



წინასაარჩევნო მედია მონიტორინგი

11 სექტემბერი - 1 ოქტომბერი, 2012

11 სექტემბრიდან 1 ოქტომბრამდე პერიოდში *სამართლიანი არჩევნებისა და დემოკრატიის საერთაშორისო საზოგადოებამ* წინასაარჩევნო მედია მონიტორინგის პროექტის ფარგლებში განახორციელა პრესის მონიტორინგი. შეფასდა 10 ბეჭდური გამოცემის 500-ზე მეტი სტატია. მიღებული მონაცემების შედეგად, გამოვლინდა, რომ:

- საანგარიშო პერიოდში მოხდა გლდანის მე-8 სასჯელაღსრულების დაწესებულებაში გადაღებული ვიდეო მასალის გაშუქება, რასაც დიდი გამოხმაურება მოჰყვა საზოგადოებაში, მათ შორის ბეჭდურ მედიაში. შედეგად ზოგადი ტენდენციის სახით უნდა აღინიშნოს, რომ ნეგატიური ტონით სახელისუფლებო სუბიექტების გაშუქებამ იმატა თითქმის ყველა გამოცემაში.
- პოლიტიკურ პარტიებს შორის ყველაზე ხშირად გაშუქებული სუბიექტი კვლავ არის კოალიცია „ქართული ოცნება“, გარდა ჟურნალ „თბილისელებისა“, სადაც ყველაზე მეტი ფართობი „ქრისტიან-დემოკრატიულ მოძრაობას“ დაეთმო.
- ტონი „ქართული ოცნების“ მიმართ ძირითადად ნეიტრალურია გამოცემებში, გარდა „ასავალ-დასავალისა“, სადაც ამ პოლიტიკური მოძრაობის მხარდამჭერი განცხადებები კეთდება.
- მონიტორინგის სუბიექტებს შორის საანგარიშო პერიოდში გაშუქდნენ პრეზიდენტი, მთავრობა, ხელისუფლება, ხოლო პოლიტიკური პარტიებიდან „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“, „ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა“, „ქართული დასი“, „ეროვნულ-დემოკრატიული პარტია“, „თავისუფალი საქართველო“ და „ახალი მემარჯვენეები“.
- ცალკეულ გამოცემებში ჟურნალისტების მხრიდან არაეთიკური გამოთქმებისა და სიძულვილის ენის შემთხვევები გამოვლინდა, კერძოდ „ალიაში“, „კვირის ქრონიკასა“ და „ასავალ-დასავალში“.

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 გამოცემაში ყველა სუბიექტისთვის დათმობილი დრო, რაც თითოეული დიაგრამის სათაურშია მითითებული. დიაგრამაზე გამოტანილია კონკრეტულ მედია საშუალებაში ყველაზე ხშირად გაშუქებული სუბიექტები. თუ რომელიმე პოლიტიკური პარტია, რომელიც მონიტორინგის სუბიექტს წარმოადგენს, არ არის წარმოდგენილი, ეს იმას ნიშნავს, რომ ამ პერიოდში ამ გამოცემაში ამ პარტიას საერთოდ არ დაეთმო ფართობი.

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 გამოცემაში სუბიექტზე საუბრის დრო მთლიანად, ხოლო მეორე შემთხვევაში ცალკე ჟურნალისტების მიერ ამ სუბიექტზე საუბრის/წერის ფართობი.

თვისებრივი 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 სექტემბრიდან 1 ოქტომბრამდე პერიოდის მონიტორინგის შედეგები გამოცემების მიხედვით.

ყოველდღიური გამოცემები

რეზონანსი

„რეზონანსი“ გამოირჩევა სუბიექტების სიმრავლითა და მრავალფეროვნებით, თუმცა მათგან ყველაზე აქტიურად სუბიექტი კოალიცია „ქართული ოცნება“ გაშუქდა. გამოცემის ჟურნალისტები ცდილობენ მრავალმხრივ და ამომწურავად გააშუქონ მიმდინარე მოვლენები და დაიცვან ჟურნალისტური სტანდარტები.

გაზეთ „რეზონანსში“ საანგარიშო პერიოდში მონიტორინგის სუბიექტებს შორის ყველაზე მეტი, 17 სუბიექტი გაშუქდა. ყველაზე ხშირად მოხსენიებული სუბიექტი კოალიცია „ქართული ოცნება“ იყო, რომელსაც სრული ფართობის 36% დაეთმო. მნიშვნელოვანი განსხვავებაა პირველი და მეორე სუბიექტებისთვის დათმობილ ფართობებს შორის, კერძოდ „ერთიან ნაციონალურ მოძრაობაზე“, რომელიც კოალიცია „ქართულ ოცნებას“ მოსდევს, მთლიანი ფართობის 14 პროცენტი მოდის.

ვინაიდან 17-ვე გაშუქებული სუბიექტის დიაგრამაზე გამოტანა გართულდა, სუბიექტები, რომლებსაც ნაკლები ფართობი დაეთმოთ და რომლებიც არ არიან პოლიტიკური პარტიები, გაერთიანდა პუნქტში „სხვა“. კერძოდ, სუბიექტი არასამთავრობო ორგანიზაცია (3%), ადგილობრივი თვითმმართველობა (3%), საერთაშორისო ორგანიზაცია (3%), პარლამენტი (1%) და ოპოზიცია (1%-ზე ნაკლები).

მასალის ტონის მიხედვით ანალიზის შედეგად ჩანს, რომ რეზონანსში დომინანტურია ნეიტრალური ტონი, თუმცა უხვად არის ასევე გამოყენებული ნეგატიური ტონი თითქმის ყველა სუბიექტის მიმართ. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ნეგატიური ტონი არც ერთი სუბიექტის შემთხვევაში სუბიექტის გაშუქების ნახევარს არ სცილდება. პოზიტიური ტონი კი თითქმის არ გვხვდება. მსგავსი ტენდენცია ნარჩუნდება ჟურნალისტის ტონის ანალიზის შედეგადაც.

თვისებრივმა მონიტორინგმა აჩვენა, 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.

სტატის ენის თვალსაზრისით, „რეზონანსში“, არ გვხვდება არაეთიკური ან ქსენოფობიური განცხადებები, თუმცა ჟურნალისტები ცალკეულ შემთხვევებში ნეგატიურ განწყობას აფიქსირებენ სუბიექტების ან სტატის 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. სუბიექტების მიმართ ნეიტრალური ტონი ჭარბობს.

11 სექტემბრიდან 1 ოქტომბრამდე პერიოდში გაზეთ „24 საათში“ ყველაზე მეტი ფართობი პრეზიდენტისა და მთავრობის გაშუქებას დაეთმო. პრეზიდენტზე სრული ფართობის 31%, ხოლო მთავრობაზე 27% მოდის. მათ მოსდევენ პოლიტიკური პარტიები კოალიცია „ქართული ოცნება“(12%) და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ (8%). პოლიტიკური პარტიებიდან „24 საათში“ ასევე გაშუქდნენ „ლეიბორისტული პარტია“ (4%), „ახალი მემარჯვენეები“ (1%) და „ეროვნულ-დემოკრატიული პარტია“, რომელსაც 1%-ზე ნაკლები ფართობი დაეთმო. ვინაიდან გამოცემის მიერ გაშუქებული ყველა სუბიექტის ჩარტზე გამოტანა ვერ მოხერხდა, მოხდა რამოდენიმე სუბიექტის „სხვა“ პუნქტში გაერთიანება, კერძოდ, ხელისუფლება (2%), პარლამენტი (1%), საერთაშორისო ორგანიზაცია (1%), არასამთავრობო ორგანიზაცია (1%), ოპოზიცია (1%-ზე ნაკლები)

ტონის თვალსაზრისით, „24 საათში“ ნეიტრალური ტონი ჭარბობს ყველა სუბიექტის მიმართ, თუმცა მნიშვნელოვნად მაღალია დადებითი ტონის ოდენობა პრეზიდენტისა და მთავრობის მიმართ. აქვე უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ პოზიტიური ტონით საუბარი თავად ჟურნალისტის მხრიდან ცალკეული სუბიექტების მიმართ უფრო იშვიათია, რაც ჟურნალისტის ტონის ამსახველ დიაგრამაზეც ნათლად ჩანს. ჟურნალისტების მხრიდან სუბიექტების მიმართ ნეიტრალური ტონია უმეტესად გამოყენებული, სტატის ავტორები ფაქტებს გადმოსცემენ

და მაქსიმალურად ცდილობენ, თავი შეიკავნო კომენტარებისა და შეფასებების გაკეთებისაგან.

თვისებრივი ანალიზის კუთხით აღსანიშნავია, რომ „24 საათი“ თითქმის არასდროს არ ტოვებს ყურადღების მიღმა ქვეყანაში მიმდინარე აქტუალურ თემებს, თუმცა ამ გამოცემაში ანალიტიკური მასალის სიმწირე შეინიშნება.

სტატიის ენასთან დაკავშირებით უნდა აღინიშნოს, რომ ჟურნალისტების ტონი სუბიექტებისა და მოთხრობილი ფაქტების მიმართ კი არის ნეიტრალური, თუმცა სტატიებში იმდენად არის მხოლოდ პოზიტიურ მხარეზე ყურადღება გამახვილებული, რომ მთლიანობაში სტატიების მნიშვნელოვანი ნაწილი პოზიტიურ განწყობას, შთაბეჭდილებას ტოვებს მკითხველზე. მაგალითად, სტატიაში ISAF-ის მისიის შესახებ ჟურნალისტს დეტალური ინფორმაცია, ფაქტები მოჰყავს რა არის და რატომ მიმდინარებს ეს პროექტი, თუმცა მთელ სტატიაში აქცენტი დასმულია მის პოზიტიურ მხარეზე და არაფერია ნათქვამი პროგრამის მეორე, ნაკლებად დადებითი მხარის შესახებ. ინტერვიუების დროს ჟურნალისტები იშვიათად სვამენ კრიტიკულ შეკითხვებს.

„24 საათის“ სტატიებში რამოდენიმე განსხვავებული წყაროა წარმოდგენილი, თუმცა უხვად არის ასევე მოკლე საინფორმაციო სტატიები, რომლებიც ცალმხრივად აწვდიან მკითხველს ფაქტებს. ეს ნიუსები ძირითადად საინფორმაციო სააგენტოების ინფორმაციას ეყრდნობა და მრავალმხრივ არ აშუქებს მომხდარ ფაქტს.

რესპონდენტების სახელები და თანამდებობები ძირითადად ზუსტად და სწორად არის 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 პერიოდისგან განსხვავებით „ალიაში“ ამ პერიოდში თანაბრად დაეთმო ფართობი პრეზიდენტსა და კოალიცია „ქართულ ოცნებას“, თუმცა მათი გაშუქების ტონი მკვეთრად განსხვავდება ერთმანეთისგან. გამოცემაში მწირია სუბიექტების დადებით ტონში გაშუქება. ამ გაზეთის ჟურნალისტები რიგ შემთხვევებში არაეთიკურ გამოთქმებსაც იყენებენ სხვადასხვა სუბიექტის მიმართ, ძირითადად კი ხელისუფლების მიმართ.

რაოდენობრივი მონიტორინგის შედეგად გამოვლინდა, რომ სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობის 24-24% გადაინაწილეს პრეზიდენტმა და კოალიცია „ქართულმა ოცნებამ“. მათ მცირედით ჩამოუვარდება „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობისთვის“ დათმობილი ფართობი, რაც მთლიანი ფართობის 20%-ს შეადგენს. საარჩევნო სუბიექტი პოლიტიკური პარტიებიდან ასევე „ალიამ“ გააშუქა „ლეიბორისტული პარტია“ (5%), „თავისუფალი საქართველო“ (5%), „ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა“ (4%), „ქართული დასი“ (3%), „ახალი მემარჯვენეები“ (2%) და „ეროვნულ-დემოკრატიული პარტია“ (1%). ვინაიდან წარმოდგენილ დიაგრამაზე ყველა სუბიექტის გამოტანა ვერ მოხერხდა, რამოდენიმე სუბიექტი გართიანდა პუნქტში „სხვა“, კერძოდ სუბიექტები: პარლამენტი (1%), ადგილობრივი თვითმმართველობა (1%), ცესკო და ოპოზიცია, რომელთათვისაც დათმობილი ფართობი 1%-ზე ნაკლები იყო.

მართალია, „ალიამ“ ოპოზიციურ პოლიტიკურ ძალასა და პრეზიდენტს თანაბარი ფართობი დაუთმო, მაგრამ ფართობის ტონის მიხედვით ანალიზმა აჩვენა, რომ ამ ორი სუბიექტის გაშუქება მკვეთრად განსხვავებული იყო. კერძოდ, პრეზიდენტის შემთხვევაში ნეგატიური ტონი დომინირებს (71%), ხოლო კოალიცია „ქართული ოცნება“ ძირითადად ნეიტრალურად არის წარმოდგენილი (75%). ასევე ნეგატიური კუთხით შუქდებოდა „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“, რომლისთვის დათმობილი ფართობის 69% უარყოფითია. დანარჩენი სუბიექტების მიმართ, რომელთაც შედარებით ნაკლები ფართობი დაეთმო, ტონი ძირითადად ნეიტრალურია, თუმცა ფიქსირდება მათი პოზიტიურად და ნეგატიურად წარმოჩენის შემთხვევებიც.

აღსანიშნავია, რომ ჟურნალისტის ტონის ცალკე გამოყოფის შედეგად გამოვლინდა, რომ ზემოაღნიშნულ სუბიექტებზე ნეგატიურ ტონში პოლიტიკური ოპონენტების გარდა, თავად ჟურნალისტებიც წერდნენ. „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობისთვის“ დათმობილი იმ ფართობის 91%, სადაც წყარო ჟურნალისტია, ნეგატიური ტონის მასალაა, პრეზიდენტის შემთხვევაში ეს მაჩვენებელი 85%-ს უტოლდება, მაშინ როცა „ქართული ოცნების“ შესახებ წერისას ჟურნალისტები მეტწილად (71%) ნეიტრალურ ტონს იყენებდნენ.

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 სიძულვილით მოხსენიების შემთხვევებიც.

მაგ: ჟურნალისტი 20 სექტემბრის ნომერში წერს: „წინადადება შემომაქვს, საქართველოს პრეზიდენტის... ავლაბრის რეზიდენციის კენწეროზე, მანამ სანამ იქ მიშა იცხოვრებს, თავის ჯალათებთან ერთად, საქართველოს ხუთჯვრიანი სახელმწიფო დროშიწს ნაცვლად აღიმართოს კაი მამაპაპური ცოცხი“.

გარდა არაეთიკური გამოთქმებისა, გამოცემა ნეგატიური დამოკიდებულების გამოსამჟღავნებლად იყენებს ილუსტრაციებსაც.

სტატიის 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 სტატიის 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.

ამ საანგარიშო პერიოდში გამოქვეყნებული ნომრებიდან საყურადღებოა ციხის პრობლემასთან დაკავშირებით გამოსული სპეცნომერი, რომელიც სრულად მიემდვნა იმ დროისათვის ყველაზე აქტუალურ თემას.

სტატიებში წარმოდგენილი მასალა იშვიათად იყო გადამოწმებული რამოდენიმე წყაროსთან. აქციების რეპორტაჟებში ინფორმაცია, რომელიც შესაძლებელია, ყოფილიყო ჭორი, გადაუმოწმებლად მოხვდა გამოცემის ფურცლებზე, რაც განსაკუთრებით საყურადღებო იყო მაშინ, როცა ეს საკითხი განსაკუთრებით აქტუალური და საზოგადოებისთვის განსაკუთრებით მგრძნობიარე თემა იყო.

კვირის პალიტრა

კვირის პალიტრა ყოველკვირეულად გამოდის და შესაბამისად მოვლენების უფრო მრავალმხრივ გაშუქებაზეა ორიენტირებული, თუმცა მონიტორინგის პროცესში ფაქტების ცალმხრივად, დაუბალანსებლად და გადაუმოწმებლად მოწოდების შემთხვევებიც გამოვლინდა. სუბიექტებს შორის ყველაზე მეტი ფართობი სხვა გამოცემებისგან განსხვავებით, პრეზიდენტს დაეთმო, რომლის მიმართაც ნეგატიური ტონი ჭარბობს, ხოლო ოპოზიციური პოლიტიკური პარტიებიდან ყველაზე მეტი ფართობი კოალიცია „ქართულ ოცნებას“ დაეთმო, რომლის მიმართ ტონი ძირითადად ნეიტრალურია.

„კვირის პალიტრაში“ ფართობის განაწილების კუთხით განსხვავებული სურათია, ვინაიდან ყველაზე ხშირად გაშუქებულ სუბიექტად გამოვლინდა პრეზიდენტი (33%). მას მოსდევს კოალიცია „ქართული ოცნება“, რომელზეც საერთო ფართობის 23% მოდის. არჩევნების მოახლოებასთან ერთად გააქტიურდა ცენტრალური საარჩევნო კომისიის აქტივობებისა და განცხადებების გაშუქება, რაც რაოდენობრივ მონაცემებშიც აისახა და შედეგად ცესკოსთვის

დათმობილი ფართობი დროის სამკვირიანი მონაკვეთში საერთო ფართობის 22%-ს შეადგენს. სხვა პოლიტიკური პარტიებიდან გაშუქდნენ „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ (6%) და „ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა“ (1%-ზე ნაკლები ფართობი). პოლიტიკურ პარტიებზე მეტი ფართობი დაეთმოთ ხელისუფლებას (5%), მთავრობას (4%), ადგილობრივ თვითმმართველობას (4%), საერთაშორისო ორგანიზაციებსა (4%) და პარლამენტს (1%-ზე ნაკლები ფართობი).

სუბიექტების ტონებთან დაკავშირებით აღსანიშნავია, რომ გამოცემაში პოზიტიური ტონის თითქმის არ გამოვლენილა. სუბიექტები ნეიტრალურ ან ნეგატიურ ტონში გაშუქდნენ. პრეზიდენტის მიმართ ნეგატიური ტონი ჭარბობს, რაც ასევე ფიქსირდება ჟურნალისტის ტონის ცალკე გამოყოფის შემდეგაც. განსხვავებული ვითარებაა კოალიცია „ქართული ოცნების“ შემთხვევაში. ამ სუბიექტის მიმართ ტონის ამსახველ საერთო დიაგრამაში 10% ნეგატიური ტონი ჩანს, თუმცა ჟურნალისტის ტონის ცალკე გამოყოფით ვლინდება, რომ ამ ნეგატიური დამოკიდებულების გამოვლინებისას წყარო ჟურნალისტი არ ყოფილა. ნეგატიური ტონის დომინირება ჩანს სხვა რამოდენიმე სუბიექტის შემთხვევაშიც, კერძოდ ხელისუფლება, მთავრობა ადგილობრივი თვითმმართველობა და საერთაშორისო ორგანიზაცია (NDI) ნეგატიურ კონტექსტში უფრო ხშირად იყვნენ მოხსენიებული, ვიდრე ნეიტრალურად. ჟურნალისტის ტონი სუბიექტების მიმართ ნეიტრალურია, თუმცა უარყოფითი ტონი ფიქსირდება პრეზიდენტის გარდა ხელისუფლებისა და ადგილობრივი თვითმმართველობის მიმართ.

თვისებრივი ანალიზის თვალსაზრისით კვირის პალიტრის ჟურნალისტები შეეცადნენ დაეცვათ სტანდარტები, თუმცა აღსანიშნავია, რომ ამ გამოცემაში არცთუ ისე იშვიათად სტატიაში მხოლოდ ერთი მხარის პოზიცია იყო წარმოჩენილი ან ერთი ექსპერტის ნააზრევი, ინფორმაციის გადაუმოწმებლად და განსხვავებული აზრის გარეშე. რიგ შემთხვევებში ინფორმაცია წყაროს გარეშეა მოწოდებული.

კვირის ქრონიკა

კვირის ქრონიკა „ალია კოლდინგის“ მეორე გამოცემა, რომელიც მთელი კვირის მოვლენების შეჯამებას და ანალიზს სთავაზობს მკითხველს, თუმცა გამოცემის მნიშვნელოვანი ნაწილი

ინტერვიუებს უკავია. ამ საანგარიშო პერიოდში კოალიცია „ქართულ ოცნებას“ და პრეზიდენტს ერთნაირი ოდენობის ფართობი დაეთმოთ გაზეთის ფურცლებზე, თუმცა მათ მიმართ ტონი განსხვავებულია 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“ 11 სექტემბრიდან 1 ოქტომბრამდე პერიოდში კოალიცია „ქართულ ოცნებას“ და პრეზიდენტს თანაბარი ოდენობის ფართობი დაეთმოთ და ჯამში სრული ფართობის 29-29% შეადგინა. მათ მოსდევს „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ (14%). საარჩევნო სუბიექტ პოლიტიკურ პარტიებს შორის ამ გამოცემაში ასევე გაშუქდნენ „ლეიბორისტული პარტია“ (6%), „ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა“ (2%), „თავისუფალი საქართველო“ (2%), ხოლო „ახალი მემარჯვენებს“, „ეროვნულ-დემოკრატიულ პარტიასა“ და „სახალხო პარტიას“ 1-1%-ზე ნაკლები ერგოთ. 1-1%-ზე ნაკლები ფართობი დაეთმოთ ასევე სუბიექტებს ცენტრალურ საარჩევნო კომისიას, საერთაშორისო ორგანიზაციას, ადგილობრივ თვითმმართველობას, პარლამენტს, ოპოზიციას და სახელმწიფო აუდიტის სამსახურს. მათი მონაცემი გავაერთიანეთ დიაგრამის პუნქტში „სხვა“ და მათი ფართობის საერთო ჯამმა მთლიანი ფართობის 2% შეადგინა.

ტონის თვალსაზრისით, გამოცემაში ნეგატიური ტონი ჭარბად ფიქსირდება პრეზიდენტის, „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“, მთავრობისა და ხელისუფლების მიმართ. ნეგატიური ტონი გამოვლინდა სხვა სუბიექტების მიმართაც, თუმცა რაოდენობრივად სხვა სუბიექტების შემთხვევაში ნეიტრალური ტონია დომინანტური. ჟურნალისტის ტონის ცალკე გამოყოფის შედეგად ტენდენცია არ შეცვლილა, რაც იმაზე მიუთითებს, რომ სუბიექტების საერთო ტონის დიაგრამაზე ნეგატიური თუ პოზიტიური ტონის ოდენობაში მნიშვნელოვანი წილი ჟურნალისტებზე მოდის.

„კვირის ქრონიკამ“ განსაკუთრებული ყურადღება დაუთმო პატიმრების წამების ფაქტებს და თითქმის ერთი სრული ნომერი დაუთმო ამ თემას.

მონიტორინგის შედეგად „კვირის ქრონიკაში“ გამოვლინდა სიძულვილის ენის შემთხვევები, უფრო ზუსტად კი აგდებული დამოკიდებულება და განცხადებები უცხო ეროვნების მოქალაქეთა მიმართ. ასე მაგალითად: 17 სექტემბრის ნომერში ჯანსუღ ჩარკვიანთან ინტერვიუს დროს ჟურნალისტი წერს: „კახეთი გაივსო ინდოელებით, კიდევ კარგი, მაგათ საფლავები არ სჭირდებათ, მოკვდა კაცი, დაწვი, ჩაყარე „ბანკაში“ და შედგი „შკაფში“. ინდოელების მიმართ ქსენოფობიურ განცხადებებს აკეთებს რესპონდენტიც.

გამოცემაში დაფიქსირდა ჰომოფობიური განცხადებებიც. ერთი სტატია ჰომოსექსუალების მიერ არჩევნებში „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობისადმი“ მხარდაჭერას მიემღვნა, სადაც ჟურნალისტი წერს: „პრინციპში, გეები „ნაციონალებს“ უნდა უჭერდნენ არა მარტო ხმას, სხვა რამესაც...“ აგრეთვე, „როგორც ვხედავ, ჩვენებურ პედერასტებსაც წარსულში დაბრუნებისა ემინიათ, რადგან თავისუფლება შეეზღუდებოდათ და კრიმინალებად შერაცხავენ. უკაცრავად კი ვარ, მაგრამ მე ადრე გეები სერიოზული ხალხი მეგონა, მაგრამ თურმე ესენიც ძან მაგრად აჟუილებენ!“

„კვირის ქრონიკაში“ ძნელია ერთმანეთისაგან გაიმიჯნოს სტატია და სვეტი. არსად არ არის მსგავსი მითითება გაკეთებული, რათა ჟურნალისტური ნააზრევი მკითხველმა უტყუარ ინფორმაციად არ მიიღოს.

ჟურნალისტების ნეგატიური დამოკიდებულება ხელისუფლების მიმართ ვლინდება არა მხოლოდ რაოდენობრივ მონაცემებში, არამედ თვისებრივი ანალიზის დროსაც, კერძოდ კი სტატიის ენის კომპონენტშიც. სტატიების ამ კრიტერიუმის მიხედვით ანალიზისას უხვად ფიქსირდება ჟურნალისტის მხრიდან არა კრიტიკული, არამედ სიძულვილით სავსე და დამცინავი განცხადებები. მაგალითად ჟურნალისტი წერს პრეზიდენტზე: „ერთი კია შენ სწორედ ისე სამარცხვინოდ უნდა დაგემთავრებინა, როგორც დაამთავრე, – ცოცხი, უკანალითა და პრეზერვატივ–წამოცმული დუბინკით!“

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 42% დაეთმო კოალიცია „ქართულ ოცნებას“, რომელსაც მოსდევს სუბიექტი პრეზიდენტი 30%-ით. სხვა პოლიტიკურ პარტიებს ნაკლები ფართობი ეთმობა ასავალ-დასავალში. სხვა პარტიებს შორის შედარებით მცირე პროცენტით გაშუქდნენ „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ (6%), „თავისუფალი საქართველო“ (3%) და „ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა“ (2%).

მასალის ტონის მიხედვით ანალიზისას თვალშისაცემია პოზიტიური ტონის სიჭარბე კოალიცია „ქართული ოცნების“ მიმართ (58%), მაშინ როცა დანარჩენი სუბიექტები ძირითადად ნეგატიურ ტონში შუქდებიან. პრეზიდენტისთვის დათმობილი ფართობის 98% ნეგატიური 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, ამასთან აღასნიშნავია, რომ როდესაც წყაროს გარეშე წერს ჟურნალისტი საკუთარ მოსაზრებებს მითითებული არ არის რომ ესაა საავტორო სვეტი. გარდა ხელისუფლების კრიტიკისა, ჟურნალისტები ღიად უჭერენ მხარს კოალიცია „ქართულ ოცნებას“.

გამოცემაში ხელისუფლების მიმართ ნეგატიური დამოკიდებულების დასაფიქსირებლად ილუსტრაციასაც ხშირად იყენებს.

ყოველკვირეული ჟურნალები

ტაბულა

ჟურნალ ტაბულაში ყველაზე აქტიურად გაშუქებული სუბიექტია კოალიცია „ქართული ოცნება“, თუმცა მისთვის და მის მომდევნო სუბიექტებისთვის დათმობილ ფართობს შორის განსხვავება მწირია. ჟურნალისტის ტონი სუბიექტების მიმართ მეტწილად ნეიტრალურია. გამოცემა ცდილობს დაიცვას ჟურნალისტური სტანდარტები და ფაქტებზე დაყრდნობით მიაწოდოს მკითხველს ინფორმაცია, თუმცა ზოგიერთ შემთხვევაში საკითხის ანალიზისას კომპეტენტური წყაროს ნაკლებობა შეინიშნება.

მონიტორინგის სუბიექტებს შორის „ტაბულაში“ ყველაზე მეტი ფართობი, 27%, კოალიცია „ქართულ ოცნებას“ დაეთმო. მონიტორინგის სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობის 21% მოდის მთავრობაზე, 18% - „ქრისტიან-დემოკრატიულ მოძრაობაზე“, 15% - „ერთიან ნაციონალურ მოძრაობაზე“, 14% კი - პრეზიდენტზე. განსხვავება პრეზიდენტისა და მისი მომდევნო სუბიექტებისთვის დათმობილ ფართობებს შორის მნიშვნელოვანია. პრეზიდენტს მოსდევს პარლამენტი, რომელსაც მთლიანი ფართობის მხოლოდ 2% დაეთმო, ხოლო დანარჩენ სუბიექტებს, რომლებიც ამ საანგარიშო პერიოდში „ტაბულას“ გვერდებზე მოხვდნენ 2%-ზე ნაკლები ფართობი მიეძღვნათ.

ტონი სუბიექტების მიმართ ძირითადად ნეიტრალურია, თუმცა დაფიქსირდა ნეგატიური და პოზიტიური ტონიც. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ჟურნალისტის ტონის ცალკე გამოყოფით გამოვლინდა, რომ თავად ჟურნალისტის მხრიდან პოზიტიური ტონი არ დაფიქსირებულა არც ერთი სუბიექტის მიმართ.

თვისებრივი ანალიზის თვალსაზრისით უნდა აღინიშნოს, რომ „ტაბულას“ ჟურნალისტები ცდილობენ დაიცვან ჟურნალისტური სტანდარტები. კერძოდ, ცდილობენ, დაბალანსებულად და მრავალმხრივ აჩვენონ სტატიაში განხილული საკითხი, თუმცა აღსანიშნავია, რომ ზოგიერთ შემთხვევაში წყაროების ნაკლებობა შეინიშნება და წარმოდგენილი სიღრმისეული ანალიზის ავტორი მხოლოდ ჟურნალისტია.

ჟურნალ „ტაბულაში“ არ გვხვდება არაეთიკური გამონათქვამები, რასაც შეიძლება, პოზიტიური შეფასება მიეცეს.

თბილისელები

ჟურნალი თბილისელები წინა ანგარიშების მსგავსად ახლაც გამორჩეულია იმ კუთხით, რომ ყველაზე ხშირად გაშუქებული სუბიექტი „ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა“, რომლის მიმართაც თვალმისაცემია პოზიტიური ტონის სიჭარბე, თუმცა ჟურნალისტის მხრიდან პოზიტიური დამოკიდებულება არ ვლინდება არც ერთი სუბიექტის მიმართ.

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 2% დაეთმო. „თბილისელებში“ მონიტორინგის სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობის ყველაზე დიდი წილი (52%) „ქრისტიან-დემოკრატიულ მოძრაობას“ დაეთმო, რომელსაც მოსდევს მთავრობა 25%-ით და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ 13%-ით.

ტონი პოლიტიკური სუბიექტების მიმართ საკმაოდ მრავალფეროვანია. „ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობის“ მიმართ 54% მისთვის დათმობილი ფართობისა პოზიტიურია, მაშინ, როცა მთავრობის მიმართ პოზიტიური და ნეგატიური თითქმის თანაბარი ოდენობითაა. „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ სრულად ნეიტრალურადაა გაშუქებული, ხოლო პარლამენტი და ადგილობრივი თვითმმართველობა - ნეგატიურად.

აღსანიშნავია, რომ არჩევნების მოახლოებასთან ერთად იმატა ინტერვიუებმა პოლიტიკოსებთან, თუმცა აქვე უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ ამ ინტერვიუებში ჟურნალისტის ტონი ძირითადად ნეიტრალურია. პოზიტიური ტონი, რომელიც „ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობის“ მიმართ დაფიქსირდა, სწორედ ამ ინტერვიუებში გამოვლინდა, როდესაც პარტიის წარმომადგენლები თავად საუბრობდნენ საკუთარი მოძრაობის სიკეთეებსა და გეგმებზე.

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“ გაშუქდა. აღსანიშნავია, რომ ყველაზე ხშირად გაშუქებული პირველი სამივე სუბიექტი პოლიტიკური პარტიაა („კოალიცია ქართული ოცნება“, „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ და „ახალი მემარჯვენეები“) და ამ სამეულში არ მოხვდა არც პრეზიდენტი და არც მთავრობა, რომელთაც სხვა გამოცემების შემთხვევებში ხშირად საარჩევნო სუბიექტ პარტიებზე მეტი ფართობი ეთმობათ.

პროცენტულად „ქართული ოცნებისთვის“ დათმობილი ფართობი 42%-ია, რასაც მოსდევს „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ (28%) და „ახალი მემარჯვენეები“ (15%). მთავრობას და პრეზიდენტს 6-6% დაეთმოთ, ხოლო ხელისუფლებას და „ქრისტიან-დემოკრატიულ მოძრაობას“ 1-1%. სუბიექტმა „ოპოზიცია“ კი 1% ნაკლები გაშუქება მიიღო. ეს სუბიექტი აერთიანებს ოპოზიციურ სუბიექტებს იმ შემთხვევებში, როდესაც ჟურნალისტი ან წყარო არ აკონკრეტებს რომელ ოპოზიციურ პარტიასა თუ მოძრაობაზე წერს.

ჟურნალი გზაში, რომელიც ნეგატიური ტონით გამოირჩეოდა სახელისუფლებო სუბიექტების (პრეზიდენტი, მთავრობა, ხელისუფლება) მიმართ, წინასაარჩევნო პერიოდში საერთო ტონის ცხრილში ნეიტრალურმა ტონმა იმატა თითქმის ყველა სუბიექტის მიმართ. ჟურნალისტის ტონის ცალკე გამოყოფით კი ვლინდება, რომ ყველაზე მეტს ჟურნალი „გზის“ ჟურნალისტები მონიტორინგის სუბიექტებს შორის „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობაზე“ წერენ და მათი ტონი მმართველი პარტიის მიმართ ნეგატიურია, ხოლო კოალიცია „ქართული ოცნებაზე“ ჟურნალისტები ძირითადად ნეიტრალური ტონით საუბრობენ. ჭარბადაა ნეგატიური ტონი პრეზიდენტის, მთავრობისა და ხელისუფლების გაშუქებისას. აღსანიშნავია, რომ ჟურნალისტის ტონის ცხრილში პოზიტიური ტონი არ ფიქსირდება.

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.

სარკე

ჟურნალ სარკეშიც, მსგავსად გზისა და თბილისელებისა, პოლიტიკურ თემებზე სტატიები მცირე რაოდენობისაა. ამ გამოცემაში ყველაზე მეტი ფართობი დაეთმო კოალიცია „ქართულ ოცნებას“, რომლის მიმართ თითქმის თანაბრად ფიქსირდება დადებითი და ნეიტრალური ტონები. უარყოფითი ტონი ჭარბობს სახელისუფლებო სუბიექტების მიმართ (პრეზიდენტი, „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“, ადგილობრივი თვითმმართველობა და ხელისუფლება).

მონიტორინგის სუბიექტებს შორის ყველაზე აქტიურად „სარკეშიც“ კოალიცია „ქართული ოცნება“ გაშუქდა (49%). მნიშვნელოვანი განსხვავებაა ყველაზე ხშირად გაშუქებულ პირველ და მეორე სუბიექტებისთვის დათმობილ ფართობებს შორის. პრეზიდენტს, რომელიც „ქართული ოცნების“ შემდეგ ყველაზე აქტიურად ხვდება „სარკის“ ფურცლებზე, მთლიანი ფართობის 18% დაეთმო. კოალიცია „ქართული ოცნების“ გარდა საანგარიშო პერიოდში სხვა პოლიტიკური პარტიებს შორის გაშუქდნენ „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ (13%), „ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა“ (4%) და „ლეიბორისტული პარტია“ (3%).

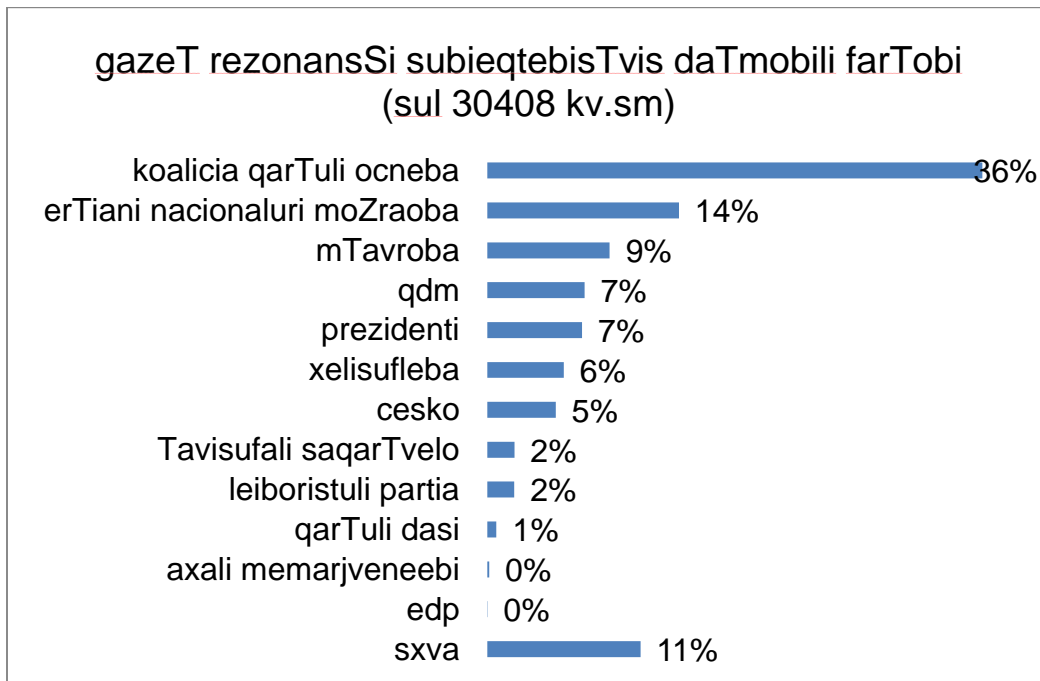
ტონის თვალსაზრისით საყურადღებოა, რომ პოზიტიური და ნეიტრალური ტონი თითქმის თანაბრად არის კოალიცია „ქართული ოცნების“ შემთხვევაში, მაშინ, როცა სხვა პოლიტიკური სუბიექტების მიმართ პოზიტიური ტონი თითქმის არ გვხვდება. ჭარბად არის ნეგატიური ტონი პრეზიდენტის, „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“, ადგილობრივი თვითმმართველობისა და ხელისუფლების მიმართ, თუმცა ჟურნალისტის ტონის განცალკევების შედეგად ჩანს, რომ ამ ნეგატიური ტონის მხოლოდ მცირე ნაწილი მოდის

ჟურნალისტზე, კერძოდ, ყველაზე ხშირად ნეგატიურ კონტექსტში ჟურნალისტები პრეზიდენტს იხსენიებდნენ.

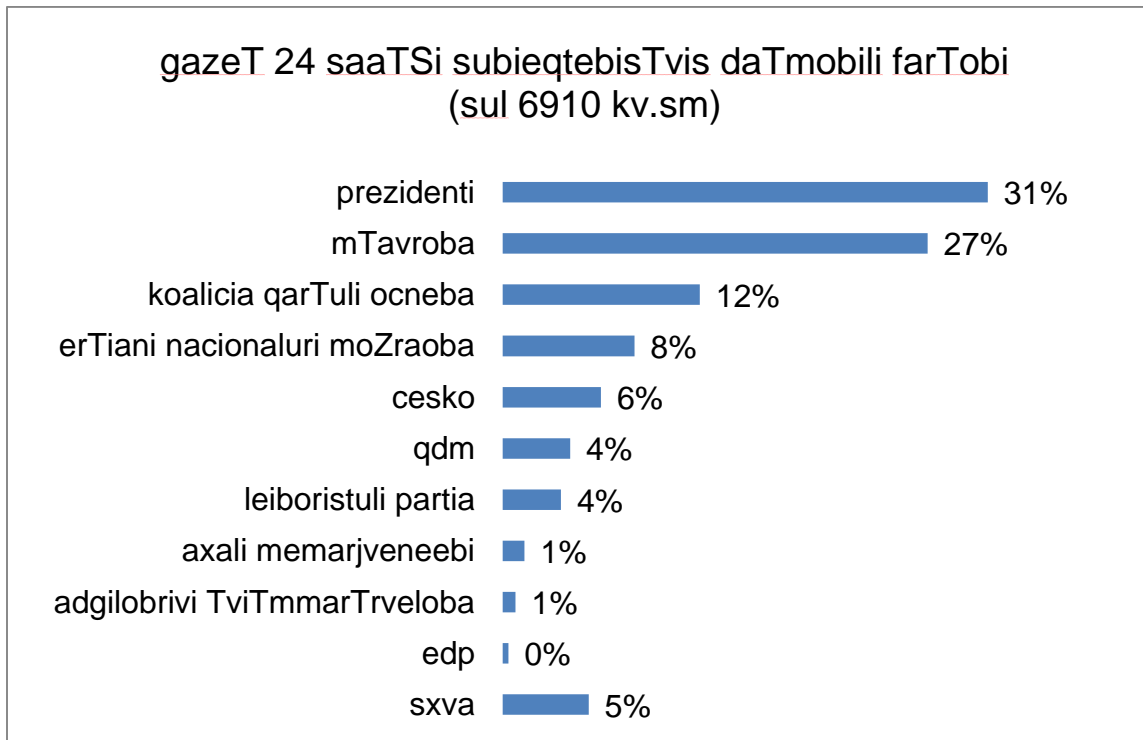
პოლიტიკური სტატიები გამოცემაში ხშირ შემთხვევაში დაუბალანსებელია და მხოლოდ ერთი წყარო ჰყავს, ან წყარო მხოლოდ თავად ჟურნალისტია. ფაქტები იშვიათადაა გადამოწმებული.

დანართი - დიაგრამები

დიაგრამა Space 1

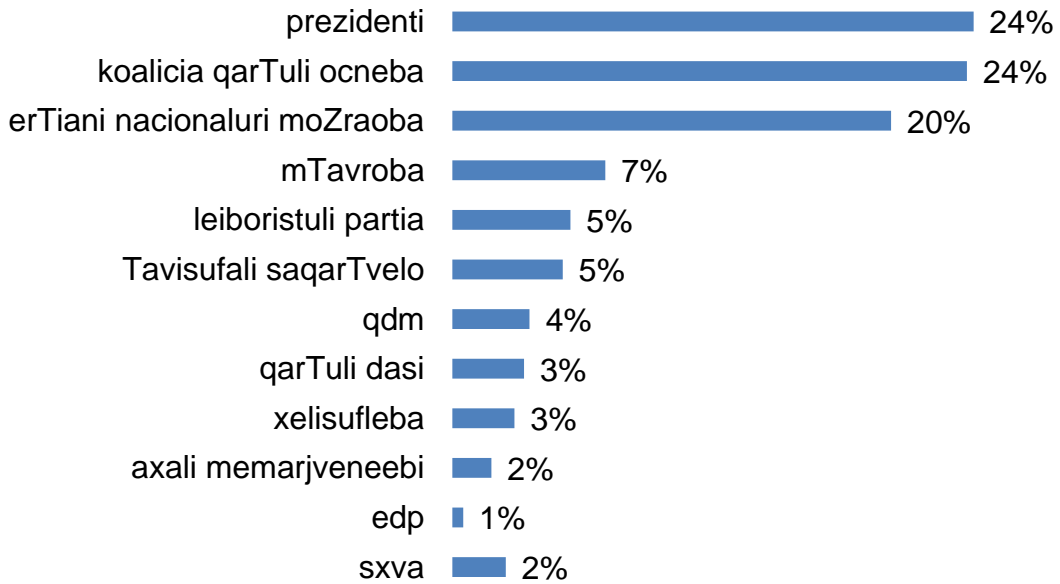


დიაგრამა Space 2



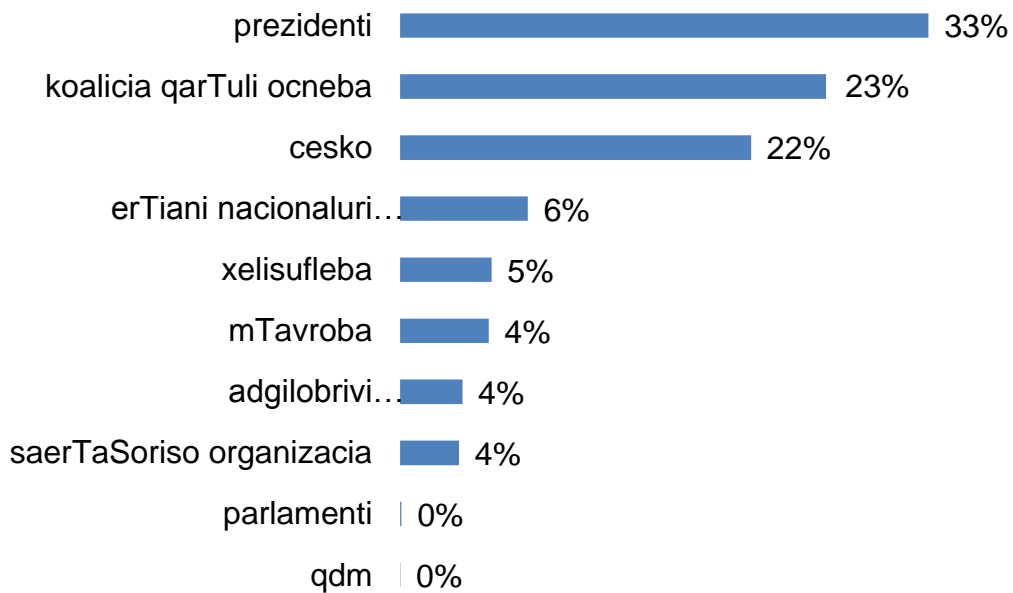
დიაგრამა Space 3

gazeT aliaSi subieqtebisTvis daTmobili farTobi
(sul 15143 kv.sm)

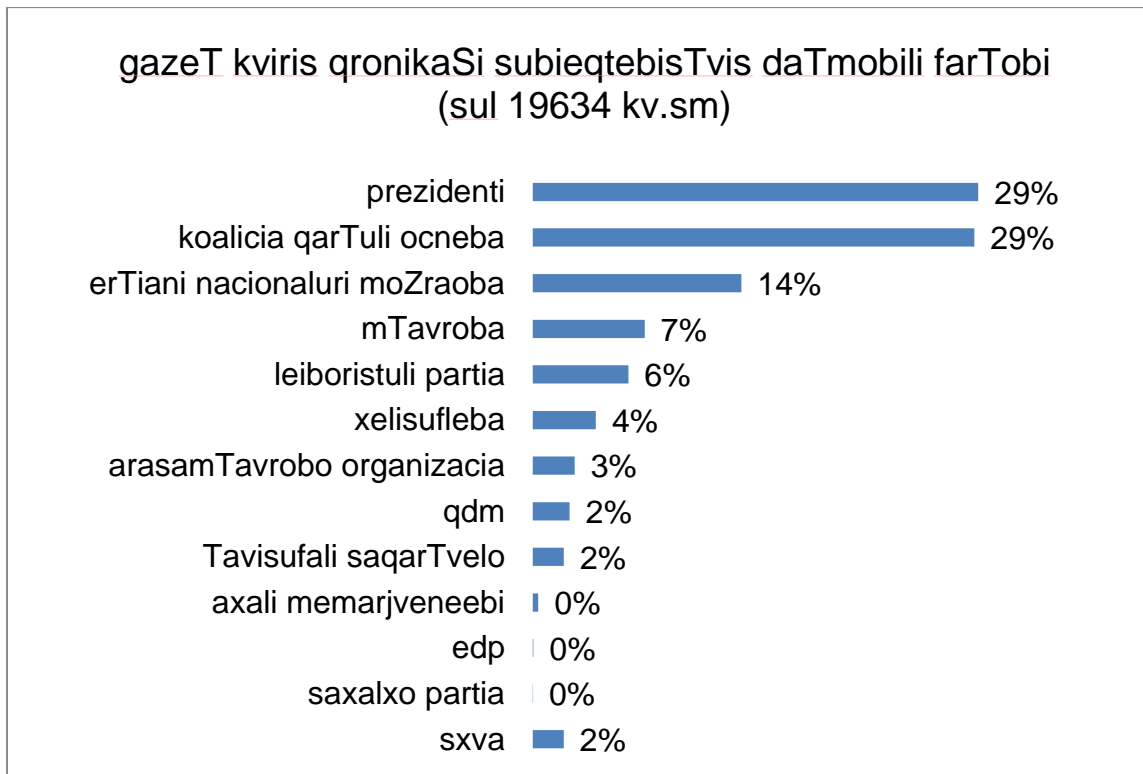


დიაგრამა Space 4

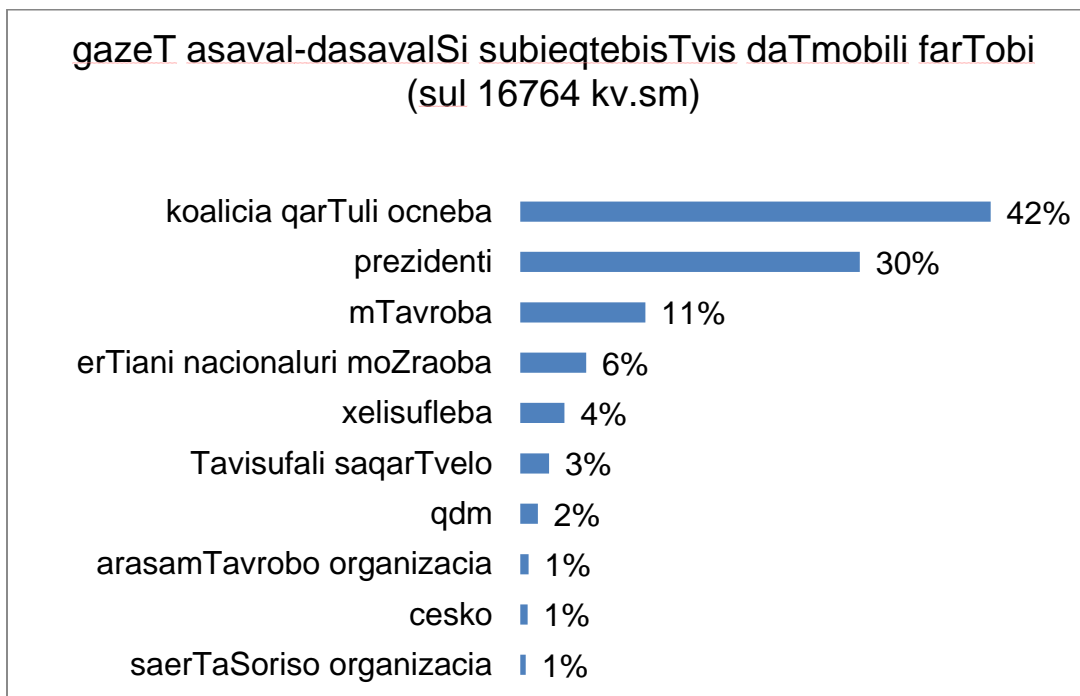
gazeT kviris palitraSi subieqtebisTvis daTmobili farTobi
(sul 10023 kv.sm)



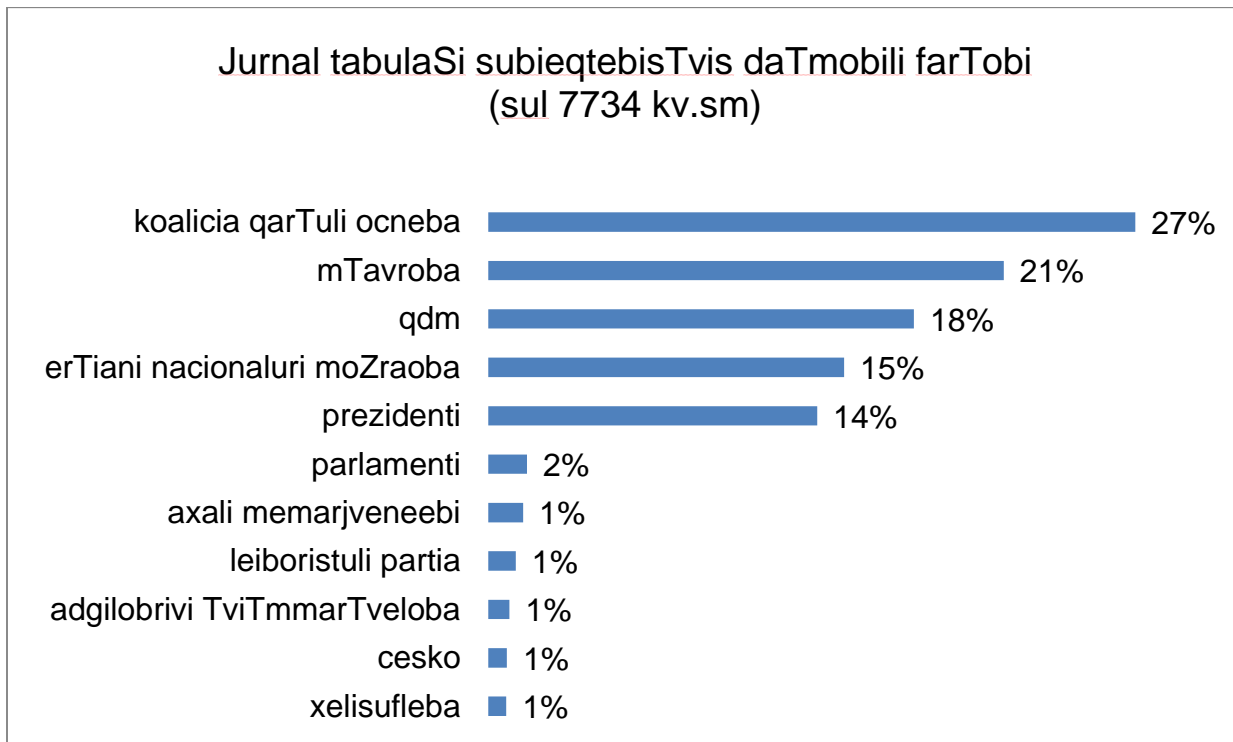
დიაგრამა Space 5



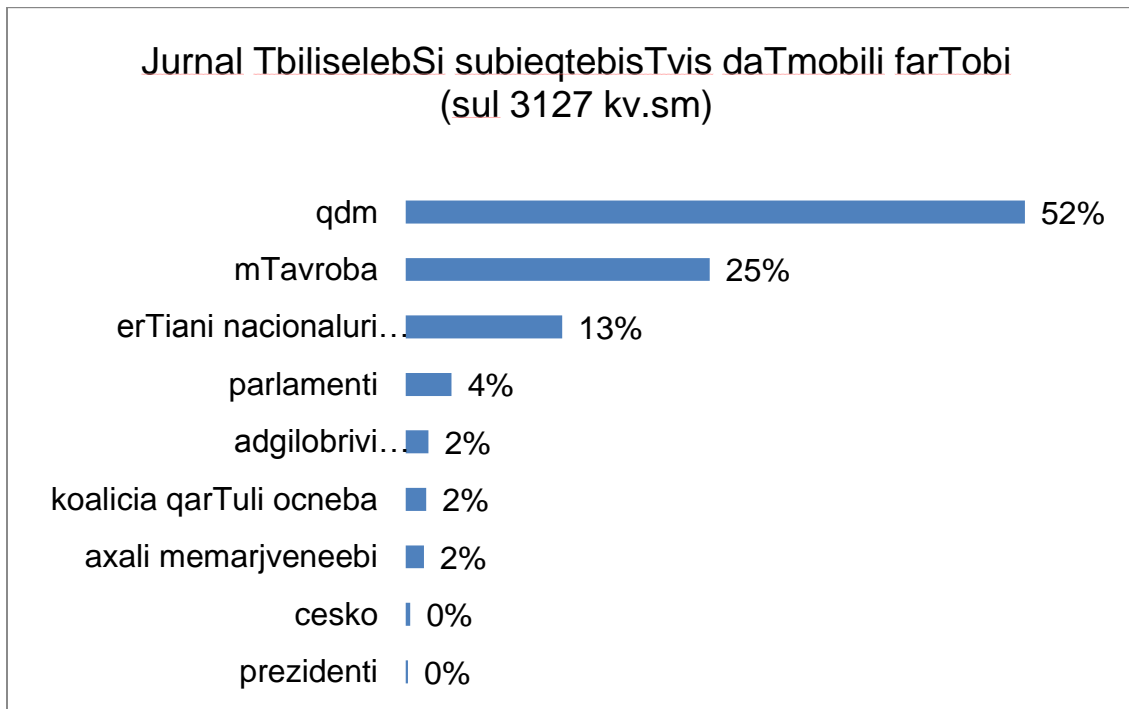
დიაგრამა Space 6



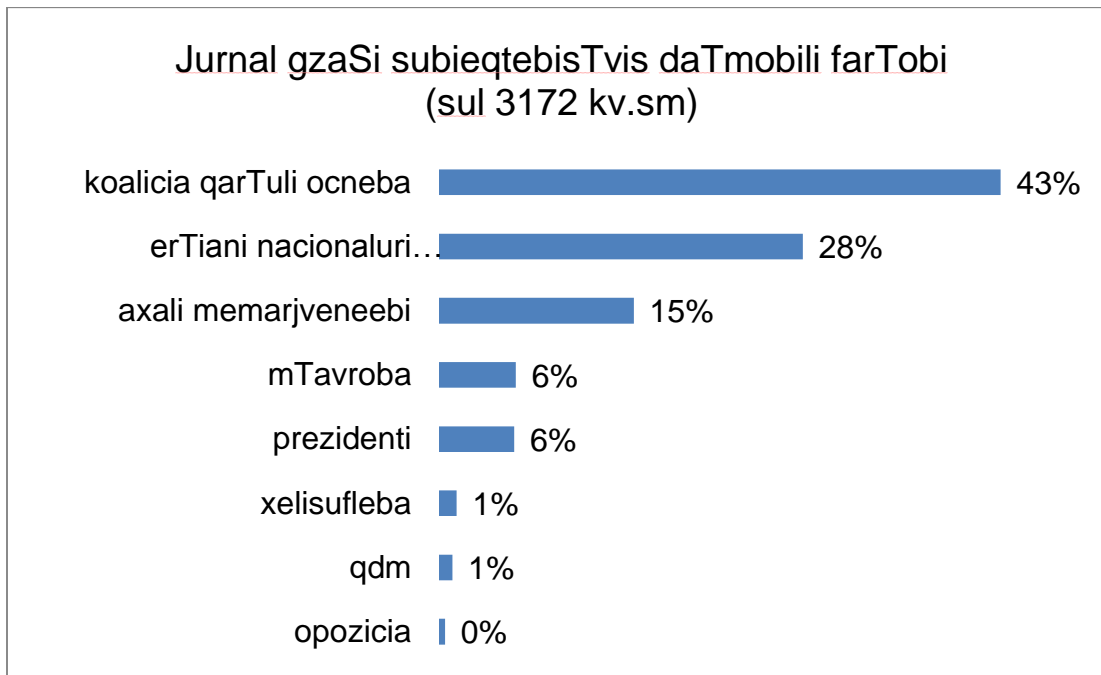
დიაგრამა Space 7



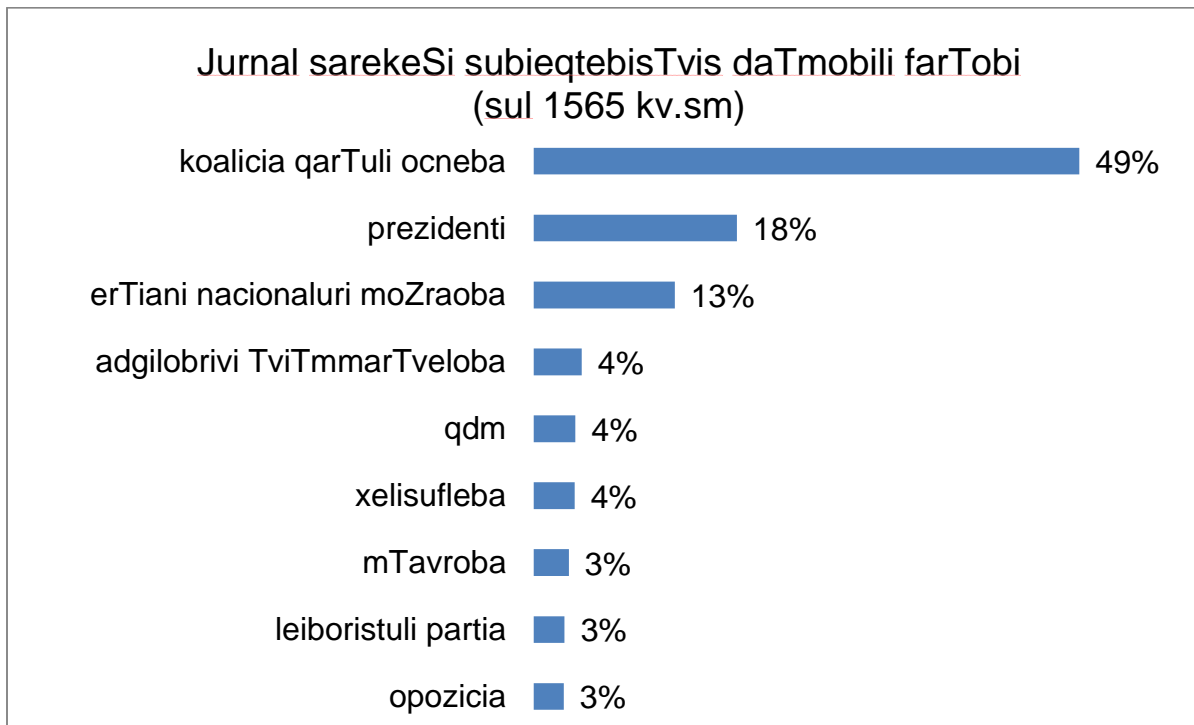
დიაგრამა Space 8



დიაგრამა Space 9

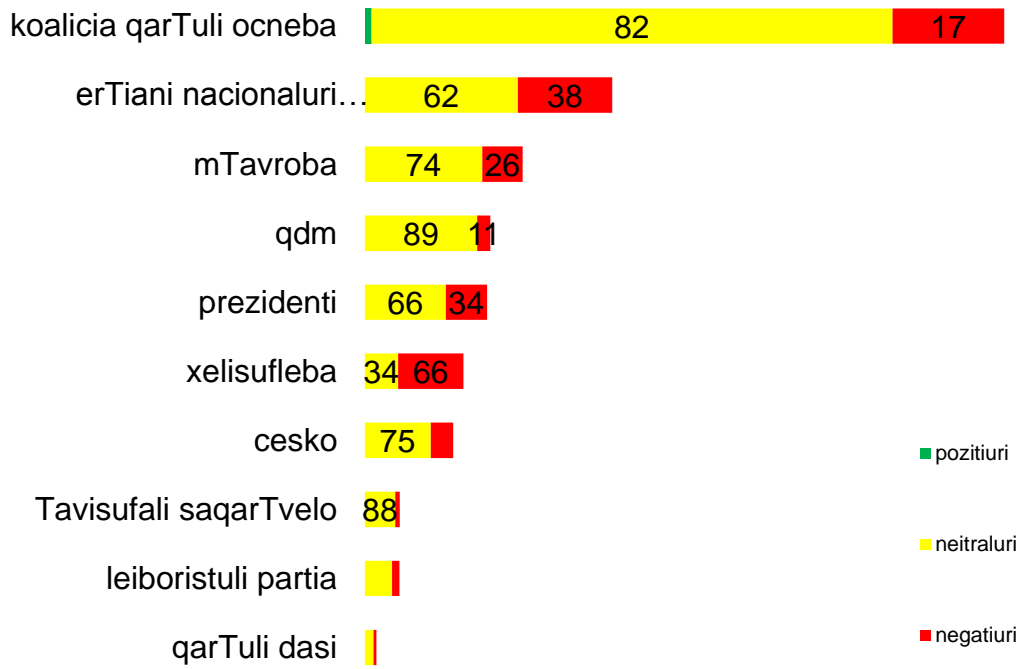


დიაგრამა Space 10

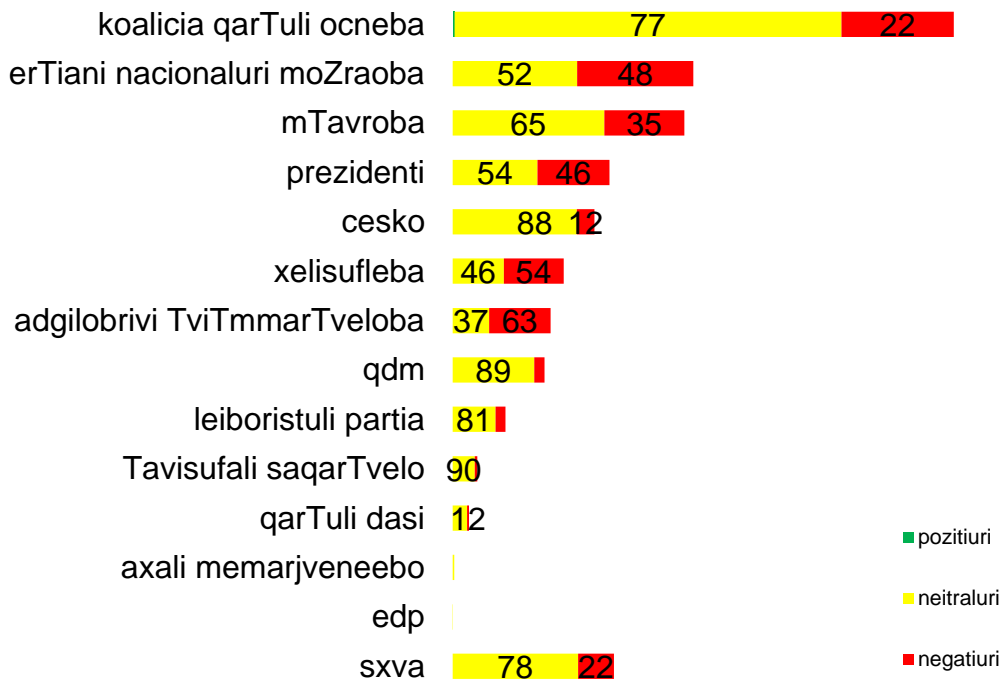


დიაგრამა Tone 1

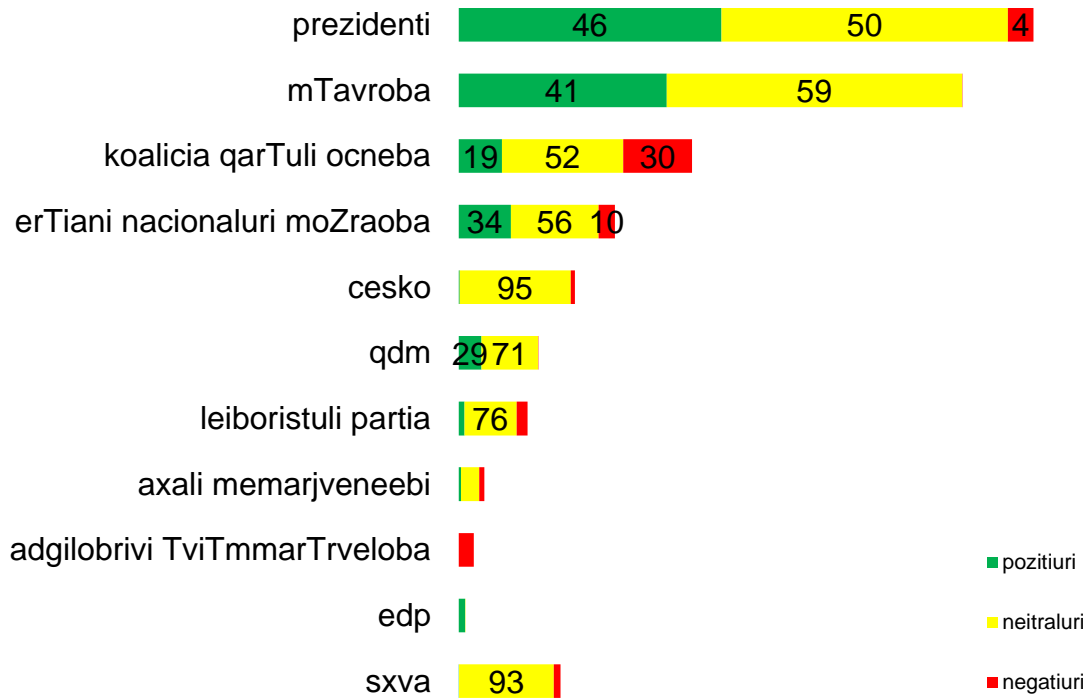
gazeT rezonansSi subieqtებისთვის დატომილი ფართობის მიხედვით (%)



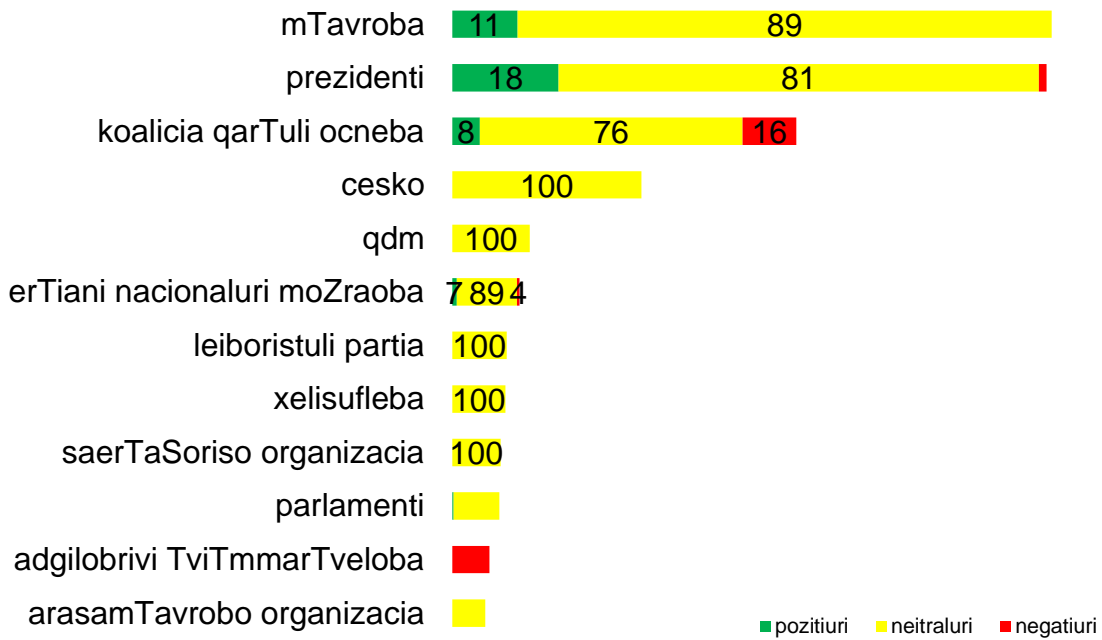
გაზეთ რეზონანსის მიხედვით დატვირთულია
 Journalists' tone mixed (%)



გაზეთ 24 საათში სუბიექტებისთვის დატობილი
 Journalistის ტონის მიხედვით (%)

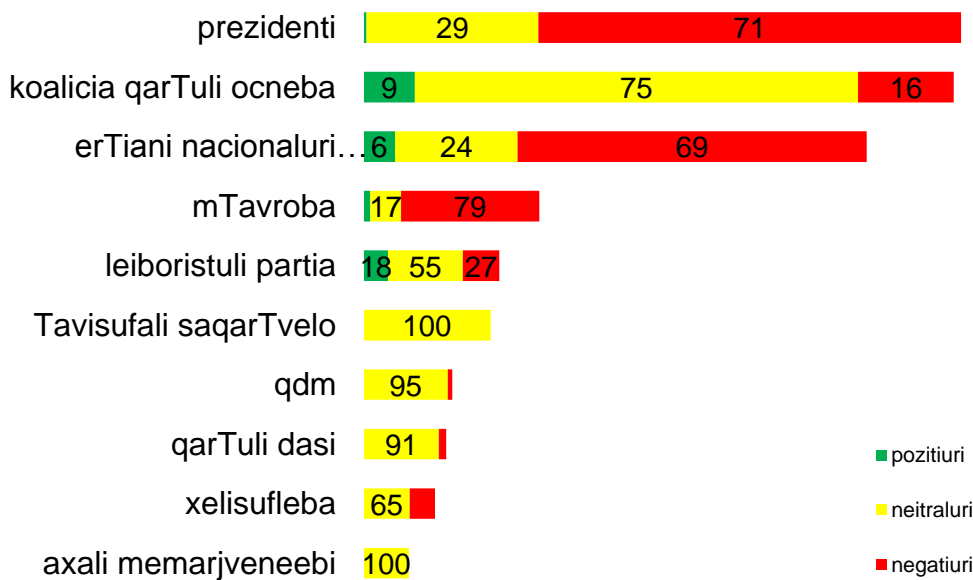


gazeT 24 saatSi subieqtებისTvis daTmobili farTobi
Jurnalists tonis mixedviT (%)

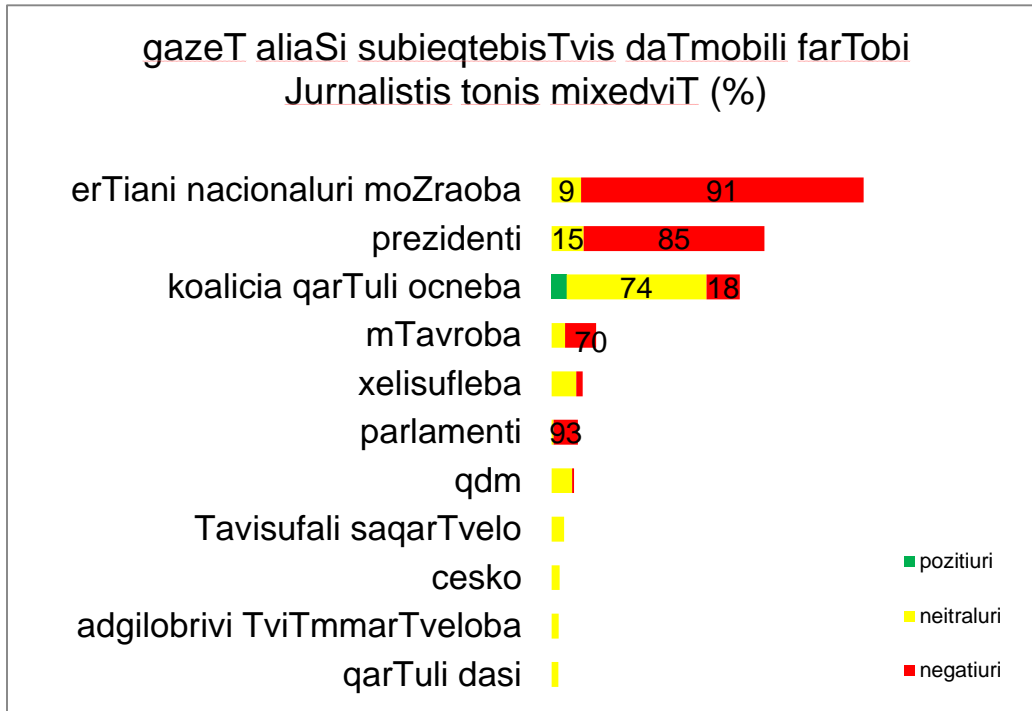


დაგრამა Tone 3

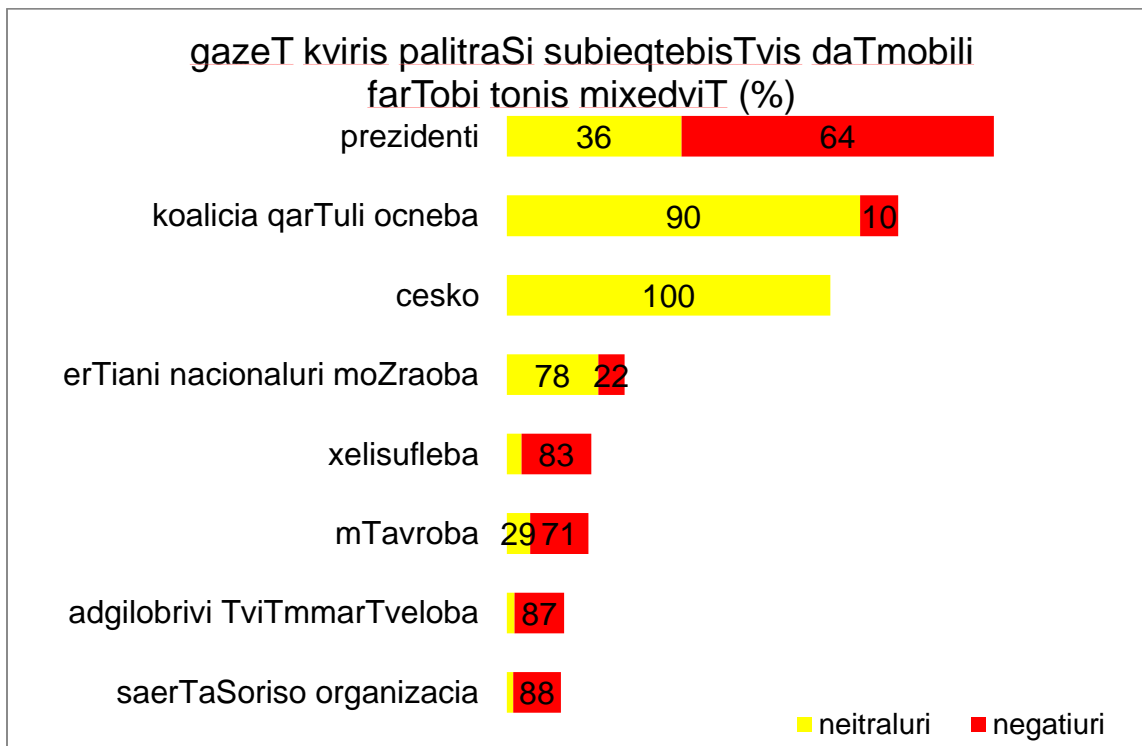
gazeT aliaSi subieqtებისTvis daTmobili farTobi
tonis mixedviT (%)



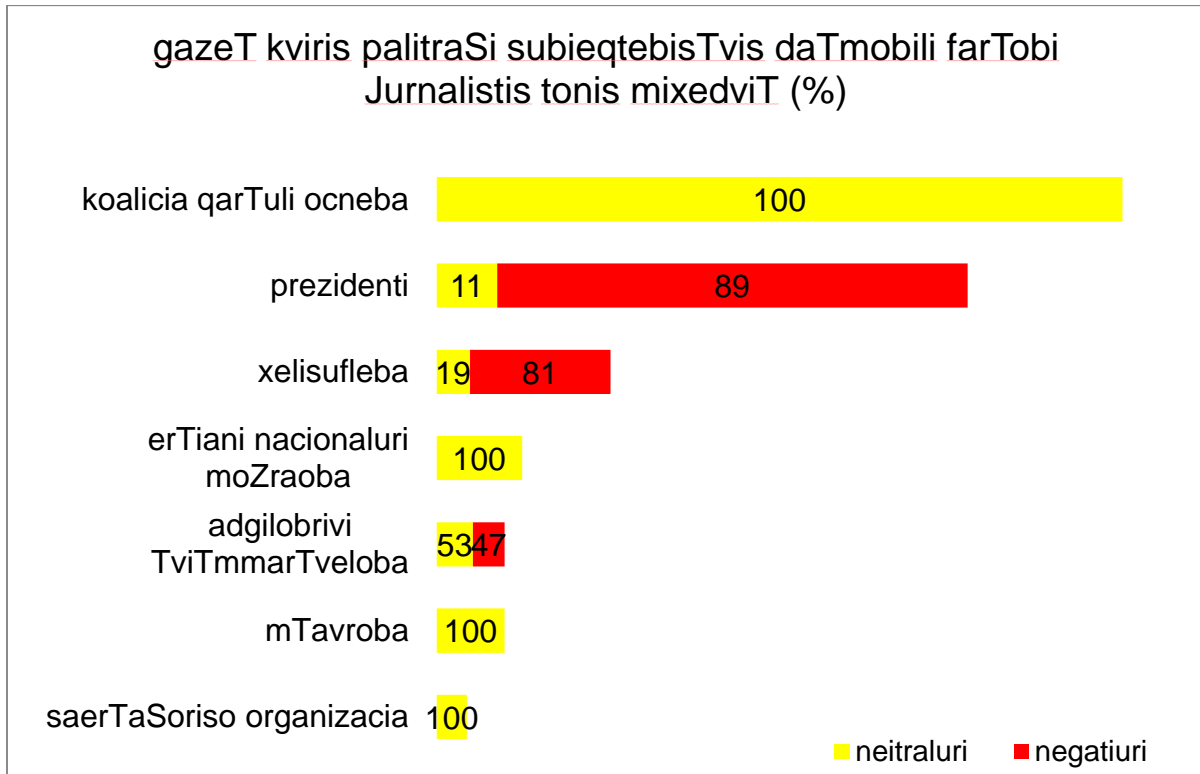
დაგრამა Tone J3



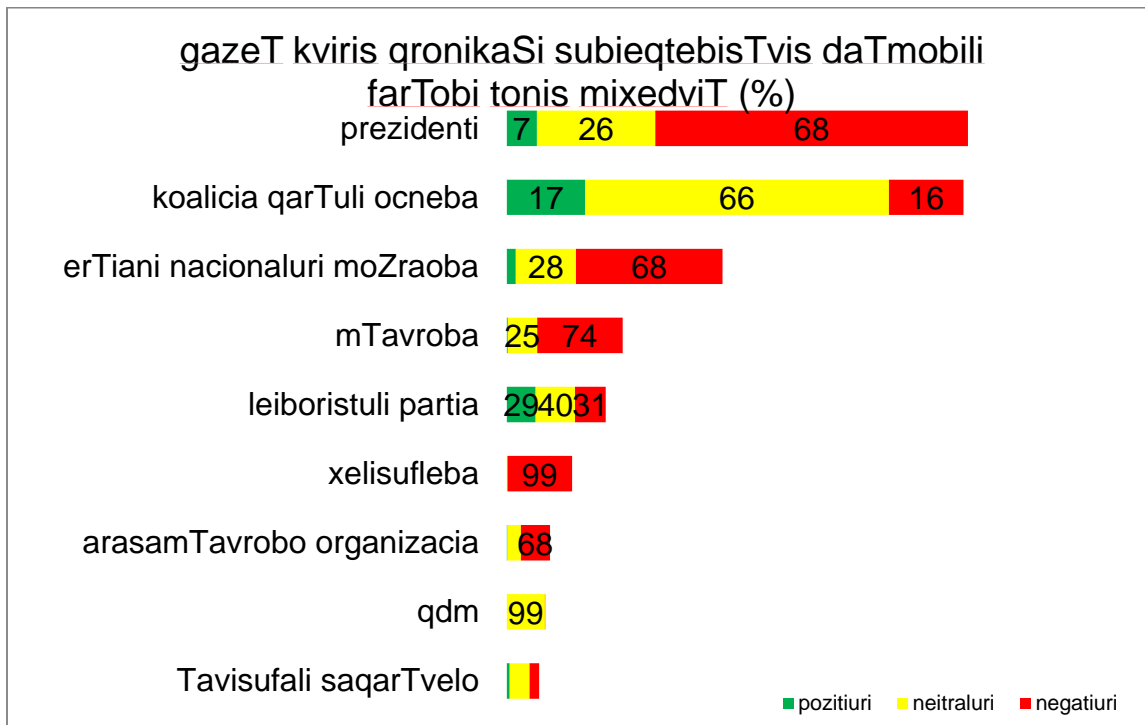
დაგრამა Tone 4



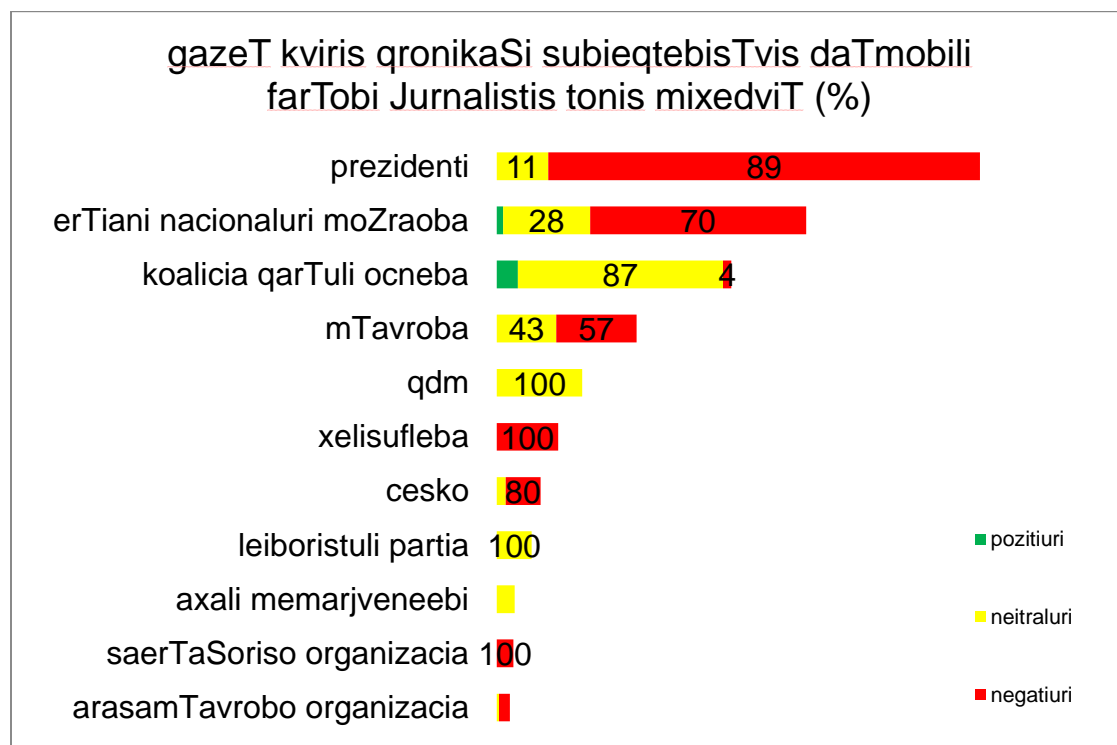
დაგრამა Tone J4



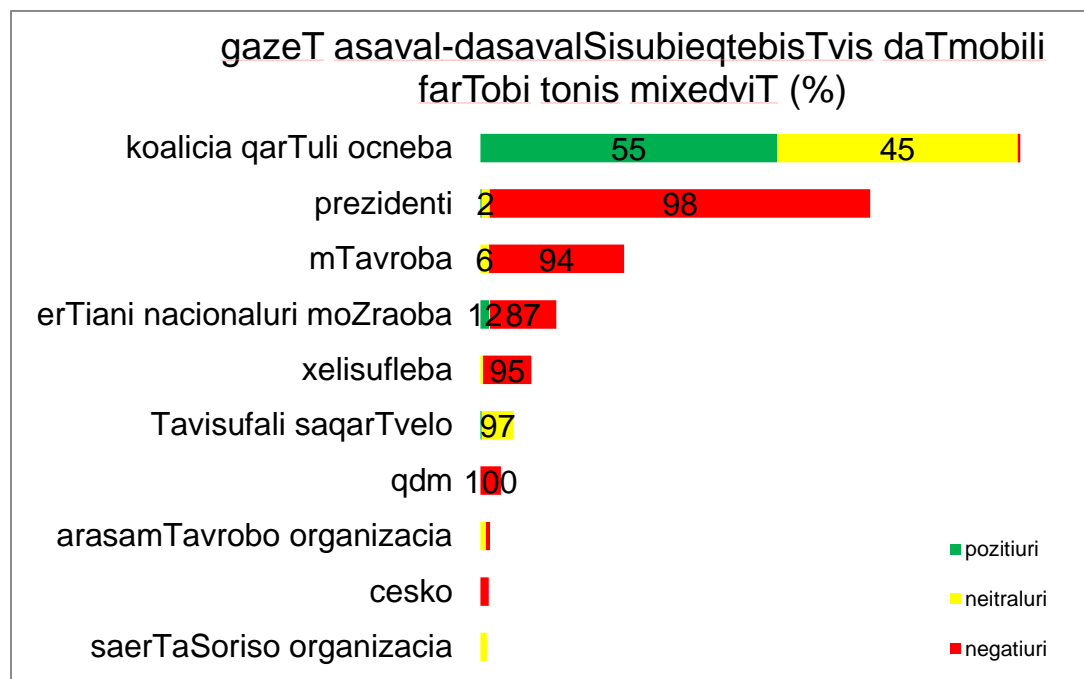
დაგრამა Tone 5



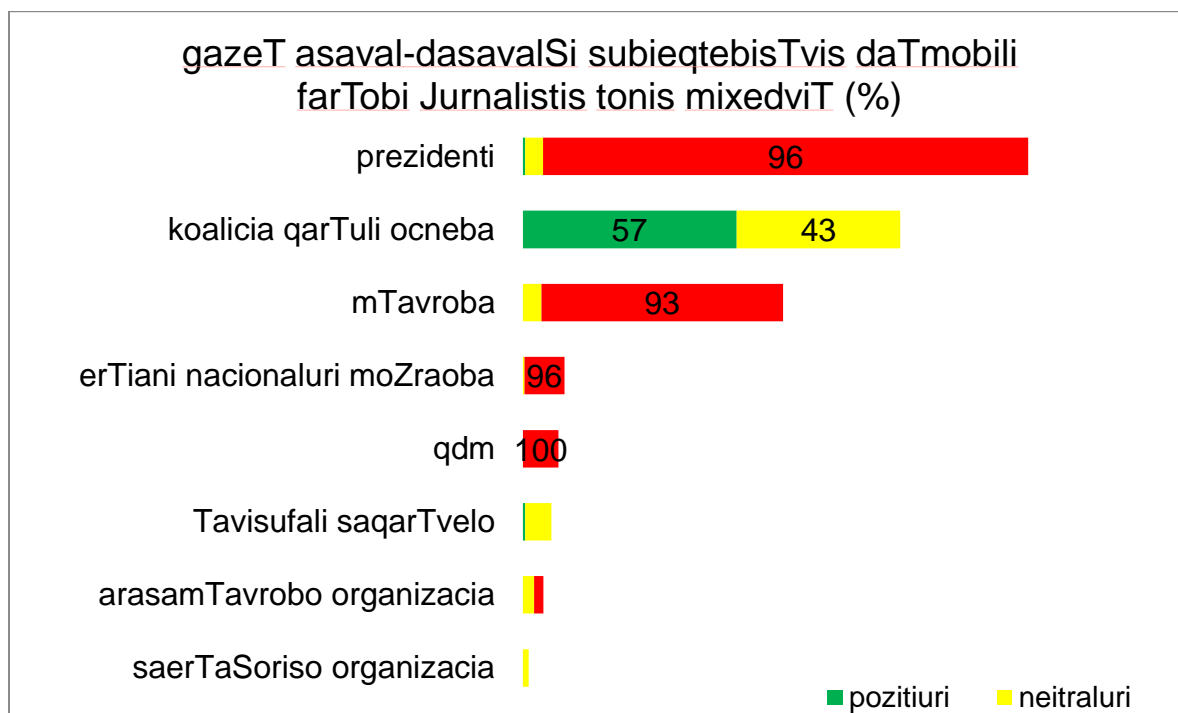
დაგრამა Tone J5



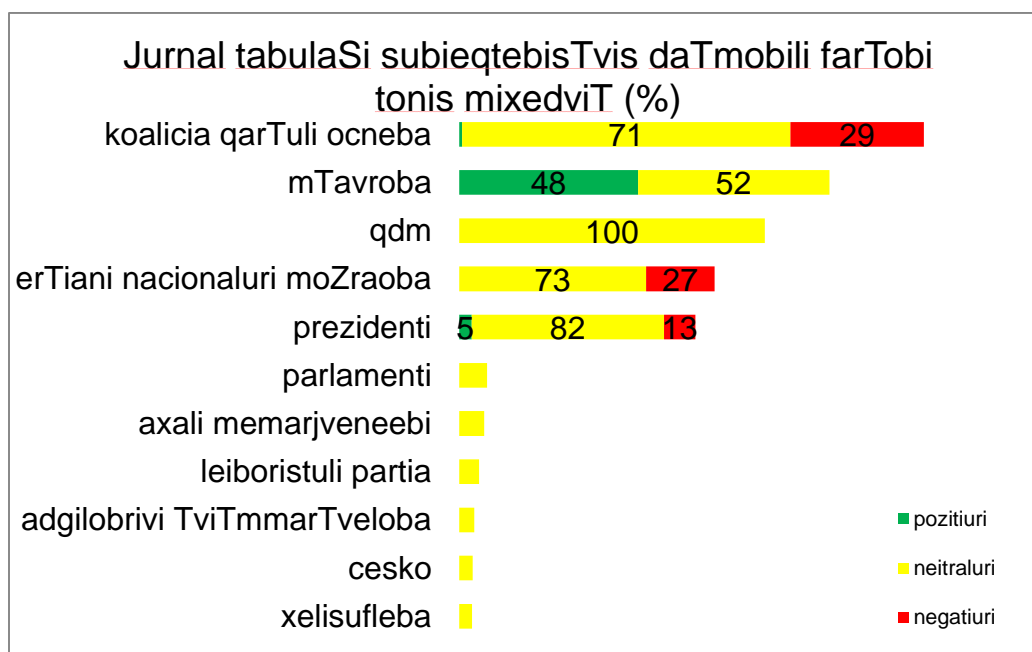
დაგრამა Tone 6



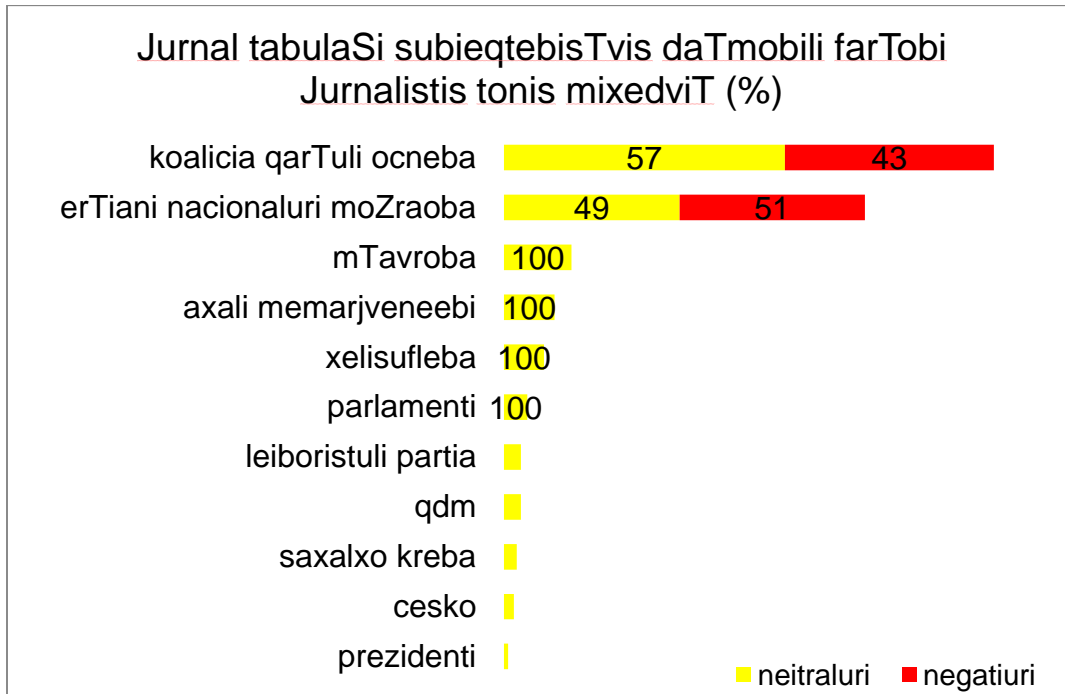
დაგრამა Tone J6



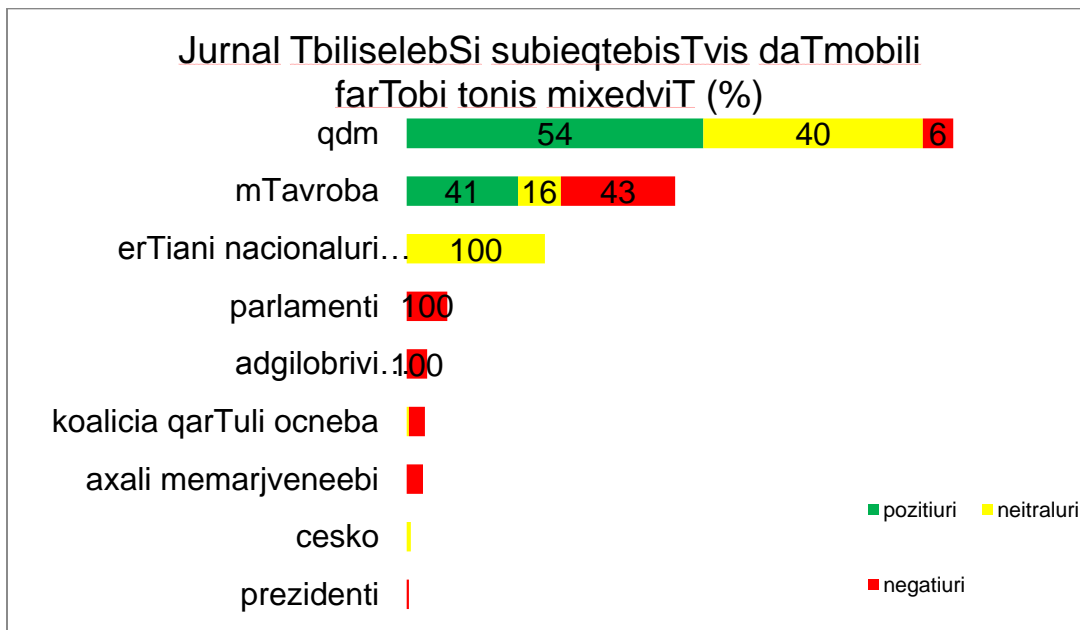
დაგრამა Tone 7



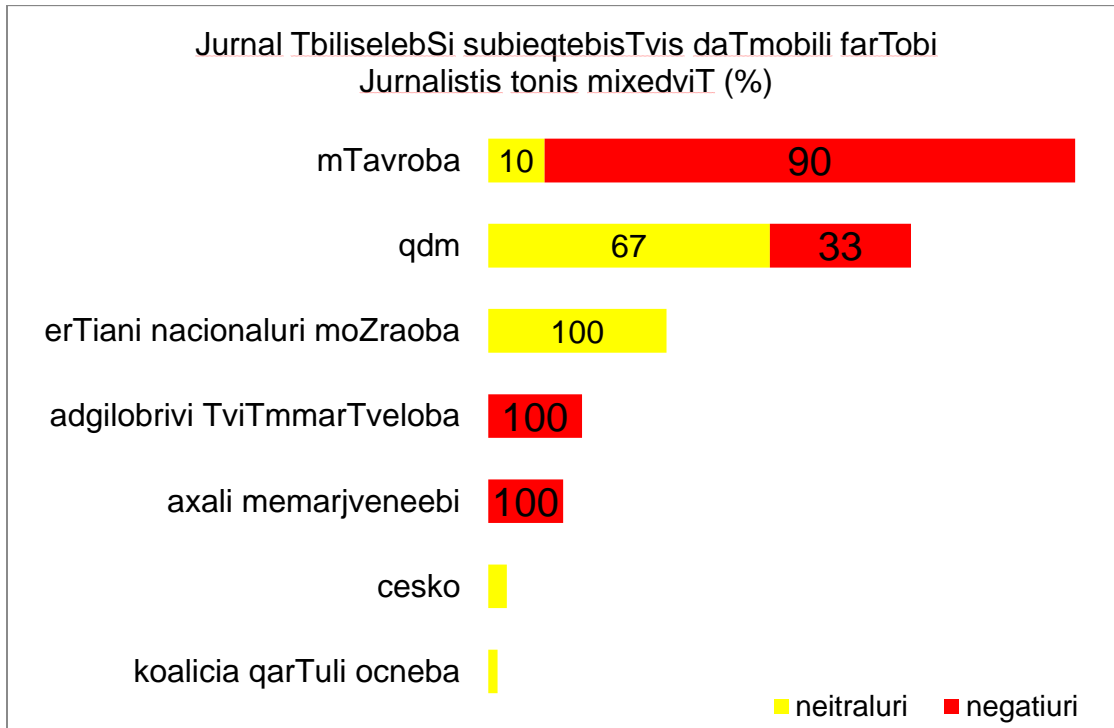
დაგრამა Tone J7



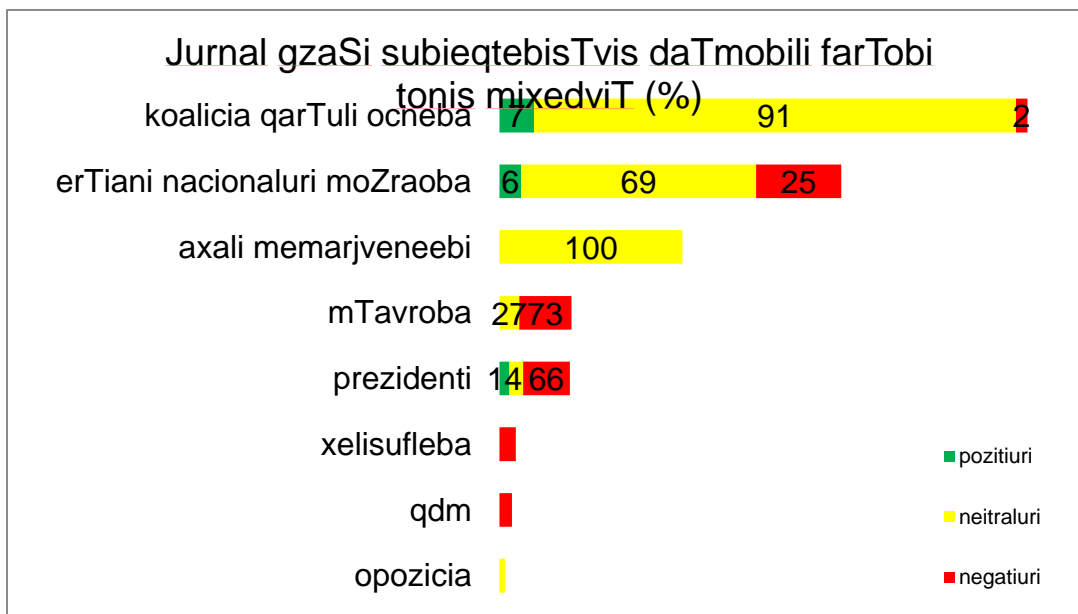
დაგრამა Tone 8



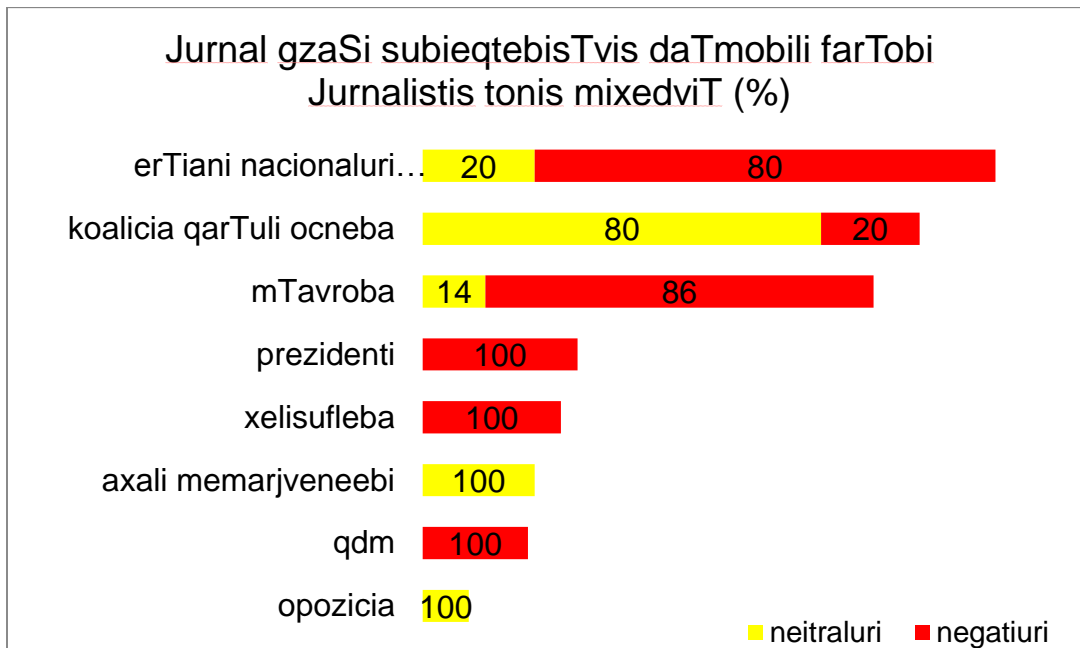
დაგრამა Tone J8



დაგრამა Tone 9



დიაგრამა Tone J9



დიაგრამა Tone 10

