



წინასაარჩევნო მედია მონიტორინგი

14 აგვისტო - 10 სექტემბერი, 2012

14 აგვისტოდან 10 სექტემბრამდე პერიოდში *სამართლიანი არჩევნებისა და დემოკრატიის საერთაშორისო საზოგადოებამ* წინასაარჩევნო მედია მონიტორინგის პროექტის ფარგლებში განახორციელა პრესის მონიტორინგი. შეფასდა 10 ბეჭდური გამოცემის 1 000-მდე სტატია. მიღებული მონაცემების შედეგად, გამოვლინდა, რომ:

- წინასაარჩევნო პერიოდის ოფიციალურად გამოცხადების შემდეგ თითქმის ყველა გამოცემაში გააქტიურდა პოლიტიკური პარტიების აქტივობების გაშუქება და მათთან დაკავშირებულ საკითხებზე მსჯელობა.
- სუბიექტებს შორის ყველაზე მეტი ფართობი ეთმობა კოალიცია „ქართულ ოცნებას“ 10 გამოცემიდან 8 შემთხვევაში. გამონაკლისია ჟურნალი „თბილისელების“ და გაზეთი „კვირის პალიტრისა“. პირველ სამეულში ამ პოლიტიკურ ოარგანიზაციასთან ერთად უმეტეს შემთხვევაში ხვდება პრეზიდენტი, მთავრობა და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“.
- საპარლამენტო ოპოზიციური პარტიებიდან შუქდებიან „ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა“, „ეროვნულ-დემოკრატიული პარტია“ და „საქართველოს დემოკრატიული პარტია“. თუმცა მათთვის დათმობილი ფართობი ხშირ შემთხვევაში, მნიშვნელოვნად ჩამოუვარდება კოალიციისთვის დათმობილ ფართობს.
- ოპოზიციური პარტიებიდან ასევე ხშირია „ლეიბორისტული პარტიისა“ და „თავისუფალი საქართველოს“ გაშუქება. უმეტესად წარმოდგენილია ამ პარტიების წარმომადგენლებთან ინტერვიუები.
- ილუსტრაციების მონიტორინგის თვალსაზრით, არჩევნების თარიღის გამოცხადებამდე არსებული ტენდენცია შენარჩუნდა და ყველაზე მეტი ნეგატიური ტონის ფოტო 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. გამოვლინდა ქსენოფობიური გამონათქვამების შემთხვევაც.

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 1%-ზე ნაკლები ფართობი დაეთმო.

გაშუქების ტონი ენიჭება სუბიექტს მაშინ, როცა მასზე წერენ ირიბ თქმაში და ასევე მაშინ, როდესაც მისი ციტატაა 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, რომთვისებრივი 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 მნიშვნელოვანიათვისებრივი ანალიზისთვის.

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

ყოველდღიური გამოცემები

რეზონანსი

რეზონანსში საარჩევნო კამპანიის დაწყების შემდეგ მნიშვნელოვნად გაიზარდა „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ აქტივობის გაშუქება, თუმცა ამ პარტიისთვის დათმობილი ფართობი საგრძნობლად ნაკლებია, ვიდრე კოალიცია „ქართული ოცნებისთვის“ დათმობილი სივრცე. გამოცემის ჟურნალისტები ცდილობენ მრავალმხრივ და ამომწურავად გააშუქონ მიმდინარე მოვლენები და დაიცვან ჟურნალისტური სტანდარტები.

ყოველდღიური გაზეთი „რეზონანსი“ გამოირჩევა სუბიექტების სიმრავლითა და მრავალფეროვნებით. წინასაარჩევნო პერიოდის დაწყებასთან ერთად გამოცემას დაემატა მოკლე ჩანართი, რომელიც მხოლოდ საარჩევნო თემებს აშუქებს. მონიტორინგის სუბიექტებს შორის ყველაზე მეტი ფართობი კოალიცია „ქართულ ოცნებას“ დაეთმო. მასზე მთლიანი ფართობის 43% მოდის. წინა ანგარიშებისგან განსხვავებით ამ საანგარიშო პერიოდში „რეზონანსში“ გაიზარდა „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ გაშუქება. ამ პოლიტიკურ ორგანიზაციას საერთო ფართობის 15% დაეთმო. აღსანიშნავია, რომ სხვა პოლიტიკურ პარტიებთან შედარებით უფრო მეტი ფართობი დაეთმოთ პრეზიდენტსა და მთავრობას (6-6%). დანარჩენ სუბიექტებს 6%-ზე ნაკლები ფართობი ერგოთ. სხვა პოლიტიკური მოძრაობებს შორის რეზონანსში გაშუქდნენ „ახალი მემარჯვენეები“ და „ქრისტიან-დემოკრატიულ მოძრაობა“, „ლეიბორისტული პარტია“, „თავისუფალი საქართველო“.

მასალის ტონის მიხედვით შეფასებისას ჩანს, რომ სუბიექტი, რომელსაც ყველაზე მეტი ფართობი დაეთმო (კოალიცია „ქართული ოცნება“), ძირითადად ნეიტრალურ ტონში გაშუქდა (90%), თუმცა მის მიმართ გვხვდება ნეგატიური (7%) და პოზიტიური ტონიც (3%). მომდევნო სუბიექტების („ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ და მთავრობა) მიმართაც ნეიტრალური ტონი ჭარბობს, თუმცა პროცენტულად ნეგატიური ტონი უფრო მეტია, ვიდრე პირველი სუბიექტის შემთხვევაში. პრეზიდენტის გაშუქებისას კი 54% ნეგატიური ტონია.

ჟურნალისტის ტონის ჯამური ცხრილიდან ცალკე გამოყოფამ აჩვენა, რომ სუბიექტების მიმართ კრიტიკას ავლენდნენ არა მხოლოდ სხვა წყაროები/სუბიექტები, არამედ თავად ჟურნალისტებიც, თუმცა მათი მხრიდან რომელიმე სუბიექტის პოზიტიური ტონით მოხსენიების შემთხვევა თითქმის არ ფიქსირდება.

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

სტატიის ენის თვალსაზრისით, „რეზონანსში“, არ გვხვდება არაეთიკური ან ქსენოფობიური განცხადებები, თუმცა ჟურნალისტები ცალკეულ შემთხვევებში ნეგატიურ განწყობას აფიქსირებენ სუბიექტების ან სტატიის თემის 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. „რეზონანსის“ მსგავსად, „24 საათშიც“ სუბიექტების სიმრავლე და მრავალფეროვნებაა. სუბიექტების მიმართ ნეიტრალური ტონი ჭარბობს.

ყველაზე მეტი ფართობი 24 საათში, როგორც დაკვირვების ქვეშ მყოფ თითქმის ყველა ბექდვით გამოცემაში, დაეთმო კოალიცია „ქართულ ოცნებას“ (34%), მას მოსდევს „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ და მთავრობა, რომელთაც შედარებით მცირე 16% და 10% დაეთმოთ. საარჩევნო პერიოდის დაწყებასთან ერთად გაიზარდა ცენტრალური საარჩევნო კომისიის გაშუქებაც. მონიტორინგის ამ სუბიექტს მთლიანი ფართობის 5% დაეთმო. ოპოზიციური პოლიტიკური მოძრაობებიდან 24 საათში აღნიშნული კოალიციის გარდა, ასევე გაშუქდნენ „ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა“ (5%), „ლეიბორისტული პარტია“ (4%), „ახალი მემარჯვენეები“ (2%), „თავისუფალი საქართველო“ (1%), „ეროვნულ-

დემოკრატიული პარტია“ (1%) და „საქართველოს დემოკრატიული პარტია“ (1%). ასევე აქტიურად შექედებოდა საარჩევნო კონტექსტში საერთაშორისო და ადგილობრივი არასამთავრობო ორგანიზაციების ღონისძიებები თუ განცხადებები.

ტონის დაკვირვების თვალსაზრისით, 24 საათში სუბიექტები ნეიტრალური ტონით იყვნენ წარმოდგენილი. დადებითი ტონი რამოდენიმე სუბიექტის მიმართ დაფიქსირდა (კოალიცია „ქართული ოცნება“, „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“, მთავრობა და პრეზიდენტი).

ჟურნალისტის ტონის ცალკე გამოყოფის შედეგად ირკვევა, რომ უმეტეს შემთხვევაში ჟურნალისტები ნეიტრალურად წერენ მონიტორინგის სუბიექტებზე.

თვისებრივი ანალიზის შედეგად გამოვლინდა, რომ 24 საათის სტატიებში 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. წინა საანგარიშო პერიოდის მსგავსად, ახლაც „ალიაში“ ყველაზე აქტიურად გაშუქებული სუბიექტებია „ქართული ოცნება“, მთავრობა და პრეზიდენტი. 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 ფართობის 37% კოალიცია „ქართულ ოცნებაზე“ მოდის. მათ გარდა გამოცემის მიერ ყველაზე

ხშირად გაშუქებულ პირველ სამ სუბიექტს შორის მოხვდნენ პრეზიდენტი (22%) და მთავრობა (10%). ამ სუბიექტების გარდა, ალიაში ფართობი დაეთმოთ „თავისუფალი საქართველო“ (7%), „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ (6%), „ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა“ (5%), „ლეიბორისტული პარტია“, „ახალი მემარჯვენეები“ და „ეროვნულ-დემოკრატიული პარტია“ (1-1%). ალიაშიც გააქტიურდა ცენტრალური საარჩევნო კომისიის გაშუქება (2%) და შემცირდა პარლამენტის გაშუქება, რაც ლოგიკურიცაა, იქიდან გამომდინარე, რომ მიმდინარეობს საპარლამენტო არჩევნებისთვის მზადება და წინა მოწვევის პარლამენტი კი არ ფუნქციონირებს.

მასალის ტონების მიხედვით ანალიზის შედეგად გამოვლინდა, რომ გამოცემაში მკვეთრად ნეგატიური განწყობა ფიქსირდება ხელისუფლების მიმართ. ამაზე მიუთითებს ის ფაქტი, რომ პრეზიდენტისთვის დათმობილი ფართობის - 74%, ხოლო მთავრობისთვის დათმობილი ფართობის 54% 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 არა მხოლოდ აქვეყნებს, ზოგჯერ მათ სათაურადაც კი იყენებს. გარდა სიძულვილის გამომხატველი განცხადებებისა, არის პრეზიდენტისა და ხელისუფლების სხვა წარმომადგენლების ირონიულად მოხსენიების შემთხვევებიც. აღსანიშნავია, რომ გამოცემა არც ერთი პოლიტიკური ძალის მიმართ კეთილგანწყობას ან მხარდაჭერას არ აფიქსირებს.

გარდა არაეთიკური გამოთქმებისა, გამოცემა ნეგატიური დამოკიდებულების გამოსამჟღავნებლად იყენებს ილუსტრაციებსაც.

სტატის ენასთან ერთად, მონიტორინგის დროს დაკვირვება ხდებოდა დაბალანსებული და ფაქტებზე დაფუძნებული ინფორმაციის მოწოდების კუთხითაც. ალიაში ხშირ შემთხვევაში ბალანსი არ არის დაცული, კერძოდ 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 სტატის ავტორი გადაუმოწმებლად ავრცელებს, მართალია წყაროს მითითებით, მაგრამ ფაქტი არცთუ ისე იშვიათად გადამოწმებული არ არის. ზოგ შემთხვევაში კი წყაროც არაა ცნობილი მკითხველისთვის, რადგან ჟურნალისტი მას ან ანონიმურ ან სანდო წყაროდ მოიხსენიებს.

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 გამოცემებისგან განსხვავებით, პრეზიდენტს დაეთმო, რომლის მიმართაც ნეგატიური ტონი ჭარბობს.

კვირის პალიტრაში ფართობის განაწილების კუთხით გამორჩეული სურათია, ვინაიდან ყველაზე ხშირად გაშუქებულ სუბიექტად გამოვლინდა პრეზიდენტი, თუმცა განსხვავება მას და მის მომდევნო სუბიექტს შორის განსხვავება ძალიან მცირეა. პრეზიდენტს დაეთმო საერთო ფართობის 35%, ხოლო „ქართულ ოცნებას“ – 34%. დიდი პროცენტული განსხვავებაა მეორე და მესამე ყველაზე ხშირად გაშუქებულ სუბიექტებს შორის. „ქართულ ოცნებას მოსდევს „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“, რომელმაც ფართობის 7% დაიკავა. დანარჩენ პოლიტიკურ სუბიექტებს შორის გაშუქდნენ „ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა“(6%) და „ქართული დასი“(1%) .

სუბიექტების ტონებთან დაკავშირებით საყურადღებოა, რომ პრეზიდენტის, ხელისუფლებისა და მთავრობის მიმართ ნეგატიური ტონი ჭარბობს. ჟურნალისტის ტონის ცალკე გამოყოფის შედეგად კი ნათლად ჩანს, რომ ნეგატიური ტონის გარკვეული ნაწილი ჟურნალისტებზე მოდის, განსაკუთრებით პრეზიდენტის შემთხვევაში. დანარჩენი სუბიექტების მიმართ ჟურნალისტის ტონი ნეიტრალურია.

კვირის პალიტრის ჟურნალისტები მეტ-ნაკლებად ცდილობენ დაიცვან ჟურნალისტური სტანდარტები, 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. 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.

„კვირის ქრონიკაში“ ყველაზე მეტი ფართობი დაეთმო კოალიცია „ქართულ ოცნებას“ (39%), რომელსაც მოსდევს პრეზიდენტი (20%) და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ (14%). წინასაარჩევნო პერიოდის დაწყებასთან ერთად უფრო აქტიურად შუქდება საერთაშორისო ორგანიზაციების განცხადებები და გამოცემა ცდილობს ანალიტიკური მასალა მიაწოდოს მკითხველს საარჩევნო საკითხებზე. პოლიტიკურ ორგანიზაციებს შორის ასევე „კვირის

ქრონიკის“ ფურცლებზე მოხვდნენ „თავისუფალი საქართველო“, „ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა“ და „ლეიბორისტული პარტია. სხვა გამოცემების მსგავსად აქაც უფრო ხშირადაა წარმოდგენილი ცენტრალური საარჩევნო კომისია და მის საქმიანობასთან დაკავშირებული საკითხები, ვიდრე ეს წინა საანგარიშო პერიოდებში ხდებოდა.

სუბიექტის ტონებში ნეგატიური ტონი ჭარბობს თითქმის ყველა სუბიექტის მიმართ, გარდა ქართული ოცნებისა, რომელიც ძირითადად ნეიტრალურად არის გამოქვეყნებული და მის მიმართ 18% დადებითი ტონიც დაფიქსირდა. ნეგატიური ტონი დაფიქსირდა პრეზიდენტის, „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“, მთავრობისა და ხელისუფლების მიმართ. (სუბიექტი „ხელისუფლება“ გულისხმობს ხელისუფლების ხსენებას მისი რომელიმე შტოს დაკონკრეტების გარეშე). ჟურნალისტის ტონის ცალკე გამოყოფამ კი აჩვენა, რომ ამ ნეგატიურ ტონს რესპონდენტების გარდა, ჟურნალისტებიც ავლენდნენ.

„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. ასეთი ინფორმაცია ძირითადად სკანდალური თემაა, ეხება ან გასაიდუმლოებულ ინფორმაციას ან ისეთ დეტალს, რომელიც ექსკლუზიურად „ქრონიკამ“ „სანდო“ წყაროსგან მიიღო. ასეთი წყაროები ძირითადად ანონიმურია, რაც ზოგჯერ კითხვის ნიშნის ქვეშ აყენებს ინფორმაციის სანდოობას.

სიზუსტის თვალსაზრისით, აღსანიშნავია, რომ არის შემთხვევები, როცა მკითხველისთვის გაუგებარია ვინაა რესპონდენტი. ჟურნალისტი კი წერს სახელსა და გვარს, მაგრამ მისი სტატუსი ან რატომ არის კომპეტენტური მოცემულ საკითხში კონკრეტული პიროვნება, გაუგებარი რცება.

აღიას მსგავსად „კვირის ქრონიკაც“ არ ერიდება არაეთიკური გამოთქმების არც გამოქვეყნებას და არც თავად ჟურნალისტების მიერ მათ გამოყენებას. საანგარიშო პერიოდში მონიტორინგის ქვეშ მოექცა სტატიები, რომლებიც გამოირჩეოდნენ ჟურნალისტის

აგრესიული და ცინიკური ტონით ხელისუფლების ან განსახილველი საკითხის მიმართ. ასე მაგალითად, სტატია „უმორჩილესად გთხოვთ, გამიტაცოთ“ ეძღვნება ლაფანყურში ჩატარებულ სპეცოპერაციას, სადაც ჟურნალისტი ინფორმაციის მიწოდების ნაცვლად დამცინავად საუბრობს მთელ ღონისძიებაზე. აღსანიშნავია, რომ ასეთი ტიპის სტატია არა ერთი იბეჭდება „კვირის ქრონიკის“ ფურცლებზე და არც ერთ მათგანს არ აქვს მინიშნება, რომ ის საავტორო სვეტია.

„კვირის ქრონიკაში“ ასევე გამოვლინდა ქსენოფობიური განცხადებების შემთხვევა, როცა მთიანი სტატია მიეძღვნა ინდოელების კახეთში ჩასახლების თემას. სტატიაში ჟურნალისტი უპატივცემულად წერს უცხო ეროვნების ადამიანებზე და ამასთან კატეგორიულად აცხადებს, რომ კახელებისა და ინდოელების თანაცხოვრება ვერ შედგება. (ციტატა: „არა, ჩვენ ამას არ დავუშვებთ, არა!“- სტატიის სათაური: „ჭემმარიტი მიშმაკიზმი: ანუ ჩემი ჰინდუსი მეზობლები“).

წინა შემთხვევის მსგავსად, ამ სტატიასაც არ აქვს არავითარი მინიშნება, რომ ის საავტორო სვეტია ან რამე სხვა ტიპის არასაინფორმაციო სტატია.

ასავალ-დასავალი

ასავალ-დასავალის მონიტორინგისას თვალშისაცემია პოზიტიური ტონი კოალიცია „ქართული ოცნების“ მიმართ და ნეგატიური დამოკიდებულება ხელისუფლებისადმი. ყველაზე ხშირად გაშუქებული სუბიექტია „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 39% დაეთმო ქართულ ოცნებას, თუმცა მის მომდევნო სუბიექტი, პრეზიდენტი, მცირედით ჩამოუვარდება და მასზე საერთო ფართობის 30% მოდის. სხვა პოლიტიკურ პარტიებს ნაკლები ფართობი ეთმობა ასავალ-დასავალში. სხვა პარტიებს შორის შედარებით მცირე პროცენტით გაშუქდნენ „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“,

„თავისუფალი საქართველო“, „ეროვნულ-დემოკრატიული პარტია“ და „ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა“.

მასალის ტონის მიხედვით ანალიზისას თვალშისაცემია პოზიტიური ტონის სიჭარბე კოალიცია „ქართული ოცნების“ მიმართ (58%), მაშინ როცა დანარჩენი სუბიექტები ნეგატიურ ტონში ხშირად შუქდებიან. პრეზიდენტისთვის დათმობილი ფართობის 88% ნეგატიურ ტონია, „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“, მთავრობისა და ხელისუფლების შემთხვევაშიც დომინანტური უარყოფითი ტონია. იგივე ტენდენცია შენარჩუნდა ჟურნალისტის ტონის ცალკე გამოყოფის შემდეგაც, რაც იმაზე მიუთითებს, რომ პოზიტიური თუ ნეგატიური ტონი ამა თუ იმ სუბიექტის მიმართ ხშირ შემთხვევაში თავად გამოცემის ჟურნალისტების მიერ იყო დაფიქსირებული.

„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. გარდა კრიტიკისა, ჟურნალისტები რიგ შემთხვევაში ერთგვარ მინიშნებასაც აკეთებენ, რომ ხელისუფლება უნდა შეიცვალოს.

ყოველკვირეული ჟურნალები

ტაბულა

ამ საანგარიშო პერიოდში მოექცა ტაბულას მხოლოდ ერთი ნომერი, ვინაიდან აგვისტოში ჟურნალმა მცირე ხნით შეისვენა და ამიტომ ამ პერიოდის მონიტორინგში (14 აგვისტო-10 სექტემბერი) მოხვდა მხოლოდ სექტემბრის პირველი ნომერი. შესაბამისად, დიაგრამებში სუბიექტების სიმრავლე არ შეინიშნება და ფართობიც იმდენად მცირეა, რომ ჭირს სრულყოფილი ანალიზის გაკეთება.

მონიტორინგის სუბიექტებს შორის „ტაბულას“ ამ კონკრეტულ ნომერში მოხვდნენ „ქართული ოცნება“, მთავრობა, ცესკო და პრეზიდენტი. ყველაზე მეტი ფართობი კოალიციას დაეთმო (84%).

ტონი სუბიექტების მიმართ ნეიტრალურია. ნეგატიური ტონი დაფიქსირდა მხოლოდ კოალიცია „ქართული ოცნების“ მიმართ სხვა სუბიექტების მიერ და ასევე ფოტოს საშუალებით.

მასალის სიმწირე არ იძლევა თვისებრივი ანალიზის ჩატარების და ტენდენციებზე საუბრის საშუალებას.

თბილისელები

ჟურნალი თბილისელები წინა ანგარიშების მსგავსად ახლაც გამორჩეულია იმ კუთხით, რომ ყველაზე ხშირად გაშუქებული სუბიექტი „ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობაა“. ასევე საყურადღებოა, რომ შემცირდა სტატიების რაოდენობა, რომელიც დაკვირვებისთვის შერჩეულ სუბიექტებს ეხება და იმატა ინტერვიუებმა ცალკეულ პოლიტიკოსებთან.

კვლევის შედეგად „თბილისელებმა“ სხვა გამოცემებისგან სრულიად განსხვავებული სურათი აჩვენა სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობის კუთხით. კოალიცია „ქართულ ოცნებას“, რომელიც ყველაზე ხშირად გაშუქებული სუბიექტია სხვა გამოცემებში, აქ სულ 7% დაეთმო, „თბილისელებში“ მონიტორინგის სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობის ყველაზე დიდი წილი (43%) „ქრისტიან-დემოკრატიულ მოძრაობას“ დაეთმო, რომელსაც მოსდევს ადგილობრივი თვითმმართველობა (11%) და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ (9%).

ტონი პოლიტიკური სუბიექტების მიმართ მკვეთრად მეტწილად ნეიტრალურია როგორც სუბიექტების, ისე ჟურნალისტების მხრიდან. ნეგატიური ტონი დაფიქსირდა მთავრობის, პარლამენტისა და „ახალი მემარჯვენეების“ მიმართ. აღსანიშნავია, რომ ჟურნალისტის ტონის ცალკე გამოყოფამ და დათვლამ აჩვენა, რომ ჟურნალისტის ტონი მთავრობისა და „ახალი მემარჯვენეების“ მიმართ მთლიანად ნეგატიურია.

აღსანიშნავია, რომ არჩევნების მოახლოებასთან ერთად იმატა კერძო ინტერვიუებმა პოლიტიკოსებთან, თუმცა აქვე უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ ამ ინტერვიუებში ჟურნალისტის ტონი ძირითადად ნეიტრალურია. პოლიტიკური სტატიების რაოდენობა არ შემცირებულა გამოცემაში, თუმცა საანგარიშო პერიოდში გამოქვეყნებული სტატიების ძირითადი ნაწილი არ შეეხებოდა მონიტორინგის სუბიექტებს (მაგ. კრიტიკული სტატია გიგა ნასარიძის შესახებ).

თვისებრივი ანალიზის კუთხით საყურადღებოა, რომ სტატიებს ზოგჯერ არ ჰყავს წყარო და ფაქტები არ არის გადამოწმებული.

გზა

ჟურნალ გზაში პოლიტიკასა და პოლიტიკოსებზე მასალა საკმაოდ მწირია. ჟურნალში მონიტორინგის სუბიექტებს შორის ყველაზე ხშირად კოალიცია „ქართული ოცნება“, „ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა“ და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ გაშუქდა.

მასალის მნიშვნელოვანი ნაწილი (65%) კოალიცია „ქართულ ოცნებაზე“ მოდის. გარდა ამ სუბიექტისა გამოცემაში გვერდები დაეთმოთ როგორც მმართველ პარტიას, ისე ოპოზიციურ ძალას და სახელისუფლებო სუბიექტებს (პრეზიდენტი, მთავრობა, ხელისუფლება).

ჟურნალი გზა ნეგატიური ტონით გამოირჩევა სახელისუფლებო სუბიექტების (პრეზიდენტი, მთავრობა, ხელისუფლება) მიმართ. მათდამი ნეგატიური ტონის სიჭარბე მეტწილად უკავშირდება რუბრიკა „პროვოკატორს“, რომელიც აკრიტიკებს მიმდინარე პოლიტიკურ მოვლენებსა და 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.

სარკვე

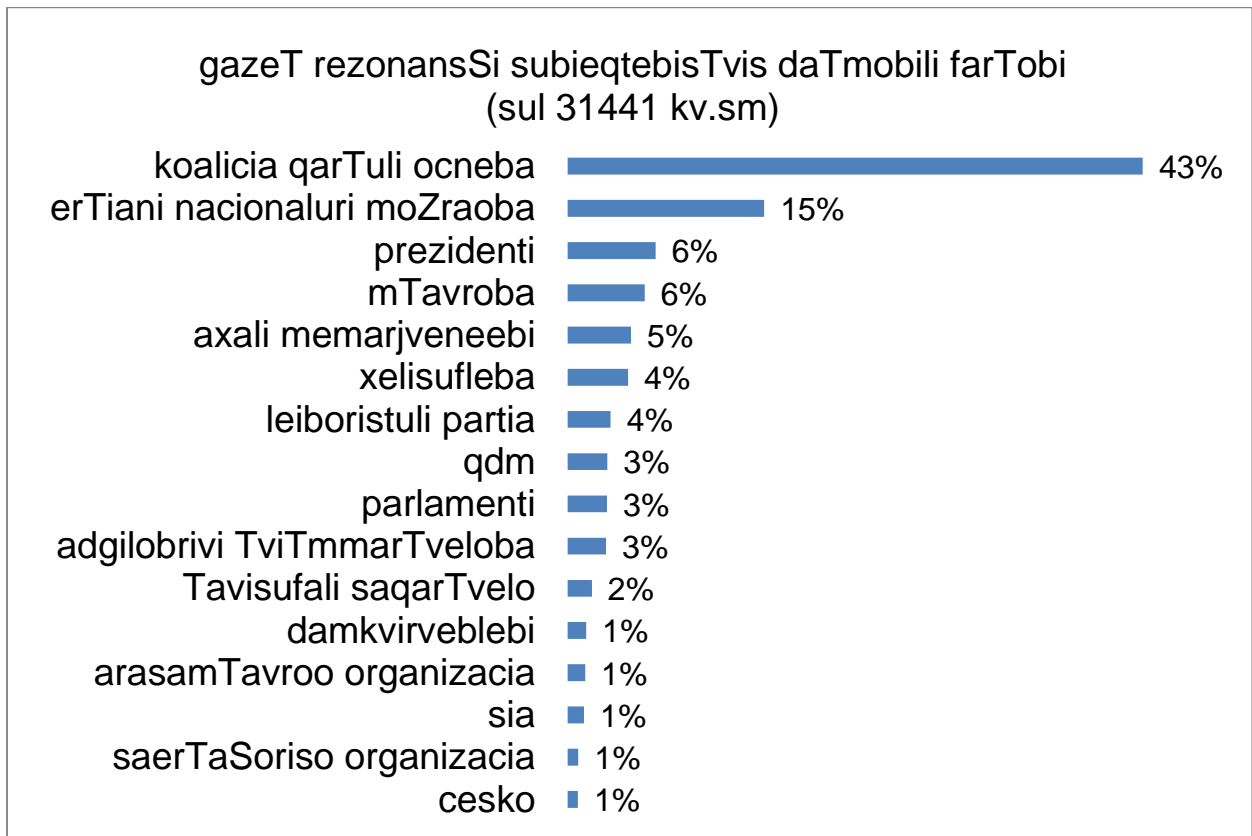
ჟურნალ სარკვეშიც, მსგავსად გზისა და თბილისელებისა, პოლიტიკურ თემებზე სტატიები მცირე რაოდენობისაა. ამ გამოცემაში ყველაზე მეტი ფართობი დაეთმო „ქართულ ოცნებას“, რომლის მიმართ ტონი ძირითადად ნეიტრალურია, თუმცა მნიშვნელოვანი ოდენობით გვხვდება პოზიტიური ტონიც.

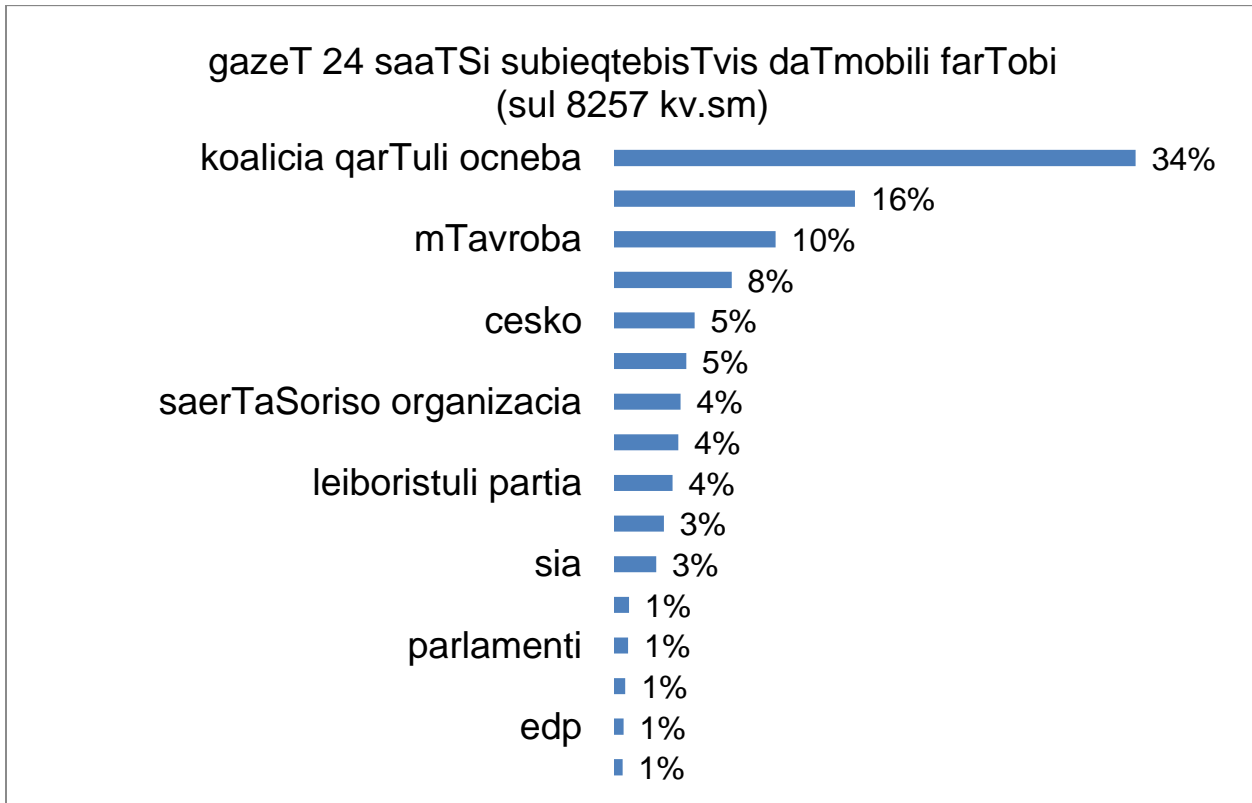
მონიტორინგის სუბიექტებს შორის ყველაზე აქტიურად „სარკვეშიც“ კოალიცია „ქართული ოცნება“ გაშუქდა (59%). სხვა გამოცემებისგან განსხვავებით, სადაც კოალიციას პრეზიდენტი ან მთავრობა მოსდევდა, აქ პირველ სამეულს პოლიტიკური პარტიები ქმნიან. „ერთიანი ნაციონალურ მოძრაობას 16% დაეთმო, „ქრისტიან-დემოკრატიულ მოძრაობას“ კი - 11%.

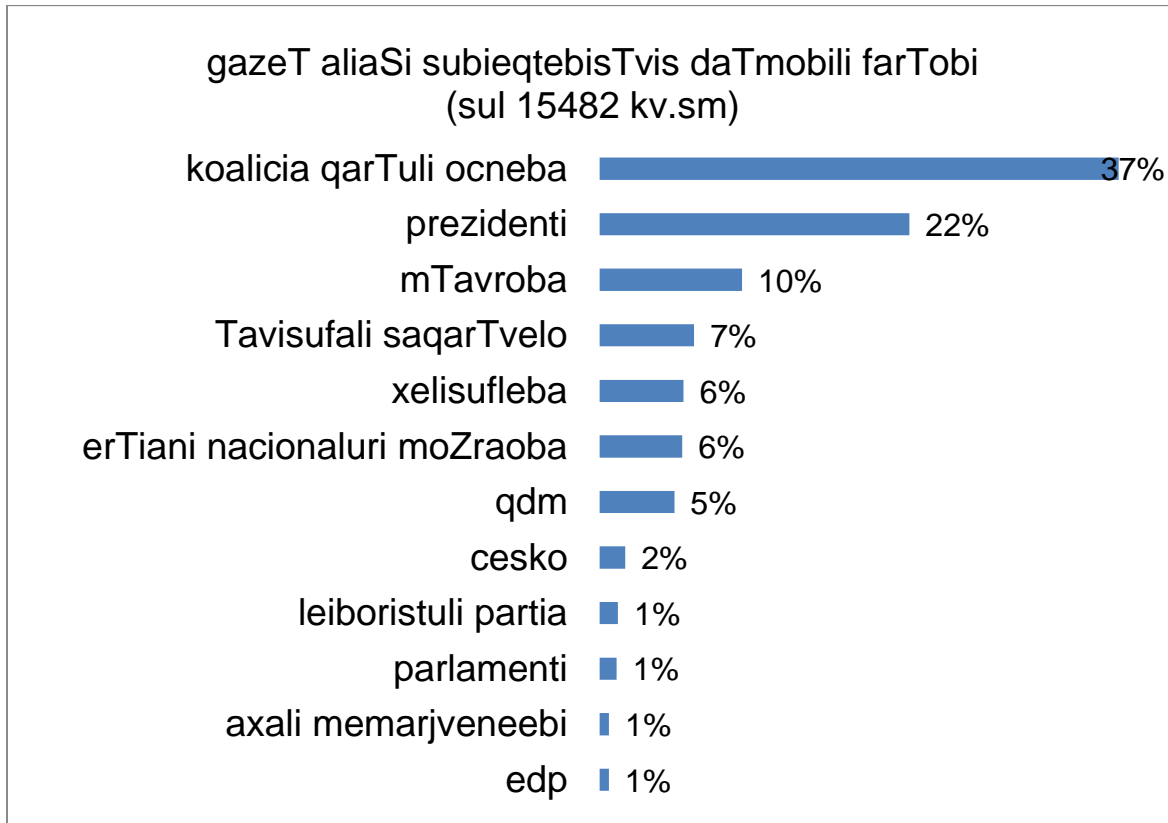
პოლიტიკური სტატიები ხშირ შემთხვევაში დაუბალანსებელია და მხოლოდ ერთი წყარო ჰყავს, ან წყარო მხოლოდ თავად ჟურნალისტია. ფაქტები იშვიათადაა გადამოწმებული.

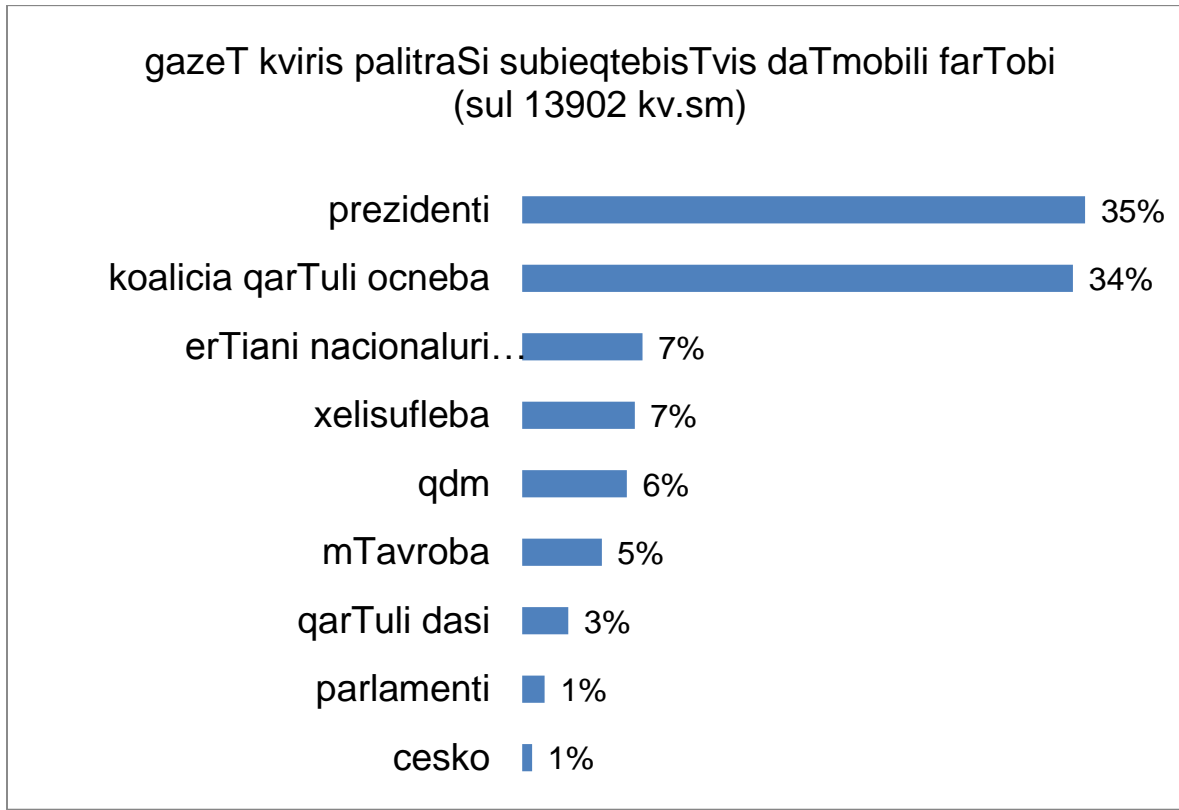
დანართი - დიაგრამები

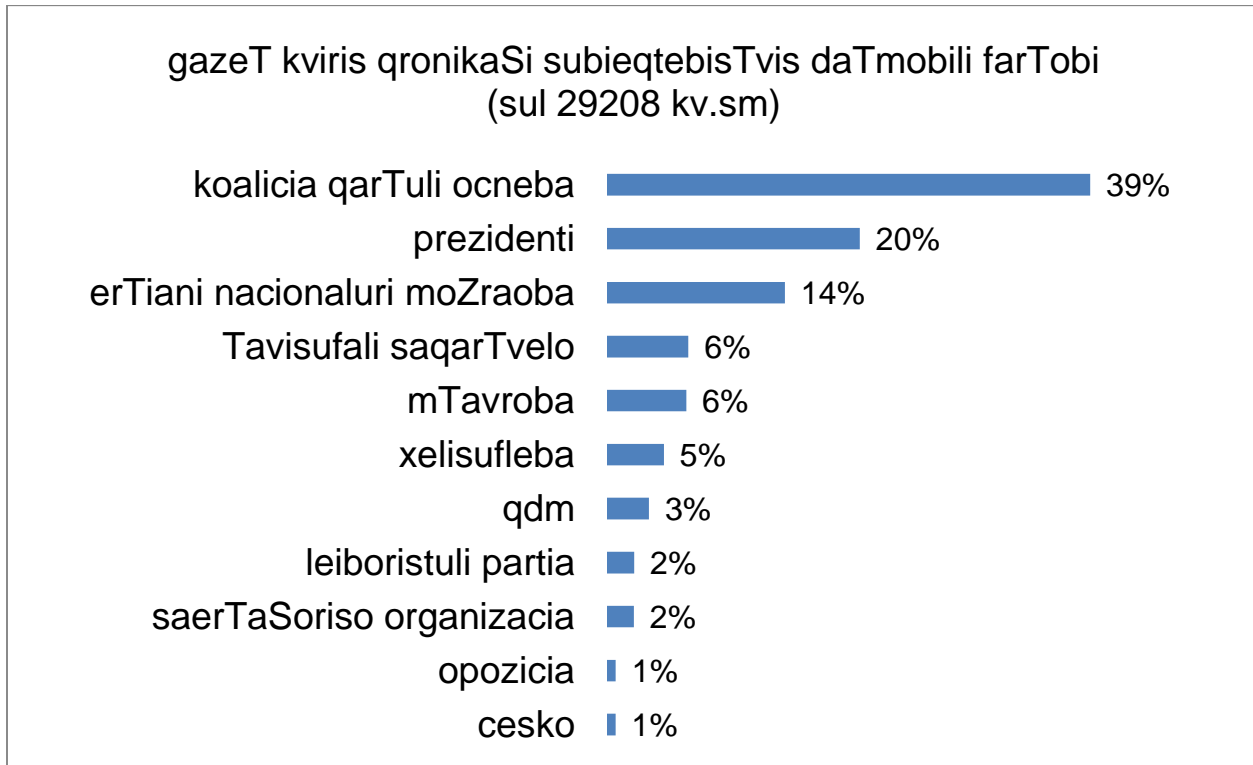
დიაგრამა Space 1

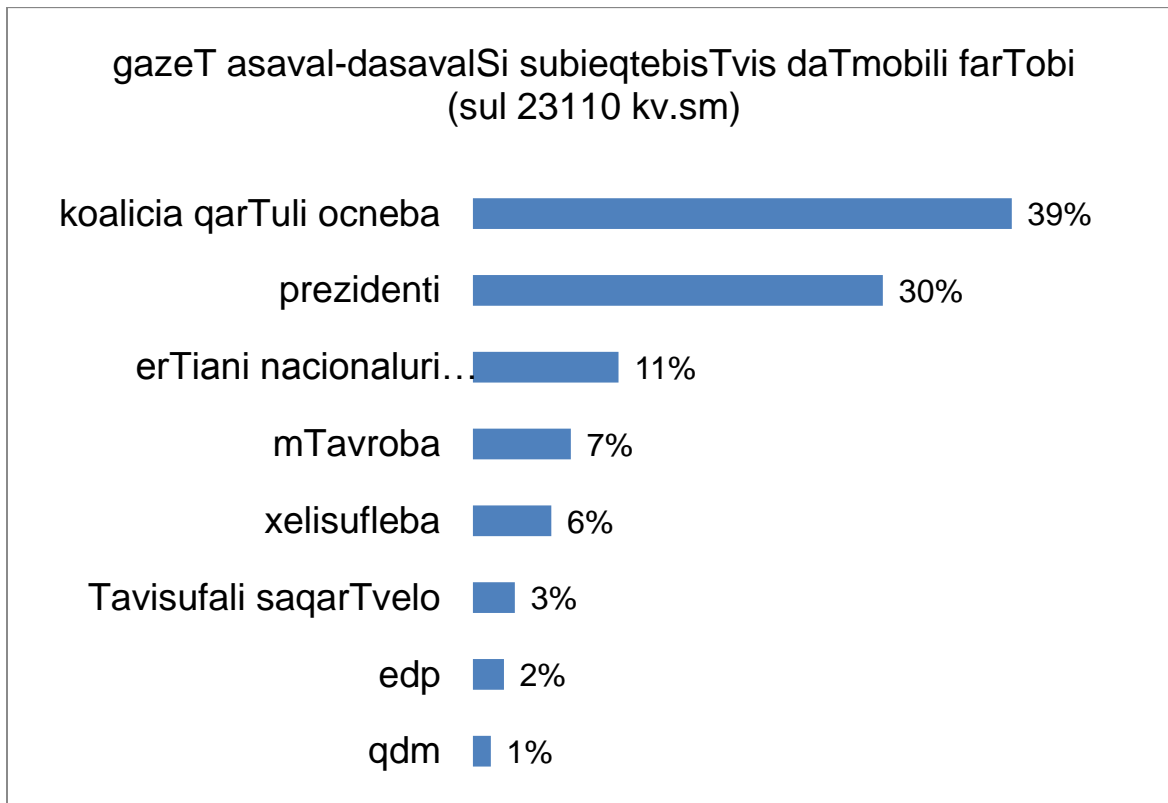


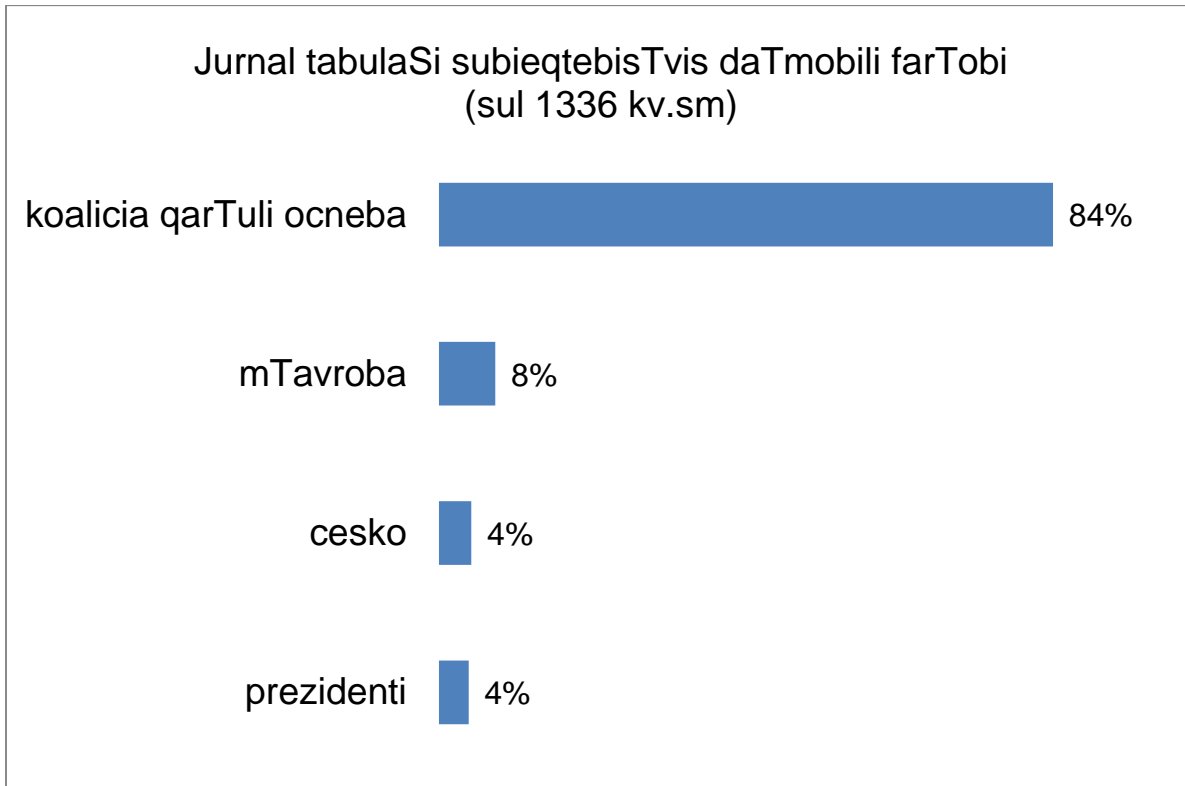


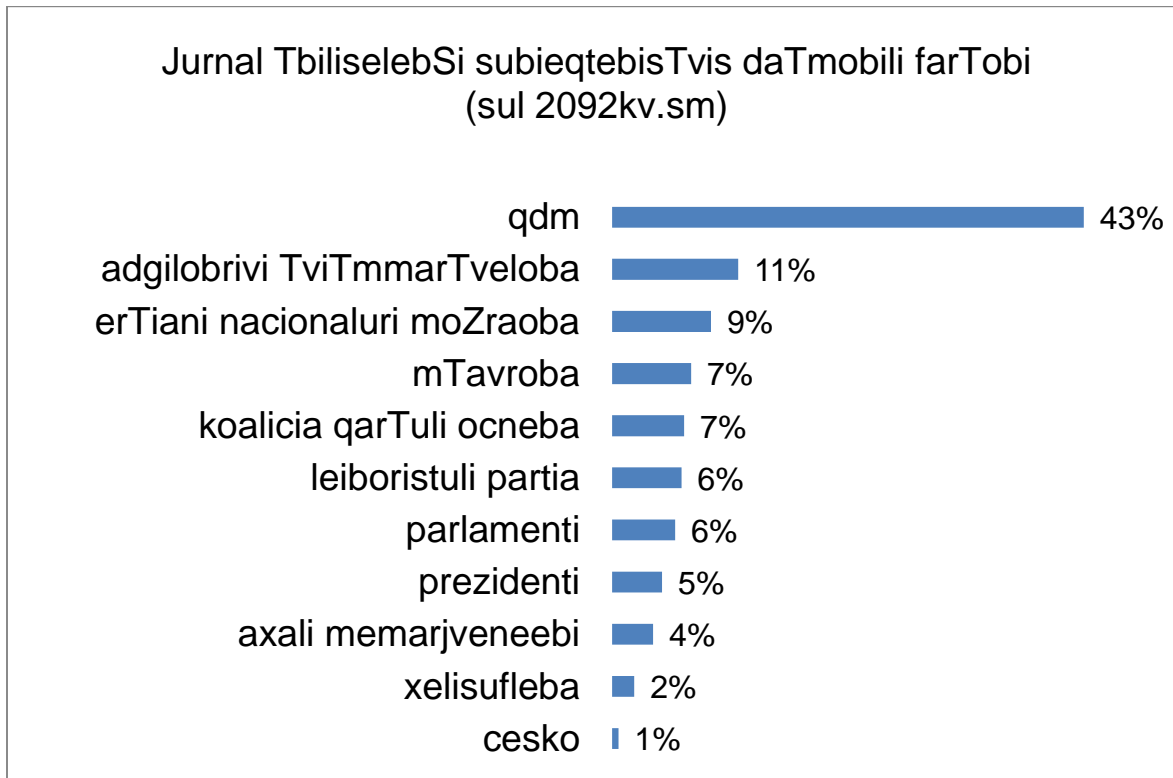




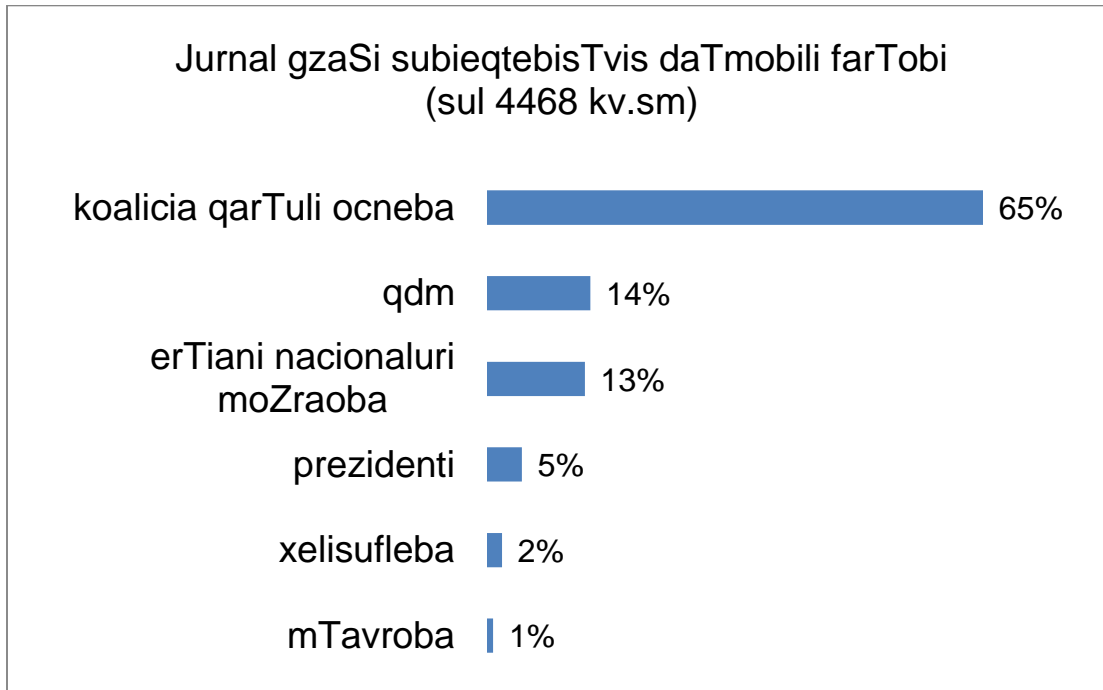




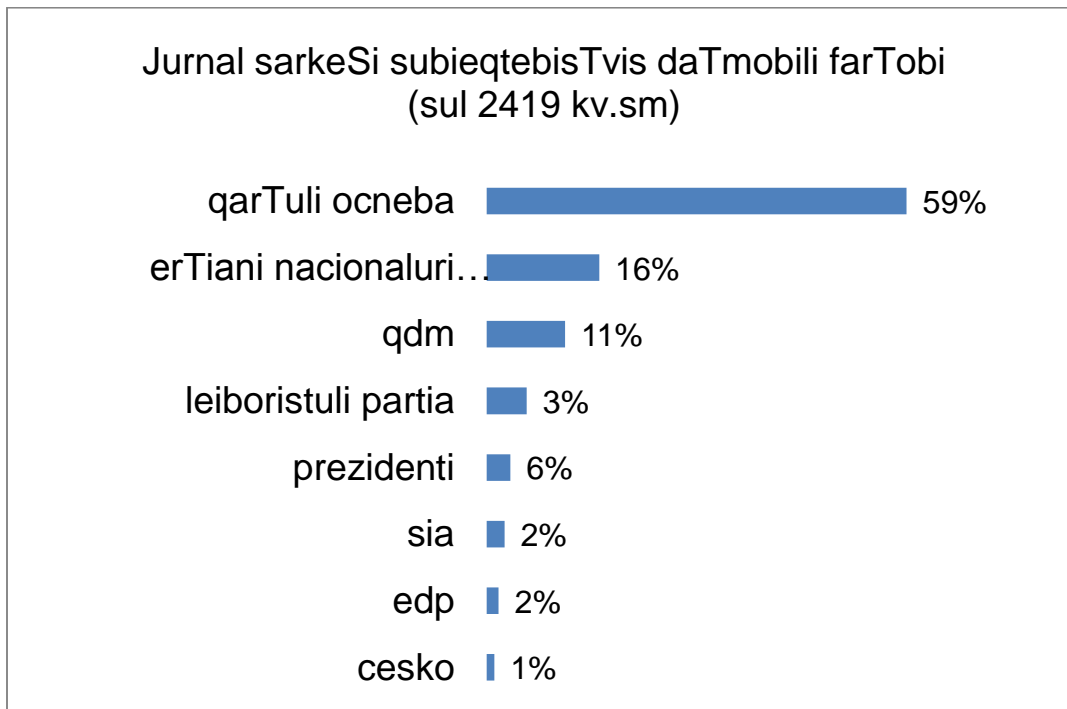




დიაგრამა Space 9

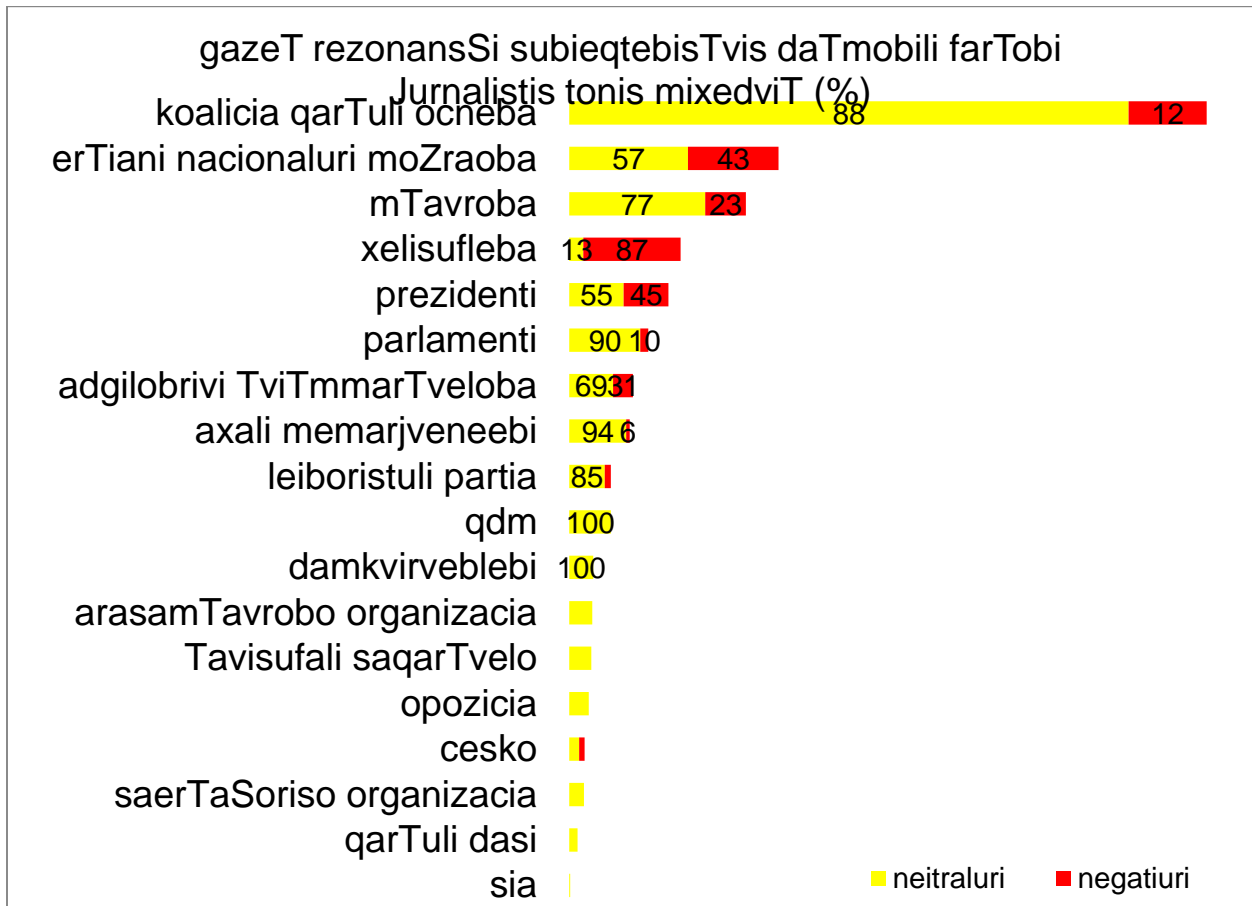


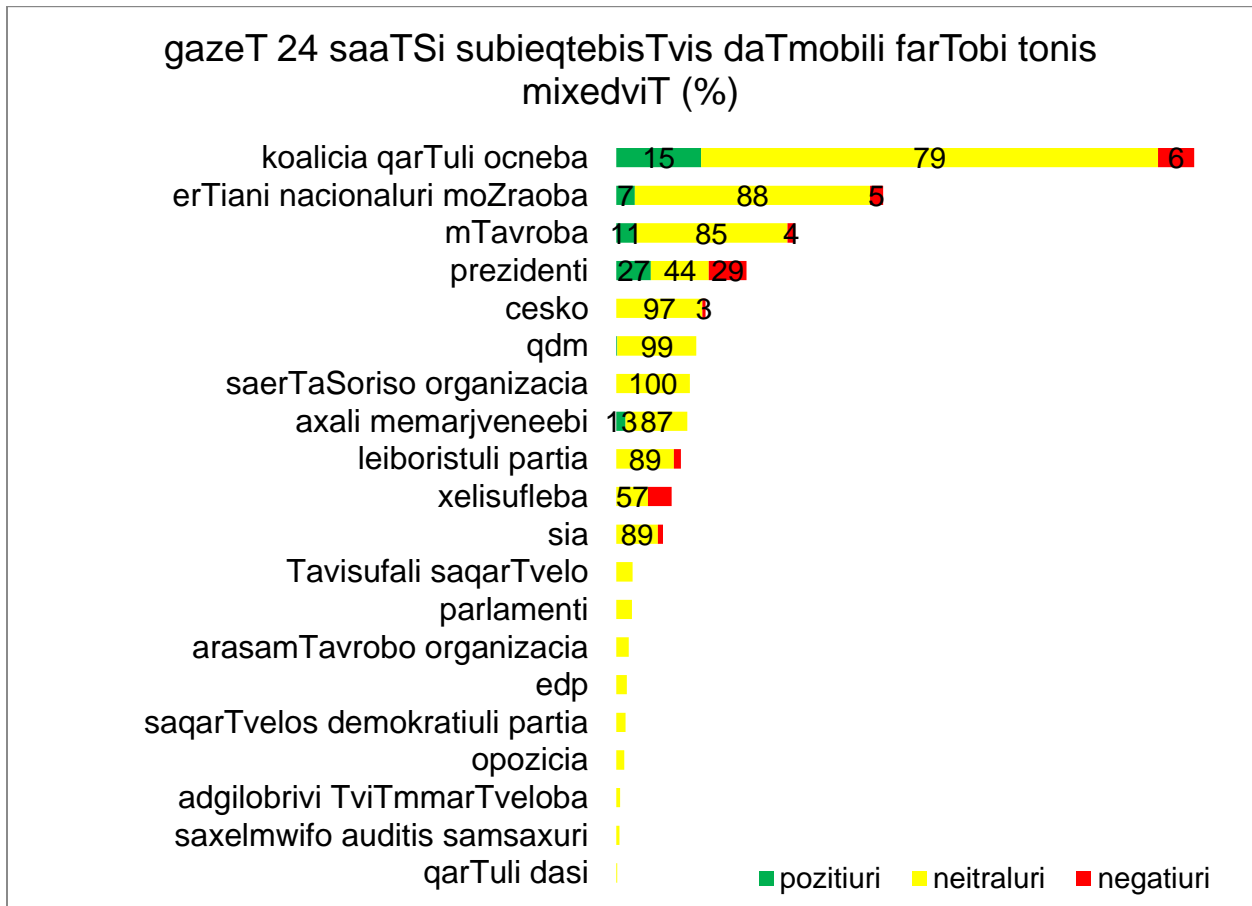
დიაგრამა Space 10

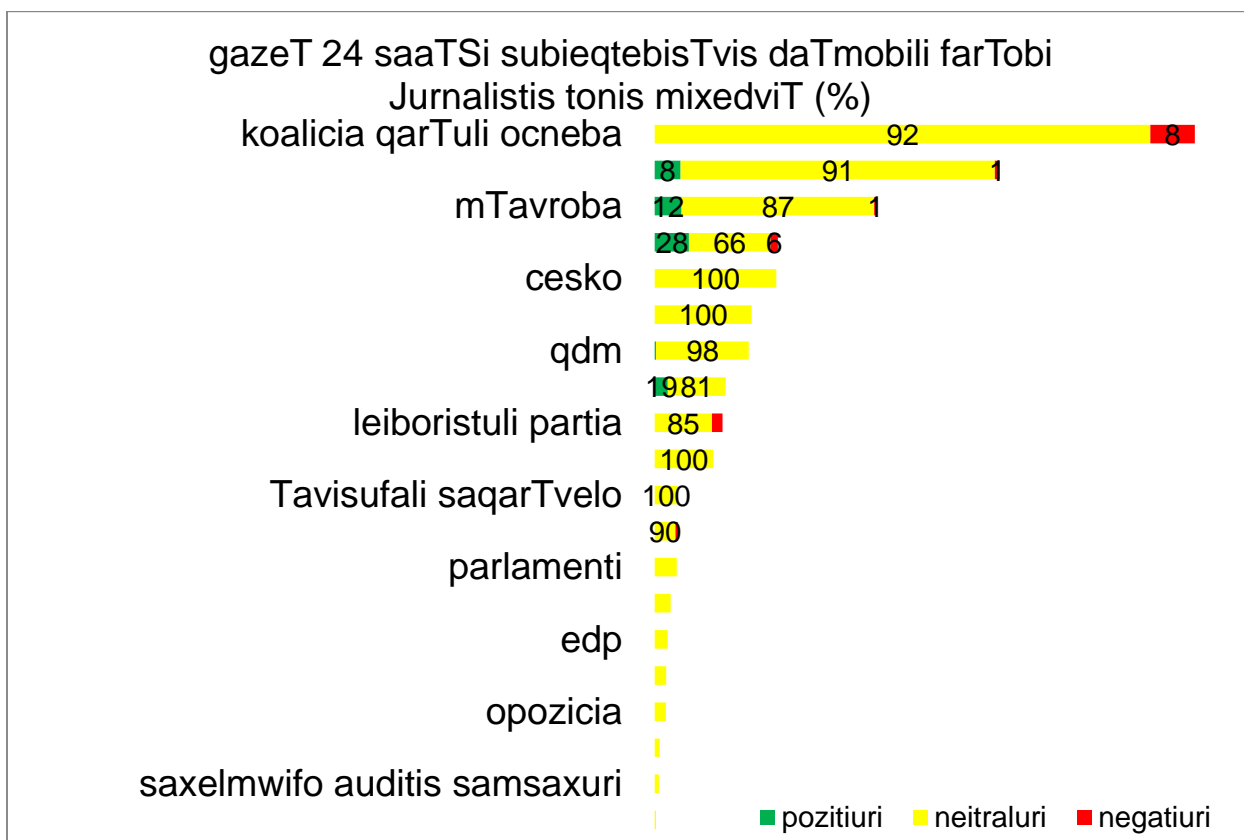


დაგრამა Tone 1

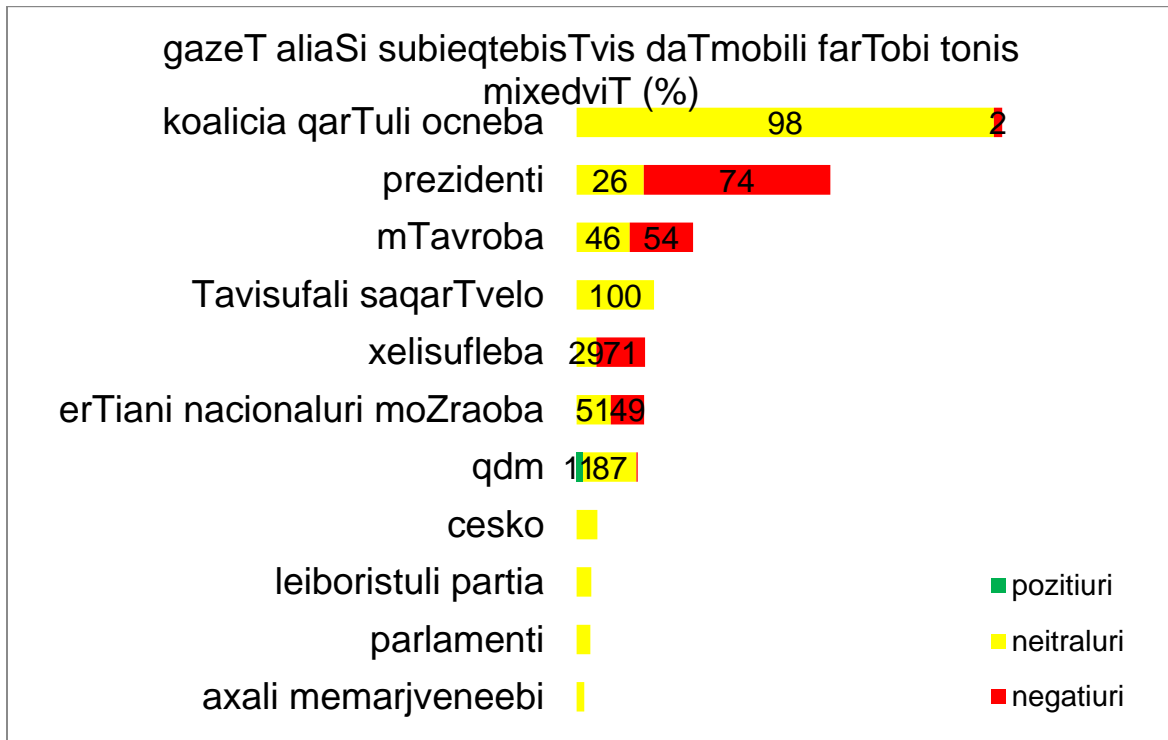




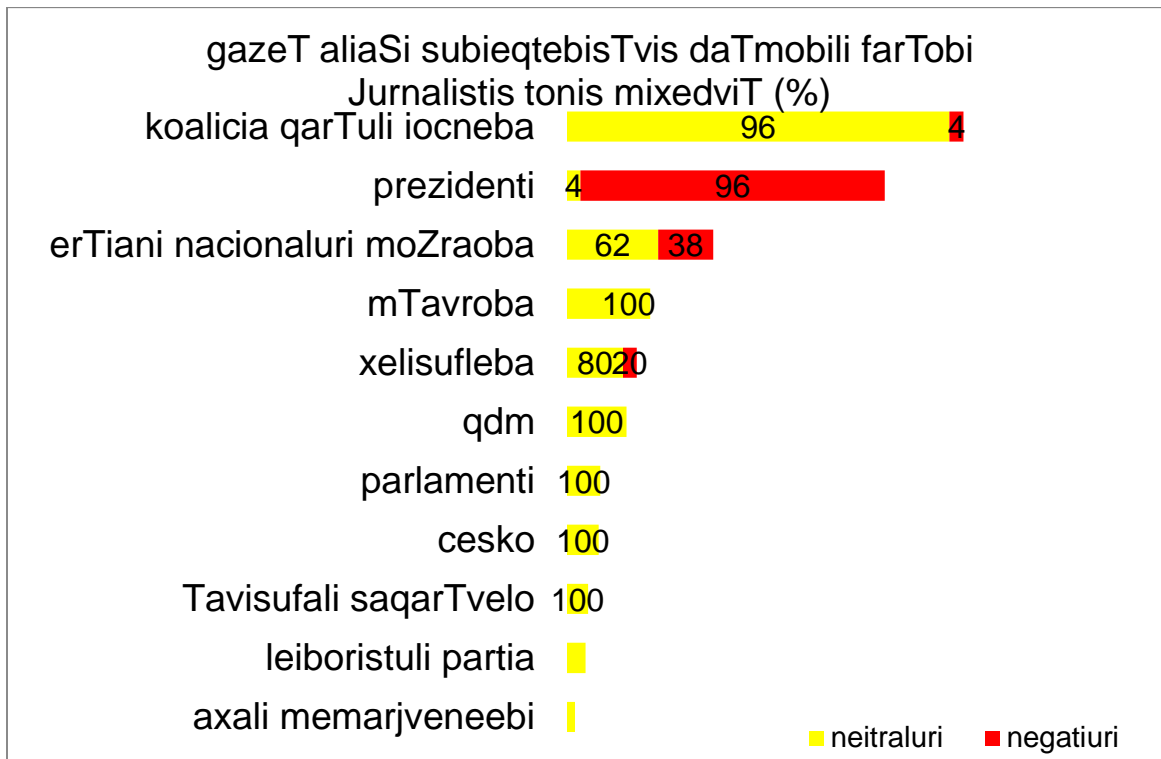




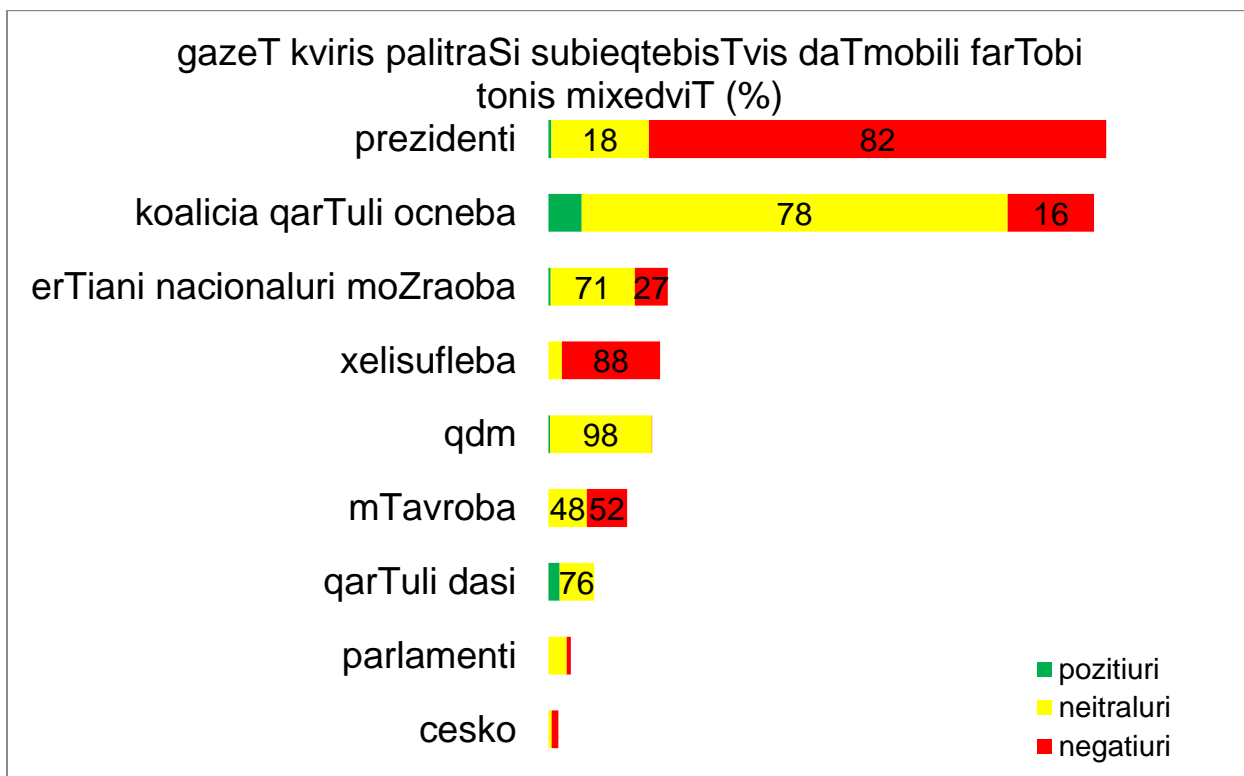
დაგრამა Tone 3

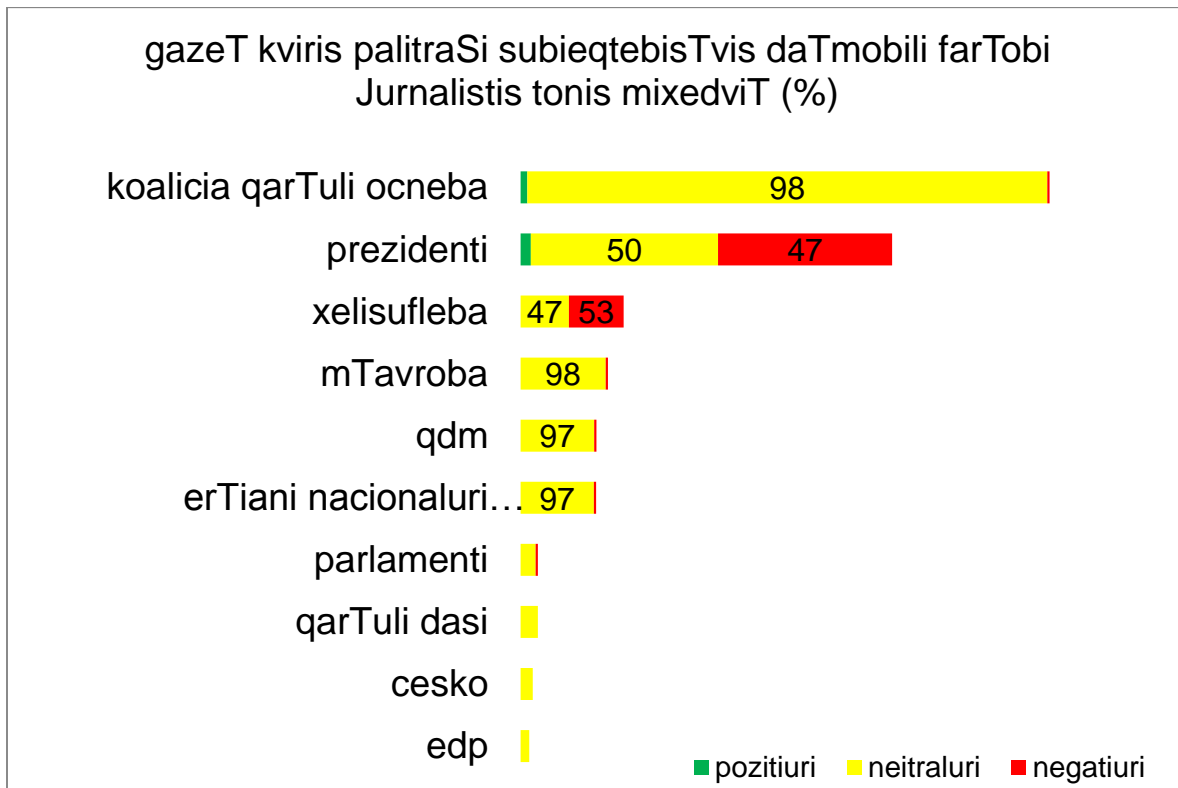


დაგრამა Tone J3

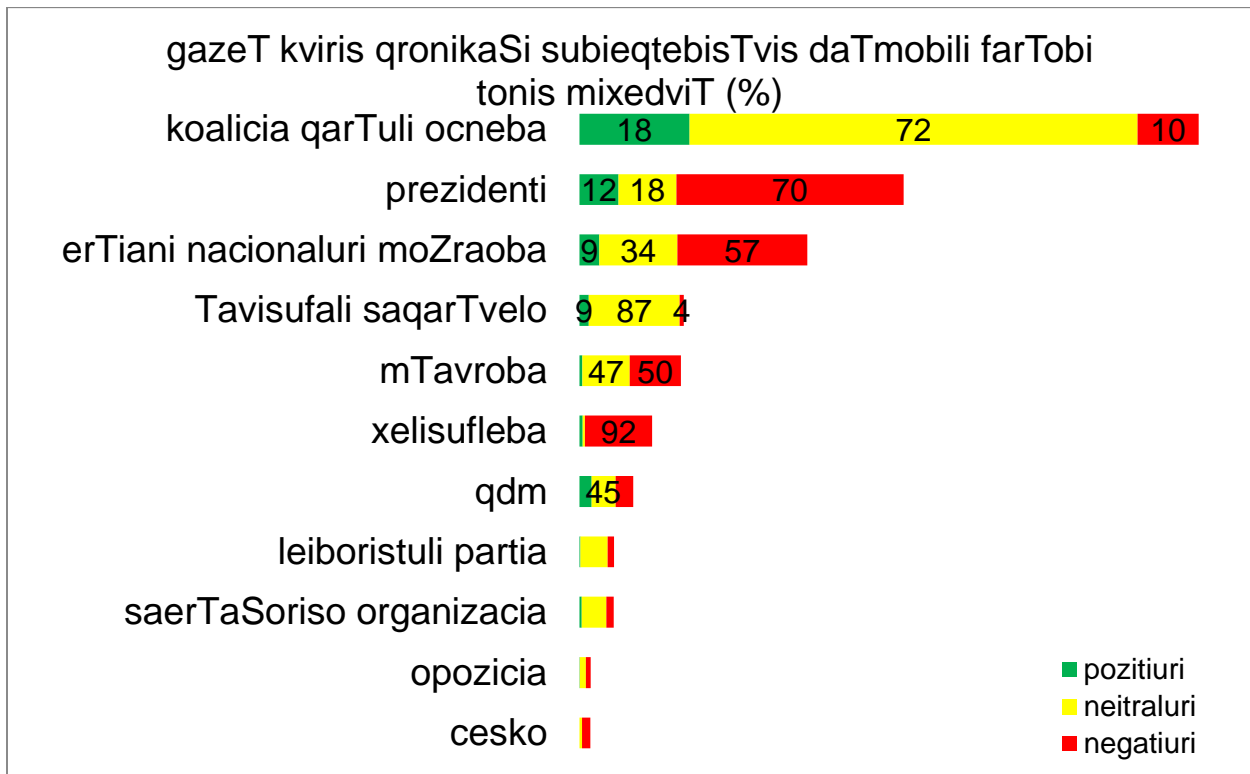


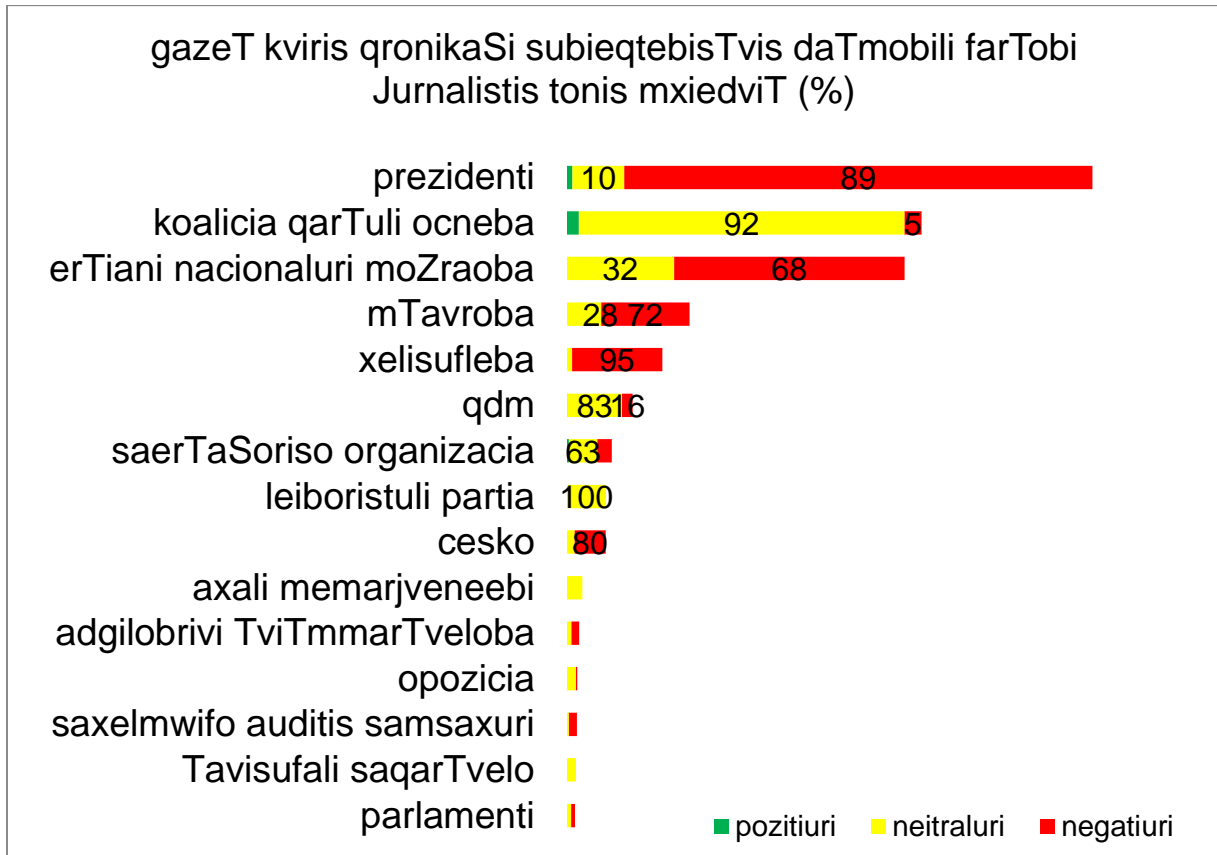
დაგრამა Tone 4



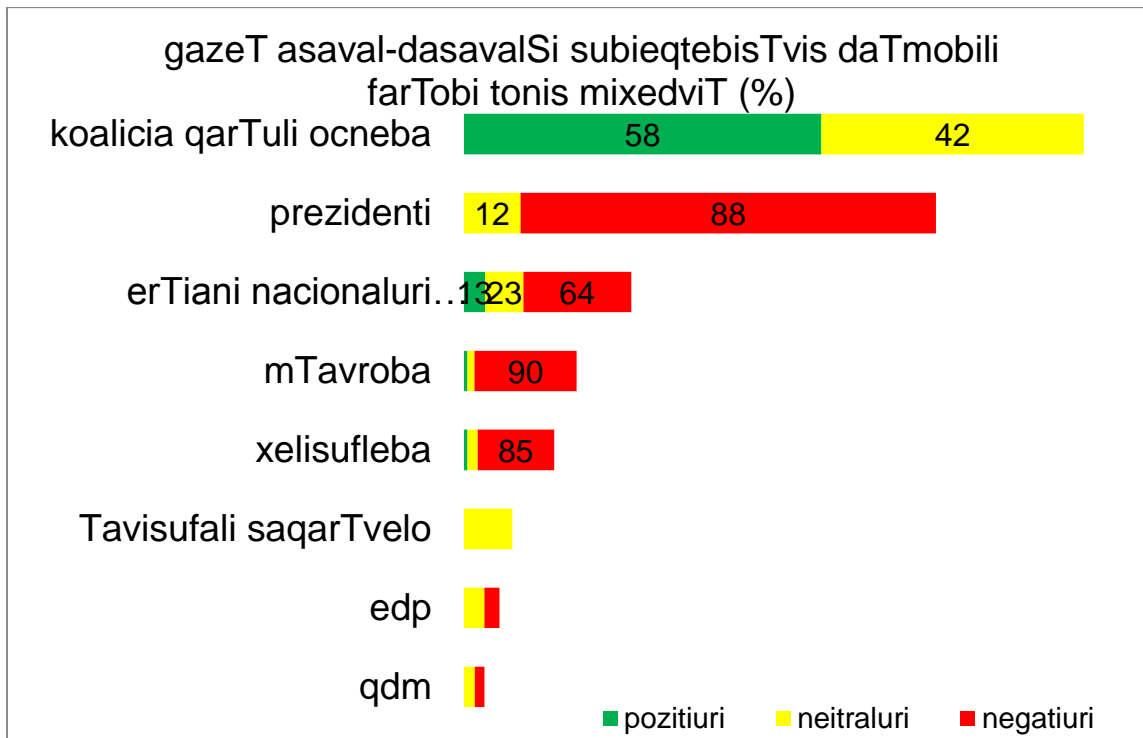


დიაგრამა Tone 5

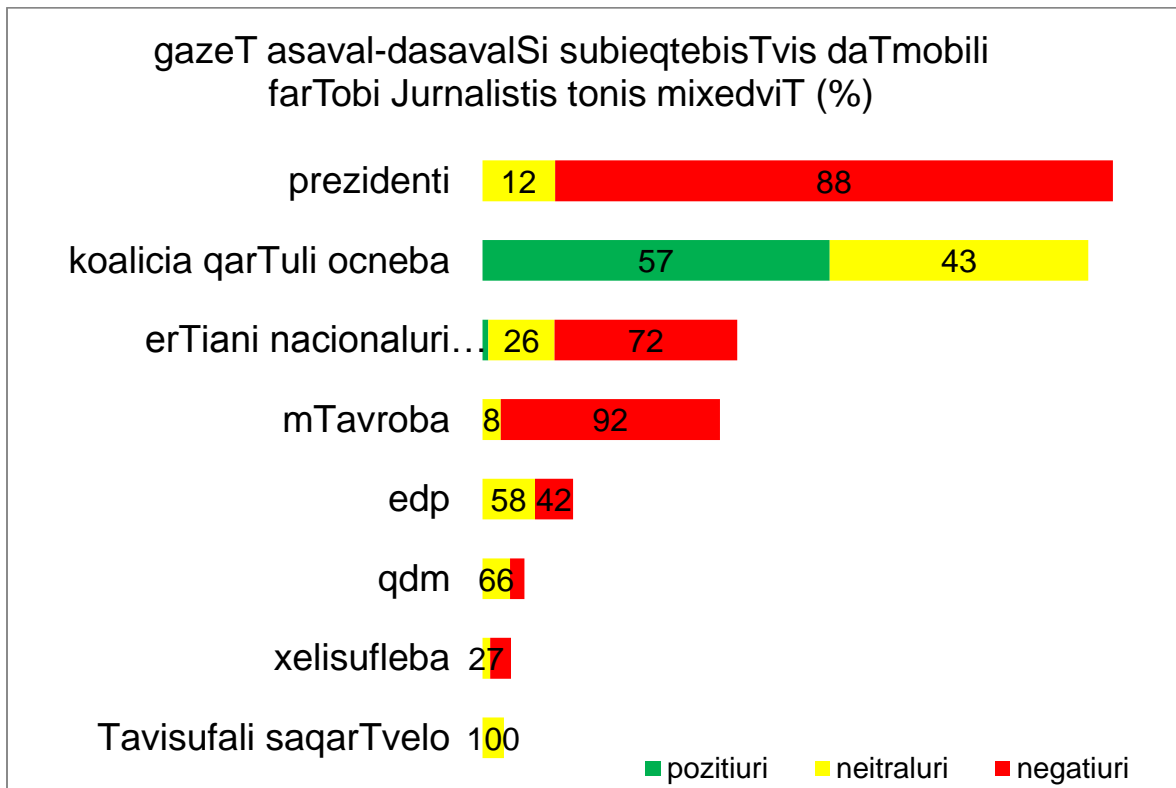




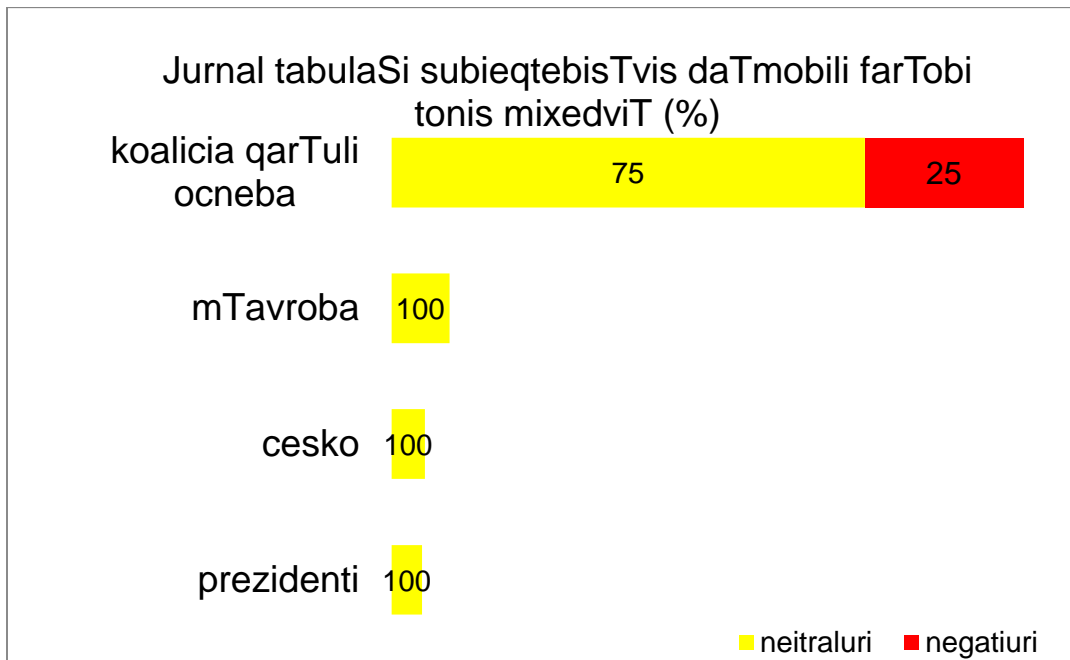
დაგრამა Tone 6



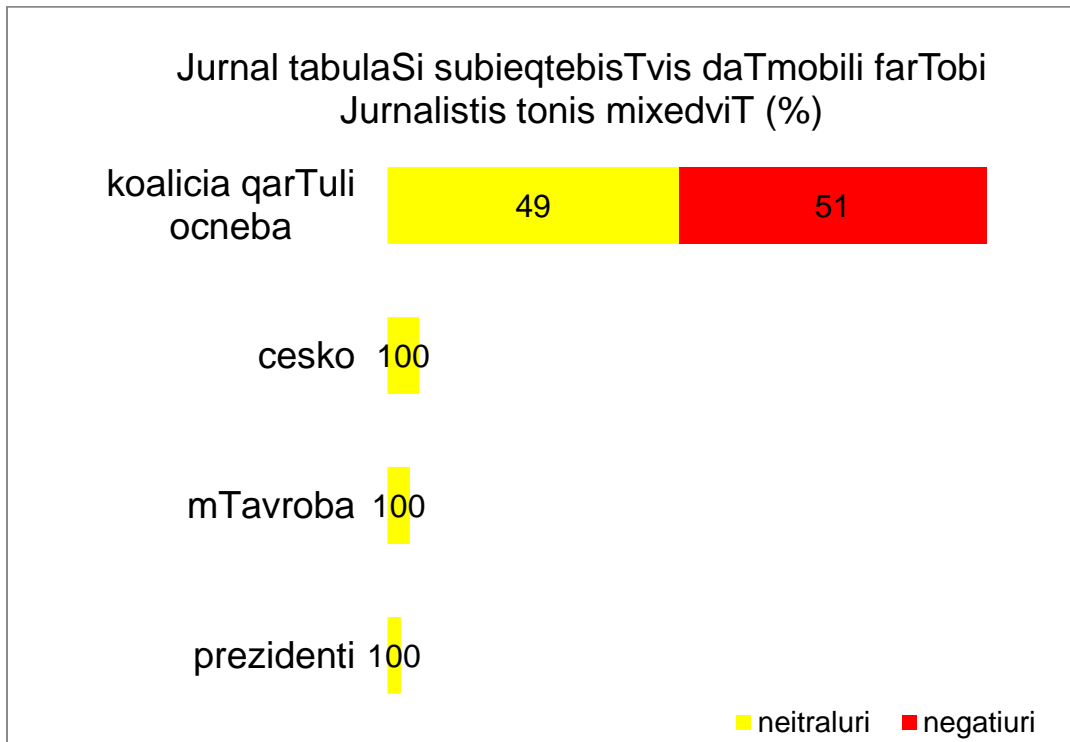
დაგრამა Tone J6



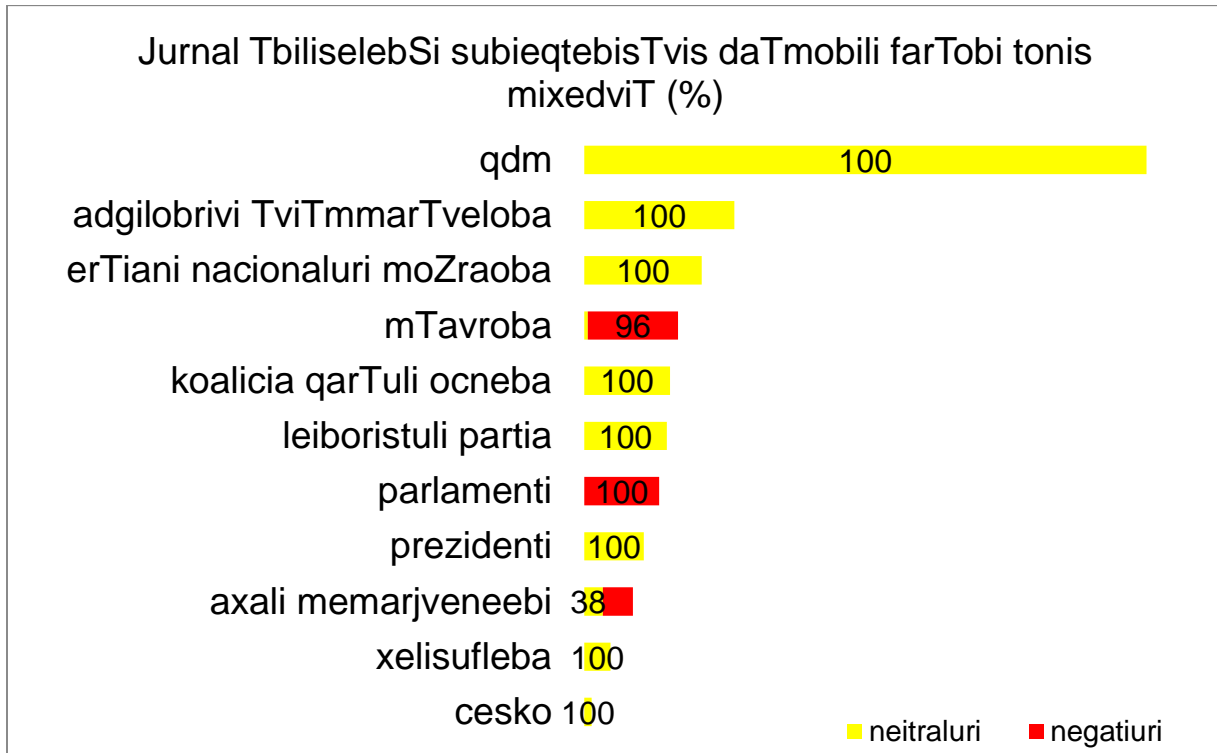
დაგრამა Tone 7



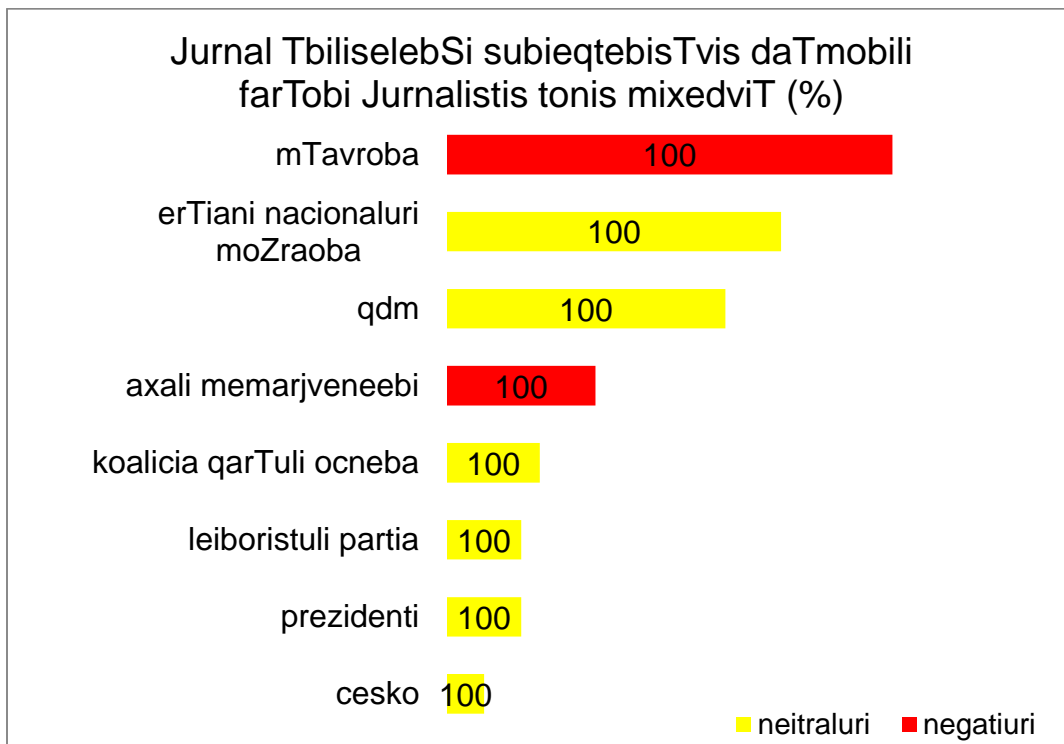
დაგრამა Tone J7



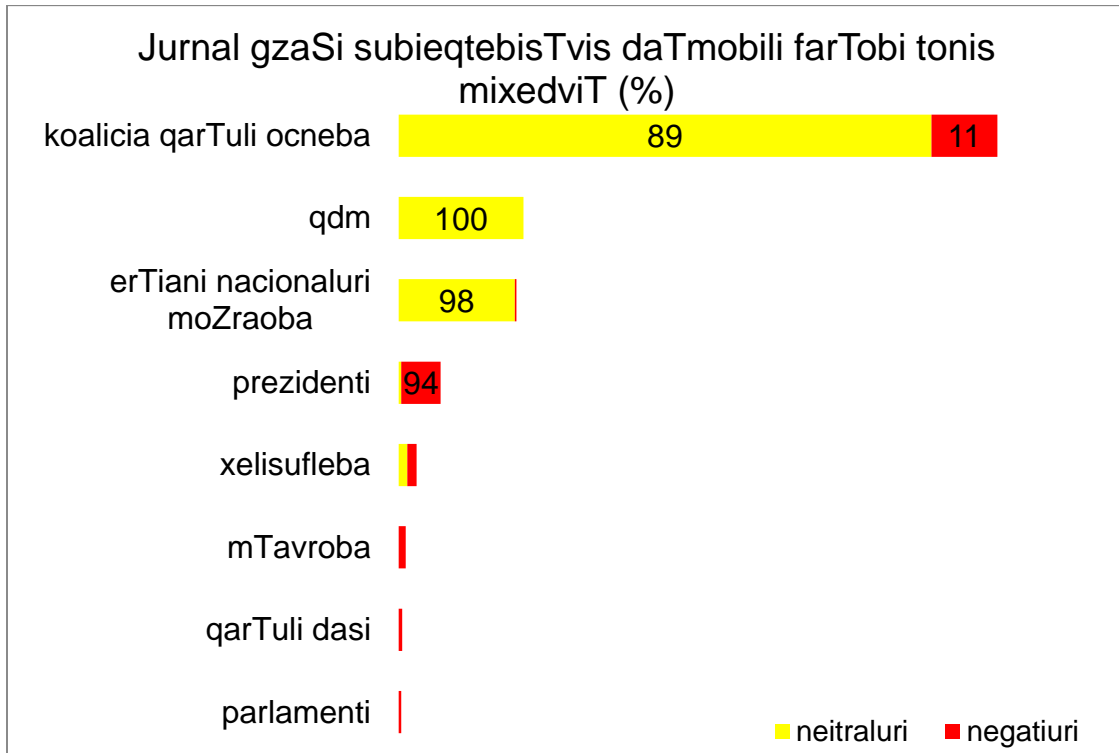
დაგრამა Tone 8



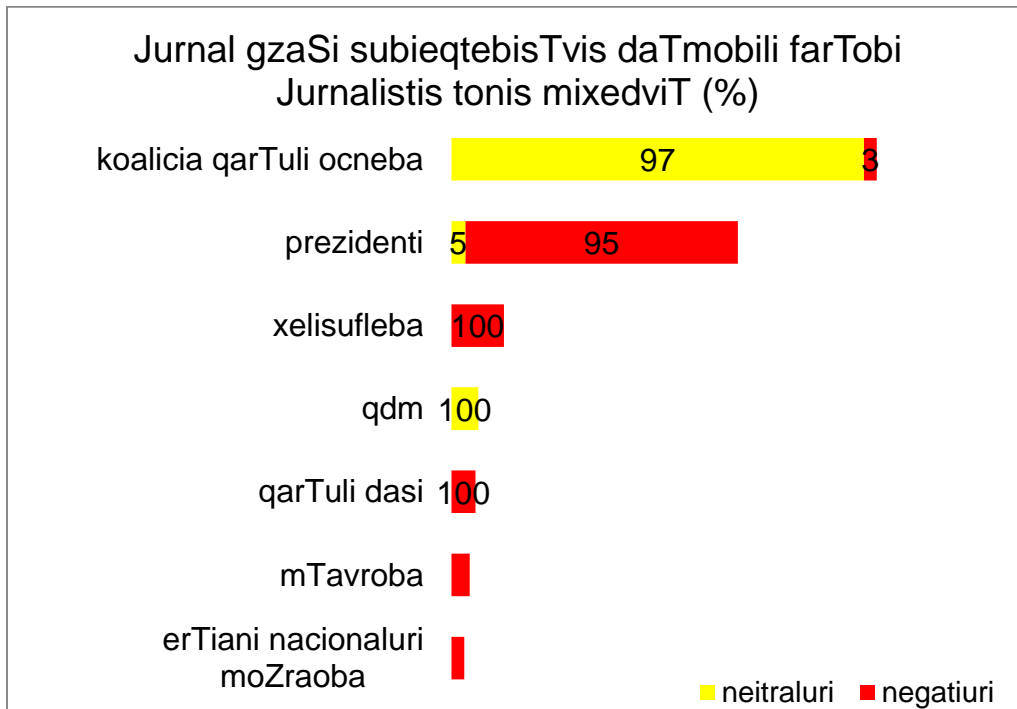
დაგრამა Tone J8



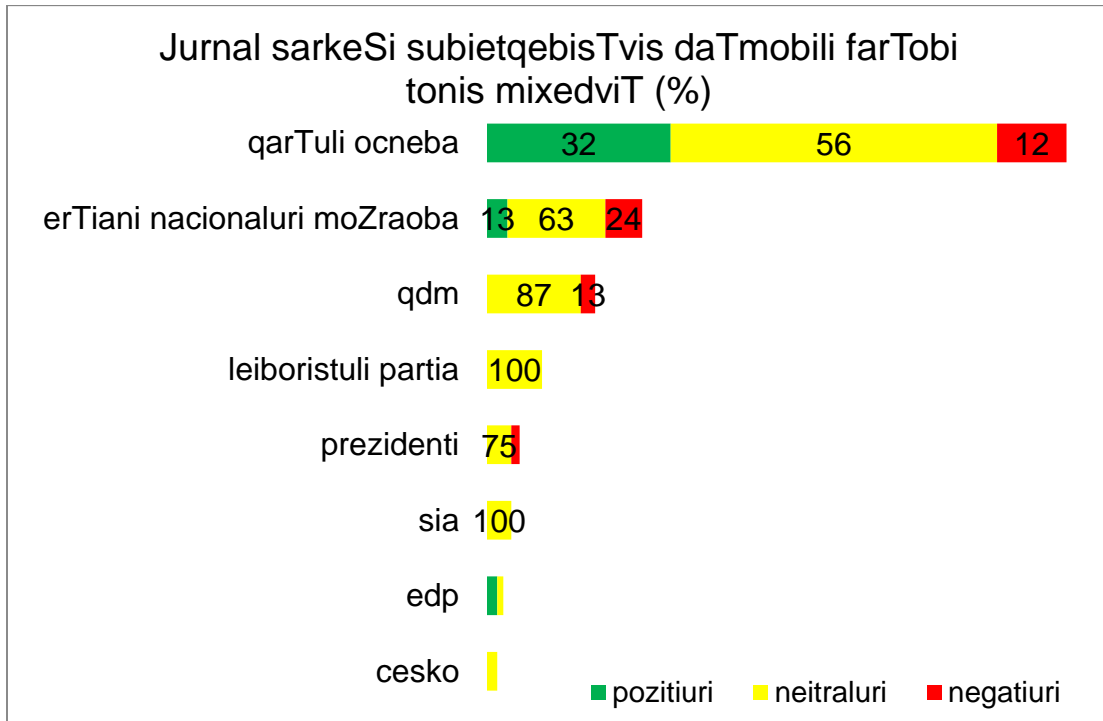
დაგრამა Tone 9



დაგრამა Tone J9



დაგრამა Tone 10



დაგრამა Tone J10

