდია, განსაკუთრებით ეს ეხება პრეზიდენტსა (ნეიტრალური - 47%, ნეგატიური - 51%) და „ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას“ (ნეიტრალური - 50%, ნეგატიური - 49%).

ჟურნალისტის ტონის ჯამური ცხრილიდან ცალკე გამოყოფამ აჩვენა, რომ სუბიექტების მიმართ კრიტიკას ავლენდნენ არა მხოლოდ სხვა წყაროები/სუბიექტები, არამედ თავად ჟურნალისტებიც.

თვისებრივი მონიტორინგის შედეგად გამოვლინდა, რომ ჟურნალისტები ცდილობენ, ცალმხრივად არ გააშუქონ საკითხი. რიგ შემთხვევებში ჩანს, რომ სტატიის ავტორი ეცადა კომენტარი ან ინფორმაცია მიეღო მეორე მხარისაგან (პირობითად), თუმცა უშედეგოდ.

სტატიის ენის თვალსაზრისით, „რეზონანსში“, მართალია, არ გვხვდება არაეთიკური გამოთქმები, მაგრამ არის ჟურნალისტის მხრიდან ნეგატიური განწყობის დაფიქსირება ხელისუფლების მიმართ. მაგალითად, 30 ივლისის ნომერში გამოქვეყნებული სტატიაში „ახალია ახალი სამინისტრო“, საგრძნობია ჟურნალისტის ნეგატიური ტონი შინაგან საქმეთა სამინისტროსა და მთავრობის მიმართ.

## 24 საათი

*24 საათი რეზონანსის მსგავსად ყოველდღიურად გამოდის და მიმდინარე მოვლენებს ინტენსიურად აშუქებს, თუმცა ეს გამოცემა უფრო ნაკლებ ანალიტიკურ სტატიას სთავაზობს მკითხველს. 24 საათი გამოირჩევა ილუსტრაციების სიმცირითაც. სუბიექტებისთვის დათმობილ ფართობებს შორის განსხვავება მცირეა. სუბიექტების მიმართ ნეიტრალური ტონი ჭარბობს, თუმცა არის როგორც ნეგატიური, ისე პოზიტიური ტონის შემთხვევებიც.*

ყველაზე მეტი ფართობი 24 საათში, როგორც დაკვირვების ქვეშ მყოფ თითქმის ყველა ბეჭდვით გამოცემაში, დაეთმო კოალიცია „ქართულ ოცნებას“ (24%), მას მოსდევს სუბიექტები მთავრობა და პრეზიდენტი, რომელთაც შედარებით მცირე 20% და 15% დაეთმოთ. ოპოზიციური პოლიტიკური მოძრაობებიდან 24 საათში აღნიშნული კოალიციის გარდა, ასევე გაშუქდნენ „ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა“ (4%), „ლეიბორისტული პარტია“ (3%) და „ახალი მემარჯვენეები“ (2%). დანარჩენ პოლიტიკურ სუბიექტებს 2% ნაკლები ან საერთოდ არ ერგოთ ფართობი 24 საათის ფურცლებზე. ამ გამოცემაში დაკვირვების სუბიექტებს სულ 24 599 კვ.სმ. დაეთმოთ.

ტონის დაკვირვების თვალსაზრისით, 24 საათში სუბიექტები ნეიტრალური ტონით იყვნენ წარმოდგენილი. დადებითი ტონი რამოდენიმე სუბიექტის მიმართ თითქმის თანაბრად

დაფიქსირდა (კოალიცია „ქართული ოცნება“, მთავრობა, პრეზიდენტი), უარყოფითი ტონი კი კოალიცია „ქართული ოცნების“ მიმართ ფიქსირდება (14%).

თვისებრივი ანალიზის შედეგად გამოვლინდა, რომ 24 საათის სტატიებში უმეტესად რამოდენიმე განსხვავებული წყაროა წარმოდგენილი. რესპონდენტების სახელები და თანამდებობები ძირითადად ზუსტად და სწორად არ მიწოდებული მკითხველისთვის.

24 საათში სტატიებს იშვიათად ახლავთ ილუსტრაცია, რაც უფრო მშრალს ხდის მოწოდებულ ინფორმაციას. ის ილუსტრაციებიც, რომელიც წარმოდგენილია გაზეთში, ნეიტრალურია და არავითარ შთაბეჭდილებას ან განწყობას არ ქმნის მკითხველში.

### ყოველკვირეული გაზეთები

#### ალია

*ალია კვირაში ორჯერ გამოდის და მკითხველებს ნიუსების გარდა ინტერვიუებს და ანალიტიკურ სტატიებსაც სთავაზობს. მონიტორინგის პერიოდში ამ გამოცემაში ყველაზე მეტი ფართობი კოალიცია „ქართულ ოცნებას“ დაეთმო. გამოცემაში თითქმის არ ფიქსირდება დადებითი ტონი, სუბიექტები ნეიტრალურად ან ნეგატიურად არიან წარმოჩენილი. ამ გაზეთის ჟურნალისტები რიგ შემთხვევებში არაეთიკურ გამოთქმებსაც იყენებენ სხვადასხვა სუბიექტის მიმართ, ძირითადად კი ხელისუფლების მიმართ.*

რაოდენობრივი მონიტორინგის შედეგად გამოვლინდა, რომ სუბიექტებისთვის დათმობილი 129 070 კვ.სმ-დან 34% კოალიცია „ქართულ ოცნებაზე“ მოდის. მათ გარდა გამოცემის მიერ ყველაზე ხშირად გაშუქებულ პირველ სამ სუბიექტს შორის მოხვდნენ პრეზიდენტი (18%) და მთავრობა (13%). ამ სუბიექტების გარდა, ალიაში ფართობი დაეთმო „სახალხო კრებას“ (7%), „ლეიბორისტულ პარტიას“ (5%), „თავისუფალი საქართველო“ (5%), „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ (4%), „ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა“ (3%) და ადგილობრივი თვითმმართველობა (2%).

მასალის ტონების მიხედვით ანალიზის შედეგად გამოვლინდა, რომ გამოცემაში მკვეთრად ნეგატიური განწყობა ფიქსირდება ხელისუფლების მიმართ. ამაზე მიუთითებს ის ფაქტი,

რომ პრეზიდენტისთვის დათმობილი ფართობის- 71%, ხოლო მთავრობისთვის დათმობილი ფართობის 45% ნეგატიური ტონია, მაშინ, როცა ოპოზიციური პოლიტიკური ორგანიზაციები ნეიტრალური ტონით არიან წარმოჩენილი. ჟურნალისტის ტონის ცალკე გამოყოფით აღმოჩნდა, რომ პრეზიდენტისა და მთავრობის მიმართ ნეგატიური ტონის მნიშვნელოვანი ნაწილი თავად ჟურნალისტებზე მოდის.

თვისებრივი ანალიზის შედეგად ყველაზე საყურადღებოა ჟურნალისტის ენა, რადგან ხშირია ამ გამოცემის ჟურნალისტების მხრიდან არაეთიკური გამონათქვამები. ზოგ შემთხვევაში ასეთი არაეთიკური გამონათქვამის ავტორი თავად ჟურნალისტი არ არის, მაგრამ რესპონდენტის მიერ გამოყენებულ შეურაცხყოფელ გამოთქმებს, ერთგვარ სიძულვილის ენას გამოცემა არცთუ ისე იშვიათად აქვეყნებს, ზოგჯერ მათ სათაურადაც იყენებს. ასე მაგალითად: 7 აგვისტოს ნომერში ვხვდებით სტატიას სათაურით „ეს იმხელა სირია, აქ მოგვიწყობს სირიას!“ გარდა სიძულვილის გამომხატველი განცხადებებისა, არის პრეზიდენტისა და ხელისუფლების სხვა წარმომადგენლების ირონიულად მოხსენიების შემთხვევებიც. მაგალითად, ვანიერ მჭერმეტყველი, რკინის ვანო, ხალხზე ზრუნვაში გაჭაღარავებული და ჯერაც ვერ დაღვინებული მიხაილ მანათობელი და ა.შ.

გარდა არაეთიკური გამოთქმებისა, გამოცემა ნეგატიური დამოკიდებულების გამოსამჟღავნებლად იყენებს ილუსტრაციებსაც.

გარდა სტატიის ენისა, მონიტორინგის დროს დაკვირვება ხდებოდა დაბალანსებული და ფაქტებზე დაფუძნებული ინფორმაციის მოწოდების კუთხითაც. ალიაში ხშირ შემთხვევაში ბალანსი არ არის დაცული, კერძოდ უმეტესად წარმოდგენილია მხოლოდ ერთი მხარის პოზიცია სტატიაში განხილული საკითხის მიმართ. გამოცემა მკითხველს სთავაზობს არა ერთ ინტერვიუს, სადაც რესპონდენტები საკუთარ აზრს, ვარაუდს და ეჭვებს გამოთქვამენ, ზოგჯერ კი აწვდიან ინფორმაციას, რომელსაც სტატიის ავტორი გადაუმოწმებლად ავრცელებს, მართალია წყაროს მითითებით, მაგრამ ფაქტი არცთუ ისე იშვიათად გადამოწმებული არ არის.

## კვირის პალიტრა

*კვირის პალიტრა ყოველკვირეულად გამოდის და შესაბამისად მოვლენების უფრო მრავალმხრივ გაშუქებაზეა ორიენტირებული, თუმცა მონიტორინგის დროს გამოვლინდა შემთხვევები, როდესაც სტატიებში არ არის ბალანსი დაცული და ფაქტები ცალმხრივად არის მოწოდებული. მონიტორინგის სუბიექტებს შორის ყველაზე მეტი ფართობი სხვა გამოცემების მსგავსად, აქაც კოალიცია „ქართულ ოცნებას“ დაეთმო. ცალკეული სუბიექტის მიმართ ნეგატიური ტონი ჭარბობს.*

კვირის პალიტრაში ფართობის განაწილების კუთხით გამორჩეული სურათი არ შექმნილა. ზემოაღნიშნული გამოცემების მსგავსად, „კვირის პალიტრაშიც“ ყველაზე მეტი ფართობი კოალიცია „ქართულ ოცნებას“ დაეთმო (41%) და მას შედარებით ნაკლები პროცენტული მაჩვენებლით მოსდევნ პრეზიდენტი, ხელისუფლება და მთავრობა. დანარჩენ სუბიექტებს 3% ან ნაკლები დაეთმო. ოპოზიციური სპექტრიდან პირველ ათ ყველაზე ხშირად გაშუქებულ სუბიექტებს შორის არიან „ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა“, „თავისუფალი საქართველო“ და „სახალხო კრება“ და „ახალი მემარჯვენეები“, თუმცა მათ მთლიანი ფართობის (45 796 კვ.სმ) 2% ან ნაკლები დაეთმო.

სუბიექტების ტონებთან დაკავშირებით საყურადღებოა, რომ პრეზიდენტის, ხელისუფლების, მთავრობის, ადგილობრივი თვითმმართველობისა და ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის მიმართ ნეგატიური ტონი ჭარბობს. ჟურნალისტის ტონის ცალკე გამოყოფის შედეგად კი ნათლად ჩანს, რომ ნეგატიური ტონის მნიშვნელოვანი ნაწილი ჟურნალისტებზე მოდის.

კვირის პალიტრის ჟურნალისტები მეტ-ნაკლებად ცდილობენ დაიცვან ჟურნალისტური სტანდარტები და მრავალმხრივი, ამომწურავი ინფორმაცია მიაწოდონ მოქალაქეებს, თუმცა აღსანიშნავია, რომ ამ გამოცემაში არცთუ ისე იშვიათად სტატიაში მხოლოდ ერთი მხარის პოზიცია ჩანს, ან ერთი ექსპერტის ნააზრევია წარმოდგენილი, მოწოდებული ინფორმაციის გადამოწმების ან განსხვავებული აზრის წარმოჩენის გარეშე.

ამ გამოცემაში თითქმის არ გვხვდება არაეთიკური გამონათქვამები რესპონდენტებისა თუ ჟურნალისტების მხრიდან. ასეთი შემთხვევები როცა ფიქსირდება, მეტწილად ეს ხდება



საავტორო სვეტში, სადაც ჟურნალისტი თავისუფლად გამოხატავს თავის მოსაზრებას ამა თუ იმ საკითხისა თუ პოლიტიკოსის მიმართ.

### კვირის ქრონიკა

*კვირის ქრონიკა „ალია ჰოლდინგის“ მეორე გამოცემაა, რომელიც მთელი კვირის მოვლენების შეჯამებას და ანალიზს სთავაზობს მკითხველს, თუმცა გამოცემის მნიშვნელოვანი ნაწილი ინტერვიუებს უკავია. ყველაზე მეტი ფართობი აქვს კოალიცია ქართულ ოცნებას დაეთმო. ამ პოლიტიკური ორგანიზაციის მიმართ გამოცემაში პოზიტიური ტონიც ფიქსირდება. გამოცემის ჟურნალისტების მხრიდან ხშირია ჟურნალისტური ისეთი სტანდარტების დარღვევა, როგორცაა ბალანსი და ფაქტებზე დაფუძნებული ინფორმაციის მიწოდება მკითხველისთვის. „ალიას“ მსგავსად ამ გამოცემაშიც ხშირია არაეთიკური გამოთქმები სხვადასხვა სუბიექტის მიმართ.*

ფართობის სუბიექტებს შორის განაწილების კუთხით, კვირის ქრონიკაშიც წინა გამოცემების მსგავსი ვითარებაა. ყველაზე მეტი ფართობი დაეთმო კოალიცია „ქართულ ოცნებას“ (35%), რომელსაც მოსდევს მთავრობა (13%) და პრეზიდენტი (8%).

სუბიექტის ტონებში ნეგატიური ტონი ჭარბობს თითქმის ყველა სუბიექტის მიმართ, გარდა ქართული ოცნებისა, რომელიც ძირითადად ნეიტრალურად არის გაშუქებული და მის მიმართ 34% დადებითი ტონიც დაფიქსირდა. განსაკუთრებით ეს ხდებოდა იმ სტატიებში, რომელიც „ქართული ოცნების“ მიერ ორგანიზებულ მრავალრიცხოვან აქციებს აღწერდა.

„კვირის ქრონიკაში“ მასალის მნიშვნელოვანი ნაწილი ინტერვიუებია, რომელიც ცალმხრივად და გადაუმოწმებლად აწვდის საზოგადოებას ინფორმაციას. ზოგჯერ წყაროები ისეთ ფაქტებს ამბობენ, რომელიც საჭიროებს გადამოწმებას, თუმცა გამოცემა გადამოწმების გარეშე იმავე ფორმით სთავაზობს მკითხველს, როგორც ეს წყარომ უთხრა. გარდა ამისა, ზოგჯერ ჟურნალისტები იყენებენ ანონიმურ წყაროს ისეთი ინფორმაციის მოწოდებისთვის, რომელიც ძნელად მაგრამ მაინც შესაძლებელია გადამოწმდეს ისეთ წყაროსთან, რომელიც არ დაიმალება და მეტ სანდოობასა და დამაჯერებლობას შესძენს მოწოდებულ მასალას. სიზუსტის თვალსაზრისით, აღსანიშნავია, რომ ჟურნალისტები ზოგჯერ არ აკონკრეტებენ ვინ არის რესპონდენტი, რა სტატუსით საუბრობს იგი.

ალიას მსგავსად „კვირის ქრონიკაც“ არ ერიდება არაეთიკური გამოთქმების არც გამოქვეყნებას და არც თავად ჟურნალისტების მიერ მათ გამოყენებას. მონიტორინგის პერიოდში საყურადღებოა, რომ „კვირის ქრონიკისა“ და „ალიას“ ფურცლებზე გამოქვეყნდა სარედაქციო წერილები, რომელიც პრეზიდენტისა და მოქმედი ხელისუფლების მიმართ სიმულვილითა და აგრესიით იყო დაწერილი. გარდა სარედაქციო წერილებისა, ჟურნალისტები რიგით ანალიტიკურ თუ საინფორმაციო სტატიაშიც იყენებენ არაეთიკურ მიმართვებს და ეპითეტებს მოქმედი ხელისუფლების მიმართ.

### ასავალ-დასავალი

*ასავალ-დასავალის მონიტორინგისას თვალშისაცემია პოზიტიური ტონი კოალიცია „ქართული ოცნების“ მიმართ და ნეგატიური დამოკიდებულება ხელისუფლებისადმი. ყველაზე ხშირად გაშუქებული სუბიექტი არის „ქართული ოცნება“. ბალანსი მთელ რიგ შემთხვევაში არაა დაცული, ზოგჯერ კი სტატიებს წყარო საერთოდ არ ჰყავთ. არაეთიკური გამოთქმები და ნეგატიური ტონის ფოტო-მასალა ასავალ-დასავალის ფურცლებზე უხვად იბეჭდება.*

სუბიექტებს შორის 42% დაეთმო ქართულ ოცნებას, რომელსაც მოსდევს პრეზიდენტი და მთავრობა. სხვა პოლიტიკურ პარტიებს ნაკლები ფართობი ეთმობა ასავალ-დასავალში და ზოგჯერ არის შემთხვევები, როცა სხვა პოლიტიკური პარტიის წარმომადგენელთან ჩაწერილი ინტერვიუც „ქართულ ოცნებას“ და მის პოლიტიკურ გეგმებს ეძღვნება.

ტონი კოალიციისა და ხელისუფლების გარდა სხვა პოლიტიკური სუბიექტების მიმართ ნეიტრალურია და ჟურნალისტი არავითარ მიკერძოებას არ ავლენს მათთან საუბრისა თუ მათზე წერის დროს. კოალიცია „ქართულ ოცნების“ შემთხვევაში კი მკვეთრად იგრძნობა ჟურნალისტის დადებითი დამოკიდებულება ამ ორგანიზაციის მიმართ და ასევე მკვეთრად არის გამოხატული უარყოფითი დამოკიდებულება პრეზიდენტისა და ხელისუფლების სხვა წარმომადგენლების მიმართ. რიგ შემთხვევებში სტატიაში ჟურნალისტი იმედს გამოთქვამს, რომ ხელისუფლება შეიცვლება და ფარულად ამჟღავნებს მხარდაჭერას ოპოზიციური კოალიციის მიმართ. ზოგი სტატია კი ეძღვნება მხოლოდ მოქმედი ხელისუფლების მკვეთრ

კრიტიკას სიძულვილის ენის გამოყენებით. მაგალითად, 2 ივლისის ნომერში გამოქვეყნებული სტატია „დიქტატორი სახელად „დემოკრატიის შუქურა“.

„ასავალ-დასავალის“ სტატიებში მთელ რიგ შემთხვევებში ბალანსიც არაა დაცული. სტატიების ნაწილი ერთ წყაროს ეფუძნება, ნაწილი კი არის მხოლოდ ჟურნალისტის ნააზრევი წყაროს გამოყენების გარეშე. ნეგატიური განწყობის ჟურნალისტური ნააზრევი სხვა გამოცემებშიც გვხვდება, თუმცა „ასავალ-დასავალის“ შემთხვევაში არაა მკვეთრად გამიჯნული წარმოდგენილი სტატი სვეტია თუ ჟურნალისტური ნამუშევარი, არსად ამ საკითხზე მინიშნება არ არის.

### ყოველკვირეული ჟურნალები

#### ტაბულა

*სხვა გამოცემებთან შედარებით ტაბულა უფრო დაბალანსებულია. მასში უხვად არის ანალიტიკური სტატიები, რომელიც საკითხთან დაკავშირებით განსხვავებულ პოზიციას აცნობს მკითხველს. ზოგ შემთხვევაში სხვადასხვა პოზიციის გაცნობასთან ერთად ასეთი ტიპის სტატიებში ჩანს ჟურნალისტის დამოკიდებულებაც. სტატიები მეტწილად ფაქტებზე დაყრდნობითაა აგებული და ჰყავს ერთზე მეტი წყარო. არ გვხვდება არაეტიკური გამოთქმები. ყველაზე ხშირად გაშუქებული სუბიექტი ტაბულას შემთხვევაშიც არის კოალიცია „ქართული ოცნება“.*

პირველი სამი სუბიექტი ჟურნალ „ტაბულაში“ სხვა გამოცემების მსაგვსად მოიცავს კოალიცია „ქართული ოცნებას“ (42%), მთავრობას (31%) და პრეზიდენტს (19%). მკვეთრი განსხვავებაა გაშუქების სიხშირით მესამე და მეოთხე სუბიექტის ფართობებს შორის, პრეზიდენტს 19% დაეთმო სრული ფართობის, ხოლო მის მომდევნო სუბიექტებს (პარლამენტი და ადგილობრივი თვითმმართველობა) 2-2% მხოლოდ.

ტონი სუბიექტების მიმართ გამოცემაში ძირითადად ნეიტრალურია. მონიტორინგის პერიოდში დაფიქსირდა პოზიტიური ტონის გამოვლინების შემთხვევებიც, ძირითადად ხელისუფლების მიმართ, როდესაც საუბარი შეეხებოდა ხელისუფლების მიერ

განხორციელებულ რეფორმას ან ინიციატივა. ნეგატიურ ტონში კი პრეზიდენტი, მთავრობა და კოალიცია ქართული ოცნება, უფრო ზუსტად კი მისი ლიდერი გაშუქდა. პრეზიდენტისა და მთავრობის მიმართ ნეგატიური ტონი უმეტეს შემთხვევაში დაფიქსირდა რუბრიკაში „სიტყვასიტყვით“, სადაც წარმოდგენილია კარიკატურული ილუსტრაციები სხვადასხვა პოლიტიკოსის და მათი ციტატები.

ჟურნალისტური სტანდარტების კუთხით, ტაბულას სტატიებში მეტწილად არის წარმოდგენილი სხვადასხვა წყარო და მკითხველს საშუალება აქვს გაეცნოს განსხვავებულ პოზიციებს, თუმცა ეს არ ეხება ინტერვიუებს, რომელიც მისი ფორმატიდან გამომდინარე მხოლოდ ერთი რესპონდენტით შემოიფარგლება.

სტატიის ენაზე დაკვირვებისას ტაბულაში არაეთიკური გამოთქმების შემთხვევა არ დაფიქსირებულა.

### **თბილისელები**

*თბილისელებში განსხვავებით სხვა გამოცემებისგან ყველაზე მეტი ფართობი პარლამენტს დაეთმო. აღსანიშნავია, რომ მონიტორინგის არც ერთი სუბიექტის მიმართ არ დაფიქსირებულა პოზიტიური ტონი. გამოცემაში გვხვდება ირონიული გამონათქვამები სუბიექტების მიმართ.*

კვლევის შედეგად „თბილისელებმა“ სხვა გამოცემებისგან სრულიად განსხვავებული სურათი აჩვენა სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობის კუთხით. კოალიცია „ქართულ ოცნებას“ აქ სულ 2% დაეთმო, მაშინ როცა ეს სუბიექტი ყველა სხვა გამოცემის ყურადღების ცენტრში ყველაზე მეტად მოექცა. „თბილისელებში“ მონიტორინგის სუბიექტებისთვის დათმობილი 2070 კვ.სმ-ის ყველაზე დიდი წილი (38%) საქართველოს პარლამენტს დაეთმო, რომელსაც მოსდევს მთავრობა (30%) და „ლეიბორისტული პარტია“ (9%).

ტონი პოლიტიკური სუბიექტების მიმართ მკვეთრად ნეგატიურია. აღსანიშნავია, რომ ჟურნალისტის ტონის ცალკე გამოყოფამ და დათვლამ აჩვენა, რომ უარყოფით ტონს ამა თუ იმ სუბიექტის მიმართ მეტწილად თავად ჟურნალისტები აფიქსირებდნენ რიგ შემთხვევებში ცინიკური გამონათქვამებით, მაგ: „მხარეთემოზე მწოლიარენი ანუ, პრეზიდენტის კენჭები

გამოცდების კანტორაში“; „ფარშევანგებად წოდებული მინისტრები“. გამოცემის ჟურნალისტები არ ავლენენ მიკერძოებას ან რაიმე სახის სიმპათიას რომელიმე პოლიტიკური სუბიექტისა თუ ძალის მიმართ, ისინი თანაბრად ნეგატიურად წერენ როგორც ხელისუფლებაზე, ისე ოპოზიციაზე.

ბალანსისა და ფაქტების სიზუსტის კუთხით აღსანიშნავია, რომ სტატიების მნიშვნელოვან ნაწილს წყარო არ ჰყავს, არც განსხვავებულ პოზიციასა თუ მოსაზრებას სთავაზობს მკითხველს. ჟურნალისტები საკუთარ აზრებს უზიარებენ მკითხველს თუმცა არსად მითითებული არ არის, რომ მოცემული სტატიები საავტორო სვეტია თუ არა.

## გზა

*ჟურნალ გზაში პოლიტიკასა და პოლიტიკოსებზე მასალა საკმაოდ მწირია. ჟურნალში მონიტორინგის სუბიექტებს შორის ყველაზე ხშირად კოალიცია „ქართული ოცნება“ გაშუქდა მსგავსად სხვა გამოცემებისა. ამ სუბიექტის მიმართ ნეიტრალური ტონი ჭარბობს, სხვა სუბიექტების მიმართ კი - ნეგატიური.*

მასალის მნიშვნელოვანი ნაწილი(40%) კოალიცია „ქართულ ოცნებაზე“ მოდის. გარდა ამ სუბიექტისა გამოცემაში გვერდები დაეთმობთ მთავრობას, პრეზიდენტს, ხელისუფლებას, პარლამენტს, ერთიან ნაციონალურ მოძრაობასა და ადგილობრივ თვითმმართველობას.

ჟურნალი გზა ნეგატიური ტონით გამოირჩევა სახელისუფლებო სუბიექტების (პრეზიდენტი, მთავრობა, ხელისუფლება) მიმართ. მათდამი ნეგატიური ტონის სიჭარბე მეტწილად უკავშირდება რუბრიკა „პროვოკატორს“, რომელიც აკრიტიკებს მიმდინარე პოლიტიკურ მოვლენებს, ასევე პოლიტიკოსებს, როგორც ხელისუფლების წარმომადგენლებს, ისე ოპოზიციონერებს.

პოლიტიკურ თემაზე შექმნილი სტატიების ძირითადი წყარო თავად ჟურნალისტია. ფაქტები არაა გადამოწმებული და არც განსხვავებული პოზიციებისა თუ მოსაზრებების ჩვენება ხდება მკითხველისთვის.

## სარკე

*ჟურნალ სარკეშიც, მსგავსად გზისა და თბილისელებისა, პოლიტიკურ თემებზე სტატიები მცირე რაოდენობისაა, თუმცა პოლიტიკოსებს გამოცემა სხვა, არაპოლიტიკური კუთხით აჩენებს და ამ გზით პოზიტიურად წარმოაჩენს მათ სახეს. შესაბამისად, სარკეში გამოვლენილი პოლიტიკური სუბიექტების ნაწილი მნიშვნელოვანწილად პოზიტიური ტონით არის წარმოდგენილი.*

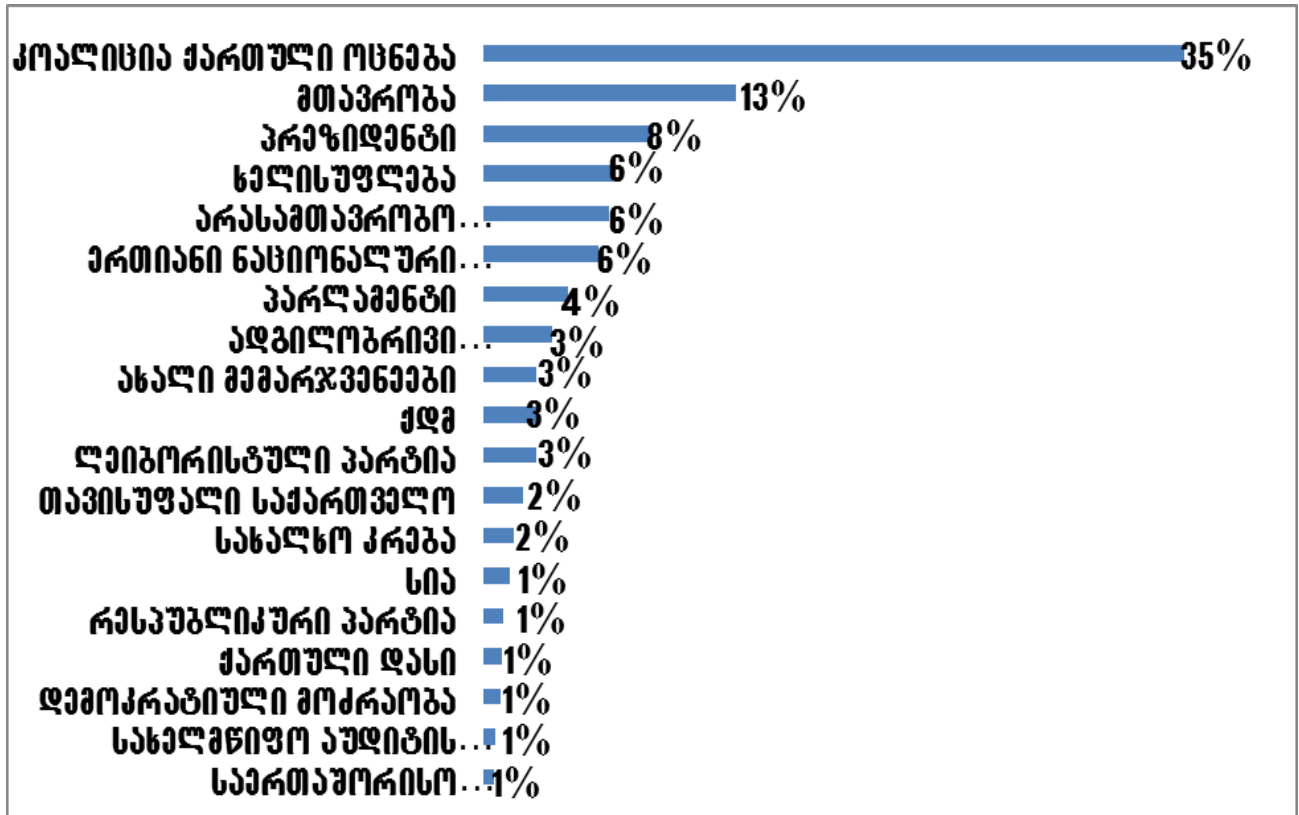
მონიტორინგის სუბიექტებს შორის ყველაზე აქტიურად „სარკეშიც“ კოალიცია „ქართული ოცნება“ გაშუქდა (29%). სხვა გამოცემებისგან განსხვავებით, „ქრისტიან-დემოკრატიულ მოძრაობას“ უფრო მეტი ფართობი დაეთმო (24%) ვიდრე პრეზიდენტს (15%) და მთავრობას (11%). მონიტორინგისთვის საინტერესო სუბიექტებს გამოცემამ სულ 5990 კვ.სმ დაუთმო.

პოლიტიკური სტატიები ხშირ შემთხვევაში დაუბალანსებელია და მხოლოდ ერთი წყარო ჰყავს, ან წყარო მხოლოდ თავად ჟურნალისტია. ფაქტები იშვიათადაა გადამოწმებული.

დანართი - დიაგრამები

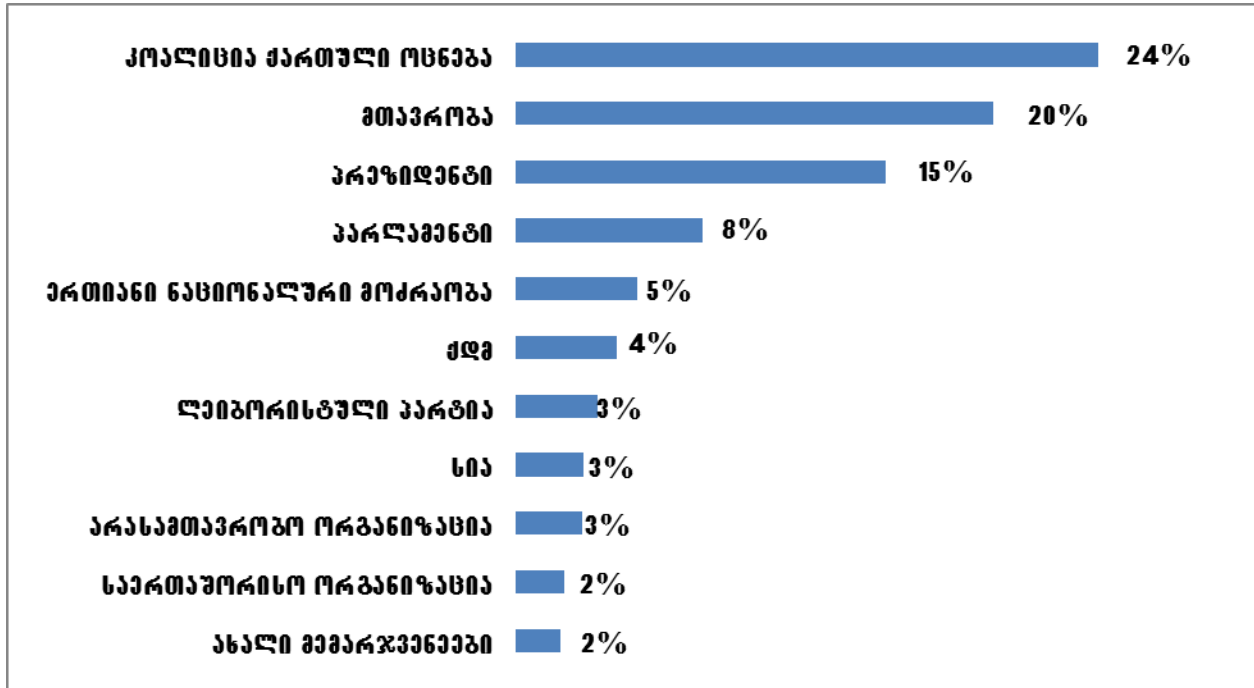
დიაგრამა Space 1

გაზეთ რეზონანსში სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობი (სულ 116 427 კვ.სმ)



დიაგრამა Space 2

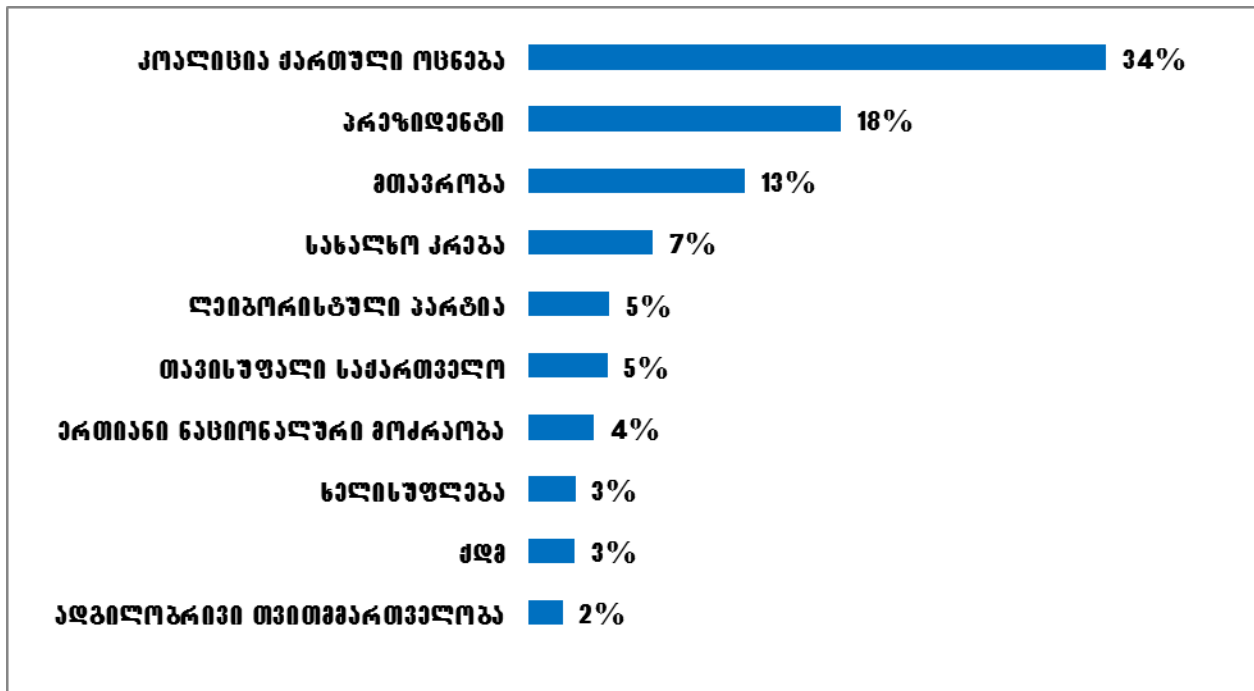
გაზეთ 24 საათში სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობი (სულ 24599 კვ.სმ)





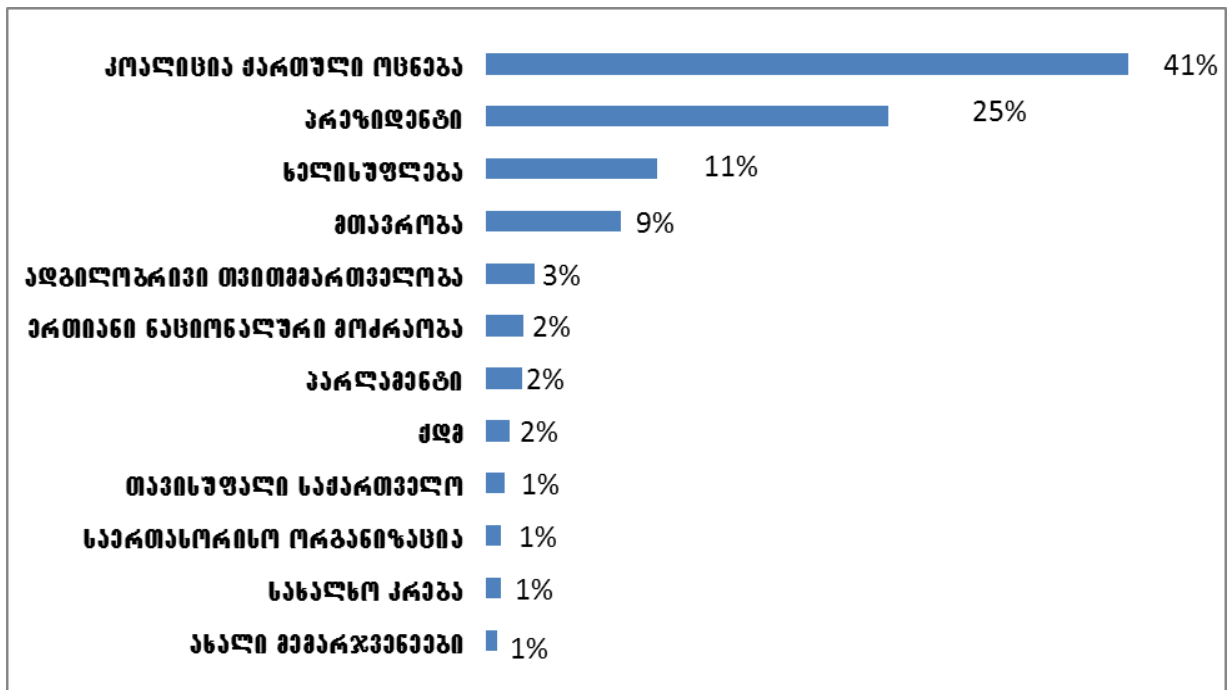
დიაგრამა Space 3

გაზეთ ალიაში სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობი (სულ 129070 კვ.სმ)



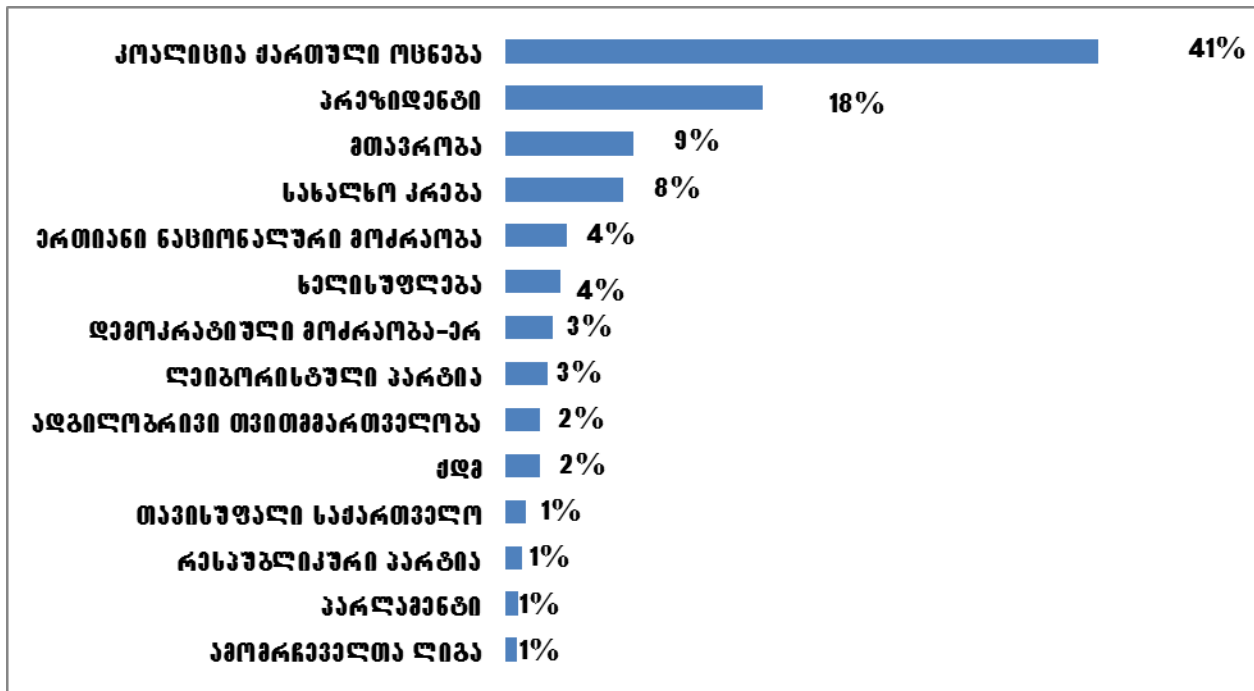
დიაგრამა Space 4

გაზეთ კვირის პალიტრაში სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობი (სულ 45798 კვ.სმ)



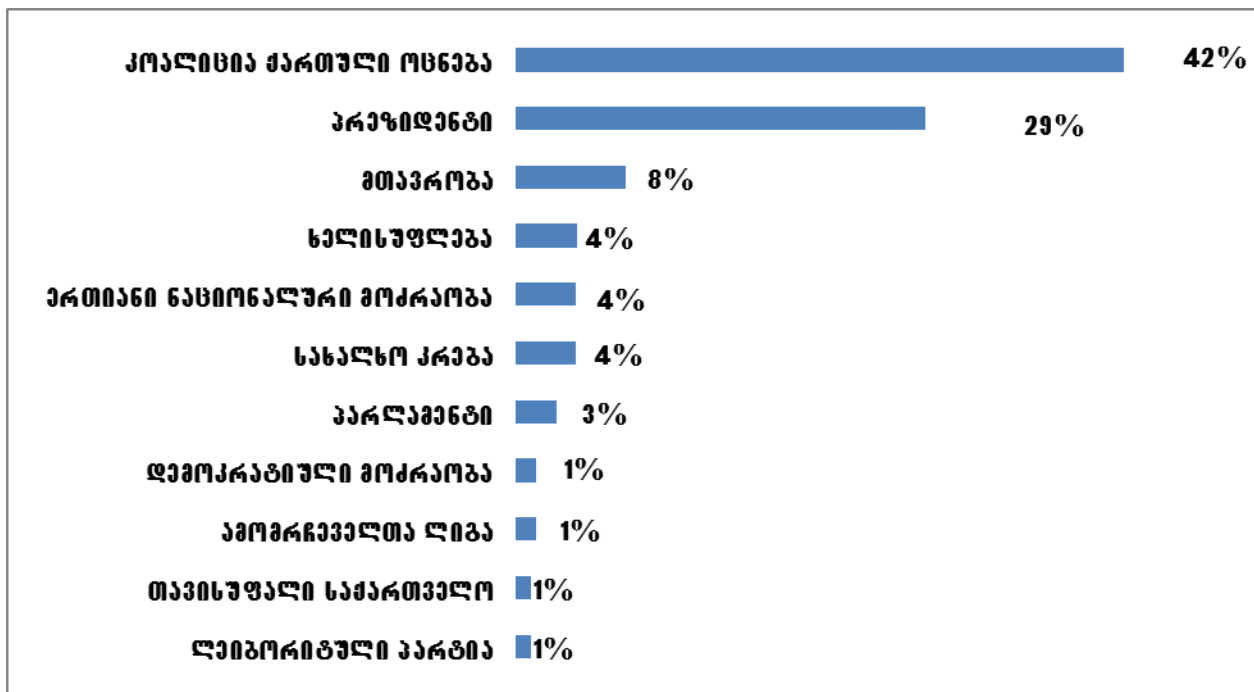
დიაგრამა Space 5

გაზეთ კვირის ქრონიკაში სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობი (სულ 84208 კვ.სმ)



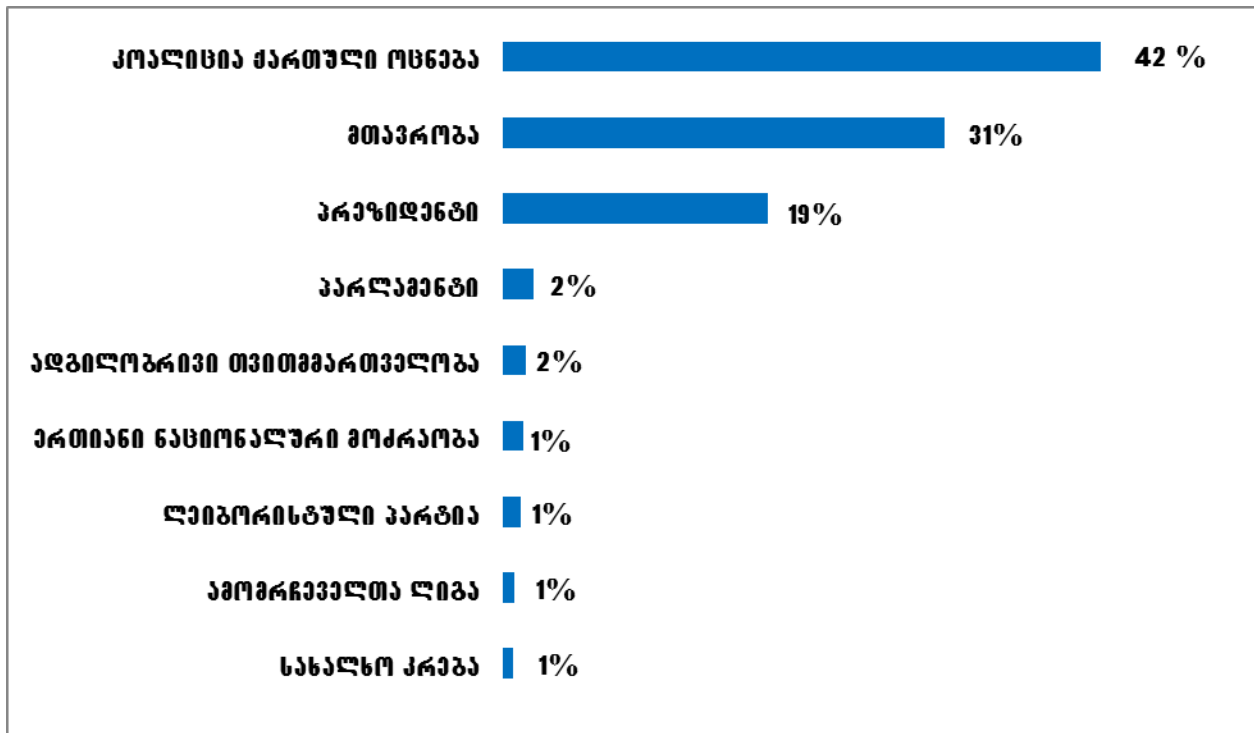
დიაგრამა Space 6

გაზეთ ასავალ-დასავალში სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობი (სულ 114199 კვ.სმ)



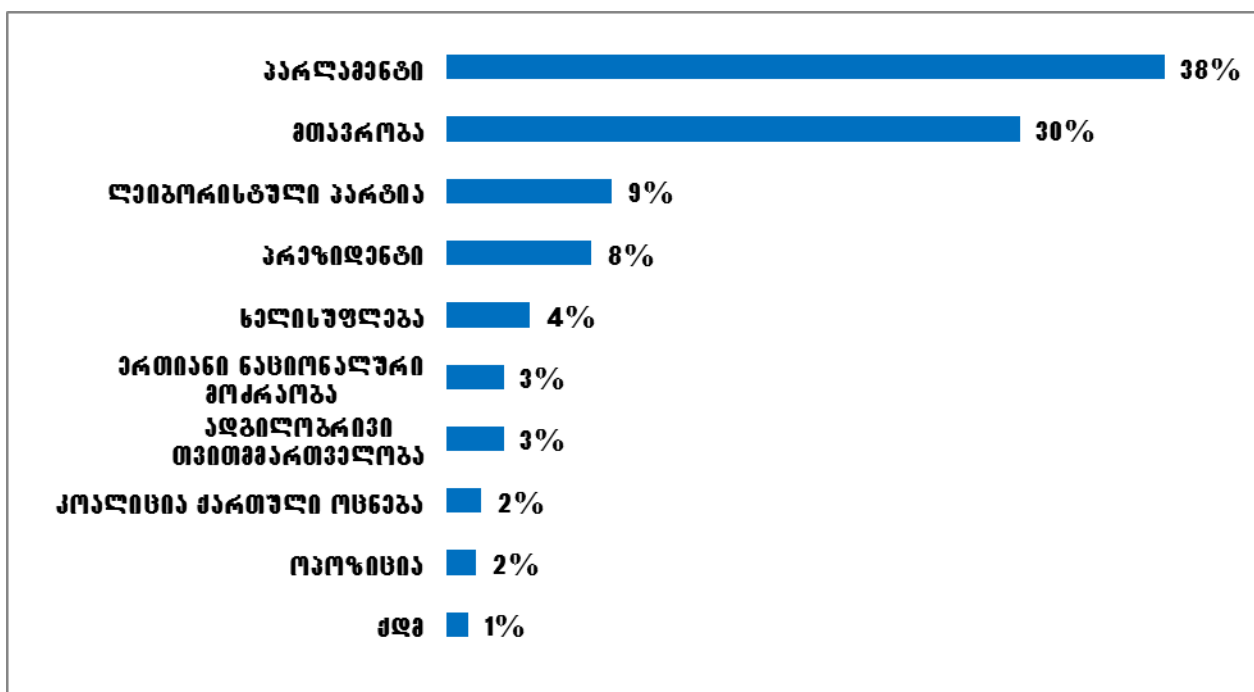
დიაგრამა Space 7

ჟურნალ ტაბულაში სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობი (სულ 15191 კვ.სმ)



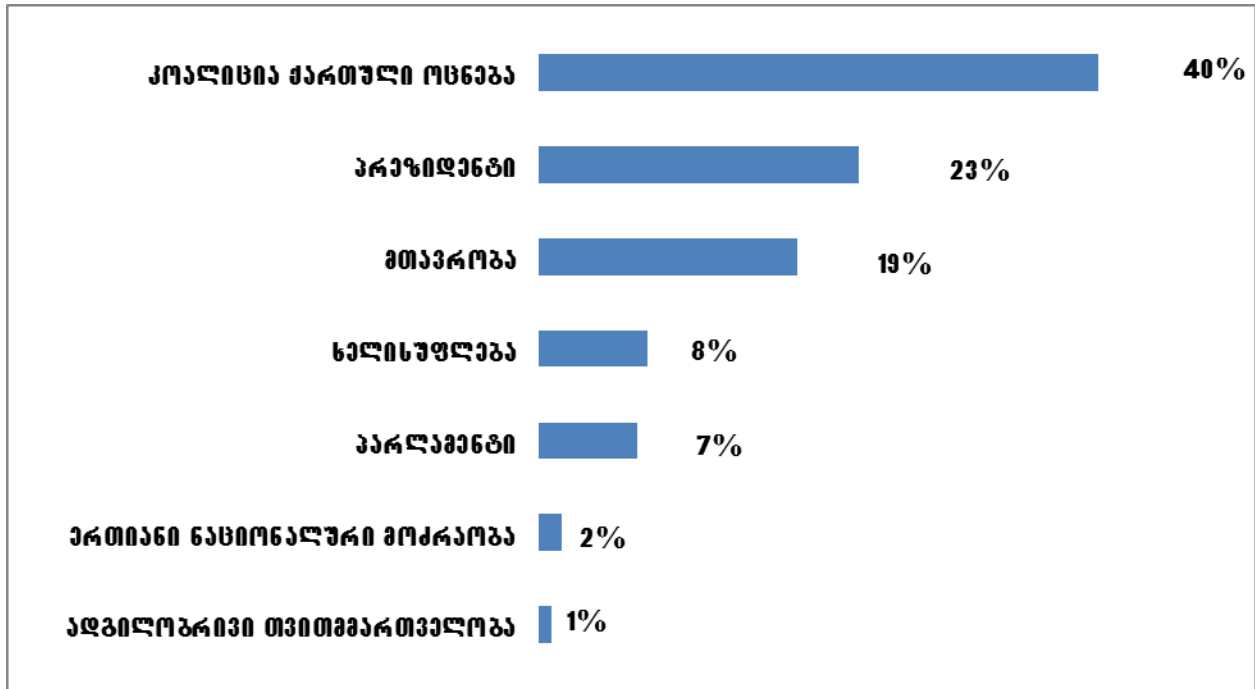
დიაგრამა Space 8

ჟურნალ თბილისელეებში სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობი (სულ 2070 კვ.სმ)



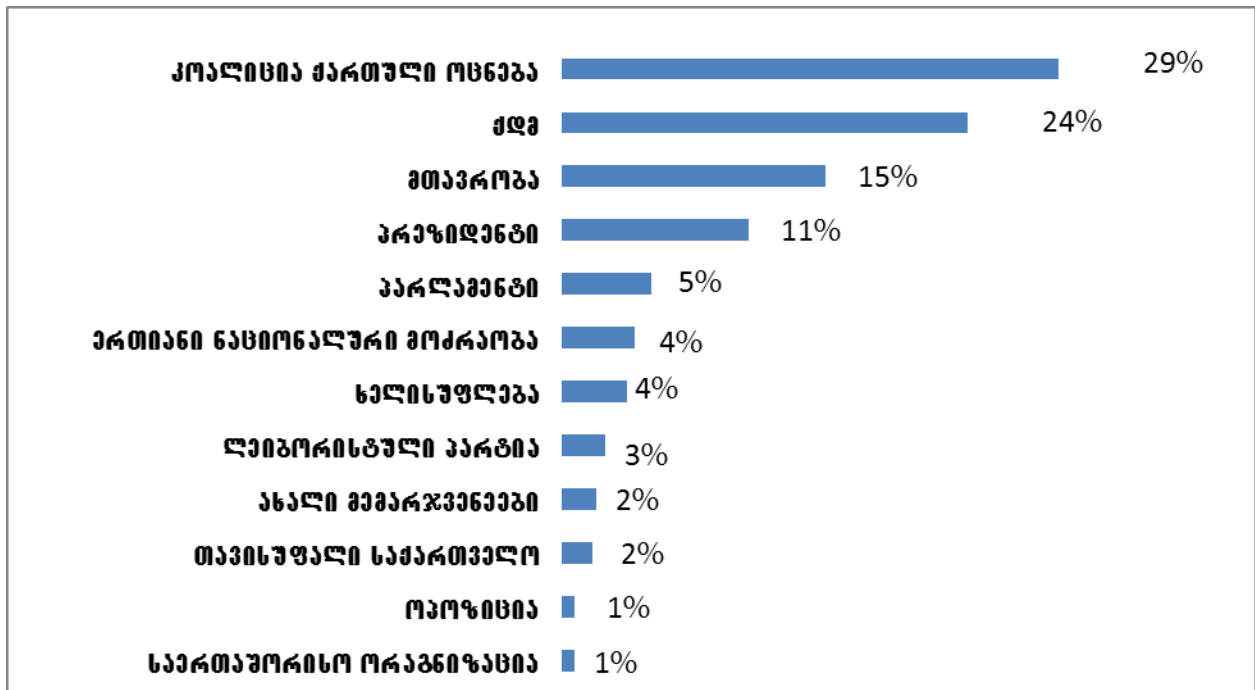
დიაგრამა Space 9

ჟურნალ გზაში სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობი (სულ 3022 კვ.სმ)



დიაგრამა Space 10

ჟურნალ სარკეში სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობი (სულ 5990 კვ.სმ)



დიაგრამა Tone 1

გაზეთ რეზონანსში სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობის პროცენტული განაწილება ტონის მიხედვით (%)

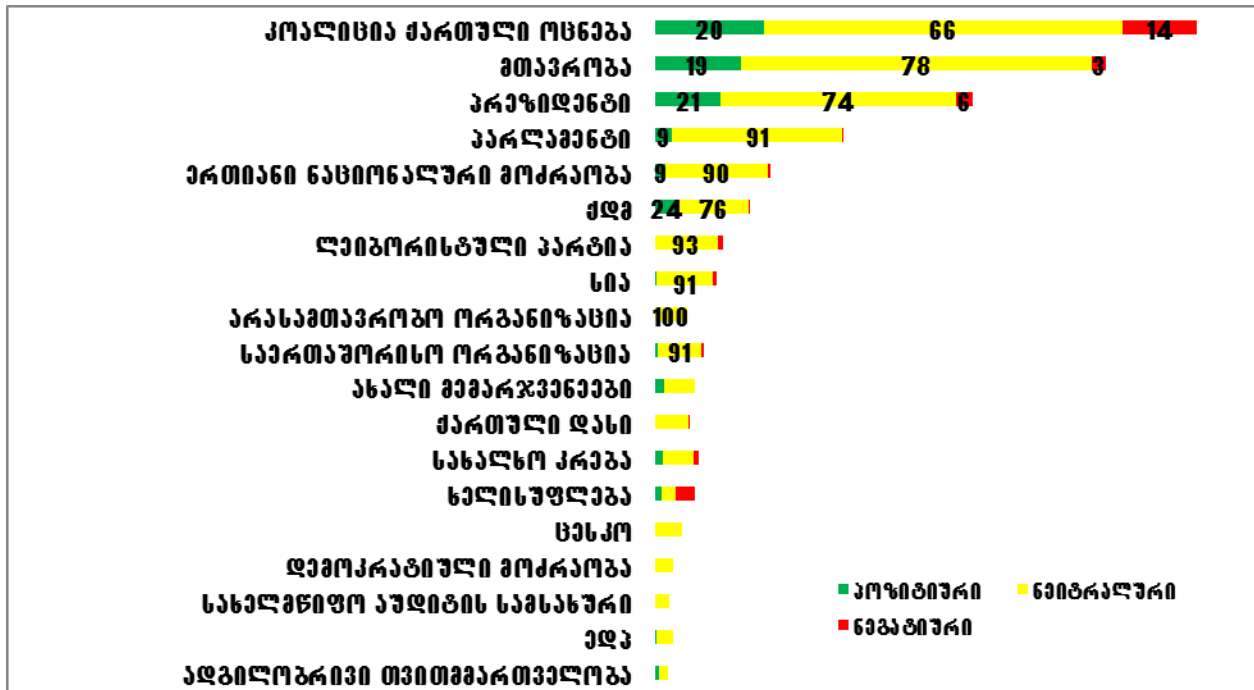


დიაგრამა Tone J1



დიაგრამა Tone 2

გაზეთ 24 საათში სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობის პროცენტული განაწილება ტონის მიხედვით (%)

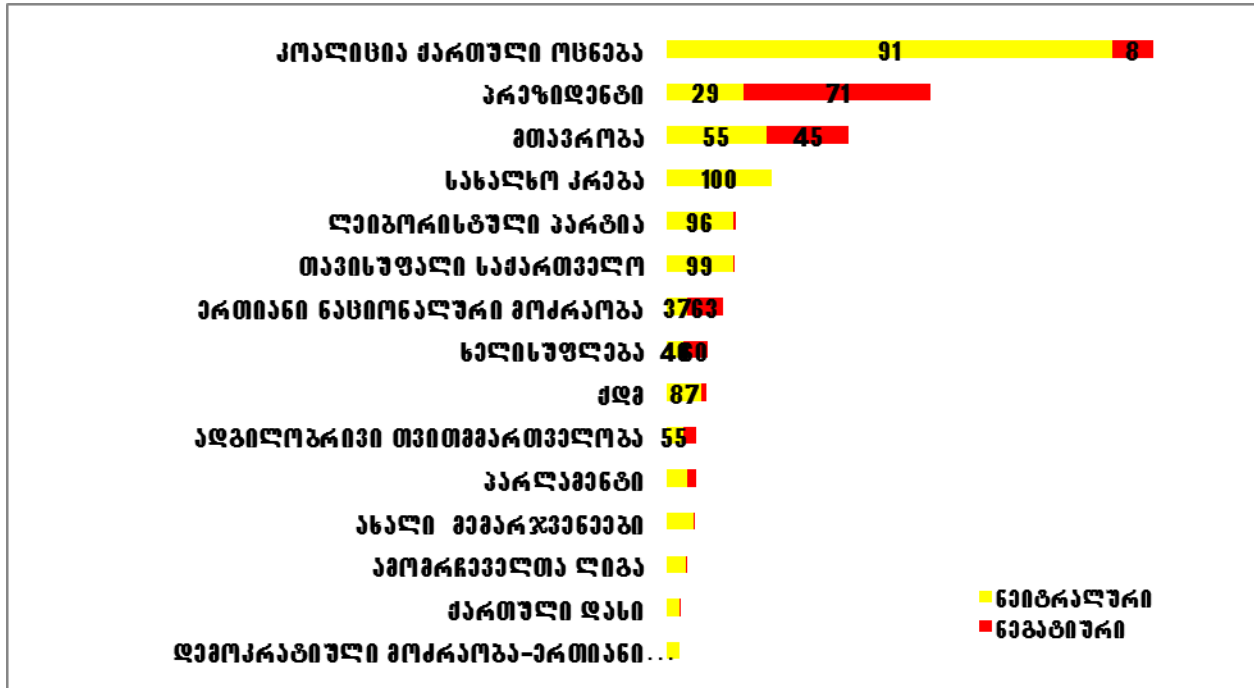


დიაგრამა Tone J2



დიაგრამა Tone 3

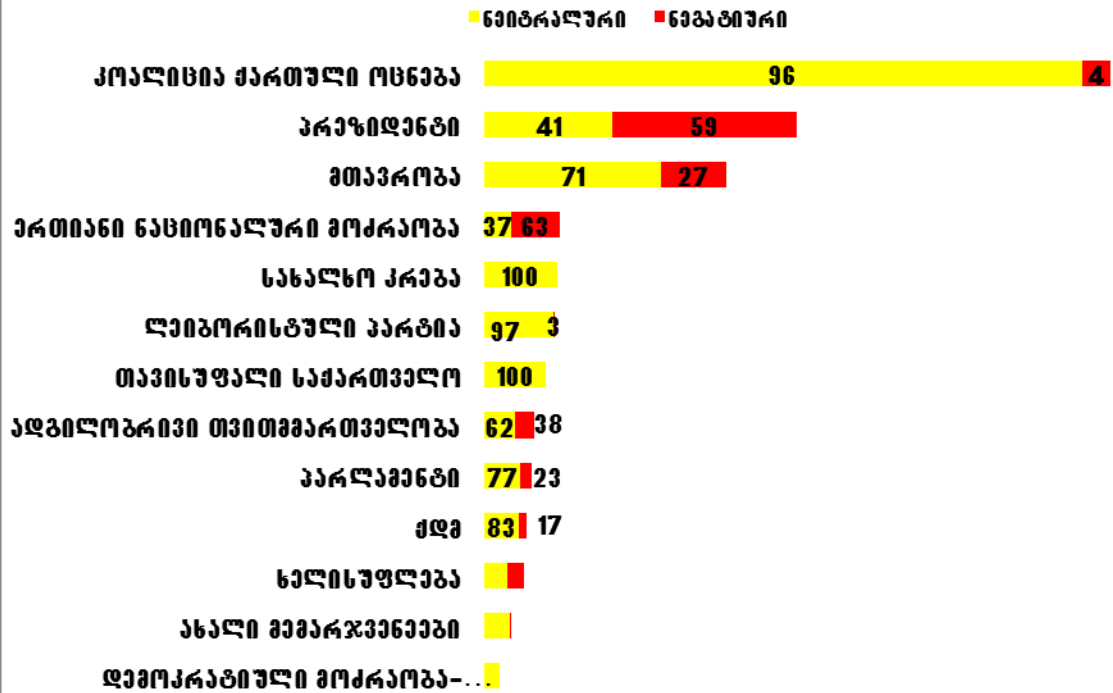
გაზეთ ალიაში სუბიექტებისთვის დათობილი ფართობის პროცენტული განაწილება ტონის მიხედვით (%)



დიაგრამა Tone J3

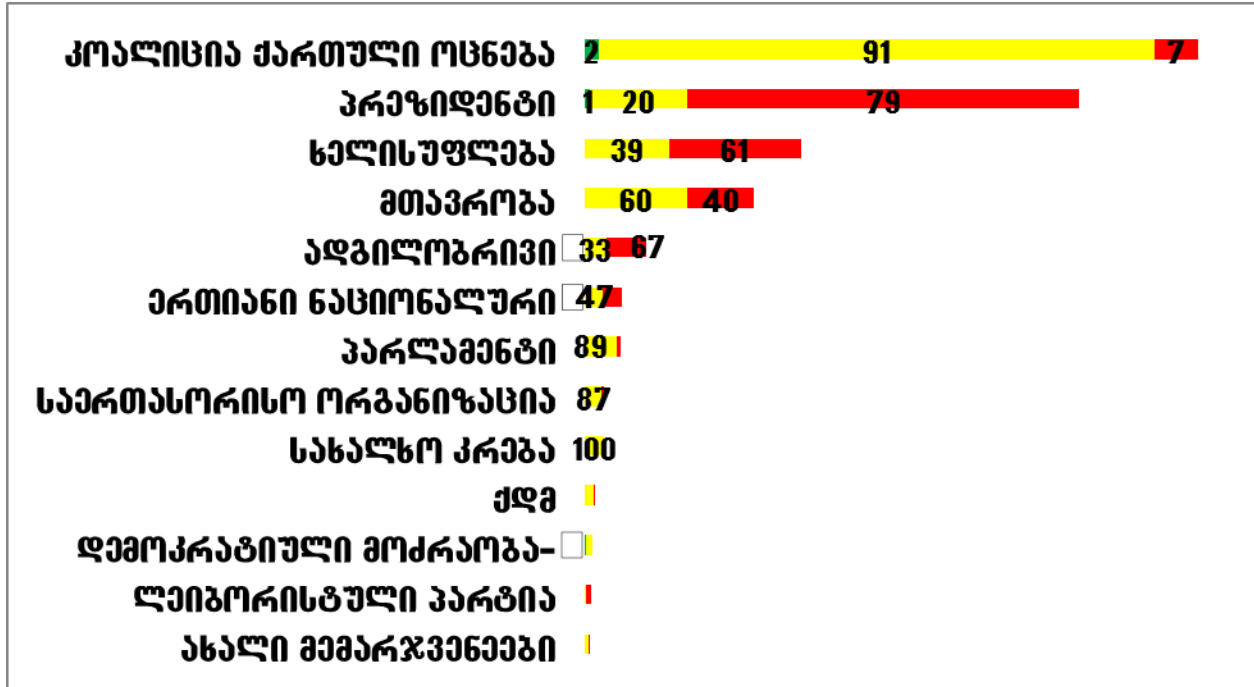


**გაზეთ ალიაში სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობი  
ქურნალისტის ტონის მიხედვით (%)**

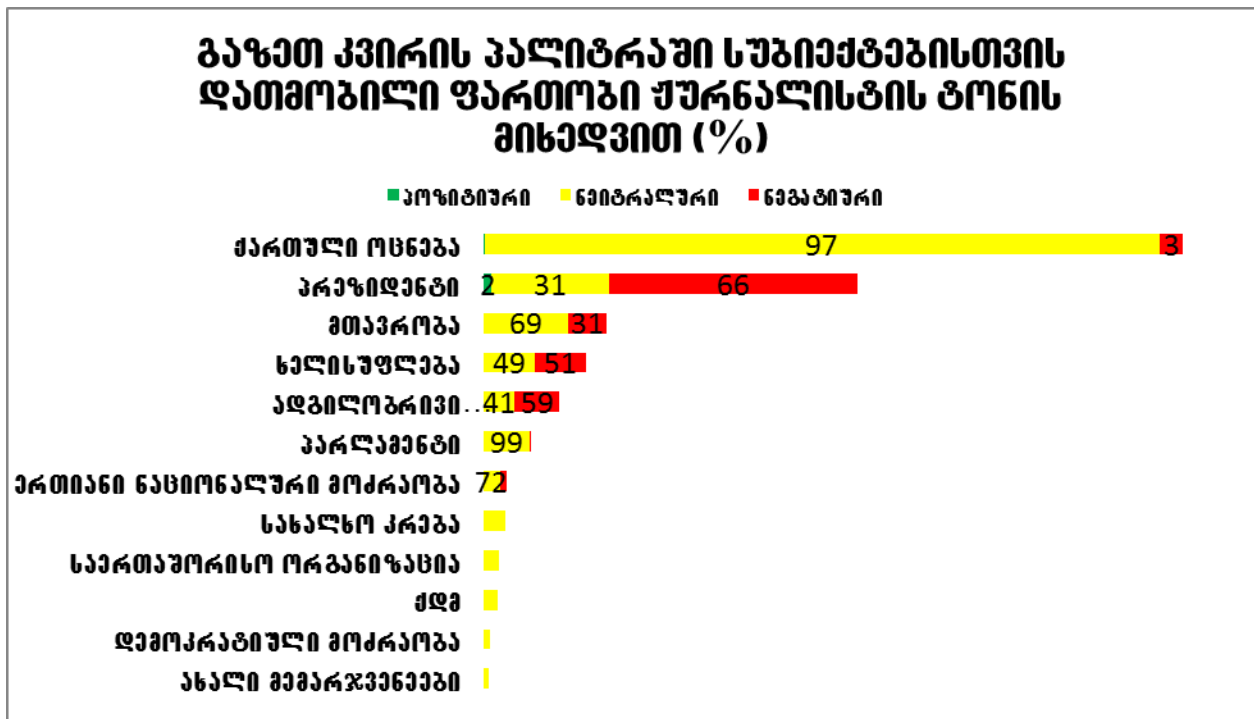


დიაგრამა Tone 4

გაზეთ კვირის პალიტრაში სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობის პროცენტული განაწილება ტონის მიხედვით (%)

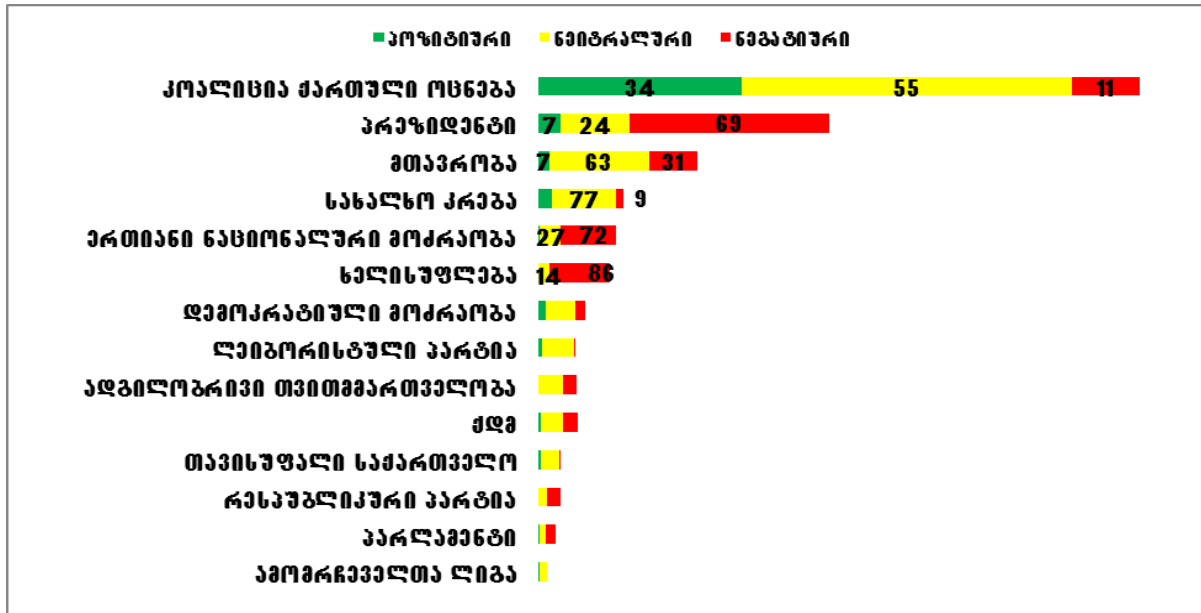


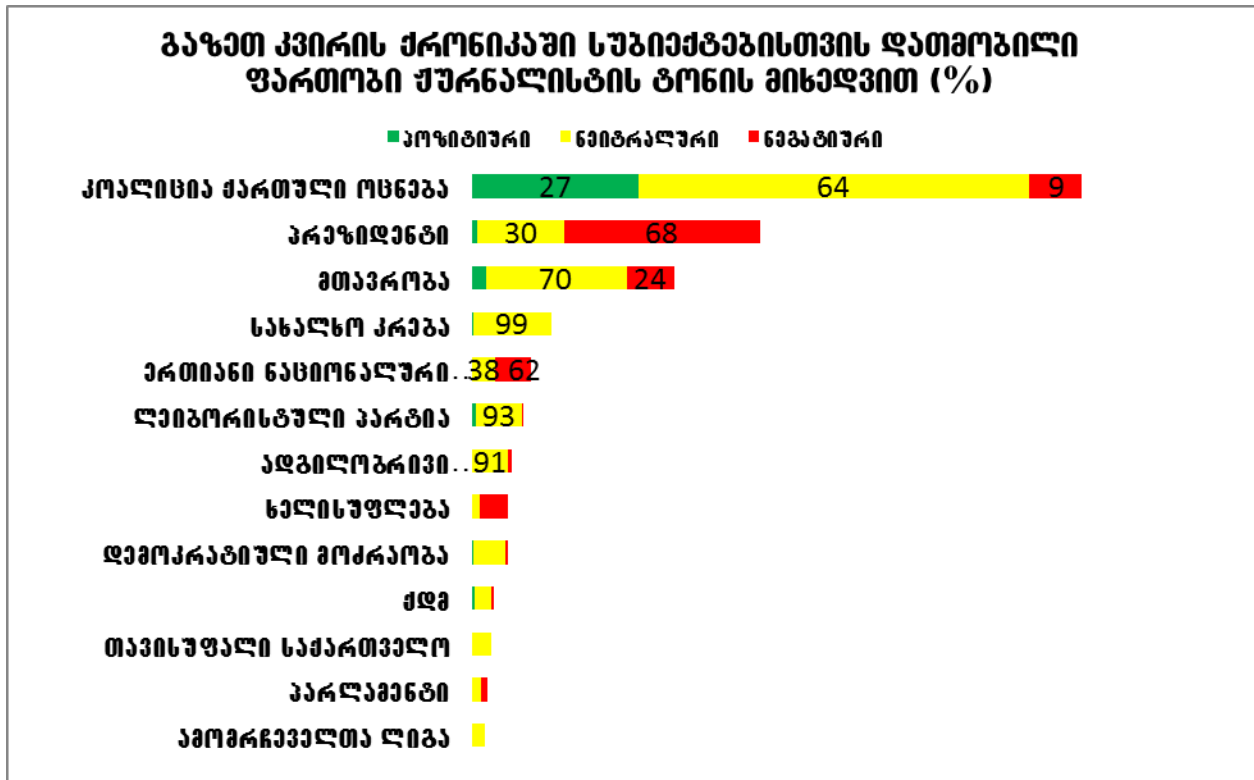
დიაგრამა Tone J4



დიაგრამა Tone 5

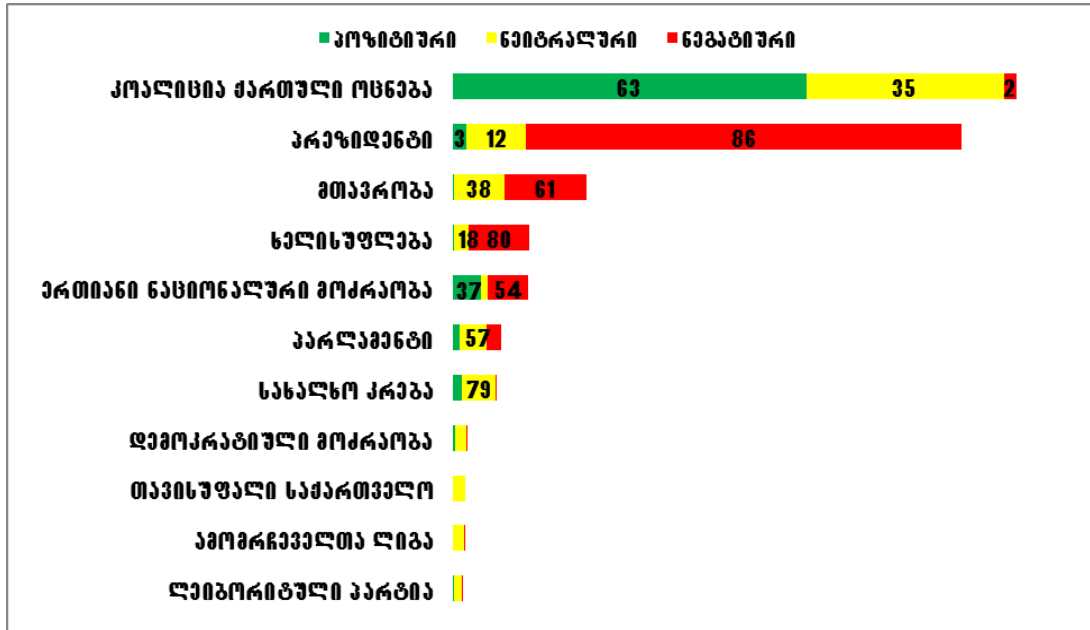
გაზეთ კვირის ქრონიკაში სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობის პროცენტული განაწილება ტონის მიხედვით (%)



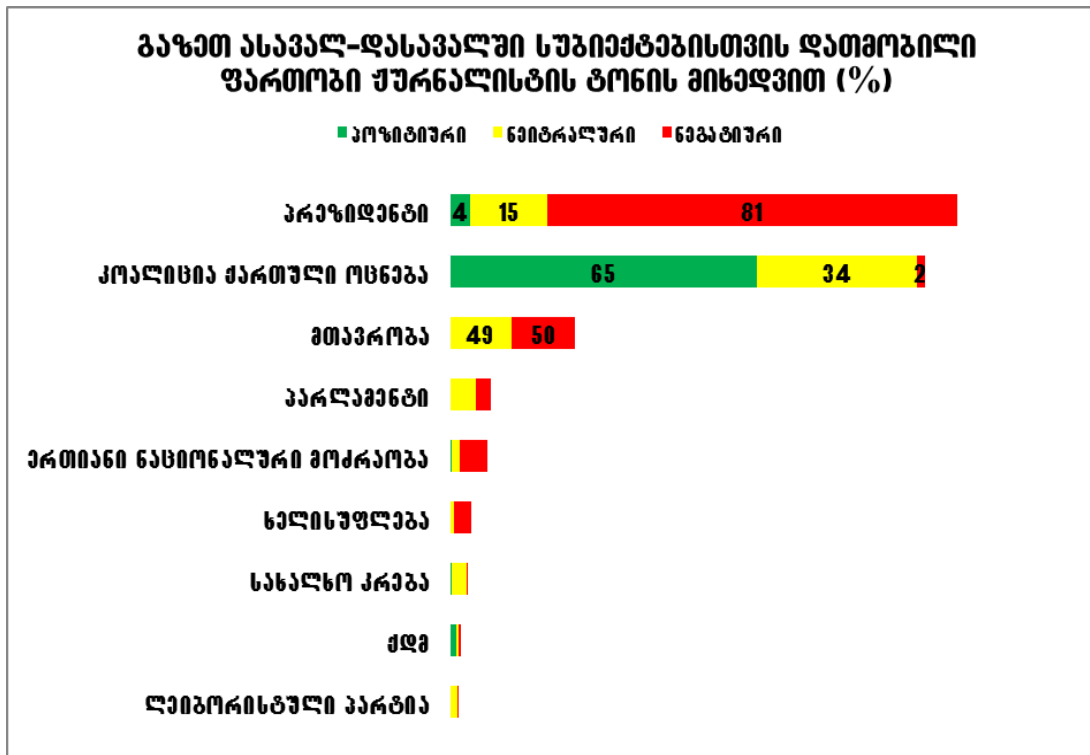


დიაგრამა Tone 6

გაზეთ ასავალ-დასავალში სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობის პროცენტული განაწილება ტონის მიხედვით (%)

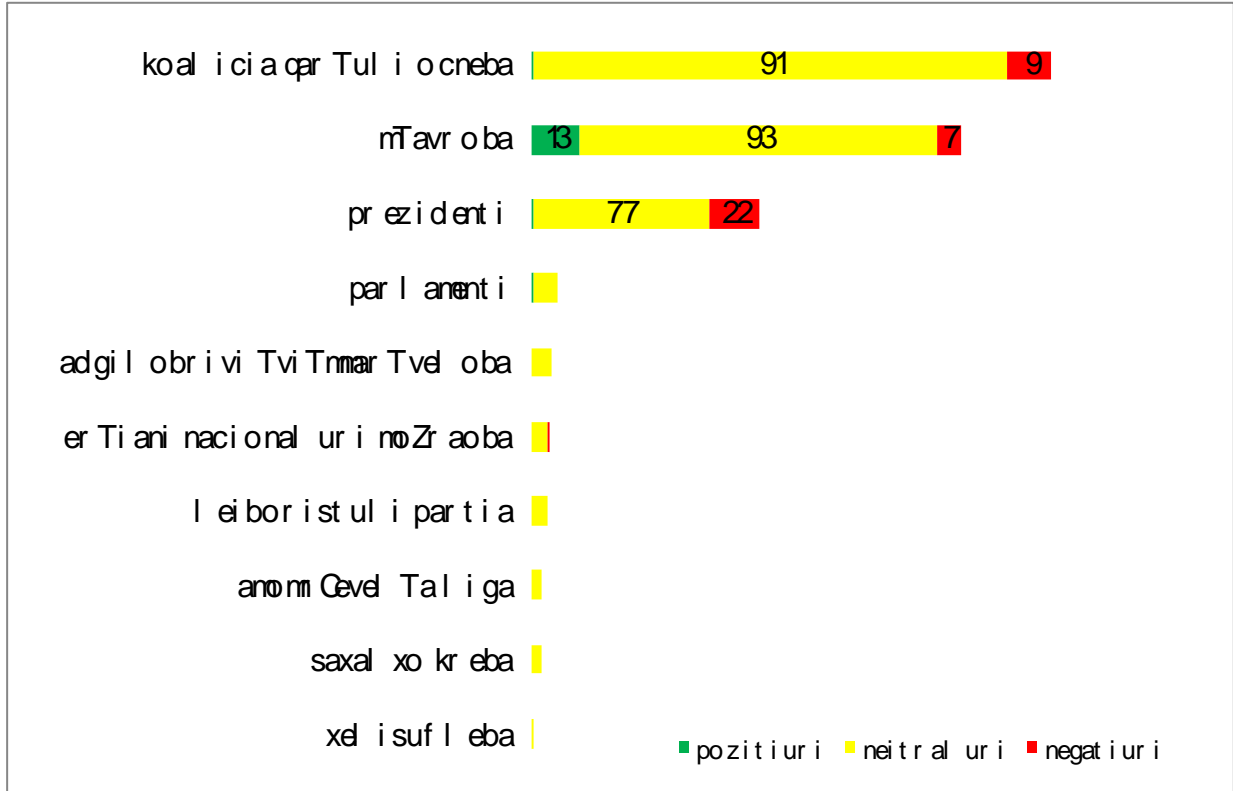


დიაგრამა Tone J6

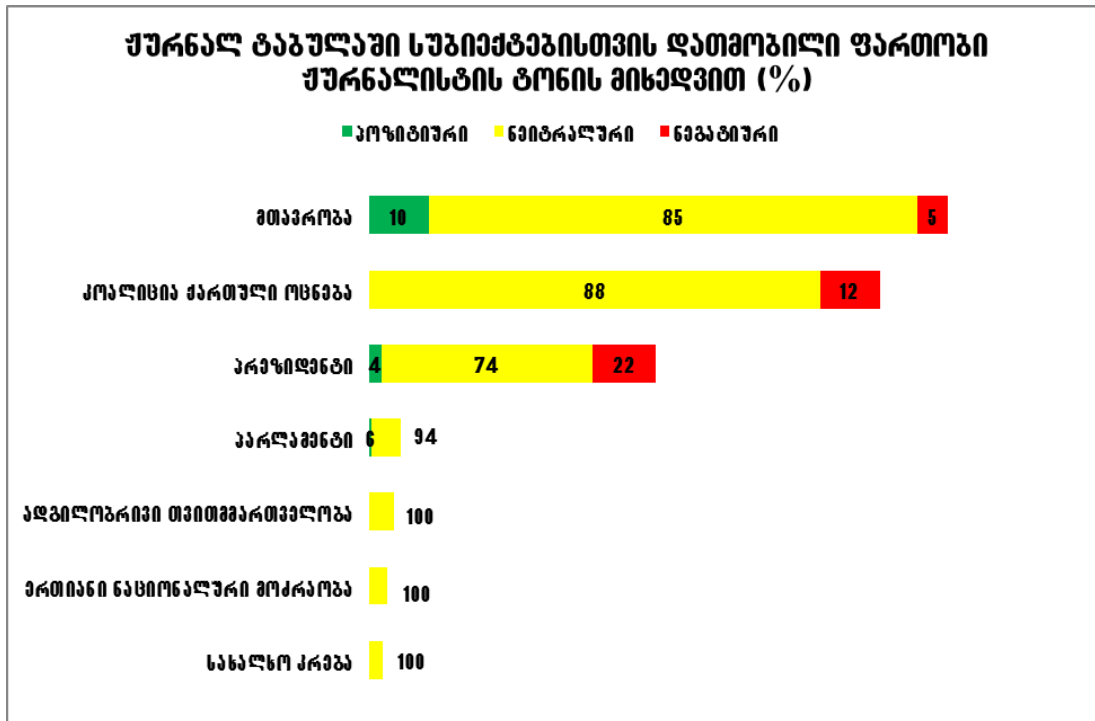


დიაგრამა Tone 7

ჟურნალ ტაბულაში სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობის პროცენტული განაწილება ტონის მიხედვით (%)

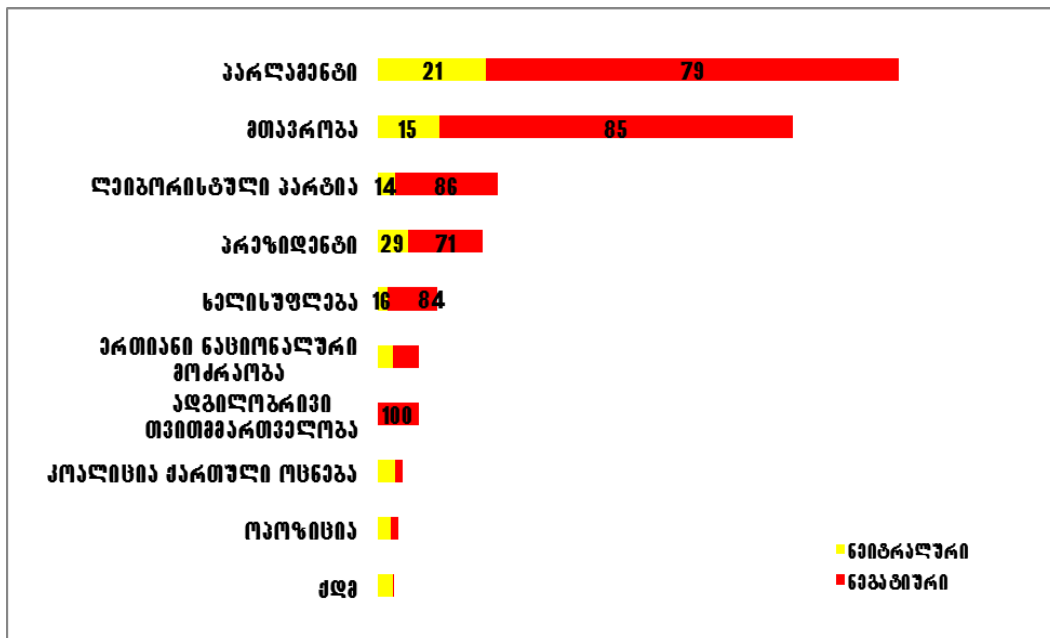


დიაგრამა Tone J7

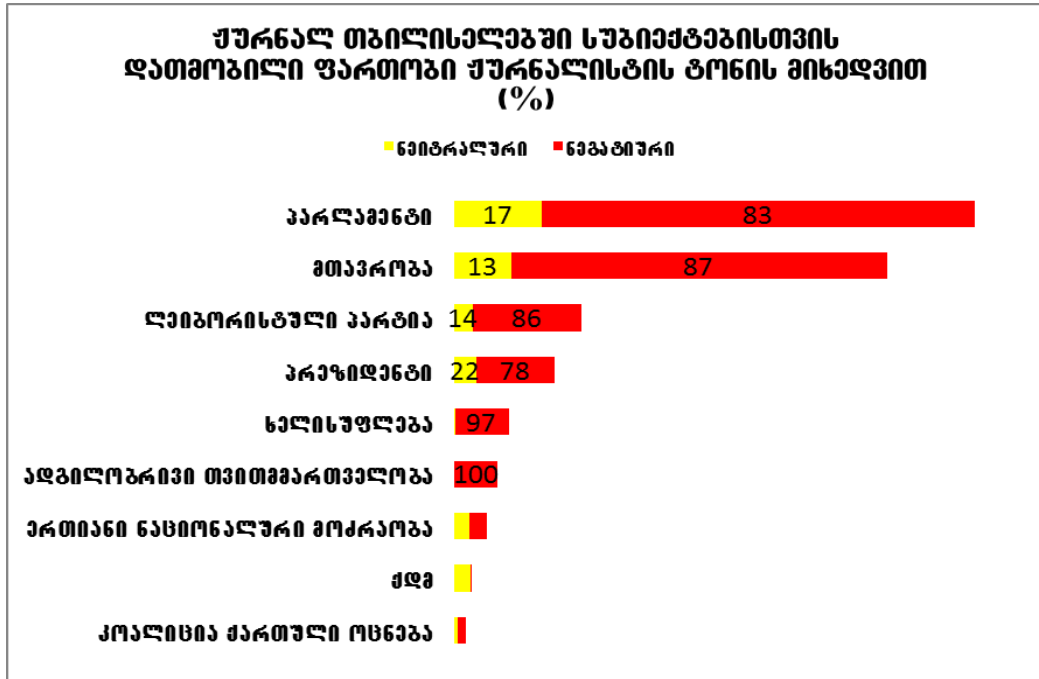


დიაგრამა Tone 8

ჟურნალ თბილისელებში სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობის პროცენტული განაწილება ტონის მიხედვით (%)

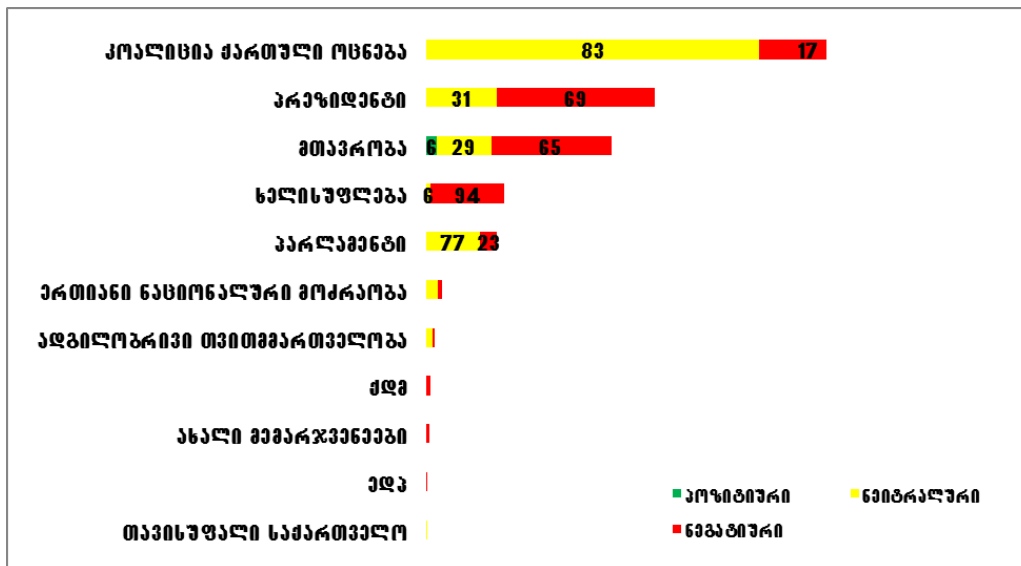


დიაგრამა Tone J8



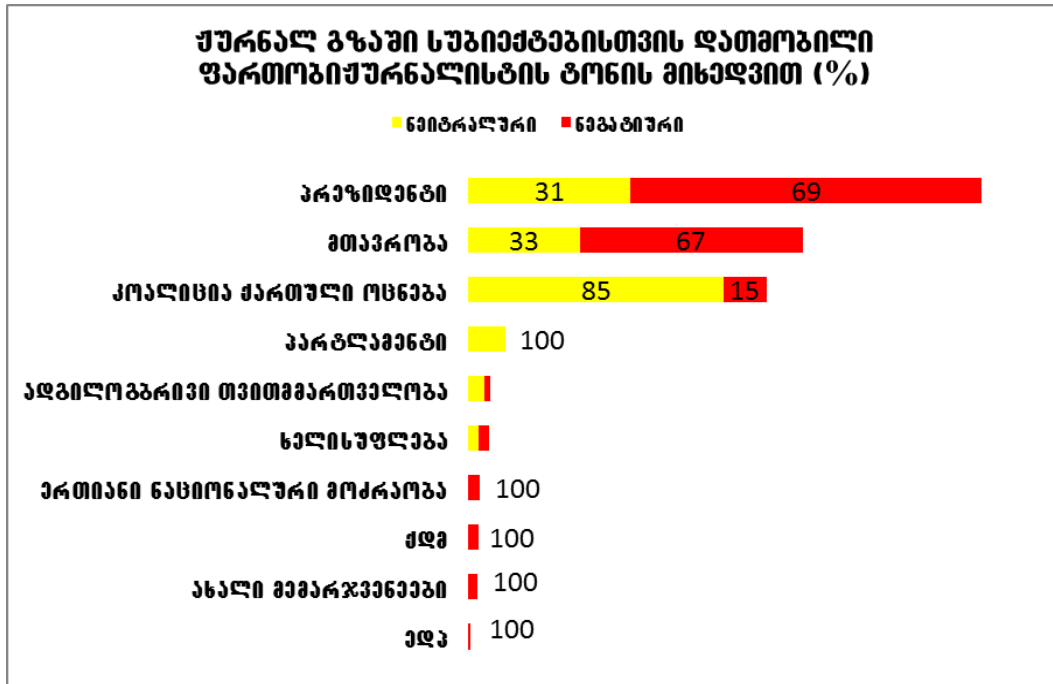
დიაგრამა Tone 9

ჟურნალ გზაში სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობის პროცენტული განაწილება ტონის მიხედვით (%)





დიაგრამა Tone J9



დიაგრამა Tone 10

ჟურნალ სარკეში სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობის პროცენტული განაწილება ტონის მიხედვით (%)

